

Welche Ansprüche haben Verbraucher an tierische Lebensmittel?

Bayer Health Care-Roundtable:
Gesund Tiere – Gesunde Lebensmittel

Prof. Dr. Achim Spiller – Lehrstuhl Marketing für Lebensmittel

GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT GÖTTINGEN



Die Ernährungswirtschaft in der Öffentlichkeit



PD

[Merken](#) [Verstoß melden](#) [Senden](#)

Gegen Massentierhaltung

Eine weitere spektakuläre PETA-Aktion mit einer schwangeren Aktivistin, die auf das Leid der Schweinemütter in der Massentierhaltung aufmerksam macht.

Gift in Bioprodukten: Der Nitrofen-Skandal



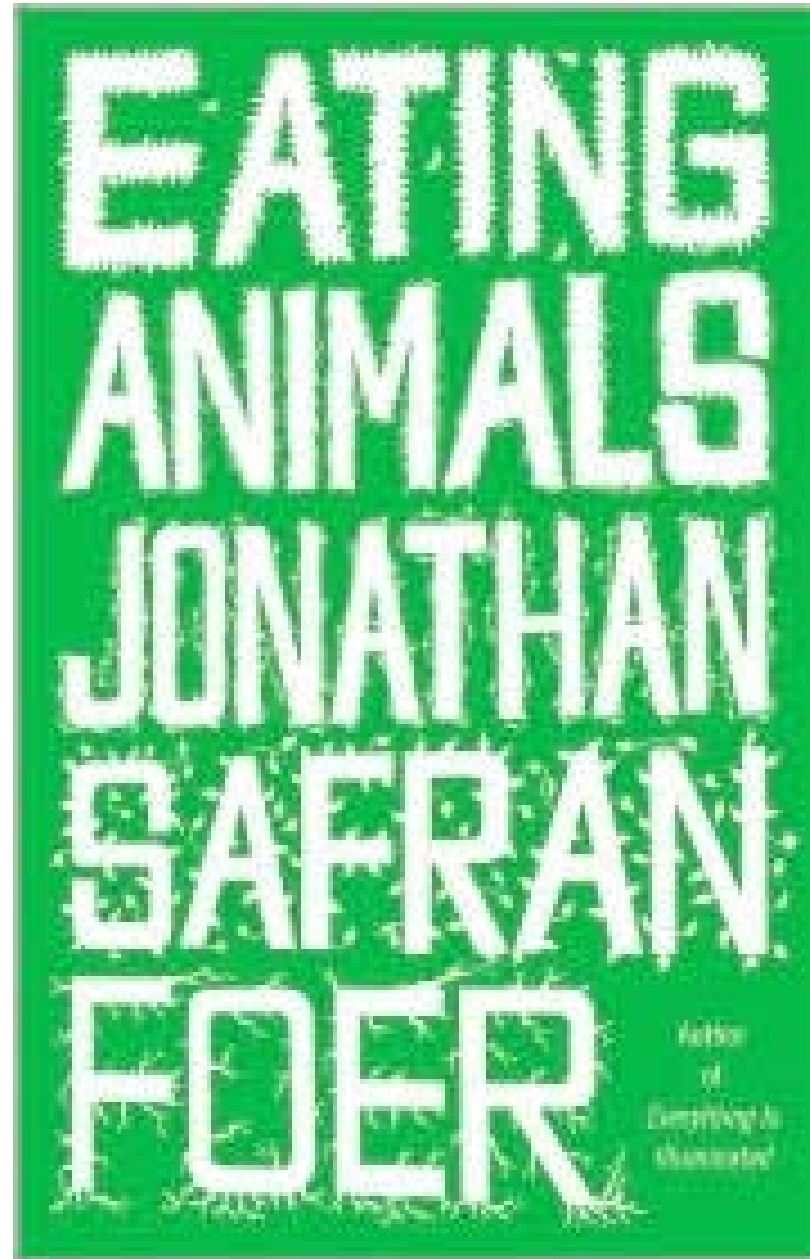
10.10.2005

Über Futtergetreide gelangte der Giftstoff Nitrofen im Jahr 2002 aus einer mit Pflanzengiften belasteten Lagerhalle in Bio-Fleisch und Bio-Eier. Die Ereignisse um den Skandal sind ein Paradebeispiel für unzureichende Straf- und Haftungsregelungen: Die Verantwortlichen gingen straffrei aus.

Der Goldene Windbeutel
für die dreiste Werbelüge 2009 geht an Actimel von Danone



Schweine stinken Dorfbewohnern
Boom bei Tierfabriken in Ostdeutschland – Landbevölkerung wehrt sich



Was tut sich in anderen Ländern?







Was tun die anderen?

Die niederländische Supermarktkette Albert Heijn erhält den Preis „Gouden Kwispel“ für ihr Sortiment an tierfreundlichem Fleisch

**DER NIEDERLÄNDISCHE TIERSCHUTZVERBAND
„DIERENBESCHERMING“ UND DIE SUPERMARKTKETTE „ALBERT
HEIJN“ SCHLIESSEN EINE VEREINBARUNG ZUM VERKAUF
TIERFREUNDLICHEREN SCHWEINEFLEISCHS**

Den Haag, den 14. Januar 2010 - Sämtliches Schweinefleisch, das in den Supermärkten von *Albert Heijn* verkauft wird, trägt ab 2011 das Gütesiegel „*Beter Leven*“ (Besseres Leben) des niederländischen Tierschutzverbandes „*Dierenbescherming*“. Das bedeutet, dass die größte Supermarktkette der

Agenda

-  Herausforderung Tierschutz
-  Verbraucher zwischen Discount und Ethik
-  Wie sehen Landwirte Tierschutz?
-  Konfliktlösung

Langfristige Treiber der Tierschutzdiskussion

Ethische Gründe:

- Tierwohlprobleme der Nutztierhaltung (Tierverhalten, Tiergesundheit)

Gesellschaftliche Gründe:

- Wertewandel westlicher Gesellschaften; Tierwohl von wachsender gesellschaftlicher Relevanz

Gründe für steigende Tierschutzanforderungen

Ökonomische Gründe:

- Konsumenten betrachten Tierwohl als Qualitätsindikator
- Mangelhafte Erschließung von Premiumsegmenten im Fleischmarkt
- Zahlungsbereitschaft für Tierwohl bei ca. 20 % der Verbraucher

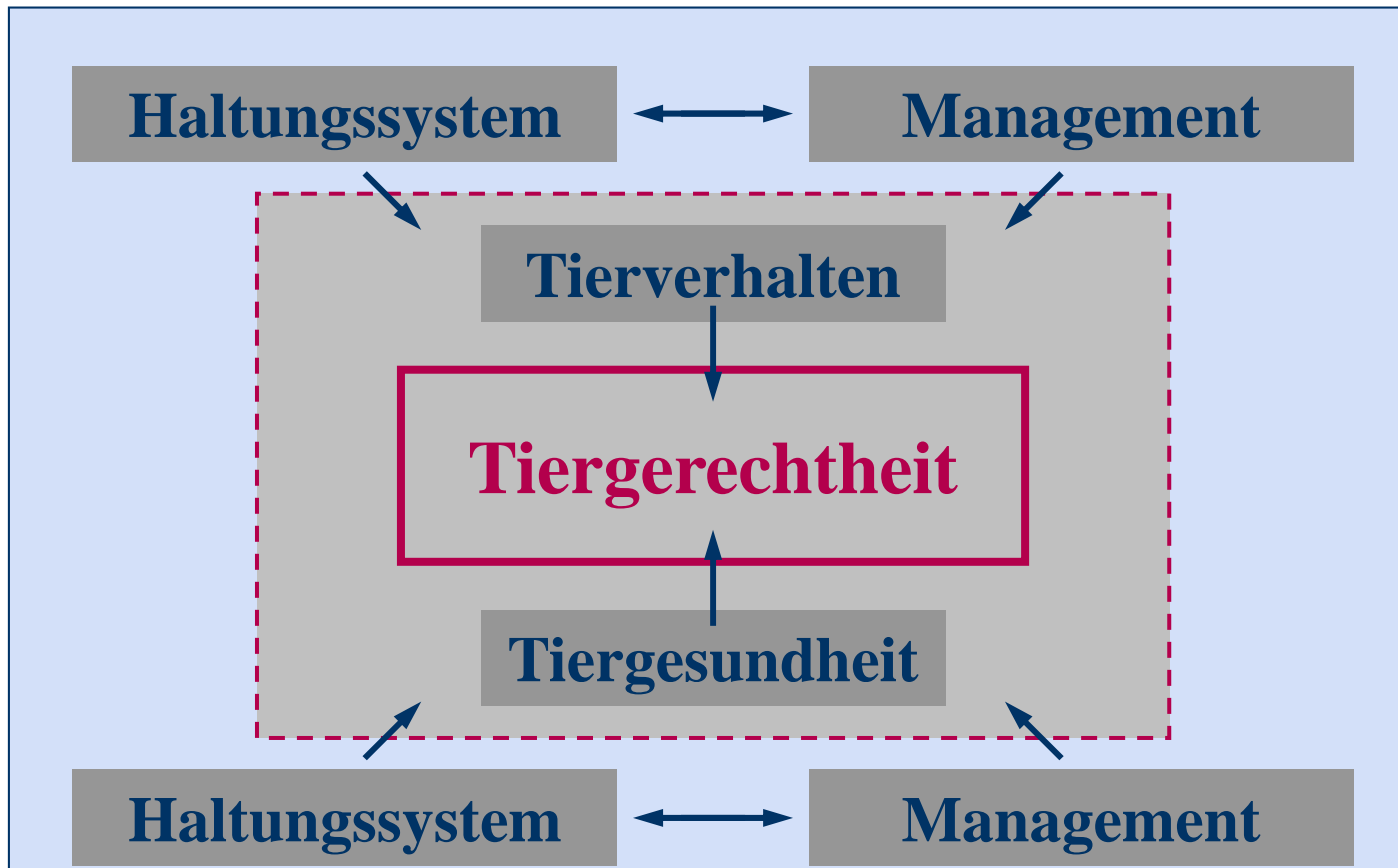
Politische Gründe:

- Initiativen der EU (Aktionsplan für den Schutz und das Wohlbefinden der Tiere; Welfare Quality-Projekt; Beratungsprojekt AW-Label)
- Tierwohl im Koalitionsvertrag der Bundesregierung

Wo kommt der Druck her?

- Verschärfung der **gesetzlichen Tierschutzbestimmungen**
- **Finanzielle Förderung** besonders tiergerechter Haltungsverfahren
- Entwicklung einer **Marke für tiergerechtere Produkte** durch Verarbeiter oder Handelsunternehmen
- Herausbildung von **De-facto-Standards** auf Druck
 - (a) nachfragemächtiger Handelsunternehmen oder
 - (b) von NGOs
- Etablierung eines **Animal Welfare-Labels**

Bewertungskriterien für Tierschutz: Ergebnis des EU-Welfare Quality-Projektes



Quelle: Eigene Darstellung

Verbrauchereinstellungen zu Tierschutz

Einstellungen =

1. Wissen
2. Gefühle
3. Handlungsbereitschaft

Entfremdung von der Ernährungsproduktion

Befragung von Kindern im 5. Schuljahr in Berlin und in einer ländlichen Kleinstadt

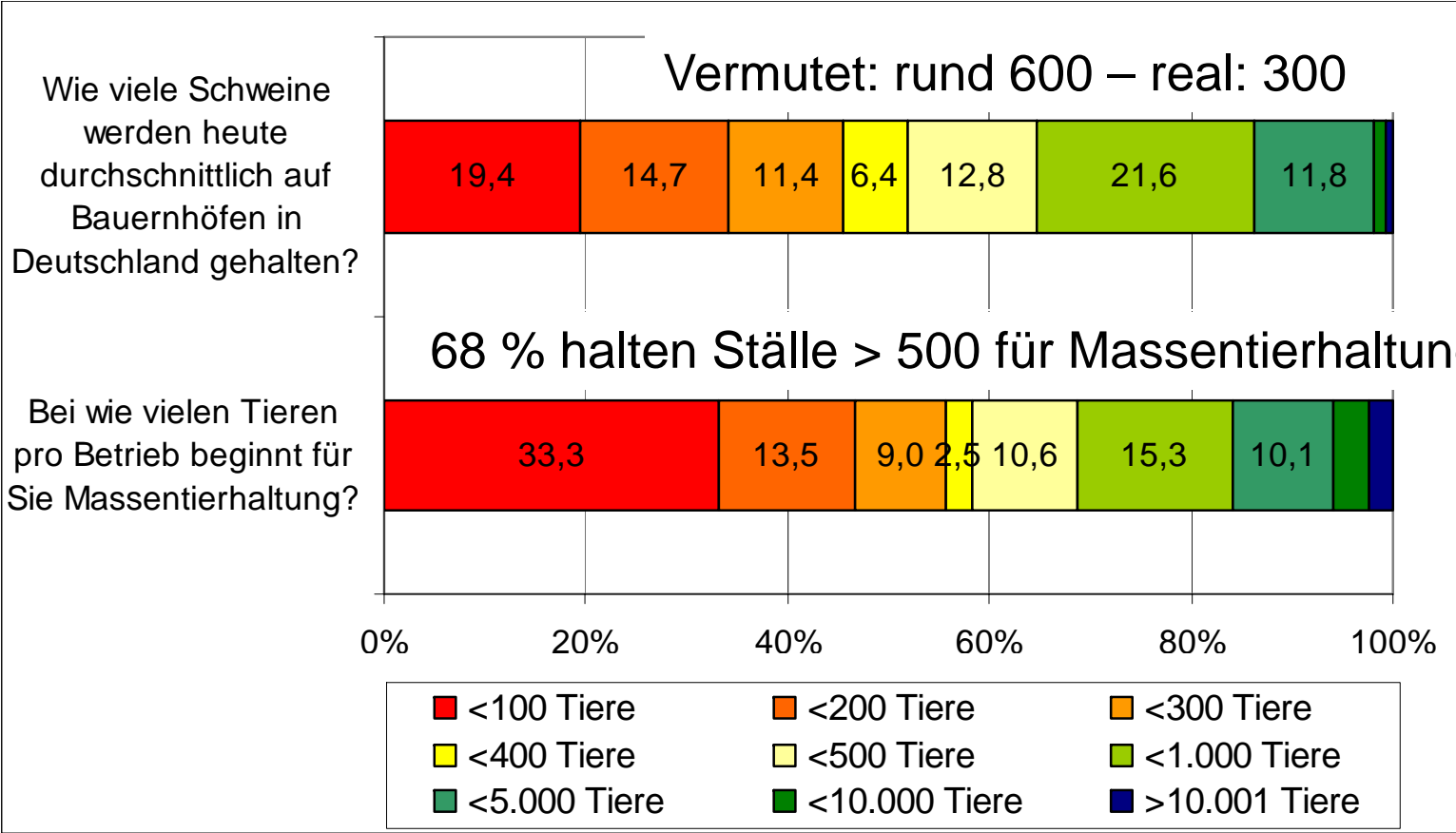
- Nur 10 % der Kinder wissen in Berlin aus welcher Pflanze Zucker hergestellt wird (9 % Zuckerrübe, 1 % Zuckerrohr), in der Kleinstadt nennen immerhin noch 42 % die Zuckerrübe.
- 82 % der Berliner Kinder gehen davon aus, dass Schweine Gras fressen

(ESSMANN, 2001)

Tierhaltung – aus dem Blick der Menschen



Wo fängt für den Verbraucher Massentierhaltung an?



Quelle: Eigene Erhebung 2008

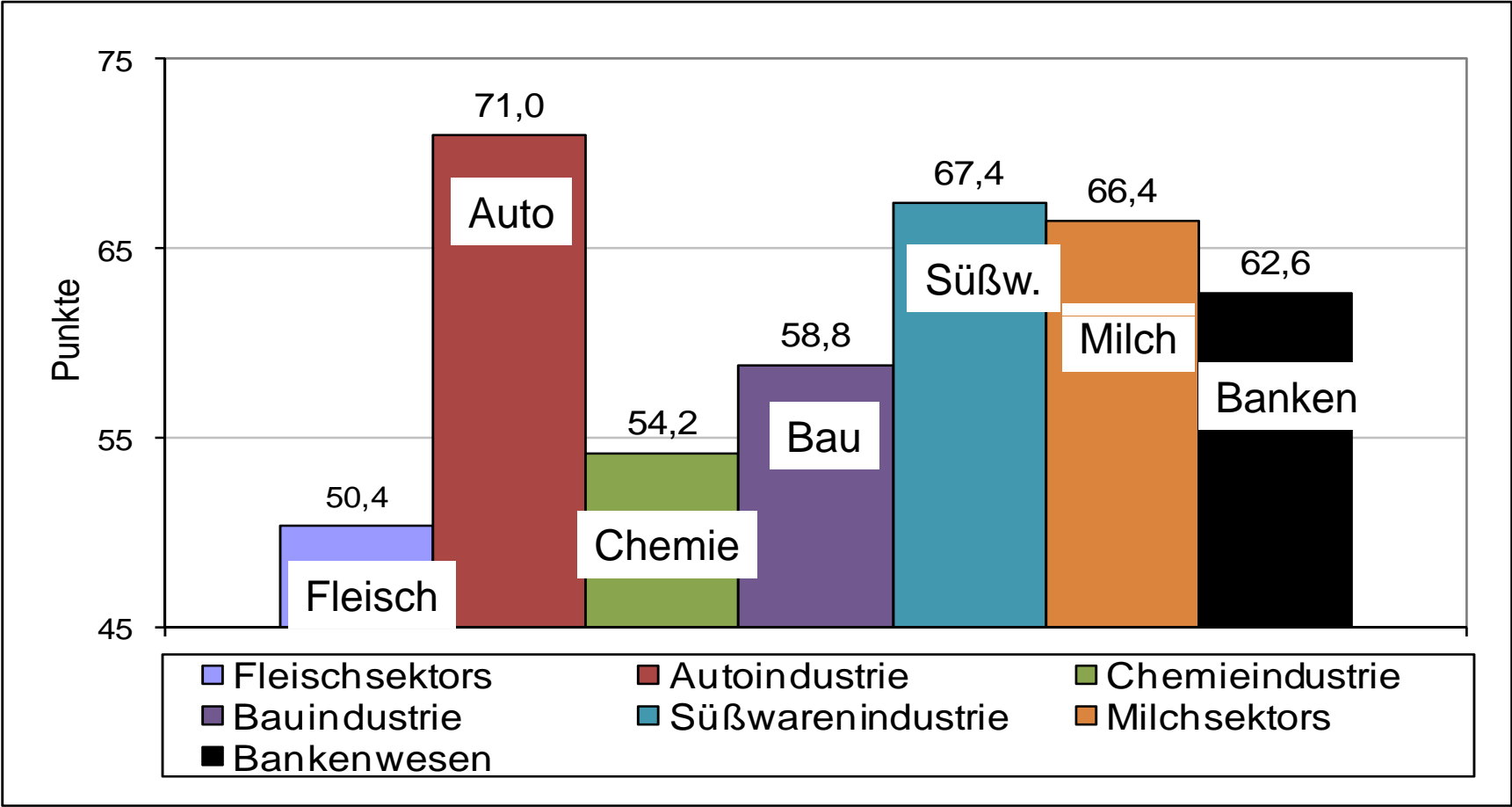
Gefühlsmäßige Beurteilung und Handlungs- bereitschaft



	Ablehnung in %	Befürwortung in %
Tiergesundheit	70,4	82,0
Tierwohl	74,3	87,6
Verzehrbereitschaft	52,1	83,4
Akzeptanz Stallbau	69,1	61,4

Quelle: Eigene Studie 2010

Branchenimage im Vergleich



Quelle: Eigene Studie 2008

Ernährungskäufer-Typen der GfK

Ernährungstypen	Beschreibung	Haushalte in D in %
Kritischer Ökologe	„Nicht nur bei der Ernährung mit Blick auf Nachhaltigkeit“	7
Lebenserfahrener Gourmet	„Ernährung genießen, frisch und natürlich“	15
Traditioneller Gewohnheitskoch	„Gelernte Ernährung, kochen und backen ist normal und man tut´s gerne“	10
Figurbewusster Gelegenheitskoch	„Stellt Ansprüche an die Ernährung – aber mehr im Sinne von functional, ist entdeckerefreudig“	19
Gemütlicher Couch Potato	„Kaum Ansprüche an die Ernährung, setzt auf altbewährtes“	19
Unkritischer Fast Fooder	„Setzt sich kaum mit seiner Ernährung auseinander, z. T. zeitknapp“	29

Quelle: GfK 2007

Eigene Studie zu Tierschutzeinstellungen

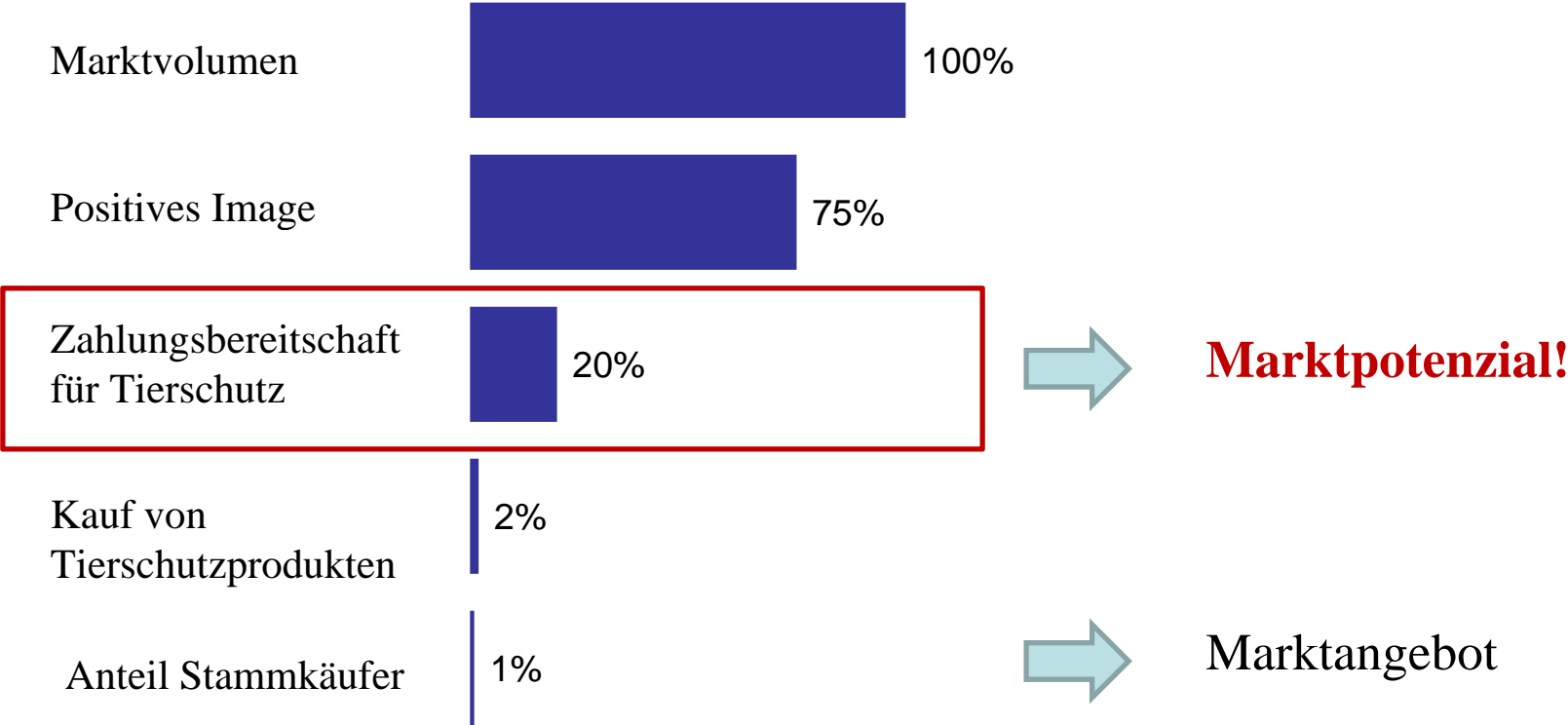
Cluster	Besorgte Tierschützer/ -innen	Tierschutz- bewusste Fleischesser	Des- interessierte	Sorglose Fleischesser	Tierschutz- Genervte
Zahl der Befragten	52	41	60	84	35
Merkmale	Ethische Grundhaltung Tierschutz sehr defizitär preisbereit	Ausgeprägte ethische Grundhaltung aber Tierhaltung im Grundsatz o. k.	Kein Involvement aber Tierhaltung defizitär	Tierhaltung ist o. k. kein Involvement hoher Fleisch- konsum	Ablehnung von Tierschutz Geschmack zählt

Kernzielgruppe=
knapp 20 % der
Bevölkerung

Erweiterte Zielgruppe





Quelle: Schulze/Spiller 2008

Zwischenfazit: Verbraucher und Tierschutz



Quelle: Eigene Darstellung

Agenda

-  Herausforderung Tierschutz
-  Verbraucher zwischen Discount und Ethik
-  Wie sehen Landwirte Tierschutz?
-  Konfliktlösung

Studiendesign

- Online Befragung in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen Produkt und Markt
- Befragungszeitraum: März-Mai 2010
- Zielgruppe: Deutsche, konventionell produzierende Schweinemäster aus dem gesamten Bundesgebiet
- N = 160
- Ø-Alter: 45 Jahre
- Überdurchschnittliche Betriebsgrößen
- Rücklaufquote: 20,6%

Was verstehen Schweinemäster unter Tierwohl? offene Frage

Stallbeschaffenheit	Management	Tiergesundheit	Tierverhalten
Klima (Luft, Licht, Temperatur) 47 Nennungen	Versorgung (Futter- und Wasserqualität) 31 Nennungen	Gesundheitsstatus 24 Nennungen	„Wohlfühlfaktor“ 9 Nennungen
Platzangebot (Gruppengröße, keine Überbelegung) 38 Nennungen	Betreuung (Umgang mit dem Tier, Fachpersonal) 18 Nennungen	Tierische Leistungen (Mast- und Zuchtleistung) 9 Nennungen	Stressarme Haltung 5 Nennungen
Stalleinrichtung 22 Nennungen	Hygiene 12 Nennungen	–	Verhalten 2 Nennungen
–	Beschäftigungs- möglichkeiten 11 Nennungen	–	–
107 Nennungen	72 Nennungen	33 Nennungen	16 Nennungen

Quelle: Eigene Erhebung 2010

Was muss aus Sicht der Landwirte für Tierschutz berücksichtigt werden?

	sehr stark	stark	mittel	wenig	sehr wenig
Baulich/technische Ausrüstung des Stalls (Licht, Lüftung, Platzangebot, Temperatur)	36,8	52,8	10,4	–	–
Ausleben des angeborenen Verhaltens (Sozial-, Spiel-, Erkundungsverhalten)	3,1	28,8	55,8	11,0	1,2
Tiergesundheit	46,0	47,9	5,5	0,6	–
Biologische Leistung (Tageszunahmen, Futterumsatz)	26,4	51,5	17,8	3,7	0,6
Management (Herdenmanagement, Qualifikation des Tierhalters, Versorgung)	35,0	54,0	8,0	2,5	0,6

Quelle: Eigene Erhebung 2010

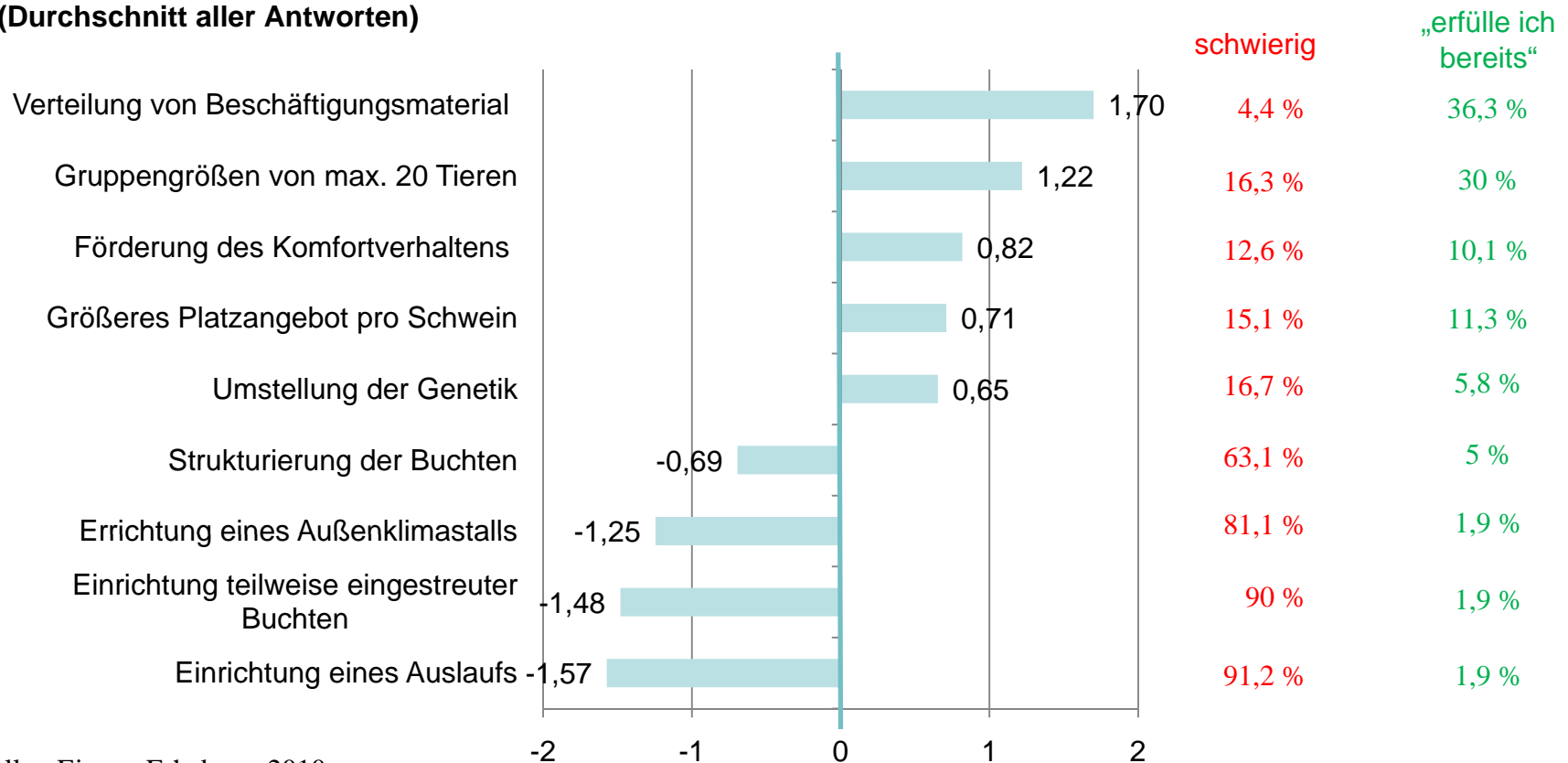
Wie denken Landwirte über mehr Tierschutz im Stall?

Wie schätzen Sie den möglichen Markterfolg dieses Programms ein?				
sehr schlecht	schlecht	mittel	hoch	sehr hoch
9	43	44	4	–
Die Verbraucher sind nicht bereit, mehr Geld für Fleisch aus tiergerechter Produktion auszugeben.				
stimme voll und ganz zu	stimme zu	teils/teils	lehne ab	lehne voll und ganz ab
36	41	19	3	1
Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, in ein derartiges Produktionssystem zu investieren?				
ja, auf jeden Fall	ja, eher schon	vielleicht	nein, eher nicht	nein, auf gar keinen Fall
3	9	29	42	17

Quelle: Eigene Erhebung 2010

Umsetzbarkeit von Tierwohlkriterien – die Sicht der Landwirte für ihren Betrieb

„ Welche der folgenden Maßnahmen zur Erhöhung der Tiergerechtigkeit wären voraussichtlich leicht für Sie umzusetzen, welche schwieriger? Gehen Sie bitte von Ihrer gegenwärtigen Betriebssituation aus!“
(Durchschnitt aller Antworten)



Quelle: Eigene Erhebung 2010

n = 160

Zur Teilnahmebereitschaft an einem Animal Welfare Programm

- Es bestehen Zusammenhänge zwischen der Teilnahmebereitschaft und
 - der Herkunftsregion: Süddeutsche Landwirte sind teilnahmebereiter als norddeutsche Landwirte
 - dem Alter: die jüngsten und die ältesten Teilnehmer sind am ehesten teilnahmebereit

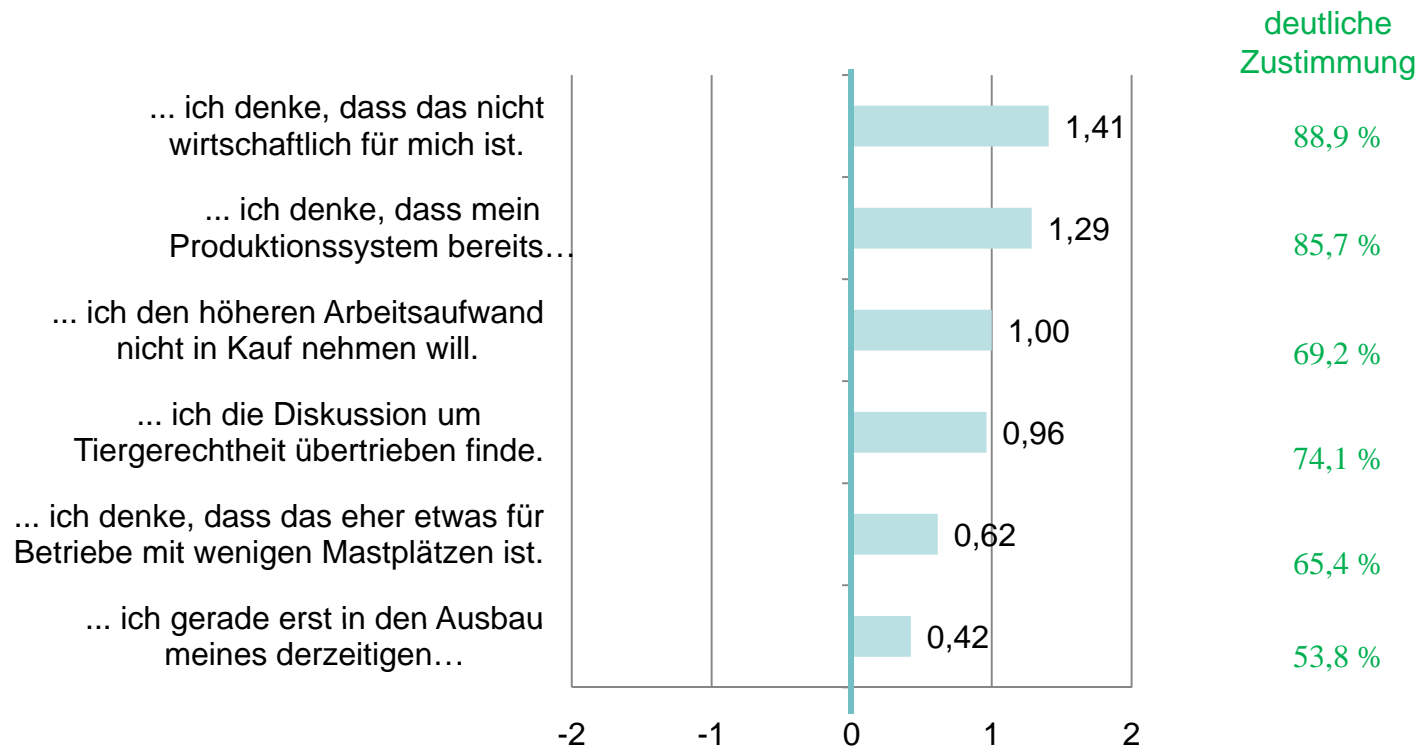
- Kein Zusammenhang zur **Betriebsgröße**

- **Wichtig sind langfristige Verträge von Abnehmern, denen man zutraut, den Markt zu erschließen**

Quelle: Eigene Erhebung 2010

Gründe für die ablehnende Haltung gegenüber Animal Welfare Programmen

„Ich habe mich gegen die Teilnahme an einem tiergerechteren Produktionssystem entschieden, weil...“



Skala: stimme voll und ganz zu (2), stimme zu (1), teils / teils (0), lehne ab (-1), lehne voll und ganz ab (-2)

n = 28

Quelle: Eigene Erhebung 2010

Fazit

- Rund 40 % der deutschen Verbraucher sind qualitätsorientiert
- 20 % besonders an Tierschutz interessiert
- Am Markt spielt das Thema trotzdem fast keine Rolle
- Stattdessen zunehmend heftigere Mediendiskussion, in der die Branche weitgehend „abgetaucht“ ist

Was muss in Deutschland passieren?

Schritt 1:

- ✓ Viele Tierschutzmaßnahmen bringen Geld, z. B. Tiergesundheit

Schritt 2:

- ✓ Marktchancen für Tierschutzprodukte nutzen

Schritt 3:

- ✓ Die öffentliche Diskussion um die Zukunft der Tierhaltung führen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Prof. Dr. Achim Spiller
Georg-August-Universität Göttingen
Lehrstuhl "Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte"
Department für Agrarökonomie und RURALE Entwicklung
Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen
Tel: 0551/39-22399; Fax: 0551/39-12122

a.spiller@agr.uni-goettingen.de
www.agrarmarketing.uni-goettingen.de

GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT GÖTTINGEN

