

Verbraucherumfrage:

Gute Kommunikation entscheidet

Verbraucher wollen billiges Fleisch von „kuscheligen“ Betrieben. Die Vorzüge moderner Tierhaltung müssen besser vermittelt werden.



Viele Verbraucher äußern sich kritisch zur Tierhaltung in der Landwirtschaft. Ein Grund dafür liegt in der zunehmenden Entfremdung der heutigen Gesellschaft von der Nahrungsmittelproduktion. So arbeiten in Deutschland immer weniger Menschen in der Landwirtschaft (siehe Tabelle unten).

Heute hängt der Verbraucher einem längst vergangenen Bauernhof-Ideal nach. Es herrschen romantische Bilder der Selbstversorgung durch einen „landwirtschaftlichen Streichelzoo“ vor, verbunden mit der Vorstellung, dass die Tiere es früher besser hatten. Problematisch ist dabei, dass Nutztiere von der Gesellschaft häufig mit Haus- oder Kuscheltieren gleichgesetzt werden.

Zu viele Emotionen schaden

Die heutige Tierhaltung wird von der Gesellschaft häufig mit negativ behafteten Begriffen wie „Massentierhaltung“ assoziiert. Laut Tierseuchen-Schweinehaltungs-Verordnung

beschreibt dieser Begriff Bestände ab 1250 Tieren; viele Verbraucher meinen damit aber schon Ställe mit 100 Tieren. Das Wort „Massentierhaltung“ ist negativ beladen und erinnert an „Massenware“. Es wird mit tierischem Leid und damit Tierquälerei gleichgesetzt, suggeriert Enge und schlechte Lebensbedingungen. Diese negativen Assoziationen verhindern eine sachliche Auseinandersetzung mit dem Thema. Moderne Stallungen, etwa die Haltung auf Spaltenböden, entsprechen nicht den ästhetischen Ansprüchen der Verbraucher. Auch die Trennung der einzelnen Produktionsstufen ruft Unbehagen hervor: Verbraucher assoziieren damit Fließbandproduktion. Dabei trägt der in der Praxis übliche Ausdruck „Tierproduktion“ nicht zu einer Verbesserung des Images der Landwirtschaft bei, da in den Vorstellungen von Verbrauchern Tiere nicht „produziert“ werden. Begriffe wie „Tierhaltung“ eignen sich besser, um den Konsumenten nicht durch negativ besetzte Formulierungen abzuschrecken. Ebenso sollte anstelle von „Massentierhaltung“ besser von „Intensivtierhaltung“ gesprochen werden, wobei auch hier ein gewis-

Der Verbraucher nimmt Nutztiere nur als Kuscheltiere wahr.

ser negativer Unterton mitschwingen kann. Versuchen Sie in der Kommunikation stets, sachliche Begriffe zu wählen, um die Gefühle der Konsumenten nicht zu stark anzusprechen.

Akzeptanz und Vertrauen schaffen

In der Realität verbessert jeder neue Stall durch die damit verbundenen modernen Verfahren die Umwelt der Tiere. Modernisierung führt zu besserer Tiergesundheit, mehr Hygiene sowie verbesserten Arbeitsbedingungen. Hierdurch werden Qualität und Sicherheit der Nahrungsmittel gesteigert, Gefahren minimiert und gleichzeitig die Produktivität der Betriebe erhöht. Diese Botschaft muss aktiv an den Verbraucher herangetragen werden. Auch wenn sich viele Konsumenten eine Landwirtschaft wie früher, also in kleinen Einheiten, wünschen, kann dies nicht der Weg der Zukunft sein. Statt höherer Verbrauchersicherheit entstünden hohe volkswirtschaftliche Kosten, was die Konkurrenzfähigkeit

Jahr	1950	1991	2003
Beschäftigte	6,776	1,557	1,137

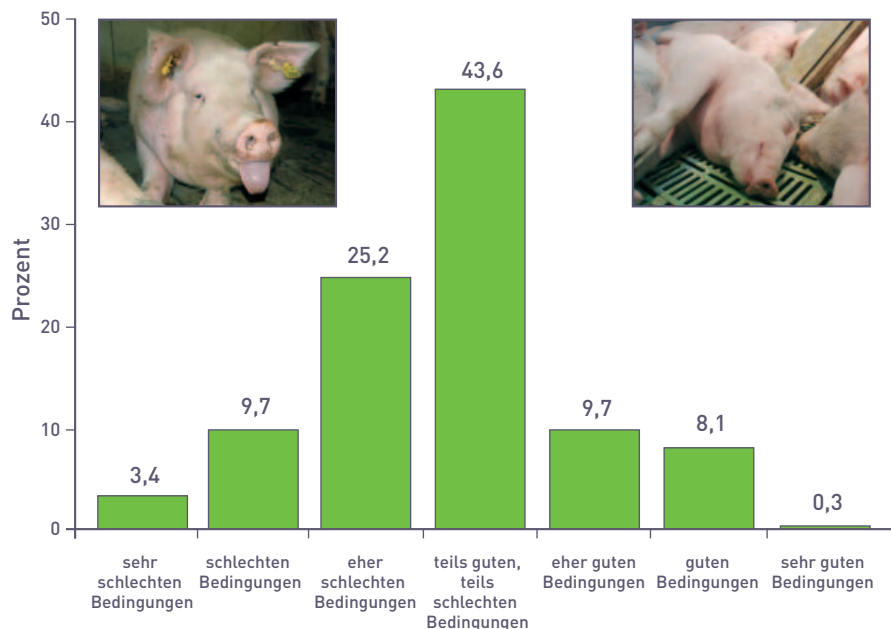
Angaben jeweils in 1.000

higkeit der Betriebe senken würde. Der damit einhergehende Verlust an Marktanteilen würde bedeuten, dass weniger Produkte aus deutschen Familienbetrieben stammen und mehr Nahrungsmittel importiert werden müssten. Dadurch würde aber das Risiko von Massentierhaltung und von geringeren Tierschutzniveaus steigen. Deshalb muss der Gesellschaft klar vermittelt werden, dass Tiergerechtigkeit keine Frage der Bestandsgröße ist. Schließlich werden Rinder und Schweine auch in Betrieben mit großen Beständen in Gruppen gehalten, die die Anpassungsfähigkeit der Tiere in der Regel nicht überfordern. Oftmals sind tiergerechte Haltungformen sogar erst ab bestimmten Bestandsgrößen realisierbar.

Kaufverhalten: Denken und Handeln oft im Widerspruch

Aus Umfragen wird immer wieder deutlich, dass der Verbraucher ambivalent handelt. In Befragungen werden stets Produkte aus artgerechter Tierhaltung bevorzugt. Der höhere Preis gilt allerdings als einer der wesentlichen Gründe für den Nichtkauf dieser Produkte. Daneben herrscht eine Informationsüberlastung, die es erschwert, neben Preis und Produktqualität noch die Prozessqualität, also die Haltungsform, zu bewerten. Oft liegt eine Diskrepanz zwischen der Einstellung zum Tierschutz und dem tatsächlichen Kaufverhalten vor. In der Überzeugung, dass Essen nur wenig kosten darf, wird oft nach den billigsten Nahrungsmitteln gegriffen. Ob Produkte zu diesen Preisen aber überhaupt noch unter natürlichen und sicheren Bedingungen erzeugt und verarbeitet werden können, fragen sich scheinbar die wenigsten Verbraucher. Deshalb muss den Verbrauchern verdeutlicht werden, dass Produkt-

Grafik 1: Heutige Schweine leben unter ...



Quelle: Eigene Erhebung

sicherheit sowie tiergerechte und umweltverträgliche Erzeugung ihren Preis haben.

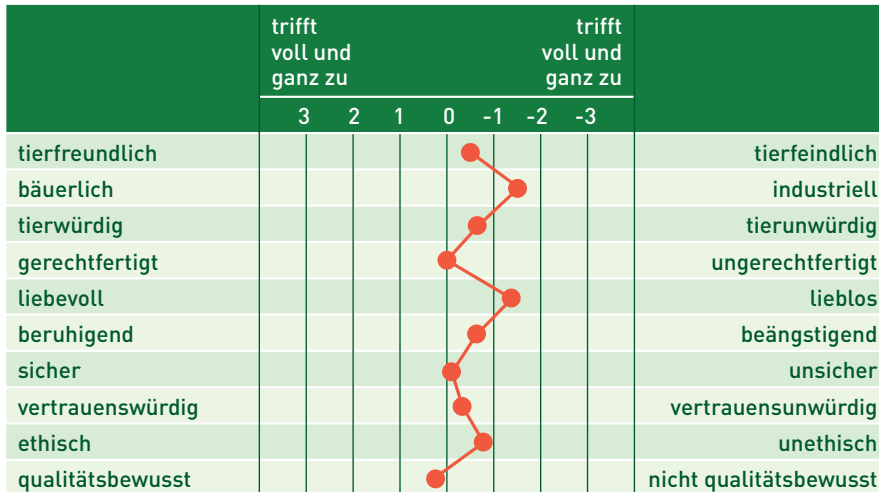
Verbraucherumfrage zu Schweinehaltung

Zwischen Dezember 2005 und Februar 2006 wurden im Rahmen einer Untersuchung an der Universität Göttingen 298 Verbraucher im Alter von 16 bis 84 Jahren über ihre Einstellungen zur modernen landwirtschaftlichen Nutztierhaltung befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass die modernen Haltungsbedingungen von Schweinen (konventionell auf Spaltenböden) insgesamt eher negativ eingeschätzt werden (Grafik1). 18,1% der Befragten beurteilten die Haltungsbedingungen als gut, 43,6% waren unentschieden („teils, teils“), und 38,3% bewerteten sie negativ. Grundsätzlich kann ein Zusammenhang zwischen der Gesamtbewertung moderner Schweinehaltung und der Häufigkeit des Fleisch- und Wurstkonsums festgestellt werden. Kritischere Personen verzehren dem-

nach deutlich weniger Fleisch. Mit Hilfe eines so genannten Polaritätenprofils sollten außerdem die Gefühle der Befragten zum Thema Schweinehaltung ermittelt werden. Auch hier wurde anhand der überwiegend negativen Einschätzungen eine eher ablehnende Einstellung der Konsumenten hinsichtlich der heutigen Schweinehaltung deutlich, wie Grafik 2 verdeutlicht.

Den Befragten wurden verschiedene Fragen zur Beurteilung moderner Haltungsbedingungen von Schweinen gestellt. Hierbei sollten sie jeweils ihre eigene Wahrnehmung, also die Einschätzung dazu, wie es in den Ställen tatsächlich aussieht, sowie die Bedeutung, die sie dem jeweiligen Aspekt beimessen, angeben. Dabei zeigte sich, dass die Befragten die Dimensionen Tierschutz, Ethik und Ethologie (Verhaltensforschung) als besonders wichtig erachten, aber anzweifeln, ob diese Aspekte auch tatsächlich in der Tierhaltung berücksichtigt werden. Die ökonomische Dimension wird als weniger wichtig für die eigenen Bewertungen

Grafik 2: Heutige Schweinehaltung ist ...



Quelle: Eigene Erhebung

empfunden, allerdings wird hier davon ausgegangen, dass tatsächlich wirtschaftlicher Druck auf die Tierhalter ausgeübt wird. Bei dieser differenzierten Betrachtung ergibt sich ein deutlich kritischeres Bild der modernen Haltungsformen als bei der Gesamtbewertung:

„Billigtrend“ bleibt

Eine Frage zur Zahlungsbereitschaft für Schweinefleisch hat gezeigt, dass insgesamt 77% der Befragten für Produkte aus Strohhaltung („tiergerecht erzeugt“) im Vergleich zur Spaltenhaltung mehr bezahlen würden. In der Realität ändert sich das Kaufverhalten der meisten Verbraucher allerdings nicht. So lassen sich nur knapp 20% als tatsächliche Zielgruppe für Fleisch aus alternativen Haltungsformen einstufen. Mangelnde Glaubwürdigkeit oder Probleme der Identifizierung so genannter tiergerecht erzeugter Produkte sowie ein fehlendes Angebot im Handel könnten hierbei eine Rolle spielen. Gleichzeitig haben auch sozioökonomische Faktoren einen Einfluss: Durch die zunehmende „Einkommens-Schere“ ändert sich zwangsweise das

Einkaufsverhalten der Konsumenten. Die Mehrheit der Verbraucher greift am „point of sale“ zu billigen Produkten, Personen mit tatsächlicher Bereitschaft zum Kauf hochpreisiger Produkte machen nur einen geringen Marktanteil aus. In Zukunft wird eine extreme Polarisierung der Märkte eintreten. So werden hochwertige Spitzenprodukte mit Qualitätsorientierung ihren Marktanteil halten können und gleichzeitig Billigmarken

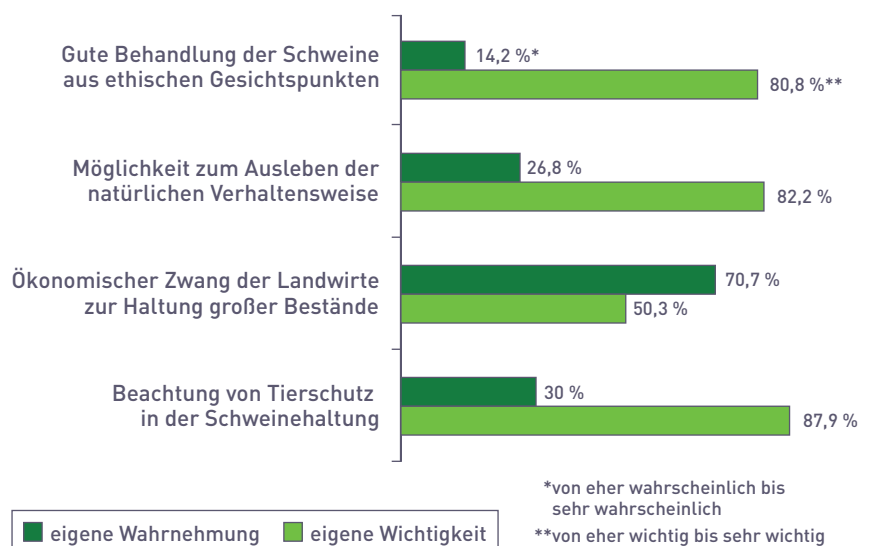
und Handelsmarken im Absatz steigern. Das mittlere Marktpreissegment dagegen wird weiter sinken. Auch der Handel hat auf diese Entwicklung bereits reagiert und sein Sortiment entsprechend angepasst. Das rasante Wachstum der Discounter untermauert diese Ergebnisse.

Fazit

Trotz hoher gesellschaftlicher Relevanz der Themen Tierschutz und tiergerechte Nutztierhaltung sowie einer negativen Einschätzung der modernen Haltungsbedingungen lässt sich nur bei einem kleineren Teil der Bevölkerung eine höhere Zahlungsbereitschaft oder eine entsprechende Veränderung des Kaufverhaltens bezüglich Fleisch aus alternativen Haltungsformen beobachten. Um die Verbrauchereinstellung zur modernen Tierhaltung positiv zu beeinflussen, spielen ein angepasstes Marketing und die richtige Kommunikation eine entscheidende Rolle.

Daniela Lemke und Marika Prasser-Strith, DLG-Marketing

Grafik 3: Wahrnehmung und Wichtigkeit der Haltungsbedingungen



Quelle: Eigene Erhebung