

Neue Wege in der Tierhaltung Verbraucheransichten und –einsichten

KTBL-Tagung am 10.4.2002 in Potsdam

1. Einführung

In den vergangenen Jahrzehnten hat sich sowohl die Tierhaltung als auch unsere Einstellung zur Tierhaltung stark verändert. Die Haltungssysteme haben sich aus der Sicht des Tier-schutzes teils verschlechtert, teils verbessert. Die öffentliche Kritik an den heutigen Hal-tungssystemen ist zugleich immer schärfer geworden (WILDNER 1998).

Eine kurze persönliche Bemerkung mag dies veranschaulichen: Als in den 60er Jahren die damals neu eingeführte Batteriehaltung von Legehennen kontrovers diskutiert wurde, war ich der Meinung, daß die Kritik an dieser Haltungsform sehr inkonsistent sei. Kühe würden sogar an Ketten gelegt und in Fressgitter geklemmt und niemand rege sich darüber auf, weil dies schon immer so gewesen sei. Die Haltung von Legehennen in Käfigen sei nur ungewohnt, die Öffentlichkeit werde das neue Haltungssystem mit der Zeit akzeptieren. Ich hatte mich gründlich geirrt: Die tatsächliche Entwicklung ist genau in die andere Richtung gelaufen. Die Kritik an der Batteriehaltung ist im Zeitablauf nicht schwächer, sondern stärker geworden und zugleich wird auch die Anbindehaltung von Kühen – eine uralte Haltungsform in bäuerlichen Betrieben - immer mehr problematisiert.

Was hat sich eigentlich verändert in den letzten vier Jahrzehnten? Der Agrarsoziologe Cle-mens Dirscherl (Vorsitzender des Ausschusses Dienste auf dem Lande (ADL) der Evangeli-schen Kirche in Deutschland (EKD)) hat hierauf folgende Antwort gegeben: *Gesellschaftlich prägend für die Sensibilisierung der Bevölkerung beim Tierschutz ist der veränderte Blick-winkel, von dem aus das Tier betrachtet wird. Über Jahrhunderte hinweg dominierte eine Nutztier-Perspektive, bei der eine ethische Rechtfertigung der Tierhaltung pragmatischen Grenzen und Bedingungen unterlag, jedoch nicht als „absolut“ angesehen wurde. In neuerer Zeit gibt es Entwicklungstendenzen zu einer Einstellungsänderung hin zum „Lebensgenos-sen“ bzw. „Lebenskameraden“ – eben ein Mitgeschöpf im wahrsten Sinne des Wortes. Dafür ist sicherlich auch der soziale Wandel in der modernen Gesellschaft verantwortlich, in des-sen Folge in kleiner werdenden Familien, kinderlosen Paarbeziehungen, partnerschaftslosen Lebensformen als Single oder Alleinstehende(r) das Tier als Spielkamerad, Kind-Ersatz, Le-benspartner oder Freund eine neue Rolle einnimmt. Eine solchermaßen durch Haustiere, wie Hund, Katze, Pferd, Hamster, Wellensittich, Hase oder Papagei geprägte Kuschtier-*

Perspektive unterzieht in einer der Natur entfremdeten Gesellschaft auch die landwirtschaftliche Nutztierhaltung einem gänzlich anderen ethischen Forderungskatalog im Umgang und in der Haltung mit ihnen. Anschaulicher Ausdruck solch veränderter Mensch-Tier-Beziehung ist die grundsätzliche Infragestellung der Tötung von Tieren zum Verzehr, was im wachsenden Trend vegetarischer Ernährung bis hin zur Vermenschlichung des Tieres bei Gottesdiensten und Tierbegräbnissen seinen Niederschlag findet. So erscheint es plausibel, dass die politische Debatte um die Aufnahme des Tierschutzes in das Grundgesetz ebenso wie die politischen Forderungen nach Verbesserung von Tiertransporten innerhalb der Europäischen Union oder der neuen Legehennenhaltungs-Verordnung in der Bevölkerung größte Resonanz findet.

Parallel zu den Einstellungen zur Tierhaltung haben sich auch die Einstellungen zu den tierischen Produkten, vor allem zum Fleisch verändert. Fleisch, das früher als hochwertiges, gesundes und wohlschmeckendes Nahrungsmittel und als Festessen besonders geschätzt wurde, ist heute zum Alltagsgut geworden, dessen Konsum ebenfalls problematisiert wird (V. ALVENSLEBEN 1994). In einer solchen Situation verstärkt sich verständlicherweise die Neigung, auch die Verfahren der Fleischproduktion kritisch zu hinterfragen. Kritik an der Tierhaltung ist also auch ein Sättigungsphänomen.

Nicht zuletzt haben sich auch die wissenschaftlichen Erkenntnisse in der Nutztierethologie vermehrt. Diese Erkenntnisse sind in die öffentliche Diskussion eingeflossen und haben unsere Einstellungen zur Nutztierhaltung verändert. Bemerkenswert ist ein Ergebnis einer internationalen Konferenz im März 2001 in Uppsala, auf der von führenden Ethologen festgestellt wurde: *„Farm animal welfare, including negative and positive feelings, can be measured in an objective way“* (UNIVERSITÄT UPPSALA 2001). Es stellt sich jedoch die Frage, ob dies von allen Fachwissenschaftlern so gesehen wird.

2. Assoziationen mit der Tierhaltung

Was für Vorstellungen hat die Bevölkerung über die heutige Tierhaltung? Eine erste Antwort geben Assoziationstests. Den Testpersonen wurden verschiedene Reizwörter vorgegeben mit der Frage „Was fällt Ihnen ein, wenn Sie das Wort hören?“. Von 60 registrierten Assoziationen mit dem Begriff „Viehhaltung“ waren nur 3 positiv, 17 neutral und 40 deutlich negativ. Die meisten der negativen Assoziationen bezogen sich auf Tierschutzaspekte. Ähnlich verlief der Assoziationstest mit dem Begriff „Geflügelhaltung“ (SIES UND MAHLAU 1997). Die Grundstimmung der Bevölkerung gegenüber der heutigen Nutztierhaltung ist bei einer deutlichen Mehrheit ziemlich vernichtend.

3. Tierschutzbedenken und Verbraucherverhalten – Ergebnisse eines EU-Forschungsprojektes

Methode: Im Rahmen eines Forschungsprojektes der Europäischen Union hatten wir die Möglichkeit, den derzeitigen Stand der Tierschutzbedenken der Verbraucher und ihre Relevanz für das Konsumentenverhalten zu untersuchen (HARPER UND HENSON 2001, KÖHLER 2002, siehe auch homepage des Verfassers). An der Studie waren Partner aus fünf Ländern beteiligt (England, Irland, Frankreich, Italien, Deutschland), so dass ein länderübergreifender Vergleich möglich war. Das Datenmaterial wurde aus einer Literaturanalyse, einer qualitativen Voruntersuchung (Gruppendiskussionen, Tiefeninterviews) und einer quantitativen Befragung einer repräsentativen Verbraucherstichprobe (n = 2500, 500 je Land) gewonnen.

Ergebnisse der Gruppendiskussionen: Die Gruppendiskussionen ergaben, dass Tierschutzprobleme im Kontext mit dem Thema Nahrungsmittelqualität selten **spontan** genannt wurden. Allerdings waren die **gestützten** Bedenken (wenn das Tierschutzproblem direkt thematisiert wurde) gegenüber der heutigen Tierhaltung sehr stark. Sie bezogen sich vor allem auf die Batteriehaltung von Hühnern und auf enge Kälberboxen. Dabei war der Informationsstand der Diskussionsteilnehmer allgemein sehr gering. Es bestand überwiegend die Neigung zur Generalisierung, d.h. man neigte zu der Vermutung, daß die Nutztiere generell schlecht gehalten werden („Massentierhaltung“). Wichtigste Kriterien für das Tierwohl waren die Natürlichkeit der Haltungsform und die humane Behandlung der Tiere. Das Tierwohl diente zugleich als Indikator für die Qualität, Gesundheit und Sicherheit der Produkte.

Ergebnisse der Repräsentativbefragung: In der Repräsentativbefragung ergab sich folgende Rangfolge der Akzeptanz der Haltungssysteme nach Tierarten: Milchviehhaltung, Schafhaltung, Schweinehaltung, Rindermast, Legehennenhaltung, Kälbermast, Geflügelmast. Offenbar gehen sehr viel Verbraucher davon aus, daß auch Mastgeflügel in Käfigen gehalten wird. Auf die Frage, was für das Tierwohl wichtig ist, ergibt sich aus der Sicht der Befragten folgende Rangfolge: Fütterung, Platz, Auslauf ins Freie, Transport, natürliches Verhalten und Schlachtung. Erstaunlich ist der hohe Stellenwert der Fütterung. Dies hängt wahrscheinlich mit der intensiven Diskussion über das Tiermehlverbot zum Zeitpunkt der Befragung (Dezember 2000) zusammen.

Wie ist die Verhaltensrelevanz der Tierschutzbedenken der Verbraucher einzuschätzen? Um diese zu erfassen, wurden die Auskunftspersonen zunächst danach gefragt, inwieweit sich ihr Verbrauch an tierischen Produkten in den letzten Jahren geändert hat. Hierbei ergab sich als Tendenz eine Verringerung des Verbrauchs an rotem Fleisch, vor allem Rindfleisch, und

von Eiern. Dagegen wurde der Verbrauch von Geflügelfleisch und von Milchprodukten als steigend eingeschätzt. Als Gründe für die Verbrauchsminderungen wurden genannt: Gesundheit, Sicherheit (BSE), Qualität (Geschmack, Fettgehalt), veränderter Lebensstil, veränderte Haushaltsgröße und Preise. Tierschutzbedenken und ethische Gründe kamen als spontane Nennungen selten vor. Bei direkter Abfrage wurden Tierschutzbedenken dagegen häufig als Ursachen von Verbrauchsänderungen angegeben. Viele Verbraucher behaupten, sie kaufen bewusst tierfreundlich erzeugte Produkte (z.B. Freiland-Eier, Öko-Produkte).

Fazit: Es besteht ein starkes latentes Unbehagen, das durch Kommunikation aktiviert und verhaltenswirksam werden kann.

4. Wahrnehmungspsychologische Erklärungen

Die Wahrnehmung von Tierschutzproblemen in der Nutztierhaltung vollzieht sich in einer Situation allgemeiner Informationsüberlastung des Konsumenten. Die Anbieter von Informationen unterliegen einer starken Beachtungskonkurrenz. Nur ein kleiner Teil der angebotenen Informationen kann von den Verbrauchern wahrgenommen werden. Ob Informationen aufgenommen werden, hängt wesentlich vom Involvement, d.h. vom Interesse und inneren Engagement der Empfänger ab. Dieses ist bei den Verbrauchern sehr unterschiedlich. In einer neueren englischen Untersuchung hinsichtlich des Informationsinteresses der Verbraucher an der Lebensmittelerzeugung wurden drei Gruppen unterschieden: (1) Ignorante (38 %), die kein Interesse an neuen Informationen haben, (2) Inaktive (51 %), die zwar gute Vorsätze haben aber nichts tun und (3) Wissbegierige (11 %), die aktiv nach Informationen suchen. Infolge von BSE und MKS hatte sich der Anteil der Inaktiven auf Kosten der Ignoranten zwar erhöht, aber der Anteil der Wissbegierigen war zugleich konstant geblieben. Die große Mehrheit der Konsumenten scheint also in Fragen der Lebensmittelerzeugung nicht sonderlich interessiert bzw. engagiert zu sein. Sie bilden ihre Vorstellungen über die Produktionsmethoden vornehmlich auf dem peripheren Weg der Informationsverarbeitung. Zur Vereinfachung der Wahrnehmung werden Denkschablonen und Schlüsselinformationen (cues) verwendet. Die Wahrnehmung von Tierschutzproblemen unterliegt dadurch tendenziell Verzerrungen, die man unter den vier Stichworten „Verwendung von Schlüsselinformationen“, „Generalisierung“, „Vermenschlichung“ und „Natürlichkeitspräferenz“ zusammenfassen kann.

Verwendung von Schlüsselinformationen: Bei der Beurteilung von Produkten verlässt man sich häufig auf einzelne Eigenschaften, die dann zu Schlüsselinformationen (cues) werden. Dies tut man, um weiteren Suchaufwand und kognitiven Aufwand zu vermeiden, was aus informationsökonomischer Sicht durchaus sinnvoll sein kann. Schlüsselinformationen

können die äußere Qualität, der Preis, die Marke, ein Gütesiegel oder solche Begriffe, wie „Freiland“ oder „Öko“ sein. Von diesen Eigenschaften schließt man dann auf andere Eigenschaften, wie Geschmack, Gesundheit oder Sicherheit der Produkte. Hiermit sind sehr häufig Wahrnehmungsverzerrungen verbunden. Beispiel: Die besonderen Geschmacksqualitäten von Geflügel unter dem *Label Rouge* sind durch die Rasse und das höhere Endgewicht verursacht, werden aber von vielen Verbrauchern der Freilandhaltung zugeschrieben.

Generalisierung: Unter der Generalisierung versteht man die Neigung, Einzelbeobachtungen zu verallgemeinern. Eigenschaften eines Meinungsgegenstandes werden auf andere ähnliche Meinungsgegenstände übertragen (Imagetransfer). Bei der Wahrnehmung der Tierhaltung sind solche Generalisierungen weit verbreitet. Beispiel: „Die Landwirtschaft hält die Tiere in Käfigen und kassiert dafür noch Subventionen“. Differenziertere Betrachtungsweisen, z.B. die Unterscheidung zwischen verschiedenen Tierarten und den verschiedenen Sparten der Landwirtschaft fallen schwer.

Vermenschlichung: Vorstellungen über das Tierwohl werden durch Vorstellungen über das eigene Wohl geprägt, d.h. Bedürfnisse der Tiere werden mit denen der Menschen gleichgesetzt. Beispiel: Dass Kühe auf der Weide ohne Aufsicht und tierärztliche Hilfe abkalben, ruft oft Empörung bei Anliegern und Spaziergängern hervor. Ähnliches gilt für die ganzjährige Freilandhaltung von Rindern: „Wie kann man die Tiere bei dieser Kälte draußen lassen!“

Natürlichkeitspräferenz („natural bias“): Bei der Beurteilung von Haltungssystemen ist oftmals die Natur das Maß aller Dinge. Der amerikanische Psychologe ROZIN (2001) hat die Erscheinungsformen und psychologischen Ursachen dieser Natürlichkeitspräferenz untersucht und spricht in diesem Zusammenhang von einem „natural bias“. MIELE (2001) stellt hierzu fest: *„Natural seems to be the solution for everything. Natural is a guarantee that things are done according to pre-existing and well-established rules. Natural is also associated with the idea of not changing what is established, what is a traditional way“*. Die Natürlichkeitspräferenz dürfte zum Teil erklären, warum die Freilandhaltung von Schweinen bei der Abfrage der Vor- und Nachteile landwirtschaftlicher Technologien einen Spitzenwert erreichte (Tabelle 1, PETERSEN UND BRUHN 2001, v. ALVENSLEBEN 2001).

Die negativen Eindrücke von der Tierhaltung – oftmals verstärkt durch die genannten Wahrnehmungsverzerrungen – erzeugen ein latentes Unbehagen, das jedoch bei den Kaufentscheidungen weitgehend verdrängt wird (disassociation) oder durch andere Eindrücke überlagert wird und deshalb bei der großen Mehrheit der Bevölkerung noch verhältnismäßig wenig verhaltenswirksam ist.

**Tab. 1: Beurteilung von Agrartechnologien durch den Verbraucher
1989 – 2000**

Skalen: 1 = sehr viel mehr Nachteile, 5 = sehr viel mehr Vorteile		
Technologie	Mittelwerte	
	1989	2000
Freilandhaltung von Schweinen	-	4,5
Melkmaschinen	4,1	4,3
Herkömmliche Pflanzenzüchtung	4,0	4,2
Alternativer Landbau	4,2	3,9
Herkömmliche Tierzucht	3,4	3,6
Automatische Tierfütterung	3,1	3,4
Mineraldünger	2,6	3,2
Melkroboter	-	3,0
Gentechnik bei Pflanzen	2,9	2,4
Chemischer Pflanzenschutz	1,9	2,2
Gentechnik bei Tieren	-	2,1
Frage: Jede Technik hat ihre Vorteile und Nachteile. Ich nenne Ihnen jetzt einige neuere Techniken in der Landwirtschaft. Können Sie mir anhand dieser Skala sagen, bei welcher dieser Techniken die Vorteile oder die Nachteile für die Menschheit überwiegen? Bitte nennen Sie eine Ziffer von 1 - 5.		
<i>Quelle: Lehrstuhl für Agrarmarketing der Universität Kiel. Verbraucherbefragungen in Hannover und Kiel 1989 (n=326) und Kiel 2000 (n = 270)</i>		

5. Wirkung von Kommunikation

Kritische Informationen über die Nutztierhaltung aktivieren die latenten negativen Assoziationen und führen zu einer kognitiven Inkonsistenz bei den Betroffenen. Jeder Mensch hat in solchen Fällen das Bedürfnis, die Inkonsistenzen in seinen Einstellungen zu beseitigen oder von vornherein zu vermeiden. Hierbei kommen folgende Strategien infrage:

- 1. Nichtbeachtung der Information
- 2. Weitere Verdrängung
- 3. Rechtfertigung, z.B.
 - Zweifel an der Glaubwürdigkeit der Information
 - Leugnen der Verantwortlichkeit (z.B. Regierung ist verantwortlich)
 - Irrelevanzeindruck („Durch mein Verhalten kann ich sowieso nichts ändern“)
- 4. Verhaltensänderung
 - Sporadischer Konsumverzicht
 - Totaler Konsumverzicht
 - Konsum anderer Produkte, von denen angenommen wird, daß ihre Erzeugung aus Sicht des Tierschutzes akzeptabel ist.

Verhaltensänderungen sind erst nach dem Überschreiten einer Reiz/Toleranzschwelle zu erwarten. Sie sind in der Sozialisationsphase wahrscheinlicher als später, wenn das Verhalten stärker habitualisiert ist.

6. Der Einfluß der BSE-Krise

Eine sehr starke Aktivierung der Verbraucher erfolgte durch die intensive Medienberichterstattung während der BSE-Krise 2000/2001. Sie war ein sogenanntes „Schlüsselereignis“ (KEPPLINGER UND HABERMEIER 1996), durch das u.a. die Tierschutzprobleme verstärkt in den Blick der Öffentlichkeit geraten sind. Hieran war vor allem die Bildkommunikation der Medien beteiligt. Bilder sind „schnelle Schüsse ins Gehirn“ (KROEBER-RIEL). Sie werden von den Konsumenten bevorzugt und schneller wahrgenommen und besser behalten. Sie unterlaufen die gedankliche Kontrolle der Empfänger und wirken somit unter der Bewusstseinschwelle. Es ist schwer, sich ihrer Wirkung zu entziehen. Durch diese Bildwirkungen kommt es bei den Konsumenten zu Konditionierungen, die im Fall der BSE-Berichterstattung starke negative Assoziationen mit den Begriffen Fleisch und Tierhaltung und eine entsprechende Kaufzurückhaltung hervorgerufen haben. Allerdings gab es - als die Reizintensität (der Medienberichterstattung) wieder nachließ - überraschend schnell verlaufende Vergessensprozesse (BRUHN 2001). Dennoch konnten wir noch im Sommer 2001 feststellen, daß die Sensibilisierung der Verbraucher in Tierschutzfragen im Vergleich zu 1999 stärker geworden ist. Die Tierschutzprobleme sind den Menschen bewußter geworden, wobei aber gleichzeitig eine gewisse Polarisierung der Meinungen zu beobachten war.

7. Wirkung von Kennzeichnungen

Eine wichtige Voraussetzung für die Nachfrage nach besonders tiergerecht erzeugten Produkten ist, daß sie von den Verbrauchern auch differenziert wahrgenommen werden können. Deshalb wird die Kennzeichnung solcher Produkte gefordert. Eine solche Kennzeichnung ist allerdings nur eine notwendige und keine hinreichende Bedingung für die Erzeugung von Nachfrage für besonders tiergerecht erzeugte Produkte. Man muß sicherstellen, daß die Kennzeichnung auch wahrgenommen wird und den Verbraucher soweit aktiviert, daß er das gekennzeichnete Produkt anderen Produkten vorzieht.

Wir haben im Sommer 2001 mittels einer Conjoint-Analyse ein Experiment mit einem fiktiven staatlichen Tierschutzsiegel für Schweinefleisch durchgeführt. Grundgesamtheit war eine repräsentative Verbraucherstichprobe in der Stadt Kiel (n = 225), die wir in zwei Teilstichpro-

ben aufgeteilt haben. Den Testpersonen wurden verschiedene Angebote von Schweinefleisch vorgelegt, die sich in folgenden Kriterien unterschieden:

- Prüfsiegel (CMA-Prüfsiegel - Staatliches Tierschutzsiegel mit der Aussage: „Tiergerecht erzeugt – staatlich geprüft“ - Kein Siegel)
- Marke (Gutfleisch – Landklasse - Keine Marke)
- Preis (8,99 DM/kg - 11,99 DM/kg - 13,99 DM/kg)

In Teilstichprobe 2 wurde zusätzlich ein Informationstext mit folgenden Wortlaut vorgelegt: *„Grundidee des „staatlichen Prüfsiegels“ ist eine tiergerechte Erzeugung. Neben ständigen und lückenlosen Kontrollen auf allen Stufen der Erzeugung und Vermarktung gewährleisten Produkte mit diesem Zeichen, daß den Tieren ausreichende Bewegungsfreiheit zugestanden wird. Die Tiere leben in Ställen mit viel Tageslicht, Stroheinstreu und haben häufig freien Zugang nach draußen.“* Die Teilstichprobe 1 erhielt keine zusätzliche Information. Alle Testpersonen sollten dann die verschiedenen Angebote in eine Präferenzrangfolge bringen. Die Auswertung ergab, dass in Stichprobe 1 – also ohne weitere Information – der relative Einfluss der Eigenschaften Preis, Marke und Kennzeichnung auf die Präferenzrangfolge jeweils etwa gleich groß war. Weiterhin: Das getestete staatliche Tierschutzsiegel hatte etwa den gleichen Nutzenwert wie das CMA-Prüfsiegel und einen etwas geringeren Wert als die Marken „Gutfleisch“ und „Landklasse“. Durch die gegebene Information über das Tierschutzsiegel in Teilstichprobe 2 verdoppelte sich der ermittelte Nutzenwert des Tierschutzsiegels. Der relative Einfluss des Preises ging etwas zurück und der Einfluss der Kennzeichnung stieg etwas an. Dieses Experiment verdeutlicht, dass die Wirksamkeit eines Tierschutzsiegels entscheidend davon abhängt, wie stark die Verbraucher durch Kommunikation (z.B. auch durch Bildkommunikation) aktiviert werden können. Dabei bleibt allerdings offen, wie viele Verbraucher tatsächlich bereit sind, die höheren Preise zu zahlen, die zur Deckung der höheren Kosten des unterstellten Haltungssystems erforderlich sind.

8. Verhaltensrelevanz der Einstellungen

Es gibt bisher nur wenige quantitative Studien über die Verhaltensrelevanz der Tierschutzbedenken. Eine Analyse für die Schweiz ergab, dass sie den Verbrauch von Fleisch insgesamt nur wenig beeinflussen (BADERTSCHER FAWAZ ET AL. 1998), jedoch ist der Einfluss auf den Kauf von besonders tiergerecht erzeugten Fleisches etwas größer. In einer eigenen Untersuchung konnten wir 1994 feststellen, dass die erklärte Varianz des selbst berichteten Fleischkonsums zu 80 % auf einen Faktor „Präferenz“ und zu 20 % auf einen Faktor „Vertrauen“ zurückzuführen war, der auch Tierschutzaspekte umfasste (V. ALVENSLEBEN 1994).

In einer 1999 durchgeführten Untersuchung entfielen auf den Faktor „Präferenz“ 70 %, auf den Faktor „Vertrauen“ 14 % und auf einen spezifischen Faktor „Tierschutzbedenken“ 15 % der erklärten Varianz des selbst berichteten Fleischkonsums (EGGERT 2000). Offenbar ist die Verhaltensrelevanz der Tierschutzbedenken auf dem Fleischmarkt zwar gering, aber steigend. Zusätzliche Impulse dürfte die BSE-Krise ausgelöst haben. Etwas stärker scheint die Verhaltensrelevanz auf dem Eiermarkt zu sein. Dies schlägt sich in wachsenden Anteilen von alternativen Haltungsformen nieder. In Deutschland lag ihr Anteil 1997 bei 7% und 2000 bei 11 % (ZMP 2002). Durch die weitere Auswertung des im Rahmen des o.g. EU-Projektes gewonnenen Datenmaterials erhoffen wir uns zusätzliche Erkenntnisse – auch über die relative Bedeutung der Kaufbarrieren für besonders tiergerecht erzeugte Produkte (KÖHLER 2002).

9. Schlussfolgerungen

Bei der Frage, ob und wie weit die Standards der Tiergerechtheit unserer Nutztierhaltung einer kollektiven oder individuellen Wertentscheidung unterliegen sollten, ergeben sich schwierige Abwägungsprozesse:

- Erfolgt die Steuerung der Produktion über den Markt, so muss man damit rechnen, dass die Ergebnisse durch die o.g. Informationsüberlastung, Wahrnehmungsverzerrungen und Verdrängungsprozesse von der Nachfrageseite verzerrt werden. Es könnte einerseits zu wenig Tiergerechtheit nachgefragt werden. Andererseits könnte die Nachfrage durch eine emotionale Kommunikation auf Produkte gelenkt werden, die subjektiv Eigenschaften aufweisen, die objektiv nicht vorhanden sind – d.h. es könnte zu einer Irreführung der Verbraucher kommen. Irreführung der Verbraucher wird bereits jetzt einigen Anbietern wegen ihrer Verpackungsgestaltung vorgeworfen. Es stellt sich die Frage, ob es überhaupt möglich ist, alle Verbraucher sachgerecht zu informieren, und wer dies tun könnte.
- Wird über die Tierschutzstandards kollektiv entschieden, so müssen die staatlichen Normen im politischen Entscheidungsprozess festgelegt werden. Hierbei besteht die Gefahr einer populistischen Verzerrung der Ergebnisse. Politiker unterliegen den gleichen Wahrnehmungsverzerrungen und Vorurteilen wie die übrige Bevölkerung (SCHEPER 1999).

Wenn es stimmt, dass die Fortschritte in der Nutztierethologie inzwischen soweit gediehen sind, dass Tierwohl objektiv messbar ist, dann bietet sich als Lösung des Dilemmas eine politische Entscheidung auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse an. Sie sollten bei Entscheidungen über Tierschutzstandards einen größeren Stellenwert erhalten als bisher. Allerdings ist damit noch nicht das Problem der Verzerrungen im internationalen Wettbewerb gelöst, wenn nationale Regierungen unterschiedliche Standards beschließen.

Literatur

- V. ALVENSLEBEN (1994): Der Imageverfall bei Fleisch – Ursachen und Konsequenzen. In: Agrarwissenschaftliche Fakultät der Christian-Albrechts-Universität (Hg): Vorträge zur Hochschultagung 1994. Schriftenreihe der Agrarwissenschaftlichen Fakultät, Heft 77, S. 147-155.
- V. ALVENSLEBEN (2001): Beliefs associated with Food Production Methods. In: FREWER, L., RISVIK, E., SCHIFFERSTEIN, H. (EDS): Food, People and Society – A European Perspective of Consumer's Food Choice. Springer-Verlag Berlin Heidelberg New York, p. 381-400.
- BADERTSCHER FAWAZ, R., JÖRIN, R., RIEDER, P. (1998): Einstellung zu Tierschutzfragen: Wirkungen auf den Fleischkonsum. Agrarwirtschaft 47 , S. 107-113.
- BRUHN, M. (2001): Verbrauchereinstellungen zu Bioprodukten – Der Einfluß der BSE-Krise 2000/2001. Lehrstuhl für Agrarmarketing der Universität Kiel, Arbeitsbericht Nr. 20, 46 S.
- DIRSCHERL, C. (2001): Die Landwirtschaft im Spannungsfeld gesellschaftsethischer Erwartungen. In: Festschrift für Ulrich Planck. Stuttgart-Hohenheim
- EGGERT, M. (2000): Konsumenteneinstellungen und -verhalten bei Fleisch – Ergebnisse einer Verbraucherbefragung 1999. Diplomarbeit Kiel.
- HARPER, G., HENSON, S. (2001): Consumer Concerns about Animal Welfare and the Impact on Food Choice. EU FAIR CT98-3678. Final Report, 38 p.
- KÖHLER, F. (2002): Dissertation Kiel in Vorbereitung.
- KEPPLINGER, H.M., HABERMEIER, J (1996): Ereignisserien. Was kann man nach spektakulären Vorfällen über die Wirklichkeit wissen? in: Claudia Mast (Hg) "Markt - Macht - Medien" Band 23. Konstanz, S. 261-272.
- MIELE, M. (2001): Consumer Concern about the Impact of Animale Welfare Standards on Food Safety and Quality. In: G. HARPER (ED): Proceedings of the Dissemination Seminar. EU FAIR CT98-3678. Reading, S. 15
- PETERSEN, G., BRUHN, M. (2001): Einstellungen der Bevölkerung zu modernen Technologien in der Land- und Ernährungswirtschaft. Lehrstuhl für Agrarmarketing der Universität Kiel. Arbeitsbericht Nr. 19, 91 S.
- ROZIN, P. (2001): „Natural bias“: why and for what reason do people prefer things, that are natural? Food Chain 2001 Safe – Sustainable – Ethical. Programme Abstracts. Uppsala.
- SCHEPER, U. (1999): Das Image der Landwirtschaft bei Meinungsmultiplikatoren. Diss. Kiel.
- SIES, S., MAHLAU, G. (1997): Das Image der Landwirtschaft - Ergebnisse von Assoziations-tests. Lehrstuhl für Agrarmarketing der Universität Kiel. Arbeitsbericht Nr. 6, 71 S.
- UNIVERISITÄT UPPSALA (HG), (2001): Food Chain 2001 – Safe – Sustainable - Ethical: Conclusions. Ergebnisprotokoll einer Tagung am 14.-16.3.2001 in Uppsala/Schweden.
- WILDNER, S., 1998: Die Tierschutzproblematik im Spiegel von Einstellungen und Verhaltensweisen der deutschen Bevölkerung – eine Literaturanalyse. Lehrstuhl für Agrarmarketing der Universität Kiel. Arbeitsbericht Nr. 9, 50 S.