

**Tierschutzbedenken
und Verbraucherverhalten -
Erste Ergebnisse
einer international vergleichenden Studie**

Florian Köhler

**Lehrstuhl für Agrarmarketing, Institut für Agrarökonomie
Universität Kiel**

**Dieser Foliensatz basiert auf Vorträgen des Autors vom 05.11.01 im
Seminar für Tierproduktion der Universität Göttingen und 14.11.01
im Seminar für Tierproduktion der Universität Kiel.**

This study is derived from a project entitled "Consumer Concern about Animal Welfare and the Impact on Food Choice" (CT-98-3678), financed by the European Commission's fourth Framework FAIR programme. The study does not necessarily reflect the views of the Commission or the partner organisations. Furthermore, the study does not anticipate future policy.

I would like to acknowledge the contribution of the project partners:

Dr Spencer Henson and Dr Gemma Harper, The University of Reading, United Kingdom; Mr Cathal Cowan and Ms Hilary Meehan, National Food Centre, Dublin, Ireland; Dr Arouna Ouédraogo, Institut National de la Recherche Agronomique, Paris, France; Dr Mara Miele and Ms Vittoria Parisi, Università Degli Studi di Pisa, Italy; Professor Dr. Reimar von Alvensleben, Christian Albrechts Universität zu Kiel, Germany; Mr Mick Sloyan, Meat and Livestock Commission, Milton Keynes, United Kingdom; Ms Sonja van Tichelen and Dr David Wilkes, Eurogroup for Animal Welfare, Brussels, Belgium; Mr John Keane, Bord Bia, Dublin, Ireland.

Besonders bedanken möchte ich mich bei Gemma Harper und Hillary Meehan. Folien 4, 5, 8, 9, 11, 15 sind ganz oder teilweise einem Vortrag von Gemma Harper und Folien 26 - 28, 31 - 33 und 37 einem Vortrag von Hillary Meehan entnommen. Diese Vorträge wurden anlässlich der Abschlußkonferenz des Forschungsprojektes im September 2001 in Brüssel gehalten.

Florian Köhler, Institut für Agrarökonomie, Universität Kiel

Gliederung

- 1. Einleitung**
- 2. Tierschutzbedenken**
- 3. selbstberichtetes Verzehrverhalten**
- 4. Verhaltensbarrieren, sonstige Präferenzen**
- 5. Schlußfolgerungen**

1. Projekt-Partner

- **University of Reading (Co-ordinator, GB)**
- **National Food Centre (Irland)**
- **University of Pisa (Italien)**
- **Institut National de la Recherche Agronomique (Frankreich)**
- **Universität Kiel (Deutschland)**
- **Eurogroup for Animal Welfare (Belgien)**
- **Meat & Livestock Commission (GB)**
- **Bord Bia (Irland)**

EU-Projekt: “Consumer Concerns about Animal Welfare and the Impact on Food Choice”

Juni 1998 - September 2001

Methoden

- **Literaturrecherche**
- **Fokusgruppen**
- **Tiefeninterviews**
- **Telefonbefragung**
(siehe Folgefolie, die meisten Folien beziehen sich auf diese Befragung)
- **Bewertung von Strategien**

Informationen/Projektberichte:

www.uni-kiel.de/agrarmarketing/EU/euprojekt.html

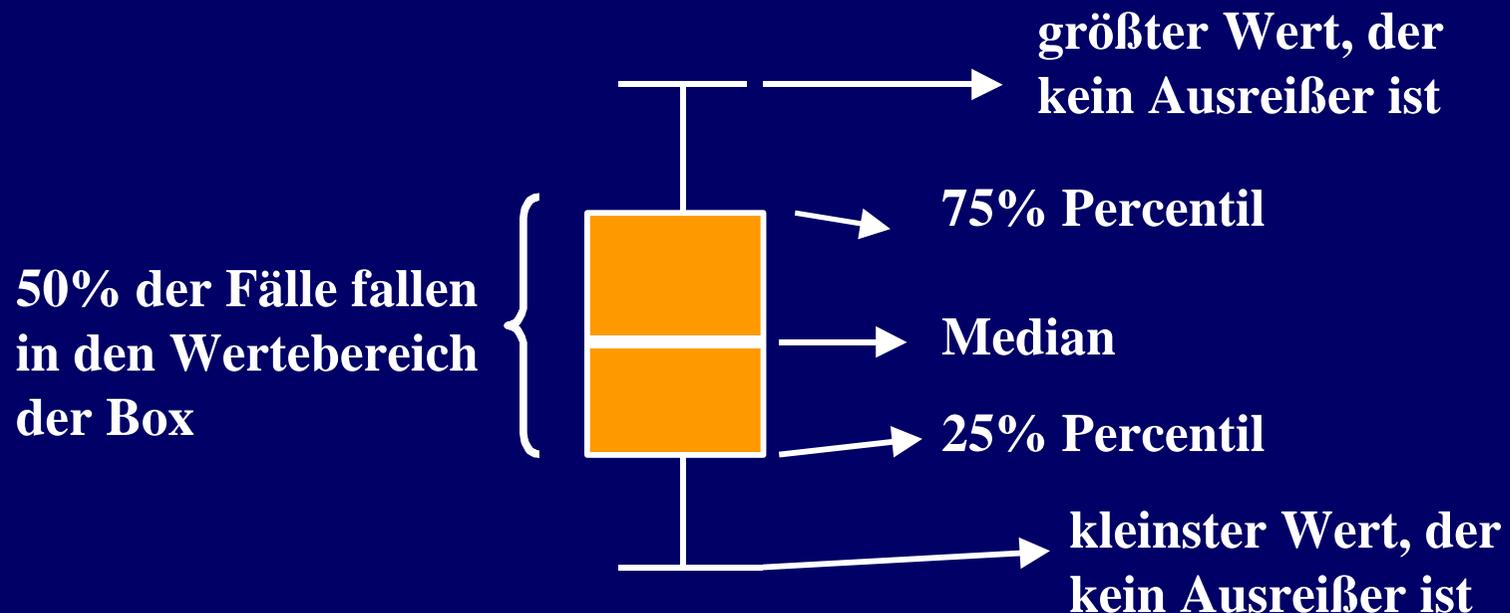
Florian Köhler, Institut für Agrarökonomie, Universität Kiel

CATI Verbraucherbefragung

- **N=2512 Personen**
GB: n=500, Ir: n=504, F: n=500, I: n=501, D: n=507
- **Befragungszeitraum: Nov./Dez. 2000**
- **Konsum von mindestens 2 von 7 genannten tierischen Produkten**
- **Alter: ab 18**
- **Repräsentative Quotenauswahl für**
1) Geschlecht, 2) Bundesland/Region,
3) Haushaltsgröße
- **D: ansonsten zufällige Auswahl aus „Produkt&Markt“-Telefonpool von 50.000**

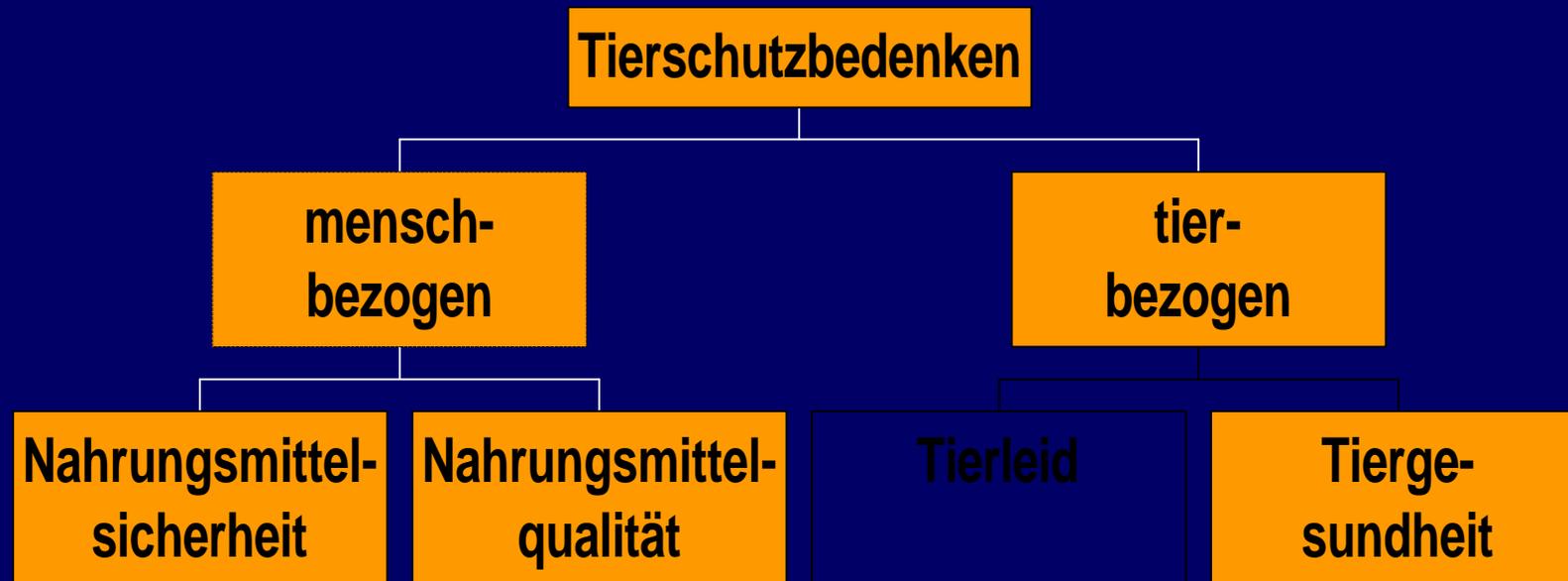
Boxplot

zur Darstellung der Häufigkeitsverteilung einer Variablen

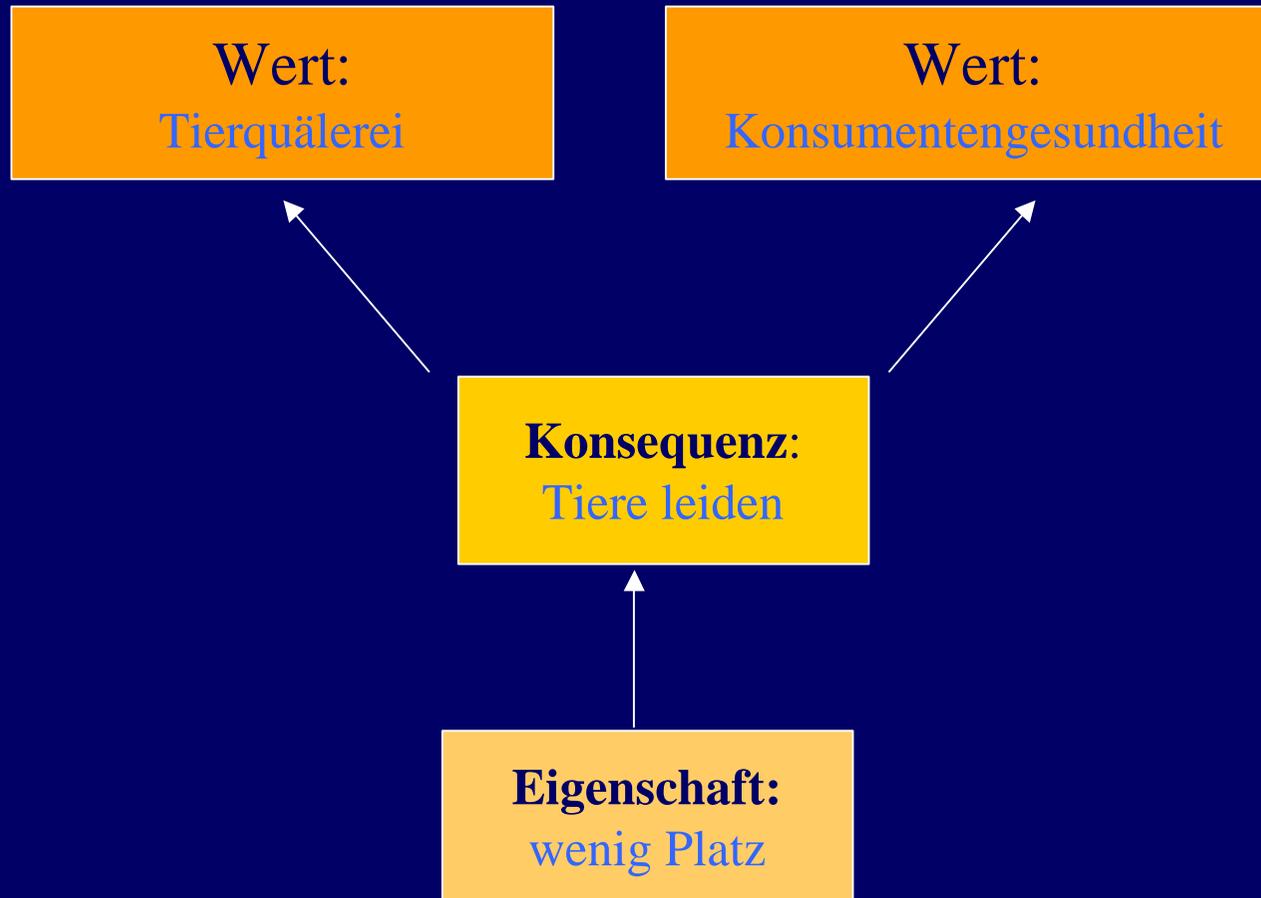


Der Wertebereich der hier benutzten Boxplots reicht von 1 bis 5. Nicht zum Wertebereich gehören 0 und 6, die auf einigen Folien nur aus technischen Gründen angezeigt werden.

2. Art der Tierschutzbedenken von Verbrauchern I



Ziel-Mittel-Beziehungen



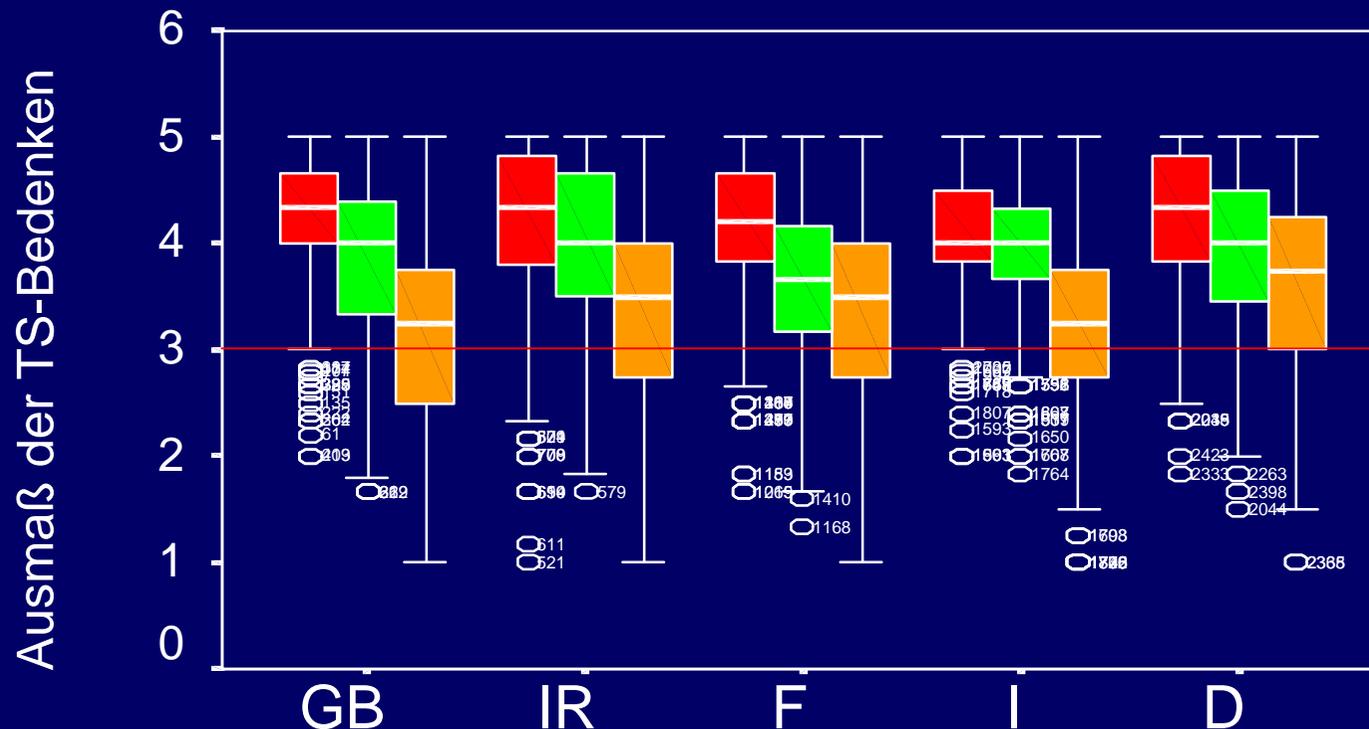
Art der Tierschutzbedenken II

- spontane Bedenken variieren je nach Situation/Schlüsselreiz
(‘Tierhaltung’ vs. ‘Fleisch’ vs. ‘Lebensmittel’)
- gestützte Bedenken stärker als spontane Bedenken
- starke TS-Bedenken über Tierhaltung & Tiertransporte (auch spontan)
- Tierfütterung Teil des wahrgenommenen Tierschutzes

Art der Tierschutzbedenken III

- **teilweise generalisierte Wahrnehmung**
(über Tierarten & bzgl. Tierschutzkonsequenzen)
- **Starke Bedenken in speziellen Bereichen:**
 - Käfighaltung
 - Kälberhaltung in kleinen Verschlägen
- **Bedeutung von Tierschutz/Tierwohl:**
 - natürlich
 - human
 - Eigenwert des Tieres
 - Freilandhaltung

Art und Ausmaß von Tierschutzbedenken

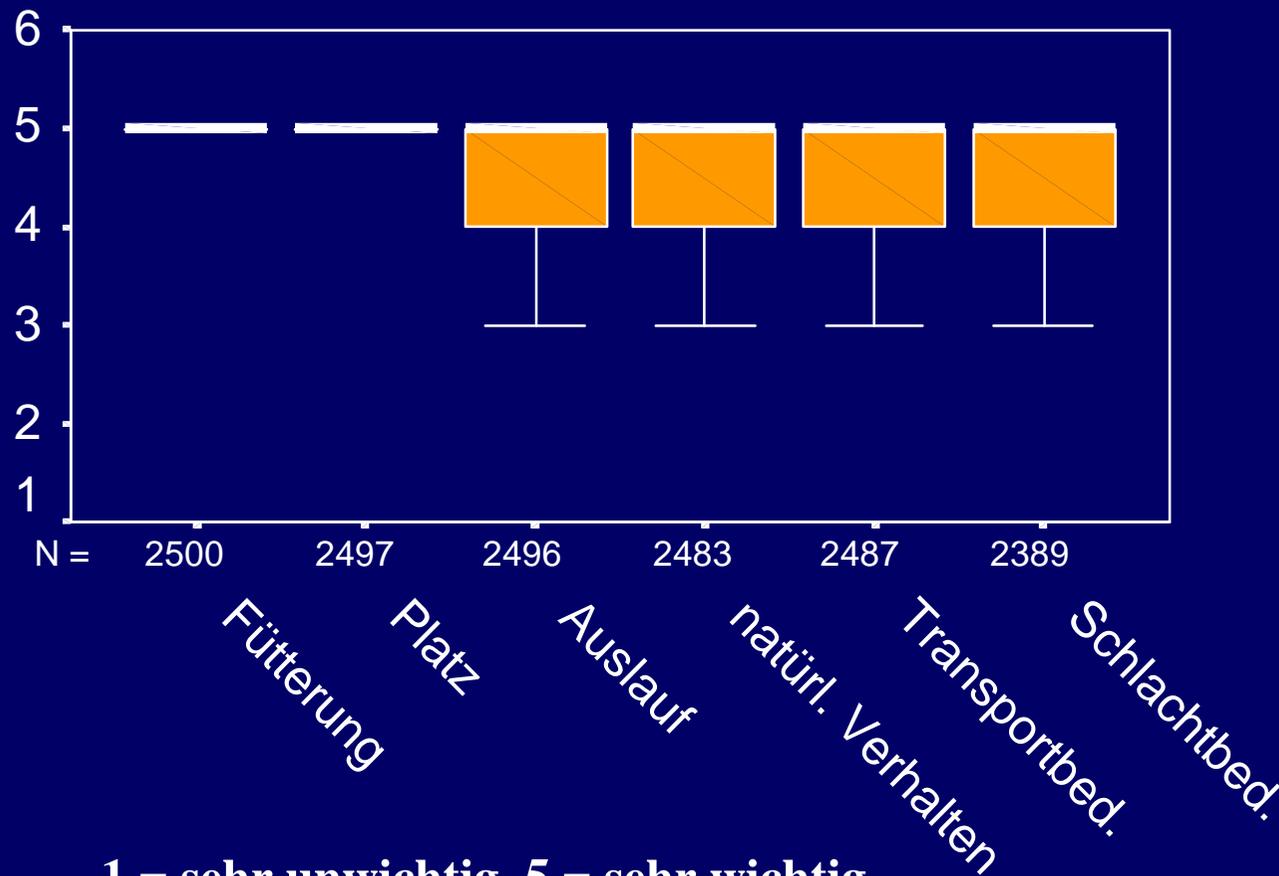


tierorientierte TS-Bedenken; menschenorientierte TS-Bedenken;

Gegenwärtigkeit von TS-Bedenken

1 = gar keine Bedenken, 5 = starke Bedenken

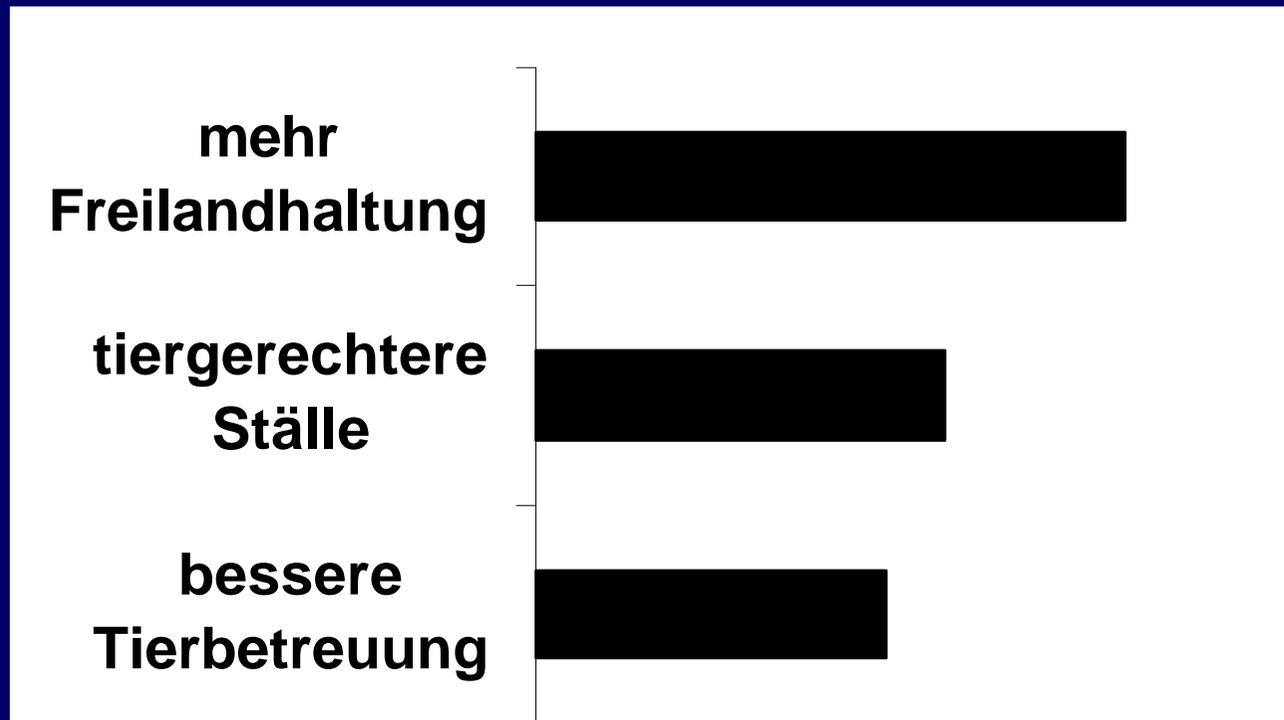
Bedeutung von Haltungsbedingungen für das Wohlergehen der Tiere



1 = sehr unwichtig, 5 = sehr wichtig

Florian Köhler, Institut für Agrarökonomie, Universität Kiel

Vergleichender Stellenwert von Tierschutzmaßnahmen



Quelle: www.kagfreiland.ch

Telefonbefragung, LINK Institut, Luzern, November 2000,
n=850 Stimmberechtigte, Deutsch- & Westschweiz

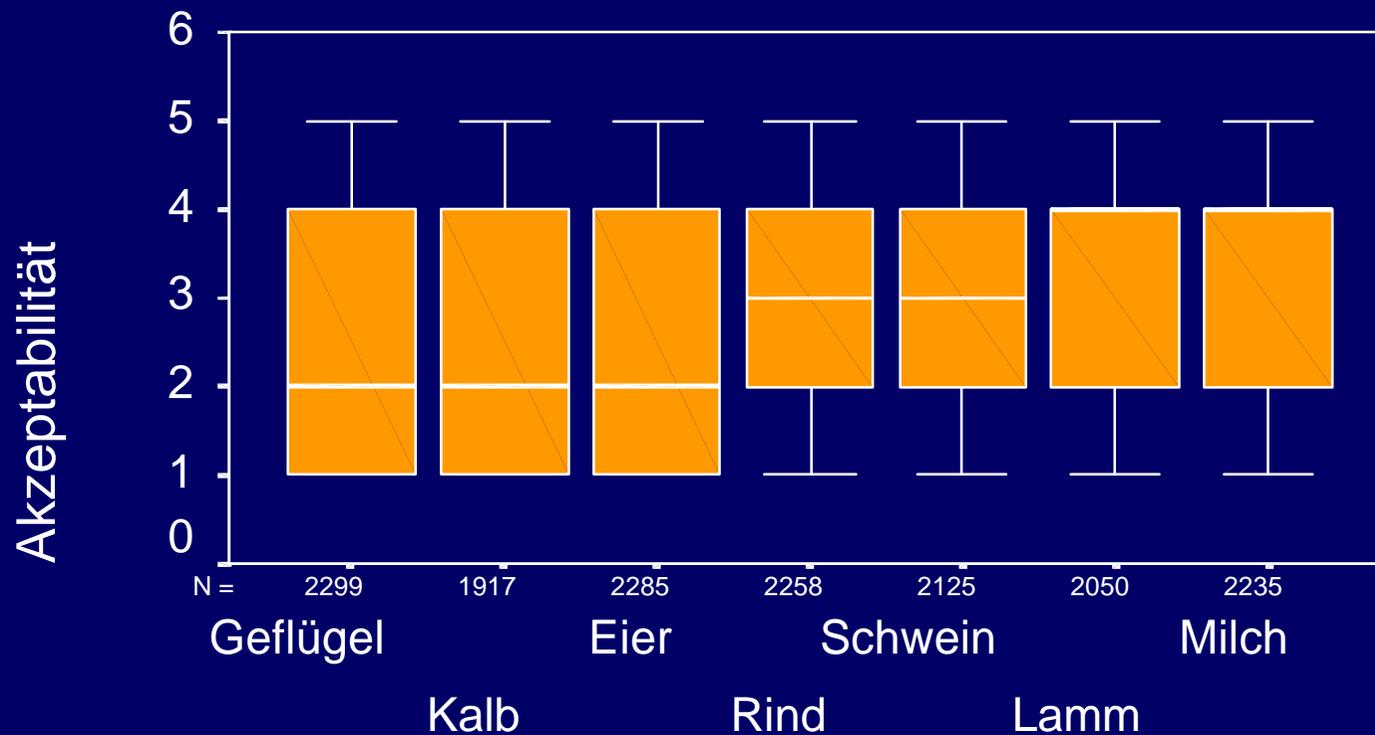
Florian Köhler, Institut für Agrarökonomie, Universität Kiel

Akzeptanz der Haltungssysteme

- **Eierproduktion**
- **Geflügelproduktion**
- **Schweineproduktion**
- **Rinderproduktion**
- **Kalbfleischproduktion**
- **Lammproduktion**
- **Milchproduktion**

Wie akzeptabel ist üblicher Umgang mit Tieren?

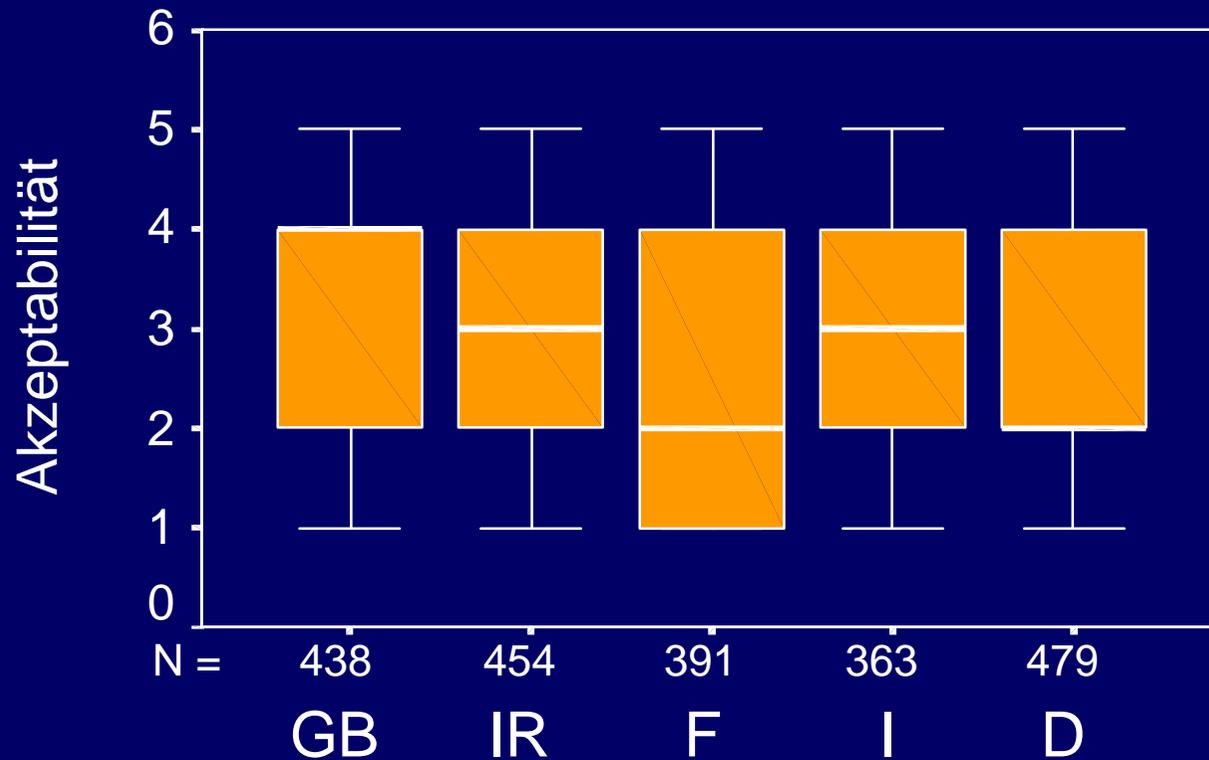
- alle Länder zusammen -



1 = überhaupt nicht akzeptabel, 5 = sehr akzeptabel

Florian Köhler, Institut für Agrarökonomie, Universität Kiel

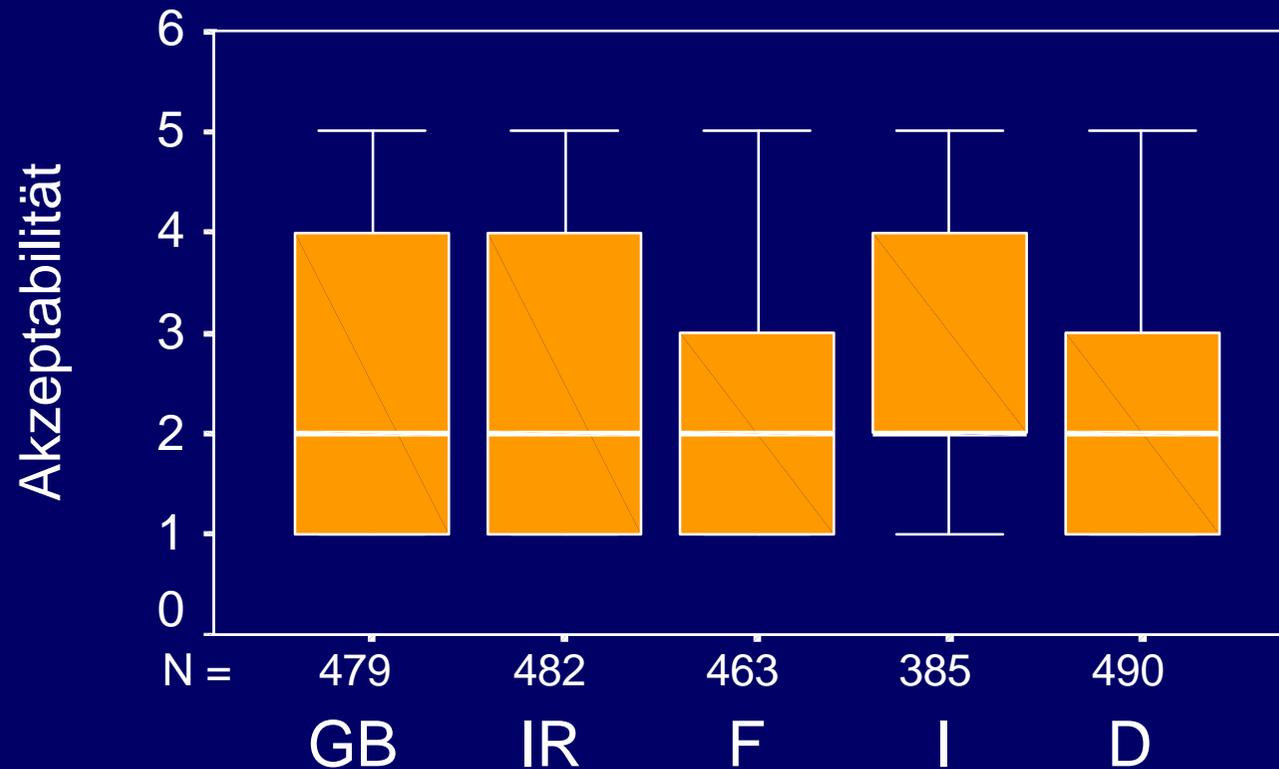
Wie akzeptabel ist üblicher Umgang mit Schweinen?



1 = überhaupt nicht akzeptabel, 5 = sehr akzeptabel

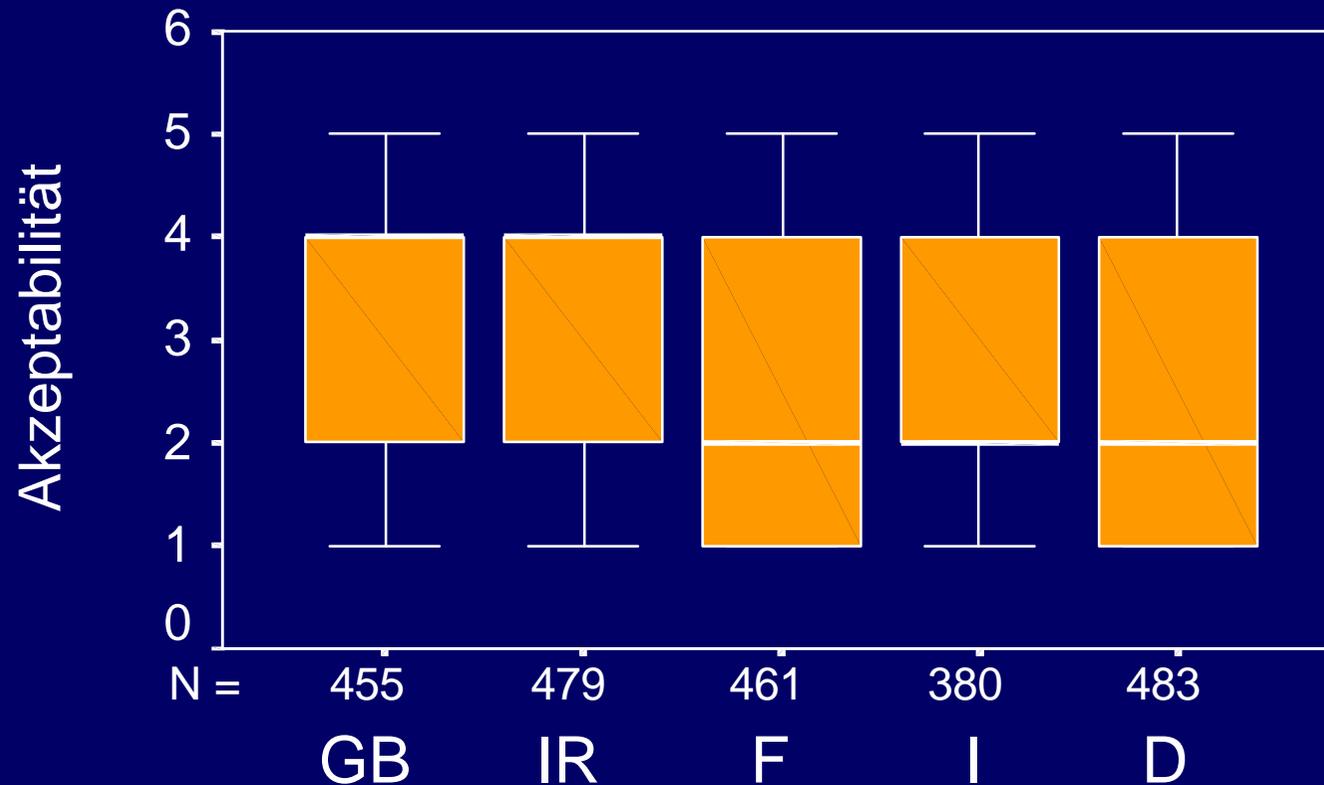
Florian Köhler, Institut für Agrarökonomie, Universität Kiel

Wie akzeptabel ist üblicher Umgang mit Geflügel?



1 = überhaupt nicht akzeptabel, 5 = sehr akzeptabel

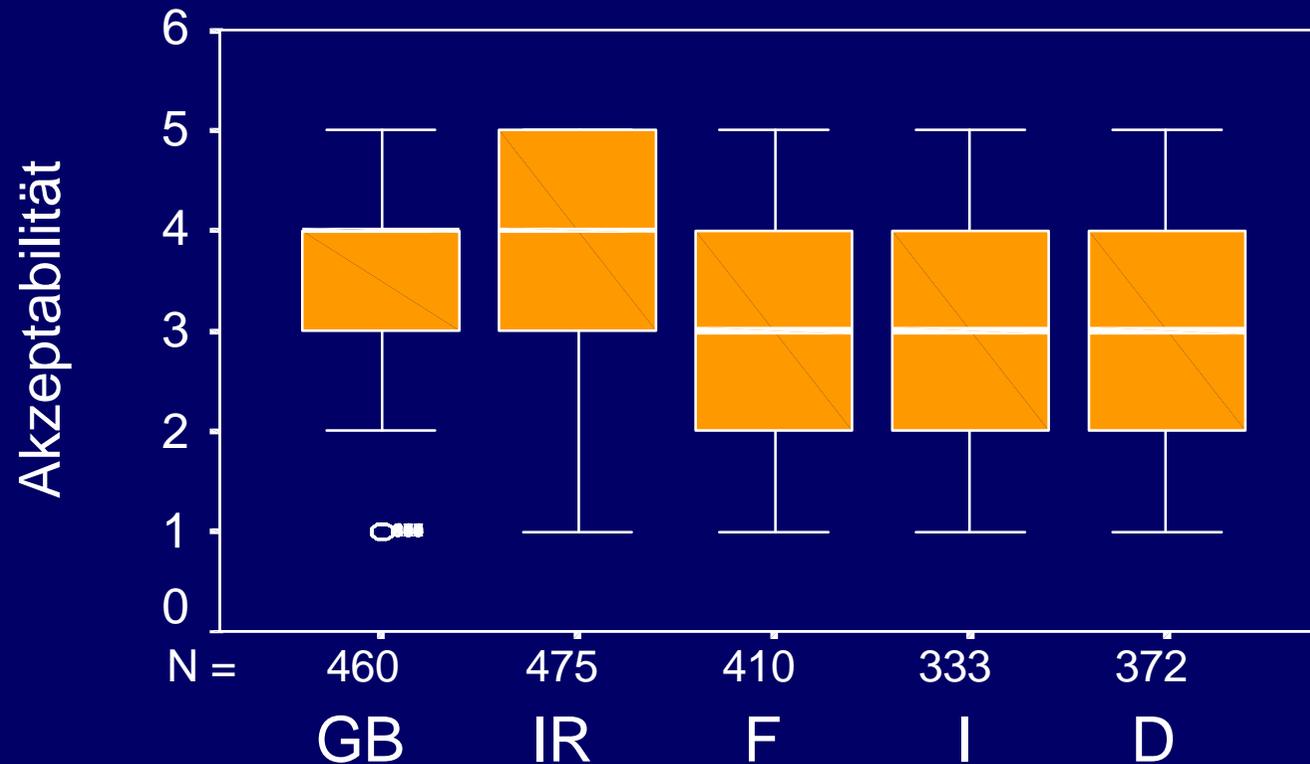
Wie akzeptabel ist üblicher Umgang mit Rindern? (für Rindfleischherstellung)



1 = überhaupt nicht akzeptabel, 5 = sehr akzeptabel

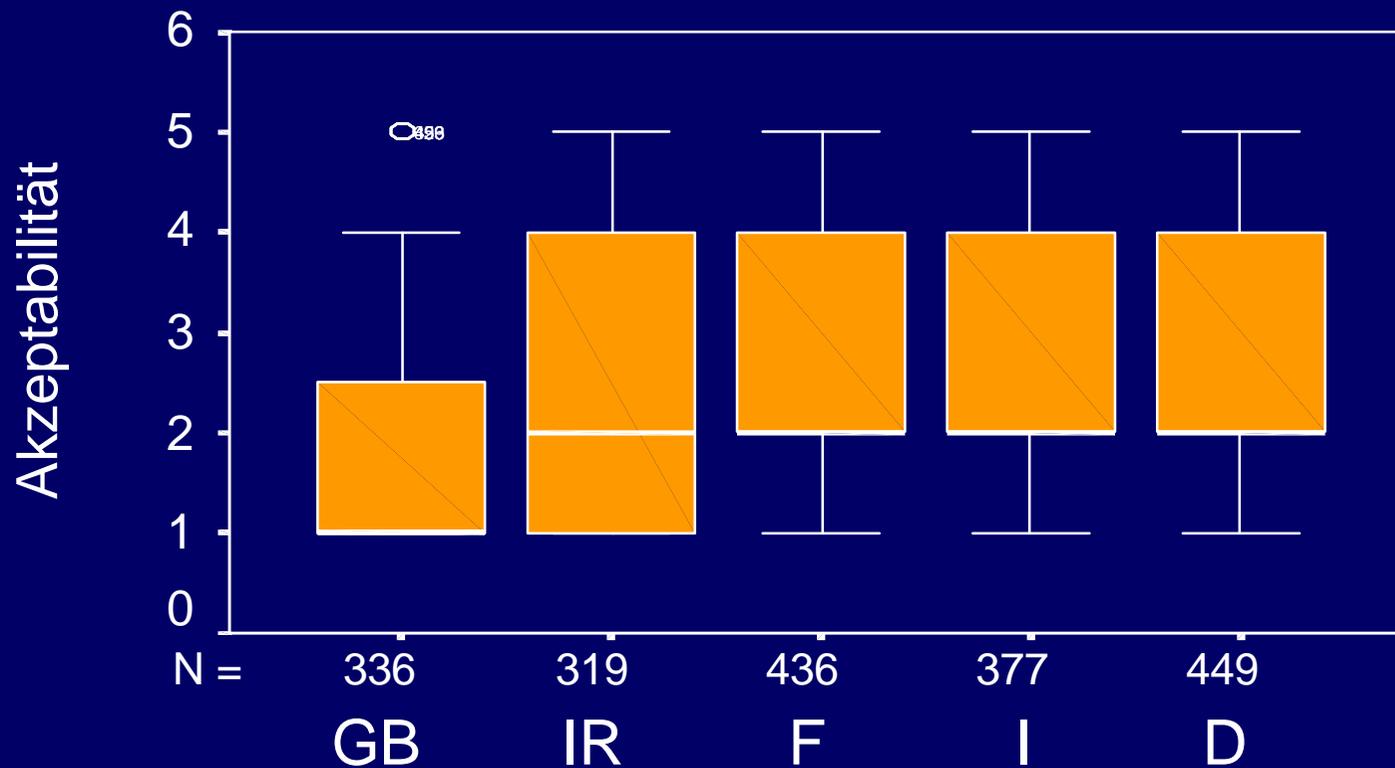
Florian Köhler, Institut für Agrarökonomie, Universität Kiel

Wie akzeptabel ist üblicher Umgang mit Lämmern? (für Herstellung von Lammfleisch)



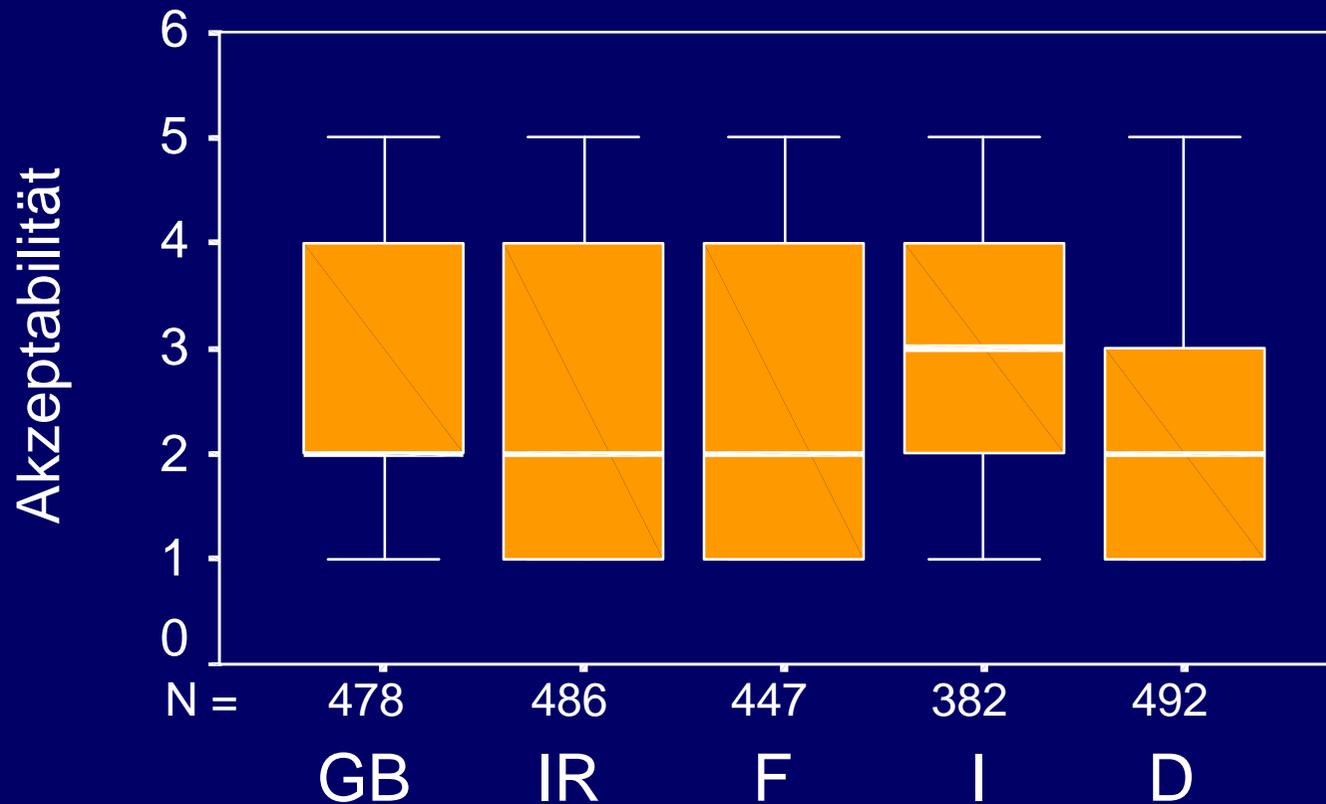
1 = überhaupt nicht akzeptabel, 5 = sehr akzeptabel

Wie akzeptabel ist üblicher Umgang mit Kälbern? (Kalbfleischproduktion)



1 = überhaupt nicht akzeptabel, 5 = sehr akzeptabel

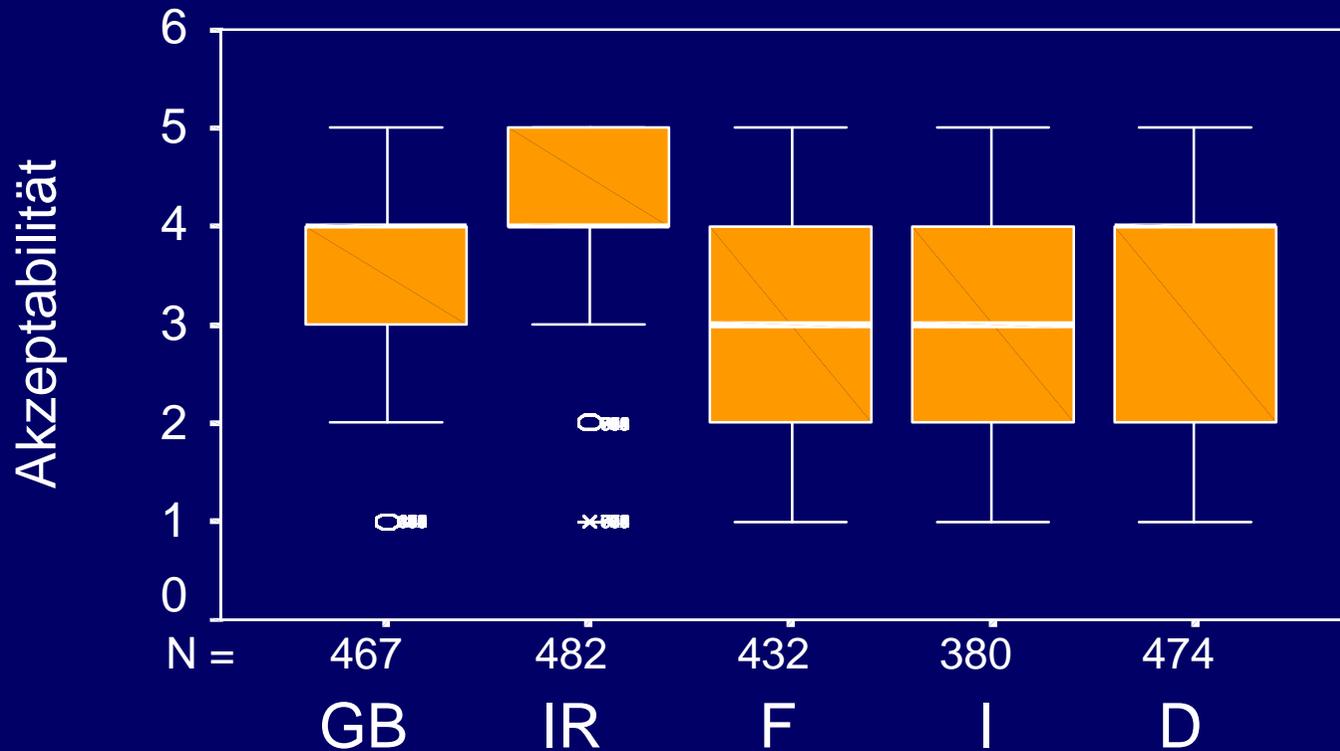
Wie akzeptabel ist üblicher Umgang mit Legehennen? (Eierproduktion)



1 = überhaupt nicht akzeptabel, 5 = sehr akzeptabel

Florian Köhler, Institut für Agrarökonomie, Universität Kiel

Wie akzeptabel ist üblicher Umgang mit Milchkühen? (Milchproduktion)



1 = überhaupt nicht akzeptabel, 5 = sehr akzeptabel

Schlußbetrachtung Tierschutzbedenken

- **Bedenken über den Tierschutz sind mehr-dimensional
==> Motivallianzen**
- **generelles Unbehagen über Tierhaltung**
- **Ausmaß der Bedenken ist in Ländern relativ ähnlich aber
in Deutschland teilweise leicht höher**
- **Gegenwärtigkeit von Tierschutzbedenken: In Deutschland
ca. 50 % der Befragten 'eher und stärker' besorgt, 75%
ordnen sich im Bereich zwischen Indifferenz und starker
Besorgnis ein**
- **Ausmaß und Streuung der Tierschutzbedenken hängt von
Art ihrer Messung ab**

3. Selbstberichtetes Verzehrverhalten

a. Konsumhäufigkeiten

b. Konsumänderungen

**c. tierschutzmotivierte Konsumreduktion &
-aufgabe**

**d. Wahl von Lebensmitteln mit
tierschutzbezogener Kennzeichnung**

a. Selbstberichtete Konsumhäufigkeiten

Besonders hoher Konsum einzelner Produkte nach Ländern:

- **Eier, Milch - alle Länder**
- **Schwein - Deutschland**
- **Geflügel - Irland**
- **Lamm & Rind - Irland & Frankreich**
- **Kalb - Frankreich & Italien**

b. Konsumänderungen in letzten 5 Jahren in %

	weniger	gleich	mehr	Gesamt % änderung
Rind	37	56	7	-30
Schwein	24	65	11	-13
Kalb	23	71	6	-17
Fleisch	20	67	13	-7
Lamm	21	67	12	-9
Eier	18	72	10	-8
Geflügel	12	59	29	+17
Milch	10	76	14	+4

Spontan genannte Gründe für Konsumänderungen vergänger 5 Jahre

- **Tierschutz und ethische Gründe spontan selten genannt**
- **Gesundheits-Gründe am wichtigsten**
- **Sonstige Gründe:**
 - **Lebensmittelsicherheit (BSE)**
 - **Qualität (Geschmack, Fettanteil)**
 - **Änderung Lebensgewohnheiten & Diät**
 - **Haushaltszusammensetzung , - Kosten**

c. Valide tierschutzmotivierte Konsumreduktionen und -aufgabe

- Personen mit konsistenten Antworten in % der jeweiligen
Gesamtheit aller Antwortenden -

	UK	IR	F	I	D	Alle Länder
Schwein	6	10	3	4	11	7
Rind	<u>9</u>	<u>23</u>	<u>8</u>	<u>17</u>	<u>19</u>	<u>15</u>
Geflügel	3	6	2	5	6	4
Lamm	5	5	1	5	7	5
Kalb	2	4	4	11	13	7
Eier	3	10	2	1	6	4
Milch	1	3	0	1	1	1

selbstberichtete Konsumreduktionen & -aufgabe: generell versus tierschutz(ts-)motiviert

% bezogen auf alle Antwortenden, alle Länder

generell: ts-motiviert:	nein ja	ja ja	nein nein	ja nein
Schwein	6	7	70	18
Rind	9	15	51	25
Geflügel	12	4	75	9
Lamm	5	5	73	18
Kalb	8	7	68	17
Eier	6	4	75	15
Milch	3	1	86	10

d. selbstberichteter 'tierfreundlicher' Konsum

- in % der Gesamtheit der Antwortenden -

Gesamt

- **GB** **53**
- **Irland** **77**
- **Frankreich** **64**
- **Italien** **38**
- **Deutschland** **70**

**Mehr Frauen als Männer meinen, Produkte mit tierschutz-
bezogener Kennzeichnung zu kaufen**

**Selbstberichteter Konsum:
Nahrungsmittel mit tierschutzbezogener
Kennzeichnung
- die häufigsten Nennungen -**

- Überwiegend: Kennzeichnung nicht näher spezifiziert
- Ansonsten: Freilandeier, Bio-Produkte, Freilandhühner/-Geflügel

<u><i>GB</i></u>	<u><i>Irland</i></u>	<u><i>Frankreich</i></u>	<u><i>Deutschland</i></u>	<u><i>Italien</i></u>
frl Eier	Geflügel	Geflügel	Geflügel	frl prod.
frl prod.	Rind	Rind	Eier	bio prod.
Bio prod.	Eier	Eier	Schwein	
Rind	Lamm	Schwein	Rind	
Nat/lokal	Bio prod.	Gütezeichen	Lamm	
Geflügel	Schwein		Kalb	

Zusammenfassung - Konsumänderungen

- **Konsum mehrheitlich unverändert**
- **Das Kaufverhalten von Fleisch wechselt von dunklem zu hellem Fleisch**
- **Frauen reduzieren ihren Konsum deutlicher als Männer**

Zusammenfassung I - Tierschutzbedenken und Konsumänderungen

- **niedrigste tierschutzmotivierte Konsumreduktion:**
 - **UK & Frankreich**
 - **Eier, Milch, Geflügel**
- **höchste tierschutzmotivierte Konsumreduktion:**
 - **Deutschland & Irland**
 - **Rindfleisch**
- **Diskrepanz zwischen hohen Tierschutzbedenken und geringer tierschutzmotivierter Konsumreduktion bei Eiern und Geflügel**

Zusammenfassung II- Tierschutzbedenken und Konsumänderungen

- **Mehrheit schätzt ihren Konsum als in den letzten 5 Jahren nicht verringert ein**
- **Mehrheit der Konsumreduktionen ist nicht tierschutzmotiviert**
- **I.d.R. mehr inkonsistente als konsistente Antworten zur tierschutzmotivierten Konsumreduktion (außer bei Rind, Lamm, Schwein)**
- **spontan werden Tierschutzmotive seltener als Grund für Konsumänderungen genannt als gestützt**

Zusammenfassung selbstberichteter ,tierfreundlicher‘ Konsum

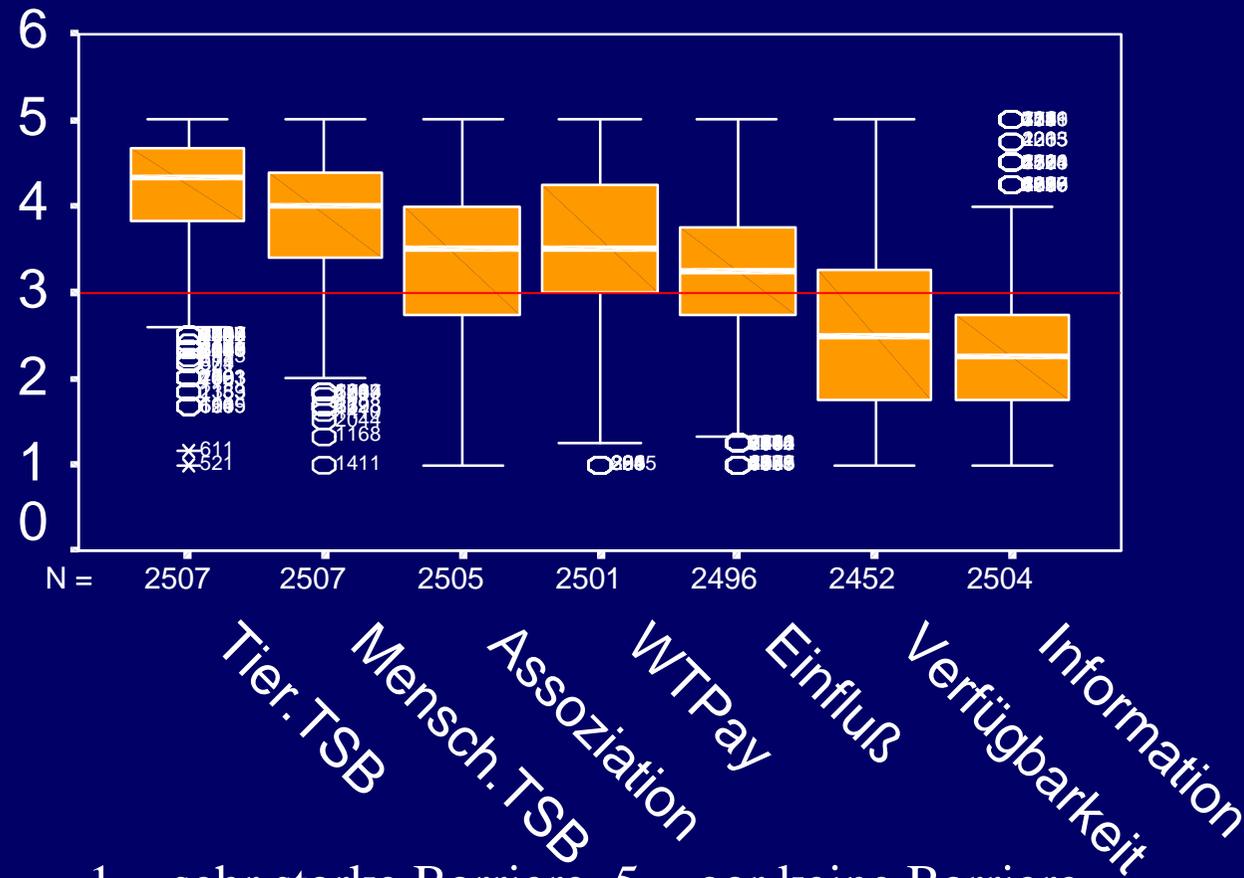
- **tierfreundlicher Konsum häufiger berichtet als tierschutzmotivierte Konsumreduktion**
- **Diskrepanz zwischen Eigen- und Umweltwahrnehmung (Tierhaltung unakzeptabel, eigenes Verhalten akzeptabel)**
- **geringe Validität der Antworten, Validität höher bei Eiern (gemessen über produktspezifischen Zusammenhang von ,tierfreundlichem‘ Konsum und Tierschutzbedenken)**
- **i.d.R. keine Angabe der Kennzeichnung oder Produktionsweise**

4. Barriere Skalen

- **Information**
 - genug, vertrauenswürdig?
- **Verfügbarkeit**
 - Nicht weitgehend genug
- **Einfluß**
 - Keine Möglichkeit der Einflußnahme
- **Gegenwärtigkeit von Tierschutzbedenken**
 - Tierschutz auch beim Kauf ein Thema?
- **Preis**
 - zu teuer?

Skalenausprägungen

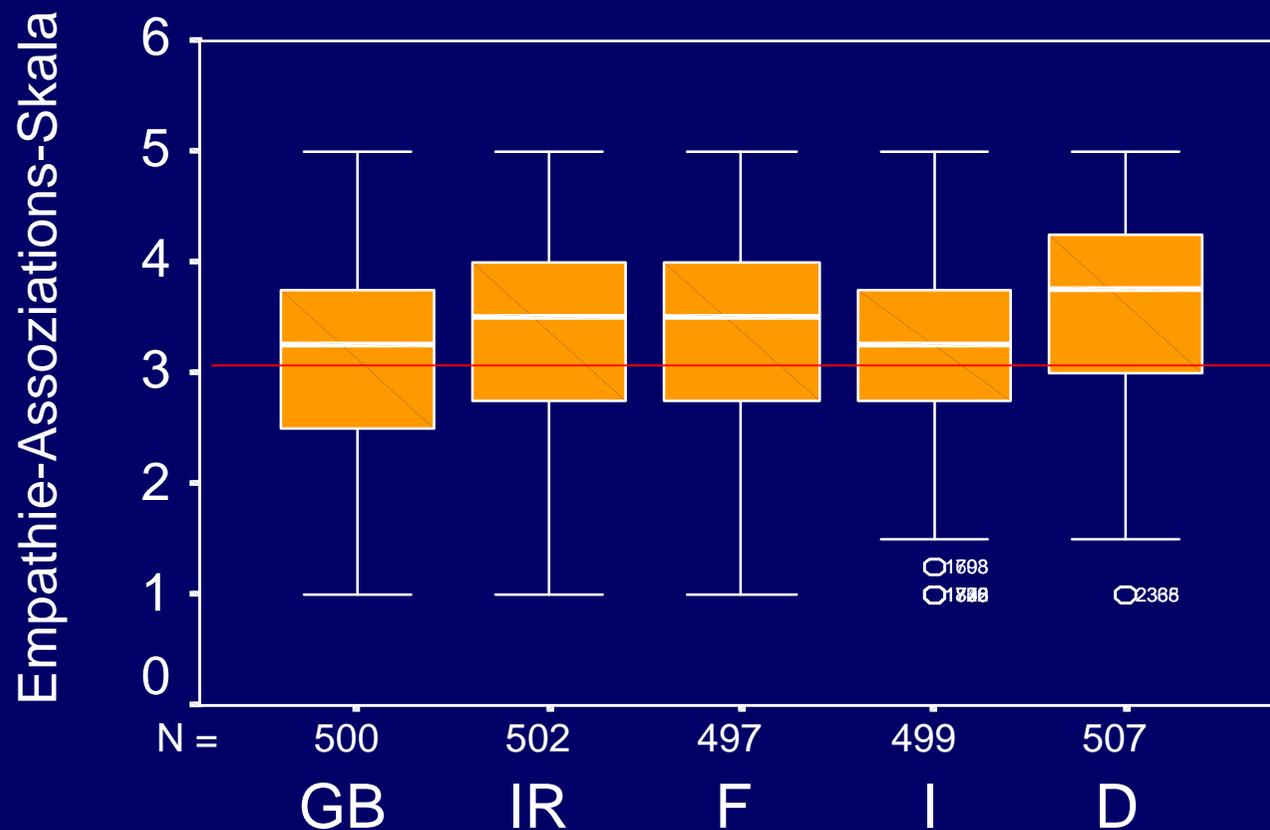
Auswertung alle Länder



1 = sehr starke Barriere, 5 = gar keine Barriere
(Selbstwahrnehmung)

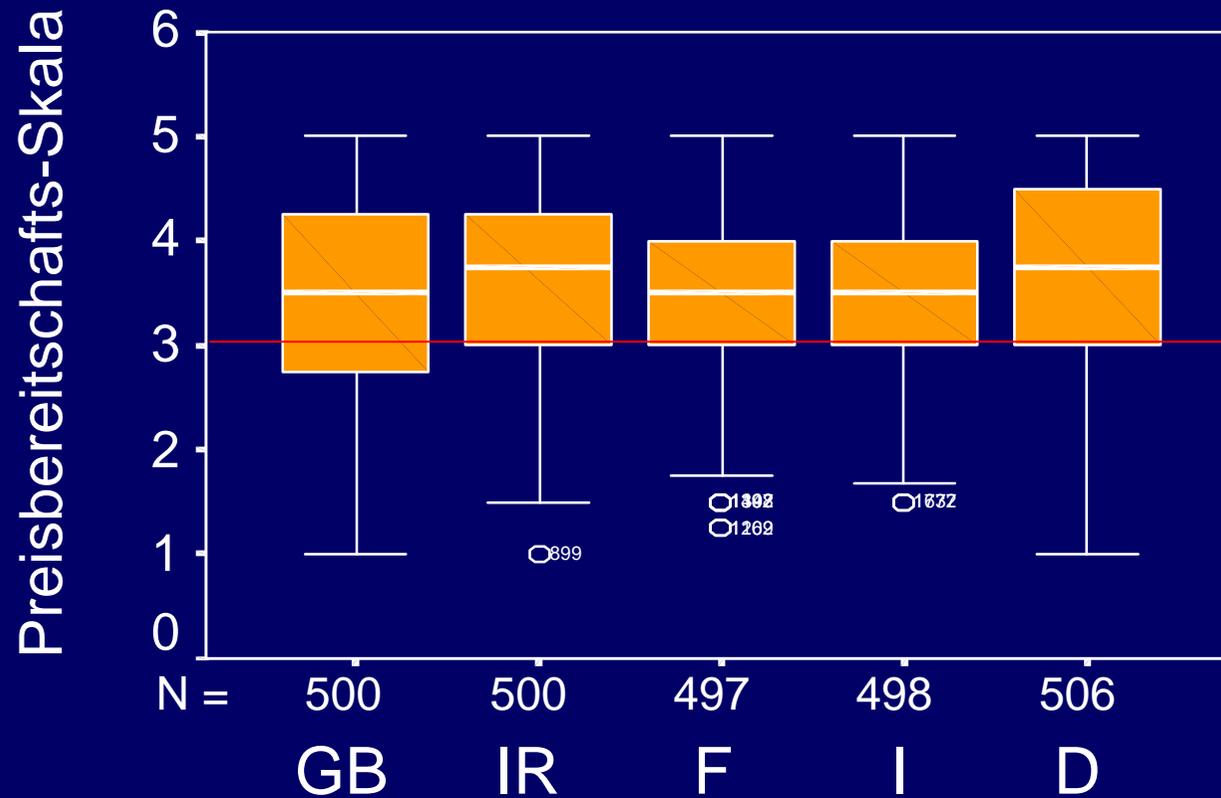
Florian Köhler, Institut für Agrarökonomie, Universität Kiel

Gegenwärtigkeit von Tierschutzbedenken



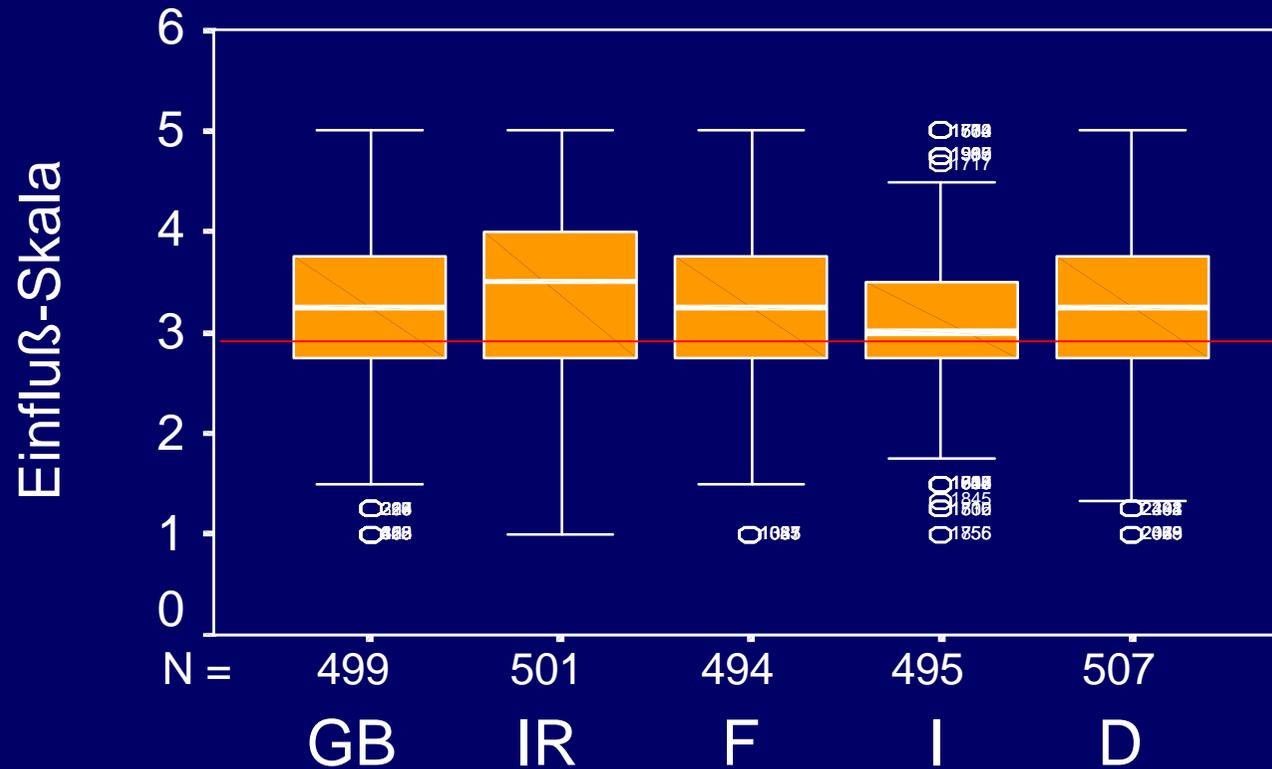
1 = gar nicht gegenwärtig, 5 = stark gegenwärtig

Mehrprijsbereitschaft für Produkte mit verbessertem Tierschutz



Mehrprijsbereitschaft: 1 = überhaupt keine, 5 = sehr starke

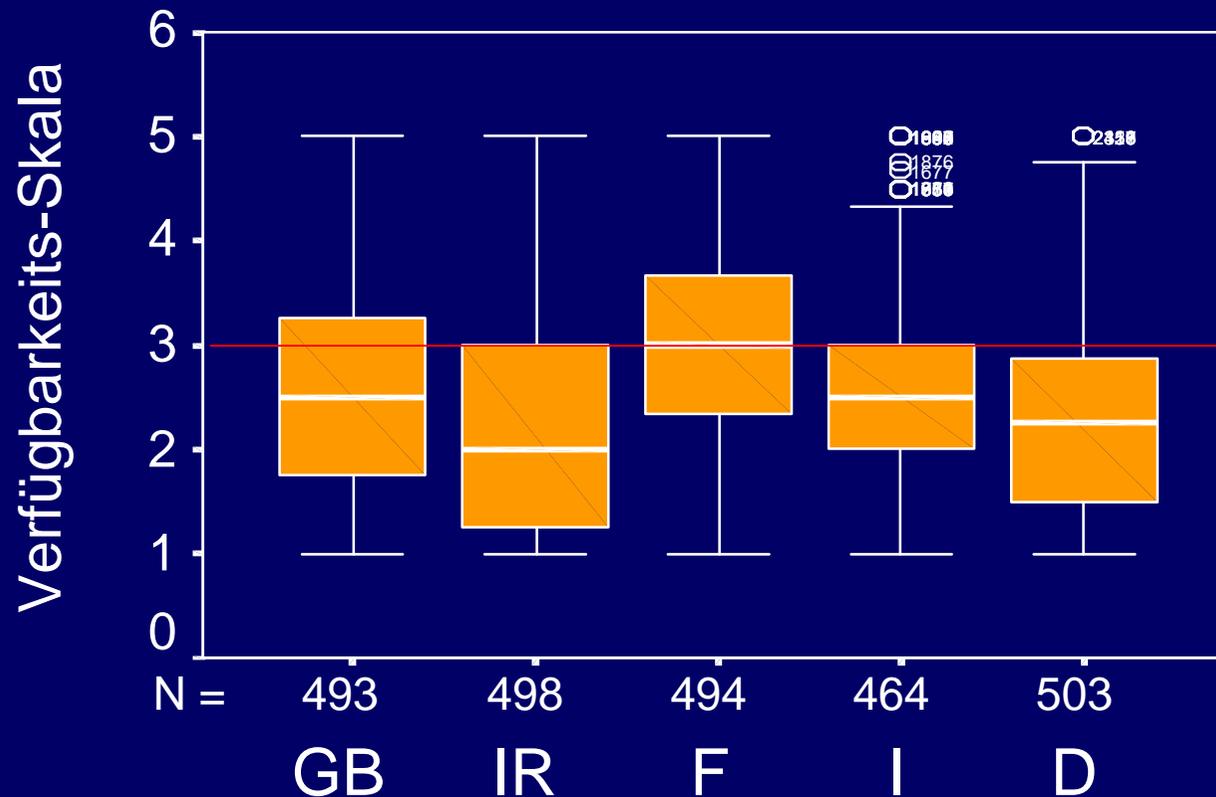
wahrgenommene Konsumenteneffektivität



Eigener Konsum hat: 1 = gar keinen Einfluß, 5 = deutlichen Einfluß auf
Tierwohl

Wahrgenommene Erhältlichkeit

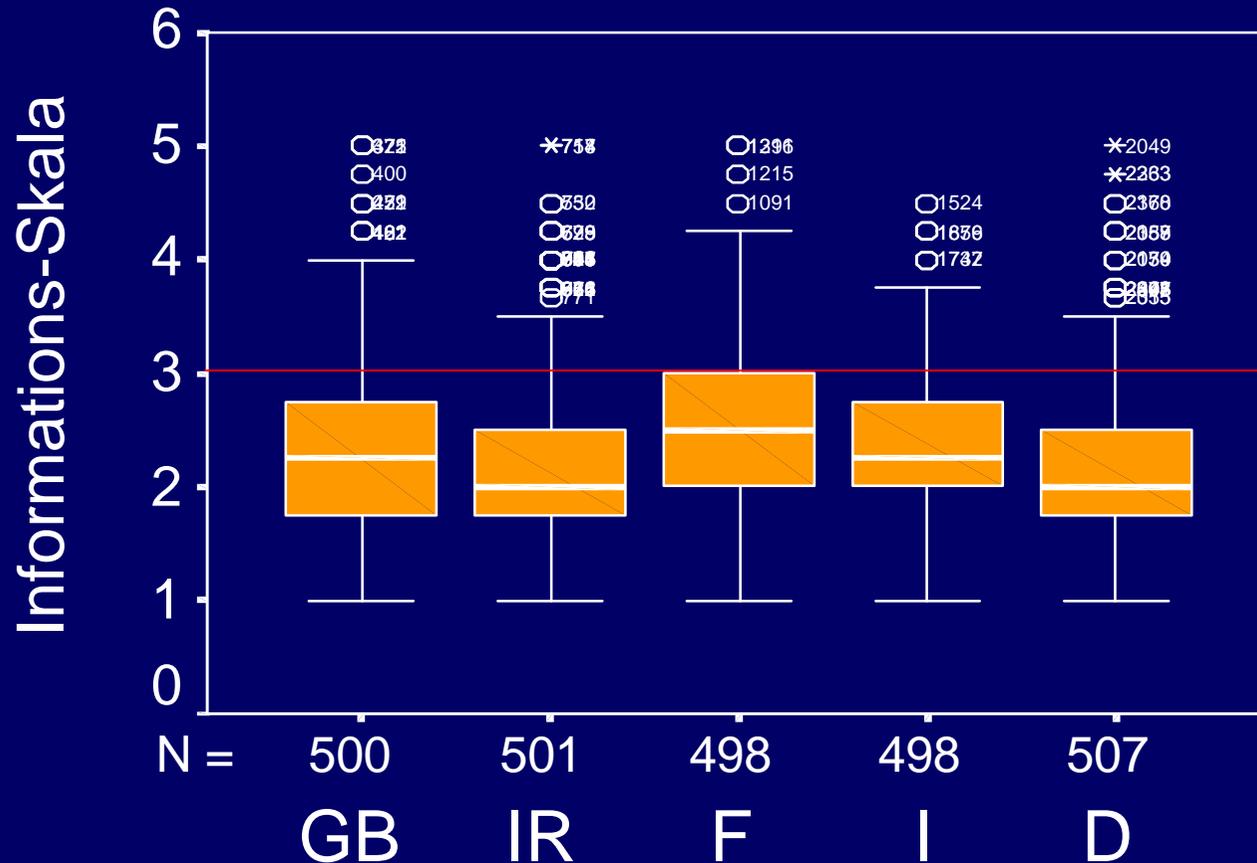
von Nahrungsmitteln mit tierschutzbezogener Kennzeichnung



1 = sehr schwer erhältlich, 5 = sehr leicht erhältlich

Florian Köhler, Institut für Agrarökonomie, Universität Kiel

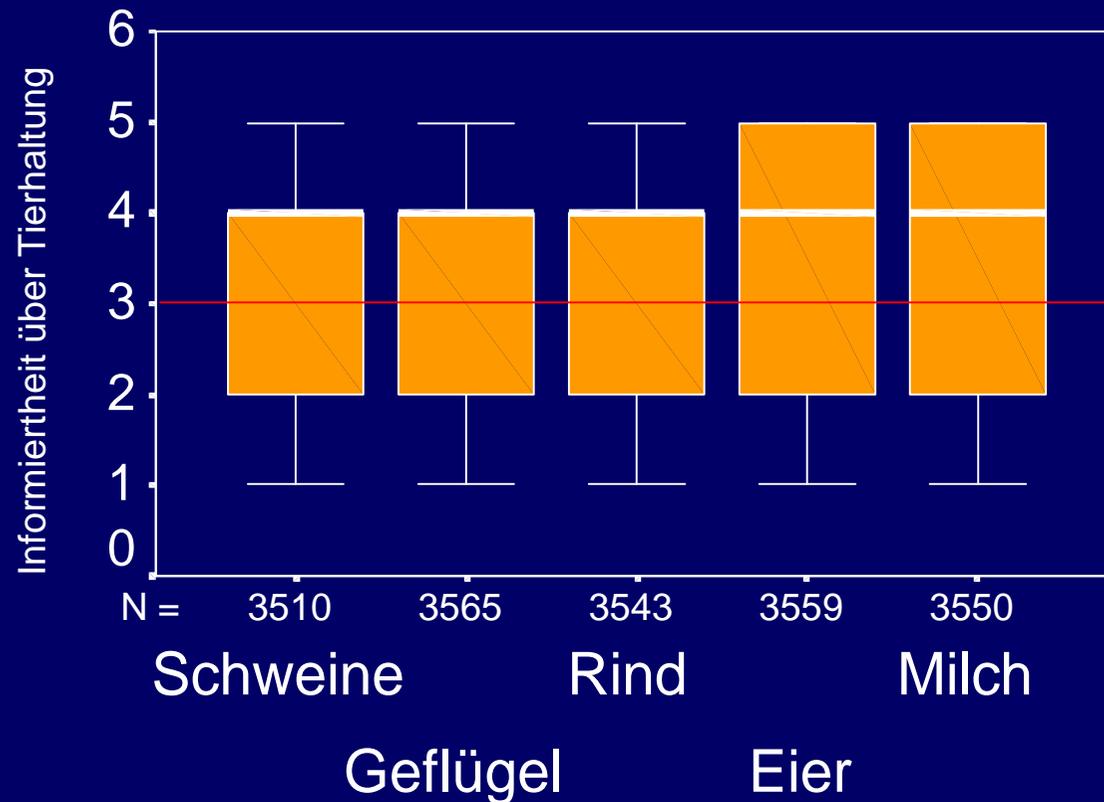
Informationsangebot über Tierhaltung



Informationsangebot: 1= sehr schlecht, 5 = sehr gut

Florian Köhler, Institut für Agrarökonomie, Universität Kiel

Eigener Informationsstatus über Tierhaltung



1= überhaupt nicht informiert, 5 = gut informiert

Florian Köhler, Institut für Agrarökonomie, Universität Kiel

Interdependenzen zwischen ,Barriere'-Skalen

- Korrelationskoeffizienten für Deutschland -

'Barriere'-Skalen	(P1)	(P2)	(P3)	(B1)	(B2)
Gegenwärtigkeit von Bedenken (P1)	1	.295 ***	.399 ***	-.227 ***	-.340 ***
Preisbereitschaft (P2)	.295 ***	1	.311 ***	-.028 (ns)	-.101 *
Eigener Einfluß (P3)	.399 ***	.311 ***	1	-.065 (ns)	-.110 *
Produktverfügbarkeit (B1)	-.227 ***	-.028 (ns)	-.065 (ns)	1	.397 ***
Informationsverfügbarkeit (B2)	-.340 ***	-.101 *	-.110 *	.397 ***	1

zweiseitige Signifikanztests

Tierschutzbezogene Korrelationskoeffizienten für selbstberichtetes, allgemeines Ernährungsverhalten in Deutschland

	Fleisch- konsum- häufigkeit	Konsum- Erhöhung bei Fleisch	Konsum- Reduktion durch TS- Bedenken	Konsum tier- freundlich
tierorientierte TS- Bedenken	-0.011 (ns)	-.115 ***	.174 ***	.183***
menschorientierte TS-Bedenken	-0.117 **	-.125 **	.227 ***	.243***
Gegenwärtigkeit d. TS-Bedenken	-.191***	-.153 ***	.410 ***	.333 ***
Preisbereitschaft	-.017 (ns)	-.185 ***	.144 ***	.266 ***
Einfluß	-.147***	-.146***	.238 ***	.250 ***
Verfügbarkeit	.119 **	.080 (ns)	-.196 ***	-.024 (ns)
Information	.089*	.053 (ns)	-.122 **	-.068 (ns)

Produktspezifische Verhaltensvariablen und Tierschutzeinstellungen

- Rangkorrelationen für Deutschland -

	Konsum- häufigkeit &		Erhöhung des Konsums &		TS-motivierte Konsumreduktio n &	
	Akzeptanz	Info- Status	Akzeptanz	Info- Status	Akzeptanz	Info- Status
Schwein	.111*	.116**	.033(ns)	.035(ns)	-.239***	.077 (ns)
Geflügel	.146***	.118*	.103*	.046(ns)	-.198***	.142 **
Rind	.262***	.081 (ns)	.142**	-.017(ns)	-.205***	-.012 (ns)
Lamm	.142 **	.254***	.178***	.082(ns)	-.224***	.073 (ns)
Kalb	.192***	.102 *	.069 (ns)	.088(ns)	-.228***	.046 (ns)
Eier	.042 (ns)	.062(ns)	.030 (ns)	.044(ns)	-.127**	.102 *
Milch	-.011(ns)	.164 ***	.011 (ns)	.073(ns)	-.034(ns)	.005 (ns)

Rangplätze der Korrelationen zwischen produktspezifischen Verhaltens- und Tierschutz- Einstellungsvariablen

	Konsumhäufigkeit		Erhöhung des Konsums		TS-motivierte Konsumreduktion	
	Akzeptanz	Info-Status	Akzeptanz	Info-Status	Akzeptanz	Info-Status
Schwein	6	5	6/7	5	2	6
Geflügel	5	6	5	6	2	4
Rind	5	6	4	7	2	6
Lamm	6	2	2/3	5	1	4
Kalb	5	6	6	5	2	6
Eier	7	6	7	6	2	3
Milch	7	4	6	5	5	6

7 Faktoren (Gesundheit, Sicherheit, Geschmack, Aufgabelichtigkeit, Preiswertheit, Akzeptanz des Umgangs mit Tieren, Information über Tierhaltung) wurden mit obigen drei Verhaltensvariablen korreliert, der höchste Korrelationskoeffizient erhielt Rangplatz 1, der niedrigste den Rangplatz 7

Verhaltensbarrieren

- **Gewohnheit**
- **Preis, Verfügbarkeit, Glaubwürdigkeit**
- **Wahrnehmungs- & Informationsproblem**
(Komplexität, Irrtum, Aufnahmebereitschaft, Dissoziation)
- **Optimismusproblem**
- **Attributionsproblem**
- **Internalisierbarkeit & wahrgenommene Konsumeffektivität, Öffentlichkeitsgrad**

Tierwohl als ökonomisches Gut

- **privates Gut: Konsumenten, Produzenten**
- **Vertrauensgut, Informationsproblem**
- **subjektives vs. objektives Gut ?**
- **externe Effekte: Tier vs. Mensch**
- **Öffentlichkeitsgrad beeinflusst Grad der Unabhängigkeit von Tierschutzbesorgnis und Konsum**
- **Markt für Tierwohl gebunden an z.B. Nahrungsmittelmarkt**
- **„Fernethik“ vs. institutionelle Regelungen**

Implikationen für die Verbraucherkommunikation

- **Informationsaufgaben: privaten Nutzen vermitteln, Öffentlichkeitsgrad reduzieren, sachliche Aufklärung**
- **Wahrnehmung von Tierschutzproblemen als Imagebelastung für Landwirtschaft**
- **Informations-Verarbeitungskapazität**
- **Emotionalität und Bildlichkeit von Tierschutz als Potential**
- **Differenzierungspotential: nutzbar vs. ausnutzbar?**

Differenzierung durch Kennzeichnung

Kennzeichnung	most preferred	2 nd preferred	3 rd preferred
Information Label 1 (chicken)	23	1	no third label presented
Information Label 2 (chicken)	1	23	
Visual / Brief Information Label 1 (Pork)	23	1	0
Visual / Brief Information Label 2 (Pork)	0	21	3
Visual / Brief Information Label 3 (Pork)	1	2	20
Visual 1 (Eggs)	16	5	2
Visual 2 (Eggs)	5	15	3
Visual 3 (Eggs)	2	3	17
Product Descriptive Label 1 (Beef)	22	0	1
Product Descriptive Label 2 (Beef)	1	20	1
Product Descriptive Label 3 (Beef)	0	2	20

Quelle: Köhler,F., Wickenhäuser, M. (2001)

Florian Köhler, Institut für Agrarökonomie, Universität Kiel

Marktpotential für Produkte mit tierschutzbezogener Kennzeichnung?

- **Marktpotential läßt sich u.a. wegen vielfältiger Barrieren nicht 1:1 aus Tierschutzbesorgnis ableiten**
- **Mehrprijsbereitschaft ist verbal bei absoluter Mehrheit der KonsumentInnen vorhanden**
- **Produktpositionierung über tierschutzbezogene Kommunikation (insbesondere bildlich & emotional) birgt Potential, auch aufgrund generalisierter Wahrnehmung und Motivallianzen**
- **Marktpotential bisher eher nicht ausgeschöpft**
- **Marktpotential könnte durch geeignete Bearbeitung von Barrieren erweitert werden**

Implikationen für die Tierforschung?

- **Was ist tiergerecht?(Meß- & Kontrollierbarkeit?)**
- **Stellung beziehen**
- **Tiergerechtheitsindikatoren**
- **Tierwohl-fördernden technischen Fortschritt unterstützen**
- **Teilaspekt win-win-Effekt erforschen, Tierschutz & Wirtschaftlichkeit**