

# Tiergerechtheit transparenter machen

Ein Vorschlag aus der Sicht des Verbraucherschutzes

von Bernhard Burdick und Sabine Klein

*Tierschutz und artgerechte Tierhaltung sind wichtige Themen für Verbraucher und zugleich wichtige Entscheidungskriterien beim Fleischeinkauf. Relativ große Unkenntnis herrscht aber bei den Verbrauchern über die Bedingungen, unter denen Nutztiere in verschiedenen Haltungsformen gehalten werden. Die verschiedenen Qualitätssicherungsprogramme und Markenfleischprogramme helfen Verbrauchern bei ihrer Kaufentscheidung nicht ausreichend. Zum Teil werden Verbraucher durch unverbindliche Begriffe in der Werbung und Kennzeichnung sogar vorsätzlich getäuscht. Die Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalen fordert daher mehr Transparenz und Verbindlichkeit bei Produktkennzeichnung und Werbeaussagen. Ein wichtiger Baustein hierbei wäre eine obligatorische Kennzeichnung definierter Haltungsformen bei den Hauptfleischarten und den daraus hergestellten Produkten.*

Die meisten der zurückliegenden Lebensmittelskandale traten im Bereich tierischer Nahrungsmittel auf. Ursache hierfür waren hauptsächlich Futtermittel bzw. Betriebe, die diese hergestellt haben. Als die BSE-Krise das Fass zum Überlaufen brachte, wurden vor allem im Bereich der Rinderhaltung einzelne neue Regelungen erlassen (zum Beispiel Rindfleischetikettierung (1)), gesetzliche Anforderungen erhöht und die zur Durchsetzung notwendigen Kontrollen verstärkt. Auch in anderen Bereichen der Tierhaltung wurden in den letzten Jahren, zumindest aus Sicht des Verbraucherschutzes, vereinzelt Fortschritte erzielt (zum Beispiel beim mittelfristigen Ausstieg aus der Legehennenkäfighaltung und dem Verbot mehrerer antibiotischer Leistungsförderer).

## Fleischqualität in Zeiten nach BSE

Durch immer neue Skandale – auch nach BSE – sind viele Verbraucher anhaltend verunsichert – oder zu Fatalisten geworden. Immer wieder fördern die Stichproben der Veterinär- und Lebensmittelüberwachung mehr oder weniger ausgeprägte Missstände zutage (2). Manchmal sind dies nur einzelne schwarze Schafe, manchmal aber auch verbreitete Mängel auf den verschiedenen Prozessstufen. Ein Beispiel auf der Futtermittelstufe ist der MPA- oder so genannte „Hormonsirup“-Skandal des Jahres 2002. Vorsätzlich waren

hormonhaltige Abfälle aus der Pharmaindustrie in Futtermitteln „entsorgt“ worden. Zahlreiche EU-Mitgliedsstaaten waren betroffen. Allein in den Niederlanden mussten rund 50.000 Schweine getötet werden. Auf der Ebene der landwirtschaftlichen Tierhaltung wurde beispielsweise von Greenpeace im Jahr 2001 die überhöhte Besatzdichte in Putenmastställen angeprangert – die Vorwürfe wurden später von den zuständigen Behörden bestätigt (3). Ein anderes Beispiel auf der Stufe des Handels sind die Beobachtungen der nordrhein-westfälischen Überwachungsbehörden, dass 43 Prozent der untersuchten Supermärkte in ihren Selbstbedienungstheken das Hackfleisch bei zu hohen Temperaturen lagerten (4).

Dabei war die Politik nach BSE doch angetreten, mit der Agrarwende mehr Sicherheit und Qualität im gesamten Ernährungssystem durchzusetzen. Zwei staatliche Siegel sollte es geben, an denen sollten die Verbraucher eindeutig Qualität und Sicherheit der Lebensmittel erkennen können. So hatte die Verbraucherministerin Renate Künast es in ihrer ersten Regierungserklärung vom 8. Februar 2001 angekündigt: „Wir wollen ihnen künftig Orientierung geben mit zwei neuen Qualitätslabels. Das erste Qualitätszeichen wird Produkte aus Ökologischem Landbau auszeichnen, den wir in zehn Jahren auf 20 Prozent Marktanteil bringen wollen. Das zweite Qualitätszeichen steht für Mindeststandards, artgerechtere Tierhaltung, Medikamente nur bei Krank-

heit und Vorrang für Produkte aus der Region. Die Verbraucher entscheiden an entscheidender Stelle über die Qualität ihrer Nahrungsmittel: Sie müssen bereit sein, ihr Konsumverhalten zu verändern.“ Was tatsächlich kam, waren umfangreiche Aktivitäten zur Unterstützung des Bio-Segments. Das staatliche Bio-Siegel wurde eingeführt, intensiv beworben und in die Öffentlichkeit getragen (5).

Was ist aus dem zweiten Qualitätszeichen geworden, in das Frau Künast – und wir mit ihr – so hohe Erwartungen gesetzt hatten? Entstanden sind die QS-Qualität und Sicherheit GmbH und das QS-Prüfzeichen als Ergebnisse des von Frau Künast initiierten Runden Tisches aller Wirtschaftspartner entlang der Fleischproduktionskette. Daher ist dieses Zeichen auch nicht der große Wurf, sondern eher der kleinste gemeinsame Nenner, der in der Regel bei solchen Runden Tischen zustande kommt.

QS steht für Qualität und Sicherheit und – mit den Erwartungen an das ursprüngliche Qualitätszeichen im Hinterkopf – bietet aus Sicht der Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalen bislang eigentlich nur erhöhte Sicherheit, aber kaum besondere Qualität. Eindeutig positiv dabei ist, dass jetzt auf allen Stufen der Lebensmittelproduktion mehr dokumentiert und kontrolliert wird. Zusätzlich gehen die Kriterien von QS in einigen Punkten über den gesetzlichen Mindeststandard hinaus (6). Tiergerechtigkeit spielt hingegen kaum eine Rolle und Regionalität schon gar nicht. Hinzu kommt, dass derzeit nur wenig QS-zertifizierte Ware im Handel zu finden ist. Leider ist der Handel immer noch zu abwartend, obwohl QS den Verbrauchern zumindest einen gewissen Fortschritt in Richtung mehr Sicherheit bringen würde.

Neben diesen beiden neuen Siegeln gab und gibt es eine schier unüberschaubare Vielfalt an Markenfleisch-, Qualitäts- und Regionalvermarktungsprogrammen mit ihren mal mehr, mal weniger ambitionierten Kriterien für die Erzeugung und Verarbeitung. Hier gibt es sehr große Unterschiede. Oft genug wird mit schön klingenden Begriffen Verbrauchertäuschung betrieben. Begriffe wie „artgerechte Tierhaltung“ oder „tiergerechte Aufzucht“ sind weder definiert noch gesetzlich geschützt. Hinter vollmundigen Werbeaussagen zu „kontrollierter Produktion“, „tiergerechter Haltung“, „besonderer Qualität“ und „sicherer Herkunft“ stehen oft keinerlei konkrete Kriterien, Vereinbarungen, Kontrollen – oder manchmal nur solche, die kaum über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinausgehen. Nur wenige Markenfleischprogramme (wie zum Beispiel Neuland, Thönes Natur oder das französische Label Rouge) sowie eine ganze Reihe der Regionalvermarktungsinitiativen und die Produzenten des Ökologischen Landbaus heben sich hier deutlich positiv ab.

Insgesamt ist diese Label-Landschaft von Verbrauchern schwer zu überschauen. Noch undurchsichtiger wird der Markt, wenn man die vielen Direktvermarkter einbezieht. Viele dieser meist konventionell wirtschaftenden Landwirte haben mittlerweile Hofläden oder setzen Produkte auf Wochen- und Bauernmärkten ab. Darunter gibt es wiederum viele, die mehr auf Tiergerechtigkeit achten als gesetzlich vorgeschrieben, ohne dass sie gleich einem Bioverband oder Markenfleischprogramm beitreten wollen. Natürlich besteht hier oft die Möglichkeit, die Produktion in Augenschein zunehmen, aber nur wenige Verbraucher könnten verlässlich die guten von den „schwarzen“ Schafen trennen – und dann ist Transparenz nicht wirklich gegeben.

### Erwartungen beim Fleischeinkauf

Verbraucher bekunden sehr hohe Erwartungen, wenn Lebensmittel – wie dies auch bei QS der Fall ist – mit Qualität und Tiergerechtigkeit beworben oder gekennzeichnet werden. Dies bestätigte einmal mehr eine repräsentative bundesweite Befragung zum Thema Fleischeinkauf und -qualität im Juni 2003, die die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK Nürnberg) im Auftrag der Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalen und des Europäischen Verbraucherzentrums durchführte (7). Ziel der Befragung war, Kriterien für den Fleischeinkauf sowie die Erwartungen hinsichtlich artgerechter Tierhaltung und Qualitäts-Kennzeichnung auszuloten.

Es zeigte sich, dass den meisten Befragten alle elf vorgegebenen Kriterien für den Fleischeinkauf wichtig waren. Die höchste Zustimmung hatte der „Geschmack“. Gut 94 Prozent aller Befragten hielten diesen für wichtig bzw. sehr wichtig. Direkt danach folgte die „Zartheit“ (84,5 Prozent), die „geringe Rückstandsbelastung“ (83,7 Prozent) und der „Verzicht auf Antibiotika“ (80,1 Prozent). „Artgerechte Tierhaltung“ ist für 73,1 Prozent der Befragten ein sehr wichtiges bzw. wichtiges Kaufkriterium, für 67,3 Prozent der „günstige Preis“. Bei den Verbrauchern rangiert damit die „Artgerechte Tierhaltung“ vor dem Kriterium „Preis“. Produkt- und Prozessqualität sind gleichermaßen wichtig (Abb. 1).

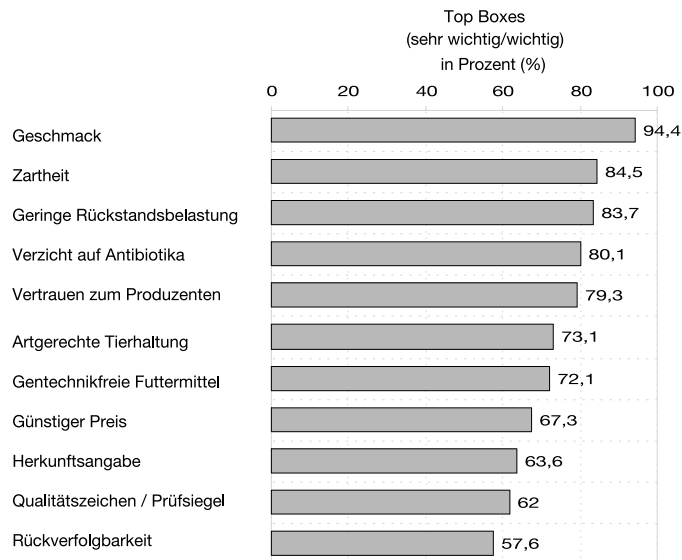
Von der Werbeaussage „aus artgerechter Tierhaltung“ versprechen sich die Verbraucher insbesondere eine tiergerechte Fütterung, mehr Platz und genügend Auslauf sowie Tageslicht für die Tiere. Dies antworteten circa 80 bis 90 Prozent der Befragten. Rund 75 Prozent erwarteten Stroh bzw. Einstreu im Stall sowie den Verzicht auf antibiotische Leistungsförderer (Abb. 2).

Erwartungen und Realität klaffen jedoch weit auseinander, denn kaum ein Verbraucher weiß, dass die

Abb. 1: Kriterien der Verbraucher für den Fleischeinkauf

Frage: „Wenn Sie an den Fleischeinkauf denken, welche der nachfolgenden Kriterien sind Ihnen da besonders wichtig?“

- Gesamt (n = 981) -

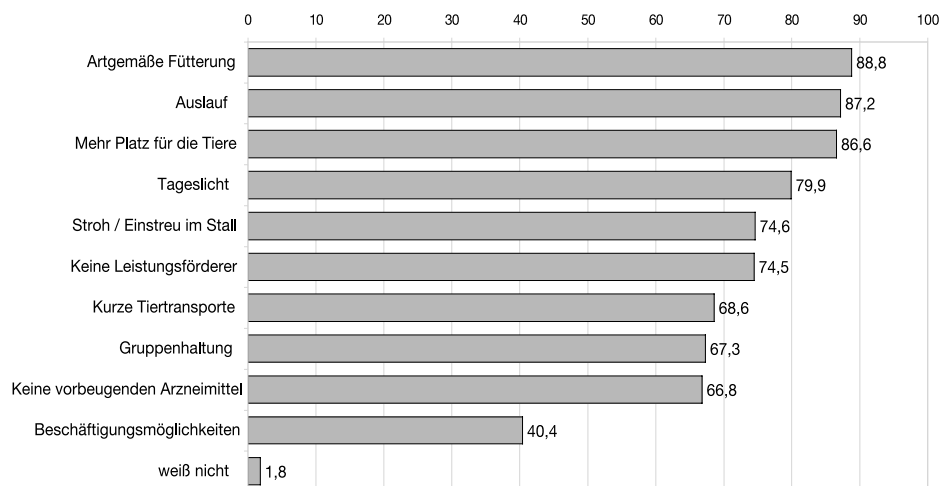


Quelle: (7)

Abb. 2: Erwartungen der Verbraucher an Fleisch aus „artgerechter Tierhaltung“

Frage: „Welche der folgenden Maßnahmen erwarten Sie, wenn jemand seine Produkte mit der Aussage ‚aus artgerechter Tierhaltung‘ bewirbt?“

Gesamt (n = 981)  
gestützte Antworten  
in Prozent (%)



Quelle: (7)

Angabe völlig unverbindlich ist. Hohen Erwartungen an mehr Tiergerechtigkeit in der Nutztierhaltung stehen reale Bedingungen gegenüber, von denen die wenigsten Verbraucher eine konkrete Vorstellung haben. Auf die Frage, ob sie beim Einkauf Fleisch aus artgerechter Tierhaltung eindeutig an Verpackung bzw. Kennzeichnung erkennen können, gab die Hälfte der Befragten an, dass dies nicht möglich sei. Nur knapp ein Viertel aller Befragten bejahte dies. Wie viele dieser Befragten tatsächlich den Überblick haben oder doch auf Werbeaussagen hereinfließen, konnte in der Befragung leider nicht überprüft werden. Insgesamt bestätigte sich aber, dass die Vielzahl von Werbeaussagen, Qualitätssiegeln und Prüfzeichen, die es auf dem Markt gibt, kaum zu mehr Transparenz beitragen und Verbraucher mehr verunsichern, statt ihnen eine Hilfe bei der Kaufentscheidung zu sein.

### Das Angebot aus tiergerechter Produktion

Immer wieder zeigen Marktchecks der Verbraucherzentralen, dass Lebensmittel aus tiergerechter oder gar besonders tiergerechter Haltung im Einzelhandel der „Stecknadel im Heuhaufen“ gleichkommen. Verbraucher müssen tiergerecht produzierte Lebensmittel wie Fleisch aus ökologischem Landbau, Eier aus Freilandhaltung oder Geflügelfleisch aus Auslaufhaltung nach wie vor suchen.

Ein Marktcheck der Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalen im September 2002 brachte an den Tag, dass lediglich zwölf Prozent der Geschäfte Geflügelfleisch aus extensiven Haltungsformen – gemäß EU-Vermarktungsnormen für Geflügelfleisch und EG-Öko-Verordnung – führen. Nur in 24 von 206 Einkaufsstätten gab es überhaupt ein entsprechendes Angebot. Gerade einmal in einem der 69 besuchten Super- und Verbrauchermärkte wurden Hähnchen aus Auslaufhaltung gefunden, absolute Fehlanzeige hingegen in allen 44 inspizierten Discountern. Drei von 13 Lebensmittelabteilungen in Warenhäusern konnten mit verbindlich gekennzeichnetem Geflügel aufwarten – und auch in den 40 Metzgereien wurde nur einmal Biogeflügelfleisch gesichtet. Nur auf fünf von 22 besuchten Wochenmärkten gab es Geflügelfleisch aus definierten extensiven Haltungsformen – und das ausschließlich an Bio-Ständen. Eine höhere Trefferquote gab es hingegen bei Bioläden, wo 14 der 18 besuchten Geschäfte Bio-Geflügelfleisch führten (8).

Nur vereinzelt entdeckt man im Handel Produkte aus den wenigen empfehlenswerten Markenfleischprogrammen. Milch und Milchprodukte aus dem Ökolandbau sind mittlerweile sehr verbreitet, aber Biofleisch ist immer noch deutlich seltener im Angebot.

### Transparenz wird eingefordert

Je knapper das Angebot und je aufwändiger die Suche, desto notwendiger sind Transparenz und Entscheidungshilfen für das *gesamte Angebot* an tierischen Produkten. Die Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalen fordert daher, dass abgestufte Mindestanforderungen für unterschiedlich tiergerechte Haltungsformen festgelegt werden. Erst dann können die Produkte eindeutig gekennzeichnet werden und Verbraucher können nachvollziehen, dass der Mehrpreis eines Produktes tatsächlich den Tieren und nicht bloß pfiffigen Werbestrategen zugute kommt. Bisher gibt es solche definierten Haltungsformen für Geflügelfleisch und Eier (in den jeweiligen EU-Vermarktungsnormen).

Für Mastgeflügel wurden durch die EU-Vermarktungsnormen folgende Bezeichnungen für Haltungsformen festgelegt und mit einer jeweiligen Reihe von Kriterien unterlegt:

- extensive Bodenhaltung,
- Auslaufhaltung,
- bäuerliche Auslaufhaltung,
- bäuerliche Freilandhaltung.

Diese Angaben sind jedoch freiwillig. Zudem lässt sich damit nur ein winziger Teil der Geflügel haltenden Betriebe beschreiben. Was eindeutig fehlt ist zum Beispiel die Festlegung einer Kategorie „Intensive Bodenhaltung“, die obligatorisch auf dem Gros des angebotenen Geflügelfleisches stehen müsste.

Selbst manche hinsichtlich Tierschutz ambitionierten Markenfleischprogramme erfüllen einzelne der vorgegebenen Kriterien nicht – vielleicht weil man bei der Festlegung der Vermarktungsnormen schon zu sehr ins Detail gegangen ist, um unterschiedlichen Gegebenheiten in den EU-Mitgliedstaaten noch gerecht werden zu können. Hinzu kommt, dass die gewählten Begriffe für die Kommunikation mit dem Verbraucher zu sperrig sind und zu schwierig zu behalten – auch weil mancher Anbieter durch beliebige Neukombination oder ähnliche Formulierungen (zum Beispiel „bäuerliche Bodenhaltung“, „Freilandhaltung“) gern einen Anschein erwecken möchte, der die Verbraucher wieder in die Irre leitet.

Im Bereich der Legehennenhaltung ist der Gesetzgeber konsequenter gewesen. Alle angebotenen Eier müssen obligatorisch hinsichtlich ihrer Herkunft aus einem Haltungssystem (Käfig-, Boden- oder Freilandhaltung) gekennzeichnet werden. Vorerst nur auf der Verpackung, ab 2004 dann auch auf jedem Ei. So weiß jeder Verbraucher genau, wofür er sich entscheidet, unabhängig davon, wie idyllisch die Hennen auf der Verpackung im Misthaufen kratzen.

## Die Verbraucherzentralen werden initiativ

Die Landes- und Bundesregierungen ebenso wie die EU-Parlamentarier sollten sich in Brüssel für die Einführung solcher Vermarktungsnormen (fest definierter Haltungsverfahren) bei allen wichtigen Tierarten, also auch für Rinder und Schweine einsetzen. Hierzu haben die Verbraucherzentralen eine Initiative ergriffen und einen Prozess in Gang gesetzt, mit dessen Hilfe Bündnispartner in Politik, Verwaltung, Verbänden und Wirtschaft identifiziert und zusammengeführt werden sollen. Erwartungsgemäß wird dies ein langwieriger Prozess sein, auch weil die Rahmenbedingungen letztlich für die europäische Ebene gelten müssen. Vielleicht gelingt ja auf Ebene eines Bundeslandes – zum Beispiel in Nordrhein-Westfalen – zunächst ein Pilotprojekt zur Entwicklung von Vermarktungsnormen sowie deren „obligatorischer“ Kennzeichnung auf Basis einer Selbstverpflichtung der Wirtschaftsakteure.

Die bereits vorhandenen Vermarktungsnormen im Mastgeflügelbereich sind unbedingt nachzubessern. Die Kennzeichnung der Haltungsform muss für Verbraucher einfach erkennbar sein und trotzdem anschaulicher hinsichtlich des Maßes der Tiergerechtigkeit. Genauso wichtig wie die Nachvollziehbarkeit der Kennzeichnung ist die Durchsetzung einer obligatorischen Kennzeichnung. Nur wenn beim Kauf jedes Stück Fleisch eindeutig einer bestimmten Haltungsform zugeordnet werden kann, haben Verbraucher die Möglichkeit, sich für (oder gegen) mehr Tiergerechtigkeit zu entscheiden. Das würde auch den vielen Direktvermarktern helfen, die mehr auf Tiergerechtigkeit achten, dies aber nicht verbindlich deklarieren können.

Last but not least steht und fällt jedes System der Kennzeichnung natürlich mit der Kontrolle. Papier – auch das auf Verpackungen oder in Werbeanzeigen für Fleisch – ist geduldig. Verbraucher können sich nur dann verlässlich für Tiergerechtigkeit entscheiden, wenn auch so viel Tiergerechtigkeit im Produkt „drin ist, wie drauf steht“. Dann wären endlich die Tage der Mogelpackungen und der irreführenden Werbung mit „glücklichen Tieren in bäuerlicher Idylle“ gezählt.

## Anmerkungen

- (1) Eine Untersuchung im Auftrag der EU-Kommission förderte Mitte 2002 in Deutschland wie auch anderen EU-Mitgliedsländern erhebliche Mängel in der Anwendung der Rindfleischetikettierung bzw. in der Rückverfolgbarkeit des Fleisches von der Theke bis zum Erzeuger zutage (Quelle: GD(SANCO)/8546/2002).
- (2) Obwohl man kaum an Daten kommt, die diese Missstände belegen könnten, werden diese häufig als Argument dafür genommen, dass erst mit Hilfe von Qualitätssicherungssystemen wie QS die Umsetzung der gesetzlichen Vorschriften künftig gewährleistet würde.
- (3) [www.greenpeace.org](http://www.greenpeace.org) (2002).
- (4) [www.munlv.nrw.de](http://www.munlv.nrw.de) (2003).
- (5) Unkritisch ist auch das nicht, weil den deutschen Biobauern – noch nicht der Nische entwachsen – der Gegenwind des internationalen Wettbewerbs ins Gesicht bläst. Auch ausländische Bio-Lebensmittel können mit dem deutschen Bio-Siegel gekennzeichnet werden, wenn sie mindestens die EG-Ökoverordnung einhalten. Einzelne Bundesländer (Bayern, Baden-Württemberg) haben deshalb das Bio-Siegel um eine Herkunftsangabe ergänzt.
- (6) Siehe den Beitrag von Hedi Grunewald im Kritischen Agrarbericht 2003, S. 68 ff.
- (7) VZ-NRW (2003): Verbraucherbefragung Fleischeinkauf. Repräsentative Befragung der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Juni 2003 im Auftrag der Verbraucherzentrale NRW und des EVZ.
- (8) Verbraucher-Zentrale NRW: Appetit auf Huhn und Pute – Ein Marktcheck zum Angebot von Geflügelfleisch aus extensiver, tiergerechterer Haltung, Düsseldorf 2002.

## Autoren

Bernhard Burdick, Diplom-Agraringenieur, ist Projektleiter in der Gruppe Ernährung in der Geschäftsstelle der Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalen und bearbeitet Themen rund um Produktion und Markt von Lebensmitteln.



Sabine Klein, Diplom-Oecotrophologin, beschäftigt sich in der Gruppe Ernährung der Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalen mit dem Themenschwerpunkt „Tierische Lebensmittel“.



Verbraucher-Zentrale NRW  
Mintropstraße 27  
40215 Düsseldorf  
Telefon: 0211 / 3809-359 (Burdick)  
Telefon: 0211 / 3809-122 (Klein)  
E-Mail: [bernhard.burdick@vz-nrw.de](mailto:bernhard.burdick@vz-nrw.de)  
E-Mail: [sabine.klein@vz-nrw.de](mailto:sabine.klein@vz-nrw.de)