

Prof. Dr. Ludwig Theuvsen, Heinke Heise, Wiebke Pirsich

Tierwohl und Wirtschaftlichkeit

Tierwohl zwischen öffentlicher Diskussion und ökonomischen Zwängen

Das Thema Tierwohl in der Landwirtschaft ist in den letzten Jahren vermehrt in den Fokus einer kritischen Öffentlichkeit gerückt. Die Medien greifen das Thema immer wieder auf und verstärken auf diese Weise die teils sehr emotional geführte Diskussion rund um die moderne Nutztierhaltung. Viele Verbraucher wünschen sich nach eigenen Aussagen ein Mehr an Tierwohl und sorgen sich um das Wohlergehen landwirtschaftlicher Nutztiere, besonders in der Schweine- und der Geflügelhaltung.

In der Folge sind in den letzten Jahren einige sog. Tierwohlprogramme auf den Markt gekommen, die Fleisch aus tiergerechterer Haltung (kurz: Tierwohlfleisch) erzeugen und vermarkten. Doch entgegen den vielversprechenden Ergebnissen von Marktforschungsstudien, die eine breite Marktakzeptanz und erhebliche Mehrzahlungsbereitschaft für Produkte aus diesen Programmen prognostiziert hatten, sind die Marktanteile für Tierwohlprodukte bislang gering geblieben. Die Gründe dafür sind vielgestaltig. So steht für die Landwirte die Wirtschaftlichkeit ihrer Produktion an erster Stelle. Die Umstellung auf tiergerechtere Haltungssysteme erfordert vielfach Investitionen, die für die Landwirte ein bedeutendes ökonomisches Risiko darstellen und angesichts unsicherer Vermarktungschancen von Tierwohlfleisch als Grund für die mangelnde Akzeptanz von Tierwohlprogrammen vermutet werden. Zusätzlich entstehen Kosten für die Zertifizierung der Betriebe und regelmäßige Kontrollen. Auf der Stufe der Schlachtung und Fleischverarbeitung führen die notwendige Warenstromtrennung und die Kleinstmengenproblematik bei Nischenprodukten zu hohem Organisations- und Logistikaufwand. Im Einzelhandel wiederum stellt das begrenzte Platzangebot in den Kühlregalen und Bedientheken eine erste Markteintrittsbarriere für Tierwohlprodukte dar. Zusätzlich ist die Markteinführung neuer Produkte mit hohen Marketingkosten verbunden. Weitere Kosten entstehen durch die geringe Umschlaggeschwindigkeit bei Nischenprodukten mit kurzer Haltbarkeit, die gegenüber Standardware zu höherem Verderb führt. Darüber hinaus können in der Regel nur die Edelstücke im Premiumsortiment zu entsprechend höheren Preisen vermarktet werden, während für die übrigen Produkte und Schlachtnebenprodukte kein Preisaufschlag realisiert werden kann. Der Preisabstand zwischen Tierwohl- und Standardware wird dadurch regelmäßig sehr groß. Am Ende der Wert-

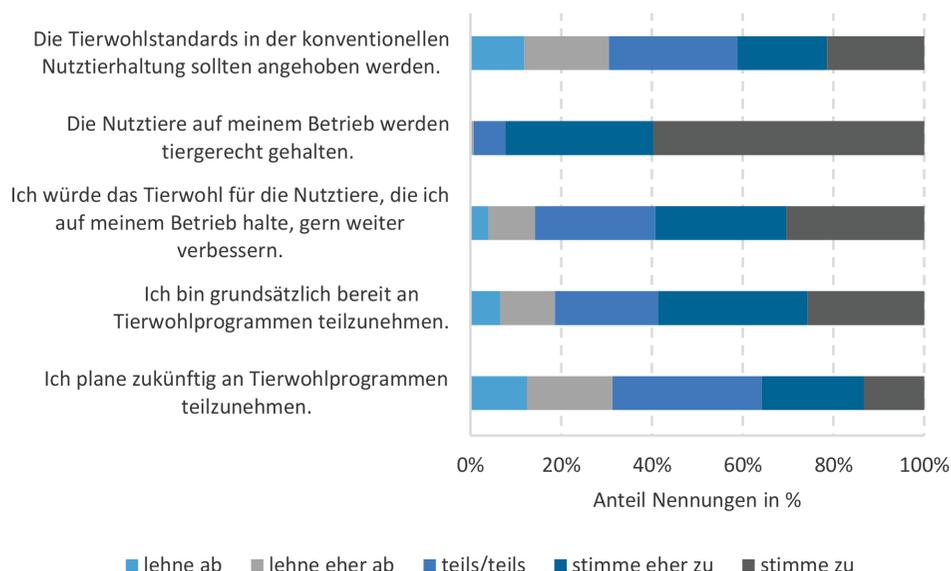
schöpfungskette stehen schließlich die Verbraucher, die mit ihrem Nachfrageverhalten und ihrer Mehrzahlungsbereitschaft großen Einfluss auf den Wirtschaftlichkeit der Wertschöpfungskette „Tierwohlfleisch“ haben. Das häufig beschriebene Phänom des „Consumer-Citizen Gap“ stellt eine bedeutende Herausforderung für eine erfolgreiche Vermarktung von Tierwohlfleisch dar. So antworten Befragungsteilnehmer in ihrer Rolle als Bürger in Marktforschungsstudien u.a. aufgrund sozialer Erwünschtheitseffekte häufig völlig anders als sie sich in ihrer Rolle als Konsumenten beim Einkauf verhalten. Dies erschwert die genaue Bestimmung des Marktpotenzials für Tierwohlfleisch ebenso wie die exakte Ermittlung der Mehrzahlungsbereitschaft für entsprechende Produkte.

Vor dem beschriebenen Hintergrund können Tierwohlprogramme langfristig nur dann eine breite Marktdurchdringung erreichen, wenn sie von den verschiedenen Anspruchsgruppen entlang der Wertschöpfungskette akzeptiert werden. Im Folgenden werden daher die Einstellungen von Landwirten, Tierärzten, Fleischern und Verbrauchern zu Tierwohlprogrammen sowie deren Einschätzung der Wirtschaftlichkeit höherer Tierwohlstandards dargestellt.

Tierwohl aus Sicht von Landwirten

Abbildung 1 zeigt die Einstellungen von 1.032 im Rahmen einer empirischen Studie befragten Landwirten zu Tierwohl sowie ihre Bereitschaft, ein Mehr an Tierwohl auf dem eigenen Betrieb umzusetzen. Insgesamt sehen gut 40% der Produzenten derzeit einen Bedarf, die Tierwohlstandards in der Nutztierhaltung anzuheben. Gleichzeitig sind über 90% davon überzeugt, ihre eigenen Tiere tiergerecht zu halten. Knapp 60% der Landwirte

Abbildung 1
Einstellung von Landwirten zu höheren Tierwohlstandards und Tierwohlprogrammen (n=1.032)

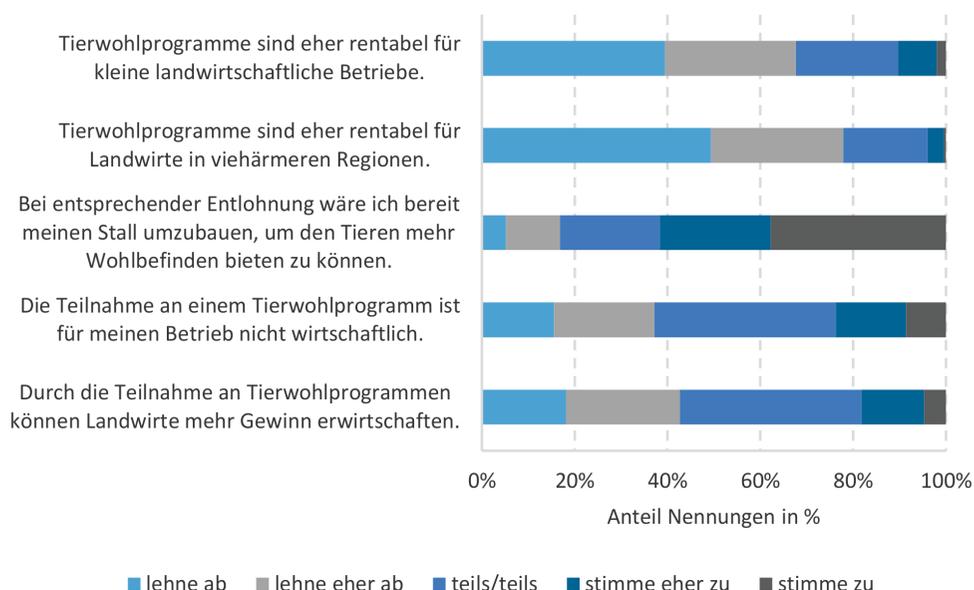


würden gleichwohl gerne das Tierwohlniveau auf dem eigenen Betrieb weiter verbessern. Ebenfalls knapp 60% der befragten Produzenten sind grundsätzlich bereit, an Tierwohlprogrammen teilzunehmen, und gut 35% planen dies sogar für die Zukunft.

Abbildung 2 zeigt verschiedene Statements, die sich mit der Wirtschaftlichkeit von Tierwohlprogrammen aus Sicht der Landwirte befassen. Nur ca. 10% der befragten Landwirte glauben, dass sich Tierwohlprogramme eher für kleine Betriebe lohnen, und nur gut 5% sind der Meinung, dass Tierwohlprogramme eher für Landwirte in viehärmeren Regionen rentabel sind. Ungeachtet der

in Abbildung 1 aufscheinenden, grundsätzlich positiven Einstellung der Landwirte zu Tierwohlprogrammen zeigt sich, dass sie im Moment kaum von deren Wirtschaftlichkeit überzeugt sind. Gut 60% der Landwirte erachten die Teilnahme an einem Tierwohlprogramm derzeit als nicht wirtschaftlich für den eigenen Betrieb oder sind bei diesem Statement unentschlossen. Nur knapp 20% meinen, durch die Teilnahme an Tierwohlprogrammen mehr Gewinn erwirtschaften zu können. Bei entsprechender Entlohnung wären allerdings über 60% der Produzenten bereit, ihren Stall umzubauen, um den Tieren mehr Wohlbefinden bieten zu können.

Abbildung 2
Einstellung von Landwirten zur Wirtschaftlichkeit von Tierwohlprogrammen (n=1.032)



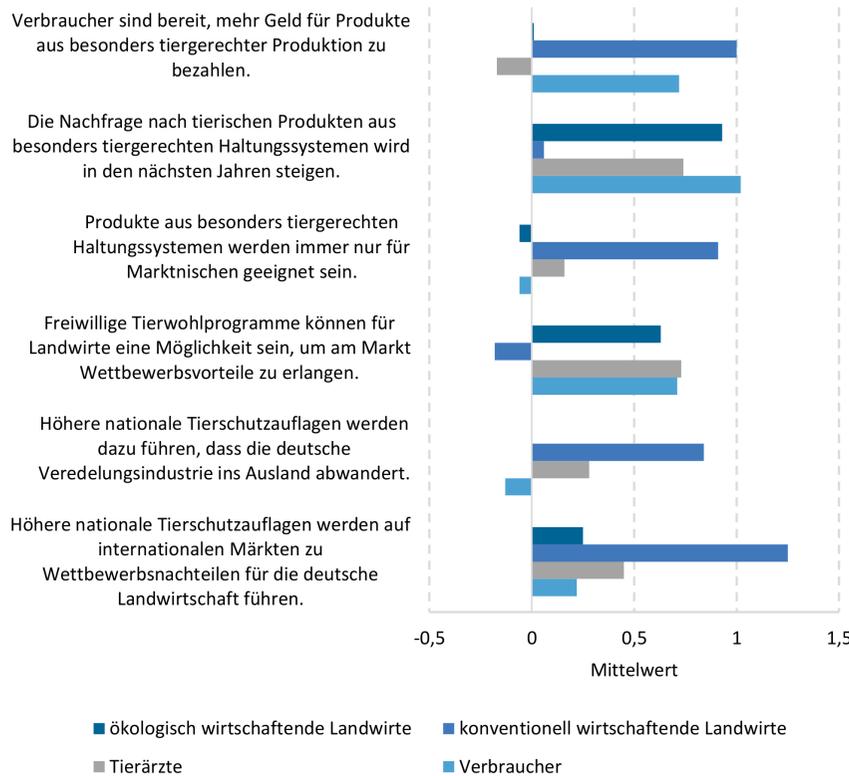


Abbildung 3
Wirtschaftlichkeit von höheren Tierwohlstandards aus Sicht von Verbrauchern, Tierärzten und Landwirten

Tierwohl aus Sicht verschiedener Anspruchsgruppen

Abbildung 3 zeigt vergleichend die Sicht von insgesamt mehr als 2.000 Landwirten, Tierärzten und Verbrauchern zu den Auswirkungen höherer Tierwohlstandards. Insgesamt wird deutlich, dass die Mehrzahlungsbereitschaft für Produkte aus besonders tiergerechter Haltung von konventionellen Landwirten am positivsten beurteilt wird, während Tierärzte diese am zurückhaltendsten einstufen. Allerdings legen die konventionellen Landwirte die größte Skepsis hinsichtlich der steigenden Nachfrage nach Tierwohlprodukten an den Tag. Sie sind davon überzeugt, dass der Markt für Tierwohlprodukte auch zukünftig ein Nischenmarkt bleiben wird. Dagegen erwarten vor allem Verbraucher und ökologisch wirtschaftende Landwirte einen Anstieg der Nachfrage. Verbraucher, Tierärzte und ökologisch wirtschaftende Erzeuger sehen in Tierwohlprogrammen eine Möglichkeit für Landwirte, um Wettbewerbsvorteile zu generieren, während konventionell wirtschaftende Landwirte insoweit noch unentschlossen sind. Vor allem aber erwarten sie auf internationalen Märkten Wettbewerbsnachteile durch die einseitige Erhöhung nationaler Tierschutzaufgaben und sehen die Gefahr, dass die Veredelungsindustrie ins Ausland abwandern könnte.

Entscheidend für den Erfolg von Tierwohlprogrammen ist auch die Einzelhandelsstufe. Eine Befragung von Fleischerfachgeschäften im August 2015 lieferte erstmals quantitative Ergebnisse zu deren Einstellungen zur landwirtschaftlichen Nutztierhaltung und zum Thema Tierwohlfleisch. Wie in Abbildung 4 dargestellt ist, sehen die Fleischer die Haltungsbedingungen landwirtschaftlicher Nutztiere durchaus kritisch. Das Thema Tierwohl stellt nach Auffassung der befragten Fleischer die Fleischbranche vor große Herausforderungen, biete aber auch eine Chance zur Verbesserung des Images. Fast 80% der Fleischer gehen davon aus, dass die Nachfrage nach Fleisch aus tiergerechterer Haltung in Zukunft deutlich steigen wird, und nur knapp 30% der Fleischer glauben, dass ihre Kunden nicht bereit seien, den Mehrpreis dafür zu zahlen. Die Ergebnisse dieser explorativen Studien deuten insgesamt darauf hin, dass die Vermarktung von Tierwohlfleisch bei selbständigen Fleischern eine hohe Akzeptanz besitzt und von ihnen grundsätzlich als erfolgversprechend eingeschätzt wird.

Die Einstellung von Verbrauchern zur landwirtschaftlichen Nutztierhaltung und zum Thema Tierwohlfleisch wurde im Juni 2015 online erhoben. Insgesamt wurden 620 Teilnehmer befragt, die eine repräsentative Stichprobe der deutschen

Abbildung 4
Einstellung von Fleischern
zum Thema Tierwohl

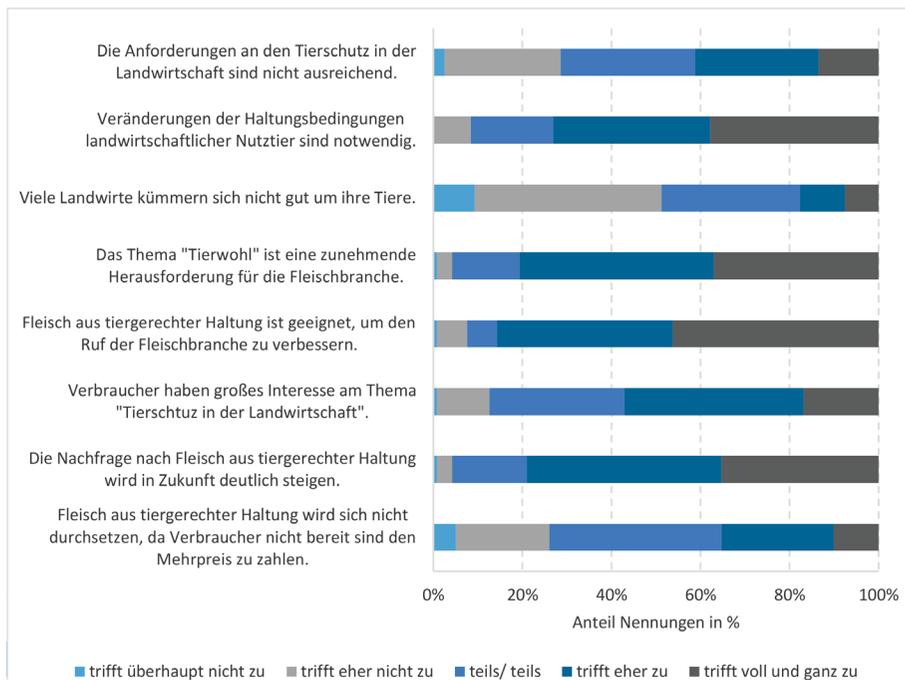


Abbildung 5
Einstellung der Verbraucher
zum Thema Tierwohl und
Fleischkonsum

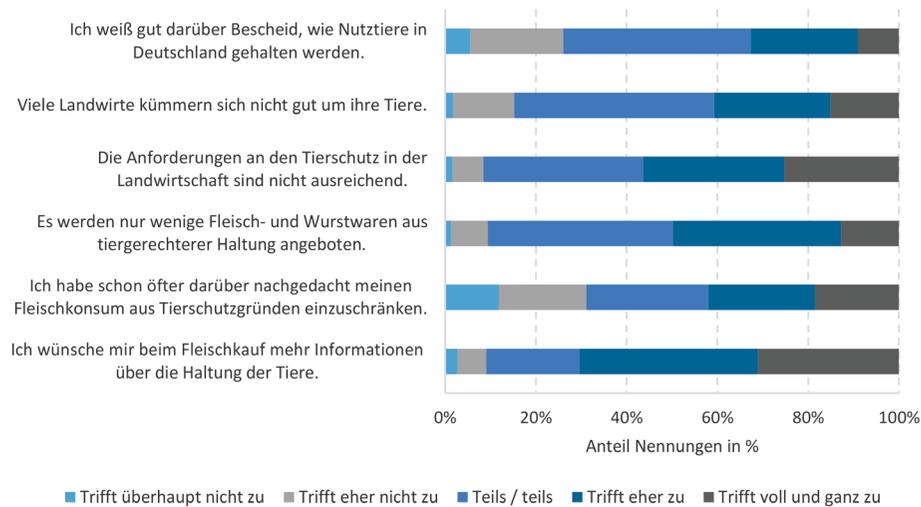
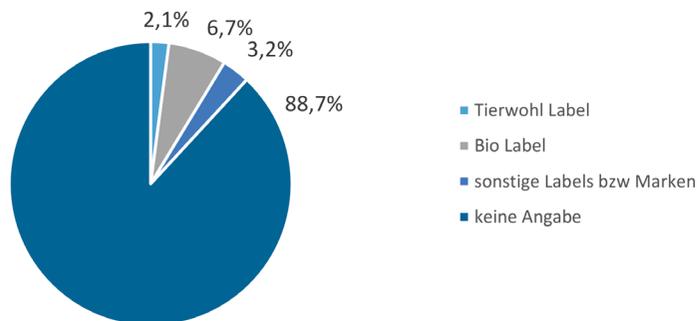


Abbildung 6
Ergebnisse der ungestützten
Frage nach Labels bzw.
Marken für Produkte aus
tiergerechterer Haltung
(Verbraucher; n=620;
Mehrfachnennung möglich)

Welche Labels oder Marken für Fleisch aus tiergerechterer Haltung kennen Sie?



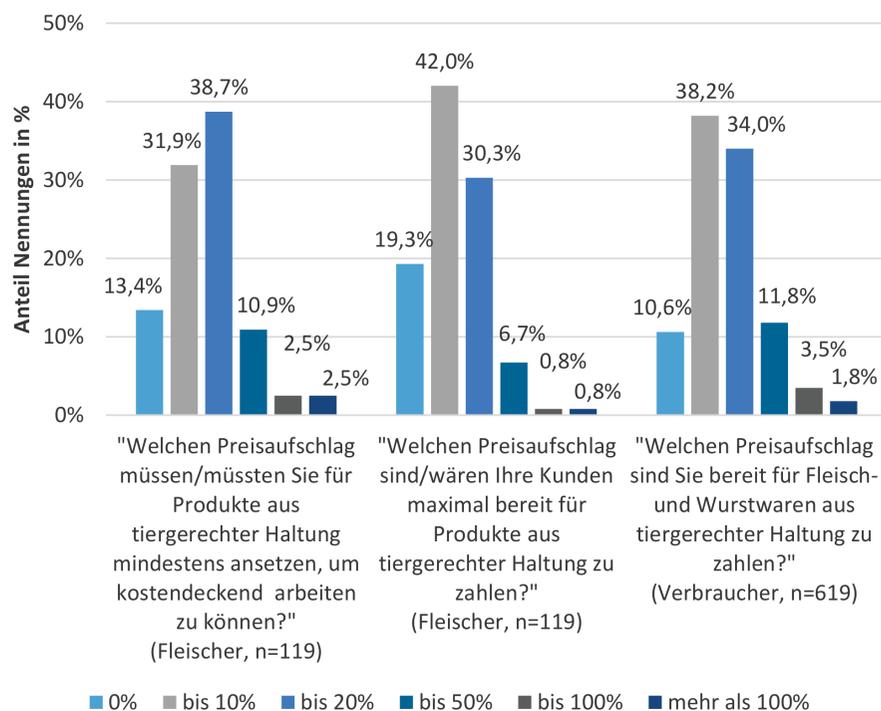


Abbildung 7
Kosten und
Mehrzahlungsbereitschaft für
Tierwohlfleisch aus Sicht von
Fleischern (n=119) und
Verbrauchern (n=620)

Verbraucher darstellen. Die in Abbildung 5 dargestellten Ergebnisse zeigen die große Bedeutung des Themas Tierwohl für die Befragten. Mehr als 55% der Verbraucher meinen, dass die Anforderungen an den Tierschutz in der Landwirtschaft nicht ausreichend sind. Über 40% der Verbraucher geben zudem an, bereits darüber nachgedacht zu haben, ihren Fleischkonsum aus Tierschutzgründen einzuschränken. Der Wunsch nach mehr Information zur Tierhaltung beim Einkauf von Fleisch wird besonders deutlich; so sind die Angaben zu den Haltungsbedingungen der Tiere für rund 70% der Verbraucher ungenügend.

Des Weiteren wurden die Verbraucher ungestützt nach ihnen bekannten Labels oder Marken für Produkte aus tiergerechterer Haltung gefragt. Wie Abbildung 6 zeigt, konnten nur 2,1% der Verbraucher ein tatsächlich existierendes Tierwohl-Label oder eine Marke nennen; 91,9% kannten kein einziges Label bzw. keine Marke oder machten eine nicht korrekte Angabe. Dieses Ergebnis verdeutlicht die große Bedeutung von begleitenden Marketingmaßnahmen bei der Markteinführung von Tierwohlfleisch.

Die Fleischer (vgl. Abbildung 4) wurden nach ihrer Einschätzung der Mehrkosten bei der Produktion von Tierwohlfleisch als auch der Mehrzahlungsbereitschaft ihrer Kunden gefragt. Die Verbraucher wurden ebenfalls direkt nach ihrer Mehr-

zahlungsbereitschaft für Tierwohlfleisch befragt. Die Ergebnisse werden in Abbildung 7 vergleichend gegenübergestellt. Knapp 85% der Fleischer gehen davon aus, dass die Kosten der Produktion von Tierwohlfleisch maximal 20% über denen der Produktion von konventioneller Ware liegen. Hinsichtlich der Mehrzahlungsbereitschaft ihrer Kunden gehen immerhin knapp 40% der Fleischer davon aus, dass ihre Kunden mindestens 20% mehr für Tierwohlfleisch bezahlen würden.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sich bei Kunden von Fleischerfachgeschäften um eine Zielgruppe handelt, die grundsätzlich schon über eine höhere Zahlungsbereitschaft für Premiumfleisch verfügt. Die Einschätzung der Fleischer kann daher nicht auf alle Verbraucher übertragen werden. In der Verbraucherbefragung haben rund 50% der Verbraucher angegeben, bereit zu sein, mindestens 20% mehr für Produkte aus tiergerechterer Haltung zu zahlen. Lediglich 10,6% zeigen keine Bereitschaft, für Tierwohlfleisch mehr Geld auszugeben; diese Gruppe wird von den Fleischern auf der Grundlage ihrer Erfahrungen mit fast 20% allerdings etwas größer eingeschätzt.

Insgesamt ist aber auch unter Berücksichtigung möglicher Verzerrungen auf Grund von sozialen Erwünschtheitseffekten durchaus von einer beachtlichen Zielgruppe für Tierwohlfleisch mit einer nennenswerten Mehrzahlungsbereitschaft auszugehen. ■



Prof. Dr. Ludwig Theuvsen
Department für
Agrarökonomie und
Rurale Entwicklung
Tel. 0551/ 39-4851
theuvsen@uni-
goettingen.de