

Verbrauchermeinungen bezüglich Tierschutzbelangen beim Einkauf stark unterschiedlich



Die Frage, was Verbraucher tun können, um den Tierschutz in der landwirtschaftlichen Tierhaltung zu verbessern, findet beträchtliche Aufmerksamkeit. Um den Tierschutz in der landwirtschaftlichen Tierhaltung in Europa zu stärken, ist es unerlässlich, die Verbesserung der Lebensbedingungen von Tieren in der Landwirtschaft mit dem Kaufverhalten von Verbrauchern zu verknüpfen. Diese neueste Studie zeigt, dass die Verbindung der zwei Themenbereiche innerhalb von Europa sehr unterschiedlich betrachtet wird.

Eine grosse Mehrheit der Verbraucher in Europa sagt, dass der Tierschutz in der landwirtschaftlichen Tierhaltung wichtig ist. Die Antworten variierten von 69% der Befragten in den Niederlanden, zu 73% in GB, 75% in Frankreich, bis zu 83% in Ungarn und Schweden. Norwegen und Italien erzielten mit 84% und 87% die jeweils höchsten Werte. Die Verbraucher haben tatsächlich Bedenken, vor allem, was die Bedingungen in der Geflügelzucht anbelangt, aber auch bei der Schweinemast. Im Vergleich dazu wird die Milchkuhhaltung als ein Bereich mit geringen Problemen betrachtet. Die Leute machen sich Gedanken über die Bedingungen auf den Höfen; Transport und Schlachtung sind ebenfalls Bereiche, die Besorgnis erregen.

Die öffentliche Meinung in den sieben Ländern ist stark unterschiedlich. Befragte in Italien und Frankreich machen sich die meisten Sorgen um die Tierschutzbedingungen im eigenen Land; diese Bedenken wirken sich häufig auf das Kaufverhalten bei Lebensmitteln aus, und das Vertrauen in die Betreiber im Lebensmittelbereich ist eher gering. Die Ungarn machen sich zwar Sorgen und sind gegenwärtigen Trends gegen-

über eher pessimistisch eingestellt, aber Tierschutz ist von geringerer Bedeutung, wenn es um das Kaufverhalten geht. Die Niederländer zeigen allgemein geringeres Interesse, aber viele haben Bedenken. Viele machen sich Gedanken über Tierschutzbelange, wenn sie Eier oder Rindfleisch kaufen. Das Vertrauen in die Betreiber ist hoch. Die Briten zeigen ein ähnliches Muster, aber das Vertrauen in Behörden, Marktbetriebe und Organisationen ist wesentlich geringer. Die Schweden und Norweger, letztendlich, engagieren sich in diesem Bereich; sie haben grosses Vertrauen und machen sich keine Sorgen. Besonders in Norwegen wird der Tierschutz selten mit Verbraucherverhalten in Verbindung gebracht.

Auf die Frage, ob sich die Bedingungen in den letzten zehn Jahren verändert haben, erhält man in den meisten Ländern eher optimistische Antworten. Eine Mehrheit der Verbraucher findet, dass sich die Bedingungen in der landwirtschaftlichen Tierhaltung verbessert haben, während weniger als eine von fünf Befragten der Ansicht ist, dass sich die Situation verschlechtert hat.

Dieses Factsheet steht auf der Welfare Quality® Website www.welfarequality.net in mehreren Sprachen zur Verfügung. Dort sind noch weitere Themen wie "Grundsätze und Kriterien für den Schutz des Wohlergehens landwirtschaftlicher Nutztiere", "Verbessern des Überlebens von Ferkeln" oder "Vermeidung von Lahmheiten bei Masthühnern" behandelt und können als Dokument heruntergeladen werden.

Dieser Optimismus mag einer der vielen Gründe dafür sein, dass die Forscher den Anteil der Leute, die Tierschutzbelange mit ihrem eigenen Kaufverhalten assoziieren, wesentlich geringer fanden, als den Anteil derjenigen, die nur generelles Interesse und generelle Bedenken hatten. Diese Leute sehen vielleicht einfach nur keinen Anlass zum Handeln. Trotzdem machen sich viele Verbraucher Gedanken über diese Belange, wenn sie Eier, Rindfleisch oder Milch kaufen. Der Anteil dieser Verbraucher ist im Allgemeinen wesentlich höher, als der Marktanteil für spezielle, tierfreundliche Produkte. Dies deutet darauf hin, dass die Verbraucherdefinition von Tierschutz im Lebensmittelbereich wesentlich weiter ist, als das Angebot von entsprechenden Marken. Zum besseren Verständnis müssen wir deshalb die Produkte mit in Betracht ziehen, die auf den Lebensmittelmärkten Europas angeboten werden, und wie diese gekennzeichnet sind. Weitere Studien von Welfare Quality® werden diese Fragestellungen untersuchen.

Die Details dieser Umfrage sind in einem Welfare Quality® Report dargestellt, der von der Cardiff University veröffentlicht wurde: Attitudes of Consumers, Retailers and Producers to Animal Welfare.

Für die Studie wurden 10.500 Verbraucher befragt. Die Ergebnisse basieren auf einer repräsentativen Auswahl von Befragten in Frankreich, Ungarn, Italien, Grossbritannien, den Niederlanden, Norwegen, und Schweden. Die Studie wurde von Unni Kjaernes vom National Institute for Consumer Research, Oslo, durchgeführt, zusammen mit sieben anderen europäischen Forschungsinstituten/Universitäten: Ashtown Food Research Centre - Irland, Cardiff University - Grossbritannien, Stockholm University - Schweden, University of Pisa - Italien, University of Reading - Grossbritannien, Université de Toulouse le Mirail - Frankreich, Wageningen University and Research Centre, Die Niederlande.

Frühere Studien haben gezeigt, dass Tierschutzbelange für den Verbraucher beim Einkauf von Lebensmitteln von beträchtlicher Bedeutung sein können. Bevölkerungsumfragen, die als Teil des Welfare Quality Projekts durchgeführt wurden, untersuchen in grösserem Detail das Ausmass sozialen Engagements beim Tierschutz in der Landwirtschaft, und wie dieses Engagement sich im täglichen Verbraucherverhalten in Europa ausdrückt.

Weitere Informationen bei:

Unni Kjaernes, unni.kjaernes@sifo.no



Project Coordinator

Prof. Dr Harry J. Blokhuis, The Netherlands
harry.blokhuis@hnh.sl.u.se

Project Office Welfare Quality®

Animal Sciences Group of Wageningen UR
Postbox 65, 8200 AB Lelystad
The Netherlands
Phone: +31 320 293503
Fax: +31 320 238050
e-mail info@welfarequality.net

www.welfarequality.net

Welfare Quality® ist ein europäisches Forschungsprojekt, das die Integration des Tierschutzes in die Nahrungsqualitätskette zum Thema hat. Das Projekt will Bedenken der Gesellschaft und Wünschen des Marktes Rechnung tragen sowie zuverlässige Systeme für die Kontrolle landwirtschaftlicher Betriebe und die Produktinformation sowie praktische tierartbezogene Strategien zur Verbesserung des Tierschutzes entwickeln. Vierundvierzig Forschungsinstitute und Universitäten aus dreizehn europäischen und vier lateinamerikanischen Ländern nehmen an diesem integrierten Forschungsprojekt teil.

Welfare Quality® wird von der Europäischen Kommission im Zuge des 6. Rahmenprogramms, Vertrag Nr. FOOD-CT-2004-506508, mitfinanziert.

Der Text stellt die Meinungen der Verfasser dar und gibt nicht notwendigerweise die Position der Kommission wieder, die jegliche Verantwortung für die Nutzung dieser Informationen ausschließt.