



.....

*Nur etwa 15–20 %
der Konsumenten
sind bereit, für Tierwohl
mehr auszugeben.*

.....

Konsumenten fehlt bei Tierwohl das Big Picture

Der *f.eh-Mediendialog* ist ein neues Veranstaltungsformat, das eine sachliche und faktenbasierte Diskussion über Essen und die Lebensmittelproduktion ermöglichen soll. Beim ersten Termin stand das Tierwohl im Fokus. Bei sechs Themenbereichen orte-ten die Teilnehmer dringenden Handlungsbedarf – auch wenn über konkrete Lösungen nicht immer Einigkeit herrschte.

VON CARINA KERN UND ELISABETH SPERR

Laut Umfragen ist für 80 % der Menschen in Österreich artgerechte Tierhaltung wichtig. An der Supermarktkasse steht allerdings ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis deutlich im Vordergrund. Die Menschen zeigen sich in ihrer Rolle als Bürger also mental aufgeschlossen, sind aber als Konsumenten weitgehend verhaltensresistent, und die meisten sind nicht bereit, für Tierwohl einen höheren Preis zu zahlen. Wie kann es gelingen, dass sich moralische Haltungen im Kaufverhalten niederschlagen? Haben die gesellschaftlichen Ansprüche für „Wohlfühl-Tierhaltung“ einen Markt? Warum wird es gefordert, aber nicht gekauft? Und wer zahlt letzten Endes den Preis fürs Tierwohl?

Um diese Fragen und die Diskrepanz zwischen den Ergebnissen von Umfragen und Einkaufsanalysen mit anerkannten Experten und Journalisten zu diskutieren sowie mögliche Lösungen zu erörtern, lud das *forum. ernährung heute* (f.eh) zum ersten Mediendialog (Details siehe Info auf Seite 6) zum Thema „Tierwohl zwischen Wunsch und Wirklichkeit“. Dabei konnten sich die Experten und die rund 50 intensiv mitdiskutierenden Gäste auf sechs Bereiche einigen, die verbesserungswürdig sind.

1) Konsumenten brauchen emotionale Argumente

Die Landwirtschaft steht vor der Herausforderung, auf weniger werdenden Flächen mehr Lebensmittel mit weniger Emissionen zu produzieren – und das mit mehr Tierwohl als bisher. Dabei geht es neben der Haltung auch um artgerechte Fütterung, Vermeiden von Futtermitteln aus Übersee und die Herdengröße.

Vor allem bei Letzterem kann man bei Konsumenten Impulse setzen, meinte Josef Braunschhofer von *Berglandmilch*: „In Österreich haben wir bei Rindern eine durchschnittliche Herdengröße von 20 Tieren und jede Kuh hat einen Namen. In Deutschland wiederum ist die Hälfte der Kühe in Herden mit mehr als 100 Tieren. Dort haben sie meist nur eine Nummer. Die Bauern in Österreich haben einen anderen Zugang, sind viel stärker für das Einzeltier sensibilisiert und achten dementsprechend auf das Wohlbefinden der Tiere. Und der Konsument weiß das zu schätzen.“

Aus dem Publikum brachte sich Lisa Hofer-Falkinger von *ÖBV – Via Campesina Austria (Österreichische Berg- und Kleinbäuer_innen Vereinigung)* ein. Sie warnte davor, Bauern auf eine rein ökonomische Rolle zu reduzieren, „denn das macht einen emotionalen Zugang unmöglich“. Johannes Mayr von der *KeyQUEST Marktforschung* bestätigte das: „In der Diskussion wird auf die Emotionen der Konsumenten vergessen und versucht, alles rational zu erklären. Wenn die Konsumenten mehr bezahlen sollen, muss ein Wunsch erzeugt werden. Informationen über Tierhaltungssysteme und Ähnliches überfordern sie.“

2) Ernährungsbildung in Schulen etablieren

Die fehlende Emotion in der Kommunikation trägt wesentlich dazu bei, dass die Österreicher keinen höheren Preis für Tierwohl zahlen wollen, meinte NR-Abgeordnete Carina Reiter von der *Österreichischen Jungbauernschaft*: „Den Konsumenten ist der Bezug zur Produktion von Lebensmitteln verloren gegangen. →



NR-Abg. Carina Reiter (Österreichische Jungbauernschaft),
Mag. Johannes Mayr (KeyQUEST Marktforschung)



Dr. Marlies Gruber, Dr. Ulrich Herzog (BMSGPK), Mag. Andreas Herrmann (AMA-Marketing), DI Oskar Wawschinek, MAS MBA,
Mag. Martina Pluda (Vier Pfoten), Dr. Johann Schlederer (Österreichische Schweinebörse) (v.l.n.r.)

Daran ist aber auch die Landwirtschaft schuld, denn Landwirte argumentieren faktenbasiert und sachlich, obwohl Tierhaltung für sie hoch-emotional ist – schließlich befassen wir uns ja mit unseren Tieren. Diese Emotion müssen wir vermitteln und die Menschen sensibilisieren.“

Dabei ist aber aus Sicht aller Diskutanten nicht nur in der Kommunikation anzusetzen, sondern vor allem auch im Bildungsbereich. Martina Dörflinger von der *Fachstelle für tiergerechte Tierhaltung und Tierschutz* verwies dazu auf die Bemühungen des Vereins *Tierschutz macht Schule*: „Damit bringen wir den Kindern sachlich und informativ Landwirtschaft, richtiges Essen und Tierwohl nahe. Das ist ein wichtiger Schritt zur Information der Konsumenten von morgen.“ Erfreulich ist daher, dass im Regierungsprogramm eine verstärkte Ernährungsbildung vorgesehen ist.

Das Freilandei war nicht sofort erfolgreich. Das Verbot der Käfighaltung war erst möglich, weil Alternativen aufgezeigt wurden. Daher muss man auch beim Fleisch gezielt schauen, in welche Richtung man gehen kann.

3) Ehrliche Kommunikation

Jede Form von Information und Bildung braucht ehrliche und transparente Kommunikation – auch darüber waren sich alle einig. Johann Schlederer von der *Österreichischen Schweinebörse* unterstützte daher zwar die Forderung einer umfassenden Ernährungsbildung, wünschte sich jedoch ein Umdenken bei den Inhalten. „Es muss jemanden geben, der die Lebensmittelproduktion von der Urproduktion auf den Teller übersetzt. Es ist die Verantwortung aller Stakeholder, dass wir nicht Volksverblödung, sondern Realismus betreiben. Denn eines muss klar gesagt werden: Es ist keinesfalls machbar, dass wir neben jeder Wohnung einen Streichelzoo bauen.“

Ein wichtiger Schritt sei also auch, falsche Bilder zu eliminieren, bekräftigte Andreas Herrmann von der *AMA-Marketing*. Er kritisierte vor allem die idyllischen Werbebilder und die Verallgemeinerung der Landwirtschaft bei negativen Einzelfällen: „Beides stimmt nicht. Die Tierhaltung in Österreich basiert auf Tierwohl. Es gibt natürlich bei einzelnen Punkten Verbesserungsbedarf, aber wenn Betriebe bei der Tierhaltung umstellen sollen, muss das jemand bezahlen. Wir haben dazu mit dem AMA-Gütesiegel eine gute Basis in Österreich, die wir weiterentwickeln sollten.“

4) Höherer Preis für Tierwohl muss Investitionen auslösen

Das bringt die Diskussion zu einer zentralen Herausforderung: Die kleinen Strukturen in Österreich verhindern größere Investitionen, denn die Landwirtschaft ist zu einem großen Teil in Familienbetrieben organisiert. Das erschwert Investitionen in ein höheres Produktionsniveau und Tierwohl, weil es für viele Betriebe nicht leistbar, aber trotzdem notwendig ist. Lisa Hofer-Falkinger machte dies anhand eines Beispiels klar: „Ein Bauer bzw. ein Familienbetrieb kann nur eine gewisse

Info

Das *forum. ernährung heute* will mit der Reihe *f.eh-Medien-dialog* die Diskussion über die Produktion von Lebensmitteln und die Wertschöpfungskette intensivieren und ein Forum für einen Austausch anbieten. Dazu sollen in Vorträgen der Status quo und anhand von zwei Diskussionen zu spezifischen Themen Herausforderungen, vor allem aber auch Lösungen debattiert werden. Das soll den Diskurs beleben und der Politik Lösungsvorschläge in die Hand geben.



Rund 50 Medienvertreter und Stakeholder nahmen am *feh-Mediendialog* teil.



Dr. Martina Dörflinger (Fachstelle für tiergerechte Tierhaltung und Tierschutz)

Weitere Impressionen unter:



Bestandsgröße an Tieren emotional betreuen und versorgen. Höhere Preise müssen in der Folge also Investitionen und eben auch Arbeitsplätze auslösen, denn die Förderungen sind dafür zu niedrig.“ Das ist die Grundlage, auch bei einem wachsenden Betrieb hohe Tierwohlstandards aufrechtzuerhalten. Wer aber soll diese Investitionen bezahlen?

Über die Preise ist das kaum umzusetzen. Daher betonte Bundesrats-Abgeordneter Otto Auer die Notwendigkeit eines Umdenkens beim Lebensmitteleinkauf: „Die Menschen geben immer weniger für Lebensmittel aus und trotzdem ist in den vergangenen Jahren das Tierwohl gestiegen. Wir müssen die breite Masse dazu bewegen, unsere Produkte zu kaufen und mehr zu bezahlen. Momentan fokussiert man sich einerseits über den niedrigen Preis nur an den unteren und über den höheren Tierwohl- und Biopreis an den oberen 10 % der Menschen.“

Johann Schlederer kritisierte, „dass die heiße Kartoffel – nämlich die Frage, wer für mehr Tierwohl bezahlen soll – seit 30 Jahren herumgereicht wird. Der Markt bezahlt das nicht, der Verbraucher bezahlt das nicht. Jeder greift lieber zur Aktion. Der Lebensmitteleinzelhandel weiß das und führt deshalb nur kleine Sortimente hochwertiger Produkte. Die Conclusio lautet: NGOs und die Regierung fordern Tierwohl, und die öffentliche Hand soll es bezahlen. Da beißt sich aber die Katze in den Schwanz.“ Martina Pluda von *Vier Pfoten* appellierte an die Anwesenden, „dass wir die Kartoffel nicht länger weitergeben – wir müssen alle zusammenarbeiten“.

5) Tierschutzgesetz neu?

Pluda ortet dabei vor allem im Bereich der Regulierung Verbesserungspotenzial und stellte klar, „dass ‚streng‘ bei einem Gesetz nicht immer ‚optimal‘ heißt. Denn Gesetze sind eine Kompromisslösung zwischen artgerecht und

wirtschaftlich tragbar. Sie geben also nur Mindestanforderungen vor“. Sie forderte daher ein radikales Umdenken anstelle des steten Weiterverbesserns der nicht optimalen Gesetzeslage. „Im aktuellen System gibt es nur Verlierer: Tiere, Bauern und jene Konsumenten, die die hochwertigen Produkte nicht bekommen, außerdem die Umwelt. Österreich kann mit dem großen Markt nicht mithalten und sollte daher zu einem Feinkostladen gemacht werden.“

Ein Argument, dass Adolf Marksteiner von der *Landwirtschaftskammer Österreich* nicht gelten lassen wollte: „Tierwohl ist in Österreich Wirklichkeit. Das lassen wir uns nicht schlechtreden. Weltweit gesehen haben wir nach Luxemburg das strengste Tierschutzgesetz. Hohe Tierwohlstandards attestieren uns deshalb sogar Tierschutzorganisationen.“ Das Problem ist demnach vielmehr, dass Tierwohl als selbstverständlich gesehen wird und daher niemand einen höheren Preis zahlen will.

Ulrich Herzog vom *Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz* (BMSGPK) stimmte zu, dass Österreich zwar hohe, aber nicht die höchsten Standards hat, wie das oft kommuniziert wird. „Vielmehr hat Österreich das umfassendste Tierschutzgesetz mit enorm hohen Anforderungen und Regelungen für alle Arten von Tieren – vom Fisch über Heim-, Haus- und Nutztiere bis hin zum Wildtier.“ Er betonte, dass Tierwohl als Gesamtpaket geregelt werden sollte, in dem nicht zu viele Einzelbestimmungen verankert sind. „Hier sollte man sich gezielt verschiedene Optionen ansehen, daraus Projekte entwickeln und diese rechtlich umsetzen. Das sollte aber mit viel Fingerspitzengefühl passieren“, so Herzog. Denn das aktuelle Gesetz und die Regularien sorgen dafür, dass viele Landwirte sagen, unter diesen Bedingungen nicht mehr produzieren zu wollen. „Wir müssen immer die Rahmenbedingungen anschauen und eruieren, was →



DI Josef Braunshofer [Berglandmilch]

möglich ist. Sonst kann es passieren, dass wir mit der Produktion nicht mehr nachkommen. Dann werden heimische Produkte von Importprodukten substituiert.“ Er stellte aber auch klar, dass eine Gesetzesänderung nur wenig verändert und das Tierschutzgesetz einem laufenden Verbesserungsprozess unterliegt.

Regularien betreffen aber nicht nur das große Ganze, sondern wirken sich auch im Detail aus. Vor allem vor dem Hintergrund des Preisdrucks und Strukturwandels in der Landwirtschaft sind daher Rechtssicherheit, akzeptierte Standards bei Stalleinrichtungen und Orientierung für die Landwirte wichtig. Dazu stellte Martina Dörflinger das Tierschutz-Kennzeichen für Haltung- und Stallungssysteme sowie Heimtierunterkünfte und -zubehör vor. „Es bestätigt Bauern die Einhaltung der Vorgaben des Tierschutzgesetzes und gibt ihnen Rechtssicherheit bei Kontrollen. Damit wissen sie, dass die rechtlichen Vorgaben eingehalten werden, sich Tiere nicht verletzen können, artgemäße Verhaltensabläufe möglich sind und deren Anpassungsfähigkeit nicht überfordert wird.“ Auch wenn es bei den Landwirten einen massiven wirtschaftlichen Druck gibt, müssen sie sich den Anforderungen anpassen. „Und Tierwohl ist ein ganz klares Anliegen. Aber bereits kleine Optimierungen können massive Verbesserungen für viele Tiere bewirken“, so Dörflinger.

6) Einheitliche Kennzeichnung statt Wirrwarr

Handlungsbedarf erkannten die Diskutanten auch bei der Kennzeichnung von Lebensmitteln. Johannes Mayr griff dazu seinen Hinweis auf, dass man die Emotionen der Konsumenten erfassen und verstehen muss, um etwas zu bewegen. Als Beispiel nannte er Eier: „Mit dem Bild eines Käfighuhns und eines Freilandhuhns können sich die Konsumenten etwas vorstellen und entscheiden dann gegen die Käfighaltung. Wenn auf der Fleischpackung steht ‚Mehr Tierwohl‘, kann damit niemand etwas anfangen.“

Ulrich Herzog pflichtete dem bei, verwies aber auf den langen Prozess, bis man die Konsumenten bei Eiern von den teureren Produkten überzeugen konnte. „Das Freilandei war nicht sofort erfolgreich. Das Verbot der Käfighaltung war erst möglich, weil Alternativen aufgezeigt wurden. Daher muss man auch beim Fleisch gezielt schauen, in welche Richtung man gehen kann.“ Dabei kritisierte er vor allem die nicht einheitliche Kennzeichnung bei tierischen Produkten, denn bei Eiern sei 0 der höchste Standard, beim Fleisch hingegen oft das Drei-Sterne-Produkt. „Da kennt sich niemand mehr aus“, so Herzog. Josef Braunshofer ergänzte, dass „man eines nicht vergessen darf: Kaufentscheidungen sind spontan und das Preisschild ist währenddessen präsent“. Wenn zwei Produkte angeboten werden und sich für die Konsumenten letztlich nur der Preis unterscheidet, weil sie andere Aspekte wie Herkunft, Produktionsweise und Tierwohl nicht bewerten können, „dann greifen sie im Zweifel zum billigeren Produkt. Denn Konsumenten wissen nicht, inwiefern diese Zuschreibungen für höhere Qualität stehen“.

Andreas Herrmann warf eine weitere Herausforderung auf, nämlich, was Konsumenten unter Tierwohl verstehen: höhere Qualität und besseren Geschmack. „Das ist fachlich jedoch nicht zu belegen.“ Vielmehr habe die Fütterung einen wesentlichen Einfluss auf den Geschmack. „Beim AMA-Gütesiegel gibt es daher neben den generellen Anforderungen wie Licht und Platz auch zusätzliche freiwillige Module wie regionale Herkunft und eine besondere Fütterung“, so Herrmann. Das Ziel aller Anforderungen und Standards ist dabei immer dasselbe: „Die Erhöhung des Tierwohls durch mehr Platz und natürliche Verhaltensweisen.“ Das Problem ist und bleibt jedoch, dass nur etwa 15–20 % der Konsumenten bereit sind, für Tierwohl mehr auszugeben.

Ähnliche Erfahrungen brachte Helga Cvitkovich-Steiner von *Gourmet* ein. „Wir können kein einziges Menü teurer verkaufen, weil wir auf Herkunft oder Tierschutz achten. Wir tun es dennoch und decken den Mehraufwand über unseren Deckungsbeitrag ab. Unser Fleisch kommt aus Österreich, bei unseren Eiern setzen wir auf Freilandhaltung oder Bio-Qualität.“ *Gourmet* geht den Weg der Differenzierung und will sich mit Herkunft und Tierwohl vom Mitbewerb unterscheiden. Doch wohin soll die Reise gehen? „Bio und Herkunft lassen sich mit wenigen Worten erzählen, die Konsumenten verbinden klare Vorstellungen damit. Bei Tierwohl wird es schwierig. Das Thema ist schwer zu vermitteln, weil der rote Faden fehlt.“

UNTERM STRICH

Um für die Konsumenten das Tierwohl in seiner Gesamtheit aufzuzeigen, sind zahlreiche Maßnahmen nötig. Die Diskutanten waren sich einig, dass vor allem Ernährungsbildung an Österreichs Schulen und eine ehrlichere Kommunikation erforderlich sind. Das kann allerdings nur die Basis sein, denn im Supermarkt konkurrieren Informationen mit dem Preisschild. Daher braucht es eine klare und einheitliche, im Idealfall EU-weit harmonisierte Produktkennzeichnung, die eine einfache und rasche Zuordnung von Tierwohl zulässt. Dann greifen Konsumenten eher zu Produkten mit den höheren Standards. Das zeigt das Beispiel Ei: Klare Bilder und Kennzeichnung haben zu einem gesteigerten Marktanteil der Eier aus Bio- und Freilandhaltung geführt – rund 40 %.