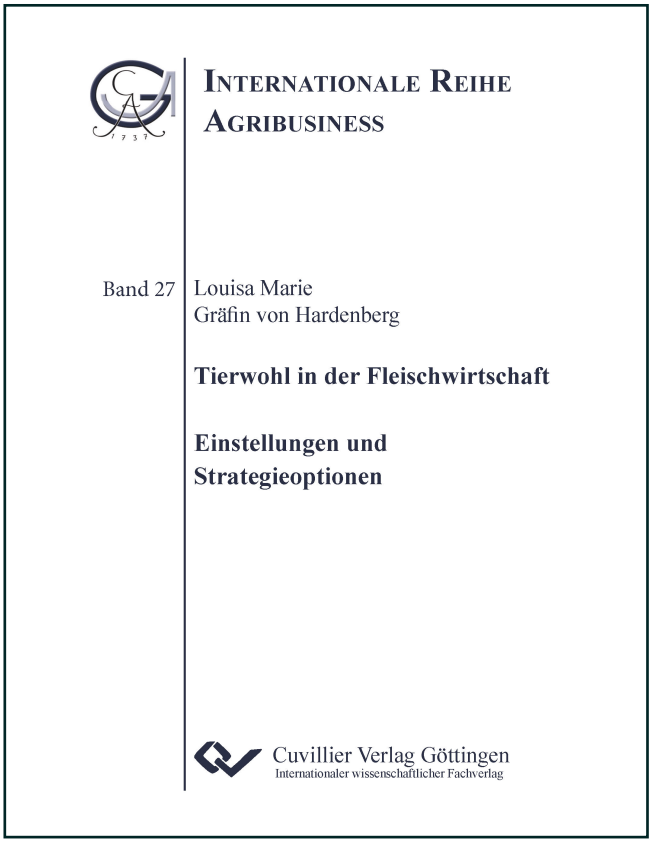
Louisa Marie Gräfin von Hardenberg (Autor)

Tierwohl in der Fleischwirtschaft

Einstellungen und Strategieoptionen



https://cuvillier.de/de/shop/publications/8250

Copyright:
Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentzsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen, Germany
Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: info@cuvillier.de, Website: https://cuvillier.de

Einleitung

Die Agrar- und Ernährungswirtschaft sieht sich in Zeiten einer stetig anwachsenden Weltbevölkerung, einer steigenden Knappheit natürlicher Ressourcen, zunehmender Umweltbelastungen sowie veränderter gesellschaftlicher Erwartungen mit erheblichen Herausforderungen konfrontiert (PROMOTIONSPROGRAMM ANIMAL WELFARE IN INTENSIVE LIVESTOCK PRODUCTION SYSTEMS, 2019; JETZKE et al., 2016, WBA, 2015; ZANDER et al., 2013). Als wichtiger Erzeuger von Agrarprodukten und drittgrößter Agrarexporteur weltweit ist Deutschland von diesen Herausforderungen besonders betroffen, profitiert aber auch von den sich daraus ergebenden Chancen, etwa einer steigenden Nachfrage nach qualitativ hochwertigen, verarbeiteten Lebensmitteln.

Die Agrar- und Ernährungswirtschaft ist ein bedeutender Industriezweig in der deutschen Wirtschaft (BMEL, 2020; PWC, 2014). Insbesondere die Fleischwirtschaft nimmt einen hohen Stellenwert in der deutschen Ernährungsindustrie ein (WINKEL, 2020); gemessen am Umsatz rangiert sie auf dem ersten Platz, vor der Molkereiindustrie und der Getränkeherstellung (EY, 2020). Durch den anhaltenden Strukturwandel und die zunehmende Industrialisierung des Sektors haben sich in der Fleischerzeugung und -verarbeitung immer größere und spezialisiertere Strukturen entlang der Wertschöpfungskette herausgebildet. Der Trend geht hierbei zu weniger, aber dafür größeren Betrieben in der Nutztierhaltung wie auch in den nachgelagerten Wertschöpfungsstufen (DESTATIS, 2020; BLE, 2019; BÄURLE und TAMÁSY, 2012).

Die deutsche Fleischwirtschaft zeichnet sich insbesondere dadurch aus, dass die meisten Unternehmen die Wettbewerbsstrategie der Kostenführerschaft gewählt haben, um eine Kostendegression zu generieren und die internationale Wettbewerbsfähigkeit sicherzustellen. Dabei stehen die Produktivitätssteigerung durch hohe Stückzahlen und die Nutzung des züchterischen und technischen Fortschritts im Fokus (WBA, 2015; EFKEN et al., 2015; PETERS und ZELEWSKI, 2008). Ungeachtet dessen befinden sich viele Nutztierhalter in einer wirtschaftlich schwierigen Situation, wie die hohe Zahl der Betriebsaufgaben, bspw. in der Sauenhaltung, zeigt (DESTATIS, 2020). Ein weiteres zukünftiges Wachstum der Betriebe ist schwierig, da schwankende Energie- und Rohstoffpreise sowie das Fehlen monetärer Mittel für Investitionen die Branche limitieren (BVDF, 2019; PWC, 2014). Auch fehlt es nach verbreiteter Einschätzung an der für Investitionen erforderlichen Rechts- und Planungssicherheit (VON MEYER HÖFER et al., 2019).

Darüber hinaus besitzt der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) eine enorme Nachfragemacht und setzt kleinere Betriebe durch preisaggressives Einkaufsverhalten massiv unter Druck.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Einer der Gründe dafür ist, dass der Lebensmittelmarkt in Deutschland angesichts einer stagnierenden Bevölkerung weitgehend gesättigt ist, zugleich aber von vielen Akteuren umkämpft wird und somit unter starkem Wettbewerbsdruck leidet (PWC, 2014; BVDF, 2019). Verschärft wird die ohnehin nicht einfache Situation der Fleischwirtschaft dadurch, dass die Entwicklung alternativer Fleisch- bzw. Fleischersatzprodukte (bspw. auf pflanzlicher Basis oder aus Zellkulturen) zunehmend an Bedeutung gewinnt. Diese Entwicklung verdeutlicht den Wandel des Konsumverhaltens der Verbraucher, welche in ihrer Bedeutung für den Fleischmarkt nicht unterschätzt werden sollte (WINDHORST, 2019).

Dahingehend müssen die veränderten gesellschaftlichen Forderungen und der daraus resultierende Wunsch nach einer nachhaltigen und hochwertigen Lebensmittelproduktion bei der zukünftigen Ausrichtung der Branche berücksichtigt werden. Verschärfend kommt hinzu, dass seit einiger Zeit die deutsche Fleischwirtschaft unter einem starken Imageverlust leidet. Durch den anhaltenden Strukturwandel (Wachstum der Betriebe sowie Globalisierung der Absatzmärkte) (VON MÜNCHHAUSEN et al., 2015; TRIENEKENS und BEULENS, 2001) und die Intensivierung der Landwirtschaft, insbesondere der Nutztierhaltung, steht die Tierhaltung öffentlich in der Kritik und leidet unter einem anhaltenden Akzeptanzverlust seitens der Gesellschaft (GRUNENBERG und HENNING, 2019; KÜHL et al., 2018; ROBBINS et al., 2016; KAYSER et al., 2012; BÖHM et al., 2010). Schlagwörter wie „Massentierhaltung“ oder „Wachsen oder Weichen“ sind hierbei in aller Munde und stark negativ behaftet, zudem werden sie mit einer als negativ empfundenen industriellen Nutztierhaltung in Verbindung gebracht (RÜBCKE VON VELTHEIM et al., 2019; KAYSER et al., 2012). Die derzeit vorherrschenden Haltungssysteme gehen mit Defiziten hinsichtlich des Wohlergehens der Nutztiere einher (WBA, 2015). Infolgedessen werden vermehrt tiergerechtere Haltungssysteme gefordert und das Wohl der Tiere ist zunehmend in den Fokus der Verbraucherwahrnehmung gerückt (KÜHL et al., 2018; ZÜHLSDORF et al., 2016; CLARK et al., 2014).

Die Gründe für die oft geäußerte scharfe Kritik an der Nutztierhaltung liegen dabei nicht nur in der strukturellen Veränderung der Betriebe, sondern auch in der veränderten Wahrnehmung der Landwirtschaft durch die Bevölkerung (WBA, 2015; CZYCHOLL et al., 2015, ALBERSMEIER und SPILLER, 2009). Noch im letzten Jahrhundert begrüßten Verbraucher ganz überwiegend den Strukturwandel in der Landwirtschaft, damit Lebensmittel so günstig wie möglich produziert werden konnten und die Versorgung der Gesellschaft mit tierischen Produkten sichergestellt war (HELMLE, 2011). Doch heutzutage weichen die Vorstellungen und Erwartungen der Gesellschaft erheblich von den in der Landwirtschaft vorherrschenden Bedingungen ab. Außerdem besitzen Landwirte zudem das Problem nicht

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

flächendeckend auf veränderte Erwartungen reagieren zu können, da sie oftmals an lange Investitions- und Abschreibungszeiträume für Stallgebäude gebunden sind (VON MEYER-HÖFER et al., 2019). Die veränderten Vorstellungen und Erwartungen sind u.a. durch die Entfremdung der Gesellschaft von der Landwirtschaft zu begründen (MARTINEZ, 2016). Viele Verbraucher pflegen ein romantisches Bild von der Landwirtschaft und besitzen nur noch wenig Kenntnisse über die Produktionsverfahren (BALLMANN, 2014; KAYSER et al., 2012). Nach VON ALVENSLEBEN (2002) nehmen zudem die veränderte Einstellung der Gesellschaft zum Töten von Tieren sowie ein verändertes Mensch-Tier-Verhältnis erheblich Einfluss auf die Wahrnehmung der heutigen Nutztierhaltung. Eine Vielzahl an wissenschaftlichen Studien verdeutlicht die zunehmende Relevanz des Themas Tierwohls und die Bedenken vieler Menschen bezüglich der intensiven Nutztierhaltung (CHRISTOPH-SCHULZ et al., 2019; KÜHL et al., 2018; HEISE und THEUVSEN, 2017; ZÜHLSDORF et al., 2016; DE JONGE et al., 2015; VANHONACKER und VERBEKE, 2014; MCKENDREE et al., 2014; ZANDER et al., 2013). Insgesamt fordert die Gesellschaft eine soziale und ökologische sowie ethisch vertretbare und somit nachhaltige Fleischproduktion (ALLIEVI et al., 2015; WBA, 2015; HALLSTRÖM et al., 2014; DIRSCHERL, 2013). Diesbezüglich ist es vielen Menschen u.a. wichtig, dass bspw. die Nutztiere in Freilandhaltung leben, Umweltreize aufnehmen können und ausreichend Platz zum Ausleben natürlicher Verhaltensweisen haben (KÜHL et al., 2018; SKARSTAD et al., 2007). Darüber hinaus werden nicht-kurative Eingriffe am Nutztier abgelehnt. Dabei handelt es sich bspw. um die betäubungslose Ferkelkastration, das Schwänzekupieren bei Schweinen sowie das Schnäbelkupieren bei Geflügel (BMEL, 2014a).

An den geschilderten Entwicklungen wird deutlich, dass die Verbraucher außer auf eine hohe Produktqualität, die heutzutage als selbstverständlich wahrgenommen wird, ihr Augenmerk beim Kauf tierischer Produkte insbesondere auf die Prozessqualitäten legen (EKANEM et al., 2016, HEISE et al., 2014; ZÜHLSDORF und SPILLER, 2012). Letztere definieren in der Fleischproduktion die Art des Produktionsprozesses. BRANSCHEID (2008) hebt zudem die „psycho-sozial wirkenden-Komponenten“ hervor, welche die Verbraucheranforderungen berücksichtigen und die Prozessqualität beeinflussen. Dazu zählen die Aspekte der Ökologie, des Tierschutzes sowie der Regionalität und Vertrauenswürdigkeit der Produkte (ebd., 2008). Insbesondere bei der Erzeugung von Fleischprodukten ist u.a. der Aspekt des Tierwohls von großer Bedeutung, welcher vermehrt zu einem entscheidenden Einkaufskriterium für Produkte tierischer Herkunft geworden ist (ZÜHLSDORF et al., 2016). Jedoch ist dieses Einkaufskriterium am Produkt für die Verbraucher zumeist nur schwer oder sogar gar nicht nachzuvollziehen und zählt damit zu den sog. Vertrauenseigenschaften

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

eines Produktes (SANDER et al., 2016; PIRSCHER, 2016). Entsprechende Produktkennzeichnungen, die der Auslobung entsprechender Produkteigenschaften dienen, wirken vielfach nur wenig vertrauenerweckend auf die Verbraucher (BMEL, 2014b). Dazu trägt auch bei, dass Begrifflichkeiten wie bspw. artgerechte Tierhaltung oder Tierwohl keine gesetzlich geschützten Begriffe sind (PIRSICH et al., 2015). Des Weiteren ist auch auf den „Labeldschungel" im Lebensmittelsektor hinzuweisen. Nur wenige nachhaltige Produktkennzeichnungen haben einen hohen Bekanntheitsgrad und wirken vertrauenswürdig auf den Verbraucher (ZÜHLSDORF et al., 2016; VON MEYER-HÖFER und SPILLER, 2013). Daher wünschen sich Verbraucher beim Einkauf tierischer Produkte vermehrt Informationen, welche zuverlässig bspw. genauere Auskunft über den Herstellungsprozess und die Haltungsform geben können (PIRSICH und THEUVSEN, 2016). In der Folge sind die Transparenz und die Rückverfolgbarkeit zu entscheidenden Faktoren in der Lebensmittelproduktion geworden (VONHOLDT et al., 2019; ERMANN, 2015; KÖGEL und TIETZE, 2010; DEIMEL et al., 2008; SCHULZE und SPILLER, 2008; HOFSTEDE, 2003).

Die Fleischbranche reagierte bereits im Januar 2015 auf die anhaltende Kritik und gründete die Brancheninitiative Tierwohl (ITW), in der sich Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und Lebensmitteleinzelhandel (LEH) gemeinsam für eine tiergerechte und nachhaltige Geflügel- sowie Schweinefleischproduktion einsetzen. Insgesamt nehmen gegenwärtig 6.660 geflügel- und schweinehaltende Betriebe an der ITW teil (ITW, 2020). Deutschlandweit werden 70 % der Hähnchen und Puten sowie 25 % der Mastschweine nach den Tierwohlkriterien der ITW gehalten. Darüber hinaus hat der LEH im Jahr 2019 eine sog. Haltungsformkennzeichnung etabliert, wodurch für den Verbraucher ersichtlich werden soll, unter welchen Haltungsbedingungen das Fleisch produziert wurde. Des Weiteren hat das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) ein staatliches Tierwohllabel in Form einer freiwilligen Haltungskennzeichnung angekündigt, dass jedoch vorerst nur für die Schweinehaltung näher ausformuliert worden ist (BLE, 2019).

Die vom LEH etablierten bzw. durch das BMEL angekündigten Tierwohllabel sollen die Schwächen der bisherigen, kleineren Tierwohlprogramme überwinden. Diese setzen bislang ein Maß an Tierwohl um, haben aber bisher nur eine geringe Verbreitung am Markt gefunden. Fleisch und Fleischprodukte, welche unter erhöhten Tierhaltungsstandards produziert worden sind (sog. Tierwohlfleisch (TWF)), verzeichnen bislang nur einen Marktanteil von 1 bis 2% und bedienen somit nur einen Nischenmarkt (BÖLW, 2019). Insgesamt werden im deutschen Markt nur wenige „Tierschutz-Premium-Produkte" nachgefragt (ENNEKING et al., 2019), obwohl das Vermarktungspotential grundsätzlich vorhanden ist (NEULAND, 2019; ZÜHLSDORF et al., 2016). Eine schleppende Entwicklung zeigt sich

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

dementsprechend auch bei dem Tierschutzlabel des Deutschen Tierschutzbundes, das bereits vor einigen Jahren in den Markt eingeführt wurde. Insgesamt werden nur auf 330 Betrieben Tiere unter den Bedingungen des Tierschutzlabels gehalten (DEUTSCHER TIERSCHUTZBUND, 2019). Diese recht langsame Verbreitung von Tierwohlprodukten kann u.a. damit zusammenhängen, dass bisher ein großer Preisabstand zwischen den konventionellen „Standardprodukten" und den nach höheren Tierwohlstandards erzeugten Produkten besteht. Zudem können oftmals ausschließlich Edelteile aus der Tierwohlfleischproduktion höhere Preise am Markt generieren; weniger hochwertige Teile der Schlachttiere und Schlachtnebenprodukte (SNP) hingegen vermögen dies nicht, wodurch allein die Edelteile die Mehrkosten für die Einhaltung höhere Tierwohlstandards in der Produktion decken müssen (BUSCH und SPILLER, 2020; DEIMEL et al., 2010). Dies vergrößert nochmals den Preisabstand zu Standardprodukten. Die Preislücke könnte geschlossen werden, wenn weitere Märkte für tiergerechter erzeugte Produkte tierischen Ursprungs erschlossen würden, etwa auch im Wurstwarenmarkt verstärkt Tierwohlsegmente bedient würden oder SNP sowie andere Kuppelprodukte aus der Tierwohlfleischproduktion in die Heimtierfutterproduktion gehen würden und dort zu höheren Preisen verkauft werden könnten.

Grundsätzlich bleibt zu überlegen, ob mit den oben exemplarisch aufgeführten Tierwohlprogrammen dem Vertrauensverlust der Verbraucher begegnet werden kann (vgl. etwa ZÜHLSDORF et al., 2016), oder ob andere Wege und bzw. Strategien notwendig sind. Neben den Verbrauchern muss auch die Erzeugerseite noch stärker in den Blick genommen werden. Viele Landwirte befürchten, dass sich durch die oben aufgeführten Tierwohlprogramme ein Standard entwickelt, welcher nicht zusätzlich vergütet wird und negative Auswirkungen auf die internationale Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Fleischwirtschaft hat (VERHAAGH und DEBLITZ, 2018, HEISE et al., 2017). Weiterhin ist die Möglichkeit, deutlich höhere Tierwohlstandards (z.B. Auslauf ins Freie) umzusetzen, oftmals in erheblichem Maße von betriebsstrukturellen Gegebenheiten abhängig (GOCSIK et al., 2015; WEIß, 2013). Auch sind zur Verbesserung des Tierwohls notwendige Maßnahmen oft nicht einfach zu realisieren, da bspw. Bauanträge durch zuständige Behörden nicht genehmigt werden oder für Umbaumaßnahmen erforderliche Neubewertungen sehr kostenintensiv sind sowie zusätzliche Auflagen bedingen. Des Weiteren bedeuten lange Abschreibungszeiträume von Stallneu- oder umbauten ein hohes Investitionsrisiko (VON MEYER-HÖFER et al., 2019). Ein wesentlicher Grund für Schwierigkeiten bei der Genehmigung von Stallumbauten sind Zielkonflikte, namentlich zwischen Umweltschutz und Tierwohl, da Maßnahmen zur Verbesserung des Tierwohls, wie bspw. die Gewährung von Auslauf ins Freie, auch ökologische Folgen haben und oftmals im Widerspruch vor allem zum Ziel der

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Emissionsminderung stehen (VON MEYER-HÖFER et al., 2019; MIELKE et al., 2015). Auch drohen in diesem Fall Anwohnerkonflikte. Ebenso können Zielkonflikte zwischen unterschiedlichen Tierschutzzielen (z.B. mehr Bewegungsfreiheit vs. Tierverluste; Stichwort: Ferkelschutzkorb) sowie Ökonomie und Arbeitssicherheit bestehen (VON MEYER-HÖFER et al., 2019; SCHLOSSER et al., 2018; SCHNEIDER und JAIS, 2017). Erschwerend kommt hinsichtlich der Zielkonflikte hinzu, dass solche von Verbrauchern nur schwer nachvollzogen werden, wodurch häufiger Produktionsveränderungen zu Gunsten der Tiere und eher zu Lasten der Wirtschaftlichkeit der Produzenten bevorzugt werden (WINKEL et al., 2019; SONNTAG et al., 2017).

Aufgrund der bestehenden Ziel- sowie Interessenskonflikte schreitet der Transformationsprozess in der Fleischwirtschaft, trotz der hohen gesellschaftlichen Erwartungshaltung, nur vergleichsweise langsam voran. Statt für einen Umbau ihrer Tierhaltung entscheiden sich zudem viele Landwirte angesichts einer geringen Rechts- und Planungssicherheit sowie hoher notwendiger Investitionen eher für eine Betriebsaufgabe. Es ist daher unabdingbar, dass alle beteiligten Akteure (Wirtschaft, Gesellschaft, Politik und Wissenschaft) der Fleischwirtschaft ihren Beitrag zu einer nachhaltigen und gesellschaftlich akzeptierten Nutztierhaltung leisten. Im Folgenden wird daher näher auf die Struktur der Wertschöpfungskette der Fleischproduktion eingegangen.

Derzeit ist die Wertschöpfungskette der Fleischproduktion insgesamt durch eine große organisatorische Vielfalt gekennzeichnet. Es finden sich Beispiele, namentlich in der Geflügelwirtschaft, dafür, dass zahlreiche Prozessschritte in einem Unternehmen gebündelt werden. In anderen Teilen der Branche wiederum sind die Prozesse auf mehrere spezialisierte Betriebe verteilt (BLE, 2019).

Vor dem Hintergrund der überwiegend kritischen gesellschaftlichen Wahrnehmung der Nutztierhaltung und der zunehmenden Wichtigkeit der Prozessqualitäten gewinnen zugleich Vermarktungs- und Produktionsformen mit kürzeren Lieferketten und damit einhergehend weniger Wertschöpfungsstufen an Bedeutung (MIGLIORE et al., 2015). Nach VON MÜNCHHAUSEN et al. (2015) wird in diesem Fall auch von „wertebasierten Verarbeitungsketten“ gesprochen, über welche die aus Sicht vieler Verbraucher wichtigen Aspekte wie Tierwohl kommuniziert werden können. Kürzere Wertschöpfungsketten in der Fleischproduktion können einen Gegenpol zu den bisherigen, überwiegend auf überregionale, zum Teil sogar globale Märkte ausgerichteten Wertschöpfungsstrukturen bilden, den Verbrauchern mehr Transparenz vermitteln und zu einer leichteren Rückverfolgbarkeit führen (KÖGL und TIETZE, 2010; HEER, 2008). Im Vergleich zu entsprechenden Produktkennzeichnungen (bspw. das Label der ITW) oder Zertifizierungssystemen können

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Vertrauenseigenschaften wie bspw. Tierwohl über kürzere und transparentere Vermarktungswege einfacher und in vielen Fällen glaubwürdiger kommuniziert werden (MIGLIORE et al., 2015; AUNG und CHANG, 2014; BEULENS et al., 2005).

In diesem Zusammenhang haben bereits frühere Studien (vgl. PIRSICH, 2017; WILLE, 2017; WEINDLMAIER et al., 2008) die Wichtigkeit der landwirtschaftlichen Direktvermarktung sowie des Fleischerhandwerks für die Vermarktung von Fleisch und Wurstwaren hervorgehoben. Die Direktvermarktung (DV) zeichnet sich durch wenige Wertschöpfungsstufen aus, da der Landwirt nicht allein für die Tierproduktion, sondern auch für die Weiterverarbeitung und Vermarktung seiner Erzeugnisse verantwortlich ist (KNEAFSEY et al., 2013; KUHNERT und WIRTHGEN, 2008). Neben der landwirtschaftlichen DV sind Fleischereifachgeschäfte (FFG) eine weitere Vermarktungsform für Fleisch und Wurstwaren, die sich für die Bedienung höherwertiger Marktsegmente anbietet (PIRSICH et al., 2017; WEINRICH et al., 2015; SCHULZE und SPILLER, 2008; KUHNERT und WIRTHGEN, 2008). Konsumentenstudien bestätigen, dass Fleisch und Wurstwaren aus einer tiergerechteren Haltung (sog. Tierwohlprodukte bzw. Tierwohlfleisch (TWF)) vornehmlich über FFG und Bedientheken nachgefragt werden (PIRSICH et al., 2017; WEINRICH et al., 2015). Daran wird deutlich, dass FFG und DV eine wichtige Rolle einnehmen können, wenn es um die Vermarktung von Tierwohlprodukten geht und das Vertrauen der Verbraucher in tierische Erzeugnisse wieder zurückgewonnen werden soll. Trotzdem haben FFG und die DV derzeit unter den Folgen des Strukturwandels und der starken Konkurrenz durch den LEH sowie dessen zunehmender Produktvielfalt zu leiden. In der Folge kommt es immer häufiger zu Betriebsaufgaben vor allem kleinerer Betriebe, zu rückläufigen Kundenzahlen sowie einer wachsenden Schwierigkeit bei der Suche nach einem Betriebsnachfolger (DIETTRICH, 2016; DFV, 2018).

Ungeachtet dieser Herausforderungen lassen die beschriebenen Entwicklungen, namentlich die kritische Wahrnehmung sowie die veränderten Erwartungen der Gesellschaft, eine Transformation des Agrar- und Ernährungssektors hin zu einer nachhaltigeren sowie tierwohlorientierteren Wertschöpfungskette notwendig erscheinen. Dazu müssen zukunftsfähige und innovative Strategien entwickelt werden (PROMOTIONSPROGRAMM ANIMAL WELFARE IN INTENSIVE LIVESTOCK PRODUCTION SYSTEMS, 2019). Denn nur so kann es gelingen, zu einer guten Reputation der Fleischwirtschaft zu kommen und die gesellschaftliche „licence to operate“ für die Branche insgesamt wie auch für jeden einzelnen Akteur entlang der Wertschöpfungskette zurückzugewinnen (COLEMAN, 2018; YUNES et al., 2017; ROSS et al., 2015; HEYDER und THEUVSEN, 2008). Die Wirtschaft hat dies erkannt und macht sich zunehmend auf den Weg. So plant bspw. Tönnies, einer der Marktführer

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

in der deutschen Schlachtbranche, in 500 Tierwohlställe zu investieren, und damit den Bau entsprechender Ställe in der Schweinhaltung zu fördern und zu standardisieren (LEHMANN, 2020). Als Folge derartiger Entwicklungen sind organisatorische Veränderungen in den Wertschöpfungsketten der Fleischwirtschaft zu erwarten.

Für die langfristige Etablierung einer nachhaltigen und tiergerechteren Fleischproduktion sowie die Sicherung von Wettbewerbsvorteilen durch die Implementierung neuer Strategien ist es unabdingbar, die Akzeptanz und Bereitschaft der Stakeholder entlang der Wertschöpfungskette Fleisch für Veränderungen sicherzustellen. Nach FISHBEIN und AJZEN (1975) ist das Bestreben, etwas zu verändern, von der subjektiven Norm sowie der Einstellung des Entscheiders abhängig. Ergänzend haben vorangegangene Studien gezeigt, dass sowohl die Bereitschaft als auch die tatsächliche Entscheidung, Veränderungen vorzunehmen, von unterschiedlichen Aspekten wie den persönlichen Beweggründen und Einstellungen der Entscheidungsträger beeinflusst werden (vgl. etwa SCHUKAT et al., 2019; GRUNERT et al., 2018; MAIN und MULLAN, 2012). Vor diesem Hintergrund beschäftigt sich die vorliegende Arbeit mit Einstellungen und Strategieoptionen hinsichtlich der Umsetzung von Tierwohl in der Fleischwirtschaft, namentlich der Teilnahme an Tierwohlprogrammen sowie die Umsetzung nachhaltiger und tierwohlorientierter Vermarktungsformen.

In der vorliegenden Arbeit werden zum einen Landwirte in ihrer Funktion als Primärproduzenten, aber auch als landwirtschaftliche DV näher betrachtet. Zum anderen werden FFG als weitere Vermarktungsform von Fleisch und Fleischwaren berücksichtigt. Diese Akteure wurden gewählt, da sie eine entscheidende Rolle bei der Entwicklung einer nachhaltigen und tierwohlorientierten Fleischproduktion einnehmen (können). Des Weiteren besitzen FFG und DV den Vorteil, vertraglich nicht an nachgelagerte Wertschöpfungsstufen, etwa die Schlachtbranche oder den LEH, gebunden zu sein. Sie können somit ihre Vermarktungsstrategien selbst bestimmen und daher möglicherweise leichter anpassen. Außerdem sind für eine erfolgreiche Implementierung spezieller Tierwohlprogramme die Einstellung und die Akzeptanz der Landwirte als Primärproduzenten von großer Bedeutung. Das Entscheidungsverhalten der jeweiligen Akteure (FFG als auch Landwirte mit und ohne DV) sowie deren Einstellungen sind somit maßgeblich dafür verantwortlich, ob sich neue Strategieoptionen in der Tierproduktion und der Vermarktung etablieren lassen. Darüber hinaus ist auch die Einstellung der Verbraucher, neue Vermarktungsformen und -wege anzunehmen, zu untersuchen, um so die Potentiale und von möglichen Strategieoptionen (wie bspw. der Vermarktung von Heimtierfutter aus TWF) herauszuarbeiten.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Das Ziel der Arbeit ist es daher zum einen, die Einstellungen der Landwirte zu Tierwohlprogrammen (wie bspw. der ITW) zu untersuchen. Zum anderen sollen die Einstellungen und Akzeptanz deutscher FFG und DV zur Umsetzung alternativer Vermarktungsstrategien (u.a. das Angebot von TWF) überprüft werden. Darüber hinaus soll das Vermarktungspotential von Heimtierfutter aus SNP näher betrachtet werden, um so eine Möglichkeit zu entwickeln, neue Vermarktungsoptionen für Kuppelprodukte von Tieren, die nach höheren Tierwohlstandards erzeugt wurden, zu erschließen und auf diese Weise die Preislücke zwischen Standard- und Tierwohlprodukten zu schließen.

Im Hinblick auf die Einstellungen von Landwirten zu Tierwohlprogrammen liegen bereits einige Studien (vgl. etwa HEISE und THEUVSEN, 2016; FRANZ et al., 2012; BOCK und VAN HUIK, 2007) vor; sie konnten die prinzipiell vorhandene Teilnahmebereitschaft von Landwirten an Tierwohlprogrammen nachweisen. Jedoch wurde bisher nur wenig oder gar nicht untersucht, inwiefern weitere Untergruppen in der Untergruppe der Geflügel- oder Schweinehalter existieren und welche unterschiedlichen Einstellungen sie haben. Darüber hinaus wurde bislang nur wenig auf die Einstellungen von Landwirten speziell zur ITW eingegangen (vgl. HEISE et al., 2017) und auf die Frage, inwiefern die Teilnahme an Tierwohlprogrammen einen Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit der landwirtschaftlichen Betriebe nimmt (vgl. etwa HEISE et al., 2018). Dementsprechend fehlen bisher auch vollständig Erkenntnisse darüber, wie Landwirte die Vergütung der ITW-Tierwohlkriterien bewerten und ob sie bereit sind, ggf. weitere Tierwohlkriterien umzusetzen.

FFG oder DV und deren zukünftige strategische Ausrichtung wurden bisher nur in wenigen Forschungsarbeiten (vgl. PIRSICH, 2017; WILLE, 2017, RECKE et al., 2004) näher untersucht. Studien, die die Bereitschaft von FFG und DV, Tierwohlfleisch und -produkte ins Angebot aufzunehmen, betrachten, fehlen sogar vollständig. Insoweit ist daher eine erhebliche Forschungslücke zu konstatieren.

Des Weiteren liegen keine Studien vor, die sich näher mit der Vermarktung von SNP in Form von Heimtierfutter auseinandersetzen, wodurch auch hier ein Forschungsdefizit zu erkennen ist.

Um die Einstellung und Akzeptanz der einzelnen Akteure sowie mögliche Strategieoptionen näher zu untersuchen, ist die vorliegende Arbeit in drei Blöcke gegliedert, die sich den betrachteten Stakeholdergruppen zuordnen lassen. Insgesamt besteht die Doktorarbeit aus acht Beiträgen, welche sich mit den vorab aufgeführten Fragestellungen auseinandersetzen. Die folgende Tabelle 1 zeigt eine Inhaltsübersicht über die Kapitel und die dazugehörigen Beiträge.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Tabelle 1: Aufbau der Dissertation

Einleitung	
Teil I: Tierwohlprogramme in der intensiven Nutztierhaltung aus Sicht deutscher Landwirte	**I.1** German Pig Farmers' Attitudes towards Animal Welfare Programs and their Willingness to Participate in these Programs: An Empirical Study **I.2** Tierwohlprogramme in der Geflügelhaltung – Eine empirische Untersuchung bezüglich der Einstellungen von Landwirten/-innen gegenüber Tierwohlprogrammen **I.3** Bewertung von Tierwohlkriterien der Initiative Tierwohl durch Mastschweinehalter: Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit
Teil II: Die Vermarktung von Tierwohlfleisch über Fleischereifachgeschäfte und landwirtschaftliche Direktvermarktung	**II.1** Eine empirische Analyse zum Angebot von Tierwohl-Fleisch in Fleischerfachgeschäften **II.2** Die Bereitschaft deutscher Fleischer und Direktvermarkter zur Umsetzung alternativer Vertriebs- und Marketingstrategien in der Vermarktung von Tierwohlfleisch – Eine qualitative Datenerhebung **II.3** Die Einstellung deutscher Fleischer und Direktvermarkter zum Angebot von Tierwohlfleisch – Eine quantitative Erhebung **II.4** Einflussfaktoren auf die Bereitschaft deutscher Fleischerfachgeschäfte und Direktvermarkter zum Angebot von Tierwohlfleisch – Eine PLS-Analyse
Teil III: Vermarktung von Heimtierfutter aus der Tierwohlfleischproduktion	**III.1** The Pet Food Industry: An innovative Distribution Channel for Marketing Feed Products from Welfare Friendly Production to Consumers?
Schlussbetrachtung und Ausblick	

Quelle: Eigene Darstellung.

Teil I: Tierwohlprogramme in der intensiven Nutztierhaltung aus Sicht deutscher Landwirte

Das erste Kapitel der Dissertation umfasst drei Beiträge, welche sich mit der Sicht deutscher Landwirte auf Tierwohlprogramme auseinandersetzen. Der Beitrag I.1: **„German Pig Farmers' Attitudes towards Animal Welfare Programs and their Willingness to Participate in these Programs: An Empirical Study"** beschäftigt sich mit den Einstellungen deutscher Mastschweinehalter gegenüber Tierwohlprogrammen. Dabei wurden mittels einer Clusteranalyse drei Gruppen von Mastschweinehaltern gebildet und miteinander verglichen, um mögliche Zielgruppen von Tierwohlprogrammen zu identifizieren. Im zweiten Beitrag I.2: „**Tierwohlprogramme in der Geflügelhaltung – Eine empirische Untersuchung bezüglich der Einstellungen von Landwirten/-innen gegenüber Tierwohlprogrammen"** werden mögliche Zielgruppen unter deutschen Geflügelhaltern anhand unterschiedlicher Einstellungen gegenüber Tierwohlprogrammen erarbeitet. Der dritte Beitrag I.3 „**Bewertung von Tierwohlkriterien der Initiative Tierwohl durch Mastschweinehalter: Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit"** bezieht sich auf die

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.