

Gesellschafter:
Prof. Dr. Achim Spiller
Dr. Anke Zühlsdorf

Anke Zühlsdorf, Achim Spiller, Sarah Gauly, Sarah Kühl

Wie wichtig ist Verbrauchern das Thema Tierschutz?

Präferenzen, Verantwortlichkeiten, Handlungskompetenzen und Politikoptionen

Ein gemeinsames Projekt der Zühlsdorf + Partner Marketingberatung und des Lehrstuhls „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“ der Universität Göttingen im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbandes e.V. (vzbv)



Projektleitung und Durchführung



Dr. Anke Zühlsdorf
Geschäftsführende Gesellschafterin

Zühlsdorf + Partner GbR | Marketingberatung
Philipp-Oldenbürger-Weg 27
37083 Göttingen
Telefon 0551 / 3708086
azuehls@gwdg.de

unter Mitarbeit von



Sarah Kühl und Sarah Gauzy
Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen, Universität Göttingen

Wissenschaftliche Beratung



Prof. Dr. Achim Spiller
Gesellschafter

Georg-August-Universität Göttingen
Lehrstuhl „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“
Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung
Platz der Göttinger Sieben 5
37073 Göttingen
Telefon 0551 / 39-9897
www.agrarmarketing.uni-goettingen.de

Feldarbeit

Respondi AG
Huhngasse 34b
50676 Köln
Telefon 0221/272318113
www.respondi.com

Befragungszeitraum

27. Oktober 2015 – 04. November 2015

Inhalt

1	Kurzzusammenfassung.....	2
2	Projekthintergrund und Zielsetzung.....	4
3	Studiendesign.....	5
4	Die zentralen Befragungsergebnisse im Überblick.....	5
4.1	Ethische Grundposition zur Nutztierhaltung setzt Branche weiter unter Druck.....	5
4.2	Zukünftiger Fleischkonsum tendenziell rückläufig.....	6
4.3	Einstellung zur Nutztierhaltung und zum Thema Tierschutz in der Landwirtschaft: Hohe Themenrelevanz und tiefe ethische Verantwortung, aber Zweifel am Handlungswillen und der Handlungsfähigkeit anderer Konsumenten.....	6
4.4	Gestaltungs- und Umsetzungsverantwortung aus Verbrauchersicht: Politik-Mix breit akzeptiert.....	7
4.5	Verbraucherpräferenzen beim Fleischeinkauf: Hohes Interesse an tierechten Produkten, deutliche Mehrzahlungsbereitschaft, aber eingeschränkte Handlungsmöglichkeiten als Marktakteure.....	9
4.5.1	Präferenzen für Fleisch und Tierschutz.....	9
4.5.2	Wieviel ist Verbrauchern Fleisch aus tierechter Produktion wert?.....	9
4.5.3	Handlungsrestriktionen: Fehlende Produktinformationen verhindern die Markterschließung.....	11
4.5.4	Brancheninitiative Tierwohl: Verbraucher sehen Vorteile, wollen aber am Produkt nachvollziehen können, ob das Fleisch aus dem Programm stammt.....	12
4.5.5	Nicht-kurative Eingriffe am Tier: Der Verzicht auf das routinemäßige Schwänzekupieren bei Schweinen ist aus Bürgersicht alternativlos.....	13
5	Literatur.....	15
6	Fragebogen und Grundauszählung der Befragung.....	17

1 Kurzzusammenfassung

In einer repräsentativen Online-Befragung von 1.024 Verbrauchern¹ in Deutschland wurden im Oktober/November 2015 Konsumpräferenzen, Verantwortlichkeiten, Handlungskompetenzen und Politikoptionen im Themenfeld Tierschutz erhoben. Folgende Kernergebnisse lassen sich festhalten:

1. Fleischkonsum und Präferenzen für Tierschutz:

- Der **Vegetarieranteil** in Deutschland ist gegenüber einer vergleichbaren Umfrage in 2013 leicht auf 3,9% angestiegen. Der Fleischkonsum polarisiert mit 25% Low-Meat-Consumern, 44,1% durchschnittlich viel Fleisch und Wurst Konsumierenden und 27,1% Heavy-Meat-Consumern. Rund 1/4 der Bürger plant zukünftig weniger Fleisch zu konsumieren.
- **Einstellung zum Tierschutz:** Für gut 2/3 der Verbraucher ist Tierschutz wichtig, nur für 13,1% ist das Thema bedeutungslos, ein Viertel ist gleichgültig. Dabei gehen 41,3% der Befragten davon aus, dass es den Tieren heute in der Landwirtschaft schlechter als früher geht – nur 21,1% denken, die Tierhaltung habe sich verbessert. Dies ist eine sehr skeptische Einschätzung der landwirtschaftlichen Entwicklung.
- **Sonderangebotsorientierung beim Fleischeinkauf:** Nur 28% der Fleischkäufer sind wirklich sonderangebotsaffin im Gegensatz zu 32% qualitätsorientierten Kunden (übrige: gemischte Motive). Dies stellt die starke Sonderangebotsorientierung des Handels bei Fleisch in Frage.
- **Politischer Konsum:** Die Befragten schätzen das eigene Konsumhandeln als politisch relevant ein: Lediglich 22,3% glauben, dass sie als „als einzelner Verbraucher am Tierschutz ohnehin nichts ändern können.“ Im Hinblick auf den Handlungswillen der anderen sind 80,5% allerdings skeptisch und stützen das Statement „Auch wenn viele Verbraucher behaupten, dass ihnen Tierschutz wichtig ist – beim Einkauf achten sie doch nur auf den Preis.“ Die individuellen Konsumenten sind offensichtlich beim Thema Preisbereitschaft für tiergerechtere Lebensmittel weiter als sie die Gesamtheit der Konsumenten sehen.
- **Barrieren des Konsums:** Im Hinblick auf die Möglichkeiten zum Einkauf von Produkten aus tiergerechter(er) Haltung herrscht große Unsicherheit. Fast die Hälfte der Verbraucher (44,7%) wissen nicht, woran sie Fleisch aus artgerechter Tierhaltung erkennen können. Nur 15,4% denken, dass es genug Tierschutzprodukte im Handel gibt. Als Label für mehr Tierschutz werden, wenn überhaupt, fast nur Biozeichen genannt, es gibt aber kein Label am Markt, mit dessen Hilfe die Mehrzahl der Verbraucher (>50% aller Befragten) tiergerechter hergestellte Produkte erkennen würde.
- **Zahlungsbereitschaft für Labelfleisch:** Rund 80% der Verbraucher weisen eine Mehrzahlungsbereitschaft für Tierwohl (hier 1-Sterne-Segment des Labels des dt. Tierschutzbundes) auf. Die durchschnittliche Zahlungsbereitschaft, die mit unterschiedlichen Marktforschungsmethoden erfasst wurde, liegt zwischen 36% (Jahresbedarf Fleisch) und 58% (einzelne kleine Verpackungseinheit). Diese Zahl ist als Marktpotenzial zu verstehen, da den Befragten hier ein glaubwürdiges Label vorgegeben war (was real nicht zutrifft, s. o. Barrieren).

¹ Genderhinweis: Zur Verbesserung des Leseflusses wird in diesem Bericht auf eine „politisch korrekte“ Schreibweise bspw. mit ‚Binnen-I‘ (z. B. VerbraucherInnen) verzichtet und nur die maskuline Form verwendet. Selbstverständlich sind damit ebenso Personen weiblichen Geschlechts angesprochen.

2. Verantwortung für den Tierschutz:

- Verbraucher sehen ihre Eigenverantwortung als Marktakteure: In der Rangliste der Verantwortlichkeiten stufen sie sich an Position 3 ein – hinter Staat und Landwirtschaft, aber vor dem LEH und der Industrie.
- Nur 18,2% der Bürger sehen Tiere in Deutschland ausreichend durch den Gesetzgeber geschützt.
- 73,1% der Befragten fordern entsprechend, dass die Politik mehr für den Tierschutz tun sollte.

3. Politikoptionen:

- 76,5% befürworten die Umschichtung von landwirtschaftlichen **Subventionen** zur Finanzierung von Tierwohlmaßnahmen. Eine **Fleischsteuer** für Tierschutz hat geringe Akzeptanz und wird nur von 24,7% positiv bewertet.
- **Tierschutzlabel**: Der für das Marketing wichtige ungestützte Bekanntheitsgrad des Tierschutzlabels des Deutschen Tierschutzbundes ist mit 2,1% verschwindend gering. Andere tierhaltungsbezogene Label sind gänzlich unbekannt. Der gestützte Bekanntheitsgrad der tierschutzspezifischen Label ist zwar höher (Neuland: 21,7%, Tierschutzlabel: 10,9%, Vier Pfoten: 5,7%), die Werte liegen aber immer noch deutlich unter einem Viertel der Verbraucher. Die Glaubwürdigkeit der neuen Tierschutzlabel ist relativ groß (ca. 80%), die von Neuland hat etwas gelitten. Insgesamt zeigt sich ein beachtliches Potenzial (s. o. Zahlungsbereitschaft), das aber derzeit angesichts des geringen Bekanntheitsgrades der am Markt vorhandenen Label nicht ausgeschöpft wird.
- Die **Initiative Tierwohl**, die derzeit aufgrund des geringen Budgets an einem Wendepunkt steht, ist den Verbrauchern nahezu unbekannt. Nach neutraler Information wird sie im Grundsatz von den meisten Verbrauchern befürwortet. Der intendierte Ansatz, kleinere Schritte im Tierschutz flächendeckend zu gehen und alle Fleischkonsumenten dafür in die Pflicht zu nehmen, wird akzeptiert. 72,8% sagen „*Es ist eine gute Sache, wenn alle Verbraucher mitmachen müssen.*“, 77,2% fordern, dass der Handel mehr bezahlt. 79% der Verbraucher sind bereit, die derzeitigen 4 Cent/kg zu bezahlen, 69% würden auch mehr als 4 Cent/kg bezahlen wollen. Die Zahlungsbereitschaft für die Initiative ist stark positiv korreliert mit der Forderung: „*Wir sollten alle mehr bezahlen, damit es den Tieren besser geht.*“ und einer Betonung der Eigenverantwortung als Konsumenten. Kritisch stehen die Verbraucher aber einer Werbung ohne Nämlichkeit der Waren gegenüber. 83,6% der Verbraucher wollen am Produkt nachvollziehen können, ob das Fleisch aus verbesserter Tierhaltung stammt. Der Grundansatz der Initiative Tierwohl kann einen Entwicklungsbeitrag zu einer tiergerechteren Nutztierhaltung leisten. Allerdings besteht hoher Erklärungsbedarf und hohe Täuschungsgefahr, die eine behutsame und transparente Kommunikation nahelegen.

4. Thema Schwänzekupieren bei Schweinen als Politikhotspot:

- Gut drei Viertel der Befragten (77,4%) lehnen nach neutraler Information (Ursachen des Schwanzbeißens bei Schweinen und erforderlicher Aufwand für einen Verzicht auf das Kupieren) das Kürzen des Ringelschwanzes bei Ferkeln ab.
- Der explizite Hinweis auf eine zu erwartende Preissteigerung um 7,5% und durchschnittlich 45,00 € jährlichen Mehrkosten für Schweinefleisch pro Haushalt verändert die Einstellung der Befragten nur geringfügig: 72,8% der Verbraucher bleiben bei ihrer Ablehnung.
- Argumente wie Arbeiterleichterung und Wettbewerbsnachteile gegenüber dem Ausland zur Rechtfertigung der üblichen landwirtschaftlichen Praxis überzeugen die Mehrzahl der Befragten nicht. 74,7% lehnen die Aussage „*Wenn andere Länder sich nicht dran halten, müssen das die deutschen Bauern auch nicht*“ ab.

2 Projekthintergrund und Zielsetzung

In den letzten Jahren hat die gesellschaftliche Kritik an der modernen Nutztierhaltung zugenommen und zu Forderungen nach einer Neuausrichtung der Haltungssysteme geführt. Im Mittelpunkt der Diskussion stehen Fragen nach dem Wohlergehen der Tiere und Überlegungen zu einer tiergerechteren Produktion. Der wissenschaftliche Beirat für Agrarpolitik beim Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (WBA) sieht erheblichen Handlungsbedarf und beziffert die jährlichen Mehrkosten einer zukunftsfähigen Nutztierhaltung auf ca. 3-5 Mrd. € p.a. (Spiller et al. 2015). Zur Deckung dieser Kosten einer gesellschaftlich akzeptierten Nutztierhaltung empfiehlt der WBA einen Politik-Mix und sieht Politik, Wirtschaft und Gesellschaft gleichermaßen gefordert. Durch die Kopplung gesetzlicher Mindeststandards, Selbstbeschränkungsabkommen / Brancheninitiativen und Labelprogrammen mit staatlichen Kompensationszahlungen seien deutliche Fortschritte in Richtung einer zukunftsfähigen Nutztierhaltung notwendig und erzielbar.

Viele Branchenvertreter bezweifeln allerdings die Zahlungsbereitschaft der Verbraucher für tiergerechte Erzeugnisse. Zur verbreiteten Skepsis in der Branche trägt auch bei, dass dem Label „Für mehr Tierschutz“ des Deutschen Tierschutzbundes bisher kein Durchbruch im Markt gelungen ist. Gleichzeitig stößt die Brancheninitiative Tierwohl an Budgetgrenzen, die eine flächendeckende Umsetzung verhindern.

Für eine tiergerechtere Weiterentwicklung der Nutztierhaltung kommt es nicht zuletzt darauf an, welchen Umsetzungsbeitrag die Akteure Staat, Wirtschaft und Gesellschaft jeweils leisten können. Die vorliegende Studie nimmt im Rahmen einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung die Nachfrageseite in den Fokus. Im Einzelnen werden folgende Bereiche betrachtet:

- das Verbraucherverhalten beim Fleischverzehr und Fleischeinkauf,
- die Einstellung der Deutschen zur Nutztierhaltung und zum Thema Tierschutz in der Landwirtschaft,
- die individuelle Relevanz des Themas Tierschutz in der Landwirtschaft für die Bürger,
- die zugesprochene Umsetzungsverantwortung für die verschiedenen politischen und privatwirtschaftlichen Akteure,
- die Beurteilung der aktuell im dt. Lebensmittelmarkt zu findenden Umsetzungsoptionen (Tierschutzlabel und Brancheninitiative Tierwohl) sowie
- die Mehrzahlungsbereitschaft für tiergerechter produziertes Fleisch.

Die Befragung zielt darauf, Rahmenfaktoren für ein tierwohlorientiertes Einkaufsverhalten von Verbrauchern zu identifizieren und zu analysieren, welche (politischen) Umsetzungsschritte die Handlungskompetenz tierwohlinteresierter Verbraucher stärken. Die Befragung wurde unter Einbeziehung des bisherigen Forschungsstandes konzipiert und zielt auf die weitere wissenschaftliche Analyse dieser Fragen. Die Ergebnisse werden mit Bezug auf bereits vorliegende Befragungsergebnisse in Deutschland interpretiert.

Der vorliegende Bericht umfasst eine zusammenfassende Darstellung der Befragungsergebnisse und eine komplette Grundauszählung sämtlicher Fragen (inkl. Fragebogen). In dem zugehörigen kommentierten Chartbook sind darüber hinausgehend sämtliche Ergebnisse visualisiert, z. T. noch weitergehend analysiert und mit ergänzenden methodischen und inhaltlichen Erläuterungen aufbereitet.

3 Studiendesign

Dieser Bericht und das zugehörige umfangreiche kommentierte Chartbook basieren auf den Ergebnissen einer bundesweiten Verbraucherbefragung, die im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbandes e.V. (vzbv) realisiert wurde.

In der nachfolgenden Übersicht sind die wesentlichen Studienmerkmale dargestellt.

Tab. 1: Befragungsmerkmale im Überblick

Befragungsmerkmale im Überblick	
Stichprobengröße	n = 1.024
Erhebungsmethode	<ul style="list-style-type: none"> • Online-Befragung • standardisierte Befragung mit offenen und geschlossenen Fragen • strikte Randomisierung zur Vermeidung von Reihenfolgeeffekten • Split sample Design • Innovative Zahlungsbereitschaftsmessungen
Zielgruppe	Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland ab einem Alter von 16 Jahren (bevölkerungsrepräsentativ)
Auswahlverfahren	<ul style="list-style-type: none"> • Rekrutierung durch ein Online-Access-Panel Quotenvorgabe von Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildung, Haushaltsgröße u. Region (repräsentativer Bevölkerungsquerschnitt)
Befragungsdauer	Dauer: ca. 20 Minuten
Feldphase	27. Oktober 2015 – 04. November 2015
Feldarbeit	<ul style="list-style-type: none"> • Respondi AG, Köln zusätzlich: umfassende eigene Qualitätskontrolle durch eingestreute Testfragen, Exklusion von Straightlinern und bei zu kurzen Antwortzeiten, Plausibilitätskontrollen

Quelle: Eigene Darstellung

Methodischer Hinweis: Die dargestellten Anteilswerte sind i. d. R. auf eine Dezimalstelle gerundet, insofern kann es vorkommen, dass sie sich nicht zu 100 % aufsummieren. Aus demselben Grund können sogenannte „Top-Boxes-Werte“ (durch Addition zusammengefasste Kategorien wie: „stimme voll und ganz zu“ + „stimme zu“) von der Summe der dargestellten Einzelkategorien abweichen.

4 Die zentralen Befragungsergebnisse im Überblick

4.1 Ethische Grundposition zur Nutztierhaltung setzt Branche weiter unter Druck

Das Thema Fleisch und Tierschutz hat, das zeigen die Befragungsergebnisse einmal mehr,² in der Bevölkerung einen sehr hohen Stellenwert. Und so unterschiedlich die individuellen Ernährungsweisen der Verbraucherinnen und Verbraucher auch sein mögen, so eint sie in überraschend deutlichem Ausmaß eine ethische Grundposition zur Nutztierhaltung: „Wenn Tiere für unser Essen sterben müssen, sollen sie vorher gut gelebt haben“ – dieser Auffassung stimmen 85,2% der Befragten zu. In der Ethik als kontrakttheoretisch

² Verschiedene Befragungen verweisen in den letzten Jahren auf die wachsende gesellschaftliche Themenrelevanz, z. B. Eurobarometer 2005, Eurobarometer 2007, Forsa 2012, Nestlé/TNS Infratest/DFV Mediengruppe 2015.

sches Argument bezeichnet bietet der „New Deal“ eine Art impliziten Vertrag der Gesellschaft mit dem Tier (Dawkins/Bonney 2008, Luy 2015) und die Lösung für das moralische Dilemma, mit dem der Fleischkonsum heute verbreitet verknüpft ist. Auch gut 70% der Vielfleischesser stimmen diesem Argument zu. Die Wenig-Fleischesser stimmen alle zu.

Nur wenn die Land- und Fleischwirtschaft es in Zukunft schafft, dass die Menschen diese Bedingung als erfüllt ansehen, wird der Fleischkonsum in der Breite ethisch akzeptiert bleiben (o. V. 2015).

4.2 Zukünftiger Fleischkonsum tendenziell rückläufig

Mit insgesamt 28,9% entspricht der Anteil der Verbraucher, die sich fleischlos bzw. fleischarm ernähren, dem Anteil der Viel-Fleischesser (27,1%). Die Zahl der Vegetarier/Veganer ist mit 3,9% gegenüber einer eigenen repräsentativen Studie aus dem Jahr 2013 (Cordts et al. 2013; 3,7%) leicht höher und entspricht auch anderen aktuellen Studien (MRI 2014).

Im Hinblick auf eine vegetarische oder sehr fleischarme Ernährung zeigen sich statistisch relevante Zusammenhänge zu folgenden sozio-demographischen Merkmalen:

- ✓ Gender: Frauen essen weniger Fleisch
- ✓ Bildung: Je höher der Bildungsgrad, umso niedriger der Fleischkonsum
- ✓ Alter: Jüngere sind stärker vertreten bei Vegetariern und Vielfleischessern
- ✓ Haushaltsgröße: Vegetarier und Wenig-Fleischesser leben häufiger alleine
- ✓ Einkommen: Diejenigen mit geringerem und höherem Einkommen essen weniger Fleisch; die mittlere Einkommensklasse konsumiert am meisten Fleisch

Darüber hinaus korrelieren eine geringe Sonderangebotsorientierung sowie ein hohes Tierschutzbewusstsein mit einem geringen Fleischverzehr.

Nach ihrem zukünftigen Fleischkonsum befragt, gibt ein Viertel der Fleischesser an, zukünftig weniger Fleisch essen zu wollen. Insofern ist davon auszugehen, dass sich der Fleischkonsum weiterhin tendenziell rückläufig entwickeln und die Zahl der Vegetarier voraussichtlich auch weiterhin (langsam) wachsen wird.

4.3 Einstellung zur Nutztierhaltung und zum Thema Tierschutz in der Landwirtschaft: Hohe Themenrelevanz und tiefe ethische Verantwortung, aber Zweifel am Handlungswillen und der Handlungsfähigkeit anderer Konsumenten

Mehr als zwei Dritteln der Befragten (67,8%) ist das Thema Tierschutz in der Landwirtschaft wichtig. Nur eine geringe Anzahl (13,1%) fühlt sich „genervt“ von der Diskussion, ein Viertel ist nicht wirklich interessiert. Die Befragungsergebnisse bestätigen damit bisherige Studien, die eine hohe Themenrelevanz für deutsche Bürger identifiziert haben (z. B. Eurobarometer 2007, TNS-Emnid 2014).

Wie oben beschrieben verknüpfen die Verbraucher ihre Zustimmung/Akzeptanz des Fleischkonsums mit einem „guten Leben“ der Tiere als Bedingung. Diese Bedingung wird allerdings nach verbreiteter Auffassung heute in der Nutztierhaltung nicht erfüllt:

- ✓ Lediglich 15,2% der Verbraucher sind der Meinung, „*dass nichts gegen die heutige Tierhaltung spricht.*“
- ✓ Während die Landwirtschaft davon ausgeht, dass sich die Haltungsverfahren in den letzten Jahrzehnten verbessert haben, sehen die Verbraucher dies anders: 41,3% gehen davon aus, dass es den Tieren heute in der Landwirtschaft schlechter als früher geht. Lediglich 21,1% denken, die Tierhaltung habe sich verbessert. Hier gehen Selbstwahrnehmung in der Landwirtschaft und Verbrauchereinschätzung stark auseinander.
- ✓ Die Befragten sehen vielfach Schwierigkeiten, ökonomische Ziele und Tierwohl in der Landwirtschaft zu vereinbaren.
- ✓ Der Landwirt wird als Unternehmer unter wirtschaftlichem Druck (Wachstumswang) betrachtet.

Interessant ist die widersprüchliche Rolle, die dem Konsumhandeln zugesprochen wird: Hier steht die Selbsteinschätzung der Befragten in deutlichem Konflikt zur Einschätzung des Konsumhandelns anderer:

- ✓ Das eigene Konsumhandeln wird mehrheitlich als politisch relevant eingeschätzt: Lediglich 22,3% glauben, dass sie als „*als einzelner Verbraucher am Tierschutz ohnehin nichts ändern können.*“
- ✓ Im Hinblick auf den Handlungswillen der anderen sind die meisten (80,5%) allerdings sehr skeptisch und haben die Meinung „*Auch wenn viele Verbraucher behaupten, dass ihnen Tierschutz wichtig ist – beim Einkauf achten sie doch nur auf den Preis.*“

Die (individuellen) Konsumenten sind offensichtlich beim Thema Preisbereitschaft für tiergerechtere Lebensmittel weiter als sie die Gruppe der Konsumenten insgesamt sehen. Möglicherweise ist diese verbreitete Skepsis auch eine Folge der langjährigen „Geiz ist geil“ -Diskussion und der Berichterstattung über die günstigen Lebensmittelpreise in Deutschland. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Konsumenten ihre eigene Bereitschaft, als Verbraucherschaft mit dem Portemonnaie den Markt zu verändern, unterschätzen könnten.

4.4 Gestaltungs- und Umsetzungsverantwortung aus Verbrauchersicht: Politik-Mix breit akzeptiert

Bei der Frage, wer in Deutschland für mehr Tierschutz sorgen sollte, sehen die Befragten sämtliche Akteure in der Pflicht. Nach Vergabe von insgesamt 100 Punkten, die sie gemäß ihrer Meinung über die jeweilige Verantwortung beliebig gewichtet auf die Akteure verteilen konnten, ergibt sich folgendes Bild: Im Durchschnitt wird die Hauptverantwortung beim Staat (Ø 26,1 Pkt.) und in der Landwirtschaft (Ø 25,54 Pkt.) gesehen, dann folgen Verbraucher (Ø 18,8 Pkt.), der Lebensmitteleinzelhandel (Ø 14,45 Pkt.) sowie die Schlacht- und Verarbeitungsunternehmen (Ø 14,33 Pkt.).

Mithilfe einer Clusteranalyse ergibt sich ein etwas differenzierteres Bild: Für die Gesamtbevölkerung lassen sich sechs unterschiedliche Einstellungsmuster zur Hauptverantwortung für mehr Tierschutz ableiten. Die größte Gruppe bilden aber auch hier diejenigen, die alle Akteure in der Verantwortung sehen und ihre Punkte relativ gleichgewichtet verteilen. Dieses Cluster unterscheidet sich von den anderen nicht zuletzt durch eine höhere Verunsicherung, wo sie Produkte mit Tierwohlvorteil kaufen können, und dem etwas stärkeren Ohnmachtsgefühl als einzelner Verbraucher wenig ändern zu können.

Weitere Unterscheidungsmerkmale zwischen den jeweiligen Clustern sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen.

Tab. 2: Positionen in der Bevölkerung zur Verteilung der Gestaltungs- und Umsetzungsverantwortung

Hauptverantwortung	Anteil der Bevölkerung	Beschreibung (Unterschiede zum Durchschnitt aller Befragten)
Alle Akteure	37,4%	<ul style="list-style-type: none"> • sind sehr verunsichert und wissen deshalb nicht, wer handeln soll
Staat (Ø 65,66)	18,2%	<ul style="list-style-type: none"> • niedrigste Zahlungsbereitschaft für Tierschutz • brauchen keine Label
Landwirte (Ø 60,09)	15,6%	<ul style="list-style-type: none"> • älteste Gruppe, essen am meisten Fleisch • sehen Landwirtschaft und Tierhaltung positiv • brauchen keine Informationen
Verbraucher (Ø 56,00)	13,2%	<ul style="list-style-type: none"> • höchste Zahlungsbereitschaft für Tierschutz • essen am wenigsten Fleisch • kritisch gegenüber der Landwirtschaft • Tierschutz sehr wichtig • hätten gerne mehr Informationen
LEH (Ø 38,86)	10,3%	<ul style="list-style-type: none"> • jüngste Gruppe • hohes Wissen über Nutztierhaltung (Selbsteinschätzung)
Schlacht- u. Verarbeitungsunternehmen (Ø 50,00) Rang 2: LW(Ø 29,00)	5,4%	<ul style="list-style-type: none"> • geringes Wissen über Nutztierhaltung (Selbsteinschätzung) • lehnen Initiative Tierwohl eher ab • meinen, dass Verbraucher mehr bezahlen sollten

Quelle: Eigene Erhebung (n = 1.024) auf Basis einer Clusteranalyse (statistische Ermittlung von Befragtengruppen mit ähnlichem Antwortverhalten bzgl. der zugesprochenen Umsetzungsverantwortung); Spalte Hauptverantwortung: Angabe der Mittelwerte aller gültigen Antworten

Insgesamt betonen die Verbraucher die Rolle des Staates als Rahmengeber und Kontrolleur. Gleichzeitig bestehen auch große Zweifel an der bisherigen Fähigkeit des Staates zur Sicherstellung eines ausreichenden Tierschutzniveaus: Lediglich 18,2% finden, dass „in Deutschland Tiere durch gesetzliche Vorschriften ausreichend geschützt sind“ und mehr als drei Viertel der Befragten (77%) fordern strengere Vorschriften für die Haltung von Nutztieren.

Die Landwirtschaft sehen die Verbraucher in der Umsetzungspflicht. Bei Fehlverhalten sprechen sie sich mehrheitlich für eine weitreichende Sanktionierung aus: 87,4% der Befragten stimmen der Aussage „Ein Landwirt, der seine Tiere schlecht behandelt, sollte zukünftig keine Tiere mehr halten dürfen“ zu.

Auch wenn die Befragten am Umsetzungswillen der Verbraucherschaft insgesamt zweifeln, sehen sie ihre Eigenverantwortung als Marktakteure: Sie definieren ihre Rolle in der Rangliste der Verantwortlichkeiten an Position 3 – hinter Staat und Landwirtschaft, aber vor dem LEH und der Industrie. 60% der Verbraucher sind der Überzeugung, dass die Präferenzen für mehr Tierschutz mit einer höheren Zahlungsbereitschaft für Fleisch aus verbesserter Haltung einhergehen müssen, um entsprechende Maßnahmen zu finanzieren.

Gut drei Viertel (76,5%) befürworten die Umschichtung von Subventionen zur Finanzierung von Tierwohlmaßnahmen, wie sie vom Wissenschaftlichen Beirat für Agrarpolitik vorgeschlagen wurde (Spiller et al. 2015). Eine Fleischsteuer für Tierschutz wird von den Befragten deutlich abgelehnt.

4.5 Verbraucherpräferenzen beim Fleischeinkauf: Hohes Interesse an tiergerechten Produkten, deutliche Mehrzahlungsbereitschaft, aber eingeschränkte Handlungsmöglichkeiten als Marktakteure

4.5.1 Präferenzen für Fleisch und Tierschutz

Im deutschen Markt wird Fleisch traditionell als Frequenzbringer eingesetzt. Insbesondere Vollsortimenter (Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) werben mit günstigen Fleischpreisen im Rahmen einer Mischkalkulation. Eine GfK-Auswertung zeigt einen Anteil von knapp 25% aller Rotfleischprodukte, die im Zeitraum von Juli 2014 bis Juni 2015 über Sonderangebote abgesetzt wurden (GfK ConsumerScan 2015).

Die Befragungsergebnisse stellen jedoch diese im Lebensmitteleinzelhandel verbreitete Praxis in Frage. Im Hinblick auf Sonderangebotsaffinität und Qualitäts-/Tierschutzorientierung lassen sich sehr unterschiedliche Käufergruppen identifizieren:³

- ✓ Die Hardcore-Gruppe der Schnäppchenjäger ist eher klein (7%, aber sehr ausgeprägtes Sparverhalten, kein Interesse an Tierschutz, auch nicht an der Brancheninitiative).
- ✓ Ein größeres Segment der Smart-Shopper (20,4%) ist ebenfalls auf Sonderangebote fokussiert, behält aber die Qualität mit im Blick.
- ✓ Ein relativ großes Segment von 31,6% der Kunden ist stark qualitäts- und tierschutzorientiert: Diese Kunden achten wenig auf Sonderangebote und wechseln nicht das Geschäft aufgrund von Aktionspreisen anderer Händler.
- ✓ Zwei weitere Gruppen von zusammen 38% liegen in der Mitte.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob die starke Sonderangebotsfixierung, gerade der Vollsortimenter, noch zeitgemäß ist: Marketing für 28% sonderangebotsaffine oder 32% qualitätsorientierte Kunden?

Insgesamt zeigen die Studienergebnisse deutlich, dass die deutschen Verbraucher bei Fleisch nicht so preisfokussiert sind wie vielfach behauptet.⁴ Das spiegelt sich auch in den erhobenen Mehrzahlungsbereitschaften für Fleisch aus tiergerechter Produktion wider (vgl. unten). Der Anteil der Qualitätsorientierten, die auf Sonderangebote sehr wenig achten, ist eher etwas größer als der Anteil der Schnäppchenjäger und Smart Shopper. Zudem ist die Zielgruppe der Qualitätsorientierten deutlich einkommensstärker und besser ausgebildet – also eigentlich für den Handel die interessantere Zielgruppe. Alles in allem spricht vieles dafür, dass der LEH stärker auf Qualitätssegmente im Fleischmarkt setzen sollte. Dies würde mehr Spielraum für Tierschutz zulassen.

4.5.2 Wieviel ist Verbrauchern Fleisch aus tiergerechter Produktion wert?

Die Preisbereitschaft der Verbraucher für Tierwohlmaßnahmen wird von Branchenvertretern häufig grundsätzlich angezweifelt. Auch wenn eine solche pauschale Skepsis einerseits angesichts der hohen vorhandenen Zahlungsbereitschaften für weitere Prozessqualitäten bei Lebensmitteln (z. B. Bio, Weidemilch, alternative Legehennenhaltung) verfehlt scheint, verweist die wissenschaftliche Literatur andererseits auf die Ge-

³ Gruppenbildung auf Basis einer Clusteranalyse, bei der Fragen zur Sonderangebots- und Qualitätsorientierung berücksichtigt wurden.

⁴ Die Ergebnisse bestätigen damit weitere aktuelle Trendstudien (z. B. BVE / GfK 2015), die allgemein im Lebensmittelmarkt eine (langsame) Zunahme der qualitätsorientierten Käufergruppen feststellen.

fahr überhöhter Werte bei einfachen Zahlungsbereitschaftsabfragen (Murphy et al. 2005; Harrison/Rutström 2008).

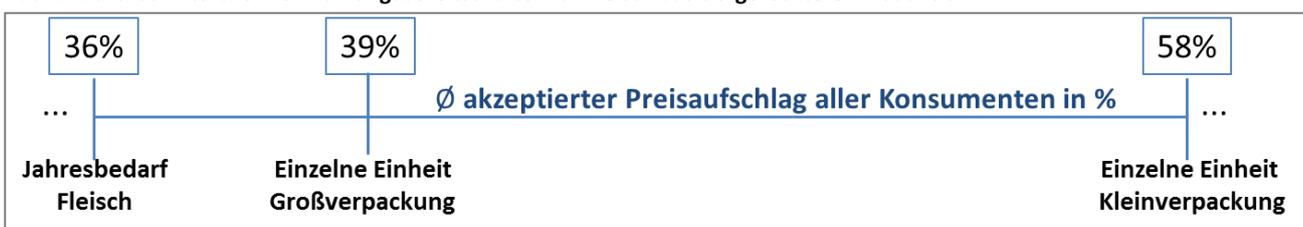
Um zu einer realistischen Einschätzung zu gelangen, wurde in der vorliegenden Studie das folgende Untersuchungsdesign verwendet:

- ✓ Die Zahlungsbereitschaft wurde mittels zweier unterschiedlicher Methoden erhoben (Epley/ Dunning 2002; Lusk/Norwood 2009): Direkte Abfrage (Contingent Valuation) und indirekte Abfrage (Inferred Valuation).
- ✓ Bei beiden Messmethoden wurden jeweils Ankerpreise für den Marktstandard genannt, was die Realitätsnähe erhöht.
- ✓ Der Abfrage wurde ein Cheap Talk Script mit Konsequenzandrohung vorgeschaltet, das die Befragten auf die Ernsthaftigkeit der Erhebung verweist (Lusk 2003, Vossler/Watson 2013, Vossler/Evans 2009).
- ✓ Im Fall der Contingent Valuation wurde eine nachgeschaltete Unsicherheitsskala verwendet, auf der die Probanden angeben konnten, wie sicher sie bei ihrer Preisangabe waren (Drichoutis/ Vassilopoulos/Lusk/Nayga 2015, Morrison/Brown 2009). Die Preisangaben wurden um die unsicheren Antworten bereinigt.

Lebensmitteleinkäufe werden häufig erst durch die eingekauften Mengen und die Anzahl der Wiederholungskäufe budgetwirksam. Der einzelne Kaufakt für ein Produkt schlägt sich dagegen noch nicht so stark im Ausgabeverhalten nieder. Aus diesem Grund wurden Zahlungsbereitschaften für unterschiedliche Packungsgrößen sowie zusätzlich für den gesamten Jahresbedarf an Fleisch- und Wurstwaren ermittelt.

Im kommentierten Chartbook dieser Befragung sind die einzelnen Fragen und die Detailergebnisse umfassend aufbereitet. Zusammenfassend visualisiert die folgende Abbildung die Spanne der durchschnittlichen Mehrzahlungsbereitschaften der Verbraucher.

Abb. 1: Durchschnittliche Mehrzahlungsbereitschaften für Fleisch aus tiergerechterer Produktion



Quelle: Eigene Darstellung

Insgesamt zeigen sowohl die direkte Abfrage der eigenen Preisbereitschaft am Beispiel Schweineschnitzel sowie die indirekte Abfrage der Preisbereitschaft einer Familie für den Jahresbedarf an Fleisch und Wurst deutliche Mehrzahlungsbereitschaften für ein tiergerechteres Angebot. Der durchschnittliche Verbraucher ist bereit, gut 30% mehr für Tierschutz zu bezahlen.⁵

Der erzielbare Mehrpreis sinkt mit steigendem absolutem Preis, z. B. bei größeren Packungen (oder höherwertigen Fleischqualitäten). Die Abfrage auf Basis der Jahresausgaben ergibt entsprechend etwas geringere

⁵ Dieses Ergebnis entspricht dem Stand der internationalen Forschung.

Werte. Aber selbst für den Jahresbedarf liegt die durchschnittliche Mehrzahlungsbereitschaft noch bei ca. 36% bzw. 37%.⁶

Segmentspezifisch lassen sich höhere Mehrzahlungsbereitschaften nachweisen: Betrachtet man allein die Gruppe der grundsätzlich mehrzahlungsbereiten Verbraucher (ca. 80% aller Befragten), dann liegen die durchschnittlich akzeptierten Preisaufschläge zwischen 42% (Jahresbedarf) und 83% (einzelne Kleinverpackung).

Neben dem ausgeprägten Verbraucherinteresse machen auch die aufgezeigten Spannweiten deutlich, dass ein erhebliches Marktpotenzial für ein tierwohlorientiertes Angebot im Fleischmarkt besteht. Die Ausschöpfung dieses Potenzials setzt allerdings eine entsprechende Warenverfügbarkeit in den üblichen Einkaufsstätten der Verbraucher ebenso voraus wie ein etabliertes Kennzeichnungssystem für die entsprechenden Produkte – zwei Voraussetzungen, die im Fleischmarkt derzeit nicht gegeben sind.

4.5.3 Handlungsrestriktionen: Fehlende Produktinformationen verhindern die Markterschließung

Insgesamt besteht große Unsicherheit bei der Einschätzung des Fleischangebotes aus tiergerechterer Haltung. Die Verbraucher äußern mehrheitlich (64,4%) Interesse an weitergehenden Informationen über die Tierhaltung. Der Wunsch nach mehr Informationen ist hoch korreliert mit der Zustimmung zu der Aussage *„Ich bin bereit mehr Geld für Fleisch zu bezahlen, wenn ich sicher wäre, dass die Haltungsbedingungen für die Tiere wirklich besser sind.“* Verbraucher werden also nur dann mehr Geld ausgeben, wenn sie Verbesserung in der Haltung anhand glaubwürdiger Informationen nachvollziehen können.

Knapp die Hälfte der Verbraucher (44,7%) räumt ein, nicht zu wissen, woran sie Fleisch aus artgerechter Tierhaltung erkennen können. Und die weiteren Befragungsergebnisse zeigen, dass dieser Anteil objektiv gemessen eher größer ist:

- ✓ Die offene Frage, ob sie Siegel oder Zeichen kennen, an denen sie mehr Tierschutz bei Fleisch erkennen, verneinen 85,9% der Verbraucher.
- ✓ Der für das Marketing wichtige ungestützte Bekanntheitsgrad des Tierschutzlabels des Deutschen Tierschutzbundes ist mit 2,1% verschwindend gering. Andere tierhaltungsbezogene Label sind gänzlich unbekannt.
- ✓ Der gestützte Bekanntheitsgrad der tierschutzspezifischen Label ist zwar höher (Neuland: 21,7%, Tierschutzlabel: 10,9%, Vier Pfoten: 5,7%). Aber mehr als drei Viertel der Verbraucher kennen die Label auch dann nicht, wenn ihnen das jeweilige Zeichen gezeigt wird.
- ✓ Das Zeichen der Initiative Tierwohl ist auch gestützt nahezu unbekannt (3,7%; zur Einordnung: die gestützte Bekanntheit eines Fantasielabels, das aus Kontrollgründen mit abgefragt wurde, liegt bei 2%).

Vor dem Hintergrund, dass die spezifischen Label weitgehend unbekannt sind, ziehen Verbraucher ersatzweise noch am ehesten Biolabel als Indiz für eine verbesserte Haltung heran. Deren Bekanntheitsgrad im

⁶ Aus der Literatur ist bekannt, dass die Mehrzahlungsbereitschaft für Tierschutz mit steigendem Verarbeitungsgrad der Produkte sinkt (z. B. geringer für Wurst/Fleischzubereitungen als für rohes Fleisch) und die Tierschutzbesorgnisse der Verbraucher bei Rindfleisch geringer sind als bei Schwein und Geflügel (Busch/Kayser/Spiller 2013).

Markt ist zwar deutlich höher, aber als Indikator für tiergerechter hergestellte Produkte werden auch die Biolabel mehrheitlich nicht angesehen.

Alles in allem kann man an den Befragungsergebnissen klar ablesen, dass Verbraucher als Marktakteure in ihrer Handlungskompetenz deutlich eingeschränkt sind. Der fehlende Bekanntheitsgrad der vorhandenen Label für tiergerechtere Produkte und die geringe Warenverfügbarkeit im Markt sind Indizien für ein Markt- und Politikversagen, welche eine den Verbraucherpräferenzen entsprechende Markterschließung bisher verhindert haben.⁷

4.5.4 Brancheninitiative Tierwohl: Verbraucher sehen Vorteile, wollen aber am Produkt nachvollziehen können, ob das Fleisch aus dem Programm stammt

Beim Produktlabelling garantiert ein Siegel auf der Verpackung, dass es sich um Erzeugnisse mit Tierwohlvorteil handelt. Neben dem Einhalten der Anforderungen des Labelgebers beim Erzeuger setzt ein Labelsystem getrennte Warenströme für Label- und Standardware voraus. Die getrennte Erfassung und Verarbeitung ist insbesondere bei kleinen Mengen mit erheblichen Kosten verbunden. Der höhere Aufwand beim Erzeuger sowie die Kosten zur Warentrennung werden in den Endverbraucherpreis der Labelware einkalkuliert. Außerdem kann häufig nur ein Teil der Tiere als Labelprodukt verkauft werden, so dass die Labelteile im Rahmen der Mischkalkulation einen noch höheren Aufschlag verkraften müssen.

Die Initiative Tierwohl stellt ein Alternativkonzept zur Verbesserung der Tierhaltung dar, das gemeinschaftlich von Lebensmitteleinzelhandel, Landwirtschaft und Schlachtunternehmen initiiert worden ist:

- ✓ Teilnehmende Landwirte erhalten als Anreiz zur Beteiligung direkte Kompensationszahlungen für die Durchführung von Tierwohlmaßnahmen.
- ✓ Die Finanzierung der Maßnahmen erfolgt über einen Preisaufschlag pro kg Fleisch und Wurst, das im Handel verkauft wird (Budget wird von den teilnehmenden Händlern analog zum jeweiligen Marktanteil finanziert).
- ✓ Auf die Warentrennung von Fleisch aus dem Programm und Standardware wird verzichtet.
- ✓ Derzeit beträgt der Beitrag des Handels 4 Cent/kg Fleisch/Wurst – was zur Finanzierung in der Landwirtschaft nicht ausreicht und derzeit die Zahl der teilnehmenden Betriebe in der Schweinemast auf 8% der Schweine begrenzt.

Die Initiative Tierwohl ist den Verbrauchern derzeit nahezu unbekannt. Bei der ungestützten Frage nach Zeichen, die für mehr Tierschutz stehen (s. o.), gab es keine einzige Nennung. Der gestützte Bekanntheitsgrad ist mit 3,7% der geringste Wert aller abgefragten Zeichen, nur 2,1% vertrauen dem Zeichen.

Nach neutraler Vorabinformation fällt die Verbraucherbewertung ambivalent aus. Vorteilhaft in der Verbrauchereinschätzung sind folgende Aspekte:

⁷ Zu den Anforderungen an ein verbraucherorientiertes Labelling vgl. Eberle et al. 2011, von Meyer-Höfer/Spiller 2013. Zu den grundlegenden Anforderungen an ein Tierschutzlabel Deimel et al. 2013, Franz et al. 2010.

- ✓ Der innovative Grundansatz der Initiative Tierwohl wird mehrheitlich akzeptiert, Legitimitätsbedenken (weil der Konsument zwangsläufig mehr für Fleisch bezahlen muss und diese Entscheidung nicht durch den Gesetzgeber erfolgt ist) hat nur ein knappes Viertel (24%) der Befragten.
- ✓ Deutliche Vorteile werden darin gesehen, dass Tierwohlfortschritte im Rahmen der Initiative günstig umgesetzt werden können und alle Fleischkäufer einbezogen werden.
- ✓ Kleine Fortschritte in der Breite werden als Konzept akzeptiert.
- ✓ Mehr als zwei Drittel der Befragten (69%) geben an, auch einen höheren Preisaufschlag zu akzeptieren. 77,2% sehen den Handel zur Aufstockung des Budgets in der Pflicht.

Als Schwachpunkte des Konzepts werden dagegen vor allem die fehlende Nämlichkeit der Ware und die Kommunikation der Tierwohlinitiative wahrgenommen:

- ✓ 83,6% Verbraucher wollen „am Produkt nachvollziehen können, ob das Fleisch aus verbesserter Tierhaltung stammt.“ Nur eine kleinere Gruppe wenig tierschutzbewusster Verbraucher stört sich an der fehlenden Nämlichkeit der Ware nicht.
- ✓ Die gezeigte Werbung für die Initiative wird vielfach missverstanden: Über die Hälfte der Verbraucher (57,4%) geht davon aus, dass sämtliches Fleisch im Laden aus dem Programm stammt. Direkt auf dem Produkt aufgedruckt, weckt so ein Slogan bei 76,3% die Erwartung, „dass genau dieses Fleisch aus verbesserter Haltung stammt“.

Insgesamt zeigen die Befragungsergebnisse, dass der Grundansatz der Initiative Tierwohl einen wichtigen Entwicklungsbeitrag zu einer tiergerechteren Nutztierhaltung leisten kann und der Handel von seinen Kunden zu einer Erhöhung des Beitrags aufgefordert wird. Allerdings besteht hoher Erklärungsbedarf und hohe Täuschungsgefahr, die eine sehr behutsame und transparente Kommunikation nahelegen.

4.5.5 Nicht-kurative Eingriffe am Tier: Der Verzicht auf das routinemäßige Schwänzekupieren bei Schweinen ist aus Bürgersicht alternativlos

Nach § 1 Tierschutzgesetz darf niemand einem Tier ohne vernünftigen Grund Schmerzen, Leiden oder Schäden zufügen. In der Nutztierhaltung werden heute zahlreiche, früher übliche Praktiken hinterfragt. Kritisiert werden insbesondere Eingriffe am Tier, die nicht der Behandlung von Krankheiten dienen (nicht-kurative Maßnahmen). Das routinemäßige Schwänzekupieren und Schnäbelkürzen ist in der EU schon heute gesetzlich untersagt (EU Richtlinie 2008/120 EG). Das Verbot wird aber in der Praxis verbreitet ignoriert.

Ein flächendeckender Verzicht auf das Kupieren erfordert deutliche Anpassungen der Haltungssysteme, die mit beachtlichen Umsetzungskosten verbunden sind. Im Fall Schweinefleisch rechnen wissenschaftliche Studien mit einer Erhöhung des Schweinefleischpreises um ca. 7,5% (Spiller et al. 2015).⁸

⁸ Die vorliegenden Kostenschätzungen sind allerdings heftig umstritten, weil auch die Unsicherheit über den Umfang der Änderungsmaßnahmen, die notwendig sind, um mit hoher Wahrscheinlichkeit auch ohne Kupieren Schwänzebeißen verhindern zu können, groß sind. Entsprechend setzte die Brancheninitiative in ihrem Kriterienkatalog zunächst eine Kompensation für den Verzicht von 6 € an (später im Katalog nicht mehr enthalten), das Land Niedersachsen bietet eine „Ringelschwanzprämie“ von 16,50 € an; vgl. auch Kuest (2014), der eine Spannweite der Mehrkosten je Schwein von 13-19 € ermittelte. Allerdings spricht ei-

In der Befragung ist analysiert worden, wie Verbraucher zum Schwänzekupieren stehen, wie sie die übliche landwirtschaftliche Vorgehensweise bewerten und ob sie für einen Verzicht auf das routinemäßige Schwänzekupieren bereit sind, entsprechende Preiserhöhungen zu tragen.

Die Ergebnisse sind eindeutig: Gut drei Viertel der Befragten (77,4%) lehnen nach neutraler Information (Ursachen des Schwanzbeißen bei Schweinen und erforderlicher Aufwand für einen Verzicht auf das Kupieren) das Kürzen des Ringelschwanzes bei Ferkeln ab. Auch der explizite Hinweis auf eine zu erwartende Preissteigerung um 7,5% und durchschnittlich 45,00 € jährlichen Mehrkosten für Schweinefleisch verändert die Einstellung der Befragten nur geringfügig: 72,8% der Verbraucher bleiben bei ihrer Ablehnung.

Die Argumente Arbeitserleichterung und Wettbewerbsnachteile zur Rechtfertigung der heute üblichen landwirtschaftlichen Praxis überzeugen die Mehrzahl der Befragten nicht:

- ✓ 71,9% lehnen die Aussage „Wenn dies die Arbeit der Landwirte erleichtert, ist dies in Ordnung“ ab (15,5% sind unentschieden).
- ✓ 74,7% lehnen die Aussage „Wenn andere Länder sich nicht dran halten, müssen das die deutschen Bauern auch nicht“ ab (12,9% sind unentschieden).

5 Literatur

- Busch, G., Kayser, M., Spiller, A. (2013): „Massentierhaltung“ aus VerbraucherInnen-sicht – Assoziationen und Einstellungen. Jahrbuch der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie 22(1), 61-70.
- BVE / GfK (2015): Consumers' Choice '15. Die Auflösung der Ernährungsriten – Folgen für das Ess- und Kochverhalten, Nürnberg.
- Cordts, A., Duman, N., Grethe, H., Nitzko, S., Spiller, A. (2013): Auswirkungen eines verminderten Konsums von tierischen Produkten in Industrieländern auf globale Marktbilanzen und Preise, in: Sicherung der Welternährung bei knappen Ressourcen, Schriftenreihe der Landwirtschaftlichen Rentenbank 29, S. 103-135.
- Dawkins, M. S., Bonney, R. (Hrsg.) (2008): The Future of Animal Farming – Renewing the Ancient Contract; Blackwell Publishing.
- Deimel, I., Franz, A., Frentrup, M., von Meyer, M., Spiller, A., Theuvsen, L. (2010): Perspektiven für ein Europäisches Tierschutzlabel. URL: <http://download.ble.de/08HS010.pdf>. Abrufdatum: 15.03.2010.
- Drichoutis, A. C., Vassilopoulos, A., Lusk, J., Nayga, R. N. (2015): Fair farming: Preferences for fair labor certification using four elicitation methods, MPRA Paper No. 62546, posted 6. March 2015 08:04 UTC, online at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/62546/>.
- Eberle, U.; Spiller, A.; Becker, T.; Heißenhuber, A.; Leonhäuser, I.-U.; Sundrum, A. (2011): Politikstrategie Food Labelling. Gemeinsame Stellungnahme der Wissenschaftlichen Beiräte für Verbraucher- und Ernährungspolitik und Agrarpolitik beim BMELV, Berlin.
- Epley, N., Dunning, D. (2002): Feeling Holier than thou: Are self-serving assessments produced by errors in self- or social prediction? In: Journal of Personality and Social Psychology, 79, S. 861-75.
- Eurobarometer (2005): Attitudes of consumers towards the welfare of farmed animals. Special Eurobarometer 229/Wave 63.2.
- Eurobarometer (2007): Attitudes of EU citizens towards Animal Welfare. Special Eurobarometer 270/ Wave 66.1.
- Forsa (2012): Meinung zum Einsatz von Humanantibiotika in der Tierhaltung, online verfügbar unter: http://bund.net/fileadmin/bundnet/pdfs/landwirtschaft/120508_bund_landwirtschaft_forsa_humanantibiotika_umfrage.pdf.
- Franz, A.; Meyer, M. v.; Spiller, A. (2010): Prospects for a European Animal Welfare Label from the German Perspective: Supply Chain Barriers. International Journal on Food System Dynamics 4, pp. 318-329.
- GfK ConsumerScan (2015): 13.000 HH; Rotfleisch ohne TK (EAN); Juli 2014 – Juni 2015; Auswertung für QS.
- Harrison, G.W., Rutström, E. E. (2008): Experimental Evidence on the Existence of Hypothetical Bias in Value Elicitation Methods, in: Plott, C.R. and Smith, V.L. (Hrsg), Handbook of Experimental Economics Results, volume 1, New York: North-Holland.
- Kuest, S. (2014): Erprobung von praxistauglichen Lösungen zum Verzicht des Kupierens der Schwänze bei Schweinen unter besonderer Betrachtung der wirtschaftlichen Folgen - Betriebswirtschaftliche Bewertung, Thünen-Institut Braunschweig.
- Lusk, J. L. (2003): Effects of cheap talk on consumer willingness-to-pay for golden rice. In: American Journal of Agricultural Economics 85 (4), 840–856.

- Lusk, J. L., Norwood, F. B. (2009): Bridging the Gap between Laboratory Experiments and Naturally Occurring Markets: An Inferred Valuation Method. In: *Journal of Environmental Economics and Management* 58(2009), S. 236–250.
- Luy, J. (2015): Persönliche Mitteilung, November 2015.
- Morrison, M., Brown, T. C. (2009). Testing the effectiveness of certainty scales, cheap talk, and dissonance-minimization in reducing hypothetical bias in contingent valuation studies. *Environmental and Resource Economics* 44 (3), S. 307–326.
- MRI (2014): Anzahl der Vegetarier verdoppelt. Pressemitteilung vom 13.03.2014.
http://www.mri.bund.de/no_cache/de/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen-infoseite-neu/Pressemitteilung/lebensmittelverzehr-der-deutschen-kaum-veraendert-aber-anzahl-der-vegetarier-verdoppelt.html
- Murphy, J. J., Allen, P. G., Stevens, T. H., Weatherhead, D. (2005): A Meta Analysis of Hypothetical Bias in Stated Preference Valuation, in: *Environmental and Resource Economics*, 30, S. 313-25. Nestlé/TNS Infratest/DFV Mediengruppe (2015): Nestlé Zukunftsstudie: Wie isst Deutschland 2030, Frankfurt.
- o. V. (2015): Was meinen Sie, welche Tiere darf der Mensch töten. Ergebnisse einer TNS Emnid-Umfrage im Auftrag der Zeitschrift *Chrismon*,
<http://static.evangelisch.de/get/?daid=1FmeQ3l4IC4qX8C3Atv1oJTk00108260&dfid=download>.
- Spiller, A., Gaily, M., Balmann, A., Bauhus, J., Birner, R., Bokelmann, W., Christen, O., Entenmann, S., Grethe, H., Knierim, U., Latacz-Lohmann, U., Martinez, J., Nieberg, H., Qaim, M., Taube, F., Tenhagen B.-A., Weingarten, P. (2015): Wege zu einer gesellschaftlich akzeptierten Nutztierhaltung. Gutachten des Wissenschaftlichen Beirats für Agrarpolitik beim Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. *Berichte über Landwirtschaft, Sonderheft 221*.
- TNS-Emnid (2014): Einkaufs- und Ernährungsverhalten in Deutschland: TNS-Emnid-Umfrage des BMEL, Januar 2014.
- von Meyer-Höfer, M. und Spiller, A. (2013): Anforderungen an eine nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft: Die Rolle des Konsumenten. In: *KTBL-Schrift 500 Steuerungsinstrumente für eine nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft - Stand und Perspektiven*, KTBL -Tagung vom 10.-11.04.2013 in Neu-Ulm. Hrsg. Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft e.V. (KTBL), Darmstadt.
- Vossler, C. A., Evans, M. F. (2009): Bridging the gap between the field and the lab: Environmental goods, policy maker input, and consequentiality. In: *Journal of Environmental Economics and Management* 58(3), S. 338–345.
- Vossler, C. A., Watson, S. B. (2013): Understanding the consequences of consequentiality: Testing the validity of stated preferences in the field. In: *Journal of Economic Behavior & Organization* 86, S. 137–147.

6 Fragebogen und Grundauszählung der Befragung (n = 1.024)

Herzlich Willkommen zu unserer Online-Befragung

Die Universität Göttingen (Lehrstuhl Prof. Dr. Achim Spiller) führt eine Studie über Verbrauchermeinungen zur Produktion tierischer Lebensmittel durch. Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie sich kurz Zeit nehmen würden, unsere Fragen zu beantworten. Sie benötigen für die Befragung kein spezielles Wissen. Uns interessiert Ihre persönliche Meinung zu diesem Thema.

Ihre Angaben werden selbstverständlich vertraulich und anonymisiert behandelt. Die Befragung wird etwa 25 Minuten dauern. Sollten Sie zu zur vorherigen Seite zurückgehen wollen, benutzen Sie dafür bitte nur den Zurück-Button unten links auf den Seiten.

Wir danken Ihnen schon einmal herzlich für Ihre Mithilfe!

Zu Beginn bitten wir Sie um einige Angaben zu Ihrer Person.

S1: Bitte nennen Sie uns Ihr Geschlecht

weiblich ♀ 51,2%

männlich ♂ 48,8%

Angaben in % aller gültigen Antworten

S2: In welchem Jahr wurden Sie geboren?

Altersgruppen	Angaben in % aller gültigen Antworten
16 bis 29	17,5
30 bis 49	31,3
50 Jahre und älter	51,2
Altersdurchschnitt in Jahren	46,74

S3: In welchem Bundesland leben Sie?

Region	Angaben in % aller gültigen Antworten
Nord	17,2
West	34,8
Süd	28,9
Ost	19,0

S4: Wenn Sie einmal alle Einkünfte Ihres Haushalts zusammennehmen, also sämtliche Einnahmen, die Ihrem Haushalt pro Monat für den Lebensunterhalt zur Verfügung stehen: Wie hoch ist das monatliche Haushalts-Nettoeinkommen aller Haushaltsmitglieder zusammen, also nach Abzug von Steuern und Sozialabgaben?

Einkommen	Angaben in % aller gültigen Antworten
Unter 1300 Euro	29,1
1300 Euro bis unter 2600 Euro	37,0
2600 Euro bis unter 4500 Euro	23,9
4500 Euro und mehr	10,0

S5: Welchen Schulabschluss haben Sie? Bitte geben Sie Ihren höchsten Bildungsabschluss an

Bildungsabschluss	Angaben in % aller gültigen Antworten
Volks- oder Hauptschule	28,9
Mittlere Reife/ weiterbildende Schule ohne Abitur (Realschule, früher: Mittelschule, POS)	32,5
Abitur/ Hochschulreife/Fachhochschulreife (Gymnasium, früher: Oberschule)	16,2
Abgeschlossenes Studium (Universität, Fachhochschule)	20,5
Kein Schulabschluss/noch in der Schulausbildung	1,9

S6: Wie viele Personen – Sie selbst eingerechnet – leben in Ihrem Haushalt

Anzahl Personen Haushalt	Angaben in % aller gültigen Antworten
1 Person	39,0
2 Personen	33,5
3 Personen	13,6
4 Personen oder mehr.	14,0

S7: Und wo bzw. mit wem gemeinsam wohnen Sie?

Ich wohne...	Angaben in % aller gültigen Antworten
bei meinen Eltern	5,1
mit meinem Partner (Kinder ausgezogen)	13,8
mit Partner und Kindern	20,2
bei meinen Kindern	0,6
in einer Wohngemeinschaft	2,1
mit meinem Partner (ohne Kinder)	16,1
allein erziehend mit Kindern	3,0
allein	39,1

Nun kommen wir zur eigentlichen Befragung. Im Folgenden würden wir gerne etwas über Ihr persönliches Einkaufs- und Ernährungsverhalten erfahren.

1. Wie häufig kaufen Sie selbst Lebensmittel ein?

Sehr häufig (5)	Häufig (4)	Manchmal (3)	Selten (2)	Nie (1)	Mittelwert
52,6	38,3	7,9	0,8	0,4	4,42

Angaben in % aller gültigen Antworten

2. Die Menschen essen unterschiedlich viel Fleisch und Wurst. Bitte geben Sie an, welche der Antworten auf Sie am besten zutrifft?

Angaben zum Fleischverzehr	Angaben in % aller gültigen Antworten
Ich esse sehr viel Fleisch und/oder Wurst.	8,6
Ich esse viel Fleisch und/oder Wurst.	18,5
Ich esse durchschnittlich viel Fleisch und/oder Wurst.	44,1
Ich esse wenig Fleisch und/oder Wurst.	17,8
Ich esse ganz wenig Fleisch und/oder Wurst.	7,2
Ich esse kein Fleisch und keine Wurst, aber Fisch.	1,2
Ich bin Vegetarier/in und esse auch keinen Fisch.	1,8
Ich bin Veganer/in und esse gar keine tierischen Produkte.	0,9

Gabel: Fragen für die Fleischesser (A)

3. Glauben Sie, dass Sie künftig eher mehr, eher weniger Fleisch oder in etwa genauso viel Fleisch wie jetzt essen werden?

Auf jeden Fall mehr als jetzt. (5)	Eher mehr als jetzt. (4)	Genauso viel wie jetzt. (3)	Eher weniger als jetzt. (2)	Auf jeden Fall weniger als jetzt. (1)	Mittelwert
0,6	1,9	72,6	22,4	2,4	2,76

Angaben in % aller gültigen Antworten

4. Hätten Sie beim Einkauf von Fleisch und Wurst gerne mehr Informationen darüber, wie die Tiere gehalten wurden?

Ja, auf jeden Fall. (5)	Ja, eher schon. (4)	Ich bin mir nicht sicher. (3)	Nein, eher nicht. (2)	Nein, auf keinen Fall. (1)	Mittelwert
26,3	39,1	16,8	15,8	2,0	3,72

Angaben in % aller gültigen Antworten

5. Wie stehen Sie zu folgenden Aussagen?

Items randomisiert	Stimme voll und ganz zu (5)	Stimme zu (4)	Teils/ teils (3)	Stimme nicht zu (2)	Stimme überhaupt nicht zu (1)	Mittelwert
Wenn Tiere für unser Essen sterben müssen, sollen sie vorher gut gelebt haben.	41,8	43,3	12,3	1,2	1,4	4,23
In Deutschland sind Tiere durch gesetzliche Vorschriften ausreichend geschützt.	4,5	14,2	37,5	30,0	13,8	2,66
Ich bin bereit, mehr Geld für Fleisch zu bezahlen, wenn ich sicher wäre, dass die Haltingsbedingungen für die Tiere wirklich besser sind.	26,1	37,9	22,3	8,7	4,9	3,72
Das ganze Gerede um Tierschutz nervt mich!	5,0	8,4	26,3	30,1	30,3	2,28
Ich weiß nicht, wo ich Fleisch aus artgerechter Haltung kaufen kann.	6,8	20,3	32,4	27,2	13,3	2,8
Ich weiß nicht, woran ich Fleisch aus artgerechter Haltung erkennen kann.	14,8	30,3	33,5	15,8	5,7	3,33
Wenn es Sonderangebote bei Fleisch gibt, gehe ich auch mal dort einkaufen, wo ich normalerweise nicht hingehe.	8,8	18,3	26,4	28,3	18,2	2,71
Beim Fleischeinkauf achte ich sehr auf Sonderangebote.	14,4	19,9	39,3	16,9	9,5	3,13
Für gutes Fleisch, zahle ich gerne etwas mehr.	24,3	42,8	22,9	6,5	3,6	3,78
Als einzelner Verbraucher kann ich am Tierschutz ohnehin nichts ändern.	7,7	15,2	33,4	28,7	15,1	2,72

Angaben in % aller gültigen Antworten

Gabel: Fragen für die Vegetarier (B)

3b) Könnten Sie sich vorstellen, dass Sie in Zukunft wieder Fleisch essen werden?

Ja, auf jeden Fall. (5)	Ja, eher schon. (4)	Ich bin mir nicht sicher. (3)	Nein, eher nicht. (2)	Nein, auf keinen Fall. (1)	Mittelwert
5,1	2,6	12,8	30,8	48,7	1,85

Angaben in % aller gültigen Antworten

5b) Wie stehen Sie zu folgenden Aussagen? Falls Sie als Vegetarier einige der folgenden Fragen nicht beantworten können, klicken Sie bitte auf „kann ich nicht beantworten“.

Items randomisiert	Stimme voll und ganz zu (5)	Stimme zu (4)	Teils/ teils (3)	Stimme nicht zu (2)	Stimme überhaupt nicht zu (1)	Mittelwert
Wenn Tiere für unser Essen sterben müssen, sollen sie vorher gut gelebt haben.	63,0	25,9	3,7	0,0	7,4	4,37
In Deutschland sind Tiere durch gesetzliche Vorschriften ausreichend geschützt.	2,7	2,7	10,8	16,2	67,6	1,57
Ich bin bereit, mehr Geld für Fleisch zu bezahlen, wenn ich sicher wäre, dass die Haltungsbedingungen für die Tiere wirklich besser sind.	40,0	25,0	10,0	5,0	20,0	3,60
Das ganze Gerede um Tierschutz nervt mich!	2,7	2,7	10,8	8,1	75,7	1,49
Ich weiß nicht, wo ich Fleisch aus artgerechter Haltung kaufen kann.	8,3	12,5	12,5	12,5	54,2	2,08
Ich weiß nicht, woran ich Fleisch aus artgerechter Haltung erkennen kann.	25,0	7,1	21,4	14,3	32,1	2,79
Wenn es Sonderangebote bei Fleisch gibt, gehe ich auch mal dort einkaufen, wo ich normalerweise nicht hingehe.	14,3	0,0	4,8	14,3	66,7	1,81
Beim Fleischeinkauf achte ich sehr auf Sonderangebote.	13,3	0,0	26,7	13,3	46,7	2,2
Für gutes Fleisch, zahle ich gerne etwas mehr.	45,0	15,0	15,0	5,0	20,0	3,6
Als einzelner Verbraucher kann ich am Tierschutz ohnehin nichts ändern.	2,7	5,4	2,7	18,9	70,3	1,51

Angaben in % aller gültigen Antworten

Ende der Gabelung/ab hier wieder alle Befragten:

6. Wenn Sie an die Landwirtschaft in Deutschland denken, wieviel wissen Sie darüber, wie Tiere heutzutage gehalten werden?

Über die Tierhaltung in der Landwirtschaft heute weiß ich ...

Sehr viel (5)	Viel (4)	Mittelmäßig (3)	Wenig (2)	Sehr wenig (1)	Mittelwert
3,2	14,4	56,0	21,6	4,7	2,90

Angaben in % aller gültigen Antworten

7. Wie wichtig oder unwichtig ist Ihnen das Thema Tierschutz in der Landwirtschaft?

Sehr wichtig (5)	Wichtig (4)	Teils/teil (3)	Nicht so wichtig (2)	Völlig unwichtig (1)	Mittelwert
25,0	42,8	25,0	6,0	1,2	3,85

Angaben in % aller gültigen Antworten

8. Im Folgenden geht es um die Haltung von Tieren (z. B. Schweinen, Rindern, Hühnern) in der Landwirtschaft. Wie stehen Sie persönlich zu den nachfolgenden Aussagen?

Items randomisiert	Stimme voll und ganz zu (5)	Stimme zu (4)	Teils/ teils (3)	Stimme nicht zu (2)	Stimme überhaupt nicht zu (1)	Mittelwert
Den Tieren in der Landwirtschaft geht es heute besser als früher.	4,1	17,0	37,6	29,5	11,8	2,72
Heutzutage kann sich der Landwirt weniger um seine Tiere kümmern.	8,6	26,4	32,5	25,8	6,7	3,05
In der Landwirtschaft geht es nicht um das Wohlergehen der Tiere, sondern nur um den Gewinn des Landwirts.	26,2	36,6	29,6	5,1	2,5	3,79
Für die Haltung von Nutztieren sollte es strengere Vorschriften geben.	35,4	41,6	18,8	2,9	1,3	4,07
Nur mit vielen Tieren auf einem Betrieb kann der Landwirt heute genug verdienen.	15,7	36,4	31,7	11,6	4,6	3,47
Auch wenn viele Verbraucher behaupten, dass ihnen Tierschutz wichtig ist – beim Einkaufen achten sie doch nur auf den Preis.	31,7	48,8	17,8	1,3	0,5	4,10
Wir sollten alle mehr bezahlen, damit es den Tieren besser geht.	20,2	35,6	27,9	11,3	5,0	3,55
Wenn ich ehrlich bin, denke ich gar nicht so viel über Tierschutz nach.	6,3	19,0	34,8	27,8	12,1	2,80
Es spricht nichts gegen die heutige Tierhaltung.	3,0	12,2	40,0	30,4	14,4	2,59
Die Politik sollte mehr für den Tierschutz tun.	34,0	39,1	21,4	4,3	1,2	4,00
Ein Landwirt, der seine Tiere schlecht behandelt, sollte zukünftig keine Tiere mehr halten dürfen.	48,9	38,5	9,4	2,3	0,9	4,32

Angaben in % aller gültigen Antworten

9. Denken Sie, dass Konsumenten, die Fleisch bzw. Wurst von Tieren kaufen wollen, die besonders tiergerecht gehalten wurden, derzeit eine ausreichende Auswahl in den Geschäften vorfinden?

Ja, es gibt mehr als genug Tierschutzprodukte im Handel (5)	Ja, es gibt genug Tierschutzprodukte im Handel (4)	Ich bin mir nicht sicher (3)	Nein, es gibt zu wenig Tierschutzprodukte im Handel. (2)	Nein, es gibt (fast) keine Tierschutzprodukte im Handel. (1)	Mittelwert
3,7	11,7	45,1	31,1	8,3	2,71
Keine Ahnung, das interessiert mich nicht.				2,6*	

Angaben in % aller gültigen Antworten; *in % aller Befragten

10. Auf Lebensmitteln gibt es verschiedene Siegel oder Zeichen, die für besondere Eigenschaften stehen. Kennen Sie zufällig Zeichen, an denen Sie mehr Tierschutz bei Fleisch erkennen?

Ja: **14,1%*** Nein: **85,9%*** *Angaben in % aller gültigen Antworten

und zwar (bitte hier alle aufschreiben):

(Anzahl der Nennungen / in % aller Befragten); Angaben ab 5 Nennungen

- Bio / Bio-Siegel / EU-Biosiegel (66 / 6,4%)
- Demeter (24 / 2,3%)
- Tierschutzlabel (22 / 2,1%)
- Bioland (12 / 1,2%)
- Fairtrade (10 / 1,0%)
- Neuland / MSC (jeweils 8 Nennungen / 0,8%)
- Pro Planet / WWF (jeweils 5 Nennungen / 0,5%)

11. Nachfolgend sehen Sie verschiedene Zeichen, die auf Lebensmitteln abgebildet sein können. Bitte sagen Sie uns jeweils, ob sie dieses Zeichen schon einmal gesehen haben.

Items randomisiert	Ja, habe ich schon häufig gesehen. (5)	Ja, habe ich schon mal gesehen. (4)	Ich bin mir nicht sicher. (3)	Nein, habe ich eher noch nicht gesehen. (2)	Nein, habe ich noch nie gesehen. (1)	Mittelwert
	22,9	20,2	14,1	12,4	30,4	2,93
	72,9	23,8	1,9	0,4	1,0	4,67
	22,1	20,4	7,8	13,6	36,1	2,79
	2,6	5,6	12,3	22,2	57,3	1,74
	0,5	3,2	10,1	23,9	62,3	1,56
	36,4	38,3	11,2	3,4	10,6	3,86
	6,8	14,9	15,2	17,6	45,5	2,20
	1,1	5,1	9,3	22,3	62,3	1,60
	3,3	7,6	14,7	20,8	53,6	1,86
	1,2	4,5	10,3	25,1	58,9	1,64
	0,2	1,8	9,7	23,4	64,8	1,49

Angaben in % aller gültigen Antworten

Gabel: Nur die Zeichen zeigen, bei denen der Proband zuvor „ja, häufig“ und „ja, habe ich schon mal gesehen“ angekreuzt hat.

12. Gerade haben Sie angegeben, dass Sie die nachfolgenden Zeichen kennen. Was meinen Sie, sind Lebensmittel, auf denen diese Zeichen aufgedruckt sind, tiergerechter hergestellt worden?

Items randomisiert	Ja, auf jeden Fall. (5)	Ja, glaube ich eher schon. (4)	Ich bin mir nicht sicher. (3)	Nein, glaube ich eher nicht. (2)	Nein, auf gar- keinen Fall. (1)	Mittel- wert
Jeweils nur Probanden, die bei Frage 11 angegeben haben, das Zeichen zu kennen.						
	9,0	31,7	41,9	15,7	1,6	3,31
	12,6	36,8	33,3	15,9	1,3	3,43
	26,0	36,4	27,4	9,5	0,7	3,77
	25,6	43,9	23,2	7,3	0,0	3,88
	22,2	36,1	27,8	11,1	2,8	3,64
	14,1	41,2	30,3	13,6	0,8	3,54
	16,2	42,6	31,0	9,3	0,9	3,64
	16,1	46,8	35,5	1,6	0,0	3,77
	30,8	49,5	15,9	1,9	1,9	4,06
	28,1	52,6	14,0	3,5	1,8	4,02
	30,0	45,0	20,0	5,0	0,0	4,00

Angaben in % aller gültigen Antworten

13. Im Folgenden würden wir gerne wissen, ob Sie bereit sind, mehr für Fleisch zu zahlen, wenn die Tiere tiergerechter gehalten wurden.

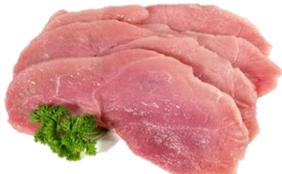
Bedenken Sie bitte, dass Ihre Antwort wichtig ist und zu Politikänderungen führen könnte. Bitte geben Sie daher nur Preise an, die sie auch wirklich im täglichen Einkauf bezahlen werden (wollen).

(zur Erklärung: Text = Cheap Talk Script mit Konsequenzandrohung).

**Split-Sample-Abfrage (jeweils 500 Probanden zu unterschiedlichen Packungsgrößen):
250g (2 Schnitzel), 500g (4 Schnitzel)**

Hier sehen Sie Schweineschnitzel (500 g) mit dem Preis, zu dem es derzeit in den Geschäften in Deutschland typischerweise angeboten wird. * Dieses Fleisch stammt aus Deutschland und von Tieren, wie sie heute üblicherweise gehalten werden. Daneben sehen Sie ebenfalls 500 g Schweineschnitzel. Dieses Fleisch kommt aus tiergerechter Haltung, die Produktion wird vom Deutschen Tierschutzbund überwacht, der das Produkt mit einem (von zwei möglichen) Sternen ausgezeichnet hat. Für mehr Informationen zu dem Label können Sie hier klicken.

Visualisierung für die Packungsgröße 500g

	
Schweineschnitzel (500 g, 4 Stück)*	Schweineschnitzel (500 g, 4 Stück)*
von deutschen Tieren aus üblicher Haltung (gesetzlicher Standard)	von deutschen Tieren aus artgerechter Haltung vom Dt. Tierschutzbund überwacht
2,99 €	???,?? €

*Abfrage analog für 250g

a) Wie viel würden Sie für das Schweineschnitzel mit dem 1-Sterne-Siegel des Deutschen Tierschutzbundes bezahlen?

	250g Schnitzel (2 Stück) n=496	500g Schnitzel (4 Stück) n=478
Ankerpreis für das Schnitzel aus üblicher Haltung (gesetzlicher Standard)	1,49 €	2,99 €
Ich kaufe kein Schweineschnitzel.	19,6%	17,8%
Nicht mehr als für das andere.	24,2%	22,8%
Ich würde mehr für das Schnitzel mit dem Tierschutzlabel zahlen.	56,2%	59,4%
Höchste /niedrigste Preisnennung	2,00 € / 10,00 €	3,00 € / 12,00 €
∅ Mehrzahlungsbereitschaft zum Ankerpreis (Probanden, die grundsätzlich mehr bezahlen würden)	+83,2% (=2,73 €)	+53,5% (=4,59 €)
∅ Mehrzahlungsbereitschaft zum Ankerpreis (alle Schnitzelkäufer)	+57,7% (=2,35 €)	+38,8% (=4,15 €)

b) Dürfen wir Sie noch kurz fragen, wie sicher Sie sich bei ihrer Preisangabe gerade waren?

250g Schnitzel (nur Schnitzelkäufer)

sehr unsicher (1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	Mittelwert
1,0	2,6	3,9	8,7	12,9	10,8	14,1	18,8	10,3	17,0	6,93

Angaben in % aller gültigen Antworten

500g Schnitzel (nur Schnitzelkäufer)

sehr unsicher (1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	Mittelwert
1,3	2,9	5,5	6,3	13,1	7,3	18,5	13,1	12,8	19,3	7,00

Angaben in % aller gültigen Antworten

14. Nachfolgend interessiert uns Ihre Meinung, was die Bevölkerung im Allgemeinen tun könnte, um die Haltungsbedingungen von Tieren in der Landwirtschaft zu verbessern.

Split Sample Abfrage: 2 Gruppen mit jeweils der Hälfte der Probanden

Split 1 (n = 506):

Eine Familie bezahlt derzeit jährlich 600 Euro für Fleisch und Wurst.

Wie viel sollte eine Familie für Fleisch aus besonders tiergerechter Haltung mehr bezahlen?

600 Euro + Ø222,20 € (Ø Mehrzahlungsbereitschaft: +37%)

Angaben des Mittelwertes aller gültigen Antworten; MZB in % aller gültigen Antworten

Split 2 (n = 495):

Stellen Sie sich vor eine Familie könnte ihr Fleisch zukünftig bequem über ein Abo-System nach Hause liefern lassen. Es gibt zwei Möglichkeiten:

1. Standardqualität (Qualität wie in jedem Supermarkt): 600 Euro für das Abo für den jährlichen Fleischbedarf (das entspricht der Summe, die eine durchschnittliche Familie heute im Jahr für Fleisch und Wurst ausgibt).
2. Fleisch von besonders tiergerecht gehaltenen Tieren (das Tierschutzlabel einer vertrauenswürdigen Institution garantiert die verbesserte Haltung).

Was meinen Sie: Wie viel sollte eine Familie für das Jahresabo 2 (Fleisch aus besonders tiergerechter Haltung) mehr bezahlen?

600 Euro + Ø213,32 € (Ø Mehrzahlungsbereitschaft: +36%)

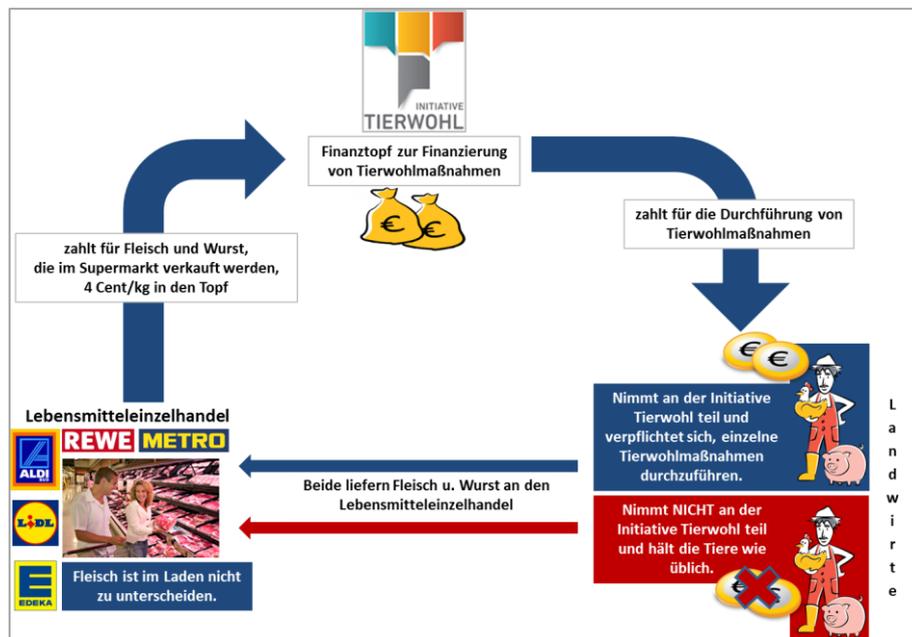
Angaben des Mittelwertes aller gültigen Antworten; MZB in % aller gültigen Antworten

Seit einigen Monaten gibt es zudem bei fast allen großen Lebensmittelhändlern in Deutschland eine neue Initiative: Die Initiative Tierwohl. Diese ist ein ganz neuer Ansatz, zu dem wir gerne Ihre Meinung wüssten. Bitte lesen zunächst Sie zunächst die folgenden Hintergrundinformationen:

In der Initiative Tierwohl haben sich die größten deutschen Händler (Aldi, Lidl, Edeka, Rewe, Metro), die größten Schlachtunternehmen und der Deutsche Bauernverband zusammengeschlossen, um die Tierhaltung tiergerechter zu machen. Die beteiligten Handelsunternehmen zahlen für jedes Kilogramm Schweinefleisch und -wurst, das sie verkaufen, 4 Cent in einen Finanztopf ein. Für die nächsten 3 Jahre sind 80 Mio. € pro Jahr zusammen gekommen. Landwirte, die sich an der Initiative beteiligen, verpflichten sich in den nächsten drei Jahren bestimmte einzelne Tierschutzmaßnahmen auf ihren Betrieben durchzuführen, die jährlich kontrolliert werden. Im Wesentlichen wird durch die Initiative geprüft, dass die teilnehmenden Landwirte die Tierschutzgesetze konsequent einhalten, und die Schweine bekommen etwas mehr Platz (statt 0,75 qm je Schwein, dann 0,825 qm) und mehr Beschäftigungsmöglichkeiten (z. B. etwas Stroh o. ä.). Dafür erhalten die Landwirte einen zusätzlichen Betrag je Tier, das sie verkaufen. Derzeit sind dies ca. 5 Euro je Schwein mehr als sonst üblich.

Das Fleisch dieser Tiere wird wegen der damit verbundenen Kosten nicht von dem Fleisch aus der üblichen Haltung getrennt. Auch machen nicht alle Landwirte mit. Sie als Verbraucher können daher nicht erkennen, ob z. B. ihr Schnitzel von einem teilnehmenden Betrieb oder aus üblicher Haltung kommt.

Das Schaubild unten gibt noch einmal einen Überblick, wie die Initiative Tierwohl funktioniert.



15. Wie finden Sie das Konzept der Initiative Tierwohl insgesamt?

Das Konzept finde ich insgesamt... (Reihenfolge randomisiert)					Mittelwert
sehr gut. (5)	gut. (4)	teils/ teils. (3)	nicht gut. (2)	überhaupt nicht gut. (1)	
14,6	41,4	31,0	8,6	4,4	3,53
sehr gut verständlich. (5)	gut verständlich. (4)	teils/ teils. (3)	nicht gut verständlich. (2)	überhaupt nicht verständlich. (1)	Mittelwert
14,6	48,5	27,8	7,3	1,9	3,67
sehr sinnvoll. (5)	sinnvoll. (4)	teils/ teils. (3)	nicht sinnvoll. (2)	überhaupt nicht sinnvoll. (1)	Mittelwert
14,1	41,1	29,4	10,2	5,2	3,49

Angaben in % aller gültigen Antworten

16. Wie eben beschrieben finden Sie im Supermarkt heute Fleisch/Wurst aus der Initiative und übliches Fleisch/Wurst, ohne dass Sie als Verbraucher den Unterschied erkennen könnten.

Die Händler werben derzeit für ihre Initiative im Supermarkt, auf Plakaten oder in Prospekten. Hier sehen Sie ein solches Plakat, wie es derzeit vor vielen Supermärkten hängt.



Es wird überlegt, ob auch auf allen Fleischprodukten in den beteiligten Supermärkten für die Initiative geworben werden soll – egal, ob sie aus verbesserter oder üblicher Haltung stammen.

Wie stehen Sie zu den folgenden Aussagen über die Werbung der Initiative Tierwohl?

Items randomisiert	Stimme voll und ganz zu (5)	Stimme zu (4)	Teils/ teils (3)	Stimme nicht zu (2)	Stimme überhaupt nicht zu (1)	Mittelwert
Ich will am Produkt nachvollziehen können, ob das Fleisch aus verbesserter Haltung stammt oder nicht.	48,2	35,4	12,0	2,8	1,6	4,26
Hauptsache es wird etwas für den Tierschutz getan, das muss ich nicht am Produkt erkennen können.	6,7	20,3	26,4	28,9	17,7	2,69
Wenn so eine Werbung auf einem Produkt steht, gehe ich davon aus, dass genau dieses Fleisch aus verbesserter Haltung kommt.	35,5	40,8	15,9	4,9	2,9	4,01
Bei dieser Werbung verstehe ich den Sinn der Initiative Tierwohl.	13,3	39,7	32,0	9,8	5,2	3,46
Bei dieser Werbung denke ich, dass alles Fleisch in diesem Geschäft aus der Initiative Tierwohl kommt.	22,6	34,8	21,8	13,8	7,0	3,52

Angaben in % aller gültigen Antworten

17. Die Initiative ist als erster Schritt zur Verbesserung gedacht. Es sollen viele Landwirte mitmachen. Die Verbesserungen liegen etwas über dem gesetzlichen Standard. Zum Beispiel gewähren die meisten Landwirte einem ca. 100 kg schweren Schwein dann nicht 0,75 qm, sondern 10% mehr Platz im Stall, das heißt 0,825 qm. Was meinen Sie?

Items randomisiert	Stimme voll und ganz zu (5)	Stimme zu (4)	Teils/ teils (3)	Stimme nicht zu (2)	Stimme überhaupt nicht zu (1)	Mittelwert
Besser viele Landwirte verbessern den Tierschutz ein wenig, als wenn nur wenige Landwirte viel machen.	20,8	38,5	29,6	8,0	3,1	3,66
So kleine Verbesserungen bringen nichts für die Tiere.	14,9	23,0	33,6	24,6	3,9	3,20

Angaben in % aller gültigen Antworten

18. Pro Kilogramm Fleisch und Wurst bezahlen derzeit alle Verbraucher einen Aufschlag von ca. 4 Cent, wenn sie Fleisch oder Wurst bei Aldi, Lidl, Edeka, Rewe oder Metro kaufen, um die Maßnahmen der Tierwohlinitiative zu finanzieren. Was denken Sie darüber?

Items randomisiert	Stimme voll und ganz zu (5)	Stimme zu (4)	Teils/ teils (3)	Stimme nicht zu (2)	Stimme überhaupt nicht zu (1)	Mittelwert
4 Cent mehr je kg Fleisch/Wurst ist wenig, das bin ich bereit zu zahlen.	47,7	31,3	12,5	4,2	4,2	4,14
Mich ärgert, dass ich nicht gefragt wurde, ob ich mehr zahlen möchte.	10,6	13,4	23,2	26,6	26,2	2,56
Die Händler haben kein Recht uns Verbrauchern einfach 4 Cent mehr abzunehmen, ohne uns zu fragen.	9,5	10,1	25,8	29,5	25,1	2,49
Es ist eine gute Sache, wenn alle Verbraucher mitmachen müssen.	36,1	36,7	18,6	4,7	3,9	3,96
Wenn auf diese Weise Tierschutz besonders preiswert umgesetzt werden kann, ist das sinnvoll.	32,2	40,3	19,6	4,5	3,4	3,93
Die Tierwohlinitiative ist so etwas wie eine Fleischsteuer. Die sollte nur der Staat einführen dürfen.	6,5	10,1	26,7	31,5	25,1	2,41
Für solche Maßnahmen wie die der Initiative will ich nicht bezahlen müssen.	6,7	7,5	23,7	32,0	30,1	2,29

Angaben in % aller gültigen Antworten

19. Derzeit reichen die 4 Cent/kg, um bei 8% der Mastschweine in Deutschland mehr Tierwohl umzusetzen. Gerne würden mehr Landwirte mitmachen, dürfen aber derzeit nicht, weil zu wenig Geld im Finanztopf ist. Was meinen Sie?

Items randomisiert	Stimme voll und ganz zu (5)	Stimme zu (4)	Teils/ teils (3)	Stimme nicht zu (2)	Stimme überhaupt nicht zu (1)	Mittelwert
Ich würde auch mehr als 4 Cent Aufschlag je kg bezahlen, wenn dadurch mehr Landwirte mitmachen könnten.	34,3	34,7	19,3	7,2	4,5	3,87
Der Handel sollte mehr Geld für das System geben, damit mehr Landwirte mitmachen können.	35,3	41,9	19,3	1,8	1,7	4,07
Solange nicht alle Landwirte mitmachen können, sollte dafür auch keine Werbung gemacht werden.	13,4	18,9	32,4	26,2	9,1	3,01
Solange nicht mindestens die Hälfte der Landwirte mitmachen können, sollte dafür auch keine Werbung gemacht werden.	14,9	24,5	28,7	24,1	7,9	3,15

Angaben in % aller gültigen Antworten

20. Der wissenschaftliche Beirat des Bundesministeriums für Ernährung hat in einem Gutachten ausgerechnet, dass pro Jahr gut 3 Mrd. Euro für mehr Tierschutz in der Landwirtschaft notwendig wären. Es gibt verschiedene Vorschläge, wo dieses Geld herkommen könnte. Was denken Sie?

Items randomisiert	Stimme voll und ganz zu (5)	Stimme zu (4)	Teils/ teils (3)	Stimme nicht zu (2)	Stimme überhaupt nicht zu (1)	Mittelwert
Die EU subventioniert die deutsche Landwirtschaft derzeit mit gut 5 Mrd. Euro pro Jahr, daraus könnte Geld für mehr Tierschutz genommen werden.	34,5	42,0	19,3	2,7	1,6	4,05
Es sollte eine Steuer auf Fleisch eingeführt werden, um daraus das Geld für mehr Tierschutz zu nehmen.	10,5	14,2	21,4	28,6	25,3	2,56
Die Supermärkte sollten die Fleischpreise erhöhen und daraus das Geld für mehr Tierschutz nehmen.	17,6	28,3	30,1	14,3	9,7	3,30
Verbraucher, die mehr Tierschutz wollen, sollten teureres Fleisch aus besserer Haltung kaufen, so dass daraus Geld für mehr Tierschutz genommen werden kann.	24,8	35,2	26,2	10,2	3,7	3,67

Angaben in % aller gültigen Antworten

21. Was denken Sie, wer sollte in Deutschland für mehr Tierschutz in der Landwirtschaft sorgen? Wer ist für Verbesserungen verantwortlich? Sie können 100 Punkte verteilen. Geben Sie dem/denjenigen umso mehr Punkte, je mehr diese aus Ihrer Sicht für Tierschutz verantwortlich sind. Sie können einem alle Punkte geben oder die 100 Punkte beliebig verteilen.

Verantwortlich für mehr Tierschutz in der Landwirtschaft sind zu folgenden Anteilen

(Items randomisiert)

___ der Staat: \bar{x} 26,10

___ die Landwirte: \bar{x} 25,54

___ die Handelsunternehmen: \bar{x} 14,45

___ die Schlacht- und Verarbeitungsunternehmen: \bar{x} 14,33

___ die Verbraucher: \bar{x} 18,8

Angabe der Mittelwerte

Am Schluss des Fragebogens würden wir gerne Ihre Meinung zu einer heute üblichen Praxis in der Schweinehaltung erfahren. Heute wird in der Landwirtschaft in Deutschland in der konventionellen Schweinehaltung bei ca. 98 % aller Schweine der Ringelschwanz kupiert, d. h. bei den jungen Ferkeln wird der Schwanz ohne Betäubung auf ca. 1/3 der ursprünglichen Länge gekürzt.



Bilder: ISN (oben), Landpixel (unten)

Auf den Bildern sehen Sie Schweine mit vollständigem Schwanz und Tiere mit gekürztem Schwanz.

Grund für diese Maßnahme ist, dass Schweinen in Situationen, in denen es ihnen nicht gut geht (weil sie z. B. gelangweilt oder gestresst sind) dazu neigen, sich gegenseitig anzubeißen. Wenn der Schwanz stark gekürzt ist, passiert dies seltener. Wenn man Schweine mit kompletten Schwänzen in der Landwirtschaft halten will, muss man viele Maßnahmen umsetzen:

- ✓ Ihnen mehr Platz und mehr Beschäftigungsmöglichkeiten geben,
- ✓ sie genauer beobachten,
- ✓ das Futter und Stallklima verbessern.

Dies macht die Tierhaltung teurer.

22. Was denken Sie über das heute übliche Kürzen der Schwänze bei den Schweinen?

Das Kürzen der Schwänze finde ich...

vollkommen akzeptabel. (5)	akzeptabel. (4)	Ich bin mir nicht sicher. (3)	nicht akzeptabel. (2)	vollkommen inakzeptabel. (1)	Mittelwert
1,7	6,4	14,5	25,3	52,1	1,80
Keine Ahnung, das interessiert mich nicht.				2,0*	

Angaben in % aller gültigen Antworten; *in %alle Befragten

23. Eine aktuelle wissenschaftliche Berechnung hat gezeigt, dass eine Verbesserung der Haltungsbedingungen, die man braucht, um das Kürzen der Schwänze vermeiden zu können, Ihr Fleisch teurer machen wird. Und zwar um ca. 7,5 %. Das heißt, ein kg Schnitzel kostet dann nicht mehr 6 Euro, sondern 6,45 Euro. Im Jahr sind das für eine durchschnittliche Familie Mehrkosten von ca. 45,00 Euro.

Was denken Sie jetzt darüber:

Ich bin bereit, diesen Mehrpreis zu bezahlen.

Stimme voll und ganz zu (5)	Stimme zu (4)	Teils/ teils (3)	Stimme nicht zu (2)	Stimme überhaupt nicht zu (1)	Mittelwert
42,7	30,1	15,6	6,1	5,6	3,98

Angaben in % aller gültigen Antworten

24. Und jetzt noch eine letzte Frage dazu: In Deutschland wie in der gesamten EU gibt es schon seit Jahren ein Gesetz, das das routinemäßige Kürzen der Schweineschwänze verbietet. Nur im begründeten Ausnahmefall ist dies zeitlich begrenzt erlaubt. Allerdings wird dieses Gesetz weder in Deutschland noch in den meisten anderen EU-Ländern umgesetzt, 98 % der konventionellen Landwirte kürzen die Schwänze. Was denken Sie darüber?

Items randomisiert	Stimme voll und ganz zu (5)	Stimme zu (4)	Teils/ teils (3)	Stimme nicht zu (2)	Stimme überhaupt nicht zu (1)	Mittelwert
Wenn dies die Arbeit der Landwirte erleichtert, ist dies in Ordnung.	3,4	9,1	15,5	31,7	40,3	2,04
Das ist ein Skandal.	48,8	27,5	15,0	5,8	2,9	4,14
Solche Gesetze müssen von den Landwirten eingehalten werden.	56,7	29,2	10,0	2,1	2,0	4,37
Wenn andere Länder sich nicht dran halten, müssen das die deutschen Bauern auch nicht.	5,7	6,7	12,9	31,7	43,0	2,00

Angaben in % aller gültigen Antworten

Herzlichen Dank für Ihre Mithilfe!