

Zahlungsbereitschaft der Verbraucher und Tierwohl-Kennzeichnung

Prof. Dr. Achim Spiller
Georg-August-Universität Göttingen

**DAF-Tagung: Nutztierhaltung – Herausforderungen und
Implikationen für die Forschung**



Agenda

- Ausgangssituation
- Ergebnisse einer repräsentativen Verbraucherbefragung zur Zahlungsbereitschaft für
 - Tierschutzlabel
 - Initiative Tierwohl
- Ausblick

GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN

Marktsituation für Animal Welfare Produkte

- Tierwohl als Vertrauensgut (für den Konsumenten nicht selbst verifizierbar)
- Bio mit sehr kleinen Marktanteilen bei sehr hohen Preisdifferenzen (ca. 50 % der Preisdifferenzen in der Landwirtschaft durch Bio-Futter; Nischenproblematik)
- Lange Zeit kein spezifisches Label für Tierschutz in Deutschland (aber z. B. NL)



Prof. Dr. Achim Spiller

3

GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN

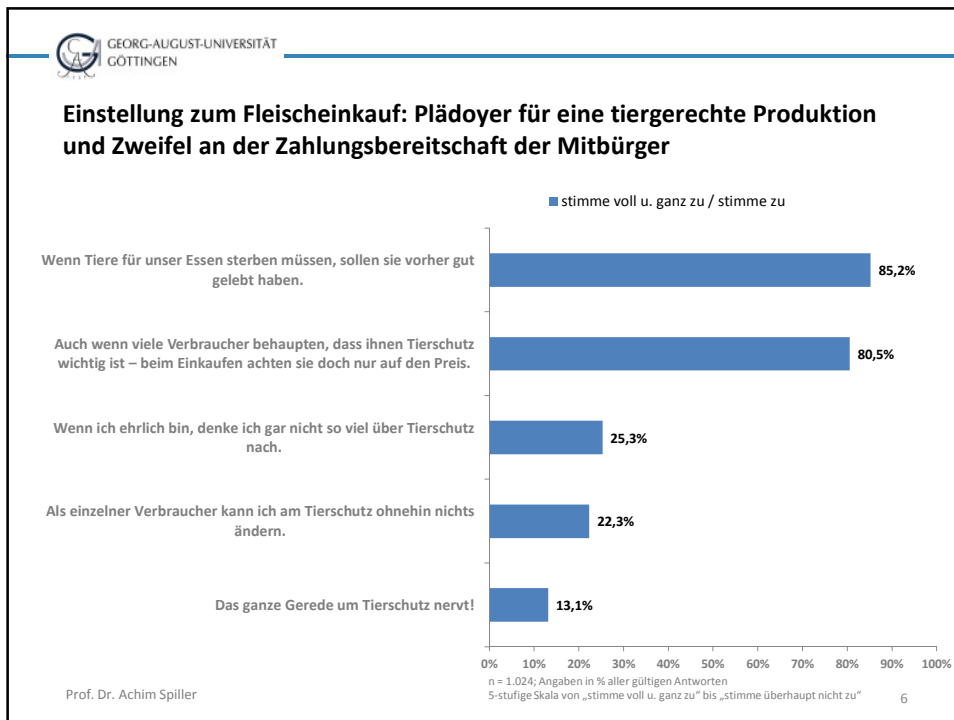
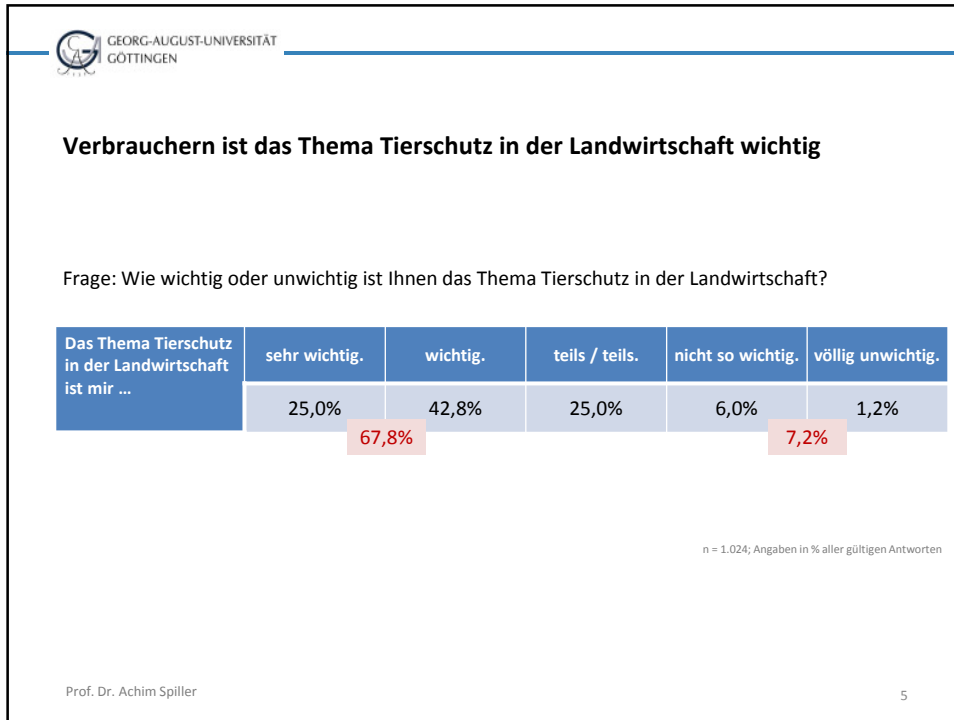
Studie zu Tierschutzpräferenzen und Zahlungsbereitschaften 2016


(Zühlsdorf et al. 2016 im Auftrag des VZBV)

Befragung im Überblick	
Stichprobengröße	n = 1.024
Erhebungsmethode	Online-Befragung
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	Respondi AG, Köln

Prof. Dr. Achim Spiller

4





 GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN

Schnäppchenjäger oder Qualitätsorientierte?

Gruppenbildung auf Basis einer Clusteranalyse (statistische Ermittlung von Befragten mit ähnlichem Antwortverhalten bei den Fragen zur Sonderangebots- u. Qualitätsorientierung; n = 1.024)

Prof. Dr. Achim Spiller 7


 GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN

Schnäppchenjäger oder Qualitätsorientierte

Preisorientierte Schnäppchenjäger	Smart Shopper	Wenig interessierte Fleischkäufer	Durchschnittskäufer	Tierschutz-Kernzielgruppe
<ul style="list-style-type: none"> extrem sonderangebotsorientiert, kein Qualitätsinteresse 	<ul style="list-style-type: none"> starke Sonderangebotsaffinität, hohe Bereitschaft zum Geschäftsstättenwechsel, mittleres Tierschutz- und Qualitätsinteresse 	<ul style="list-style-type: none"> mittlere Sonderangebotsaffinität, eher geschäftstreu, stark unterdurchschnittliches Tierschutz- und Qualitätsinteresse 	<ul style="list-style-type: none"> mittlere Sonderangebotsaffinität, eher geschäftstreu, überdurchschnittliches Tierschutz- und Qualitätsinteresse 	<ul style="list-style-type: none"> geringe Sonderangebotsaffinität, sehr geringe Bereitschaft zum Geschäftsstättenwechsel, sehr starkes Tierschutz- und Qualitätsinteresse
7% der Bevölkerung	20,4% der Bevölkerung	12,3% der Bevölkerung	25,3% der Bevölkerung	31,6% der Bevölkerung

Gruppenbildung auf Basis einer Clusteranalyse (statistische Ermittlung von Befragten mit ähnlichem Antwortverhalten bei den Fragen zur Sonderangebots- u. Qualitätsorientierung; n = 1.024)

Prof. Dr. Achim Spiller 8

Verbraucher wünschen sich mehr Informationen über die Tierhaltung beim Einkauf von Fleisch und Wurst

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

Ja, auf jeden Fall.	Ja, eher schon.	Ich bin mir nicht sicher.	Nein, eher nicht.	Nein, auf keinen Fall.
26,3%	65,4%	16,8%	15,8%	17,8%
	39,1%			2,0%

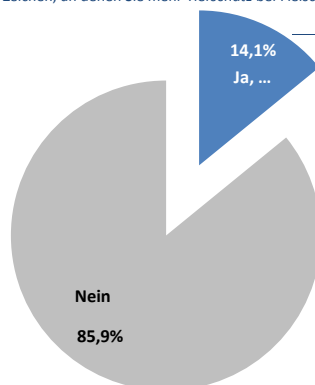
Angaben in % aller gültigen Antworten, nur Fleischesser

- 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.“

Kennen Sie ein Siegel für mehr Tierschutz?

Labelbekanntheit (offene Abfrage, Mehrfachnennungen möglich)

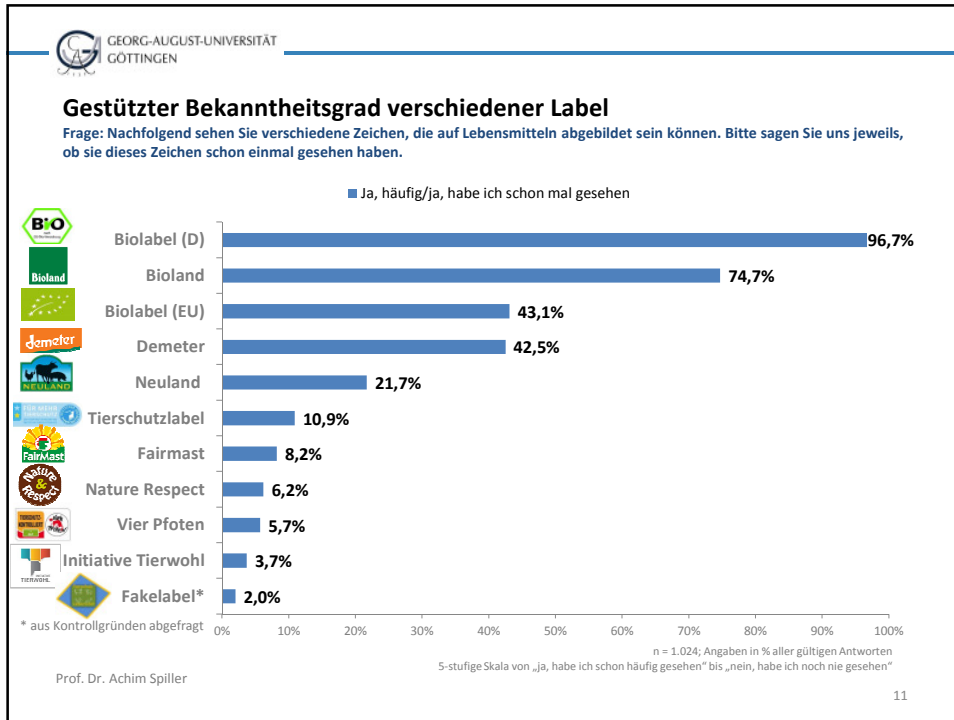
Frage: Auf Lebensmitteln gibt es verschiedene Siegel oder Zeichen, die für besondere Eigenschaften stehen. Kennen Sie zufällig Zeichen, an denen Sie mehr Tierschutz bei Fleisch erkennen?



... und zwar folgende: Angaben ab 5 Nennungen
(Anzahl der Nennungen / in % aller Befragten)

- 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 (8 / 0,8%)
- MSC (8 / 0,8%)
- Pro Planet (5 / 0,5%)
- WWF (5 / 0,5%)

n = 1.024; Angaben in % aller gültigen Antworten



GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN

Zahlungsbereitschaft „Schweineschnitzel aus tiergerechter Haltung“

Umsetzung der Abfrage für die Packungsgröße 500g*

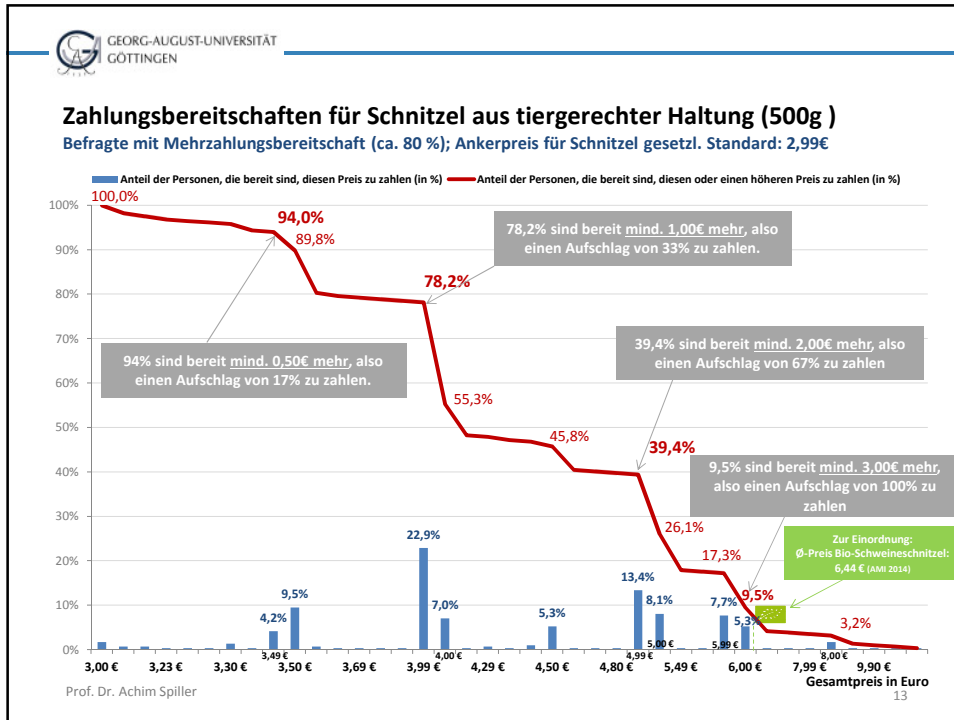
Hier sehen Sie Schweineschnitzel (500 g) mit dem Preis, zu dem es derzeit in den Geschäften in Deutschland typischerweise angeboten wird. Dieses Fleisch stammt aus Deutschland und von Tieren, wie sie heute üblicherweise gehalten werden. Daneben sehen Sie ebenfalls 500 g Schweineschnitzel. Dieses Fleisch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

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 €	???,?? €

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

* Abfrage analog für 250g

Prof. Dr. Achim Spiller



GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT GÖTTINGEN

Zahlungsbereitschaft „Schweineschnitzel aus tiergerechter Haltung“

Ergebnisüberblick

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 €
Ø Mehrzahlungsbereitschaft zum Ankerpreis (Probanden, die grundsätzlich mehr bezahlen würden)	+83,2% (=2,73 €)	+53,5% (=4,59 €)
Ø Mehrzahlungsbereitschaft zum Ankerpreis (alle Schnitzelkäufer)	+57,7% (=2,35 €)	+38,8% (=4,15 €)

Angaben jeweils auf die gültigen Antworten bezogen

➤ Preisbereitschaft sinkt mit dem absoluten Preis des Fleisches

Prof. Dr. Achim Spiller

Zahlungsbereitschaft für den Jahresbedarf einer dt. Durchschnittsfamilie Beschreibung des Untersuchungsdesigns

- Indirekte Abfrage der Mehrzahlungsbereitschaft zur Verringerung von Befragungseffekten (inferred valuation; Lusk/Norwood 2009).
- Als Preisanker wurden die jährlichen Durchschnittsausgaben einer dt. Familie für Fleisch und Wurst vorgegeben (600 €).

Fragetext:

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

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 + __, __

Zahlungsbereitschaft für den Jahresbedarf einer dt. Durchschnittsfamilie (II) Umsetzung der Abfrage für Jahresbedarf im Abo-System

Fragetext:

Einleitungstext (für beide Splits identisch):

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

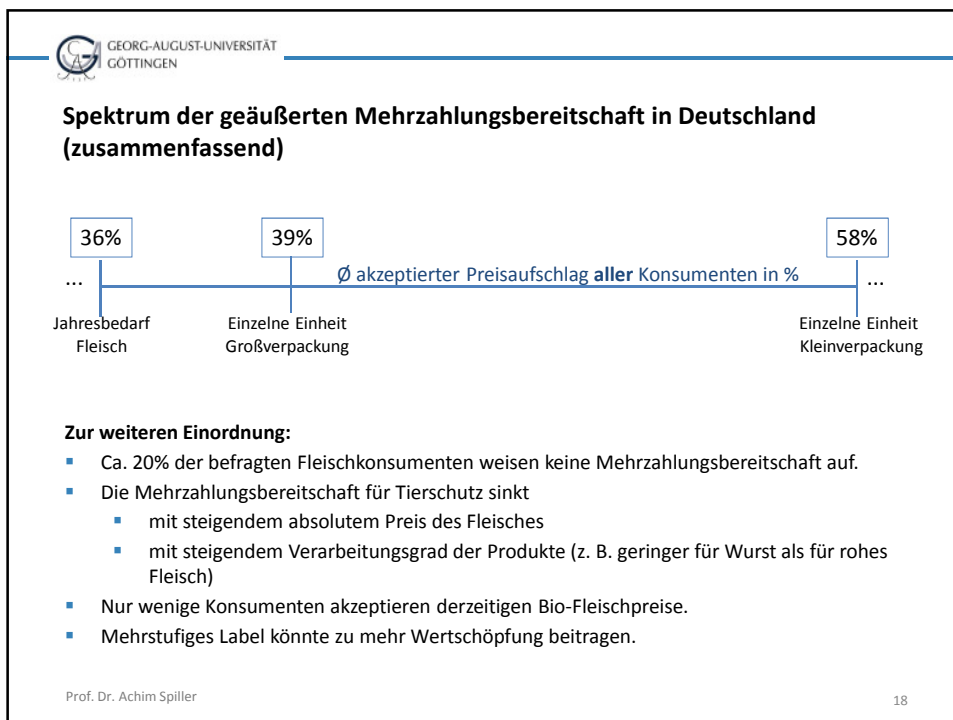
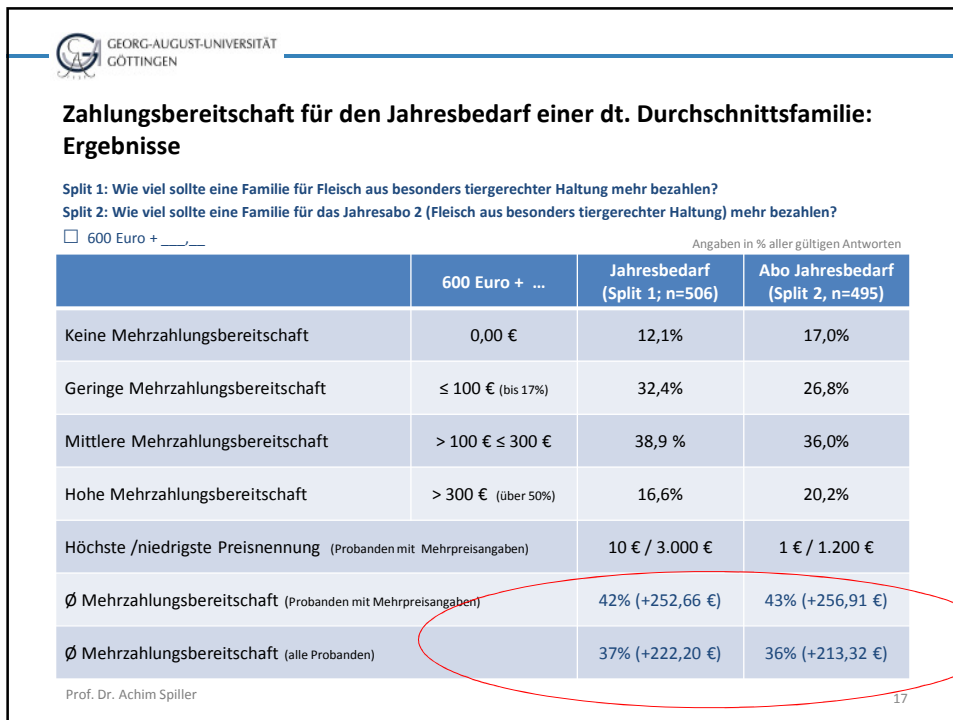
Split 2 (508 Probanden):

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

- 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).
- Fleisch von besonders tiergerecht gehaltenen Tieren (das Tierschutzlabel einer vertrauenswürdigen Institution garantiert die verbesserte Haltung).

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

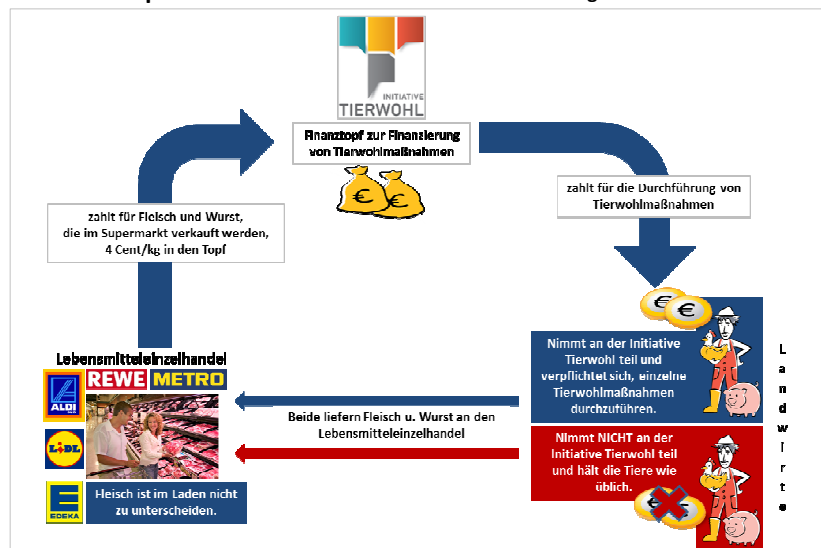
600 Euro + __, __

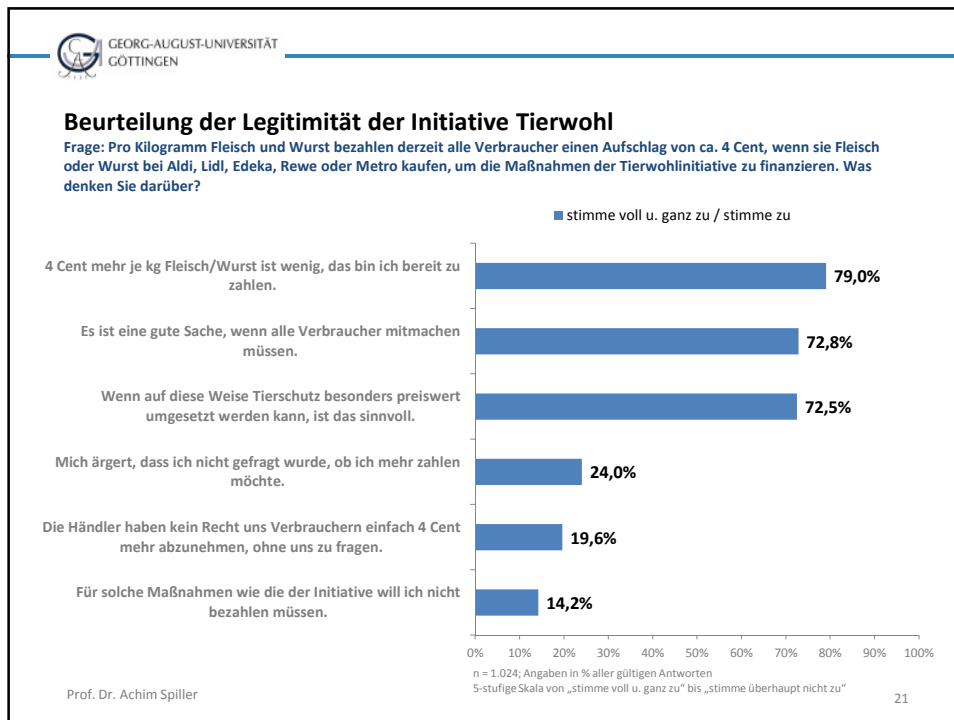


Zwischenfazit

- Zu starker Fokus in der Label-Forschung auf individuelle Entscheidungen und Consumer-Citizen-Gap
- Einbeziehung weiterer Variablen
Motivation-Opportunity-Ability-Behaviour-Model (Parkinson et al. 2016):
 - ✓ Marktbedingungen (Angebot, Verfügbarkeit)
 - ✓ Fähigkeiten und Wissen der Konsumenten
 - ✓ Supply Chain-Barrieren (Preisdifferenzen durch Nischenproblematik, Koppelproduktion etc.) (de Jonge et al. 2013)
- Initiative Tierwohl als innovative Ergänzung
 - ✓ Massenbilanzansatz ohne Warenstromtrennung
 - ✓ Kleine Tierwohlschritte in der Breite

Grundkonzept der Initiative Tierwohl: schaubild zum allgemeinen Überblick





GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN

Kommunikationskonzept der Initiative Tierwohl: Erklärender Infotext und Plakatbeispiel für die Befragten

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.

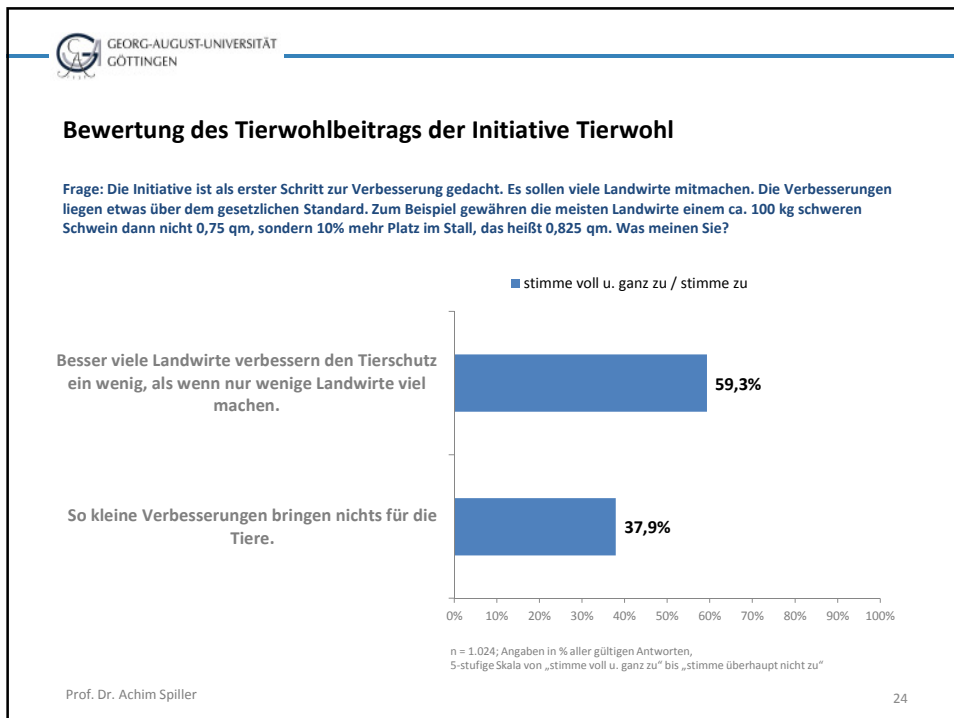
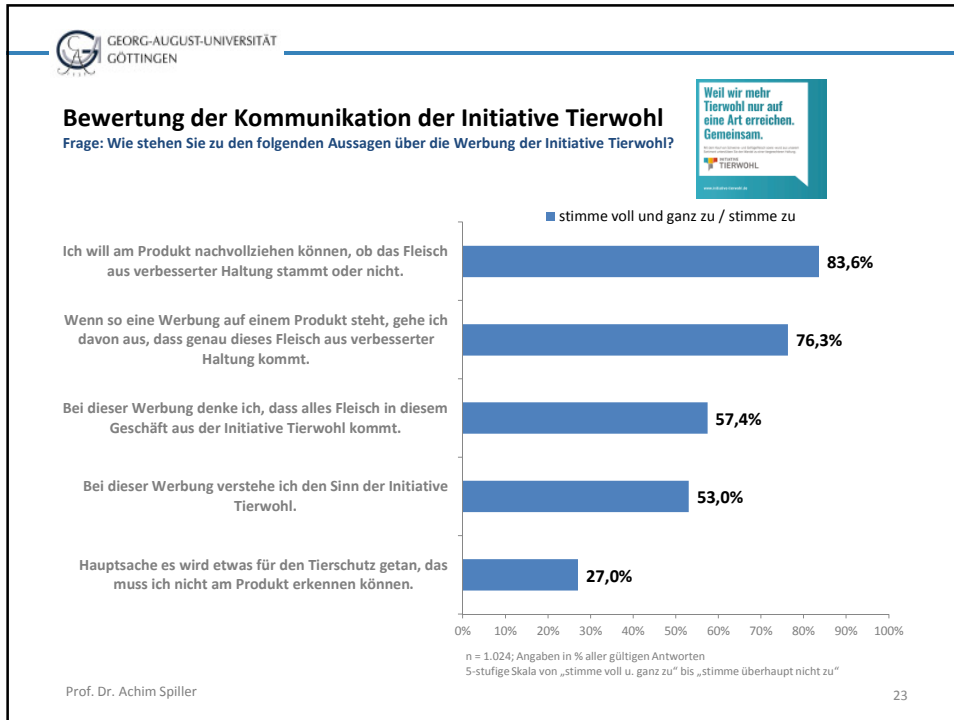
Weil wir mehr Tierwohl nur auf eine Art erreichen. Gemeinsam.

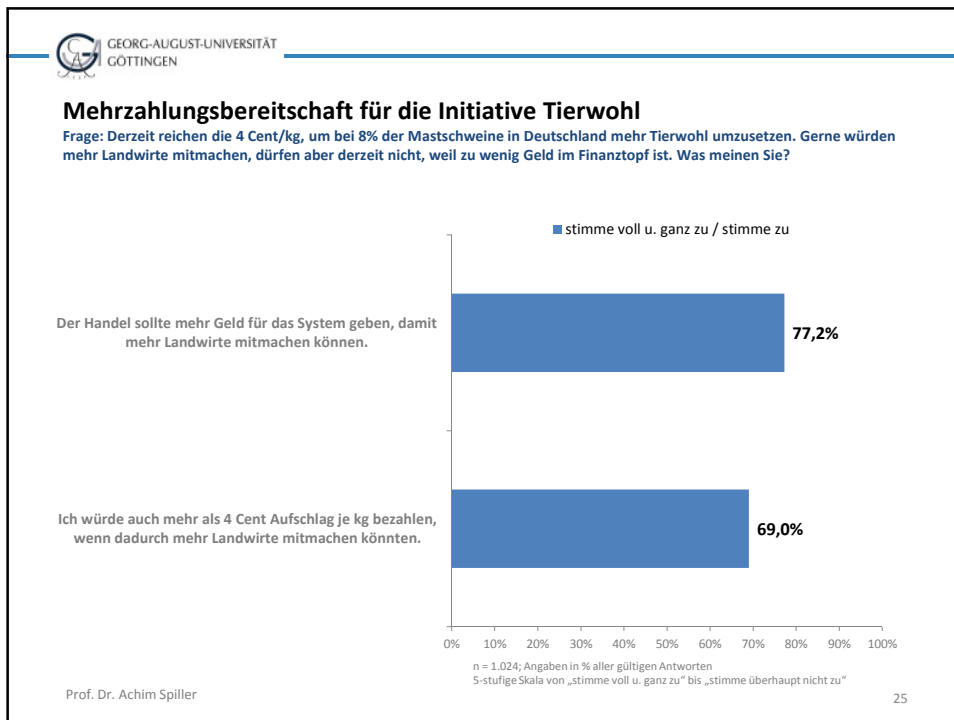
Mit dem Kauf von Schweine- und Geflügelfleisch sowie -wurst aus unserem Sortiment unterstützen Sie den Wandel zu einer tiergerechteren Haltung.

INITIATIVE TIERWOHL

www.initiative-tierwohl.de

Prof. Dr. Achim Spiller 22





GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT GÖTTINGEN

Initiative Tierwohl und Multi-Stakeholder-Approach

Tierschutzbund kehrt Initiative Tierwohl den Rücken

16.09.2016 - Claus Meyer

Der Präsident des Deutschen Tierschutzbundes, Thomas Schröder, macht mit seiner Drohung ernst: Weil die Entscheidungsträger der Initiative Tierwohl (ITW) bei einer Sitzung am Mittwoch seine Kritik nicht ausreichend berücksichtigten, zieht er sich aus dem Beraterausschuss der Initiative zurück.

Schröder ist von den Beschlüssen der Projektgruppe Schwein bei der Initiative Tierwohl enttäuscht. Er hatte gefordert, dass sich die Projektgruppe bei ihrer Sitzung diesen Mittwoch auf seine Kritikpunkte zubewegt. Die dort getroffenen Beschlüsse seien aber viel zu vage und für Schröder kein Fundament, auf dem ein Anspruch hin zu mehr Tierschutz bestehen könne. "Unsere Hoffnung, durch die Mitarbeit etwas zu verändern, hat sich nicht erfüllt. Es bleibt nur der konsequente Schritt, die Mitarbeit im Beraterausschuss zu beenden", sagt Schröder.

Auch ProVieh verlässt Initiative Tierwohl

24.10.2016 - Alfons Deter

Als letzte Tierschutzorganisation verlässt „ProVieh“ die Initiative Tierwohl, mit der Lidl, Edeka und andere Handelskonzerne eine angereicherte Fleischherzeugung finanzieren. „Unser Vorstand hat am Freitag beschlossen, dass wir mit sofortiger Wirkung aus dem Beraterausschuss der Initiative austreten“, sagte Fachreferentin Anja Deter der taz die Tageszeitung (Montagausgabe).

Anlass seien die von Tierschülern aufgenommenen Videos von miserablen Haltungsbedingungen in Ställen, die die Initiative zertifiziert hat. Vorstandsmitglied Udo Hansen bestätigte die Angaben. Der Deutsche Tierschutzbund hatte bereits Mitte Oktober seinen Ausstieg erklärt. Auch er wolle die Initiative nicht mehr mit seinem Namen legitimieren. Wie zuvor der Tierschutzbund begründete auch ProVieh seinen Ausstieg damit, dass die Kriterien der Initiative für die Tierhalter zu anspruchlos seien.

„Nachdem der Tierschutzbund ausgestiegen war, haben wir noch einmal effektivere Pflichtenregeln verfasst. Wir haben auch mit unserem Ausstieg gedroht. Aber da ist rein gar nichts passiert“, so Deter. Die Vorschläge des Beraterausschusses sind unvertretlich, die Entscheidungswen treffen die Geschäftsführer der Initiative.

Prof. Dr. Achim Spiller 26

Fazit

- Hohes Tierschutzbewusstsein in der dt. Bevölkerung
- Verbraucher wollen selbst etwas tun, befürchten aber dass die anderen nicht zahlungsbereit sind – Paradoxon: Tierschutz kann bisher nicht handlungswirksam werden, weil Verbrauchern zu wenig Informationen zur Umsetzung vorliegen
- Kaum ein Verbraucher kennt die bisherigen Tierschutzlabel – Verbraucher wünschen sich mehr Informationen.
- Verbraucherorientierte Labelgestaltung notwendig (Van Loo et al. 2014).
- Mit mehreren Methoden zeigt sich eine hohe Preisbereitschaft zwischen 36 % (Jahresbedarf) bis 58 % (einzelne kleine Verpackungseinheit)
- Ansatz der Initiative Tierwohl wird unterstützt – 69 % würden auch mehr als 4 Cent bezahlen – Handel soll Aufschlag erhöhen (aber große Skepsis gegenüber Werbung der Initiative, wenn Werbung, dann muss Tierschutz am Produkt erkennbar sein)

Ausblick

- **Niederlanden: Beter Leven-Label erfolgreich, insb. bei Schweinefleisch (Anteil bei Lidl NL 62 %, Jumbo 52 %, Albert Heijn 50 % Mai 2016**
<https://beterleven.dierenbescherming.nl/nieuws/lidl-bovenaam-in-ranglijst-varkensvlees-met-beter-leven-keurmerk>
- Dänemark hat für 2017 ein staatliches, dreistufiges Tierschutzlabel angekündigt
- BMEL prüft derzeit die Einführung eines staatlichen Tierschutzlabels:
 - ✓ Staatliches, fakultatives Label, zunächst für die Tierart Schwein
 - ✓ Wertschöpfungsketten-übergreifender Ansatz: Kriterien von der Zucht über Jungtiere bis zu Transport und Schlachtung (Zertifizierung auch der Vermarktungsstufe)
 - ✓ Ausgewogene Tierwohlkriterien (weder einseitig auf Haltungssystem noch auf Tiergesundheit).
 - ✓ Gesetzliche Basis, aber Zertifizierung durch private Zertifizierungsunternehmen.
 - ✓ Dreistufiges Label mit einer auf den Massenmarkt orientierten Einstiegsstufe (d. h. ohne zu hohe Einstiegsinvestitionen umsetzbar).
 - ✓ Staatliches Informationskonzept inkl. ausreichendem Budget zum Aufbau von Bekanntheitsgrad in der Einführungsphase, um eine breite Marktdurchsetzung anzureizen (Pull-Konzept).

Kontakt

Prof. Dr. Achim Spiller

Georg-August-Universität Göttingen
Lehrstuhl Marketing für Lebensmittel- und Agrarprodukte
Platz der Göttinger Sieben 5
37073 Göttingen
Fon: 0551-39-9897
Mail: a.spiller@agr.uni-goettingen.de
www.agrarmarketing.uni-goettingen.de



29

Beispiel Schweinefleisch mit Label bei Albert Heijn NL (Marktführer)

AH Huismerk varkensvlees.

Alle 150 aangesloten varkenshouderijen voldoen nu aan de nieuwe richtlijnen van de Dierenbescherming en zodoende is vrijwel al het AH Huismerk varkensvlees goed voor 1 ster*. Het duurde anderhalf jaar om dit concept in samenwerking met de varkenshouderijen en de Dierenbescherming op te zetten. Wat betekent deze ster voor de varkens? * m.u.v. AH Huismerk varkenshaas

- De varkens hebben meer ruimte dan in de gangbare varkenshouderij. Zo kunnen de dieren gemakkelijker hun natuurlijk gedrag vertonen.
- De varkens krijgen meer speelmateriaal. Varkens zijn namelijk intelligente dieren en hebben behoefte aan afleiding.
- De mannelijke biggen worden niet gecasteerd.



<http://www.ah.nl/over-ah/meer-doen/dierenwelzijn/varken>

Prof. Dr. Achim Spiller

30

Beispiel Schweinefleisch mit Label bei Albert Heijn NL

AH Scharrel varkensvlees.

AH Scharrel varkensvlees krijgt 2 sterren van het Beter Leven keurmerk. Deze varkens komen niet uit Nederland, maar hebben een prima leven gehad in Engeland en Schotland.

- De vrouwelijke varkens (zeugen) mogen het hele jaar naar buiten. Daar kunnen ze natuurlijk gedrag vertonen, zoals wroeten en modderbaden nemen.
- De zeugen bouwen hun eigen nest.
- De biggen leven de eerste vier weken buiten bij de zeug.
- De varkens worden in grote groepen op stro gehouden.
- De staarten worden minimaal gecoupeerd.
- De varkens krijgen stro en speelgoed. Varkens zijn namelijk intelligente dieren en hebben behoefte aan afleiding.
- De mannelijke biggen worden niet gecastreerd.



AH Biologisch varkensvlees.

AH Biologisch varkensvlees krijgt 3 sterren van het Beter Leven keurmerk, het hoogst haalbare op het gebied van dierenwelzijn. Hoe ziet het leven van deze varkens eruit?

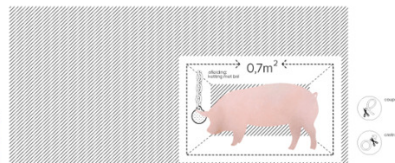
- De varkens hebben bijna twee keer zoveel ruimte als varkens in de gangbare varkenshouderij zonder ster.
- De vrouwelijke varkens (zeugen) hebben de mogelijkheid om naar buiten te gaan. Daar kunnen ze natuurlijk gedrag vertonen, zoals wroeten en modderbaden nemen.
- De varkens worden in groepen op stro gehouden, met een deels overdekte uitloop naar buiten van 1 m² per dier.



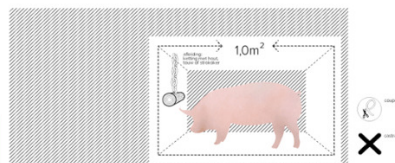
<http://www.ah.nl/over-ah/meer-doen/dierenwelzijn/varken>
31

varkens

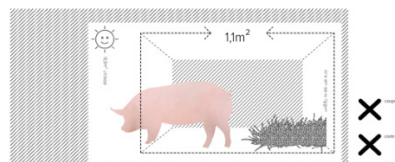
gangbaar



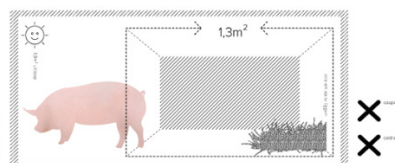
Beter Leven



Beter Leven



Beter Leven



<http://www.ah.nl/over-ah/meer-doen/dierenwelzijn/varken>