

Tierfreundliche Nutztierhaltung als Verkaufsargument

Referat von Christian Guggisberg, Coop, Leiter Beschaffung Food, anlässlich der 13. Nutztiertagung „Nutztierschutz gestern, heute und morgen“ des Schweizer Tierschutz STS vom 21. April 2011

Die Entwicklung der westlichen Konsumgesellschaft seit dem zweiten Weltkrieg ist ambivalent. Einerseits sind die durchschnittlichen Ausgaben im Haushaltsbudget für Lebensmittel bis auf den momentanen Tiefstwert stetig gesunken, andererseits hat der moralische Schutz der Tierwürde und die Gleichwertigkeit der Ansprüche von Mensch und Tier einen historisch einmaligen Stellenwert erreicht. Tierschutzorganisationen finden hohe Unterstützung und mediale Präsenz.

Die Fleischproduktion ist in vielen Industrienationen stark rationalisiert worden, Effizienzsteigerungen haben auch vor den Tierhaltungssystemen nicht Halt gemacht. Als Antwort darauf war teilweise unter Tierschutzorganisationen eine tendenzielle Radikalisierung auszumachen.

In der Schweiz sind zwar beide Tendenzen zu beobachten (Rationalisierung und vermehrte Tierschutz-Präsenz), die Ausprägungen sind gegenüber dem nahen Ausland aber in vielen Punkten milder. So kennt die Schweiz seit über 20 Jahren das Käfighaltungsverbot bei Legehennen, seit 4 Jahren das Verbot der Fixierung von säugenden Sauen, und seit etwas mehr als einem Jahr das Verbot der Ferkelkastration ohne Schmerzausschaltung. Entsprechend darf in der Schweiz, meiner Meinung nach, von einem weniger aggressiven, mehrheitlich sogar von einer kooperativen Grundstimmung zwischen Fleischproduktion, Lebensmittelhandel und Tierschutzorganisationen gesprochen werden.

Hoher Anspruch seitens der Konsumenten

Eine Konsumenten-Umfrage im Auftrag von Coop zum Thema Nutztierschutz zeigte im 2009 interessante Resultate:

95% der befragten Personen gaben an, mindestens einmal pro Woche Fleisch zu essen. Der Anteil der strikten Vegetarier betrug 2%. 87% empfanden den Tierschutz bei Nutztieren als wichtig. 83% der weiblichen Konsumenten gaben an, beim Einkauf auf Labels von artgerechter Tierhaltung zu achten; bei den Männern waren es 64%. Erfreulicherweise wurde die Qualität von Labelfleisch von 65% der befragten Personen als besser empfunden als von konventionellem Fleisch.

Obwohl zwischen Angaben anlässlich von Befragungen und dem effektiven Einkaufsverhalten eine gewisse Inkonsequenz besteht, lässt sich folgendes auf das Tagesgeschäft von Coop übertragen:

- Fleisch und Fleischwaren spielen eine grosse Rolle auf dem Speisezettel von Herr und Frau Schweizer.
- Es wird erwartet, dass sowohl die öffentlich-rechtlichen Bestimmungen, die Behörden oder die Privatwirtschaft für artgerechte Tierhaltung sorgen.

- Frauen in der Konsumentenschaft schenken den Tierhaltungslabels im Detailhandel grössere Beachtung als die Männer. Insgesamt achten aber über 2/3 der Konsumentinnen und Konsumenten beim Einkauf auf Labelfleisch.
- Fleisch von artgerecht gehaltenen Tieren schneidet qualitativ besser ab.

Zusammenspiel öffentliche Hand und Labelprogramme

Über die Ethoprogramme BTS und RAUS wird die tierfreundliche Nutztierhaltung seitens der öffentlichen Hand honoriert. Die Beteiligung ist je nach Tierkategorie unterschiedlich. Viele Rinder geniessen Auslauf oder Weidegang, bei Geflügel ist es hingegen nur etwas mehr als ein Drittel. Mit den Beiträgen der Ethoprogramme wird die tierfreundliche Produktion zwar massgeblich unterstützt, ohne die gezielte Vermarktung in bekannten Labelprogrammen und die zusätzlichen privatwirtschaftlichen Labelzuschläge wäre aber noch kein Erfolg auf dem Markt zu verzeichnen. Die Tierhaltungsprogramme, wie sie bei Coop unter der Marke "Naturafarm" oder unter der Bio-Marke "Naturaplan" eine grosse Bedeutung haben, bringen den Mehrwert vom Tierhalter zu den Fleisch- und Eierkonsumenten. Es ist eine gelebte "Synergie" oder – neudeutsch - eine "Win-Win"-Situation. Der Tierhalter bei Naturafarm hat die Sicherheit, dass seine Labeltiere zuverlässig übernommen werden; der Konsument der offenbar mit hoher Priorität artgerecht produziertes Fleisch oder Eier konsumieren will, findet ein verlässliches Angebot. Verlässlich nicht zuletzt deshalb, weil sämtliche Naturafarm-Programme durch den Schweizer Tierschutz STS regelmässig und unangemeldet kontrolliert werden. Nicht zu vergessen – und darum geht es ja im Kern der Sache – geniessen Millionen von Nutztiere deutliche bessere Haltungsformen, als sie rein von der Tierschutzgesetzgebung her vorgesehen wären. Bei Naturafarm z.B. Auslauf ins Freie, eingestreute Liegeflächen, Fütterung ohne gentechnisch veränderte Futterbestandteile, und mehr...

Zusammen mit dem Schweizer Tierschutz STS hat sich Coop immer dazu bekannt, dass die Labelprogramme so ausgestaltet sein müssen, dass damit ein beträchtlicher Marktanteil erzielt werden kann; d.h. es muss eine Tierhaltung sein, die trotz hohen Auflagen für alle Beteiligten wirtschaftlich tragbar ist. Mehr Tierwohl auf möglichst vielen Betrieben, statt Tierparadies in der absoluten Nische.

Erfolg am Markt

Tierfreundliche Fleisch- und Eierprogramme haben bei Coop lange Tradition. Vor über 30 Jahren hat die damalige Verkaufsregion Coop Zentralschweiz angefangen, Natura-Beef – das Rindfleisch aus der Mutterkuhhaltung – zu vermarkten. Das war der Start einer langen Erfolgsgeschichte. Aus den anfänglich wenigen Tieren ist heute ein stattliches Rindfleisch-Programm entstanden. Rund 2/3 des bei Coop verkauften Rindfleisches stammt aus Mutterkuhhaltung. 34'000 Jungrinder profitieren von dieser natürlichen Haltungsform. Einen ähnlich hohen Anteil hat das Schweinefleisch bei Coop. Auch da stammen rund 2/3 aus dem Naturafarm-Porc Programm; rund 330'000 Schweine profitieren von dieser Haltungsform mit eingestreuten Liegeflächen und permanentem Auslauf ins Freie.

Coop war massgeblich daran beteiligt, tiergerechte Alternativen zu finden, sei es mit dem im Jahre 2008 lancierten Programm "Natura-Veal" (Kalbfleisch aus Mutterkuhhaltung) oder aktuell mit den Naturafarm-Pilotbetrieben die die tierfreundlichste Alternativen zur Kastration – die Ebermast betreiben.