

Schlussbericht zum Thema

Verbesserung der gesellschaftlichen
Akzeptanz ökologischer
Tierhaltungssysteme - Analyse
gesellschaftlicher Erwartungen und
Entwicklung von Konzepten des
Vertrauensmarketings

FKZ: 2818OE097

Projektnehmer:
Georg-August-Universität Göttingen

Gefördert durch das Bundesministerium für Ernährung
und Landwirtschaft auf Grund eines Beschlusses des
Deutschen Bundestages im Rahmen des
Bundesprogramms Ökologischer Landbau.

Das Bundesprogramm Ökologischer Landbau Landwirtschaft (BÖL) hat sich zum Ziel gesetzt, die Rahmenbedingungen für die ökologische und nachhaltige Land- und Lebensmittelwirtschaft in Deutschland zu verbessern. Es wird vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) finanziert und in der BÖL-Geschäftsstelle in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) in Bonn in die Praxis umgesetzt. Das Programm untergliedert sich in zwei ineinandergreifende Aktionsfelder, den Forschungs- und den Informationsbereich.

Detaillierte Informationen und aktuelle Entwicklungen finden Sie unter
www.bundesprogramm.de

Wenn Sie weitere Fragen haben, wenden Sie sich bitte an:

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau
Deichmanns Aue 29
53179 Bonn
Tel: 0228-6845-3280
E-Mail: boel@ble.de

Abschlussbericht des Projekts

**„Verbesserung der gesellschaftlichen Akzeptanz ökologischer
Tierhaltungssysteme
Analyse gesellschaftlicher Erwartungen und Entwicklung von Konzepten
des Vertrauensmarketings (VAT)“**

Zuwendungsempfänger:

Georg-August-Universität Göttingen
Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte
Platz der Göttinger Sieben 5
37073 Göttingen

Förderkennzeichen: 2818OE097

Projektlaufzeit: 1. Januar 2020 – 30. November 2023

Autoren: Elisa Bayer (elisa.bayer@uni-goettingen.de); Achim Spiller (a.spiller@agr.uni-goettingen.de), Therese Löbbert (t.loebbert@stud.uni-goettingen.de), Sarah Kühl (sarah.kuehl@agr.uni-goettingen.de)

Stand: November 2023

Die Förderung des Vorhabens erfolgte aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages. Die Projektträgerschaft erfolgt über die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) im Rahmen des Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft.

Gefördert durch



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Kurzfassung

Vor dem Hintergrund zunehmender gesellschaftlicher Kritik an der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung sowie gesteigerten Anforderungen an das Tierwohl muss sich auch die ökologische Tierhaltung der Diskussion um das Wohlergehen der Tiere stellen. In Bezug auf einige gesellschaftlich geforderte Aspekte wie ein hohes Platzangebot oder Zugang zu Freiland weist die ökologische Tierhaltung mit ihren hohen Haltungsstandards gegenüber der konventionellen Tierhaltung entscheidende Vorteile auf. Doch auch der Ökolandbau steht aktuell vor der Herausforderung, die Differenz zwischen gesellschaftlichen Erwartungshaltungen und Tierhaltungspraxis zu verringern. Beispielsweise sind derzeit keine systematischen Vorteile in der Tiergesundheit erkennbar, auch in der ökologischen Legehennenhaltung wurden männliche Küken lange Zeit nach dem Schlupf getötet und die teils großen Betriebsstrukturen, v.a. im Geflügelbereich, entsprechen oftmals nicht den Vorstellungen der Konsumenten von einer ökologischen Tierhaltung. Für die Bio-Branche ist es deshalb wichtig, Chancen aber auch Risiken für die Nutztierhaltung möglichst frühzeitig zu erkennen, um darauf reagieren zu können. Dazu gehört die Analyse möglicher Erwartungs-Realitäts-Lücken ebenso wie die Entwicklung von Konzepten zur Stärkung des für Bio-Produkte nötigen Vertrauensmarketings. Insgesamt benötigt die Bio-Branche eine schlüssige Strategie, wie sie auch in Zukunft ihren Pionierstatus und ihre Premiumposition verteidigen und den Marktanteil ausbauen kann, welcher insbesondere bei Bio-Fleisch noch marginal ist (1% bei Schwein und Geflügel; BÖLW 2022). Auch soll mit Hilfe des entwickelten Marketingkonzeptes der Markt für Produkte aus besonders tierfreundlichen Haltungssystemen weiter ausgebaut werden.

Abstract

Against the background of increasing social criticism of livestock farming and higher demands on animal welfare, organic livestock farming must face up to the debate on animal welfare. Organic livestock production, with its high standards of animal husbandry, has decisive advantages over conventional livestock production with regard to some of the social demands, such as a large amount of space or outdoor access. However, organic farming also faces the challenge of bridging the gap between societal expectations and animal husbandry practices. For example, there are currently no systematic advantages in animal health, the killing of male chicks was also a common practice in organic laying hen production, and the sometimes large farm structures, especially in the poultry sector, often do not correspond to consumers' ideas of organic animal husbandry. It is therefore important for the organic sector to identify opportunities, but also risks for livestock production, as early as possible in order to be able to respond. This includes exploring possible gaps between expectations and reality, as well as developing concepts to strengthen the trust necessary for marketing organic products. Overall, the organic sector needs a coherent strategy to maintain its pioneering status and premium position in the future and to increase its market share, which is still marginal, especially for organic meat (1% for pork and poultry; BÖLW 2022). With the help of the developed marketing concept, the market for products from particularly animal-friendly husbandry systems should also be further expanded.

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis.....	VI
1. Einführung.....	7
1.1 Gegenstand des Vorhabens	7
1.2. Ziele und Aufgabenstellung des Projekts.....	8
1.3. Planung und Ablauf des Projekts	8
2. Wissenschaftlicher und technischer Stand, an den angeknüpft wurde.....	10
3. Material und Methoden	12
4. Ausführliche Beschreibung der wichtigsten Ergebnisse	13
4.1 Hotspot Analyse und Experteninterviews	13
4.1.1 Problemstellung und Zielsetzung	13
4.1.2 Methodik und Vorgehen.....	13
4.1.3 Ergebnisse und Diskussion.....	16
4.2 Was erwarten Bürger*innen von der Bio-Tierhaltung (qualitative Interviews).....	21
4.2.1 Problemstellung und Zielsetzung	21
4.2.2 Methodik und Vorgehen.....	22
4.2.3 Ergebnisse	24
4.2.4 Diskussion	31
4.3 Bewertung von Betriebsgrößen tierhaltender Betriebe (Bio und konventionell).....	33
4.3.1 Problemstellung und Zielsetzung	33
4.3.2 Methodik und Vorgehen.....	33
4.3.3 Ergebnisse und Diskussion.....	33
4.4 Was erwarten Verbraucher*innen von der Schlachtung von Bio-Tieren? (Online-Befragung).....	36
4.4.1 Problemstellung und Zielsetzung	36
4.4.2 Methodik und Vorgehen.....	37
4.4.3 Ergebnisse und Diskussion.....	37
4.5 Erwartungen und Vertrauen in die Bio-Tierhaltung (Online-Befragung).....	46
4.5.1 Problemstellung und Zielsetzung	46
4.5.2 Methodik und Vorgehen.....	47
4.5.3 Ergebnisse und Diskussion.....	47

4.6 Bewertung von Innovationen zur Vertrauenssteigerung in die Bio-Tierhaltung (Online-Befragung).....	58
4.6.1 Problemstellung und Zielsetzung	58
4.6.2 Methodik und Vorgehen.....	58
4.6.3 Ergebnisse und Diskussion.....	59
4.7 Expertenworkshops	70
4.7.1 Problemstellung und Zielsetzung	70
4.7.2 Methodik und Vorgehen.....	70
4.7.3 Ergebnisse und Diskussion.....	71
4.8 Vertrauensmarketingkonzept für die Bio-Tierhaltung	81
5. Angaben zum voraussichtlichen Nutzen und zur Verwertbarkeit der Ergebnisse – Handlungsempfehlungen.....	85
6. Gegenüberstellung der ursprünglich geplanten zu den tatsächlich erreichten Zielen; Hinweise auf weiterführende Fragestellungen	85
7. Zusammenfassung	87
8. Literaturverzeichnis.....	91
9. Übersicht über alle im Berichtszeitraum vom Projektnehmer realisierten Veröffentlichungen zum Projekt (Printmedien, Newsletter usw.), bisherige und geplante Aktivitäten zur Verbreitung der Ergebnisse	99
10. Anhang	102
Policy-Brief	102

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Übersicht der Projektschritte.....	9
Abbildung 2: Allgemeine Vorgehensweise der Hotspotanalyse nach Wallbaum & Kummer 2006; Liedtke et al. 2010; Schmitt & Hamer 2018	14
Abbildung 3: Wahrnehmung von kleinen und großen Betrieben in Bezug auf Tier- und Umweltschutz, n=985.....	34
Abbildung 4: Maximale Tierzahl pro Betrieb, n=279	35
Abbildung 5: Maximale Tierzahl pro Stall, Tierzahlen pro Stall=378	35
Abbildung 6: Einschätzung verschiedener Aspekte bei der Schlachtung von konventionell gehaltenen und Bio-Tieren	38
Abbildung 7: Wahrnehmung verschiedener Schlachtstätten	39
Abbildung 8: Statements, die eine Pro-Einstellung für einen Unterschied bei der Schlachtung von konventionell gehaltenen und Bio-Tieren beinhalten	40
Abbildung 9: Statements, die eine Pro-Einstellung zur Gleichbehandlung bei der Schlachtung von konventionell gehaltenen und Bio-Tieren beinhalten	41
Abbildung 10: Bewertung des Weideschusses	42
Abbildung 11: Bewertung Schlachtmobile	42
Abbildung 12: Kaufbereitschaft für Fleisch aus alternativen Schlachtverfahren	43
Abbildung 13: Wie gut kennen Sie sich in den folgenden Bereichen der Bio-Tierhaltung aus? (Selbsteinschätzung).....	48
Abbildung 14: In welchen Bereichen werden Unterschiede zur konventionellen Tierhaltung erwartet?	48
Abbildung 15: Wie wichtig sind Ihnen Unterschiede im Tier- und Umweltschutz in den folgenden Bereichen der Bio-Tierhaltung im Vergleich zur konv. Tierhaltung?	48
Abbildung 16: Vermutete Regelverstöße in der Bio-Tierhaltung nach Tierarten.....	49
Abbildung 17: Wahrnehmung der Bio-Tierhaltung.....	49
Abbildung 18: Einstellung zur Bio-Tierhaltung	50
Abbildung 19: Täuschungsgefühl nach Erwartungseinstellung in Bezug auf die frühe Kuh/Kalb Trennung in der Bio-Tierhaltung.....	51
Abbildung 20: Fühlen Sie sich trotz transparenter Kommunikation über die frühe Kuh/Kalb Trennung in der Bio-Tierhaltung getäuscht?	52
Abbildung 21: Auswirkung der Enttäuschung auf die Einstellung und Kaufabsicht tierischer Bio-Produkte	52
Abbildung 22: Vertrauensindex entlang der WSK tierischer Bio-Produkte.....	53

Abbildung 23: Informationshäufigkeit.....	54
Abbildung 24: Informationsbedarf über die Bio-Tierhaltung I.....	54
Abbildung 25: Informationsbedarf über die Bio-Tierhaltung II	55
Abbildung 26: Allgemeine Bewertung der Bio-Tierhaltung	60
Abbildung 27: Vertrauen in die Bio-Tierhaltung.....	60
Abbildung 28: „Wie finden Sie die aktuelle Regelung?“ – Schlachtung.....	61
Abbildung 29: „Wie finden Sie die aktuelle Regelung?“ – Transport.....	62
Abbildung 30: „Wie finden Sie die aktuelle Regelung?“ – Trennung Kuh und Kalb	63
Abbildung 31: „Wie finden Sie die aktuelle Regelung?“ – Antibiotikaverbot.....	64
Abbildung 32: „Wie finden Sie die aktuelle Regelung?“ – Einsatz von Sensoren.....	65
Abbildung 33: „Wie finden Sie die aktuelle Praktik?“ – Längere Lebensdauer.....	66
Abbildung 34: „Wie finden Sie die aktuelle Regelung?“ – Kleinere Bestandsgrößen	66
Abbildung 35: „Wie finden Sie die aktuelle Regelung?“ – Futterimporte	67
Abbildung 36: Ranking verschiedener Maßnahmen in der Bio-Tierhaltung.....	68
Abbildung 37: Mögliche Kommunikations- und Handlungsstrategien	73
Abbildung 38: Positionierung von Bio- und Tierwohllabeln im Hinblick auf Umweltfreundlichkeit und Tierwohl.....	78
Abbildung 39: Zusammenfassung der Ergebnisse als Chancen-Risiken-Matrix.....	79

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kriterien nach Bienge et al. (2009), mit Anpassungen für die ökologische Legehennenhaltung, unterschieden nach drei Kategorien: ökologische Kriterien, soziale Kriterien und Tierschutz.....	14
Tabelle 2: Identifizierte Nachhaltigkeitsschwachstellen in der ökologischen Geflügelhaltung	16
Tabelle 3: Stichprobenbeschreibung der Bürgerinterviews	22

1. Einführung

1.1 Gegenstand des Vorhabens

Die Bio-Tierhaltung stellt mit ihren hohen Haltungsstandards, wie einem höheren Platzangebot oder Zugang zu Freiland, derzeit eine besonders tierfreundliche Haltungsform landwirtschaftlicher Nutztiere dar – insbesondere im Vergleich mit den gesetzlichen Mindestanforderungen. Der Ökolandbau und damit auch die Bio-Tierhaltung werden in jüngerer Zeit auf politischer Ebene im Rahmen des „grünen Deals“ und der Ausweitung einer nachhaltigen Landwirtschaft verstärkt gefördert (European Commission 2021). Eine damit angestrebte Ausdehnung der ökologischen Landwirtschaft bedarf auch auf marktlicher Seite einer erhöhten Nachfrage.

Für Kunden tierischer Bio-Produkte stellt Tierschutz eines der zentralsten Kaufmotive dar (Zander & Hamm 2009, von Meyer Höfer et al. 2015, Ökobarometer 2021). Derzeit ist jedoch wenig über die gesellschaftlichen Erwartungen und das Vertrauen in die Bio-Tierhaltung bekannt. Vor allem der Ökolandbau ist auf das Vertrauen der Konsument*innen angewiesen, da die meisten Eigenschaften nicht von Verbraucher*innen selbst am Produkt überprüft werden können, wie z.B. ob die Tiere unter besseren Haltungsbedingungen gehalten wurden (Pivato et al. 2008; Spiller & Codts 2010; Nuttavuthisit & Thogersen 2017). Doch auch die Bio-Tierhaltung steht aktuell vor der Herausforderung, gesellschaftliche Erwartungen und aktuelle Tierhaltungspraktiken in Einklang zu bringen. Auch hier bestehen Herausforderungen, wie beispielsweise der Einsatz spezialisierter Rassen oder die Sicherstellung eines guten Gesundheitsniveaus. Zudem kann es speziell in Bezug auf die Bio-Tierhaltung auf gesellschaftlicher Seite zu besonders hohen Erwartungen kommen. Dabei werden positive Wahrnehmungen beispielsweise aus dem Bereich der Haltung auch auf andere Bereiche übertragen. Dieses Phänomen ist als „Halo-Effekt“ bekannt (von Meyer-Höfer et al. 2015) und kann zu einer überhöhten Erwartungshaltung auf Konsumentenseite führen. Werden bestimmte Erwartungen nicht erfüllt, kann dies wiederum zu Enttäuschung und möglicherweise zu einem Vertrauensverlust in den Sektor führen (Möllering 2008, von Meyer-Höfer et al. 2015). Für die Bio-Branche ist es deshalb wichtig, Chancen aber auch Risiken für die Nutztierhaltung möglichst frühzeitig zu erkennen um darauf reagieren zu können. Dazu gehören die Erkundung möglicher Erwartungs-Realitäts-Lücken sowie die Entwicklung eines Vertrauensmarketingkonzeptes, welches mit dem Vorhaben des VAT-Projektes realisiert werden soll.

1.2. Ziele und Aufgabenstellung des Projekts

Ziel des VAT-Projektes ist es, die gesellschaftlichen Erwartungen speziell an die Bio-Nutztierhaltung mit Hilfe eines aufeinander aufbauenden multimethodischen Forschungsansatzes detailliert zu erfassen, um entsprechende Anpassungsoptionen und Innovationen sowie ein Vertrauensmarketingkonzept für die Branche entwickeln zu können. Die einzelnen Ziele lauten dabei:

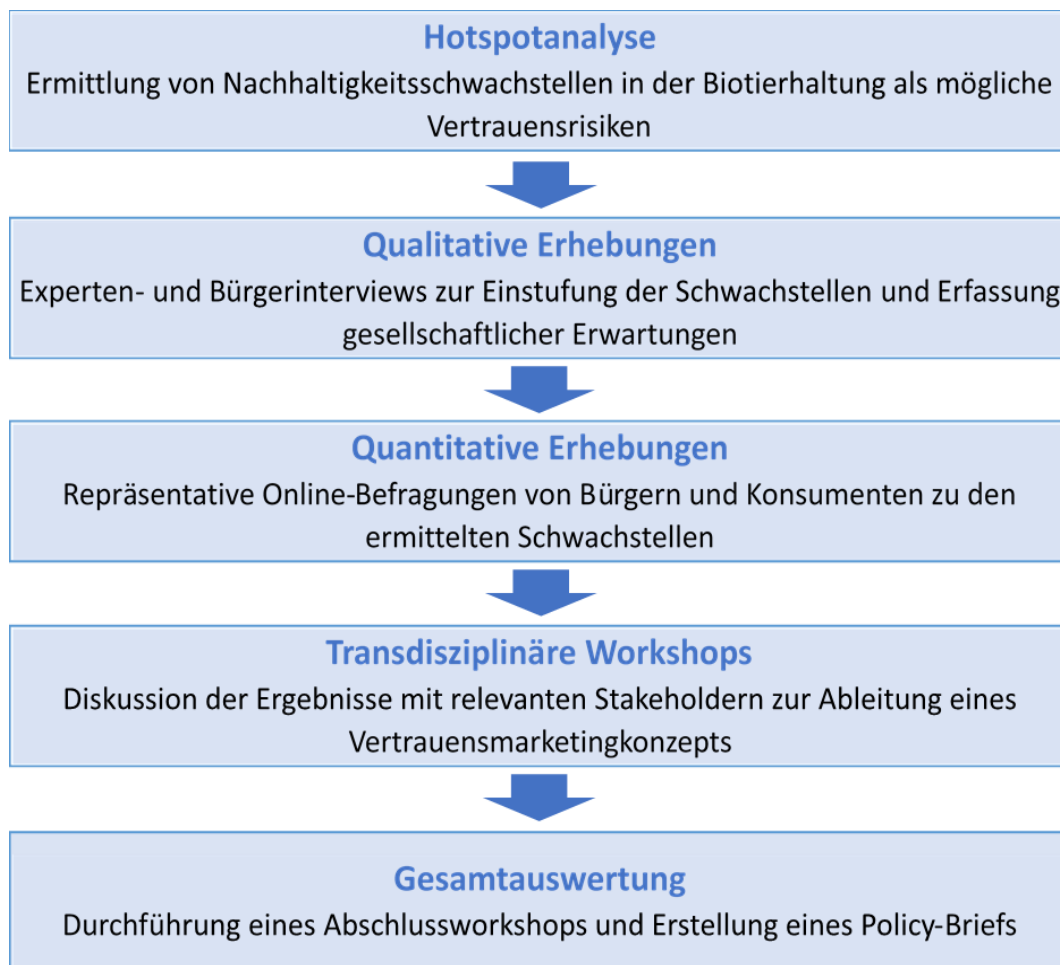
- Detaillierte Erfassung der gesellschaftlichen Erwartungen speziell an die Bio-Nutztierhaltung mittels qualitativer Interviews und repräsentativer Online-Befragungen
- Erlangung von Erkenntnissen über zukünftig relevante (Risiko-)Themen im Bereich der Bio-Tierhaltung
- Entwicklung entsprechender Anpassungsoptionen und Innovationen sowie ein Vertrauensmarketingkonzept für die Branche

Das Projekt hat dabei immer einen eindeutigen Fokus auf die Bio-Tierhaltung und grenzt sich damit von anderen Vorhaben in diesem Bereich ab. Die Ergebnisse des Projekts stellen einen wichtigen Baustein für die Entwicklung zukunftsfähiger Verfahren der Bio-Tierhaltung und insbesondere deren Kommunikation dar, um langfristig das Vertrauen der Verbraucher*innen in den Sektor steigern zu können, da insbesondere die Nutztierhaltung zunehmend von der Gesellschaft kritisiert wird. Die Projektergebnisse richten sich in erster Linie an drei Zielgruppen: die Politik, die ökologische Agrar- und Ernährungswirtschaft sowie Bürger*innen und Konsument*innen.

1.3. Planung und Ablauf des Projekts

In fünf aufeinander aufbauenden Projektschritten werden umfangreiche Erkenntnisse über die gesellschaftlichen Erwartungen und Ansprüche an die Bio-Nutztierhaltung erarbeitet (Abbildung 1). Die Projektergebnisse werden transferiert und nachvollziehbar kommuniziert, um sie letztlich am Markt mit Hilfe des Vertrauensmarketings einsetzen und durch die Politik weiter unterstützen zu können (Policy-Brief). Für die Politik und die Branche sind dies wichtige Entscheidungsgrundlagen für eine zukunftsfähige Gestaltung und Entwicklung der Bio-Tierhaltung. Insgesamt sollen die Ergebnisse zu einem nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg der Bio-Nutztierhaltung und zu einer Erhöhung des Tier- und Umweltschutzniveaus in Deutschland beitragen.

Abbildung 1: Übersicht der Projektschritte



Zunächst wurde eine umfassende Literaturanalyse durchgeführt, um am Beispiel der ökologischen Geflügelhaltung Nachhaltigkeitsschwachstellen und damit einhergehend potenzielle Vertrauensrisiken bei Verbraucher*innen zu identifizieren (Hotspotanalyse). Ergänzt wurde diese Literaturrecherche durch Expertengespräche, welche die Ergebnisse nochmals aus einer anderen Perspektive einordnen und ergänzen. Im zweiten Arbeitsschritt wurden 36 qualitative Interviews mit Bürger*innen zu ihren Erwartungen an die ökologische Milchvieh-, Schweine- und Geflügelhaltung durchgeführt. Die Erkenntnisse dieser ersten beiden Arbeitsschritte wurden zur Erstellung von drei repräsentativen Online-Befragungen zu den folgenden Themen genutzt: „Erwartungen der Verbraucher*innen an die Schlachtung von Bio-Tieren“, „Erwartungen an und Vertrauen in die Bio-Tierhaltung“ und „Bewertung von Innovationen zur Vertrauenssteigerung in die Bio-Tierhaltung“. Die Befragungsergebnisse der ersten beiden Befragungen wurden in drei Expertenworkshops diskutiert, welche wiederum zur Erstellung der dritten Befragung dienten. Das Augenmerk lag dabei auf möglichen Kommunikationsstrategien und Maßnahmen zur Vertrauenssteigerung in die Bio-Tierhaltung.

Die abschließenden Projekterkenntnisse werden sowohl in einem Merkblatt für die Praxis als auch in einem Policy-Brief den angesprochenen Zielgruppen zur Verfügung gestellt und sind auch am Ende dieses Abschlussberichts zu finden.

2. Wissenschaftlicher und technischer Stand, an den angeknüpft wurde

Die Einstellung zu Bio-Lebensmitteln in westlichen Konsumgesellschaften überwiegt positiv (Hughner et al. 2007; Aertsens et al. 2009). Ursprünglich war die Produktion ökologischer Lebensmittel ein Gegenentwurf aus der Nische zur industriellen Landwirtschaft und Lebensmittelerzeugung. Heute bringen Konsumenten den Öko-Landbau auch mit Aspekten wie Gesundheit, Umweltschutz oder Tierschutz in Zusammenhang (von Meyer-Höfer et al. 2015). Die häufigsten Gründe für die Präferenz für Bio-Produkte sind daher auch angenommene Mehrwerte für die folgenden Bereiche: Gesundheit, Geschmack, Umweltfreundlichkeit und das Wohl der Nutztiere (Aertsens et al. 2009). Im Hinblick auf tierische Bio-Produkte stellt der Tierschutz eines der wichtigsten Kaufmotive für viele Konsument*innen dar (Hughner et al. 2007; Zander & Hamm 2009; von Meyer-Höfer et al. 2015; Lee & Yun 2015; Ökobarometer 2021). Die Erwartungen an die Bio-Tierhaltung umfassen dabei in erster Linie mehr Platz, Auslauf, einen geringeren Medikamenteneinsatz (Harper & Makatouni 2002; Schöberl 2012; Thorsøe 2014; Janssen et al. 2016) sowie kleinere Betriebsgrößen (Berlin et al. 2009; Thorsøe 2014; Meas et al. 2014; Christoph-Schulz et al. 2018). Detailliertere Erkenntnisse über die gesellschaftlichen Erwartungen an die Bio-Tierhaltung sind jedoch nur wenig bekannt.

Bei den Produktionsstandards von Bio-Produkten, wie z.B. mehr Platz bei der Haltung von Bio-Tieren oder Zugang zu Weide oder Auslauf, handelt es sich um sogenannte Vertrauensattribute, da diese von Verbraucher*innen am Endprodukt nicht überprüft werden können. Vertrauen nimmt damit bei der Vermarktung von Bio-Lebensmitteln eine zentrale Rolle ein und stellt eine essentielle Grundlage für den Kauf von Bio-Produkten dar (Pivato et al. 2008; Spiller & Cordts 2010; Nuttavuthisit & Thøgersen 2017; Hamzaoui-Essoussi et al. 2017; Vega-Zamora et al. 2019). Gleichzeitig ist ein geringer Wissensstand von Verbraucher*innen über die landwirtschaftliche Tierhaltung im Allgemeinen (Hall & Sandilands 2007; Di Pasquale et al. 2014; Sonntag et al. 2018) und über die Produktionsstandards des Ökolandbaus bekannt (Raab & Grobe 2005; Janssen & Hamm 2012; Rodríguez-Bermúdez et al. 2020). Damit gründen Verbrauchererwartungen gegenüber der Bio-Tierhaltung meist nicht auf fundiertem Wissen und realitätsnahen Vorstellungen.

Oftmals sind Verbrauchervorstellungen über die Tierhaltung geprägt von Wunschidealen und idyllischen Bildern aus Produktbewerbungen (Vanhonacker et al. 2010; Zander et al. 2013; Christoph-Schulz et al. 2018; Buddle et al. 2022). Psychologische Phänomene wie der „Halo-Effekt“ (kognitive Verzerrung durch Übertragung positiver Wahrnehmungen auf andere, weniger bekannte Bereiche) (von Meyer-Höfer et al. 2015) oder die „selective exposure theory“ (Fokussierung auf Informationen, die mit der eigenen Überzeugung übereinstimmen) (Westerwick et al. 2016; Thorsøe et al. 2016) können hohe Erwartungen zudem weiter stärken. In der Literatur wird dieser Umstand als expectation- oder reality-gap diskutiert (Aarset et al., 2004; von Meyer-Höfer et al., 2015; Torjusen et al., 2004). Die Gefahr besteht darin, dass Verbraucher*innen zum Teil zu hohe oder unerfüllbare Erwartungen an die aktuellen Bio-Standards sowie Tierhaltungspraktiken haben und sich beim Bewusstwerden darüber enttäuscht zeigen oder im schlimmsten Fall getäuscht vorkommen (Torjusen et al., 2004). Dies wiederum kann zu Misstrauen und Vertrauensverlusten gegenüber dem Sektor führen (Möllering 2008). Auch ein geringer Kenntnisstand über die Bio-Tierhaltung kann Misstrauen begünstigen (Faltins 2010). Zudem ist ein hohes Wissen über Bio-Lebensmittel, und im Speziellen über die Vorzüge der Bio-Tierhaltung, ein wichtiger Punkt in der Konsumentenbindung. Studien zeigen, dass ein hohes Wissen mit einem höheren Vertrauen und einem höheren Bio-Konsum korreliert ist (Van Loo et al. 2013; Rodríguez-Bermúdez et al. 2020; Di Guida et al. 2021). Zudem führt fehlendes Wissen über bereits bestehende positive Aspekte der Bio-Tierhaltung, wie bspw. das Vorhandensein von Bestandsgrenzen, dazu, dass mögliche Kaufmotive nicht bedient werden. Ein gewisses Maß an Kenntnissen über die Bio-Tierhaltung ist insbesondere zur Generierung von wahrgenommenen Mehrwerten von Bio-Produkten, und einer damit einhergehenden Rechtfertigung des hohen Preisabstands zu konventioneller Ware, von Bedeutung.

Die Bio-Branche und insbesondere die Bio-Tierhaltung steht damit vor der schwierigen Aufgabe, das Spannungsfeld von hohen Verbrauchererwartungen, wenig Wissen und in der Realität bestehenden Herausforderungen wie eine hohe Tiergesundheit oder die Einführung von Regelungen für Transport und Schlachtung von Bio-Tieren in Einklang zu bringen. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund einer angestrebten Ausdehnung der Bio-Landwirtschaft und Gewinnung neuer Kund*innen relevant. Ziel des Projektes war es daher, Erwartungs-Realitäts-Lücken aus Konsumentenperspektive zu identifizieren sowie Strategien zu einer vertrauensvollen Verbraucherkommunikation zu entwickeln, um das Vertrauen in die Bio-Tierhaltung langfristig zu sichern und weiter zu stärken.

3. Material und Methoden

Um die Erwartungen an die Bio-Tierhaltung sowie das Vertrauen von Bürger*innen in die Bio-Tierhaltung möglichst umfassend zu erheben, wurde ein Methoden-Mix als Ansatz gewählt. In einem ersten Schritt wurde mittels einer umfassenden Literaturrecherche (Hotspotanalyse) und Expertengesprächen Nachhaltigkeitsschwachstellen in der Bio-Geflügelhaltung ermittelt. Diese identifizierten Hotspots in Bezug auf die Nachhaltigkeit, aber auch im Hinblick auf ein potenzielles Vertrauensrisiko bei Verbraucher*innen bildeten die Grundlage für die qualitativen Bürgerinterviews. Anhand von leitfadengestützten Interviews wurden insgesamt 36 Bürger*innen zu ihrer Einstellung, ihren Erwartungen sowie ihrem Vertrauen in Bezug auf die Bio-Geflügelhaltung, Bio-Schweinehaltung und Bio-Milchviehhaltung erhoben. Die Ergebnisse dieser qualitativen Erhebungen wurden zur Konzeption von vier quantitativen Online-Befragungen herangezogen. Diese quantitativen Befragungen wurden mit Hilfe von Panel-Anbietern durchgeführt, um eine annähernde Repräsentativität im Hinblick auf die deutsche Grundgesamtheit zu erhalten und damit die Aussagekraft der erhobenen Daten zu verbessern. Die Erkenntnisse aus den qualitativen und quantitativen Erhebungen wurden im Rahmen dreier Expertenworkshops mit Expert*innen aus Wissenschaft, Praxis und Vertreter*innen der Bio-Branche wie Verbandsmitgliedern diskutiert, um aus den Ergebnissen ein umfassendes Vertrauensmarketingkonzept für die Bio-Branche ableiten zu können. Das detaillierte methodische Vorgehen der einzelnen Erhebung ist im jeweiligen Teil im Kapitel „Methodik und Vorgehen“ nochmals genauer beschrieben.

In den folgenden Kapiteln werden die Ergebnisse der einzelnen Projektschritte im Detail vorgestellt.

4. Ausführliche Beschreibung der wichtigsten Ergebnisse

4.1 Hotspot Analyse und Experteninterviews

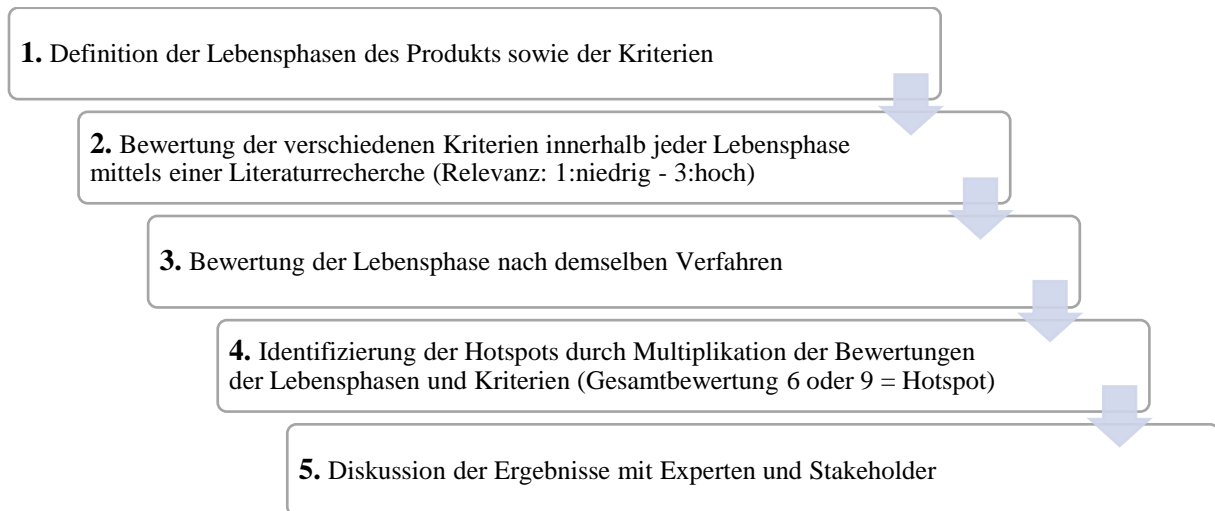
4.1.1 Problemstellung und Zielsetzung

Der in den letzten Jahrzehnten vollzogene Wandel in der Wahrnehmung von Tieren führt in der Gesellschaft zu höheren Bedenken und Anforderungen an das Wohlergehen von Nutztieren. (Otterstedt 2012; BMEL 2014; WBA 2015; Busch et al. 2015). Die Auswirkungen der zunehmenden Tierschutzbedenken in der Gesellschaft spiegeln sich in der Ablehnung lange etablierter gängiger Praktiken wie der Tötung männlicher Eintagsküken von Legehennen, der Kastration von Ferkeln ohne Betäubung oder nicht kurativen Eingriffen wie dem Schnabelkürzen wider, die derzeit Gegenstand öffentlicher Diskussionen sind (Zander et al. 2013; Busse et al. 2019). Insbesondere für Verbraucher*innen von tierischen Bio-Produkten ist das Tierwohl einer der Hauptgründe, Bio zu kaufen (Zander & Hamm 2009; von Meyer-Höfer et al. 2015; Lee & Yun 2015; Ökobarometer 2021). Die meisten Merkmale von Bio-Produkten, wie beispielsweise höhere Tierhaltungsstandards, können von Verbraucher*innen nicht selbst überprüft werden. Es handelt sich um sogenannte Vertrauenseigenschaften (Dahlhausen et al. 2018) weshalb Vertrauen für den Kauf von ökologisch erzeugten Produkten von großer Bedeutung ist (Pivato et al. 2008; Spiller & Codts 2010; Nuttavuthisit & Thøgersen 2017). Die Identifizierung von kritischen Punkten in Bezug auf Nachhaltigkeitsschwachstellen (bezogen auf ökologische, soziale und Tierschutzaspekte) ist daher für die Bio-Branche von hoher Bedeutung, um den eigenen und gesellschaftlichen Ansprüchen an eine nachhaltigere Tierhaltung gerecht zu werden. Zur Identifikation von Nachhaltigkeitsschwachstellen als mögliche Vertrauensrisiken in der Bio-Nutztierhaltung wurde im ersten Arbeitsschritt eine umfangreiche Literaturrecherche mittels einer Hotspotanalyse durchgeführt.

4.1.2 Methodik und Vorgehen

Die Hotspotanalyse hat zum Ziel, die Nachhaltigkeit eines Produktes entlang dessen gesamten Produktionsprozesses anhand einer Literaturrecherche zu untersuchen und zu bewerten (Wallbaum & Kummer 2006; Bienge et al. 2009; Liedtke et al. 2010). Hierzu wird das zu untersuchende Produkt in verschiedene Lebensphasen eingeteilt, welche dann anhand ökologischer und sozialer Kriterien und in diesem speziellen Fall mit dem Kriterium Tierschutz untersucht und bewertet werden. Abbildung 2 zeigt die einzelnen Schritte einer Hotspotanalyse.

Abbildung 2: Allgemeine Vorgehensweise der Hotspotanalyse nach Wallbaum & Kummer 2006; Liedtke et al. 2010; Schmitt & Hamer 2018



Die Lebensphasen der ökologischen Geflügelhaltung wurden wie folgt festgelegt: Zucht, Haltung, Fütterung, Tiergesundheit, Transport und Schlachtung. Jede dieser Lebensphasen wurde anhand der oben beschriebenen Kriterien-Kategorien untersucht. Tabelle 1 gibt eine Übersicht über die einzelnen Kriterien.

Tabelle 1: Kriterien nach Bienge et al. (2009), mit Anpassungen für die ökologische Legehennenhaltung, unterschieden nach drei Kategorien: ökologische Kriterien, soziale Kriterien und Tierschutz

Ökologische Kriterien	Soziale Kriterien	Tierschutz
Verwendete Rassen/genetische Linien, Materialien Verwendete Rassen/genetische Linien, Zuchtverfahren, Materialien	Arbeitsbedingungen Arbeitszeiten, Verträge, Unterkunft, Arbeitssicherheit	Tierwohl Tiergesundheit und Wohlbefinden
Energie Elektrizität, Energiegehalt von Futtermitteln	Soziale Stabilität Soziale Sicherheit, Versicherung	Tierschutz Einhaltung der bestehenden Vorschriften
Treibhausgasemissionen Kohlendioxid, Methan, Lachgas	Bildung und Ausbildung qualifizierte Arbeitskräfte, Know-how, Bildung	
Wasserverbrauch Wasserbedarf	Gesundheit am Arbeitsplatz Hygiene, Kontakt mit Schadstoffen und Krankheitserregern	
Landverbrauch Landbedarf	Rechte der Menschen Ausbeutung, Diskriminierung	
Biodiversität	Einkommen	

Diversität von Arten und Genetik	Ausreichendes Einkommen, Mindestlohn
Wasser-, Boden- und Luftemissionen Nitrat, Dünger, Chemikalien, Geruch, Staub, Methan	Gesundheit der Verbraucher*innen Produktsicherheit, Kontamination mit Krankheitserregern, Transparenz
Abfall, Nebenerzeugnisse unbrauchbare Produkte	Qualität des Produkts Geschmack, Geruch, Inhaltsstoffe, Konsistenz, Aussehen, Haltbarkeit

Die einzelnen Kriterien werden innerhalb der jeweiligen Lebensphase mittels einer Literaturrecherche gewichtet. Dazu werden den Kriterien Werte zwischen 1 und 3 zugewiesen, wobei ein hoher Wert eine erhöhte Relevanz im Hinblick auf Nachhaltigkeitsschwachstellen symbolisiert.

1. Keine erhöhte Relevanz erkennbar
2. Erhöhte Relevanz, es bestehen Probleme, jedoch auch einige Vorteile oder Lösungsansätze
3. Hohe Relevanz erkennbar, es bestehen Schwachpunkte

Anschließend werden die Lebensphasen nach demselben Prinzip gewichtet. Zur Visualisierung der Hotspots werden die Gewichtungen der Kriterien und Lebensphasen miteinander multipliziert. Dabei charakterisieren Werte von 6 und 9 einen Hotspot, während Werte darunter als irrelevant betrachtet werden.

Nachdem die Hotspots mittels Literaturrecherche identifiziert wurden, wurden die Ergebnisse mit Expert*innen und Stakeholdern diskutiert und abgestimmt. Dieser Schritt ist wichtig, um den subjektiven Einfluss des Autors bei den Gewichtungen zu minimieren und um eine bessere Einordnung der Ergebnisse gewährleisten zu können (Schmitt & Hamer 2018). Insgesamt wurden neun Expert*innen interviewt. Diese können den Bereichen: Wissenschaft, Praxis (Landwirte, Berater) und Meinungsführern (Journalisten, Autoren, Politiker) zugeordnet werden. Pro Bereich wurden jeweils drei Expert*innen per Zoom interviewt. Zu Beginn des Gesprächs wurden die Ergebnisse der Hotspot Analyse präsentiert und anschließend folgende Leitfragen gestellt:

1. Würden Sie eine der Bewertungen ändern? Haben wir einen wichtigen Punkt übersehen?
2. Welche Hotspots würden Sie als mögliche Risikobereiche, die zu einem Vertrauensverlust bei Verbraucher*innen führen könnten, einstufen?

Die Geflügelhaltung wurde gewählt, da hier aufgrund der hohen Spezialisierung in der Zucht und der Haltung im Vergleich zu anderen Tierarten die meisten Herausforderungen und Probleme zu erwarten waren. Die identifizierten Hotspots der ökologischen Geflügelhaltung können jedoch auch weitestgehend auf die Tierarten Rind und Schwein übertragen werden, auch wenn sie hier in einigen Bereichen etwas anders gelagert bzw. gewichtet sind.

4.1.3 Ergebnisse und Diskussion

Als Nachhaltigkeits-Hotspots konnten folgende Bereiche identifiziert werden:

Tabelle 2: Identifizierte Nachhaltigkeitsschwachstellen in der ökologischen Geflügelhaltung

Lebensphase	Zucht	Haltung	Fütterung	Tiergesundheit	Transport	Schlachtung
Ökologische Kriterien						
Verwendete Rassen/genetische Linien, Materialien	Züchtungsprozess: Monopolisierungstendenzen, Abhängigkeit	-	-	Eingesetzte Rassen/Herkünfte	Eingesetzte Fahrzeuge, Planung	Eingesetzte Geräte/Schulung
Energie	-	-	-	-	-	-
THG-Emissionen	-	-	-	-	-	-
Wasserverbrauch	-	-	-	-	-	Hoher Wasserverbrauch
Luftemissionen	-	-	-	-	-	-
Landnutzung	Zweintutzungshuhn Höherer Ressourcenbedarf	-	Höherer Ressourcenbedarf	-	-	-
Biodiversität	Verlust genetischer Vielfalt	-	-	-	-	-
Abfall „Nebenerzeugnisse“	Männliche Tiere	-	-	-	-	-
Wasseremissionen	-	Punktuell hohe N-Einträge*	-	-	-	Hohe Wasserverschmutzung
Bodenemissionen	-	-	-	-	-	-
	Zucht	Haltung	Fütterung	Tiergesundheit	Transport	Schlachtung
Soziale Kriterien						
Arbeitsbedingungen	-	-	-	-	-	Durch Werkverträgen → systematische Ausbeutung der Arbeitskräfte
Soziale Sicherheit	-	-	-	-	-	
Arbeitsgesundheit	-	-	-	-	-	
Menschenrechte	-	-	-	-	-	
Einkommen	-	-	-	-	-	
Aus-/Weiterbildung	-	-	-	Wichtig um Tiergesundheit und Tierschutz zu verbessern		
Verbrauchergesundheit	-	-	-	-	-	-
Produktqualität	-	-	-	-	Minderung durch Verletzungen und Stress	

Tierschutz/Tierwohl						
Tierschutz	-	-	-	-	Verstöße TierSchTrV	Verstöße gegen TierSchlV
Tierwohl	Zuchtbedingte Gesundheitsstörungen, Tötung männlicher Küken	-	-	Bei Geflügel gleiches/ teils schlechteres Gesundheitsniveau	-	-

* Bereiche, die beispielsweise aufgrund der niedrigen Bewertung der Lebensphase keinen Hotspot darstellen, jedoch durchaus als Problembereiche wahrzunehmen sind. ** Am 1. Januar 2021 trat das Arbeitsschutzkontrollgesetz in Kraft, welches Werkverträge bei der Schlachtung und Zerlegung in der Fleischindustrie verbietet.

Problembereiche in Bezug auf die Nachhaltigkeit bestehen vor allem in Bereichen, wo sich die ökologische Nutztierhaltung nicht genug von der konventionellen Landwirtschaft abgrenzen kann, wie zum Beispiel in der Zucht (Einsatz spezialisierter, hochleistender Herkünfte) sowie bei Transport und Schlachtung (teils gravierende Missstände, keine Unterschiede zwischen ökologisch & konventionell). Des Weiteren können insbesondere Thematiken, die öffentlich diskutiert werden, wie das Töten männlicher Legehühner (wurde in Deutschland 2022 verboten) oder eine kurze Nutzungsdauer von Milchkühen, ein potenzielles Vertrauensrisiko darstellen (Vertrauensverlust durch fehlende Abgrenzung). Auch in der Tierhaltung und Tiergesundheit konnten Bereiche identifiziert werden, die ein potentielles Vertrauensrisiko darstellen. Grundsätzlich wird die ökologische Nutztierhaltung mit einem höheren Tierwohlniveau in Verbindung gebracht, was auch mit entsprechenden gesellschaftlichen Erwartungen einhergeht. Die Ergebnisse der Hotspotanalyse zeigen, dass es auch bei der ökologischen Nutztierhaltung Defizite in der Tiergesundheit gibt und das Gesundheitsniveau zumindest in einigen Bereichen kaum besser ist als in der konventionellen Nutztierhaltung. Auch teils große Herden- und Betriebsgrößen können im Gegensatz zu Verbrauchererwartungen stehen. Dies kann zu einem Reputationsrisiko werden (Vertrauensverlust durch enttäuschte Erwartungen).

Die Ergebnisse der Hotspotanalyse wurden anschließend mit 9 Expert*innen aus Wissenschaft, Praxis und Meinungsführern diskutiert. Insgesamt decken sich die durch die Literaturrecherche ermittelten Hotspots gut mit den Meinungen der Expert*innen. Auch die Expert*innen sahen insbesondere die vor- und nachgelagerten Bereiche als Hotspots und als mögliche Risikopunkte für einen potenziellen Vertrauensverlust bzw. enttäuschte Verbrauchererwartungen.

Im Folgenden werden einige Handlungsempfehlungen für die identifizierten Hotspots diskutiert.

Aufgrund wirtschaftlicher und struktureller Abhängigkeiten ist es für die ökologische Tierhaltung vor allem in den vor- und nachgelagerten Bereichen (Zucht/Transport und Schlachtung) schwierig, die eigenen Forderungen in die Praxis umzusetzen. Es gibt aber einige vielversprechende Ansätze, um bestehende Probleme zu umgehen, wie die Ökologische Tierzucht GmbH, RegioHuhn, ÖkoGen oder alternative Schlachtmethoden. Darüber hinaus ist der ökologische Landbau Vorreiter im Bereich der Betriebskontrolle mit der Entwicklung und Anwendung von tierbezogenen Indikatoren zur Messung des Tierwohls (AG Tierwohl 2014). Diese Initiativen sollten im Interesse des Tierschutzes und zur Verbesserung der Glaubwürdigkeit des Ökolandbaus weiterverfolgt und ausgebaut werden.

Im Hinblick auf einige Schwachstellen in den Bereichen Haltung, Fütterung und Tiergesundheit könnte eine Anpassung der EU-Verordnungen für den ökologischen Landbau einige bestehende Herausforderungen verringern. Zum einen wäre eine deutlich strengere Begrenzung der Tierzahlen im Geflügelbereich denkbar, da hier zum Teil sehr große Bestände vorhanden sind, die mit der Idee der ökologischen Geflügelhaltung nur schwer zu vereinbaren sind. Andererseits wären die Lockerung der Anforderungen an synthetisch hergestelltes Methionin in der Fütterung und die Abschaffung der maximalen medizinischen Behandlungshäufigkeit eines Tieres denkbare Ansätze, um eine tierschutzgerechte Haltung und Fütterung zu ermöglichen. Darüber hinaus sollten die derzeit fast vollständig fehlenden Regelungen für Transport und Schlachtung in der Bio-Verordnung angepasst werden. Aufgrund der derzeit weit verbreiteten Missstände in Bezug auf Arbeit- und Tierschutz bei Transport und Schlachtung sollte die Bio-Branche insgesamt diesen Bereichen mehr Aufmerksamkeit schenken. Die in den Richtlinien der Öko-Verbände genannten Regelungen einer maximalen Transportentfernung von 200 km und einer Dauer von 4 Stunden könnten auch in die EU-Verordnung für ökologisch gehaltene Tiere aufgenommen werden. Da es nicht jedem Biobetrieb möglich ist, in diesem Radius einen geeigneten Schlachthof zu finden, sollten Ausnahmen möglich sein. Darüber hinaus wäre eine Verknüpfung der Bio-Zertifizierung eines Schlachthofes mit Tierschutzstandards bei der Schlachtung als konsequenter Schritt zu empfehlen. Aufgrund von Konzentrationsprozessen in der Schlachtbranche und einem Mangel an regionalen Schlachtstätten ist dies in der Praxis wahrscheinlich mit größeren Herausforderungen verbunden. Die derzeitige Bio-Zertifizierung, die sich nur auf die getrennte Verarbeitung und Kennzeichnung bezieht, kann jedoch leicht zu Missverständnissen bei Verbraucher*innen führen. Hier ist auch die Politik gefragt, zur Verkürzung der Transportwege sollte der fortschreitenden Zentralisierung in der Schlachtindustrie entgegengewirkt werden.

Auch alternative Schlachtmethoden, wie die Weide- oder die Hofschlachtung, als besonders tierfreundliche Schlachtsysteme sollten von der Politik stärker unterstützt werden. Für die Durchführung dieser alternativen Schlachtsysteme ist ein möglichst betriebsnaher Schlachthof eine Grundvoraussetzung. Des Weiteren sollten bestehende Tierschutzregelungen bei Transport und Schlachtung konsequent sichergestellt werden und einige Regelungen im Sinne des Tierschutzes, beispielsweise Transportdauer oder zulässige Höchsttemperaturen beim Transport angepasst werden (Deutscher Tierschutzbund o.J.; Höfken 2018). Im Hinblick auf die Arbeitsbedingungen am Schlachthof kann das Verbot von Werkverträgen in der Fleischindustrie als ein erster Schritt zur Verbesserung gesehen werden. Die Politik sollte jedoch sicherstellen, dass sich die Arbeitsbedingungen langfristig und grundlegend verbessern. Im Hinblick auf die Ausweitung des Ökolandbaus (Ziel: 20 % Ökolandbau bis 2030) sollte auch die Forschung für den Ökolandbau stärker gefördert werden. Im Vergleich zur konventionellen Landwirtschaft besteht hier ein hohes Forschungsdefizit hinsichtlich geeigneter Sorten, Anbaumethoden, Haltungsverfahren und Technologien.

Kernergebnisse:

Mögliche Risikopunkte für einen Vertrauensverlust der Verbraucher*innen in die ökologische Geflügelhaltung liegen vor allem in den Bereichen vor, wo sich die **ökologische Tierhaltung nicht** genug von der konventionellen Landwirtschaft **abgrenzen** kann, also insbesondere:

- Zucht (Einsatz spezialisierter, hochleistender Herkünfte, kurze Nutzungsdauer)
- Transport/Schlachtung (teils gravierende Missstände, meist keine Unterschiede zwischen Öko & konventionell)

Es besteht die Gefahr des Vertrauensverlusts durch enttäuschte Erwartungen (Expectation – Perception), da Tierwohl ein zentraler Treiber des Bio-Konsums ist. Identifizierte potentielle Problembereiche:

- Wenn es zu Defiziten im Bereich der Tiergesundheit kommt
 - Betriebs- bzw. Herdengrößen werden als „zu groß“ wahrgenommen
- Gefahr des Vertrauensverlusts durch fehlende Abgrenzung und Enttäuschung

- Die Hotspotanalyse für die ökologische Geflügelhaltung wurde auf Organic Eprints veröffentlicht und kann unter folgendem Link abgerufen werden:
https://orgprints.org/id/eprint/37289/1/HSA_%C3%B6kologische%20Gefl%C3%BCgelhaltung.pdf.

- Ein englischsprachiger Fachartikel wurde in der wissenschaftlichen Zeitschrift Organic Agriculture veröffentlicht: *Hotspot analysis for organic laying hen husbandry—identification of sustainability problems as potential risk points to lose consumers' trust*. Organic Agriculture (2023) 13:261–292.
<https://doi.org/10.1007/s13165-023-00426-5>

4.2 Was erwarten Bürger*innen von der Bio-Tierhaltung (qualitative Interviews)

4.2.1 Problemstellung und Zielsetzung

Die landwirtschaftliche Nutztierhaltung ist in der Öffentlichkeit häufig einem kritischen Diskurs ausgesetzt, in dem politische, mediale und vor allem gesellschaftliche Dimensionen aufeinandertreffen und an Relevanz gewinnen (Heise & Theuvsen 2015). Die Nutztierhaltung dient nicht mehr allein der Lebensmittelerzeugung, sondern der Umgang und die Haltung der Tiere werden vermehrt von der breiten Öffentlichkeit moralisch und ethisch hinterfragt. Aufgrund dessen und durch die wachsenden gesellschaftlichen Anforderungen an die verschiedenen Haltungssysteme sieht sich die landwirtschaftliche Branche mit hohen gesellschaftlichen Erwartungen konfrontiert. Die von der Gesellschaft erwünschten Forderungen und Erwartungen beziehen sich dabei hauptsächlich auf eine angemessene Platzverfügbarkeit sowie auf eine tägliche Auslaufmöglichkeit, damit das natürliche Verhalten der Nutztiere ausgelebt werden kann (Sonntag 2017).

Intensive Nutztierhaltungssysteme sehen sich schon längere Zeit mit einem anhaltendem Akzeptanzverlust konfrontiert (Sonntag 2017). Die ökologische Tierhaltung mit ihren vergleichsweise hohen Haltungsstandards stehen eher im Einklang mit den gesellschaftlichen Erwartungen an eine tiergerechte Nutztierhaltung. Doch derzeit ist wenig über die konkrete Erwartungshaltung von Bürger*innen an verschiedene Phasen ökologischer Haltungssysteme bekannt. Mittels qualitativer Bürgerinterviews wurde diese Frage im 1. und 2. Projektjahr beantwortet. Dabei war es das Ziel, die gesellschaftlichen Erwartungen speziell an die ökologischen Milchvieh-, Geflügel- und Schweinehaltung zu ermitteln sowie mögliche Verbesserungspotenziale auszumachen und ein umfassendes entsprechendes Konzept zur Steigerung der Akzeptanz für ökologische Milchvieh-, Geflügel- und Schweinehaltungssystem zu entwickeln. Gegenstand der Untersuchung waren dabei die verschiedenen Ansichten und Einstellungen der Proband*innen, welche auch als Grundlage für weitere quantitative Befragungen dienten.

4.2.2 Methodik und Vorgehen

Um ein tieferes Verständnis für die Erwartungen der Bürger an die ökologische Tierhaltung zu bekommen, wurde ein qualitativer Ansatz gewählt. Insbesondere zu den Themen Transport und Schlachtung von Tieren wurde bisher wenig geforscht, sodass offene und vertiefende Interviews die beste Wahl sind, um erste Erkenntnisse zu gewinnen.

Die Stichprobe der Bürgerinterviews umfasste jeweils zwölf Teilnehmer pro Tierart. Die Auswahlkriterien basierten auf Geschlecht, Alter, Beruf und Ernährung. Es wurde darauf geachtet, dass je sechs Teilnehmer tierische Produkte konsumieren und sich sechs Probanden vegetarisch oder vegan ernähren. Vegetarier und Veganer wurden mitberücksichtigt, da sie häufig für einen alternativen und veränderten Umgang mit Tieren stehen (De Backer & Hudders 2015). So war es möglich, auch kritischere Perspektiven zu erfassen. Darüber hinaus wurden nur Personen befragt, die zumindest gelegentlich Bio-Lebensmittel kaufen und konsumieren. Tabelle 3 zeigt alle befragten Personen und gibt Auskunft über die Auswahlkriterien.

Tabelle 3: Stichprobenbeschreibung der Bürgerinterviews

Tierart	Identität	Geschlecht	Alter	Position	Ernährungsweise
Milchvieh	M1	männlich	71	Pensionierter Postbeamter	Konsument tierischer Produkte
	M2	weiblich	23	Studentin	Konsument tierischer Produkte
	M3	männlich	29	Krankenpfleger	Konsument tierischer Produkte
	M4	weiblich	60	Lehrerin	Konsument tierischer Produkte
	M5	männlich	64	Pensionierter Pharmazeut	Konsument tierischer Produkte
	M6	männlich	73	Pensionierter Lehrer	Konsument tierischer Produkte
	M7	weiblich	24	Studentin	Vegetarisch
	M8	weiblich	23	Studentin	Vegetarisch
	M9	weiblich	24	Studentin	Vegan
	M10	weiblich	22	Studentin	Vegetarisch
	M11	weiblich	26	Referendarin	Vegan
	M12	weiblich	23	Studentin	Vegetarisch
Geflügel	G1	weiblich	55	Selbstständig (Klangtherapeutin)	Konsument tierischer Produkte
	G2	männlich	72	Pensionierter Account-Manager und Diakon	Konsument tierischer Produkte
	G3	weiblich	44	Thermomix-Beraterin	Konsument tierischer Produkte

Schwein	G4	männlich	22	Student	Konsument tierischer Produkte
	G5	männlich	35	Regionalmanager	Konsument tierischer Produkte
	G6	weiblich	24	Studentin	Konsument tierischer Produkte
	G7	weiblich	20	Studentin	Vegetarisch
	G8	weiblich	23	Studentin	Vegetarisch
	G9	männlich	29	Mitarbeiter in einem Kletterpark	Vegan
	G10	weiblich	30	Umweltwissenschaftlerin	Vegan
	G11	weiblich	24	Studentin	Vegetarisch
	G12	weiblich	26	Qualitätsmanagerin	Vegetarisch
	S1	männlich	22	Student	Konsument tierischer Produkte
	S2	männlich	65	Arzt	Konsument tierischer Produkte
	S3	männlich	55	Betriebsleiter in der chemischen Industrie	Konsument tierischer Produkte
	S4	weiblich	42	Lehrerin	Konsument tierischer Produkte
	S5	weiblich	63	Sozialpädagogin	Konsument tierischer Produkte
	S6	weiblich	23	Studentin	Konsument tierischer Produkte
	S7	weiblich	52	Verwaltungskraft: Personalbereich	Vegetarisch
	S8	männlich	44	Lehrer	Vegetarisch
	S9	weiblich	21	Ausbildung: Fachangestellte für Medien- und Informationsdienste	Vegetarisch
	S10	weiblich	20	Studentin	Vegetarisch
	S11	weiblich	26	Hebamme	Vegetarisch
S12	weiblich	40	Bürokauffrau	Vegetarisch	

Die jeweils zwölf leitfadengestützten Interviews wurden im 1. und 2. Projektjahr durchgeführt. Aufgrund der zu dieser Zeit herrschenden COVID-19 Pandemie erfolgten die Interviews ausschließlich online über ZOOM. Ein Interviewleitfaden wurde entwickelt, um möglichst vergleichbare Antworten zu erhalten und um die Ergebnisse im Anschluss möglichst einheitlich analysieren und diskutieren zu können.

Der Interviewleitfaden gliederte sich in folgende Bereiche: Einführung, Tiergesundheit und Wohlbefinden, Züchtung, Transport und Schlachtung, Abschluss.

Die Datenauswertung wurde mittels qualitativer Inhaltsanalyse durchgeführt. Dabei ist das Ziel, das erhobene Kommunikationsmaterial (hier: Transkripte) systematisch zu bearbeiten und auszuwerten (Mayring 2004). Die Analyse der qualitativ durchgeführten Bürgerinterviews orientierte sich an der Strukturierung von Mayring (2015), wobei bestimmte gesprochene Aspekte herausgearbeitet werden, sodass diese im Anschluss kategorisiert und untersucht werden können (Mayring 2015).

4.2.3 Ergebnisse

Allgemein

Das Gesamtwissen über die ökologische Tierhaltung kann als eher oberflächlich eingestuft werden, da die meisten Befragten zwar einige richtige Aspekte nennen konnten, aber oft kein tieferes oder detailliertes Wissen vorhanden war. Die meisten Bürger*innen gehen davon aus, dass ökologische Haltungssysteme mehr Platz und Auslauf für die Tiere bieten, wobei die meisten von ihnen recht unsicher waren: *„Also ich kann mir nur vorstellen, dass bei der ökologischen Milchviehhaltung vielleicht darauf geachtet wird, dass die Tiere etwas mehr Platz haben, etwas mehr Freilauf haben und dass die Futtermittel andere sind.“* (M9) oder *„Sehr, sehr wenig. Also wie gesagt, meine Vermutung ist, dass es vielleicht ein anderes Futter gibt oder so.“* (G8). Elf der 36 Befragten gaben an, dass sie *„[...] nicht sehr viel oder gar nichts darüber wissen“* (vgl. S8). Insgesamt erwarten jedoch alle Befragten, dass *„die ökologische [Milch-]Produktion besser ist“* (M2) als die konventionelle, auch wenn sie keine Unterschiede benennen konnten.

Die am häufigsten genannten Aspekte, die die Bürger*innen von der ökologischen Tierhaltung erwarten, sind ein besseres Wohlergehen der Tiere (Geflügel n=9, Milchvieh n=9, Schweine n=9 (einschließlich: mehr Platz, Bewegungsfreiheit usw.)), Umweltschutz (Geflügel n=3, Milchvieh n=4, Schweine n=1), geringerer Einsatz von Medikamenten, insbesondere Antibiotika (Geflügel n=4, Milchprodukte n=3, Schweine n=3) und damit auch gesündere Produkte mit einem besseren Geschmack, wie G4 zusammenfasst:

„Dass es [die ökologische Tierhaltung] umweltfreundlicher, tierfreundlicher, gesünder für Mensch und Tier ist, dass nicht so viele Medikamente verwendet werden.“

Tiergesundheit und Wohlbefinden

Alle Befragten gehen davon aus, dass Tiere, die in Biobetrieben gehalten werden, gesünder seien. Dies hänge vor allem mit dem besseren Haltungssystem zusammen: „[...] *Auf jeden Fall. Weil ich einfach glaube, dass [eine] vernünftige Haltung der Tiere, [...], gut für die Tiere ist und auch für die Gesundheit der Tiere.*“ (M6) oder „[...] *die Art der Haltung und je artgerechter die Haltung ist, ist auch für die Tiergesundheit gut.*“ (S8). Nur fünf Befragte sind weniger überzeugt und gehen davon aus, dass „*es da in Biobetrieben eher mal Fälle gibt, als in der konventionellen Landwirtschaft, wo allen Krankheiten mit Antibiotika vorgebeugt wird.*“ (M9) oder gehen zumindest davon aus, dass sich unter den Biobetrieben auch unseriöse Betriebe befinden, wie G7: „[...] *ich denke, es gibt auch einige Ausnahmen*“. Insgesamt erwarten die Bürger*innen, unabhängig von der Tierart, zu der sie befragt wurden, eine höhere Gesundheit in Biobetrieben und damit auch einen geringeren Einsatz von Antibiotika. Allerdings wird der Einsatz nicht per se abgelehnt, wie (G2): „[...] *wenn Gefahr im Verzug ist, sollte man sofort Gegenmaßnahmen ergreifen.*“ und (S6) erklären: „*Ich glaube nicht, dass es als Präventivmaßnahme gut ist. Aber wenn es als Therapie eingesetzt wird, weil ein Tier krank ist, und zwar in der richtigen Dosierung, halte ich es für vertretbar*“. Die Befragten sehen die Notwendigkeit und plädieren klar für eine angemessene Anwendung der Medikamente.

Züchtung

Wenn es um die Tierzucht geht, waren die Befragten sehr unsicher und antworteten hauptsächlich, dass sie nichts über die züchterischen Aspekte und Ziele der jeweiligen Tierart wissen. Nur einige gaben an, eine Vorstellung zu haben, wie z.B. M5: „*So wie ich mir das vorstelle [...] ist es eine Steigerung der Milchproduktion. Eine Steigerung der Gesundheit, dass die Tiere nicht anfällig sind.*“ oder G5: „*Aber ich würde sagen, Produktionssteigerung, größere Eier, mehr Hühnerbrust, mehr Daunenfedern.*“. S6 erklärt auf die Frage nach der Schweineproduktion, dass die Schweine „[...] *sehr schnell zunehmen, sehr viel, so dass man sie schnell schlachten kann*“ (S6). Die Bürger*innen assoziieren mit der Zucht allgemein also vor allem eine höhere Produktionseffizienz, aber auch eine geringere gesundheitliche Anfälligkeit. Gelegentlich wurden auch kritische Produktionsmethoden genannt, wie z.B. das Töten von männlichen Küken: „*Ganz viele Küken werden geschreddert, Schnäbel werden abgeschnitten.*“ (S9) oder die Trennung von Kuh und Kalb nach der Geburt, was von den Bürger*innen als kritisch angesehen wird, denn „[...] *für das Wohlergehen der Mutterkühe ist es sehr wichtig, dass das Kalb einfach noch ein bisschen länger da bleibt*“ (M11).

Entsprechend dem geringen Wissensstand war auch die Unsicherheit bezüglich der erwarteten Unterschiede zwischen ökologischen und konventionellen Zuchtmethoden groß. Es bestand jedoch die Erwartung sowie der Wunsch, dass es Unterschiede geben sollte, insbesondere in Bezug auf die genannten kritischen Praktiken und den Leistungsdruck.

Transport und Schlachtung

Bei der Frage, ob für ökologisch und konventionell gehaltene Tiere Unterschiede bei Transport und Schlachtung zu erwarten sind, zeigt sich eine starke Heterogenität. Insbesondere bei Geflügel sind die Befragten geteilter Meinung. Drei von zwölf Befragten gehen davon aus, dass es keine Unterschiede gibt: „*Ich denke, die Anforderungen sind gleich [...]*“ (G4), während vier Befragte zwar Unterschiede erwarten und wünschen, aber unsicher sind: „*Ich weiß nicht, ob es sie gibt, aber ich denke, sie sollten. Wenn der Markt es schon nicht zulässt, dass jede Geflügelart um der Menge willen besonders behandelt wird, dann sollte es wenigstens Bio-Geflügel sein.*“ (G2). Fünf sind sich ganz sicher, dass es Unterschiede gibt „*[...] wie bei allen anderen Bio-Produkten, dass es da auf jeden Fall strengere Anforderungen gibt.*“ (G11).

In Bezug auf die Milchviehhaltung sind sich die Befragten jedoch weniger sicher, ob es Unterschiede gibt. Sieben Befragte äußern, dass der Schlachtprozess identisch ist (z.B. M3). Der Befragte M11 gibt eine sehr konkrete Antwort: „*Soweit ich weiß, [...], gibt es keine Unterschiede bei der Schlachtung. Denn sobald das Bio-Milchvieh den Hof verlässt, ist der Schlachthof, der Schlachthof*“ (M11). Im Gegensatz dazu gibt es laut drei Proband*innen Unterschiede im Schlachtprozess: Proband M6 ist „*[...] fest überzeugt [...]*“, dass es Unterschiede gibt. Diese können jedoch nicht weiter spezifiziert werden (M8).

Im Gegensatz dazu geht die Mehrheit der Befragten, die zur Schweinehaltung befragt wurden, von Unterschieden bei der Schlachtung von Bio-Tieren und konventionellen Tieren aus (n=9). Dies hängt insbesondere damit zusammen, dass das Vertrauen in die Betäubung bei der konventionellen Schlachtung gering ist (z.B. S6, S3).

Bei den zur Milchvieh- und Schweinehaltung befragten Proband*innen wurde eine Frage hinzugefügt, ob Unterschiede bei der Schlachtung von Bio- und konventionellen Tieren gewünscht seien. Die Antworten zeigen hier kein klares Bild, da es zwei nahezu identische Gruppen gibt (Milchvieh: Sieben geben an, dass es keine Unterschiede geben sollte / sechs wollen Unterschiede; Schweine: 6/6). Was sich hier abzeichnet, ist eher der Wunsch nach einem „*einmaligen Recht auf eine, ja, würdige Hinrichtung, würde ich sagen.*“ (M3).

M5 stimmt zu: „*Wenn die Schlachtung so erfolgt, dass das Tier nichts merkt, dann muss es keinen Unterschied geben.*“. Und dreimal wird die Ansicht geäußert, dass „*[...] die konventionelle Schlachtung wohl so sein sollte wie die Bio-Schlachtung.*“ (S10).

Ein einheitlicheres Bild ergab sich bei der Frage nach den Erwartungen an den Tiertransport. Für alle untersuchten Tierarten werden die im Folgenden genannten Aspekte als wichtig für das Tierwohl beim Transport angesehen. Insbesondere Platz und Transportdauer werden als wichtige Aspekte für einen tierschutzgerechten Transport gesehen (G4; G8; G7; G10; S8). Weiterhin sei die Versorgung während des Transports mit (G9), „[...] *Wasser, Futter* [...]“ (G10; S1) sowie „[...] *ausreichend Futter* [...]“ (G12) und „[...] *ausreichend Sauerstoff* [...]“ (S6; M4; G5; G2) gewünscht und „[...] *dass der Transport auch gekühlt ist* [...]“ (M7) wird oft als Voraussetzung für einen guten Transport genannt. Darüber hinaus sollen die Tiere möglichst stressfrei transportiert werden (S11; G1). G2 fasst die Anforderungen wie folgt zusammen: „*Vernünftige Fahrzeuge, gut klimatisierte Fahrzeuge, nicht zu lange Strecken, nicht zu viele Tiere pro Quadratmeter [...], eben stressmindernde Transportformen.*“ (G2). Einige Befragte geben an, dass nur die Vermeidung von Tiertransporten tierschutzkonform ist (G1; G11).

Die EU-Öko-Verordnung (EU-Öko-Verordnung 2018) schreibt vor, dass Leiden, Schmerzen und Stress der Tiere während ihres gesamten Lebens und bei der Schlachtung vermieden und minimiert werden sollen. Außerdem soll die Dauer der Tiertransporte so kurz wie möglich gehalten werden. Die meisten Befragten sind sich einig, dass dies „[...] *im Prinzip gut und lobenswert* [...]“ (G8) klingt. Jedoch sind die meisten Proband*innen skeptisch und beschreiben es als „[...] *flexibel* [...]“ (G5), „[...] *oberflächlich* [...]“ (G4) und „[...] *noch zu offen*“ (G12). S8 fasst es wie folgt zusammen: „*Das ist sicherlich richtig. Aber es ist sicherlich nicht gut definiert und beschrieben. Aber es sind sicherlich [...] genug Schlupflöcher offen gelassen, um das immer wieder gezielt zu umgehen.*“.

Darüber hinaus spricht sich die Mehrheit (jeweils sechs der Befragten pro Tierart) für eine sehr kurze Transportzeit von einer halben bis maximal einer Stunde aus (S5; S3; M2; M12; G6; G1; G11). Personen, die sich für eine sehr kurze Transportzeit aussprechen, scheinen sich teilweise bewusst zu sein, dass dies schwierig sein könnte: „*was vielleicht total unrealistisch ist* [...]“ (S2). Und einige äußern den Wunsch nach einer Hof- bzw. Weideschlachtung oder in einer nahegelegenen Schlachtereier (M1).

Tierartsspezifische Fragen – kritische Praktiken

Neben allgemeineren Themen wurden die Befragten auch nach ihren Erwartungen in Bezug auf die Durchführung tierartsspezifischer Praktiken gefragt, die in der Öffentlichkeit kritisiert werden. Ziel war es, herauszufinden, ob Verbraucher*innen derzeit wissen oder vermuten, dass diese Methoden auch in der ökologischen Tierhaltung angewendet werden. Dies gibt einen weiteren Einblick in die aktuelle Wahrnehmung der ökologischen Tierhaltung und zeigt mögliche Bereiche auf, in denen Vertrauen verloren gehen kann, wenn Realität und Erwartungen nicht übereinstimmen.

Geflügelhaltung

Für die Geflügelproduktion wurde der Fall der Tötung männlicher Eintagsküken gewählt. Die Interviews wurden 2021 durchgeführt und das Töten männlicher Eintagsküken wurde im Jahr 2022 verboten (BMEL 2022). Die Ergebnisse zeigen, dass sechs Befragte davon ausgehen, dass auch Bio-Küken getötet werden (G8; G7, G6). Nur ein Befragter geht davon aus, dass *„die männlichen Tiere für die spätere Schlachtung und den Verzehr aufgezogen werden“* (G2) und die Tötung als Eintagsküken daher entfällt. Die übrigen Teilnehmer*innen sind unsicher, hoffen aber, dass dies nicht der Fall ist: *„Ich hoffe nicht“* (G11) und *„Ich weiß nicht, es sollte eigentlich nicht passieren, aber ich könnte es mir trotzdem vorstellen, denn schließlich geht es ja um Geld“*. (G4).

Die Teilnehmer*innen wurden auch gebeten, Lösungsvorschläge zu machen. Zwei Teilnehmer*innen nannten die frühzeitige Erkennung des Geschlechts vor dem Schlüpfen (G9; G10): *„Man kann versuchen, das Geschlecht im Ei zu erkennen und es zum frühestmöglichen Zeitpunkt abzutreiben, d.h. das Ei zu entsorgen.“* (G10). Andere Teilnehmer sehen keine direkte Lösung: *„Natürlich denke ich, dass man etwas dagegen tun muss, aber ich muss sagen, dass ich es schwierig finde, selbst eine Lösung zu finden.“* (G6). Es besteht jedoch der Wunsch, *„[...] dass man noch eine Verwendung für sie hat, dass sie wachsen dürfen und dass man sie auch irgendwie nutzen kann“*. (G3). G5 weist auf einen konkreten "Sinn" hin: *„Wenn man mit den toten Küken Babykrokodile füttern kann, dann würde es vielleicht noch Sinn machen“*. Generell geht es nicht um das Töten an sich *„[...] weil sie sowieso getötet werden, wenn wir sie essen.“* (G3), sondern um die Art und Weise des Tötens *„[...] nicht dieses bekannte Vergasen oder Ertränken oder was es da alles gibt, sondern vielleicht kann man das auf ökologische Art und Weise machen“* (G2). Darüber hinaus sehen die Befragten auch die Verbraucher*innen in der Verantwortung und wünschen sich eine Kennzeichnung, ob die Küken getötet wurden: *„[...] im Moment ist es wohl Sache des Verbrauchers, wie er kauft [...]“* (G12).

Milchviehhaltung

Bei der Frage, ob Kälber auch in der Bio-Tierhaltung enthornt werden, zeigen sich bei den Befragten zur Milchviehhaltung sehr unterschiedliche Erwartungen. Sechs Befragte gehen davon aus, dass diese Methode in der Bio-Milchviehhaltung nicht durchgeführt wird, während fünf dies erwarten. Ein Befragter ist sich ungewiss. M4 begründet seine Antwort damit, dass *„ich mir vorstellen könnte, dass es bei Bio-Tieren nicht so gemacht wird, weil sie einfach mehr Platz haben und sich deshalb nicht so schnell verletzen können, wie wenn sie eingeeengt sind.“*. Dennoch stimmen zehn der zwölf Befragten zu, dass der vom Interviewer genannte Grund für das Enthornen, die Minimierung des Verletzungsrisikos, ein Vorteil ist. Einen weiteren Vorteil nennt Interviewpartner M3: *„[...] vielleicht hat es auch einen psychologischen Grund für die Tiere, dass sie dann weniger angriffslustig sind, weil sie wissen, dass sie vielleicht weniger Angriffswerkzeuge haben“*. Dennoch überwiegen folgende Nachteile: Die Enthornung sei *„[...] im Prinzip ein Eingriff in den Tierschutz [...]“* (M10) und mit Schmerzen (M2; M9) verbunden. In Bezug auf die Trennung von Kuh und Kalb direkt nach der Geburt sind sich die Proband*innen annähernd einig. Die Trennung von Kalb und Mutterkuh sei ein weiterer wichtiger Faktor in Bezug auf bspw. das Wohlbefinden beider. Denn es werden *„[...] Kälber oft und sehr schnell vom Milchvieh weggenommen [...]“* (M11), obwohl es für das Wohlbefinden wichtig sei, *„[...] dass das Kalb einfach etwas länger da bleibt“* (M11). Diese These wird von Proband M8 und Proband M10 gestützt.

Schweinehaltung

Acht der zwölf Befragten gehen davon aus, dass auch in der ökologischen Schweinehaltung die Ferkel kastriert werden (S4). Drei vermuteten, dass in der Bio-Tierhaltung auf die Kastration verzichtet wird (S5) und einer war sich nicht sicher (S8). Als Vorteile der Kastration wurde genannt, dass *„[...] das Fleisch dann nicht so stark schmeckt“* (S9), es *„[...] weniger Kämpfe unter den Schweinen“* (S4) gibt, *„[...] keine ungeplante Aufzucht [...]“* (S10) und die Schweine schneller wachsen und mehr Gewinn bringen (S2). S11 gab zur Bewertung der Nachteile an: *„Es kommt darauf an, wie die [Kastration] durchgeführt wird“* (S11). Als Nachteile wurden genannt, dass es nicht tierfreundlich ist (S12) und dadurch Tiere leiden (vgl. S1). Zwei Bürger gaben an: *„Ehrlich gesagt, weiß ich nicht, warum das gemacht wird“* (S6).

Anmerkungen und Wünsche

Am Ende der Interviews wurden die Befragten nach ihren Anmerkungen und Wünschen gefragt. Generell wünschen sich die Bürger*innen eine Verbesserung des Tierschutzes und dass die ökologische Tierhaltung sich ausweitet oder sogar zum allgemeinen Standard wird (M2, M8). Außerdem wünschen sie sich ein höheres „Bewusstsein“ (G1,) und eine „Wertschätzung“ (G11) für ökologische Lebensmittel und tierische Produkte im Allgemeinen. „Der Konsum von Fleisch [sollte] bewusster werden“ (S8; S4) und „etwas Besonderes“ (G11) sein. Sie sprechen sogar mehrfach an, dass höhere Preise für die Verbraucher*innen und eine Reduzierung der Tierzahlen dieses Ziel begünstigen würden (M3; M5; S7; S11; G3).

Einige äußerten den Wunsch nach mehr Transparenz (M7; M10; G1; S12) und Klarstellung (G1; G12).

Weitere Wünsche sind strengere Vorschriften (M12; G8; S3) und dass der Tierschutz auch bei Transport und Schlachtung verbessert werden sollte (G10; M5; G3). M11 stellte fest, dass „die Lebensbedingungen, auch in der ökologischen Milchviehhaltung, deutlich verbessert werden sollten“ (M11).

Kernergebnisse:

Die Bio-Tierhaltung ist mit positiven Assoziationen verbunden:

- Qualitative Bürgerbefragungen bestätigen, dass in der ökologischen Tierhaltung (Milchvieh, Geflügel, Schwein) mehrheitlich eine **bessere Tiergesundheit** und ein **besseres Wohlbefinden der Tiere** erwartet wird
- Im Bereich der Haltung sind sich die Bürger*innen annähernd einig, dass Bio-Tiere **mehr Platz** und **Zugang zur Weide bzw. Auslauf** haben
- In den Bereichen der Zucht sowie Transport und Schlachtung herrschen größere Unsicherheiten zur Einschätzung und Erwartung
 - Aber auch hier zeigt sich eine gewisse Erwartungshaltung zu **besseren Standards** im Vergleich zur konventionellen Tierhaltung, insb. längere Lebensdauer, natürliche Zucht, kürzere Transportwege, teils höhere Standards bei der Schlachtung (bspw. Weideschlachtung)
- In allen Bereichen wünschen sich Bürger*innen, dass es **höhere Tierschutzstandards**, mehr **Transparenz** und Informationen über die ökologische Tierhaltung geben sollte
- Verbraucher*innen wünschen **höhere Wertschätzung** gegenüber tierischen Produkten.

Die generierten Erkenntnisse aus den qualitativen Bürgerbefragungen dienten als Grundlage zur Entwicklung von Fragebögen für weitere repräsentative Online-Befragungen, in welchen die qualitativen Ergebnisse mit quantitativen Methoden vertiefend erforscht wurden.

4.2.4 Diskussion

Die Ergebnisse bestätigen bestehende Studien, dass Verbraucher*innen einen geringen Wissensstand über die ökologische Tierhaltung zeigen (Heid et al. 2011; von Meyer-Höfer et al., 2015). Die Befragten sind oft unsicher, geben aber dennoch an, dass sie einige mehr oder weniger klare Vorstellungen von der Bio-Tierhaltung haben. Die meisten Annahmen und Erwartungen beruhen also nicht auf Wissen, sondern auf Vorstellungen und einem hohen Maß an Glauben (Christoph-Schulz et al. 2018). Die Erwartungen der Befragten an die ökologische Tierhaltung stehen jedoch im Einklang mit früheren Untersuchungen, die zeigen, dass Auslauf, mehr Platz und ein geringerer Einsatz von Antibiotika die am meisten erwarteten Unterschiede zur konventionellen Tierhaltung sind (Zander et al. 2013; Rovers et al. 2018).

Wie bereits erwähnt, sind diese Aspekte in der ökologischen Tierhaltung erfüllt (March et al. 2019). Die Mehrheit der Bürger*innen geht aber auch davon aus, dass die Tiere in ökologischen Systemen, aufgrund der besseren Haltungsbedingungen, gesünder sind als in konventionellen Systemen. Dies kann zu Problemen bei der Akzeptanz und dem Vertrauen in die ökologische Landwirtschaft führen, da dies nicht immer der Fall ist. Tatsächlich hängt die Gesundheit der Tiere stärker von den Bewirtschaftungsmethoden und dem Management ab (Sundrum et al. 2004; Gauly & Kaufmann 2010; Wang et al. 2020). Zudem ergeben sich in der ökologischen Tierhaltung durch den Zugang zu einem Auslauf weitere Herausforderungen in der Gesunderhaltung der Tiere (March et al. 2019).

Die Unsicherheit ist vor allem bei den Themen Zucht, Transport und Schlachtung von Tieren groß. Dennoch gehen die meisten Befragten davon aus oder erwarten, dass es Unterschiede zwischen ökologischer und konventioneller Tierhaltung gibt, obwohl dies in der Realität oftmals nicht der Fall ist. Daher kann die Schlussfolgerung aus dem ersten Arbeitsschritt (Hotspotanalyse) bestätigt werden, dass diese Lebensphasen am anfälligsten für einen Vertrauensverlust sein können. Dennoch gibt es auch einige Teilnehmer*innen, die argumentieren, dass es keinen Bedarf für Unterschiede gibt, allerdings nur dann, wenn der Transport und die Schlachtung von Tieren bereits tiergerecht durchgeführt werden. Da fast alle Befragten der Meinung sind, dass die derzeitigen Vorschriften für Transport und Schlachtung nicht streng genug sind, kann davon ausgegangen werden, dass zumindest für ökologisch gehaltene Tiere ein Bedarf an strengeren Vorschriften besteht. Dies wird auch durch die Wünsche am Ende der Interviews bestätigt. Allerdings sind die Erwartungen der Befragten aufgrund der hohen Unsicherheit und des großen Unwissens zumindest teilweise schwer in praktische Konsequenzen umsetzbar.

Bei den tierbezogenen Themen zeigt sich ein hohes Maß an Unsicherheit und eine klare Ablehnung gegenüber Haltungspraktiken wie der Trennung von Kalb und Kuh, Enthornung, der Tötung männlicher Legehennen und der Kastration von Ferkeln. Hier vermutet oder wünscht sich etwa die Hälfte der Teilnehmer*innen eine bessere Situation für die ökologische Tierhaltung. Des Weiteren zeigen die Ergebnisse, dass die Bürger*innen, wenn sie mit konkreten Fragen konfrontiert werden, verunsichert sind und sich mehr Informationen und ein höheres Maß an Transparenz wünschen. Unsicherheit, Informationsmangel, geringe Kenntnisse und mangelndes Vertrauen in den ökologischen Zertifizierungsprozess können Kaufbarrieren für den Kauf ökologischer Bio-Produkte darstellen, welche es abzubauen gilt (Padel & Forster 2005; Lea & Worsley 2005; Thøgersen 2007, Krystallis et al. 2008).

4.3 Bewertung von Betriebsgrößen tierhaltender Betriebe (Bio und konventionell)

4.3.1 Problemstellung und Zielsetzung

Große Betriebs- bzw. Herdengrößen wurden in der Hotspotanalyse als ein Punkt für mögliche Enttäuschungen auf Verbraucherseite ermittelt. Hier können die Erwartungen der Verbraucher*innen und die Realität weit auseinander gehen und besonders in der Bio-Tierhaltung zu enttäuschten Erwartungen führen, da insbesondere hier kleinere Betriebsstrukturen erwartet werden (Briggemann & Lusk 2011). Aus diesem Grund war es Ziel dieser ersten Befragung, die Wahrnehmung von Betriebsgrößen aus Verbrauchersicht sowie akzeptable Betriebs- und Herdengrößen für konventionelle und Bio-Betriebe mit Tierhaltung zu ermitteln.

4.3.2 Methodik und Vorgehen

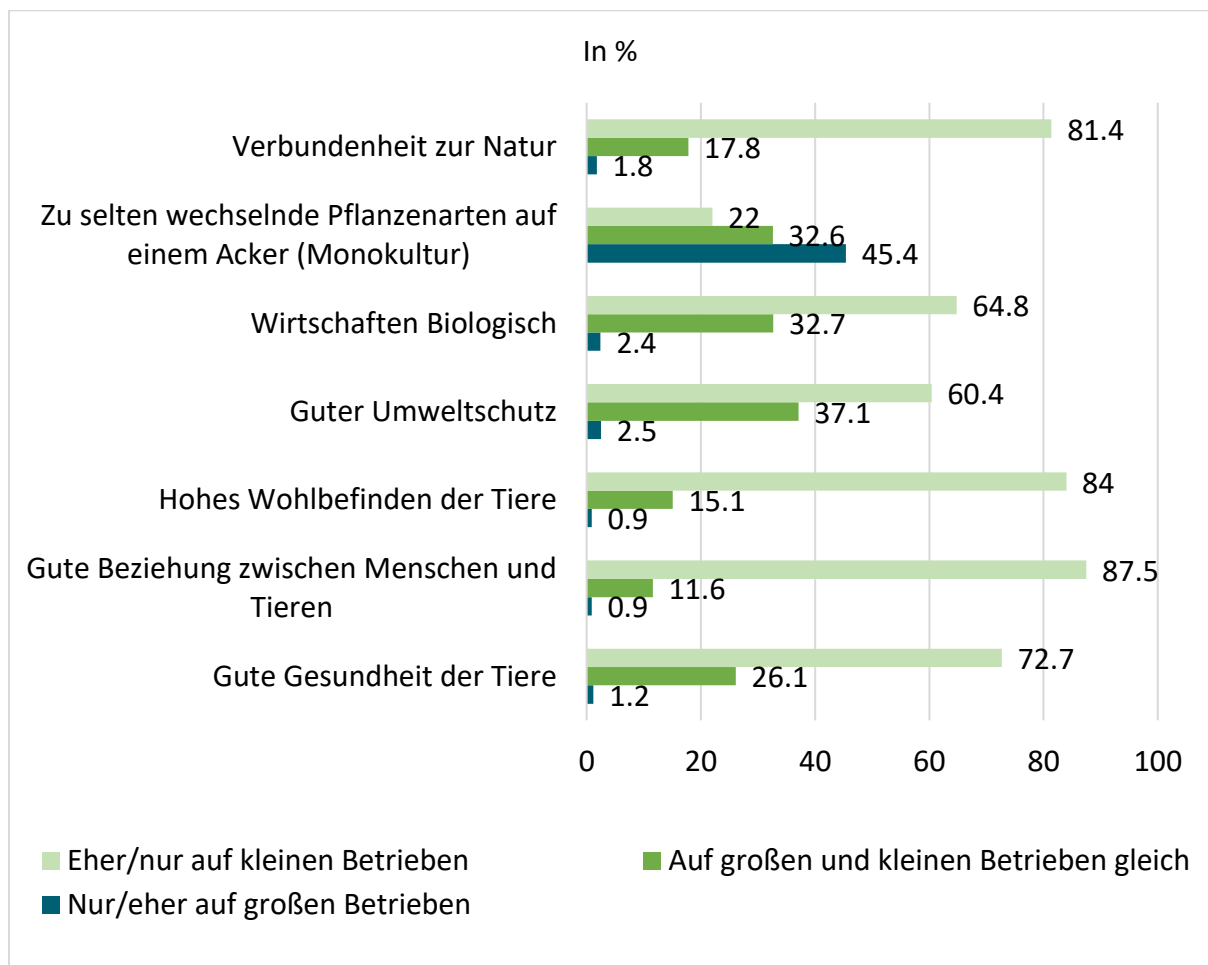
Im Mai 2021 wurde eine Befragung von 985 Bürger*innen durchgeführt. Die Befragung wurde mittels eines Panel-Anbieters durchgeführt, um eine annähernde Repräsentativität der Studie in Bezug auf die Merkmale Alter, Geschlecht, Bildung und Wohnort der deutschen Bevölkerung zu erhalten. Die Umfrage wurde deskriptiv mit IBM SPSS Statistics 26 ausgewertet.

4.3.3 Ergebnisse und Diskussion

Die Ergebnisse zeigen und bestätigen eine sehr positive Verbraucherwahrnehmung kleiner Betriebe (Abbildung 3). Positive Aspekte wie Natur- und Umweltschutz und weniger Monokulturen werden von Verbraucher*innen insbesondere mit kleinen Betrieben in Verbindung gebracht. Diese positive Sicht verstärkt sich noch mit Blick auf die Tierhaltung. Hier schreiben über 80% ein hohes Wohlbefinden der Tiere und eine gute Mensch-Tierbeziehung ausschließlich kleinen Betrieben zu. Auch eine gute Tiergesundheit wird von über 70% nur kleinen Betrieben zugeschrieben und lediglich 1,2% der Befragten sehen eine gute Tiergesundheit nur auf großen Betrieben gegeben. In der wissenschaftlichen Literatur wird dem Management in Bezug auf das Tierwohl eine weitaus größere Bedeutung zugeschrieben als der Größe der Betriebe (Gieseke et al. 2018; Egger-Danner et al. 2020). Während große Betriebe Vorteile in Bezug auf eine Spezialisierung und Anhäufung von Fachwissen aufweisen können (Deimel et al. 2011; Robbins et al. 2016), können kleine Betriebe eher naturnahe Haltungs- und Managementpraktiken etablieren. So ist bekannt, dass der Zugang zu Weide mit steigender Betriebsgröße abnimmt (von der Meulen et al. 2014; Robbins et al. 2016)

und tierfreundliche Managementpraktiken wie eine kuhgebundene Kälberaufzucht eher auf kleinen und ökologischen Betrieben vorzufinden sind (Pempek et al. 2017; Hansen et al. 2023). Diese Praktiken stehen vor allem im Einklang mit Verbrauchererwartungen und stimmten mit der bekannten Natürlichkeitspräferenz viele Verbraucher*innen über ein und können daher das positive Bild kleiner Betriebe weiter stärken. Die Ergebnisse zeigen zudem, dass eine ökologische Bewirtschaftung von über 60% auch mit kleinen Betriebsgrößen assoziiert wird.

Abbildung 3: Wahrnehmung von kleinen und großen Betrieben in Bezug auf Tier- und Umweltschutz, n=985



Bei der Frage nach einer maximalen noch akzeptablen Tierzahl pro Betrieb bzw. pro Stall zeigt sich der Wunsch nach kleineren Strukturen, dies ist insbesondere bei Bio-Betrieben der Fall. Während die maximalen Tierzahlen pro Betrieb bei Bio-Schweinen mit (382 Tiere) und bei Bio-Rindern (250 Tiere) gut mit aktuellen Herdengrößen in Einklang stehen und sogar eher darüber liegen, zeigt sich insbesondere bei Geflügel eine hohe Diskrepanz von maximal gewünschten 1.000 Tieren pro Betrieb und durchschnittlich 10.700 gehaltenen Bio-Legehennen je Betrieb in der Praxis (Statistisches Bundesamt 2018).

Abbildung 4: Maximale Tierzahl pro Betrieb, n=279

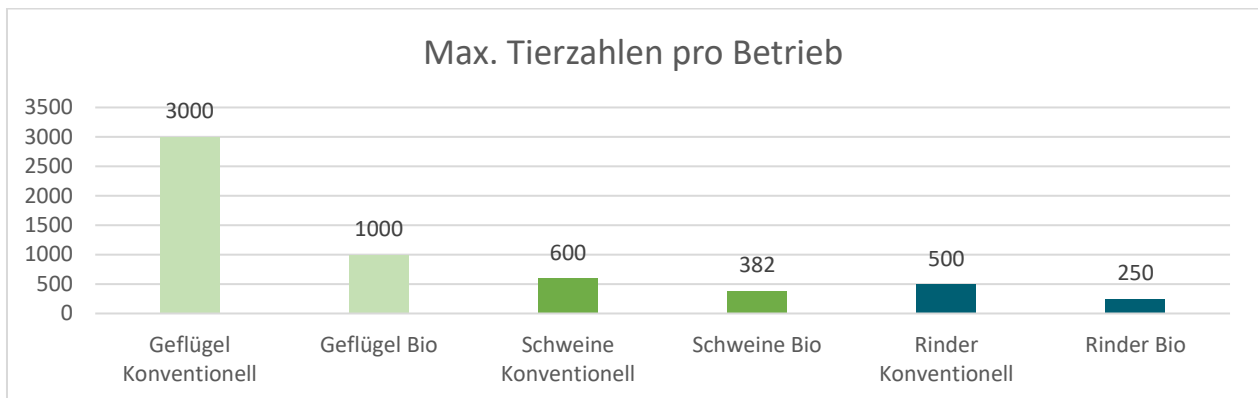
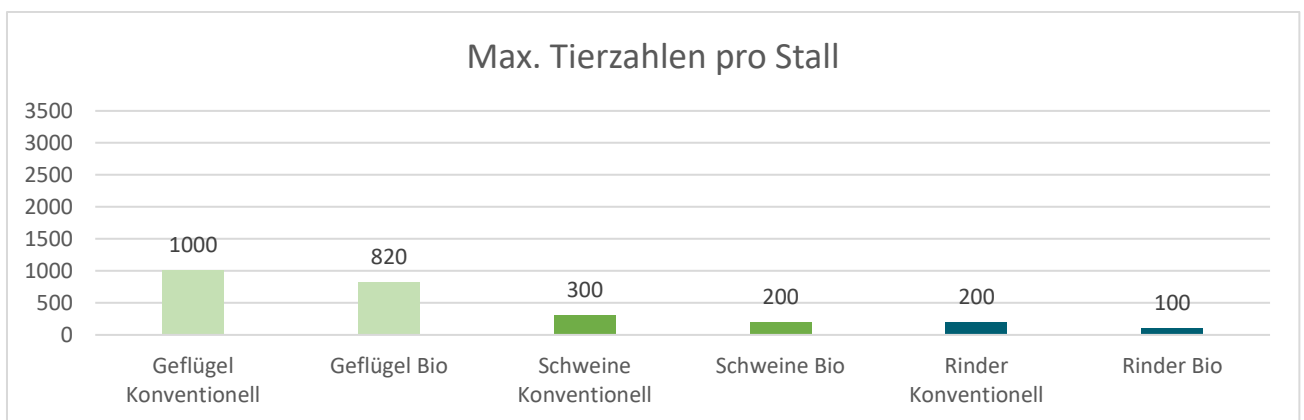


Abbildung 5: Maximale Tierzahl pro Stall, Tierzahlen pro Stall=378



Die Ergebnisse bestätigen eine ausgeprägte positive Wahrnehmung von Verbraucher*innen von kleinen tierhaltenden Betrieben. Dabei wird die Betriebsgröße als Indikator für eine allgemein nachhaltigere Wirtschaftsweise gesehen, da wissenschaftliche Untersuchungen oftmals keinen Zusammenhang zwischen der Größe des Betriebes und beispielsweise dem Tierwohl aufzeigen können. Für kleine Betriebe bietet sich jedoch die Möglichkeit, die kleine Betriebsstruktur bzw. Herdengrößen bei der Vermarktung und Kommunikation mit Verbraucher*innen positiv einzusetzen.

Kernergebnisse:

- Kleine Betriebe werden in Bezug auf den Umwelt- und Tierschutz deutlich positiver wahrgenommen als große
- Bio-Betriebe werden eher mit einer kleinen Betriebsgröße assoziiert
- Insbesondere bei Geflügel gehen reale und gewünschte Betriebs- und Herdengrößen sowohl bei Bio als auch bei konventionell weit auseinander

4.4 Was erwarten Verbraucher*innen von der Schlachtung von Bio-Tieren? (Online-Befragung)

4.4.1 Problemstellung und Zielsetzung

Die generierten Erkenntnisse und Ergebnisse der qualitativen Bürgerbefragungen dienen als Grundlage für eine vertiefende quantitative Forschung. In der ersten repräsentativen Online-Befragung (Juni 2021) wurden die Erwartungen der Bürger*innen an die Schlachtung von Bio-Tieren erforscht. Dieser Punkt wurde im ersten Projektschritt (Hotspotanalyse mit Experteninterviews) als ein möglicher Vertrauenshotspot identifiziert. Dadurch, dass die EU-Öko-Verordnung derzeit keine speziellen Regelungen für die Schlachtung von Bio-Tieren vorgibt, dies jedoch leicht von Bürger*innen erwartet und somit ein potenzielles Risiko für Enttäuschung und Vertrauensverlust in die Bio-Tierhaltung darstellen könnte, wurden folgende, übergeordnete Themen untersucht:

- Werden höhere Standards bei der Schlachtung von Bio-Tieren erwartet bzw. gewünscht?
- Wie wird die Schlachtung von Bio-Tieren im Vergleich zu konventionell gehaltenen Tieren eingeschätzt?
- Unterscheidet sich das Vertrauen der Bürger*innen in große, mittelständische, handwerkliche und biozertifizierte Schlachthöfe?
- Wie werden alternative Schlachtmethoden wie der Weideschuss und Schlachtmobile von Bürger*innen bewertet?

Ziel der Befragung zu Erwartungen an die Schlachtung von Bio-Tieren war es, erste Erkenntnisse darüber zu gewinnen, was Bürger*innen von der Schlachtung von Bio-Tieren erwarten.

4.4.2 Methodik und Vorgehen

Die Erhebung der Erwartungen von Bürger*innen an die Schlachtung von Bio-Tieren wurde im 2. Projektjahr (Zeitraum: 31.05.2021 – 17.06.2021) durchgeführt. Es wurden n=1.604 Bürger*innen online über einen professionellen Panel-Anbieter befragt. Die Stichprobe ist in ihrer Verteilung in Bezug auf Alter, Geschlecht, Bildung und Regionalität annähernd repräsentativ für die deutsche Grundgesamtheit. Zudem lag der Fokus bei dieser Online-Befragung auf Bio-Käufern (+8% im Vergleich zum Durchschnitt in Deutschland). Die anschließende empirische Datenanalyse erfolgte mithilfe des Statistikprogramms IBM SPSS. Die Ergebnisse wurden zunächst deskriptiv ausgewertet und anschließend vertiefende Analysen wie Clusteranalysen durchgeführt, um verschiedene Konsumentengruppen nach ihren Einstellungen zu clustern und dadurch Erkenntnisse über verschiedene Zielgruppen zu erlangen. Im Folgenden werden die wichtigsten Erkenntnisse dargestellt und diskutiert.

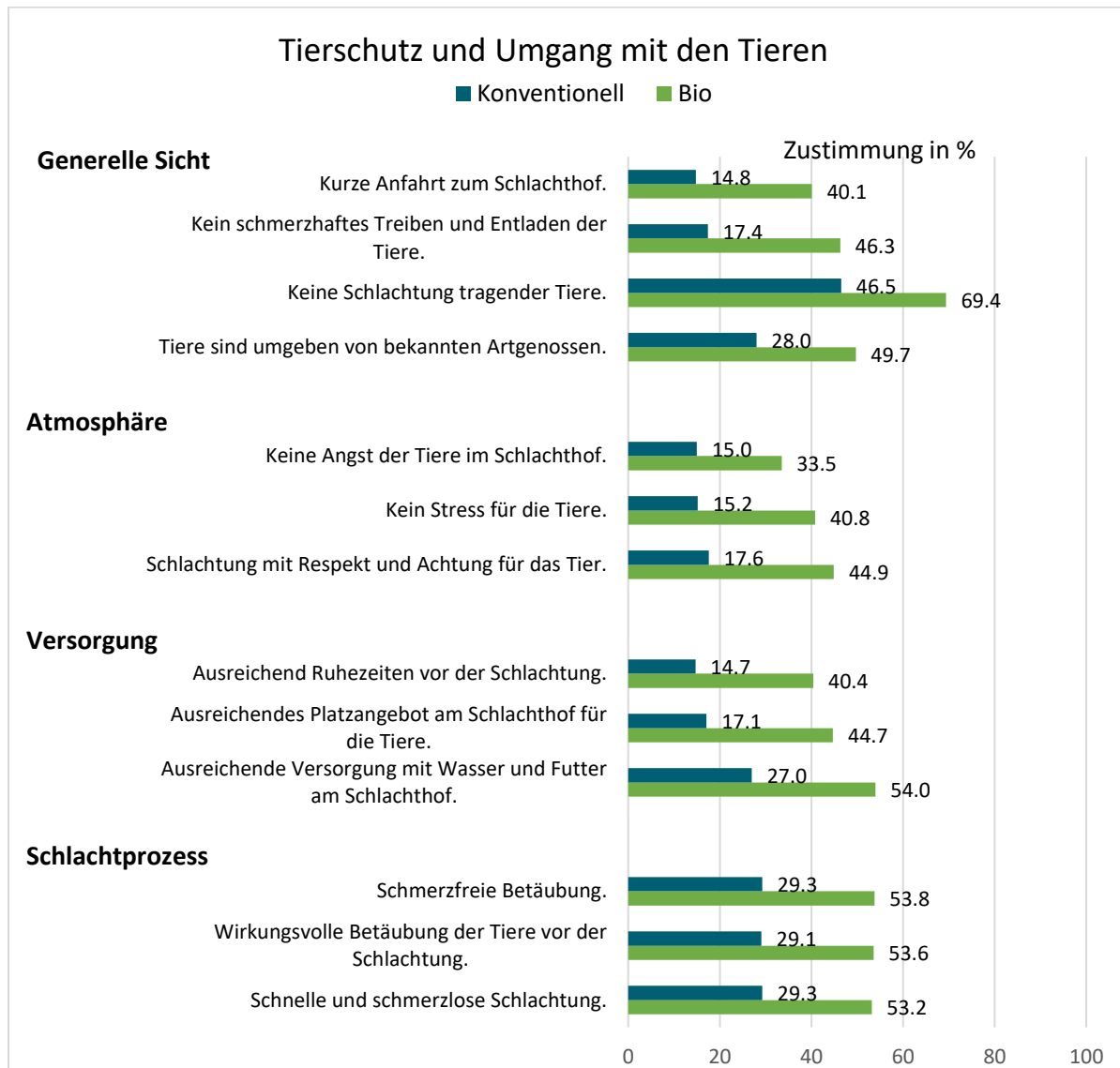
4.4.3 Ergebnisse und Diskussion

Erwartungen an die Schlachtung von Bio-Tieren

Auf die Frage „Was denken Sie, gibt es in der Bio-Verordnung auch für den Transport und die Schlachtung der Tiere bestimmte Vorgaben?“ antwortete die Mehrheit (61%) mit „Ja, auf jeden Fall“, 23% sagten „Teils/teils“ und lediglich 16% gaben an, keine bestimmten Vorgaben zu erwarten. Dies macht das angenommene Enttäuschungspotenzial in Bezug auf die Bereiche Transport und Schlachtung von Bio-Tieren deutlich, da die EU-Öko-Verordnung derzeit keine speziellen Vorgaben für die Schlachtung von Bio-Tieren enthält und insbesondere häufige Bio-Fleischkäufer eher strengere Regeln erwarten als Bürger*innen, die angaben nie Bio-Fleisch zu kaufen.

Abbildung 6 zeigt zudem, dass Aspekte wie Tierwohl, Arbeitsbedingungen und Hygiene bei der Schlachtung von Bio-Tieren im Vergleich zu konventionellen Tieren deutlich positiver eingeschätzt werden.

Abbildung 6: Einschätzung verschiedener Aspekte bei der Schlachtung von konventionell gehaltenen und Bio-Tieren



Quelle: eigene Erhebung und Berechnung; dargestellt sind Top-Boxes (Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu) der Skala von: 1 Stimme voll und ganz zu – 5 Stimme überhaupt nicht zu

Damit wird deutlich, dass die derzeitige Biozertifizierung eines Schlachthofes bei Bürger*innen auch mit höheren Standards in Verbindung gebracht wird. In der Praxis bezieht sich die Biozertifizierung jedoch lediglich auf die getrennte Schlachtung und Verarbeitung der Tiere am Schlachthof und es gibt oftmals keine Unterschiede bei der Schlachtung von Bio-Tieren und konventionell gehaltenen Tieren (European Union 2009; Ökolandbau 2020; Duval et al. 2020). Die positive Wahrnehmung der Bio-Schlachtung spiegelt sich auch in dem hohen Vertrauen, welches biozertifizierten Schlachthöfen entgegengebracht wird, wider (siehe Abbildung 7).

Abbildung 7: Wahrnehmung verschiedener Schlachtstätten

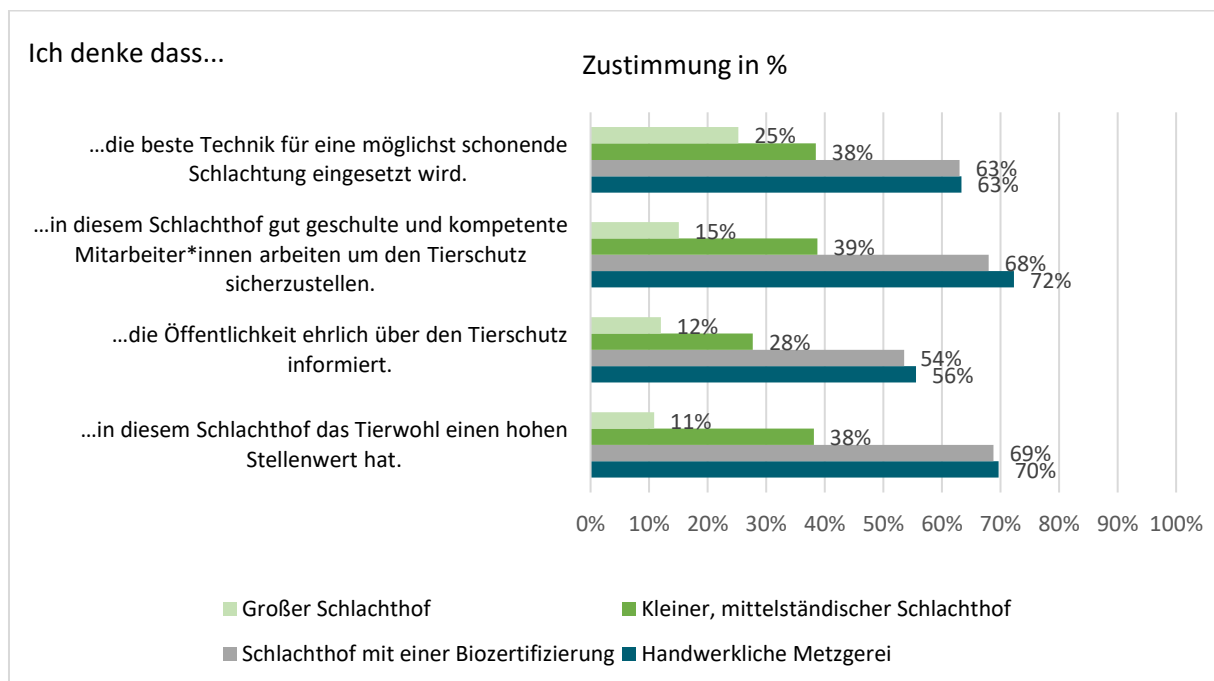


Abbildung 7 zeigt, dass biozertifizierte Schlachthöfe mit handwerklichen Metzgereien in Bezug auf das Tierwohl deutlich vertrauenswürdiger eingeschätzt werden als große und mittelständische Schlachtbetriebe. Am ehesten wird großen und mittelständischen Schlachthöfen zugetraut, die beste Technik für eine schonende Schlachtung einzusetzen, aber auch hier liegen diese Schlachtstätten deutlich hinter biozertifizierten Schlachthöfen und handwerklichen Metzgereien.

In Bezug auf die Frage, ob es einen Unterschied bei der Schlachtung zwischen Bio-Tieren und konventionell gehaltenen Tieren geben sollte bzw. dieser gewünscht wird, sind die Aussagen nicht ganz eindeutig. Am stärksten wird ein Unterschied bei der Schlachtung von Bio-Tieren bei den Bioverbänden erwartet (Zustimmung = 78,3%). Was sich auch mit der Realität deckt, da die Bioverbände für den Transport und die Schlachtung teils strengere Vorgaben vorgeben (z.B. Bioland 2019, Naturland 2020; Demeter 2020). Auch Aussagen, die einen Unterschied bei der Schlachtung in Bezug auf eine bessere Fleischqualität befürworten, werden, überwiegend befürwortet. Wirft man jedoch einen vergleichenden Blick auf Statements, welche die Schlachtung aller Tiere unter gleichen Bedingungen beinhalten, ist die Zustimmung um ein Vielfaches größer. Hier wird deutlich, dass die Mehrheit für alle Tiere, unabhängig davon, ob sie aus konventioneller oder Bio-Haltung stammen, eine möglichst schonende Schlachtung wünscht.

Eine erste Interpretation dieser Ergebnisse könnte sein, dass es im Allgemeinen keinen Grund für eine Enttäuschung aufgrund fehlender spezieller Regelungen für Bio-Tiere geben dürfte, wenn eine „gute“ Schlachtung für alle Tiere gewährleistet werden kann (siehe Abbildungen 8 und 9). Tierschutzverstöße bei Transport und Schlachtung sind derzeit jedoch keine Seltenheit (Reymann 2016; Albert Schweitzer Stiftung 2019) und gerade Bio-Käufer gehen bei der Schlachtung von Bio-Tieren von hohen Standards aus. Eine fehlende Differenzierung kann somit insbesondere dann zu enttäuschten Erwartungen und gegebenenfalls auch zu einem Vertrauensverlust in die Bio-Tierhaltung führen, wenn keine hohen Standards gewährleistet werden können. Die Schlachtung von Bio-Tieren stellt deshalb einen wichtigen Punkt für die Bio-Branche dar, welchem Aufmerksamkeit und Verbesserungsbestrebungen geschenkt werden sollte.

Abbildung 8: Statements, die eine Pro-Einstellung für einen Unterschied bei der Schlachtung von konventionell gehaltenen und Bio-Tieren beinhalten

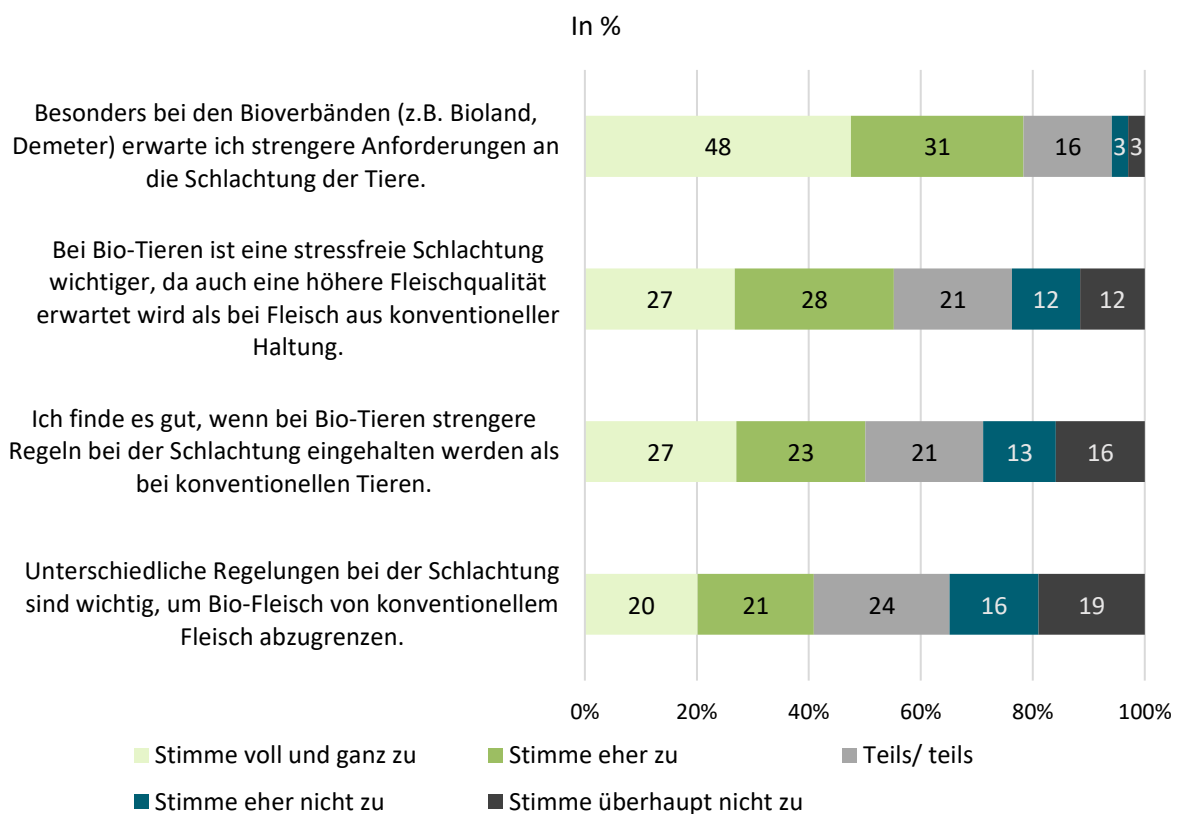
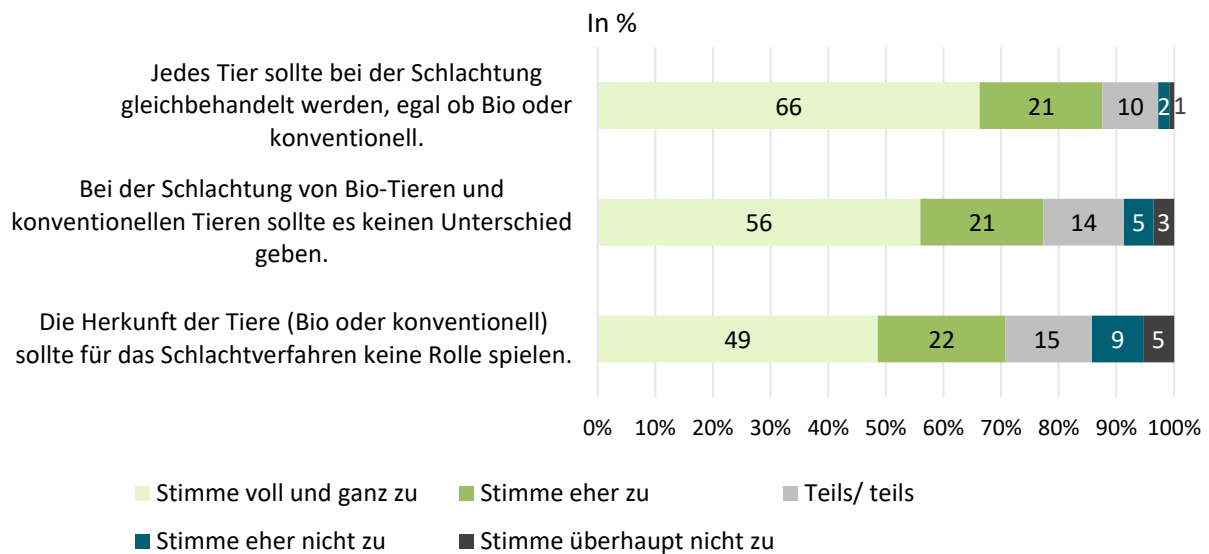


Abbildung 9: Statements, die eine Pro-Einstellung zur Gleichbehandlung bei der Schlachtung von konventionell gehaltenen und Bio-Tieren beinhalten



Alternative Schlachtverfahren – Wissen, Einstellung und Zahlungsbereitschaft

Ein weiterer Punkt, welcher in der Befragung untersucht wurde, ist die Einstellung und Bewertung von Bürger*innen zu alternativen Schlachtverfahren wie dem Weideschuss oder Schlachtmobilen.

Hier zeigte sich, dass beide Verfahren noch weitestgehend unbekannt sind. Drei von vier der Befragten gaben an, noch nie etwas von diesen Schlachtverfahren gehört zu haben. Dabei war der Weideschuss (schonmal davon gehört: 25%) etwas bekannter als Schlachtmobile (schonmal davon gehört: 10%). Die Abbildungen 10 und 11 zeigen die Bewertung der alternativen Schlachtverfahren Weideschuss und Schlachtmobile. Bei beiden Verfahren stimmt eine deutliche Mehrheit zu, dass der Weideschuss wie auch Schlachtmobile den Tieren viel Angst und Stress ersparen können. Bedenken gegenüber diesen Schlachtmethoden bestehen häufiger in Bezug auf die Hygiene (~ 35%) als auf den Tierschutz (~ 25%).

Abbildung 10: Bewertung des Weideschlusses

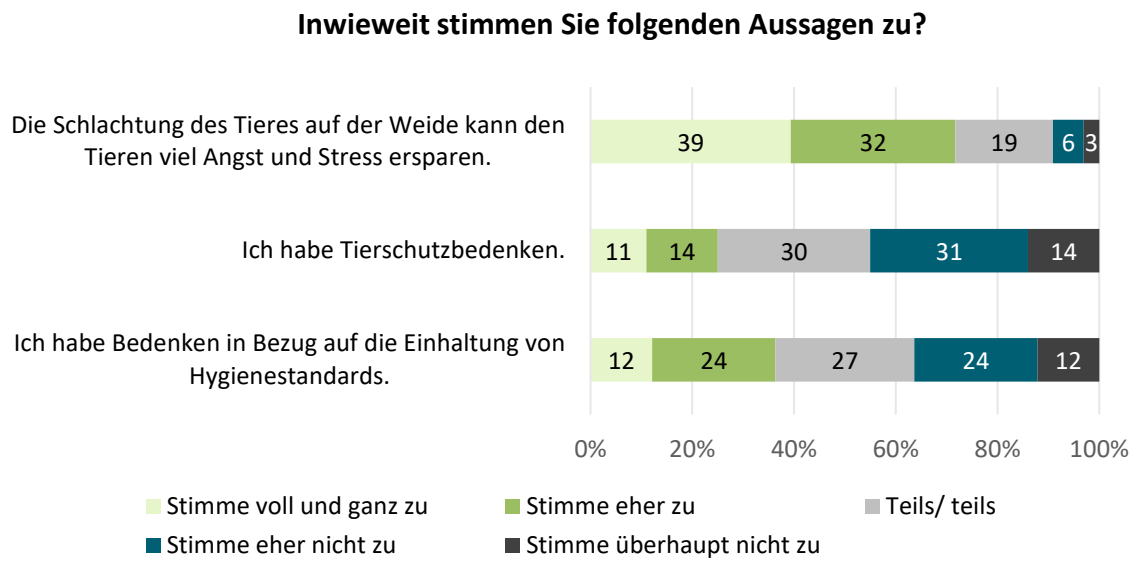
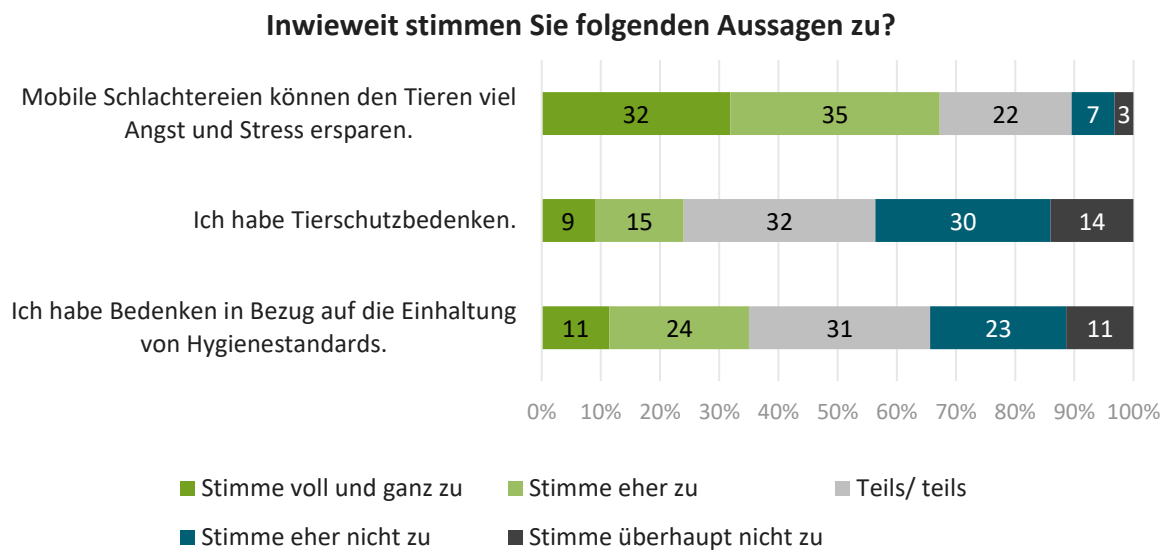


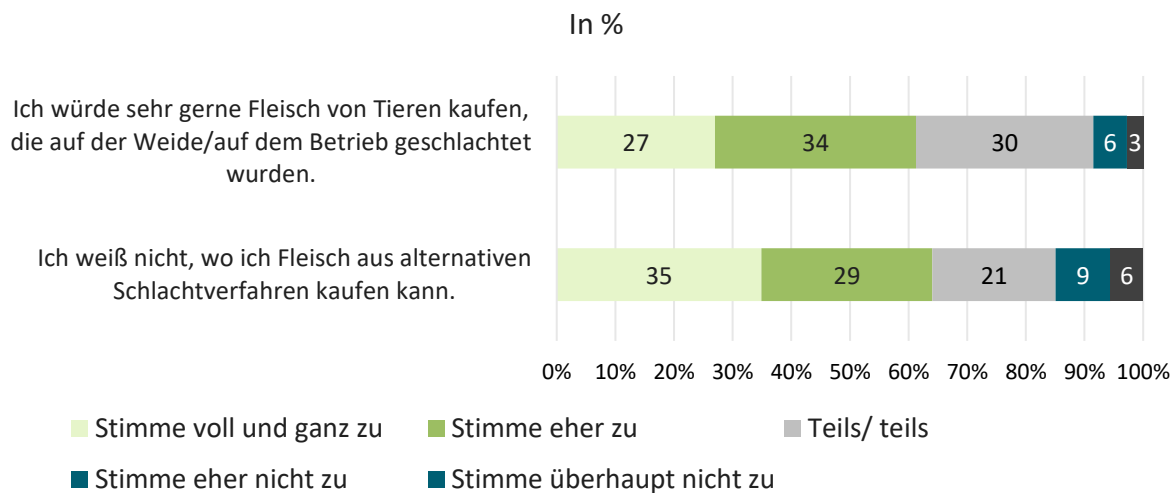
Abbildung 11: Bewertung Schlachtmobile



Auf die Frage, ob die Proband*innen schon einmal Fleisch aus alternativen Schlachtverfahren gekauft haben, antworteten 52% mit `Nein`, 37,9% mit `weiß nicht genau` und 10,1% gaben an bereits Fleisch aus alternativen Schlachtverfahren gekauft zu haben.

Deutlich über die Hälfte der Befragten gab an, gerne Fleisch aus alternativen Schlachtverfahren kaufen zu wollen, jedoch nicht zu wissen, wo sie dieses Fleisch kaufen können (Abbildung 12).

Abbildung 12: Kaufbereitschaft für Fleisch aus alternativen Schlachtverfahren



Zudem wurde auch die Mehrzahlungsbereitschaft für Hackfleisch aus alternativen Schlachtverfahren anhand eines Ankerpreises erfasst. Diese wurde für Weidefleisch aus konventioneller Haltung (Ankerpreis 16€/kg), Weidefleisch aus biologischer Haltung (Ankerpreis 18€/kg) und Hofschlachtung von Tieren aus konventioneller Stallhaltung (7,49€/kg) erfragt. Personen, die angaben, bereit zu sein, mehr für Fleisch aus alternativen Schlachtverfahren zu bezahlen, zeigten eine durchschnittliche Mehrzahlungsbereitschaft für Fleisch aus konventioneller bzw. Bio-Weideschlachtung von 4,50€/kg bzw. 4€/kg. Für Fleisch aus Hofschlachtung aus konventioneller Stallhaltung ergab sich eine Mehrzahlungsbereitschaft von 3€/kg. Insbesondere Befragte, die häufig oder gelegentlich Bio-Fleisch kaufen, waren bereit, mehr für Fleisch aus alternativen Schlachtverfahren zu bezahlen. Diese relativ hohe Zahlungsbereitschaft auf einen bereits hoch angesetzten Ankerpreis muss jedoch mit Vorsicht betrachtet werden, da Zahlungsbereitschaften in einfachen Abfragungen häufig überschätzt werden. Nichtsdestotrotz zeigen die Ergebnisse die positive Einstellung und Bereitschaft, einen deutlichen Aufpreis für Produkte aus Weideschlachtung zu zahlen.

Die Ergebnisse der Umfrage zu Erwartungen und Wünschen von Bürger*innen in Bezug auf die Schlachtung von Bio-Tieren bieten erste, bisher gänzlich fehlende Einblicke in diesen Themenbereich. Insgesamt zeigt sich eine deutlich positivere Einschätzung der Schlachtung von Bio-Tieren im Vergleich zur Schlachtung von konventionell gehaltenen Tieren sowie ein hohes Vertrauen der Bürger*innen in biozertifizierte Schlachthöfe.

Letzteres kann Potenzial für Enttäuschung bieten, da sich die Biozertifizierung derzeit lediglich auf die getrennte Verarbeitung bezieht und keine höheren Standards bei der Schlachtung beinhaltet (Ökolandbau 2020).

Gleichzeitig bedeutet der Vertrauensvorschuss in biozertifizierte Schlachthöfe aber auch, dass die Bio-Branche dies als eine weitere Strategie nutzen kann, um sich von der konventionellen Nutztierhaltung abzugrenzen. Da es sich bei der Tötung und Schlachtung von Tieren aber um ein sensibles Thema handelt, sollte hier mit der entsprechenden Vorsicht agiert werden. Die Schlachtung von Tieren stellt für viele Konsument*innen ein eher unangenehmes Thema dar, da sie sich dabei mit einem emotionalen Konflikt konfrontiert sehen. Viele Menschen essen Fleisch und möchten gleichzeitig Tieren keinen Schaden zufügen. Diese Einstellungs-Verhaltens-Dissonanz wird auch als „meat paradox“ bezeichnet (Bastian & Loughnan 2017). Zur Umgehung dieses inneren Konflikts suchen sich viele Fleischkonsument*innen Strategien, wie beispielsweise die Rechtfertigung des Fleischkonsums durch Gesundheitsaspekte oder Tradition, Dissoziation von Tier und Produkt (Benningstad & Kunst 2020) oder die Verdrängung der Thematik (Bastian & Loughnan 2017). Um verschiedene Zielgruppen möglichst gezielt ansprechen zu können, wurden in einer vertiefenden Auswertung zwei Clusteranalysen durchgeführt. Die erste Clusteranalyse widmet sich der Frage, ob aus Bürgersicht bei der Schlachtung eine Unterscheidung zwischen konventionellen und Bio-Tieren gemacht werden sollte. Hier zeigt sich, dass insbesondere regelmäßige Bio-Käufer für einen Unterschied bei der Schlachtung von konventionellen und Bio-Tieren sind, zugleich jedoch auch eine Gleichbehandlung aller Tiere befürworten. Insbesondere Personen mit einem hohen Tierschutzbewusstsein sind gegen eine unterschiedliche Behandlung von Tieren bei der Schlachtung. Ein weiteres Cluster zeigt generell wenig Interesse an der Schlachtung und es wird darauf vertraut, dass das System passende Bedingungen für das Wohlergehen der Tiere bei der Schlachtung schafft. Die zweite Clusteranalyse zur Einstellung gegenüber alternativer Schlachtverfahren zeigte zwei Cluster, welche aufgrund von Verdrängung und Desinteresse in Bezug auf die Thematik Schlachtung nicht als Zielgruppen für Produkte aus alternativen Schlachtverfahren in Frage kommen. Zwei weitere Cluster zeigen eine positive Einstellung zu alternativen Schlachtverfahren und eine hohe Zahlungsbereitschaft; in diesen Gruppen ist auch der Konsum von Bio-Fleisch am höchsten, was darauf schließen lässt, dass diese Konsumentengruppe die Dissonanz des Fleischkonsums durch verantwortungsbewusstes eigenes Handeln zumindest zu mindern versucht. In Bezug auf alternative Schlachtverfahren lässt sich festhalten, dass regelmäßige Bio-Konsumenten eine potenzielle Zielgruppe für diese Produkte darstellen. Allerdings sind alternative Schlachtverfahren wie der Weideschuss bei Rindern oder Schlachtmobile bei Geflügel noch wenig bekannt.

Kernergebnisse:

- Generell wird erwartet, dass es spezifische Regelungen für die Schlachtung und den Transport von Bio-Tieren gibt
- Vertrauen in Bio-Schlachthöfe und handwerkliche Metzgereien ist höher als in konventionelle Schlachthöfe
- Alle Tiere sollten gleich (gut) geschlachtet werden, aber insb. Käufer*innen von Bio-Fleisch wünschen auch strengere Regelungen für den Transport und die Schlachtung von Bio-Tieren (insbesondere bei den Bio-Verbänden)
 - **Potenzielles Risiko für eine Enttäuschung und Vertrauensverlust auf Verbraucherseite**
- Alternative Schlachtmethoden wie Schlachtmobile und Weideschuss werden überwiegend positive gesehen
 - Ca. ¼ der Verbraucher*innen hat Bedenken in Bezug auf Hygiene und Tierschutz
 - Hohe angegebene Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei spezifischer Zielgruppe
 - Insbesondere Bio-Fleischkäufer*innen sind potentielle Zielgruppe
- **Empfehlung:** Bereiche Transport und Schlachtung sollten von der Bio-Branche mehr Beachtung geschenkt werden und Bemühungen für die Einführung höherer Standards angestrebt sowie alternative Schlachtverfahren weiter gefördert werden (stärkere Differenzierung von konventionellem Fleisch)

— Ein englischsprachiger Fachartikel zur Frage der Schlachtung von Bio-Tieren wurde in der wissenschaftlichen Zeitschrift *Journal of Agriculture and Food Research* veröffentlicht: *Consumer expectations towards slaughtering: Are there different expectations towards the slaughter of conventional and organic animals?* *Journal of Agriculture and Food Research* (2023) 14: 100695.
<https://doi.org/10.1016/j.jafr.2023.100695>

— Ein englischsprachiger Fachartikel zur Frage der Schlachtung von Bio-Tieren wurde in der wissenschaftlichen Zeitschrift *Organic Agriculture* veröffentlicht: *Should organic animals be slaughtered differently from non-organic animals? An analysis of consumers' expectation.* *Organic Agriculture* (2023) 15: 531–545.
<https://doi.org/10.1007/s13165-022-00407-0>

— Ein englischsprachiger Fachartikel zu alternativen Schlachtverfahren wurde in der wissenschaftlichen Zeitschrift *British Food Journal* veröffentlicht: *Pasture shooting and mobile slaughterhouses from a consumer's point of view: Alternative slaughter methods and the meat paradox.* *British Food Journal* (2023) 125(11): 4123–4142.
<https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2023-0107>

4.5 Erwartungen und Vertrauen in die Bio-Tierhaltung (Online-Befragung)

4.5.1 Problemstellung und Zielsetzung

Ziel dieser Umfrage war es, die in den qualitativen Bürgerinterviews (1. und 2. Projektjahr) erhobenen Erwartungen an verschiedene Bereiche der Bio-Tierhaltung durch eine quantitative Befragung abzugleichen. Zudem wurde erfasst, auf welchen Stufen (Standards, Kontrollen, Produzent*innen, Verarbeitung, Handel) entlang der Wertschöpfungskette der Bio-Tierhaltung ein besonders hohes Vertrauen besteht bzw. ein Vertrauensdefizit vorhanden ist. In dieser Befragung wird dabei expliziert auf die Bio-Tierhaltung in Deutschland geschaut. Des Weiteren wird erfasst, wie Bürger*innen sich derzeit über die Bio-Tierhaltung informieren und wie hoch die Zufriedenheit mit angebotenen Informationen ist oder ob mehr oder andere Informationen gewünscht werden. Damit bilden die Ergebnisse dieser Umfrage einen wichtigen Baustein für Verbesserungen in der Vertrauens-Kommunikation der Bio-Tierhaltung. Es werden konkrete Anhaltspunkte identifiziert, an welchen Stellen der Bio-Tierhaltung Vertrauen vermehrt aufgebaut werden muss und wie Bürger*innen über die Bio-Tierhaltung informiert werden möchten. Somit können für die Zukunft zielgerichtete Informationen über die Bio-Tierhaltung gestaltet werden.

Folgende Forschungsfragen wurden in der Befragung untersucht:

- In welchen Bereichen (Züchtung, Haltung, Fütterung, Tiergesundheit, Transport und Schlachtung) erwarten Bürger*innen die größten Unterschiede zur konventionellen Tierhaltung (aufbauend auf qualitativen Bürgerbefragungen)?
- Wie hoch ist das Verbrauchervertrauen in die Bio-Tierhaltung und hat eine Enttäuschung über Richtlinien, Auswirkungen auf das bekundete Vertrauen und die Kaufbereitschaft tierischer Bio-Produkte?
- Auf welchen Stufen der Wertschöpfungskette (WSK) tierischer Bio-Produkte besteht hohes bzw. geringes Vertrauen?
- Wie möchten Bürger*innen über die Bio-Tierhaltung informiert und angesprochen werden (rational/emotional)?

4.5.2 Methodik und Vorgehen

Die Erhebung zu Erwartungen an und Vertrauen in die Bio-Tierhaltung sowie Informationsbedarfe der Bürger*innen wurde im 3. Projektjahr (Zeitraum: 1. Befragung: 14.02.2022 – 22.02.2022; 2. Befragung: 07.03.2022-13.03.2022) durchgeführt. Aufgrund der Länge wurde diese Befragung in zwei Wellen aufgeteilt. In der ersten Welle wurden 1.199 Bürger*innen online befragt. In der zweiten Erhebung wurden dieselben Personen nochmals befragt, von diesen beantworteten 794 Bürger*innen den Fragebogen. Die Stichprobe ist in ihrer Verteilung in Bezug auf Alter, Geschlecht, Bildung und Regionalität annähernd repräsentativ für die deutsche Grundgesamtheit.

Die anschließende empirische Datenanalyse erfolgte mithilfe des Statistikprogramms IBM SPSS. Im Anschluss an die deskriptive Ergebnisanalyse wurde auch hier eine Clusteranalyse zur Identifikation verschiedener Käufergruppen im Hinblick auf die Einstellung und das Vertrauen in die Bio-Tierhaltung durchgeführt.

4.5.3 Ergebnisse und Diskussion

Wissen über und Erwartungen an die Bio-Tierhaltung

Wie sich bereits in den qualitativen Bürgerinterviews angedeutet hat, ist das Wissen der Verbraucher*innen über die Bio-Tierhaltung als gering einzustufen. Am ehesten geben Proband*innen, an sich in den Bereichen Haltung, Fütterung und Transport auszukennen, aber auch hier geben über 40 % an, sich eher nicht bis gar nicht auszukennen (Abbildung 13).

Die größten Unterschiede der Bio-Tierhaltung gegenüber der konventionellen Tierhaltung werden von Bürger*innen in den Bereichen Haltung, Fütterung und Tiergesundheit erwartet (Abbildung 14). Des Weiteren zeigt Abbildung 15 deutlich, dass Bürger*innen Unterschiede zur konventionellen Tierhaltung in nahezu allen abgefragten Bereichen sehr wichtig sind, insbesondere jedoch bei der Haltung, der Tiergesundheit und dem Transport.

Generell lässt sich festhalten, dass Bürger*innen, nach einer Selbsteinschätzung, über wenig Wissen in Bezug auf die Bio-Tierhaltung verfügen und gleichzeitig hohe Erwartungen an eine Differenzierung zur konventionellen Tierhaltung vorhanden sind (insbesondere in den Bereichen: Haltung, Fütterung und Tiergesundheit) (Abbildung 14). Misstrauen für Regelverstöße besteht vor allem in der Geflügelhaltung und Schweinemast, weniger bei der Haltung von Ziegen und Schafen, aber auch der Milchvieh- und Mastbullenhaltung (Abbildung 16).

Abbildung 13: Wie gut kennen Sie sich in den folgenden Bereichen der Bio-Tierhaltung aus? (Selbsteinschätzung)

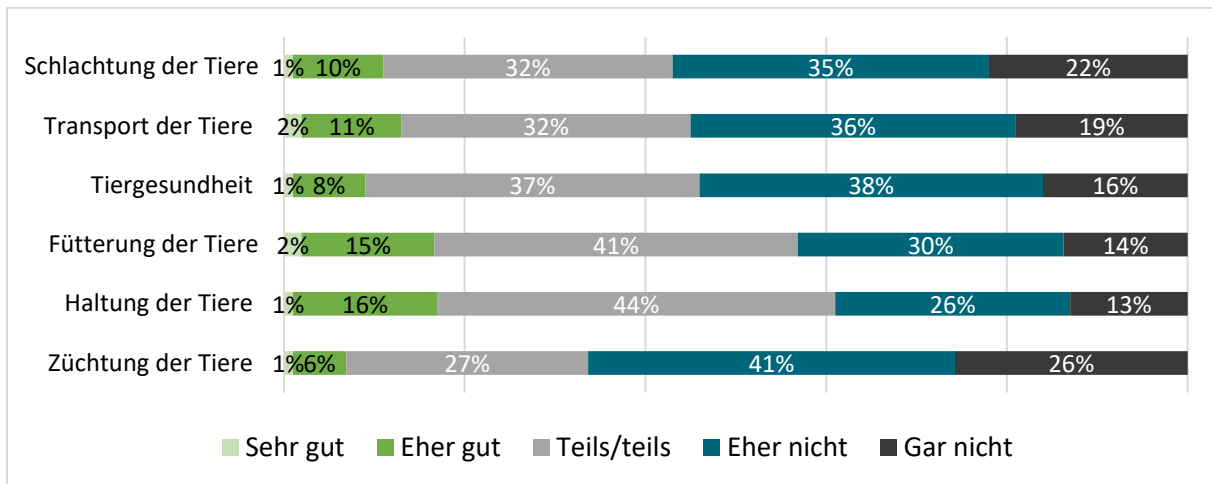


Abbildung 14: In welchen Bereichen werden Unterschiede zur konventionellen Tierhaltung erwartet?

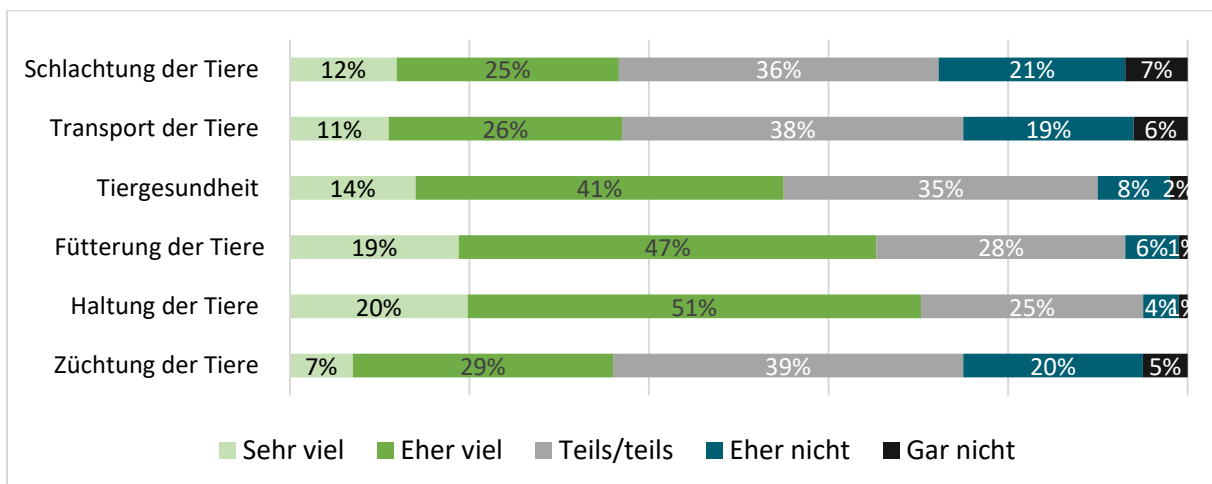


Abbildung 15: Wie wichtig sind Ihnen Unterschiede im Tier- und Umweltschutz in den folgenden Bereichen der Bio-Tierhaltung im Vergleich zur konv. Tierhaltung?

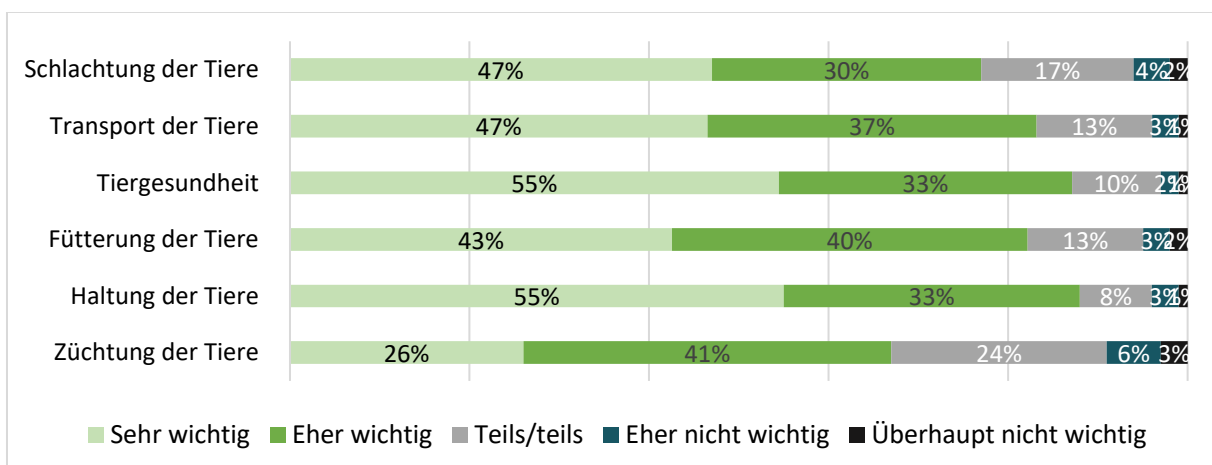
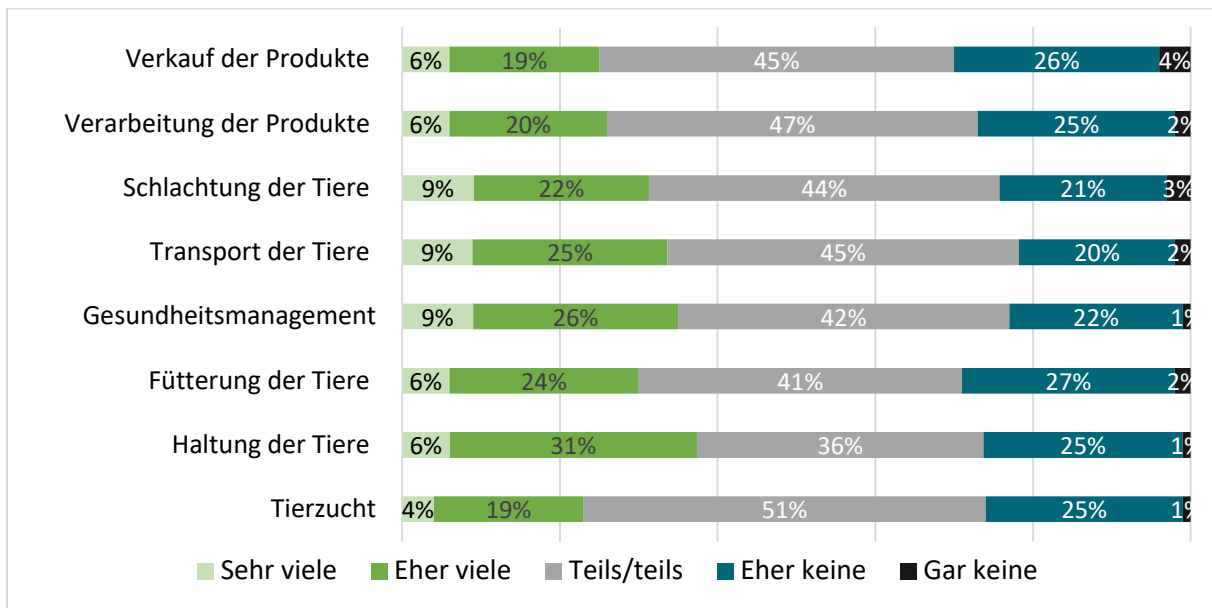


Abbildung 16: Vermutete Regelverstöße in der Bio-Tierhaltung nach Tierarten



Vertrauen in die Bio-Tierhaltung und Auswirkung möglicher Enttäuschung

Insgesamt haben Bürger*innen ein positives Bild von der Bio-Tierhaltung. Es gibt eine hohe Zustimmung für eine positive Wahrnehmung in den folgenden Bereichen (Zustimmung in %, Abbildung 17):

Abbildung 17: Wahrnehmung der Bio-Tierhaltung

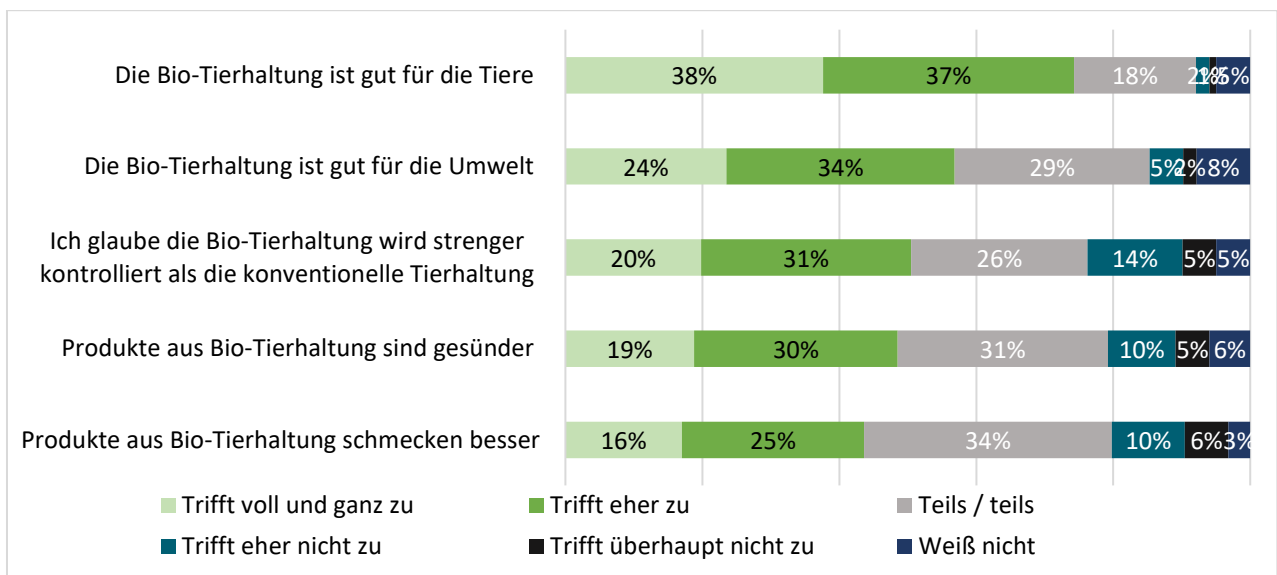
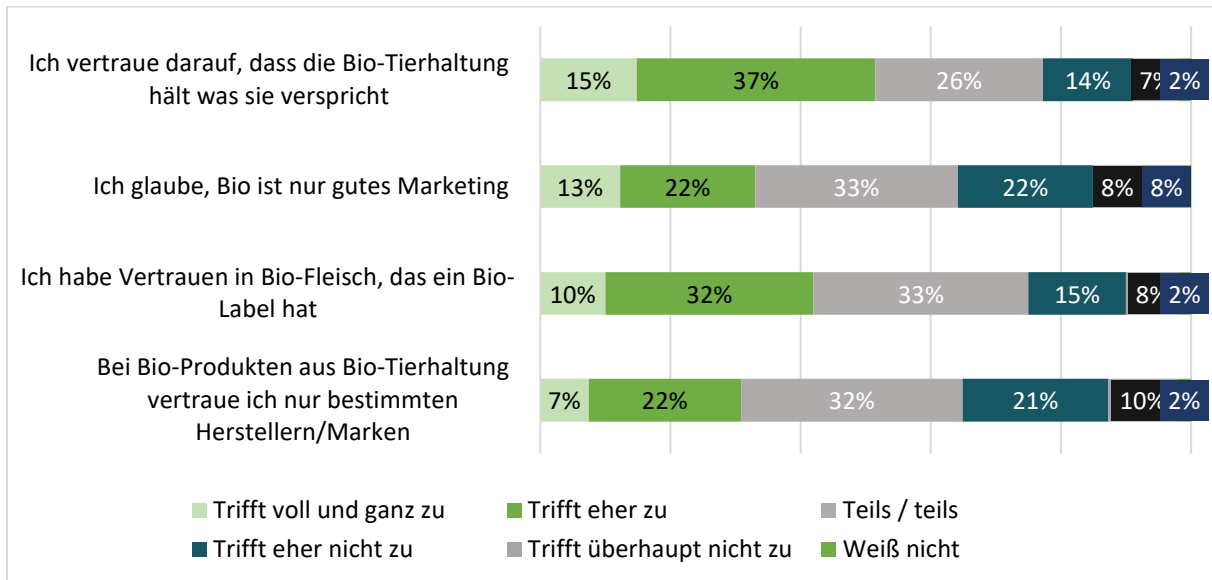


Abbildung 18 zeigt ein relativ hohes Vertrauen in die Bio-Tierhaltung: über 50% stimmen dem Statement „Die Bio-Tierhaltung hält, was sie verspricht“ zu. Jedoch lehnen 21% der Befragten diese Aussage auch ab.

Zudem stimmen 35% der Proband*innen auch der Aussage „Bio ist nur gutes Marketing“ zu, was auf eine gewisse Skepsis der Verbraucher*innen gegenüber die Bio-Tierhaltung schließen lässt.

Abbildung 18: Einstellung zur Bio-Tierhaltung



Eine weitere Fragestellung in dieser Befragung war, inwieweit ein Täuschungsgefühl bei Verbraucher*innen sich auf die Einstellung und Kaufbereitschaft tierischer Bio-Produkte auswirkt. Hierzu wurde am Beispiel der frühen Kuh/Kalb Trennung, welche auch in der Bio-Tierhaltung gängige Praxis ist, folgendes Befragungsdesign gewählt:

Zunächst wurden die Proband*innen gefragt, ob sie glauben, dass die frühe Kuh/Kalb Trennung auch in der Bio-Tierhaltung erlaubt ist. Nach der Aufklärung, dass die Trennung von Kuh und Kalb auch in der Bio-Tierhaltung gängige Praxis ist, wurden die Proband*innen gefragt, ob sie sich von dieser Regelung getäuscht fühlen. Abbildung 19 zeigt jeweils den Anteil der sich getäuscht fühlenden Befragten, aufgeteilt nach ihrer Erwartungseinstellung in Bezug auf die frühe Kuh/Kalb Trennung in der Bio-Tierhaltung. Es zeigt sich, dass insbesondere diejenigen mit der Erwartungshaltung, dass die frühe Trennung von Kuh und Kalb in der Bio-Tierhaltung nicht erlaubt ist, sich von diesem Vorgehen getäuscht fühlen (67%). Aber auch von denen, die erwartet haben, dass das Vorgehen bei Bio erlaubt ist, fühlen sich über 40% getäuscht. Im Anschluss wurde den Probanden*innen mitgeteilt, dass Informationen über die frühe Trennung von Kuh und Kalb in der Bio-Tierhaltung transparent im Internet nachzulesen sind und ob sie sich dann dennoch getäuscht fühlen.

Abbildung 19: Täuschungsgefühl nach Erwartungseinstellung in Bezug auf die frühe Kuh/Kalb Trennung in der Bio-Tierhaltung

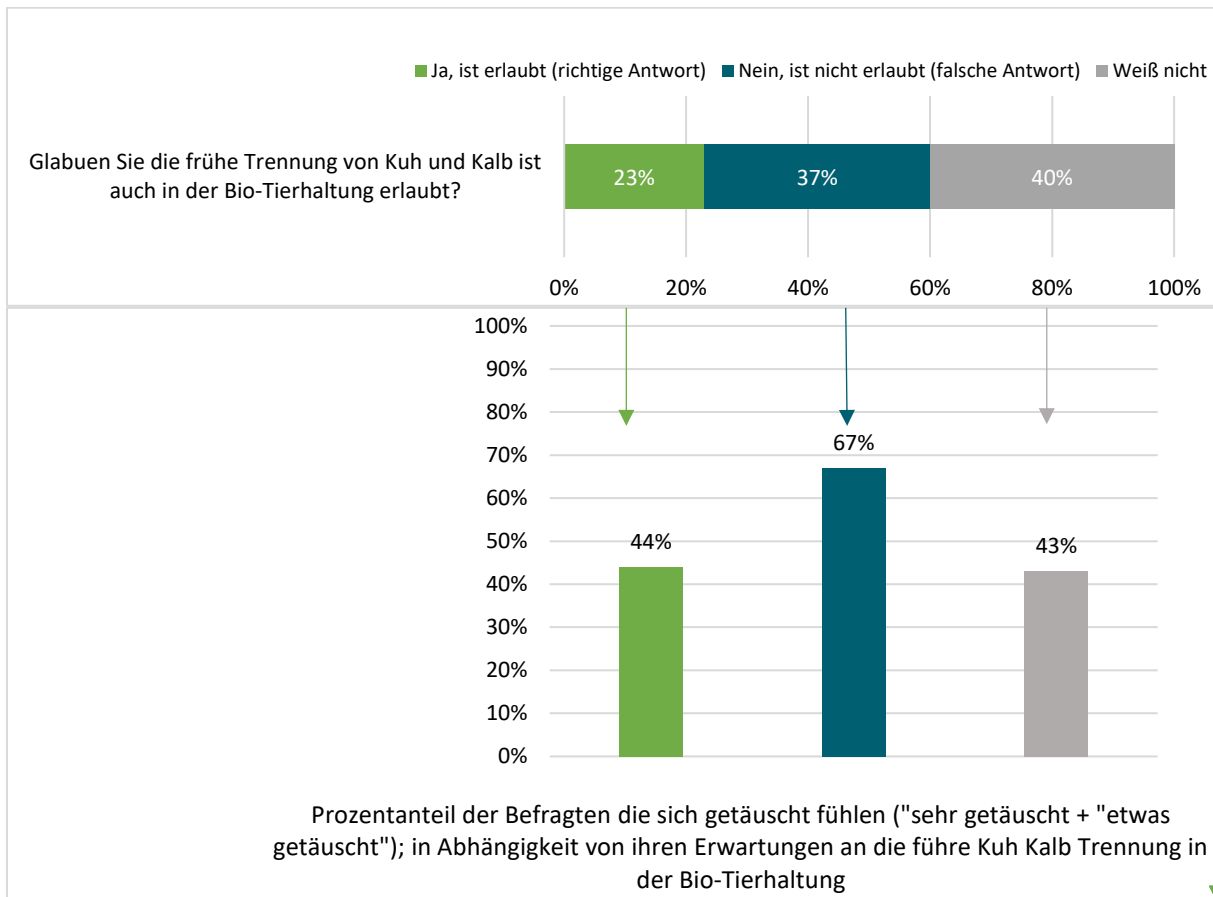


Abbildung 19 zeigt den Anteil der Proband*innen, die sich trotz transparenter Kommunikation über diese Praxis getäuscht bzw. nicht mehr getäuscht fühlen. Lediglich 7% geben an, durch das vorhandene Wissen über transparente Informationen über diese Regelung sich nun nicht mehr getäuscht zu fühlen. Personen, die sich immer noch getäuscht fühlten, wurden gebeten, die nachfolgenden Statements über die eingeschätzte Auswirkung ihrer Enttäuschung zu beantworten (Abbildung 20).

Abbildung 20: Fühlen Sie sich trotz transparenter Kommunikation über die frühe Kuh/Kalb Trennung in der Bio-Tierhaltung getäuscht?

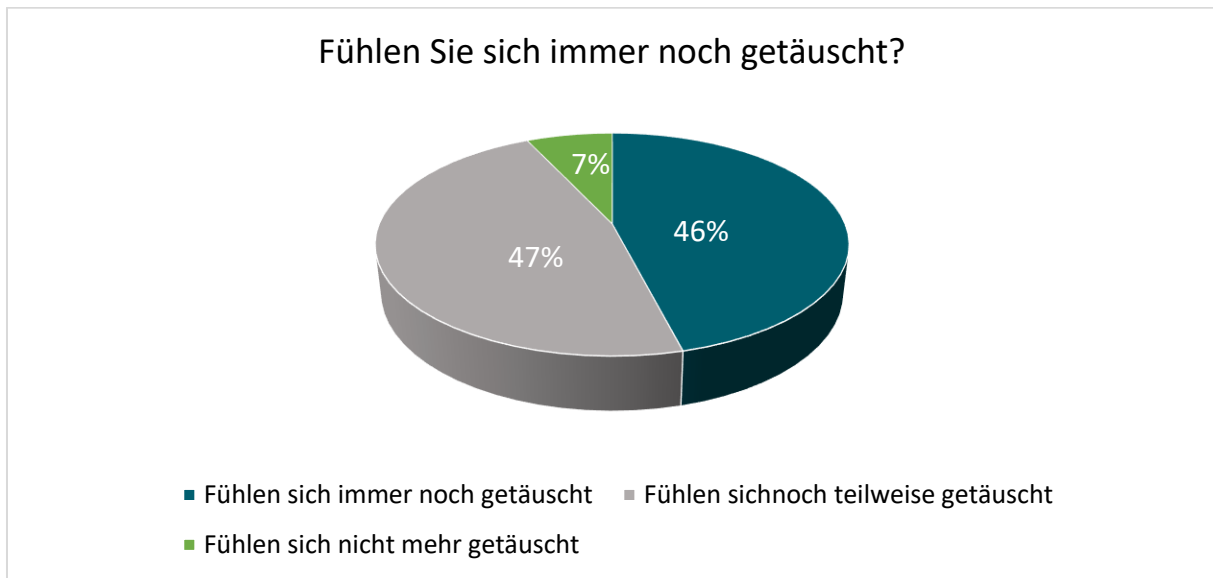
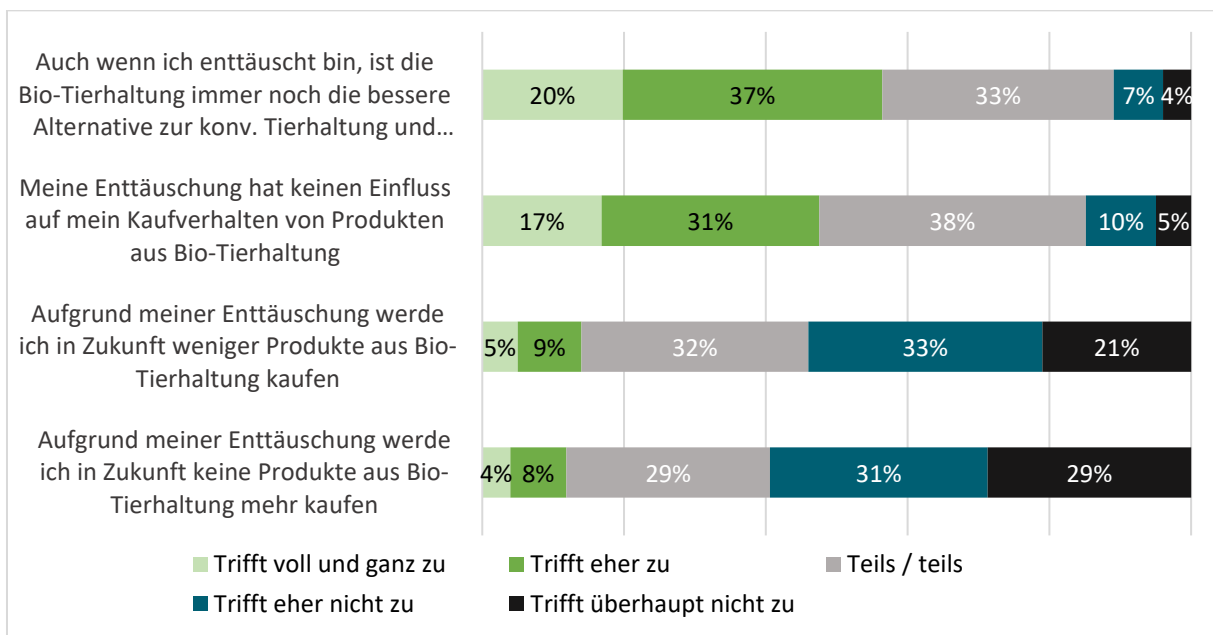


Abbildung 21: Auswirkung der Enttäuschung auf die Einstellung und Kaufabsicht tierischer Bio-Produkte

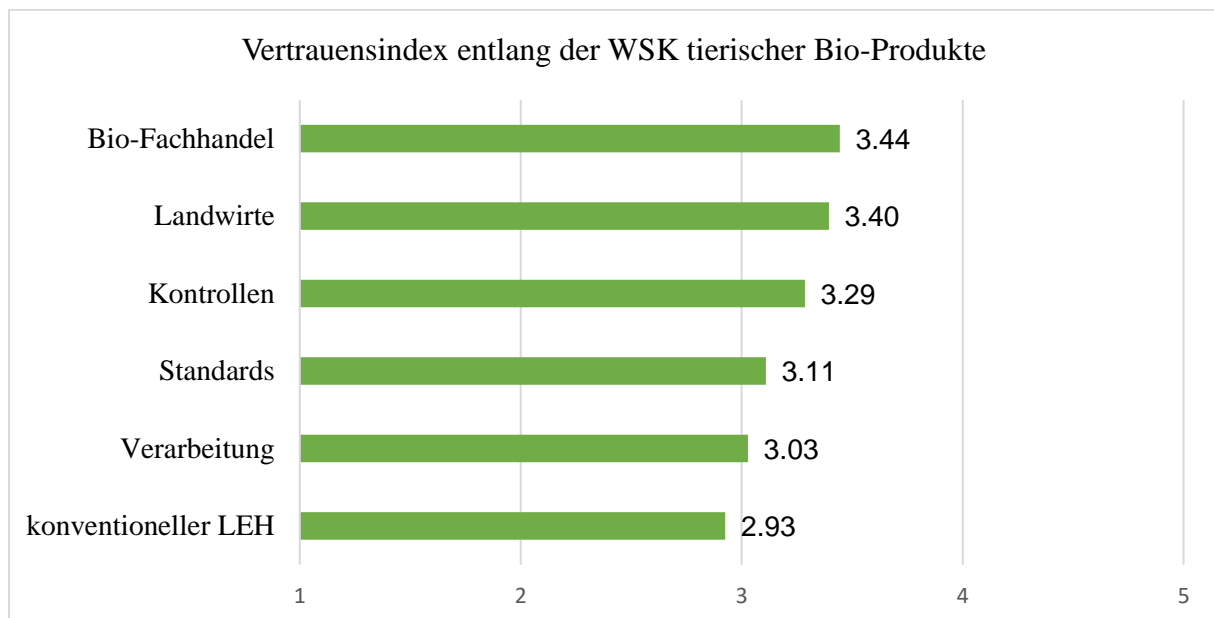


Die Ergebnisse dieser Befragung zeigen, dass das Wissen um Information ein Täuschungsgefühl oft nicht verhindern kann. Die Enttäuschung jedoch auch meist keine Auswirkungen auf die angegebene Kaufabsicht von Bio-Produkten hat, da die Bio-Tierhaltung immer noch als die beste Alternative wahrgenommen wird und damit das vorhandene Vertrauen in die Bio-Tierhaltung auch angesichts einer Enttäuschung über einzelne Regelungen bei den meisten Kund*innen recht stabil zu sein scheint.

Vertrauen entlang der Wertschöpfungskette tierischer Bio-Produkte

Das Vertrauen in Bezug auf Akteure entlang der Wertschöpfungskette (WSK) tierischer Bio-Produkte wurde anhand der folgenden aus der Literatur abgeleiteten Dimensionen erfasst: Kompetenz, Fürsorge, Transparenz, Verlässlichkeit und skeptische Haltung (Poortinga & Pidgeon 2003; De Jonge et al. 2008; Desai et al. 2012; Macready et al. 2020). Abbildung 22 zeigt den Vertrauensindex für die einzelnen Akteure der Wertschöpfungskette der Bio-Tierhaltung. Während Landwirt*innen, den Kontrollen und dem Bio-Fachhandel am meisten vertraut wird, zeigt sich insbesondere bei der Verarbeitung tierischer Bio-Produkte ein Vertrauensdefizit.

Abbildung 22: Vertrauensindex entlang der WSK tierischer Bio-Produkte



Skala: 1 Niedriges Vertrauen – 5 Hohes Vertrauen

Den Standards bzw. Richtlinien der Bio-Tierhaltung wird ein relativ hohes Vertrauen entgegengebracht, dass diese zum Wohle der Tiere entwickelt wurden. Allerdings stimmten 58% zu, dass die Richtlinien noch strenger sein sollten und eine ehrliche Kommunikation bei Problemen in Bezug auf die Standards wird nur teilweise gesehen (knapp 50% teils/teils). Landwirt*innen wird hohes Vertrauen entgegengebracht, dass diese die Standards einhalten (> 50%), nur 13% meinen Landwirt*innen achten zu wenig auf das Tierwohl. Auch den Kontrollen wird generell Vertrauen entgegengebracht, aber über die Hälfte der Befragten würde mehr unangekündigte Kontrollen begrüßen.

In der Verarbeitung tierischer Bio-Produkte zeigt sich das größte Vertrauensdefizit in der WSK. 53% der Befragten bezweifeln, dass „Wo Bio draufsteht, ist auch Bio drin“ und nur 19% glauben, dass Kund*innen bei Fehlern in der Verarbeitung ehrlich informiert werden.

Der Bio-Fachhandel wird bei der Vermarktung tierischer Bio-Produkte als deutlich vertrauenswürdiger eingeschätzt als konventionelle Supermärkte und Discounter.

Informationsverhalten und -bedarf über die Bio-Tierhaltung

Auf die Frage, wie häufig sich die Proband*innen über die Bio-Tierhaltung informieren, gaben lediglich 14% an, dies häufig bzw. sehr häufig zu tun. Der Großteil mit knapp 80% informiert sich manchmal oder selten. 7% gaben an, sich nie über die Bio-Tierhaltung zu informieren (Abbildung 23).

Abbildung 23: Informationshäufigkeit

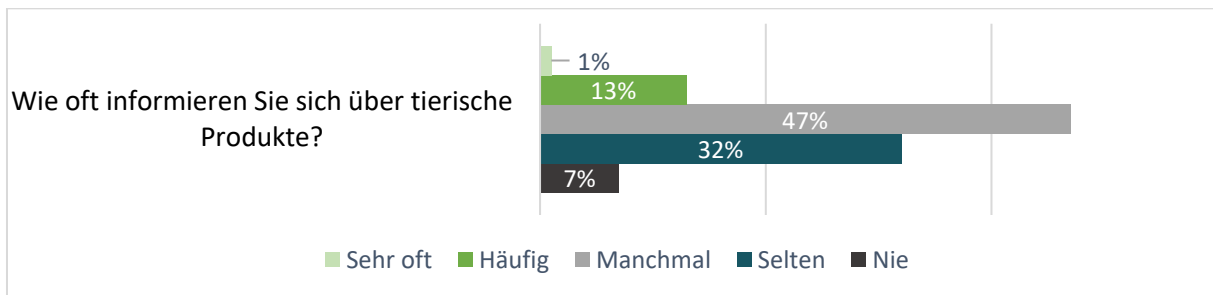


Abbildung 24: Informationsbedarf über die Bio-Tierhaltung I

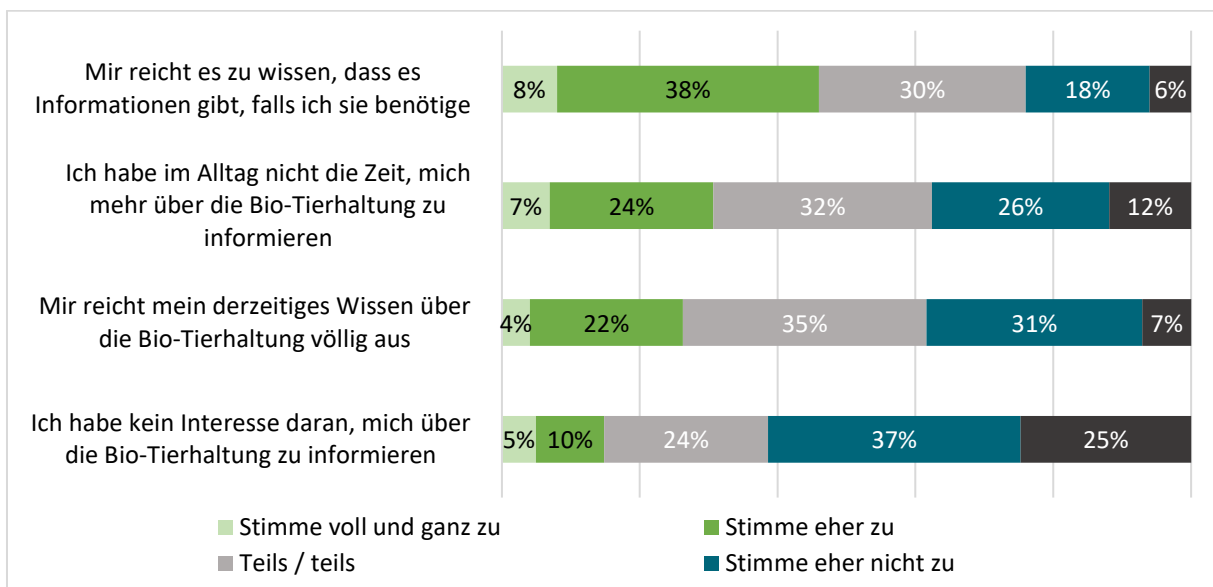
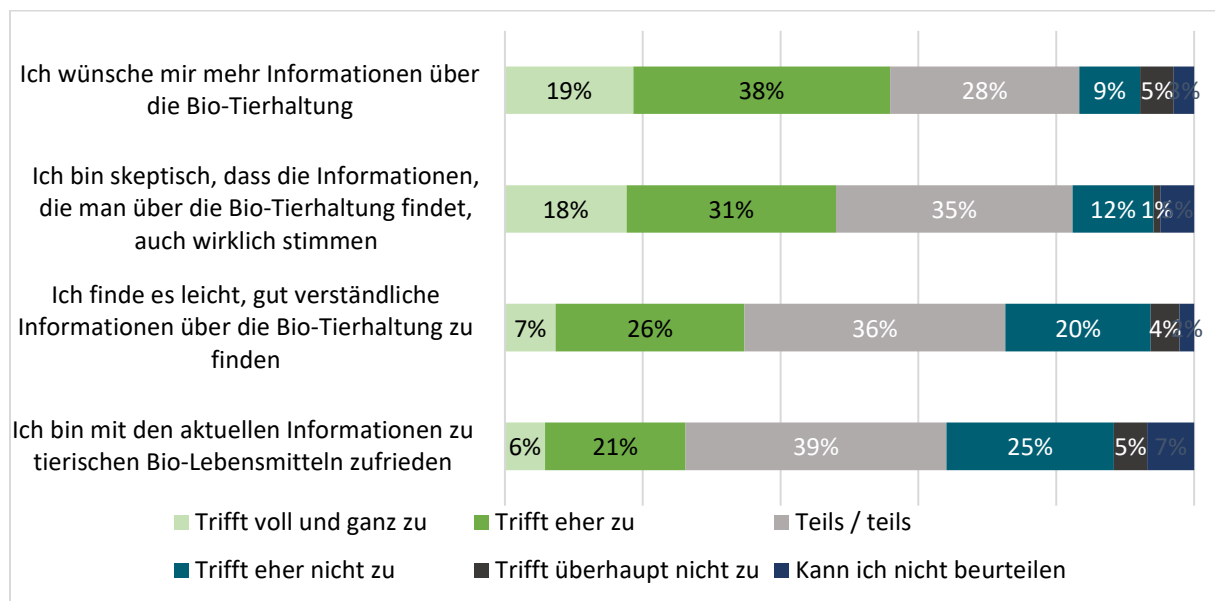


Abbildung 25: Informationsbedarf über die Bio-Tierhaltung II



67% lehnen die Aussage ab, dass sie kein Interesse daran haben, sich über die Bio-Tierhaltung zu informieren. Gleichzeitig sagen knapp 50%, dass es ihnen bereits reicht zu wissen, dass es Informationen gibt, falls sie diese benötigen. Knapp 50% wünschen sich zudem mehr Informationen über die Bio-Tierhaltung und ungefähr ein Drittel stimmt zu, dass sie es leicht finden, gut verständliche Informationen über die Bio-Tierhaltung zu finden (Abbildung 24). Trotzdem sind nur 27% mit den aktuellen Informationen zufrieden. Auch stimmen 49% dem Statement zu „*Ich bin skeptisch, dass die Informationen, die man über die Bio-Tierhaltung findet, auch wirklich stimmten*“. Was auf eine relativ hohe Skepsis auf Verbraucherseite in Bezug auf Informationen über die Bio-Tierhaltung schließen lässt (Abbildung 25).

Auf die Frage, welchen Akteuren in Bezug auf Informationen über die Bio-Tierhaltung am meisten vertraut wird. Stehen Landwirte (60%), gefolgt von Zertifizierungsstellen (52%) an erster Stelle. Bekannten (48%) und Bio-Verbänden (48%) wird dabei etwas weniger vertraut. Gleichzeitig sehen Verbraucher*innen Landwirt*innen, Bio-Verbände und Händler*innen auch in der Verantwortung, für eine gute Aufklärung über die Bio-Tierhaltung zu sorgen. Nur 33% sehen Verbraucher*innen selbst in der Verantwortung, für eine gute Aufklärung über die Bio-Tierhaltung zu sorgen.

Gewünschte Informationsform

Bei der Bereitstellungsform von Information über die Bio-Tierhaltung zeichnet sich ein teils heterogenes Bild ab. Über 60% der Proband*innen sehen „Bilderbuchdarstellungen“, eine „zu Heile Welt“ Darstellung der Bio-Tierhaltung und die Kommunikation von „zu wenigen Fakten“ als problematisch.

Gleichzeitig wünschen sich 30-40% der Befragten jedoch auch persönliche Geschichten von Landwirt*innen, Fotos statt Text-Information und Berichte von schönen Höfen. Eine „zu idyllische“ Darstellung der Bio-Tierhaltung wird somit klar abgelehnt, stattdessen wird eine etwas rationalerer, faktenbasierte, aber auch emotionale Ansprache mit Fotos statt Texten bevorzugt.

Als Zusammenfassung dieser Befragung lässt sich festhalten, dass die Verbrauchereinstellung zur Bio-Tierhaltung überwiegend positiv ist und mit positiven Aspekten wie Tier- und Umweltschutz und Gesundheit in Verbindung gebracht wird. Auch das Verbrauchervertrauen in die Bio-Tierhaltung ist gegeben. Hier zeigt sich jedoch auch eine gewisse Skepsis: 35% glauben, dass „*Bio nur gutes Marketing ist*“. Betrachtet man das Vertrauen entlang der WSK, sind es vor allem die Landwirt*innen, welchen hohes Vertrauen entgegengebracht wird. Der Verarbeitung wird hingegen am wenigsten vertraut. Auch bei Informationen über die Bio-Tierhaltung wird den Landwirt*innen am meisten vertraut. Bei der bevorzugten Form der Kommunikation zeigt sich ein eher ambivalentes Bild. Einerseits wird der Wunsch nach mehr Fakten und weniger „Bilderbuchdarstellungen“ deutlich. Auf der anderen Seite wünschen sich auch 30-40% schöne Berichte von Höfen und bevorzugen Bild- vor Textinformationen.

Ein Täuschungsgefühl über bestehende Regelungen der Bio-Tierhaltung, die nicht den Erwartungen der Verbraucher*innen entsprechen, kann durch den Hinweis über transparente Information diese Regelungen meist nicht verhindert werden. Trotz der Enttäuschung über einzelne Regelungen wird die Bio-Tierhaltung als beste Alternative hinsichtlich der Tierhaltung wahrgenommen. Entsprechend hat die geäußerte Enttäuschung keine größeren Auswirkungen auf die geäußerten Kaufabsichten tierischer Bio-Produkte.

Kernergebnisse:

- Geringes Wissen über und hohe Erwartung an die Bio-Tierhaltung hat sich bestätigt
- Das aktuelle Vertrauen in die Bio-Tierhaltung ist sehr heterogen bei den Verbraucher*innen; am höchsten ist das Vertrauen in Landwirt*innen
- Es besteht der Wunsch nach einer transparenten und faktenbasierten Kommunikation, bestenfalls durch Fotos und Darstellung der Landwirt*innen
- Insbesondere Personen, die erwarten, dass die frühe Kuh/Kalb Trennung in der Bio-Tierhaltung nicht durchgeführt wird, fühlen sich getäuscht, wenn sie damit konfrontiert werden. Dennoch wirkt sich enttäushtes Vertrauen kaum auf die Kaufwahrscheinlichkeit aus, da Bio-Tierhaltung aktuell immer noch als die beste Alternative bewertet wird.

Handlungsempfehlungen:

- Um bestehendes Vertrauen zu festigen und auszubauen, sollten Bereiche und Praktiken, die zu Vertrauensverlusten bei Verbraucher*innen führen können (z. B. frühe Trennung von Kuh und Kalb) angegangen werden, um auch in Zukunft als Vorreiter in Sachen Tierwohl wahrgenommen zu werden.
- Zudem könnte ein Ansatz zur Vertrauenssteigerung sein, mehr unangekündigte Kontrollen durchzuführen und dies zu kommunizieren.
- Bei der Darstellung der Bio-Tierhaltung sollten zu „idyllische“ Bilder vermieden werden, um falsche Erwartungshaltungen zu vermeiden. Stattdessen sollten mehr realistische Informationen auf möglichst aktive Weise bereitgestellt werden, bspw. durch Image- oder Aufklärungskampagnen.

— Ein englischsprachiger Fachartikel zur Rolle von Vertrauen, Erwartung und Enttäuschung wurde in der wissenschaftlichen Zeitschrift *Animal Frontiers* veröffentlicht: *The role of trust, expectation, and deception when buying organic animal products*. *Animal Frontiers* (2023) 13(1): 40–47.

<https://doi.org/10.1093/af/vfac080>

— Ein englischsprachiger Fachartikel zu Vertrauen und Informationsverhalten wurde bei der wissenschaftlichen Zeitschrift *PLOS Sustainability and Transformation* eingereicht: *Trust Landscape of Organic Animal Husbandry: Mapping Consumer Attitudes and Information Demands in Germany*

4.6 Bewertung von Innovationen zur Vertrauenssteigerung in die Bio-Tierhaltung (Online-Befragung)

4.6.1 Problemstellung und Zielsetzung

Die Beweggründe für den Kauf von tierischen Bio-Produkten sind vielfältig. Verschiedenen Studien zufolge ist der Tierschutz jedoch eines der wichtigsten (Zander & Hamm 2009; von Meyer Höfer et al. 2015). Das Bio-Siegel steht in diesem Bereich zunehmend im Wettbewerb mit anderen Tierschutzlabeln. Darüber hinaus hat der deutsche Lebensmitteleinzelhandel 2019 eine vierstufige Haltungsformkennzeichnung eingeführt, bei der die Premiumstufe neben Bio auch andere Label umfasst, die hohe Tierhaltungsstandards erfüllen (u. a. 100 % mehr Platz, Auslauf), aber andere Kriterien, die für das Bio-Siegel erfüllt werden müssen, nicht verlangen. Darüber hinaus sehen Verbraucher*innen die Vorteile der lokalen Herkunft von Lebensmitteln oft ähnlich positiv oder sogar positiver als die ökologische Erzeugung (Berlin et al., 2009).

Außerdem ist bekannt, dass das Wissen der Verbraucher*innen über ökologische Tierhaltungspraktiken recht gering ist (Kühl et al. 2022, 2023). Vor dem Hintergrund, dass Verbraucher*innen bekanntermaßen oft zu hohe Erwartungen an die ökologische Tierhaltung haben (Halo-Effekt; von Meyer-Höfer et al. 2015), steht die Bio-Branche vor der Herausforderung, sich weiterzuentwickeln, um Kunden zu gewinnen und langfristig zu binden. Hierfür ist Vertrauen von hoher Relevanz (Nuttavuthisit & Thøgersen 2017).

Diese Befragung soll Erkenntnisse darüber liefern, welche (innovativen) Produktionsprozesse (z.B. muttergebundene Kälberaufzucht, Weideschlachtung, ganzjährige Weidehaltung) bzw. die Änderung bestehender Regelungen aus Konsumentensicht besonders geeignet sind, um das Vertrauen in die Bio-Tierhaltung zu erhöhen. Damit sollen Handlungsempfehlungen für die zukünftige Ausrichtung der Bio-Tierhaltung gegeben werden, insbesondere auch mit dem Ziel, diese langfristig von sich verbessernden konventionellen Systemen abzugrenzen.

4.6.2 Methodik und Vorgehen

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde im Januar 2023 eine Online-Befragung mit n=1.385 Bundesbürger*innen durchgeführt. Die Stichprobe ist in ihrer Verteilung in Bezug auf Alter, Geschlecht, Bildung und Regionalität annähernd repräsentativ für die deutsche Grundgesamtheit. Im ersten Teil der Befragung wurden soziodemografische Fragen und das Ernährungsverhalten abgefragt. Im zweiten Teil wurden allgemeine Aussagen zur Wahrnehmung und Einstellung zur Bio-Tierhaltung.

In einem anschließenden dritten Teil wurden die Teilnehmer*innen mit acht derzeit gängigen Praktiken in der ökologischen Tierhaltung konfrontiert, wie z. B. der frühen Trennung von Kuh und Kalb. Die Praktiken wurden gemeinsam mit Expert*innen ausgewählt. Die acht ausgewählten Praktiken bzw. Regelungen umfassen Praktiken, für die es in der ökologischen Tierhaltung bereits spezifische Vorschriften gibt und solche, bei denen dies nicht der Fall ist. Es wurde abgefragt, ob den Teilnehmer*innen diese Praktiken bekannt sind und wie sie diese bewerten. Die acht Praktiken bzw. Regelungen wurden den Teilnehmer*innen in einer randomisierten Reihenfolge gezeigt, um mögliche Reihenfolgeeffekte zu umgehen. Im nächsten Schritt wurden mögliche Verbesserungen bzw. Änderungen (z.B. das Verbot der frühen Kuh-Kalb-Trennung) vorgestellt und erhoben, inwieweit diese Änderungen das Vertrauen in und die Bereitschaft zum Kauf von tierischen Bio-Produkten beeinflussen würde. In einem letzten Schritt wurden die Teilnehmer*innen gebeten, die acht vorgestellten möglichen Änderungen in der ökologischen Tierhaltung danach zu ordnen, was ihrer Meinung nach am wichtigsten ist, um Vertrauen in die ökologische Tierhaltung zu schaffen. Die deskriptiven Analysen wurden mit IBM SPSS Version 27 durchgeführt.

4.6.3 Ergebnisse und Diskussion

Wie bereits in den vorherigen qualitativen sowie quantitativen Bürgerbefragungen deutlich wurde, ist das Wissen und die Wahrnehmung der Bürger*innen über die Bio-Tierhaltung als gering einzustufen. Ebenfalls sind verschiedene Tierhaltungspraktiken für Bürger*innen unbekannt. Darüber hinaus wurde in dieser Befragung bestätigt, dass Bürger*innen die Bio-Tierhaltung insgesamt positiv sehen. Abbildung 23 zeigt, dass die Bio-Tierhaltung von 41% als besser für die Tiere, besser für die Umwelt (27%) sowie besser für die menschliche Gesundheit (26%) wahrgenommen wird. Das Weiteren wurden die Proband*innen auch in dieser Befragung gefragt, wie hoch das jeweilige Vertrauen in die Bio-Tierhaltung ist. Es wurde deutlich, dass 4% volles Vertrauen sowie 4% gar kein Vertrauen in die Bio-Tierhaltung haben. Knapp 50% der Teilnehmer*innen ordnen ihr Vertrauen als eher hoch und 24% als ein (Abbildung 26).

Abbildung 26: Allgemeine Bewertung der Bio-Tierhaltung

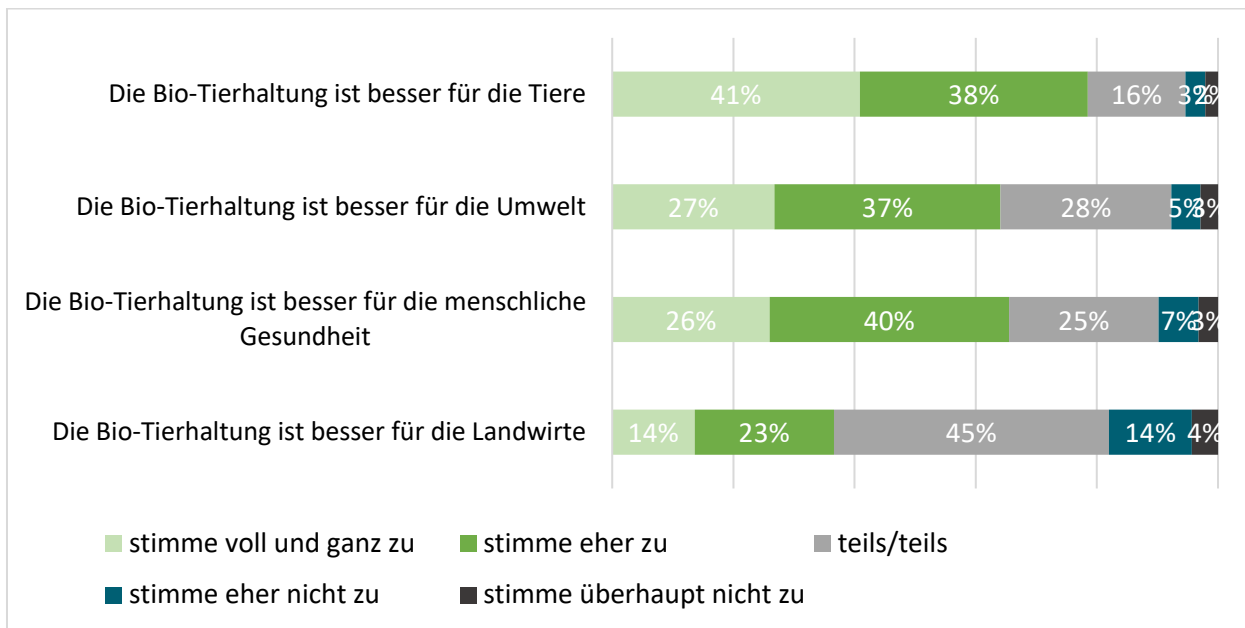
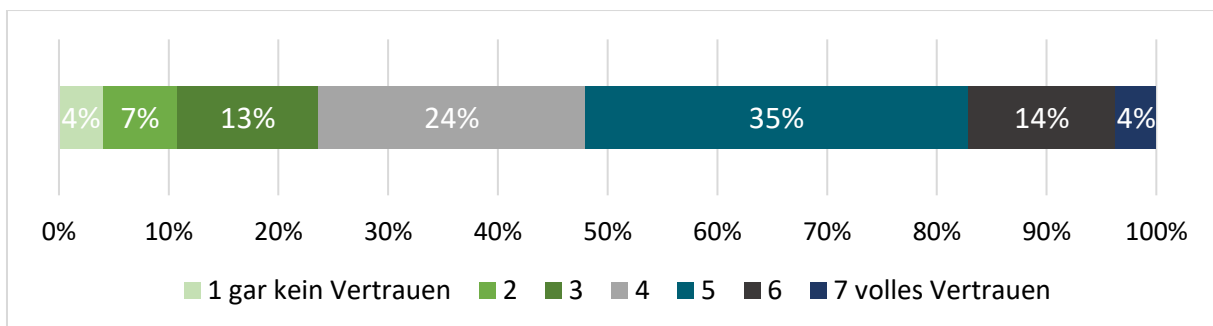


Abbildung 27: Vertrauen in die Bio-Tierhaltung

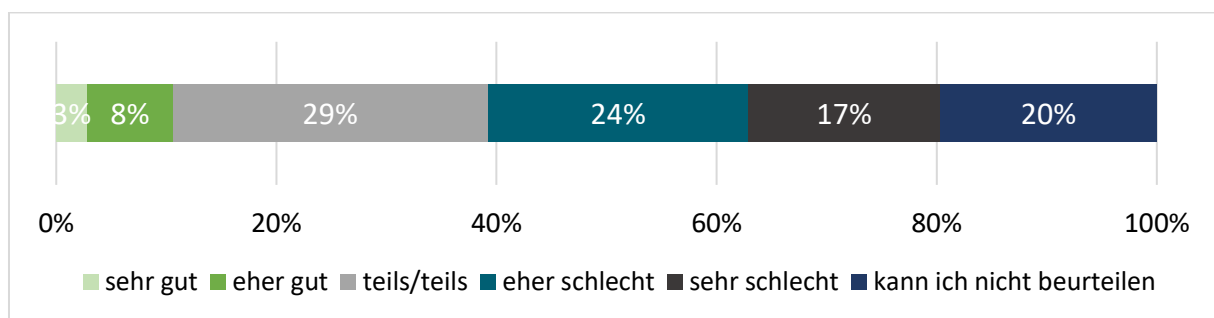


Nach der allgemeinen Bewertung und Abfrage des Vertrauens in die Bio-Tierhaltung wurde den Teilnehmer*innen bei den nächsten Fragen jeweils ein paar Informationen zu den aktuell geltenden Regelungen und Praktiken in der Bio-Tierhaltung zur Verfügung gestellt. Dabei galt es herauszufinden, ob die Teilnehmer*innen von diesen Regelungen wussten und wie sie diese bewerteten. Anschließend wurden mögliche Änderungen der Regelungen aufgezeigt, die ebenfalls aus Sicht der Teilnehmer*innen bewertet werden sollten. Anschließend wurde gefragt, inwieweit eine Einführung der genannten Änderung ihr Vertrauen in die Bio-Tierhaltung beeinflussen würde. Im Folgenden werden die Bewertungen der acht derzeit gängigen Praktiken und Regelungen in der Bio-Tierhaltung aufgezeigt sowie mögliche Verbesserungs- bzw. Änderungsvorschläge.

Schlachtung

Im Bereich „Schlachtung“ bekamen die Proband*innen folgende Informationen vorab: „Derzeit gibt es in den gesetzlichen Regelungen für die Bio-Tierhaltung keine gesonderten Vorgaben, wie Bio-Tiere geschlachtet werden. Das heißt, dass für die Schlachtung von Bio-Tieren meist dieselben Vorgaben gelten, wie für die Schlachtung konventioneller Tiere.“ 31% der befragten Personen gaben an, dies gewusst zu haben. Im Gegensatz zu den restlichen 69%, denen es nicht bewusst war, dass es bei Bio-Tiere derzeit keine gesonderten Schlachtvorgaben gibt. Abbildung 28 zeigt, wie die Proband*innen diese aktuelle Regelung für die Schlachtung von Bio-Tieren finden. Zu sehen ist, dass rund die Hälfte der Personen diese Regelungen nicht beurteilen können (20%) bzw. unsicher sind und mit teils/teils antworteten (29%). Lediglich 11% finden die derzeitigen Regelungen zur Schlachtung von Bio-Tieren gut, die Mehrheit (41%) bewertet die derzeitigen Regelungen als eher schlecht bzw. sehr schlecht.

Abbildung 28: „Wie finden Sie die aktuelle Regelung?“ – Schlachtung



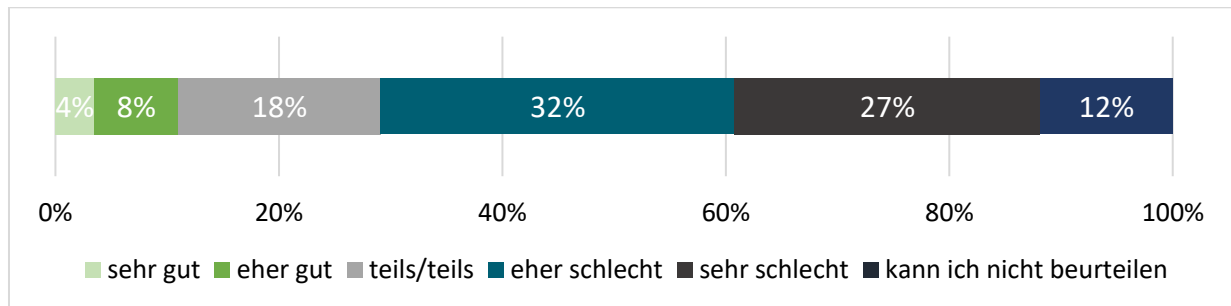
Anschließend wurde den Proband*innen als mögliche Änderung die Einführung strengere Regelungen bei der Schlachtung von Bio-Tieren vorgeschlagen. Das Vertrauen in die Bio-Tierhaltung würde sich für 40% dadurch nicht verändern. 38% gaben an, dass sich das Vertrauen leicht erhöhen könnte und für 17% würde diese gesetzliche Regelung zu einem stark erhöhten Vertrauen führen. Ähnlich sieht es für die Kaufbereitschaft von Bio-Produkten aus: Die Änderung der Regelung würde sich für 12% der Proband*innen stark in Bezug auf die Kaufbereitschaft erhöhen. Rund die Hälfte gab an, dass keine Veränderung eintreten würde (51%) und für 5% würde es sich leicht bis stark verringern.

Transport

Wie schon im Bereich der Schlachtung gibt es beim Transport von Bio-Tieren keine gesonderten Vorgaben. Vor allem in der Transportdauer gelten die gleichen Regelungen (maximal acht Stunden) für Bio-Tiere und konventionell gehaltene Tiere. 78% der befragten Personen gaben an, dass sie dies nicht wussten. Die restlichen 22% waren sich bewusst, dass es keine Unterschiede in der Transportdauer bei Bio- und konventionellen Tieren gibt.

Die Bewertung der Regelung im Bereich des Transportes fiel eher bis sehr schlecht aus (59%).
Abbildung 29 verdeutlicht die Bewertung grafisch.

Abbildung 29: „Wie finden Sie die aktuelle Regelung?“ – Transport

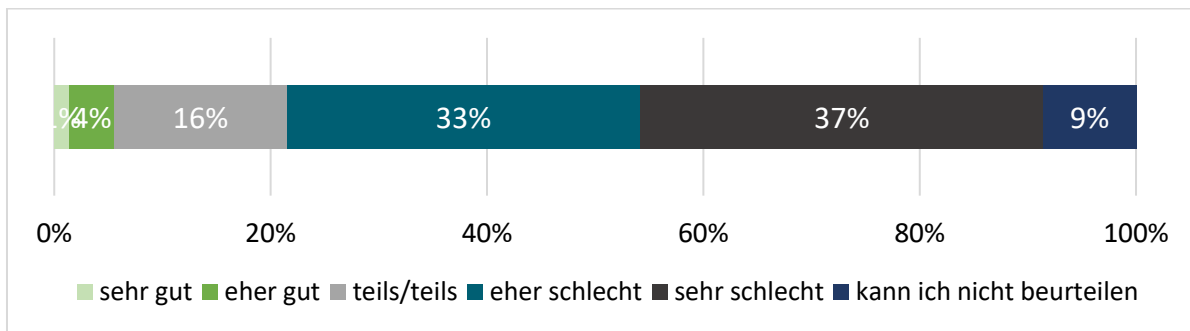


Mögliche strengere Regelungen im Bereich des Transportes könnten wie folgt aussehen: Verkürzung der maximal erlaubten Transportzeit von Bio-Tieren auf maximal 4 Stunden. Auf die Frage, wie sich diese Änderung auf das Vertrauen der Proband*innen auswirken würde, gaben 51% an, dass es sich das Vertrauen erhöhen würde (stark erhöhen: 15%, leicht erhöhen: 41%). Für 38% der Teilnehmer*innen würde eine solche gesetzliche Änderung nichts an dem Vertrauen in die Bio-Tierhaltung ändern. Die Kaufbereitschaft für Bio-Produkte würde sich für den Großteil (52%) der Befragten nicht ändern. Dahingegen gaben 31% an, dass sich ihre Kaufbereitschaft leicht erhöhen würde und für 11% sogar stark.

Trennung Kuh und Kalb

Die Trennung von Mutterkuh und Kalb wurde als dritte Praktik abgefragt. Hierbei wurde den Proband*innen folgende Information gegeben: „In der Milchviehhaltung müssen Kühe regelmäßig Kälber bekommen, damit sie Milch geben. In der Milcherzeugung ist es normal, Kälber und Mütter nach der Geburt zu trennen, um die Milch nutzen zu können. Dies ist auch meist in der Bio-Tierhaltung der Fall.“ Mehr als die Hälfte der befragten Personen (59%) gaben an, dass sie dies nicht gewusst haben. Für 41% war es bekannt, dass auch in der Bio-Tierhaltung Mutterkuh und Kalb nach der Geburt getrennt werden. Auf die Frage, wie sie diese Praktik bewerten, antworteten die Proband*innen wie folgt (Abbildung 30).

Abbildung 30: „Wie finden Sie die aktuelle Regelung?“ – Trennung Kuh und Kalb

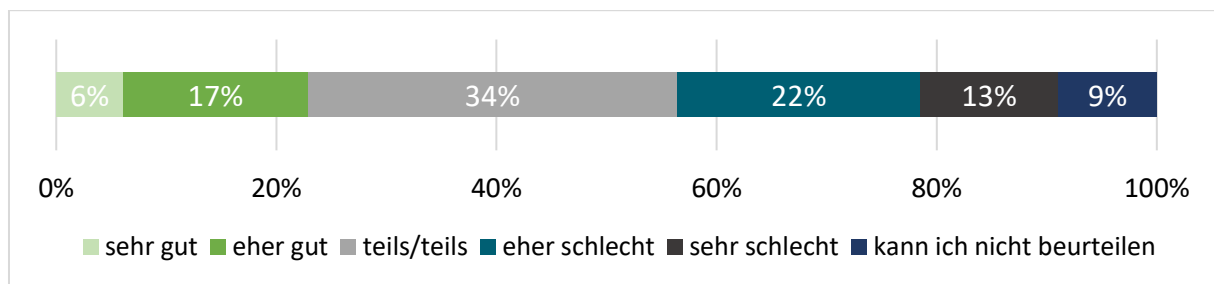


Strengere gesetzliche Regelungen für die Bio-Tierhaltung beim Umgang mit den Kälbern in der Milcherzeugung könnten wie folgt aussehen: Einführung einer kuhgebundenen Aufzucht, das heißt, die Kälber dürfen nach der Geburt sehr viel länger bei ihren Müttern oder einer Amme bleiben und auch deren Milch trinken. Das Vertrauen in die Bio-Tierhaltung würde sich um 31% stark und um 35% leicht erhöhen. Nur 6% der befragten Personen gaben an, dass sich ihr Vertrauen leicht bis stark verringern würde. Für fast ein Drittel der Teilnehmer*innen (29%) würde diese Einführung der kuhgebundenen Aufzucht zu keiner Vertrauensänderung führen. Ähnlich sieht es bei der Kaufbereitschaft von Bio-Produkten aus: 43% gaben an, dass sich das Vertrauen nicht ändern würde, für 21% würde es sich stark erhöhen und für 5% leicht bis stark verringern.

Antibiotikaverbot

„Antibiotika ist ein effektives Medikament um Erkrankungen zu behandeln. Auch in der Bio-Tierhaltung ist der Einsatz von Antibiotika für eine gezielte Behandlung kranker Tiere erlaubt.“ Diese Information wurde den Proband*innen bereitgestellt. Hier wird deutlich, dass 51% der Befragten gewusst haben, dass in der Bio-Tierhaltung Antibiotika eingesetzt wird und es für 49% nicht bekannt war. Diese aktuelle Regelung wird von einem Drittel der Befragten weder als gut noch als schlecht angesehen (34%). Ebenfalls rund ein Drittel ist der Meinung, dass der Einsatz von Antibiotika in der Bio-Tierhaltung eher schlecht (22%) oder sehr schlecht (13%) sei. 9% können diese Regelung nicht beurteilen. Abbildung 31 verdeutlicht die Aufteilung grafisch.

Abbildung 31: „Wie finden Sie die aktuelle Regelung?“ – Antibiotikaverbot



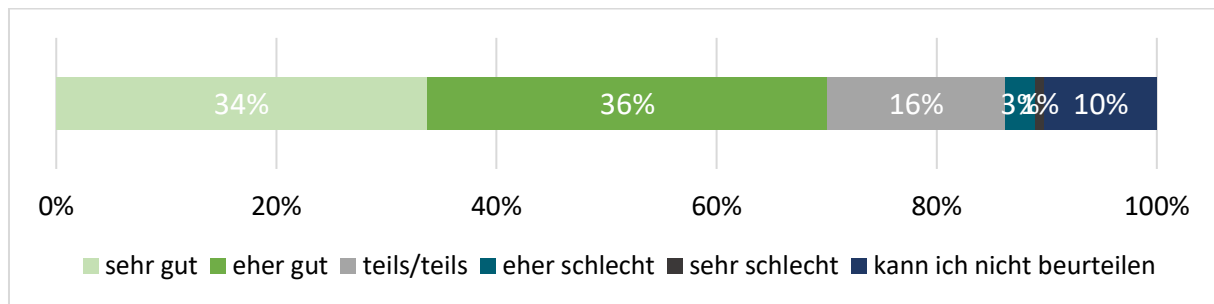
Ein komplettes Verbot zur Behandlung von Tieren mit Antibiotika könnte eine mögliche strengere gesetzliche Regelung sein, ist aber aus Tierschutzsicht keine zu empfehlende Maßnahme. Da eine kritische Einstellung vieler Bürger*innen in Bezug auf den Einsatz von Antibiotika in der Tierhaltung bekannt ist (Busch et al. 2020), sollte das Potenzial zur Vertrauenssteigerung eines kompletten Antibiotikaverbots erfasst werden.

Die Einführung eines kompletten Verbots von Antibiotika in der Bio-Tierhaltung würde für rund die Hälfte der Teilnehmer*innen weder zu einer Vertrauensänderung (47%) noch zu einer Änderung der Kaufbereitschaft für Bio-Produkte (56%) führen. Für 19% könnte es zu einer leicht (12%) bis starken (7%) Vertrauensverringern kommen und für 16% würde sich die Kaufbereitschaft leicht (10%) bis stark (6%) verringern. Für 13% würde sich das Vertrauen stark erhöhen und für 10% der Teilnehmer*innen resultiert ein Antibiotikaverbot zu einer stark erhöhten Kaufbereitschaft.

Einsatz von Sensoren

Im Bereich „Einsatz von Sensoren“ bekamen die Proband*innen folgende Informationen vorab: Digitale Hilfsmittel wie beispielsweise Sensoren, die das Fress- und Bewegungsverhalten der Tiere messen, können Krankheiten frühzeitig aufdecken und damit eine schnelle Behandlung der Tiere fördern.“ Dieser von 88% der befragten Personen nicht bekannte Einsatz von Sensoren in der Tierhaltung wird zu zwei Drittel als eher (36%) bis sehr (34%) gut bewertet. Lediglich 12% der Teilnehmer*innen war bereits bekannt, dass Sensoren im Gesundheitsmanagement der Tierhaltung zum Einsatz kommen. Abbildung 32 zeigt, die Bewertungen dieser Praktik auf die Frage: „Wie finden sie die aktuelle Praktik?“.

Abbildung 32: „Wie finden Sie die aktuelle Regelung?“ – Einsatz von Sensoren

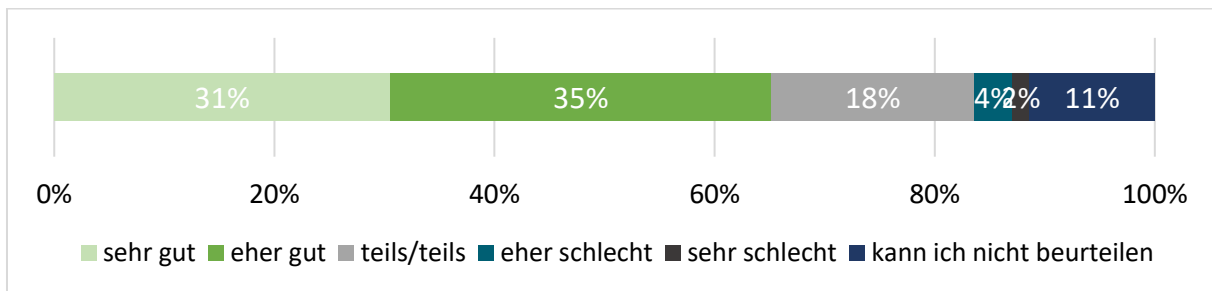


Digitale Technologien, wie Sensoren, könnten zukünftig stärker für den Einsatz in der Tierhaltung gefördert werden, um mittels Sensoren verändertes Verhalten bzw. veränderte Werte frühzeitig zu erkennen und damit Krankheiten in einem frühen Stadium zu erkennen. Das Vertrauen der Teilnehmer*innen würde sich durch einen vermehrten Einsatz von Sensoren bei 47% nicht verändern. Für 34% könnte ein Einsatz von Sensoren zur Krankheitsfrüherkennung zu einer leichten Erhöhung im Vertrauen führen und 14% der Teilnehmer*innen gaben an, dass ein solcher Einsatz von Sensoren zu einem stark erhöhten Vertrauen führt. Lediglich 4% gaben an, dass der vermehrte Einsatz von Sensoren das Vertrauen in die Bio-Tierhaltung verringern würde. Etwas weniger als zwei Drittel (60%) der Teilnehmer*innen sind sich einig, dass der Einsatz von Sensoren keine Veränderung auf die Kaufbereitschaft von Bio-Produkten hat. Für 10% würde dennoch ein solcher Einsatz zu einer stark erhöhten Kaufbereitschaft führen.

Längere Lebensdauer

„In der konventionellen Milchviehhaltung werden Kühe im Durchschnitt 3 Jahre für die Milchproduktion genutzt. Der Großteil wird nach der Nutzung aufgrund von Krankheiten geschlachtet. In der Bio-Tierhaltung leben die Milchkühe ca. 1 Jahr länger als in der konventionellen Tierhaltung. Sie werden länger als Milchkuh genutzt und dadurch später geschlachtet.“ Mit dieser Aussage wurden die Proband*innen zur nächsten aktuell gängigen Praktik informiert. Auf die Frage: „Haben Sie das gewusst?“ antworteten 85% mit „Nein, wusste ich nicht“, die restlichen 15% gaben an zu wissen, dass Bio-Milchkühe durchschnittlich ein Jahr länger gehalten werden. Wie diese längere Lebensdauer von Bio-Milchkühen bewertet wurde, zeigt Abbildung 33.

Abbildung 33: „Wie finden Sie die aktuelle Praktik?“ – Längere Lebensdauer

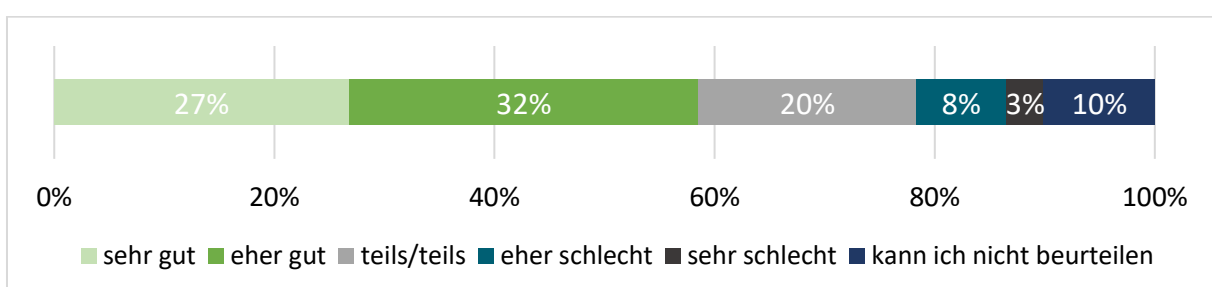


Eine weitere Verbesserung dieser Praktik könnte eine noch längere Nutzungsdauer (z.B. von 5 Jahre) von Bio-Tieren sein. Das bedeutet, dass Milchkühe eine bessere Gesundheit haben müssen und dadurch länger genutzt werden können. Eine solche Änderung trägt für 40% der Befragten zu keiner Vertrauensveränderung bei und für knapp die Hälfte (49%) ändert sich das Kaufverhalten dabei nicht. Dennoch würde sich für 56% das Vertrauen leicht (38%) bis stark (18%) erhöhen. Die Kaufbereitschaft für Bio-Produkte mit einer weiteren Steigerung der Nutzungsdauer von Bio-Tieren steigt bei 14% stark und bei 33% leicht an.

Kleinere Bestandsgrößen

Folgende Information wurde den Proband*innen für die aktuelle Regelung zu Bestandsgrößen bei Bio-Geflügel bereitgestellt: „In der Bio-Tierhaltung sind im Vergleich zur konventionellen Tierhaltung kleinere Herdengrößen vorgeschrieben. Bei Legehennen dürfen beispielsweise maximal 3.000 Tiere pro Stalleinheit gehalten werden, in der konventionellen Geflügelhaltung gibt es keine derartigen Obergrenzen.“ Ein Drittel der Teilnehmer*innen (31%) war sich dessen bewusst, dass dies die aktuelle Regelung ist, im Gegensatz zu den restlichen 69%, die angaben, nicht gewusst zu haben, dass es bestehende Obergrenzen in der Bio-Geflügelhaltung gibt. Ob dies eine gute oder schlechte Regelung ist, können 10% der Teilnehmer*innen nicht beurteilen. Es wird jedoch deutlich, dass knapp 60% die Obergrenzen in der Bio-Geflügelhaltung als gut bis sehr gut bewerten, lediglich 11% gaben an, die bestehenden Regelungen zu Bestandsgrößen schlecht bzw. sehr schlecht zu finden (Abbildung 34).

Abbildung 34: „Wie finden Sie die aktuelle Regelung?“ – Kleinere Bestandsgrößen

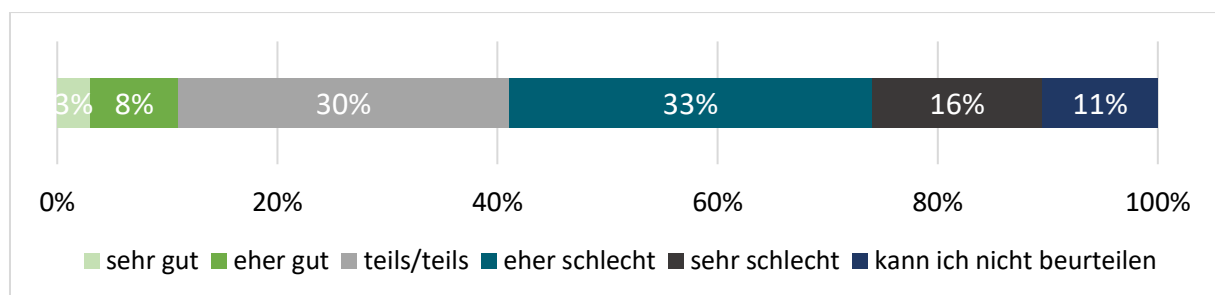


Mögliche strengere Regelungen zu Herdengrößen in der Bio-Tierhaltung könnte die Einführung noch kleinerer Herdengrößen z.B. bei Legehennen von maximal 1.000 statt 3.000 Legehennen pro Stalleinheit sein. Dies würde für 22% der Befragten zu einer starken Erhöhung des Vertrauens in die Bio-Tierhaltung führen. 41% gaben an, dass sich das Vertrauen leicht erhöhen könnte und lediglich 3% stimmen dafür, dass sich das Vertrauen leicht bis stark verringern würde. Ähnlich in der Kaufbereitschaft für Bio-Produkte: für 17% steigt das Vertrauen stark, für 35% erhöht sich das Vertrauen etwas. Rund die Hälfte (45%) gaben an, dass solch ein Gesetz zu keiner Veränderung in ihrer Kaufbereitschaft von tierischen Bio-Produkten führt.

Futterimporte

Die letzte vorgestellte Regelung betrifft Futtermittelimporte: „In der Bio-Tierhaltung muss je nach Tierart mindestens 30%-60% des Futters vom eigenen Betrieb bzw. aus der Region stammen. Futtermittelimporte, also der Kauf von Futtermitteln auch aus dem Ausland bzw. Übersee, vor allem zur Deckung des Kraft- und Eiweißfuttermittelbedarfs sind auch in der Bio-Tierhaltung häufig.“ Diese Regelung war für 61% der Befragten nicht bekannt und 39% gaben an, dies gewusst zu haben. Diese Regelung wird vor allem als schlecht (eher schlecht: 33%, sehr schlecht: 16%) angesehen. 11% gaben an, es nicht beurteilen zu können und lediglich 11% gaben an die Regelungen gut bis sehr gut zu finden (Abbildung 35).

Abbildung 35: „Wie finden Sie die aktuelle Regelung?“ – Futterimporte

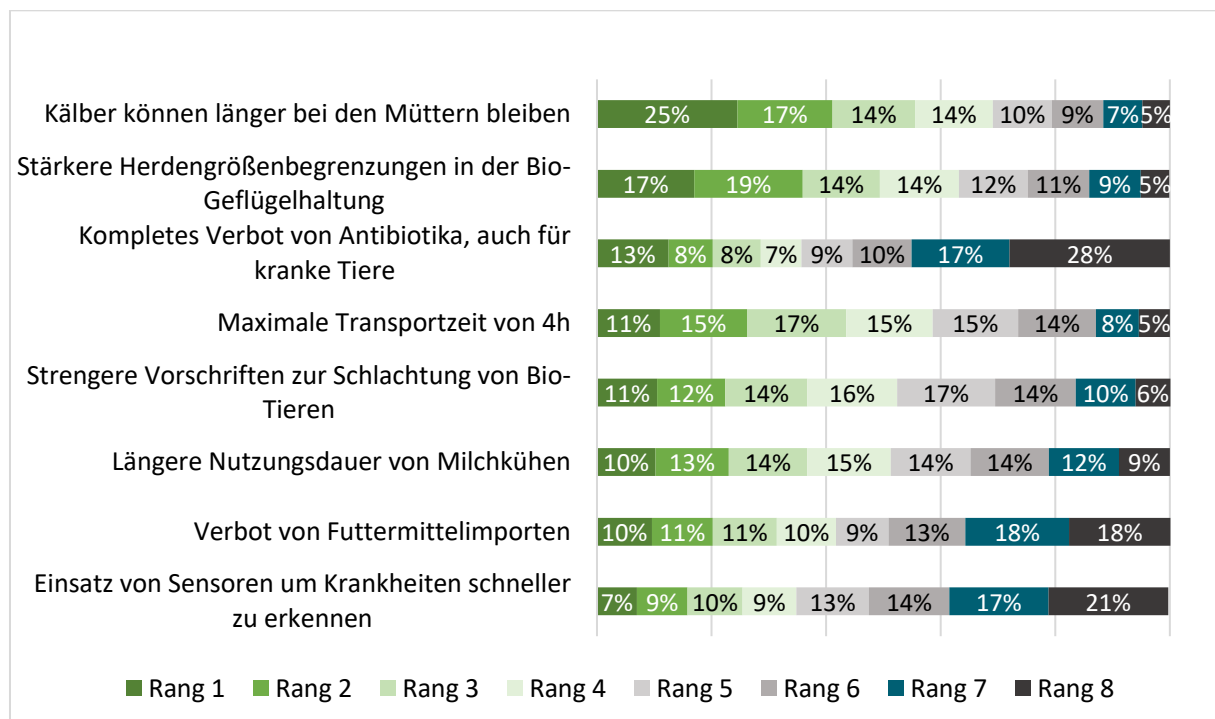


Strengere Regelungen zu Futtermittelimporten könnten unter anderem ein Verbot des Imports von Futtermitteln aus dem fernen Ausland sein. Das würde bedeuten, dass ausschließlich regionale Futtermittel eingesetzt werden dürften und diese dann auch vermehrt in Deutschland angebaut werden müssten. Eine solche Änderung des Gesetzes würde für 21% der Befragten zu einer starken Vertrauenserrhöhung in die Bio-Tierhaltung führen. Für 37% verändert sich nichts und lediglich 6% gaben an, dass sich das Vertrauen leicht (5%) bis stark (1%) verringern würde.

An der Kaufbereitschaft verändert sich für rund die Hälfte der Befragten (49%) nichts, wohingegen 45% angaben, dass sich ihre Kaufbereitschaft stark (15%) bis leicht (30%) erhöhen würde.

Zum Ende der Befragung wurden die Teilnehmer*innen gebeten, ein Ranking zu folgender Frage zu erstellen: „Wenn Sie entscheiden dürften, welche der genannten Optionen für die zukünftige Bio-Tierhaltung umgesetzt werden sollten, welche wären Ihnen besonders wichtig und welche weniger wichtig?“. Abbildung 36 zeigt das Ergebnis des Rankings. Es wird deutlich, dass eine kuhgebundene Kälberaufzucht von mit 25% am häufigsten auf Rang eins gewählt wurde und damit als eine wichtige Maßnahme mit dem höchsten Potenzial, das Vertrauen in die Bio-Tierhaltung zu erhöhen gesehen werden kann. Eine stärkere Begrenzung der Bestandsgröße folgt dieser Praktik mit 17% (Rang 1; 19% Rang 2). Ein komplettes Verbot von Antibiotika wird von 28% auf den letzten Rang (Rang 8) eingestuft, aber 13% und damit am dritthäufigsten wurde ein komplettes Verbot von Antibiotika auf Rang 1 gewählt. Wie eingangs betont, ist ein kompletter Verzicht auf Antibiotika aus Tierschutzsicht keine zu empfehlende Maßnahme. Die Ergebnisse zeigen hier deutlich ein sehr gespaltenes Bild, wie diese Praktik aus Verbrauchersicht bewertet wird.

Abbildung 36: Ranking verschiedener Maßnahmen in der Bio-Tierhaltung



Frage: Wenn Sie entscheiden dürften, welche der genannten Optionen für die zukünftige Bio-Tierhaltung umgesetzt werden, welche wären Ihnen besonders wichtig und welche weniger wichtig?; Rang 1 am wichtigsten – Rang 8 am unwichtigsten

Die Ergebnisse dieser Studie zeigen, dass das Wissen über die meisten Praktiken eher gering ist und dass die Umsetzung strengerer Vorschriften das Vertrauen in den ökologischen Landbau stärken würde. Dies gilt für alle acht Änderungen in unterschiedlichem Ausmaß. Um das Vertrauen der Verbraucher*innen in die Bio-Tierhaltung zu stärken und die Bedeutung des Tierschutzes langfristig zu betonen, können eine mutter- oder ammengebundene Kälberaufzucht sowie eine weitere Reduktion der Herdengrößen als besonders vertrauensstiftende Maßnahmen empfohlen werden, da diese Praktiken von Verbraucher*innen sehr positiv wahrgenommen werden. Darüber hinaus können bereits bestehende Vorschriften oder Praktiken in der ökologischen Tierhaltung, wie die strengen Vorschriften für den Einsatz von Antibiotika, die bereits bestehenden Begrenzungen der Gruppengrößen oder die längere Produktionsdauer bei Milchkühen, in der Kommunikation genutzt werden, um das Vertrauen der Verbraucher*innen zu gewinnen und zu stärken. Diese Anforderungen entsprechen den Verbrauchererwartungen und werden positiv gesehen. Auf diese Weise kann die ökologische Landwirtschaft ihr allgemein positives Image in der Gesellschaft stärken und dazu beitragen, dass der Marktanteil ökologischer tierischer Erzeugnisse in Zukunft steigt.

Kernergebnisse:

- Auch in dieser Befragung wird das geringe Wissen über konkrete Regelungen in der Bio-Tierhaltung deutlich
- Alle acht vorgestellten Änderungsmaßnahmen haben das Potenzial, das Vertrauen zumindest teilweise zu erhöhen.
- Insbesondere eine kuhgebundene Kälberaufzucht sowie eine weitere Reduzierung der Herdengröße bei Bio-Geflügel können als vertrauenssteigernde Maßnahmen empfohlen werden

— Ein englischsprachiger Fachartikel wurde in der wissenschaftlichen Zeitschrift *Renewable Agriculture and Food Systems* eingereicht: „*What does the future hold? Strategies to boost confidence in organic livestock farming.*”

4.7 Expertenworkshops

4.7.1 Problemstellung und Zielsetzung

Die in den ersten Projektjahren durchgeführten qualitativen und quantitativen Befragungen dienten den drei durchgeführten Expertenworkshops als Grundlage. Dort wurden die Befragungsergebnisse vorgestellt sowie mit jeweils vier Expert*innen diskutiert. Das Augenmerk lag dabei auf der Darstellung der Bio-Tierhaltung in der Verbraucherkommunikation sowie der Entwicklung möglicher Kommunikations- und Entwicklungsstrategien und Maßnahmen zur Vertrauenssteigerung in die Bio-Tierhaltung.

Die Workshops und die damit verbundenen Diskussionen wurden zu in folgenden drei Themen durchgeführt:

1. „Analyse der IST-Darstellung der Bio-Tierhaltung in der Öffentlichkeit und daraus entstehende Vertrauensrisiken sowie Handlungsbedarfe“ (Dezember 2021)
2. „Entwicklung von Kommunikationsansätzen zur Erhaltung und Verbesserung des gesellschaftlichen Vertrauens in die Bio-Tierhaltung“ (Februar 2022)
3. „Diskussion von Innovationen und Entwicklungsstrategien zur Steigerung des Vertrauens in die Bio-Tierhaltung“ (November 2022)

4.7.2 Methodik und Vorgehen

Die drei Workshops wurden im 2. und 3. Projektjahr durchgeführt. Aufgrund der damaligen hohen Corona-Infektionszahlen in Deutschland wurden alle drei Workshops online, via Zoom, durchgeführt. Die Workshops wurden aufgezeichnet und anschließend transkribiert, um zentrale Aussagen aufgreifen und für die weiteren Projektschritte nutzen zu können.

Um eine Vielfalt an neuen Erkenntnissen zu erlangen, wurde jeweils ein/e Expert*in aus dem Bereich der Praxis, der Wissenschaft, des Journalismus und der Politik zur Diskussion eingeladen. So war es möglich, die jeweiligen Ansichten sowie verschiedene Perspektiven zu erfassen.

4.7.3 Ergebnisse und Diskussion

Der 1. Expertenworkshop wurde zum Thema: „*Analyse der IST-Darstellung der Bio-Tierhaltung in der Öffentlichkeit und daraus entstehende Vertrauensrisiken sowie Handlungsbedarfe*“ durchgeführt und fand am 08.12.2021 statt. Als Workshop-Teilnehmer konnten Experten aus den Bereichen Journalismus, Bio-Verbände, Strategieberatung und Wissenschaft gewonnen werden.

Ziel des Workshops war es zum einen, die bisherige Darstellung der Bio-Tierhaltung in der Öffentlichkeit zu analysieren: Was ist gut, was kann besser gemacht werden? Zum anderen wurden geeignete Kommunikationsstrategien zur Minimierung von Vertrauensrisiken in der Bio-Tierhaltung identifiziert. Die Thematik des Workshops fügte sich sehr gut in die aktuelle Berichterstattung über die Bio-Tierhaltung ein. Zum derzeitigen Zeitpunkt wurde ein in der Zeitung *Die Zeit* erschienener kritischer Artikel über die Bio-Tierhaltung stark diskutiert. Als Vorbereitung auf den Workshop formulierten die teilnehmenden Experten ein Statement zu folgenden Leitfragen, welche dann im Workshop gemeinsam diskutiert wurden.

1. Woher kommen die „Probleme“ in Form überhöhter Erwartungen bzw. stellen hohe Erwartungen auf Verbraucherseite ein Vertrauensproblem für die Bio-Tierhaltung dar?
2. Was ist in der Vergangenheit in der Kommunikation gut gelaufen, was kann besser gemacht werden?
3. Wie geht man mit Vertrauensvorschuss und hohen Erwartungen von Verbraucher*innen in Bezug auf die Bio-Tierhaltung um?
4. Welche Aspekte der Bio-Tierhaltung sollten wie den Verbraucher*innen kommuniziert werden: Stille Anpassung (z.B. Schlachtrichtlinien) vs. offene Kommunikation (z.B. Vorteile in Haltung offensiv kommunizieren)
5. Worauf sollte sich im Rahmen eines Vertrauensmarketings konzentriert werden? Wortsammlung als Aufhänger für den nächsten Workshop

Im Folgenden werden die Kernergebnisse der Diskussion dargestellt.

Zu Frage 1:

Laut den Experten sollte den Verbraucher*innen mehr Realität in der Kommunikation über die Tierhaltung zugetraut werden sowie die vorhandene Diversität in der Bio-Tierhaltung (kleine als auch große Bio-Betriebe) vermehrt abgebildet werden. Es wurde jedoch auch betont, dass der Kaufprozess emotional und visuell getrieben werde und die große Unwissenheit in Bezug auf die landwirtschaftliche Tierhaltung von Verbraucher*innen leicht zu überzogenen Erwartungen führen kann.

Im Hinblick auf das Verbrauchervertrauen wurde zudem hervorgehoben, dass das Vertrauen überzeugter Bio-Käufer fest verankert ist und es in dieser Käufergruppe meist keine Vertrauensprobleme gebe.

Zu Fragen 2 und 3:

Die Experten schätzen das Vertrauen bei der Kern-Biokäufergruppe als sehr hoch ein, da es teils mit entsprechenden Wertevorstellungen fest verankert ist. Ein gewisses Skandalisierungspotenzial wird in der Bio-Tierhaltung immer vorhanden sein, da in der Berichterstattung oft kleine „Bullerbü“-Vorzeigebetriebe gezeigt werden, obwohl 80-90% der tierischen Bio-Produkte aus größeren Stalleinheiten kommen. Die Veränderung dieser Darstellung der Bio-Tierhaltung sei jedoch nicht einfach, da Medien in der Berichterstattung gerne Extreme zeigen möchten. Zudem wird eine offene Kommunikation über die Tierhaltung auch durch starke Reaktionen von Tierrechtlern erschwert, welche oftmals einen „Shitstorm“ hervorrufen. Durch das Verweisen auf die Vorteile im Hinblick auf das Tierwohl in der Bio-Tierhaltung kann sich die Bio-Branche gut von der konventionellen Tierhaltung abgrenzen und auch eigene Schwächen eingestehen „... auch bei uns ist nicht alles gut, aber immer noch besser als ...“, da die derzeitige konventionelle Tierhaltung noch weitaus mehr Verbesserungsbedarf aufweist als die Bio-Tierhaltung. Kritisch hinterfragt wurde hier jedoch, wie lange diese Strategie funktionieren kann, da sich auch in der konventionellen Tierhaltung Anstrengungen für mehr Tierwohl vorhanden sind. Zudem wurde betont, dass eine zielgruppenspezifische Ansprache (insbesondere für neue Kundengruppen) nötig sei, dies aber schwierig umzusetzen ist, da eine generelle Kommunikation die normale Vorgehensweise ist (zudem müssten Zielgruppen erst erkannt und definiert werden).

Zu Frage 4:

Kontroverse Themen, die es auch in der Bio-Tierhaltung gibt, sollten laut der Experten transparent und offen kommuniziert werden. Als positives Beispiel für ein proaktives Vorgehen der Bio-Branche „Schwachstellen“ offen zu kommunizieren, wurde die Bruderhahn-Initiative genannt. Diese bietet eine Lösung für eine bestehende Problematik in der Tierhaltung und geht damit offen und transparent um.

Auch sei es wichtig, wie auf Skandalbilder vonseiten der Bio-Branche reagiert wird. Es wurde betont, dass der beste Weg sei, darauf einzugehen sowie die bestehenden Probleme klar zu benennen und den derzeitigen Stand von Schritten für eine Verbesserung der Problematik hervorzuheben (Fortschrittsstrategie).

In der Kommunikation der Bio-Tierhaltung sollte deren Heterogenität, wie bei Frage 1 bereits angesprochen, besser kommuniziert werden (z.B., dass es auch in der Bio-Tierhaltung relativ große Betriebe gibt). Damit kann ein etwaiges Enttäuschungspotenzial verringert werden. Wichtig ist bei dieser Kommunikation, dass die gemeinsamen Grundprinzipien wie die hohen Haltungsstandards im Vergleich zu den gesetzlichen Mindestanforderungen oder die Flächenbindung von Bio hervorgehoben werden, welche sowohl für kleine als auch große Betriebe gelten. Dabei sollte in der Kommunikation nicht nur das Produkt in den Mittelpunkt gestellt werden, sondern die allgemeinen Abgrenzungsmöglichkeiten der Bio-Tierhaltung wie Mehrwerte im Hinblick auf Tierwohl, Umweltwirkung, Landschaftsgestaltung, Gesundheit usw. gezielt kommuniziert werden.

Auch wurde die Rolle, wer über die Bio-Tierhaltung kommunizieren sollte, angesprochen. Die Glaubwürdigkeit der Kommunikatoren sei dabei entscheidend, zudem sei es zielführend und vertrauensstiftend, wenn auch Organisationen außerhalb der Bio-Branche positiv über die Bio-Tierhaltung berichten. Auch stellte sich die Frage, inwieweit eine einheitliche Kommunikation/Werbung für die Bio-Tierhaltung aufgrund ihrer Heterogenität überhaupt stattfinden kann.

Im Hinblick auf mögliche Handlungs- und Kommunikationsstrategien gibt Abbildung 37 einen zusammenfassenden Überblick.

Abbildung 37: Mögliche Kommunikations- und Handlungsstrategien

Handlungsstrategie \ Kommunikationsstrategie	Handlungsstrategie		
	Proaktive Anpassung	Reaktive Anpassung	Keine Anpassung
Offene Kommunikation (Probleme und Schwachstellen gezielt kommunizieren, Hintergründe darstellen)			
Fortschrittsstrategie (kontinuierliches Berichten über Fortschritte)		(X)	X
Beschönigende Kommunikation (positive Beispiele offensiv kommunizieren, Probleme nicht gezielt ansprechen)			
Verheimlichungsstrategie (Probleme „verheimlichen“, hoffen dass es nicht auffällt)	(X)	(X)	
Profilierung durch Abgrenzung (Auf Probleme der „Konkurrenz“ verweisen, dortige Missstände hervorheben)			

Quelle: Eigene Darstellung; X= schließt sich aus

Von den Experten im Workshop wurden vor allem eine offene bzw. Fortschritts-Kommunikation (Problembereiche sollten transparent kommuniziert und Hintergründe erläutern werden) als sinnvoll erachtet.

Auch die Profilierungsstrategie wurde als mögliches Vorgehen gerannt, wobei sich hier die Frage stellt, wie sinnvoll diese Strategie ist und wie lange diese durchgeführt werden kann, da auch die konventionelle Tierhaltung in jüngerer Zeit um Verbesserungen in der Tierhaltung bemüht ist.

Durch den 1. Workshop konnten für das VAT-Projekt relevante Fragestellungen mit Experten aus der Branche diskutiert sowie Einblicke in die Einordnung dieser Fragestellungen gewonnen werden. Zudem ergaben sich gute Anhaltspunkte für weitere Diskussion, welche in den nächsten Workshops aufgegriffen und vertiefend analysiert werden sollen.

Der 2. Expertenworkshop wurde am 03.02.2022 zum Thema: **„Entwicklung von Kommunikationsansätzen zur Erhaltung und Verbesserung des gesellschaftlichen Vertrauens in die Bio-Tierhaltung“** durchgeführt. Als Workshop Teilnehmer konnten Expert*innen aus den Bereichen Kommunikationsdesign, Strategieberatung im Ökolandbau und Wissenschaft gewonnen werden.

Im Rahmen des 1. Workshops wurden vor allem eine offene und transparente Kommunikation sowie eine “Profilierungsstrategie durch Abgrenzung“ (z.B. „bei uns ist es auch nicht perfekt, aber besser als ...“) als Kommunikationsstrategien für die Bio-Tierhaltung angesprochen. Darauf aufbauend wurden im 2. Workshop folgende Leitfragen diskutiert:

1. Wie viel Transparenz ist gut und was ist zu viel? Ist es sinnvoll, alle Probleme gezielt zu kommunizieren? (Balance zwischen Offenheit und Selbstanklage)
2. Muss es eine zielgruppenspezifische Ansprache geben? Wenn ja, welche Zielgruppen sind das und wie sollten diese adressiert werden?
3. Welche Kommunikationskanäle sollten genutzt werden, um über die Bio-Tierhaltung zu informieren bzw. Zielgruppen zu gewinnen und welche Rolle können dabei verschiedene Akteure wie Verbände oder auch öffentliche Personen (z.B. Köche, Journalisten) spielen?
4. Wie kann eine konkrete Botschaft aussehen, um Vertrauen zu erhalten/erhöhen? Worauf muss geachtet werden und welche Rolle spielen Emotionen bzw. sachliche Informationen?

Zu Frage 1:

Laut den Expert*innen sollte mehr Bewegung in die Kommunikation über die Bio-Tierhaltung kommen und Verbraucher*innen ehrlich und offen auch über bestehende „Probleme“ bzw. Herausforderungen in der Bio-Tierhaltung aufgeklärt werden. Jedoch sollten Probleme nicht einfach kommuniziert werden, sondern Verbraucher*innen sollten in der Kommunikation „mitgenommen“ werden. Das heißt, es muss nachvollziehbar aufgezeigt werden, aus welchen Gründen das Problem besteht und was mögliche Lösungen dafür sind. Insgesamt wurde empfohlen, dass Problembereiche in der Bio-Tierhaltung proaktiv angegangen werden sollten. Einfache Faktenblätter wurden als nicht zielführend in der Kommunikation erwähnt, da viele Verbraucher*innen dann schnell abschalten.

Zu Fragen 2 und 3:

Eine Zielgruppenanalyse wurde als sinnvoll erachtet, da es wichtig zu wissen ist, mit welcher Zielgruppe gesprochen wird und wie diese anzusprechen ist. Zudem ist es aus Sicht der Bio-Branche gut zu wissen, mit wem kommuniziert wird und wie groß das Interesse auf Verbraucherseite ist. Auch wurde erwähnt, dass die Kommunikation an die Zielgruppe bzw. Generationen angepasst und jüngere Zielgruppen auch mit neuen digitalen Technologien angesprochen werden sollten. Dabei können einzelne positiv wahrgenommene Personen des öffentlichen Lebens einen positiven Beitrag bei der Bewerbung von Bio-Produkten leisten, jedoch sollte dies nur ergänzend stattfinden. Es ist zudem wichtig, dass die Bio-Branche gemeinsame Werte hervorhebt, die dann einheitlich über unterschiedliche Label hinweg an die Verbraucher*innen kommuniziert werden können. Der Fokus sollte dabei vermehrt auf Gemeinsamkeiten, statt Unterschieden in der Bio-Branche liegen.

Zu Frage 4:

Die Expert*innen waren sich einig, dass die Bio-Branche mutiger werden sollte und ihre Vielfalt, basierend auf einer gemeinsamen Wertebasis, stolz präsentieren sollte. Insgesamt soll die „Marke“ Bio vor allem wenig interessierten und wenig informierten Verbraucher*innen Vertrauen in Bio-Produkte schenken. Insbesondere die bestehenden Vorteile der Bio-Tierhaltung in Bezug auf Tier- und Umweltschutz sollten den Verbraucher*innen stärker vermittelt werden. Eine radikale Transparenz und Offenheit könne auch zu einem „Erschrecken“ auf Verbraucherseite führen, aber dann auch zu einem fundierten Verständnis, falls sich weiter damit auseinandergesetzt wird.

Der 3. Expertenworkshop wurde zum Thema: *„Diskussion von Innovationen und Entwicklungsstrategien zur Steigerung des Vertrauens in die Bio-Tierhaltung“* durchgeführt.

Aufbauend auf den Erkenntnissen des 1. und 2. Workshops fand der dritte und letzte Workshop im selben online Format am 17.11.2022 statt. Als Workshop-Teilnehmer konnten Expert*innen aus den Bereichen Landwirtschaft, Verbände, Wissenschaft und Vermarktung gewonnen werden.

Ziel in diesem Workshop war die Diskussion von Innovationen zur Steigerung des Verbrauchervertrauens in die Bio-Tierhaltung sowie die Entwicklung von Strategien (Anpassungsoptionen) zur Vertrauenssteigerung. Die Ergebnisse dienen unter anderem der Entwicklung der dritten Verbraucherbefragung.

Im Workshop wurden folgende Leitfragen mit den Expert*innen besprochen und diskutiert:

1. Sehen Sie die Premium-Position der Bio-Tierhaltung durch aktuelle Entwicklungen in der konventionellen Tierhaltung bedroht (bspw. durch einen verstärkten Ausbau von Betrieben der Stufe 3 und 4 Haltungsform-Kennzeichnung)?
 - Und mit welchen Innovationen sollte der Biosektor darauf reagieren?
2. Was wären aus Ihrer Sicht relevante Innovationen bzw. Veränderungen (z.B. muttergebundene Kälberaufzucht, Weideschlachtung ...), damit die Bio-Tierhaltung auch langfristig als Premium-Standard wahrgenommen wird?
 - Welche Ansätze sind aus Ihrer Sicht besonders zentral?
 - Wo sehen Sie die größten Herausforderungen bei der Umsetzung solcher Ansätze? (Kommunikation mit Verbraucher*innen, Zahlungsbereitschaft, praktische Umsetzung)
 - Wie sollten solche Innovationen kommuniziert bzw. für das Marketing genutzt werden?
 - Gibt es dabei Punkte, die Ihrer Meinung nach in die Bioverordnung aufgenommen werden müssen?
3. Wie sollte mit Erwartungs-Realitäts-Lücken bzw. hohen/unrealistischen Verbrauchererwartungen gegenüber (tierischen) Bio-Lebensmitteln umgegangen werden?
 - Können die besprochenen Innovationen dabei helfen, solche Erwartungs-Realitäts-Lücken zu schließen?
4. Zum Abschluss: Wie sollte sich die Bio-Tierhaltung in Zukunft am Markt positionieren und sich damit von anderen Tierwohlprogrammen abgrenzen?

Zu Frage 1:

Die Expert*innen waren sich einig, dass der Bio-Sektor nicht durch die aktuellen Entwicklungen in der konventionellen Tierhaltung (Einführung der Haltungskennzeichnung) in seiner Premium-Position gefährdet ist. Der Ökolandbau ist insgesamt viel mehr als eine gute Tierhaltung, sondern ein ganzheitliches System (ökologische Erzeugung des Futters, Flächen gebundene Tierhaltung, strengere Regelungen bei Medikamenten etc.), all dies ist nicht Teil der Haltungskennzeichnung. Nichtsdestotrotz sollte die Bio-Branche versuchen, sich weiterhin positiv nach oben abzugrenzen (z.B. verbesserte Nutzung von Bruderkühen und Kälbern) und damit Vorreiter im Hinblick auf eine tiergerechte Tierhaltung bleiben. Dafür bedarf es entsprechender Kommunikation. Zudem stellt sich dabei die Frage, welcher Preisabstand zu konventionell dabei möglich ist und wie hoch ein angemessener Preis angesetzt werden kann, um auch die höheren Produktionskosten ausgleichen zu können.

Zu Frage 2:

Als relevante Innovationen bzw. Verbesserungen in der Tierhaltung wurden folgende Dinge angesprochen: Konzepte für den Umgang mit Bruderkälbern, Förderung der Weideschlachtung, allgemeine Verbesserung der Tiergesundheit (Herausforderungen Auslauf und Seuchen), Verbesserungen bei Transport und Schlachtung (Entwicklung von Alternativen zur CO₂-Betäubung), stärkere Beschränkung von Futtermittelimporten, Wertschöpfungskettendenken ausbauen, generelle Diskussion und Sensibilisierung der Konsument*innen in Bezug auf den Fleischkonsum. Als eine Herausforderung wurde dabei der richtige Zeitpunkt der Kommunikation mit den Konsument*innen angesprochen (bevor man Innovationen ins Leben ruft oder wenn man dies schon getan hat?).

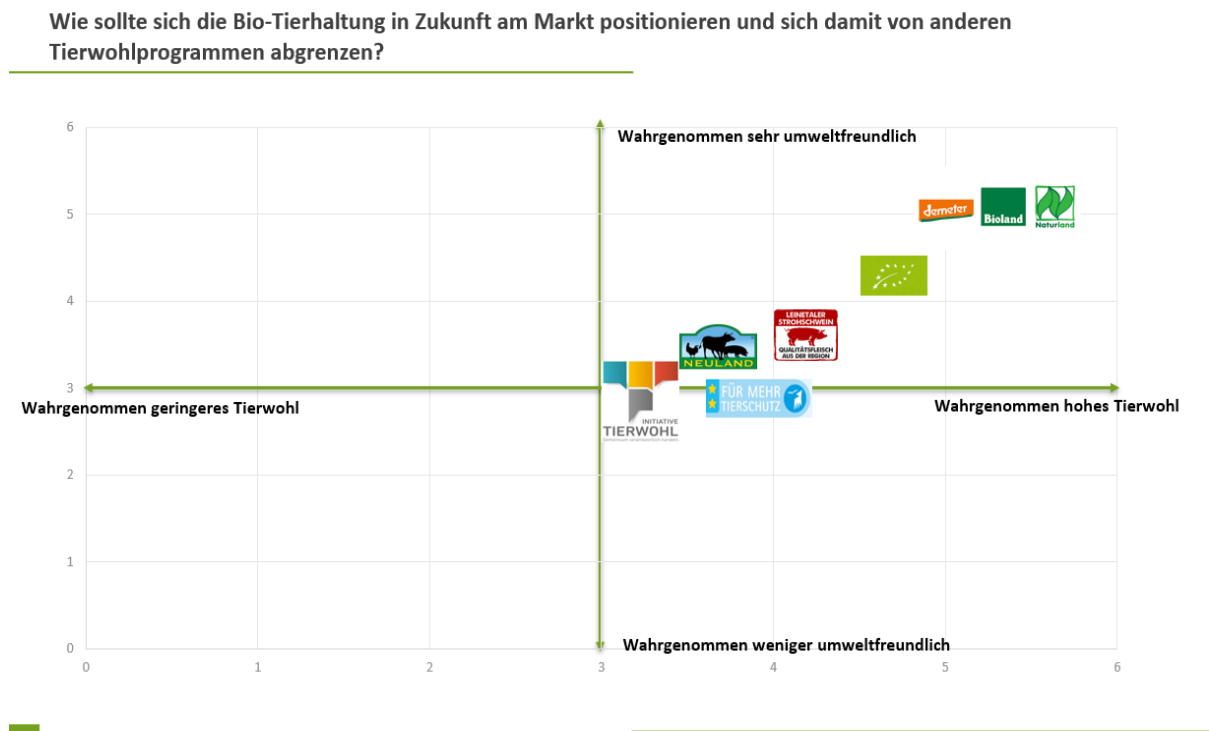
Zu Frage 3:

Vermehrt reale Reportagen (Fotos), die echte Betriebe darstellen, sollten in der Kommunikation eingesetzt werden. Vorteile der Bio-Tierhaltung (Haltung, Umwelt) kommunizieren. Die Möglichkeit des „Luxusmarketings“ für nachhaltige Produkte wie Bio-Produkte wurde diskutiert, dabei ist es wichtig den Konsument*innen beizubringen, dass Knappheiten auftreten können und dass dies „normal“ ist. Auch sollten die wahren Kosten von Lebensmitteln viel mehr diskutiert und dargestellt werden, damit wäre der derzeitige Preisabstand von Bio-Produkten zu konventioneller Ware hinfällig und Bio würde durch sein ganzheitliches Konzept insgesamt besser abschneiden.

Zu Frage 4:

Anhand einer Positionierungsmatrix wurde die Positionierung von Biolabeln am Markt im Vergleich zu anderen Tierwohllabeln mit den Expert*innen diskutiert. Abbildung 38 zeigt das Ergebnis dieser Diskussion.

Abbildung 38: Positionierung von Bio- und Tierwohllabeln im Hinblick auf Umweltfreundlichkeit und Tierwohl



Auch hier wurden die Vorteile der Bio-Tierhaltung gegenüber anderen Tierwohllabeln mit dem ganzheitlichen Konzept der Bio-Tierhaltung begründet (siehe Antwort zu Frage 1).

Durch die Expertenworkshops konnten für das VAT-Projekt relevante Fragestellungen mit Expert*innen aus der Branche diskutiert sowie Einblicke in die Einordnung von Fragestellungen gewonnen werden. Zudem ergaben sich gute Anhaltspunkte für weitere Diskussion, welche in der letzten Umfrage aufgegriffen und dort vertiefend analysiert wurden.

Zur Zusammenfassung der aus dem Projekt erlangten Erkenntnissen wurde zunächst eine Chancen-Risiken-Matrix erstellt, welche in Abbildung 39 dargestellt ist.

Abbildung 39: Zusammenfassung der Ergebnisse als Chancen-Risiken-Matrix

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Innovationen aus dem Ökolandbau wie Weideschuss, Muttergebundene Kälber Aufzucht – bieten die Möglichkeit für eine noch stärkere Differenzierung zu konv. Tierhaltung und stehen im Einklang mit hohen Verbrauchererwartungen • Hohe Haltungsstandards, ganzheitliche Konzept bietet meist gute Möglichkeit zur Abgrenzung von konventioneller Tierhaltung • Vertrauen in Kontrollsystem, aber mehr unangekündigte Kontrollen gewünscht 	<ul style="list-style-type: none"> • „Heile Welt“ bzw. „Bilderbuchdarstellungen“ der Bio-Tierhaltung in der Kommunikation führt zu unrealistischen Erwartungen • Enttäuschung durch Erwartungs- Realitäts-Lücken z.B. im Bereich Transport und Schlachtung • Missverständliche Punkte in der EU-Öko-VO: Förderung alter Rassen, Zertifizierung eines „Bio-Schlachthofs“, Ausnahmegenehmigungen (Anbindehaltung, routinemäßiges Enthornen)
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Generell (hohes) Vertrauen in die Bio-Tierhaltung gegeben • Bio-Tierhaltung wird mit vielen positiven Aspekten verknüpft (Tierwohl, Umwelt, Gesundheit) • Trotz Enttäuschung über einzelne Regelungen in der Bio-Tierhaltung, wird sie dennoch als derzeit beste Alternative gesehen – kaum Auswirkungen auf geäußerte Kaufabsicht von Bio-Produkten 	<ul style="list-style-type: none"> • Geringes Wissen, führt zu hohen Erwartungen, gleichzeitig informieren sich Verbraucher*innen eher selten → Herausforderung zur Kommunikation teils komplexer Sachverhalte/ Probleme • Skepsis bei der Verarbeitung tierische Bio-Produkte (große Zustimmung (53%) „<i>Ich bezweifle, dass überall wo Bio drauf steht, auch Bio drin</i>“) • Misstrauen für Regelverstöße insbesondere in der Geflügelhaltung und Schweinemast

Hierbei zeigt sich, dass sich die Bio-Tierhaltung durch ihre hohen Haltungsstandards und das ganzheitliche Konzept sowie insbesondere durch innovative Haltungs- und Managementpraktiken gut von konventionellen Systemen am Markt abgrenzen kann, was als Chance für die Gewinnung weiterer Kunde*innen und zur Erfüllung von Verbrauchererwartungen gesehen werden kann. Zudem kann die Bio-Tierhaltung auf ein teils hohes und stabiles Verbrauchervertrauen sowie positive Assoziation mit der Bio-Tierhaltung zurückgreifen und hat damit eine gute Basis für eine vertrauensvolle Kommunikation und Vertrauensstärkung mit Verbraucher*innen. Als Schwächen können insbesondere das geringe Wissen der Verbraucher*innen über die Bio-Tierhaltung wahrgenommen werden. Viele Vorteile der Bio-Tierhaltung sind Verbraucher*innen dadurch nicht bewusst, was für eine hohe Kauf- und Zahlungsbereitschaft jedoch von Bedeutung ist. Auch eine gewisse Skepsis und Misstrauen gegenüber der Bio-Tierhaltung sollten in Zukunft abgebaut werden. Als Risiken können vor allem Erwartungs-Realitäts-Lücken, missverständliche Punkte in der EU-Öko-VO und eine „zu idyllische“ Darstellung der Bio-Tierhaltung, betrachtet werden.

Diese Risikopunkte können zu überhöhten Erwartungen auf Verbraucherseite und im schlimmsten Fall zu einer Enttäuschung und einem Vertrauensverlust in die Bio-Tierhaltung führen, was es zu verhindern gilt.

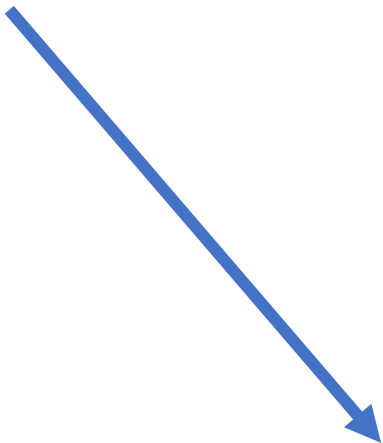
Im nachfolgenden erarbeiteten Vertrauensmarketingkonzept für die Bio-Tierhaltung sind Punkte für verschiedene Akteure aufgelistet, wie eine Vertrauensstärkung in die Bio-Tierhaltung gelingen kann.

4.8 Vertrauensmarketingkonzept für die Bio-Tierhaltung

Hintergrund

Die Vertrauensforschung zeigt, dass Vertrauen ein komplexes und mehrdimensionales Konstrukt ist (Poortinga & Pidgeon 2003; De Jonge et al. 2008; Macready et al. 2020). Spezifischere Studien im Bereich des Vertrauens in Bio-Lebensmittel kommen übereinstimmend zu der Erkenntnis, dass insbesondere Wissen sowie Erwartungen, und in dem Zusammenhang die Übereinstimmung der Erwartung mit der Realität (Erwartungs-Realitäts-Lücke), das Vertrauen beeinflussen (Von Meyer-Höfer et al. 2015; Thorsøe et al. 2016). Diese Erkenntnis wird durch die durchgeführten Studien im Projekt gestützt (z. B. Kühl et al. 2022; Bayer et al. 2023).

Ein Aspekt, welcher im Zusammenhang mit der Vertrauensbildung wichtig erscheint, ist, dass bereits bestehende Vorteile der Bio-Tierhaltung, wie Vorschriften zu kleineren Herdengrößen oder eine längere Lebensdauer bei Milchkühen, vielen Konsument*innen nicht bekannt. Diese sollten in Zukunft verstärkt kommuniziert werden, da ein hohes Wissen über Bio-Lebensmittel auch mit einem höheren Vertrauen und einem höheren Bio-Konsum korreliert ist (Van Loo et al. 2013; Rodríguez-Bermúdez et al. 2020; Di Guida et al. 2021). Sowohl mangelndes Wissen (Faltins 2010) als auch enttäuschte Erwartungen (Möllering 2008) können zu einem Misstrauen bzw. einem Vertrauensverlust führen. Die übergeordnete Strategie zur Vertrauenssteigerung sollte entsprechend den **Abbau von Erwartungs-Realitäts-Lücken** beinhalten, dies kann zum einen durch den **Aufbau von Wissen über die vorhandenen Vorteile bzw. einer realistischeren Vorstellung** der Bio-Tierhaltung sowie zum anderen durch die **Weiterentwicklung der Bio-Tierhaltung (z.B. Verbesserung der Tiergesundheit, Anpassung der Standards)** erzielt werden.



Auf Seite der Praxis (Bio-Branche) bedeutet das:

Anpassung und Weiterentwicklung der Bio-Tierhaltung

▪ **Züchtung und Fütterung**

Ausbau bestehender Züchtungsprogramme und weitere Forschung für angepasste Rassen für die Bedingungen des Ökolandbaus. Schließung von Kreisläufen, Umgang mit Kopplungsprodukten wie Bruderkälber/Bruderhähnen. Möglichst regionale Futterproduktion, Futtermittelimporte werden von Konsument*innen eher kritisch gesehen

▪ **Tiergesundheit und Haltung**

Verbesserung der Tiergesundheit z.B. durch den Einsatz tierbezogener Indikatoren, Förderungen von Innovationen wie kuhgebundener Kälberaufzucht

▪ **Transport und Schlachtung**

Langfristig: Einführung strengerer Standards. Unter gegen Rahmenbedingungen (Konzentration Prozesse, Mangel regionaler Schlachthöfe) derzeit mit Herausforderungen verbunden (Fortschrittsstrategie in der Kommunikation mit Verbraucher*innen).

Die Biozertifizierung eines Schlachthofes wird oftmals mit höheren Standards in Verbindung gebracht, daher evtl. Umbenennung dieser Zertifizierung z.B. in „Genehmigung zur Schlachtung und Verarbeitung von Bio-Tieren“

Förderung alternativer Schlachtverfahren, diese werden aus Konsumentensicht positiv gesehen.

▪ **Verarbeitungssektor**

Entlang der Wertschöpfungskette wird diesem Bereich am wenigsten vertraut und Misstrauen im Hinblick auf Betrug entgegengebracht. Strenge und unangekündigte Kontrollen sollten zuverlässig durchgeführt werden um Skandale zu vermeiden.

Für die Kommunikation mit Bürger*innen bedeutet das:

Aufbau und Stärkung von Vertrauen

▪ **Vermittlung von Wissen über die Bio-Tierhaltung**

Die Projektergebnisse bestätigen einen meist geringen Kenntnisstand bei Verbraucher*innen. Bestehende Regelungen wie z.B. Vorgaben zu Gruppengrößen bei Geflügel sind nur wenig bekannt. Zur Vermittlung der Mehrwerte der Bio-Tierhaltung ist **Wissen jedoch eine entscheidende Grundlage**. Zudem führt kein oder wenig Wissen oftmals zu hohen/unrealistischen Vorstellungen. Um das Wissen und die Aufmerksamkeit über Bio-Produkte in der breiten Öffentlichkeit zu erhöhen, ist eine umfangreiche und gut aufbereitete Informationskampagne empfehlenswert. Die Bereitstellung gut aufbereiteter Informationen ist allgemein als wichtig zu erachten, auch wenn diese nicht genutzt werden, kann bereits das Wissen über vorhandene Informationen Vertrauen vermitteln.

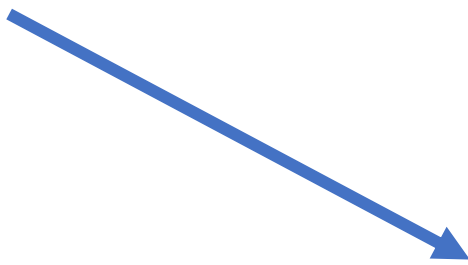
▪ **Allgemeine Kommunikationsstrategie**

Eine **offene** und **transparente Kommunikation** sollte das Mittel der Wahl sein. Auch die Kommunikation über bestehende Herausforderungen sollte im Sinne einer **Fortschrittstrategie** d.h. Kommunikation des bestehenden Problems und des angestrebten Lösungsansatzes kommuniziert werden. In der Kommunikation mit Verbraucher*innen sollten vermehrt **realitätsnahe Bilder**, **etwas mehr Fakten** und weniger Idylle und Bilderbuchdarstellungen eingesetzt werden. Auch sollte die vorhandene **Diversität der Bio-Tierhaltung** mehr abgebildet werden und dabei die gemeinsame Wertebasis vermittelt werden. Verbraucher*innen vertrauen insbesondere Landwirt*innen und anderen Akteuren der Bio-Branche (z.B. Verbänden, Kontrollstellen), wenn es um Informationen über die Bio-Tierhaltung geht, diese können als Sprachrohr genutzt werden.

▪ **Ansprache verschiedener Verbrauchergruppen**

Regelmäßige Bio-Käufer*innen: Zeichnen sich durch ein hohes Interesse, Wissen und Vertrauen in die Bio-Tierhaltung aus und sind am offensten, sich mit bestehenden Herausforderungen auseinanderzusetzen. Auch ist das Vertrauen hier am wenigsten durch Enttäuschungen oder Skandale beeinflussbar. Eine emotional, idyllisch geprägte Informationsdarstellung wird hier am wenigsten deutlich abgelehnt, aber auch diese Konsument*innen bevorzugen eine sachlichere Darstellung der Bio-Tierhaltung.

Gelegenheitskäufer*innen: Zeigen eine positive Grundeinstellung und das zweithöchste Vertrauen in die Bio-Tierhaltung. Auch hier wird eine sachlichere Information bevorzugt und eine zu emotionale und idyllische Präsentation der Bio-Tierhaltung eher abgelehnt. **Selten oder Nicht-Konsument*innen:** Wenig Interesse und skeptische Einstellung gegenüber der Bio-Tierhaltung. Können am ehesten über eine sachliche Kommunikation angesprochen werden, lehnen eine zu idyllische und emotionale Kommunikation am stärksten ab. Die hohen Preise stellen meist eine Kaufbarriere dar, da diese Gruppe über ein niedrigeres Einkommen verfügt.



Für die notwendige politische Unterstützung bedeutet das:

Eine ausführliche Beschreibung dieser Empfehlungen ist im **Policy Brief** zu finden:

- Allgemeine Verbesserung der Schlachtbedingungen (Tierschutz und Arbeitsbedingungen)
- Förderung tierfreundlicher Haltungs- und Managementsysteme wie alternativer Schlachtverfahren und der kuhgebundene Kälberaufzucht
- Förderung ökologischer Tierzucht sowie alter Rassen
- Unterstützung in der Kommunikation durch eine umfangreiche Informationskampagne

Der Policy Brief befindet sich im Anhang dieses Berichtes.

5. Angaben zum voraussichtlichen Nutzen und zur Verwertbarkeit der Ergebnisse – Handlungsempfehlungen

Die im VAT Projekt gewonnen Erkenntnisse können als Ansatzpunkte zur Stärkung des Verbrauchervertrauens in die Bio-Tierhaltung genutzt werden und bilden die Grundlage der erarbeiteten Handlungsempfehlungen für Politik (Policy-Brief) und Praxis (Merkblatt für die Praxis) sowie des Vertrauensmarketingkonzepts. Die Projektergebnisse wurden in zwei Abschlussworkshops für Praktiker*innen und Forscher*innen präsentiert. Des Weiteren wurden die Ergebnisse aus den im Projekt durchgeführten Studien sowohl in wissenschaftlichen Zeitschriften als auch in Fachmagazinen veröffentlicht und damit einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Einige Erkenntnisse des Projektes sind zudem in die Lehre eingeflossen, wie bspw. im Rahmen eines Workshops zur Schlachtung, wo die Projektergebnisse mit Studierenden und Praxispartnern diskutiert wurden.

6. Gegenüberstellung der ursprünglich geplanten zu den tatsächlich erreichten Zielen; Hinweise auf weiterführende Fragestellungen

Durch die zu Projektstart (01.01.2020) aufkommende Covid-19 Pandemie ergaben sich einige Änderungen zum ursprünglich geplanten Ablauf des VAT- Projekts. Die Ziele wurden davon jedoch nicht beeinflusst, konnten aber aufgrund eingesparter Mittel durch zwei ursprünglich nicht vorgesehene Befragungen („Umfrage zu Erwartungen an die Schlachtung von Bio-Tieren“ und „Umfrage zur Bewertung von Innovationen zur Vertrauenssteigerung in die Bio-Tierhaltung“) genauer untersucht und analysiert werden. Aufgrund dieser Umstrukturierungen und damit einhergehend zusätzlicher Datenmengen konnte das ursprüngliche Projektende zum 31.12.2022 nicht eingehalten werden und eine Projektverlängerung bis zum 31.08.2023 wurde gewährt. Alle im Rahmen des Projektes geplanten Ziele konnten im Laufe des Projektes erreicht werden. Übergeordnetes Ziel war es die gesellschaftlichen Erwartungen an die Bio-Tierhaltung mit verschiedenen Methoden zu erfassen (Literaturanalyse, qualitative Bürgerbefragungen und quantitative online-Befragungen) und daraus Erkenntnisse über zukünftig relevante (Risiko-) Themen im Bereich der Bio-Tierhaltung zu gewinnen. Zusammen mit Stakeholdern aus der Bio-Branche wurden basierend auf diesen Erkenntnissen mögliche Strategien und Innovationen für eine vertrauensvolle Marketingstrategie zur Vermarktung tierischer Bio-Produkte erarbeitet. Zukünftige Forschungsarbeiten können beispielsweise bestehende Bedenken gegenüber alternativen Schlachtverfahren wie dem Weideschuss sowie geeignete Kommunikationsmittel z.B. Label zur Kennzeichnung dieser Produkte erheben bzw. detaillierter erfassen.

Auch eine Testung von konkreten Kommunikationsbotschaften im Hinblick auf eine vertrauensvolle Kommunikation über die Bio-Tierhaltung sollte in zukünftigen Forschungsarbeiten Berücksichtigung finden. Insgesamt bedarf es in nahezu allen Bereichen der Bio-Tierhaltung Forschung zur Verbesserung der in diesem Projekt identifizierten Herausforderungen und Nachhaltigkeitsschwachstellen. Darüber hinaus bedarf es aufgrund der meist sehr geringen Kenntnisse über Bio-Lebensmittel von Verbraucher*innen eine umfassende und fundiert gestaltete Informationskampagne zu Bio-Lebensmitteln. Auch mit Blick auf die politisch angestrebte Ausdehnung der ökologischen Landwirtschaft ist dieser Forschungsbedarf von Bedeutung.

7. Zusammenfassung

Im Zuge gestiegener gesellschaftlicher Erwartungen und Ansprüchen an das Tierwohl landwirtschaftlicher Nutztiere, steht insbesondere die intensive Nutztierhaltung in der Kritik. Die Bio-Tierhaltung kann in der Diskussion um eine tier- und umweltfreundliche Haltung von Nutztieren eine Vorreiterrolle einnehmen. Die höheren Haltungsstandards mit mehr Platz und Zugang zu Auslauf für die Tiere, stellen insbesondere im Vergleich zu den gesetzlichen Mindestvorgaben eine artgerechtere Haltungsform dar. Zudem ist die Tierhaltung im Ökolandbau an die Fläche gebunden, was sich positiv auf die Umwelt auswirkt. Trotz dieser Vorteile verglichen mit der intensiven Tierproduktion, erreichen tierische Bio-Produkte derzeit am Markt nur geringe Marktanteile.

Eine allgemein positive Einstellung der Gesellschaft zur Bio-Tierhaltung kann angenommen werden, da aus Konsumentensicht insbesondere mehr Platz und Zugang zu Auslauf für eine tiergerechte Haltung wichtige Aspekte darstellen. Derzeit ist jedoch wenig über detaillierte Erwartungen und Vorstellungen der Bürger*innen in Bezug auf die Haltung von Bio-Tieren bekannt. Auch über den Stand des Vertrauens in die Bio-Tierhaltung gibt es wenig Erkenntnisse. Vertrauen stellt bei der Vermarktung von Bio-Produkte einen entscheidenden Aspekt dar, da Eigenschaften einer ökologischen Produktion nicht von Verbraucher*innen selbst am Endprodukt überprüft werden können. Erkenntnisse über gesellschaftliche Erwartungen und Möglichkeiten zur Steigerung des Verbrauchervertrauens stellen somit wichtige Punkte für eine gesteigerte Nachfrage tierischer Bio-Produkte am Markt dar.

Diesen Aspekten widmete sich das Projekt „Verbesserung der gesellschaftlichen Akzeptanz ökologischer Tierhaltungssysteme Analyse gesellschaftlicher Erwartungen und Entwicklung von Konzepten des Vertrauensmarketings (VAT)“. Mit Hilfe von Literaturrecherchen, qualitativen Bürger- und Experteninterviews, quantitativen online-Befragungen und Expertenworkshops wurden die Fragestellungen im Projekt bearbeitet.

Risikopunkte für einen möglichen Vertrauensverlust in die Bio-Tierhaltung

Insbesondere die vor- und nachgelagerten Bereiche Zucht, Transport und Schlachtung wurden mittels einer Hotspotanalyse (Literaturrecherche + Expertengespräche) als mögliche Punkte für einen Vertrauensverlust auf Verbraucherseite identifiziert. In diesen Bereichen ist die Bio-Tierhaltung oftmals abhängig von konventionellen Strukturen und schafft es daher nicht sich ausreichend von dieser zu differenzieren.

Aber auch teils große Betriebsstrukturen im Geflügelbereich und mögliche Defizite in der Tiergesundheit können möglicherweise zu enttäuschten Erwartungen auf Verbraucherseite führen. Der höhere Ressourcenbedarf aufgrund geringerer Erträge und längerer Mastperioden wurden vor allem in den Expertengesprächen nicht als Risikopunkt für einen Vertrauensverlust auf Verbraucherseite eingestuft, da der ganzheitliche Ansatz des Ökolandbaus nachvollziehbar kommuniziert und einfach von Verbraucher*innen erfasst werden könne.

Verbraucherwartungen an die Bio-Tierhaltung

Wie zu erwarten, wird die Bio-Tierhaltung insbesondere im direkten Vergleich zur konventionellen Tierhaltung von Bürger*innen positiv gesehen. Aspekte wie *mehr Platz, Zugang zu Auslauf, guter Umgang mit den Tieren* und eine *gute Tiergesundheit* werden mit der Bio-Tierhaltung in Verbindung gebracht. Während negative Aspekte wie *Tierschutzprobleme* und *Profitorientierung* eher mit der konventionellen Tierhaltung assoziiert werden.

Dabei basieren diese Erwartungen meist auf einem sehr geringen und oberflächlichen Wissensstand und gründen damit stark auf Vermutungen und Wunschvorstellungen. In Zusammenhang mit psychologischen Phänomenen wie dem „Halo-Effekt“ (positive kognitive Verzerrung) kann dies zu einer hohen Erwartungshaltung auf Verbraucherseite führen. Hierbei werden positive Wahrnehmungen von einem Bereich z.B. der Haltung der Tiere auf andere Bereiche übertragen. Beispielsweise erwartet die Mehrheit der Verbraucher*innen, dass es spezielle Regelungen für den Transport und die Schlachtung von Bio-Tieren gibt und dass die frühe Trennung von Kuh und Kalb im Ökolandbau nicht die Regel ist. Diese Erwartungs-Realitäts-Lücken können zu einer Enttäuschung und im schlimmsten Falle auch zu einem Vertrauensverlust in die Bio-Tierhaltung führen.

Vertrauen in die Bio-Tierhaltung

Das Vertrauen in die Bio-Tierhaltung kann allgemein als moderat bis gut bezeichnet werden. Insbesondere dem Bio-Fachhandel und Landwirt*innen wird entlang der Wertschöpfungskette ein hohes Vertrauen entgegengebracht, während der Verarbeitungssektor mit größerem Misstrauen wahrgenommen wird. Ist das Vertrauen bei Verbraucher*innen einmal vorhanden, scheint es auch bei der Konfrontation mit Skandalen oder Enttäuschungen recht stabil zu sein, da es für viele Konsument*innen derzeit keine bessere Alternative zur Bio-Tierhaltung gibt. Mit dem zunehmenden Aufkommen von Tierwohlprogrammen im konventionellen Bereich muss sich die Bio-Tierhaltung in Zukunft weiterentwickeln, um sich weiter möglichst klar differenzieren zu können.

Dabei werden insbesondere eine kuhgebundene Kälberaufzucht und kleine Herdengrößen von Bürger*innen als besonders vertrauenssteigernde Maßnahmen wahrgenommen. Blickt man auf verschiedene Verbrauchergruppen, zeigt sich, dass intensive Bio-Konsumenten allgemein das höchste Vertrauen und die positivste Einstellung zur Bio-Tierhaltung aufweisen. Gelegenheitskäufer*innen weisen eine positive Einstellung und ein etwas geringes Vertrauen auf, während geringe oder nicht Bio-Käufer*innen die skeptischste Einstellung und das geringste Vertrauen gegenüber der Bio-Tierhaltung zeigen.

Schlachtung von Bio-Tieren

Die Schlachtung als ein zentraler Punkt für mögliche Enttäuschungen auf Verbraucherseite wurde in diesem Projekt näher beleuchtet.

Die Schlachtung von Bio-Tieren wird in allen Bereichen von Bürger*innen positiver eingeschätzt als die Gegebenheiten bei der Schlachtung von konventionellen Tieren. Auch wird Schlachthöfen mit einer Biozertifizierung ein ähnlich hohes Vertrauen entgegengebracht wie handwerklichen Metzgereien und damit signifikant mehr Vertrauen als mittelständischen und großen Schlachthöfen. Somit zeigt sich, dass die Biozertifizierung eines Schlachthofes von Bürger*innen auch mit höheren Standards bei der Schlachtung in Verbindung gebracht wird, was derzeit in der Praxis nicht der Fall ist. Auf die Frage, ob es bei der Schlachtung von Bio-Tieren und konventionellen Tieren einen Unterschied geben sollte, gab es keine eindeutige Antwort. Ein Großteil, darunter insbesondere häufige Bio-Fleischesser*innen, wünscht sich strengere Regelungen bei der Schlachtung von Bio-Tieren. Allerdings wird eine Gleichbehandlung aller Tiere bei der Schlachtung noch deutlich stärker befürwortet.

Um das Enttäuschungspotenzial im Punkt der Schlachtung zu reduzieren, sollte die Schlachtung in Zukunft mehr in die Tierwohldiskussion einbezogen werden. Für die Bio-Branche stellt sich die Herausforderung, ob und wie höhere Standards für die Schlachtung von Bio-Tieren eingeführt werden können. Auch die Förderung alternativer Schlachtverfahren wie dem Weideschuss oder Schlachtmobile für Geflügel bieten die Möglichkeit sich weiter von der herkömmlichen Schlachtung zu differenzieren. Alternative Schlachtverfahren werden aus Konsumentensicht überwiegend positiv gesehen und in einer ersten Erhebung zeigte sich eine hohe Kauf- und Zahlungsbereitschaft für Rinderhackfleisch aus Weideschuss.

Kommunikation über die Bio-Tierhaltung

Für eine vertrauensvolle Kommunikation mit Verbraucher*innen, insbesondere mit intensiven Bio-Käufer*innen, kann eine transparente Kommunikation auch über Probleme und deren Lösungsansätze empfohlen werden.

Insgesamt ist es erstrebenswert, in der Kommunikation mit Verbraucher*innen weniger auf *Idylle* und *Bilderbuchbilder* zu setzen, sondern vermehrt auch Fakten und realitätsnähere Bilder zu präsentieren. Zum einen wird dies insbesondere von noch weniger überzeugten Konsumentengruppen positiv gesehen. Zum anderen bietet sich damit auch die Möglichkeit, hohen Konsumentenerwartungen entgegenzuwirken und ein realitätsnäheres Bild der Bio-Tierhaltung zu vermitteln. Auf der anderen Seite muss sich jedoch auch die Bio-Tierhaltung im Sinne des Tierwohls und damit auch im Sinne der Erwartungen vieler Verbraucher*innen stetig weiterentwickeln und sich den bestehenden Nachhaltigkeitsherausforderungen stellen und diese konsequent angehen und verbessern. Insgesamt ist aufgrund des meist sehr geringen Wissensstandes, über bereits bestehende Vorteile der Bio-Tierhaltung, eine umfangreiche Informations- und Aufklärungskampagne über den Ökolandbau und die Bio-Tierhaltung anzuraten. Dies erscheint insbesondere vor dem Hintergrund einer Ausweitung des Ökolandbaus im Sinne einer nachhaltigen Landwirtschaft eine sinnvolle Maßnahme zu sein. Für die Bio-Tierhaltung stellt das Wissen über ihre Vorteile in Bezug auf Tier- und Umweltschutz einen bedeuten Punkt in der Verbraucherkommunikation dar, da nur so auf Verbraucherseite wahrgenommene Mehrwerte und somit Kauf- und Zahlungsbereitschaften generiert werden können.

8. Literaturverzeichnis

- Aertsens, J., Verbeke, W., Mondelaers, K., van Huylenbroeck, G. (2009): Personal determinants of organic food consumption: a review. *British Food Journal* 111 (10): 1410-1167.
- AG Tierwohl (2014): Tierwohlkontrolle ab 2014. Bioland, Demeter, Naturland. <https://docplayer.org/107863477-Tierwohlkontrolle-ab-2014.html>. Aufgerufen 29. März 2021
- Albert Schweitzer Stiftung (2019): Schlachthöfe: Verstöße an der Tagesordnung. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/schlachthoefe-verstoesse-an-der-tagesordnung>. Aufgerufen 19 Februar 2021
- Bastian, B., Loughnan, S. (2017): Resolving the Meat-Paradox: A Motivational Account of Morally Troublesome Behavior and Its Maintenance. *Personality and Social Psychology Review* 21, pp.278–299. <https://doi.org/10.1177/1088868316647562>
- Bayer, E., von Meyer-Höfer, M., Kühl, S. (2023): Hotspot analysis for organic laying hen husbandry - Identification of sustainability problems as potential risk points to lose consumers' trust. *Organic Agriculture*. <https://doi.org/10.1007/s13165-023-00426-5>
- Benningstad, N.C.G., Kunst, J.R. (2020): Dissociating meat from its animal origins: a systematic literature review. *Appetite*. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104554>
- Berlin, L., Lockeretz, W., Bell, R. (2009): Purchasing foods produced on organic, small and local farms: A mixed method analysis of New England consumers. *Renewable Agriculture and Food Systems* 24, pp. 267 – 275. <https://doi.org/10.1017/S1742170509990111>
- Biengen, K., von Geibler, J., Lettenmeier, M. (2009): Sustainability Hot Spot Analysis: A streamlined life cycle assessment towards sustainable food chains. 9th European IFSA Symposium, 4–7 July 2009, Vienna
- Bioland (2019): Bioland Richtlinien. Fassung vom 25. November 2019. https://www.bioland.de/fileadmin/user_upload/Verband/Dokumente/Richtlinien_fuer_Erzeuger_und_Hersteller/Bioland_Richtlinien_25_Nov_2019.pdf
- BMEL (2014): Eine Frage der Haltung Neue Wege für mehr Tierwohl. Eckpunkte der Initiative des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft. https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/Tierwohl-Initiative-Eckpunkte.pdf;jsessionid=C5ECA3F75BCCF0E656F86976ADE07B86.intranet921?__blob=publicationFile&v=2. Aufgerufen 03 Dezember 2020
- BMEL (2022): Ausstieg aus dem Kükentöten. <https://www.bmel.de/DE/themen/tiere/tierschutz/tierwohl-forschung-in-ovo.html>. Aufgerufen 20. Mai 2022

- BÖLW (2022): Branchen Report 2022. Ökologische Lebensmittelwirtschaft.
https://www.boelw.de/fileadmin/user_upload/Dokumente/Zahlen_und_Fakten/Broschueren_2022/BOELW_Branchenreport2022.pdf.
- Briggemann B.C., Lusk J.L. (2011): Preferences for fairness and equity in the food system. *European Review of Agricultural Economics*. 38(1):1–29.
<https://doi.org/10.1093/erae/jbq033>
- Buddle, E.A., Bray, H.J., Ankeny, R.A. (2022): Values of Australian Meat Consumers Related to Sheep and Beef Cattle Welfare: What Makes a Good Life and a Good Death? *Food Ethics* 8. <https://doi.org/10.1007/s41055-022-00114-2>
- Busch, G., Gieseke, D., Iking, C., Kühl, S., Pirsich, W. (2015): Tierhaltung im Spannungsfeld Tierwohl, Ökonomie und Gesellschaft. Tierwohl-Tagung in Göttingen 7–8 Oktober 2015
- Busch, G., Kassas, B., Palma, M.A. & Risius, A. (2020): Perceptions of antibiotic use in livestock farming in Germany, Italy and the United States. *Livestock Science*, 241, Article 104251. <https://doi.org/10.1016/j.livsci.2020.104251>
- Busse, M., Kernecker, M.L., Zscheischler, J., Zoll, F., Siebert, R. (2019): Ethical Concerns in Poultry Production: A German Consumer Survey About Dual Purpose Chickens. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10806-019-09806-y>
- Christoph-Schulz, I., Hartmann, M., Kenning, P., Luy, J., Mergenthaler, M., Reisch, L., Roosen, J., Spiller, A. (2018): SocialLab – Nutztierhaltung im Spiegel der Gesellschaft. *Journal of consumer protection and food safety* 13, pp. 145-236.
<https://doi.org/10.1007/s00003-017-1144-7>
- Dahlhausen, J.L., Rungie, C., Roosen, J. (2018): Value of labeling credence attributes—common structures and individual preferences. *Agricultural Economics*. DOI: 10.1111/agec.12456
- De Backer, C. J., Hudders, L. (2015): Meat morals: relationship between meat consumption consumer attitudes towards human and animal welfare and moral behavior. *Meat science*, 99, 68-74.
- Deimel, M., Arens, L., Theuvsen, L. (2011): The Influence of Clusters on the Competitiveness of Hog Production: The Example of Northwestern Germany. *International Journal on Food System Dynamics* 2, pp. 155–166.
<http://centmapress.ilb.unibonn.de/ojs/index.php/fsd/article/view/225/120>
- De Jonge, J., van Trijp, J.C.M., van der Lands, I.A., Renes, R.J., Frewer, L.J. (2008): How trust in institutions and organizations builds general consumer confidence in the safety of food: A decomposition of effects. *Appetite*.
<https://doi.org/10.1016/j.appet.2008.03.008>
- Demeter (2020): Demeter Richtlinien 2020. Erzeugung und Verarbeitung Richtlinien für die Zertifizierung »Demeter« und »Biodynamisch« Gültig ab 1. Januar 2020.
https://www.demeter.de/sites/default/files/richtlinien/richtlinien_gesamt.pdf

- Desai, M., Medvedev, M., Vázquez, M., McSheehy, S., Gadea-Omelchenko, S., Bruggeman, C., Steinfeld, A., Yanco, H. (2012): Effects of Changing Reliability on Trust of Robot Systems. <https://interactive-machines.com/assets/papers/desai-HRI12.pdf>.
- Deutscher Tierschutzbund (n.d.): Tiertransporte. Leiden ohne Grenzen. <https://www.tierschutzbund.de/information/hintergrund/landwirtschaft/tiertransporte/>. Aufgerufen 17 Februar 2021
- Di Guida, N., Krikser, T., Christoph-Schulz, I. (2021): Vertrauen in Bio-Lebensmittel aus VerbraucherInnensicht. Austrian Journal of Agricultural Economics and Rural Studies 30. https://literatur.thuenen.de/digbib_extern/dn064460.pdf
- Di Pasquale, J., Nannoni, E., Del Duca, I., Adinolfi, F., Capitanio, F., Sardi, L., et al. (2014): What foods are identified as animal friendly by Italian consumers? Italian Journal of Animal Science 13, pp. 782–789. <https://doi.org/10.4081/ijas.2014.3582>
- Duval, A., von Keyserlingk, M.A.E., Lecorps, B. (2020): Organic dairy cattle: do European Union regulations promote animal welfare? Animals. <https://doi.org/10.3390/ani10101786>
- Egger-Danner, C., Köck, A., Fuchs, K., Grassauer, B., Fuerst-Waltl, B., Obritzhauser, W. (2020): Use of benchmarking to monitor and analyze effects of herd size and herd milk yield on cattle health and welfare in Austrian dairy farms. Journal of Dairy Science 103, pp. 7598–7610. <https://doi.org/10.3168/jds.2019-16745>
- EU-Öko-VO (2018): Verordnungen (EU) 2018/848 des europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Mai 2018, über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen sowie zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 834/2007 des Rates
- European Commission (2021): Action plan for organic production in the EU. https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-action-plan_de. Accessed 13 May 2023
- European Union (2009): Council Regulation (EC) No 1099/2009 of 24 September 2009 on the protection of animals at the time of killing. European Union; Brussels, Belgium: Sep 24
- Faltins, R. (2010): Bio-Lebensmittel in Deutschland. Kaufbarrieren und Vermarktung. Reihe Nachhaltigkeit Band 31. Diplomica Verlag GmbH, Hamburg
- Gauly, M., Kaufmann, F. (2010): Untersuchungen zu genetisch bedingten Unterschieden in der Parasitenresistenz von Legehennen – Testung unter den Bedingungen einer Stations- und Feldprüfung
- Gieseke, D., Lambertz, C., Gauly, M. (2018): Relationship between herd size and measures of animal welfare on dairy cattle farms with freestall housing in Germany. Journal of Dairy Science 101, pp. 7397–7411. DOI: 10.3168/jds.2017-14232
- Hall, C., Sandilands, V. (2007): Public attitudes to the welfare of broiler chickens. Animal Welfare 16, pp. 499–512. DOI:10.1017/S0962728600027433

- Hamzaoui-Essoussi, L., Sirieix, L., Zahaf, M. (2017): Trust orientations in the organic food distribution channels: A comparative study of the Canadian and French markets. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2013.02.002>
- Hansen, B.G., Langseth, E., Berge, C. (2023): Animal welfare and cow-calf contact-farmers' attitudes, experiences and adoption barriers. *Journal of Rural Studies* 97, pp. 34–46.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.11.013>
- Harper, G.C., Makatouni, A. (2002): Consumer perception of organic food production and farm animal welfare. *British Food Journal* 104, pp. 287-299. DOI
 10.1108/00070700210425723
- Heid, A., Brenninkmeyer, C., Knierim, U., Hamm, U. (2011): Alternativen zur betäubungslosen Ferkelkastration im ökologischen Landbau - Analyse der Auswirkungen alternativer Verfahren auf die Akzeptanz bei Verbrauchern und Produzenten.
- Heise, H., Theuvsen, L. (2015): Biological Functioning, Natural Living oder Welfare-Quality: Untersuchungen zum Tierwohlverständnis deutscher Landwirte. *Berichte über Landwirtschaft* 3 (93).
- Höfken, U. (2018): Höfken fordert verschärfte Gesetze. In: Knapp 6 % der kontrollierten Tiertransporte mit Mängeln, topagrar. <https://www.topagrar.com/management-und-politik/news/knapp-6-der-kontrollierten-tiertransporte-mit-maengeln-9571868.html>. Aufgerufen 29 März 2021
- Hughner, R.S., Mc Donagh, P., Prothero, A., Clifford, J., Shultz, C.J. Stanton, J. (2007): Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour* 6 (2/3): 94-110.
- Janssen, M., Hamm, U. (2012): Product labelling in the market for organic food: Consumer preferences and willingness-to-pay for different organic certification logos. *Food Quality and Preference* 25. P. 9-22. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2011.12.004>
- Janssen, M., Rödiger, M., Hamm, U. (2016): Labels for Animal Husbandry Systems Meet Consumer Preferences: Results from a Meta-analysis of Consumer Studies. *J Agric Environ Ethics* 29, pp. 1071–1100. DOI 10.1007/s10806-016-9647-2
- Krystallis, A., Vassallo, M., Chryssohoidis, G., Perrea, T. (2008): Societal and individualistic drivers as predictors of organic purchasing revealed through a portrait value questionnaire (PVQ)-based inventory. *Journal of Consumer Behaviour*, 7: 164-187.
- Kühl, S., Bayer, E., Busch, G. (2022): Should organic animals be slaughtered differently from non-organic animals? An analysis of consumers' expectation. *Organic Agriculture*. <https://doi.org/10.1007/s13165-022-00407-0>
- Kühl, S., Bayer, E., Schulze, M. (2023): The role of trust, expectation, and deception when buying organic animal products. *Animal Frontiers*, 13, 40–47. DOI: 10.1093/af/vfac080
- Lea, E., Worsley, T. (2005): Australians' organic food beliefs, demographics and values, *British Food Journal*, Vol. 107 No. 11, pp. 855-869.

- Lee, H.J., Yun, Z.S. (2015): Consumers' perceptions of organic food attributes and cognitive and affective attitudes as determinants of their purchase intentions toward organic food. *Food Quality and Preference*. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.06.002>
- Liedtke, C., Lettenmeier, M., Baedeker, C. (2010): Resource intensity in global food chains: The Hot Spot Analysis. *British Food Journal*. DOI: 10.1108/00070701011080267
- Macready, A.L., Hieke, S., Klimczuk-Kochańska, M., Szumiata, S., Vranken, L., Grunert, K.G. (2020): Consumer trust in the food value chain and its impact on consumer confidence: A model for assessing consumer trust and evidence from a 5-country study in Europe. *Food Policy*. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2020.101880>
- March, S., Haager, D., Brinkmann, J. (2019): Kapitel 9 Tierwohl. In: Leistungen des ökologischen Landbaus für Umwelt und Gesellschaft. (Hrsg.) Sanders J, Hess J 2. überarbeitete und ergänzte Auflage. Thünen Report 65, Braunschweig.
- Mayring, P. (2004): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Flick, U; Kardorff, V.; Steinke, I. (Hrsg.): *Qualitative Forschung: Ein Handbuch*, Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, S. 468-475.
- Mayring, P. (2015): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 12. Aufl. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Meas, T., Hu, W., Batte, M.T., Woods, T.A., Ernst, S. (2014): Substitutes or Complements? Consumer Preference for Local and Organic Food Attributes 97, pp. 1044-1071. <https://doi.org/10.1093/ajae/aau108>
- Möllering, G. (2008): Inviting or avoiding deception through trust? Conceptual exploration of an ambivalent relationship. SSRN J. doi:[10.2139/ssrn.1105060](https://doi.org/10.2139/ssrn.1105060). Available from <http://www.ssrn.com/abstract=1105060>.
- Naturland (2020): *Naturland Richtlinien Erzeugung Stand 05/2020*. https://www.naturland.de/images/Naturland/Richtlinien/Naturland-Richtlinien_Erzeugung.pdf
- Nuttavuthisit, K., Thøgersen, J. (2017): The Importance of Consumer Trust for the Emergence of a Market for Green Products: The Case of Organic Food. In: *Journal of Business Ethics*. DOI: 10.1007/s10551-015-2690-5
- Ökobarometer (2021): *Umfrage zum Konsum von Bio-Lebensmittel*. https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/oekobarometer-2021.pdf?__blob=publicationFile&v=10. Aufgerufen 14 Mai 2023.
- Ökolandbau (2020): *Bio-Schlachthöfe in Deutschland*. [Ökolandbau.de](https://www.oekolandbau.de) Das Informationsportal. <https://www.oekolandbau.de/verarbeitung/einkauf/landwirtschaftliche-zutaten/fleischprodukte/bio-schlachthoeфе/>. Aufgerufen 18 Februar 2021
- Otterstedt, C. (2012): *Bedeutung des Tieres für unsere Gesellschaft*. Bundeszentrale für politische Bildung. <https://www.bpb.de/apuz/75810/bedeutung-des-tieres-fuer-unsere-gesellschaft?p=all>. Aufgerufen 03 Dezember 2020

- Padel, S., Foster, C. (2005): Exploring the gap between attitudes and behaviour: Understanding why consumers buy or do not buy organic food. *British Food Journal*; 107: 606–625. DOI 10.1108/00070700510611002
- Pempek, J.A., Schuenemann, G.M., Holder, G. Habing, G.G. (2017): Dairy calf management—A comparison of practices and producer attitudes among conventional and organic herds. *Journal of Dairy Science* 100, pp. 8310–8321. <https://doi.org/10.3168/jds.2017-12565>
- Pivato, S., Misani, N., Tencati, A. (2008): The impact of corporate social responsibility on consumer trust: the case of organic food. *Business Ethics: A European Review*. DOI: 10.1111/j.1467-8608.2008.00515.x
- Poortinga, W., Pidgeon, N.F. (2003): Exploring the Dimensionality of Trust in Risk Regulation. *Risk Analysis*. <https://doi.org/10.1111/1539-6924.00373>
- Raab, C., Grobe, D. (2005): Consumer Knowledge and Perceptions About Organic Food. *Journal of Extension* 43. <https://archives.joe.org/joe/2005august/rb3.php>
- Reymann, T.U. (2016): Vergleichende Überprüfung des Tierschutzes in Schlachthöfen anhand rechtlicher Vorgaben und fachlicher Leitparameter. Dissertation, Ludwig-Maximilians-Universität München
- Robbins, J.A., von Kevserlingk, M.A.G., Fraser, D., Weary, D.M. (2016): Invited Review: Farm size and animal welfare. *Journal of Animal Science* 94, pp. 5439–5455. <https://doi.org/10.2527/jas.2016-0805>
- Rodríguez-Bermúdez, R., Miranda, M., Orjales, I., Ginzo-Villamayor, M.J., Al-Soufi, W., López-Alonso, M. (2020): Consumers' perception of and attitudes towards organic food in Galicia (Northern Spain). *International Journal of Consumer Studies*. DOI: 10.1111/ijcs.12557
- Rovers, A., Wildtraut, C., Mergenthaler, M., Sonntag, W.I., von Meyer-Höfer, M., Spiller, A., Luy, J., Saggau, D., Brümmer, N., Christoph-Schulz, I. (2018): Analyse der Wahrnehmung der Nutztierhaltung durch unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen. *Journal of Consumer Protection and Food Safety*. <https://doi.org/10.1007/s00003-017-1144-7>
- Schmitt, C., Hamer, M. (2018): Die Anwendung der Hot Spot Analyse als Instrument der Nachhaltigkeitsbewertung am Beispiel des Forschungsprojekts „Roiporq Alternative Schwein“. Vortragstagung der DGfZ und GfT 12./13. September 2018, Bonn
- Schöberl, S. (2012): Verbraucherverhalten bei Bio-Lebensmitteln: Analyse des Zusammenhangs zwischen Einstellungen, Moralischen Normen, Verhaltensabsichten und tatsächlichem Kaufverhalten. Dissertation, Universität München.
- Sonntag, W.I. (2017): Zielkonflikte in der Nutztierhaltung – Eine empirische Analyse gesellschaftlicher Erwartungen. Dissertation. Georg-August-Universität, Göttingen.
- Sonntag, W.I., Golze, S., Kutschbach, A., Gassler, B., Spiller, A. (2018): Bürgerreaktionen auf Zielkonflikte in der Hühnermast. In: *SocialLab – Nutztierhaltung im Spiegel der Gesellschaft*. *Journal of Consumer Protection and Food Safety* 13, pp. 145–236. <https://doi.org/10.1007/s00003-017-1144-7>

- Spiller, A., Cordts, A. (2010): Nachhaltigkeits- und Gesundheitspositionierung der Bio-Branche. In: Abschlussbericht Auswertung der Daten der Nationalen Verzehrstudie II Eine integrierte verhaltens- und lebensstilbasierte Analyse des Bio-Konsums (Hrsg.) Hoffmann I, Spiller, A. Max-Rubner-Institut Karlsruhe, Georg-August Universität Göttingen
- Statistisches Bundesamt (2018): Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, Geflügel. Fachserie 3 Reihe 4.2.3. https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Landwirtschaft-Forstwirtschaft-Fischerei/Tiere-Tierische-Erzeugung/Publikationen/Downloads-Tiere-und-tierische-Erzeugung/gefluegel-2030423187004.pdf?__blob=publicationFile
- Sundrum, A., Benninger, T., Richter, U. (2004): Statusbericht zum Stand des Wissens über die Tiergesundheit in der Ökologischen Tierhaltung – Schlussfolgerungen und Handlungsoptionen für die Agrarpolitik. Abschlussbericht. <https://orgprints.org/5232/1/5232-03OE672-unikassel-sundrum-2004-tiergesundheitsq.pdf>
- Thøgersen, J. (2007): Consumer decision making with regard to organic food products, in Vaz, M.T.D.N., Vaz, P., Nijkamp, P. and Rastoin, J.L. (Eds), Traditional Food Production Facing Sustainability: A European Challenge, Ashgate, Farnham.
- Thorsøe, M.H. (2014): Credibility of organics - knowledge, values and trust in Danish organic food networks. Dissertation, Aarhus University. <https://orgprints.org/id/eprint/27317/7/27317.pdf>.
- Thorsøe, M.H., Christensen, T., Povlsen, K.K. (2016): “Organics’ are good, but we don’t know exactly what the term means!” Trust and Knowledge in Organic Consumption. Food, culture & Society. <https://doi.org/10.1080/15528014.2016.1243767>
- Torjusen, H., Sangstad, L., O’Doherty Jensen, K., Kjærnes, U. (2004): European consumers’ conceptions of organic food: a review of available research. Report No. 4 – 2004, available at: <http://orgprints.org/00002490>. Aufgerufen 12 Oktober 2022
- Vanhonacker, F., van Poucke, E., Tuytens, F., Verbeke, W. (2010): Citizens’ Views on Farm Animal Welfare and Related Information Provision: Exploratory Insights from Flanders, Belgium. Journal of Agricultural and Environmental Ethics 23, pp. 551 – 569. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10806-010-9235-9>
- Van Loo, E.J., Hoang Diem, M.N., Pieniak, Z., Verbeke, W. (2013): Consumer attitudes, knowledge, and consumption of organic yogurt. Journal of Dairy Science. <https://doi.org/10.3168/jds.2012-6262>
- Vega-Zamora, M., Torres-Ruiz, F.J., Parras-Rosa, M. (2019): Towards sustainable consumption: Keys to communication for improving trust in organic foods. Journal of Cleaner Production, Volume 216, pp. 511-519. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.12.129>
- Von der Meulen, H.A.B., Dolman, M.A., Jager, V.H., Venema, G.S. (2014): The impact of farm size on sustainability of dutch dairy farms. International Journal of Agricultural Management 3, pp. 119–123. DOI: 10.22004/ag.econ.200241

- Von Meyer-Höfer, M., Nitzko, S. A. Spiller, A. (2015): Is there an expectation gap? Consumers' expectations towards organic: An exploratory survey in mature and emerging European organic food markets. *British Food Journal*. doi:[10.1108/BFJ-07-2014-0252](https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2014-0252).
- Wallbaum, H., Kummer, N. (2006): Entwicklung einer Hot Spot-Analyse zur Identifizierung der Ressourcenintensitäten in Produktketten und ihre exemplarische Anwendung. Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH und triple innova GmbH, Wuppertal
- Wang, C., Pors, S.E., Christensen, J.P., Bojesen, A.M., Thøfner, I. (2020): Comparison and assessment of necropsy lesions in end-of-lay laying hens from different housing systems in Denmark. *Poultry Science*.
- WBA - Wissenschaftlicher Beirat Agrarpolitik beim BMEL (2015): Wege zu einer gesellschaftlich akzeptierten Nutztierhaltung. Gutachten. Berlin
- Westerwick, A., Johnson, B.K., Knobloch-Westerwick, S. (2016): Change Your Ways: Fostering Health Attitudes Toward Change Through Selective Exposure to Online Health Messages. *Health Communication* 32. P. 639-649.
<https://doi.org/10.1080/10410236.2016.1160319>
- Zander, K., Hamm, U. (2009): Ethische Werte aus der Sicht der Verbraucher – Das Beispiel von Lebensmitteln aus ökologischer Produktion. Vortrag anlässlich der 49. Jahrestagung der GEWISOLA „Agrar- und Ernährungsmärkte nach dem Boom“ Kiel, 30.09. – 02.10.2009
- Zander, K., Isermeyer, F., Bürgelt, D., Christoph-Schulz, I., Salamon, P., Weible, D. (2013): Erwartungen der Gesellschaft an die Landwirtschaft. Gutachten im Auftrag der Stiftung Westfälische Landschaft. vTI, Braunschweig.
https://literatur.thuenen.de/digbib_extern/dn052711.pdf

9. Übersicht über alle im Berichtszeitraum vom Projektnehmer realisierten Veröffentlichungen zum Projekt (Printmedien, Newsletter usw.), bisherige und geplante Aktivitäten zur Verbreitung der Ergebnisse

Veröffentlichungen in wissenschaftlichen Zeitschriften

Bayer, E., von Meyer-Höfer, M., Kühl, S. (2023): Hotspot analysis for organic laying hen husbandry - Identification of sustainability problems as potential risk points to lose consumers' trust. *Organic Agriculture* 13, pages 261–292.

<https://doi.org/10.1007/s13165-023-00426-5>

Bayer, E., Spiller, A., Kühl, S. (2023): Consumer expectations towards slaughtering: Are there different expectations towards the slaughter of conventional and organic animals? *Journal of Agriculture and Food Research* 14.

<https://doi.org/10.1016/j.jafr.2023.100695>

Bayer, E., Kühl, S., Busch, G., Spiller, A. (2023): Pasture shooting and mobile slaughterhouses from a consumer's point of view: Alternative slaughter methods and the meat paradox. *British Food Journal* 125. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2023-0107>

Bayer, E., Kühl, S. (2023): What does the future hold? Strategies to boost confidence in organic livestock farming. Eingereicht bei *Renewable Agriculture and Food Systems*

Bayer, E., Kühl, S. (2023): To trust or not to trust? Trust landscape of Organic Animal Husbandry: Mapping Consumer Attitudes and Information Demands in Germany. Eingereicht bei *PLOS Sustainability and Transformation*

Busch, G., Bayer, E., Spiller, A., Kühl, S. (2022): 'Factory farming'? Public perceptions of farm sizes and sustainability in animal farming. *PLOS Sustainability and Transformation* 1 (10). <https://doi.org/10.1371/journal.pstr.0000032>

Kühl, S., Bayer, E., Busch, G. (2022): Should organic animals be slaughtered differently from non-organic animals? An analysis of consumers' expectation. *Organic Agriculture* 12, pages 531–545. <https://doi.org/10.1007/s13165-022-00407-0>

Kühl, S., Bayer, E., Schulze, M. (2023): The role of trust, expectation, and deception when buying organic animal products. *Animal Frontiers*, Volume 13, Issue 1, February 2023, Pages 40–47, <https://doi.org/10.1093/af/vfac080>

Andere Veröffentlichungen (z.B. Beiträge in Fachzeitschriften)

- Bayer, E., von Meyer-Höfer, M. (2021): Hot Spot Analyse der ökologischen Geflügelhaltung. Identifikation von Nachhaltigkeitsschwachstellen als potenzielle Vertrauensrisiken bei Verbrauchern. Organic Eprints. <https://orgprints.org/id/eprint/37289/>
- Bayer, E., Kühl, S. (2023): Positiveres Bild von der Bio-Schlachtung. Verbraucher verdrängen beim Fleischkauf Gedanken an Transport und Schlachthof. Fleischwirtschaft 7/2023
- Bayer, E., Kühl, S. (2023): Alternative Schlachtverfahren – Auch eine Alternative aus Verbrauchersicht? Eingereicht bei Fleischwirtschaft
- Bayer, E., Kühl, S. (2023): Das Verbrauchervertrauen stärken. Ökologie & Landbau 01/2024

Vorträge

- Risius, A., Spiller, A., Schipmann-Schwarze, C. (2021): Verbrauchervertrauen auf allen Stufen der Öko-Wertschöpfungskette: Konzepte und Indikatoren auf dem Prüfstand. Biofach 2021, Online.
- Bayer, E., Di Guida, N., Risius, A. Biofach (2022): Wissen schafft Vertrauen: Was wissen Verbraucher*innen und wie kann die Branche reagieren? Biofach 2022, Nürnberg
- Bayer, E., Kühl, S. (2023): What does the future hold? Strategies to boost confidence in organic livestock farming. 33. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie 2023, Wien
- Risius, A., Kühl, K., Bayer, E., Schipmann-Schwarze, C., Di Guida, N., Spiller, A. (2023): Bio; mehr als...gute Werbung? Ökologische Produktqualität in der gesellschaftlichen Wahrnehmung. 33. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie 2023, Wien

Bisherige Aktivitäten zur Verbreitung der Ergebnisse

Abschlussworkshop mit Praktikern am 08.November 2022 in Visselhövede

Abschlussworkshop mit Forscher*innen am 30. November 2022 online

Tierwohl bis zum Tod? Das Mehr an Tierwohl der Bio-Tiere endet häufig mit dem Schritt auf den Transporter. Agrardebatten Blog vom 10 Juli 2020.

<https://agrardebatten.de/agrarzukunft/9023/>

Ist bei Bio alles besser? – Ergebnisse einer Hot Spot Analyse zur

ökologischen Geflügelhaltung. Agrardebatten Blog vom 30. April 2021.

<https://agrardebatten.de/agrarzukunft/ist-bei-bio-alles-besser-ergebnisse-einer-hot-spot-analyse-zur-oekologischen-gefluegelhaltung/>

Webinar zum Thema „Einblicke zu aktuellen Themen zur Schlachtung“ am 15. Mai 2023.
<https://www.youtube.com/watch?v=6TX5mrit4iA>

Webinar zum Thema “Massentierhaltung aus Sicht der Gesellschaft in den Jahren 2011 bis 2021“ am
17. September 2021. https://www.uni-goettingen.de/de/document/download/38a7da1170e73665cf553fdc38a17f8c.pdf/Webinar_MTH_17.09.21.pdf

Geplante Aktivitäten zur Verbreitung der Ergebnisse

Veröffentlichung des Abschlussberichtes

Veröffentlichung eines Merkblatts für die Praxis

Veröffentlichung eines Policy-Briefs

10. Anhang

Policy-Brief

Empfehlungen an die Politik für eine Vertrauensstärkung in die Bio-Tierhaltung

Einleitung

In der gesellschaftlichen Wahrnehmung wird das Wohlergehen landwirtschaftlicher Nutztiere immer wichtiger. Die Bio-Tierhaltung bietet derzeit das umfassendste Tierhaltungskonzept mit hohen Haltungsstandards wie beispielsweise deutlich mehr Platz je Tier und ein verpflichtender Zugang zu einer Weide oder zu einem Auslauf (EU-Öko-VO 2018). Das hohe Tierwohlbewusstsein der Verbraucher*innen spiegelt sich derzeit jedoch nicht in voller Form am Markt wider. Hier verfügen Tierwohlprodukte und im speziellen Fleisch aus Bio-Tierhaltung über einen nur sehr geringen Marktanteil (BÖLW 2022). Mit dem ausgelobten Ziel einer Ausdehnung der ökologischen Landwirtschaft im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung (Die Bundesregierung 2022), muss auch die marktliche Nachfrage nach diesen Produkten ausgeweitet werden (Hansen et al. 2022). Gerade im Ökolandbau spielt Vertrauen bei der Vermarktung eine entscheidende Rolle, da Kund*innen Eigenschaften wie eine bessere Tierhaltung nicht selbst am Produkt überprüfen können und daher auf die Einhaltung der Standards sowie Siegel und Kontrollen vertrauen müssen (Spiller & Cordts 2010; Nuttavuthisit & Thøgersen 2017). Insbesondere bei den deutlich höheren Preisen tierischer Bio-Produkte ist Vertrauen eine entscheidende Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Vermarktung. Um das Vertrauen der Verbraucher*innen weiter zu stärken und Erwartungen an die Bio-Tierhaltung von Verbraucherseite aus genauer zu analysieren, wurde das Projekt *„Verbesserung der gesellschaftlichen Akzeptanz ökologischer Tierhaltungssysteme - Analyse gesellschaftlicher Erwartungen und Entwicklung von Konzepten des Vertrauensmarketings“* an der Universität Göttingen durchgeführt. Die aus dem Projekt abgeleiteten Handlungsempfehlungen für die Politik zur Stärkung des Vertrauens in die Bio-Tierhaltung sind im Folgenden dargestellt.

Hintergrund

Auch die Bio-Tierhaltung steht vor der Herausforderung, teils hohe Erwartungen auf Verbraucherseite und Realität in Einklang zu bringen. Insbesondere in den vor- und nachgelagerten Bereichen (Zucht, Transport und Schlachtung) fällt dem Ökolandbau eine klare Abgrenzung von konventionellen Strukturen schwer (Kühl et al. 2022; Bayer et al. 2023a). In der Züchtung war der Ökolandbau lange Zeit vor allem im Geflügelbereich fast vollständig auf die konventionellen Herkünfte angewiesen, da es an Forschungsprogrammen speziell für die Bedürfnisse der Bio-Tierhaltung mangelte. Diese fehlende Differenzierung und der Einsatz einseitig spezialisierter Rassen sind nur schwer mit den Grundsätzen des Ökolandbaus zu vereinbaren.

Erst in jüngerer Zeit zeigten sich auch hier Initiativen wie die Ökologische Tierzucht GmbH und Projekte wie RegioHuhn oder ÖkoGen, welche die Züchtung von Herkünften speziell für die Bedürfnisse des Ökolandbaus zum Ziel haben (ÖkoGen 2022; Ökologische Tierzucht GmbH 2023; RegioHuhn 2023).

Weiterhin enthält die EU-Öko-VO keine speziellen Vorgaben für den Transport und die Schlachtung von Bio-Tieren (Bio-Verbände geben hier teils strengere Richtlinien vor). Die derzeitige Bio-Zertifizierung eines Schlachthofes, welche sich lediglich auf eine getrennte Verarbeitung bezieht, kann bei Verbraucher*innen schnell die Erwartung hervorrufen, dass Schlachthöfe mit einer Bio-Zertifizierung auch höhere Standards haben. Dies bestätigt eine Befragung von 1.604 Verbraucher*innen, welche im Rahmen des Projekts durchgeführt wurde. Demnach erwarten 61% der Befragten spezielle Vorgaben beim Transport und der Schlachtung von Bio-Tieren. Dabei ist die Erwartungshaltung von Verbraucher*innen, die häufig Bio-Fleisch kaufen, deutlich höher als die von Gelegenheits- oder Nicht-Biofleischkäufer*innen. Diese Ergebnisse lassen auf ein gewisses Potenzial für Enttäuschungen im Punkt Transport und Schlachtung von Bio-Tieren schließen, wenn die Verbraucher*innen mit der Realität konfrontiert werden.

Die Projektergebnisse zeigen aber auch, dass die Bio-Tierhaltung sehr positiv wahrgenommen wird und das Vertrauen insbesondere bei intensiven Bio-Käufer*innen recht hoch ist; bei Gelegenheits- oder Nicht-Biofleischkäufer*innen jedoch eher im mittleren Bereich liegt. Gleichzeitig ist das Wissen über die Bio-Tierhaltung gering: beispielsweise wussten über die Hälfte der befragten Personen in einer Umfrage mit 1.365 Bürger*innen nicht, dass die frühe Trennung von Kälbern und ihren Müttern auch in der Bio-Tierhaltung erlaubt ist. Ebenfalls unbekannt war, dass bei Geflügel eine maximale Begrenzung der Herdengrößen besteht.

Diese Ergebnisse weisen auf verschiedene Herausforderungen hin, welchen die Bio-Tierhaltung gegenübersteht: Zum einen kann Unwissen falsche und überhöhte Erwartungen fördern, welche wiederum bei Konfrontation mit der Realität eine Enttäuschung und im negativsten Fall zu Vertrauensverlust und sinkender Kaufbereitschaft führen können.

Zum anderen führt fehlendes Wissen über bereits bestehende positive Aspekte der Bio-Tierhaltung, wie bspw. das Vorhandensein von Bestandsgrenzen, dazu, dass mögliche Kaufmotive nicht bedient werden. Ein gewisses Maß an Kenntnissen über die Bio-Tierhaltung ist insbesondere zur Generierung von wahrgenommenen Mehrwerten von Bio-Produkten, und einer damit einhergehenden Rechtfertigung des hohen Preisabstands zu konventioneller Ware, von Bedeutung. Ableitend aus den Projektergebnissen werden im folgenden Politikempfehlungen gegeben.

Empfehlungen für die Politik

- **Förderung der ökologischen Tierzucht.** Mit dem Ziel den Ökolandbau in Zukunft als nachhaltige Form der Landwirtschaft weiter zu fördern und auszuweiten, bedarf es geeigneter und für den Ökolandbau angepasste Herkünfte in der Tierhaltung. Dies kann durch eine stärkere politische und finanzielle Förderung der ökologischen Tierzucht erreicht werden. Auch die Förderung alter Rassen als formuliertes Ziel des Ökolandbaus, bedarf politischer Unterstützung, um diese oftmals leistungsschwächeren Rassen bzw. Herkünfte vermehrt auf den Betrieben einzusetzen. Der Erhalt dieser tiergenetischen Ressourcen ist auch das Ziel des „Nationalen Fachprogramm tiergenetische Ressourcen“. Eine verstärkte Förderung dieser alten und bedrohten Rassen würde es der Bio-Tierhaltung ermöglichen, ihre Ideale auch in der Praxis verstärkt umsetzen zu können und damit Erwartungs-Realitäts-Lücken zu verringern.
- **Allgemeine Verbesserung von Tierschutz und Arbeitsbedingungen bei der Schlachtung.** Insbesondere die Bio-Branche steht vor der Herausforderung, hohe Konsumentenwartungen und Realität in Einklang zu bringen. Um das Vertrauen in die Bereiche Transport und Schlachtung zu erhöhen, sollten bestehende Missstände in diesen Bereichen generell verbessert werden. Auch bedarf es Verbesserungen der Arbeitsbedingungen am Schlachthof, diese spielen laut EFSA (2020) eine entscheidende Rolle beim Auftreten von Tierschutzproblemen. Zudem sind Anpassungen zum Wohle der Tiere bei Transport und Schlachtung vonnöten.

Dazu zählen beispielsweise eine Senkung der zulässigen Höchsttemperatur für Tiertransporte (Petracci et al. 2006; Deutscher Tierschutzbund 2023) und die Erforschung von Alternativen zur Ersetzung der tierschutzrelevanten Betäubungsmethoden wie der CO₂-Betäubung bei Schweinen (EFSA 2020) und der Wasserbadbetäubung bei Geflügel (EFSA 2019).

- **Alternative Schlachtverfahren fördern.** Alternative Schlachtverfahren wie Schlachtmobile oder die Weide- bzw. Hofschlachtung als besonders tierfreundliche Schlachtsysteme sollten auch politisch stärker gefördert und der Weg für die Durchführung dieser Methoden weiter unterstützt und vereinfacht werden. Insbesondere regelmäßige Bio-Konsument*innen zeigen eine positive Einstellung und hohe Zahlungsbereitschaft für Produkte aus Weideschlachtung (Bayer et al. 2023b)
- **Entgegenwirkung fortschreitender Zentralisierung in der Schlachtbranche.** In diesem Zusammenhang sollte auch der fortschreitenden Zentralisierung in der Schlachtbranche entgegen gewirkt werden. Für die Durchführung einer Hof- oder Weideschlachtung ist ein möglichst nahegelegener Schlachthof erforderlich. Auch hat die zunehmende Konzentration weniger großer Schlachtunternehmen in vielen Bereichen bereits ihre Kapazitätsgrenzen erreicht, was Tierschutzprobleme begünstigt und in einigen Regionen zu langen Transportwegen führt (Greshake 2018). Insbesondere für Bio-Betriebe ist es in einigen Regionen schwierig, einen geeigneten Schlachthof mit Biozertifizierung zu finden (Schaack et al. 2018).
- **Förderung und Unterstützung tierfreundlicher Haltungs- und Managementsysteme.** Eine mutter- bzw. ammengebundene Kälberaufzucht wurde als eine besonders vertrauensstiftende Maßnahme zur Stärkung des Vertrauens in die Bio-Tierhaltung identifiziert und sollte deshalb auch politische Unterstützung finden, beispielsweise durch eine Tierwohlprämie.
- **Durchführung einer umfangreichen Informationskampagne über die Bio-Tierhaltung** und ihrer Vorzüge (Tierwohl, Umwelt, Gesundheit). Mit dem angestrebten Ziel einer Ausdehnung des Ökolandbaus in Deutschland und dem in Umfragen erneut bestätigten geringen Kenntnisstand von Verbraucher*innen, ist eine umfangreiche und gut aufbereitete Informationskampagne mit großer Reichweite eine als notwendig eingeschätzte Maßnahme, um das Verbrauchervertrauen zu steigern und den Absatz tierischer Bio-Produkte (insbesondere von Fleisch) signifikant steigern zu können.

Im Projekt durchgeführte Bürgerbefragungen zu den Erwartungen an die Bio-Tierhaltung bestätigen einen geringen Kenntnisstand in fast allen Bereichen auf Verbraucherseite. Erwartungen an die Bio-Tierhaltung basieren meist auf Vermutungen und Wunschvorstellungen. Dieser Hintergrund erschwert eine Verbraucheraufklärung zu meist komplexen Themen wie Zweinutzungshühner etc. Aus zwei Expertenworkshops, welche zum Thema vertrauensvolle Kommunikation in der Bio-Tierhaltung durchgeführt wurden, sowie einer Verbraucherbefragung von 1.199 Bürger*innen, können folgende Empfehlungen für eine vertrauensvolle Kommunikation über die Bio-Tierhaltung abgeleitet werden:

- Eine offene und transparente Kommunikation, auch über Herausforderungen und Problembereiche, kann als vertrauensstiftend empfohlen werden
 - Es zeigte sich eine generelle Ablehnung einer zu idyllischen und Bilderbuch-ähnlichen Präsentation der Bio-Tierhaltung, gleichzeitig werden jedoch auch schöne Berichte über Höfe gewünscht, und teils werden Fotos Textberichten vorgezogen
 - Generell empfiehlt sich daher der Einsatz von realitätsnäheren Bildern in der Kommunikation, dies dient auch der Vorbeugung unrealistischer Vorstellungen
 - Insbesondere noch wenig überzeugte Konsument*innen favorisieren eine sachlichere Darstellung, regelmäßige Bio-Käufer*innen hingegen sind zudem auch offen für die Kommunikation über mögliche Lösungsansätze bestehender Probleme
- **Förderung eines True-Cost Accountings in der Landwirtschaft.** Der hohe Preis von (tierischen) Bio-Lebensmittel stellt für viele Kund*innen eine entscheidende Kaufbarriere dar. Das Einpreisen externalisierter Kosten in die Produktpreise könnte den Preisabstand zu Produkten aus konventioneller Produktion zumindest verringern (Bandel et al. 2021; Michalke et al. 2023).

Die Empfehlungen im Überblick

Allgemeine Verbesserung der Schlachtbedingungen (Tierschutz und Arbeitsbedingungen)

- Verstärkte Kontrolle bestehender Regelungen und Sanktionierung von Verstößen
- Sicherstellung von verbesserten Arbeitsbedingungen in der Fleischbranche
- Anpassungen zum Wohle der Tiere bei der Schlachtung (z.B. Alternativen zur CO₂-Betäubung, Senkung der Höchsttemperatur bei Transporten)
- Förderung alternativer Schlachtverfahren
- Entgegenwirkung fortschreitender Zentralisierung in der Schlachtbranche

Förderung tierfreundlicher Haltungs- und Managementsysteme

- Förderung der mutter- bzw. ammengebundenen Kälberaufzucht

Förderung ökologischer Tierzucht sowie alter Rassen

- Förderung der ökologischen Tierzucht
- Verstärkte Förderung alter und gefährdeter Rassen/ Herkünfte

Unterstützung in der Kommunikation durch eine umfangreiche Informationskampagne

- Durchführung einer umfangreichen und gut konzipierten Informationskampagne

Die Förderung des Vorhabens erfolgt aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages. Die Projektträgerschaft erfolgt über die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) im Rahmen

des Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft.

Förderkennzeichen: 2818OE097

Gefördert durch



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Literatur

- Bandel, T., Köpper, J., Mervelskemper, L., Bonnet, C., Scheepens, A. (2021) The Business of TCA, Assessing risk and dependencies along the supply chain. In: True Cost Accounting for Food, Balancing the Scale. Routledge Studies in Food, Society and the Environment.
<https://library.oapen.org/viewer/web/viewer.html?file=/bitstream/handle/20.500.12657/48768/9781000389968.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bayer, E., von Meyer-Höfer, M., Kühl, S. (2023)a Hotspot analysis for organic laying hen husbandry—identification of sustainability problems as potential risk points to lose consumers' trust. Organic Agriculture 13. <https://doi.org/10.1007/s13165-023-00426-5>
- Bayer, E., Busch, G., Spiller, A., Kühl, S. (2023)b Pasture shooting and mobile slaughterhouses from a consumer's point of view: alternative slaughter methods and the meat paradox. British Food Journal. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2023-0107>
- BÖLW (2022) Branchen Report 2022. Ökologische Lebensmittelwirtschaft.
https://www.boelw.de/fileadmin/user_upload/Dokumente/Zahlen_und_Fakten/Broschueren_2022/BOELW_Branchenreport2022.pdf. Aufgerufen 3 Mai 2023
- Deutscher Tierschutzbund (2023) Tiertransporte: Leiden ohne Grenzen.
<https://www.tierschutzbund.de/tiere-themen/tiere-in-der-landwirtschaft/tiertransporte>. Aufgerufen 18 August 2023
- Die Bundesregierung (2022) Reform der Gemeinsamen Agrarpolitik. Für eine ökologischere Landwirtschaft.
<https://www.bundesregierung.de/bregde/themen/nachhaltigkeitspolitik/nationaler-gap-strategieplan-2007118>. Aufgerufen 3 Mai 2023
- EFSA (2019) Slaughter of animals: Poultry. EFSA Journal 17.
<https://efsa.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.2903/j.efsa.2019.5849>
- EFSA (2020) Welfare of Pigs at slaughter. EFSA Journal 18.
<https://efsa.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.2903/j.efsa.2020.6148>
- EU-Öko-VO (2018) Verordnung (EU) 2018/848 des europäischen Parlament und es Rates vom 30. Mai 2018 über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen sowie zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 834/2007 des Rates.
<https://eurlex.europa.eu/legalcontent/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0848>
- Greshake, F. (2018) Es gibt noch Verbesserungspotenzial. In: LAND & Forst, Nr. 6, 8. Februar 2018

- Hansen, J., Heß, J., Jäckel, K., Kempkens, K., Niemann, C., Plagge, J., Rahmann, G., Röhrig, P., Zikeli, S. (2022) Strategiepapier zur Erreichung von 30 Prozent Bio für eine resiliente Land- und Ernährungswirtschaft in Deutschland. Begleitausschuss Bundesprogramm Ökologischer Landbau & Begleitkreis Zukunftsstrategie Ökologischer Landbau.
https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Landwirtschaft/Biologischer-Landbau/bga-strategiepapier-30bis2030.pdf?__blob=publicationFile&v=2. Accessed 3 May 2023
- Kühl, S., Bayer, E., Busch, G. (2022) Should organic animals be slaughtered differently from non-organic animals? An analysis of consumers' expectation. *Organic Agriculture* 12, pp. 531–545. <https://doi.org/10.1007/s13165-022-00407-0>
- Michalke, A., Köhler, S., Messmann, L., Thorenz, A., Tuma, A., Gaugler, T. (2023) True cost accounting of organic and conventional food production. *Journal of Cleaner Production* 408, pp. 137134. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.137134>
- Nuttavuthisit, K., Thøgersen, J. (2017) The Importance of Consumer Trust for the Emergence of a Market for Green Products: The Case of Organic Food. *Journal of Business Ethics*. DOI: 10.1007/s10551-015-2690-5
- ÖkoGen (2022) Charakterisierung funktionaler Merkmale für eine nachhaltige und ökologische Nutzung des Haushuhns (Verbundvorhaben).
<https://orgprints.org/id/eprint/44391/>
- Ökologische Tierzucht GmbH (2023) Bio fängt mit Tierzucht an. Ökologische Tierzucht in Bauernhand. <https://www.oekotierzucht.de/>. Aufgerufen 19 August 2023
- Petracci, M., Bianchi, M., Cavani, C., Gaspari, P., Lavazza, A. (2006) Preslaughter Mortality in Broiler Chickens, Turkeys, and Spent Hens Under Commercial Slaughtering. *Poultry Science* 85, pp. 1660–1664. DOI: [10.1093/ps/85.9.1660](https://doi.org/10.1093/ps/85.9.1660)
- RegioHuhn (2023) Projekt „Regiohuhn“.
<https://www.naturland.de/de/erzeuger/praxisforschung/regiohuhn.html>. Aufgerufen 18 August 2023
- Schaack, D., Quaing, A., Nusch, T., Rampold, C., Beck, M. M. (2018) Analyse des Bio-Geflügelmarktes. www.orgprints.org/33738
- Spiller, A., Cordts, A. (2010) Nachhaltigkeits- und Gesundheitspositionierung der Bio-Branche. In: Abschlussbericht Auswertung der Daten der Nationalen Verzehrstudie II Eine integrierte verhaltens- und lebensstilbasierte Analyse des Bio-Konsums (Hrsg.) Hoffmann I, Spiller, A. Max-Rubner-Institut Karlsruhe, Georg-August Universität Göttingen