



Nachfrage nach Fleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung

Ruth BADERTSCHER FAWAZ, Robert JÖRIN und Peter RIEDER, Institut für Agrarwirtschaft (IAW), ETH Zürich, CH-8092 Zürich

Der Marktanteil von Fleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung hat in den letzten Jahren stark zugenommen. In diesem Artikel wird die Nachfrage danach unter die Lupe genommen. Es wurde untersucht, welche Haushalte Fleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung kaufen. Welche Faktoren fördern seinen Konsum? Wie schätzt die Bevölkerung die verschiedenen Labels ein? Was erachten die Konsumentinnen und Konsumenten als tierfreundlich, was als wenig tierfreundlich? Die Befragung hat unter anderem ergeben, dass diejenigen Haushalte regelmässig Label-Fleisch kaufen, die einen überdurchschnittlich hohen Fleischkonsum haben.

Der Marktanteil von Label-Fleisch¹ ist zwar absolut gesehen noch klein, jedoch in den letzten Jahren stark gestiegen (siehe Tab. 1). Mehrere Umstände haben dazu beigetragen. Die Beiträge des Bundes für die kontrollierte Freilandhaltung und besonders tierfreundliche Haltungssysteme bieten den Landwirten Anreize, auf diese Haltungsweisen umzusteigen. Die beiden Grossverteiler Coop und Migros haben Fleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung in ihr Sortiment aufgenommen und diese Produkte damit einem breiten Publikum zugänglich gemacht. Die Vorkehrungen um den Rinderwahnsinn und Fernsehsendungen wie der Tierreport haben grosse Teile der Bevölkerung aufgerüttelt und neu oder verstärkt für Tierhaltungs- und Fütterungsfragen sensibilisiert. Zwei Repräsentativbefragungen zum Image von Fleisch in den Jahren 1987

und 1996 zeigen, dass Tierschutzfragen in der dazwischen liegenden Zeit merklich an Bedeutung gewonnen haben (Badertscher Fawaz *et al.* 1996). Mit zunehmender Bedeutung von Tierschutzfragen ist auch der finanzielle Einsatz für das Tierwohl gestiegen. Wie in Tabelle 2 ersichtlich, geben der Bund und die Konsumentinnen und Konsumenten wachsende Beiträge zugunsten einer tierfreundlichen Haltung aus.

Welche Haushalte kaufen Label-Fleisch?

Die Frage im Titel bearbeiteten wir mit Daten aus einer Stichprobe aus dem IHA-Haushaltspanel (siehe Badertscher Fawaz *et al.* 1997). Ausgewählt und nach ihrer Einstellung befragt wurden Haushalte, die ihre Fleischeinkäufe in den Jahren 1993 bis 1995 festgehalten haben. Tabelle 3 liefert folgende Einsichten: Diejenigen Haushalte, welche in jedem Jahr Label-Fleisch ge-

kauft haben, weisen die höchsten Ausgaben für Fleisch insgesamt auf. Dies kann aus den Daten nicht mit unterschiedlichen Haushaltgrössen oder dem höheren Preis von Label-Fleisch erklärt werden. Vielmehr kann daraus geschlossen werden, dass Haushalte, die Label-Fleisch kaufen, durchschnittlich mehr Geld für Fleisch ausgeben als die anderen Haushalte. Allerdings haben die Haushalte mit regelmässigem Label-Fleisch-Konsum 1994 und 1995 jeweils weniger für Frischfleisch ausgegeben als im Vorjahr, so dass sich der Unterschied in den durchschnittlichen Ausgaben zwischen den Gruppen verringert hat. Weiter zeigt sich, dass die Haushalte mit regelmässigem Label-Fleisch-Konsum auch für Geflügel und Fisch mehr ausgeben als die anderen Gruppen. Dafür haben sie die Ausgaben nicht eingeschränkt, wohl aber für Frischfleisch. Mehrere Gründe können hierfür verantwortlich sein. Der Kauf von Fleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung könnte dazu führen, dass das Tierschutzanliegen ständig bewusst bleibt und dadurch die Lust auf Fleisch vermindert wird. Es könnte aber auch eine „Normalisierung“ der überdurchschnittlich hohen Ausgaben für Frischfleisch sein oder eine übermässig starke Mengenreduktion aufgrund der Mehrausgaben für Label-Fleisch.

¹Unter Label-Fleisch werden Labels und Marken wie Coop Naturaplan, Migros Sano, Knospe, Natura Beef etc. verstanden

Tab. 1. Preisunterschied und Marktanteil bei Label-Fleisch¹

Jahr	Durchschnittlicher Preis von Label-Fleisch in % des durchschnittl. Preises vom übrigen Fleisch	Marktanteil von Label-Fleisch am Frischfleisch
1991	129 %	1,2 %
1992	121 %	1,8 %
1993	126 %	1,3 %
1994	122 %	1,5 %
1995	123 %	2,4 %
1996	131 %	3,4 %

Quelle: eigene Berechnungen nach Daten aus dem IHA-Haushaltspanel

¹Unter Label-Fleisch werden Labels und Marken wie Coop Naturaplan, Migros Sano, Knospe, Natura Beef etc. verstanden

Tab. 2. Gelder für eine tierfreundlichere Haltung

Jahr	Beiträge in Mio. Fr. für		Höherer Wert von Label-Fleisch gegenüber übrigen Frischfleisch (Mio. Fr.) ¹
	kontrollierte Freilandhaltung	besonders tierfreundliche Stallhaltungssysteme	
1991	–	–	7,4
1992	–	–	8,1
1993	5,4	–	6,9
1994	7,0	–	6,8
1995	8,8	–	10,0
1996	31,9 ²	6,1	19,1

¹Unterschied der durchschnittlichen Preise von Label-Fleisch und übrigen Frischfleisch multipliziert mit der Menge Label-Fleisch.

²Die grosse Steigerung 1996 ist begründet durch die Verdoppelung der Beiträge bei Schweinen, Geflügel und Rindvieh, der vierfachen Erhöhung der Beiträge für die übrigen Raufutterverzehrer, aber auch durch die stark angewachsene Anzahl beteiligter Betriebe.

Quellen: Bundesamt für Landwirtschaft, Hauptabteilung Direktzahlungen und Strukturen, 1994-1997; eigene Berechnungen nach Daten aus dem IHA-Haushaltspanel.

Tab. 3. Unterteilung der ausgewählten Haushalte nach den Jahren, in denen sie Label-Fleisch konsumiert haben

		Haushaltgruppen		
		I	II	III
Jahre, in denen ein Haushalt Label-Fleisch konsumiert hat (1993, 1994, 1995)	nie		nicht in jedem der drei Jahre	in jedem der drei Jahre
Anzahl Haushalte	148¹	78	23	
Ausgaben für Fleisch in Fr. /Jahr/Haushalt				
Frischfleisch	1993	776	928	1115
	1994	787	916	1055
	1995	742	902	950
davon Label-Fleisch	1993	0	11 (34) ²	125
	1994	0	14 (40)	123
	1995	0	21 (41)	168
Geflügel	1993	143	150	193
	1994	161	158	209
	1995	149	169	212
Fisch	1993	57	47	61
	1994	51	48	56
	1995	59	52	65

¹ Haushalte ohne Frischfleischkonsum wurden nicht einbezogen

² die Zahl in Klammer bezieht sich nur auf die Haushalte, die jeweils Fleisch kauften

Bestimmungsfaktoren für den Kauf von Label-Fleisch

Um die Bestimmungsfaktoren für den Kauf von Label-Fleisch zu ermitteln, wurden zwei Fragen untersucht. Zuerst untersuchten wir, wovon die Entscheidung abhängt, ob ein Haushalt überhaupt Label-Fleisch kauft oder nicht (logistische Regression²). Anschliessend wurde geprüft, wodurch die Höhe der Ausgaben für Label-Fleisch beeinflusst wird (Regressionsanalyse mit OLS³). Die Berechnungen zeigen, dass beide Entscheidungen zum grossen Teil von den gleichen oder ähnlichen Faktoren abhängen. Die Tendenz, dass ein Haushalt Label-Fleisch kauft (A), ist grösser und die Ausgaben für Label-Fleisch (B) sind höher:

- in der Deutschschweiz,
- in grossen Städten,
- wenn die haushaltführende Person findet, dass Fleisch nicht notwendig für eine vollwertige Ernährung ist,
- wenn der Genuss für sie wichtig ist (A: wenn die Diskussionen über Tierschutzfragen ihr den Genuss von Fleisch etwas, aber nicht völlig, verderben; B: wenn ihr der Geschmack von Fleisch zusagt),
- wenn Antibiotika (A) oder chemische Zusätze bei der Fleischverarbeitung (B) sie beunruhigen,
- wenn sie durch den Rinderwahnsinn wenig (B) oder nicht beunruhigt (A) ist,
- wenn sie über Tierhaltungsfragen informiert ist (A: Mitglied in einer Tier-

schutzorganisation; B: nimmt grosse Unterschiede zwischen den Tierhaltungssystemen bezüglich Tierfreundlichkeit wahr)

- wenn es für sie wichtig ist zu wissen, ob das Fleisch aus dem Inland oder Ausland stammt.
- wenn sie es begrüsst (B), respektive nicht begrüsst (A), wenn mehr seltene Fleischarten und neue Fleischprodukte angeboten werden.

Tab. 4. Ich würde mehr Fleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung kaufen, wenn...

Argument	Mittelwert	Std.abw.	grössere Zustimmung:
es leichter erhältlich wäre	4,7	2,0	Frauen, Land, Westschweiz
die gleiche Produktvielfalt angeboten würde wie beim übrigen Fleisch	4,6	1,9	Land, Westschweiz
der Preisunterschied kleiner wäre	4,8	2,0	tiefere Einkommensklassen, Westschweiz
mehr andere Konsumenten dieses Fleisch auch kaufen würden	3,3	2,1	ältere Leute, tieferer Bildungsgrad, Westschweiz
ich ganz sicher sein könnte, dass das Fleisch aus tierfreundlicher Haltung stammt	5,3	1,8	Frauen

N = 645, siebner Skala, 1 = trifft überhaupt nicht zu, 7 = trifft völlig zu

Tab. 5. Bekanntheit verschiedener Signete für Fleisch

Signet	bekannt N=645	Häufiger bekannt bei:
Coop Natura Plan	81 %	Frauen, jüngere Leute, Deutschschweiz
Migros-Sano	62 %	Frauen, höherer Bildungsgrad
Schweizer Fleisch	44 %	
Agri Natura	32 %	höherer Bildungsgrad, Deutschschweiz
Fidelio	21 %	ältere Leute, Deutschschweiz

Die Tendenz, dass ein Haushalt überhaupt Label-Fleisch kauft, ist höher:

- wenn die haushaltführende Person denkt, dass ihre Wahl beim Kauf von Lebensmitteln einen grossen Einfluss auf die Art der Tierhaltung hat,
- wenn sie beim Einkaufen genau weiss, welches Fleisch für welchen Zweck geeignet ist.

Ein Haushalt gibt mehr für Label-Fleisch aus:

- wenn die haushaltführende Person nicht denkt, dass Fleisch viel zu teuer ist,
- wenn sie denkt, dass die Qualität des Fleisches heute viel schlechter ist als früher.

Wichtig ist ferner festzuhalten, dass nicht der gesundheitliche Wert von Fleisch, sondern der Genuss zum Konsum von Label-Fleisch führt.

Auf den ersten Blick mag erstaunen, dass eine geringe Beunruhigung durch den Rinderwahnsinn den Kauf von Label-Fleisch fördert. Wahrscheinlich spielt hier eine Rolle, dass Fleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung meist Rindfleisch ist. Wer Rindfleisch isst, kann nicht zu stark beunruhigt über den Rinderwahnsinn sein. Möglicherweise muss auch der Ursache-Wirkung-Zusammenhang in Frage gestellt werden. Bei Fleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung ist das Risiko von Rinderwahnsinn kleiner,

³Für Details siehe Badertscher Fawaz 1997

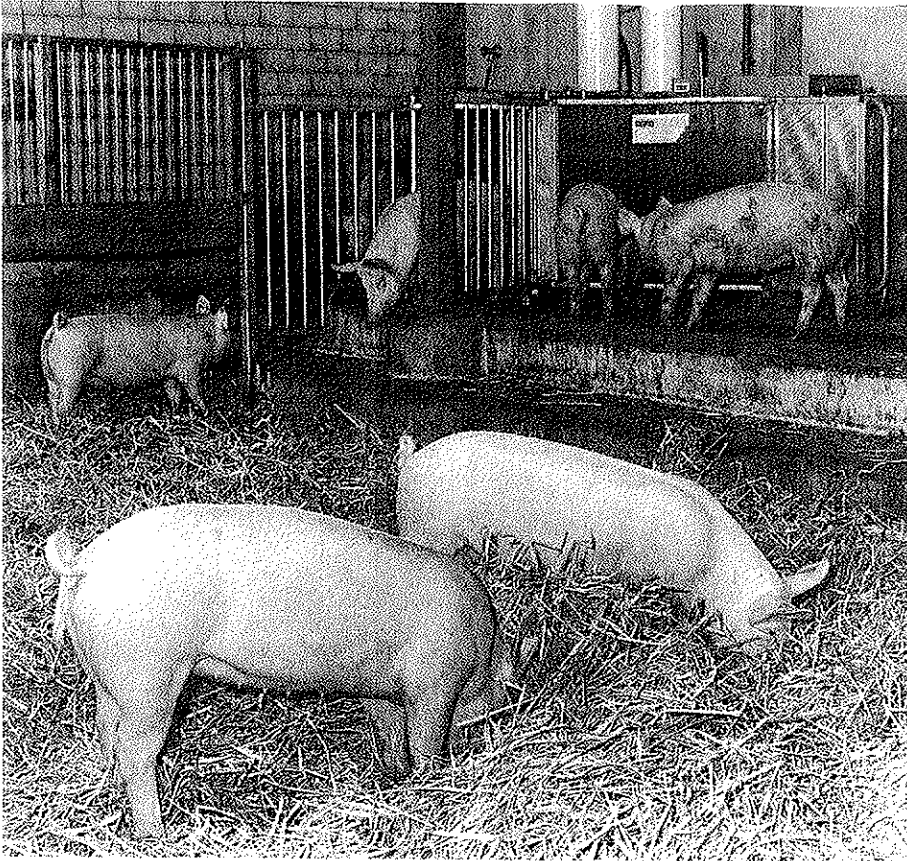


Abb. 1. Der Marktanteil von Fleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung hat in den letzten Jahren stark zugenommen. (Foto: RAP Posieux)

also müsste auch die Beunruhigung geringer sein. Die zugrundeliegenden Daten stammen aus der Zeit kurz vor den Ereignissen um den Rinderwahnsinn im Frühjahr/Sommer 1996. Die Beunruhigung durch den Rinderwahnsinn hatte damals eine Nachfragespitze bei Fleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung ausgelöst. Trotzdem ist der Konsum von Label-Produkten längerfristig vermutlich mit einer geringen Beunruhigung durch den Rinderwahnsinn verbunden.

Auf den ersten Blick mag auch die unterschiedliche Wirkung der Meinungen über neue Produkte erstaunen. Sie lässt sich allerdings erklären und hat auch eine weiterreichende Bedeutung. Fleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung wird in einer kleineren Produktvielfalt angeboten als das übrige Fleisch. Deshalb bedeutet die Entscheidung, überhaupt Label-Fleisch zu kaufen, eine Einschränkung. Diese wird eher von Leuten hingenommen, die der Produktvielfalt eine geringere Bedeutung beimessen. Wird der Konsum von Label-Fleisch ausgedehnt, beginnen jedoch gewisse Produkte zu fehlen - dazu gehören Würste.

Interessant ist auch, welche Faktoren einerseits die Entscheidung, ob konsumiert wird oder andererseits die Entscheidung, wieviel konsumiert wird, beeinflussen. Wichtig für die Entscheidung, Label-Fleisch zu kaufen, ist die erwartete Wirkung des eigenen Kaufverhaltens auf die Art der Tierhaltung. Dagegen hängt die Höhe der Ausgaben davon ab, ob der Preis von Fleisch als zu hoch eingestuft wird oder nicht. Das zeigt die hohe Bedeutung des Preises, auch wenn keine Preiselastizitäten geschätzt wurden.

Grössere Nachfrage bei gesicherter Herkunft

In einer Repräsentativbefragung zu Fleisch (Badertscher Fawaz *et al.* 1996) wurde gefragt, unter welchen Bedingungen die Befragten mehr Fleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung kaufen würden (siehe Tab. 4). Die grösste durchschnittliche Zustimmung erhielt die Aussage «wenn ich ganz sicher sein könnte, dass das Fleisch aus tierfreundlicher Haltung stammt». Die Befragten vertrauen den Anbietern von solchem Fleisch noch

zuwenig. Nur wenn die Herkunft aus tierfreundlicher Haltung gesichert ist, verbessert der Kauf von solchen Produkten tatsächlich das Wohl der Tiere. Die drei nächsten Argumente erhielten fast die gleiche Zustimmung. Es handelt sich dabei um einen geringeren Preisunterschied, eine grössere Produktvielfalt und eine leichtere Verfügbarkeit dieser Produkte. Am wenigsten wird der Aussage zugestimmt «Ich würde mehr Fleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung kaufen, wenn mehr andere Konsumenten dieses Fleisch auch kaufen würden».

Bekanntheit und Beurteilung verschiedener Signete

Im Februar 1996 wurde die Bekanntheit verschiedener Signete untersucht (siehe Tab. 5). Am bekanntesten war Coop Natura Plan (81 %), es folgten Migros Sano (62 %), Schweizer Fleisch (44 %) und Agri Natura (32 %). Am wenigsten bekannt war Fidelity. Dieses reale Signet erhielt mit 21 % den gleichen Bekanntheitsgrad wie eine frei erfundene Marke in einer deutschen Untersuchung (von Alvensleben 1995).

Diejenigen, die angaben, ein Signet zu kennen, wurden anschliessend gebeten, dieses Signet bezüglich Qualität, Tierfreundlichkeit und Umweltfreundlichkeit zu beurteilen. Wie Tabelle 6 zeigt, werden die verschiedenen Signete ziemlich ähnlich wahrgenommen. Die tatsächlich bestehenden Unterschiede werden kaum wahrgenommen.

Was ist tierfreundlich?

Um herauszufinden, was die Befragten als tierfreundlich empfinden, wurden ihnen verschiedene Aspekte vorgelegt. Die Befragten konnten diese auf einer siebenstufigen Skala von überhaupt nicht tierfreundlich (1) bis voll und ganz tierfreundlich (7) einordnen. Zunächst wurde ihnen die Tierhaltung allgemein, der Tiertransport und die Schlachtung vorgelegt (siehe Tab. 7). Am wenigsten tierfreundlich wurde der Tiertransport eingeschätzt, gefolgt von der Schlachtung. Die Tierhaltung erreicht im Durchschnitt beinahe den Wert von 4, was weder tierfreundlich noch nicht tierfreundlich bedeutet.

Die Nutztierhaltung in der Schweiz wird als deutlich tierfreundlicher bewertet als diejenige im Ausland. Während der Durchschnitt für das Ausland mit 3 im klar negativen Bereich liegt, liegt er für die

Tab. 6. Beurteilung der verschiedenen Signete: Durchschnitt (Standardabweichung)

Eigenschaft	Migros Sano N=398	Coop Natura Plan N=521	Schweizer Fleisch N=282	Fidelio N=136	Agri Natura N=209
besondere Qualität des Fleisches	5,1 (1,5)	5,3 (1,2)	5,3 (1,5)	5,3 (1,3)	5,3 (1,3)
tierfreundliche Haltung	5,2 (1,3)	5,4 (1,2)	5,0 (1,5)	5,3 (1,4)	5,3 (1,3)
umweltfreundliche Produktion, d.h. keine Belastung des Bodens und der Gewässer durch Nährstoffe und Schwermetalle	5,0 (1,5)	5,1 (1,4)	4,8 (1,6)	5,1 (1,4)	5,0 (1,4)

N = 645, siebner Skala, 1 = trifft überhaupt nicht zu, 7 = trifft völlig zu

Tab. 7. Bewertung verschiedener Aspekte des Tierwohls

Aspekt der Tierhaltung	Durchschnitt	Std.abw.	höhere Bewertung durch
Tierhaltung	3,9	1,6	ältere Leute
Transport von Tieren	2,8	1,7	Männer, ältere Leute
Schlachtung von Tieren	3,4	1,7	Männer, ältere Leute, Westschweiz
Nutztierhaltung in der Schweiz	4,3	1,5	ältere Leute
Nutztierhaltung im Ausland	3	1,4	Männer, ältere Leute, Westschweiz
Rinderhaltung in der Schweiz	4,4	1,4	Männer, ältere Leute, Westschweiz, Stadt
Schweinehaltung in der Schweiz	3,8	1,5	ältere Leute, Stadt, Westschweiz
Kälberhaltung in der Schweiz	4,1	1,5	Westschweiz
Geflügelhaltung in der Schweiz	3,7	1,6	ältere Leute, Westschweiz
Schafhaltung in der Schweiz	5	1,3	Männer, ältere Leute

N = 645, siebner Skala, 1 = überhaupt nicht tierfreundlich, 7 = voll und ganz tierfreundlich

Schweiz mit 4,3 im positiven Bereich. Bei der Bewertung der Haltung verschiedener Tiergattungen erhielt die Schafhaltung mit einem Durchschnitt von 5 den höchsten Wert. Ebenfalls noch (knapp) im positiven Bereich liegen die Rinder- und Kälberhaltung. Die Schweine- und Geflügelhaltung liegen mit einem Durchschnitt von 3,8 respektive 3,7 knapp unterhalb der neutralen Linie.

Folgerungen

Haushalte, die regelmässig Label-Fleisch kaufen, haben einen überdurchschnittlich hohen Fleischkonsum. Allerdings schränken sie ihre Frischfleischkäufe viel deutlicher ein als die anderen Haushalte.

Der Genuss, nicht der gesundheitliche Wert, führt zum Konsum von Label-Fleisch.

In der Deutschschweiz und in grossen Städten wird häufiger und mehr Label-Fleisch gekauft. Gründe dafür sind vermutlich nicht erfasste Unterschiede in der Einstellung und die unterschiedliche Verfügbarkeit von Label-Fleisch.

Personen, die durch Antibiotika und chemische Zusätze beunruhigt sind, kaufen eher Label-Fleisch.

Leicht verfügbare und vor allem glaubwürdige Informationen über die verschiedenen Möglichkeiten der Tierhaltung fördern den Kauf von Label-Fleisch. Der Kauf von Label-Fleisch muss das Wohl der Tiere tatsächlich erhöhen.

Als wenig tierfreundlich werden der Transport der Tiere, die Tierhaltung im Ausland und die Haltung von Schweinen und Geflügel beurteilt. Geflügel und Schweine werden nur zu einem sehr kleinen Teil in einem der beiden staatlichen Programme «kontrollierte Freilandhaltung» und «besonders tierfreundliche Stallhaltungssysteme» gehalten. Geflügelfleisch wird ausserdem zu einem grossen Teil importiert. Sein Konsum hat nach einer Stagnationsphase im letzten Jahr wieder zugenommen. Verstärkte staatliche und private Anstrengungen zum Schutz von Schweinen und Geflügel sind deshalb wünschenswert.

LITERATUR

Badertscher Fawaz R., 1997. Tierwohl: Verantwortung der Konsumentinnen und Konsumenten oder Aufgabe des Staates? Dissertation am Institut für Agrarwirtschaft, ETH Zürich.

Badertscher Fawaz R., Jörin R. und Rieder P., 1996. Repräsentativbefragung zu Fleisch im März / April 1996. Projekt im Auftrag der schweizerischen Genossenschaft für Schlachtvieh- und Fleisch (GSF). Institut für Agrarwirtschaft, ETH Zürich.

Badertscher Fawaz R., Jörin R. und Rieder P., 1997. Einstellung und Konsumverhalten bei Fleisch. Paneleinfrage zu Fleisch im Februar / März 1996. Projekt im Auftrag der schweizerischen Genossenschaft für Schlachtvieh- und Fleisch (GSF). Institut für Agrarwirtschaft, ETH Zürich.

Von Alvensleben R., 1995. Das Image von Fleisch: eine Analyse und ihre Konsequenzen für das Marketing. *Fleischwirtschaft* 75 (4), 356-600.

RÉSUMÉ

Demande en viande provenant d'exploitations particulièrement respectueuses du bien-être des animaux

La part de marché de la viande provenant d'exploitations particulièrement respectueuse du bien-être des animaux reste faible en Suisse malgré une augmentation importante des ventes ces dernières années. Des enquêtes démontrent que ce sont surtout des ménages qui consomment beaucoup de viande qui achètent ces produits-là. C'est pour le plaisir et non pas pour des raisons de santé que la viande provenant d'exploitations particulièrement respectueuse du bien-être des animaux est achetée. Les consommateurs doivent être convaincus que leur comportement a un effet sur la manière dont les animaux sont traités. Des efforts supplémentaires sont nécessaires pour améliorer les conditions de détention des porcs et de la volaille.

SUMMARY

Demand for meat from animal-friendly housing

The market share of meat from animal-friendly housing in Switzerland is still small, but has increased much during the last years. Consumer surveys show that households with a high consumption of meat are more likely to buy such products. It is not the healthiness of meat but enjoyment that tends to stimulate a household to buy meat from animal-friendly housing. Consumers need to be convinced that their consumption decisions significantly influence the way animals are kept. There is a need for more efforts to improve the housing of pigs and poultry.

KEY WORDS: consumer survey, meat from animal-friendly housing, market share