

# Das Verbraucher- vertrauen stärken

Die Menschen erwarten viel von der ökologischen Tierhaltung, wissen aber wenig über deren Praxis. **Elisa Bayer** und **Sarah Kühl** haben analysiert, welche Risiken und Chancen sich aus dieser Diskrepanz ergeben.

**D**ie Nutztierhaltung sieht sich in den letzten Jahren in Deutschland vermehrt einer kritischen gesellschaftlichen Diskussion um das Tierwohl ausgesetzt. Dabei sind verbesserte Haltungsbedingungen mit mehr Platz und Zugang zu Auslauf zentrale Punkte (Spooner et al., 2014; Janssen et al., 2016). Die ökologische Tierhaltung nimmt mit ihren höheren Haltungsstandards eine Vorreiterrolle bei der tiergerechten Haltung von Nutztieren ein. Trotz dieser positiven Wahrnehmung erzielen tierische Bioprodukte mit ihren meist höheren Preisen oftmals nur geringe Marktanteile (BÖLW, 2022).

Das Forschungsprojekt „Verbesserung der gesellschaftlichen Akzeptanz ökologischer Tierhaltungssysteme – Analyse gesellschaftlicher Erwartungen und Entwicklung von Konzepten des Vertrauensmarketings“ (gefördert durch die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau, BÖL) an der Universität Göttingen beschäftigt sich mit dem für die Vermarktung von Bioprodukten essenziellen Verbrauchervertrauen. Eigenschaften von Bioprodukten können von Verbraucher\*innen am Endprodukt nicht überprüft werden, etwa ob die Tiere Zugang zur Weide hatten. Deshalb stellt das Vertrauen in die Bioproduktion und -zertifizierung eine grundlegende Herausforderung für eine erfolgreiche Vermarktung dar. Des Weiteren wurden in dem Projekt der Wissensstand über die Biotierhaltung sowie Erwartungen daran erfasst und Strategien zur Stärkung des Verbrauchervertrauens entwickelt.

In einem ersten Schritt wurden insbesondere die vor- und nachgelagerten Bereiche wie Zucht, Transport und Schlachtung von Biotieren, aber auch etwaige Defizite in der Tiergesundheit als potenzielle Punkte für eine Enttäuschung auf Verbraucherseite identifiziert. In diesen Bereichen können Erwartungen und reale Gegebenheiten auseinandergelassen

und damit Verbraucher\*innen enttäuschen. Enttäuschte Erwartungen können laut Möllering (2008) wiederum zu einem Verlust von Vertrauen führen, den es möglichst zu vermeiden gilt. Weiterhin ist ein positiver Zusammenhang zwischen Wissen über und Vertrauen in Bioprodukte oder Produktionspraktiken und der Kaufhäufigkeit von Bioprodukten belegt (Van Loo et al., 2013; Rodríguez-Bermúdez et al., 2020). Daher wurden diese Aspekte in Bürgerinterviews und verschiedenen Online-Befragungen erfasst.

## Wenig Wissen über Biotierhaltung

Wie Abbildung 1 (S. 24) zeigt, ist das Wissen über die Biotierhaltung im Allgemeinen eher gering. Am bekanntesten ist den Befragten, dass auch in der Biotierhaltung kranke Tiere mit Antibiotika behandelt werden dürfen. Die Praktik der frühen Trennung von Kuh und Kalb und dass ein Großteil des Futters aus der Region stammen muss, ist ebenfalls oft bekannt. Dabei ist ersichtlich, dass regelmäßige Biokund\*innen sich deutlich besser auskennen als Verbraucher\*innen, ▷



**DEIN HOFPROJEKT**  
planen | fördern | optimieren

*Team Thamm*

- Baubetreuung von A bis Z
- Immissionsgutachten
- Förderprogramme
- Energieeffizienz
- Sachverständigenwesen

T 04277 1212 | [dein-hofprojekt.de](http://dein-hofprojekt.de)

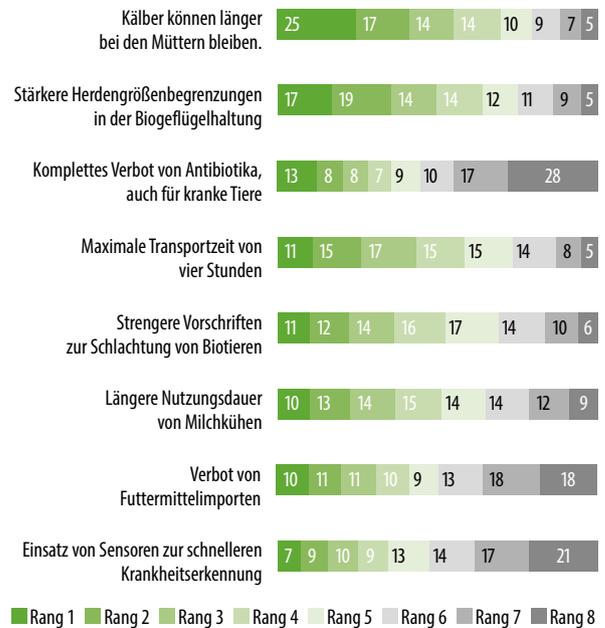
**Thamm** GmbH & Co. KG

**Abb. 1: Wissen über verschiedene Regelungen und Praktiken in der Biotierhaltung**



Frage: Wussten Sie, dass es die folgende Praktik/Regelung in der Biotierhaltung gibt?  
 Abgebildete Antwort: Ja, ich wusste es. n = 1348

**Abb. 2: Ranking-Maßnahmen zur Vertrauensstärkung in Prozent**



Frage: Wenn Sie entscheiden dürften, welche der genannten Optionen für die zukünftige Biotierhaltung umgesetzt werden, welche wären Ihnen besonders wichtig und welche weniger wichtig?  
 Rang 1 = am wichtigsten, Rang 8 = am unwichtigsten n = 1348

die nur gelegentlich oder selten Bioprodukte kaufen. Die Projektergebnisse zeigten zudem, dass Personen, welche häufiger Bioprodukte einkaufen, auch ein höheres Interesse an weiteren Informationen haben.

In den Befragungen wurde die Biotierhaltung überwiegend positiv wahrgenommen und mit Aspekten wie Tierwohl (75 Prozent Zustimmung), Umweltvorteile (58 Prozent), strengere Kontrollen (51 Prozent) sowie gesündere (49 Prozent) und schmackhaftere (41 Prozent) Produkte in Verbindung gebracht. Es zeigte sich aber auch, dass tierische Bioprodukte als teuer wahrgenommen werden. Positive Aspekte wie Auslauf, bessere Tiergesundheit und kleine Herdengrößen werden in erster Linie bei der Biotierhaltung vermutet. Negative Aspekte wie Tierschutzprobleme ordneten die Befragten hingegen tendenziell etwas mehr der konventionellen Tierhaltung zu. Generell scheint ein recht gutes Vertrauen in die Biotierhaltung zu bestehen: Etwa die Hälfte der Befragten stimmt der Aussage zu „Die Biotierhaltung hält, was sie verspricht“. Auch hier zeigt sich, dass häufige Biokund\*innen ein höheres Vertrauen haben, während Menschen mit niedrigerem Biokonsum ein negativeres Bild sowie weniger Vertrauen in die Biotierhaltung zeigen. Eine überraschend hohe Skepsis gegenüber Bio drückt sich in der Zustimmung von 35 Prozent zu der Aussage „Bio ist nur gutes Marketing“ aus.

## Fallbeispiel Schlachtung

Auch bei der Schlachtung von Biotieren zeigen sich ein geringer Kenntnisstand über bestehende Regelungen sowie hohe Erwartungen und ein hohes sowie relativ stabiles Vertrauen gegenüber der Biotierhaltung. Auf die Frage „Was denken Sie, gibt es in der Bioverordnung auch für den Transport und die Schlachtung der Tiere bestimmte Vorgaben?“, antworteten 61 Prozent mit Ja, lediglich 16 Prozent gehen davon aus, dass es hier keine speziellen Vorgaben gibt. Die Biozertifizierung eines Schlachthofs führt bei den Bürger\*innen zu hohen Erwartungen an ein besseres Tierwohl und die Schlachthöfe werden als vertrauenswürdiger wahrgenommen. Dies unterstreicht das zu Beginn beschriebene Risiko, in den Bereichen Transport und Schlachtung Verbrauchererwartungen zu enttäuschen und damit möglicherweise auch Vertrauen in die Biotierhaltung zu verlieren, da es keine gesetzlichen spezifischen Vorgaben für die Schlachtung und den Transport von Biotieren gibt, ausgenommen einzelne Verbandsregelungen. In einer weiteren Befragung zeigte sich jedoch, dass das Vertrauen in die Biotierhaltung recht stabil zu sein scheint – auch dann, wenn einzelne Praktiken wie die fehlenden Regelungen zur Schlachtung und die frühe Kuh-Kalb-Trennung die Erwartungen enttäuschen. Knapp 60 Prozent der Befragten, die sich von diesen Rege-

lungen getäuscht fühlten, gaben an, die Biotierhaltung weiterhin als die derzeit beste Form der Tierhaltung zu sehen. Zudem würden nur 13 Prozent der Befragten aufgrund dieser Enttäuschung in Zukunft weniger Bio-produkte kaufen. Damit hat die Biotierhaltung derzeit immer noch den Vorteil, dass sie sich durch die höheren Tierhaltungs- und Managementstandards von der konventionellen Tierhaltung abgrenzen kann und damit aus Verbrauchersicht ein positives Alleinstellungsmerkmal aufweist.

Angesichts einer steigenden Zahl von Tierwohl-Labels im konventionellen Bereich und um die Erwartungen der Verbraucher\*innen zu ermitteln, wurden in einer Umfrage mit 1348 Teilnehmer\*innen acht verschiedene Maßnahmen getestet im Hinblick auf ihr Potenzial, das Vertrauen in die Biotierhaltung zu steigern. Das finale Ranking dieser Maßnahmen ist in Abbildung 2 dargestellt.

Es zeigt sich, dass eine muttergebundene Kälberaufzucht und eine weitere Beschränkung der Herdengrößen bei Geflügel das höchste Potenzial aufweisen. Diese Maßnahmen können damit im Hinblick auf eine weitere Differenzierung zur konventionellen Tierhaltung wie auch zur Stärkung des Verbrauchervertrauens in die Biotierhaltung als besonders vertrauensstiftend empfohlen werden.

## Realität statt Idylle

Für eine vertrauensvolle Verbraucherkommunikation zeigen die Projektergebnisse, dass eine als zu idyllisch wahrgenommene Kommunikation über die Biotierhaltung kritisch gesehen wird. Die Befragten bevorzugen faktenbasierte, aber dennoch emotionale Kommunikation, etwa mit Fotos statt Texten. Besonders noch nicht überzeugte Biokund\*innen wollen etwas rationaler und faktenbasierter angesprochen werden. In Diskussionen beschrieben verschiedene Expert\*innen eine möglichst transparente Kommunikation, auch über Herausforderungen und deren Lösungsansätze, als beste Strategie, um Bürger\*innen vertrauensvoll über die Biotierhaltung zu informieren. Zudem sollten realistischere Bilder eingesetzt werden, um hohen Erwartungen und zu idyllischen Vorstellungen auf Verbraucherseite entgegenzuwirken. Aufgrund des geringen Kenntnisstands empfahlen die Expert\*innen eine umfangreiche Informationskampagne über die Vorteile der Biotierhaltung in Sachen Tierwohl und Umweltschutz. Ein gewisses Maß an Wissen über diese Vorteile ist entscheidend, damit die Verbraucher\*innen diese Mehrwerte wahrnehmen und so eine höhere Zahlungsbereitschaft erzielt werden kann.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die ökologische Tierhaltung in der Gesellschaft sehr positiv wahrgenommen wird, Bürgerinnen und Bürger jedoch über wenig Detailwissen zu diesem Thema verfügen. Damit gründen den Erwartungen an die ökologische Tierhaltung oftmals mehr auf Vermutungen sowie Wunschvorstellungen als auf realen Gegebenheiten, was in einigen Bereichen, wie beispielsweise dem Transport und der Schlachtung von Biotieren, zu Erwartungs-Realitäts-Lücken führen kann. Diese sollten mit einer vertrauensvollen Aufklärung der Verbraucherinnen und Verbraucher und mit einer Weiterentwicklung der ökologischen Tierhaltung im Sinne des Tierwohls langfristig verringert werden, damit die

Biotierhaltung auch in Zukunft als Vorreiterin in Sachen Tierwohl bestehen kann und wahrgenommen wird. □

*»Ein gewisses Maß an Wissen ist entscheidend, damit Verbraucher\*innen die Mehrwerte von Bio wahrnehmen.«*

▷ Liste der zitierten Literatur: [oekologie-landbau.de/materialien](https://oekologie-landbau.de/materialien)



Elisa Bayer und Dr. Sarah Kühl, beide Universität Göttingen, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, [elisa.bayer@uni-goettingen.de](mailto:elisa.bayer@uni-goettingen.de)

# SEMBDNER

**Maschinenbau** Kleinmotorwalzen  
Sämaschinen

GEMÜSESÄMASCHINEN bewährt & unerreicht

SEMBDNER GmbH · Liebigstr. 16 82256 Fürstenfeldbruck  
Telefon 08141 - 81851 - 0 Fax 08141 - 81851 - 14  
[info@sembdner.com](mailto:info@sembdner.com) · [www.sembdner.com](http://www.sembdner.com)