

Transparenz im Lebensmittelmarkt: Eine Verbraucherbefragung über die Relevanz der Transparenz beim Kauf von Fleisch in Bezug auf Tierwohl

**Jessica Becker
(Bachelor-Thesis, 2016, Fol. 650,450)**

Die Bachelorarbeit stellt die Einstellung der Verbraucher gegenüber der Transparenzsituation auf dem Fleischmarkt dar. Der Verbraucher steht beim Kauf von fleischlichen Produkten zwei Problemfeldern gegenüber: Dem Transparenzmangel bei der Produktkennzeichnung und dem eigenen Aufklärungsmangel. Die Problematik des Transparenzmangels verortet sich in dem Siegelchaos und der Siegelüberflutung, welche von der Mehrheit der Verbraucher heftig kritisiert werden. Unter dem Begriff Siegelchaos kann eine Unübersichtlichkeit der Produktkennzeichnung verstanden werden, weshalb die Siegel von den Verbrauchern als „manipulativ, uneindeutig und unverständlich“ beschrieben werden. Die Unübersichtlichkeit wird hauptsächlich durch die Überflutung des Lebensmittelmarktes mit Prüf- und Gütesiegeln hervorgerufen (KWASNIEWSKI 2012).

Diese vorangegangenen Aspekte führen zu einer mangelhaften Aufklärung des Verbrauchers beim Lebensmittelkauf. Einen weiteren Grund für den Aufklärungsmangel beschreibt das Transparenzparadoxon nach SPILLER und NITZKO (2014, S.6) mit der Aussage, dass Verbraucher mehr Transparenz fordern, die gegebenen Informationen jedoch nicht nutzen. Die Möglichkeiten eines Verbrauchers sich genaue Informationen über Herkunft oder das Maß an Tierwohl über ein abgepacktes Stück Fleisch einzuholen, stellen sich also als gering heraus. Möglichkeiten um sich zu informieren sind zwar gegeben, sie sind jedoch auch mit einem hohen persönlichen Aufwand verbunden. Daher setzen sich viele Konsumenten nicht genug damit auseinander.

Der Fleischmarkt wird aktuell primär durch das Verbraucherbedürfnis nach Fleisch mit mehr Tierwohl beeinflusst (ZÜHLSDORF ET AL. 2016, S.2). Für die Aufklärung des Verbrauchers in Bezug auf Tierwohl kommt dem Produkt Fleisch daher eine besonders große Rolle zu (vzbv, o.V. 2016). In dieser Bachelorarbeit wurde deshalb die Einstellung der Verbraucher gegenüber der Relevanz der Transparenz von tiergerecht produziertem Fleisch erforscht. Aus der Meinung und Einstellung der Verbraucher geht der Aufklärungsstand der Gesellschaft über tiergerecht produziertes Fleisch hervor.

So können Ursachen und Probleme für einen Aufklärungsmangel untersucht und Verbesserungsmaßnahmen für das Verbraucherverständnis erarbeitet werden. Zusätzlich könnten in einer weiteren Studie verbesserte Maßnahmen der Vermarktung von tiergerechten Produkten als auch der Etablierung transparenter Tierwohl-Kennzeichnung abgeleitet werden.

Die Verbraucherbefragung, welche in zwei Stichprobengruppen je 15 Personen unterteilt wurde, stellte geringer aufgeklärte Verbraucher, die Discounterkunden, den vermutlich besser aufgeklärten Agrarwissenschaftsstudenten gegenüber. Somit sollte die Spanne der Aufklärungsstände der Verbraucher möglichst abgedeckt werden. Verstärkte Aufklärung wäre ein Kaufmotivator für tiergerecht produziertes Fleisch und eine Möglichkeit dem geringen Informationsgefühl der Verbraucher entgegenzuwirken. Die meisten Verbraucher fühlen sich zu wenig informiert über die Qualitätsunterschiede von Fleisch, über den Tierwohlgrad in Fleisch und über die Bedeutung fleischlicher Produktsiegel. Nur eine geringe Anzahl der Befragten, hauptsächlich Studenten, fühlen sich gut informiert durch eine intensive Auseinandersetzung mit der Thematik.

Für 90 % der Konsumenten spielt Transparenz eine bedeutende Rolle beim Fleischkauf, 80 % der Befragten würden mit einem höheren Informationsgrad auch mehr tiergerecht produziertes Fleisch kaufen. Ihre Gründe sind hauptsächlich ethische Aspekte, wie Tiergerechtigkeit, ein gutes Gewissen und Tierwohlgarantie zur Rechtfertigung eines höheren Preises. Hypothesenauswertungen bestätigten, dass seltener auf tiergerechtes Fleisch geachtet wird, wenn sich Käufer nicht hinreichend informiert fühlen oder kaum Transparenz gegeben ist. Das bedeutet, Transparenz und ein hoher Informationsgrad sind wichtig für einen tiergerechten Fleischkauf, jedoch sind beide in der aktuellen Gesellschaft nicht gegeben.

Aus der Arbeit geht hervor, dass der Verbraucher momentan unzufrieden mit der Transparenzsituation auf dem Fleischmarkt ist. Jedoch ist er motiviert, klare Verbesserungswünsche und -vorschläge gegenüber der Transparenz bei Fleisch mit mehr Tierwohl miteinzubringen. Anhand vieler Ideen der Verbraucher ließen sich drei Kernpunkte aus deren Verbesserungsvorschlägen herausarbeiten: Das Erreichen eines verbrauchergerechten Kennzeichnungssystems, dadurch die Verbesserung der Siegelproblematik und somit die Förderung der Aufklärung für Konsumenten.

Da ca. 50 % der Befragten auf tiergerechtes Fleisch achten und eine Zahlungsbereitschaft für tiergerechtes Fleisch gezeigt wurde, kann eine positive

Einstellung gegenüber tiergerechtem Fleisch festgestellt werden. Verbraucher würden, nach Meinung der Befragten, mehr tiergerechtes Fleisch kaufen, wenn eine größere Transparenz über den Grad des Tierwohls gegeben wäre. Dies bestätigen der Wunsch nach Transparenz über den Tierwohlgrad bei Fleisch, das verstärkte Achten auf tiergerechtes Fleisch bei einem höheren Informationsgrad des Käufers und die Hypothesenauswertung, dass der Verbraucher eher selten tiergerecht produziertes Fleisch kauft, wenn kaum Transparenz gegeben ist. Um die Meinung der Verbraucher zu bestätigen, müsste eine weitere Untersuchung durchgeführt werden. Der Absatz von tiergerecht erzeugtem Fleisch müsste nach der Einführung eines verbrauchergerechteren Kennzeichnungssystems erneut untersucht werden.

Betreut von Katja Gölz

Geprüft durch Jun.-Prof. Dr. Andrea Knierim