



Mit »Tierwohl« wird Verbrauchertäuschung



**Oben: Fleischpackungen der »Initiative Tierwohl«
Unten: Schweinehaltung in Betrieben, die an der »Initiative Tierwohl« teilnehmen.**



»Tierwohl« als Marketing-Strategie: In fast jedem Discounter oder Supermarkt sind die Plakate mit Bildern von süßen Schweinchen im Stroh neben der Fleisch-Packung zu sehen. Die »Initiative Tierwohl« suggeriert damit, dass die Tiere »gut gehalten« wurden – und der Kunde das Fleisch »mit gutem Gewissen« kaufen könne. Mit der traurigen Realität haben solche Bildchen freilich nichts zu tun.

Seit Jahren schrecken Bilder und Filmaufnahmen von qualvollen und Ekel erregenden Zuständen in der industriellen Massentierhaltung die Verbraucher auf. Zur besten Sendezeit sind in TV-Dokumentationen Schweine, Hühner oder Puten zu sehen, die auf engstem Raum aneinander gedrängt im Dreck stehen, darunter immer wieder kranke und verletzte Tiere. Keiner will diese Bilder sehen, keiner kann sie ertragen.

Um auf die Bilder von Tierqual in industriellen Massenställen zu reagieren und die Verbraucher zu beruhigen, wurde Anfang 2015 die »Initiative Tierwohl« gegründet: ein Bündnis aus Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und Lebensmitteleinzelhandel. Die »Initiative Tierwohl« zertifiziert Produkte von Lidl, Aldi, Rewe, Edeka, Netto, Wasgau, Real und Penny. Die Unternehmen führen nach Angaben des Wirtschaftsbündnisses vier Cent pro Kilogramm verkauftem Schweine- und Geflügelfleisch ab. Mit einem Gesamtbetrag von rund 255 Mio. Euro innerhalb von drei Jahren werde der Mehraufwand der zugelassenen Tierhalter für die Umsetzung von Tierwohlmaßnahmen finanziert. »12 Mio. Schweine und 255 Mio. Hähnchen und Puten profitieren mittlerweile von den Maßnahmen«, verspricht die »Initiative Tierwohl« auf ihrer Internetseite.

So kommt es, dass auf der Fleisch-Verpackung bei Aldi, Lidl & Co. zu lesen ist, der Kunde unterstütze mit dem Kauf »den Wandel zu einer tiergerechten Haltung«. Das klingt, als könne man mit dem Kauf von Fleisch für 2,99 Euro oder nur 2,49 Euro etwas Gutes tun - auch wenn da noch der schwammige Zusatz steht: »Diese Information bedeutet nicht, dass die erworbenen Produkte bereits vollständig aus teilnehmenden Betrieben der Initiative stammen.«

Werbung gemacht: im Supermarkt

Die Marketing-Strategie hat Erfolg: 2015 untersuchte das Meinungsforschungsinstitut Schöttmer im Auftrag der Geflügelwirtschaft die Wirkung des Tierwohl-Siegels auf die Verbraucher. Ergebnis: Jeder Zweite der Befragten glaubte, er kaufe Fleisch aus besserer Tierhaltung.

In Wirklichkeit ändert sich für die Tiere mit dieser Werbekampagne wenig – sie leiden weiter unter den tierquälerischen Bedingungen der industriellen Massentierhaltung.

PETA-Recherche:

Tierleid unter dem Deckmantel »Tierwohl«

Die Tierrechtsorganisation PETA ermittelte in sieben Schweinemast-Betrieben, die mutmaßlich Teil der »Initiative Tierwohl« sind, wie die Tiere gehalten werden.

Das Ergebnis der Recherche: »Es gibt kaum Verbesserungen zu den minimalen gesetzlichen Standards. Die Bilder zeigen Schweine auf harten und mit Kot verdreckten Spaltenböden, die sich mit einigen Artgenossen in den kargen Buchten drängen. Hustende Tiere im krankhaften Hundesitz, abgenagte Ringelschwänze, Hoden- und Nabelbrüche sowie zahlreiche andere Verletzungen, die offensichtlich nicht oder unzureichend behandelt wurden. Die Tiere verletzen sich gegenseitig in Rankämpfen, die aufgrund der Enge und Langweile zum Teil noch heftiger ausfallen. Zahlreiche Bissverletzungen sind die Folge der belastenden Haltung. Sauen in engen Kastenständen sind auch bei der ‚Initiative Tierwohl‘ Standard (...).« **Die Filmaufnahmen zeigen eindrücklich, dass Tierschutz-Label keinen maßgeblichen Unterschied für die Tiere herbeiführen.**

PETA hat gegen die sieben Schweinehaltungs-Betriebe wegen verschiedener Verstöße gegen das Tierschutzgesetz und die Tierschutznutztierhaltungsverordnung Anzeige erstattet.

Quellen: - »Initiative Tierwohl«: Verbrauchertäuschung zugunsten der Fleischlobby. PETA-Recherche, April 2017. www.peta.de/recherche-initiative-tierwohl
- Tierschutz als Marketing-Strategie. Süddeutsche Zeitung, 5.4.2017
- Internetseite der Initiative Tierwohl: www.initiative-tierwohl.de



Die Filmaufnahmen der Tierrechtsorganisation PETA in Betrieben, die mutmaßlich Teil der »Initiative Tierwohl« sind, zeigen Schweine auf harten und mit Kot verdreckten Spaltenböden, die sich in den kargen Buchten drängen. Es gibt kaum Verbesserungen zu den minimalen gesetzlichen Standards.



Zahlreiche Tiere litten unter Verletzungen, wie dieses Schwein mit einem vermutlich stark entzündeten Bein.



Tote Tiere sind auch bei der »Initiative Tierwohl« offensichtlich keine Seltenheit.

Informationen, Film ansehen & Petition unterzeichnen:
www.peta.de/recherche-initiative-tierwohl