

Nutztierhaltung im Spiegel der Gesellschaft

Zusammenfassung und erste Schlussfolgerungen

Inken Christoph-Schulz¹, Monika Hartmann², Peter Kenning³, Jörg Luy⁴, Marcus Mergenthaler⁵, Lucia Reisch⁶, Jutta Roosen⁷, Achim Spiller⁸

¹Thünen-Institut für Marktanalyse, Braunschweig

²Rheinische Friedrich-Wilhelm-Universität, Bonn

³Heinrich-Heine-Universität, Düsseldorf

⁴Privates Forschungs- und Beratungsinstitut für angewandte Ethik und Tierschutz INSTET gGmbH, Berlin

⁵Fachhochschule Südwestfalen, Soest

⁶Copenhagen Business School; Zeppelin Universität, Friedrichshafen

⁷Technische Universität München

⁸Georg-August-Universität, Göttingen

inken.christoph@thuenen.de

1 Landwirte, Konsumenten¹⁴ und Bürger¹⁵

Wie Simons et al. in ihrem Beitrag zeigen, erfolgt bereits die Wahrnehmung der Nutztierhaltung in einem polarisierenden Wertungsrahmen. Die Wertungen sind implizit in den Bildern enthalten, die die Vorstellung der Studienteilnehmer zur Tierhaltung prägen und werden weniger oder gar nicht durch konkretes Wissen beeinflusst. Diese aus realen, medialen oder nur vorgestellten Erlebnissen resultierenden Bilder zeigen ein ausgeprägtes Spannungsfeld zwischen einer akzeptierten, schönen und ethisch unbedenklichen sowie einer nicht akzeptierten, unschönen und ethisch problematischen Nutztierhaltung. Insbesondere die Bilder einer idyllischen Welt, in der die Bauernfamilie mit den Tieren zusammen auf dem Hof im Rahmen einer kleinstrukturierten Landwirtschaft lebt, bilden den Maßstab für das, was als „gute Tierhaltung“ bezeichnet und dessen Umsetzung gewünscht wird. Landwirte und Tiere leben im Sinne eines „fairen Deals“ zusammen und sind aufeinander angewiesen. Dem Idealbild stehen Schreckensbilder gegenüber, die von den Studienteilnehmern von sich aus als „Massentierhaltung“

¹⁴ Im Folgenden sind die Begriffe Konsument und Verbraucher als äquivalent anzusehen.

¹⁵ Im Folgenden wird sowohl von Konsumenten als auch von Bürgern gesprochen. Der Grund ist, dass in manchen Studien Konsumenten als Nachfrager auf Märkten, in anderen Studien Menschen in ihrer Rolle als Staatsbürger und „Verbraucherbürger“ (consumer citizen) untersucht wurden. Dieser unterschiedlichen Perspektive gilt es, Rechnung zu tragen.

bezeichnet werden. Diese dichotome Wahrnehmung der Nutztierhaltung wird in mehreren Beiträgen dieses Heftes angesprochen und detaillierter dargestellt. Sie prägt die individuelle und die öffentliche Wahrnehmung unabhängig vom Realitätsbezug und von der Realisierbarkeit der beschriebenen Bilder.

In Hinblick auf diese verbreiteten Bildmuster, die in vielen Bürgern tief verwurzelt zu sein scheinen, ist es nicht verwunderlich, dass sich zwischen Landwirten und Bürgern bzw. Verbrauchern teils große Unterschiede in der Wahrnehmung der Nutztierhaltung ergeben. Während viele Landwirte die in den vergangenen Jahrzehnten eingeführten Maßnahmen zur Effizienzsteigerung eher als erforderlich und daher als Verbesserung wahrnehmen, erkennen die befragten Bürger eine primär an einzelbetrieblicher Gewinnorientierung ausgerichtete Entwicklung. Für das einzelne Tier und seine natürliche Lebensweise wird diese Entwicklung als eher abträglich erachtet. Wie unterschiedlich dabei die Vorstellungen sind, zeigt sich am Beispiel der zunehmenden Technisierung in der Tierhaltung: Landwirte betonen die Vorzüge des hohen Technisierungsgrades, weil sie neben den damit verbundenen wirtschaftlichen Vorteilen und der Arbeitserleichterung mehr Zeit für die Tiere haben. Dagegen gehen die befragten Bürger davon aus, dass Landwirte aufgrund des hohen Technisierungsgrades seltener direkten Kontakt zu ihren Tieren haben. Allerdings halten es Landwirte und Bürger für notwendig, dass Landwirte Zeit mit ihren Tieren verbringen, bspw. um frühzeitig Krankheiten zu erkennen (Rovers et al.; Wildraut et al.; Wildraut und Mergenthaler).

Die Stallhaltung ist ein weiteres, kontrovers diskutiertes Thema. So betonen Landwirte, dass sie eher einen positiven Effekt der Stallhaltung hinsichtlich der Tiergesundheit sehen und daher der Weidehaltung bei Rindern bzw. der Freilandhaltung bei Schweinen und Hühnern kritisch gegenüberstehen (Wildraut und Mergenthaler). Die Verbraucher und Bürger sind gegenteiliger Auffassung (Kühl et al.; Rovers et al.) und lehnen eine reine Stallhaltung fast immer ab. Die Weide- bzw. Freilandhaltung wird präferiert. Dabei ist die Vermutung, dass die Tiere dadurch ihr natürliches Verhalten ausleben können, ein Hauptargument. Allerdings kann bereits die Gewährung einer Auslaufmöglichkeit die Akzeptanz erhöhen (Kühl et al.).

Wie relevant Haltungsaspekte der Tiere für die Zahlungsbereitschaft sind, zeigen Brümmer et al. und Roosen et al. Bei Betrachtung unterschiedlicher Maßnahmen in der Legehennen- und Masthühnerhaltung wird deutlich, dass die Befragten das

Töten der männlichen Eintagsküken in der Legehennenhaltung ablehnen. Als Lösungsansatz werden von den Befragten beider Studien die Züchtung von Zweinutzungsrasen und die Geschlechtsbestimmung im Ei befürwortet. Die von Brümmer et al. untersuchten Konsumenten machten außerdem deutlich, dass eine Mehrzahlungsbereitschaft daran gebunden ist, nicht nur die Eintagskükentötung zu vermeiden, sondern auch die Haltungsbedingungen zu verbessern. Roosen et al. kommen zu einem ähnlichen Ergebnis. Beide Studien beruhen auf hypothetischen Entscheidungen der Befragten. Allerdings lassen sich hieran die Prioritäten der Bürger und Verbraucher ablesen, mit denen in ihren Augen kritische Aspekte der Tierhaltung zu ändern sind.

2 Verbraucherkommunikation und -informationen

Sonntag et al. zeigen in ihren Untersuchungen zur Bewertung von Zielkonflikten, dass zusätzliche Informationen über die Tierhaltung eine besonders durchdachte Vorgehensweise benötigen. Trotz neutraler Informationen durch Bilder und Texte verbessert sich die Wahrnehmung von als negativ empfundenen Haltungssystemen nicht. Außerdem führt die Konfrontation der Studienteilnehmer mit verschiedenen Nachteilen der von ihnen als positiv empfundenen Auslaufhaltung nicht dazu, dass sie diese Haltungsform kritischer sehen. Seitens der Verbraucher herrscht zudem größtenteils Übereinstimmung, dass es Aufgabe der Landwirte ist, existierende Zielkonflikte zu lösen. Dies sollte mit Hilfe von Innovationen erfolgen. Zudem wird deutlich, dass sich die befragten Verbraucher im Falle eines Zielkonfliktes zwischen Tierwohl und Umweltschutz bzw. zwischen Tierverhaltensoptionen und Tiergesundheit für ein Mehr an Tierwohl und für Natürlichkeit entscheiden.

Gier, Krampe et al. untersuchen die Wirkung verschiedener Kommunikationsmaßnahmen auf die Verbraucherwahrnehmung. Sie kommen zu dem Ergebnis, dass unterschiedliche Darstellungsweisen der Tierhaltung eine spezifische neuropsychologische Wirkung entfalten, die sich in unterschiedlichen expliziten Bewertungen der kommunizierten Maßnahmen manifestiert. Die Autoren folgern, dass es grundsätzlich möglich erscheint, eine die subjektiven, impliziten Wertungen beeinflussende, akzeptanzfördernde Kommunikationsstrategie zu entwickeln. Auf Basis ihrer Ergebnisse plädieren sie für entsprechend gestaltete

„Verbraucherinformationssysteme“, die Konsumenten unter Berücksichtigung neuropsychologischer Erkenntnisse individuell nach situativer und persönlicher Relevanz und Involvement über Produkte informieren, um ihnen eine bewusste auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Kaufentscheidung zu ermöglichen. In Hinblick auf Verbraucherinformationen und ihre Auswirkungen auf befragte Verbraucher analysieren Groß und Roosen den Einfluss negativ¹⁶ und positiv¹⁷ formulierter Nachrichtentexte auf das Vertrauen. So haben negative Nachrichten generell einen größeren Einfluss auf das Verbrauchervertrauen als positive.

Gier, Krampe et al. zeigen außerdem, wie bedeutsam die implizite Wirkungsweise von Darstellungsvarianten der Tierhaltungsverfahren ist. Demzufolge kann eine Information, welche sich auf die Errungenschaften sowie Erfolge einer Tierhaltungsmaßnahme bezieht, implizit die Bewertung dieser beeinflussen. Des Weiteren spielt das Entscheidungsumfeld eine wesentliche Rolle, denn Bildkommunikationsmaßnahmen über die Nutztierhaltung haben offenbar nur im direkten Entscheidungskontext, z.B. am Point-of-Sale, einen Einfluss auf die implizite und subjektive Wahrnehmung bzw. Bewertung der Information.

3 Handel

Krampe et al. betrachten in ihrem Beitrag den Handel als Gatekeeper zwischen Lieferant und Verbraucher. Sie beleuchten drei Schlüsselaspekte: die Listungsentscheidung, die Sortimentsvielfalt sowie die Regulierung des Marktes. Aus den Untersuchungen geht hervor, dass in Bezug auf die Listungsentscheidung versucht wird, durch standardisierte Prüfungen der Lieferanten, Verbrauchern einen vertrauensvollen Fleischkauf und -konsum zu gewährleisten. Dabei wird offenbar vor allem auf langfristige Partnerschaften gesetzt. Hinsichtlich der Sortimentsvielfalt und Produktauswahl wird das Kaufverhalten der Verbraucher als entscheidend beschrieben. Ein Versuch als „moralischer Wahlhelfer“ zu agieren, erfolgt dagegen nicht. Bezüglich möglicher Regulierungen werden zwar durchaus Vorteile gesehen, allerdings wird der Markt als ein grundsätzlich effektives System betrachtet, das eigentlich keiner weiteren Regulierung bedarf. Label,

¹⁶ Beispiel negative Information: Tierhaltung muss sich verbessern.

¹⁷ Beispiel positive Information: Erzielen von Fortschritten im Sachen Tierhaltung.

seien sie staatlich oder privatwirtschaftlich getragen, werden eher kritisch gesehen. Hier wird die Gefahr einer Überlastung der Verbraucher mit zusätzlichen Informationen beschrieben, die das eigentliche Ziel, die Verbraucher beim Einkauf zu unterstützen, verfehlt.

Erste Schlussfolgerung und Perspektiven

Aus den vorliegenden Arbeiten können die folgenden ersten Schlussfolgerungen gezogen werden. Zu beachten ist, dass aus den Werthaltungen, Einstellungen und Präferenzen der verschiedenen, im Projekt untersuchten, gesellschaftlichen Gruppen (Bürger, Konsumenten, Landwirte, Händler) keine direkten Handlungsempfehlungen abgeleitet werden können. Die Ausgestaltung einer zukunftsfähigen Tierhaltung ist vielmehr das Ergebnis eines gesellschaftlichen Diskurses, in den neben den verschiedenen gesellschaftlichen Positionen auch naturwissenschaftlich-technische sowie verbraucherwissenschaftliche Aspekte einfließen. Der innovative Charakter von SocialLab liegt darin, in systematischer Form Politik, Zivilgesellschaft und Wirtschaft über die Positionen der Beteiligten aufzuklären und den notwendigen Diskurs damit transparenter und informationshaltiger zu gestalten.

1 Landwirte

In offenen Märkten können landwirtschaftliche Familienbetriebe und Unternehmen nur bestehen, wenn sie wettbewerbsfähig sind. Deshalb können sie nicht losgelöst von wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen agieren. Dies gilt folglich auch in Hinblick auf Innovationen, die ein höheres Maß an Tierwohl gewährleisten. Im Rahmen der Diskussion um Verbesserungen in der Tierhaltung ist es außerdem entscheidend, wie schnell verschiedene Maßnahmen umgesetzt werden können. Die befragten Landwirte betonen, dass neue Stallbaukonzepte nicht kurzfristig umzusetzen sind, da Stallbauten auf lange Abschreibungsfristen ausgelegt sind und sich als Investition mit hoher Spezifität und wenig Nutzungsalternativen ausweisen. Mehr Möglichkeiten werden bei der spezifischen Ausgestaltung der Ställe gesehen. Zu nennen sind in diesem Zusammenhang u.a. die Implementierung verschiedener Funktionsbereiche (z.B. Liege-, Fress- Kot-, Aktivitätsbereich), um den Tieren ein Mehr an artgerechtem Leben zu ermöglichen. Auch die Einführung bautechnisch flexiblerer Systeme, wie z.B. flexible Liegeboxen und Freiflächen zum Liegen in der Milchviehhaltung oder flexible Kastenstände in der Sauenhaltung, um tierindividuelle Größenunterschiede zu berücksichtigen,

kann helfen, vorherrschende Anforderungen von Konsumenten und Bürgern umzusetzen. Zudem sollte auf Beschäftigungsmöglichkeiten geachtet werden die in bereits bestehende Stallsysteme integriert werden können. Außerdem wird die stärkere Betonung der Zuchtziele Tiergesundheit und Robustheit als ein wichtiger, von Stallbausystemen losgelöster Aspekt für ein Mehr an Tierwohl gesehen.

Aus Sicht der Landwirte wären technisch flexible Systeme und langfristig verlässliche ökonomische und politische Rahmenbedingungen auf der einen Seite und weniger ordnungspolitische Vorgaben auf der anderen Seite wünschenswert. Begründet wird dies neben dem Schutz der unternehmerischen Freiheit auch damit, dass Tierwohl stärker vom Tier her und ergebnisorientiert betrachtet werden sollte. Landwirte sehen darin die Voraussetzung, um in offenen Märkten und im Wettbewerb mit dem Lebensmitteleinzelhandel die Zukunftsfähigkeit der eigenen Familienbetriebe zu sichern. Dabei ist auch zu bedenken, dass die Einführung eines Mehr an Tierwohl auf Seiten der Landwirte eine größere Chance haben wird, wenn die Veränderungen im Einklang mit der Wahrnehmung, den Werten und dem beruflichen Selbstverständnis der Betriebsleiter sind und die Aussicht gegeben ist, durch die Veränderungen brancheninterne Anerkennung und gesellschaftliche Wertschätzung zu erfahren. Die Weiterentwicklung der Rahmenbedingungen für mehr Tierwohl sollten also zum einen persönliche Erfolge der Betriebsleiter und zum anderen finanzielle Erfolge der veränderungsbereiten Betriebe ermöglichen. Einflussfaktoren auf die einzelbetrieblichen Entscheidungen zur Übernahme und Weiterentwicklung technischer und organisatorischer Innovationen für mehr Tierwohl sollten hierbei stärker in den Fokus zukünftiger Forschung rücken. In diesem Zusammenhang sollten explizit auch verhaltensökonomische Untersuchungsdesigns Anwendung finden, die praxisnah Wirkzusammenhänge erforschen. Darauf basierend lassen sich spezifische Informationen für politische Entscheidungen ableiten, die eine Weiterentwicklung zu einer in der Breite akzeptierten Tierhaltung ermöglichen.

2 Bürger bzw. Verbraucher

Zusätzlich zu den Bedürfnissen der Landwirte ist die Berücksichtigung gesellschaftlicher Ansprüche und Erwartungen von hoher Bedeutung. Bürger entscheiden in ihrer Doppelrolle als Verbraucher und als Wähler langfristig mit, was am Markt existieren kann und was nicht (Allen et al. 1991; Buller und Roe 2012;

Weary et al. 2016). Die bisher vorliegenden Arbeiten des SocialLab zeigen, dass sich Studienteilnehmer mitunter gar nicht mit der Thematik „Tierwohl in der Nutztierhaltung“ beschäftigen möchten. Andere wiederum beschreiben ihre Vorstellungen dagegen ausführlich und formulieren umfangreiche Erwartungen. Die Vorstellungen sind dabei häufig durch die mediale Berichterstattung geprägt und nur in seltenen Fällen liegen spezifische Kenntnisse über die Tierhaltung vor.

In den meisten Fällen fühlen sich die befragten Teilnehmer in ihrer Rolle als Konsument überfordert. Einerseits akzeptieren sie das, was sie über die Nutztierhaltung zu wissen glauben, nicht, andererseits tolerieren viele von ihnen die Zustände in ihrem alltäglichen Einkaufsverhalten. Die Gründe für dieses Verhalten sind vielschichtig. Generell gilt jedoch zu berücksichtigen, dass der Lebensmitteleinkauf nicht die einzige Herausforderung im Alltag der Verbraucher ist. Werden Bürger bzw. Verbraucher explizit mit Fragen der Nutztierhaltung konfrontiert, zeigen sie sich zumeist auch dann ausgesprochen kritisch, wenn sie sich zuvor nicht mit dem Thema beschäftigt haben. Zahlungsbereitschaftsstudien ermitteln immer wieder eine Mehrzahlungsbereitschaft für Tierwohlaspekte und es wird auch zukünftig wichtig sein, die Präferenzstruktur zu kennen und bei der Verbraucherkommunikation zu berücksichtigen. Diskrepanzen zwischen am Point-of-Sale gezeigten und in Befragungen geäußerten Zahlungsbereitschaften können aber auch ein Hinweis auf eine Trittbrettfahrer-Problematik sein, wie sie bei der Bereitstellung öffentlicher Güter auftritt. Hier wäre zu klären, wie ein mögliches Marktversagen durch politische Eingriffe oder organisatorisch-institutionelle Innovationen behoben werden kann und Verbrauchern Konsumententscheidungen ermöglicht werden können, die in Einklang mit ihren Präferenzen stehen.

3 Kommunikation

Für eine Verbesserung der Akzeptanz der Tierhaltung sind Änderungen und Weiterentwicklungen hin zu tiergerechteren Verfahren notwendig, aber nicht hinreichend. Die hier vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass Verbesserungen in der Tierhaltung Bürgern und Verbrauchern gegenüber unter Berücksichtigung (neuro-)psychologischer und verhaltensökonomischer Zusammenhänge kommuniziert werden müssen. Hierbei kommt der Kommunikation eine Sonderstellung zu. Es ist dabei notwendig, die Empfindungskategorien Mitgefühl, Gerechtigkeit und Respekt beim Bürger/Verbraucher

anzusprechen, da mit größerer Akzeptanz durch den Bürger bzw. Verbraucher zu rechnen ist, wenn der Eindruck eines „fairen Deals“ zwischen Mensch und Tier entsteht (Nutzung tierischer Produkte gegen gutes Leben des Tieres). Kommunikation ist somit ein entscheidender Bestimmungsfaktor für die Entwicklung von Akzeptanz. Dabei scheint der oftmals impliziten Wirkungsweise von Darstellungsvarianten der Tierhaltungsverfahren eine besondere Bedeutung zuzukommen. Im Rahmen der bisher vorliegenden Arbeiten des SocialLab spielt der Präsentationsrahmen – das sogenannte Framing – eine entscheidende Rolle in der Kommunikationswahrnehmung und -verarbeitung der Verbraucher. Es ist daher wichtig, diese Aspekte bei der Gestaltung von Kommunikation im Bereich der Nutztierhaltung künftig noch stärker zu beachten. Das „Wie?“ der Gestaltung würde dann stärker betont werden müssen. Gleichwohl gilt es zu vermeiden, dass entsprechende Maßnahmen als schönfärbend wahrgenommen werden, um einen möglichen weiteren Glaubwürdigkeitsverlust des Sektors zu vermeiden.

In Hinblick auf eine zielgerichtete Verbraucherinformation wären unter Berücksichtigung informationslogistischer Erkenntnisse u.a. folgende Maßnahmen denkbar: stärkere Nutzung sozialer Netzwerke, die bereits heute in vielen Branchen genutzt werden. Sie könnten ein flexibles Element eines modernen „Verbraucherinformationssystems“ bilden, welches auch in Hinblick auf die gesellschaftliche Akzeptanz der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung wünschenswert wäre. Mit Hilfe einer Moderation und Experten (Landwirte, Händler und Wissenschaftler) können verifizierte Nutzer (Verbraucher) über für sie relevante Themen im Bedarfsfall untereinander und mit unabhängigen Experten diskutieren und Erfahrungen austauschen. Dadurch könnten relevante Informationen ohne (große) Überforderung den interessierten Verbrauchern zur Verfügung gestellt werden. Der Informationsgegenstand könnte dabei gezielt durch den Verbraucher erbeten werden, aber zugleich auch aktiv von den Experten vermittelt werden. Die aktuell an vielen Stellen beobachtbaren Informationsineffizienzen könnten so reduziert werden. Durch das Gewährleisten der Unabhängigkeit der Inhalte und eines glaubwürdigen Monitorings würde Vertrauen in das Verbraucherinformationssystem aufgebaut. Die verwendeten Daten sollten von öffentlichen Institutionen wie z.B. der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) verwaltet werden. Auch wenn Label mitunter als die einfachste Möglichkeit der Verbraucherinformation angesehen

werden, stoßen sie regelmäßig an ihre Grenzen. Bedarfsgerechte, differenziertere, horizontal und vertikal organisierte Alternativansätze könnten zumindest für einige Verbrauchersegmente zu einer Lösung beitragen. Dabei ist es erforderlich, die Heterogenität der Verbraucher besser als bisher abzudecken, ihren Informationsbedarf flexibel zu bedienen und so einer Überforderung entgegenzuwirken.

4 Handel

Bei Listungsentscheidungen für Produkte mit einem höheren Tierwohlstandard setzen der Lebensmittel Einzelhandel (LEH) und weitere handelsnahe Akteure vor allem auf standardisierte Prozesse und langfristige Partnerschaften. Oft werden relativ einfache Heuristiken benutzt, die wissenschaftlich noch wenig durchdrungen sind. Durch eine Aufklärung ihres Gebrauchs könnte die Qualität der Listungsentscheidung von Tierwohlprodukten verbessert werden. Des Weiteren werden Label kritisch vom LEH und weiteren handelsnahen Akteuren betrachtet. Hier wird die Gefahr einer Überlastung der Verbraucher mit zusätzlichen Informationen erkannt, die das eigentliche Ziel der Verbrauchererleichterung beim Einkauf verfehlt. Um die Überlastung der Verbraucher zu verringern, sollten weitere Anreize für den LEH zur Beteiligung an der bereits genannten systemischen Lösung (Gier et al.) geschaffen werden. Förderlich wären hier auch Anreize, die eine weiterführende Entwicklung entsprechender Markt- bzw. Marketinginnovationen unterstützen (z.B. im Hinblick auf handels- und steuerrechtliche Aspekte).

Summa summarum

Die Nutztierhaltung hat in den vergangenen Jahrzehnten an gesellschaftlicher Akzeptanz verloren. Um diese Akzeptanz zurückzugewinnen, wird es notwendig sein, Veränderungen herbeizuführen, die vom Laien (Verbraucher, Bürger) als Verbesserung wahrgenommen werden. Die SocialLab-Zwischenergebnisse deuten allerdings darauf hin, dass Landwirte und Laien die Nutztierhaltung unterschiedlich wahrnehmen. Für zukünftige Forschungsarbeiten bezüglich innovativer Haltungssysteme ist es daher erforderlich, diese Arbeiten in einem großen disziplinübergreifenden Verbund durchzuführen, um die Thematik ganzheitlich zu untersuchen und existierende Problemfelder zu lösen bzw. neu entstehende frühzeitig zu entdecken. Im besten Falle würden Prototypen und innovative Ansätze für bspw. neue Stallsysteme entwickelt werden, die anschließend aus unterschiedlichsten

Blickwinkeln beurteilt und bei Bedarf angepasst und weiterentwickelt werden. Dabei muss bei Tierwohlaspekten auch eine betriebswirtschaftliche Betrachtung unter Berücksichtigung ökonomischer, politischer und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen erfolgen. Landwirte und berufsständische Vertretungen müssen frühzeitig eingebunden werden, um die Umsetzbarkeit, auch unter Berücksichtigung von Aspekten wie der Arbeitssicherheit, zu klären. Parallel bedarf es der frühzeitigen Untersuchung der Wahrnehmung und Akzeptanz innovativer Ansätze durch die Gesellschaft, um zu vermeiden, dass aufgrund von Fehlinterpretationen etwaige Innovationen von vornherein abgelehnt werden. Wie oben dargestellt, geben die Verbraucher im Falle von Zielkonflikten zwischen Tierwohl und bspw. Umweltschutz dem Tierwohl Vorrang. Und auch aus der Nationalen Nutztierstrategie (BMEL 2017) geht hervor, dass bei Unvereinbarkeiten bspw. hinsichtlich des Umweltschutzes, dem Tierwohl Vorrang zu geben ist.

Ein derart multidisziplinärer Ansatz entspricht zum einen dem Innovationscharakter des SocialLab, das sich auch zum Ziel gesetzt hat, Innovationen, wie beispielsweise neue Formen der Tierhaltung oder züchterische Veränderungen aus der Perspektive unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen zu untersuchen. Zum anderen deckt er sich mit Plänen des BMEL in Bezug auf die Entwicklung eines „Stalls der Zukunft“ (BMEL 2017).

Das BMEL fördert mit SocialLab einen ungewöhnlich breiten und methodisch vielfältigen Forschungsverbund. Die in diesem Heft vorgestellten Zwischenergebnisse bieten facettenreiche Informationen zum Status quo. Der Transformationsprozess in der Tierhaltung wird allerdings ein langfristiger Weg werden. Entwürfe für den „Stall der Zukunft“ werden in den nächsten Jahren im Hinblick auf ihre Wahrnehmung und gesellschaftliche Akzeptanz zu prüfen sein. Hierfür bietet SocialLab neben der Entwicklung innovativer Ansätze auch die Chance, die vorliegenden ersten Evidenzen zukünftig in Form einer Längsschnittstudie und begleitet durch ad-hoc-Studien zu zentralen Einzelfragen systematisch weiterzuführen und zu einem wissenschaftlichen Monitoring des Transformationsprozesses auszubauen.

Literatur

- Allen P, van Dusen D, Lundy J, Gliessmann S (1991) Integrating social, environmental, and economic issues in sustainable agriculture. *Am J Altern Agric* 6:34–39
- BMEL (2017) Nutztierhaltungsstrategie. Zukunftsfähige Tierhaltung in Deutschland. http://www.bmel.de/DE/Tier/_texte/Nutztierhaltungsstrategie.html Abgerufen 19.10.2017
- Buller H, Roe E (2012) Modifying and commodifying farm animal welfare: the economisation of layer chickens. *J Rural Stud* 33:141–149
- Porter ME, Kramer MR (2011) Creating shared value. *Harvard Bus Rev* Jan./Febr, 63–70
- Weary DM, Ventura BA, von Keyserlingk MAG (2016) Societal views and animal welfare science: understanding why the modified cage may fail and other stories. *Animal* 10(2):309–317

Open Access This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons license, and indicate if changes were made.