

Werbung für Fleisch – Verwirrspiel im Supermarkt Verbraucherzentralen überprüfen Aussagen zur Tierhaltung

- Fleisch mit besseren Tierhaltungsstandards im Handel kaum zu finden
- Zuverlässige Informationen fehlen – plausible Aussagen zur Tierhaltung nur vereinzelt bei Geflügelfleisch
- Image besserer Haltungsbedingungen darf nicht für Werbung missbraucht werden

Braunschweig, 15.01.2019 – Wer Fleisch mit besseren Tierhaltungsstandards kaufen will, muss im Handel aufwendig suchen. In den Geschäften sind Verbraucher einer Flut an Siegeln und Werbebotschaften ausgeliefert. Diese sind selten nachvollziehbar und bieten kaum Orientierung beim Einkauf, so das Ergebnis einer bundesweiten Stichprobe der Verbraucherzentralen. Überprüft wurden die Werbeaussagen der Hersteller und Händler zur Tierhaltung von Schwein, Rind und Geflügel in Supermärkten und Discountern.

Das konventionelle Fleischangebot in 17 aufgesuchten Handelsketten bietet nur vereinzelt verlässliche und nachvollziehbare Werbeaussagen für höhere Tierschutzstandards. Die EU-Vermarktungsnormen für Geflügel definieren eindeutig verschiedene Haltungsformen, wie „Extensive Bodenhaltung“, „Freilandhaltung“, „Bäuerliche Freilandhaltung“ und „Bäuerliche Freilandhaltung – Unbegrenzter Auslauf“. Sie schreiben genau vor, wie viel Platz die Tiere haben, wie groß ihr Auslauf ist und wie sie gefüttert werden. „Solche Angebote bieten dem Kunden Orientierung, sind allerdings selten zu finden und häufig unbekannt“, bemängelt Janina Willers, Ernährungsexpertin von der Verbraucherzentrale Niedersachsen.

Beim Schweine- und Rindfleisch ist das Angebot mit verlässlicher und nachvollziehbarer Werbung ebenfalls sehr mager. Informationen zu den ausgelobten Haltungskriterien, wie etwa ‚Weidehaltung‘, fehlen sowohl bei ALDI, EDEKA, HIT, LIDL, REWE als auch bei real. Beschönigende Auslobungen zur Tierhaltung gibt es bei allen Discountern und Supermärkten. Beispiel Schweine-Minutensteaks von Netto Marken-Discount: Ein Foto auf der Vorderseite der Verpackung zeigt Schweine in Freilandidylle. Dies steht im krassen Widerspruch zur Haltungskennzeichnung. Das genannte Haltungszeugnis der Stufe 1 entspricht lediglich dem gesetzlichen Mindeststandard der Stallhaltung. „Mit solchen Marketing-Tricks werden Kunden hinters Licht geführt. Ihre Erwartung von Fleisch aus vermeintlich besserer Tierhaltung wird nicht erfüllt“, kritisiert Willers. „Begriffe wie ‚artgerecht‘, ‚tiergerecht‘ oder ‚Tierwohl‘ sind rechtlich nicht geschützt und werden daher willkürlich genutzt.“

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Pressestelle

Herrenstr. 14

30159 Hannover

Tel.: (05 11) 9 11 96-12

Fax: (05 11) 9 11 96-10

presse@vzniedersachsen.de

www.verbraucherzentrale-

niedersachsen.de

Die Verbraucherzentralen fordern den Handel auf, nach dem gesetzlichen Mindeststandard produziertes Fleisch nicht mit irreführenden Begriffen zu bewerben. Mit besseren Haltungsbedingungen wie „Weidehaltung“, „mehr Platz“ oder „kleinere Tiergruppe“ sollten die Hersteller nur werben, wenn diese für Verbraucher auch nachvollziehbar sind. Aufmachungen ohne konkretere Angaben sind nichtssagend und wecken falsche Erwartungen.

Der Gesetzgeber sollte zeitnah eine verpflichtende mehrstufige staatliche Tierwohlkennzeichnung einführen, um eine bessere Orientierung beim Fleischeinkauf zu bieten und den Wildwuchs der Label einzudämmen. Außerdem sollte er dafür sorgen, dass die Kriterien für diese Tierwohlkennzeichnung deutlich über dem gesetzlichen Mindeststandard liegen.

Die Ergebnisse und den vollständigen Untersuchungsbericht zu Werbeaussagen zur Tierhaltung im konventionellen Fleischangebot finden Interessierte unter www.verbraucherzentrale-niedersachsen.de/themen/ernaehrung-lebensmittel/fleischwerbung-tierhaltung

Kontakt: (nicht veröffentlichen)

Janina Willers, Referentin für Ernährung und Lebensmittel
Tel. (05 11) 9 11 96-16, j.willers@vzniedersachsen.de

Über die Verbraucherzentrale

Die Verbraucherzentrale Niedersachsen ist eine anbieterunabhängige, öffentlich finanzierte, gemeinnützige Organisation. Seit über 60 Jahren informiert, berät und unterstützt sie Verbraucher in Fragen des privaten Konsums und vertritt Verbraucherinteressen gegenüber Unternehmen, Politik und Verbänden. In elf Beratungsstellen können sich Ratsuchende persönlich beraten lassen. Auch telefonisch, per E-Mail oder Videochat ist Beratung möglich: www.verbraucherzentrale-niedersachsen.de

presseinfo presseinfo presseinfo

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Pressestelle

Herrenstr. 14
30159 Hannover
Tel.: (05 11) 9 11 96-12
Fax: (05 11) 9 11 96-10
presse@vzniedersachsen.de
www.verbraucherzentrale-niedersachsen.de