Verbraucherzentrale Hamburg

Pressemitteilung vom 15. Januar 2019

Werbung für Fleisch – Verwirrspiel im Supermarkt

Verbraucherzentralen nehmen Aussagen zur Tierhaltung unter die Lupe

Wer Fleisch mit besseren Tierhaltungsstandards kaufen will, muss im Handel aufwändig suchen, 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. „In den Geschäften sind Verbraucherinnen und Verbraucher einer unüberschaubaren Flut an Siegeln und Werbebotschaften ausgeliefert. Die aktuellen Initiativen des Handels, Haltungsformen besser zu kennzeichnen, sind generell begrüßenswert. Doch die Maßnahmen bieten momentan noch zu wenig Orientierung beim Einkauf“, so Silke Schwartau von der Verbraucherzentrale Hamburg.

Das konventionelle Fleischangebot in den 17 aufgesuchten Handelsketten bot nur vereinzelt verlässliche und nachvollziehbare Werbeaussagen für höhere Tierschutzstandards. Die EU-Vermarktungsnormen für Geflügel definieren beispielsweise eindeutig die „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 und bieten damit eine gute Orientierung. Solche Angebote sind allerdings selten.

Beim Schweine- und Rindfleisch ist das Angebot mit verlässlicher und nachvollziehbarer Werbung sehr mager. Informationen zu den ausgelobten Haltungskriterien, beispielsweise „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 zum Haltungszeugnis der Stufe 1, das lediglich dem gesetzlichen Mindeststandard der Stallhaltung entspricht. „Mit solchen Marketing-Tricks werden Kunden schnell hinters Licht geführt“, kritisiert Schwartau. „Begriffe wie „artgerecht“, „tiergerecht“ oder „Tierwohl“ sind rechtlich nicht geschützt, werden aber willkürlich genutzt.“

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 nach Auffassung der Verbraucherschützer zeitnah eine verpflichtende mehrstufige staatliche Tierwohlkennzeichnung einführen, um eine bessere Orientierung beim Fleischeinkauf zu bieten, den Wildwuchs der Label einzudämmen und nicht allein dem Handel diese Deklaration überlassen. Auch ein einheitliches Logo des Handels, wie es aktuell von einigen Ketten angestrebt wird, kann nur eine vorübergehende „Behelfslösung“ sein. Denn die Kriterien für diese Tierwohlkennzeichnung sollten deutlich über dem gesetzlichen Mindeststandard liegen.

Die Ergebnisse und den vollständigen Untersuchungsbericht zu Werbeaussagen zur Tierhaltung im konventionellen Fleischangebot finden Interessierte unter www.vzhh.de/fleischwerbung

Bitte beachten Sie, dass die Meldung den Stand der Dinge zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung wiedergibt.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/presse/werbung-fuer-fleisch-verwirrspiel-im-supermarkt