



UNIVERSITÄT HOHENHEIM

Kann die Verbraucherinformation „Kurze Transportwege für Kälber“ die regionale Marktfähigkeit von Rindfleisch aus Milchviehhaltung steigern?

- Eine Befragung von Metzgereien und Gastronomien in Baden-Württemberg -

Bachelorarbeit zur Erlangung des akademischen Grades Bachelor of Science im Studiengang Agrarwissenschaften

vorgelegt von: Marie-Luise Schmitt

Matrikelnummer: 833200

Sommersemester 2023

Gutachterin: Nanette Ströbele-Benschop, PhD

Betreuerin: Lea Schönfeldt, M.Sc.

Institut für Ernährungsmedizin

Fachgebiet Angewandte Ernährungspsychologie (180d)

EIP: Milchviehkälber - „Wertschätzung durch Wertschöpfung“

Stuttgart-Hohenheim, den 18.05.2023

Zusammenfassung

Geringe Verkaufserlöse für baden-württembergische Kälber gängiger Milchviehassen führen dazu, dass diese Tiere über die Landesgrenzen hinaus nach Nordwestdeutschland oder ins Ausland transportiert werden. Dort können sie kostengünstiger aufgezogen und gemästet werden. Aus tierschutzfachlicher Sicht ist dieses Verfahren kritisch zu bewerten, da Langstreckentransporte, besonders für junge Tiere, erheblichen Stress bedeuten. Transporte bergen nicht nur aus immunologischer Sicht ein Risiko für die Kälber, sondern eröffnen aufgrund ständiger Verstöße gegen bestehende EU-Transportvorschriften ebenso ein tierschutzrechtliches Problemfeld. Um die Situation wertarmer Kälber aus der Milchviehhaltung nachhaltig zu verbessern, benötigt es gezielte marktwirtschaftliche und betriebliche Strategien, welche die Wertschätzung von besagtem Kalb- und Rindfleisch erhöhen können. In dieser Arbeit, welche im Rahmen des EIP-Projekts „Milchviehkälber-Wertschätzung durch Wertschöpfung“ angefertigt wurde, wurde das Bewusstsein baden-württembergischer MetzgerInnen und GastronomInnen im Hinblick auf die Kälberproblematik evaluiert sowie Unterschiede zwischen den Berufsgruppen in Bezug auf deren persönliche Einstellung zu Langstreckentransporten untersucht. Zudem wurde erfasst, welches Potenzial die Befragten der gezielten Bewerbung von Kalb- und Rindfleisch beimessen, welches entsprechend dem Produktattribut „*Kurze Transportwege für Kälber und Rinder*“ produziert wurde. Die Ergebnisse dieser Arbeit deuten auf ein regional orientiertes Umfragebild in Bezug auf den Einkauf von Kalb- und Rindfleisch hin. Wissen über die Situation wertarmer Kälber aus der Milchviehhaltung war sowohl bei MetzgerInnen als auch bei GastronomInnen mehrheitlich vorhanden. MetzgerInnen gaben hierbei signifikant häufiger an, sich mit dem beschriebenen Sachverhalt auseinandergesetzt zu haben, als Befragte aus der Gastronomiebranche [$p=0,02$]. Obwohl Unterschiede in Bezug auf das Wissen über die Situation von Milchviehkälbern vorhanden waren, war die Einstellung zum Langstreckentransport dieser Kälber über die Berufsgruppen hinweg gleichermaßen negativ [$p=0,45$]. Die Befragten bewerteten die Produktinformation „*Kurze Transportwege für Kälber und Rinder*“ neben „*artgerechter Weidehaltung*“ als besonders geeignet, um eine Mehrzahlungsbereitschaft bei KundInnen hervorzurufen. Jedoch konnte anhand dieser Arbeit keine Aussage darüber getroffen werden, wie hoch die tatsächliche Bereitschaft von MetzgerInnen und GastronomInnen ist, regional produziertes Fleisch aus Milchviehhaltung zu vertreiben. Hierzu wären weiterführende Untersuchungen nötig. Aufgrund ihres direkten Kontakts zu VerbraucherInnen sind MetzgerInnen und GastronomInnen ein optimaler Ansatzpunkt für die Wissensvermittlung und Aufklärung von KundInnen. Der Ausbau transparenter und regionaler Wertschöpfungsketten, sowie eine gezielte Bewerbung und Verbraucheraufklärung in Bezug auf tiergerecht produziertes Kalb- und Rindfleisch sollte weiter gefördert werden.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	II
Inhaltsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	V
1. Einleitung	1
1.1. Hintergründe	1
1.2. Forschungsziele	2
2. Aktueller Kenntnisstand	4
2.1. Tiertransporte	4
2.1.1. Externe Einflüsse von Tiertransporten auf das Wohlergehen von Kälbern.....	4
2.1.2. Rechtliche Rahmenbedingungen.....	8
2.2. Strategien zur Verringerung überschüssiger Kälber aus der Milchviehhaltung	11
2.3. Verbraucherverhalten.....	15
3. Methodik	18
3.1. Datenerhebung	18
3.2. Pretest und Streuung	20
3.3. Datenbereinigung.....	20
3.4. Datenanalyse	21
4. Ergebnisse	23
4.1. Besteht ein Bewusstsein für die Problematik wertarmer Milchviehkälber und den damit verbundenen Langstreckentransporten unter den Befragten?.....	25
4.2. Bestehen Unterschiede in der Wahrnehmung von Kälberproblematik und Langstreckentransporten zwischen den Berufsgruppen?	30
4.3. Sehen Befragte in der Vermeidung langer Kälbertransporte Potenzial für eine Steigerung der Wertschöpfung von Kalb- und Rindfleisch?	33

5. Diskussion	38
<i>Diskussion der Methodik:</i>	<i>38</i>
<i>Diskussion der Ergebnisse.....</i>	<i>40</i>
6. Fazit	47
7. Literaturverzeichnis	VII
9. Eigenständigkeitserklärung	XVII
8. Anhang	XVIII
<i>8.1. Antwortverteilung aller Befragten zur Einstellung zu Langstreckentransporten (4.2)</i>	<i>XVIII</i>
<i>8.2. Teststatistik zur Einstellung zu Langstreckentransporten (4.2).....</i>	<i>XVIII</i>
<i>8.3. Kreisdiagramme zu A6.2. Tierherkunft BW nach Berufsgruppen (4.1)</i>	<i>XVIII</i>
<i>8.3. Auszug der bearbeiteten Teile des Fragebogens</i>	<i>XX</i>

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung des Immunsystems beim Kalb von der Geburt bis zur Pubertät (MuKu, nach Chase, et al. 2008)	5
Abbildung 2: Kreisdiagramm zu A1. Berufsgruppenverteilung der Befragten in Prozent (eigene Darstellung).....	23
Abbildung 3: Balkendiagramm zu A6.1. Tierherkunft (eigene Darstellung)	26
Abbildung 4: Kreisdiagramm zur prozentualen Antwortverteilung der Frage A9.1. Tierwohlprodukte (eigene Darstellung)	28
Abbildung 5: Boxplot berufsspezifischer Unterschiede von D1. Wissen über Kälberproblematik (eigene Darstellung).....	30
Abbildung 6: Balkendiagramm der relativen Häufigkeiten von C1.5. Einstellung zum Kälbertransport, nach Berufsgruppen (eigene Darstellung).....	32
Abbildung 7: Boxplot der Bewertung verschiedener Werbeslogans (D5) zur Steigerung der Wertschöpfung von KRF (eigene Darstellung).....	34
Abbildung 8: Liniendiagramm zur Bewertung des Werbeslogans F „kurze Transportwege für Kalb und Rind“, nach Berufsgruppen (eigene Darstellung).....	36
Abbildung 9: Kreisdiagramme zu A6.2. Tierherkunft BW nach Berufsgruppen	XIX

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Rechtliche Grundlagen zum Transport von Kälbern nach EG Nr. 1/2005 und TierSchTrV (eigene Darstellung).....	8
Tabelle 2: Die fünf Freiheiten nach FAWC (2009, eigene Darstellung)	10
Tabelle 3: Übersicht der bearbeiteten Fragebogenelemente und der angewandten Statistik (eigene Darstellung).....	22
Tabelle 4: Absolute und relative Antworthäufigkeiten von A5.1. „Bietet das Unternehmen zertifizierte Bio-Produkte und/oder -Speisen an?“ (eigene Darstellung).....	24
Tabelle 5: Antwortverteilung zu D1 Wissensstand über die Situation wertarmer Kälber aus der Milchviehhaltung (eigene Darstellung).....	25
Tabelle 6: Absolute und relative Häufigkeiten der Frage A6.2. Tierherkunft innerhalb BW (eigene Darstellung).....	27
Tabelle 7: Tabelle zur Antwortverteilung von A11. „Beziehen Sie Kalb- und/oder Rindfleisch, das von typischen Milchviehrassen stammt?“ (eigene Darstellung)	29
Tabelle 8: Testzusammenfassung (Kruskal-Wallis) zu D1. Wissen über die Situation wertarmer Kälber aus der MVH, nach Berufsgruppen (eigene Darstellung).....	31
Tabelle 9: Deskriptive Statistik der Bewertung verschiedener Werbeslogans zur Steigerung der Wertschöpfung von KRF (D5), (eigene Darstellung)	34
Tabelle 10: Teststatistik (Friedman) von Werbeslogan F „kurze Transportwege für Kalb und Rind“ mit den Werbeslogans A, B, C, D, E (eigene Darstellung).....	35
Tabelle 11: Teststatistik (Kruskal-Wallis) von Werbeslogan F „Kurze Transportwege für Kalb und Rind“ über die Berufsgruppen (eigene Darstellung).....	37
Tabelle 13: Testzusammenfassung über die Einstellung zu Kälbertransporten innerhalb der Berufsgruppen (eigene Darstellung)	XVIII

Abkürzungsverzeichnis

G	Befragte, die in der Gastronomiebranche tätig sind (z.B. KöchIn, Restaurantleitung, Fachkraft für Gastronomie/Hotel, u.a.)
M	Befragte, die gelernte MetzgerInnen und in der Fleischbranche tätig sind
M/G	Befragte, die sowohl in der Fleisch- als auch in der Gastronomiebranche tätig sind