



Tierwohllabel: Neue Kennzeichnung soll Verbraucher überzeugen

Tierwohllabel: Neue Kennzeichnung soll Verbraucher überzeugen
(aid) - Während der Internationalen Grünen Woche 2013 in Berlin ging das zweistufige Tierschutzlabel des Tierschutzbundes an den Start. Für Präsident Thomas Schröder steht das Label erst ganz am Anfang. Die Kriterien sollen von der Wissenschaft begleitet und schrittweise erweitert werden. Die Agrarforschung soll die Glaubwürdigkeit sichern, durch Messbarkeit der Kriterien. Lauffähigkeit ist zum Beispiel ein Merkmal des Tierwohls bei Masthühnern. Im Schlachthof erfassen Kameras Fußballentzündungen und Brustblasen bei den Tieren. Die Daten werden nach Auskunft von Dr. Lars Schrader vom Friedrich-Löffler-Institut gesammelt, ausgewertet und direkt an die Betriebe zurückgegeben. Werden definierte Grenzwerte überschritten, dann muss der Betrieb bei der Haltung nachbessern. Um das Tierschutzlabel zu erhalten, müssen die Masthühner auch das Kriterium des langsamen Wachstums mit einer Tageszunahme von maximal 45 Gramm am Tag erfüllen, ohne dass sie auf Magerkost gesetzt werden. Schrader erklärte, dass die Wissenschaftskommission im Vorfeld bereits verschiedene Zuchtlinien auf dieses Kriterium hin ausgewählt hat. Für ein betriebliches Wachstum werde es keinen Engpass bei der Zuchtpopulation geben. Bisher werden lediglich neun von 110 Millionen Masthühner nach den Bedingungen des Tierwohllabels aufgezogen. Der Tierschutzbund hofft, durch eine rege Nachfrage nach Masthühner mit Tierschutzlabel mehr Betriebe zu gewinnen und damit mehr Masthühner anbieten zu können. Kritisiert wurde das neue Label von Bioland-Präsident Jan Plagge, dem die Kriterien nicht genügen: "Licht, Luft und Auslauf werden hier völlig unzureichend oder gar nicht berücksichtigt." Der Bund ökologischer Lebensmittelwirtschaft fordert eine artgerechte Tierhaltung für alle Betriebe mit Verankerung im Tierschutzgesetz. "Wir fordern auch eine veränderte Tierzucht zugunsten gesundheitlich robuster Rassen", so Plagge. Zurzeit seien zum Beispiel in der Schweinezucht lediglich drei Rassen von Bedeutung, was eine Anfälligkeit gegenüber Krankheitserregern nach sich ziehe. Das Bundeslandwirtschaftsministerium, das die Entwicklung des Tierschutzlabels mit rund 1 Millionen Euro gefördert hat, setzt dagegen auf den freien Markt und auf Transparenz. Der Verbraucher soll mit dem Label bewusste und selbstbestimmte Kaufentscheidungen für Produkte aus tierfreundlicher Erzeugung treffen können. Die ersten Produkte, die das Tierschutz-Label auf der Verpackung haben, sind ab Mitte Januar in den Regalen. Die Verbrauchererwartung an artgerechte Tierhaltung ist weder genau definiert noch ausreichend dokumentiert und man darf gespannt sein, wie sich Produzenten, Händler und die Konsumenten entscheiden werden. Roland Krieg und Harald Seitz, www.aid.de
Weitere Informationen: www.tierschutzlabel.info
Friedrich-Ebert-Straße 3
53177 Bonn
Deutschland
Telefon: 02 28/ 84 99-0
Telefax: 02 28/ 84 99-177
Mail: aid@aid.de
URL: http://www.aid.de


Pressekontakt

aid

53177 Bonn

aid.de
aid@aid.de

Firmenkontakt

aid

53177 Bonn

aid.de
aid@aid.de

aid ? drei Buchstaben stehen für: Wissenschaftlich abgesicherte Informationen Fach- und Medienkompetenz Und ein kreatives Informationsangebot in den Bereichen "Verbraucher und Ernährung" sowie "Landwirtschaft und Umwelt". Wer informieren will, muss besser informiert sein. Die Vielzahl von Informationen, die täglich auf jeden von uns einströmt, ist kaum noch zu überblicken. Oft widersprechen sich die Aussagen und verwirren mehr als sie nützen. Gefragt sind Ratschläge, die wissenschaftlich abgesichert sind und sachlich informieren. Der aid hat sich genau das zur Aufgabe gemacht und bietet wissenschaftlich abgesicherte Informationen in den Bereichen "Verbraucher und Ernährung" und "Landwirtschaft und Umwelt". Unsere Aussagen sind unabhängig und orientieren sich an den gesicherten Erkenntnissen der Wissenschaft. In Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern und Praktikern sammeln wir Fakten und Hintergrundinformationen, werten sie aus und bereiten sie zielgruppengerecht auf. Unsere Publikationen wenden sich an Verbraucher, Landwirte und Multiplikatoren wie Lehrer, Berater und Journalisten. Der aid ist ein gemeinnütziger Verein und wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft finanziert. Sein Auftrag, sachlich und interessenunabhängig zu informieren, ist in der Satzung festgelegt. Beim aid arbeiten namhafte Experten, Praktiker und Medienfachleute zusammen. Informationsmedien, die der aid herausgibt, entsprechen dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen Erkenntnisse und vermitteln Wissen zielgruppengerecht und praxisorientiert.