

„Pro Planet“ für eine nachhaltigere Massentierhaltung

An jedem Tag endet das kurze Leben von zwei Millionen Masthähnchen in einem deutschen Schlachthof. Unermüdlich befördern Transportbänder die Tiere durch eine CO₂-Betäubung. Kopfüber an Hacken befestigt und in endlosen Reihen werden die bewusstlosen Hühner an Maschinen vorbeigeführt, die ihre Körper innerhalb weniger Minuten in fertig verpackte Broiler und Hähnchenbrustfilets verwandeln. Seit langem versuchen Tierschutzorganisationen vergeblich, den Deutschen ihren übermäßigen Fleischhunger auszutreiben. Nun will ein Label mehr Nachhaltigkeit in die Massentierhaltung bringen: Pro Planet von der Rewe Group. **VON ACHIM HALFMANN**

Von den knapp 70 Millionen Masthähnchen, die heute in Deutschland leben, scharren wenige im Freien. Die Hähnchenmast ist – wie die Haltung von Schweinen und Rindern – weitgehend industrialisiert, um große Mengen zu niedrigen Preisen erzeugen zu können. In den meisten Hühnerställen sind knapp 40.000 Tiere untergebracht, moderne Anlagen vermeiden jeden Lichteinfall oder unkontrollierten Luftzug von außen. Den unkundigen Besucher überrascht im Eingangsbereich der Ställe eine Computeranlage, mit deren Hilfe der Mäster alle Aufzuchtbedingungen steuert: Belichtung, Luftzufuhr, Temperatur, Wasser und Futter – das Universum des Masthuhns kontrolliert der Mensch.

Bevor Küken in die Mastanlage eingesetzt werden, wird die Einstreu auf dem Hallenboden erneuert – und bleibt dann bis zur Ausstallung der Masthähnchen 35 Tage später erhalten. Während sich die Tiere am Anfang in dem großen Stall zu verlieren scheinen, stehen sie gegen Ende der Mastzeit dicht an dicht. Die gesetzlichen Regeln erlauben bis zu 39 Kilogramm Tiergewicht auf einem Quadratmeter, da müssen sich je nach Endgewicht 20 Tiere diesen Platz teilen. „Das sind Spitzensportler“, sagt Mäster Frank Schwertfeger aus dem Müritz-Kreis mit Blick auf die etwa 50 Gramm, die seine Tiere täglich an Gewicht zulegen. Schwertfegers Hühner gehören zur Hybrid-Rasse Ross 308: Sie fressen ohne aufzuhören, der Mäster muss die Futtergabe dosieren. Das

schnelle Wachstum erzeugt Gesundheitsprobleme, denn das Skelett und manche inneren Organe halten nicht mit. Zwischen zwei und vier Prozent der Tiere sterben vorzeitig wegen plötzlichem Herztod, Organversagen oder weil sie ihren Körper nicht mehr tragen können. Schwertfeger gehört mit seinen zwei Ställen zu den kleinen Mästern und klagt – wie andere Kleinunternehmer – darüber, dass sich die Hähnchenproduktion wirtschaftlich nicht rechnet. Bei den 4.500 Mastbetrieben in Deutschland geht die Entwicklung hin zu Großanlagen.





Rainer Dullweber
ersetzt im Futter
südamerikanisches
Soja durch Erbsen.



Soja für den deutschen Fleischhunger

Die industrielle Hähnchenmast wirft eine Vielzahl an ethischen Fragen und Umweltproblemen auf: Wie kann eine Massentierhaltung dem Tierwohl gerecht werden? Wie lassen sich Krankheiten und der auch für den Menschen riskante Einsatz von Antibiotika im Hühnerstall verhindern? Die Hähnchenmast in Europa hat zudem Auswirkungen bis nach Südamerika: Seit aufgrund des BSE-Skandals kein Tiermehl verfüttert werden darf, greifen Futtermittelproduzenten verstärkt auf Soja als Eiweißquelle zurück. Das wird großflächig in Argentinien, Brasilien und Paraguay angebaut. Regenwälder werden dafür gerodet, Kleinbauern verlieren ihr Land an Großgrundbesitzer, Monokulturen belasten die Natur und die Landbevölkerung klagt über schwere Beeinträchtigungen durch den Pestizideinsatz. Und: Von den etwa sieben Millionen Tonnen Soja, die nach Deutschland importiert werden, sind 85 Prozent gentechnisch verändert.

Wegen all dieser Probleme werben Naturschutzorganisationen schon lange für einen verringerten Fleischkonsum. Derzeit ist es Greenpeace, das einen solchen durch die Anhebung des Mehrwertsteuersatzes auf Fleischprodukte herbeiführen will. Der WWF informiert über die weltweiten Folgen eines hohen Fleischkonsums ebenso wie der BUND oder Peta. Doch alles ohne sichtbaren Erfolg: Mit der Eröffnung der „Grillsaison“ bestimmen Billigfleischangebote die Werbeseiten der Zeitungen, eine Preissenkung jagt die nächste und der Fleischhunger der Deutschen erscheint ungebremst.

Ein nachhaltigerer Massenmarkt

Vor diesem Hintergrund hat es sich der zweitgrößte Lebensmittelhändler in Deutschland – die Rewe Group – mit dem Eigenmarkenlabel Pro Planet zum Ziel gesetzt, nachhaltigere Produkte im Massenmarkt zu positionieren. „Auch kleine Taten verbessern die Welt. Jedes Pro-Planet-Produkt tut etwas Gutes für Mensch und Umwelt. Und das kann jeder sehen und nachprüfen“, heißt es dazu in einer

aktuellen TV-Werbung. 2008 verankerte die genossenschaftlich organisierte Rewe Group in ihrem Leitbild den Grundsatz „Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst und handeln nachhaltig.“ Bei Pro Planet geht es um beides: das Bewusstmachen von Risiken und Handlungsoptionen und die Umsetzung von Verbesserungen für den Massenmarkt. Mit dem Label sollen nachhaltigere Produkte ausgezeichnet werden, deren Herstellung Umwelt und Gesellschaft deutlich weniger belastet als vergleichbare Waren. Neben den Mitarbeitern von Rewe arbeiten daran als externe Partner ein Beirat und die mit Analysen beauftragten Institute.

Vorschläge für Pro-Planet-Produkte kommen von Rewe oder dem Beirat. Wissenschaftliche Institute analysieren dazu die Hotspots, also die nachteiligen Auswirkungen des Produkts auf Gesellschaft und Umwelt. Diese Hotspots und mögliche Gegenmaßnahmen werden von den Wissenschaftlern zunächst mit dem Beirat und NGO-Experten diskutiert. „Wenn wir dann in den Dialog mit Rewe gehen, sind die Blickwinkel teilweise unterschiedlich und es dauert manchmal länger, als es sich das Unternehmen möglicherweise vorgestellt hat“, sagt Georg Abel, Bundesgeschäftsführer von „Die Verbraucher Initiative“ und Beiratsmitglied. Es werden Maßnahmen zur Verringerung schädlicher Auswirkungen definiert und ein externer Partner – eine NGO oder Regierungsorganisation – gewonnen, der den Prozess begleitet. Nach drei Jahren wird Bilanz gezogen: Da der Aufbau von Pro Planet 2010 begann, kommen erste Projekte nun in die Revision.

„Ohne Gentechnik“ hat einen Preis

Die Hähnchenbrustfilets der Rewe-Eigenmarken „Wilhelm Brandenburg“ und „Mühlentof“ – im Angebot bei der Discount-Tochter Penny – tragen das Pro-Planet-Label mit den Versprechen „Futtermittel umweltschonend angebaut“ und „ohne Gentechnik“. Zugleich adressiert Rewe Tierwohlaspekte bei den Mästern der 25 Millionen Hähnchen, die jährlich für Pro-Planet-Produkte verarbeitet werden. Die vertikale Integration erleichtert dem Handelskonzern die Durchdringung dieser Branche: Schlachthöfe binden Mastbetriebe vertraglich an sich und legen zugleich fest, wer „ihren“ Mastbetrieben die Küken und das Futter liefert. Rewe bezieht Hähnchenfleisch von der niederländischen Plukon Gruppe, in der das deutsche Familienunternehmen Gebrüder Stolle aufgegangen ist. Stolle wiederum ist an dem Futtermittelwerk Best 3 Geflügelernährung im niedersächsischen Twistringen beteiligt, das Mästern von Pro-Planet-Hähnchen das Futter liefert.

Gentechnikfreies Soja aus Südamerika ist etwa 30 Prozent teurer als das genmanipulierte, berichtet Best 3-Geschäftsführer Rainer Dullweber. Sein Un-



Fotos: Achim Halfmann
(CC BY-SA)

ternehmen sichert die lückenlose Rückverfolgbarkeit von Sojabohnen und Sojaschrot „bis auf den Acker“ zu. Um eine weitestgehende Freiheit von Verunreinigungen durch genmanipulierte Produkte zu erreichen, müssen Verarbeitung, Transport und Lagerung völlig getrennt erfolgen. Ein Beispiel: Die für den Transport eingesetzten Lkw dürfen bei den drei vorausgegangenen Frachten keine genmanipulierte Ware transportiert haben, das müssen die Fahrer nachweisen. Bei der Anlandung des Sojas am Hafen und während des Verarbeitungsprozesses in Twistingringen werden Proben gezogen, um die Gentechnikfreiheit zu überprüfen.

Rewe hat seine Lieferanten verpflichtet, den Anteil des südamerikanischen Sojas im Geflügelfutter innerhalb von zwei Jahren zu halbieren: von 25 auf 12,5 Prozent. Dem Futterhersteller ist selbst überlassen, wie er dies erreicht. Best 3 verarbeitet 90.000 Tonnen Sojaschrot jährlich, davon stammen 1.000 Tonnen inzwischen aus Bayern. Ein großes Potenzial für den Anbau von Soja und anderen eiweißhaltigen Pflanzen sieht der bei Rewe für den strategischen Einkauf verantwortliche Agrarökonom Ludger Breloh in Südosteuropa: So lägen etwa in Rumänien ganze Landstriche brach und könnten entsprechend genutzt werden. Rewe gehörte 2012 zu den Gründungsmitgliedern des Vereins „Donau Soja“, der sich für die Förderung eines gentechnikfreien Sojaanbaus in der Donau-region engagiert. Denn so stark die Veränderungsmacht eines Konzerns gegenüber seinen Lieferanten ist: Wenn es um tiefgreifende Reformen in der Agrarproduktion geht, sind auch die Großen auf sektorübergreifende Zusammen-schlüsse angewiesen.

Einen wesentlichen Teil des süd-amerikanischen Sojas ersetzt Dullweber in seinem Werk durch Erbsenprotein. Das fördert zugleich die Tiergesundheit, wie sich in den Ställen beobachten lässt: Der Hühnerkot ist fester, dadurch bleibt die Einstreu trockener und es kommt seltener zu einer Entzündung der empfindlichen Fußballen dieser Tiere.

Apropos Tiergesundheit: Dieser Aspekt wird mit dem Pro-Planet-Label nicht ausgezeichnet, dennoch gibt es für die Masthähnchen Verbesserungen. Die Besatzdichte pro Quadratmeter ist von 39 kg auf 35 kg Tiergewicht reduziert und den Hühnern wird Beschäftigungsmaterial angeboten – Strohhallen oder Picksteine etwa. Für den Leiter der Best 3-Mastanlage im Mecklenburgischen Heiligengrabe, Ludwig Schultz, reduziert eine verringerte Besatzdichte nicht nur den Stress der Tiere bei der Nahrungs-

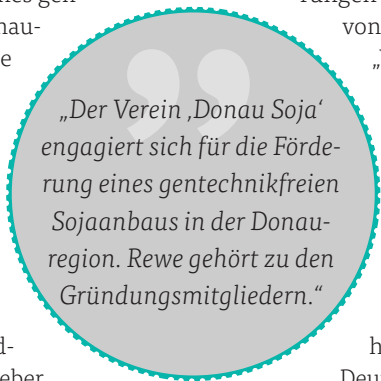
aufnahme, sondern verbessert zugleich die Arbeitsbedingungen der Landwirte. „Wenn es nach mir geht, können wir noch weiter runtergehen“, sagt Schultz. „Nur, es muss bezahlt werden.“

„Tal des Todes“ für den Handel

Mäster von Pro-Planet-Hähnchen erhalten für ihre Tiere einen höheren Preis, der den Mehraufwand abdeckt. Das fertige Fleischprodukt wird von Rewe trotzdem im unteren Preissegment angeboten, die höheren Einkaufskosten schmälern die Gewinnmarge des Handelskonzerns. Damit schließt sich Rewe der Überzeugung derjenigen Handelsexperten an, die den Unterschied zwischen den Preisen für Discount- und für Bio-Produkte als „Tal des Todes“ bezeichnen, in dem sich kein drittes Preissegment etablieren lasse.

Dazu meint der Leiter des Wuppertaler Think-tanks „Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production“ (CSCP), Michael Kuhndt, der an der Umsetzung des Pro Planet-Labels mit-wirkt: „Im Blick auf einen Drei-Jahres-Zeitraum muss ein Produkt nicht unbedingt teurer werden, wenn Maßnahmen innerhalb dieser Zeit aus den Gewinnen refinanziert werden können. Andernfalls muss der Handel entsprechende Aufschläge vornehmen und dann kommunizieren“. Kostensteigerungen im 10-Prozent-Bereich würden von Verbrauchern oft mitgetragen. „Wenn es darüber hinausgeht, muss man das schon sehr gut erklären können und zugleich einen zusätzlichen Nutzen schaffen, damit der Kunde den Preis mitträgt“.

Zwei andere Label versuchen, genau diesen Weg zu gehen: „Für mehr Tierschutz“ vom Deutschen Tierschutzbund und „Tierschutz kontrolliert“ der Stiftung Vier Pfoten. Diese Label zielen ebenfalls auf Verbesserungen in der Massentierhaltung, die Forderungen sind weitreichender als bei Pro Planet und das gelabelte Hähnchenfleisch ist etwa 30 Prozent teurer. Für die Masse der Nutztiere wäre viel erreicht, wenn sich Erzeuger in Deutschland gemeinsam auf nachhaltigere Standards festlegen würden. Diskussionen dazu werden etwa in der Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit des Prüfsystems für sichere Lebensmittel QS geführt. Auf Verbraucherseite setzt dies allerdings voraus, dass billig nicht erstes Kaufkriterium bleibt, sondern Qualität und Tierwohl ebenfalls zählen. □



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>