

Legehennen in Mobilställen: Chance oder Risiko für Tierwohl, Markt- und Bürgerakzeptanz? (MobiWohl) – erste Ergebnisse

DR. MAUREEN SCHULZE, DR. GESA BUSCH, PROF. DR. ACHIM SPILLER



UNI KASSEL ÖKOLOGISCHE
VERSITÄT AGRAR
WISSENSCHAFTEN

Kompetenz für Landwirtschaft
und Gartenbau



GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN

LEGEHENNEN IN MOBILSTÄLLEN: CHANCE ODER RISIKO FÜR TIERWOHL, MARKT- UND BÜRGERAKZEPTANZ?

Inhalt

- **Hintergrund**
- **Studie 1:** Ergebnisse der qualitativen Befragung
- **Studie 2:** Ergebnisse der quantitativen Befragung
- **Zusammenfassung und Ausblick**
- **Kontakt**

LEGEHENNEN IN MOBILSTÄLLEN: CHANCE ODER RISIKO FÜR TIERWOHL, MARKT- UND BÜRGERAKZEPTANZ?

Hintergrund

- Bisher **keine wissenschaftlichen Untersuchungen** zur gesellschaftlichen Wahrnehmung der Legehennenhaltung in Mobilställen
- **Bisherige Studien** deuten auf ein beachtliches Marktpotential von Eiern aus Mobilstallhaltung hin:
 - Freilandssysteme werden gegenüber reinen Stallsystemen bevorzugt (Pettersson et al., 2016; Sonntag et al., 2018)
 - David-gegen-Goliath-Frame: VerbraucherInnen bevorzugen kleine Betriebe (Gilmore & Pine, 2007; Sidali & Hemmerling, 2014)
 - Von der Sichtbarkeit und Transparenz der Haltungsform kann insbesondere die Direktvermarktung profitieren
 - Potenzial auch im Absatz über den Lebensmitteleinzelhandel (Nischenmarketing) (Spiller et al., 2015)
 - Tiere können aus gesellschaftlicher Perspektive das Landschaftsbild verschönern (Serrano-Montes et al, 2019)



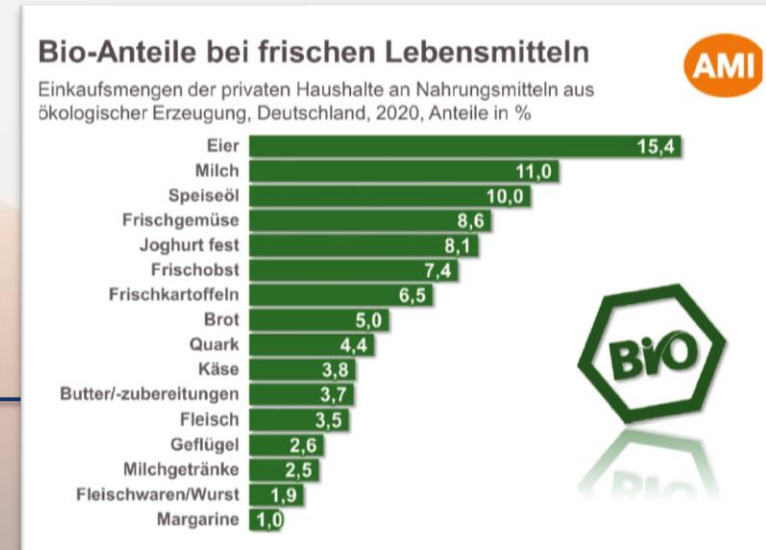
LEGEHENNEN IN MOBILSTÄLLEN: CHANCE ODER RISIKO FÜR TIERWOHL, MARKT- UND BÜRGERAKZEPTANZ?

Hintergrund

- VerbraucherInnen achten beim Kauf von Schaleneiern zunehmend auf Haltungsformen mit höheren Tierwohlstandards (z.B. Außenklimazugang) (Parisii et al., 2015; Zakowska-Biemans & Tekie'n, 2017)
- Nachfrage nach Bio-Eiern steigt
- Warengruppe mit dem höchsten Bio-Anteil bei frischen Lebensmitteln (s. Grafiken)
- Herausforderungen der Branche:
 - Produktdifferenzierung
 - Anpassung der Produktions- und Haltungsbedingungen (Rondoni et al., 2020)



AMI Marktbilanz Eier & Geflügel (2021)



AMI Marktbilanz Eier & Geflügel (2021)

LEGEHENNEN IN MOBILSTÄLLEN: CHANCE ODER RISIKO FÜR TIERWOHL, MARKT- UND BÜRGERAKZEPTANZ?

Hintergrund

- Mobilstalleier haben **Potenzial** den veränderten Erwartungen der VerbraucherInnen gerecht zu werden
- Bisher **kaum wissenschaftlichen Untersuchungen** zur Verbraucherwahrnehmung von Mobilstalleiern
- **Differenzierungsmöglichkeiten** insb. zur konventionellen Freilandhaltung / Biohaltung?

Edeka, Hamburg



Rewe, Bremen



Lidl, Bremen



Edeka, Bremen

Studie 1: Qualitative Befragung

Garrelfs, LLH



GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN

STUDIE 1: QUALITATIVE BEFRAGUNG VON BÜRGERINNEN

Hintergrund und Aufbau der Befragung

- **Ziel:** Erste Einblicke in die Bürgerwahrnehmung von Mobilställen mittels leifadengestützter Bürgerinterviews (n=10)
- **Aufbau des Leitfadens:** Einstellung gegenüber Mobilstallhaltung (insbesondere in Bezug auf die wahrgenommenen Vor- und Nachteile der Haltungform, Preiswahrnehmung und Zahlungsbereitschaft)
- Informationsgabe durch folgendes Bildmaterial:



STUDIE 1: QUALITATIVE BEFRAGUNG VON BÜRGERINNEN

Hintergrund und Aufbau der Befragung

- **Befragungszeitraum und -Ort:** Mai 2021 via Zoom
- **Unterstützung der Befragung** durch: WEBFRAGER Internetmarktforschung GmbH
- **Dauer der Interviews:** 12-25 Minuten
- **Auswertung** der transkribierten Interviews mittels qualitativer Inhaltsanalyse
- **Auswahl der ProbandInnen** nach Geschlecht, Alter, BL, Wohnort, Eierkonsum (s. Tabelle)

Zusammensetzung der Stichprobe

Bürger	Geschlecht	Alter	Eierkonsum	Bundesland	Wohnort
B1	Männlich	49	Regelmäßig	Saarland	Ländlich (5.000-19.999 Einwohner)
B2	Weiblich	29	Manchmal	Nordrhein-Westfalen	Kleinstadt (20.000 – 99.999 Einwohner)
B3	Männlich	63	Selten	Baden-Württemberg	Kleinstadt (20.000 – 99.999 Einwohner)
B4	Weiblich	54	Regelmäßig	Niedersachsen	Dörflich (unter 5000 Einwohner)
B5	Männlich	41	Regelmäßig	Nordrhein-Westfalen	Mittelstadt (100.000 – 500.000 Einwohner)
B6	Weiblich	43	Regelmäßig	Hamburg	Metropole (über 500.000 Einwohner)
B7	Weiblich	65	Regelmäßig	Nordrhein-Westfalen	Kleinstadt (20.000 – 99.999 Einwohner)
B8	Männlich	61	Regelmäßig	Niedersachsen	Dörflich (unter 5000 Einwohner)
B9	Männlich	38	Manchmal	Nordrhein-Westfalen	Metropole (über 500.000 Einwohner)
B10	Weiblich	37	Regelmäßig	Niedersachsen	Kleinstadt (20.000 – 99.999 Einwohner)

STUDIE 1: QUALITATIVE BEFRAGUNG VON BÜRGERINNEN

Ergebnisse

- Die Haltung im Mobilstall wird grundsätzlich als **positiv wahrgenommen**:

„Das [Die Mobilstallhaltung] ist sehr natürlich. Die [Tiere] können sich bewegen, die [Tiere] haben Abwechslung. Frisches Futter, Gras, Würmer.“ (B4)

„Das seien dort [in der Mobilstallhaltung] annähernd Idealbedingungen.“ (B5)

Die Durchführung und Analyse hat Rebecca Hahn (B.Sc.) im Rahmen ihrer Bachelorarbeit übernommen.

STUDIE 1: QUALITATIVE BEFRAGUNG VON BÜRGERINNEN

Ergebnisse

Wahrgenommene Vorteile der Haltung im Mobilstall:

- Mobilität
- Natürlichkeit
- Beschäftigungsmöglichkeiten
- Kurze Distributionswege
- Unsicherheit bzgl. des Arbeitsaufwandes für den Landwirt

Wahrgenommene Nachteile der Haltung im Mobilstall:

- Insgesamt sehen die Befragten **eher Vor- als Nachteile** der Haltungsform
 - Gefahr durch Prädatoren
 - Wasserversorgung der Tiere
 - Transport der Tiere bei Versetzen des Stalls

STUDIE 1: QUALITATIVE BEFRAGUNG VON BÜRGERINNEN

Ergebnisse

Preiswahrnehmung und Zahlungsbereitschaft:

- Insgesamt wird von höheren Preisen im Vergleich zu konventionellen Haltungssystemen (Bodenhaltung (Freilandhaltung) ausgegangen (B2, B3, B6, B7, B9)
- Ausnahme B1 und B8. Diese Befragten schätzen die Preise für Mobilstalleier als vergleichbar zu Freilandeiern ein
- Zahlungsbereitschaft variiert zwischen 33ct./Ei bis 50ct./Ei

Die Durchführung und Analyse hat Rebecca Hahn (B.Sc.) im Rahmen ihrer Bachelorarbeit übernommen.

STUDIE 1: QUALITATIVE BEFRAGUNG VON BÜRGERINNEN

Zwischenfazit

- Unter ‚Mobilstallhaltung‘ können sich die Befragten etwas vorstellen
- Mobilstallhaltung wird als tierfreundliche und natürliche Haltungsform wahrgenommen
- Die Abgrenzung zu anderen Haltungsformen (Freiland / Bio) fällt den Befragten schwer

Die Durchführung und Analyse hat Rebecca Hahn (B.Sc.) im Rahmen ihrer Bachelorarbeit übernommen.



Studie 2: Quantitative Befragung

Garrelfs, LLH



GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN

QUANTITATIVE BEFRAGUNG

Hintergrund und Aufbau der Befragung

- **Ziel:** Vertiefter Einblick in die gesellschaftliche Wahrnehmung der Mobilstallhaltung
- **Fragebogenentwicklung** gemeinsam mit Studierenden
- **Fragebogaufbau:** Soziodemografische Angaben, Konsumverhalten, Wissen Mobilstallhaltung, Vergleich Wahrnehmung Mobilstallhaltung vs. Freilandhaltung, Preiswahrnehmung und Zahlungsbereitschaft
- **Befragungszeitraum:** 28.06.-02.07.2021

QUANTITATIVE BEFRAGUNG

Hintergrund und Aufbau der Befragung

- Befragung von 225 Bürger:innen, nach Datenbereinigung* verbleiben **n=188 Fälle**, die in die finale Analyse eingehen
- **Annähernd repräsentativ** in den Eigenschaften Alter und Geschlecht für die deutsche Bevölkerung
- **Soziodemografische Eigenschaften der Teilnehmer:innen:**

	Stichprobe (n = 188)	Deutsche Bevölkerung Nach Stat. Bundesamt
Geschlecht		
Männlich	47.9%	49.3%
Weiblich	50.5%	50.7%
Divers	1.6%	Keine Daten verfügbar
Alter		
18–24	9.0%	9.12%
25–39	23.4%	22.74%
40–64	43.1%	42.56%
65 und älter	24.5%	25.57%
Ausbildung		
(Noch) kein Schulabschluss / Noch in der Schulausbildung	0%	3.9%
Volks- oder Hauptschule	10.1%	34.5%
Mittlere Reife / Weiterbildende Schule ohne Abitur / Realschule	35.1%	30.8%
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	29.8%	13.8
Abgeschlossenes Studium (Bachelor, Master, PhD)	25.0%	17.1%
Einkommen		
Weniger als 1300 €	17.6%	22.8%
1300 € – 2599 €	31.9%	39.2%
2600 € – 4999 €	42.0%	30.2%
5000 € und mehr	8.5%	7.8%

+ Ausschluss von Speedern (auffällig schnelle Beantwortungszeit) & falscher Beantwortung, von im Fragebogen inkludierter Plausibilitätskontrollfragen

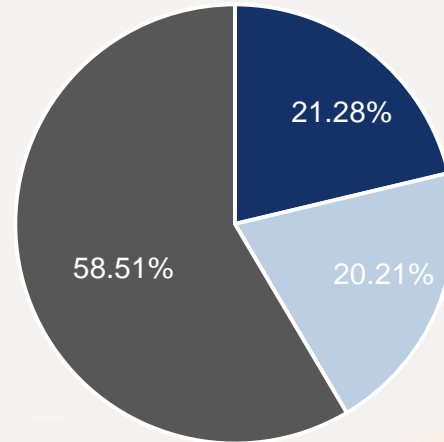


QUANTITATIVE BEFRAGUNG

Ergebnisse

Konsumverhalten:

Wie oft haben Sie schon von der Hühnerhaltung in Mobilställen gehört?



62% haben noch nie oder nur selten von der Mobilstallhaltung in den Medien gehört (z.B. Zeitung, Internet, Fernsehen).

8% kaufen Eier aus Mobilstallhaltung oft oder regelmäßig.

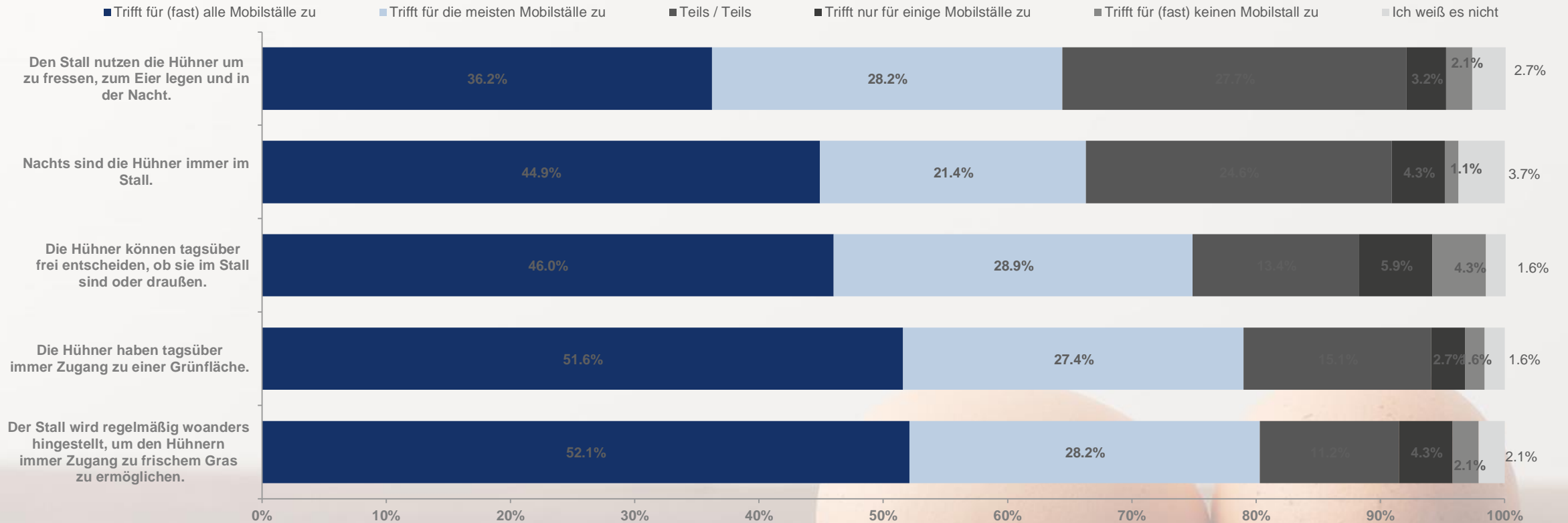
25% sehen Mobilställe manchmal, wenn sie draußen sind (z.B. beim Spaziergehen).

■ (Sehr) Häufig ■ Manchmal ■ Selten oder Nie

QUANTITATIVE BEFRAGUNG

Ergebnisse

Wissen Mobilstallhaltung



QUANTITATIVE BEFRAGUNG

Ergebnisse

Alle nachfolgenden Ergebnisse beziehen sich auf Fragen, die im Anschluss an den folgenden Infotext und Bilder gestellt wurden.

Auf den Bildern sehen Sie, wie übliche Freilandhaltung von Hühnern aussieht.

Die Hühner können tagsüber frei entscheiden, ob sie im Stall oder draußen sein wollen. Im Stall können die Hühner Futter und Wasser aufnehmen sowie Eier legen. Der Stall kann nicht woanders hingestellt werden. Er bleibt immer dort stehen, wo er jetzt ist.



Auf den Bildern sehen Sie, wie die Haltung von Hühnern in Mobilställen aussieht.

Die Hühner können tagsüber frei entscheiden, ob sie im Stall oder draußen sein wollen. Im Stall können die Hühner Futter und Wasser aufnehmen sowie Eier legen. Der Stall wird in regelmäßigen Abständen an einen anderen Ort gestellt.

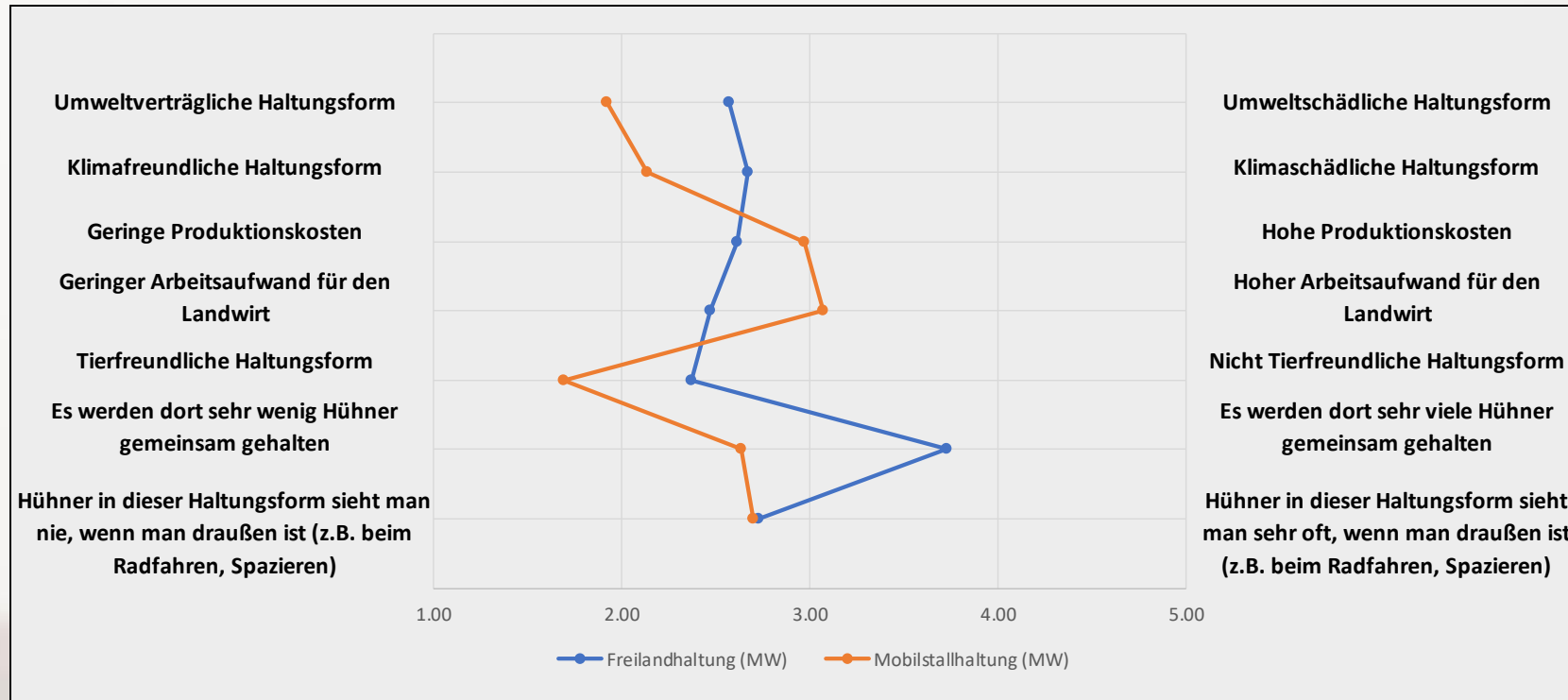


QUANTITATIVE BEFRAGUNG

Ergebnisse

Vergleich Freiland- vs. Mobilstallhaltung

Frage: Was denken Sie trifft auf die Haltung von Hühnern in Mobilställen bzw. Freilandhaltung zu?

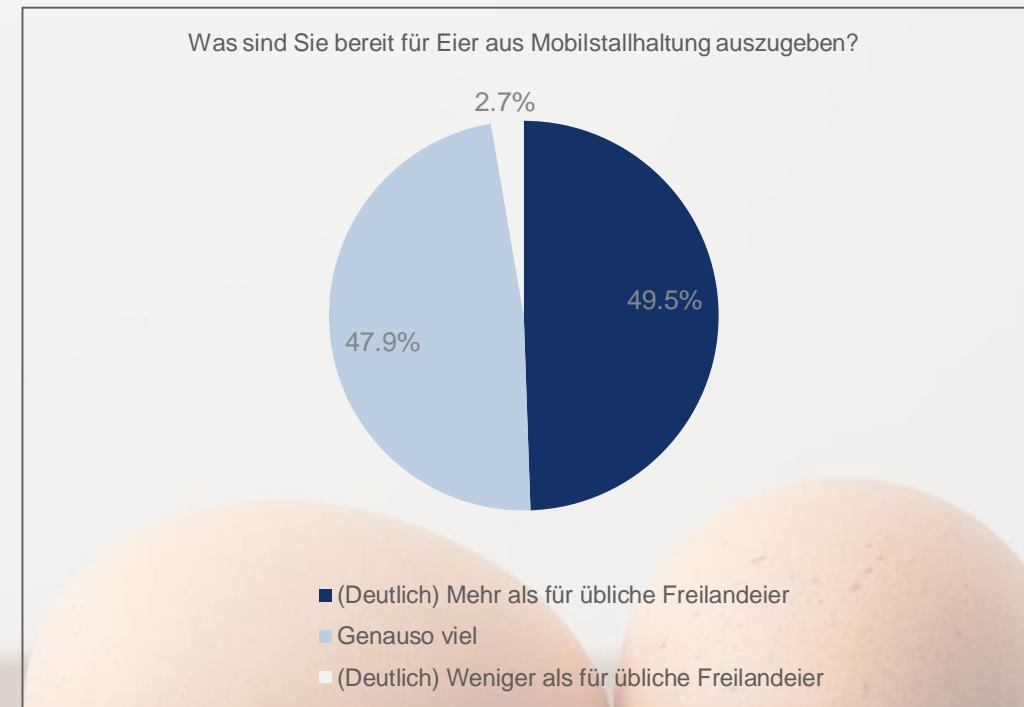
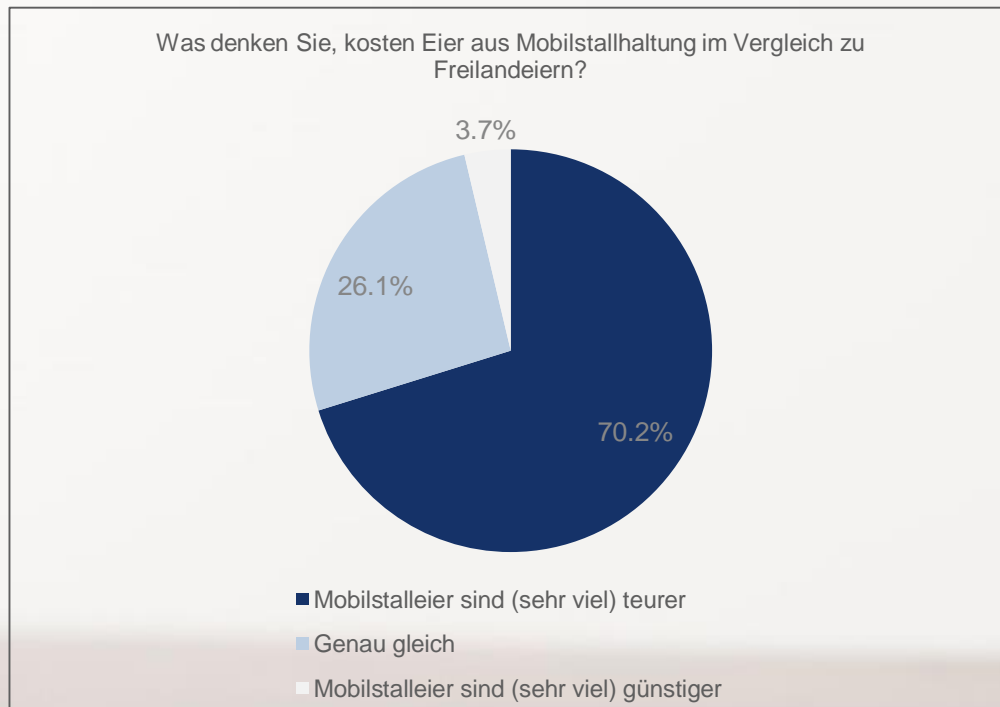


N = 188, 5 Stufige Skala von 1 = Trifft voll und ganz zu bis 5 = Trifft voll und ganz zu

QUANTITATIVE BEFRAGUNG

Ergebnisse

Preiswahrnehmung und Zahlungsbereitschaft



N = 188, 5 stufige Skala von 1=Mobilstalleier sind sehr viel teurer bzw. deutlich mehr als für übliche Freilandeiern bis 5 = Mobilstalleier sind deutlich günstiger bzw. Deutlich weniger als für übliche Freilandeiern

QUANTITATIVE BEFRAGUNG

Zwischenfazit

- Es existiert eine Vorstellung darüber, wie Mobilstallhaltung aussieht
- Im Vergleich zur Freilandhaltung wird die Mobilstallhaltung als positiver wahrgenommen (wenn die Befragten **Informationen** (*hier*: Kurztexpte und Bilder) erhalten haben
- ‚Sichtbarkeit‘ wird nicht als Vorteil gegenüber der Freilandhaltung wahrgenommen
- Preisbereitschaft ist grundsätzlich vorhanden. Nur ein geringer Anteil ist bereit weniger für Mobilstalleier zu zahlen

Zusammenfassung und Ausblick

- Mobilstallhaltung wird auch gegenüber der konventionellen Freilandhaltung bevorzugt
- Erste Hinweise, dass David-gegen-Goliath Frame (Bevorzugung kleiner Betriebe) die gesellschaftliche Präferenz prägt
- Sichtbarkeit / Transparenz hingegen wird (noch) nicht als Vorteil der Legehennenhaltung im Mobilstall eingestuft
- Haltungsform wird als vorteilhafter für Natur- und Umwelt eingestuft
- Vermutetes Marktpotenzial der Mobilstallhaltung kann bestätigt werden. Aber: Bisher ist es noch nicht ausreichend gelungen alle Vorteile der Haltungsform zu kommunizieren.
- Nächster Schritt: Identifikation von Konsumentenpräferenzen in der Kaufentscheidung (inkl. erste kontrollierte Abschätzung der Mehrzahlungsbereitschaften)

Kontakt



DR. MAUREEN SCHULZE

maureen.schulze@agr.uni-goettingen.de

Georg-August-Universität Göttingen

Marketing für Lebensmittel und
Agrarprodukte



DR. GESA BUSCH

gesa.busch@agr.uni-goettingen.de

Georg-August-Universität Göttingen

Marketing für Lebensmittel und
Agrarprodukte



PROF. DR. ACHIM SPILLER

a.spiller@agr.uni-goettingen.de

Georg-August-Universität Göttingen

Marketing für Lebensmittel und
Agrarprodukte

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



UNI KASSEL | ÖKOLOGISCHE
VERSITÄT | AGRAR
WISSENSCHAFTEN

Kompetenz für Landwirtschaft
und Gartenbau



GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN

Literatur

AMI (Agrarmarkt Informations-Gesellschaft) (2021). Marktbilanz Eier & Geflügel, Bonn.

Gilmore, J. H., Pine, J.B. (2007). Authenticity. What consumers really want, Harvard Business School Press. Boston, Massachusetts.

Parisi, M. A., Northcutt, J. K., Smith, D. P., Steinberg, E. L., & Dawson, P. L. (2015). Microbiological contamination of shell eggs produced in conventional and free-range housing systems. *Food Control*, 47, 161–165.

Pettersson, I. C., Weeks, C. A., Wilson, L. R. M., & Nicol, C. J. (2016). Consumer perceptions of free-range laying hen welfare. *British Food Journal*, 118(8), 1999–2013.

Rondoni, A., Asioli, D., & Millan, E. (2020). Consumer behaviour, perceptions, and preferences towards eggs: A review of the literature and discussion of industry implications. *Trends in Food Science & Technology*, 106, 391–401.

Serrano-Montes, J. L., Martínez-Ibarra, E., & Arias-García, J. (2019). How does the presence of livestock influence landscape preferences? An image-based approach. *Landscape Online*, 71, 1–18. <https://doi.org/10.3097/LO.201971>

Sidali, K. L., Hemmerling, S. (2014). Developing an authenticity model of traditional food specialties, *British Food Journal* 116 (11), 1692-1709.

Sonntag, W. I., Spiller, A., & von Meyer-Höfer, M. (2019). Discussing modern poultry farming systems—Insights into citizen’s lay theories. *Poultry Science*, 98(1), 209–216.

Spiller, A., Tschofen, B., May, S., Sidali, K.L. (2015). Wie kommt der Berg in den Käse? Zur Propertisierung räumlicher Kultur durch geographische Herkunftsangaben, in: Groth, S., Bendix, R., Spiller, A. (Hrsg.): *Kultur als Eigentum: Instrumente, Querschnitte und Fallstudien*. Göttinger Studien zu Cultural Property, Band 9, Göttingen: 389-411.

Zakowska-Biemans, S., & Tekien, A. (2017). Free range, organic? Polish consumers preferences regarding information on farming system and nutritional enhancement of eggs: A discrete choice based experiment. *Sustainability*, 9(11), 1–16.