



Wie werden Nutztiere und Heimtiere
in der Presse und Werbung abgebildet
und welche Folgen hat dies?

Realitäten der modernen Tierhaltung zeigen

Interview Hansuli Huber, Geschäftsführer des Schweizer Tierschutzes (STS),
legt im dlz-Interview dar, wie Heim- und Nutztiere in der Presse und in der Werbung
dargestellt werden und welche Folgen dies haben kann.

*Hansuli Huber, machen wir eine Auslegung:
Wie werden Nutz- und Heimtiere nach Ihren Beobachtungen heute in der
Öffentlichkeit dargestellt?*

Huber: In der Fachpresse werden sowohl
Nutztiere wie auch Heimtiere nach
meiner Wahrnehmung in einer grossen
Breite und mit Kompetenz dargestellt
und thematisiert. In diesen Medien wird
breit informiert.

Und in der Tagespresse?

Huber: Die Tagespresse orientiert sich
meist am Newswert von Tieren. Da wird
abgewogen, ob eine Geschichte dem

unterstellten „Leserinteresse“ entspricht
oder nicht. Newswert haben so Ge-
schichten, die provozieren. Also die
Operation für einen Hund, die 10'000
Franken kostet, oder 50 Kilogramm
Gammelfleisch, das über die Grenze
geschmuggelt wurde. Diese Berichter-
stattung empfinde ich als willkürlich.

*Wird in der Tagespresse heute mehr über
Tiere berichtet als noch vor zehn Jahren?*

Huber: Ich habe klar den Eindruck, dass
die Tier-Mensch-Beziehung mehr in den
Vordergrund gerückt ist in den letzten
Jahren. Tiere und Tierschicksale interes-

sieren die Menschen immer mehr und so
wird auch mehr darüber berichtet.

*Heimtiere werden oft verniedlicht darge-
stellt, als „Schnüggel“ mit Jö-Effekt. Stört
Sie das nicht?*

Huber: Seien wir nicht päpstlicher als der
Papst. Unser tägliches Leben wird von
Emotionen geprägt. Das ist doch nicht
schlimm. Wir sehen ein Bild eines
Heimtieres und freuen uns oder sind
schockiert; das ist einfach so. Abartiges
findet sich hingegen im Netz mit Videos
über Missgeschicke oder Quälereien von
Tieren.

Und wie steht es mit den Publikationen von Tierschutzorganisationen? Wie werden dort die Tiere dargestellt?

Huber: In diesen Publikationen findet man sowohl die Katastrophenpädagogik wie auch Berichte, die vorbildliche Tierhaltungen zeigen.

Wie wirkt die Darstellung von Heimtieren und Nutztieren in der Werbung auf Sie?

Huber: In der Werbung werden nur gesunde und fröhliche Tiere gezeigt. Das ist logisch, denn mit der Werbung will man ja etwas verkaufen.

Was bewirkt diese Art von Werbung im Nutztierbereich?

Huber: Die Frage ist, was sie nicht bewirkt. Werbung, wie sie die Grossverteiler häufig im Bereich Nutztiere schalten, sind eine verpasste Chance. Wer im Zusammenhang mit der Eierproduktion in der Schweiz ein Kind mit drei Hühnern vor einem alten Hühnerstall zeigt, macht einen Selbstmord auf Raten. Die Fallhöhe beim Publikum wird mit jeder solchen Werbung höher. Wer mit so altväterischen Motiven wirbt und das Konsumentenbild auf solche realitätsfremden Situationen ausrichtet, leistet einer späteren Skandalisierung geradezu Vorschub. Denn der Skandal besteht dann schon allein darin, dass auf einem Landwirtschafts-Betrieb nicht drei, sondern 3'000 Legehennen gehalten werden.

ZUR PERSON



Hansuli Huber

Hansuli Huber hat an der ETH Zürich Agronomie studiert und doktoriert. Seit 1998 ist er Geschäftsführer Fachbereich des Schweizer Tierschutz STS. Der Schweizer Tierschutz thematisiert auch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Nutztierhaltung in der Schweiz. Im Milchbereich schlägt der STS beispielsweise für mehr Tierschutz und zur wirtschaftlichen Gesundung der einheimischen Milcherzeugung die Entwicklung einer Marke „Schweizer Milch – aus tierfreundlicher Haltung“ vor. Mehr Informationen zum STS sind im Internet zu finden unter www.tierschutz.com

Kühe mit Hörnern in der Werbung geben auch immer zu Diskussionen Anlass.

Huber: Auch wir vom STS kommen immer wieder unter Beschuss deswegen. Wie wir es machen, bekommen wir negative Reaktionen: Wenn wir Kühe ohne Hörner zeigen, was weitestgehend der Realität entspricht, heisst es, wir sollen der Enthornung nicht Vorschub leisten. Wenn wir Tiere mit Hörnern zeigen, heisst es, wir seien Heuchler. Kühe hätten heute doch gar keine Hörner mehr.

Die Milchverarbeiter und der Detailhandel sind aber nicht in dieser Zwickmühle. Die Milch, die sie verarbeiten und verkaufen, stammt ja grösstenteils von enthornten Kühen. Sollten die Verarbeiter und der Detailhandel die Kühe nicht einfach so zeigen, wie sie sind?

Huber: Ja, dann müsste ein Teil von ihnen ehrlicherweise aber auch Kühe in praktisch permanenter Stallhaft zeigen, was dann wenig werbewirksam beim Milchkunden wäre.

Zurück zur Werbung: Wie kann man solche altbackenen Werbebilder erklären?

Huber: Dahinter steckt oft eine unehrliche Haltung. Man hat Angst vor der korrekten Schilderung der modernen Tierhaltungsrealität. Vermutlich reden die Werber auch nicht mit den Einkäufern in ihrem Unternehmen. Denn die würden ihnen schon sagen, dass sie gehalten sind, die Produkte auch nach dem Preis zu kaufen und damit die Entwicklung hin zu immer grösseren Tierbeständen beeinflussen. Die Werber leben vermutlich in einer Werber-Blase und kennen weder die Verhältnisse in der Produktion noch die Konsumenten.

Was sind nach Ihrer Erfahrung denn die Bedürfnisse interessierter Konsumentinnen und Konsumenten?

Huber: Wir haben es heute mit einer Öffentlichkeit zu tun, die vielfach nicht einmal mehr Basiskenntnisse zum Pflanzenbau oder zur Tierhaltung hat. Wie viele Menschen wissen nicht, dass Kühe nur Milch geben, wenn sie vorher ein Kalb auf die Welt gebracht haben? Ich wurde einmal gefragt, ob es nicht Tierquälerei sei, wenn das Küken vor dem Schlupf im Ei sein müsse. Das ist aber nicht Schuld der Konsumenten, sondern liegt an der völlig ungenügenden Information der Bevölkerung durch die Nahrungsmittel-Branche. Ich erlebe es praktisch jede Woche einmal, dass interessierte Personen, die uns zu Land-



Erlaubt, nicht erlaubt? Viele Konsumentinnen und Konsumenten kennen den Unterschied zwischen Labelproduktion und Haltungen, die nach Tierschutzgesetzgebung erlaubt sind, nicht.

wirtschaftsthemen anfragen, sehr dankbar sind, wenn man ihnen grundlegende Informationen zugänglich macht, damit sie dann selbst das Ganze einschätzen können.

Wie würden Sie Nutztiere in Werbung für Eier oder Milch darstellen?

Huber: Ich würde nicht auf die Darstellung schöner Tiergesichter verzichten, aber auch Fotos moderner Legehennen-, Schweine- oder Kuhställe mit den heute üblichen, recht hohen Tierbeständen zeigen. Eine noch zu wenig genutzte Möglichkeit wäre auch, via Internet das Tierleben im Stall und auf der Weide rund um die Uhr zu zeigen.

Wer prägt heute das öffentliche Bild der Nutztierhaltung in der Schweiz?

Huber: Die Öffentlichkeit hört von denjenigen am wenigsten, die das grösste Interesse an einer vernünftigen Information über die Nutztierhaltung haben müssten und die auch am authentischsten darüber berichten könnten: den Bäuerinnen und Bauern. Sie kommen in der Fachpresse zwar zu Wort, aber in den übrigen Medien nicht. Auch der landwirtschaftliche Informationsdienst (LID) schafft diesen Brückenschlag zur nicht bäuerlichen Bevölkerung nicht. Das Bild der Nutztierhaltung in der Gesellschaft wird hauptsächlich durch die Werbung und diejenigen Medien geprägt, die Geschichten über Nutztiere meist anhand des Newswerts beurteilen:



Der STS findet lokale Viehausstellungen sinnvoll, wehrt sich aber gegen „Topelite“-Zuchtausstellungen, an denen die Kühe „total vermenschlicht“ werden.

Antibiotika, hohe Preise, furzende Rinder und Massentierhaltung schaffen es in diese Berichterstattung.

Die Produzenten sind aber in vielen Gremien vertreten, die einen Einfluss auf die Werbung haben.

Huber: Sie sind da vertreten, ihr Einfluss tendiert aber zum Nullpunkt. Denn sie vergessen dort häufig die Anliegen der Berufskollegen und identifizieren sich

statt dessen mit den Sorgen und Nöten von Firmen, die auch auf dem Rücken der Bauern Millionengewinne scheffeln.

In welchen Bereichen und bei welchen Tierarten gehen die realen Situationen in der Produktion und die von der Werbung instrumentalisierten Bilder am meisten auseinander?

Huber: Heute gehen viele Menschen davon aus, dass die Labelproduktion dem Niveau des Tierschutzgesetzes entspricht und dass andere Tierhaltungen verboten seien. Kaum jemand von ausserhalb der Landwirtschaft weiss, dass praktisch permanente Anbindehaltung von Kühen, mit nur 90-mal je 1 Stunde Alibiauslauf im Jahr, zulässig ist oder dass man Mastschweine und Rinder in Mastställen ohne Einstreu und ohne Auslauf halten darf. Die Iglu-Einzelhaltung von Kälbern auf 3 m³ Fläche wird bei uns immer wieder von Tierfreunden als tierschutzwidrig beanstandet. Dabei zahlt der Bund dafür gar RAUS-Beiträge.

In welchen anderen Bereichen wäre Aufklärung notwendig?

Huber: Die Bestandesgrössen sind vielen Menschen nicht bekannt, weder in der Schweiz noch im Ausland. Zum Beispiel höre ich oft, 200 Schweine, also der Schweizer Durchschnitt, seien doch sehr viele Tiere pro Betrieb. Dass man in Holland durchschnittlich 2'000, in Dänemark gar 3'000 Schweine hält,



Was dem Auge des Züchters gefallen mag, ist dem Schweizer Tierschutz oft ein Dorn im Auge: Extremzuchten gibt es sowohl bei den Heimtieren wie bei den Nutztieren.



Der Schweizer Tierschutz STS thematisiert die Nutzung und die Haltung von Nutz- und Heimtieren ebenso wie den Konsum von „Delikatessen“.

weiss hier niemand. Bei den Importen haben viele Menschen zwar ein diffuses Gefühl. Doch viele gehen davon aus – weil es ja keine Deklaration gibt – dass schon irgendjemand schauen wird, dass nicht Fleisch aus Tierhaltungen, die hier nicht zulässig wären, in die Schweiz importiert wird. Aber das stimmt ja eben gerade nicht.

Der STS weist seit Jahren auf die Zusammenhänge zwischen den Produzentenpreisen und der Tierhaltung hin. Hat sich diese Aufklärungsarbeit aus Ihrer Sicht ausgezahlt?

Huber: Wir predigen seit 30 Jahren, dass Tierschutz seinen Preis hat. Unter der Preisdrückerei bei Milch, Fleisch und Eiern leiden Tiere und Bauern. Unsere Aufklärungsarbeit hat sicher etwas gewirkt: Die Preisakzeptanz für Produkte aus tierfreundlicher Haltung ist in der Schweiz grundsätzlich gut. Die Bauern müssten nur mehr daraus machen. Als Vorbild sehe ich dabei GalloSuisse, die das tierfreundliche Schweizer Ei in den Vordergrund stellen. Vor dieser zupackenden Haltung zum Tierschutz sind etwa Milchproduzenten- und Schweineproduzenten-Verbände noch weit entfernt.

Der STS klärt in manchen Fragen auf, in anderen prangert er vor allem Zustände an. Wie entscheiden Sie, welche Strategie Sie wo einsetzen?

Huber: Beim tiefen Milchpreis und den Auswirkungen des Milchpreises auf die Tiergesundheit haben wir es mit einer gesamtgesellschaftlichen Frage zu tun. Hier ist es unsere Pflicht, aufklärend zu

wirken und nicht die Produzentinnen und Produzenten anzugreifen. Bei solchen Fragen muss man in die Breite und Tiefe gehen, um etwas für die Tiere bewirken zu können. Und dann gibt es aber Themen, wo man einfach nur anprangern muss.

Zum Beispiel bei den Zuchtvieh-Ausstellungen?

Huber: Bei den Viehausstellungen unterscheiden wir: Lokale Viehausstellungen prägen das Bild der Nutztierhaltung auf positive Art und Weise. Man sieht zahme, gut gepflegte Tiere, die mit Menschen in Kontakt stehen. Das unterstützen wir. Ganz anders sieht es

mit gewissen Topelite-Ausstellungen aus, wo Kühe einerseits zu Barbiepuppen poliert werden und andererseits mit überlangen Melkzeiten, irritierenden Substanzen und Eis am Euter traktiert werden. Das ist eine totale Vermenschlichung, wie man sie nicht einmal mehr auf den Heimtiermessen findet.

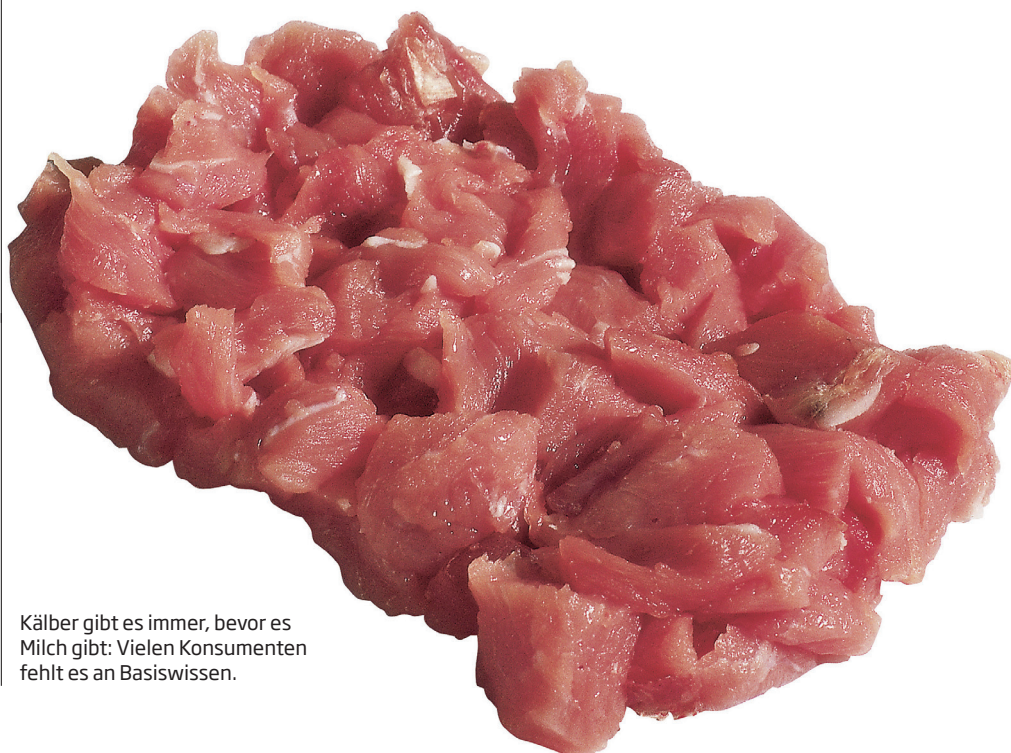
Wie erklären Sie sich, dass diese Art des Zurechtmachens von Nutztieren auch Bäuerinnen und Bauern fasziniert?

Huber: Das Gros der Bauern kann nichts mit dem übertriebenen Zurechtmachen für Elite-Shows anfangen. Wir vom STS haben noch nie so viele positive Rückmeldungen von Bäuerinnen und Bauern erhalten wie auf unsere Kampagne gegen diese würdelosen Schauen. Ansonsten können sich nur wenige Menschen der Faszination von Tieren entziehen – und das ist gut so.

Inwiefern sind Heimtier- und Nutztiermessen ein Thema für den STS?

Huber: Der STS schickt seit drei Jahren Expertenteams zu nationalen Tierausstellungen. Wir prangern unnötiges Zurechtmachen und fragwürdige Ausstellungsgehege an. Unseres Erachtens sollten Tiere in ihrer natürlichen Schönheit und in möglichst tierfreundlichen Haltungen gezeigt werden. Die Olma 2016 war hier mit dem Freilaufstall für Kühe beispielhaft und hat verdienstermassen dadurch viel Publikumsinteresse generiert.

Die Fragen stellte Claudia Schreiber.



Kälber gibt es immer, bevor es Milch gibt: Vielen Konsumenten fehlt es an Basiswissen.