

 Masthuhn-Report

**LEBENSMITTELHERSTELLER**

**im Check 2024**



**Masthuhn-Initiative**



*Albert Schweitzer*  
Albert Schweitzer Stiftung  
für unsere Mitwelt

# Liebe Leserinnen und Leser,

für den Wandel zu einer besseren Hühnerhaltung spielen die Lebensmittelhersteller eine zentrale Rolle. Deshalb werfen wir in diesem Masthuhn-Report erstmals einen Blick auf diese Branche. Von den von uns untersuchten Herstellern hat sich der Großteil erfreulicherweise bereits der Masthuhn-Initiative angeschlossen. Im Umstellungsfortschritt zeigt sich jedoch ein gemischtes Bild. Wir erwarten von allen Unternehmen eine schnellere Umsetzung und von den Nachzüglern, dass sie Commitments abgeben und sich an die Umsetzung machen, um nicht von der Konkurrenz abgehängt zu werden. Sie werden in guter Gesellschaft sein:



Mittlerweile arbeiten über 100 Unternehmen in Deutschland durch ihren Anschluss an die Masthuhn-Initiative an der Verringerung von Besatzdichten und der Abschaffung von Qualzuchten. In unserem Report stellen wir Transparenz darüber her, wer das erforderliche jährliche Fortschrittsreporting veröffentlicht, wer Roadmaps nutzt, wer die Umstellung anführt und wer sich dem Fortschritt vollends verweigert.

Um den Wunsch der VerbraucherInnen nach mehr Tierschutz zu ermöglichen und den Markt nachhaltig zu verändern, müssen alle Branchen zusammen an einer noch effektiveren gemeinsamen Zielsetzung und einer zügigeren Umstellung arbeiten. Wir werden die Entwicklungen weiter verfolgen und Unternehmen, wenn nötig, an ihre Verantwortung gegenüber ihren KundInnen erinnern.

Ich wünsche Ihnen eine aufschlussreiche Lektüre!

Ihre

A handwritten signature in blue ink that reads "E. Rabofski".

Esther Rabofski | Interims-Leiterin Lebensmittel-Fortschritt

# Inhalt

## Ausgangslage

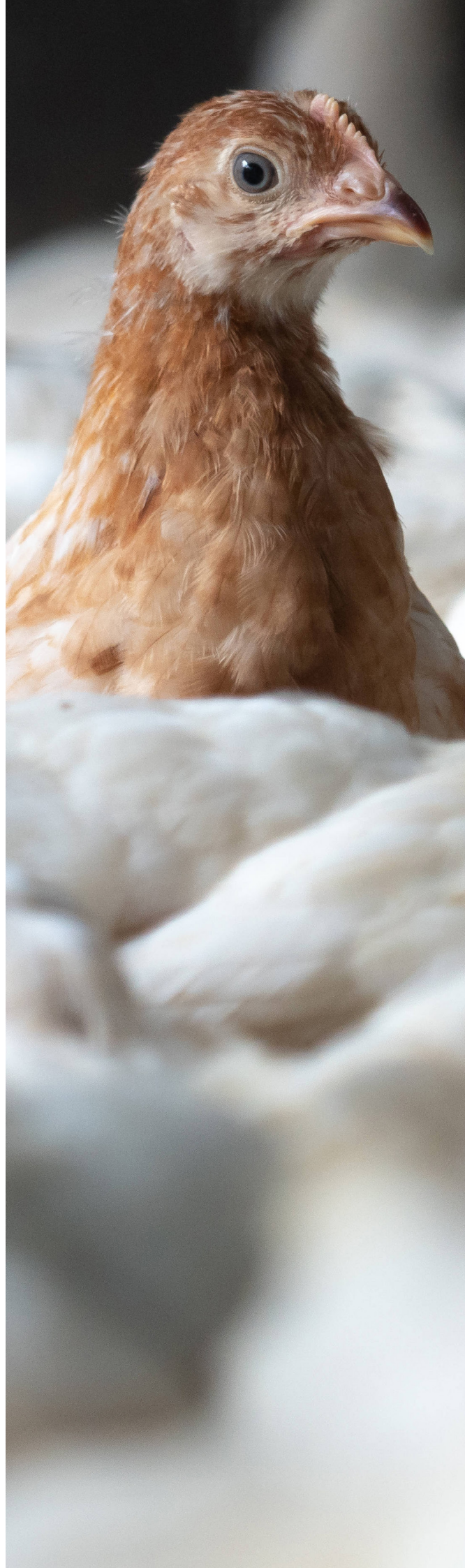
Vorteile der Masthuhn-Initiative **4**  
Die Masthuhn-Initiative umsetzen **6**  
Branchen-Insights **6**

## Ergebnisse

Zusammenfassung der Ergebnisse **7**  
Unser Fazit **8**  
Ergebnisse im Überblick **9**  
Stärken und Schwächen der Unternehmen **10**  
Details zur Umstellung **12**  
Methode und Punktevergabe **14**

## Ausblick

Spotlight Produzenten **14**  
Werden Sie Teil der Masthuhn-Initiative! **15**  
Referenzen und Impressum **15**



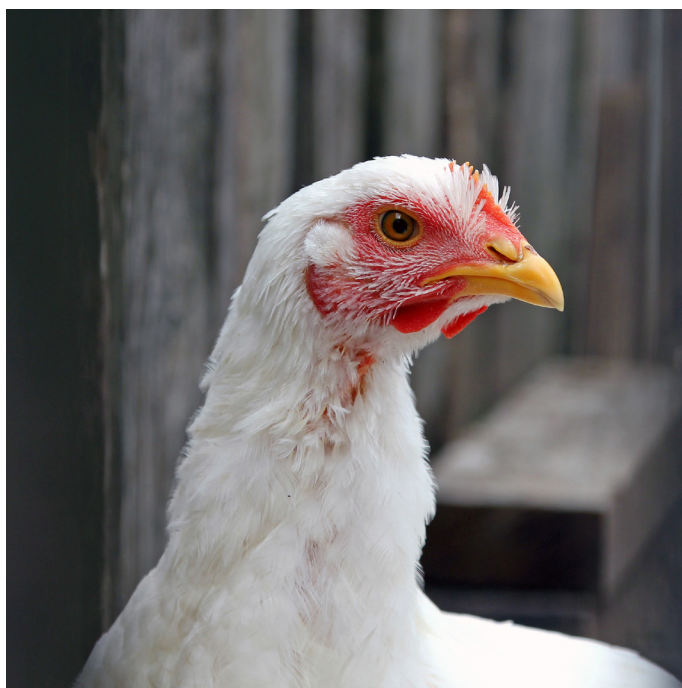
## Vorteile der Masthuhn-Initiative

Die Kriterien der Masthuhn-Initiative (MHI) bieten eine pragmatische Hilfestellung für verantwortungsbewusste Unternehmen. Sie sind auf effektive Tierschutzverbesserungen und hohe Machbarkeit ausgelegt und lösen die zentralen Probleme in der Hühnerhaltung:

- ✓ Weniger zuchtbedingte Schmerzen und bessere Mobilität durch robustere Rassen<sup>1</sup>
- ✓ Weniger Muskelerkrankungen, z. B. Muskelverfettung (»White Striping«)
- ✓ Mehr Bewegungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten
- ✓ Drastische Senkung von Fußballenerkrankungen, weniger Ausschussware
- ✓ Weniger Stress und Fehler bei Betäubung und Schlachtung
- ✓ Deutlich geringerer Antibiotika-Einsatz

Der Kriterienkatalog wurde von über 30 europäischen Organisationen entwickelt und wird seit seiner Einführung von der Albert Schweitzer Stiftung vertreten. Über 100 in Deutschland tätige Unternehmen haben sich bereits für bessere Haltungsbedingungen entschieden.<sup>2</sup> In unserem »Spotlight Produzenten« finden Sie eine Übersicht der auf dem Markt verfügbaren kompatiblen Marken und Label.

### Ihre Vorteile



Kundenwünsche nach besseren Haltungsbedingungen erfüllen



Lieferketten-Verantwortung demonstrieren



Nachhaltigkeit steigern: Mehr Tierschutz und reduzierter Antibiotika-Einsatz



Etablierte Label und Branchenlösungen für die Umsetzung nutzen

**Jede Minute werden in Deutschland über 1000 Masthühner geschlachtet.**

Für 2023 beläuft sich deren Gesamtzahl auf über 626 Millionen Tiere - das sind 84 % aller Schlachtungen.<sup>3</sup> Entgegen dem allgemeinen Trend zu weniger Fleischkonsum steigt die Produktion von Geflügelfleisch.<sup>4</sup>

Laut dem Eurobarometer aus dem Jahr 2023 möchten 92 % der befragten Deutschen, dass es den Tieren in der Nutztierhaltung besser geht, als es derzeit der Fall ist.<sup>5</sup> Unternehmen, die tierische Produkte verwenden, verantworten das Wohlergehen der Tiere in ihren Lieferketten. Erkennen die führenden Akteure der Lebensmittelwirtschaft ihre Verantwortung an, oder wälzen sie diese auf ihre KundInnen ab?

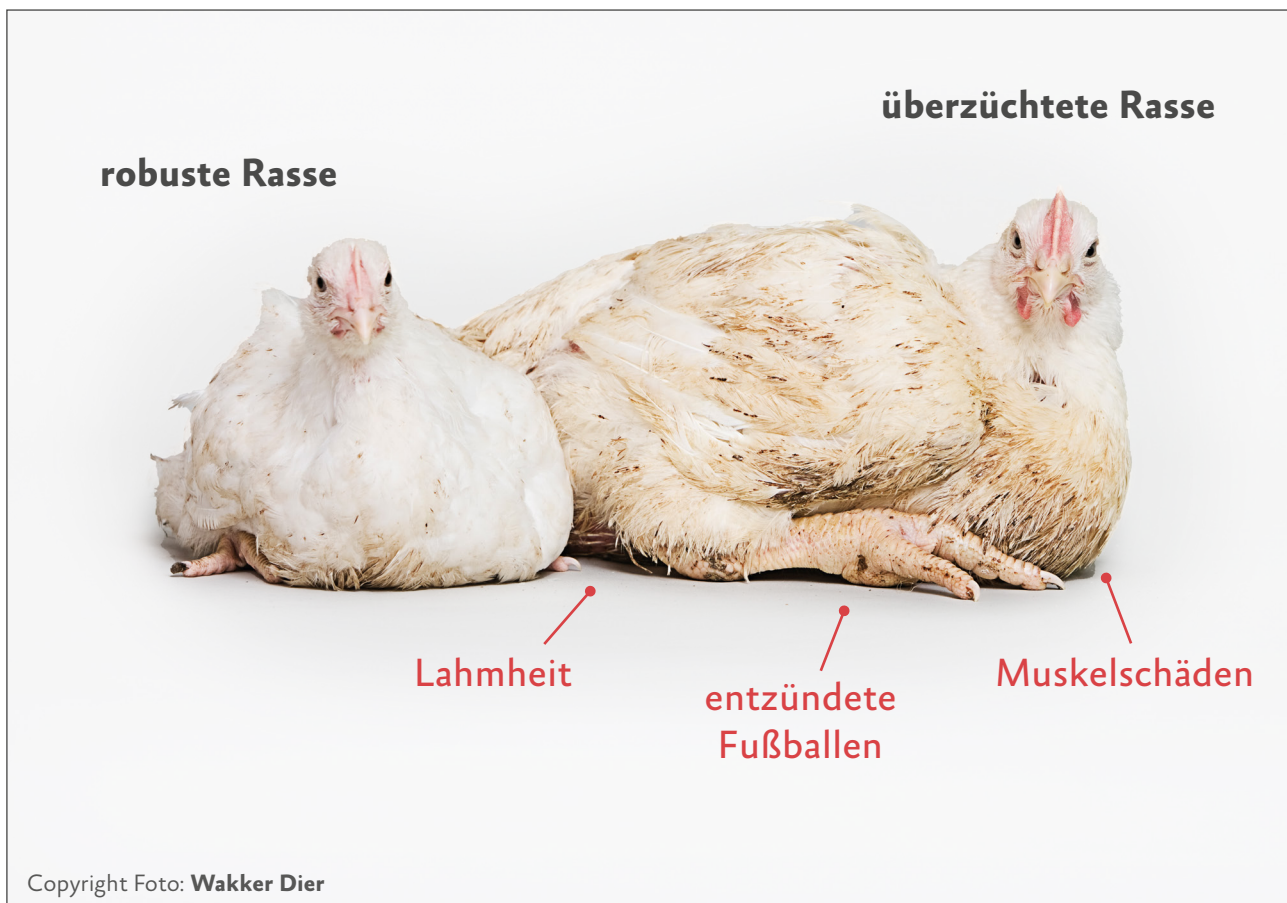
Mit unserem Masthuhn-Report stellen wir die wichtigsten Lebensmittelunternehmen Deutschlands auf den Prüfstand:

- > Welche Verantwortung übernehmen sie beim Tierschutz?
- > Lassen sie auf ihre Ankündigungen Taten folgen oder bleibt es bei leeren Versprechungen?
- > Welche Best-Practices gibt es bereits und wie profitieren die Unternehmen von der Umstellung?

## Die Kriterien des European Chicken Commitments im Vergleich

| Kriterium                  |   | Rechtlicher Standard                                       | European Chicken Commitment                                | Haltungsform 3+  |
|----------------------------|---|--|--|--|
| Zucht                      |  | stark überzüchtet  | robuste Rassen (gemäß RSPCA)                               | robuste Rassen (gemäß RSPCA)   |
| Platz                      |  | bis zu 26 Tiere pro m <sup>2</sup> (39 kg/m <sup>2</sup> ) | bis zu 20 Tiere pro m <sup>2</sup> (30 kg/m <sup>2</sup> ) | bis zu 19 Tiere pro m <sup>2</sup> (29 kg/m <sup>2</sup> )   |
| Auslauf                    |  | nein   | nein   | Außenklimabereich  |
| Vorgreifen                 |  | unbegrenzt   | maximal 1 x  | unbegrenzt   |
| Licht                      |  | 20 Lux, teilweise Tageslicht                               | 50 Lux, inkl. Tageslicht                                   | 20 Lux, teilweise Tageslicht   |
| Sitzstangen, Beschäftigung |  | nein   | mind. 2 m Sitzstangen sowie 2 Gegenstände je 1.000 Tiere   | mind. 2 Gegenstände je angefangener 150 m <sup>2</sup> oder mind. 3 Stro- oder Heuballen und 2 Pickgegenstände je 2000 Tiere |
| Haltungssysteme            |  | bei Importen Käfighaltung möglich                          | keine Käfige   | keine Käfige   |
| Betäubung, Schlachtung     |  | unzuverlässig  | zuverlässig  | zuverlässig  |
| Kontrollen                 |  | keine Kontrollen vorgeschrieben                            | Audits durch unabhängige Dritte                            | Audits durch unabhängige Dritte  |

## Robuste und überzüchtete Rasse im Vergleich



## Die Masthuhn-Initiative umsetzen

Die Masthuhn-Initiative zielt darauf ab, Tierschutz-Probleme effektiv zu lindern. Gleichzeitig müssen die Preisaufschläge für Unternehmen wirtschaftlich vertretbar bleiben. Dafür bietet sie drei Möglichkeiten:

1. Die Teilnahme am **European Chicken Commitment (ECC)**.
2. Die Nutzung von Stufe 3 des **Haltungsform-Systems** mit Zusatzkriterien (»Haltungsform 3+«):
  - > Es werden ausschließlich ECC/RSPCA-zertifizierte Zuchtlinien verwendet,
  - > die Hühner werden in mehrstufigen CO<sub>2</sub>-Systemen oder mit inerten Gasen betäubt (Verzicht auf die Elektrowasserbad-Betäubung),
  - > es werden keine Verschlechterungen der Haltungsform-3-Kriterien zugelassen und
  - > die Unternehmen entwickeln und veröffentlichen einen Zeitplan zur Umstellung (Roadmap).
3. Die Nutzung oder Entwicklung eines Labels oder Konzepts, das mindestens die Basiskriterien (Zucht, Platz, Beschäftigungsmaterial) erfüllt oder übertrifft, auch wenn andere Kriterien nicht vollständig abgedeckt sind (z. B. Licht, Betäubung). Beispiele hierfür sind Label Rouge oder Kikok.

Alle Unternehmen berichten jährlich über ihre Fortschritte.

Über 20 auf dem Markt verfügbare Label erfüllen bereits ganz oder mit Zusatzvereinbarungen die Kriterien der Masthuhn-Initiative. Details finden Sie auf <https://www.masthuhn-initiative.de>.

## Branchen-Insights

Insgesamt haben sich bereits 22 in Deutschland tätige Hersteller der MHI angeschlossen. In unserem diesjährigen Report fokussieren wir uns auf die Fortschritte der größten und wichtigsten Unternehmen. Insgesamt ist die Branche sehr heterogen und reicht von Branchengrößen wie Nestlé – die relativ betrachtet wenig Fleisch in ihrer Lieferkette haben – hin zu kleineren Herstellern, die fast ausschließlich Hühnerfleisch verarbeiten.

Wir erkennen an, dass die Risiken und der Umsetzungsaufwand bei einem Commitment unterschiedlich hoch sein können. Auch hier gibt es branchenspezifische Probleme, die vor allem im B2B-Bereich auftreten, der sehr stark von einem günstigen Warenpreis und den Wünschen der potentiellen Geschäftspartner geprägt ist. Nichtsdestotrotz sollten Hersteller Verantwortung übernehmen, auf die Konsumwünsche der VerbraucherInnen eingehen und ihr gesamtes Sortiment – Marken und Eigenmarken – auf MHI-konforme Produkte umstellen. Das vereinfacht den Einkauf sowie die Lieferantensuche und sorgt durch höhere Abnahmemengen für eine bessere Verhandlungsposition beim Lieferanten.

Insbesondere große Hersteller agieren häufig international. Sie können somit den Markt auch über die

deutschen Landesgrenzen hinaus positiv beeinflussen, wenn sie höhere Tierschutzstandards einfordern und ein entsprechendes Auditing sicherstellen.

Ein klarer Vorteil für Hersteller liegt darin, dass sie oft direkt beim Produzenten einkaufen. Dadurch können sie leichter nachvollziehen, was sie genau erwerben und auch unmittelbare Forderungen an die Erzeuger stellen. Die Branche bildet also eine sehr wichtige Schnittstelle in beide Richtungen: Einerseits kann sie ihre B2B-KundInnen dabei begleiten, ebenfalls Wert auf höhere Tierschutzstandards zu legen – andererseits liefert sie ihre Produkte an den Lebensmitteleinzelhandel oder die Gastronomie. Diese Branchen können ihre eigenen Commitments nur erfüllen, wenn sie mit Herstellern zusammenarbeiten, die ebenfalls höhere Mindeststandards für Masthühner umsetzen. Angesichts der zunehmenden Zahl an Händler-Commitments sowie der wachsenden Wichtigkeit von Tierschutz für die VerbraucherInnen bedeutet das: Hersteller müssen sich so oder so mit höheren Tierschutzstandards auseinandersetzen und sollten stärker als bisher ihre Möglichkeiten nutzen, den Wandel voran zu treiben.

## Zusammenfassung der Ergebnisse

### > **Unterstützung der Masthuhn-Initiative**

Sieben der untersuchten Unternehmen haben ein vollumfängliches Commitment, bei zweien (Unilever, Tönnies Foodservice) liegt nur ein Teilcommitment vor. Von Bell und Eismann steht die Unterstützung der Masthuhn-Initiative aus und sie werden im Ranking von der Konkurrenz abgehängt.

### > **Roadmap**

Aktuell erhält lediglich Dr. Oetker Teilpunkte, alle anderen Unternehmen haben noch keine öffentlichen Roadmaps für die Planung ihrer Umstellung. Wir erwarten, dass dieses effektive Tool zeitnah mehr genutzt wird.

### > **Reporting**

Bedauerlicherweise berichten bisher nur sechs der elf Unternehmen regelmäßig über ihre Fortschritte. Transparenz und Details zu den einzelnen Kriterien lassen zu wünschen übrig. Zukünftig werden wir höhere Anforderungen an die Reportingqualität und -inhalte stellen und erwarten detaillierte, prozentuale Fortschrittsangaben zu den einzelnen Kriterien der MHI.

### > **Umstellungsfortschritt**

Trotz der teils langen Mitgliedschaft mangelt es bei vielen Herstellern noch an einer zügigen Umsetzung – bisher kann die Branche nur wenige Fortschritte vorweisen. Da aktuell noch die wenigsten Hersteller überhaupt detailliert zu den Kriterien berichten, können wir die Entwicklungen im Einzelnen nicht weiter nachvollziehen. Hier erwarten wir ein deutlich höheres Tempo und mehr Transparenz, denn die Frist 2026 naht.



## Unser Fazit

Hersteller haben eine wichtige Schlüsselposition im Markt inne – sie tragen dadurch große Verantwortung und verfügen über einen beträchtlichen Einfluss auf die Produktqualität. Wir erwarten nach dem klaren Bekenntnis der Branche zu mehr Tierschutz jetzt einen entsprechenden Einsatz bei der Umsetzung: Einige Unternehmen sind schon seit vielen Jahren Mitglied der Masthuhn-Initiative und die meisten wollen ihr Commitment bis 2026 erfüllen. Wie sie dieses Ziel erreichen wollen, bleibt für

uns – ohne Roadmaps und ausreichend detailliertes Reporting – derzeit unklar. Aktuell liegt Frosta mit 20 % der möglichen Punkte bei der Umstellung vorn. Gleichzeitig sperren sich mit Bell und Eismann zwei bekannte Unternehmen noch immer, sich im Interesse ihrer KundInnen für die höheren Mindeststandards der Masthuhn-Initiative zu engagieren.

**Als Stiftung machen wir gemeinsam mit immer mehr Unternehmen den Wandel möglich. Viele Gespräche und Formate wie der Runde Tisch der Masthuhn-Initiative, zu dem auch in diesem Jahr wieder viele engagierte Unternehmen zusammen gekommen sind, zeigen: Der Wille zur Kooperation und Lösungsfindung ist da.**









**Loretta Schulte**  
Key Account Managerin









Wir begrüßen, dass sich viele große Hersteller der MHI angeschlossen haben und damit Verantwortung übernehmen sowie ein starkes Zeichen für mehr Tierschutz setzen. Doch wir fordern neben Selbstverpflichtungen auch klare und transparente Berichterstattung sowie Roadmaps, die die Schritte zum Ziel detailliert aufzeigen. Die Unternehmen müssen deutlich machen, dass sie die MHI-Standards wirklich ernst nehmen und von den Lieferanten auch einfordern. Hersteller sollten zudem ihre B2B-Kunden auf die Reise zu höheren Tierschutzstandards mitnehmen und Verantwortung nicht nur für ihre Produkte, sondern auch für die Qualität aller verwendeten Rohwaren beweisen. So kann die Branche gemeinsam eine zukunftsfähige Basis schaffen, die Kundenvertrauen stärkt und sich klar von billigen Mindeststandards abgrenzt.



# Ergebnisse im Überblick

| Geprüfte Unternehmen   | Volle Unterstützung der MHI | Roadmap | Reporting | Umstellungsfortschritt | Gesamtergebnis | Stufe |
|--|-----------------------------|---------|-----------|------------------------|----------------|-------|
|                           | ☑                           | ✓       | ☑         | █■■■■■■■■■■            | 63 %           | 3     |
|                           | ☑                           | ✗       | ☑         | ██■■■■■■■■■■           | 60 %           | 3     |
| <b>bofrost*</b>  | ☑                           | ✗       | ☑         | █■■■■■■■■■■            | 57 %           | 4     |
| <b>Nestlé</b>  | ☑                           | ✗       | ☑         | █■■■■■■■■■■            | 57 %           | 4     |
| <b>Nomad Foods</b>   | ☑                           | ✗       | ☑         | █■■■■■■■■■■            | 57 %           | 4     |
|                          | ✓                           | ✗       | ☑         | █■■■■■■■■■■            | 43 %           | 4     |
|                         | ☑                           | ✗       | ✗         | ■■■■■■■■■■             | 33 %           | 5     |
| <b>GB FOODS</b>  | ☑                           | ✗       | ✗         | ■■■■■■■■■■             | 33 %           | 5     |
|                         | ✓                           | ✗       | ✗         | ■■■■■■■■■■             | 20 %           | 5     |
| <b>BELL FOOD GROUP</b>  | ✗                           | ✗       | ✗         | ■■■■■■■■■■             | 0 %            | 6     |
| <b>eismann</b>   | ✗                           | ✗       | ✗         | ■■■■■■■■■■             | 0 %            | 6     |

|  |   |   |                     |
|--|---|---|---------------------|
|  100 %<br>Führend |  60-79 %<br>Sichtbare Verbesserung |  20-39 %<br>Schlecht     | ☑ voll erfüllt      |
|  80-99 %<br>Gut   |  40-59 %<br>Erste Schritte         |  0-19 %<br>Sehr schlecht | ✓ teilweise erfüllt |
|  |   |   | ✗ nicht erfüllt     |

## Stärken und Schwächen der Unternehmen



**DR. OETKER** erreicht in unserem Ranking mit insgesamt 63 % den höchsten Punktestand. Der Hersteller ist bereits im Jahr 2018 der MHI beigetreten und treibt die Umstellung aktiv voran. Nach knapp über 40 % Lieferkettenumstellung im Reporting 2022 ist dieser Wert aufgrund von Qualitätsproblemen mit Lieferanten temporär wieder zurückgegangen, sodass wir nur wenige Punkte vergeben können. Mit der Veröffentlichung seiner Roadmap geht Dr. Oetker in der Branche voran. Allerdings konnten wir auch hier nur Teilpunkte vergeben, denn der Plan ist zu vage gehalten und enthält keine ausreichende Aufschlüsselung der einzelnen Kriterien. Wir sind gespannt auf die Maßnahmen, die Dr. Oetker ergreifen wird, um die bestehenden Probleme zu beheben und an die alten Erfolge anzuknüpfen. Laut eigener Aussage möchte das Unternehmen sein Commitment bis 2026 vollständig erfüllen.



Seit 2019 ist **FROSTA** Mitglied der Initiative und liegt mit einer Wertung von 60 % knapp hinter Dr. Oetker. Als schwierig gestaltet sich aktuell die Umsetzung der mehrstufigen CO<sub>2</sub>-Betäubung in Thailand, da dort hohe Ansprüche an Halal-Richtlinien herrschen, die diese Art der Betäubung nicht erlauben. Das Unternehmen berichtet dafür von einem erfolgreichen und kontinuierlichen Herabsetzen der Besatzdichten sowie der Einführung von Rassen ohne die gravierendsten Qualzucht-Merkmale. Wir vermissen im Report eine detaillierte Darstellung der konkreten Umstellungsfortschritte und können nur Teilpunkte vergeben. Bei der Erfüllung der selbstgesteckten Ziele wäre auch eine Roadmap hilfreich.

**bofrost\*** **BOFROST** hat sich der Initiative bereits 2019 verpflichtet und erhält volle Punkte für sein Commitment sowie für die Veröffentlichung eines Reportings. Seit Anfang 2023 führt der Hersteller bereits zwei MHI-konforme Produkte. Da im Fortschrittsbericht jedoch keine detaillierten Angaben dazu gemacht werden, können wir in Sachen Umstellung nur einen Punkt vergeben. Beim Thema Roadmap geht der Hersteller leer aus. Bofrost erhält somit insgesamt 57 % und erreicht Stufe 4. Mit einer Roadmap könnte der Hersteller zeigen, wie zukünftig auf die Einführung der bereits konformen Produkte aufgebaut werden soll. In Kombination mit einem detaillierten Reporting könnte sich Bofrost so von der Konkurrenz abheben.

**Nestlé** Der bekannte Hersteller ist bereits seit sechs Jahren Teil der MHI und bietet auch vermehrt Alternativen zu gängigen Fleischprodukten an. **NESTLÉ** zeigt deutliche Motivation für die Lieferkettenumstellung und macht transparent, dass bisher nur zwei Lieferanten gefunden werden konnten, die die MHI voll erfüllen und entsprechende Produkte liefern können. Einen Zwischenschritt könnte das Unternehmen machen, indem es Ware aus höheren Haltungsstandards einkauft, die vielleicht noch nicht alle Kriterien der MHI erfüllen. So kann es den Wandel zu mehr Tierschutz aktiv vorantreiben. Auch bei Nestlé vermissen wir aktuell noch ein ausführliches Reporting mitsamt Roadmap. Nestlé geht mit 57 % (Stufe 4) aus dem Ranking hervor.

**Nomad Foods** **NOMAD FOODS** (agiert in Deutschland unter der Marke Iglo) erreicht mit 57 % ebenfalls Stufe 4. Für sein Commitment erhält Nomad die volle Punktzahl, als problematisch sehen wir jedoch, dass das MHI-Commitment des Mutterkonzerns nicht mehr online zu finden ist. Es gibt minimale Punkte für die berichtete Umsetzung der selbstgesteckten Ziele. Aktuell liegt keine Roadmap vor, daher gibt es in diesem Bereich keine Punkte. Nomad hat im vergangenen Jahr allerdings immerhin Teilziele formuliert, beispielsweise für volle Compliance im Bereich Auditing. Der Konzern nennt für einige Märkte die Herausforderung, keine Baugenehmigungen für MHI-konforme Ställe zu bekommen. Zudem beklagt er eine geringe Warenverfügbarkeit, wodurch das Unternehmen dazu gezwungen sei, Waren außerhalb der EU zu beschaffen, wo die benötigten MHI-konformen Rassen nicht verfügbar seien. Wir empfehlen Nomad Foods dringend die Erstellung einer vollständigen Roadmap, in der das Unternehmen Zwischenschritte formuliert.



**UNILEVER** war einer der ersten Unterstützer der Masthuhn-Initiative, allerdings liegt aktuell nur ein unvollständiges Commitment vor. Das führt zu Teilpunkten und in der aktuellen Analyse reicht es mit 43 % nur für Stufe 4. Löblich ist, dass Unilever die besonders wichtigen Kriterien »geringere Besatzdichte« und »weniger Überzüchtung« zu priorisieren scheint. Leider wird bisher noch nicht zu allen Kriterien berichtet und es liegt, im Gegensatz zu Legehennen, noch keine Roadmap für Masthühner vor. Wenn der Konzern entsprechende Verbesserungen vornimmt, erwarten wir zukünftig ein besseres Abschneiden.



**RÜGENWALDER MÜHLE** liegt mit 33 % auf Stufe 5. Nach eigenen Aussagen will das Unternehmen gemeinsam mit seinen Lieferanten bis 2026 strengere Kriterien umsetzen. Es liegt jedoch keine Roadmap vor, die dieses Vorhaben auch für die KundInnen aufzeigt. Aufgrund des fehlenden Reportings können wir die auf der eigenen Internetpräsenz erwähnte Transparenz nicht bestätigen. Leider zeigt Rügenwalder Mühle bei Hal­tungsstandards für Masthühner noch nicht den gleichen Umsetzungswillen wie bei pflanzlichen Produkten, wo das Unternehmen sehr erfolgreich ein Portfolio etabliert hat. Wir erwarten zukünftig deutlich mehr Zugkraft vom norddeutschen Hersteller.



Als **GB FOODS GERMANY** 2019 das Unternehmen Continental Foods übernahm, hielt der Konzern erfreulicherweise an deren Selbstverpflichtung zur MHI fest. Leider vermissen wir nach wie vor den jährlich fälligen Fortschrittsbericht. Nach eigenen Aussagen möchte das Unternehmen die Standards der MHI europaweit bis 2026 vollständig umsetzen. Diese Strategie wurde bisher nicht in Form einer Roadmap veröffentlicht, weshalb wir nur Punkte für die Selbstverpflichtung zur Initiative vergeben können und es damit lediglich für Stufe 5 reicht.



**TÖNNIES FOODSERVICE** hat eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie aufgestellt und sich im Zuge dieser 2022 nur für seine Marke »Artland« der Masthuhn-Initiative angeschlossen. Aktuell liegt uns leider kein öffentliches Reporting vor und eine Roadmap fehlt ebenfalls. Daher bekommt das Unternehmen von uns lediglich Teilpunkte für sein unvollständiges Commitment und erreicht mit 20 % nur Stufe 5.













Von **BELL** steht ein Commitment zur Masthuhn-Initiative bisher noch aus, weshalb das Unternehmen auf der letzten Stufe landet. Auch die Tochterfirma »Hubers Landhendl«, ein großer österreichischer Geflügelproduzent, hat sich noch nicht der MHI angeschlossen – obwohl teilweise langsamer wachsende Rassen genutzt sowie Bio-Haltungsbedingungen erfüllt werden. Wir erwarten, dass der Mutterkonzern Verantwortung übernimmt und sich für alle Produktionsstandorte mit einem Anschluss an die MHI besserem Tierschutz verschreibt.

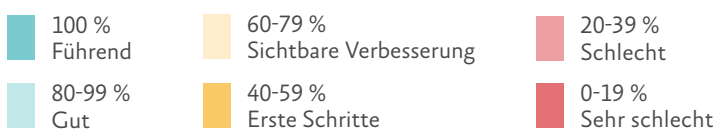
**eismann EISMANN** erweckt durch sein fehlendes Commitment den Eindruck, seinen eigenen Aussagen zu »Tierwohl« und Nachhaltigkeit keine Taten folgen zu lassen. Leider lassen sich keinerlei konkrete und öffentlich verfügbare Informationen zu Hal­tungsstandards finden, weder für Masthühner noch für andere Tierarten. Das Unternehmen ist in mehreren europäischen Ländern tätig und kann mit einer Verpflichtung zur MHI dazu beitragen, den Markt wesentlich zu verändern. Wir hoffen, dass Eismann sich ein Beispiel an seinem ehemaligen Partner Nestlé sowie dem direkten Konkurrenten Bofrost nimmt und sich seiner Verantwortung für die Tiere bewusst wird. Aktuell reicht es nur für Stufe 6.



# Details zur Umstellung

| Geprüfte Unternehmen  | Dreifache Gewichtung |                      | Einfache Gewichtung         |           |            |          | Gesamtergebnis Umstellung |
|---|----------------------|----------------------|-----------------------------|-----------|------------|----------|---------------------------|
|   | Besatzdichte         | Weniger Überzüchtung | Beschäftigung & Sitzstangen | Betäubung | Vorgreifen | Auditing |                           |
|    | 0 %                  | 0 %                  | 100 %                       | 0 %       | 100 %      | 0 %      | 20 %                      |
|    | 20 %                 | 20 %                 | 18 %                        | 0 %       | 0 %        | 0 %      | 14 %                      |
|    | 1 %*                 | 1 %*                 | 1 %*                        | 1 %*      | 1 %*       | 1 %*     | 1 %*                      |
| <b>bofrost*</b>   | 1 %*                 | 1 %*                 | 1 %*                        | 1 %*      | 1 %*       | 1 %*     | 1 %*                      |
|    | 1 %*                 | 1 %*                 | 1 %*                        | 1 %*      | 1 %*       | 1 %*     | 1 %*                      |
|  | 1 %*                 | 1 %*                 | 1 %*                        | 1 %*      | 1 %*       | 1 %*     | 1 %*                      |
|  | 0 %                  | 0 %                  | 0 %                         | 0 %       | 0 %        | 0 %      | 0 %                       |
|  | 0 %                  | 0 %                  | 0 %                         | 0 %       | 0 %        | 0 %      | 0 %                       |
|  | 0 %                  | 0 %                  | 0 %                         | 0 %       | 0 %        | 0 %      | 0 %                       |
|  | 0 %                  | 0 %                  | 0 %                         | 0 %       | 0 %        | 0 %      | 0 %                       |
|  | 0 %                  | 0 %                  | 0 %                         | 0 %       | 0 %        | 0 %      | 0 %                       |

\* 1 % wurde vergeben, wenn das Unternehmen berichtet, dass es bereits MHI-konforme Produkte führt, aber kein detailliertes, aktuelles Reporting vorliegt



# Methode und Punktevergabe

## Vier Aspekte werden bewertet (anteilige Gewichtung):

1. Commitment: Hat das Unternehmen eine Selbstverpflichtung für die Erfüllung der Kriterien der Masthuhn-Initiative veröffentlicht? (33 %)
2. Reporting: Hat das Unternehmen einen aktuellen Fortschrittsbericht veröffentlicht? (20 %)
3. Roadmap: Hat das Unternehmen einen datierten Maßnahmenplan veröffentlicht? (14 %)
4. Fortschritt: Wie weit ist die Lieferkettenumstellung vorangeschritten? (33 %)

## Teil- bzw. keine Punkte werden vergeben für:

- > Roadmap nach 2026, mit eingeschränkter Detailtiefe oder geringem Geltungsbereich (Teilpunkte)
- > Reporting aus 2022 oder älter (keine Punkte)

## In die Bewertung des Umstellungsfortschritts fließen 7 Bereiche ein (anteilige Gewichtung):

- > Besatzdichte (3 x)
- > Rassen (3 x)
- > Sitzstangen und Beschäftigung (1 x)
- > Betäubung (1 x)
- > Vorgreifen (1 x)
- > Audits (1 x)

Robustere Rassen und die Reduzierung der Besatzdichte sind für mehr Tierschutz besonders wichtig und fließen deshalb mit dreifacher Gewichtung in den Umstellungsscore ein. Ein Unternehmen erreicht hier 100 %, wenn alle relevanten Produkte sämtliche Kriterien der Initiative erfüllen und darüber transparent und unmissverständlich berichtet wird.

Basierend auf der erzielten Gesamtpunktzahl erreichen die Unternehmen eine von sechs Stufen. Wie bei Schulnoten gilt: 1 ist die beste Wertung, 6 die schlechteste. Als Datengrundlage werden ausschließlich von den Unternehmen veröffentlichte Informationen verwendet (z. B. Webseiten, Jahresberichte). Alle am Ranking beteiligten Unternehmen wurden vorab informiert und hatten die Möglichkeit, öffentliche Informationen nachzureichen oder zu aktualisieren.

**Roadmaps sind ein wichtiges strategisches Werkzeug für die erfolgreiche Umsetzung der Masthuhn-Initiative.** Intern und gemeinsam mit Geschäftskunden ermöglichen sie eine präzisere Planung.

### Praktische Vorteile einer Roadmap

- 1. Klare und terminierte Zielsetzungen:** Erfolg durch ambitionierte, erreichbare Zwischenziele sicherstellen.
- 2. Optimierte Kommunikation:** Interne und externe Prozesse durch effektive Kommunikation voranbringen.
- 3. Regelmäßiger Soll-Ist-Vergleich:** Mehr Sicherheit und Planbarkeit für die beteiligten Geschäftspartner.
- 4. Risikoreduzierung, Reaktionsfähigkeit, Kostenkontrolle:** Frühzeitig potenzielle Hindernisse identifizieren und flexibel reagieren.
- 5. Transparenz und Verantwortung:** Vertrauen bei Stakeholdern und KundInnen vertiefen und die Marke stärken.

Wir empfehlen, die Roadmap entweder entlang der Kriterien der Masthuhn-Initiative oder dem Produktportfolio zu entwickeln. Das Team der Albert Schweitzer Stiftung bietet Unternehmen Unterstützung für die Erstellung einer individuellen Roadmap an.



## Spotlight Produzenten

Die Verfügbarkeit von Ware mit entsprechenden Standards ist eine zentrale Voraussetzung für Tierschutz-Fortschritte. Wir haben daher auch einen Blick auf eine besonders wichtige Stakeholder-Gruppe geworfen: Die Produzenten.



Diverse Unternehmen kommunizieren bereits öffentlich, dass sie MHI-konforme Ware bereitstellen: LDC (»Nature & Respect«), Plukon (»FairMast«) und Wiesenhof (»Privathof«). Die drei genannten Produktlinien erfüllen alle Kriterien der Masthuhn-Initiative und ermöglichen damit ihren Abnehmern, den Einkauf entsprechend der MHI zu gestalten. Mit seinem MHI-konformen Haltungskonzept »Kikok« demonstriert auch Borgmeier – ohne öffentliches Commitment zur MHI – seine Bereitschaft, Verbesserungen für Masthühner mitzugestalten. Vossko hat öffentlich angekündigt, an der Bereitstellung MHI-konformer Ware zu arbeiten, bisher jedoch noch nicht über verfügbare Ware berichtet.



Bedauerlicherweise werden nicht alle Produzenten ihrer Verantwortung gerecht: **Gut Bergmark, Rothkötter und Sprehe kommunizieren keine Absicht, die Kriterien der MHI in ihre Produktion zu integrieren.** Wir erwarten, dass auch diese Unternehmen ein Zeichen setzen und sich verpflichten, MHI-konforme Ware bereitzustellen.



Hähnchen, die z. B. nach den MHI-Kriterien gehalten werden, sind in der Regel fitter, gesünder und deutlich unanfälliger in Stresssituationen wie z. B. Hitze. Dadurch wird die Arbeit mit den Tieren viel leichter und entspannter.

**Christoph Schulz**

langjähriger Geflügellandwirt aus Brandenburg

## Werden Sie Teil der Masthuhn-Initiative!



Mit der Masthuhn-Initiative helfen wir Unternehmen dabei, ihre Lieferketten zukunftsicher aufzustellen und der Nachfrage der VerbraucherInnen nach höheren Tierschutzstandards nachzukommen. Allein in Deutschland haben sich über 100 Unternehmen der Initiative angeschlossen. **Wir freuen uns über die Zusammenarbeit mit weiteren engagierten Unternehmen.**

Sie möchten der Initiative ebenfalls beitreten oder haben Fragen? Wenden Sie sich an unser Team!  
[masthuhn-initiative@albert-schweitzer-stiftung.de](mailto:masthuhn-initiative@albert-schweitzer-stiftung.de)

Weitere Informationen erhalten Sie auch auf: [www.masthuhn-initiative.de](http://www.masthuhn-initiative.de)

# Referenzen und Impressum

## Referenzen

- 1 Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/schlachtzahlen-fleischverzehr-2023>
  - 2 Vgl. [https://www.ble.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2024/240404\\_Fleischbilanz.html](https://www.ble.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2024/240404_Fleischbilanz.html)
  - 3 Vgl. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2996>
  - 4 Vgl. <https://welfarefootprint.org/broilers>
  - 5 Vgl. <https://chickenwatch.org/progress-tracker>
- 

## Impressum

### Herausgeber

Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt  
Littenstraße 108  
10179 Berlin



*Albert Schweitzer*  
Albert Schweitzer Stiftung  
für unsere Mitwelt

### Vollständiges Impressum

<https://albert-schweitzer-stiftung.de/impressum>

### Stand

November 2024

### Onlineartikel und Reports für weitere Branchen

- <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/masthuhn-report-2024>
- <https://albert-schweitzer-stiftung.de/masthuhn-report-catering-2024.pdf>
- <https://albert-schweitzer-stiftung.de/masthuhn-report-leh-2024.pdf>
- <https://albert-schweitzer-stiftung.de/masthuhn-report-hersteller-2024.pdf>
- <https://albert-schweitzer-stiftung.de/masthuhn-report-systemgastronomie-2024.pdf>

Dieser Report wurde erstellt von der **Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt** / CC BY 4.0

Cover-Motiv: mit KI erstellt