

 Masthuhn-Report

SYSTEMGASTRONOMIE

im Check 2024



Masthuhn-Initiative



Albert Schweitzer
Albert Schweitzer Stiftung
für unsere Mitwelt

Liebe Leserinnen und Leser,

wir veröffentlichen mit dem Masthuhn-Report zum dritten Mal eine Bestandsaufnahme zum Tierschutz von Masthühnern in der Systemgastronomie. Zwei Drittel der von uns evaluierten Unternehmen haben sich der Masthuhn-Initiative bereits angeschlossen. Sie verpflichten sich damit, die problematischsten Bedingungen der konventionellen Geflügelproduktion – allen voran die zu hohe Besatzdichte sowie den Einsatz von Qualzuchten – anzugehen und jährlich über ihren Fortschritt zu berichten. Doch wie ernst nehmen die Unternehmen ihr Versprechen? Das haben wir kritisch durchleuchtet und die Ergebnisse für Sie in diesem Bericht zusammengefasst.



Die Zahlen zeigen: Nur vier Unternehmen haben die Haltungsbedingungen in ihren Lieferketten bereits tatsächlich verbessert: Hans im Glück, KFC, Domino's und Subway. Bei allen anderen vermissen wir Fortschritte. Wir erwarten, dass die Unternehmen ihrer Verantwortung gerecht werden – die gesteckten Ziele müssen auch umgesetzt werden. Für eine effektive und nachhaltige Verbesserung des Tierschutzes ist ein gemeinsames

Bekenntnis der gesamten Lebensmittelbranche nötig. Erstmals nehmen wir deshalb auch weitere wichtige Branchen unter die Lupe und veröffentlichen parallel einen Statusbericht für den Lebensmitteleinzelhandel, Hersteller und die Catering-Branche.

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**

Ergebnisse

Zusammenfassung der Ergebnisse **6**

Unser Fazit **7**

Positivbeispiel: Hans im Glück **8**

Ergebnisse im Überblick **9**

Stärken und Schwächen der Unternehmen **10**

Details zur Umstellung **12**

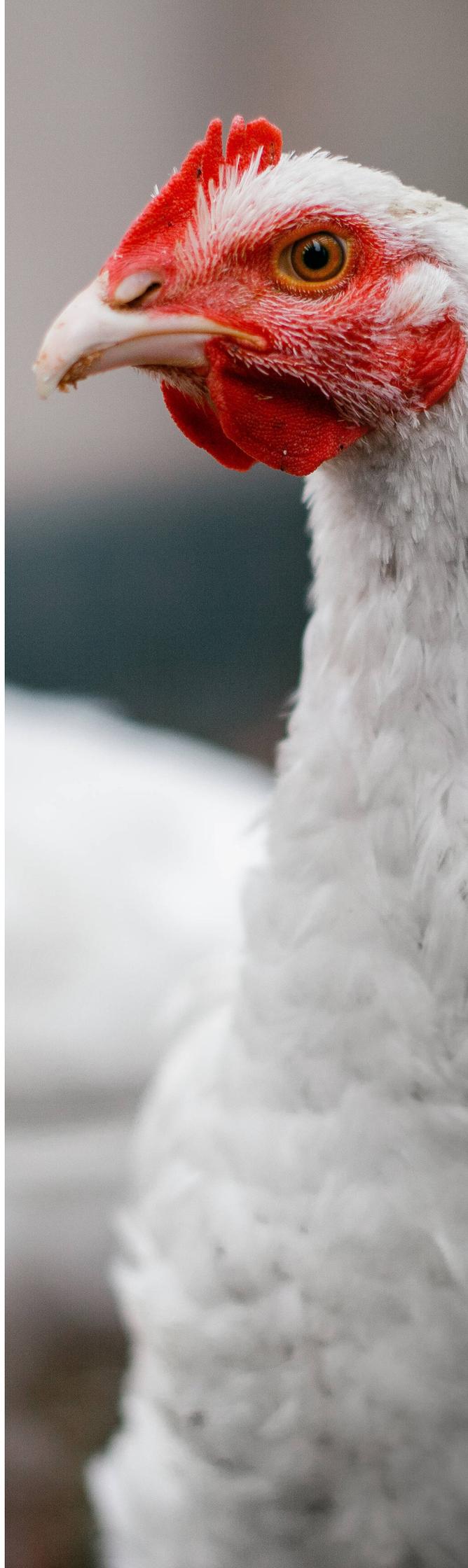
Methodik **13**

Ausblick

Spotlight Produzenten **14**

Werden Sie Teil der Masthuhn-Initiative! **14**

Referenzen und Impressum **15**



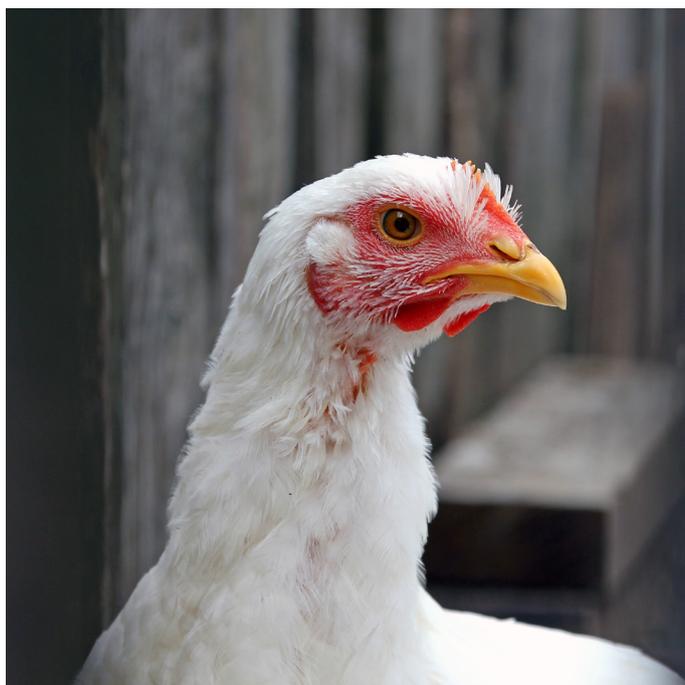
Vorteile der Masthuhn-Initiative

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 Rassen¹
- ✓ 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.² 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.³ Entgegen dem allgemeinen Trend zu weniger Fleischkonsum steigt die Produktion von Geflügelfleisch.⁴

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.⁵ 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?

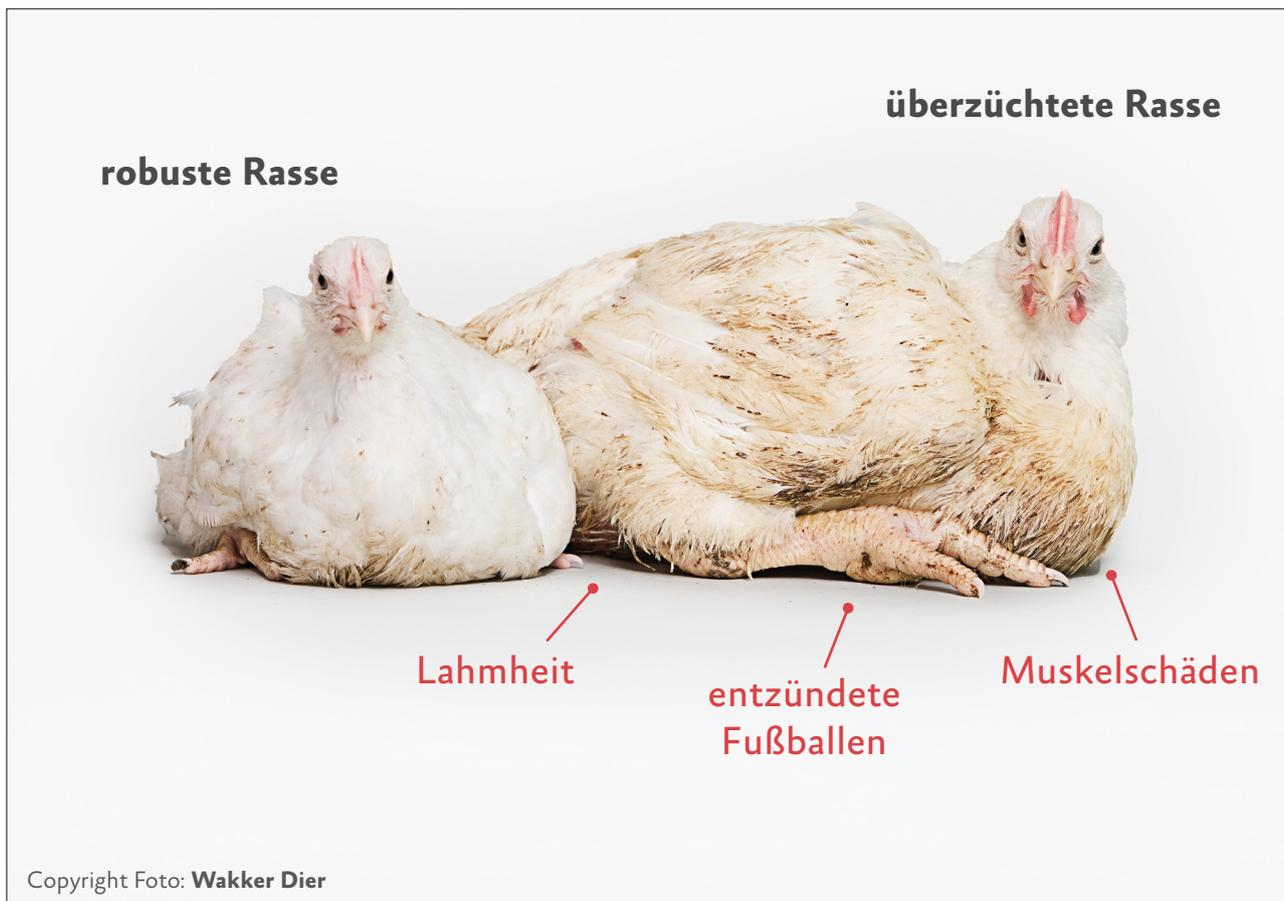
Mit unserem Masthuhn-Report stellen wir die wichtigsten Lebensmittelunternehmen Deutschlands auf den Prüfstand:

- > 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
Zucht		stark überzüchtet	robuste Rassen (gemäß RSPCA)
Platz		bis zu 26 Tiere pro m ² (39 kg/m ²)	bis zu 20 Tiere pro m ² (30 kg/m ²)
Auslauf		nein	nein
Vorgreifen		unbegrenzt	maximal 1 x
Licht		20 Lux, teilweise Tageslicht	50 Lux, inkl. Tageslicht
Sitzstangen, Beschäftigung		nein	mind. 2 m Sitzstangen sowie 2 Gegenstände je 1.000 Tiere
Haltungssysteme		bei Importen Käfighaltung möglich	keine Käfige
Betäubung, Schlachtung		unzuverlässig	zuverlässig
Kontrollen		keine Kontrollen vorgeschrieben	Audits durch unabhängige Dritte

Robuste und überzüchtete Rasse im Vergleich



Zusammenfassung der Ergebnisse

> **Breite Unterstützung der Masthuhn-Initiative**

Der Großteil der evaluierten Unternehmen hat sich der Masthuhn-Initiative angeschlossen.

> **Bereich 1: Selbstverpflichtungen und Ziele**

Seit dem Report 2023 gab es keine neuen MHI-Beitritte unter den evaluierten Unternehmen. 2024 fließt zum ersten Mal in die Bewertung ein, ob ein Unternehmen eine Roadmap veröffentlicht hat. Bisher nutzen erst zwei Unternehmen – Hans im Glück und Ikea – diese Chance. Im Gegensatz zu den anderen Unternehmen kommunizieren sie ihren Plan für eine erfolgreiche Umstellung und haben wichtige Zwischenziele festgehalten. Da die meisten der Unternehmen hier nichts vorweisen, erreichen sie im Bereich »Selbstverpflichtung und Ziele« noch nicht 100 % und schneiden daher mitunter schlechter ab als 2023.

> **Bereich 2: Umsetzung und Berichterstattung**

Erst vier Unternehmen (KFC, Hans im Glück, Domino's und Subway) erzielen tatsächliche Verbesserungen für die Hühner. Wie die folgenden Seiten zeigen, konnten sie alle zumindest teilweise die Besatzdichte reduzieren und den Hühnern Beschäftigungsmaterial zur Verfügung stellen. Hans im Glück und KFC sind außerdem bereits das zentrale Problem der Qualzuchten angegangen: 40 % bzw. 20 % der verwendeten Hühner stammen aus robusteren, gesünderen Zuchtlinien.



Unser Fazit

Wir sehen ganz klar: Es ist möglich, die Vorgaben der Masthuhn-Initiative zu erfüllen und KundInnen damit bessere Produkte anzubieten. Hans im Glück hat nach Abschluss der Datenauswertung verkündet, in Deutschland schon dieses Jahr vollständig auf MHI-konforme Produkte umgestellt zu haben. Dies zeigt: Eine erfolgreiche Umsetzung ist sogar vor der Deadline möglich! Bisher berichten jedoch nur wenige Unternehmen, aktiv daran zu arbeiten, die an VerbraucherInnen gemachten Versprechen einzuhalten: In den Bereichen »Umsetzung und Berichterstattung« sehen wir – neben einigen positiven Beispielen – überwiegend Stillstand. Dabei ist es höchste Zeit: Alle zehn Unternehmen, die der MHI beigetreten sind, haben sich verpflichtet, bis 2026 komplett umzustellen.

Andere übernehmen überhaupt keine Verantwortung und lassen nicht einmal die Absicht erkennen, endlich einen neuen Mindeststandard für bessere Haltungsbedingungen einzuführen.

Um den gesamten Markt zu transformieren, müssen Unternehmen sich branchenübergreifend verpflichten und ihre Lieferketten zukunftsorientiert umstellen. Wie auch unsere aktuellen Reports zu Lebensmitteleinzelhandel, Herstellern und Caterern zeigen, gibt es in allen Bereichen Vorreiter und gute Beispiele, die effektiv am Fortschritt arbeiten.

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



Umfragen zeigen: Das Thema Tierschutz gewinnt für die Mehrheit der Menschen an Bedeutung. Unternehmen sollten sich dieser Entwicklung bewusst sein, ihrer Verantwortung gerecht werden und diese nicht an andere Akteure abgeben. Nur darauf zu warten, dass die Politik Veränderungen anstößt, reicht nicht aus. Es ist für mich nicht nachvollziehbar, dass die Augen vor den aktuell geltenden Standards in der Hühnerhaltung verschlossen werden. In unserer globalisierten Welt sollten die Unternehmen ihre Kräfte vereinen und zusammen für eine Modernisierung des Tierschutzes eintreten. Gemeinsame Bemühungen bündeln Kräfte und senken die Risiken – Nachteile entstehen dann eher denen, die nichts tun. Diejenigen, die bereits an der Umsetzung der unterzeichneten Kriterien arbeiten, verdienen Anerkennung und demonstrieren, dass sie die Zukunft aktiv mitgestalten möchten.

Positivbeispiel: Hans im Glück

Schon während des Auswertungszeitraums war Hans im Glück in Sachen Umstellung mit 47 % ganz vorne dabei. In der Zwischenzeit hat sich jedoch einiges getan: Das Unternehmen hat in Deutschland und Österreich die erfolgreiche Umstellung auf 100 % MHI-konforme Ware bekanntgegeben.



Wie haben Sie die Umsetzung der Kriterien der Masthuhn-Initiative in Ihrer Lieferkette gestaltet und welche Herausforderungen haben Sie dabei erlebt?

»Die Umstellung unserer Lieferkette auf die Anforderungen der Masthuhn-Initiative erfolgte schrittweise. Die größte Herausforderung war, durch branchenweite Krisen verschärft, das begrenzte Angebot an Hühnerfleisch, das den MHI-Anforderungen entsprach. Die meisten verfügbaren Standards lagen entweder über oder unter den MHI-Anforderungen. Unser Ziel war es jedoch nicht, nur einen kleinen Teil unserer Lieferkette auf höhere Haltungsstandards umzustellen, sondern die gesamte Beschaffung zu verändern.«

Welche Maßnahmen können Ihrer Erfahrung nach dafür sorgen, dass die Umstellung insgesamt schneller und einfacher wird?

»Eine enge und intensive Zusammenarbeit und Abstimmung zwischen ErzeugerInnen und AbnehmerInnen ist entscheidend. Es hilft, vertragliche Abnahmemengen zu definieren, damit die ErzeugerInnen Sicherheit in ihrer Produktionsplanung haben. Eine schrittweise Umstellung, beginnend mit Hähnchen, das noch nicht vollständig den Standards entspricht, kann die reale Marktnachfrage nach höheren Haltungsstandards steigern und Anpassungen erleichtern. Die Europäische Masthuhn-Initiative mit dem Umstellungsziel 2026 fördert die Warenverfügbarkeit, weil die Nachfrage stetig steigt.«

Welche Kommunikationsstrategien haben Sie entwickelt, um Ihre Fortschritte in Bezug auf Tierschutz und Nachhaltigkeit gegenüber Ihren KundInnen und Stakeholdern transparent darzustellen?

»Die Kommunikation über Tierschutz und verbesserte Haltungsformen beim Hähnchen ist komplex, insbesondere da es kein allgemein bekanntes Label für die MHI gibt. Wir weisen unsere Gäste über einen QR-Code auf unserer Speisekarte auf unsere Website. Dort stellen wir unsere Maßnahmen zur Hähnchenhaltung detailliert und verständlich dar und ermöglichen auf diese Weise unseren Gästen, sich umfassend zu informieren.«

Welche Empfehlungen würden Sie anderen Unternehmen geben, um den Übergang zu höheren Tierschutzstandards erfolgreich zu gestalten und mögliche Hürden zu überwinden?

»Wichtig ist, sich von dem Anspruch zu lösen, dass die Lieferkette oder einzelne Segmente sofort zu 100 % allen Kriterien entsprechen müssen. Jede Verbesserung in der Tierhaltung ist wertvoll, selbst wenn sie noch nicht alle Anforderungen der MHI erfüllt. Langfristig wird die verbindliche Abnahme von MHI-konformen Produkten und die steigende Nachfrage dazu führen, dass mehr Hähnchen gemäß diesen Standards verfügbar sein werden. ErzeugerInnen erhalten dadurch die Sicherheit, dass ihre Produkte abgenommen werden, was den Markt in Richtung höherer Tierschutzstandards bewegt.«

Anna-Lena Kribbeler, Hans im Glück

Die Ergebnisse im Überblick

Gepürfte Unternehmen	Volle Unterstützung der MHI	Selbstverpflichtung und Zielsetzung	Umsetzung und Berichterstattung	Ergebnis	Stufe	Veränderung zu 2023
	☑	100 %	47 %*	74 %	3	↗
	☑	87 %	50 %	69 %	3	→
	☑	87 %	37 %	62 %	3	→
	☑	95 %	0 %	48 %	5	→
	☑	87 %	0 %	44 %	5	↘
	☑	87 %	0 %	44 %	5	↘
	☑	87 %	0 %	44 %	5	↘
	☑	87 %	0 %	44 %	5	↘
	☑	82 %	0 %	41 %	5	→
	✓	18 %	20 %	19 %	6	↘
	✗	8 %	0 %	4 %	6	→
	✗	3 %	0 %	2 %	6	→
	✗	0 %	0 %	0 %	6	→
	✗	0 %	0 %	0 %	6	→
	✗	0 %	0 %	0 %	6	→

* Hans im Glück hat nach Abschluss der Datenerhebung eine vollständige Umstellung auf MHI-konforme Produkte bekanntgegeben

86-100 %
Führend

76-85 %
Gut

60-75 %
Sichtbare Verbesserung

50-59 %
Erste Schritte

26-49 %
Schlecht

0-25 %
Sehr schlecht

☑ voll erfüllt

✓ teilweise erfüllt

✗ nicht erfüllt

Stärken und Schwächen der Unternehmen



HANS IM GLÜCK erreicht mit 74 % den höchsten Gesamtscore und damit Stufe 3. Seit dem Beitritt zur MHI 2020 zeigt das Unternehmen bemerkenswerte Fortschritte. Im Bereich »Umsetzung und Berichterstattung« konnte es sich seit letztem Jahr von 0 % auf 47 % steigern. Hans im Glück berichtet zuverlässig und hat eine Roadmap zur Erreichung der Ziele bis 2026 vorgelegt. Durch den Umstieg auf Haltungskonzepte wie »Beter Leven Basic« und »Kip van Morgen« konnten einige Kriterien zügig erfüllt werden. Nach Abschluss des Auswertungszeitraumes hat Hans im Glück außerdem öffentlich mitgeteilt, dass die Umstellung für den deutschen und österreichischen Markt in Zusammenarbeit mit einem Lieferanten kürzlich zu 100 % vollzogen wurde. Die Restaurants in der Schweiz werden im Laufe des nächsten Jahres ebenfalls ausschließlich MHI-konforme Ware anbieten. Damit sind sie das erste Unternehmen in Deutschland, das die Selbstverpflichtung für 100 % seiner verwendeten Hühnerfleischprodukte erfüllt!



KFC war einer der Vorreiter der Masthuhn-Initiative und hat das Ranking während der vergangenen zwei Jahren angeführt. Das Unternehmen hat sich schon früh zu Tierschutzstandards in Westeuropa verpflichtet und ist wichtige erste Schritte in der Umsetzung gegangen. Seit letztem Jahr sehen wir allerdings eine Stagnation: Es gibt weder Umstellungsfortschritte noch eine öffentliche Roadmap. Insgesamt erreicht KFC 69 % in der Gesamtwertung und 50 % der möglichen Punkte bei der Umstellung. Insbesondere im Bereich robuster Zuchtlinien und geringerer Besatzdichte ist hier noch viel Luft nach oben. Wir hoffen, dass KFC seine vorherige Motivation wiederfindet, um so seine selbstgesteckten Ziele auch tatsächlich zu erreichen und im Report nicht noch weiter zurückzufallen.



DOMINO'S ist der MHI 2020 in mehreren europäischen Ländern beigetreten und konnte mit einem soliden Start in den Bereichen Besatzdichte, Beschäftigungsmaterial, Betäubung und Auditing punkten. Das Unternehmen hat jedoch seit letztem Jahr keine neuen Zahlen veröffentlicht, sodass wir davon ausgehen müssen, dass es keine weiteren Fortschritte gab. Besonders schade ist, dass Domino's bei dem so wichtigen Kriterium Qualzucht stagniert. Domino's wird

daher in der Umsetzung unverändert bewertet und rutscht im Report ab. Andere Unternehmen ziehen mit ihren Fortschritten an dem Pizzalieferanten vorbei.



IKEA hat 2019 ein eigenes »Better Chicken Program« entwickelt, das den Kriterienkatalog der Masthuhn-Initiative punktuell übertrifft (z. B. hinsichtlich Antibiotikaeinsatz) – trotzdem ist leider völlig unklar, wie es um die Umsetzung dieser Kriterien steht: Ikea liefert in seinem aktuellen Nachhaltigkeitsbericht weder Informationen zur MHI noch zum eigenen Programm. Vor zwei Jahren noch an zweiter Stelle unseres Reports, rutscht Ikea durch diese fehlende Transparenz mit 48 % nun weit nach hinten auf Stufe 5 ab.



dean & david

DEAN & DAVID hat sich Anfang 2020 der Initiative Tierwohl (ITW) und der MHI angeschlossen. Seitdem wurden jedoch keinerlei öffentliche Belege für die konkrete Umsetzung der Masthuhn-Initiative geliefert – das Unternehmen hat in den letzten vier Jahren lediglich kommuniziert, dass seine Lieferanten über die Anforderungen informiert wurden. Mit einer Gesamtwertung von 44 % und Stufe 5 hinterlässt das Unternehmen den Eindruck, dass es sich auf Zusagen ausruht, statt tatsächliche Fortschritte zu erzielen.



L'OSTERIA ist der Masthuhn-Initiative 2022 in allen neun europäischen Märkten beigetreten und konnte sich damit für 2023 noch knapp im Mittelfeld des Reports positionieren. Seitdem wurden allerdings keine Fortschrittsberichte veröffentlicht, obwohl dies Teil der Selbstverpflichtung der MHI ist. Auch an einer Roadmap mangelt es bisher noch. Dies führt zu einer Bewertung von nur 44 % (Stufe 5) und lässt die Frage offen, wie wichtig das Thema Tierschutz für Masthühner dem Unternehmen tatsächlich ist.



Als erste deutsche Burgerkette in der Masthuhn-Initiative war **PETER PANE** 2019 ein Vorreiter. Fünf Jahre später liegt der Umsetzungsgrad, gemessen an der (fehlenden) öffentlichen Berichterstattung, bedauernswerterweise noch immer bei 0 %. Das Unternehmen gibt auf seiner Webseite an, eng mit einem Großproduzenten zu arbeiten, um ein MHI-konformes Produkt zu entwi-

ckeln – Resultat dieser Zusammenarbeit: für VerbraucherInnen nicht einsehbar. Aufgrund des vollumfänglichen Commitments erreicht Peter Pane 44 % und somit Stufe 5. Wir hoffen, dass das Unternehmen neue Motivation schöpft, um mit der direkten Konkurrenz Hans im Glück mithalten zu können.

VAPIANO

Nach seinem langen Insolvenzverfahren und der Neuaufstellung des Unternehmens war **VAPIANO**s europaweiter Beitritt zur MHI 2023 ein starker Schritt. In 2024 hätte der erste Bericht über die Fortschritte in der Umsetzung der Kriterien erscheinen müssen. Bisher fehlt dieser allerdings, sodass Vapiano keinerlei Punkte bei der Umsetzung erzielt. Da auch eine Roadmap fehlt, liegt auch Vapiano insgesamt bei 44 % und Stufe 5.



PIZZA HUT – genau wie KFC eine Tochterfirma des amerikanischen Mutterkonzerns YUM! Brands – ist der MHI 2019 europaweit beigetreten. Damit hat das Unternehmen öffentlich zugesagt, Verantwortung für bessere Haltungsbedingungen der Masthühner in seiner Lieferkette zu übernehmen. Im Gegensatz zu KFC hat Pizza Hut bisher jedoch weder einen Fortschrittsbericht veröffentlicht, noch anderweitig Informationen zur Umstellung geteilt. Es ist fraglich, ob das Unternehmen seine Selbstverpflichtung ernsthaft umsetzt, zumal das Beitrittsstatement auffallend unkonkret formuliert ist.

SUBWAY

SUBWAY hat sich 2021, nach einer Kampagne von mehreren Tierschutz-Organisationen, der MHI angeschlossen und sich verpflichtet, seine Haltungsstandards für Masthühner anzuheben. 2023 hatte Subway auch schon erste Fortschritte vorzuweisen und stand bei der Umsetzung bei rund 20 %. Dabei ist es allerdings geblieben. Neben den fehlenden Fortschritten ist seit dem letzten Report sogar die Beitrittsklärung von Subways deutscher Webseite verschwunden und aus dem internationalen Commitment wurde die Deadline 2026 gestrichen. Dadurch rutscht Subway auf 19 % und damit auf die letzte Stufe ab.



MCDONALD'S hat sich gegen einen Anschluss an die MHI entschieden. Die Burgerkette begründet dies mit dem Test eigener Aufzuchtprogramme für Masthühner. Ein kleiner Teil der Lieferkette (30 %) soll nun auf die Initiative Tierwohl (ITW) umgestellt werden – diese liegt jedoch weit unter den Kriterien der MHI und ist als

neuer Mindeststandard ungeeignet. So ist beispielsweise die Besatzdichte deutlich höher und es werden weiterhin Qualzuchten eingesetzt.



Auch **BURGER KING** Deutschland demonstriert Stillstand und weigert sich nach wie vor, die MHI umzusetzen – dies enttäuscht insbesondere, da es für die USA, Kanada und England seit Jahren Commitments gibt. In Frankreich hat Burger King zudem eigene Richtlinien veröffentlicht, die denen der MHI entsprechen. Für die »Broiler Policy« des Mutterkonzerns Restaurant Brands International (RBI) hat die Burgerkette einige wenige Punkte erhalten. Auf der deutschen Webseite sind allerdings nach wie vor keine Informationen zu Haltungsstandards für Masthühner zu finden.



AUTOGRILL macht keine Angaben zu den Haltungsbedingungen für Masthühner in seiner Lieferkette. Dies führt zu einem Ergebnis von 0 %. Wir haben das Unternehmen mehrfach erfolglos kontaktiert, um zu prüfen, wie es seiner unternehmerischen Verantwortung nachkommt. Wir müssen davon ausgehen, dass Autogrill kein Interesse daran hat, an der Anhebung der Geflügelmast-Standards mitzuwirken.



Auf der Website von **CALL A PIZZA** finden sich keine Informationen darüber, dass das Unternehmen an den Haltungsbedingungen der Masthühner in seinen Lieferketten interessiert ist. Es gibt keine öffentlichen Anhaltspunkte dafür, dass Call a Pizza Hühnerfleisch aus höheren Standards als dem gesetzlichen Minimum einkauft oder beabsichtigt, dies in Zukunft zu tun. Das Unternehmen geht daher mit null Punkten (Stufe 6) aus dem Report hervor.



Auch **STARBUCKS** kommuniziert keine Informationen über die Haltungsstandards von Masthühnern in seinen Produkten. Wir gehen also davon aus, dass diese die problematischen gesetzlichen Mindeststandards nicht übersteigen. Hühnerfleisch macht nur einen kleinen Teil des Sortiments der Kaffeekette aus – da sollte es für das Unternehmen ein Leichtes sein, die Standards anzuheben. Es kommt seiner Markenverantwortung in Deutschland leider weiterhin nicht nach, obwohl der Konzern in den USA, Kanada und auch Großbritannien bereits den dortigen MHI-Programmen beigetreten ist. Für das Ergebnis in dieser Erhebung bedeutet das: 0 % und Stufe 6.

Details zur Umstellung der Lieferketten

Geprüfte Unternehmen	Umsetzung & Berichterstattung					
	Besatzdichte	Weniger Überzüchtung	Licht & Beschäftigung	Keine Käfige	Betäubung	Auditing
 hans im glück *	10 %	48 %	49 %	48 %	48 %	100 %
 KFC	1 %	7 %	12-15 %**	100 %	33 %	100 %
 Domino's	8 %	0 %	0-16 %***	100 %	72 %	7 %
 IKEA	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
 dean & david	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
 LOSTERIA	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
 Peter Pan	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
 VAPIANO	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
 Pizza Hut	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
 SUBWAY	59 %	0 %	59-63 %****	0 %	21 %	0 %
 McDonald's	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
 Burger King	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
 AUTOGRILL	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
 Cala Pizza	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
 Starbucks	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %

* Hans im Glück hat nach Abschluss der Datenerhebung eine vollständige Umstellung auf MHI-konforme Produkte bekanntgegeben

** KFC gibt an, dass in Deutschland 12 % der Tiere unter Tageslichteinfluss gehalten werden und 15 % Beschäftigungsmaterial erhalten

*** Domino's gibt an, dass weltweit 16 % der Tiere Beschäftigungsmaterial (Sitzstangen, Picksubstrate) und 0 % die vorgegebene Beleuchtung erhalten

**** Subway gibt an, dass von den in Europa genutzten Tieren 63 % Beschäftigungsmaterial (Sitzstangen, Picksubstrate) und 59 % natürliches Licht (aber nicht die vorgegebenen mind. 50 Lux) erhalten

Methodik

Die Kriterien des Reports basieren auf den Vorgaben des European Chicken Commitments. Der Masthuhn-Report bewertet die Fortschritte der Unternehmen in zwei Bereichen, die jeweils zu 50 % in die Gesamtwertung einfließen: »Selbstverpflichtungen und Ziele« sowie »Umsetzung und Berichterstattung«. 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 und Jahresberichte). Alle am Ranking beteiligten Unternehmen wurden vorab informiert und hatten die Möglichkeit, öffentliche Informationen nachzureichen oder zu aktualisieren.

Bereich 1: Selbstverpflichtungen und Ziele

Volle Punktzahl: Vollständiges Commitment über die Erfüllung aller Kriterien des European Chicken Commitments in Deutschland sowie öffentliche Roadmap für die Umsetzung bis 2026.

Weniger Punkte gibt es, wenn nicht alle Kriterien abgedeckt werden, bei uneindeutigen Aussagen, unspezifischen Formulierungen und eingeschränktem Geltungsbereich (Gültigkeit z. B. nur für einzelne Märkte oder bestimmte Produkte).

Unternehmen, die keine Roadmap veröffentlicht haben, schneiden im Vergleich zu 2023 bei ansonsten gleicher Performance schlechter ab.

Bereich 2: Umsetzung und Berichterstattung

Volle Punktzahl: Alle vom Unternehmen in Deutschland verwendeten Produkte erfüllen bereits sämtliche Kriterien. Das Unternehmen berichtet darüber transparent, unmissverständlich und öffentlich.

Ausführliche Methodik unter:

<https://www.worldanimalprotection.org/the-pecking-order/>

Die Organisation World Animal Protection veröffentlicht bereits seit 2019 jährlich den internationalen Report »The Pecking Order«, um die Fortschritte im Bereich Food Service zu begleiten. Für den deutschen Markt leitet die Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt die Evaluierung seit 2022. In diesem Jahr findet die Analyse parallel in Frankreich, Italien, Polen, Rumänien, Spanien und Tschechien statt.



Roadmaps sind ein wichtiges strategisches Werkzeug für die erfolgreichen 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

Weitere Informationen erhalten Sie auch auf: www.masthuhn-initiative.de

Referenzen und Impressum

Referenzen

- 1 Vgl. <https://welfarefootprint.org/broilers>
- 2 Vgl. www.bmel.de/DE/themen/tiere/tierarzneimittel/entwicklung-kennzahlen-therapiehaeufigkeit.html
- 3 Vgl. <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/schlachtzahlen-2022>
- 4 Vgl. <https://chickenwatch.org/progress-tracker>
- 5 Vgl. www.rspca.org.uk/documents/1494939/7712578/Campylobacter+report+2022.pdf/b96ff2cd-3e7d-3fd3-781f-6d947a9cf36e

Danksagung

Wir danken World Animal Protection für die gute Zusammenarbeit und für die Teilübernahme der Veröffentlichungskosten.

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>

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

Cover-Motiv: mit KI bearbeitet.