



Albert Schweitzer
Albert Schweitzer Stiftung
für unsere Mitwelt

Systemgastronomie im Check

DER MASTHUHN- REPORT 2023

Liebe Leserin und lieber Leser,

unser Masthuhn-Report geht in die zweite Runde. Erneut haben wir untersucht, wie weit die Umsetzung der Europäischen Masthuhn-Initiative in der Systemgastronomie vorangeschritten ist.

Das Positive zu Beginn: Seit Erscheinen des letzten Masthuhn-Rankings konnten wir in Deutschland 19 Neuzugänge in der Masthuhn-Initiative begrüßen. Damit hat sich die Gesamtzahl der Unternehmen, die sich hierzulande für bessere Bedingungen in der Masthuhnhaltung einsetzen, auf über 100 erhöht. Auch bei der Umsetzung der Kriterien sehen wir bei einigen Unternehmen vielversprechende Fortschritte. In der Systemgastronomie hat vor allem Domino's einige Punkte aufgeholt und ist dem Bestplatzierten des Rankings, KFC, dicht auf den Fersen. Erfreulich ist zudem, dass Subway in diesem Jahr erstmals einen Fortschrittsbericht vorgelegt hat.

Leider müssen wir jedoch feststellen, dass viele Unternehmen, die schon lange Mitglieder der Initiative sind, entweder wenig konkrete oder bisher gar keine Reportings veröffentlicht haben, obwohl dies ein essenzielles Kriterium der eigenen Selbstverpflichtungen darstellt.

Denn transparente Fortschrittsberichte sind wichtig, um die Marktumstellung stetig voranzubringen. Die Reportings zeigen, wie ernst den Unternehmen das Thema ist. Systemgastronomen sorgen mit ihrer Transparenz für Planungssicherheit am Markt und signalisieren Produzenten sowie Lieferanten, dass die Umstellung gewünscht und vor allem notwendig ist.

Die teilnehmenden Unternehmen haben sich dazu verpflichtet, die Standards in der Masthuhnhaltung spätestens bis 2026 anzuheben. Die Zeit drängt also. Wir erwarten von der Branche, dass sie die Umstellung künftig stärker forciert und transparente sowie länderspezifische Berichte vorlegt. Wir werden die Fortschritte weiter im Blick behalten.

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre.

Ihre



Luisa Kucz | Leiterin Lebensmittel-Fortschritt



Inhalt

AUSGANGSLAGE

- 4 Einleitung**
Die Europäische Masthuhn-Initiative
- 5 Methode und Punktvergabe**
Bereich 1: Selbstverpflichtungen und Ziele
Bereich 2: Umsetzung und Berichterstattung
Datengrundlage

ERGEBNISSE

- 6 Ergebnisse im Überblick**
- 8 Details zur Umstellung der Lieferketten**
- 9 Stärken und Schwächen der Unternehmen**
KFC
Domino's
Subway
Dean & David
Hans im Glück
L'Osteria
Peter Pane
Vapiano
Ikea
Pizza Hut
McDonald's
Autogrill
Burger King
Call a Pizza
Starbucks
- 11 Unser Fazit**

AUSBLICK

- 12 Gründe für die Europäische Masthuhn-Initiative**
 - 13 Kontakt und Download-Material**
Referenzen
Danksagung
Impressum
-

Einleitung

631.000.000 Masthühner

wurden im Jahr 2022 in Deutschland gemästet und nach einem leidvollen, kurzen Leben geschlachtet.¹ In der konventionellen Haltung ist das Leid der Tiere besonders groß: Überzüchtung, enge Ställe und qualvolle Schlachtpraktiken sind an der Tagesordnung.

Doch die Zeiten ändern sich: KundInnen sind sich dieser inakzeptablen Haltungsbedingungen immer stärker bewusst und fordern Verbesserungen. Einige Unternehmen steuern bereits um – aber stoßen sie wirklich Veränderungen an oder handelt es sich um bloße Lippenbekenntnisse?

Dieser Report nimmt führende Fast-Food-Ketten in Deutschland unter die Lupe und geht der Frage nach, welche konkreten Tierschutzstandards sie in der Haltung von Masthühnern umsetzen.

Auf globaler Ebene dokumentiert die Organisation **World Animal Protection** bereits seit 2019 die entsprechenden Fortschritte der Systemgastronomie im Report »The Pecking Order«. Im Jahr 2022 wurde die Untersuchung erstmals parallel in mehreren europäischen Ländern durchgeführt. 2023 haben neben Deutschland auch Frankreich, Spanien, Italien, Polen und Rumänien den Status Quo analysiert. Unter dem Namen »Der Masthuhn-Report: Systemgastronomie im Check« wird der Report von der Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt in Deutschland veröffentlicht.

Die Europäische Masthuhn-Initiative als Basis

Dieser Report basiert auf den Vorgaben der Europäischen Masthuhn-Initiative (MHI). Die von mehr als 30 Organisationen getragene Initiative definiert europaweit einheitliche Mindestanforderungen an die Hühnermast. Mit diesen einfachen Leitlinien unterstützen wir die Gastronomie dabei, einen wesentlichen Beitrag zu Tierschutz und Nachhaltigkeit zu leisten.

Die Vorgaben adressieren die enormen Leiden in der Hühnermast, indem sie die Qualzucht zurückfahren, den Tieren mehr Platz und Beschäftigungsmöglichkeiten geben und das Leid während der Schlachtung verringern. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Reports haben sich weltweit bereits über 600 Unternehmen verpflichtet, die Kriterien der MHI umzusetzen (in Deutschland über 100).²

	Standard in Deutschland	Masthuhn-Initiative
Besatzdichte	39 kg/m ² (bis zu 26 Tiere/m ²)	30 kg/m ² (bis zu 20 Tiere/m ²)
Einschränkung der Überzüchtung	nein	ja
Tageslicht, Sitzstangen und Pickmöglichkeiten	Standards nur beim Tageslicht teilweise vorhanden	50 Lux; 2 m Sitzstange/1.000 Tiere; 2 Gegenstände zum Picken für 1.000 Tiere
Käfige	ja	nein
Betäubung vor der Schlachtung	mit Kopfüberhängen (verursacht viel Stress und führt oft zu Knochenbrüchen)	in kontrollierter Atmosphäre mittels inerten Gase (die Betäubung wird kaum wahrgenommen) oder mehrstufiger CO ₂ -Systeme oder effektive elektrische Betäubung ohne Kopfüberhängen
Audits durch Dritte	nein	ja

Methode und Punktevergabe

Der Masthuhn-Report bewertet die Fortschritte der Unternehmen in zwei Bereichen. Beide Bereiche tragen mit dem gleichen Gewicht (also jeweils 50 %) zum Gesamtergebnis bei. Basierend auf den erzielten Gesamtpunkten erreichen die Unternehmen eine von sechs Stufen. Wie bei Schulnoten gilt: 1 ist die beste Wertung, 6 die schlechteste.

Bereich 1: Selbstverpflichtungen und Ziele

Ein Unternehmen erreicht in diesem Bereich 100 % der hier möglichen Punkte, wenn ein vollständiges Commitment für die Masthuhn-Initiative vorliegt. »Vollständig« bedeutet: Das Unternehmen hat eine Selbstverpflichtung darüber veröffentlicht, alle Kriterien der Europäischen Masthuhn-Initiative bis 2026 zu erfüllen. Der Bereich enthält sieben Fragen – die erste prüft, ob das Unternehmen irgendeine Masthuhn-Selbstverpflichtung abgegeben hat, während die anderen Fragen auf die einzelnen Kriterien der Initiative abzielen.

Weniger Punkte gibt es, wenn die Selbstverpflichtung nicht alle Kriterien der Initiative abdeckt, nicht in Deutschland veröffentlicht ist oder eine spätere als die vorgegebene Deadline (2026) nennt. Auch unspezifische Formulierungen oder ein eingeschränkter Geltungsbereich (Gültigkeit z. B. nur für einzelne Filialen oder bestimmte Produkte) führen zu weniger Punkten.

Bereich 2: Umsetzung und Berichterstattung

Ein Unternehmen erreicht im zweiten Bereich 100 % der hier möglichen Punkte, wenn alle vom Unternehmen in Deutschland verwendeten Produkte sämtliche Kriterien der Initiative erfüllen und darüber transparent und unmissverständlich berichtet wird. Hier geht es also um die konkrete Umsetzung der in Bereich 1 formulierten Selbstverpflichtungen und Ziele. Die sechs Fragen in diesem Bereich entsprechen den sechs Hauptkriterien der Initiative.

Weniger Punkte gibt es, wenn nicht alle Kriterien der Initiative erfüllt oder keine eindeutigen Aussagen zu den deutschen Lieferketten gemacht werden (z. B. nur Reporting auf globaler Ebene bei international tätigen Unternehmen). Auch unspezifische Formulierungen oder ein eingeschränkter Geltungsbereich des Reportings führen zu weniger Punkten.

Die Punkte, die in den beiden Bereichen erzielt wurden, tragen mit gleichem Gewicht (50:50) zum Gesamtergebnis bei. Abhängig von den insgesamt erzielten Punkten erreichen die Unternehmen eine von sechs Stufen.

Als **Datengrundlage** nutzt der Masthuhn-Report ausschließlich von Unternehmen veröffentlichte Informationen (z. B. Webseiten, Jahresberichte). Alle am Ranking beteiligten Unternehmen wurden vorab informiert und hatten die Möglichkeit, fehlende und öffentlich einsehbare Informationen nachzureichen oder zu aktualisieren.

Stufe	Bewertung	Ergebnis
1	Führend	86-100 %
2	Gut	76-85 %
3	Sichtbare Verbesserungen	60-75 %
4	Erste Schritte	50-59 %
5	Schlecht	26-49 %
6	Sehr schlecht	0-25 %

Die Ergebnisse im Überblick

Gepürfte Unternehmen	Selbstverpflichtung und Zielsetzung	Umsetzung und Berichterstattung	Ergebnis	Stufe	Veränderung zu 2022
	100 %	50 %	75 %	3	↘
	100 %	37 %	69 %	3	↗
	100 %	20 %	60 %	3	↗
	100 %	0 %	50 %	4	
	100 %	0 %	50 %	4	
	100 %	0 %	50 %	4	→
	100 %	0 %	50 %	4	
	100 %	0 %	50 %	4	↗
	94 %	0 %	47 %	5	↘
	94 %	0 %	47 %	5	↘
	9 %	0 %	5 %	6	→
	0 %	0 %	0 %	6	
	0 %	0 %	0 %	6	→
	0 %	0 %	0 %	6	
	0 %	0 %	0 %	6	→

86-100 % Führend
 76-85 % Gut
 60-75 % Sichtbare Verbesserung
 50-59 % Erste Schritte
 26-49 % Schlecht
 0-25 % Sehr schlecht

Im Vergleich zum letztjährigen Ranking haben sich drei Unternehmen in der Gesamtwertung um eine Stufe verbessert: Domino's und Subway sind jetzt auf Stufe 3, während Vapiano durch einen Anschluss an die Europäische Masthuhn-Initiative immerhin von Stufe 6 auf 4 klettern konnte. Leider haben sich auch drei Unternehmen verschlechtert: KFC und Pizza Hut rutschen jeweils eine Stufe nach unten; Ikea stürzt sogar zwei Stufen ab (von 3 auf 5).
















Im Bereich »Selbstverpflichtungen und Ziele« erreichen acht von 15 Unternehmen 100 % der Punkte (Dean & David, Domino's, Hans im Glück, KFC, L'Osteria, Peter Pane, Subway und Vapiano). Sie haben sich dazu verpflichtet, alle Kriterien der Masthuhn-Initiative umzusetzen. Drei Unternehmen erhalten hier nur Teilpunkte: Ikea und Pizza Hut machen ihr Commitment nicht für die deutschen KonsumentInnen transparent und erhalten dafür Abzüge (94 %), während Schlusslicht McDonald's nur rudimentäre und nicht MHI-konforme Verpflichtungen zur verbesserten Haltung von Masthühnern abgibt (9 %). Vier weitere gehen komplett leer aus, da sie sich immer noch nicht dazu entschlossen haben, die Standards für ihre Hühnerfleischprodukte in irgendeiner Weise anzuheben (Autogrill, Burger King, Call a Pizza und Starbucks).

Im Bereich »Umsetzung und Berichterstattung« können von allen 15 Unternehmen im Ranking lediglich drei Unternehmen Punkte sammeln – nämlich diejenigen, die mit der Umstellung begonnen haben und über die umgestellten Lieferkettenanteile öffentlich und detailliert berichten. Von der vollen Punktzahl sind sie jedoch alle weit entfernt: KFC erhält 50 %, Domino's 37 % und Subway 20 %. Die Umsetzung der Kriterien lässt hier somit nach wie vor zu wünschen übrig.

Andere Unternehmen, wie Ikea und McDonald's, schnitten bei der Umsetzung von Handlungsstandards im letzten Jahr besser ab. Noch enttäuschender ist es allerdings, dass selbst Unternehmen, die bereits seit Jahren Mitglieder der Initiative sind, gar nicht oder nur unzureichend über ihre Fortschritte berichten. Es muss davon ausgegangen werden, dass diese Unternehmen noch keine tatsächlichen Schritte zur Umsetzung unternommen haben und es sich bei ihren Selbstverpflichtungen um bloße Lippenbekenntnisse handelt.



Details zur Umstellung der Lieferketten

Geprüfte Unternehmen	Selbstverpflichtung und Zielsetzung	Umsetzung und Berichterstattung					
		Volle Unterstützung der MHI	Besatzdichte	Weniger Überzüchtung	Licht & Beschäftigung	Keine Käfige	Betäubung
	✓	1 %	9 %	8 %	100 %	45 %	100 %
	✓	8 %	0 %	0/16 %*	100 %	72 %	7 %
	✓	59 %	0 %	59/63 %**	0 %	21 %	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 %	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 %	0 %	0 %	0 %

* **Domino's** gibt an, dass weltweit 16 % der Tiere Beschäftigungsmaterial (Sitzstangen, Picksubstrate) und 0 % die vorgegebene Beleuchtung (mindestens 50 Lux) erhalten ** **Subway** gibt an, dass von den in Europa genutzten Tieren 63 % Beschäftigungsmaterial (Sitzstangen, Picksubstrate) und 59 % natürliches Licht (aber nicht die vorgegebenen mindestens 50 Lux) erhalten

Stärken und Schwächen der Unternehmen



KFC erreicht im Ranking die höchste Punktzahl. Die 75 % in der Gesamtwertung reichen jedoch nur für Stufe 3. Dies ist ein Rückschritt im Vergleich zum letztjährigen Ranking, in dem KFC noch mit 79 % auf Stufe 2 gelandet ist. KFC unterstützt die Masthuhn-Initiative vollumfänglich und ist mit 100 % im Bereich »Selbstverpflichtungen und Ziele« nach wie vor eines der führenden Unternehmen. Es ist jedoch bedauerlich, dass KFC im Bereich »Umsetzung und Berichterstattung« nur 50 % erreicht – 7 Prozentpunkte weniger als im letzten Jahr. Der Grund: Im vorherigen Reporting hat das Unternehmen höhere Lieferkettenanteile bei Licht und Betäubung erreicht als in diesem Jahr. Hier muss KFC in den nächsten Jahren nachbessern, um den führenden Platz im Ranking nicht zu verlieren – zum Beispiel an Domino's.



DOMINO'S ist KFC mit einem Gesamtergebnis von 69 % dicht auf den Fersen. Das Unternehmen nimmt die Masthuhn-Initiative ernst und begreift sie als integralen Bestandteil seiner Nachhaltigkeitsstrategie. Auch Domino's hat sich verpflichtet, die Kriterien der Masthuhn-Initiative vollständig umzusetzen und erhält daher 100 % im Bereich »Selbstverpflichtungen und Ziele«. Bei der Umsetzung hat sich Domino's von 17 % auf 37 % verbessert. Insgesamt landet das Unternehmen auf Stufe 3 (»Sichtbare Verbesserungen«) und macht damit im Vergleich zum letzten Jahr eine Stufe gut.



SUBWAY landet mit einer Gesamtwertung von 60 % ebenfalls auf Stufe 3 und verbessert sich damit um eine Stufe. Das Unternehmen hat eine vollständige Selbstverpflichtung zur Masthuhn-Initiative abgegeben, bei der Umsetzung und Berichterstattung gibt es mit 20 % jedoch noch deutlich Luft nach oben. Positiv wirkt sich auf die Punkte aus, dass Subway in diesem Jahr erstmals ein Reporting vorgelegt hat.



DEAN & DAVID ist dieses Jahr ein Neuzugang im Masthuhn-Ranking und belegt mit einem Gesamtergebnis von nur 50 % die Stufe 4 (»Erste Schritte«). Einem Wert von 100 % bei »Selbstverpflichtungen und Ziele« stehen 0 % bei der Umsetzung gegenüber. Das Unternehmen ist bereits seit April 2020 Mitglied der Masthuhn-Initiative, hinkt aber seitdem mit der Veröffentlichung eines detaillierten öffentlichen Reports hinterher. Deshalb kann der Fortschritt des Unternehmens bei der Umsetzung nicht beurteilt werden.



Bei **HANS IM GLÜCK** zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei Dean & David: Das Unternehmen hat sich ebenfalls bereits im Jahr 2020 verpflichtet, die Kriterien der Masthuhn-Initiative umzusetzen, bekommt bei »Umsetzung und Berichterstattung« aber 0 %, was wie bei Dean & David an den mangelhaften Berichten liegt. Mit einem Gesamtergebnis von 50 % landet Hans im Glück daher nur auf Stufe 4.



L'OSTERIA ist seit 2022 bei der Masthuhn-Initiative dabei, hat aber leider noch keinen Bericht über die Umsetzung vorgelegt. 100 % im Bereich 1 und 0 % im Bereich 2 ergeben ein Gesamtergebnis von 50 %. Das reicht nur für Stufe 4. Damit hat sich das Unternehmen im Vergleich zum letzten Ranking weder verbessert noch verschlechtert. Wir sind gespannt, wie schnell es im nächsten Jahr mit der Umsetzung der Kriterien vorangehen wird.



PETER PANE landet ebenfalls auf Stufe 4. Das Unternehmen ist zwar dieses Jahr zum ersten Mal im Ranking vertreten, aber bereits seit 2019 Mitglied der Masthuhn-Initiative. Peter Pane berichtet nur sehr vage über die Umsetzung der Kriterien und kann damit im Bereich »Umsetzung und Berichterstattung« nicht punkten. In Zukunft möchte das Unternehmen verstärkt auf vegane und vegetarische Produkte setzen, was zu begrüßen wäre, aber im Rahmen dieses Rankings irrelevant ist.

VAPIANO **VAPIANO** ist erst vor Kurzem der Masthuhn-Initiative beigetreten, daher ist eine Platzierung auf Stufe 4 (mit 50 %) nicht überraschend. Wir freuen uns über das europaweite Commitment des Unternehmens und hoffen, dass Vapiano mit einer zügigen Umstellung und transparentem Reporting im Ranking aufsteigt.



Die Stufe 5 (»Schlecht«) wird von **IKEA** mit einem Gesamtergebnis von 47 % eröffnet. Das Unternehmen verschlechtert sich seit 2022 damit um zwei Plätze. Es bekommt für seine »Selbstverpflichtungen und Ziele« lediglich 94 %, denn es listet sein Commitment zur MHI nicht auf der deutschen Webseite. Ikea gibt zwar an, dass 55 % seines weltweit genutzten Hühnerfleischs den Kriterien der Initiative entsprechen – jedoch ist unklar, auf welche Region sich diese Zahl bezieht, da Ikea hier keine Lieferkettentransparenz herstellt. Insgesamt gibt der Bericht von Ikea nicht mehr (wie noch in 2022) detailliert Aufschluss über einzelne Kriterien – daher verschlechtert sich die Bewertung in Bereich 2 von 33 % (2022) auf 0 %.



Auch **PIZZA HUT** erreicht mit einem Gesamtergebnis von 47 % Stufe 5. Damit hat sich das Unternehmen um eine Stufe verschlechtert. Im Vergleich zu 2022 liegt bei der Bewertung jetzt etwas mehr Gewicht darauf, dass das MHI-Commitment im jeweiligen Land veröffentlicht ist. Da Pizza Hut seine Selbstverpflichtung in Deutschland nicht öffentlich an die VerbraucherInnen kommuniziert, gibt es hier nicht die volle Punktzahl. Obwohl die Verpflichtung zur Masthuhn-Initiative schon im Jahr 2019 stattgefunden hat, liegt noch kein einziger Bericht über den Fortschritt der Umsetzung vor. Bei der Umsetzung hat das Unternehmen also offenbar keine Schritte unternommen und bekommt 0 %.



Mit einer Gesamtwertung von gerade einmal 5 % landet **MCDONALD'S** auf der letzten Stufe 6 (»Sehr schlecht«). Die Wertung ergibt sich aus einem Wert von 9 % für die Selbstverpflichtungen und Ziele und 0 %

für die Umsetzung. McDonald's hat zwar rudimentäre Verpflichtungen zur verbesserten Haltung von Masthühnern abgegeben, allerdings stehen diese bei Weitem nicht in Einklang mit den Anforderungen der Europäischen Masthuhn-Initiative. Im letzten Ranking hatte McDonald's hier noch 17 % erreicht: 2022 hatte das Unternehmen öffentlich angegeben, keine Käfige mehr zu nutzen – diese Angabe ist heute nicht mehr auffindbar. McDonald's spricht gerne darüber, dass es Forschungen zur Hühnerhaltung vorantreibt und entsprechende Projekte ins Leben rufen will – von tatsächlichen Fortschritten für die Tiere bekommen VerbraucherInnen in Deutschland aber nichts mit. Das bedeutet: Die Hühner leiden weltweit weiter für Chickenburger, Nuggets und Co.



AUTOGRILL, ein Neuzugang im Masthuhn-Ranking – steigt mit einer Gesamtwertung von 0 % auf der schlechtesten Stufe ein. Das Unternehmen zeigt keinerlei Interesse oder Bemühungen für Verbesserungen in der Hühnerhaltung in seiner Lieferkette.



Bei **BURGER KING** hat sich nichts geändert: Die Gesamtwertung bleibt wie im letzten Jahr bei 0 %. Das Unternehmen hat in Deutschland keine Standards für die Hühnerhaltung. Das ist bemerkenswert, da es sich in den USA/Kanada und Großbritannien schon lange der Masthuhn-Initiative angeschlossen und in Frankreich immerhin Kriterien veröffentlicht hat, die denen der Initiative entsprechen.



Auch bei **CALL A PIZZA** scheint es kein Interesse an einer verbesserten Hühnerhaltung zu geben. Es gibt keine veröffentlichten Standards. Das Unternehmen landet mit 0 % ebenfalls auf Stufe 6.



Besonders bedauerlich ist das Ergebnis von **STARBUCKS** mit 0 % auf Stufe 6. Das Unternehmen hat in Deutschland keine Verpflichtung zur Masthuhn-Initiative abgegeben und hinkt damit seinen Commitments in Großbritannien, den USA und Kanada hinterher.



Unser Fazit

Seit dem letzten Masthuhn-Ranking hat sich erschreckend wenig verbessert. Aktuell zeigt nur ein Fünftel der untersuchten Unternehmen sichtbare Anstrengungen hin zu einer tatsächlichen Umsetzung der verbesserten Masthuhn-Haltung (Domino's, Subway, Vapiano). Bei der überwiegenden Mehrheit der großen Systemgastronomen beobachten wir einen Stillstand bei den Zielsetzungen für mehr Tierschutz, der Lieferkettenumstellung und der Berichterstattung. Insbesondere in den Bereichen Umsetzung und Reporting sehen wir zudem herbe Rückschritte.

Der Masthuhn-Report 2023 zeigt: Zu viele in Deutschland aktive Unternehmen ziehen sich noch aus der Verantwortung für ihre Lieferketten und lassen mit dem Commitment zur MHI oder einer aktiven, transparenten Umstellung auf sich warten. Hier erwarten wir ein deutlich schnelleres Tempo und mehr Problembewusstsein.



Loretta Schulte
Projektmanagerin
Lebensmittel-Fortschritt



Es ist mir ein Rätsel, warum manche Unternehmen sich in anderen Ländern zur Europäischen Masthuhn-Initiative bekennen, hier in Deutschland jedoch zögern. Die aktuellen Standards in der Hühnerhaltung sind nicht tragbar und widersprechen einem modernen, verantwortungsbewussten Unternehmensverständnis. Selbst bei Unternehmen mit Commitment für die Initiative beobachten wir Mängel in der Umsetzung und im transparenten Reporting. Dagegen verdienen diejenigen, die bereits konkrete Schritte unternehmen und transparent agieren, auch Anerkennung.

Tierschutz muss mehr als nur ein Lippenbekenntnis und fest im Leitbild jedes verantwortungsvollen Unternehmens verankert sein.

Gründe für die Masthuhn-Initiative

Krankheiten und Verletzungen

Die Hühner in der konventionellen Haltung sind auf extrem schnelle Gewichtszunahme gezüchtet. Das bringt erhebliche gesundheitliche Probleme mit sich.



Zu den häufigsten Krankheiten und Verletzungen zählen

- > Knochendeformationen
- > Fußballentzündungen
- > Hautentzündungen bis hin zur Entstehung von Brustblasen
- > Herz-Kreislauf-Erkrankungen
- > Erkrankungen der Atemwege
- > Bakterielle Infektionen des Darms³

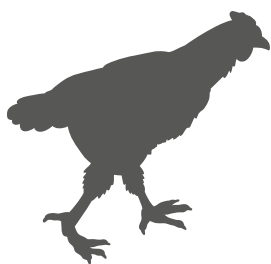
Die Masthuhn-Initiative schreibt die Verwendung von Rassen oder Hybridlinien vor, die erhöhte Tierschutz-Kriterien erfüllen. Diese Tiere weisen deutlich seltener Krankheiten und Verletzungen auf.⁴

Antibiotika und öffentliche Gesundheit

Die Häufigkeit von Antibiotika-Therapien in der Hühnermast in Deutschland steigt seit 2016 stetig.⁵ Ohne diese Behandlung würden die Tiere die Mast nicht überleben. Oft werden bis zu 5 % der Masthühner auch mit Antibiotika-Behandlungen vor dem Schlachttermin. Die häufigen Antibiotikagaben begünstigen die Entwicklung von antibiotikaresistenten Keimen, die auch ein Risiko für Menschen darstellen. In Deutschland erkranken derzeit jährlich ca. 54.500 Menschen an Infektionen durch antibiotikaresistente Erreger und ca. 2.400 Menschen sterben daran.⁶ Dadurch, dass im Rahmen der Masthuhn-Initiative robustere Rassen verwendet werden müssen, die auch aufgrund der besseren Haltungsbedingungen seltener mit Antibiotika behandelt werden müssen, sinkt das Risiko für das Entstehen antibiotikaresistenter Keime.

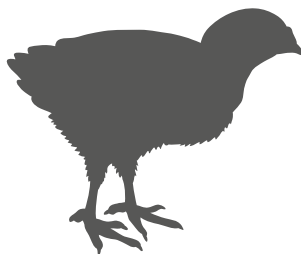
Platzmangel und Langeweile

In der heute üblichen Hühnermast leben bis zu 26 Tiere auf einem Quadratmeter. Sie werden in kargen, künstlich beleuchteten Ställen gehalten, in denen es praktisch nichts für sie zu tun gibt, außer zu fressen und zu trinken. Im Rahmen der Masthuhn-Initiative ist dagegen eine maximale Besatzdichte von 30 kg/m² vorgeschrieben. Das entspricht bis zu 20 Tieren pro Quadratmeter.



1957

0,9 kg in 56 Tagen



1978

1,8 kg in 56 Tagen



2005

4,2 kg in 56 Tagen

Hühner in der konventionellen Haltung sind auf eine extrem schnelle Gewichtszunahme gezüchtet.

Kontakt und Download-Material

Die Europäische Masthuhn-Initiative hilft Unternehmen dabei, ihre Lieferketten zukunftssicher zu gestalten und der Nachfrage der VerbraucherInnen nach höheren Tierschutzstandards nachzukommen. Über 600 Unternehmen haben die Selbstverpflichtung der Initiative bereits unterzeichnet.

**Wenn Sie ebenfalls beitreten möchten oder Fragen haben, melden Sie sich gerne unter:
masthuhn-initiative@albert-schweitzer-stiftung.de**

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

Referenzen

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

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 2023

Link zum Onlineartikel

<https://lebensmittel-fortschritt.de/aktuell/masthuhn-report2023>

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