

Verena Kühling, Aline Veauthier, H.-W. Windhorst

Ethik in der Nutztierhaltung Tierwohl und CSR-Strategien in Unternehmen



wing

Wissenschafts- und Informationszentrum
Nachhaltige Geflügelwirtschaft

Verena Kühling, Aline Veauthier, H.-W. Windhorst

**Ethik in der Nutztierhaltung
Tierwohl und CSR-Strategien in Unternehmen
am Beispiel der Geflügelwirtschaft Oldenburger Münsterland**

Zuschriften, die diese Forschungsschwerpunkte und weitere Arbeiten des WING betreffen, sind an folgende Adresse zu richten:

Wissenschafts- und Informationszentrum Nachhaltige Geflügelwirtschaft (WING)
Universität Vechta
Postfach 15 53
49364 Vechta

Telefon: 04441-15170
Fax: 04441-15 67 168

E-Mail: info@wing.uni-vechta.de

Weitere Informationen über das WING erhalten sie unter:
www.wing-vechta.de

Besucheranschrift:
Heinestraße 1
49377 Vechta

Cover, Fotoquellen: Anne-Katrin Jacobs

Vorwort

Die vorliegende Veröffentlichung entstand am Ende einer mehrjährigen Projektphase. Da es sich bei den untersuchten Themen um sehr aktuelle Entwicklungen handelt, sind Veränderungen insofern möglich.

Im Rahmen des Promotionsprogrammes „Animal Welfare in Intensive Livestock Production Systems“, welches seine Auftaktveranstaltung im Juli 2013 hatte, entstand das vorliegende Projekt mit dem Arbeitstitel „Ethik in der Tierproduktion“. Im Zuge der wissenschaftlichen Recherchen stellte sich sehr schnell heraus, dass die Schnittstelle von Unternehmen und Verbrauchern einen entscheidenden Knotenpunkt bildet. Damit war der Fokus des Projektes auf die „Corporate Social Responsibility“ der Unternehmen gelegt. Die Arbeit begutachtet das Verständnis der sozialen und ökologischen Verantwortung der Unternehmen, sowie das Bewusstsein verantwortlich zu Handeln und nachhaltige Lösungen zu generieren.

Der Hauptteil der vorliegenden Arbeit befasst sich mit einer Analyse zu dem aktuellen Stand der Maßnahmen zum Thema CSR und Tierwohl. Dieser Teil basiert auf einer Feldstudie. Die Datenerhebung wurde im Jahr 2015 abgeschlossen. Sie hatte zum Ziel, einen Überblick über die Handlungsstrategien im CSR-Bereich zu schaffen, den CSR-Begriff mit Inhalten zu füllen und somit eine branchenweite Gültigkeit zu erreichen.

Der zweite Teil beschäftigt sich mit einem Blick in die Zukunft und erhebt die Themen, die unternehmensintern als wichtigste Herausforderungen gesehen werden. Ein Vergleich mit den Themen, die gesellschaftlich als wichtigste Herausforderung gesehen werden, schließt sich an.

Ziel ist es, für die Unternehmer einen konkreten Themenstand zu ermitteln, den Begriff CSR mit Inhalten zu füllen, die branchenweit Zustimmung finden und der aktuellen Diskussion um Verantwortung und die Rolle der Unternehmen zum Thema „Ethik in der Tierproduktion“ ein wissenschaftliches Fundament zu liefern. Die Arbeit soll auf begleitende Weise die Unternehmen dabei unterstützen, den Ethik-Trend erfolgreich und dynamisch zu gestalten und diesen nicht als Bedrohung, sondern als Herausforderung einzustufen.

Ich danke an dieser Stelle meinen Interviewpartnern, die durch Ihre rege Beteiligung und durch Ihre Offenheit zu einer alltagsnahen Auswertung beigetragen haben. Mein herzlicher Dank gilt Prof. Dr. Hans-Wilhelm Windhorst sowie Frau Dr. Aline Veauthier vom Wissenschafts- und Informationszentrum Nachhaltige Geflügelwirtschaft (WING) in Vechta, die diese Veröffentlichung ermöglicht haben.

Vechta, Juni 2019

Verena Kühling

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	I
Inhaltsverzeichnis	1
Verzeichnis der Abbildungen	3
Verzeichnis der Tabellen	4
1. Einführung.....	7
1.1 Hinführung und Problemstellung.....	7
1.2 Zielsetzung der Studie	8
1.3 Aufbau der Studie.....	8
2. Methodik	10
2.1 Datenanalyse.....	10
2.1.1 Primär- und Sekundärdaten.....	10
2.1.2 Qualitative und quantitative Daten.....	10
2.2 Das Delphi-Verfahren.....	11
2.2.1 Definition und historische Entwicklung der Delphi-Methode	11
2.2.2 Merkmale und Ablauf der Delphi-Studie.....	12
2.3 Die SWOT-Analyse	13
3. Die Entwicklung der intensiven Tierproduktion in Süddoldenburg.....	15
3.1 Phasen der Ausbildung – ein historischer Rückblick	15
3.2 Probleme der sektoralen und regionalen Konzentration	19
3.3 Ansätze einer Neuorientierung	21
4. CSR und Tierwohl.....	22
4.1 Begriffsabgrenzungen im Bereich Tierwohl.....	22
4.2 Stand der Forschung im Bereich Tierwohl.....	22
4.3 Allgemeine Grundlagen der CSR.....	24
4.3.1 Begriffsabgrenzungen im Bereich CSR	24
4.3.2 Systematisierung von CSR.....	27
4.3.3 Stand der Forschung im Bereich CSR.....	29
4.4 Unternehmen als wirtschaftliche Akteure im gesellschaftlichen Kontext	29
4.4.1 Gesellschaftliche Wechselwirkung und die „Licence to operate“.....	30
4.4.2 Das Stakeholder-Konzept.....	31
4.4.3 Die Stakeholder des Agribusiness.....	32
4.5 Die Rolle der Unternehmen.....	34
4.5.1 Die Zadek-Stufen.....	34
4.5.2 CSR im Agribusiness.....	35
4.5.3 Herausforderungen bei der Übernahme von CSR im Agribusiness	36
4.5.4 Tierwohl-CSR.....	40

5. Ergebnisse der Delphi-Studie.....	41
5.1 Vorgehen und Ausgestaltung	41
5.2 Ergebnisse der Delphi-Studie.....	43
5.2.1 Analyse der unternehmensbezogenen Daten.....	43
5.2.2 Assoziationen mit CSR in der Geflügelbranche.....	45
5.2.3 Faktoren für die Umsetzung von CSR-Maßnahmen	51
5.2.4 Motivationsgründe für CSR	54
5.2.5 Bereiche des Unternehmensengagements hinsichtlich CSR.....	56
5.2.6 Managementstrategien von CSR	57
5.2.7 Standardisierung und Zertifizierung von CSR	61
5.2.8 Kommunikationsstrategien.....	66
5.2.9 Identifikation der wichtigsten Themen der nächsten 10 Jahre in der Geflügelproduktion.....	69
5.2.10 Tierwohl im Unternehmen	78
5.3 Zusammenfassung.....	79
6. Bedeutung von CSR in der Geflügelwirtschaft.....	81
6.1 Ergebnisse der SWOT-Analyse der Geflügelwirtschaft.....	81
6.2 Zukunftsperspektiven und Handlungsempfehlungen.....	84
6.2.1 Die Implementierung von CSR im Unternehmen	84
6.2.2 Diskussion und weiterer Forschungsbedarf	85
Literaturverzeichnis	87
Fragebogen	95
Die Autoren	114

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Die SWOT-Analyse	14
Abbildung 2: Verantwortungspyramide nach Carroll	28
Abbildung 3: Stakeholdergruppen nach Freeman et al.	32
Abbildung 4: Mögliche Stakeholder der Geflügelbranche	34
Abbildung 5: Diskrepanz zwischen ethischen Ansprüchen und Unternehmensreaktionen	38
Abbildung 6: Zieldefinition zwischen ethischen Ansprüchen und Unternehmensreaktionen	39
Abbildung 7: Einfluss der Experten auf die Umsetzung von CSR-Maßnahmen	45
Abbildung 8: Anzahl der Nennungen der CSR-Assoziationssäulen	51
Abbildung 9: Umsetzung von CSR im Unternehmen	53
Abbildung 10: Einfluss des persönlichen Wertverständnisses der Führungskräfte auf das ethisch-nachhaltige Wirtschaften im Unternehmen	55
Abbildung 11: Herausforderungen auf Branchenebene	57
Abbildung 12: Häufigkeit der Marktuntersuchungen	58
Abbildung 13: Festlegen eines Verantwortungsträgers	63
Abbildung 14: CSR Reporting deutscher Großunternehmen	66
Abbildung 15: Kommunikation von CSR-Maßnahmen an den Endverbraucher	67
Abbildung 16: Zukünftige gesellschaftliche Herausforderungen	73
Abbildung 17: Relevanz des Themas Tierwohl im Unternehmen	79

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1: Die Entwicklung der Zahl der Legehennen- und Masthühnerbestände sowie der Anzahl der Halter im Landkreis Vechta (1980-2016).....	16
Tabelle 2: Strukturdaten zur Geflügelhaltung in Deutschland, Niedersachsen und Süddoldenburg.....	18
Tabelle 3: Stakeholderanforderungen.....	33
Tabelle 4: Überblick der teilnehmenden Unternehmen.....	42
Tabelle 5: Verteilung der befragten Unternehmen nach Wertschöpfungsstufen.....	44
Tabelle 6: Die 7 CSR-Säulen in der Geflügelbranche	46
Tabelle 7: Rangfolge der CSR-Säulen.....	49
Tabelle 8: Einflussbereiche der Unternehmen	52
Tabelle 9: Gründe für die Implementierung von CSR-Maßnahmen im Unternehmen	54
Tabelle 10: Unternehmensengagement für ausgewählte Herausforderungen	56
Tabelle 11: Integration von Tierwohl im Unternehmen	59
Tabelle 12: Instrumente zur Optimierung von Herausforderungen im Tierwohlbereich.....	60
Tabelle 13: Nennung eines Verantwortungsträgers	63
Tabelle 14: Reputation der Wertschöpfungsstufen.....	65
Tabelle 15: Medien zur Kommunikation von CSR-Maßnahmen	68
Tabelle 16: Wichtigste gesellschafts-ethische Themen in den nächsten 10 Jahren aus Sicht der Unternehmen	70
Tabelle 17: Gründe für die wichtigsten Herausforderungen.....	77
Tabelle 18: Kenntnis der Unternehmen über Verbrauchermeinungen zu ausgewählten Themen.....	78
Tabelle 19: Auflistung zur SWOT-Analyse	83