



Det Dyreetiske Råd

Udtalelse om markeds- drevet dyrevelfærd

Det Dyreetiske Råd

Udtalelse om markeds- drevet dyrevelfærd

Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri
Veterinærenheden
Slotsholmsgade 12
1216 København K

August 2012

Udtalelse om markedsdrevet dyrevelfærd

© 2012 Det Dyreetiske Råd

København

Grafisk tilrettelæggelse: Karsten Borup

Sat med Minion og Rotis

Tryk: AN:sats

1. udgave, 1. oplag

Printed in Denmark 2012

Det Dyreetiske Råd

Det Dyreetiske Råd er nedsat i henhold til dyreværnsloven, som trådte i kraft 1. september 1991. Rådet erstattede Det Ethiske Råd vedrørende Husdyr, som havde fungeret siden 1986.

Rådet bestod ved udarbejdelsen af udtalelsen af flg. medlemmer:

Professor Peter Sandøe (formand) *(til juni 2012)*

Professor Pia Haubro Andersen

Gårdejer Britt Brøchner-Nielsen

Afdelingschef Per Krogsgaard Christiansen *(fra marts 2012)*

Vicedirektør Bengt Holst

Kontorchef Rikke Freil Laulund *(juni 2011 – marts 2012)*

Proprietær Per Bach Laursen

Biolog Peter Møllerup

Agronom Dorte Rebbe Schou

Kontorchef Jens Teilberg Søndergaard *(til juni 2011)*

Dyrlæge Anne Sørensen

Dyrlæge Mette Vaarst

Journalist Gorm Vølver

Det Dyreetiske Råd har til opgave ud fra en etisk vurdering at følge udviklingen inden for dyreværn. Rådet kan afgive udtalelse om spørgsmål inden for dyreværn og skal på fødevareministerens begæring afgive udtalelse om særlige spørgsmål vedrørende lovgivningen om dyreværn (jf. dyreværnsloven, § 5).

Der er kommet følgende udtalelser fra Det Dyreetiske Råd:

- Udtalelse om dyreforsøg (september 1992)
- Udtalelse vedrørende svineproduktion (oktober 1993)
- Udtalelse om buejagt (september 1993)
- Udtalelse vedrørende hold af dyr, der kan frembyde fare eller skabe frygt, eller som vanskeligt kan holdes i fangenskab på dyreværnsmæssigt forsvarlig måde (juni 1994)
- Udtalelse vedrørende slagtefjerkræ (februar 1995)
- Udtalelse om økologisk husdyrproduktion (november 1995)
- Udtalelse om bioteknologi i forbindelse med dyr (juni 1996)

- Udtalelse om skadedyrsbekæmpelse (maj 1997)
- Udtalelse om rituelle slagtninger (april 1997)
- Anvendelse af "Ovum-Pick-Up"-teknik til opsamling af oocytter fra tamkvæg (marts 1998)
- Udtalelse om hold af heste (marts 1998)
- Udtalelse vedrørende afregistrering af visse lægemidler til heste (november 1998)
- Udtalelse om avl af dyreracer, hvor fødselsvanskeligheder vil forekomme hyppigt (december 1998)
- Udtalelse om avl af hunde og katte (april 1999)
- Udtalelse om etiske grænser for medicinsk og kirurgisk behandling af familiedyr (september 1999)
- Udtalelse om halekupering af hunde (maj 2000)
- Debatoplæg om kloning og kloningsrelaterede teknikker (juni 2000)
- Udtalelse om kloning af dyr (februar 2001)
- Udtalelse om æglæggende høner (juni 2001)
- Udtalelse om kloning (april 2002)
- Udtalelse om pelsdyrproduktion (januar 2003)
- Udtalelse om katte (september 2004)
- Udtalelse om rituelle slagtninger (marts 2005)
- Udtalelse om jagt med rovfugle (januar 2006)
- Udtalelse om malkekvæg (februar 2006)
- Udtalelse om menneskers seksuelle omgang med dyr (november 2006)
- Mand eller mus? Redegørelse om etiske aspekter ved kimæreforskningen (oktober 2007)
- Udtalelse om familie og hobbydyr (juni 2008)
- Supplement til redegørelsen "Mand eller mus" (november 2008)
- Udtalelse om jagt (oktober 2010)

Udtalelserne er tilgængelige på Fødevarestyrelsens hjemmeside www.foedevarestyrelsen.dk

Alle henvendelser til Det Dyreetiske Råd bedes rettet til Rådets sekretariat:

Det Dyreetiske Råd

Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri

Veterinærenheden

Slotsholmsgade 12

1216 København K

Tlf. 33 92 33 01

E-mail: veterinaer@fvm.dk

Indhold

Sammenfatning

5

Formål med denne udtalelse

8

Baggrund

8

Terminologi

10

Eksisterende lovgivning og andre rammer

11

Udfordringer for markedsdrevet dyrevelfærd

20

Udviklingsområder for markedsdrevet dyrevelfærd

samt Det Dyreetiske Råds overvejelser og anbefalinger

Udbud

23

Efterspørgsel

29

Gennemskuelighed

32

Prioritering

37

Konklusioner

40

Bilag

41

Udtalelse om markedsdrevet dyrevelfærd

Sammenfatning

Formål med denne udtalelse

Det Dyreetiske Råd ønsker med denne udtalelse at pege på veje til at fremme landbrugsdyrenes velfærd gennem samspillet mellem forbrugernes efterspørgsel og udbuddet af animalske produkter, hvor der er taget særlige hensyn til dyrevelfærden. Målet er altså at forbedre landbrugsdyrenes velfærd ved at styrke den del af husdyrproduktionen, hvor der stilles krav til dyrevelfærden, som rækker ud over lovgivningens minimumskrav.

Det Dyreetiske Råd mener, at det fortsat er uhyre vigtigt at fastholde arbejdet for at styrke de lovgivningsmæssige minimumskrav for dyrevelfærd gældende for hele produktionen, men må erkende, at der er grænser for, hvor langt man kan nå ad denne vej. Samtidig ser man inden for det såkaldte politiske forbrug, at en række andre dagsordner, såsom at sikre sunde og klimavenlige produkter, trænger sig på, bliver markedsført og indirekte presser markedet for varer produceret med særlig hensyn til dyrevelfærd. I den situation mener Det Dyreetiske Råd, at det er vigtigt at sætte fokus på den markedsdrevne dyrevelfærd, så dyrevelfærd fastholder og styrker sin position som en værdi på markedet for kvalitetsfødevarer.

Baggrund

Velfærden for landbrugets produktionsdyr har siden starten på diskussionerne om dyrevelfærd i 60'erne

og 70'erne hovedsagelig været drevet af to forskellige strategier: fastlæggelse af grundlæggende lovgivningsmæssige krav for dyrevelfærd og produktion og salg af animalske produkter med særlig fokus på dyrevelfærd. Disse to mekanismer har hidtil suppleret og gensidigt påvirket hinanden. Strammere lovgivningsmæssige krav har ført til, at standarderne for alternative produkter er blevet højere, og samtidig har den alternative produktion vist nye veje, som i en række tilfælde senere er blevet omsat til lovgivningsmæssige krav i den almindelige produktion. Hvor strategien med lovgivningsmæssige krav primært har haft fokus på at sikre dyrene et dyrevelfærds-mæssigt minimum, herunder ikke mindst at beskytte dem mod unødigt lidelse, åbner strategien med markedsdrevet dyrevelfærd for, at niveauet for dyrevelfærd kan løftes over dette minimumsniveau.

Der findes animalske specialprodukter på markedet, hvor fokus primært er på dyrevelfærd. Udviklingen går dog i retning af, at en stigende del af sådanne specialprodukter har et bredere fokus på etisk ansvarlighed, hvor dyrevelfærd er én blandt flere kvaliteter. Denne tendens ses også i det voksende marked for økologiske produkter.

Sociologiske undersøgelser tyder på, at mange mennesker ønsker en højere dyrevelfærd for landbrugets produktionsdyr. Der er dog ikke altid helt sammenhæng mellem det, der gives udtryk for i holdningsundersøgelser, og den adfærd, der kan aflæses i forbruget af fødevarer. Hvor nogle undersøgelser peger på, at forbrugerne selv mener at have et godt kendskab til produktionsforholdene, peger andre undersøgelser på, at forbrugerne, når de står foran køledisken, alligevel kan have svært ved at gennemskue, hvilke forhold dyrene har levet under.

Mange af kravene for hold af dyr i EU-landene er fastsat ved EU-regulering, der pålægger medlemslandene at sikre efterlevelsen af visse minimumskrav. De enkelte lande kan på nogle områder fastsætte eller bibeholde skærpede krav i den nationale lovgivning. EU-regulering bidrager således til at ensrette vilkårene for produktionen med hensyn til at sikre dyrevelfærd, men dækker ikke de lande uden for EU, som mange fødevarer importeres fra. Der kan således være stor forskel på, hvilke regler produktionen er underlagt i henholdsvis Danmark, andre EU-lande og lande uden for EU, og dermed også på velfærden for de dyr, der indgår i produktionen. Private virksomheder kan vælge at fastsætte standarder, hvor der stilles mere vidtgående krav til dyrevelfærd end lovgivningens krav, og kan enten selv eller via en tredjepart kontrollere, om kravene overholdes.

Globaliseringen har haft stor betydning for udbuddet af fødevarer. Selv om der i de sidste årtier har været en udvikling af både national og international regulering til at beskytte dyrene mod for ringe kår og forbrugerne mod vildledning, og selv om markedet tilbyder flere særlige dyrevelfærdsprodukter end tidligere, betyder globaliseringen også, at det i mange tilfælde bliver endnu sværere for forbrugere at gennemskue, hvilke forhold dyrene har levet under. Hvis forbrugeren skal have mulighed for at identificere, hvilke udenlandske varer der lever op til dansk standard, EU-standard eller private mærkestandarder, skal dette naturligvis fremgå af varens mærkning, hvilket ikke altid er tilfældet.

Udviklingsområder for markedsdrevet dyrevelfærd

Det Dyreetiske Råd finder generelt, at emnet ”markedsdrevet dyrevelfærd” er komplekst og rummer nogle udfordringer, der ikke findes enkle svar på. Rådet mener dog samtidig, at der set ud fra fire vinkler kan peges på en række muligheder for udvikling af markedet for fødevarer produceret med særlig fokus på dyrevelfærd. Disse fire vinkler, der tjener til at strukturere gennemgangen i udtalelsen, er udbud, efterspørgsel, gennemskuelighed og prioritering.

■ *Udbud:* Den første forudsætning for, at forbrugere kan købe fødevarer, som er produceret med særligt fokus på dyrevelfærd, er naturligvis, at varerne udbydes. Der er meget stor forskel på, hvor mange alternativer der udbydes for forskellige varetyper. Der kan tillige være store regionale forskelle i udbuddet af varer. Rådet opfordrer til udvikling af nye produkter, ikke bare når det angår råvarer som kød, men i høj grad også mere forarbejdede produkter. Rådet påpeger videre, at det er nødvendigt at øge tilgængeligheden af de alternative produkter. Rådet tænker her ikke kun på tilgængeligheden i detailhandlen men også på tilgængeligheden i offentlige og private virksomheder, der fx står for kantinedrift og skolemad, og på cafeer, restauranter og i fastfood-sektoren. Rådet ser desuden et stort og uudnyttet potentiale omkring markedsføring og oplysninger til forbrugerne. Rådet opfordrer samtidig til at fokusere på prissætningen af varerne og på mulighederne for økonomisk støtte i udviklingsfasen.

■ *Efterspørgsel:* Det Dyreetiske Råd finder det afgørende, at forbrugernes efterspørgsel efter produkter, hvor der er fokus på dyrevelfærd, øges. Rådet påpeger, at begrebet ”forbrugere” i denne forbindelse skal forstås bredt og således omfatter alle, der er ansvarlige for indkøb af animalske fødevarer, både til private husholdninger, til offentlige og private institutioner og til virksomheder. Rådet mener, at forbrugerne har et stort ansvar, som de må tage på sig, for at være mere bevidste om, hvad de køber. Rådet opfordrer samtidig til, at der arbejdes på at højne vidensniveauet både om produktionsformer og om dyrevelfærd generelt. Rådet peger her både på, at forbrugere skal opsøge den information, der er, og at relevante aktører skal sikre, at informationen er let tilgængelig, både om produkter og som baggrundsviden generelt.

■ *Gennemskuelighed:* Det er afgørende for forbrugers viden om og opfattelse af et produkt, at de relevante oplysninger er lette at finde og gennemskue. Det kan dog i flere tilfælde være svært at gennemskue, hvilke forhold dyrene har været

holdt under. Rådet mener, at der bør arbejdes for, at forbrugere på en let tilgængelig måde kan få oplysninger om dyrevelfærd i relation til produktionen af en fødevarer, og oplysningerne skal være reelle og troværdige. Rådet mener, at ansvaret for at sikre tilgængeligheden af troværdige oplysninger hviler på både producenterne, forarbejdningsvirksomhederne, detailhandlen og myndighederne. Rådet mener ikke, at der skal flere mærker på markedet, men anbefaler at forbedre den eksisterende mærkning og udvikle supplerende mærknings- og informationsmetoder. Rådet påpeger videre, at vildledning skal undgås, og at det bør sikres, at produktionen lever op til de krav, som mærket lover. Rådet ser i den forbindelse en særlig udfordring for gennemskueligheden af importerede varer.

- *Prioritering:* Rådet finder, at der er behov for at sikre og fremme, at dyrevelfærd står højt på prioriteringslisten sammen med andre vigtige dagsorde-

ner som fx klima, kvalitet, sundhed og pris. Rådet peger på, at de dyrevelfærdsmæssige kvaliteter ved en vare risikerer at drukne mellem andre kvaliteter, der skal fremhæves, hvis ikke der fortsat sættes særlig fokus på emnet. Rådet mener, at ansvaret for at sikre og fremme prioriteringen af dyrevelfærd hviler på alle aktører på fødevarerområdet. Rådet anbefaler, at dyrevelfærd gøres mere synlig som en kvalitet ved en vare, og at dyrevelfærd evt. integreres i andre kvalitetsmærker. Rådet opfordrer videre virksomheder til at tænke dyrevelfærd ind i deres etiske værdisæt og forbrugere til at udforske mulighederne for at ændre vaner. Sluttelig mener Rådet, at der er behov for øget opmærksomhed på lovgivningens begrænsninger, markedskræfternes muligheder og globaliseringens betydning.

Samlet set konkluderer Det Dyreetiske Råd, at ingen af de omtalte forhold kan stå alene. Efter Rådets opfattelse er der behov for at sætte bredt ind for at fremme den markedsdrevne dyrevelfærd.

Formål med denne udtalelse

Det Dyreetiske Råd ønsker med denne udtalelse at pege på veje til at fremme landbrugsdyrenes velfærd gennem samspillet mellem forbrugernes efterspørgsel og udbuddet af animalske produkter, hvor der er taget særlige hensyn til dyrevelfærden. Målet er altså at forbedre landbrugsdyrenes velfærd ved at styrke den del af husdyrproduktionen, hvor der stilles krav til dyrevelfærden, som rækker ud over lovgivningens minimumskrav.

Det Dyreetiske Råd mener, at det fortsat er uhyre vigtigt at fastholde arbejdet for at styrke de lovgivningsmæssige minimumskrav for dyrevelfærd gældende for hele produktionen, men må erkende, at der er grænser for, hvor langt man kan nå ad denne vej. Dette hænger ikke mindst sammen med den internationale priskonkurrence, hvor udenlandske producenter, som ikke er underlagt de samme krav som danske producenter, kan underbyde danske producenter både på det danske marked og på eksportmarkederne.

Samtidig ser man inden for det såkaldte politiske forbrug, at en række andre dagsordener, såsom at sikre sunde og klimavenlige produkter, trænger sig på, bliver markedsført og indirekte presser markedet for varer produceret med særlig hensyn til dyrevelfærd. I den situation mener Det Dyreetiske Råd, at det er vigtigt at sætte fokus på den markedsdrevne dyrevelfærd, så dyrevelfærd fortsat kommer til at stå stærkt på markedet for kvalitetsfødevarer. Rådet forstår ved markedsdrevet dyrevelfærd initiativer til at forbedre landbrugsdyrenes velfærd, som ikke eller ikke alene baserer sig på lovgivningsmæssige krav til produktionen, men som derimod tages af aktører på markedet, og som typisk giver de berørte produkter en markedsfordel – enten i form af en højere pris eller en bedre mulighed for afsætning.

Baggrund

Velfærden for landbrugets produktionsdyr har siden starten på diskussionerne om dyrevelfærd i 60'erne og 70'erne hovedsagelig været drevet af to forskellige strategier. Den ene er at fastlægge grundlæggende lovgivningsmæssige krav for dyrevelfærd, som alle skal leve op til. Den anden er at lade markedsmekanismer drive bedre dyrevelfærd frem, fx ved at udbyde varer produceret med særlige krav til dyrevelfærd, typisk til en højere pris end de almindelige produkter. Disse to mekanismer har hidtil suppleret og gensidigt påvirket hinanden. Strammere lovgivningsmæssige krav har ført til, at standarderne for alternative produkter er blevet højere, og samtidig har den alternative produktion vist nye veje, som i en række tilfælde senere er blevet krav i den almindelige produktion.

Hvor strategien med lovgivningsmæssige krav primært har haft fokus på at sikre dyrene et dyrevelfærdsmæssigt minimum, herunder ikke mindst at beskytte dem mod unødigt lidelse, åbner strategien med markedsdrevet dyrevelfærd for, at niveauet for dyrevelfærd kan løftes over dette minimumsniveau.

Det danske marked for produkter med særlige krav til dyrevelfærd er i høj og stigende grad sammenfaldende med det økologiske marked. Det Dyreetiske Råd var med en udtalelse i 1995 om økologisk husdyrproduktion med til at øge fokus på dyrevelfærden som et satsningsområde i den økologiske produktion, der som udgangspunkt handlede om miljø og sprøjtemidler. Rådet bidrog dermed til, at Danmark var med til at præge udviklingen, også på internationalt plan, hen mod, at dyrevelfærd i dag tillægges større vægt i den økologiske produktion, end det tidligere var tilfældet.

Der findes også specialprodukter på markedet, hvor fokus primært er på dyrevelfærd. Eksempler på sådanne ikke-økologiske produkter fra det danske marked er skrabeæg og frilandsæg, der udbydes som alternativer til buræg, og svinekød fra såkaldte frilandsgrise, der udgør et alternativ til den gængse indendørs svineproduktion. Udviklingen går dog i retning af, at en stigende del af sådanne specialprodukter har et bredere fokus

på etisk ansvarlighed, hvor dyrevelfærd er en blandt flere kvaliteter. Denne tendens ses også i det voksende marked for økologiske produkter.

Sociologiske undersøgelser tyder på, at mange danskere ønsker en højere dyrevelfærd for landbrugets produktionsdyr. Der er dog ikke altid helt sammenhæng mellem det, borgerne giver udtryk for i holdningsundersøgelser, og den adfærd, de viser som forbrugere. De dyrere animalske produkter med særlige krav til dyrevelfærd efterspørges således i langt mindre grad, end man skulle tro ud fra undersøgelserne. Det kan skyldes forskellige forhold, fx at der prioriteres anderledes i en konkret indkøbssituation end ved en principiel overvejelse om vigtigheden af dyrevelfærd. Det kan også skyldes, at forbrugeren ikke i særlig høj grad er opmærksom på dyrevelfærd, når der købes ind, eller ikke ved nok om det købte produkt sammenlignet med de tilgængelige alternativer. Endvidere kan besvarelsener afspejle et ønske om at fremstå mere politisk korrekt og ansvarlig, end tilfældet er, når der handles. Endelig kan selve undersøgelsesmetoden – typisk et spørgeskema – minde den adspurgte om, at dyrevelfærd kan have betydning, selv om den adspurgte ikke ellers tænker over det.

Set i forhold til forbrugers økonomi er det dog ikke nødvendigvis et problem at købe de dyrere animalske produkter med særlig vægt på dyrevelfærd. Undersøgelser af forbrugsmønstre peger fx på, at forbrugere af økologiske fødevarer typisk ikke samlet set bruger flere penge på mad end andre forbrugere. Disse forbrugere køber blot relativt mindre af det dyre kød og flere af de relativt billigere typer af fødevarer såsom grøntsager, sådan at det samlede madbudget i sidste ende ikke overstiger det gængse budget hos en forbruger, der ikke køber økologiske fødevarer.

Tilsvarende tendenser gør sig gældende på europæisk niveau. Europæiske undersøgelser af forbrugernes holdninger til fødevarer (bl.a. de såkaldte Eurobarometer-undersøgelser) tyder således på, at mange finder dyrevelfærd vigtigt, og at mange mener, at forholdene for dyrene bør forbedres. Mange erklærer sig tilmed villige til at ændre indkøbssted for at købe produkter med fokus på dyrevelfærd. Undersøgelserne tyder

imidlertid også på, at forbrugere ikke føler, at de ved ret meget om dyrenes forhold under produktionen, og at de ønsker mere information herom.

De danske forbrugere er dog blandt dem, hvor de fleste mener at have et vist kendskab til produktionsforholdene, og for mange nærmer informationsmængden sig mæthedspunktet, dvs. at de næppe er interesserede i eller modtagelige for yderligere information. En ny undersøgelse fra FDB peger imidlertid på, at forbrugere, når de står foran køledisken, alligevel har svært ved at gennemskue, hvilke forhold dyrene har levet under. Det, at forbrugere selv mener, at de er velinformerede, betyder derfor ikke nødvendigvis, at de rent faktisk er det.

Mange af kravene for hold af dyr i EU-landene er fastsat ved EU-regulering, der pålægger medlemslandene at sikre efterlevelsen af visse minimumskrav. De enkelte lande kan på nogle områder fastsætte eller bibeholde skærpede krav i den nationale lovgivning. EU-regulering bidrager således til at ensrette vilkårene for produktionen med hensyn til at sikre dyrevelfærd, men dækker ikke de lande uden for EU, som mange fødevarer importeres fra. Der kan således være stor forskel på, hvilke regler produktionen er underlagt i henholdsvis Danmark, andre EU-lande og lande uden for EU, og dermed også på velfærden for de dyr, der indgår i produktionen. De førnævnte europæiske undersøgelser peger på, at en stor del af forbrugere ønsker, at importerede varer produceret uden for EU skal leve op til EU-standarder. Det er i givet fald op til importører eller detailhandel at stille krav om og kontrollere dette.

Forbrugerkrav har i en del tilfælde vist sig at kunne have stor positiv betydning for dyrevelfærd, også på tværs af landegrænser. Et godt eksempel er produktionen af såkaldte ”Englandsgrise”, hvor der gennem de importerende britiske fødevarekæder i 1990’erne blev stillet krav om, at søerne ikke måtte være permanent fikserede, men skulle holdes i løsdrift i drægtighedsperioden, hvis danske svineproducenter stadig skulle levere svinekød til det britiske marked. De britiske supermarkeder og dermed indirekte de britiske forbrugere satte dermed

gang i udviklingen i den danske svineproduktion hen mod hold af løsgående drægtige søer.

Generelt har globaliseringen stor betydning for, hvordan det er muligt at fremme dyrevelfærd i den animalske produktion. Tidligere har landbrugspolitikken gennem importtold og eksportstøtte kunnet holde varer ude af det danske marked. Disse handelsbarrierer er dog ved at være afviklet, og den internationale handel med animalske produkter er stigende, og verdensmarkedet får stadig større betydning. Produktionen søger derfor i vidt omfang hen, hvor omkostningerne er lavest, og mulighederne for at beskytte det nationale marked eller EU-markedet eller regulere markedet med begrænsninger i import og støtte til bestemte produktioner er blevet mere begrænsede. Med den øgede globalisering er der derfor i dag mere handel, flere investeringer, øget bevægelse af arbejdskraft samt samarbejde over landegrænserne. Globaliseringen indebærer også udflytning af dele af produktionen til andre lande, dvs. at produktionen af en fødevarer deles mellem flere lande. Det betyder fx, at der kan fanges fisk og opdrættes svin i ét land, mens kødet fra fiskene og svinene forarbejdes i et andet.

Skal man sikre velfærden for de dyr, som ender på de danske forbrugeres tallerkner, er det derfor nødvendigt, at der også via markedet stilles krav til dyrevelfærden.

Terminologi

Det Dyreetiske Råd har under udarbejdelsen af denne udtalelse noteret sig den mangfoldige brug af betegnelser, der anvendes på området markedsdrevet dyrevelfærd. Rådet har valgt at anvende følgende terminologi i denne udtalelse:

Produktionen

- Den almindelige produktion: hold af dyr, der alene overholder den danske lovgivning og EU-reguleringens krav.

- Den alternative produktion: hold af dyr, der har mere vidtgående krav end den almindelige produktion. Den alternative produktion udgøres af to hovedgrupper:

- Den ikke-økologiske produktion med særlige krav til dyrevelfærd: hold af dyr, hvor de mere vidtgående krav er defineret af de enkelte producenter og/eller virksomheder.
- Den økologiske produktion: hold af dyr, der produceres inden for rammerne af det økologiske regelsæt og eventuelle yderligere brancheaftaler.

Rådet ønsker ikke med sit valg af betegnelser at signalere en bestemt holdning til de forskellige produktionsformer, men blot at signalere, hvilke former der på nuværende tidspunkt er mere fremherskende, og dermed almindelige, i forhold til andre, der dermed udgør et alternativ.

Aktørerne

- Primærproducenter: alle, der holder dyr som led i produktion af animalske produkter.
- Forarbejdningsvirksomheder: alle, der forarbejder og markedsfører animalske produkter.
- Detailhandlen: alle butikker, supermarkedskæder og lign., der sælger animalske fødevarer til forbrugerne.
- Forbrugerne: alle, der er ansvarlige for indkøb af animalske fødevarer, både til private husholdninger og til offentlige og private institutioner og virksomheder.

Samme person eller virksomhed kan i princippet optræde i flere roller.

Eksisterende lovgivning og andre rammer

Produktion og salg af animalske fødevarer i Danmark er reguleret gennem både dansk lovgivning og gennem international og EU-retlig regulering, det vil især sige gennem retsakter i regi af EU eller Europarådet, som enten gælder umiddelbart i Danmark, eller som Danmark er forpligtet til at omsætte til danske regler. Dertil kommer andre internationale rammer og standarder sat af private virksomheder eller organisationer. Hensigten med nedenstående gennemgang er ikke at give en udtømmende liste over relevante regler og andre reguleringsmekanismer, men at give et overblik over, hvilke former for regulering, der er på området.

Danske regler for hold af landbrugsdyr

De danske regler for hold af dyr til fødevarerproduktion er i visse tilfælde baseret helt eller delvist på EU-regler. Hvis den enkelte retsakt giver mulighed for det, kan medlemslandene i EU dog selv vælge at fastsætte strengere krav end de minimumskrav, der er fastsat på EU-niveau, hvilket Danmark i en række tilfælde har gjort. Danmark har også valgt at fastsætte krav og forbud på nogle områder, uden at være pålagt dette ved de gældende EU-regler.

■ *Generelle regler for hold af dyr*

De generelle principper for hold af dyr i Danmark fremgår af dyreværnsloven (lovbekendtgørelse nr. 1343 af 4. december 2007). Ifølge loven skal dyr fx beskyttes bedst muligt mod bl.a. smerte, lidelse og angst, og de skal behandles omsorgsfuldt. Samtidig giver loven fødevarerministeren (tidligere justitsministeren) mulighed for at fastsætte nærmere regler om en række forhold, fx dyrenes opholdsarealer, visse operative indgreb samt tilsyn og kontrol med besætningerne. Endelig forbydes en del specifikke forhold som fx tvangsfodring undtagen ved behandling af sygdom, aflivning ved drukning og isætning af ringe i trynen på svin, medmindre

der er tale om en glat ring til at forhindre svinet i at rode i jorden.

■ *Specifikke regler for hold af visse dyrearter*

For de mest almindelige landbrugsdyr er der udarbejdet specifikke regler, der stiller detaljerede krav til hold af dyrene, fx malkekvæg (lov nr. 520 af 26. maj 2010 og bekendtgørelse nr. 756 af 23. juni 2010, begge om hold af malkekvæg og afkom af malkekvæg), svin (lov nr. 404 af 26. juni 1998 om indendørs hold af drægtige søer og gylte, lov nr. 104 af 14. februar 2000 om indendørs hold af smågrise, avls- og slagtesvin og lov nr. 173 af 19. marts 2001 om udendørs hold af svin) og fjerkræ (bekendtgørelse nr. 533 af 17. juni 2002 om beskyttelse af æglæggende høner, lovbekendtgørelse nr. 687 af 22. juni 2011 om hold af slagtekyllinger og lov nr. 91 af 9. februar 2011 om hold af slagtekal-kuner). Kravene vedrører bl.a. minimumsarealer, indretning af arealer ved indendørs og udendørs hold, adgang til særlige faciliteter og ressourcer samt begrænsninger i anvendelse af visse indgreb.

■ *Regler om særlige forhold*

Ud over de generelle principper og specifikke regler for hold af bestemte dyrearter, findes der også regler, der sigter mod bestemte procedurer eller særlige problemstillinger. Det gælder fx dyreværnslovens forbud mod tvangsfodring, der i praksis betyder, at man ikke i Danmark kan producere foie gras (dyreværnslovens § 5); regler om overvågning af trædepudesvidninger hos slagtekyllinger, der kan have konsekvenser for den maksimalt tilladte belægningsgrad (§ 9 i lov om hold af slagtekyllinger og bekendtgørelse nr. 757 af 23. juni 2010 om hold af slagtekyllinger og ruæggsproduktion); krav om smertelindring ved kastration af svin (§ 7 i bekendtgørelse nr. 324 af 6. maj 2003 om halekupering og kastration af dyr) samt regler om slagtning og aflivning (bekendtgørelse nr. 583 af 6. juni 2007 om slagtning og aflivning af dyr).

■ *Offentlig kontrol*

Myndighederne kontrollerer, at dyreværnslovgivningen overholdes. Det betyder dog ikke, at alle besætninger følges tæt. Der er krav om, at

erhvervsmæssigt dyrehold skal tilses en gang årligt af en dyrlæge (dyreværnslovens § 3). Endvidere indeholder dyreværnslovens kapitel 4 en række overordnede regler for kontrol med dyrevelfærd. Dertil kommer, at 5 pct. af samtlige besætninger med mindst 10 landbrugsdyr eller heste, som ikke holdes til landsbrugsmæssige formål, årligt udpeges til Fødevarestyrelsens velfærdskontrol (bekendtgørelse nr. 1358 af 15. december 2009 om stikprøvekontrol af velfærden for landbrugsdyr og for heste, som ikke holdes med henblik på landbrugsmæssige formål). Udpegningen sker på baggrund af tilgængelige data fra besætningerne, så besætninger, hvor der formodes at være større risiko for dyrevelfærdsproblemer, besøges oftere end andre. Besætninger, hvor der er konstateret problemer, fx ved bøde eller dom, udtages til en særlig kategori, hvor op mod 50 pct. modtager kontrol. Større besætninger skal endvidere have en obligatorisk rådgivningsaftale med en praktiserende dyrlæge og et egenkontrolprogram for dyrevelfærd (bl.a. bekendtgørelse nr. 786 af 25. juni 2010 om sundhedsrådgivningsaftaler for kvægbesætninger, bekendtgørelse nr. 787 af 25. juni 2010 om sundhedsrådgivningsaftaler for svinebesætninger og bekendtgørelse nr. 763 af 24. juni 2010 om egenkontrol med dyrevelfærd).

Europæiske regler for hold af landbrugsdyr

■ *Generelle regler for hold af dyr*

I regi af EU og Europarådet er der vedtaget en række regelsæt, der fastsætter generelle krav til de forhold landbrugsdyr skal holdes under i henholdsvis EU og Europarådslande: Rådets direktiv om beskyttelse af dyr, der holdes til landbrugsformål (98/58/EF) og Europarådets Konvention om beskyttelse af dyr, der holdes til landbrugsformål (CETS nr. 087). Konventioner og direktiver skal først omsættes til national lovgivning, før de er gældende i de enkelte medlemslande, hvilket typisk sker gennem dyreværnsloven, anden lovgivning eller bekendtgørelser, hvis tilsvarende krav ikke allerede gælder efter national lovgivning.

■ *Specifikke regler for visse dyrearter*

I tillæg til de generelle regler er der vedtaget specifikke regler for visse dyrearter. Det gælder fx EU-regler om slagtekyllinger (Rådets direktiv 2007/43/EF), æglæggende høner (Rådets direktiv 1999/74/EF), svin (Rådets direktiv 2008/120/EF) og slagtekalve (Rådets direktiv 2008/119/EF). Endvidere er der i regi af Europarådet vedtaget regler om bl.a. kvæg (Rekommandation om kvæg T-AP 21/10/1988), svin (Rekommandation om svin T-AP 2/12/2004) og høns (Rekommandation om tamhøns (gallus gallus) T-AP 28/11/1995). Kravene i disse regelsæt er eller bliver typisk indarbejdet i de nationale regler for specifikke dyrearter, som skitseret herover.

■ *Regler for økologisk husdyrhold*

Den økologiske husdyrproduktion er reguleret gennem EU's økologiforordninger. Disse forordninger er umiddelbart gældende i Danmark (dvs. de skal ikke omsættes til nationale regler) og indeholder bl.a. detaljerede krav til hold af dyrene. Sammenlignet med ikke-økologiske produktioner har dyrene typisk mere plads og højere krav til berigelse af det tilgængelige areal, krav om adgang til udendørs arealer, krav om fodring med økologisk foder samt restriktioner vedrørende dyrlægebehandling og procedurer, dyrene må udsættes for – hønerne må fx ikke næbtrimmes, og grisene må ikke få klippet haler. Plantedirektoratet (nu NaturErhvervstyrelsen) har udarbejdet en vejledning, der samler og beskriver de gældende regler (vejledning om økologisk jordbrugsproduktion, juni 2011). Derudover gælder økologiloven (lovbekendtgørelse nr. 416 af 3. maj 2011) forhold som fx autorisation og markedsføring, og Fødevareministeriet har udstedt en bekendtgørelse om økologiske fødevarer og økologisk akvakultur mv. (bekendtgørelse nr. 1671 af 22. december 2010), der bl.a. omhandler krav til import og dokumentation.

Den økologiske produktion er underlagt en mere omfattende kontrol end den ikke-økologiske med et årligt kontrolbesøg i alle besætninger, også af opfyldelse af reglerne for dyrevelfærd, og dertil kommer stikprøvekontroller m.m. Da den økologiske produktion er reguleret gennem

Eksempler på dansk lovgivning, der er mere vidtgående end EU-reglerne

Forhold	Overblik	Danske regler	EU-regler
Overbrusningsanlæg til slagtesvin, søer og gylte	De danske regler stiller krav om overbrusningsanlæg til regulering af svinenes kropstemperatur. Tilsvarende krav findes ikke i EU-reglerne.	§ 4 i lov nr. 104 af 14. februar 2000 om indendørs hold af smågrise, avls- og slagtesvin: "I stier til smågrise over 20 kg, avls- og slagtesvin skal der være installeret et overbrusningsanlæg eller en tilsvarende anordning, der skal bruges til at regulere dyrenes kropstemperatur." § 8 i lov nr. 404 af 26. juni 1998 om indendørs hold af drægtige søer og gylte: "For drægtige søer og gylte i løsløstsystemer skal der være installeret et overbrusningsanlæg eller en tilsvarende anordning, hvorved dyrenes kropstemperatur kan reguleres."	Intet tilsvarende EU-krav.
Pladskrav til kalve, der holdes opstaldet flokvis	De danske regler stiller større pladskrav til kalve over 200 kg levende vægt	§ 3 i bekendtgørelse nr. 999 af 14. december 1993 om beskyttelse af kalve (med senere ændringer): "Når kalvene opstaldes flokvis, skal der være tilstrækkelig plads til, at de kan vende sig og lægge sig uden hindring. Der skal være et frit gulvareal på mindst: - 1,5 m ² pr. kalv på under 150 kg levende vægt. - 1,7 m ² pr. kalv på mellem 150 og 200 kg levende vægt. - 1,9 m ² pr. kalv på over 200 kg levende vægt."	Artikel 3, stk. 1, litra b, i Rådets direktiv 2008/119/EF af 18. december 2008 om fastsættelse af minimumskrav med hensyn til beskyttelse af kalve (kodificeret udgave): "Når kalvene opdrættes gruppevis, skal hver kalv have et frit areal på mindst 1,5 m ² for hver kalv med en levende vægt på under 150 kilo, på mindst 1,7 m ² for hver kalv med en levende vægt på 150 kilo eller derover, men på under 220 kilo, og på mindst 1,8 m ² for hver kalv med en levende vægt på 220 kg eller derover."

... fortsættes på næste side

Forhold	Overblik	Danske regler	EU-regler
<p>Krav om smertebehandling ved kastration af smågrise</p>	<p>De danske regler stiller krav om smertebehandling også ved kastration inden for grisens første 7 levedøgn, mens der jf. EU-reglerne først stilles krav om smertebehandling ved kastration senere end på 7. dagen.</p>	<p>§ 7 i bekendtgørelse nr. 324 af 6. maj 2003 om halekupering og kastration af dyr (med senere ændringer):</p> <p>"§ 7. Kastration af pattegrise kan foretages uden forudgående bedøvelse af pattegrisen, hvis det sker så tidligt som muligt inden for dyrets 2.-7. levedøgn, og hvis dyret gives smertebehandling. Kastrationen må kun foretages af en dyrlæge eller en person, der er uddannet heri, og som har erfaring med at kastre pattegrise med passende midler og under hygiejniske forhold.</p> <p>Stk. 2. Kastration ved overrivning af væv må ikke foretages.</p> <p>Stk. 3. Foretages kastration efter pattegrisens 7 første levedøgn, skal dyret gives længerevarende smertebehandling."</p>	<p>Rådets direktiv 2008/120/EF af 18. december 2008 om fastsættelse af minimumskrav med hensyn til beskyttelse af svin (kodificeret udgave), bilag I, kapitel I, nr. 8, næstsidste og sidste pkt.</p> <p>"Ovennævnte procedurer må kun udføres af en dyrlæge eller en person, der er uddannet som omhandlet i artikel 6, og som har erfaring i udførelsen af de anvendte teknikker med passende midler og under hygiejniske forhold. Hvis der foretages kastration eller haleklipping senere end på syvendte dagen efter fødslen, skal den altid foretages af en dyrlæge og under bedøvelse og yderligere længerevarende analgesi."</p> <p>(De "ovennævnte procedurer" er bl.a. kastration af svin, som i alle tilfælde er forbudt at foretage ved overrivning af væv.)</p>
<p>Krav til hold af malkekvæg</p>	<p>Der stilles i de danske regler en række specifikke krav til hold af malkekvæg. Det gælder bl.a. krav om roterende kobørster og sygepladser og om kælvningsbokse. Der stilles endvidere detaljerede krav til gangarealer, hvilearealer og underlag.</p> <p>Der findes ikke tilsvarende specifik regulering af malkekvæg på EU-niveau.</p>	<p>Lov nr. 520 af 26. maj 2010 om hold af malkekvæg og alkom af malkekvæg:</p> <p>"§ 17. "Køer skal altid have adgang til mindst én roterende kobørste. Hvis besætningen er på mere end 50 køer, skal der være mindst én roterende kobørste pr. 50 køer. Ved beregning af kravet til antallet af roterende kobørster afrundes til nærmeste hele antal kobørster.</p> <p>• • •</p> <p>§ 24. Der skal være mindst én sygeplads på bedriften. Hvis besætningen er på mere end 100 køer, skal der være mindst én sygeplads pr. 100 køer. Ved beregning af kravet til antallet af sygepladser afrundes til nærmeste hele antal sygepladser.</p> <p>...fortsættes</p>	<p>Ingen tilsvarende specifik EU-regulering til beskyttelse af malkekvæg. Der findes dog et ældre regelsæt fra Europarådet (Rekommandation om kvæg T-AP af 21. oktober 1988). Kravene heri dækkes af den danske dyreværnslov. Rekommandationen giver endvidere en række anbefalinger fx om brug af sygepladser og kælvningsbokse.</p>

Forhold	Overblik	Danske regler	EU-regler
<p>Pladskrav til søer og gylte i løsdriftssystemer</p>	<p>Der stilles krav om større arealer i de danske regler end i EU-reglerne for søer i mindre grupper og generelt for gylte. De danske regler stiller endvidere højere krav til stibred- den på det smalleste sted i løsdriftssystemer.</p>	<p>§ 27. Kælvning skal ske i en enkeltkæl- ningsboks, medmindre der foreligger ganske særlige omstændigheder. Kælvning kan dog foregå på græs, hvis kvien eller koen har adgang til et areal, der har en sådan størrelse og beskaffenhed, at den har mulighed for at kælte uforstyrret.</p> <p>Stk. 2. Der skal være mindst én enkeltkæl- ningsboks på bedriften. Hvis besætningen er på mere end 100 kreaturer, skal der i kælvningsfaciliteten være mindst fire pladser pr. 100 kreaturer, hvoraf mindst halvdelen skal være enkeltkælvningsbokse. Ved beregning af kravet til antallet af pladser i kælvningsfacilite- ten afrundes til nærmeste hele antal pladser."</p> <p>For detaljerede krav til gangarealer, hvilearealer og underlag m.m. henvises til hhv. lov nr. 520 af 26. maj 2010 og bekendt- gørelse nr. 756 af 23. juni 2010 om hold af malkekvæg og afkom af malkekvæg.</p>	<p>Rådets direktiv 2008/120/EF af 18. december 2008 om fastsættelse af minimumskrav med hensyn til beskyttelse af svin (kodificeret udgave), artikel 3, stk. 1, litra b, og stk. 4:</p> <p>"b) det samlede frie gulvareal, som er til rådigh- hed for hver gylt efter løbning og hver so, når gylte og/eller søer holdes i flok, skal henholds- vis være på mindst 1,64 m² og 2,25 m². Når disse dyr holdes i flokke på færre end seks dyr, bør det frie gulvareal øges med 10%. Når disse dyr holdes i flokke på 40 eller flere dyr, kan det frie gulvareal nedsættes med 10% ...</p> <p>... fortsættes</p>

... fortsættes på næste side

Forhold	Overblik	Danske regler	EU-regler
		<p>3) Hvis der holdes 40 eller flere søer, skal der være mindst 2,025 m² pr. so.</p> <p>Stk. 2. Når gylte holdes i løsdriftssystemer, skal følgende arealkrav med hensyn til frit tilgængeligt stiareal være opfyldt:</p> <p>1) For de første 10 gylte skal der være mindst 1,90 m² pr. gylt.</p> <p>2) For de næstfølgende 10 gylte skal der være mindst 1,70 m² pr. gylt.</p> <p>3) For hver yderligere gylt skal der være mindst 1,50 m² pr. gylt.</p> <p>Stk. 3. I løsdriftssystemer må den enkelte sti ikke på noget sted være smallere end 3 m.</p>	<p>4. Medlemsstaterne sikrer, at søer og gylte holdes i flok i perioden fra fire uger efter løbning til en uge før det forventede føretidspunkt. Den sti, hvor flokken holdes, skal have sider, hvis længde er over 2,8 m. Når disse dyr holdes i flokke på færre end seks dyr, skal den sti, hvor flokken holdes, have sider, hvis længde er over 2,4 m."</p>
<p>Trædepude-monitorering</p>	<p>Danmark har fastlagt et udførligt kontrolsystem, hvor tilstanden af slagtekylningernes foder overvåges på slagteriet. Resultatet bruges til at evaluere velfærd i besætningsgraden i besætnings næste hold kyllinger.</p> <p>På EU-niveau er beskrivelsen af kontrolsystemet holdt på et mere generelt niveau.</p>	<p>§ 9, stk. 2, i lov nr. 687 af 22. juni 2011 om hold af slagtekylninger:</p> <p>"Stk. 2. Tilstanden af trædepuder og fjerdragt på de slagtekylninger, der bliver indleveret på slagteriet, skal overvåges løbende på embedsdyrlægens ansvar. Herudover skal embedsdyrlægen i forbindelse med den kontrol, der udføres efter reglerne om den offentlige kontrol af animalske produkter til konsum, evaluere resultaterne af inspektionen efter slagtning med henblik på at identificere eventuelle andre tegn på velfærdsproblemer."</p> <p>15 11 i bekendtgørelse nr. 757 af 23. juni 2010 om hold af slagtekylninger og rugeægproduktion beskrives mere detaljeret, hvordan kontrollen skal foregå, herunder antal foder, der skal undersøges, hvordan disse udvælges, hvordan der tildes point i forhold til skader, samt hvordan der skal følges op på evt. problemer i den pågældende besætning.</p>	<p>Rådets direktiv 2007/43/EF af 28. juni 2007 om minimumsforskrifter for beskyttelse af slagtekylninger, Bilag III, pkt. 2:</p> <p>"I forbindelse med den kontrol, der udføres i henhold til forordning (EF) nr. 854/2004, skal embedsdyrlægen evaluere resultaterne af inspektionen efter slagtning med henblik på at identificere eventuelle andre tegn på dårlige velfærdsforhold, såsom abnorme niveauer for kontaktdermatitis, parasitisme og systemiske sygdomme på oprindelsesbedriften eller oprindelsesbedriftsenheden."</p>

EU-forordninger, gælder de samme regler som udgangspunkt for økologisk produktion i alle EU-lande. Hvor kontrollen i Danmark udføres af det offentlige, varetages den i andre EU-lande typisk af private organisationer.

Fødevarer, der overholder økologireglerne og er fremstillet og forhandlet af økologikontrollerede virksomheder, kan mærkes ”økologisk”. Det skal fremgå, hvilke af ingredienserne der er økologiske. Færdigpakke økologiske fødevarer skal desuden mærkes med EU-logoet, et kodenummer for økologikontrolinstansen og angivelse af den geografiske oprindelse af råvarerne. EU-logoet må gerne anvendes på produkter importeret fra lande uden for EU, når der samtidig anføres oprindelse og kontrolnummer tildelt af Kommissionen til kontrolinstanser uden for EU. Danske økologikontrollerede virksomheder kan frivilligt påsætte det røde Ø-mærke med teksten ”statskontrolleret økologisk” på de økologiske fødevarer.

Private standarder for hold af landbrugsdyr

En del af den alternative produktion, hvor der stilles mere vidtgående krav til dyrevelfærd end den danske lovgivnings generelle regler, er ikke økologisk. Disse krav bliver her typisk defineret af de enkelte producenter og/eller virksomheder, der enten selv eller via en tredjepart kontrollerer, om kravene overholdes.

■ *Danske standarder*

På det danske marked for okse-, svine- og kyllingekød har mærket ”Friland” markeret sig med krav, der, som navnet antyder, bl.a. indebærer, at dyrene skal have adgang til udendørs arealer eller holdes på friland. Konceptet har også andre skærpede krav til dyrevelfærden, fx at grisene ikke må halekuperes, og at slagtefjerkræ skal være af langsomt voksende racer. Mærket produceres desuden i en økologisk version og har endvidere Dyrenes Beskyttelses anbefaling, hvilket også fremgår af emballagen. I mælkeproduktionen stiller mærket

”Lærkevang” krav om, at kørerne skal på græs om sommeren. Også andre mærker adskiller sig også fra den almindelige produktion. Det gælder fx ”Dansk Kalv”, ”Bornholmerhanen” og ”Den Gø’e Gris”, hvor dyrene bl.a. får mere plads.

■ *Udenlandske og internationale standarder*

Der findes en række private standarder for dyrevelfærd på det europæiske marked. Der er primært tale om nationale standarder, der er opstået på baggrund af kundekrav, og som bygger videre på EU-regulering og national lovgivning. Initiativet til standarderne kan være taget af producenter, detailkæder, dyreværnsforeninger – eller i samarbejde mellem disse. Et eksempel på sådan en standard i den danske svineproduktion er ”Englandsgrisene”, der opfylder de krav, der stilles for at kunne producere til det engelske marked. Her skal søerne være løse fra fravæning til indsættelse i farestalden igen, dvs. de er løse i hele løbe- og drægtighedsperioden. De danske regler stiller først krav om, at søerne skal være løse 4 uger efter løbning (Lov nr. 404 af 26/06/1998 om indendørs hold af drægtige søer og gylte § 5), men nogle landmænd med almindelig produktion af svin har dog også søerne løse i hele perioden. Omkring 15 pct. af produktionen af svin i Danmark produceres under ”Englandsgrise”-standarden.

I disse år vinder de private standarder især frem på markeder uden for EU, hvor de kan hjælpe til at sikre, at varer, der importeres til EU, herunder Danmark, lever op til en standard, der som minimum følger niveauet i EU-lande. Et eksempel på en global standard, der lægger sig op ad minimumskravene i EU-lovgivningen med henblik på certificering og import til EU er ”GlobalG.A.P.”. I regi af denne standard arbejdes i øjeblikket på at udvide konceptet med en tillægsstandard for mere vidtgående krav til dyrevelfærd.

■ *Kontrol med private standarder og koncepter*

De private standarder kan være med til at skærpe forbrugernes bevidsthed om dyrevelfærd, at skabe bedre vilkår for produktionen samt at skabe mere ensartede konkurrencevilkår mellem landene.



Private standarder giver mulighed for at stille krav, der rækker ud over lovgivningens minimumskrav, og fx giver en die-givende so større bevægelsesfrihed (foto øverst) end i den almindelige faresti (foto nederst).

Ansvar for at fortolke og kontrollere standarden ligger imidlertid hos initiativtagerne selv, som kan have en uens forståelse af, præcis hvad der skal til for at leve op til standarden. Dermed kan der være grundlag for usikkerhed om, hvorvidt produktet holder, hvad det lover. Nogle vælger bl.a. derfor at lade et uvildigt kontrolorgan stå for kontrollen.

Inden for den danske svineproduktion er der etableret en egenkontrol af besætningerne, med det såkaldte kvalitetsprogram DANISH Produktstandard. Formålet med programmet er at sikre og dokumentere, at besætningerne lever op til den danske lovgivning bl.a. i forhold til regler om dyrevelfærd. Over 95 pct. af de danske svinebesætninger er omfattet af kontrollen, der udføres af et uafhængigt certificeringsorgan. Også de mælkeproducenter, der er andelshavere i Arla Foods, har en egenkontrol bl.a. af regler om dyrevelfærd under programmet "Arlagården", og en del andre mælkeproducenter har etableret tilsvarende koncepter. Der er i disse koncepter således ikke tale om, at der stilles mere vidtgående krav end lovgivningen, men om at der er en mere vidtgående kontrol af, om de gældende regler overholdes.

Koncepter, hvor der stilles mere vidtgående krav end lovgivningen, kan tilsvarende være underlagt kontrol af uafhængige certificeringsorganer, der sikrer, at produktet lever op til den lovede standard. Det gælder fx "Dansk Kalv" og "Englandsgrisene". Også produktion under den globale standard "GlobalG.A.P" er underlagt en uafhængig kvalitetskontrol.

Regler for mærkning af fødevarer

■ Mærkning af fødevarer

Mærkning og markedsføring af fødevarer bestemt til salg i EU-lande er reguleret af bekendtgørelse om mærkning m.v. af fødevarer (bekendtgørelse nr. 1308 af 14. december 2005 med senere ændringer). Bekendtgørelsen gennemfører en række EU-direktiver på området. Her stilles bl.a. krav

om, at færdigpakkede fødevarer skal mærkes med producentens navn mv. og oprindelsessted. Oplysningerne skal være anbragt på færdigpakningen eller på en vedhæftet etiket. Bekendtgørelsen sigter endvidere mod at give forbrugere en vis beskyttelse mod vildledning og uretmæssig anprisning. Det er ifølge bekendtgørelsen nemlig bl.a. forbudt i forbindelse med markedsføring at give indtryk af, at en fødevare har særlige egenskaber, når alle lignende fødevarer har eller efter lovgivningen skal have tilsvarende egenskaber.

■ EU-handelsnormer

I modsætning til andre ikke-økologiske animalske fødevarer har EU vedtaget regler om, hvilke betegnelser der må bruges ved salg af ikke-økologiske æg og fjerkrækød, og hvilke minimumskrav produktionsforholdene under disse betegnelser skal leve op til, de såkaldte handelsnormer (Kommissionens forordning nr. 589/2008 (æg) og forordning nr. 543/2008 (fjerkrækød)).

For æg er de godkendte betegnelser henholdsvis "buræg" (evt. med tilføjelsen "stimulusberigede bure"), hvor hønerne holdes i bure med siddepinde, rede og strøelse, "skrabeæg" hvor hønerne går i store flokke indendørs, og "frilandsæg" hvor hønerne har adgang til udendørs faciliteter. De traditionelle ikke-berigede æglægningsbure må ikke længere anvendes i EU. Produktionsmetoden skal anføres udvendigt på pakken med klart synlig og letlæselig skrift.

For fjerkrækød er de godkendte betegnelser i relation til dyrevelfærd henholdsvis "ekstensivt staldopdræt", "fritgående", "frilands" og "frilands...opdrættet i fuld frihed". Ved "ekstensivt staldopdræt" stilles der krav til belægningsgrad og slagtealder. I den "fritgående" produktion har fuglene derudover krav på adgang til udendørs løbegårde med et plantedækket areal, og der stilles også krav til bl.a. ind- og udgangshullerne. Under betegnelsen "frilands" stilles der yderligere krav til det samlede nytteareal og maksimale antal fugle pr. fjerkræhus samt krav om brug af langsomtvoksende racer. Endelig er der, udover de ovennævnte krav, ved

”frilands...opdrættet i fuld frihed” krav om, at fuglene skal have adgang til udendørs løbegårde på et ubegrænset areal. De specifikke krav varierer mellem dyrearter (fx forskellige belægningsgrader for kyllinger, ænder og gæs), og de skærpes gennem betegnelserne, således at fx mindstealderen for slagtning af en ekstensivt opdrættet kylling er 56 dage, mens den for en frilandskylling er 81 dage.

Udfordringer for markedsdrevet dyrevelfærd

Det Dyreetiske Råd ser to væsentlige udfordringer for udviklingen af markedsdrevet dyrevelfærd. Den første er, at der er forskellige opfattelser af, hvad der tæller som god dyrevelfærd, og af i hvor høj grad dyrenes velfærd skal sikres. Den anden er, at globaliseringen betyder, at markedet for fødevarer, også de animalske, i stigende grad er internationalt, hvilket har betydning for bl.a. lovgivningsmæssige tiltag, konkurrencevilkår og gennemskuelighed.

Forskellige opfattelser af dyrevelfærd

Hvis en vare skal sælges som værende baseret på en produktion, hvor der tages særligt hensyn til dyrevelfærd, rejser det hurtigt spørgsmålet om, hvad man skal forstå ved dyrevelfærd. Nogle lægger måske mest vægt på dyrenes bevægelsesfrihed og mulighed for at leve et naturligt liv, mens andre er mere fokuseret på lav dødelighed, lav sygdomsforekomst og andre indikatorer for, at dyrene ikke lider.

Hvor produktionen i en ideel verden vil tilgodese alle velfærdshensyn, er det imidlertid ikke altid muligt i virkeligheden. De forhold, der giver en øget bevægelsesfrihed, kan fx samtidig indebære, at der er risiko for en øget dødelighed. Det er fx velkendt, at æglæggende høner i anlæg, hvor de går frit, også typisk har en højere dødelighed end høner, der er i bure, og at antallet af grise, der dør som små, kan være højere, når søerne er løse. Om dødeligheden i sig selv er et velfærdsproblem, afhænger også af øjnene, der ser.

For nogle er det afgørende punkt, om der er smerte og lidelse forbundet med, at dyrene dør, men andre finder, at en højere dødelighed i en type produktionssystem frem for et andet i sig selv er et problem.

Både i forskningsmæssig sammenhæng og i lovgivningen er der overordnet set sket en udvikling i de sidste årtier fra at fokusere på at undgå smerte og anden decideret lidelse over inddragelse af hensyn til at undgå frustration af adfærdsmæssige behov til den nuværende opmærksomhed på også at prøve at fremme og sikre nogle positive oplevelser som fx social kontakt og leg. I konkrete situationer åbner den udvikling for en række overvejelser. Er det fx tilstrækkeligt at sikre fravær af smerte og anden lidelse, eller skal dyrene garanteres positive oplevelser? Må dyrene gerne opleve en vis mængde ubehag, og hvornår er det i så fald for meget? Hvilke og hvor mange positive oplevelser skal dyrene have, for at deres velfærd er god nok?

Endelig opstår der spørgsmål i relation til, hvordan man konkret sikrer og kontrollerer, at dyrene får den form for og grad af velfærd, man ønsker, at de skal have. Nogle forhold af betydning for velfærd kan være lette at registrere, fx sår, mens andre kan være sværere at måle, fx oplevelsen af smerte eller glæden ved socialt samvær med artsfæller. Er det tilstrækkeligt at fokusere på de rammer, dyrene holdes under, fx størrelsen af et areal, eller skal man inddrage aspekter, der vedrører reaktioner hos dyrene selv, fx haltheder? Og hvordan skal man håndtere det forhold, at landmandens måde at passe dyrene på kan være afgørende for dyrenes velfærd, uanset om rammerne er i orden?

Mange forbinder økologi med bedre dyrevelfærd. Umiddelbart giver det god mening, fordi der i det økologiske regelsæt stilles højere krav til dyrenes udfoldelsesmuligheder end i den almindelige produktion, og fordi økologiens krav om, at dyrene skal have adgang til udearealer, appellerer til dem, der mener, at et mere naturligt liv end det permanente ophold i en stald er en forudsætning for bedre dyrevelfærd. Men med til det naturlige liv hører også fx slagsmål med artsfæller, ophold i regn og kulde samt risikoen for at blive jaget og ædt af rovdyr. Om man synes, de bedre udfoldelsesmuligheder er prisen værd, afhænger af,

hvordan man vægter de forskellige principielle hensyn til velfærd.

Uanset hvilken type produktionssystem, der er tale om, er det dog i praksis afgørende for dyrenes velfærd, hvordan samspejlet er mellem produktionsforhold og valg af racer, avlslinier, foder, berigelse m.m., samt hvor god landmanden på den enkelte gård er til at håndtere og forebygge de problemer, der måtte opstå. Det gælder også den økologiske produktion, selv om den i udgangspunktet giver bedre rammer for, at dyrene kan udfolde sig.

Et eksempel, der kan illustrere dette, er fjerpilning hos æglæggende høner, der i værste fald kan føre til karnibalisme. Det kan være et relativt udbredt problem i besætninger, hvor hønerne går frit og der samtidig fx bruges høns, som er udviklet til burproduktion, hønerne holdes i for store flokke, på for lidt plads, eller de har utilstrækkelige beskæftigelsesmuligheder. I praksis kan dilemmaet mellem at tilgodese hensyn til udfoldelsesmuligheder og hensyn til beskyttelse mod sygdom og anden lidelse således begrænses ved at sikre, at øvrige faktorer som fx race, pladsforhold og pasning giver gode betingelser for hønerne.

Det Dyreetiske Råd har drøftet de to spor i tilgangen til dyrevelfærd – at sikre frie udfoldelsesmuligheder vs. at registrere problemer som dødelighed og sygdom. Rådet finder, at gode udfoldelsesmuligheder er en afgørende forudsætning for, at dyrenes velfærd kan tilgodeses. Rådet finder naturligvis samtidig, at det er vigtigt tillige at sikre så lav forekomst som muligt af problemer som fx dødelighed og sygdom. Rådet anerkender, at der i en række tilfælde er et dilemma i forhold til at kunne tilgodese begge dele i praksis, men vil gerne fremhæve, at påberåbelse af hensynet til at beskytte dyrene mod problemer som fx sygdom og dødelighed ikke kan tjene som undskyldning for, at dyrene systematisk bliver forhindret i at få tilgodeset deres adfærdsmæssige behov.

En række undersøgelser kortlægger i disse år, hvad forbrugere forstår ved god dyrevelfærd, og hvad de lægger vægt på, når de skal betale mere for produkter produceret med særlig hensyn til dyrevelfærd. Her viser

der sig forskelle mellem, hvordan fagfolk og almindelige mennesker vægter forskellige aspekter af dyrevelfærd. Forskere i dyrevelfærd fokuserer i deres undersøgelser typisk på, om dyrene viser tegn på smerte og frustration. Almindelige mennesker lægger selvfølgelig også vægt på, at dyrene skal undgå sådanne negative forhold, men de er typisk også, og måske endda mere, optagede af, om dyrene har mulighed for at leve et naturligt liv. Begge tilgange bidrager til forståelsen og prioriteringen af god dyrevelfærd. Fødevarerproduktionen kan på baggrund af den indsigt inddrage forbrugernes forventninger og ønsker i måden, fødevarerne produceres og markedsføres på, således at det, forbrugerne efterspørger som god dyrevelfærd, også er det, der udbydes og fremhæves i den alternative produktion.

Globalisering

Globaliseringen har haft stor betydning for udbuddet af fødevarer. Der er kommet mange nye og spændende varer i de danske butikker, som man tidligere kun kunne nyde på rejser til udlandet. Og hvor alle led i produktionen af en fødevarer tidligere foregik i ét land, er det ikke usædvanligt i dag, at et dyr fx opdrættes i ét land og slagtes i et andet, hvorefter kødet forarbejdes i et tredje, inden varen sælges i et fjerde.

World Trade Organisation (WTO) omfatter stadig flere lande og arbejder for at fremme fri handel over landegrænser. Beskyttelseshensyn i WTO-aftalerne (dvs. hvor landene har lov til at opretholde handelsbarrierer) er kun tilladelige, hvis de på basis af en faglig vurdering tjener til at beskytte miljø og sundhed for både mennesker, dyr og planter. I relation til dyrenes sundhed synes interessen dog primært at være at forhindre spredning af sygdomme, ikke at beskytte dyrevelfærd i bredere forstand.

WTO-landene står for over 90 pct. af verdens samlede handel med kød og mejeriprodukter. Hovedparten af verdens kødproduktion foregår i dag i lande med lavere produktionsomkostninger, herunder ikke mindst lønomkostninger, end i Danmark. I stigende grad er det produkter fra disse lande, fx kyllingekød fra Sydamerika og Fjernøsten, oksekød fra Sydamerika

og Australien, og lammekød fra Australien og New Zealand, som bliver købt af de danske forbrugere. Det er dermed i høj grad kravene til dyrevelfærden i disse lande, som forbrugerne i Danmark skal være opmærksomme på.

Europa-Kommissionen har forsøgt at sætte fokus på markedsdrevet dyrevelfærd med en handlingsplan, der blandt andet vil fremme dyrevelfærd i EU ved at inddrage og ansvarliggøre forbrugere og detailhandel. Handlingsplanen er siden fulgt op af en rapport med idéer om bl.a. øget information gennem mærkning med et fælles EU-dyrevelfærdsmærke og etablering af et referencecenter, der skal koordinere initiativer i relation til mærkning. Europa-Kommissionen har desuden forsøgt, foreløbig uden held, at lave en aftale med WTO-landene om muligheden for at udelukke visse varer fra import eller indføre tvungen mærkning, hvis varerne ikke overholder EU's dyrevelfærdsstandarder. Hvis der indføres et EU-velfærdsmærke, vil det give forbrugerne mulighed for selv at vælge varer, der som minimum lever op til EU-standarden for dyrevelfærd.

Europa-Kommissionen har i januar 2012 fremlagt en ny strategi for dyrevelfærd, der skal afløse den tidligere handlingsplan. Strategien fokuserer navnlig på en helhedsorienteret tilgang og en mulig forenkling af den lovgivningsmæssige ramme inden for dyrevelfærdsområdet på EU-plan. I forbindelse med dette vil Kommissionen bl.a. overveje indførelsen af et værktøj, der giver forbrugerne sikkerhed for, at dyrevelfærdsanspragninger er gennemsigtige og videnskabeligt funderede. Strategien lægger også op til, at man vil arbejde på at få inkluderet dyrevelfærdsbestemmelser i internationale handelsaftaler. Det danske EU-formandskab har sammen med Kommissionen i foråret 2012 desuden afholdt en konference, hvor der blev sat fokus på dyrevelfærd, herunder mulighederne for at højne standarderne gennem markedsmekanismer.

Også i andre internationale fora er der interesse for dyrevelfærd. World Organisation for Animal Health (OIE) har i de senere år sat fokus på dyrevelfærd gennem konferencer og udarbejdelse af anbefalinger, især i relation til transport og slagtning af dyr. Og Food

and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) bidrager til at udbrede kendskabet til viden om dyrevelfærd og koordinering af initiativer bl.a. gennem en internetportal og konferencer.

Selv om der således i de sidste årtier har været en udvikling af både national og international regulering til at beskytte dyrene mod for ringe kår og forbrugerne mod vildledning, og selv om markedet tilbyder flere særlige dyrevelfærdsprodukter end tidligere, betyder globaliseringen også, at det i mange tilfælde bliver endnu sværere for forbrugere at gennemskue, hvilke forhold dyrene har levet under. En måde at sikre sig på som forbruger kan være at holde sig til danske varer, så dyrene har været dækket af den danske lovgivning. Der er dog stadig behov for at nærlæse etiketten på varen, for selv om varen umiddelbart ser dansk ud, behøver den ikke at være det – måske er den blot pakket i Danmark eller i dansk emballage.

Alternativt kan forbrugeren gå efter danske private mærkestandarder. Her kan varen godt være produceret i udlandet, men virksomheden står inde for, at produktionen lever op til bestemte vilkår, fx den danske lovgivning eller mere vidtgående krav, som virksomheden stiller. Omvendt kan "køb dansk"-strategien dog også være unødigt diskriminerende i forhold til dyrevelfærd over for udenlandske produkter. En udenlandsk vare er ikke nødvendigvis produceret under værre forhold for dyrene end de danske – måske har forholdene endda været bedre. Men hvis forbrugeren skal have mulighed for at identificere, hvilke udenlandske varer der lever op til dansk standard, EU-standard eller private mærkestandarder, skal dette naturligvis fremgå af varens mærkning, hvilket ikke altid er tilfældet.

Udviklingsområder for markedsdrevet dyrevelfærd

Det Dyreetiske Råd finder generelt, at emnet ”markedsdrevet dyrevelfærd” er komplekst og rummer nogle udfordringer, som skitseret herover, der ikke findes enkle svar på. Rådet mener dog samtidig, at der set ud fra fire vinkler kan peges på en række muligheder for udvikling af markedet for fødevarer produceret med særlig fokus på dyrevelfærd. Disse fire vinkler, der tjener til at strukturere gennemgangen i det følgende, er udbud, efterspørgsel, gennemskuelighed og prioritering.

Udbud

Den første forudsætning for, at forbrugere kan købe fødevarer, som er produceret med særligt fokus på dyrevelfærd, er naturligvis, at varerne udbydes. Der er meget stor forskel på, hvor mange alternativer der udbydes for forskellige varetyper. I de fleste supermarkeder og mindre butikker udbydes for eksempel mælk og æg fra både den almindelige, den økologiske og ofte også andre alternative produktioner. Når det gælder fersk kød, er udbuddet fra forskellige produktionsformer som regel væsentligt mindre. Og forbrugere, der ønsker fx økologisk kødpålæg eller færdigretter, skal typisk gå målrettet efter varerne i supermarkeder med en økologisk profil eller i specialbutikker. Der kan tilige være store regionale forskelle i udbuddet af varer. Internettet bidrager dog til at øge udbuddet af især kødprodukter med muligheder for direkte køb hos producenten og levering hos forbrugeren.

Produktudvikling

Udbuddet af animalske fødevarer fra de alternative produktioner er steget i de senere år. Der er ikke blot kommet flere mærker på markedet, enten fra selvstændige virksomheder eller gennem supermarkedskæders udvikling af egne mærker, der er også kommet flere

alternative produkter inden for varetyper som fx færdigretter og pålæg.

For nogle år siden kom der også økologiske fisk på markedet. Efterspørgslen var dog i første omgang begrænset. At en vare ikke umiddelbart slår an, kan imidlertid være et spørgsmål om timing i forhold til forbrugernes opmærksomhed på bestemte fødevarer eller produktionsforhold, så det, at noget har været afprøvet uden stor succes, udelukker ikke, at produktet vil blive godt modtaget nogle år senere. Det er derfor vigtigt, at nogle producenter tør fortsætte udviklingen af produkter og eventuelt med mellemrum relancere tidligere produkter, så udbuddet er ”opdateret” i forhold til forbrugernes ønsker. Det indebærer imidlertid en vis økonomisk risiko at gå forrest med lanceringen af nye produkter. Der skal både investeres i udvikling og fremstilling af selve produktet og i markedsføring. Når det gælder økologiske varer, er der mulighed for i et vist omfang at søge offentlig støtte til udvikling og markedsføring af nye produkter.

Mærkning

Dyrevelfærd kan optræde som det centrale budskab i et mærke, fx ved frilandsproduktion, eller være integreret i andre mærker med en bredere idé som fx økologisk produktion, hvor der også er fokus på miljø og sundhed. Som forbruger kan det være noget af en udfordring at lære de mange mærker at kende, som bruges til at signalere særlige kvaliteter ved en fødevarer, fx for fersk svinekød: ”Økologisk”, ”Friland”, ”Antonius” og ”Den Go’e gris”. Og der kan måske herske nogen usikkerhed om, hvilke krav der gælder for varer, der *ikke* har et særligt mærke.

For alle animalske fødevarer produceret i Danmark og det øvrige EU gælder et sæt grundlæggende krav til de forhold, som dyrene holdes under. De lovgivningsmæssige krav følges op af offentlig kontrol med fødevarerproducenterne. Forbrugerne får dermed en vis sikkerhed for, at staten har kontrolleret, at minimumskravene i lovgivningen er overholdt.



I frilandsproduktion er fokus på dyrevelfærd et centralt budskab, men dyrevelfærd kan også være integreret i mærker med et bredere fokus på fx miljø og sundhed.

FOTO: FRILAND A/S

For de økologiske fødevarer gælder på en række punkter mere vidtgående lovgivningsmæssige krav, fx i form af krav om mere plads til hvert dyr, krav om adgang til udendørs arealer eller krav om, at visse procedurer, fx næbtrimning af kyllinger, ikke må foretages. De økologiske krav følges også op af en mere vidtgående offentlig kontrol med fødevarerproducenterne. Når fødevarer er mærket med det danske røde Ø-mærke eller det grønne økologimærke fra EU, har forbrugeren dermed en vis garanti for, at der har været en kontrol af, om reglerne for økologisk produktion er overholdt.

Hertil kommer, at private organisationer, fødevarer-kæder og lign. kan etablere deres egne standarder for et mærke. Det kan fx være et produkt, der lægger sig mellem kravene for den almindelige og den økologiske produktion ved bl.a. at stille krav om, at dyrene skal have mulighed for at komme udendørs, men ikke kræve, at de fodres med økologisk foder. For private mærker gælder, at det er op til virksomheden eller organisationen

selv at føre kontrol med, at dyrene rent faktisk holdes under de forhold, som mærket lover. Det betyder, at virksomhederne i princippet kan love noget, som de ikke holder, uden at forbrugeren har mulighed for at finde ud af det. Som udgangspunkt må forbrugeren i sådanne tilfælde selv vurdere, om organisationen eller virksomheden bag mærket virker troværdig.

Nogle virksomheder vælger at indgå aftaler med en tredje part, som udfører kontrollen og evt. tildeler virksomheden et bestemt mærke. Hvis virksomheden ikke overholder de aftalte krav, kan den fratages mærket igen. Dermed får forbrugeren lige som ved den statslige kontrol en vis sikkerhed for, at produktionen overholder de krav, som virksomheden lover. Dertil kommer, at der eksisterer regler til beskyttelse af forbrugere mod vildledning (se afsnittet om lovgivning), samt at der er udpeget en forbrugerombudsmand, der har til opgave at holde øje med, at den forbrugerbeskyttende lovgivning overholdes.

Der eksisterer flere oversigter på internettet, der oplyser om, hvad der ligger bag de enkelte produktionsformer og mærker. Hos Fødevarestyrelsen kan man fx se oversigter for svine-, kyllinge-, okse- og kalvekød, der viser forskellene på almindelig, økologisk og frilandsproduktion, samt en oversigt over kravene til æg fra høns i berigede bure, skrabeægs-, frilands- eller økologisk produktion. Landbrugs- og dyreværnsorganisationer har også udarbejdet oversigter over mærker og krav til forskellige former for svinekødsproduktion samt over krav til de forskellige typer ægproduktion.

Butikkernes udbud af de forskellige mærker er underlagt begrænsninger, som bl.a. er bestemt af, hvor meget plads der er på hylderne og i kølediskene, hvor god varens holdbarhed er, og hvor stor efterspørgslen er efter varerne. Hertil kommer eventuelle ønsker i fx en supermarkeds kæde om at føre egne koncepter og mærker. I Storbritannien har nogle supermarkeds kæder valgt at integrere dyrevelfærd som en del af konceptet bag kædens eget mærke.

Tilgængelighed og markedsføring

Selv om varerne findes på markedet, er det langt fra alle forbrugere, der umiddelbart har adgang til at købe dem, fordi varerne ikke udbydes i netop deres lokale butikker og supermarkeder. De må i så fald enten prioritere at bevæge sig længere efter varerne eller benytte sig af eventuelle muligheder for køb over internettet. Indkøbsmulighederne over internettet er til gengæld øget betydeligt, fordi mindre gårde og virksomheder derved har mulighed for at fokusere og markedsføre sig på fx dyrevelfærd og økologi og kan sælge varerne direkte til forbrugerne uden for mange fordyrende mellemlid.

Omvendt er der forbrugere, som måske ikke ellers opsøger de alternative varer, der køber dem, når de nu udbydes, hvor de alligevel handler. En afgørende faktor i den forbindelse er, hvordan produkterne markedsføres og placeres i butikken sammenlignet med de almindelige varer, dvs. om det er nemt og hurtigt for forbrugere at finde den vare, de ønsker, og om varerne er synlige og indbydende for de forbrugere,

der ikke går målrettet efter dem. Der er således et tæt samspil mellem udbud og efterspørgsel. I de senere år har flere discountsupermarkeder udvidet sortimentet af økologiske produkter. Blandt andet fordi varerne er blevet mere tilgængelige, er salget af økologiske varer øget betydeligt, både for de berørte butikker og for det danske økologiske marked som helhed.

Det Dyreetiske Råds overvejelser og anbefalinger

Det Dyreetiske Råd mener, at der inden for alle hovedgrupper af animalske fødevarer er et potentiale for markedsdrevet udvikling af dyrevelfærdsprodukter som alternativ til de almindelige. Rådet påpeger, at dette potentiale i højere grad bør udnyttes – svarende til, hvad der i dag er tilfældet inden for mælk og æg og i et vist omfang inden for fersk svine- og okse- og kalvekød. Rådet savner især alternativer blandt produkter af fersk kyllingekød og blandt forarbejdede produkter som pålæg og færdigretter. Varerne bør endvidere udbydes til en pris, der står i rimeligt forhold til produktet, dvs. således at den dækker reelle meromkostninger, men ikke er for voldsom i forhold til prisen på de almindelige varer. Ansvar for at nå denne målsætning ligger efter Rådets opfattelse hos detailhandlen, fødevarereproducenterne og dem, der forvalter offentlig støtte til forskning og produktudvikling. Det Dyreetiske Råd har følgende forslag til at fremme denne udvikling:

■ *Udvikling af nye produkter*

Der er efter Rådets opfattelse behov for udvikling af nye produkter. Dette gælder ikke bare råvarer som kød, både i forhold til dyreart og udskæringer, men i høj grad også mere forarbejdede produkter. Der findes i dag økologisk pålæg, kager, middagsretter og lignende, men markedet er stadig meget begrænset. Rådet påpeger samtidig, at det er vigtigt ved udviklingen af nye varer også at have fokus på, at kvaliteten er på niveau med andre sammenlignelige produkter, og at produktet er ensartet fra gang til gang, så forbrugerne så vidt muligt fastholdes. Hvis salget af en bestemt vare ikke er stort nok til at bære både en almindelig og en alternativt fremstil-

Eksempel fra Fødevarestyrelsen på oversigt over forskellige produktionsformer. Her er blot gengivet nogle af de anførte forskelle mellem forholdene for almindeligt, økologisk og frilandskvæg. Hele oversigten findes på Fødevarestyrelsens hjemmeside: http://www.foedevarestyrelsen.dk/Forbrug/Fakta_om_koed_fra_koer_og_kalve/Sider/Fakta_om_koed_fra_koer_og_kalve.aspx. Fra denne side er der videre link til tilsvarende oversigter for æg samt svine- og kyllingekød.

Almindeligt kvæg		Økologisk kvæg		Frilandskvæg	
Hvor meget plads skal en kalv på op til 200 kilo have?	Mindst 1,7 m ² .	Mindst 2,5 m ² .	Mindst 3 m ² .		
Skal dyrene på græs sommeren?	Nej.	Ja, fra 15. april til 1. november skal kvæg over 6 måneder have adgang til græs mindst 6 timer om dagen. Kalve fra 4-6 måneder skal have adgang til græs fra 1. maj til 1. september.	Ja.		
Er det et krav, at dyrene skal have daglig motion?	Nej.	Ja, dyrene skal kunne bevæge sig frit.	Ja, dyrene skal kunne bevæge sig frit.		
Må dyrenes gulv være spaltegulv?	Ja, men kalve under 2 uger skal have strøelse på gulvet.	Ja, men mindst halvdelen af gulvet skal være fast gulv. Spaltegulv er forbudt i liggearealerne.	Ja, men kun i gangene og på ædearealerne. Spaltegulv er forbudt i liggearealerne.		
Skal kalve have adgang til at få dækket deres suttebehov?	Ja. Det gælder stalde taget i brug efter 1. juli 2010. For ældre stalde er det først et krav fra juli 2016.	Ja.	Ja.		
Skal kalven have mælk og hvor længe?	Ja, de skal have råmælk inden for de første 6 timer efter fødslen. Ellers ingen krav.	Ja, i minimum 3 måneder efter fødslen.	Ja, i minimum 5 måneder efter fødslen. I den periode skal kalven have fri adgang til at patte hos koen.		
Hvor længe skal kalven være hos moderen?	Ingen krav. I reglen tages kalven fra moderen straks efter fødslen.	Minimum et døgn.	Minimum i de første 5 måneder af kalvens liv.		
Er det et krav, at dyrene har strøelse de kan ligge i?	Nej, men der skal tages hensyn til dyrets fysiologiske, adfærdsmæssige og sundhedsmæssige behov. Kalve under 2 uger skal have strøelse.	Ja, så meget strøelse at hvileområdet altid er rent og tørt, og at strøelsen kan forme sig efter dyrets krop.	Ja, der skal være strøelse i hvileområdet.		
Hvilke krav er der til transporttiden til et slagteri?	Ingen. Dyrene skal have vand og evt. mad efter 14 timer. Efter 29 timers transport skal dyrene af lastbilen og hvile i 24 timer inden transporten kan fortsætte.	Transporttiden skal holdes på et minimum.	Transporten må maksimalt vare 8 timer. Kvæget skal køres direkte til slagteriet. HVIS slagteriet ligger længere væk, kan transporttiden undtagelsesvis forlænges. Ved transport over 8 timer skal dyrene have vand, mad og hvile.		

let vare, mener Rådet, at udbyderne bør overveje at lade den almindelige udgå snarere end den, der er produceret med særlig fokus på dyrevelfærd.

■ *Udvikling af tilgængelighed*

Rådet påpeger, at det er nødvendigt at øge tilgængeligheden af de alternative produkter. Rådet tænker her ikke kun på tilgængeligheden i detailhandlen, men også på tilgængeligheden i offentlige og private virksomheder, der fx driver kantinedrift og skolemad, og på cafeer, restauranter og steder med fastfood. Mange indtager måltider, der serveres sådanne steder, og disse virksomheder bidrager derfor væsentligt til markedsandelene. Rådet påpeger, at der i fx Storbritannien er flere supermarkedskæder og spisesteder, der tager ansvaret på sig og tilbyder fødevarer fra dyr fra de alternative produktioner. Rådet er opmærksomt på, at der også er enkelte virksomheder i Danmark, der sætter fokus på dyrevelfærd og tilbyder sådanne alternativer, men finder, at der her er et stort og uudnyttet potentiale, som de ansvarlige indkøbere i forarbejdningsvirksomhederne, detailhandlen, restaurations- og cateringbranchen osv. bør udnytte.

I relation til detailhandlen opfordrer Rådet til, at mulighederne udforskes lokalt for at supermarkeder samarbejder med gårdbutikker og mindre producenter. Rådet tænker her, at i hvert fald visse af gårdbutikkernes og de mindre producenters varer muligvis kunne tilbydes i et lokalt supermarked og dermed blive tilgængelige for en større kreds. Rådet opfordrer samtidig til, at varerne i så fald trækkes frem i butikken, så synligheden øges.

Rådet vil også gerne fremhæve muligheden for de internetbaserede initiativer til at øge tilgængeligheden. Der findes allerede en del af sådanne virksomheder, men Rådet antager, at der er plads til flere, fx for at sikre en tilstrækkelig geografisk udbredelse. Rådet hæfter sig også ved den oplysende side, der typisk er ved disse initiativer, hvor forbrugerne vænnes til, at ikke alle varer kan fås hele tiden, hvilket kan bidrage til en større forståelse for vilkårene for fødevareproduktionen.

■ *Udvikling af markedsføring*

Rådet ser et stort og uudnyttet potentiale omkring markedsføring. Der er efter Rådets opfattelse behov for at sætte mere fokus på varer produceret med særlig hensyntagen til dyrevelfærd, så forbrugerne bliver opmærksomme på dem. Rådet peger på, at kvaliteten ”produceret med fokus på dyrevelfærd” kan præsenteres på flere måder. Det kan være den primære kvalitet, der adskiller et produkt fra tilsvarende almindelige varer. Det kan også være en del af et bredere kvalitetskoncept, hvor hovedfokus er på fx miljø eller bæredygtig produktion. Der kan i disse tilfælde være behov for at arbejde for, at også dyrevelfærd bliver en mere synlig del af konceptet. Der kan i den forbindelse være behov for en øget grad af samarbejde fra besætningerne over forarbejdningsvirksomhederne til detailhandlen for at få trukket de særlige kvaliteter ved produkterne frem og få præsenteret dem for forbrugerne.

Endelig tyder udviklingen på, at supermarkedskæder i stigende grad introducerer egne mærker. Kæderne kan her selv bestemme, hvilke kvalitetsparametre deres mærke skal indeholde. Rådet opfordrer til, at dyrevelfærd bliver et af fokusområderne, og påpeger her, at dyrevelfærdsorganisationerne har en vigtig opgave i forhold til at fremme supermarkedskædernes opmærksomhed på dyrevelfærd.

■ *Oplysning til forbrugerne*

Oplysning om en vares særlige kvaliteter er en vigtig forudsætning for, at forbrugerne forstår, hvilke forskelle der er på dette produkt frem for et andet. Det er efter Rådets opfattelse ikke tilstrækkeligt at udvikle og markedsføre et produkt, hvor der er taget særlig hensyn til dyrevelfærden. Produktet skal ledsages af information om de forhold, dyrene har haft, og som bidrager til den merpris, der forlanges. Det kan her være nødvendigt ikke bare at nævne fx, at dyrene har haft mere plads eller adgang til udearealer, men også at forklare betydningen for dyrenes velfærd af disse ekstra ressourcer. Eller, hvis varen er produceret under danske forhold med skærpede krav til dyrevelfærd sammenlignet med fx EU, at forklare, hvilken forskel dette gør for dyrene. Det afgørende er endvidere, at forbrugeren



Det Dyreetiske Råd savner alternativer til mange af de almindelige fødevarer og fremhæver mælk som et eksempel på en varetype, hvor forbrugerne de fleste steder udover den almindelige mælk også kan få alternativer som økologisk mælk og ikke-økologisk mælk fra køer på græs.

FOTO: FRILAND A/S

blandt det store udbud af varer har let adgang til at identificere de alternative varer. Også her kan der være behov for et større samarbejde omkring mærkning og markedsføring mellem fx forarbejdende virksomheder og detailhandlen.

Rådet har noteret sig, at der både fra offentlig side og fra landbrugets og dyrebeskyttelsens interesseorganisationer er udarbejdet oversigtsmateriale, der oplyser forbrugere om de enkelte mærker og produktionsformer og forskelle mellem dem. Rådet mener dog, at der er behov for at udvikle mere informationsmateriale, så alle hovedgrupper af fødevarer er dækket, samt behov for at gøre materialet langt mere synligt og nemmere tilgængeligt for forbrugerne, end tilfældet er i dag.

■ *Prissætning og økonomisk støtte*

Rådet finder det bekymrende, at en del af merprisen på alternative produkter angiveligt ikke altid kun

skyldes højere omkostninger ved bl.a. produktion og distribution, men at detailhandlen også i visse tilfælde kan øge avancen på produkterne. Rådet finder dette betænkeligt både af principielle grunde, og fordi dette er med til at begrænse den potentielle udvikling af den markedsdrevne dyrevelfærd. Rådet opfordrer her detalledet til at påtage sig sin del af ansvaret og noterer sig samtidig, at i hvert fald nogle aktører i detalledet allerede gør dette – også selv om det indebærer en risiko for tab. Rådet minder i forlængelse heraf om, at erfaringen viser, at Danmark netop er i front på salg af økologiske varer, fordi discountkæderne sælger varerne til konkurrencedygtige priser. Dette har bidraget til at øge salget, hvilket igen betyder, at omkostningerne kan holdes nede.

Rådet er opmærksomt på, at især den første udviklings- og markedsføringsfase for nye produkter er bekostelig. Hvis de reelle meromkostninger vil

bringe varen op i et prisniveau, hvor de færreste forbrugere kan eller vil prioritere at være med, dvs. at økonomien bliver en reel barriere, anbefaler Rådet, at der ydes offentlig støtte til at hjælpe udviklingen og lanceringen af produktet på vej. En forudsætning for denne anbefaling er Rådets forventning om, at en evt. støtte kun vil være nødvendig i en opstartsperiode, indtil varen har vundet fodfæste på markedet. Herefter vil omkostningerne som nævnt naturligt falde som følge af øget produktion og salg (se mere om sammenhængen mellem efterspørgsel og prisniveau i afsnittet herunder).

Rådet hilser i forlængelse af dette velkomment, at regeringen har meldt ud at ville satse mere på økologiske fødevarer. Rådet påpeger dog samtidig, at det i relation til dyrevelfærd ikke nødvendigvis er afgørende, om produktionen er økologisk. Rådet opfordrer derfor til, at offentlig støtte kan tildeles, hvor dyrevelfærd fremmes, uanset om dette er i en økologisk produktion eller ej. Fx kan der være behov for støtte til at få fremmet en svineproduktion, hvor søerne er løse gennem hele produktionen og ikke kun, når de er drægtige. Rådet henleder samtidig opmærksomheden på, at der kan være behov for at undersøge, om eksisterende støttemuligheder, også fra EU (fx landdistriktsprogrammet), benyttes i tilstrækkeligt omfang til dyrevelfærdsfremmende tiltag.

Efterspørgsel

Ifølge Danmarks Statistik er salget af økologiske fødevarer fordoblet i perioden 2005-2009. Tallene omfatter alle økologiske fødevarer, ikke kun de animalske. Antallet af økologiske bedrifter i Danmark er i samme periode faldet, mens det økologiske jordbrugsareal er nogenlunde uændret. Især inden for økologisk frugt, grønt og kaffe dækkes en stor del af forbruget af importerede varer, mens detailhandlen med økologisk mælk og andre mejerivarer stort set dækkes af danskproducerede varer. Produktionen af økologisk mælk er steget i perioden 2005-2009. Også eksporten

af økologiske varer er steget, og det er især mælk og kød, der eksporteres.

Det Dyreetiske Råd har forsøgt at få afdækket den omtrentlige fordeling af markedsandele for de økologiske og andre alternative varer. Det har dog vist sig vanskeligt af flere grunde. For det første er der ikke foretaget detaljerede opgørelser. For det andet omfatter nogle opgørelser kun de økologiske varer og dermed ikke de ikke-økologiske varer produceret med særlig fokus på dyrevelfærd. Og endelig er der en del usikkerhed om de tal for den almindelige produktion, som andelen holdes op imod, dvs. at procentfordelingen i markedsandelene hviler på et usikkert grundlag.

Overordnet set peger de oplysninger, Rådet har modtaget, dog på, at det økologiske kød kun udgør få procent af markedet, mens andelen af kød fra den øvrige alternative svine- og kalveproduktion er noget højere. Økologisk mælk har vundet fodfæste på markedet med en andel på omkring 30 pct., og hertil kommer mælk fra anden alternativ produktion.

For æg gælder, at markedsandelen for de ikke-økologiske produkter med særlig fokus på dyrevelfærd, dvs. skrabeæg og æg fra fritgående høns, udgør en væsentlig og stigende del af markedet. Også her skal tallene tages med et vist forbehold, bl.a. fordi der importeres buræg. Danske Æg har estimeret andelen af denne import og vurderer, at salget af æg i butikkerne fordeler sig nogenlunde således på de forskellige kategorier af æg:

Omtrentlige markedsandele i pct. for de fire kategorier af æg solgt i detailhandelen (1. & 2. kvartal 2011)

Buræg	Skrabeæg	Frilandsæg	Økologiske æg
59,1	15,6	6,8	18,5

Æg, der bruges i industrien til fødevarerproduktion, kommer hovedsageligt fra burægsproduktionen.

I forhold til denne udtalelse hæfter Det Dyreetiske Råd sig især ved tre forhold i materialet, nemlig tendensen til, at markedsandelen af de alternative fødevarer er

stigende; at der er store forskelle i størrelsen af markedsandele mellem varegrupperne; samt at det for nogle varegruppers vedkommende gælder, at ikke blot de økologiske produkter, men også andre alternative produkter udgør en væsentlig del af markedet.

Forbrugersegmenter

Der er lavet adskillige undersøgelser, der belyser forskellige kategorier af forbrugere, også kaldet forbrugersegmenter. Groft skitseret kan man i relation til økologi opdele forbrugerne i tre grupper: De, der prioriterer økologi så højt, at de er villige til at betale en høj merpris, at køre længere efter varerne eller handle flere steder, og som hellere vil undvære fx kød, hvis kun det almindelige kød er tilgængeligt. De, der synes økologi er vigtigt, men også lægger stor vægt på andre ting, fx pris, smag, og at det skal være nemt og hurtigt at købe ind, så det ikke nødvendigvis er det økologiske produkt, der efter en samlet vurdering ender i indkøbsvognen. Og endelig er der dem, der ikke lægger vægt på økologi, men måske alligevel køber de økologiske produkter en gang imellem, hvis de synes, de smager bedre, hvis den tilsvarende almindelige vare er udsolgt, eller hvis der er et godt tilbud.

Forbrugere, der lægger vægt på dyrevelfærd, kan både være aftagere af produkter, hvor dyrevelfærd er en særlig kvalitet, fx æg fra fritgående høns eller mælk fra køer på græs, og af økologiske produkter, hvor dyrevelfærd er en del af et større koncept.

En opgørelse fra Landbrug & Fødevarer peger på, at kun omkring 4 pct. af forbrugerne vurderer, at dyrevelfærd har størst betydning for deres valg af fødevarer. De adspurgte lægger i højere grad vægt på især friskhed (20 pct.), pris (15 pct.) og sundhed (15 pct.). Det sidste kan tjene til at forklare den relativt store succes for den økologiske produktion, idet undersøgelser samtidig viser, at forbrugerne opfatter økologiske varer som mere sunde end de almindelige.

Prisniveau

En af de faktorer, der ofte hævdes at begrænse efterspørgslen efter alternative produkter, er prisen. Set i forhold til den almindelige produktion er der flere omkostninger forbundet med produktion af fx økologiske varer, men graden af meromkostninger er forskellig fra produkt til produkt. Der er fx færre ekstra omkostninger ved produktion af økologisk mælk end af økologisk svinekød, og prisforskellen i forhold til de almindelige varer er derfor større for svinekød end for mælk.

Beregninger peger dog på, at meromkostningerne for i hvert fald visse produktioner ikke er mere end få procent, og at det kun er en begrænset del af den pris, forbrugeren betaler, der når producenten. Den pris, forbrugeren betaler, skal imidlertid også bidrage til at dække den risiko, detailkæden påtager sig ved at føre et alternativt produkt, der måske ikke sælger så godt eller har en lavere omsætning end det tilsvarende almindelige. Mængden af varer og hastigheden, hvormed de sælges i butikken, er således faktorer, der er med til at bestemme prisen. Hvis volumen og omsætningshastigheden stiger, har butikken bedre forudsætninger for at reducere sin avance, dvs. indtjeningen på salg af produktet. Med andre ord – jo flere alternative varer der sælges, jo større er chancen for, at de bliver billigere set i forhold til de almindelige varer. Discountsupermarkedskæder, der har valgt at have et stort sortiment af økologiske produkter, står således i disse år for størstedelen af salget af økologiske varer. Det skyldes butikkernes store udbredelse og dermed muligheder for at købe stort ind og dermed også sælge varerne billigere end andre. Omvendt betyder den lavere pris, at netop disse butikker tiltrækker de forbrugere, der er meget prisbevidste, og de kan dermed være med til at øge efterspørgslen.

Mekanismer til at øge efterspørgslen

Økologisk Landsforening beretter om, at efterspørgslen på i hvert fald nogle økologiske, men dog ikke-animalske, fødevarer faktisk overstiger udbuddet. Der er således behov for flere økologiske landmænd for at dække den

danske efterspørgsel. Interessen for økologi synes stor, og den danske regering har sat et mål om en fordobling af det økologiske areal senest i 2020, og Økologisk Landsforening peger på tre tiltag, som de mener, vil kunne motivere flere landmænd til at lægge om til økologisk produktion: at der sættes større fokus på nye danske økologiske varer hos virksomheder og i detailhandel, at finanssektoren investerer i udvikling inden for det økologiske landbrug, samt at der via EU's landbrugspolitik gives en større del af støtten til miljørigtigt landbrug.

Hvis markedsandelen af et produkt skal øges, er det vigtigt at kende de relevante forbrugersegmenter. Det kan være nødvendigt at tage flere forskellige strategier i brug, som er rettet mod forskellige typer af forbrugere. Når det gælder økologiske varer, kan man fx overveje, om salget fremmes bedst ved at samle alle økologiske varer ét sted, så det er nemt for forbrugeren at finde varerne og overskue udbuddet, eller om de økologiske alternativer hellere skal placeres sammen med de almindelige varer, så forbrugeren tydeligt kan se, at der er et økologisk alternativ. Den første strategi kan formodentlig stimulere salget til de forbrugere, der prioriterer økologi højt og går målrettet og måske udelukkende efter økologiske varer, mens den anden strategi kan inspirere de forbrugere, der går efter et bestemt produkt, fx leverpostej, og så finder det økologiske alternativ mest tiltrækkende.

En tredje mulighed er, at en virksomhed tager ansvaret på sig ved kun at sælge eller anvende alternativer, hvor der er fokus på dyrevelfærd. Beslutningen følges naturligvis op af markedsføring, der sætter fokus på både varens dyrevelfærdsmæssige kvaliteter og virksomhedens ansvarsbevidsthed. Et sådant tiltag kan have en direkte effekt ved at tiltrække de forbrugere, der efterspørger dyrevelfærdsprodukter, men der kan måske også være en indirekte effekt ved, at virksomheden bidrager til at sætte dyrevelfærd på dagsordenen og skærpe forbrugernes opmærksomhed på emnet og dermed måske også efterspørgslen i relation til andre produkter end dem, virksomheden udbyder.

Endelig kan toneangivende rollemodeller og frontløbere i samfundet, fx kokke og ernærings eksperter,

sammen med relevante virksomheder og engagerede borgere gennem kampagner, debatter, Facebook-grupper og lign. være med til at fremme efterspørgslen efter fødevarer, der er produceret med særlig omtanke for dyrenes velfærd.

Det Dyreetiske Råds overvejelser og anbefalinger

Det Dyreetiske Råd finder det afgørende, at forbrugernes efterspørgsel efter produkter, hvor der er fokus på dyrevelfærd, øges. Uden denne vilje sker der kun en begrænset udvikling på markedet. Rådet påpeger, at begrebet ”forbrugere” i denne forbindelse skal forstås bredt, dvs. både på individniveau og organiseret indkøbsniveau. Forbrugere er således alle, der er ansvarlige for indkøb af animalske fødevarer, både til private husholdninger, til offentlige og private institutioner og til virksomheder. Rådet mener, at også forbrugerne har et stort ansvar, som de må tage på sig, for at være mere bevidste om, hvad de køber. Rådet peger på tre forhold, der kan bidrage til at øge efterspørgslen:

■ *Forbrugeres rolle i udviklingen*

Det er nødvendigt at appellere til ansvarsbevidsthed i forhold til køb af animalske produkter hos den relativt store gruppe af forbrugere, som er modtagelige herfor. Markedet drives blandt andet af forbrugernes valg, og det er derfor afgørende, at forbrugerne er oplyste om fødevarernes oprindelse og følger deres egne tilkendegivelser om at ville betale mere for bedre dyrevelfærd op med handling. Der er efter Rådets opfattelse generelt behov for at sætte mere fokus på måden, fødevarer er produceret på, og i hvert fald for nogle forbrugeres vedkommende også at acceptere en højere prioritering af udgifter til fødevarer på budgettet. I dag bruger danskere generelt en relativt lille del af deres indkomst på mad.

Rådet mener dog samtidig, at der fra fødevarerbranchens side kan være behov for at se på prissætningen af de almindelige produkter sammenholdt med de alternative. Rådet fornemmer, at nogle forbrugere mistænker detailhandlen for at øge avancen relativt

mere på de alternative varer, og at de kan fravælge produkterne med henvisning til at føle sig udnyttet. Branchen bør derfor informere forbrugerne bedre om, hvorfor de alternative varer koster mere. Rådet påpeger dog samtidig, at det, at varer er fra en alternativ produktion, bør ikke i sig selv bruges som løftestang til yderligere avance.

- *Information om produktionsformer bag produkterne*
Forbrugere skal i højere grad opsøge information om de varer, de køber, enten ved oplysninger, der anføres på varen, eller ved i hvert fald at kunne få de relevante oplysninger ved at spørge en medarbejder i butikken. Hvis ikke informationen er umiddelbart tilgængelig, skal forbrugerne kræve en tilstrækkelig mærkning og andre informationskilder. Andre informationskilder kan fx være brochurer i butikken, information på internettet eller muligheden for at udnytte moderne teknologi og via mobiltelefonskanner eller skanningsapparat i butikken at hente de ønskede oplysninger.



Moderne teknologi som fx QR-koder giver forbrugere mulighed for at få adgang til yderligere information via mobiltelefoner eller skannere i butikken. Koden her fører til yderligere oplysninger om Det Dyreetiske Råd.

Danske forbrugere er dog, jf. de tidligere omtalte undersøgelser, formodentlig i forvejen blandt de mest oplyste, og der er risiko for, at yderligere informationsmængder får den modsatte effekt, fordi forbrugerne når mæthedspunktet. Rådets pointe er, at det skal være tydeligt, når man ser produktet, om der er tale om en produktion, hvor der er taget særlige hensyn til dyrenes velfærd, og det skal være let for de forbrugere, der ønsker det, at få yderligere oplysninger.

- *Det generelle vidensniveau*
Rådet påpeger, at det er vigtigt i formidlingen at

skelne mellem forbrugernes generelle viden om dyrevelfærd, deres viden om de enkelte produktionsformer, og hvilke informationer der knytter sig til en konkret vare. I forbindelse med drøftelserne omkring udbud fokuserede Rådet på de informationer, der ledsager varerne. Efter Rådets opfattelse er der dog også behov for at fokusere på det generelle vidensniveau. Rådet antager, at det for i hvert fald nogle forbrugere gælder, at jo større baggrundskendskab forbrugerne har om forskellige former for fødevarerproduktion og dyrevelfærd, jo mere sandsynligt er det, at efterspørgslen fra disse forbrugere øges efter de alternative varer, og jo lettere vil det være at formidle til dem, hvilke kvaliteter der knytter sig til et konkret produkt. Rådet finder, at denne baggrundsviden bedst formidles til forbrugere i form af fx kampagner, dokumentarprogrammer og undervisningsmateriale. Informationen bør så vidt muligt være neutral og sagligt underbygget.

I erkendelse af, at voksne forbrugere kan være svære at formidle yderligere informationer til, mener Rådet, at formidlingen af baggrundsviden også bør ske til børn. Det kunne fx også være gennem oplysningskampagner og tv-udsendelser. Rådet mener tillige, at undervisning i skolen om landbrug og dyrenes forhold er et vigtigt element i uddannelsen af borgere og fremtidige forbrugere og derfor bør inddrages i skoleundervisningen, herunder undervisningen i madkundskab. Rådet understreger i forlængelse heraf, at det anvendte undervisningsmateriale naturligvis også i denne sammenhæng bør være neutralt og sagligt underbygget. Forbrugerne – børn som voksne – kan på den baggrund blive i stand til bedre at skelne mellem de vilkår, fødevarerne er produceret under, når de efterfølgende præsenteres for produkterne og den mere begrænsede information i selve indkøbssituationen.

Gennemskuelighed

Som forbruger præsenteres man for en række informationer om en fødevare, fx indhold, vægt, salgspris, kilopris,

fremstillingsdato og holdbarhed, næringsindhold og krav til opbevaring. Hertil kommer oplysninger om produktionen, fx oprindelsesland og evt. mærkning med særlige produktionskrav eller egenskaber. Nogle informationer skal der ifølge lovgivningen oplyses om, fx navn på producent, pakkevirksomhed eller forhandler inden for EU, mens andre oplysninger kan tilvælges, fx om dyrene har haft mere plads end lovgivningens minimumskrav.

Der er naturligvis grænser for, hvilken informationsmængde der kan rummes på en vares emballage og studeres af forbrugeren i indkøbssituationen. I markedsføringen må man prioritere, hvilken information der synes vigtigst. For nogle mærker er der til gengæld mulighed for at få supplerende oplysninger i form af brochurer i butikkerne eller på internettet.

Det er dog formodentlig kun et begrænset antal forbrugere, der opsøger yderligere information. Det er derfor afgørende for forbrugeren viden om og opfattelse af et produkt, at de relevante oplysninger er lette at finde og gennemskue. Mærkningen af æg er et godt eksempel på, at selv om det står på pakken, hvilken produktionsform de æglæggende høner har levet under, kan det være svært at vide, hvad betegnelser som "buræg", "skrabeæg", "æg fra fritgående høns" og "økologiske æg" egentlig dækker over, hvis der ikke samtidig er skrevet, på hvilken måde de pågældende produktionsformer adskiller sig fra hinanden. Her åbner den moderne teknologi som nævnt for nye muligheder, hvor fx mobiltelefoner kan skanne en kode på varen, hvorefter forbrugeren straks får adgang til supplerende oplysninger, hvilket nogle virksomheder allerede benytter sig af.

Uigennemskuelighed

Der kan være flere grunde til, at forbrugere, der er bevidste omkring fødevale og gerne vil fremme dyrevelfærd, finder det svært at gennemskue, hvilke forhold dyrene har været holdt under. Det kan fx skyldes, at der ikke er en tilstrækkeligt oplysende mærkning af produktet, hvilket især kan være et problem i relation til importerede varer. For varer, der er produceret i EU,

gælder ganske vist visse minimumskrav, men disse kan i nogle tilfælde tillade ringere vilkår for dyrene end den danske lovgivning, eller besætningerne kan være underlagt en mindre tæt kontrol. Hvis man ikke kender detaljerne i lovgivningen og kontrollen med reglerne, kan man derfor ikke være sikker på, at kød fra dyr i fx Tyskland eller Italien er produceret under samme vilkår som i Danmark, selv om de pågældende lande alle er medlemmer af EU. For varer, der importeres fra lande uden for EU, er det endnu sværere som forbruger at vide, hvilke forhold dyrene er blevet budt.

En anden form for uigennemskuelighed knytter sig til situationer, hvor samme dyr muligvis indgår i flere forskellige typer af produkter. Man kan derved uforvarende komme til at støtte en produktion, man ikke ønsker, fordi en evt. mærkning ikke omfatter produkter, som resten af dyret er blevet brugt til. For eksempel indeholder (dansk) vingummi gelatine, der er fremstillet på basis af svinehuder. Hvis der ikke er tale om økologisk vingummi, er man som vingummi-forbruger derfor med til at støtte den almindelige svineproduktion.

Omvendt kan man som forbruger unødigt gå uden om et produkt, fordi man tror, det er knyttet til en anden produktion. Det hævdes fx af nogle, at man ved at købe franske berberiandebryster støtter produktionen af foie gras (fedtlever, der fremstilles ved at tvangs fodre bl.a. ænder), fordi andebrysterne og leveren stammer fra de samme ænder. Det kan som forbruger være vanskeligt at gennemskue, om dette er korrekt. Det Dyreetiske Råd har imidlertid fået oplyst fra franske forskere i produktion af foie gras, at der er tale om to separate fødevarerproduktioner med anvendelse af forskellige typer ænder. Hvis andebrysterne er fra franske berberiande, er det derfor ikke ænder, der indgår i produktionen af foie gras.

Endelig kan der være en form for uigennemskuelighed forbundet med indkøb af forarbejdede fødevarer. Hvor en forbruger kan være opmærksom på og klart få oplyst, om æg stammer fra burhøns eller fra fritgående høns, er det fx vanskeligere at gennemskue oprindelsen af de æg, der indgår i en kage. På nogle forarbejdede fødevarer fremhæves, at der er anvendt æg fra fx fritgående høns,

men som hovedregel er forbrugernes eneste mulighed for at vælge varer produceret med særligt hensyn til dyrevelfærd at købe de økologiske produkter.

Tvetydige signaler og vildledning

Markedsføring kan indeholde informationer, der sender signaler om kvaliteter ved produktet, der ikke nødvendigvis giver et helt sandfærdigt billede af den pågældende vare. Der findes regler til beskyttelse af forbrugere mod direkte vildledning, som fx hvis et kosttilskud hævdes at have helbredende egenskaber, uden at dette er dokumenteret. Men der er en gråzone. I nogle tilfælde får varen et navn, der antyder, at her er tale om et særligt produkt. Der er muligvis gjort en smule mere for dyrevelfærden i nogle af disse produkter, men signalværdien og merprisen kan også dække andet end dyrevelfærd, fx kødkvalitet, og det kan være vanskeligt umiddelbart at gennemskue, i hvor høj grad produktet rent faktisk adskiller sig fra de almindelige varer af samme type. I andre tilfælde kan reklamematerialet gøre brug af positive, men ikke helt sandfærdige signaler, uden at der nødvendigvis er tale om vildledning i lovens forstand. De følgende eksempler tyder på, at det dog kan give bagslag i form af negative reaktioner hos forbrugere og pressen, hvis markedsføringen giver et fordrejet billede af produktet:

■ *Gårdæg, landæg og buræg*

Æg er tidligere ofte blevet solgt under navne som fx ”gårdæg” og ”landæg”, evt. ledsaget af billeder på pakken af marker og fritgående høns, også selv om der var tale om æg fra høns i bure. Selv om der skal stå på pakken, at æggene stammer fra burproduktion, er det ikke så umiddelbart iøjnefaldende som et billede. Mange forbrugeres indtryk vil formentlig derfor være knyttet til illustrationen af frihed snarere end betegnelsen ”buræg”. Der har været rejst en del kritik af æg-embalage for at sende misvisende signaler om de forhold, hønsene holdes under, og så vidt Rådets medlemmer umiddelbart kan iagttage, har de fleste, hvis ikke alle, ægproducenter efterhånden ændret illustrationerne på emballagen, så den er mere neutral.

■ *Kærlige kyllinger*

En supermarkeds-kæde solgte tidligere kyllingekød under navnet ”Kærlige kyllinger”. Kyllingerne var imidlertid opdrættet under samme vilkår som alle andre almindelige kyllinger. De havde derfor ikke, som navnet kunne antyde, haft en mere ”kærlig” opvækst end andre almindeligt opdrættede kyllinger. Supermarkeds-kæden blev udsat for kritik pga. det misvisende navn, og navnet blev efterfølgende ændret.

■ *Økologi med omsorg*

En mejerikæde kørte i foråret 2011 en kampagne for en serie økologiske produkter med fokus på omsorg symboliseret ved, at der i billedmaterialet læses højt og synges for dyrene. Der er imidlertid ingen grund til at tro, at netop disse produkter er produceret med mere omsorg for dyrene, end der er gældende i den øvrige økologiske produktion. Samtidig tegnes et billede af mælkeproduktionen, som ligger meget langt fra virkeligheden. Nogle vil sikkert se kampagnen som et humoristisk indslag, fordi den tegner et så åbenlyst usandt billede af produktionsforholdene, men tilkendegivelser på internettet antyder, at i hvert fald nogle forbrugere finder, at det er et upassende forsøg på at skjule de reelle forhold.

Det Dyreetiske Råds overvejelser og anbefalinger

Det Dyreetiske Råd mener, at der bør arbejdes for, at forbrugere på en let tilgængelig måde kan få oplysninger om dyrevelfærd i relation til produktionen af en fødevarer, og oplysningerne skal være reelle og troværdige. Efter Rådets opfattelse hviler ansvaret for at sikre tilgængeligheden af troværdige oplysninger på både producenterne, forarbejdningsevirkomhederne, detailhandlen og myndighederne. Rådet er opmærksomt på, at mætningspunktet er ved at være nået for mærkning af produkter, og mener ikke, at der skal flere mærker på varerne. Rådet anbefaler i stedet at fokusere på at forbedre den eksisterende mærkning

samt udvikle supplerende mærknings- og informationsmetoder. Rådet har følgende forslag til at fremme denne målsætning:

■ *Udvikle mærkning og anden form for oplysningsmateriale*

Rådet finder, at der er behov for at udvikle mærkningen af fødevarer og materiale til yderligere oplysninger samt at sikre tilgængeligheden for forbrugeren. Rådet har forståelse for, at der er begrænset plads til rådighed på varen til den mængde oplysninger, der ønskes påført. Rådet mener dog, at dyrevelfærd bør prioriteres højere, end tilfældet er i dag, og mener, at dette er en opgave, der bør løses i samarbejde mellem producenter og detailhandel. Rådet anbefaler, at der ud over velinformerede medarbejdere og skriftligt materiale i butikkerne også sættes på de muligheder, som moderne teknologi tilbyder. Rådet fremhæver her endnu engang muligheden for at anvende strekkoder og QR-koder på varerne, som forbrugeren kan skanne med mobiltelefoner eller skanner i butikken, så yderligere information fremkommer i indkøbssituationen, samt udvikling af hjemmesider, hvor forbrugere kan indhente mere detaljerede oplysninger om de ønskede produkter. Der kunne også i højere grad, end tilfældet er i dag, sættes på såkaldt 'storytelling' og branding som måder at knytte viden og positive signaler til produkter, som fortjener disse. Rådet understreger dog samtidig, at informationen i disse nye kilder skal give et reelt billede af produktionen og ikke kunne give anledning til misforståelser om dyrenes forhold.

■ *Lette overskueligheden*

Rådet mener samtidig, at der bør arbejdes med forenkling af mærkningen, så det bliver lettere overordnet set at skelne mellem de almindelige og de alternative varer. Der kunne fx udvikles enkle former for signalering i stil med nøglehulsmærket, det røde økologimærke og fair trade-mærket, eller smileys, der i første omgang signalerer, om varen er produceret under forhold, der ligger inden for rammerne af den danske lovgivning og krav om kontrol, eller om der stilles større krav til dyrevelfærd

end den danske lovgivnings almindelige regler og lign. Yderligere information om de skærpede krav kunne så formidles på anden vis, jf. afsnittet herover. Rådet er opmærksomt på, at der tidligere har været lanceret et sådant kvalitetsmærke uden held. Rådet mener dog, at det bør danne grundlag for at trække på erfaringerne fra dengang og gøre det bedre i dag i stedet for at afvise idéen. Rådet opfordrer i den forbindelse til at se på udenlandske modeller for mærkning, fx supermarkeds kæden Whole Foods Market, der har udviklet en farveskala, der umiddelbart ligner energimærkningen af fx hårde hvidevarer. Whole Food Markets farveskala har veldefinerede kriterier (fx om arealkrav, berigelse og adgang til udendørs faciliteter) for indplacering af produkter af henholdsvis kyllinge-, okse- og svinekød. Kæden har samtidig vedtaget, at visse produkter scorer så lavt, at kæden fravælger at udbyde dem.

Endelig mener Rådet, at de forskellige virksomheder inden for detailhandel bør forpligte sig til at etablere en form for butiksmærkning, hvor butikskæden tilslutter sig et værdigrundlag om at fremme dyrevelfærd og samtidig også forpligter sig til at føre et vist sortiment af alternative varer og evt. ikke at føre visse af de almindelige varer. Rådet efterlyser et større engagement fra detailhandlen i den markedsdrevne dyrevelfærd og mener, at en sådan mærkning vil kunne bidrage både til at anspreke butikker til at prioritere dyrevelfærd og til at hjælpe forbrugere til at finde steder at handle, hvor de finder et godt udbud.

■ *Undgå vildledning*

Rådet finder, at der er for mange gråzoner i formidlingen af information om fødevarers oprindelse. Uanset om de tidligere nævnte eksempler var lovlige eller ej, bidrager de til at skabe forvirring omkring de forhold, dyrene har levet under. Rådet mener, at der kan være behov for at overveje, om de regler, eller forvaltningen af dem, der er omkring beskyttelse af forbrugeren mod vildledning, er gode nok. Rådet mener, at det som minimum bør henstilles over for dem, der markedsfører fødevarer, at der skal være

tale om reel information om produktionsforholdene og deres betydning for dyrenes velfærd, ikke romaniserede billeder af landlig idyl eller forvrængede indtryk som fx højtlesning. Rådet mener samtidig, at det er oplagt at udvikle produkter, der allerede søger at skille sig ud på bedre kvalitet, så de også skiller sig ud på bedre dyrevelfærd.

■ *Sikre opfyldelse af gældende krav*

Rådet påpeger, at det er vigtigt, at de mærker, der er på markedet, er lødige og gennemskuelige. Dette gælder både for almindelige og alternative varer. Forbrugerne skal med andre ord kunne stole på, at produktionen lever op til det, som mærket lover.

Rådet foreslår, at der i hvert fald for større supermarkedskæders vedkommende sættes på de etablerede certificeringsordninger, hvor certificeringen (og den tilhørende kontrol) dels kan bruges til at markedsføre varen over for forbrugeren, dels vil være forbrugers garanti for, at den almindelige vare overholder lovens minimumskrav, og at den alternative vare rent faktisk adskiller sig fra den almindelige. Rådet foreslår i forlængelse heraf endvidere, at relevante myndigheder i højere grad, end det sker nu, bør skride ind, såfremt markedsføringen af et produkt bevæger sig i gråzonen.



Det Dyreetiske Råd fremhæver vigtigheden af, at forbrugerne kan stole på, at produktionen lever op til det, som et mærke lover. Rådet foreslår, at der sættes på certificeringsordninger, der både kan bruges i markedsføringen og give forbrugerne en vis garanti for, at varen lever op til kravene.

FOTO: VIDENCENTER FOR SVINEPRODUKTION, LANDBRUG & FØDEVARER

Rådet ser en særlig udfordring for gennemskueligheden af importerede varer. Rådet lægger ikke op til, at forbrugere nødvendigvis skal købe danske produkter, men Rådet finder det bekymrende, at det kan være endnu sværere, end det er for danske varer, at gennemskue, hvilke forhold dyrene har været holdt under. Rådet opfordrer derfor til, at de, der importerer udenlandske fødevarer, sikrer, at forbrugeren ved mærkning på varen gøres opmærksom på, at denne lever op til de samme krav, som gælder for danske varer, hvis det er tilfældet.

Endelig mener Rådet, at der bør arbejdes internationalt for at få fastsat handelsnormer med et dyrevelfærdsmæssigt indhold for andre typer fødevarer end æg og fjerkrækød. Sådanne handelsnormer bidrager ikke blot til at lette overskueligheden i mærkningen, de kan også bidrage til at sikre kontrollen med, at reglerne overholdes på tværs af de enkelte lande.

Prioritering

Som udgangspunkt kan de fleste formodentlig tilslutte sig en udvikling af markedet for fødevarer produceret med særlig fokus på dyrevelfærd. Knasterne opstår, når den udvikling skal konkurrere med andre interesser. Der kan være modstridende hensyn og behov for prioritering både i forhold til valg af de mekanismer, der skal hjælpe til at fremme udviklingen, og til valg mellem forskellige kvaliteter ved fødevarerne.

Lovgivning og markedskræfter

Sammen med markedskræfterne er der behov for offentlige indgreb i form af lovgivning og kontrol, hvor de to mekanismer på hver sin måde kan bidrage til at fremme udviklingen. Markedskræfterne er fx velegnede til fremhæve god dyrevelfærd som en særlig kvalitet, der kan bruges til at sælge et bestemt produkt. Det forudsætter dog, at der er overensstemmelse mellem, hvad produktet står for, og hvad forbrugerne opfatter som god dyrevelfærd, fx et naturligt liv, mere plads

eller adgang til udearealer. Markedskræfterne kan også udnytte, at det er nemmere at sælge en vare med et positivt end et negativt budskab, dvs. den gode historie om, hvor meget bedre dyrene har haft det.

Lovgivningen kan til gengæld være velegnet til at sikre, at forholdene ikke bliver for ringe. Trædepudevidninger hos slagtekyllinger er et godt eksempel på et velfærdsproblem, der er blevet reduceret gennem lovgivningsmæssige tiltag. Trædepudevidningerne er smertefulde for slagtekyllingerne og opstår i et komplekst samspil af faktorer i staldmiljøet. For nogle år siden blev der indført regler, hvor producenter blev underlagt visse begrænsninger, hvis de ikke fik problemet under kontrol. Efterfølgende er forekomsten af trædepudevidninger hos danske slagtekyllinger blevet væsentligt reduceret. Den udvikling betyder uden tvivl meget for slagtekyllingernes velfærd, men den havde næppe haft store chancer for at lykkes, hvis den skulle have været drevet af markedskræfterne. Det ville dels være svært at formidle den komplekse problemstilling kort og klart, og dels er det ikke nær så motiverende for købelysten blot at være med til at reducere noget negativt, som det er at bidrage til noget positivt.

Det er således ikke et spørgsmål om enten at satse på lovgivning eller på markedskræfterne men om at være opmærksom på, at der er behov for begge dele. De lovgivningsmæssige tiltag kan hæve det grundlæggende niveau for dyrevelfærd, og den markedsdrevne dyrevelfærd kan skabe pejlemærker og motivere købelysten for at fremme udviklingen mest muligt.

Dyrevelfærd mellem andre dagsordener

Som tidligere nævnt er dyrevelfærd blot én blandt flere dagsordener, der styrer forbrugernes valg af fødevarer. Nogle forbrugere vil af sig selv prioritere dyrevelfærd over andre hensyn, mens andre synes, at der er vigtigere ting at prioritere som fx pris, sundhed og smag. Mange forbrugere vil nok betragte dyrevelfærd som én blandt de andre vigtige faktorer og foretage deres valg efter en samlet vurdering, der kan falde forskelligt ud afhængig af den aktuelle situation, fx om der

er tid til at handle flere steder, om der er gode tilbud, om forbrugeren er på en bestemt diæt osv. Hvis ikke alternativet med fokus på dyrevelfærd er let tilgængeligt, sælges til en rimelig pris og opfylder evt. andre krav til fx sundhed og miljø, kan dyrevelfærdsalternativet blive taberen mellem andre dagsordener. Der er dog mulighed for at integrere dyrevelfærd i mærker, der også inddrager andre kvaliteter, fx sundhed, og i produkter, der også tager hensyn til bekvemmelighed, fx i form af færdigretter. Her vil forbrugeren så få mulighed for at opfylde flere af sine præferencer i samme produkt, og fra butikkens side vil der være mulighed for at omsætte flere enheder af færre varianter af varetyper, hvilket kan bidrage til at reducere prisen. Der kan i så fald blive tale om en 'win-win'-situation for både dyr, forbrugere og butik.

Der kan dog også være en konflikt i forhold til modsatrettede hensyn. Beregninger viser, at produktionen af et kilo kød fra økologiske kyllinger belaster klimaet mere end produktionen af et kilo kød fra almindeligt opdrættede kyllinger, bl.a. fordi de økologiske kyllinger lever længere. Hvis man som forbruger går op i både dyrevelfærd og klima, må man derfor fx spise en mindre mængde af det økologiske kyllingekød, hvis klimabelastningen som følge af kyllingeforbruget skal være neutral (fraregnet andre forhold som fx geografi og transport). Hensynene behøver dog ikke være modsatrettede, idet fx økologiske forbrugere sammenlignet med andre forbrugere typisk vil have et forbrugsmønster med markant mindre forbrug af kød, mindre madspild og fokus på brug af årstidens produkter og lokalt producerede varer.

Konflikter i forhold til modsatrettede hensyn kan også opstå, hvis der lægges vægt på både dyrevelfærd og fødevarer sikkerhed. Hvis dyrene fx skal have adgang til det fri, bliver de i højere grad end ved indendørs hold udsat for visse bakterier både på huden og i tarmsystemet. For nogle dyrearters vedkommende, fx fjerkræ, kan det i slagteprocessen på slagteriet være svært eller helt umuligt at producere fødevarer baseret på udendørs produktion, der er fri for bakterier som campylobakter, som mennesker kan blive syge af at indtage. Risikoen for at blive syg kan dog reduceres væsentligt ved god køkkenhygiejne.

Det Dyreetiske Råds overvejelser og anbefalinger

Det Dyreetiske Råd finder, at der er behov for at sikre og fremme, at dyrevelfærd flytter højere op på prioriteringslisten mellem andre vigtige dagsordener som fx klima, kvalitet, sundhed og pris. Der har været meget fokus på dyrevelfærd i 90'erne, men opmærksomheden er i de senere år også blevet rettet mod sundhed, miljø og klima. Rådet anser også disse emner som vigtige og er opmærksomt på, at når dyrevelfærd prioriteres højt, kan det betyde, at der skabes andre problemer fx for miljøet. Rådet opfordrer til opmærksomhed på, at prioriteringen af dyrevelfærd ikke får u hensigtsmæssige og negative konsekvenser, men peger på, at de dyrevelfærds mæssige kvaliteter ved en vare risikerer at drukne mellem andre kvaliteter, der skal fremhæves, hvis ikke der fortsat sættes særlig fokus på emnet.

Rådet mener, at ansvaret for at sikre og fremme prioriteringen af dyrevelfærd hviler på alle aktører på fødevarerområdet, fra producenter over engros- og detailhandlen til forbrugere. Rådet har tidligere i indværende udtalelse sat fokus på bl.a. produktudvikling, markedsføring og forbrugeransvar og foreslået en række tiltag, der kan fremme prioriteringen af den markedsdrevne dyrevelfærd. Rådet har desuden følgende forslag til at sætte yderligere fokus på dyrevelfærdsprodukter:

■ Øge synlighed af dyrevelfærd

To redskaber til at flytte dyrevelfærd højere op på prioriteringslisten er at gøre varens dyrevelfærds mæssige kvaliteter umiddelbart synlige og at gøre varen let tilgængelig. Det er naturligvis afgørende at fremhæve dyrevelfærds kvaliteten ved varen, så forbrugeren bliver opmærksom på den, men samtidig er det vigtigt at placere de alternative produkter på de mest iøjnefaldende steder i butikken. Når hurtige indkøb er vigtigt, vil disse produkter være lettere at finde for forbrugeren. Det kan være nødvendigt med et tættere samarbejde mellem produktionsleddet og detailkæderne for at fremme kommunikationen til og synligheden for forbrugerne.

Rådet henleder desuden opmærksomheden på muligheden for at udvikle platforme til sparring

omkring og markedsføring af produkter. Sådanne platforme eksisterer allerede for de økologiske produkter (gennem Økologisk Landsforening) og nøglehulsmærket (gennem Fødevarestyrelsen). En tilsvarende platform for varer produceret med særlig fokus på dyrevelfærd kunne hjælpe til en koordineret indsats for at øge synligheden af disse produkter.

■ *Integrere dyrevelfærd i andre kvalitetsmærker*

Der er mulighed for at integrere dyrevelfærd i mærker og produkter, der også inddrager andre kvaliteter, som det fx ses i økologiske produkter. Andre kvaliteter, der kunne kombineres med dyrevelfærd, er fx sundhed og smagsoplevelser. Også det voksende marked for færdigretter af høj kvalitet kan tænke dyrevelfærd ind i produkterne.

■ *Udvikling af etiske værdisæt*

Rådet savner generelt, at virksomheder tager stilling til de varer, de vælger at udbyde. En del virksomheder har i de senere år udviklet etiske værdisæt, men fokuserer i så fald typisk på miljø, arbejdsforhold og sundhed. Dyrevelfærd spiller efter Rådets opfattelse en alt for lille rolle i disse etiske overvejelser. Rådet vil derfor kraftigt opfordre til, at dyrevelfærd tænkes ind i virksomhedernes etiske værdisæt, efterhånden som disse udvikles. Det gælder fx supermarkeder, der fører egne mærker, hvor Rådet anbefaler, at disse vælger at skabe eller styrke en ansvarsbevidst profil ved at sætte højere dyrevelfærdskrav for deres mærke end lovens minimumskrav.

Rådet bemærker, at koncepter som fx "Arlagården" og "Dansk kalv" i udgangspunktet har stillet mere vidtgående krav til dyrevelfærd end lovgivningen, men efterhånden indhentes af udviklingen på lovgivningsområdet, så lovgivningens minimumskrav nærmer sig koncepternes standard. Rådet finder, at dette er en positiv udvikling og pointerer samtidig, at den peger på det udviklingspotentiale, der ligger i sådanne koncepters muligheder for at sætte nye standarder – bogstavelig talt – for dyrevelfærden. Rådet anbefaler derfor, at etablerede koncepter, der allerede har et eget kontrolsystem, skærper kravene til dyrevelfærd. Og Rådet fremhæver, at de mærker,

der allerede markerer sig med skærpede krav til dyrevelfærd, fortsat bør forholde sig kritisk til de forhold, dyrene holdes under, og løbende udvikle deres koncept, så der kommer endnu mere fokus på dyrevelfærd. Rådet påpeger, at dette gælder både økologiske og ikke-økologiske produktioner.

Rådet vil i forlængelse heraf henlede opmærksomheden på Dansk Initiativ for Etisk Handel, der har erfaring med at samle interessenter og fremme handel med respekt for etiske værdier som bl.a. arbejdstagerrettigheder og bæredygtighed. Rådet mener, at det er oplagt at udvide fokus i sådanne initiativer til at omfatte dyrevelfærd.

■ *Udforske mulighederne for at ændre vaner*

Erfaringerne viser, at der er en del produktions-spild, fordi varer skal have bestemte ensartede standarder. Nogle har i de senere år introduceret en produktdifferentiering, hvor kvaliteten stadig er ensartet, men produktets størrelse varierer. Varen sælges på pris pr. kilo frem for stykpris, og fordi en større del af den samlede produktion dermed kan sælges, kan priserne også holdes nede. Samtidig kan forbrugere i højere grad købe den mængde, de har brug for, og dermed reducere madspild.

Et argument, der ofte fremføres for ikke at købe de alternative produkter, er, at det er for dyrt. Samlet set behøver budgettet dog ikke at blive øget væsentligt af, at forbrugeren vælger disse alternativer til den almindelige produktion, selv om de er dyrere. Det kræver blot, at der samtidig sættes fokus på sammensætningen af måltidet, så det fx indeholder mindre kød, der til gengæld er af den alternative type; på mængden af mad, der går til spilde, og på at udnytte varerne bedre. Undersøgelser viser som tidligere nævnt, at økologiske forbrugere typisk har et andet forbrugsmønster end de ikke-økologiske – de spiser mindre kød, de er formodentlig også mere ressourcebevidste, og deres samlede madbudget svarer derfor til de ikke-økologiske forbrugeres. Erfaringer fra kantiner, der i disse år omlægger til økologi og samtidig ændrer sammensætningen af måltidet og fokuserer på reduktion af madspild, bekræfter, at de samlede udgifter til fødevarer

ikke behøver at stige, blot fordi produkter fra den alternative produktion prioriteres.

Endelig kan der være behov for at stimulere forbrugernes lyst til at prøve nye alternative produkter. Det kan fx gøres gennem kampagner, hvor varen sælges med rabat, og ved uddeling af smagsprøver. Når forbrugerne er mere fortrolige med produktet, kan det muligvis fremme lysten til at integrere varen i det daglige forbrug, selv om prisen efterfølgende er en anden.

■ *Øge opmærksomheden på lovgivning over for markeds kræfter*

Nogle forbrugere antager formodentlig, at med de almindelige regler, der er fastsat i den danske lovgivning og EU's regulering, er dyrenes velfærd tilstrækkeligt beskyttet. Andre kan tænke, at det måske ikke gør den store forskel for dyrene, om de bliver opdrættet i det ene eller det andet produktionsystem. I så fald kan det forekomme unødvendigt at betale en merpris for varerne. Rådet mener, at der kan være behov for at øge opmærksomheden på, at lovmæssige regler kun kan sikre en grundlæggende standard, og at der er muligheder for, at forbrugerne via deres efterspørgsel øger niveauet af dyrevelfærd.

■ *Øge opmærksomheden på globaliseringens betydning*

Rådet finder, at markedet står over for store udfordringer som følge af globaliseringen. Dette gælder både i forhold til udbud, efterspørgsel og gennemskuelighed af varerne. Efter Rådets opfattelse skal disse udfordringer ikke ses som noget negativt, men de skal minde alle om, at der hviler et ansvar på den enkelte for, at dyrene ikke bliver taberne i det spil. Det betyder i praksis, at alle fødevarer, der sælges i Danmark, bør leve op til danske eller i hvert fald EU-regler. Det betyder også, at det bliver afgørende, at produktionsformen bliver gennemskuelig for forbrugerne. Importører og detailhandlen har særlige muligheder for at sætte standarderne for, hvilke varer der udbydes, og hvordan de mærkes og markedsføres. Når disse forudsætninger er til stede, har forbrugerne til gengæld gode muligheder

for at fravælge varer, der ikke lever op til, hvad de anser for rimelige krav til dyrevelfærd, uanset i hvilket land dyrene har levet.

Konklusioner

Det Dyreetiske Råd mener, at der er behov for at sætte fokus på, hvordan man gennem markedet kan fremme en dyrevelfærd, som rækker ud over lovgivningens minimumskrav. Rådet har med denne udtalelse ønsket at bidrage til, at dyrevelfærd rykker højere op på dagsordenen hos forbrugerne og de, der sælger animalske fødevarer. Rådet har ud fra fire vinkler – udbud, efterspørgsel, gennemskuelighed og prioritering – fremsat en række anbefalinger til, hvordan dette kan ske.

Udbuddet af varer er naturligvis afgørende for, at forbrugeren kan købe fødevarer, som er produceret med særligt fokus på dyrevelfærd. Rådet opfordrer her til udvikling af nye produkter produceret med særlig fokus på dyrevelfærd, til initiativer, der øger tilgængeligheden af og styrker markedsføringen af sådanne produkter, og til initiativer, som bidrager med bedre formidling af oplysninger om dyrevelfærd til forbrugerne. Rådet opfordrer endvidere til at fokusere på en rimelig pris-sætning af varerne og på mulighederne for økonomisk støtte i udviklingsfasen.

Efterspørgslen fra forbrugernes side er efter Rådets opfattelse tillige afgørende og bør øges. Rådet sætter her fokus på forbrugernes rolle og appellerer til større ansvarsbevidsthed. Rådet opfordrer samtidig til, at der arbejdes på at højne vidensniveauet både om forskellige produktionsformer og i forhold til dyrevelfærd generelt. Rådet peger her både på, at forbrugere skal opsøge den information, der er, og på, at relevante aktører skal sikre, at informationen er let tilgængelig.

Gennemskuelighed af de informationer, der ledsager en vare, er nødvendig, for at forbrugeren kan træffe informerede valg, og for at et mærke, der signalerer en særlig kvalitet som fx dyrevelfærd, kan bevare sin troværdighed. Rådet mener, at ansvaret for at sikre tilgængeligheden af troværdige oplysninger hviler på

både producenterne, forarbejdningsvirksomhederne, detailhandlen og myndighederne. Rådet mener ikke, at der skal flere mærker på markedet, men anbefaler at forbedre den eksisterende mærkning og udvikle supplerende mærknings- og informationsmetoder. Rådet påpeger videre, at vildledning skal undgås, og at det bør sikres, at produktionen lever op til de krav, som mærket lover. Rådet ser i den forbindelse en særlig udfordring for at sikre tilgængelige informationer om importerede varer.

Endelig peger Rådet på behovet for højere prioritering af dyrevelfærd som en værdi, der spiller en rolle i markedet for animalske fødevarer, og mener, at ansvaret for dette hviler på alle aktører fra producenter til forbrugere. Rådet anbefaler, at dyrevelfærd gøres mere synlig som en kvalitet ved en vare, og at dyrevelfærd evt. integreres i andre kvalitetsmærker. Rådet opfordrer videre virksomheder til at tænke dyrevelfærd ind i deres etiske værdisæt og forbrugere til at udforske mulighederne for at ændre vaner. Sluttelig mener Rådet, at der er behov for øget opmærksomhed på lovgivningens begrænsninger, markedskræfternes muligheder og globaliseringens betydning.

Samlet set konkluderer Det Dyreetiske Råd, at ingen af de omtalte forhold kan stå alene. Efter Rådets opfattelse er der behov for at sætte ind flere steder for at fremme den markedsdrevne dyrevelfærd.

Bilag

Det Dyreetiske Råd har drøftet emnet markedsdrevet dyrevelfærd på 6 møder samt gennem e-mail korrespondance i perioden december 2010 – juli 2012. Rådet har haft kontakt med en række personer og repræsentanter for virksomheder og organisationer med henblik på at udrede relevante aspekter af emnet markedsdrevet dyrevelfærd og retter en stor tak til dem, der har bidraget.

Følgende har deltaget i møder med Rådet med henblik på at bidrage til afdækning af emnet: Tove Christensen, KU Fødevarøkonomisk Institut; Karsten Deibjerg Kristensen, Friland A/S; Henning Otte Hansen, KU Fødevarøkonomisk Institut; Thanasis Krystallis, Århus Universitet MAPP-centeret; Trine Vig, Videntcenter for Svineproduktion; Per Olsen, Landbrug & Fødevarer; Hanne Gürtler, Dansk Initiativ for Etisk Handel; Fie Graugaard og Ulrich Kern-Hansen, Hanegal; Katrine Milman, Coop Danmark A/S; Anders R. Jensen, Rema 1000 og Finn Klostermann, Danish Crown.

Rådet vil endvidere gerne rette en ekstra tak til dem, der har kommenteret et tidligere udkast til udtalelsen: Tove Christensen, Karsten Deibjerg Kristensen, Henning Otte Hansen, Trine Vig, Fie Graugaard og Ulrich Kern-Hansen, Katrine Milman, Anders R. Jensen og Finn Klostermann. Eventuelle fejl og mangler i udtalelsen er naturligvis Rådets ansvar. Rådet vil afslutningsvis sig tak for lån af fotos til: Friland A/S og Videntcenter for Svineproduktion, Landbrug & Fødevarer.

Stine B. Christiansen, dyrlæge, MSc, har fungeret som faglig sekretær.



*Scan koden og hent
flere oplysninger om
Det Dyreetiske Råd*