

Geflügelwirtschaft öffnet die Tore der Tierfarmen

Kampagne „Besuch erwünscht“ soll Image der Branche verbessern

Fernsehbilder von gequälten Puten haben die Verbraucher aufgeschreckt. Die Geflügelbranche reagiert mit mehr Kontrollen und Öffentlichkeitsarbeit.

Von Ulrich Suffner

Oldenburger Münsterland – Vechta – „Besuch erwünscht“ heißt eine neue Imagekampagne, mit der die niedersächsische Geflügelwirtschaft Vertrauen beim Verbraucher zurückgewinnen will. Verschreckt von den Negativberichten in der ARD-Reportage „Das System Wiesenhof“ will sich die Branche künftig „stärker öffnen und den Tierhalter in den Mittelpunkt stellen“, erklärte Wilhelm Hoffrogge, Prä-

sident der niedersächsischen Geflügelwirtschaft, im Gespräch mit dieser Zeitung.

Gleichzeitig installiert die Geflügelwirtschaft eine „Task Force“, die unangemeldete Kontrollen beim Ausstellen von Puten vornehmen werde, fügte

Hoffrogge hinzu. Auch dass die Veterinärämter noch intensiver kontrollieren wollen, begrüße die Branche.

Tierquälereien, wie sie die Tierrechtsorganisation Peta in einer Wiesenhof-Putenfarm in Höltinghausen dokumentierte, seien „ganz und gar nicht übliche Praxis“, ergänzte Thomas Storck, Vorsitzender des Verbandes Deutscher Putenerzeuger, aus



Wilhelm Hoffrogge

Garrel. Diese Übergriffe seien „in keiner Weise zu tolerieren“. Gleichzeitig ärgere ihn, wenn Kritiker wie der frühere Cloppenburgener Veterinär Dr. Hermann Focke die Branche mit veralteten Vorwürfen schlecht mache. Beim Schnäbeln der Putenküken oder

bei der Beinstabilität schlachtreifer Tiere habe sich vieles zum Besseren entwickelt.

Hoffrogge erklärte, man wolle mit der Kampagne „Besuch erwünscht“ die vorzeigbare Realität moderner, am Tierwohl orientierter Nutztierhaltung zeigen. Es sei falsch gewesen, „dem Verbraucher in der Werbung die Bauernhof-Idylle der 60er Jahre vorzugaukeln“.

▼ Seite 5