



Louisa Marie Gräfin von Hardenberg (Autor)  
**Tierwohl in der Fleischwirtschaft**  
Einstellungen und Strategieoptionen



**INTERNATIONALE REIHE**  
**AGRIBUSINESS**

Band 27 Louisa Marie  
Gräfin von Hardenberg

**Tierwohl in der Fleischwirtschaft**

**Einstellungen und  
Strategieoptionen**



Cuvillier Verlag Göttingen  
Internationaler wissenschaftlicher Fachverlag

<https://cuvillier.de/de/shop/publications/8250>

Copyright:  
Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen,  
Germany  
Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: [info@cuvillier.de](mailto:info@cuvillier.de), Website: <https://cuvillier.de>



## **Inhalt**

<b>Einleitung</b> .....	<b>5</b>
<b>Teil I</b> .....	<b>23</b>
<b>Tierwohlprogramme in der intensiven Nutztierhaltung aus Sicht deutscher Landwirte</b> .....	<b>23</b>
I.1 German pig farmers' attitudes towards Animal Welfare Programs and their willingness to participate in these programs: An empirical study .....	23
I.2 Tierwohlprogramme in der Geflügelhaltung – Eine empirische Untersuchung bezüglich der Einstellungen von Landwirten/-innen gegenüber Tierwohlprogrammen.....	45
I.3 Bewertung von Tierwohlkriterien der Initiative Tierwohl durch Mastschweinehalter: Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit.....	59
<b>Teil II:</b> .....	<b>75</b>
<b>Die Vermarktung von Tierwohlfleisch über Fleischereifachgeschäfte und landwirtschaftliche Direktvermarktung</b> .....	<b>75</b>
II.1 Eine empirische Analyse zum Angebot von Tierwohl-Fleisch in Fleischerfachgeschäften .....	75
II.2 Die Bereitschaft deutscher Fleischer und Direktvermarkter zur Umsetzung alternativer Vertriebs- und Marketingstrategien in der Vermarktung von Tierwohlfleisch - Eine qualitative Datenerhebung .....	107
II.3 Die Einstellung deutscher Fleischer und Direktvermarkter zum Angebot von Tierwohlfleisch- Eine quantitative Erhebung .....	144
II.4 Einflussfaktoren auf die Bereitschaft deutscher Fleischereifachgeschäfte und Direktvermarkter zum Angebot von Tierwohlfleisch - Eine PLS-Analyse.....	177
<b>Teil III</b> .....	<b>200</b>
<b>Vermarktung von Heimtierfutter aus der Tierwohlfleischproduktion</b> .....	<b>200</b>
III.1 The Pet Food Industry: An innovative Distribution Channel for Marketing Feed Products from Welfare Friendly Production to Consumers? .....	200
<b>Schlussbetrachtung und Ausblick</b> .....	<b>222</b>
<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>222</b>
<b>Limitationen und weiterer Forschungsbedarf</b> .....	<b>227</b>
<b>Handlungsempfehlungen und Ausblick</b> .....	<b>229</b>
<b>Veröffentlichungs- und Vortragsverzeichnis</b> .....	<b>234</b>



<b>Eidesstattliche Erklärungen .....</b>	<b>235</b>
<b>Lebenslauf .....</b>	<b>236</b>
<b>Danksagung .....</b>	<b>237</b>