

**Kleine Anfrage zur schriftlichen Beantwortung
mit Antwort der Landesregierung
- Drucksache 17/4169 -**

Kosten der Werbekampagne zum Tierschutzplan

Anfrage des Abgeordneten Helmut Dammann-Tamke (CDU) an die Landesregierung, eingegangen am 04.09.2015, an die Staatskanzlei übersandt am 09.09.2015

Antwort des Niedersächsischen Ministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz namens der Landesregierung vom 24.10.2015, gezeichnet

Christian Meyer

Vorbemerkung des Abgeordneten

In einem von der *lz-online* am 13.08.2015 veröffentlichten Interview mit der Überschrift „Die Träume des Agrarministers“ antwortet Landwirtschaftsminister Christian Meyer auf die Frage nach seinen drei größten Erfolgen wie folgt: „Erstens, dass wir den Tierschutzplan der Vorgängerregierung fast eins zu eins umsetzen können, ...“.

Zur Bewerbung des Tierschutzplans finden diverse Maßnahmen statt, darunter Plakatwerbung in hannoverschen U-Bahnhöfen oder ein eigener Stand auf dem Fest der deutschen Einheit in Hannover am 03.10.2014.

Vorbemerkung der Landesregierung

Seit 2011 arbeiten engagiert Organisationen, Behörden, Interessensverbände etc. an der Umsetzung der Ziele des Tierschutzplans. Im Rahmen dieser Arbeit wurden u. a. konkrete Managementempfehlungen bzw. Ratgeber für die Praxis (z. B. Kälberleitfaden, Empfehlungen zur Verhinderung von Federpicken und Kannibalismus zum Verzicht auf Schnabelkürzen bei Jung- und Legehennen usw.) erarbeitet sowie wissenschaftliche Pilotprojekte durchgeführt, deren Erkenntnisse in den Tierschutzplan einfließen. Gleichwohl interessieren sich viele Bürgerinnen und Bürger für die Inhalte des Tierschutzplans und dessen Umsetzung, wie zahlreiche Anfragen belegen. Da die Beantwortung der Anfragen arbeitsintensiv ist, wurde auch unter Berücksichtigung dieses Sachverhalts überlegt, wie die Informationsstrukturen effizienter gestaltet werden können.

Vor diesem Hintergrund wurde eine Kommunikationskampagne gestartet, deren Ziel der Austausch bzw. die Übertragung von Information ist, wobei Information als zusammenfassende Bezeichnung für Wissen, Erkenntnis oder Erfahrung zu verstehen ist.

Insofern soll nicht der Tierschutzplan „beworben“ werden, sondern es soll vermittelt werden, dass Informationen hierüber jederzeit für jede Person verfügbar sind. Das betrifft die Information über die Mitarbeit von Organisationen, Institutionen etc., die kontinuierliche Information über die konkreten Maßnahmen und Ziele des Tierschutzplans, die bisherigen Arbeitsergebnisse und den Umsetzungsstand, Informationen über die Bedingungen in der heutigen konventionellen Nutztierhaltung und die Sensibilisierung und Aufklärung hinsichtlich tierschutzfachlicher Kritikpunkte. Ebenso sollen Praktikerinnen und Praktiker unterstützt werden, indem ihnen Handlungs- bzw. Managementempfehlungen, Ratgeber und wissenschaftliche Erkenntnisse zur Verfügung gestellt werden. Letzteres führt auch dazu, dass für Verbraucherinnen und Verbraucher deutlich wird, dass sich die landwirtschaftliche Praxis aktiv in den Umsetzungsprozess einbringt mit dem Ziel, die landwirtschaftliche Nutztierhaltung zu verbessern. Dieser Sachverhalt trägt letztlich auch zu einer Imageverbesserung der Landwirtschaft bei.

1. Welche Werbemaßnahmen hat die Landesregierung zum Tierschutzplan durchgeführt?

Im Zuge der Informations- und Kommunikationskampagne zum Tierschutzplan Niedersachsen wurden bislang die folgenden Maßnahmen durchgeführt:

- Entwicklung einer ganzheitlichen Kommunikationsstrategie zum Tierschutzplan (u. a. Logo, Slogan, Motive zur Darstellung der Schwerpunktthemen),
- Informationsstand bei den Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit in Hannover am 02./03.10.2014 sowie bei der „Internationalen Grünen Woche 2015“ in Berlin,
- Internetauftritt zum Tierschutzplan (einschließlich einer elektronischen Arbeitsplattform für die Mitglieder in den Gremien),
- zwei Plakate mit unterschiedlichen Tierschutzplan-Motiven in der U-Bahn-Station Kröpcke in Hannover sowie ein Plakat am Hauptbahnhof in Oldenburg,
- acht Taxis im Stadtgebiet Hannover mit drei unterschiedlichen Tierschutzplan-Motiven.

2. Welche Werbemaßnahmen zum Tierschutzplan werden noch durchgeführt?

Aktuell in Planung ist - aufgrund der sehr positiven Resonanz im Vorjahr - die erneute Präsentation des Tierschutzplans auf der „Internationalen Grünen Woche“ im Januar 2016. Darüber hinaus ist die Neugestaltung der Internetpräsenz einschließlich eines Auftritts im sozialen Netzwerk „Facebook“ in Vorbereitung.

3. Wie hoch sind die Kosten für die Werbemaßnahmen zum Tierschutzplan?

Bislang sind in den Jahren 2012 bis 2015 insgesamt Kosten in Höhe von 219 269,73 Euro für die Konzeption und Durchführung von Informations- und Kommunikationsmaßnahmen zum Tierschutzplan Niedersachsen angefallen.

Personal- und Reisekosten wurden hierbei nicht berücksichtigt.

4. Welchen Zweck verfolgt die Landesregierung mit der Werbung für einen bereits existierenden Tierschutzplan?

Siehe Vorbemerkung.

5. Welchen Zusatznutzen verspricht sich die Landesregierung von der Werbung hinsichtlich einer Verbesserung der Haltungsbedingungen unserer Nutztiere vor dem Hintergrund, dass der Tierschutzplan bereits existiert?

Wie in der Einleitung erläutert, ist das Ziel der Kommunikationskampagne der Austausch bzw. die Übertragung von Information. Insofern werden allgemein Verbraucherinnen und Verbraucher in die Lage versetzt, sich eigenständig und gezielt über den Tierschutzplan, seine Inhalte, seine Umsetzung sowie auch die aktive Mitwirkung der landwirtschaftlichen Praxis zu informieren. Speziell für die Halterinnen und Halter landwirtschaftlicher Nutztiere besteht so ebenfalls die Möglichkeit, sich zeitnah zu informieren und sich mit aktuellen Empfehlungen und Erkenntnissen vertraut zu machen.

6. Wird der Tierschutzplan auch in ländlichen Gebieten und Zentren der niedersächsischen landwirtschaftlichen Nutztierhaltung beworben? Wenn ja, wie?

Gegenwärtig stehen die ländlichen Gebiete nicht im Fokus der Kommunikationskampagne.