



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

DIE KOMMODIFIZIERUNG VON MORAL - LASSEN SICH MORALISCHE FRAGEN ZUM UMGANG MIT NUTZTIEREN ÜBER DEN MARKT LÖSEN?

Frauke Pirscher

Institut für Agrar- und Ernährungswissenschaften, Martin-Luther-Universität Halle-
Wittenberg, Halle (Saale)

frauke.pirscher@landw.uni-halle.de



Schriftlicher Beitrag anlässlich der 55. Jahrestagung der
Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V.
„Perspektiven für die Agrar- und Ernährungswirtschaft nach der Liberalisierung“

Gießen, 13.-25. September 2015

DIE KOMMODIFIZIERUNG VON MORAL - LASSEN SICH MORALISCHE FRAGEN ZUM UMGANG MIT NUTZTIEREN ÜBER DEN MARKT LÖSEN?

Zusammenfassung

Viele Europäer sehen in landwirtschaftlichen Nutztieren nicht mehr nur eine Ressource, sondern betrachten sie als Entitäten mit eigenen Interessen. Diese seit einigen Jahren zu beobachtende Einstellungsänderung lässt sich als Umbildungsprozess hin zu einer pathozentrischen Gesellschaft interpretieren. Unklarheit herrscht allerdings darüber, welche konkreten menschlichen Verpflichtungen sich aus dem moralischen Status von Tieren für ihre Haltung, den Transport oder die Tötung ergeben. Vor diesem Hintergrund wird die Einführung eines staatlichen Tierwohllabels in vielen Ländern und auch auf europäischer Ebene diskutiert, um die Lebensbedingungen von Nutztieren zu verbessern. Die Entscheidung, den Markt als vornehmliche Institution gesellschaftlicher Willensbildung für die moralische Frage des wünschenswerten Umgang mit Tieren zu wählen, ist nicht frei von normativen Annahmen, darüber, wessen Interessen zu berücksichtigen sind, welches ethische Wertkonzept zu bevorzugen ist und wie sich einheitliche Wertvorstellungen in einer Gesellschaft herausbilden. Es kann gezeigt werden, dass die Verwendung eines Labels keine institutionelle Veränderung darstellt, die es erlaubt, Nutztiere gleichermaßen um ihrer selbst Willen zu berücksichtigen, sondern in der anthropozentrischen Perspektive verhaftet bleibt. Der Wertmonismus des Marktes kann rechtsbasierte Wertannahmen nicht widerspiegeln, der Markt entbindet zudem Individuen von der Notwendigkeit ihre Wertvorstellungen zu begründen und auf dieser Basis Rechte und Pflichten neu zu verteilen. Die Nachfrage nach tierwohlgelabelten Produkten kann daher nur in sehr begrenzter Weise die Werthaltung der Bevölkerung zu Tierschutz fragen widerspiegeln. Ein Label kann nicht von einer fundamentalen gesellschaftlichen Wertdebatte über den Umgang mit landwirtschaftlichen Nutztieren entlasten.

Keywords

Tierethik, Kommodifizierung von Moral, Deliberative Entscheidungsfindung, Tierwohllabel

1 Einleitung

Die Mehrheit der Europäer betrachtet Tiere nicht vornehmlich als Sache, Instrument oder Ressource individueller humaner Bedürfnisbefriedigung, sondern als Lebewesen mit eigenen Interessen, die es von Menschen zu respektieren gilt (Evans and Miele 2007, Kjaeners et al. 2007, Schulze et al. 2008). In vielen nationalen Tierschutzgesetzen ebenso wie im Vertrag von Lissabon der Europäischen Union spiegelt sich diese Haltung dadurch wider, dass bewusstseinsfähige Tiere als Entitäten mit einem eigenen moralischen Status, Kreaturen mit einer eigenen Würde oder Mitgeschöpfe definiert werden. Seit den Arbeiten von Singer (1975), Regen (1983) und Wolf (1990) geht auch eine breite Mehrheit der Philosophen davon aus, dass Tiere einen moralischen Status besitzen. Folglich kann man davon ausgehen, dass Pathozentrismus, also die moralische Berücksichtigung höherer Tiere aufgrund ihrer Leidensfähigkeit, als gemeinsame moralische Haltung gegenüber höheren Tieren in westliche Gesellschaften akzeptiert ist. Dass heißt, dass Tiere um ihrer selbst Willen moralisch relevant sind und zwar alle Tiere gleichermaßen.

Umstritten ist jedoch, wie der formal festgeschriebene Pathozentrismus nun umgesetzt werden soll und welche konkreten Folgerungen sich daraus für die Haltung, den Transport und die

Tötung von Nutztieren ableiten. Die Richtlinie 98/58/EG gibt auf Europäischer Ebene einen Mindeststandard für diese Bereiche vor. Zu beobachten ist aber, dass der augenblickliche Status quo von weiten Teilen der Bevölkerung als nicht zufrieden stellend empfunden wird (Eurobarometer 2007a; Eurobarometer 2007b; Schulze 2008). Gleichzeitig wehren sich Berufsstandsvertreter der Landwirtschaft vehement gegen pauschalisierende Vorwürfe der Tierquälerei, da sie zum Teil ein anderes Verständnis von Tierwohl haben (AgrarEurope 2014, Franz et al. 2012). Sie verweisen zudem auf wirtschaftliche Zwänge und mangelnden Zahlungsbereitschaft von Konsumenten.

Wir befinden uns also in einem Umbildungsprozess hin zu einer pathozentrischen Gesellschaft, in der es unterschiedliche moralische Vorstellungen darüber gibt

- welche konkreten menschlichen Verpflichtungen aus dem moralischen Status von Tieren folgen,
- welches Verhältnis in Zukunft zwischen menschlichen und tierischen Interessen bestehen soll. Dürfen wir Tiere töten und für menschliche Zwecke halten oder nicht? Und wenn ja, welche Restriktionen für uns Menschen ergeben sich im Umgang mit Tieren daraus? Und schließlich:
- welche institutionellen Veränderungen erforderlich sind, um tierische Interessen bei humanen Entscheidungen mit zu berücksichtigen.

Im Umgang mit Nutztieren geht es also darum, für konkrete Entscheidungssituationen neu gesellschaftlich auszuhandeln, ob und wie weit die bisherigen menschlichen Privilegien, Tieren Schaden oder Leid zufügen zu dürfen, weiter einschränken sollten, um tierische Ansprüche zu berücksichtigen.

In vielen Ländern soll diese Frage oberhalb des gesetzlichen Mindeststandards durch die tägliche Kaufentscheidung der Konsumenten geklärt werden. Die Einführung einer und mehrerer, privater oder staatlicher Tierwohllabel soll der Bevölkerung in ihrer Rolle als Konsumenten, die Möglichkeit eröffnen, durch zusätzliche Information entsprechend ihrer individuellen Tierschutzpräferenzen tierische Produkte konsumieren zu können. Der Markt wird hier also als das geeignete Instrument betrachtet gesellschaftliche Konflikte zu lösen. "Wir setzen auf Transparenz und die Macht der Verbraucher" formulierte es Frau Aigner bei der Einführung des neuen Tierwohllabels (agrarheute 2013).

Der Markt wird dadurch von seiner ursprünglichen Funktion der Koordinierung des Austausches von Gütern zu einem Instrument der gesellschaftlichen Willensbildung hinsichtlich moralischer Fragen - in diesem Fall über den zukünftig wünschenswerten Umgang mit Nutztieren - erweitert oder umfunktioniert. Damit werden moralische Einstellungen hinsichtlich des wünschenswerten Umgangs mit Tieren kommodifiziert. Umstritten ist, ob der Markt diese Funktion übernehmen kann und übernehmen sollte. Kann eine Segmentierung des Marktes mittels eines informatorischen Instrumentes die Bevölkerung befähigen, Verantwortung für das Wohlergehen anderer, in diesem Fall der Tiere, zu übernehmen und am gesellschaftlichen Willensbildungsprozess über den Umgang mit Nutztieren gestalterisch teilzunehmen? Um dieser übergeordneten Frage nachzugehen, sollen im Folgenden drei konkrete Fragen untersucht werden:

- Wessen Interessen und wessen moralische Bedenken können auf einem Markt für Tierwohl artikuliert werden und welche Gruppen sind ausgeschlossen? Wie beeinflusst also die Wahl des institutionellen Rahmens, die Gruppe von Akteuren, die entscheiden darf?
- Wie weit lassen sich auf einem Markt andere Wertvorstellungen, als diejenigen der individuellen Nutzenmaximierung zum Ausdruck bringen, denn in der tierethische Debatte steht nicht die Frage nach dem eigenen Nutzen aus dem Tierschutz im

Vordergrund, sondern die Frage, inwieweit Tiere moralische Ansprüche an uns begründeter Weise stellen können, die unsere Handlungen einschränken?

- Welche Annahmen über individuelle Präferenzbildung und gesellschaftliche Willenbildung sind mit der Interpretation moralischer Bedenken als Zusatznutzen tierischer Produkte verbunden?

2 Das Tierwohllabel als marktbasierende Institution

In seinen utilitaristisch fundierten normativen Annahmen geht das Konzept des Marktes davon aus, dass das einzige Handlungsmotiv von Personen die maximale Befriedigung ihres individuellen Nutzens darstellt (Sen1979). Entscheidungsbasis sind die individuellen Präferenzen. Diese werden für jedes Individuum als wertneutral und unabhängig von soziokulturellen Einflüssen angesehen, können aber zwischen Individuen differieren.

Auf dem Markt drücken sich individuelle Präferenz in der jeweiligen Zahlungsbereitschaft für dieses Gut aus. Der Geldwert als einheitliche Bewertungsbasis ermöglicht die Kommensurabilität von Gütern. Es wird folglich ein trade-off zwischen Gütern und Güterbündeln unterstellt. Restriktionen des Budget verhindern, dass Konsumenten alle Präferenzen realisieren können. Voraussetzung für das Funktionieren eines solchen Systems ist, dass die Eigentumsverhältnisse an Güter und die Verfügungsrechte geklärt sind. Der Nutzen, den die einzelnen Personen dann aus dem Konsum eines Gutes ihrer Wahl ziehen, fällt ausschließlich ihnen zu.

Lancaster (1966) folgend ist nicht das Gut als solches Nutzen stiftend, sondern seine Produkteigenschaft. In diesem Sinne lässt sich Tierwohl dann als eine Produkteigenschaft von Fleisch interpretieren. Dabei handelt es sich allerdings um eine Vertrauenseigenschaft mit der Folge von Marktversagen aufgrund von Informationsasymmetrie zwischen Konsumenten und Produzenten. Dies zu korrigieren, ist die Funktion des Labels. Dadurch wird die Vertrauenseigenschaft in eine Sucheigenschaft umgewandelt. Der Umfang und das Niveau an Tierwohl werden dadurch bestimmt durch die Zahlungsbereitschaft der Konsumenten, Produktionskosten und relative Preise aller anderen Güter. Eine Änderung in einem dieser Faktoren führt aufgrund der unterstellten substitutiven Beziehung von Gütern oder Güterbündeln zur Änderung der Nachfrage nach Tierwohl.

3 Wessen Interessen und wessen moralische Bedenken können auf einem Markt für Tierwohl artikuliert werden?

Es versteht sich von selbst, dass Tiere nicht in der Lage sind, ihre Interessen selber zu vertreten. Sie befinden sich in der gleichen Situation wie zukünftige Generationen, Foeten oder geistig Behinderte: sie benötigen einen Vormund, der jenseits seiner eigenen Interessen in ihrem Namen agiert. Auf einem Markt für tierische Produkte agieren ausschließlich Konsumenten dieser Produkte. Das bedeutet, dass nur sie alleine die Rolle des Vormundes übernehmen können. Die moralische Haltung von Nicht-Marktteilnehmern kann auf diese Weise nicht berücksichtigt werden. Oft sind es aber gerade Tierschutzmotive, die Menschen dazu bewegen, auf den Konsum tierischer Produkte ganz oder teilweise zu verzichten. Sie lehnen die Existenz der Tiere zum Zwecke des Verzehrs oder ihre gesamte Haltung grundsätzlich ab. Auf einem Markt taucht ihre moralische Haltung in Form von Nachfrage für Produkte aus artgerechter Haltung allerdings nicht auf. Keine Nachfrage heißt aber kein Einfluss auf die Haltungsbedingungen von Nutztieren nehmen zu können. Ebenso kann die moralische Haltung von Käufern nicht-gelabelter Produkte ausschließlich als Desinteresse an Tierwohl interpretiert werden. Zwar kann Desinteresse durchaus ein Motiv sein, diese Produkte nicht zu kaufen, aber es muss nicht zwingend der Fall sein. Es ist durchaus vorstellbar, dass manche Konsumenten eine generelle Anhebung des Tierschutzstandards und die damit verbundenen Preiserhöhungen akzeptieren würden, es aber nicht als ihre

individuelle Aufgabe ansehen, für das Wohlergehen der Tiere qua Kaufentscheidung zu sorgen. Eine solche Haltung ist über den Markt nicht kommunizierbar. Folglich können nur "bewusste" Käufer Einfluss auf die Haltungsbedingungen von Nutztieren nehmen.

Allerdings erstreckt sich ihr Einfluss nicht auf alle Tiere, sondern nur auf die von ihnen konsumierten. Das bedeutet nicht, dass diesen bewussten Käufern das Wohlergehen aller anderen Nutztiere kein Anliegen ist. Aber durch ihr Marktverhalten haben sie keinen Einfluss auf deren Lebensbedingungen. Es wird also nicht nur die Gruppe derer eingeschränkt, die eine Vormundschaft übernehmen können, sondern auch die Gruppe der Mündel.

Ein derartige Segregation durch den Markt in "privilegierte" und "normale" Tiere widerspricht dem zentralen Grundsatz der Pathozentrik, wonach sich zwar Unterschiede in der Rücksichtnahmen zwischen Tieren unterschiedlicher Leidens- oder Empfindungsfähigkeit begründen lassen, jedoch keine Differenzierung innerhalb von Tieren mit der gleichen Leidensfähigkeit, wie es durch das Label vorgenommen wird. Die anthropozentrische Perspektive bleibt somit erhalten. Menschen haben also weiterhin das Recht, Tieren Leid zuzufügen, so lange es effizient ist dies zu tun.

4 Wieweit lassen sich auf einem Markt andere Wertvorstellungen, als diejenige der individuellen Nutzenmaximierung zum Ausdruck bringen?

Die utilitaristische Fundierung der ökonomischen Theorie unterstellt, dass sich alle Wert- und Interessenkonflikte lösen lassen, indem divergierende Werte über einen gemeinsamen Maßstab miteinander vergleichbar und gegen einander abwägbar werden. Individuen sind also, so die Annahmen, immer Willens und in der Lage Austauschrelationen zwischen unterschiedlichen Gütern und Güterbündeln zu bestimmen. Diese Werthaltung nehmen Menschen jedoch nicht in allen Lebensbereichen ein. Empirischen Studien, die die Zahlungsbereitschaft für den Erhalt von Biodiversität und Ökosysteme zusammen mit der moralischen Einstellung zur Natur ermitteln, zeigen, dass einige Befragten diese Umweltgüter in einer Weise wertschätzen, die inkonsistent mit der Annahme von trade-offs ist (Spash und Hanley 1995 und Spash 2000, 2006). Sie lehnen die Frage nach der Zahlungsbereitschaft als schlichtweg ungeeignet ab, weil sie der Meinung sind, dass es inkommensurable Werte gebe. Inkommensurabilität ist aber unvereinbar mit der Idee des Tausches (Anderson, 1993, Holland 2002). Das heißt, dass ein Nutzen aus einer Handlung nicht als Rechtfertigung für die Verletzung dieser Werte herangezogen werden kann.

Die Zuerkennung eines intrinsischen Wertes an Tiere in seiner tierrechtlichen Interpretation bedeutet aber genau das, nämlich dass Tiere einen Anspruch uns Menschen gegenüber auf eine bestimmte Behandlung haben, der eben gerade nicht durch den Verweis auf einen anders gearteten Nutzen in Frage gestellt werden kann (Regan 1983). Interpretiert man die nicht-utilitaristische Verpflichtung Tieren gegenüber als einfache Frage des Geschmacks, die in das individuelle Abwägungskalkül zu integrieren ist, so missversteht man ganz grundsätzlich den altruistischen Aspekt, der einigen sozialen Beziehungen zwischen Lebewesen inhärent ist. Für manche Bereiche des sozialen Lebens, wie Liebe und Freundschaft, Verantwortung für Freunde, Familie oder auch für Tiere ist Inkommensurabilität und die Ablehnung, sie als Güter zu betrachten, gerade konstitutiv (O'Neill et al. 2008 p. 78, O'Neill 2007). Wenn Menschen dieses Problem aber nicht vorwiegend unter dem Aspekt der Abwägung, sondern deontologisch betrachten, die Annahme von trade-off Beziehungen aber die Voraussetzung für das Funktionieren von Märkten ist, dann können diese Wertvorstellungen nicht über den Markt abgebildet werden.

5 Welche Annahmen über individuelle Präferenzbildung und gesellschaftliche Willenbildung sind mit der Interpretation moralischer Bedenken als Zusatznutzen tierischer Produkte verbunden?

Wenn man davon ausgeht, dass institutionelle Regeln, wie die des Marktes, neben ihrer regulativen Funktion auch eine kognitive und normative Funktion haben, so beeinflusst die Wahl des institutionellen Arrangements, wie bestimmte Situationen interpretieren und wie bestimmte Entscheidungen bewertet werden (Hodgson 1998, Vatn 2005, Bromley 2006). Ob ein Sachverhalt unter dem Gesichtspunkt des Eigennutzes, der Fürsorge, der Solidarität oder des Altruismus betrachtet wird, ist folglich nicht nur eine Frage des persönlichen Charakters, sondern hängt auch von dem institutionellen Rahmen ab, in dem diese Entscheidung angesiedelt ist und in dem sich gesellschaftliche Wertvorstellungen widerspiegeln. Institutionen sind nach diesem Verständnis nicht wertneutral, sondern fördern oder unterbinden die Artikulation und Bildung bestimmter Werthaltungen und Präferenzen.

Die Wahl eines marktbasierten Instrumentes zur Bestimmung des Ausmaßes an Tierwohl bedeutet eine Entscheidung für eine individualistische Interpretation des Problems. Das Ausmaß an Tierwohl ergibt sich aus dem Aggregat der individuellen Präferenzen für derartig gelabelte Produkte. Die Präferenzen selbst bedürfen keiner weiteren Erklärung. Der institutionelle Rahmen unterstützt somit die am Eigeninteresse ausgerichtete Betrachtungsweise. Moralische Entscheidungen sind aber von ihrem Wesen her keine individuellen. Präferenzbildung ist eine genuin gesellschaftliche Frage, sobald andere von der eigenen Entscheidung mit betroffen sind. Reines Selbstinteresse kann hierbei nur dann als akzeptables Argument gelten, wenn es auch im Interesse aller liegt. Im Falle von Tierwohl ist das nicht der Fall. Die individuellen Interessen und Werturteile müssen daher vor anderen begründet und die Positionen der anderen versucht werden zu verstehen. Im Gegensatz zu reinen Geschmacksfragen stellt sich hierbei durchaus die Frage der Statthaftigkeit von Präferenzen. Sie bedürfen der Deliberation, wenn man unter Deliberation nicht das Entdecken oder Aufdecken von Präferenzen versteht, sondern mit Raz (1997, S. 115) "a process reflecting upon what there is most reason to want". Säkulare Gesellschaften, wie die westlichen Demokratien, geben darauf keine einheitlichen Antworten. Derartige Fragen der Statthaftigkeit von Präferenzen können aber über den Markt nicht geregelt werden. "Reason-Blindness" nennen Kritiker diese Eigenschaft des Marktes (O'Neill 2007). Ein Markt als institutionelles Arrangement kann also dieses entscheidende Charakteristikum einer moralischen Entscheidung nicht fassen, wenn der moralische Gehalt der Frage des gesellschaftlich wünschenswerten Umgang mit Tieren als ein Problem des Informationsdefizits hinsichtlich der Prozessqualität tierischer Lebensmittel interpretiert wird. Die normative Frage wird auf eine Frage der Austauschrelation zwischen unterschiedlichen individuellen Wünschen reduziert.

6 Schlussfolgerungen

Tierwohllabel sind politisch leicht implementierbar und daher als Instrument sehr beliebt: Die Teilnahme ist für Produzenten und Konsumenten freiwillig, die Markteingriffstiefe ist gering, für Landwirte eröffnen sich neue Einkommensmöglichkeiten und Label sind kompatibel mit dem ökonomischen Konzept der Konsumentensouveränität. Als Ausdruck einer gesellschaftlichen Unzufriedenheit darüber, wie Nutztiere behandelt werden, sind sie wichtig, weil alleine durch die Existenz einer alternativen Kaufoption daran erinnert wird, dass unsere Konsumwahl Folgen für das Wohlergehen Dritter, in diesem Fall der Tiere, hat. Versteht man Label als Teil der gesellschaftlichen Tierwohldebatte, so können sie einen weiteren Schritt in Richtung mehr Tierwohl darstellen. Oft werden sie aber als Entlastung von weiteren politischen Schritten verwendet. Mit dem Verweis auf die politischen Einflussmöglichkeiten des moralisch bewussten und souveränen Konsumenten wird mangelnde Nachfrage mit

mangelndem Interesse an Tierwohl gleichgesetzt. Politischer Konsum wird hier plötzlich nicht mehr als eine mögliche Handlungsoption verstanden, sondern jegliches Kaufverhalten wird als Ausdruck einer moralischen Haltung interpretiert.

Als zentrales Instrument zur Problemlösung und damit zur gesellschaftlichen Willensbildung, sind Label ungeeignet, weil dabei das Entscheidungsproblem grundsätzlich fehlinterpretiert wird: die Gruppe der Entscheidungsträger wird unnötig eingeschränkt, der Wertmonismus des Marktsystems kann rechtsbasierte Wertannahmen nicht widerspiegeln, der Markt entbindet Individuen von der Notwendigkeit ihre Wertvorstellungen zu begründen und auf dieser Basis Rechte und Pflichten neu zu verteilen. Deshalb sollte das Wohlergehen von Tieren nicht durch die Aggregation individueller Konsumententscheidungen bestimmen werden, sondern ist eine Entscheidung der ganzen menschlichen Gesellschaft darüber, wieweit und wie sie die Interessen derer berücksichtigen will, die nicht für sich selbst sprechen können.

Dazu benötigt werden deliberative Institutionen, durch die es der Bevölkerung möglich ist, eine Wertdebatte über den Umgang mit landwirtschaftlichen Nutztieren zu führen und wo "rights have to be worked out in a collective political process and ultimately are accepted or rejected on the basis of ethical persuasiveness" (Schmid 2002, p.135). Der Markt ist dafür ungeeignet.

Literatur

- AGRAR-EUROPE (2014): Berufsstand distanziert sich von Tierschutzverstößen, Nr.55/30. In: Länderberichte: 4-5.
- AGRARHEUTE (2013): Neues Tierschutzlabel: Viel Kritik und wenig Zustimmung. Verfügbar unter: <http://www.agrarheute.com/reaktionen-tierschutzlabel>
- AMTSBLATT DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFT (1998): Richtlinie 98/58/EG des Rates über den Schutz landwirtschaftlicher Nutztiere vom 8.8.1998. Luxemburg.
- ANDERSON, E. (1993): Values in ethics and economics. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- BROMLEY, D. W. (2006): Sufficient Reason. Princeton University Press, Princeton and Oxford.
- EVANS, A., und M. MIELE, (2007) (Eds): Consumers' Views about Farm Animal Welfare, Part I: National Reports based on Focus Group Research, Welfare Quality® Reports no. 4, Cardiff University, Cardiff, UK.
- EUROBAROMETER (2007a): Attitudes of Consumers towards the Welfare of Farmed Animals - wave 2. Special Eurobarometer Report 229 (2). Eurobarometer, Brussels.
- EUROBAROMETER (2007b): Attitude of EU Citizens towards Animal Welfare. Special Eurobarometer Report 270. Eurobarometer, Brussels.
- FRANZ, A., DEIMEL, I. und A. SPILLER (2012): Concerns about Animal Welfare: A Cluster Analysis of German Pig Farmers. British Food Journal 114 (10): 1445-1462.
- HODGSON, G.M. (1998): The Approach of Institutional Economics. Journal of Economic Literature XXXVI, 36 (1): 166-192.
- HOLLAND, A. (2002). Are Choices Tradeoffs? In: Bromley, D.W., & Paavola, J. (Eds.): Economics, Ethics and Environmental Policy. Contested Choices. Blackwell Publishing, Oxford: 17-34.
- KJAERNES, U., ROE U., und B. BOCK (2007): Societal Concerns on Farm Animal Welfare. In: I. Veissier, B. Forkman & B. Jones (eds.). Assuring Animal Welfare: From Societal Concerns to Implementation, Proceedings of the second welfare quality stakeholder conference, 3-4 May 2007, Berlin, Germany, 13-18.
- LANCASTER, K. (1966): A New Approach to Consumer Theory. Journal of Political Economy 74(2): 132-157.
- O'NEILL, J. (2007): Markets, Deliberation and Environment. Routledge, London and New York.
- O'NEILL, J., HOLLAND, A. und A. LIGHT (2008): Environmental Values. Routledge, London and New York.

- RAZ, J. (1997): Incommensurability and Agency. In: Chang, R. (ed.), *Incommensurability, Incomparability and Practical Reason*. Harvard University Press, Cambridge MA: 110-128.
- REGAN, T. (1983): *The Case for Animal Rights*. Univ. of California Press, Berkeley.
- SCHMID, A. A. (2002): All Environmental Policy Instruments Require a Moral Choice as to Whose Interests Count. In: Bromley, D.W., & Paavola, J. (eds.): *Economics, ethics and environmental policy. Contested choices*. Blackwell Publishing, Oxford: 133-147.
- SEN, A. K. (1979): Personal utilities and public judgements: or what's wrong with welfare economics? *The Economics Journal*, 89, 537-558.
- SINGER, P. (1975): *Animal liberation. A new ethics for our treatment of animals*. New York Review; Distributed by Random House, New York.
- SCHULZE, B., LEMKE, P. und A. SPILLER (2008): Glückschwein oder arme Sau? Die Einstellung der Verbraucher zur modernen Nutztierhaltung. In: Spiller, A., & Schulze, B. (Hrsg.) *Zukunftsperspektiven der Fleischwirtschaft - Verbraucher, Märkte, Geschäftsbeziehungen*. Universitätsverlag Göttingen, Göttingen: 465-488.
- SPASH, C.L. und N. HANLEY (1995): Preferences, Information and Biodiversity Preservation. *Ecological Economics* 12(3): 191-208.
- SPASH, C. L. (2000): Ecosystems, Contingent Valuation and Ethics: the Case of Wetland Recreation. *Ecological Economics* 34 (2): 195-215.
- SPASH, C. L. (2006): Non-economic Motivation for Contingent Values: Rights and Attitudinal Beliefs in the Willingness to Pay for Environmental Improvements. *Land Economics* 82 (4): 602-622.
- VATN, A. (2005): Rationality, Institutions and Environmental Policy. *Ecological Economics* 55(2): 203-217.
- WOLF, U. (1990): *Das Tier in der Moral*. Klostermann, Frankfurt am Main.