

Strategische Ausrichtung zum Schutz der Tiere in der Lebensmittelkette

Inhalt

I. Vorwort.....	2
II. Policy.....	3
III. Negativliste	6
IV. Übergeordnete Themen.....	8
V. Spezifizierung/Eckpunkte verschiedener Tiergruppen	9

I. Vorwort

Das Leitbild „Gelebte Verantwortung für Mensch, Natur und Unternehmen“ ist für GLOBUS, das als Familienunternehmen bereits in der 6. Generation geführt wird, Teil der Identität und Bestandteil unseres täglichen Handelns.

In den Markthallen von GLOBUS haben wir ein vielfältiges Sortiment, darunter viele pflanzliche Artikel, aber auch Produkte tierischen Ursprungs. Zusätzlich zählt GLOBUS mit seinen Eigenproduktionsbereichen, der Fachmetzgerei, der Meisterbäckerei und der Gastronomie sowie der Sushi-Theke vor Ort und der Fisch- und Käsetheken zum produzierenden Gewerbe. Somit übernehmen wir eine besondere Verantwortung entlang der Lieferkette. Unser Anspruch ist, dass alle genutzten Rohstoffe, ganz besonders diejenigen Produkte, bei denen das Tierwohl und die Haltungsbedingungen von Bedeutung sind, mindestens nationalen und europäischen Standards entsprechen oder in vielen Fällen sogar übertreffen.

Nachfolgend erläutern wir in unserer Policy unsere Leitlinien, auf deren Grundlage wir eine Negativliste mit Produkten und Produktionsmethoden, die wir ausschließen, formuliert haben. Diese Übersicht beinhaltet außerdem spezifische Informationen zu relevanten Tierschutzthemen und -Gruppen.

Sie enthält für verschiedene Tiergruppen Vorgaben wie beispielsweise zu

- Haltungsstandards
- Managementmaßnahmen
- Zucht

II. Policy

Die GLOBUS Markthallen (MH) sind seit vielen Jahren an der Weiterentwicklung moderner Haltungsformen in der Landwirtschaft beteiligt. Wir haben schon frühzeitig, vor über 30 Jahren, bei der Auswahl der Partner auf tierschutzrelevante Positionen geachtet und später auf weitere Entwicklungen wie das deutsche Tierschutzrecht Wert gelegt z.B. bei Rind, Schwein, Kalb und Geflügel. Die damit einhergehenden Entwicklungen an Anforderungen des Einkaufs an die Versorgungskette zeigt ein klares strategisches Management-Werkzeug unseres Unternehmens auf.

Entsprechend der Leitlinien und Werte unseres Unternehmens wird das Thema Tierschutz maßgeblich durch alle betroffenen Führungskräfte im Unternehmen bearbeitet, gemeinsam festgelegt und eine mittel- bzw. langfristige partnerschaftliche Beziehung angestrebt.

Die Prozesse der Warenbeschaffung stellen sicher, dass unsere Tierschutz-Policy in jedem Fall die gesetzlichen Standards erfüllen, sie liegen sogar in vielen Fällen deutlich darüber.

Strategie und Ziele

Geltungsbereich EM/EP

Maßnahmen	Tierschutzziele
Positive mentale Erlebnisse: Sichere, geeignete und der Tierart angemessene Möglichkeiten für angenehme Erlebnisse bieten	Verschiedene Formen von Wohlbefinden, Annehmlichkeiten, Interesse, Selbstvertrauen und das Gefühl der Kontrolle fördern
Gute Umgebungsbedingungen: Schatten/Schutz bzw. angemessene Unterbringung, gute Luftqualität und bequeme Ruhebereiche zur Verfügung stellen	Unwohlsein und Belastungen auf ein Mindestmaß reduzieren sowie das thermische, körperliche und weitere Wohlbefinden fördern
Gute Gesundheit: Erkrankungen und Verletzungen vorbeugen oder schnell diagnostizieren und behandeln sowie einen guten Muskeltonus, eine gute Körperhaltung und eine gute kardiorespiratorische Funktion fördern	Atemnot, Übelkeit, Schmerzen und andere aversive Erfahrungen auf ein Mindestmaß reduzieren und das durch Robustheit, Vitalität, Stärke und gut aufeinander abgestimmte körperliche Aktivitäten hervorgerufene Wohlbefinden fördern
Gute Ernährung: Einen leichten Zugang zu frischem Wasser ermöglichen und die Ernährung so gestalten, dass volle Gesundheit und Vitalität aufrechterhalten bleiben	Durst und Hunger auf ein Mindestmaß reduzieren und Futteraufnahme als angenehmes Erlebnis gestalten
Artgemäßes Verhalten: Ausreichend Platz, eine adäquate Ausstattung, passende Gesellschaft und angemessen variierende Haltungsbedingungen bereitstellen bzw. ermöglichen	Bedrohungen und unangenehme Verhaltensbeschränkungen auf ein Mindestmaß reduzieren und Teilnahme an wohlthuenden Aktivitäten fördern

Quelle: [Five Provisions & Welfare Aims: Nachfolger der Five Freedoms \(lebensmittel-fortschritt.de\)](https://www.lebensmittel-fortschritt.de/en/five-provisions-welfare-aims-nachfolger-der-five-freedoms)

An dem oben beschriebene Konzept (Tabelle [„Fünf Maßnahmen und Tierschutzziele“](#) nach David J. Mellor (2016)) orientieren sich die GLOBUS Markthallen, es entspricht dem heutigen Stand der Wissenschaft und wird bei neuen Erkenntnissen erweitert. Durch diese Einkaufspolitik stellen wir Transparenz hinsichtlich der Rückverfolgbarkeiten bis hin zu den Elterntieren und Futtermitteln sicher. Des Weiteren wurde somit ein besonderer Fokus auf die Partner entlang der Versorgungskette gelegt, um realistische tierschutzrelevante Themen transparent zu gestalten. Die oben genannten präventiven Tierschutz-Maßnahmen werden regelmäßig evaluiert und hinterfragt.

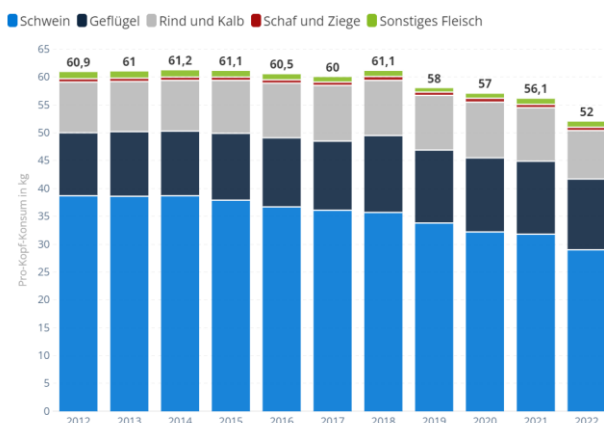
Für GLOBUS stehen die Wünsche des Verbrauchers an erster Stelle, vor allem auch bei der Sortimentsgestaltung. Aus diesem Grund werden die lokalen Sortimente gemäß der Kundenerwartungen zusammengestellt und die Rezepturen in den Eigenproduktionen gemäß des regionalen Geschmacks entwickelt. Dies erfolgt unter Bezugnahme aktueller Erkenntnisse moderner Ernährungsformen sowie ethischer wie auch moralischer Gesichtspunkte, welche auch immer mehr im Fokus unserer Kunden stehen. Dies wirft stets Herausforderungen im Umgang mit der Sortimentsgestaltung auf, denen wir uns jetzt und zukünftig ganz bewusst stellen.

Herausforderungen

Laut aktuellen Statistiken summierte sich der menschliche Fleischverbrauch in Deutschland im Jahr 2022 auf rund 52 Kilogramm. Eine stetige Abnahme des durchschnittlichen Fleischverbrauchs ist vor allem in den letzten 4 Jahren zu verzeichnen.

Fleischkonsum der Deutschen sinkt

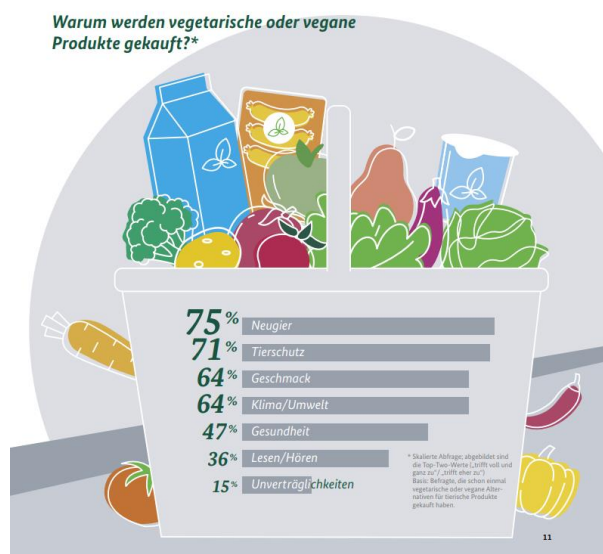
Pro-Kopf-Konsum von Fleisch in Deutschland nach Art bis 2022 (in kg)



Quelle: BLE • Werte wurden gerundet. Werte für 2022 vorläufig

Quelle: [Fleischkonsum in Deutschland | Statista](#)

Der verminderte Konsum tierischer Produkte kann auf verschiedene Faktoren zurückgeführt werden. Als Gründe für den Kauf von vegetarischen oder veganen Produkten als Alternativen zu tierischen Produkten nennt das BMEL beispielsweise folgende:



Quelle: [Deutschland, wie es isst – Der BMEL-Ernährungsreport 2022](#)

Aktuell ist die Weltbevölkerung mit einer Vielzahl von Themen, die sich negativ auf den Klimawandel auswirken, belastet. Damit verbunden steht auch das Thema der Tierhaltung, und im Besonderen somit des Fleischkonsums, im Fokus. Im direkten Vergleich zur Produktion pflanzlicher Nahrungsmittel wird für die Fleischproduktion mehr Fläche in Anspruch genommen, vor allem für den Anbau von Futtermitteln, was unter Umständen zu Entwaldungsszenarien führt. Insgesamt sind dies signifikante Herausforderungen am deutschen bzw. europäischen Markt, denen auch wir uns als Händler und produzierendes Gewerbe im Rahmen unserer Sortimentsgestaltung stellen.

III. Negativliste

Geltungsbereich: Komplettes Sortiment GLOBUS Markthallen

Legehennen

- Keine Käfighaltung (inkl. Kleingruppenhaltung) – weder für Schaleneier (sämtliche) noch für Eigenmarkenartikel inklusive Ei-Produkte in der Eigenproduktion
- Kein Schnabelkürzen – weder für Schaleneier (sämtliche) noch für Eigenmarkenartikel
- Kein Küken-Töten – weder für Schaleneier (sämtliche) noch für Eigenmarkenartikel inklusive Ei-Produkte in der Eigenproduktion

Wachteln

- Keine Käfigeier
- Seit ca. 10 Jahren ausschließlich Bodenhaltung bei Eiern sowie bei Fleisch

Enten, Gänse

- Keine Produkte mit Federn oder Daunen aus Lebendrupf sowie Stopfproduktion - ausschließlich zertifizierte Ware
- Weder Enten- noch Gänsefleisch noch Leber (Foie gras) oder Eier aus Stopfproduktion

Kaninchen

- Keine Angorawolle/-produkte
- Ausschließlich Bodenhaltung, keine Käfighaltung
- Vor ca. 15 Jahren eines der ersten Handelsunternehmen, die das umgesetzt haben

Schafe

- Kein Mulesing
- Keine Schächtung

Ziegen

- Mohair – ausschließlich zertifizierte Ware

Fische und andere Wassertiere

- Keine lebenden Hummer
- Haifische werden nicht geführt, Haifisch-Produkte nur dann, wenn die eingesetzte Haifisch-Art aus einer durch MSC Standard zertifizierten Fischerei stammen wie zum Beispiel der Dornhai.
- Ein ständiger Austausch mit wissenschaftlichen Instituten wird gepflegt (Bspw. Thünen-Institut)

Insekten

- Aktuell kein Verkauf von Insekten/-produkten für den menschlichen Konsum, da von Kunden nicht nachgefragt. Markt sowie Forschung werden beobachtet
- Keine Seide

Kein Echt-Pelz oder Nerzöl

Kein Leder

- Ausschließlich Leder als Nachprodukt der Schlachtereien, kein Leder exotischer Tiere

Kein Lebendverkauf

- Außer beim Verkauf von geschlossenen Schalen-Muscheln (außer Jakobsmuscheln)

Keine Produkte von gentechnisch veränderten oder geklonten Tieren oder deren Nachfahren, Ausschluss von »genome editing«, keine Eigenmarken-Produkte von Tieren, die von gentechnischen Futtermitteln ernährt wurden

Keine Produkte von exotischen oder geschützten Tieren (z. B. Känguru, Antilope, Zebra, Krokodil, Strauß, etc.) – diese und ggf. weitere Tierarten werden genannt

- Straußenfleisch im Bereich SB Frische stammt aus regionaler (deutscher) Vermarktung, aktuell regional bzw. lokal in 3 Markthallen vermarktet
- Keine Frosch-Schenkel

Kein Verkauf von Kokosnuss-Produkten aus Kokosnüssen geerntet durch Affen

IV. Übergeordnete Themen

Geltungsbereich: Eigenmarken/Eigenproduktion

Haltungsformen verbessern

- Hier orientieren wir uns an den Möglichkeiten des Marktes und streben eine stetige Weiterentwicklung an. Hierbei gilt besonders zu berücksichtigen, dass wir seit 30 Jahren unser Rindfleisch von Jungbullen aus dem Charoluxe-Fleischprogramm beziehen, die in einer Ammen- bzw. Mutterkuhhaltung aufgezogen und somit in einer extensiven Haltungsform gehalten wurden.

Tiertransporte

- Bei Schwein und Rind der Metzgerei sind die anzufahrenden Schlachthöfe nicht weiter als durchschnittlich 1,5 Std von den landwirtschaftlichen Betrieben entfernt
- Bei Geflügel-Produkten der Eigenmarken gilt dies ebenfalls

Normvorgaben für gewachsene Fleischprodukte anpassen

- Varianz zulassen bei Portionspackungen u. a. von Hühnerbrust (z. B. grammgenau bepreisen)
 - Orientierung an Kilopreisen – Preiseinstieg weist feste Preise auf, bedient jedoch auch vorhandene Varianzen im Mengenangebot
 - Eigenmarken Produkte weisen zum Teil grammgenaue Preise auf
 - Pute, Rind und Schwein an Metzgerei-Theke wie auch -SB-Theke in selbst wählbaren Mengen im Sortiment vorhanden
 - Unser Ziel ist es, unseren Kundinnen und Kunden zu ermöglichen, Ware bedarfsgerecht in der passenden Menge zu kaufen, um eine mögliche Verschwendung von Lebensmitteln im heimischen Bereich zu vermeiden

Antibiotika

- Nur gezielter und reduzierter Einsatz (bezogen auf Gewicht und Einsatzhäufigkeit) ausschließlich bei medizinischer Indikation

Reduktion tierischer Produkte

- Stetiger Ausbau und Verbesserung des pflanzlichen Angebots, damit ein ausgewogenes Sortiment fleischloser Alternativen dem Kunden zur Auswahl steht

Leitfäden und Indikatoren

- Stetige Überprüfung der Einhaltung unserer Anforderungen bezogen auf nationale und europäische Standards
- Ständiger Austausch mit wissenschaftlichen und staatlichen Institutionen sowie Marktbeteiligten
- GLOBUS engagiert sich am Aufbau von Tierhaltungs-Kriterien über verschiedene Initiativen und unterstützt die biodynamische Landwirtschaft

V. Spezifizierung/Eckpunkte verschiedener Tiergruppen

Geltungsbereich Eigenmarken

Masthühner

GLOBUS ist Unterstützer der Europäischen Masthuhn-Initiative Unsere Entwicklung und unser aktueller Stand

Keine Käfighaltung, mehr Platz und ausreichend Sitzstangen, Tageslicht sowie eine gute Luftqualität: GLOBUS setzt sich seit 2021 als einer der ersten Lebensmitteleinzelhändler als Teilnehmer der Europäischen Masthuhn-Initiative der Albert Schweitzer Stiftung für die Erhöhung der Tierschutzstandards bei der Masthuhn Zucht ein.

GLOBUS strebt bei seinen Qualitätseigenmarken eine stetige Verbesserung der Lebensbedingungen von Masthühnern an. Dabei arbeitet GLOBUS im engen Kontakt mit seinen Züchtern in Bezug auf die Verbesserung der Kriterien einer geringeren Besatzdichte, verbesserter Haltungsbedingungen und Ausstattung der Ställe sowie der Verwendung von langsam wachsenden Rassen.

"Wir begreifen die Erhöhung der Tierschutzstandards als Teil unserer Verantwortung für Mensch, Natur und Unternehmen und möchten bei unseren Eigenmarken mit positivem Beispiel und „bewusstem Handeln“ vorangehen", so Stephanie Lotter, Geschäftsführung der GLOBUS Markthallen.

Bereits seit vielen Jahren setzt sich GLOBUS für artgerechte Haltungs- und Aufzuchtformen bei Geflügel ein und bietet ein breites Sortiment an Geflügelfleisch und -produkten aus nachhaltiger Aufzucht und Haltung an.

Darüber hinaus hat GLOBUS im April 2021 seine Bio-Eigenmarke national in jeder GLOBUS Markthalle für den Bereich Bio SB Frischgeflügel gelistet. Somit wird das Thema Tierwohl und Nachhaltigkeit stetig forciert und gefördert.

Im Vergleich zum Jahr 2023 konnte GLOBUS im Jahr 2024 den Absatz im Bereich Frischgeflügel in Haltungsstufe 3 um über 10% steigern. Das bedeutet, dass im Vergleich zum Beitrittsjahr 2021 die Verkaufsmengen verdoppelt wurden.

Zum aktuellen Zeitpunkt sorgen große bürokratische, investitionsbezogene und rechtliche Hindernisse bei den Produzenten dafür, dass tierwohlfreundlichere Haltungsformen nur begrenzt verfügbar sind.

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, setzt GLOBUS auf einen stetigen Austausch und ergänzt dies durch eine enge Zusammenarbeit mit bestehenden Lieferanten, um die Vorgaben der EU-Masthuhn-Initiative umzusetzen.

Zukunftsbezogene Aussagen treffen wir mit Bedacht, da sie wesentlich von der weiteren Marktentwicklung und der Nachfrage unserer Kunden beeinflusst werden – beides behalten wir fortlaufend im Blick.

[Geflügelwelt bei GLOBUS ⇒ Jetzt entdecken](#)

Legehennen, Küken und Junghennen

Geltungsbereich Handelsmarken und Eigenmarken

- Wir fordern die Haltungsstandards des KAT e.V. von all unseren Lieferanten ein
- Wir fördern die Bruderhahn-Aufzucht im Bio-Segment sowie die entsprechenden Aufzuchtstandards der Bruder-Hähne wie z.B. Bio-Initiative
- Ohne Kükentöten ist Voraussetzung für das komplette Sortiment

**Haltungsstandards der von KAT e.V., Deutscher Tierschutzbund e.V., Naturland, Bioland, Demeter und Bio-Initiative veröffentlichten Vorgaben.
Die Überprüfungen erfolgen über die Auditierungen durch den KAT e.V.**

Mastputen

Geltungsbereich Eigenmarke Fräulein Heidemarie

Haltungsstandards

- Bei konventionellem Putenfleisch entsprechen die Haltungsbedingungen der Anforderung der QS GmbH
- Fütterung QS zertifizierte Futter
- Maximale Besatzdichte von 53 kg/m² für Hähne und 48kg/m² für die Hennen bis zum Zeitpunkt der Schlachtung
- Organisches Beschäftigungsmaterial wie beispielsweise Stroh und Picksteine

Managementmaßnahmen

- Es ist ein Gesundheitsdienst etabliert, der die Mastbetriebe bei Bedarf betreut

Mastenten

Geltungsbereich Handelsmarken Bereich TK

Haltungsstandards:

- Enten werden bei uns nicht als Eigenmarken vermarktet. Somit haben wir keinen direkten Einfluss auf die Lieferanten-Standards.
Die deutschen Lieferanten halten sich bei Ihrer Produktion an die QS-Standards, die französischen Barbarie-Enten-Lieferanten orientieren sich an den von Ihnen festgelegten Standards.
- Keine Käfighaltung
- Erhöhtes Platzangebot
 - Bei unserem Lieferanten von Entenspezialitäten werden die Vorgaben der QS-Anforderungen eingehalten. Bei der Barbarie Ente aus Frankreich erfolgt eine enge Aufstallung, ab der 10. Woche erfolgt eine Verdünnung der Dichte je nach Spezifikation der Produzenten.
 - Es gibt ein zusätzliches Wasserangebot, in unterschiedlichen Ausführungen, das den Enten ermöglicht, den Kopf unter Wasser zu tauchen
- Tägliche Umweltanreicherung
 - Enrichmentmaterial (Silage, Heu) zum Teil vorhanden
- Aktuell ist ein Auslaufverbot wegen Bekämpfungsmaßnahmen gegen die Ausbreitung der Vogelgrippe behördlich angewiesen
- Für die Barbarie Enten gibt es Möglichkeiten zum vollständigen Baden
- Haltung auf festem Boden mit Einstreu

Mastgänse

Geltungsbereich Handelsmarken Bereich TK

Haltungsstandards:

- Keine Käfighaltung
- Platzangebot
 - 0,8m² je Tier ab der 8. Woche im Außenbereich, im Gebäude sind es 0,33 m² je Tier
 - Zugang zu Wasserbecken verboten (Aufstellungsgebot durch die Behörde – Risiko Ausbreitung Vogelgrippe)
- Zugang zu einem Auslauf oder zumindest einem überdachten Außenklimabereich
- Zugang zu Rinntrögen, die es ermöglichen, den gesamten Kopf einzutauchen
- Haltung auf festem Boden mit täglich frischer Einstreu

Mastrinder und Mastkälber

Geltungsbereich Fachmetzgerei

Haltungsstandards

- Keine Anbindehaltung
- Weidehaltung von Mai bis November, Dezember bis April Stallhaltung in einseitig geöffneten Tieflauf-Stallungen
- Liegebereich mit ausreichend Einstreumaterial oder teilweise Gummimatten ohne Einstreu
- Ammen- oder Mutterkuh-Haltung bei Kälbern

Managementmaßnahmen

- Keine zootechnischen Eingriffe
 - Kein Schwanzkürzen
 - Enthornung nur in Ausnahmefällen, dann nur mit effektiver Schmerzausschaltung und postoperativer Schmerzmittelgabe

Standards für Betäubung und Schlachtung

- Keine Schlachtung schwangerer Rinder
- Betäubung erfolgt nach tierschutzrechtlichen Vorgaben
- Individuelle Überprüfung der Wirksamkeit der Betäubung und ggf. Nachbetäubung
- Regelmäßige Personalschulungen

Mastschweine und Ferkel

Geltungsbereich Fachmetzgerei

Haltungsstandards

- Eine herausragende Stellung für eine tierschutzgerechte Haltungsform wird durch ein Stallmanagement sichergestellt, bei dem Gesundheit, Einsatz von Futtermitteln, Spielzeug, Luftqualität und ausreichend Platz den Tieren zur Verfügung gestellt wird.
- Durch kurze Wege zum Schlachthof werden die Tiere nicht gestresst.
- Im Rahmen der Schlachtbefunde werden die einzelnen Mastbetriebe nachhaltig hinsichtlich der Einhaltung oben genannter Stallmanagement-Kriterien überprüft.
- Der Boden ist bequem und rutschsicher zu gestalten. Vollspaltenböden kommen auch zum Einsatz.
- Keine scharfen Kanten oder Ecken
- Artgerechte Ernährung

Standards für Betäubung und Schlachtung

- Schlachtung erfolgt nach tierschutzrechtlichen Vorgaben

Mast-Kaninchen

Geltungsbereich Fachmetzgerei, Bereich SB Frische und TK

Haltungsstandards

- Keine Käfighaltung
- Keine Einzelhaltung und unterstützende Maßnahmen für ihre Abschaffung:
 - Genügend Platz mit Ausweichmöglichkeiten
 - Beschäftigungsmaterial
 - Strukturierung der Umgebung
- Erhöhtes Platzangebot
- Begrenzte Anzahl von Tieren in einer Gruppe
- Befestigter Boden
- Tägliche Umweltanreicherung sowie Stallstrukturierung
 - Rückzugsmöglichkeiten in Form von Häusern, Hütten, Kisten oder Rhren
 - Trennung verschiedener Funktionsbereiche (u. a. Ruhe- und Aktivitätsbereiche)
 - Täglich frisches ausreichendes Raufutter, für alle Kaninchen erreichbar
 - Täglich frisches Nagematerial, wie beispielsweise frische Zweige, für alle Kaninchen erreichbar
- Neben Pelletfütterung ist die Zufütterung mit Grünfutter gewährleistet
- Raufutter wie Heu oder Stroh ist täglich frisch anzubieten

Standards für Betäubung und Schlachtung

- Individuelle Überprüfung der Wirksamkeit der Betäubung und ggf. Nachbetäubung
- Regelmäßige Personalschulungen

Fische und andere Wassertiere

Geltungsbereich Eigenmarken sowie die Bereiche SB, TK und Fischtheke

Aquakulturware

- Ziel: 100 % zertifizierte Aquakulturware
- Nutzung von Zertifikaten und Labels auf und an der Ware
- GLOBUS fördert und fordert die Zertifizierung nach GGN-Label Standard in seiner Versorgungskette
- Mitentwicklung des Aquakultur-Standards von GLOBAL GAP mit GGN-Label
- Neben den tierschutzrelevanten Themen werden auch Umwelt und Naturschutzthemen wie auch Arbeitsschutz der Mitarbeitenden berücksichtigt
- Sollte ein Lieferant nicht mit dem GGN-Label zertifiziert sein, akzeptieren wir auch ASC

Wildfang

- Soweit es der Markt anbietet, wird MSC zertifizierte Wildfangware gelistet
- GLOBUS fördert und fordert die Zertifizierung nach MSC-Standard in seiner Versorgungskette bei Wildfisch
- Schlachtungsstandards müssen eingehalten werden
- Im Einklang mit dem MSC wird eine kontinuierlicher Beifang-Minimierung angestrebt, die durch regelmäßige Kontrollen überwacht wird