



Inhalt

Einleitung.....	5
Teil I	23
Tierwohlprogramme in der intensiven Nutztierhaltung aus Sicht deutscher Landwirte	23
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
Teil II:	75
Die Vermarktung von Tierwohlfleisch über Fleischereifachgeschäfte und landwirtschaftliche Direktvermarktung	75
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
Teil III	200
Vermarktung von Heimtierfutter aus der Tierwohlfleischproduktion	200
III.1 The Pet Food Industry: An innovative Distribution Channel for Marketing Feed Products from Welfare Friendly Production to Consumers?	200
Schlussbetrachtung und Ausblick.....	222
Zusammenfassung.....	222
Limitationen und weiterer Forschungsbedarf	227
Handlungsempfehlungen und Ausblick	229
Veröffentlichungs- und Vortragsverzeichnis.....	234



Eidesstattliche Erklärungen	235
Lebenslauf	236
Danksagung.....	237