

18.03.2021 (Sperrfrist 10 Uhr)

**Eier ohne Kükentöten  
Umfrage zeigt Verbrauchererwartung**

- Repräsentative GfK-Umfrage im Auftrag der Verbraucherzentralen
- Mehrheit der Befragten lehnt Kükentöten ab
- Befragte wünschen sich mehr Transparenz und Informationen

VZ/NRW Das massenweise Töten männlicher Küken soll ab 2022 verboten werden. Schon jetzt kommen zahlreiche Initiativen ohne diese Praxis aus. Eier sind mit Hinweisen wie „ohne Kükentöten“ auf dem Karton im Handel verfügbar. In einer repräsentativen Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ermittelten die Verbraucherzentralen die Einstellungen und Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher zu dieser Kennzeichnung.

Jährlich werden rund 45 Millionen männliche Küken in Deutschland getötet, weil Hähne der Legehennenrassen nicht für die Mast geeignet sind. Das Töten ist aber nicht alternativlos: Erzeugerinnen und Erzeuger können auch Bruderhähne trotz ihres geringen Fleischansatzes aufziehen und die Mehrkosten ausgleichen, indem sie die Eier der Schwesterhennen mit einem Preisaufschlag anbieten. Eine andere Methode ist die Geschlechtsbestimmung im Brutei mit anschließendem Aussortieren der Eier mit männlichen Embryonen. Im Handel finden sich zahlreiche Label, die Eier aus solchen Produktionsweisen auf dem Karton kennzeichnen. „Für Verbraucherinnen und Verbraucher ist jedoch nicht immer nachvollziehbar, was genau sich dahinter verbirgt“, sagt Bernhard Burdick, Gruppenleiter des Bereichs Lebensmittel und Ernährung der Verbraucherzentrale NRW. Ziel der Befragung war es daher, das Verbraucherverständnis zu diesen Labeln zu ermitteln.

In einem Punkt sind die Ergebnisse der im Dezember 2020 durchgeführten Erhebung eindeutig: 85 Prozent der 1003 Befragten lehnen das Töten männlicher Küken ab. Bei der Frage nach der Kennzeichnung ergibt sich hingegen ein heterogenes Bild: 45 Prozent finden den Hinweis "ohne

*Mintropstraße 27  
40215 Düsseldorf*

*Tel. (0211) 38 09-101  
Fax (0211) 38 09-216*

*presse@verbraucherzentrale.nrw  
www.verbraucherzentrale.nrw*

Kükentöten" für beide Alternativen ausreichend. 38 Prozent der Befragten akzeptieren diese Angabe nur für die Aufzucht der männlichen Küken.

Bei der Vorlage von vier verschiedenen Eierpackungen mit Labeln zum Thema Kükentöten und Bruderhähne wird die Verwirrung von Verbraucherinnen und Verbrauchern deutlich: Nur die beiden Label „Huhn & Hahn“ und „Hähnlein“ konnten immerhin 71 beziehungsweise 68 Prozent richtig einordnen. Die Bedeutung der anderen beiden Label „Bruderhahn-Patenschaft“ von Dein Landei und „Ohne Kükentöten“ von respeggt kannten 56 beziehungsweise 30 Prozent nicht. 46 Prozent nahmen an, dass hinter „ohne Kükentöten“ eine Bruderhahnmast steckt, was nicht der Fall war.

Demzufolge wünschen sich die Befragten mehr Transparenz: 73 Prozent fordern, dass zusätzlich zur Angabe „ohne Kükentöten“ die Methode genannt wird, mit der der Kükentod vermieden wird, oder darüber hinaus sogar noch eine Erläuterung des Verfahrens bereits auf oder in der Verpackung.

„Die Ergebnisse zeigen, dass ein Teil der aktuellen Kennzeichnungen und insbesondere die bloße Angabe „ohne Kükentöten“ nicht verbraucherfreundlich ist“, sagt Burdick. „Wir erwarten, dass Hersteller Hühnereier eindeutig kennzeichnen. Neben der eingesetzten Methode der Geschlechtsbestimmung im Brutei oder Bruderhahnaufzucht sollte auch transparent gemacht werden, wie und wo Bruderhähne aufgezogen werden.“

Weitere Ergebnisse der Umfrage sowie Informationen zu den Eierkennzeichnungen unter [www.verbraucherzentrale.nrw/umfrage-kuekentoeeten](http://www.verbraucherzentrale.nrw/umfrage-kuekentoeeten).

Mintropstraße 27  
40215 Düsseldorf

Tel. (0211) 38 09-101  
Fax (0211) 38 09-216

[presse@verbraucherzentrale.nrw](mailto:presse@verbraucherzentrale.nrw)  
[www.verbraucherzentrale.nrw](http://www.verbraucherzentrale.nrw)