

**HEYNE** <

#### Der Autor:

Hans-Ulrich Grimm, geboren im Allgäu, lebt in Stuttgart. Nach dem Studium (Germanistik, Geschichte und Erziehungswissenschaften) war er von 1989 bis 1996 Korrespondent des Nachrichtenmagazins *Der Spiegel*, seither freier Autor (u. a. für *Stern*, *GEO*, *Neue Zürcher Zeitung* und *Zürcher Tagesanzeiger*). Autor zahlreicher Bestseller, sein wichtigstes Werk, *Die Suppe lügt*, ist in einer Gesamtauflage von über 150.000 Exemplaren erschienen und gilt mittlerweile als Klassiker der modernen Ernährungskritik. Er betreibt jetzt mit einem Team aus Wissenschaft und Journalismus den Ernährungsinformationsdienst »Dr. Watson *Der Food Detektiv*« ([www.food-detektiv.de](http://www.food-detektiv.de)).

Hans-Ulrich Grimm

# **Katzen würden Mäuse kaufen**

Schwarzbuch Tierfutter

WILHELM HEYNE VERLAG  
MÜNCHEN



**FSC**

**Mix**

Produktgruppe aus vorbildlich  
bewirtschafteten Wäldern und  
anderen kontrollierten Herkünften

Zert.-Nr. SGS-COC-1940

[www.fsc.org](http://www.fsc.org)

© 1996 Forest Stewardship Council

Verlagsgruppe Random House

FSC-DEU-0100

Das für dieses Buch verwendete

FSC-zertifizierte Papier

*München Super* liefert Mochenwangen.

Taschenbucherstausgabe 04/2009

Copyright © Deuticke im Paul Zsolnay Verlag Wien 2007

Der Wilhelm Heyne Verlag, München,

ist ein Verlag der Verlagsgruppe Random House GmbH

Printed in Germany 2009

Umschlaggestaltung: Hauptmann und Kompanie

Werbeagentur, München – Zürich

Satz: KompetenzCenter, Mönchengladbach

Druck und Bindung: GGP Media GmbH, Pößneck

ISBN: 978-3-453-60097-3

[www.heyne.de](http://www.heyne.de)

# Inhalt

- 11. Falsche Tüte** **9**  
Über Werbung und Wahrheit bei der Tierfutterproduktion  
*Dank Whiskas wahre Wonneproppen / Ein sauberes Image für ein anrühiges Geschäft / Das Wort Abfall hören sie hier gar nicht gern / Leicht geflunkert: Wie man die Kunden in die Irre führt / Dem Keim keine Chance / Die weite Reise des Futters und der Hang zur Verderbnis*
- 2. Botox für Boxer** **29**  
Mensch und Tier nähern sich an  
*Die Katze wird zum Eros-Spender / Die neue Hundeliebe der Chinesen / Wenn Bello in die Pubertät kommt / Doggy-Wellness: Die Hundeseele baumeln lassen / Geld spielt keine Rolle / Ein stummes Sterben in deutschen Wohnzimmern / Der Feind des Haustiers ist sein Besitzer*
- 3. Der Pfui-Teufel-Faktor** **43**  
Eine in Verruf geratene Branche will ihr Image aufpolieren  
*Der Herr des Schlachthofs ist ein bisschen betrübt / Alles wird gut / Unten am Kanal riecht es noch ein bisschen streng / Verwandertes Wesen: Das Tiermehl hat kein Gesicht / Wie kommt das Schlafmittel ins Hundefutter? Klärschlamm zu Tierfutter: Wenn die Ekelbremse versagt*

**4. Dicker Hund** **58**  
Die neuen Krankheiten der Tiere

*Der Kampfhund wurde schwach und schwächer/Allergien, Bluthochdruck, Krebs: Die Tiere leiden menschlicher/Knuddeln und knabbern/Zwerghamster mit Kummerspeck/Wenn der Massenstall auf den Magen schlägt/Krank durch Chemie im Futter?*

**5. Geld stinkt nicht** **74**  
Das weltweite Geschäft mit dem Futter fürs Tier

*Schicke Prospekte und ein Schild vom Designer/Super-Konzern: Vom Hamburger-Fleisch bis zum Katzenkadaver/Saubere Trennung/Krise? Was für eine Krise?/Bei Lidl ist Katzenmilch teurer als die H-Milch für die Menschen/Traumhafte Gewinne mit Hamster, Sittich, Hund*

**6. Krieg oder Kuschneln** **89**  
Wie das Haustier zum Partner des Menschen wurde

*Der Tod des Hündchens stimmte den König sehr traurig/Warum Pfalzgraf Hermann einmal einen Hund tragen musste/Die Katze als Göttin/Die scharfen Hunde des Freiherrn Dobermann/Deutsch, deutscher, Schäferhund/Als Hund eine Katastrophe, als Mensch unersetzlich*

**7. Blaue Lippen** **104**  
Chemische Zusätze im Tierfutter bedrohen die Gesundheit

*Lustlos statt läufig: Was ist nur mit der Hündin los?/Farben für die Fische/Säureattacken aus dem Futternapf/Wenn Chemiegeschmack die Instinkte austrickst – und deshalb dick macht/Geschmacksverstärker, Süßstoffe, Aroma: Deklaration auf dem Etikett leider verboten*

- 8. Tödliche Keime** **127**  
Wie falsches Tierfutter auch Menschen krank machen kann  
*Wie kommt die Bazille ins bayrische Trinkwasser?/ Bauer ohne Respekt/ Kinder sterben an der Hamburger-Krankheit/ Wer hat den schönsten Amischlitten im Dorf?/ Zu teuer: Kühe dürfen nicht mehr grasen/ Auch beim Bio-Bauern ist nicht immer alles Natur*
- 9. Eine Wildwestbranche** **145**  
Die Skandale ums Tierfutter und ihre Ursachen  
*Dioxin-Alarm: China und Korea stoppen Einfuhren/ Wie eine kleine Fettschmelze gleich zweimal große Futtermittelskandale auslöste/ Fleischmafia und Kinderschänder/ Oh, bizarres Belgien/ Modell für Europa?/ Das Dumme: Keiner ist schuld/ Die krummen Wege des Tierfutters*
- 10. Papageien und Knechte** **161**  
Die Tierernährungs-Experten und ihre Sponsoren  
*Wenn es Nacht wird in Schloss Hellbrunn/ Ein Hörsaal als Showroom/ Die sympathische Dame mit Doppelfunktion/ Die ganze Welt der Tierernährung – mit freundlicher Unterstützung der Industrie/ Professoren sind sich einig: Fertigfutter ist das Beste*
- 11. Zweiseitiges Schwert** **179**  
Die neuen Gefahren durch Hormonchemikalien in der Nahrung  
*Das Geheimnis der transsexuellen Fische/ Warum die Boote nachts hinausmüssen auf den See/ Was macht das Soja im Futter?/ Die Hormone und das Hüftgelenk des Hundes/ Die kriminellen Bauern und ihre verbotenen Mittel/ Alles in Ordnung mit den Felchen in der »Piratenbar«*

<b>12. Schwere Atmung</b>	<b>201</b>
Hightech im Tierfutter: Ist das gut?	
<i>Wie ein Acker zu einem Fall für den Staatsschutz wurde/Gen- Nahrung durch die Hintertür/Wunderbare Welt: Was die emsigen Bazillen so alles produzieren/Warum starben die Kühe des hessischen Bauern?/Für den Hund ein leckerer Fleischersatz aus Erdgas/Die Zukunft hat begonnen</i>	
<b>13. Leuchtende Augen</b>	<b>222</b>
Auf der Suche nach dem besseren Futter	
<i>Allergisch auf Chemie – was kann Rocky noch fressen?/ Warum Teresa mitten in der Nacht auf den Berg hinaufmuss/ Käse, der glücklich macht/Warnung vor Vitaminen im Über- maß/Die Knochenfresserbewegung breitet sich aus/Was der Gourmet seinem Tier gibt</i>	
<b>Literatur</b>	<b>242</b>

# 1. Falsche Tüte

## Über Werbung und Wahrheit bei der Tierfutterproduktion

*Dank WHISKAS wahre Wonneproppen / Ein  
sauberes Image für ein anrühiges Geschäft /  
Das Wort Abfall hören sie hier gar nicht gern /  
Leicht geflunkert: Wie man die Kunden in die  
Irre führt / Dem Keim keine Chance / Die weite  
Reise des Futters und der Hang zur Verderbnis*

Es ist ein schönes Land, das Land, aus dem Whiskas kommt. Es gibt dort Bäche und Wiesen und Bäume und ganz kleine Häuschen. Alles aber wird weit überragt von einem Turm.

Es ist kein Kirchturm, sondern eher ein Fabrikurm, auf ihm sind, ganz oben, eine Katze abgebildet und ein Hund, und es steht WHISKAS darauf und PEDIGREE.

Sie sind sehr tierfreundlich hier, es gibt sogar eine kleine Pension für Hunde und Katzen, mit strahlend weißen Wänden, einem leuchtend roten Dach und einem Zaun drumherum. Schon von Weitem ist zu sehen, wie die Tiere fröhlich herumtollen. Das sind die »Testesser« der Firma.

Man ist auch zu Menschen sehr gastfreundlich hier. Besucher sind willkommen, sie dürfen durch eine gläserne Tür gehen, werden an einer Rezeption freundlich begrüßt. Im Empfangsraum prangt auch ein großes Plakat mit WHISKAS-Werbung, daneben ein Poster, das stolz darauf hinweist, dass sie die Sendung »Hundkatzemaus« im Fernsehen sponsern.

In einer Vitrine sind all die tollen Produkte der Firma auf-

gestellt: WHISKAS, KITEKAT, TRILL, PEDIGREE. Eigentlich alles, was Rang und Namen hat in der Welt von Bello und Mieke und Hansi. Auch das berühmte CHAPPI kommt von hier, deswegen nennen sie die Firma hier im Ort immer noch die »CHAPPI-Fabrik«.

Die Firma heißt MASTERFOODS, sie ist rund um den Globus ganz groß im Geschäft.

Die Tierliebe der Leute ist ein gutes Geschäft.

Das Tierfutter-Business blüht, der Trend geht zu immer luxuriöseren Produkten. Große Firmen wie NESTLÉ PURINA und ROYAL CANIN rangeln um die Führungspositionen. Mit immer neuen Kreationen sollen Herrchen und Frauchen verführt werden. Das Geld sitzt bei ihnen offenbar locker. Besonders erfolgreich ist das »Hochpreissegment«, sagt eine Branchenkennerin. Die Devise lautet: »Luxus pur«.

Für die Tiere ist nichts zu teuer. Vom Tier lebt eine ganze Branche, und sie lebt gut.

Spezialgeschäfte breiten sich aus, Hundehotels kümmern sich um die vierbeinigen Lieblinge, Psychologen pflegen ihre zarten Seelen (siehe Kapitel 5). Das Tier ist für viele Menschen zum Partner geworden, sie behandeln es wie einen Freund – oder gar wie einen Lebensgefährten (siehe Kapitel 2).

Sie wollen, dass es dem Tier gut geht. Sie geben für einen Sack Trockenfutter gern mehr aus als für ein Kilo Rinderbraten.

Es ist auch ein Geschäft mit dem Vertrauen. Wer sein Tier liebt und viel Geld ausgibt, will natürlich auch wissen, ob alles wahr ist, was die Werbung verspricht: Dass in Dosen und Säcke nur das Allerbeste kommt. Dass es nichts Gesünderes, dass es überhaupt nichts Besseres gibt für Bello und Mieke als CHAPPI und WHISKAS.

Die Zentrale von MASTERFOODS liegt in Amerika, das deutsche Hauptquartier hier in Verden an der Aller, der Kleinstadt mit 28000 Einwohnern, 43 Kilometer südöstlich von Bremen.

Barbara Grewe will mal sehen, wie das Futter für ihre Lieblinge produziert wird. Ihre Katzen Kitty und Felix bekommen WHISKAS praktisch von Geburt an, und es ist ihnen gut bekommen. Wahre Wonneproppen seien sie geworden. »Was will man mehr«, sagt Frau Grewe. Sie ist aus Twistringen angereist, einer 13000-Einwohner-Gemeinde siebzig Kilometer westlich von hier.

Für die Besucher ist Herr Meier zuständig. Friedrich Meier. Er wirkt schon mal sehr vertrauenerweckend. Weißer Kittel. Weißer Helm. Er ist Sicherheitsingenieur. Auch die Besucher müssen sich weiße Kittel überziehen und einen Helm aufsetzen. Wegen der Hygiene und der Sicherheit.

Herr Meier führt durch den Betrieb. Erst durch das Büro, es ist ein Großraumbüro, in dem auch die Chefs sitzen und jederzeit ansprechbar sind. Das ist so ein amerikanisches Prinzip. MASTERFOODS ist ja eine amerikanische Firma.

Dann geht es durch eine Tür hinaus aufs eigentliche Werksgelände. Bei einer Anlieferungsrampe hält Herr Meier inne. Hier rollen die Lastwagen an mit ihren riesigen Anhängern. Heute ist offenbar Fleisch angekommen. »BADENHOP FLEISCH« steht auf den Trailern. Das sei ein Händler aus der Nähe, sagt Herr Meier. Laut Eigenwerbung ist BADENHOP ein Zulieferer für die Heimtierindustrie mit »internationalen Verbindungen«.

Dann geht es in die eigentliche Fabrik, mit Fließbändern, Abfüllanlagen, Packstationen. Dosen sausen. Dampf zischt. Fließbänder rollen. Fleisch kommt aus Düsen, rötlich, cremig, oder fällt aus durchsichtigen Röhren, wie die Kugeln bei der

Ziehung der Lottozahlen, in Dosen und Schalen. Ein Spritzer mit »Sauce« oben drauf. Mal farbig, mal durchsichtig. Es sind die Abfüllanlagen für WHISKAS, CESAR, SHEBA.

Es herrscht ein ziemlicher Lärm. Die Leute in ihren Overalls müssen Gehörschutz tragen. Es riecht auch nicht sehr angenehm.

Überall weisen Schilder auf die Geschäftsziele hin, erinnern an die Hygienebestimmungen und weisen auf Bakterien hin, die jederzeit eindringen können. Ein Poster beispielsweise warnt vor »Clostridium botulinum«. Das ist eine Horror-Bazille, die ein Nervengift produziert, ein sogenanntes »Neurotoxin«, das schlimmste Bakteriengift, das die Menschheit kennt. Es kommt vor allem in Dosen und Büchsen vor, weil es sich unter Luftabschluss so gut vermehrt. Wenn so etwas in einer Fabrik auftaucht, ist das der Super-GAU, das größte anzunehmende Unglück. Für eine Firma kann das ziemlich teuer werden.

Daher gilt: Dem Keim keine Chance. Dafür sorgen riesige Tanks, in denen sterilisiert wird. Bei exakt 127,8 Grad Celsius. Die Hundenahrung soll absolut clean sein.

Wobei es dem Hund seinerseits gar nicht so wichtig ist, dass die Sachen keimfrei und hygienisch sind. Der Hund seinerseits mag es ganz gern ein bisschen eklig. Der Hund, meint Herr Meier, hätte es am liebsten gar nicht gekocht. Der würde sein Fleisch am liebsten verbuddeln und nach einem halben Jahr wieder rausholen. So etwas geht natürlich nicht. Klar, dass der Hund mit so etwas keine Chance hat. Der »Aasfresser«, sagt Herr Meier, der sonst sehr freundlich und aufmerksam ist, fast ein bisschen verächtlich.

Auf so einen Hund kann so eine Firma natürlich keine Rücksicht nehmen. Schließlich kaufen nicht die Hunde das Futter, sondern die Menschen. Und die wollen für ihren Lieb-

ling nun mal lieber Gourmethäppchen mit Reis und Garnelen als Gammelfleisch aus dem Garten.

Zwei große Behälter stehen dekorativ herum. Der eine ist gefüllt mit kleinen orangefarbenen Stückchen: Karotten, ein, zwei Zentner. Die sind irgendwo in einer Gemüseverarbeitenden Fabrik ausgesondert worden, waren nicht fein genug für die Menschen.

Der andere Container enthält hellrosa glänzende Stückchen. Lunge, erklärt Herr Meier. Am Behälter hängt ein Schild: »Category 3 Animal By Products. Nicht für den menschlichen Verzehr geeignet«.

Abfälle aus der Lebensmittelproduktion, ganz offenkundig.

Halt! Das Wort Abfall, das hören sie hier gar nicht gern.

»Reden Sie nicht über Abfall«, sagt Herr Meier. »Das tut uns weh.«

Die Tierfutterbranche achtet sehr sorgsam darauf, dass die Produkte für unsere Haustiere, die im Fernsehen teuer beworben werden, nicht mit Müll in Zusammenhang gebracht werden. Millionen werden für Reklame ausgegeben, damit die Leute bereitwillig in die Tasche greifen fürs wertvolle Tierfutter. Und wenn sie wüssten, dass Müll in der Dose ist, dann würde womöglich die Kaufbereitschaft rapide schwinden.

Dabei ist es eigentlich nicht weiter schlimm, wenn die Tiere das bekommen, was die Menschen nicht mehr wollen. Schon seit jeher hat der Mensch die Tiere mit dem gefüttert, was übrig geblieben ist. Hund und Katz bekamen die Reste vom Mittagstisch, und auch das Schwein fraß das, was übrig blieb.

Mittlerweile ist die Tierfutterbranche vorsichtig geworden. Es hat einige Nahrungsmittelskandale gegeben. Die Rinderseuche BSE, beispielsweise.

Dadurch ist das Publikum sensibel geworden für das Thema Tierfutter. Als monatelang wacklige Kühe durch die Haupt-Nachrichtensendungen stolperten und erstmals Licht ins Dunkel der Ställe fiel, da mischten sich plötzlich Vokabeln wie »Tiermehl« und »Blutmehl« in die Alltagssprache.

Es ging auch um Dioxin, das Supergift, um illegale Hormone, um die »Fleischmafia«.

In solchen Fällen kommt Bewegung auf. Die Medienmaschine rollt, Ställe werden geschlossen, Politiker treten mit markigen Worten vor die Kameras. Gesetze werden verschärft. Agro-Lobbyisten geloben in TV-Talkshows Besserung.

So gerät plötzlich, jedenfalls für kurze Zeit, ins Bewusstsein, dass Schwein und Rind, des Menschen Schnitzellieferanten, Tafelspitzerzeuger, Joghurtproduzenten, nicht nur Heu und Gras und Rüben bekommen, sondern seltsame Mixturen, die aus mysteriösen Quellen kommen. Und dass es in dieser Branche oft nur ein kurzer Weg ist vom ehrlichen Bauersmann bis zum gewaltbereiten Giftmischer. Dass es mitunter auch undurchsichtige Verbindungen gibt zwischen den normalen Supermärkten wie LIDL und TENGELMANN, KAUFHOF und METRO, REWE und EDEKA, und den Kriminellen aus der Fleischmafia (siehe Kapitel 9).

Alles nicht sehr appetitlich.

Bei diesen Medienskandalen geht es meist um die Tiere, aus denen die Menschen Schnitzel machen und Roastbeef und Grillhähnchen.

Was die Heimtiere bekommen, das blieb dabei im Dunkeln.

Darauf fällt mitunter ein Lichtstrahl, wenn es in den Medien um Schlachtabfälle und Gammelfleisch geht und um das, was alles für den menschlichen Verzehr nicht mehr geeignet sei – allenfalls noch zu Tierfutter zu verarbeiten.

Die Haustierfutterproduzenten blieben von Skandalen

verschont. Sie konnten sich bisher fernhalten von den mitunter kriminellen Kollegen aus der Kraftfutterbranche. Sie haben ihr sauberes Image bewahrt.

So haben sich die Werbemillionen auch ein bisschen gelohnt. Wer viel für Reklame ausgibt, wird von den Medien bevorzugt bedient. Anrühiges und Unappetitliches wird da leichter ausgeblendet.

Ein sauberes Image, beruhigend für Branche und Kundschaft.

Herrchen und Frauchen lehnen sich im Sofa zurück, und zufrieden schnurrt der Kater.

Die Haustierbranche hat viel für ihr Erscheinungsbild getan. Nicht nur Werbung im Fernsehen geschaltet, auch in den Fachblättern für Tierfreunde. Sie unterstützt Tierschützer und Vereine. Und, am wichtigsten: Sie übt tätige und üppige Zuwendung an die Profis, die Tierärzte und Professoren. Keine andere Fachrichtung, so scheint es, ist so auf Sponsoring aufgebaut wie die Disziplin der Haustiermedizin und Tierernährung (siehe Kapitel 10).

So glaubt das Publikum weiter an die hohe Qualität der Happen für Hund & Katz und dass bei drohender Verarmung die letzte Chance für den eigenen Fleischgenuss jederzeit auch das Regal für Bello und Mieze sein könnte.

Im Pförtnerhäuschen in der CHAPPI-Fabrik sitzt ein Mann, der solchen Glauben sehr unterstützt. Auf die Qualität der Rohstoffe lässt er gar nichts kommen: »Das ist besseres Fleisch, als Sie sich jemals gönnen.«

»Wir verwenden Zutaten, die Sie in einem feinen Restaurant finden könnten«, sagt Ken Wilks, stellvertretender Verkaufsdirektor der US-Marke MERRICK PET CARE in Amarillo, Texas, gegenüber einem Reporter der Nachrichtenagentur *Associated Press*.

Eine Broschüre für Tierfreunde verkündet: »Das Fleisch stammt ausschließlich von Tieren, die auch wir Menschen verzehren könnten.« Und empfiehlt daher Fertigfutter sehr (»Deshalb greift, wer seine Katze liebt, zu Fertigfutter«).

Die Wahrheit sieht ein bisschen anders aus.

Solche Sprüche sind nichts weiter als Werbegeschrei und Marketing. Das bekennt die Industrie auch ganz offen, jedenfalls branchenintern.

Was die Menschen mögen, das müssen die Tiere nicht unbedingt lieben. Das weiß Herr Meier von MASTERFOODS, und das wissen auch die anderen Fachleute der Branche.

Für Tiere gelten andere Geschmacksgesetze: »Tiere fressen jedoch auch Dinge, die für den Menschen unappetitlich sind (zum Beispiel Tierfutter, Gras, Erbrochenes, Abfall und sogar Kot und Kadaver). Die Annahme, dass Nahrungsmittel Tierfuttermitteln überlegen sind, ist relativ.« So steht es in einem dicken, zweibändigen Wälzer, den der Fertigfutterhersteller HILL's von namhaften Fachleuten schreiben ließ, und der als Standardwerk der Tierernährung gilt. Titel: »Klinische Diätetik für Kleintiere«.

Im Kapitel »Kommerzielle Herstellung von Haustierfutter« geht es um die wahre Herkunft der Inhaltsstoffe der Büchsen und Beutel. Und es wird schnell aufgeräumt mit einigen Marketing-Märchen. Zum Beispiel bekennt das Handbuch: »Bei der Vermarktung von Tierfutter werden manchmal auch Geschichten über die Einzelkomponenten aufgebaut, die den Kunden ansprechen. Diese Geschichten sind einfach und glaubwürdig, können den Kunden aber manchmal in die Irre führen.«

Bei der Erfindung solcher Geschichten ist es hilfreich, dass der Gesetzgeber den Dichtern aus der Futterbranche große

Freiheit gelassen hat, was zum Beispiel den Umgang mit Wörtern und ihrer Bedeutung angeht.

Zum Beispiel das Wort »natürlich«, das bei den Leuten heute ja sehr beliebt ist. Hier gilt: »Der Begriff ›natürlich‹ ist gesetzlich nicht definiert und kann daher nach Belieben verwendet werden«, so das Standardwerk aus dem Hause HILL's.

Auch bei den Inhaltsstoffen wird manchmal ein bisschen geflunkert. So zum Beispiel mit der Behauptung, die Futterbrocken könnten die Leute auch selber essen. Das ist verständlich, meint wiederum das Handbuch aus dem Futterkonzern, denn schließlich sollen ja die Menschen die Sachen kaufen: »Das Konzept, das hinter der Vermarktung eines Futtermittels steht, das auch als Nahrungsmittel für den Menschen geeignet wäre, beruht auf der Annahme vieler Tierhalter, dass Tiere dieselben Nahrungsmittel wie der Mensch bevorzugen und brauchen.«

Das ist natürlich Unsinn. Und so wäre es auch nicht ratsam, die Dosen in der Not sonntags auf den Tisch zu stellen. Denn, so wiederum das Handbuch von HILL's: »Die Einzelbestandteile, die der Tierfutterindustrie für die Herstellung von Mischfutter für Haustiere zur Verfügung stehen, reichen von für den Menschen ungenießbaren, aber für Tierfutter noch geeigneten Nebenprodukten, bis hin zu den für Menschen geeigneten Nahrungsmitteln, wie es sie auch in den Lebensmittelgeschäften zu kaufen gibt.«

Im Klartext: Fürs Futter unserer Haustiere werden, das wissen auch die Experten der STIFTUNG WARENTEST, »die normalen Schlachtabfälle verwendet«. So schrieben sie in der Zeitschrift *test*, Heft 9/2006.

Natürlich muss man differenzieren. Es gibt große Unterschiede zwischen den einzelnen Futterproduzenten. Es gibt auch große Unterschiede zwischen den Produkten. Leider

kann es der Käufer nicht unbedingt erkennen. Schließlich steht auf den Dosen nicht: »Mit Müll hergestellt« oder »Ohne Müll hergestellt«.

Dabei werden selbst die Produkte von MASTERFOODS, also WHISKAS, CHAPPI, SHEBA, CESAR und dergleichen, aus solchen Schlachtabfällen hergestellt. MASTERFOODS nimmt, so teilte die Firma auf Anfrage mit, »Fleischmehle«, Innereien und andere »Nebenerzeugnisse, die bei der Schlachtung anfallen, aber nicht für den menschlichen Verzehr genutzt werden«.

Wobei es eigentlich gar nicht schlimm ist, wenn die Tiere den Abfall kriegen. Das war auch schon früher so. Doch früher war es eine Abfallverwertung der kurzen Wege.

Der Knochen fiel vom Tisch, Bello schnappte danach. Metzgerei und Fischgeschäft kippten Reste hinten raus, die Leute nahmen sie in Beuteln mit, für die Katzen oder Hunde. Die Gastwirtschaft sammelte die Reste auf den Tellern ein und kippte sie hinten in den Schweinetrog.

Heute ist alles Big Business. Es sind die Big Players, die die Nahrung für Mensch und Tier produzieren.

Die großen Tierfutterkonzerne sind Ableger der großen Nahrungskonzerne wie NESTLÉ oder MASTERFOODS, die auch Nahrung für Menschen herstellen (MARS, UNCLE BEN'S REIS), oder auch von Mischkonzernen wie PROCTER & GAMBLE (ARIEL, PRINGLES, PAMPERS).

Sie produzieren alles in gigantischen Mengen.

Auch Nahrungsmittel. Und dabei fällt viel Abfall an: In Deutschland werden jährlich 6,9 Millionen Tonnen Fleisch erzeugt, 2,1 Millionen Tonnen davon sind Nebenprodukte, die die Menschen nicht essen mögen oder können.

In ganz Europa sind es gar zehn Millionen Tonnen solcher Abfälle.

Das bedeutet: Es gibt da ein Entsorgungsproblem.  
Auf der anderen Seite gibt es ein Nachschubproblem.

Allein in der CHAPPI-Fabrik in Verden an der Aller produzieren sie 330000 Tonnen Tierfutter im Jahr.

Die Tierfutterherstellung ist eine elegante und vor allem eine einträgliche Lösung zur Verwertung der Abfälle.

Schon suchen die Beteiligten nach Wegen zur Perfektionierung.

In Wien haben sie ein Forschungsprojekt ins Leben gerufen, das sich mit der Umwandlung von Abfällen in »gesunde« Inhaltsstoffe fürs Tierfutter beschäftigt. Die Veterinärmedizinische Universität dort ist eine Hochschule, die sehr eng und freundschaftlich mit den Tierfutterfabriken und auch Pharmakonzernen zusammenarbeitet (siehe Kapitel 10).

Ihr internationales Müll-Recycling-Projekt heißt »Safe-wastes« und wird von der Europäischen Union gefördert. »Wir möchten beweisen, dass die Wiederverwertung von organischem Abfall nicht nur wichtig für die Gesundheit von Mensch und Tier ist, sondern auch Umweltbelastungen reduziert und kosteneffizient ist«, so Professor Chlodwig Franz, der Projektleiter.

Das klingt vertrauenerweckend. Jedoch: Vom Kunden wird viel Glaubensstärke gefordert. Wenn die Produktion industriell organisiert wird, wird die Versorgungskette unübersichtlich. Wo welcher Abfall in welches Produkt gemischt wird, das ist schwer zu erkennen – sogar für die Hersteller. Und schwer zu kontrollieren – zum Beispiel für die Behörden.

Was einer mit eigenen Augen sehen kann, im Werbefernsehen oder bei einer Werksbesichtigung, ist längst nicht das Ganze. Und es sind längst nicht nur Karottenschnitzchen und Lungenzitronen, die im Tierfutter landen. Auf krummen

Wegen kommen auch andere Rohstoffe zum Einsatz, die nicht immer appetitlich sind.

Für die Tierfutterherstellung gilt, wie bei aller industriellen Nahrungsproduktion, das Gesetz der beschränkten Wahrnehmbarkeit: Was zu sehen ist, ist nicht die ganze Wahrheit.

So gibt es hier in Verden an der Aller, dem Heimtierfutterparadies, keinen Schlachthof. Es gibt hier keine Gemüsebeete. Es gibt kein Sojafeld und keine Zuckerrüben. Alles wird angeliefert. Das Fleisch, die Ingredienzen, sie kommen nicht aus Verden an der Aller und auch zumeist nicht aus dem Land mit den saftigen Wiesen und Bächen und Bäumen und den kleinen Häuschen.

Wie die Warenströme fließen, ist schwer nachzuvollziehen in einer Zeit, in der die Welt zusammengewachsen ist, in der Futter für Hunde und Katzen und Schweine, Hühner, Rinder hunderttausendtonnenfach durch die Lande gekarrt wird.

Die andere Seite dieser Lieferkette sieht anders aus. Es ist, gewissermaßen, die B-Seite.

Dort riecht es unangenehm. Dort sind Leute tätig, die nicht immer den besten Ruf haben. Dort gibt es Lieferbeziehungen, die mitunter etwas unübersichtlich sind. Dort gibt es auch Rohstoffe, die etwas unappetitlich sind, die in der Werbung für WHISKAS und SHEBA und PEDIGREE und NESTLÉ PURINA-Tierfutter nicht vorkommen.

In der Dose aber schon.

Das Tiermehl beispielsweise.

Tiermehl kam bisher in der öffentlichen Wahrnehmung nur als BSE-trächtiges Futter für die Tiere in den Ställen vor.

Aber: Haustierfutterproduzenten beziehen ihre Rohstoffe häufig bei Lieferanten, die bei den großen Skandalen in Misskredit geraten waren. Und es ging damals nicht nur um schwammartige Verklumpungen im Hirn von BSE-kranken

Kühen. Es ging auch um anrühige Rohstoffe fürs Tiermehl – bis hin zum Klärschlamm.

Jene Firma beispielsweise, die jahrelang Tausende Tonnen Klärschlamm zu Tierfutter verarbeitet hatte, beliefert alle Großen der Branche: nicht nur MASTERFOODS, auch NESTLÉ PURINA und ROYAL CANIN (siehe Kapitel 3 und 5).

Klärschlamm zu Tierfutter: Das war auch keine kleine Klitsche, bei der das passierte. Es ist eine Firma, die sich auf das Einsammeln von Resten aus der Nahrungskette spezialisiert hat. Sie heißt RENDAC – und gehört heute zu einem der größten Fleischkonzerne Europas: VION. VION macht jährlich einen Umsatz von mehr als sieben Milliarden Euro. Der Konzern beliefert deutsche Supermärkte mit Schnitzeln und BURGER KING mit Fleisch für die Bulettenproduktion. VION schlachtet zwei Millionen Lämmer, 1,2 Millionen Rinder und 18 Millionen Schweine pro Jahr – das ergibt insgesamt über zweieinhalb Millionen Tonnen Fleisch.

Da fällt natürlich auch einiges an Abfall an.

Der VION-Konzern gehört zu den zehn größten europäischen Fleischvermarktern – und ist ein schönes Beispiel dafür, wie Sphären zusammenwachsen, die eigentlich nicht zusammengehören, Metzgerei und Abdeckerei beispielsweise. Das hat die Firma jetzt auch schon gemerkt – und achtet in Werbung und Public Relations streng darauf, dass die unappetitlichen Geschäftsbereiche nicht so sehr ins Blickfeld der Öffentlichkeit geraten (siehe Kapitel 5).

Früher, im Mittelalter, waren die Abdeckereien vor die Stadttore verbannt, weil sie eine potenzielle Brutstätte für Krankheitserreger waren. Die Leute, die das Geschäft betrieben, galten als unehrbar. Sie rangierten auf der sozialen Skala ganz unten, zusammen mit dem Henker, dessen Aufgaben sie oft gleich mit übernahmen.

Die Separierung hatte einen Grund: Gesundheitsvorbeugung. Den mittelalterlichen Menschen war klar, dass die Bereiche getrennt sein müssen, damit sich Krankheitserreger nicht ausbreiten können (siehe Kapitel 5).

Abdeckereien gibt es auch heute noch, überall im Land. Die Produktion dort ist nichts für schwache Nerven. Ein Mann vom Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* hat einmal zugehört und es dann beschrieben: »Es knackt und kracht in der Knochenmühle, wenn ein ausgedienter Zuchtstier durch das Mahlwerk gedreht wird. Mit einem gewaltigen Blubb platzen die gegorenen Gedärme einer Kuh. Die aufgedunsenen Leiber von Ziegen und Schafen werden in einem Riesentrichter zerschreddert.«

Klingt nicht sehr ansprechend. Und dann kommen auch noch die kleinen Hühnchen:

»In die Fleischmühle kommen auch Küken aus dem sogenannten Muser. Die Maschine diente eigentlich der Obstverarbeitung, wird aber auch zum Zerquetschen der frisch geschlüpften männlichen Küken verwendet, die sich naturgemäß nicht zum Eierlegen eignen, mithin keinen Gewinn abwerfen.«

Tierkörperbeseitigungsanlage, so nannte man bisher die Einrichtungen, in denen Tierkadaver, Schlachtabfälle wie Knochengerippe, aber auch kranke oder giftbelastete Tiere aus dem Verkehr gezogen wurden.

Wobei das eigentlich ein falscher Begriff ist: Es wird keineswegs alles beseitigt. Und es wird auch nicht alles aus dem Verkehr gezogen. Manches wird auch wieder in die Nahrungskette eingespeist. Und zu Tierfutter verarbeitet.

Empfindsamen Tierfreunden sträuben sich die Nackenhaare bei dem Gedanken, dass ihre vierbeinigen Gefährten Nahrung aus solchen Quellen bekommen.

Jetzt, da noch der letzte Restmüll verwertet werden muss, zeigt sich, dass diese Art von Recycling auch nicht unbedingt gesund ist.

Es sind nicht mehr die großen Seuchen, die Infektionskrankheiten, die sich ausbreiten. Es sind die chronischen Krankheiten, die heute zu Epidemien geworden sind. Die Vierbeiner zum Beispiel wurden so dick, dass die US-Regierung Anfang 2007 sogar eine Schlankheitspille für Hunde zugelassen hat.

Und die Qualität der Nahrung spielt eine große Rolle. Die industrielle Abfallverwertung über das Tierfutter schadet dem Tier, meint jedenfalls der Hamburger Tierarzt Dirk Schrader:

»Die Müllkippe Hund explodiert«, sagt der Veterinär, der in einer kleinen Villa in Hamburg-Rahlstedt Haustiere behandelt (siehe Kapitel 4).

Die Werbung spiegelt eine Welt vor, in der die Katze glücklich ist, und der Mensch auch.

Die Wahrheit ist: Der Mensch ist einsam, und die Katze hat Diabetes.

Der Mensch hat die Tiere nach seinen Bedürfnissen gezüchtet, erzogen, dressiert, und gefüttert.

Das Haustier als Freund, das Nutztier als Futter.

Um das Tier geht es nicht, es geht um den Menschen.

Die Futterindustrie hat das Tier zum Objekt menschlicher Bedürfnisse gemacht. Und das an einem ganz elementaren Punkt: bei der Ernährung.

Es ist nur so: Tiere sind eigentlich nicht so. Tiere sind eigenständige Wesen mit eigenständigen Bedürfnissen. Sie wollen eigentlich ganz andere Sachen fressen. Die Futterindustrie muss das negieren; schließlich kaufen nicht die Tiere das Futter, sondern die Menschen.



Hans-Ulrich Grimm

## **Katzen würden Mäuse kaufen**

Schwarzbuch Tierfutter

Taschenbuch, Broschur, 256 Seiten, 11,8 x 18,7 cm

ISBN: 978-3-453-60097-3

Heyne

Erscheinungstermin: März 2009

Glaubt man der Werbung, ist für unsere Tiere das Beste gerade gut genug. Doch die Realität sieht anders aus: Mit Aromen, Geschmacksverstärkern, Farbstoffen und dem ganzen Arsenal der Kunstnahrungshexenküche wird ein „leckeres“ Menü für Waldi, Minka und Co. zubereitet. Neben Abfällen, Krallen und Klauen landen auch Klärschlamm, Bakterien und Pilze im Fressnapf unserer Lieblinge. Die Tiere leiden und werden krank. Und nicht nur sie, sondern durch den Verzehr von Nutztieren auch der Mensch. Schockierende Fakten, brillant recherchiert – Werbung und Wahrheit bei der Tierfutterproduktion.

 [Der Titel im Katalog](#)