



Dierenwelzijn is voor samenleving belangrijk issue

Verstedelijking van de samenleving, media die strijden om de aandacht van de burger en vermenschelijking van het dier. Drie ingrediënten die de grote aandacht voor het dierenwelzijn verklaren. Structurele oplossingen voor problemen met dierenwelzijn vragen om kennis, samenwerking en ruimte voor ondernemers.

Aandacht voor dierenwelzijn is niet nieuw. Al in 1864 werd de 's Gravenhaagsche Vereeniging tot Bescherming van Dieren opgericht, de voorloper van de Dierenbescherming. In 1875 kwam de eerste wet waarin opzettelijk mishandelen van katten en honden werd verboden en via de trekhondenwet werden in 1910 eisen gesteld aan zowel begeleider, kar als hond. Sindsdien leeft het onderwerp dierenwelzijn. Toch heerst het gevoel dat het iets van de laatste jaren is. Er is nu zelfs een politieke partij in de Tweede Kamer die het welzijn van dieren tot belangrijkste agendapunt heeft verheven. Ook de media omarmen het onderwerp. Waarom zijn dieren en hun welzijn zo belangrijk geworden? Wat is welzijn eigenlijk? En wat zijn de mogelijkheden om dierenwelzijn structureel te verbeteren? Hans Hopster, themaleider Dierenwelzijn bij Wageningen UR en lector Welzijn van dieren aan Van Hall Larenstein en Tjard de Cock Buning, hoogleraar Ethiek in gezondheids- en levensweten-

schappen bij het Athena Instituut van de Vrije Universiteit in Amsterdam, geven hierop hun visie.

>> Vanuit het dier zelf

Dierenwelzijn is een breed begrip. Belangrijk bij dierenwelzijn is de kwaliteit van leven zoals het dier dat zelf ervaart, ook wel intrinsieke waarde genoemd. Om deze kwaliteit in te schatten wordt vaak gekeken naar waarneembaar "onwelzijn": lijdt een dier pijn, is het angstig, is het ziek, vertoont het afwijkend gedrag? Natuurlijk is welzijn meer dan alleen de afwezigheid van dit soort negatieve verschijnselen. Een dier heeft ook belang bij positieve zaken als spelgedrag, voldoende prikkels en afleiding. Dan gaat het om vragen als welk soortspecifiek gedrag het dier tot een "blij" beest maakt, vindt De Cock Buning. Meer toegespitst: een gecasteerde beer is wat suffer, minder agressief. Merkt het dier dat zelf?

>> Menselijk perspectief

Een tweede manier van kijken naar dierenwelzijn is kijken vanuit het menselijk perspectief: wat vinden mensen goed voor dieren? Al sinds de jaren zeventig is bekend dat stedelingen een andere kijk hebben op de omgang met dieren dan bewoners van het platteland, toen nog voornamelijk agrariërs. Stadsbewoners hebben een meer romantisch beeld, vanuit een persoonlijke band met het dier. Zij kennen het dier immers vooral als gezelschapsdier. Veehouders hebben een meer pragmatisch, rationeel beeld: het dier moet vooral nuttig zijn.

De waarde die mensen aan dieren toekennen hangt vooral af van de context. En die contexten kunnen aanzienlijk verschillen, ook als het om dieren van dezelfde soort gaat. Wilde ratten worden bestreden, terwijl het welzijn van de rat als proefdier beschermd wordt in de Wet op de Dierproeven. Sommige konijnen schieten we af, of worden voor het vlees gehouden, terwijl we andere konijnen knuffelen als huisdier. De contextwaarde kent volgens De Cock Buning tenminste drie belangrijke peilers (zie kader), die de relatie tussen mensen en dieren beïnvloeden en waarin mensen dus kunnen verschillen. Juist die verschillen zorgen voor onbegrip tussen mensen onderling. Hopster: 'Als je gewend bent het dier als gezinslid te behandelen en je hond je eigen achternaam geeft, dan begrijp je mogelijk de boer die 30.000 vleeskuikens houdt minder goed. Zo'n burger begrijpt ook de beelden van dode biggen in grijpers misschien niet en dat leidt vaak tot emotionele reacties.'

>> Verlengstuk gezin

Vanuit de contextwaarde is te verklaren dat er nu meer aandacht is voor dierenwelzijn. Het aantal veehouders neemt af en steeds minder mensen kennen van dichtbij iemand met een boerenbedrijf. Daarbij komt wat Hopster de "brunificatie" van dieren noemt; het dier met menselijke eigenschappen. Dat betekent dat in een verstedelijkende samenleving het beeld afneemt dat dieren gehouden

worden omdat ze een inkomen opleveren. Het idee dat dieren een verlengstuk zijn van het gezin, neemt juist toe. Daaroverheen komt, volgens De Cock Buning, de "communalisering" van maatschappelijke issues. Een term waarmee hij wil aangeven dat de mediaconcerns tegen elkaar opbieden in maatschappelijke items en alle mogelijkheden uit de kast halen om de aandacht van de consument te krijgen. Ook op internet zijn beelden te vinden die moeilijk van het netvlies te krijgen zijn. 'Het is een ware media- en onderwerpenstrijd. De vraag is alleen of al die aandacht ook werkelijk wat oplevert voor het dierenwelzijn.'

>> Schaduwzijden veehouderij

Met die issues doelt De Cock Buning niet op evidente misstanden als dierverwaarlozing maar op uitwassen in de huidige veehouderij. Ook Hopster noemt dat. 'Vanuit de naoorlogse ambitie om voldoende voedsel te produceren tegen een lage prijs is de rationalisatie zo ver doorgeschoten dat inmiddels ook de schaduwzijden van de veehouderij zichtbaar zijn', drukt hij zich voorzichtig uit. 'Je kunt je afvragen of het gewenst is om zeugen zoveel biggen te laten krijgen, dat een substantieel deel ervan niet in staat is om op eigen kracht te overleven.' Hopster legt uit dat varkenshouders deze biggensterfte accepteren als onvermijdelijk, omdat kraamhulp voor zeugen te duur is. Zouden ze iedere big bij de geboorte droogwrijven en aan de speen leggen, dan zou de sterfte waarschijnlijk veel lager zijn. Ander voorbeeld: leghennen zijn alleen te houden door de snavelpunt te verwijderen, om ergere schade door verenpikken te voorkomen. 'Ondanks verbeteringen in de meeste veehouderijssystemen in de afgelopen decennia, resteren er knelpunten waar we nog steeds geen oplossing voor hebben. Er wordt nog onvoldoende tegemoet gekomen aan de behoeften van het dier. De grond is duur, arbeid is duur maar ons eten moet vooral goedkoop zijn. De schuld ligt niet bij de "sector", maar die moet wel het roer omgooien. Dat is een lastige kwestie.'

Waarde van dieren in verschillende contexten

De contextwaarde die een mens aan een dier toekent hangt sterk af van onderstaande drie factoren:

- Kennis van de biologie van het dier. Vragen die hierbij spelen: in welke mate beschikt het dier over hersenstructuren met functies die overeenkomen met het brein van de mens? Hoever staat het dier evolutionair gezien van de mens af? Wat zijn de behoeftes van een dier en in welke mate zijn deze aangeboren of aangeleerd?
- Persoonlijke band en schaalgrootte. Wie zijn kat in huis laat komen en op schoot neemt, kijkt anders tegen katten aan dan degene die alleen een kat heeft om muizen te vangen in de schuur. Ook heeft "varken Jos" in het schuurtje in de tuin, tevens speelkameraadje, een andere waarde dan een naamloos varken op een varkensbedrijf met duizend varkens dat tweemaal per jaar opnieuw wordt bevolkt.
- Cultuur en historie. Een moslim wil niets te maken hebben met varkens, voor een hindoe is een koe heilig. Stadsbewoners verschillen van buitenlui. Ook wat iemand van huis uit gewend is, wat voor die persoon de gangbare praktijk is, bepaalt hoe iemand tegen een dier aankijkt.



Zo komt Hopster uiteindelijk uit bij de prijs van het product. Als de consument een eerlijke prijs voor zijn voeding wil betalen, kan de boer zijn dieren meer ruimte geven. Ook De Cock Buning wijt het voortbestaan van dierenwelzijnsproblemen aan economische dilemma's. 'Boeren moeten wel een boterham verdienen en dan gaat de eerste aandacht niet naar dierenwelzijn.'

>> **Verschillende partijen**

Hopster ziet voor de korte termijn maar één oplossing: geleidelijk veranderen vanuit de bestaande praktijk. 'Je kan in één keer een forse verandering afdwingen, maar daarmee bedreig je het bestaansrecht van de vele mensen die er een boterham mee verdienen. Nog afgezien van de enorme kapitaalsvernietiging en het risico dat de bestaande praktijk in een ander land vrolijk wordt voortgezet.'

Om verbeteringen in de praktijk te bewerkstelligen wil Hopster zich richten op verschillende partijen: consumenten, overheden, keten, maatschappelijke groeperingen en wetenschappers. Er moet meer kennis en informatie richting consumenten zodat zij een onderbouwde en bewuste keuze kunnen maken. Dit is vooral een taak van de overheid: keuzemogelijkheden transparant maken en de consument voorlichten over hoe deze met zijn aankoopgedrag zelf verschil kan maken. Ook zou de overheid de partij moeten zijn die verandering faciliteert, door de mogelijkheden voor welzijnsvriendelijke

productie voor ondernemers te verruimen en risico's die zij daarmee lopen te verkleinen. Het is aan de keten om diervriendelijke producten zo te positioneren dat de consument er wat meer voor wil betalen. Druk vanuit maatschappelijke en politieke groeperingen helpt dit proces versnellen, zoals het recentelijk afschaffen van onverdoofd castreren laat zien. Wetenschappers kunnen vooral feiten aandragen als basis voor de dialoog.

De Cock Buning onderschrijft dit, al zegt hij het met andere woorden. Het is vooral belangrijk de verschillende partijen bij elkaar te brengen, zodat vooroordelen over elkaar verdampen, gezamenlijke belangen helder worden en mythes uit de weg worden geruimd. 'Wat de retail denkt dat de consument doet en wat die echt doet en wat partijen over elkaar denken blijkt niet altijd te kloppen. Het is een mythe dat de consument niet méér wil betalen. Wat hij koopt schijnt meer af te hangen van de plek in het schap en de uitstraling van het product.' De Cock Buning vindt dat de overheid hierin vooral de samenwerking moet regisseren. 'De meeste winst is te halen in het bij elkaar brengen van mensen, ze slim aan elkaar koppelen. Dat is een actieve houding en betekent dat de overheid moet investeren in een rol als "change agent". Ambtenaren moeten zich ook echt committeren aan verandering, anders blijft het steken op regels.'