

## Plattform «Werbemist» prangert tierschädliche Werbung an

Vier Schweizer Tierschutz- und Tierrechtsorganisationen lancieren die Plattform «Werbemist», um Werbung anzuprangern, die Tierleid verharmlost oder ein falsches Bild der Tierhaltung vermittelt. Auf der Website und auf Instagram deckt das Projekt problematische Kampagnen auf und ordnet sie faktenbasiert ein.

Redaktion - 7. April 2026



Werbung darf überzeichnen und ironisieren – das ist zulässig und oft sogar erwünscht. Problematisch wird es jedoch dort, wo Darstellungen rund um Tierhaltung oder Tierprodukte Tierleid verharmlosen, ein verzerrtes Bild der tatsächlichen Haltungsbedingungen vermitteln oder gegen gesetzliche oder ethische Werbestandards verstossen.

Um aufzuzeigen, wie die Realität von Tieren hinter solchen Werbungen aussieht, lancieren Animal Rights Switzerland, Sentience, die Stiftung für das Tier im Recht (TIR) und Tier im Fokus (TIF) die Plattform «Werbemist». Auf der Website sowie auf Instagram dokumentieren die Organisationen tierschädliche Werbekampagnen, ordnen diese ein und legen faktenbasiert dar, weshalb sie problematisch sind.

### **Bevölkerung kann Werbungen melden**

Die Bevölkerung wird dazu aufgerufen, über den «Mistmelder» Fotos von Werbungen einzureichen, die Tierhaltung verharmlosen oder irreführend darstellen. Die eingereichten Werbungen werden geprüft. Bei tierschädlichen oder irreführenden Inhalten suchen die Organisationen den Dialog mit dem Werbetreibenden, schalten die Schweizerische Lauterkeitskommission ein und prüfen rechtliche Schritte.

### **Realität versus Werbeversprechen**

In der Schweiz leben viele landwirtschaftlich gehaltene Tiere auf engem Raum und ohne Auslauf. Hinzu werden Muttertiere routinemässig von ihren Jungtieren getrennt, was nach wie vor erhebliches Tierleid verursacht. Auch schmerzhaft Eingriffe wie das Enthornen werden praktiziert. Werbung für Tierprodukte vermittelt jedoch oft ein romantisierendes Bild der Tierhaltung, das mit der Realität der meisten Tiere wenig zu tun hat. Das verharmlost diese Missstände und prägt gesellschaftliche Wahrnehmungen stärker, als vielen bewusst ist, so die Organisationen.

Das Ziel des Projekts ist es, auf beschönigende Werbung für Tierprodukte aufmerksam zu machen und das Bewusstsein dafür zu schärfen. Langfristig soll der öffentliche Raum von Darstellungen befreit werden, die Tierleid verharmlosen oder den Konsum von Tierprodukten fördern. Denn auch Werbung, die formal nicht irreführend ist, trägt dazu bei, die Nachfrage nach Tierprodukten zu steigern – und damit ein System zu stabilisieren, das mit erheblichen Belastungen für Tiere und Umwelt verbunden ist.

Die beteiligten Organisationen verfügen über langjährige Erfahrung in der Aufklärungsarbeit sowie über rechtliche Expertise und haben bereits mehrfach Beschwerden eingereicht, die zu medienwirksamen Entscheidungen der Schweizerischen Lauterkeitskommission geführt haben.

