Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

24.11. 2014

„Nachhaltige“ Nachfrage nach nachhaltig gefangenem Fisch

Von MSC-Siegel



Bild Rechte
MSC

(Berlin) Eine neue Studie zum Kaufverhalten bei Fisch und Meeresfrüchten zeigt, dass intakte Ozeane bei Verbraucherinnen und Verbrauchern rund um den Globus hoch im Kurs stehen und dass die Nachfrage nach Fischprodukten aus nachhaltigen Quellen auch in Schweizer Haushalten nicht abreißt.

Die im Auftrag des Marine Stewardship Council (MSC) durchgeführte Studie ist vermutlich die größte internationale Untersuchung zum Konsum von Fischprodukten aus nachhaltigen Fischereien. Mehr als 9000 regelmäßige Fischkäufer aus 15 Ländern in Europa, Asien, Australien und Nordamerika wurden dieses Mal befragt. Die Umfrage schließt an Befragungen in den Jahren 2010 und 2012 an. Sie zeigt, dass 57 Prozent der Schweizer Fischesser das MSC-Siegel kennen und 33 Prozent wissen, dass es für nachhaltige Fischerei steht. Damit sind Schweizer Verbraucher zusammen mit ihren deutschen Nachbarn (58 und 27 Prozent) weltweit am besten über nachhaltige Fischerei und den MSC aufgeklärt.

Wachsendes Bewusstsein bei Schweizer Fischliebhabern

94 Prozent der Fischliebhaber in der Schweiz finden eine nachhaltige Befischung unserer Meere ziemlich oder gar extrem wichtig. 54 Prozent der Befragten sorgen sich heute stärker um schrumpfende Fischbestände als noch vor einem Jahr. Die Sorge um den Zustand unserer Meere spiegelt sich erfreulicherweise oft im Kaufverhalten der Verbraucher wieder. Insgesamt 80 Prozent achten beim Einkauf auf die nachhaltige Herkunft des Fisches – einige immer, viele meistens, andere manchmal. Bereits ein Viertel der Schweizer Verbraucherinnen und Verbraucher entscheidet sich bei jedem Fischeinkauf bewusst für das MSC-Siegel (24 Prozent). Gut zwei von zehn Verbrauchern treten sogar den Weg ins nächste Geschäft an, wenn es vor Ort keine umweltbewusste Alternative gibt (20 Prozent).

Über die Hälfte der Schweizer Fischkäufer kennen das MSC-Umweltsiegel (57 Prozent). Im weltweiten Vergleich liegt die Schweiz damit bei der Bekanntheit des MSC-Siegels nur knapp hinter dem Spitzenreiter Deutschland (58 Prozent) und wird mit einigem Abstand gefolgt von den Niederlanden (48 Prozent). Was das blaue Umweltsiegel auf Fischprodukten konkret bedeutet, konnten 33 Prozent aller Befragten ohne Hilfestellung erklären – das „verräterische“ Kürzel MSC, das im MSC-Siegel abgebildet ist, wurde bei der Befragung ausgeblendet.

Marnie Bammert, Leiterin des MSC-Regionalbüros für den deutschsprachigen Raum, freut sich über das wachsende Verbraucherbewusstsein, hat aber ehrgeizige Ziele: „Wir freuen uns über die 57 Prozent, denen das MSC-Siegel nicht fremd ist – und vor allem über jenes Viertel der Schweizer Fischkäufer, das beim Einkauf auch danach greift. Unseren Auftrag erledigt haben wir alle allerdings erst, wenn sich 100 Prozent der Verbraucher und auch 100 Prozent der weltweiten Fischereien für eine nachhaltige Arbeitsweise entscheiden. Wir haben also noch einen langen Weg vor uns.“

Eine Zweidrittelmehrheit für eine nachhaltige Einkaufspolitik

Zwei Drittel der befragten Personen finden es wichtig, dass Supermärkte Fisch aus nachhaltig arbeitenden Fischereien anbieten (66 Prozent). Ebenso viele sehen auch den Gastronomiesektor in der Pflicht (67 Prozent). Mit rund 900 unterschiedlichen Produkten mit MSC-Siegel ist es für Verbraucherinnen und Verbraucher in der Schweiz schon heute kinderleicht, ein Produkt aus nachhaltiger Fischerei zu wählen

und dem Supermarkt des Vertrauens so zu signalisieren, dass seine verantwortungsbewusste Fischeinkaufspolitik auf Anklang stößt.

Nachhaltige Herkunft und Preis gleich auf

Welches Fischprodukt letztendlich im Einkaufskorb landet, wird noch immer am stärksten von den geschmacklichen Vorlieben der Tafelrunde bestimmt (83 Prozent). Danach folgen der gesundheitliche Aspekt des jeweiligen Fischproduktes sowie die bevorzugte Fischart. Mittlerweile ist die umweltschonende Herkunft des Fisches bei der Kaufentscheidung aber genauso wichtig wie der Preis (67 Prozent). Hinweise von Taschenratgebern (15 Prozent) und Smartphone-Apps (9 Prozent) spielen die geringste Rolle.

Nach Ratschlägen in Fachmagazinen und von Freunden und Familie (61 Prozent) sowie Empfehlungen von Behörden/Instituten (60 Prozent) werden Umweltsiegel als die vertrauenswürdigste Form der Information gesehen, wenn es darum geht Umwelt- oder soziale Verantwortung nachzuweisen (56 Prozent). Das knüpfen Verbraucher aber natürlich auch an Bedingungen: So fordern beispielsweise 79 Prozent, dass eine als nachhaltig ausgelobte Fischerei auch regelmäßig überprüft wird – eine Forderung, die der MSC-Umweltstandard schon immer erfüllt. Das Nachhaltigkeitsversprechen einer Marke auf deren Verpackungen erreichte mit 30 Prozent den letzten Platz auf der Rangliste der Vertrauenswürdigkeit.

ENDE

Über diese Studie
9019 Personen wurden in 15 Ländern befragt: Australien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Japan, Kanada, Niederlande, Polen, Schweden, Schweiz, Singapur, Spanien, USA. Design, Überprüfung und Analyse der Studie wurde von dem Marktforschungsunternehmen amr (Albemarle Marketing Research) durchgeführt. amr hat lokale Onlinebefragungsanbieter beauftragt, Fischkonsumenten in ihren Ländern zu befragen. Die Befragungen fanden zwischen dem 19. März und dem 25. Juli 2014 statt und sind vergleichbar mit ähnlichen Umfragen durch amr in den Jahren 2010 und 2012.

Die Befragung wurde beschränkt auf Personen, die
• haupt-/mitverantwortlich für den Einkauf von Lebensmitteln für sich selbst/die

Familie sind,
• mindestens einmal alle zwei Monate ein Fischprodukt an ihrem Haupteinkaufsort kaufen,
• den Hauptteil ihres Lebensmitteleinkaufs in einem von bis zu sechs von ihnen angegebenen Geschäften machen.

Die Zahlen in dieser Pressemitteilung beziehen sich auf die Schweiz. Für den Schweizer Markt wurden 406 Personen interviewt. Zu den Umfrageergebnissen für den deutschen Markt geht es hier >>

Zusatzinformation für MSC-zertifizierte Unternehmen
Die Bekanntheit des MSC-Siegels lässt sich nicht zuletzt zurückführen auf die großartige Unterstützung der MSC-zertifizierten Unternehmen aus Industrie, Handel und Gastronomie. In zahlreichen Informationskampagnen und Aktionswochen bringen sie ihren Kunden die Bedeutung des MSC-Siegels näher und fordern zu einem umweltbewussten Fischkonsum auf. Für Unternehmen, die auf ihr MSC-zertifiziertes Sortiment und ihr Engagement für die nachhaltige Befischung unserer Meere hinweisen wollen, bietet der MSC auf vielfältige Weise Unterstützung an. Einen ersten Überblick über die frei verfügbaren Materialien können Sie sich auf der Webseite MSC Marketing Toolkit verschaffen. Viele Einzelhändler setzen gemeinsam mit dem MSC individuelle Marketingkampagnen am Verkaufsort um. Für die Außer-Haus-Verpflegung gibt es die jährliche MSC-Aktionswoche. Bitte sprechen Sie uns an, wenn Sie nähere Informationen zu einer gemeinsamen Aktion wünschen: ines.biedermann @ msc.org

Über die Organisation:

Der MSC (Marine Stewardship Council) ist eine internationale gemeinnützige Einrichtung, die sich für nachhaltig gefangenen Fisch und Meeresfrüchte einsetzt. Der MSC verwaltet das einzige ökologische Zertifizierungs- und Kennzeichnungsprogramm für Fischereien, das sowohl den „Kodex für vorbildliches Setzen sozialer und ökologischer Standards” von ISEAL als auch die FAO-Kriterien für Fischereizertifizierungen erfüllt. Die „Richtlinien für die Öko-Kennzeichnung von Fisch und Fischereiprodukten aus mariner Fischerei“ der FAO fordern von glaubwürdigen Zertifizierungs- und Kennzeichnungsprogrammen:
• objektive, unabhängige Fischereibewertungen basierend auf wissenschaftlichen Erkenntnissen,

• transparente Prozesse, die eine Konsultation mit Externen und die Möglichkeit des Einspruchs umfassen,
• Standards, welche die Nachhaltigkeit der Zielspezies, der Ökosysteme und der Managementpraktiken berücksichtigen.

Der Hauptsitz des MSC ist in London. Über die Regionalbüros in Berlin, Den Haag, Glasgow, Halifax, Hong Kong, Kapstadt, Kopenhagen, Madrid, Moskau, Paris, Peking, Reykjavik, Santiago, São Paulo, Seattle, Singapur, Stockholm, Sydney, Tokio und Warschau bieten wir zusätzliche regionale Unterstützung.

Insgesamt nehmen etwa 300 Fischereibetriebe am MSC-Programm teil. 246 sind derzeit zertifiziert und 104 befinden sich in Bewertung nach MSC-Standard. Weitere 40 bis 50 durchlaufen eine vertrauliche Vorbewertung. MSC-zertifizierte Fischereien fangen etwa sieben Millionen Tonnen Fisch und Meeresfrüchte, was etwa acht Prozent des weltweiten Fischfangs entspricht. Weitere Informationen unter msc.org/ch.

Das MSC-Programm in 90 Sekunden: Ein Videoschnellkurs für „Einsteiger“: msc.org/ueber-uns/msc-in-bild-und-ton

Pressekontakt:

MSC - Marine Stewardship Council
Katharina Bunk
Schwedter Straße 9a
10119 Berlin

030/60985520
katharina.bunk @ msc.org

Kategorie
Umwelt & Energie

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/nachhaltige-nachfrage-nachhaltig-gefangenem-fisch*