

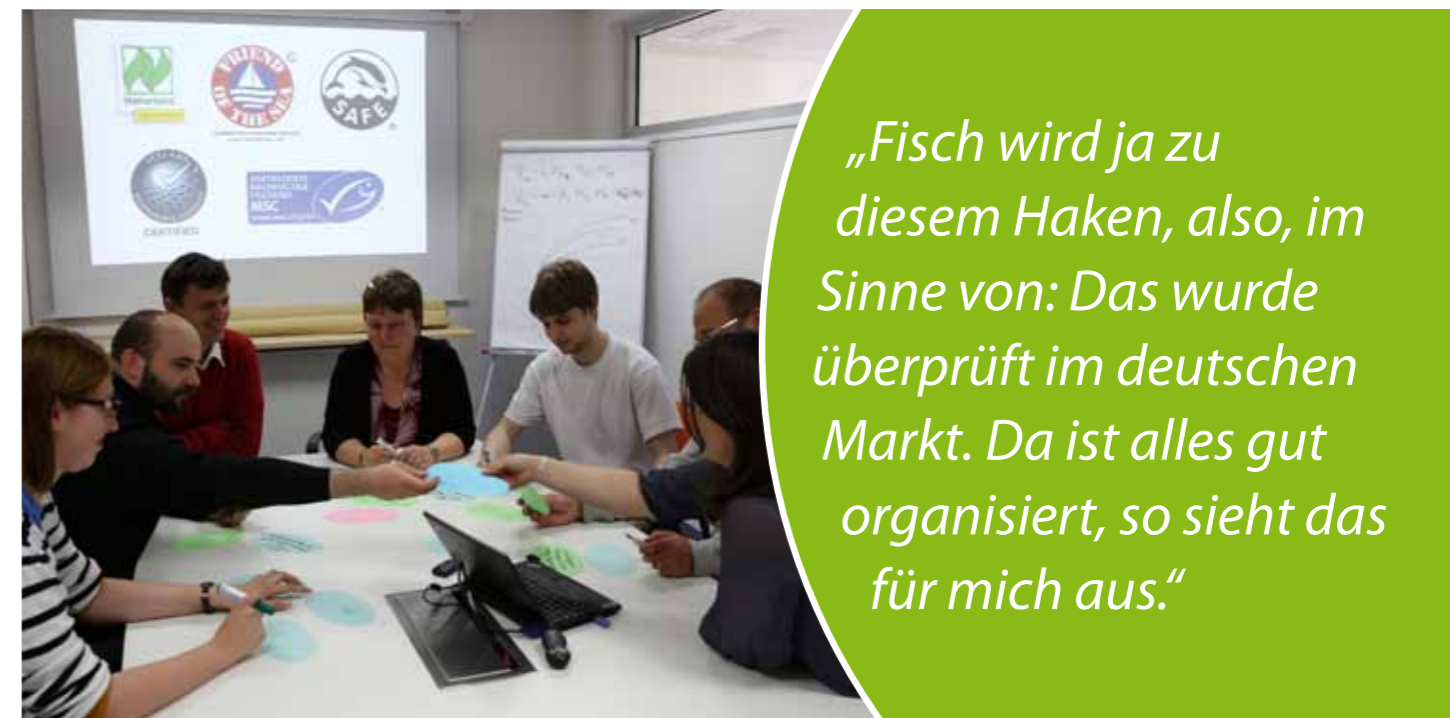


Nachhaltig gefangener Wildfisch Für Verbraucher relevant?

Nachhaltigkeit in der Meeresfischerei beinhaltet eine Reihe von unterschiedlichen Aspekten. Dazu zählen die Vermeidung der Überfischung der Weltmeere, von unerwünschtem Beifang sowie von negativen Auswirkungen auf die Meereshabitate. Auch wenn viele Verbraucher diese Probleme wahrnehmen, ist unklar, ob sie auch ihr Kaufverhalten bei Wildfisch beeinflussen. Damit Verbraucher sich überhaupt für nachhaltige Produkte entscheiden können, ist eine entsprechend eindeutige und glaubwürdige Kennzeichnung erforderlich. Zusätzlich muss die Kennzeichnung durch die Verbraucher wahrgenommen, verstanden und positiv beurteilt werden. Wissenschaftlerinnen des Thünen-Instituts für Marktanalyse sind der Frage nachgegangen, was die Verbraucher überhaupt über nach-

haltige Fischerei wissen und ob nachhaltiger Fischfang für sie ein Kaufkriterium darstellt.

Viele verschiedene soziodemographische und andere persönliche Merkmale beeinflussen die Wahrnehmung von Kennzeichnungen. Beispielsweise sind hier das Geschlecht, der Bildungsgrad, das Alter, das Produktwissen, die individuelle Skepsis, der Gesundheitszustand und die Vertrautheit mit dem Produkt zu nennen. Verbraucher erhalten in den Medien aber auch zum Zeitpunkt des Kaufes vielfältige und komplexe Informationen über ihre Lebensmittel. Der Nachhaltigkeitsaspekt ist dabei nur einer von vielen weiteren, wie Marke, Inhaltsstoffe und Preis. Die Vielzahl an Informationen birgt jedoch die Gefahr einer Informationsflut, die zu einem Überdross an Kennzeichnungen bei den Verbrauchern führen kann. Erschwerend kommt hinzu, dass Nachhaltigkeit zu den sogenannten Vertrauenseigenschaften eines Produkts gehört, die von



„Fisch wird ja zu diesem Haken, also, im Sinne von: Das wurde überprüft im deutschen Markt. Da ist alles gut organisiert, so sieht das für mich aus.“

Abbildung 1: Nachgestellte Gruppendiskussion zum Thema Nachhaltigkeitskennzeichnungen für Wildfisch

Konsumenten weder vor noch nach dem Kauf überprüft werden können. Deshalb ist die Glaubwürdigkeit von besonderer Bedeutung.

In den Tiefkühltheken des deutschen Lebensmittelhandels existieren Wildfischprodukte sowohl mit als auch ohne Nachhaltigkeitslogos. Ziel der Thünen-Wissenschaftlerinnen war es, Verbrauchermeinungen zu nachhaltiger Meeresfischerei und zu den vorhandenen Nachhaltigkeits-Kennzeichnungen zu ermitteln. Insbesondere wurde auf die Wahrnehmung, Beurteilung und Kaufrelevanz der Kennzeichnungen fokussiert. Mit Hilfe dieser Kriterien sollte bewertet werden, inwieweit vorhandene Nachhaltigkeitslogos ihre Orientierungsfunktion für Verbraucher hinsichtlich ihrer Kaufentscheidungen erfüllen.

info

Die Nachhaltigkeitskennzeichnung bei Fischprodukten bezieht sich in diesem Beitrag nur auf die Fangmethoden und ihre Auswirkungen auf Fischbestände und Meereshabitate. Soziale Aspekte, die ebenfalls Bestandteil der Nachhaltigkeit sind, haben noch keinen Eingang in marktrelevante Zertifizierungs- und Kennzeichnungssysteme in Deutschland gefunden und bleiben hier unberücksichtigt.

Durchführung der Erhebungen

In einer empirischen Studie wurden Verbrauchermeinungen qualitativ im Rahmen von Gruppendiskussionen erfasst. Ausgewählte Teilnehmer nahmen an moderierten Diskussionsrunden teil, die einem vorher ausgearbeiteten Diskussionsleitfaden folgten. Die Besonderheit von Gruppendiskussionen ist, dass ein breites vielfältiges Meinungsspektrum erhoben und abgebildet werden kann. Es ist ausdrücklich nicht das Ziel, eindeutige Mehrheitsverhältnisse der Meinungen zu bestimmen.

Insgesamt fanden zwölf Gruppendiskussionen mit sechs bis zwölf zufällig ausgewählten Fischkäufern in den Städten Hamburg, Köln, Leipzig und München statt. Inhalt der Diskussionen waren die Einkaufskriterien bei Speisefisch und das vorhandene Wissen über nachhaltigen Fischfang. Außerdem wurde die persönliche Wahrnehmung, Beurteilung (einschließlich der Glaubwürdigkeit) und Kaufrelevanz vorhandener Nachhaltigkeitslogos erfragt (Tab. 1). Diskutiert wurden ferner die Anforderungen und Vorstellungen im Hinblick auf eine Verbesserung der Kommunikation von nachhaltigem Fischfang. Alle Diskussionen wurden per Audio und Video aufgenommen und für die Auswertung in eine schriftliche Form übertragen (transkribiert).

Einkaufskriterien deutscher Verbraucher bei Fisch

Die thematische Analyse der Transkripte zeigte, dass für Speisefisch Geschmack, angestrebte Verwendung, Frische beziehungsweise Qualität sowie der Preis wichtige

Tabelle 1: Zitate der Teilnehmer der Gruppendiskussionen zu den Nachhaltigkeitskennzeichnungen für Wildfisch

	<p>„Sieht man so oft, muss gut sein, sonst sähe man es nicht so oft.“</p> <p>„Vor allem sieht man das so häufig, da stelle ich mir die Frage, ob das wirklich jeder verdient dieses Siegel.“</p> <p>„...inflationärer Umgang mit allen möglichen Siegeln und Stempeln, [...] untergräbt halt jede Art von Glaubwürdigkeit für diese Dinger.“</p> <p>„Fisch wird ja zu diesem Haken, also, im Sinne von: Das wurde überprüft im deutschen Markt. Da ist alles gut organisiert, so sieht das für mich aus [...]“</p> <p>„Ja, ich würde auch denken, dass da vielleicht eine Institution dahinter steht, mit diesem MSC, zertifiziert, dass da ein Forschungsinstitut dahinter steckt, die dann auch diese Fischereien prüfen.“</p>
	<p>„Sieht aus wie ein Tauchclub.“</p> <p>„Für mich heißt es einfach Delfine und Wale isst man nicht.“</p> <p>„Ich habe noch nie einen Delfin gegessen. Bedeutung des Logos ist nicht verständlich.“</p> <p>„Kein Name dabei, keine Internetadresse, auch kein Organisationsname.“</p> <p>„Schwarz heißt für mich Tod.“</p> <p>„Wenn ich dieses Bild sehe, würde ich dann denken ok, dann gibt es heute Abend doch lieber Hähnchenbrust.“</p>
	<p>„Aber es fällt ins Auge [...] würde für mich nicht so untergehen.“</p> <p>„Ein Widerspruch in sich, weil Wildfisch kommt ja nicht vom Land, sondern vom Meer. Also das finde ich ein bisschen irreführend.“</p> <p>„Kein eindeutiges Zeichen für Fisch.“</p> <p>„Wirkt auch weniger wie ein Siegel, sondern mehr wie ein Hersteller-Logo.“</p> <p>„Sieht eher aus, wie was für Gemüse.“</p> <p>„Also, man weiß ja nicht wirklich, was das genau ausdrücken soll.“</p>
	<p>„Chance nachzulesen um was es sich hier handelt [...], ob das jetzt eine gute Seite ist.“</p> <p>„Schon auch eher Klamottenlogo.“</p> <p>„Fisch würde ich auch nicht assoziieren.“</p> <p>„Man verbindet jetzt nichts Ernsthaftes damit.“</p> <p>„Wenn man jetzt kein Englisch kann [...] kann man nicht erkennen, was das aussagen soll.“</p>
	<p>„Also wo ich noch am meisten was mit anfangen kann, ist mit dem „Iceland responsible Fisheries“, das sagt ein bisschen was aus.“</p> <p>„Was dahinter genau steht, wissen wir ja auch nicht.“</p> <p>„Warum muss das alles auf Englisch sein?“</p> <p>„Sehr hochwertig, aber zu weit abstrahiert finde ich. Dieser Bezug zu Fischen erschließt sich nicht automatisch, erst über die Schrift.“</p>

Einkaufskriterien sind. Einige Teilnehmer bevorzugten Frischware aus geschmacklichen Gründen, andere Tiefkühlware, weil sie dieser eine größere Frische zusprachen. Auch das Kriterium Preis wurde differenziert gesehen: Einerseits wurde an der Qualität von preisgünstigem Fisch gezweifelt, andererseits stellten niedrige Preise ein Kaufargument dar. Auch der Einsatz nachhaltiger Fangmethoden wurde von einigen Teilnehmern als Kaufkriterium genannt. Dagegen wurden Herkunftsangaben von einigen erst in der weiteren Diskussion als eine wichtige

Information empfunden. Gefragt nach ihrem Verständnis von nachhaltigem Fischfang nannten die Diskussionspartner beispielsweise die Vermeidung von ungewolltem Beifang, Überfischung und den Einsatz großer Schleppnetze. Allerdings verfügten nicht alle Teilnehmer über Kenntnisse zum nachhaltigen Fischfang. Einige Teilnehmer kritisierten den inflationären Gebrauch des Wortes Nachhaltigkeit. Sie äußerten die Ansicht, dass der Begriff auch auf nicht nachhaltige Verfahren und Produkte angewendet wird.

Wahrnehmung von Nachhaltigkeitskennzeichnungen im deutschen Lebensmittelhandel

Im Hinblick auf die Kennzeichnung sollten die Teilnehmer ihnen bekannte Nachhaltigkeitslogos auf Fischprodukten nennen. Dabei zeigte sich, dass die Wahrnehmung entsprechender Logos insgesamt gering ist. Das MSC-Logo (Marine Stewardship Council) war das einzige, das mehrere Teilnehmer von sich aus nannten, teilweise kamen aber auch nur Hinweise wie ein „kleines blaues Logo“. Anschließend wurden den Teilnehmern fünf Logos präsentiert, die auf Fischverpackungen im deutschen Einzelhandel zu finden sind. Das MSC-Logo war das bekannteste Logo, gefolgt von „Naturland Wildfisch“. Allerdings wurde „Naturland Wildfisch“ überwiegend mit landwirtschaftlichen Produkten und weniger mit Fisch in Verbindung gebracht. Nur wenigen war das „Dolphin Safe“-Logo bekannt und es bestand Unsicherheit bezüglich seiner Bedeutung. Die ebenfalls gezeigten Logos „Friend of the Sea“ (FOS) und „Iceland Responsible Fisheries“ (IRF) waren unbekannt.

Beurteilung der Glaubwürdigkeit und der Kaufrelevanz

Die Diskussion der Glaubwürdigkeit (Tab. 1) deutete ein Unbehagen der Verbraucher mit Kennzeichnungen im Allgemeinen, aber auch hinsichtlich der Nachhaltigkeitskennzeichnung bei Wildfisch an. Die Teilnehmer kritisierten die Vielzahl der vorhandenen Logos, ihre weitgehend unbekanntes Inhalte und Richtlinien und misstrauten vielfach den Kontrollen der zertifizierenden Unternehmen und Einrichtungen. Gelegentlich beeinträchtigten die Verwendung der englischen Sprache oder fehlende Hinweise auf Webseiten die Glaubwürdigkeit. Einige Teilnehmer hielten das MSC-Logo aufgrund des relativ hohen Bekanntheitsgrades für glaubwürdig, aus Sicht anderer verringert die relativ große Verbreitung die Glaubwürdigkeit. Die übrigen Logos wurden von der Mehrzahl der Teilnehmer als wenig glaubwürdig eingeschätzt. Nur bei Biokäufern stellte hier „Naturland Wildfisch“ eine Ausnahme dar. Aus der eingeschränkten Wahrnehmung und teilweise geringen Glaubwürdigkeit ergibt sich eine geringere Kaufrelevanz der Nachhaltigkeitskennzeichnungen.

„Nachhaltigkeit ist aber auch ein Wort das natürlich jetzt die letzten eins, zwei, drei Jahre sehr viel gebraucht wird...“

Welche Konsequenzen ergeben sich für die Kennzeichnung der Nachhaltigkeit?

Die Untersuchung legt nahe, dass Nachhaltigkeit für die Kaufentscheidungen der deutschen Verbraucher bei Wildfisch von eher untergeordneter Bedeutung ist. Vorrangige Kaufkriterien sind Attribute wie Geschmack, Frische, Verwendungszweck, Verfügbarkeit und Preis. Allerdings ist das Wissen

über nachhaltige Fischprodukte eher gering und auf dem Markt befindliche Kennzeichnungen sind häufig unbekannt. Das MSC-Logo ist das bekannteste, die tatsächliche Bedeutung des Logos für die Einkaufsentscheidung ist jedoch schwer abzuschätzen. Die Ergebnisse legen die Vermutung nahe, dass Produkte mit dem MSC-Logo vielfach gekauft werden, weil sie der gewünschten Fischqualität entsprechen, nicht aber unbedingt, weil sie nachhaltiger sind. Die vorliegenden Ergebnisse machen deutlich, dass Nachhaltigkeitskennzeichnungen stärker beworben werden sollten, um die Aufmerksamkeit der Verbraucher zu erreichen. Möglich wäre eine Bündelung von einigen wenigen, unter Umständen produktübergreifenden Kennzeichnungen. Dabei ist die Kommunikation über die Durchführung von regelmäßigen und verlässlichen Kontrollen für die Wahrnehmung und die Glaubwürdigkeit wichtig. Zusätzliche Forschung ist dringend erforderlich, um die Gründe der eher geringen Wahrnehmung und Glaubwürdigkeit der Nachhaltigkeitskennzeichnung zu analysieren. Ist es mangelndes Interesse, ist es die Vielzahl an unterschiedlichen Logos und damit verbundenen Produktionsstandards, ist es zunehmendes Misstrauen oder gar Logo-Müdigkeit? Unsere Ergebnisse deuten an, dass die Effektivität immer neuer Kennzeichnungen in Hinblick auf die Änderung des Kaufverhaltens der Verbraucher in Frage gestellt werden sollte.



Dr. Doreen Bürgelt, Dr. Inken Christoph-Schulz, Dr. Petra Salamon, Daniela Weible und Dr. Katrin Zander

Johann Heinrich von Thünen-Institut, Institut für Marktanalyse, Braunschweig

inken.christoph@ti.bund.de