

Was erwarten Verbraucher von nachhaltiger Aquakultur?

Y. Feucht und K. Zander¹

Abstract - Mehrere Studien haben gezeigt, dass Nachhaltigkeit als ethischer Mehrwert von VerbraucherInnen auch bei Fischprodukten geschätzt wird. Bisher ist jedoch weitgehend unbekannt, welche Kenntnisse und Einstellungen VerbraucherInnen zu nachhaltiger Aquakultur und ihren Erzeugnissen haben. Vor diesem Hintergrund wurde in der vorliegenden Untersuchung anhand von Gruppendiskussionen erforscht, wie VerbraucherInnen nachhaltige Aquakultur und ihre Erzeugnisse sowie entsprechende Label wahrnehmen und bewerten. Ein wichtiges Ergebnis ist, dass die VerbraucherInnen meistens über geringes Wissen zur Aquakultur verfügten. Trotzdem hatten sie konkrete Erwartungen an eine nachhaltige Aquakultur. Die Produktionssysteme sollten naturnah und fischgerecht sein. Der Medikamenteneinsatz sollte minimiert werden. Offensichtlich leiteten die TeilnehmerInnen ihr Verständnis von Aquakultur von ihren Vorstellungen zur Tierhaltung in der Landwirtschaft ab.

EINLEITUNG

Der Trend zum ethischen Konsum und die gestiegene VerbraucherInnensensibilität für die negativen Folgen der maritimen Fischerei führen dazu, dass Produkte aus nachhaltiger Aquakultur zunehmend auf dem deutschen Markt präsent sind. Da diese Entwicklung noch relativ neu ist, existieren bisher wenige Studien, die sich mit den Kenntnissen und Einstellungen der VerbraucherInnen zu nachhaltiger Aquakultur beschäftigen.

Aarset et al. (2004) legen dar, dass VerbraucherInnen meist über geringes Wissen zur Aquakultur verfügen. Das Verständnis der VerbraucherInnen von Aquakultur scheint sich aus ihren Vorstellungen zur Landwirtschaft und in der Abgrenzung zur Meeresfischerei zu ergeben (O'Dierno et al., 2006). In diesem Kontext analysiert die vorliegende Arbeit, wie VerbraucherInnen nachhaltige Aquakultur und ihre Erzeugnisse sowie entsprechende Label wahrnehmen und bewerten. Von unseren Ergebnissen leiten wir Empfehlungen für eine verbesserte VerbraucherInnenkommunikation von nachhaltiger Aquakultur und deren Produkten seitens der Aquakulturbranche ab.

METHODIK

Die Wahrnehmungen und Bewertungen der VerbraucherInnen von nachhaltiger Aquakultur wurden mit Hilfe der qualitativen Methode der Gruppendiskussionen

explorativ untersucht. Gruppendiskussionen sind semistrukturierte Diskussionen mit einer kleinen Gruppe von TeilnehmerInnen (6-12), die von einem/einer ModeratorIn angeleitet werden. Durch die Interaktion in der Gruppe wird eine realitätsnähere Kommunikationssituation für ProbandInnen geschaffen als beispielsweise bei standardisierten Einzelbefragungen (Lamnek, 2005). Dadurch werden tiefere Einblicke in die subjektiven Verständnisstrukturen der ProbandInnen erzielt und nicht antizipierte Themen können aufgegriffen werden (Verbeke et al., 2008). Im Frühjahr 2013 wurden sechs Gruppendiskussionen mit zufällig ausgewählten VerbraucherInnen in den Städten Hamburg, Leipzig und Stuttgart durchgeführt. Alle TeilnehmerInnen kauften mindestens einmal pro Monat Fisch. Drei der sechs Gruppen bestanden aus KonsumentInnen von konventionellen Lebensmitteln. Die anderen drei Gruppen bildeten sich aus KonsumentInnen, die mindestens einmal pro Woche ökologische Lebensmittel kauften. In den Gruppendiskussionen wurden die TeilnehmerInnen kurz über Merkmale von drei für Deutschland relevante Aquakultursysteme (Teichanlagen, Durchflusssysteme und geschlossene Kreislaufanlagen) informiert. Die TeilnehmerInnen diskutierten über ihre Erwartungen an eine nachhaltige Aquakultur, den Bekanntheitsgrad von Nachhaltigkeitslabels für Aquakulturprodukte und ihren diesbezüglichen Informationsbedarf. Die Gruppendiskussionen wurden mit Video- und Audiogeräten aufgezeichnet und anschließend transkribiert. Die Transkripte wurden inhaltsanalytisch ausgewertet.

ERGEBNISSE

Besonders wichtig war TeilnehmerInnen bei nachhaltiger Aquakultur eine möglichst große Naturnähe der Anlagen. Die Umgebung um die Zuchtbehältnisse sollte möglichst begrünt und auch für Laien optisch ansprechend sein. Großen Wert legten viele auch auf die artgerechte Haltung von aquatischen Lebewesen. Die Tiere sollten die Möglichkeit haben, in ihrem natürlichen Rhythmus, beispielsweise ohne den Einsatz von wachstumsfördernden Hormonen, heranzuwachsen. Die Haltungsbedingungen sollten die Ausübung artspezifischer Verhaltensweisen erlauben. Große Fischbestände und zu hohe Besatzdichten wurden in Analogie zur Tierhaltung in der Landwirtschaft von vielen TeilnehmerInnen abgelehnt. Der Einsatz von Medikamenten in der Aquakultur sollte möglichst minimiert werden. Die Verwendung von Medikamenten, Hormonen und anderen künstlichen Zusatzstoffen wurde mit Risiken für die Ge-

¹ Yvonne Feucht, Thünen-Institut für Marktanalyse, Braunschweig, Deutschland (yvonne.feucht@ti.bund.de).

Katrin Zander, Thünen-Institut für Marktanalyse, Braunschweig, Deutschland (katrin.zander@ti.bund.de).

sundheit der Konsumenten und für die Umwelt verbunden. Ein weiteres Kriterium für eine nachhaltige Aquakultur war der Umwelt- und Naturschutz. Einige ProbandInnen erwarteten von einer nachhaltigen Aquakultur, dass sie die Umweltwirkungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette von den eingesetzten Produktionsmitteln bis zu den VerbraucherInnen berücksichtigt. Das Futter der Fische sollte möglichst natürlich bzw. nachhaltig erzeugt sein. Nach Meinung einiger TeilnehmerInnen sollte auf den Einsatz von Fischmehl und -öl verzichtet werden. Manche waren der Ansicht, dass die nachhaltige Aquakultur den Standards der ökologischen Erzeugung folgen sollte. Die ökologische Aquakultur wurde als weniger technisiert und somit als natürlicher bzw. traditioneller angesehen. Die ökologische Fischzucht galt diesen TeilnehmerInnen als die nachhaltigste Form der Aquakultur.

Obwohl nachhaltige Fischprodukte flächendeckend im deutschen Lebensmitteleinzelhandel angeboten werden, waren die Label für nachhaltige Aquakulturprodukte größtenteils unbekannt. Das einzige Label, das bei den ProbandInnen in Zusammenhang mit Fisch eine gewisse Bekanntheit besaß, war das MSC-Label (Marine Stewardship Council), welches sich auf Fischprodukten aus nachhaltigem Wildfang findet. Es wurde des Öfteren ohne Vorlage oder Vorgabe seitens der Moderatorin genannt. Mit einer Differenzierung der Label zwischen Wild- und Zuchtfisch waren viele TeilnehmerInnen folglich nicht vertraut. In den Diskussionen wurde deutlich, dass Label beim Fischkauf von untergeordneter Bedeutung sind. Wichtiger waren die Kontrollen der Fischeinkaufsstätten oder es wurde Frischfisch bevorzugt, der selten entsprechend gelabelt ist. Einige TeilnehmerInnen fühlten sich von der generellen Labelvielfalt überfordert und/oder empfanden die Auseinandersetzung mit Labeln als zu zeitaufwendig. Andere dagegen unterstrichen, dass sie Label als zusätzliches Qualitätsmerkmal heranziehen. Manche vermissten auch Hinweise auf weiterführende Informationen zu den Labeln. Auch bestand der Wunsch nach einem einheitlichen Label für alle nachhaltigen Aquakulturerzeugnisse. KonsumentInnen von Biolebensmitteln äußerten, dass ihnen die Ökolabel reichen würden und hinterfragten den Nutzen von zusätzlichen Nachhaltigkeitslabeln für Aquakulturprodukte.

Trotz der teilweise sehr geringen Kenntnisse über (nachhaltige) Aquakultur, bestand nicht bei allen TeilnehmerInnen ein zusätzlicher Informationsbedarf. Einige, stärker Interessierte, wünschten sich mehr Informationen, während andere zusätzliche Informationen mit der Begründung der Überforderung und möglicher Verwirrung ablehnten. Auch befürchteten einige, dass sie bei einer näheren Beschäftigung mit dem Thema ihren Fischkonsum einstellen würden. Wichtig war dagegen fast allen ProbandInnen, ein sicheres und schmackhaftes Fischprodukt zu erhalten. Zusätzlich wünschten sich viele, dass die Produkte ihre Erwartungen hinsichtlich Tiergerechtigkeit und Umweltschutz erfüllen. Allerdings mochte ein Großteil der TeilnehmerInnen dies nicht immer aktiv selber im Laden beurteilen müssen. Stattdessen würden sie die Erfüllung dieser Erwartungen grundsätzlich voraussetzen wollen.

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitslabel scheinen bisher bei der Kaufentscheidung von VerbraucherInnen bei Aquakulturprodukten von untergeordneter Bedeutung zu sein. Dies liegt auch daran, dass VerbraucherInnen oft nur über geringe Kenntnis zur Herkunft und Produktionsweise von Fisch im Allgemeinen und von Produkten der Aquakultur im Besonderen verfügen. Trotz der geringen Kenntnisse ist das Informationsbedürfnis oft schwach ausgeprägt. Offensichtlich ist das Problembewusstsein vieler VerbraucherInnen mit Blick auf Aquakulturen überwiegend gering. Die Diskussionen haben aber auch gezeigt, dass die Aquakultur viele auf einer emotionalen und moralischen Ebene anspricht. Natürlichkeit, Tier-/Fischwohl und die Vermeidung von Medikamenteneinsatz spielen hier eine Rolle. Die Vermittlung dieser Produktionseigenschaften stellt aufgrund der geringen Kenntnisse vieler VerbraucherInnen eine besondere Herausforderung für den Sektor dar. Verwendete Botschaften auf den Verpackungen sollten kurz, eindeutig und nachvollziehbar sein. Den Nachhaltigkeitslabeln sollten Standards zugrunde liegen, die sich deutlich von den gesetzlichen Mindeststandards abheben und diese Standards sollten in für VerbraucherInnen verständlicher Weise zusätzlich im Internet aufbereitet sein. Verwendete Begriffe, wie „natürlich“ und Bilder, wie jene von naturbelassenen Seen, sollten immer mit konkreten und zutreffenden Inhalten hinterlegt sein. Irregeleitete Assoziationen von VerbraucherInnen bergen die potenzielle Gefahr, dass der gesamte Aquakultursektor seine Glaubwürdigkeit verliert.

DANKSAGUNG

Wir bedanken uns für die Förderung der vorliegenden Arbeit durch das Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (BÖLN).

LITERATUR

- Aarset, B., Beckmann, S., Bigne, E., Beveridge, M., Bjørndal, T., Bunting, J. und Young, J. (2004). The European consumers' understanding and perceptions of the "organic" food regime: the case of aquaculture. *British Food Journal* 106(2/3): 93-105.
- Lamnek, S. (2005). *Gruppendiskussion - Theorie und Praxis*, 2. Aufl.. Weinheim, Basel: Beltz UTB.
- O'Dierno, L. J., Govindasamy, R., Puduri, V., Myers, J.J. und Islam, S. (2006). Consumer perceptions and preferences for organic aquatic products: Results from the telephone survey. *P Series*, Rutgers University, Department of Agricultural, Food and Resource Economics.
- Verbeke, W., Pieniak, Z., Brunsø, K., Scholderer, J. und Olsen, S.O. (2008). Evaluating consumer information needs in the purchase of seafood products. In: Toger, B. (Hrsg.). *Improving seafood products for the consumer*, S. 63-84. Boca Raton, Boston, New York, Washington DC: Woodhead Publishing Limited.