

Jahresbericht 2002 des Vereins fair-fish

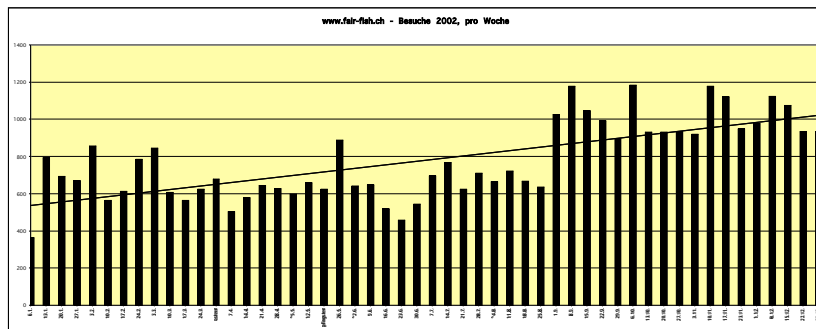
Das dritte Jahr des Vereins fair-fish war teils eine Bestätigung der ersten beiden:

- fortgesetztes Wachstum im Bereich der Kommunikation;
- Stagnation im Bereich Label und Zusammenarbeit mit Partnern.

Neu hinzu kamen ungelöste finanzielle Schwierigkeiten des Vereins.

Bereich Kommunikation: gefestigtes Wachstum

Die verschiedenen Messgrössen im Bereich Kommunikation haben (mit einer Ausnahme) weiter zugenommen, allerdings deutlich weniger stark als im Jahr zuvor. Das lässt sich damit erklären, dass der relative Zuwachs in der Startphase stets am steilsten ist.



Im September überstieg die Zahl der Besuche unserer Website erstmals 1000 pro Woche; seither liegt der Durchschnitt leicht über 1000/Woche. Gleichzeitig nahm die Zahl der Reaktionen auf geschätzt 1,5% aller Besuche ab und fiel auch in absoluten Zahlen kleiner als im Vorjahr aus. Dies lässt darauf schliessen, dass der Besucherkreis zunehmend homogener wird; wer fair-fish schon kennt, hat weniger Drang zu einem feedback. (Dass der Anteil erstmaliger Besucher geschwunden sei, ist aber nur eine Vermutung, die mit den verfügbaren statistischen Daten nicht erhärtet werden kann.)

Messgrössen Kommunikation	2000	2001	01 / 00	2002	02 / 01
Besucher Website pro Tag	18	51	+183%	111	+118%
davon mit Reaktion (Wettbewerb, Frage, usw.)	2,9%	* 4,6%	+188%	1,5%	-30%
Passivmitglieder	20	44	+120%	61	+39%
Abonnenten	40	84	+110%	116	+38%
Spender	24	66	+175%	124	+88%
Einzelbeiträge (Mitgl., Abos, Spenden)	3'300.00	10'000.00	+203%	16540.00	+65%

* Für 2001 korrigiert: mind. feedback/Besuch auf 3,1% runterkorrigiert (140 neue Wettbewerbsadressen nicht via Internet, sondern via Rundbrief)

Der Bereich Kommunikation (inkl. Politik) benötigte im vergangenen Jahr 45% des gesamten Aufwands (2001: 50%).

Im Vergleich zum Vorjahr abgenommen hat das Interesse der Medien an fair-fish: Wir wurden eher seltener um Informationen und Stellungnahmen angefragt, vor allem aber wurde fair-fish in Beiträgen zum Thema Fisch seltener erwähnt. Das dürfte auf folgende Hintergründe zurückzuführen sein:

- Mit MSC und Bio sind zwei Labels zunehmend auf dem Markt präsent, welche von Nicht-Fachleuten auch als Lösung der fair-fish-Anliegen verstanden werden.
- Grosse Organisationen wie Greenpeace und WWF besetzen das Thema nachhaltige Fischerei (das die Öffentlichkeit wiederum mit dem fair-fish-Anliegen gleichsetzt).
- Der Verein fair-fish hat sein Anliegen bisher nicht laut und vereinfacht in die Öffentlichkeit getragen. Ob der Verein in bisheriger Weise tätig bleiben soll, muss gut überlegt sein – auch aus finanzieller Sicht, denn ohne Schlagzeilen keine Spenden...

Versuche mit einer Petition und sechs Informationsständen (St. Gallen, Bern, 2x Zürich, Basel, Winterthur) haben im zweiten Halbjahr gezeigt, dass ein breites Publikum unseren Anliegen Sympathie entgegenbringt. Dass Speisefische meist unter inakzeptablen Bedingungen sterben, ist vielen Leuten eigentlich bewusst, wenn man sie darauf anspricht – dass sich bisher niemand darum kümmert, schon weniger. Es müsste fair-fish gelingen, das Problem viel plakativer zu benennen und viel prägnanter als die Kraft aufzutreten, welche es lösen will.

Zurückhaltend trat der Verein bisher auch in der Politik auf. Bei der Startveranstaltung zum Kapitel Fisch in der neuen Tierschutzverordnung versuchten wir eine Offerte an die verunsicherten Berufsfischer und Fischzüchter, die freilich nicht honoriert wurde. Auch hier ist zu überlegen, ob ein pointierterer, härterer Kurs nicht bessere Resultate brächte.

Spürbar ist, dass Medienschaffende wie Behörden fair-fish durchaus als Kompetenzzentrum in Sachen Fisch anerkennen – aber ausser für das Bundesamt für Veterinärwesen drängt es sich anscheinend nicht immer auf, mit fair-fish in Kontakt zu treten.

Bereich Markt: Produzenten blockieren

Wir hatten uns zu Beginn des Jahres als Ziel gesetzt, mit ein paar Berufsfischern und Fischzüchtern einen Labelvertrag abzuschliessen zu können. Die Bilanz Ende des Jahres ist ernüchternd: noch immer darf erst ein einziger Berufsfischer unser Label führen.

Das Vorjahr hatte mit dem Hoffnungsschimmer geendet, es werde gelingen, einige wenige interessierte Berufsfischer und Fischzüchter als Labelnehmer zu gewinnen. Vor allem die enge Zusammenarbeit mit dem Zürichsee-Fischerobmann Kurt Weidmann liess hoffen, dass die abwartend-reservierte Haltung vieler seiner Kollegen schwinden werde. Bei einer telefonischen Umfrage bei etwa der Hälfte der Deutschschweizer Berufsfischer erfuhren wir im Februar/März eine erstaunliche Sympathie für unser Anliegen, die dann aber bei späteren Telefonaten deutlich abnahm. Inzwischen hatte sich der Vorstand des Berufsfischerverbands äusserst abweisend gegenüber fair-fish geäussert (und wohl auch in seinen Reihen entsprechende Parolen ausgegeben). Anlass für die Verhärtung der Front durch den Verband ist vermutlich die Revision der Tierschutzverordnung unter Einschluss der Fische, die sich im Frühjahr 2002 abzuzeichnen begann. Der Verband liess alle Angebote für Gespräche schlicht unbeantwortet und räumte uns auch kein Gegendarstellungsrecht gegen falsche Behauptungen über fair-fish im Verbandsorgan ein.

Anscheinend kam auch Kurt Weidmann zunehmend unter Druck. Im Sommer verlangte er unter Anführung von Qualitätsgründen immer mehr Ausnahmen vom Tötungsgebot in unseren Richtlinien. Im November beschloss der Vorstand nach zweimaliger längerer Diskussion, auf diese zusätzlichen Ausnahmen nicht einzutreten, da sie nicht logisch zu begründen seien.

Im Dezember schrieben wir alle Deutschschweizer Berufsfischer (110) und Fischzüchter (71) an, dokumentierten sie über unsere Stellungnahme gegenüber dem Berufsfischerverband und luden sie mit vorfrankierter Postkarte zu einem Gratis-Abo unserer Informationen (oder zur Streichung ihrer Adresse) ein. Nach zwei Monaten und einem Erinnerungsschreiben sieht das Ergebnis ernüchternd aus: Je rund zwei Drittel der beiden Berufsgruppen haben nicht geantwortet; 13% der Fischer und 18% der Züchter bestellten ein Abo, 14% der Fischer und 10% der Züchter wollen von uns nicht mehr kontaktiert werden (weitere 6% bzw. 4% verzichten auf unsere Infos, weil sie den Beruf nicht mehr ausüben).

Bei einzelnen Berufsfischer und Fischzüchtern besteht weiterhin Interesse an unserer Tätigkeit. Die Wahrscheinlichkeit, dass einer von ihnen in absehbarer Zeit den Vertrag für unser Label unterzeichnet, ist aber klein. Da fragt es sich, ob es weiterhin gerechtfertigt sei, 11% des Aufwands (im 2002 wie im 2001) für die Acquisition von Partnern aufzuwenden und 5% (Vorjahr 12%) für Labelaufbau, Richtlinien und Kontrolle. Käme der Verein nicht rascher zum Ziel, wenn er diese Mittel dafür einsetzen würde, mehr öffentlichen Druck auf Handel und Produzenten zu machen? Werden denn Handel und Produzenten überhaupt anders handeln, solange dieser Druck für sie nicht spürbar wird?

Druck machen könnten auch Importe von Fischen mit fair-fish-Label. Wir erhielten ein paar Hinweise auf allenfalls geeignete Küstenfischereien, denen wir nachgingen; bisher hat sich aber nichts Konkretes ergeben.

Bereich Finanzierung und Werbung

Bis anhin wurde fair-fish im wesentlichen von sechs Organisationen finanziert (seit 1997). Aus diesem Grund hat der Verein bis Mitte 2002 keine grossen Anstrengungen unternommen, um Einzelmitglieder, Abonnenten und Spender zu gewinnen.

Im vergangenen Jahr reduzierten zwei der sechs Träger ihre bisherigen Beiträge erheblich. Ein eindringlich formulierter Unterstützungsausschuss an interessierte Einzelpersonen erbrachte im Herbst eine gewisse Entlastung, aber noch keine längerfristige Lösung.

Dass sich die Träger des Vereins eher etwas zurückziehen möchten, ist nach langjähriger und grosszügiger Unterstützung mehr als verständlich. Der Verein muss sehr rasch neue Wege zur Finanzierung seiner Tätigkeiten finden und seine Strukturen dementsprechend anpassen.

Ausblick

Der Verein kann seine Ziele erreichen und eine entscheidende Rolle im Tierschutz bei Fischen spielen, wenn es ihm rasch gelingt, sich genügend Mittel zu verschaffen und eine Strategie zu entwickeln, welche Anbieter und Produzenten von Speisefischen nachhaltig unter Druck setzt.

Andernfalls wird der Verein bedeutungslos werden.