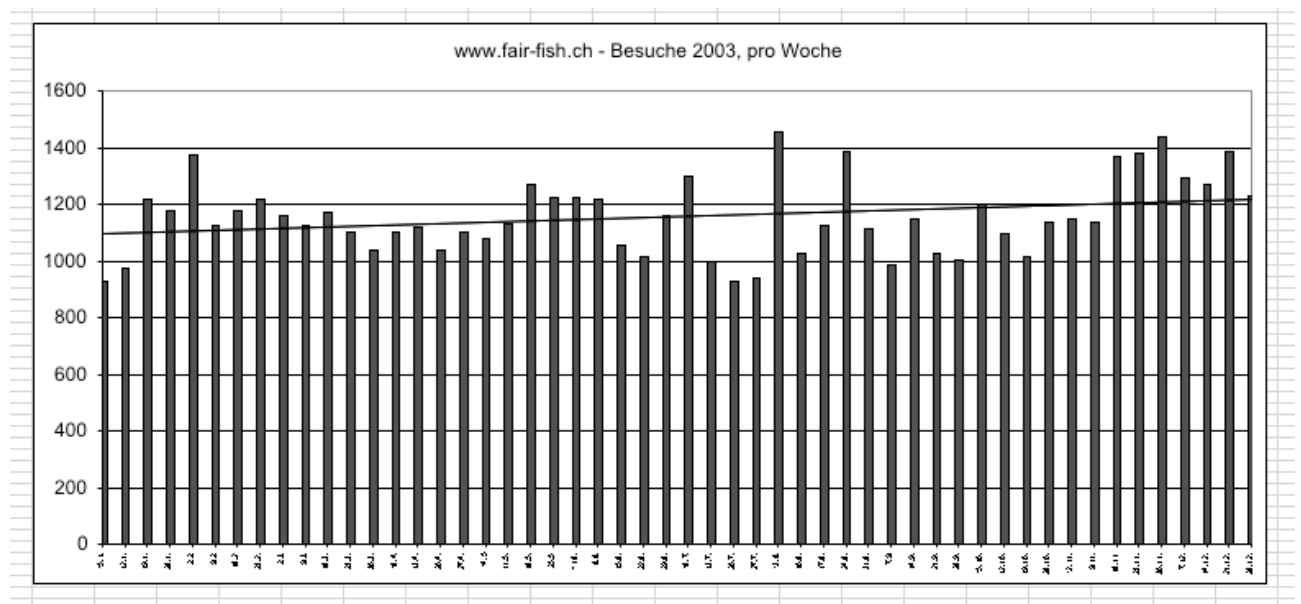


Jahresbericht 2003 des Vereins fair-fish

Das vierte Jahr des Vereins fair-fish war, wie die ersten drei, hauptsächlich gekennzeichnet durch Wachstum im Bereich der Kommunikation (Öffentlichkeitsarbeit, Politik und Kompetenzzentrum) und durch weitere Stagnation im Bereich Label und Zusammenarbeit mit Partnern. Die Finanzierung des Vereins konnte längerfristig gesichert werden, unter Abbau der Verschuldung aus dem Vorjahr, wobei allerdings das Ausmass der Tätigkeiten etwas eingeschränkt werden musste (umgerechnet 34% Stellenprozent für die Fachstelle, Vorjahr 53%).

Bereich Kommunikation: Vertiefung

Die verschiedenen Messgrössen im Bereich Kommunikation haben (mit einer Ausnahme) weiter zugenommen, allerdings wiederum deutlich weniger stark als im Vorjahr. Das lässt sich zum einen aus dem Grenznutzen-Effekt erklären (die ersten Interessenten lassen sich leichter finden als die letzten). Zum andern hat es damit zu tun, dass wir in der ersten Jahreshälfte unsere Tätigkeiten bewusst auf Sparflamme hielten und erst wieder intensivierten, als die Finanzierung definitiv gesichert war. Dementsprechend nahm die Zahl der Besuche auf unserer Website bis zur Jahresmitte leicht ab und stieg erst nach der Sommerpause wieder an.



Während die Trendlinie zu Beginn des Jahres 2002 bei 550 Website-Besuchen pro Woche begann, startete sie 2003 mit 1100 und erreichte Ende 2003 bereits 1220 Besuche pro Woche. Im Jahresdurchschnitt erhielt unsere Website 1155 Besuche pro Woche, 165 pro Tag – ein sehr hoher Wert, wenn er mit dem verglichen wird, was andere Organisationen mit wesentlich höherem Budget erreichen (kagfreiland und Vier Pfoten Schweiz zum Beispiel liegen deutlich tiefer).

Die Zahl der Besuche mit aktiven Reaktionen (Wettbewerb, Anfragen, Bestellungen usw.) auf gemittelt 1,1% aller Besuche ab und blieb in absoluten Zahlen ähnlich hoch wie im Vorjahr. Auch hier wieder der zu erwartende Grenznutzeneffekt: Der Anteil der stärker interessierten Besucher nimmt mit zunehmender Zahl der Besuche ab, trotz laufend erweitertem Inhaltsangebot. (Interessant wäre zu wissen, wieviele Personen unsere Website zum ersten oder zu wiederholten Malen besucht haben; aus dem vorhandenen statistischen Material lässt sich dies aber leider nicht ermitteln.)

Gleichzeitig nahm die Zahl der Mitglieder, Abonnenten und Spender auch 2003 deutlich zu. Es ist uns also trotz minimalem Werbeaufwand gelungen, den Kreis der stark Interessierten weiter zu festigen. Allerdings liegt die Summe dieser Beiträge unter dem Vorjahr, in welchem wir einen dringenden Spendenaufruf publiziert hatten.

Messgrößen Kommunikation	2000	2001	01 / 00	2002	02 / 01	2003	03/02
Besucher Website pro Tag	18	51	+183%	111	+118%	165	+49%
davon mit Reaktion	2,9%	* 4,6%	+188%	1,5%	-30%	1.1%	-27%
Passivmitglieder *	20	44	+120%	61	+39%	79	+30%
Abonnenten *	40	84	+110%	116	+38%	130	+12%
Spender *	24	66	+175%	124	+88%	189	+52%
Beiträge (Mitgl., Abos, Spenden) **	3'300.00	10'000.00	+203%	16540.00	+65%	13'620.00	-18%%

* mit Zahlung in den letzten 18 Monaten (1.7.02–31.12.03)

** Summe der Zahlungen 1.1.–31.12.03

Der Bereich Kommunikation benötigte im vergangenen Jahr 67% des gesamten Aufwands (2002: 45%, 2001: 50%). Für die Basiskommunikation (Info, Website usw.) wurden 32% der Mittel verwendet, für das Kompetenzzentrum (Beratung, fish-facts, Dokumentation) 28% und für Politik 7%. (Siehe auch Grafik am Schluss.)

Neu kamen 2003 folgende 3 Leistungen hinzu: Die Dokumentationsreihe fish-facts mit insgesamt 4 Ausgaben, die Mitwirkung in 2 Arbeitsgruppen des Bundesamts für Veterinärwesen (BVet), welche Grundsätze für Fischfang und Fischzucht zuhanden der neuen Tierschutzverordnung erarbeiteten (dieser Prozess ist seit Sommer 2003 durch die politische Agenda unterbrochen) und Beratung für Anfänger in Zierfischhaltung per EMail (in Zusammenarbeit mit Aquarianern).

Das Interesse der Medien an fair-fish hielt sich entsprechend unserem reduzierten Programm etwa auf dem relativ bescheidenen Niveau des Vorjahres. Einzelne Medienschaffende, Fachbehörden wie das BVet und NGOs wie WWF, Greenpeace oder Stiftung für Konsumentenschutz anerkennen fair-fish aber als Kompetenzzentrum in Sachen Fisch und suchen fallweise den Kontakt zu uns.

Bereich Label: Noch immer keine neuen «fairen Fische»

Aufgrund der knappen Finanzlage und des Mangels an Partner in Produktion und Handel beschloss der fair-fish-Vorstand im Februar, den Bereich Label auf Sparflamme weiterzuführen (4% aller Ausgaben). Als Ersatz für interessierte Konsument/innen haben wir die Fischliste mit Einkaufsempfehlungen erweitert und vertieft (fish-facts 1).

Noch immer darf erst ein einziger Berufsfischer unser Label führen. Ein ernsthaft interessierter Fischzüchter kämpft noch immer mit finanziellen Problemen, welche ihm einen Umbau zur Erfüllung unserer Vorschriften verunmöglichen. Neue Interessenten konnten wir trotz diverser Gespräche leider nicht finden. Der Verband der Berufsfischer zeigt uns weiterhin die kalte Schulter, und mit dem Verband der Fischzüchter kann ein sinnvoller Kontakt erst wieder gesucht werden, wenn dessen Präsidium ändert.

Der Kontakt mit der kleinen Entwicklungsorganisation EcoSolidar (Zürich) öffnete im Sommer die Aussicht auf eine Kooperation mit lokalen Fischern im Rahmen eines Projekts in Senegal. Wir fragten danach Schweizer Importeure, Verarbeiter und Anbieter von Speisefischen im Sommer an, ob sie an «fairen Fischen» aus Senegal interessiert wären. Nur ein Bio-Grossist reagierte verhalten positiv. Nachdem wir das ermutigende Resultat der 2002 durchgeführten Unterschriftensammlung (Bereitschaft zur Entrichtung eines höheren Kaufpreises für faire Fische) via info und Medien publik gemacht hatten, doppelten wir im Herbst bei allen Befragten und diesmal auch zusätzlich bei beiden Grossverteilern nach. Sowohl Coop wie Migros zeigten ein gewisses Interesse und luden uns je zu einer ersten Besprechung ein. (Das Gespräch mit Coop fand im Januar 2004 statt und zeigte diverse Probleme auf; ein Gespräch mit Migros ist auf Februar angesetzt. EcoSolidar wird im Frühling vor Ort sein und Möglichkeiten evaluieren. Konkrete Möglichkeiten werden sich frühestens gegen Ende 2004 abzeichnen.)

Bereich Finanzierung und Werbung

Nachdem zu Jahresbeginn feststand, dass Bioterra und Tierschutzbund den Verein fair-fish nicht mehr mittragen können, zeichnete sich im März eine ermutigende Lösung ab: Der Zürcher Tierschutz sicherte uns für die Jahre 2003–2005 einen Beitrag von 45'000.– Franken pro Jahr zu! Zusammen mit den Beiträgen von Schweizer Tierschutz STS (15'000.–), Aarg. Tierschutzverein ATs (5'000.–) und dem Verband Tierschutzorganisationen Schweiz VETO (2'000.–) und Beiträgen von Mitgliedern, Abonnenten und Spendern (13'620.–) war es uns möglich, die Tätigkeiten auf etwas reduziertem Niveau fortzusetzen.

Durch die Verwertung von rund 1000 verwertbaren Adressen aus unserer Unterschriften-sammlung konnten wir unseren Adressbestand auf etwas über 3000 ausbauen. Zugenommen hat auch die Zahl der Interessenten und Unterstützenden in Deutschland (7% aller Adressen), vor allem dank einer Beilage, die uns Animals Angels in einem Versand offerierte.

Ausblick

Im Bericht über das Vorjahr hiess es zum Schluss: «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.»

Die Situation blieb auch 2003 unverändert, und die für 2004 bis jetzt zugesagten Mittel stellen ebenfalls noch keine Intensivierung unserer Tätigkeiten in Aussicht. Eine fünfte Tierschutzorganisation wird allenfalls 2005 zum Kreis der Träger dazustossen, doch für einen wirklich guten Ausblick müssten wir weitere Partner oder Gönner finden.

Heinzpeter Studer, 7. 2. 2004

Vom Geschäftsprüfer Christoph Zopp, Altdorf, am 11.02.2004 geprüft und zur Abnahme empfohlen.

Von der Vereinsversammlung am 23.02.2004 in Zürich genehmigt.

