

REWE GROUP

STATUSBERICHT

NACHHALTIGER FISCH 2013/2014

INHALT

I	Kommunikation	5
	Internet	5
	Märkte und Handzettel	5
	Advertorials	5
	Nachhaltigkeitsbericht	5
II	Sortimentsgestaltung	6
	Generelles	6
	Bedrohte Fischarten	6
	MSC-Angelruten-Thunfisch	6
	MSC/PRO PLANET	7
	ASC	7
	BIO	7
	QR-basierter Tracking-Code	8
	MSC-Tierfutter	9
	Frischfischsortiment	9
	ASC-Goldlocke	9
	Gruppenzertifizierung MSC/ASC	9

INHALT

III Engagement	10
Fischwirtschafts-Gipfel	10
Schreiben zur Makrelenquote	10
Runder Tisch Aquakultur	10
Fischbestände online	10
Sozialstandards und der MSC	10
GLOBALG.A.P. ASC GAA FOS	11
Inseparable	11
Fish International	11
Isländischer Walfang	11
Workshop Aquakultur	12

Die Jahre 2013 und 2014 waren durch die Umsetzung der GFP (Gemeinsame Fischereipolitik) in der EU und der dadurch resultierenden GMO (EU VO 1379/2013) geprägt. Wir sind überzeugt, dass die politischen Randbedingungen in der EU eine sehr gute Grundlage für eine Etablierung und Fortführung nachhaltiger politischer Ziele in der Fischerei-Strategie darstellen. Wir wünschen uns, dass diese Ziele langfristig nachvollziehbar werden, indem die Fischbestände des Nordostatlantiks, des Mittelmeeres und des mittleren Atlantiks innerhalb der nachhaltigen Grenzen befischt werden.

Hierzu gehört die Reduzierung der Rückwurfmengen, die nur durch angepasste Fangtechniken und eine Anrechnung auf die Quoten sowie eine optimale Verwertung des Beifangs erfolgen kann. Eine Kontrollinstanz muss entsprechende Prüfungen durchführen.

Hinsichtlich des steigenden Anteils an Importfisch ist die Kommission gefordert, die Dokumentation der legalen Herkunft dieser Produkte anhand der existierenden EU-Zertifikatpraxis („IUU-Zertifikate“) zu optimieren und weitere Länder von der transparenten Anwendung zu überzeugen.

Sicherlich kann eine so umfassende Reform nicht alle Themen gleichermaßen berücksichtigen. Deshalb muss erwähnt werden, dass weiterhin ein Bedarf an der Optimierung der Fangtechniken hinsichtlich des Einflusses auf den Meeresboden und auch der Energieeffizienz besteht.

Die jetzt anstehende nächste große Herausforderung wird die Sicherstellung der nachhaltigen Aquakultur innerhalb der EU-Grenzen, aber auch für Importfisch sein. Vor diesem Hintergrund steigt auch die Relevanz, soziale Themen mit einzubinden. Sicherlich ist die Politik mit der Etablierung dieser gesetzlichen Rahmenbedingungen dem Ziel der nachhaltigen Fischerei wesentlich nähergekommen, doch muss final der Einzelhändler dem Endverbraucher nachhaltig erzeugte Fischprodukte anbieten können. Die Globalisierung der Märkte und steigende Geschwindigkeit der Verfügbarkeit entsprechender Fischartikel fordern weiterhin ein ungebremstes Engagement des Einzelhandels und weiterer Stakeholder.

Vor diesem Hintergrund haben wir die Leitlinie für Fische, Krebs- und Weichtiere aktualisiert und grundlegend um das Thema Aquakultur erweitert.¹⁾

Diese Anpassung unterstreicht, dass die REWE Group sich ihrer Verantwortung als Lebensmittelhändler für Fische, Krebs- und Weichtiere sowie deren Verarbeitungsprodukte bewusst ist und der kontinuierlichen Steigerung der nachhaltig erzeugten Produkte im Sortiment durch klare Definitionen gerecht wird.

¹⁾ <http://www.rewe-group.com/nachhaltigkeit/publikationen/leitlinien/leitlinie-fuer-fisch>

I KOMMUNIKATION

Die REWE Group kommuniziert auch weiterhin offen und transparent über ihre Aktivitäten im Rahmen des nachhaltigeren Fischfangs.

Internet

Im Internet wurde die im Jahr 2012 umfassend aufgesetzte Kommunikation zum Thema nachhaltigerer Fisch sowohl bei REWE als auch bei PENNY stetig aktualisiert.

Märkte und Handzettel

Im Handzettel, dem wichtigsten Kommunikationsmedium im Handel, hat REWE 2013 in 11 von 52 Ausgaben und 2014 in 17 von 52 Ausgaben das Thema nachhaltigerer Fisch dargestellt. Bei PENNY wurde das Thema über mehrere Seiten 2013 6 Mal und 5 Mal im Jahr 2014 gespielt.

Zusätzlich hat REWE im Jahr 2014 eine große Plakatkampagne zur Bewerbung des neuen REWE Beste Wahl Thunfischs aus MSC-Angelrutenfischerei umgesetzt (siehe S. 6).

2014 hat REWE die „Goldlocke“ eingeführt. Dabei handelt es sich um einen aus ASC-zertifizierter Aquakultur stammenden, geräucherten Tilapia als Ersatz für die Schillerlocke (siehe S. 9). Zur Einführung hat REWE an allen Frischfischtheken eine ausführliche Aufklärungskampagne mit Aufstellern und Plakaten durchgeführt.

Advertorials

Sowohl 2013 als auch im Jahr 2014 hat die REWE Group in zielgruppenrelevanten Publikumszeitschriften (z. B. Stern, GEO, National Geographic) eine Advertorial-Kampagne zu nachhaltigerem Fischfang geschaltet. Diese sollte insbesondere dazu dienen, Leser über bestehende Herausforderungen und einen nachhaltigeren Fischkonsum zu informieren.

Nachhaltigkeitsbericht

Im Nachhaltigkeitsbericht 2011/2012, der im Jahr 2013 veröffentlicht wurde, erschien ein Special zum Statusreport „Nachhaltiger Fisch 2012“.

II SORTIMENTSGESTALTUNG

Generelles

Durch die natürliche und zum Teil vom Menschen bestimmte Dynamik der Wildfisch-Bestandsentwicklungen werden alle Partner der Wertschöpfungskette jährlich vor neue Herausforderungen hinsichtlich der Sicherung nachhaltiger Quellen gestellt. Für uns bedeutete dies in den Jahren 2013 und 2014, dass z. B. der stark eingeschränkte Bezug von nachhaltiger MSC-Makrele zu Engpässen führte. Die Überziehung der Gesamtquote wurde durch ungleich verteilte Fangquoten zwischen den nordostatlantischen Anrainern verursacht und ist das Resultat eines fehlenden Managementplans, der zu verhandeln ist. Die Sardinenfischerei vor der marokkanischen Küste wurde aufgrund des steigenden Bestandsdruckes zunehmend kritischer bewertet. Wirkliche Alternativen existieren derzeit nicht. Somit haben wir die Rückverfolgbarkeit für diese Produkte durch die Einführung des Tracking Codes für Sardinen erhöht und können zunehmend komplette Herkunftstransparenz erzeugen.

Bedrohte Fischarten

Die Auswahl der von uns gehandelten Wildfische erfolgt auf Basis der jährlich aktualisierten „Orientierungsliste für Wildfisch“, die basierend auf den Erkenntnissen kompetenter Umweltschutzorganisationen (z. B. Greenpeace, WWF, Monterey Bay Aquarium, Fishsource) erstellt worden ist. Dadurch können wir den Handel von gefährdeten Wildfischen ausschließen.

MSC-Angelruten-Thunfisch

Im September 2013 konnten wir als erster Händler in Deutschland (REWE Beste Wahl) und im Juli 2014 (PENNY Berida) zwei Konservenvarianten (in eigenem Saft bzw. Sonnenblumenöl) von per Handleinen gefangenem MSC-Thunfisch (echter Bonito) aus den Malediven erfolgreich einführen. Die dortige MSC-zertifizierte Fischerei fängt den Skipjack traditionell mit kleinen Booten per Handleinenfang. Der hierfür benötigte Köderfisch wird dokumentiert nachhaltig gefangen.

MSC/PRO PLANET

Durch die Weiterentwicklung des Portfolios konnte im Jahr 2013 der Anteil MSC-zertifizierter Artikel auf jetzt mehr als 85% erhöht werden. Der Anteil der PRO PLANET gelabelten Produkte beträgt 74%.

ASC

Vor dem Hintergrund des sich entwickelnden ASC-Standards hat REWE ein neues ASC-Pangasius-Produkt im TK-Sortiment etabliert. Die Filets stammen aus Vietnam und werden durch die Industriemarke der Firma Fish & More GmbH vertrieben. Die REWE Group begrüßt die steigende Anzahl zertifizierter Farmen und erwartet mit Interesse die Ausdehnung auf weitere Spezies wie Lachs und Garnelen.

BIO

Durch die entsprechende Nachfrage nach Bioprodukten haben sich Aquakultur-Garnelen, Lachsprodukte und Forellenprodukte im BIO Eigenmarkensortiment etabliert.



QR-basierter Tracking-Code

Die Nutzung der Trackingcodes wurde seit dem Start des Systems im August 2012 auf über 70 Fischartikel, vom Heringsfilet über das Fischstäbchen, den Wildlachs und weitere Produkte ausgeweitet.















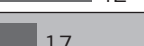
Die ersten Aquakulturprodukte können jetzt bis auf die Farmregion online zurückverfolgt werden.

Somit kann der Kunde auf den Webseiten, per Smartphone oder PC, zunehmend sein Produkt auf die Fangflotte oder sogar das Fangschiff zurückverfolgen. Mit ergänzenden Informationen über den Fisch, das Fanggebiet und die Fangtechnik steht dem Kunden eine bislang im Handel einmalige Tiefe an Informationen über die Herkunft des Produktes zur Verfügung. Durch diese indirekte Herkunftsprüfung wird die Wahrscheinlichkeit, dass der Fisch aus illegaler und damit unregulierter Piratenfischerei stammt, nahezu ausgeschlossen.

Weitere Informationen unter: <http://www.penny.de/fisch> und <http://www.rewe.de/meinfisch>

Im Trackingcode-Test von Greenpeace (2013) wird aufgezeigt, dass von den zehn untersuchten Marken die REWE Group mit Berida (PENNY), ja! und REWE die Plätze 2–4 belegt hat.

Tabelle 1: Rückverfolgbarkeit von Fischprodukten

Unternehmen	Marke	Anteil der erfüllten Greenpeace-Anforderungen in Prozent	
		Wildfang	Aquakultur
FROSTA	FROSTA	 65	
REWE Group	Berida	 59	
	Penny	 59	
	ja!	 59	
	REWE	 59	
Followfish	Followfish	 53	 67
Femeg	Femeg	 41	 50
NORMA	Fjordkrone	 41	 42
	Neptune's Garden	 41	 42
iglo	iglo	 24	 17

Quelle: Greenpeace, August 2013

MSC-Tierfutter

Durch die steigende Verfügbarkeit von MSC-zertifizierten Fischkomponenten ist es uns möglich geworden, im Tierfuttersegment für „REWE Beste Wahl“ und „PENNY Saphir“ die Schalenkonzepte mit MSC-zertifiziertem Weißfisch auszustatten.

Frischfischsortiment

Das Tagesgeschäft im Frischfischsektor ist durch den Bezug von überwiegend frischem Fisch aus europäischen Regionen gekennzeichnet. Weiterhin werden keine gefährdeten Arten vermarktet. Es werden Lieferanten bevorzugt, deren Wertschöpfungskette bereits mit nachhaltigkeitsrelevanten Standards (wie z. B. MSC, ASC, Naturland, GLOBALG.A.P.) produziert. Außerdem werden zertifizierte immer den nicht zertifizierten Produkten vorgezogen.

ASC-Goldlocke

Eine Innovation ist die „Goldlocke“, die seit Herbst 2014 anstelle der Schillerlocke angeboten werden kann. Die Goldlocke ist das geräucherte Filet des Tilapias, welcher aus einer ASC-zertifizierten Fischerei aus Indonesien stammt und somit den gefährdeten Dornhai ablöst. Diese von REWE initiierte Entwicklung zeigt auf, dass auch kreative Lösungen die Nachhaltigkeit eines Sortiments stärken.

Gruppenzertifizierung MSC/ASC

Im Rahmen der wieder bestandenen, jährlichen Gruppenzertifizierung für MSC- und ASC-Artikel wurden die neuen ab 2014 geltenden Zertifizierungskennziffern bekannt gegeben (MSC-C-52510 und ASC-C-00181). Somit ist es unseren Frischfischtheken weiterhin möglich, diese inzwischen weitläufig verfügbaren, nachhaltig und verantwortlich erzeugten Wild- und Aquakulturartikel zu führen.

III ENGAGEMENT

18.02.2013: Fischwirtschafts-Gipfel

Die REWE Group hat auf dem Podium „Nachhaltige Aquakultur“ des 2. Fischwirtschafts-Gipfels 2013 das Thema nachhaltige Aquakultur aus Sicht des Handels bewertet und herausgestellt, dass zertifizierte Wertschöpfungsketten zu bevorzugen sind. In diesem Kontext muss dem Verbraucher anhand einer Kennzeichnung und möglichst ergänzender Kommunikation erklärt werden, warum diese Artikel nachhaltiger erzeugt worden sind und warum der Mehrwert gerechtfertigt ist. Gegenwärtig werden Produkte des Aquaculture Stewardship Council's (ASC) als eine gute Option wahrgenommen.

13.04.2013: Schreiben zur Makrelenquote

Auf Initiative der REWE Group hat der BVLH (Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels) die EU-Kommissarin Maria Damanaki in einem Schreiben aufgefordert, die Verhandlungen mit Island, Norwegen und den Färöer-Inseln zwecks nachhaltiger Makrelenquotenverteilung zu forcieren.

22.05.2013: Runder Tisch Aquakultur

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Aquakulturaktivitäten in Deutschland und den potenziellen finanziellen Anreizen der EU, Investitionsbeihilfen zu gewähren, hatte das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) zu einem runden Tisch eingeladen, bei dem auch Handelsvertreter, wie die REWE Group, vertreten waren. Wir unterstützen das nationale Engagement, solange umweltschonende Methoden und ökonomisch sinnvolle Ansätze entwickelt und realisiert werden. Wünschenswert ist die Sicherstellung des Angebotes von regionalen Fischprodukten auf nationaler Ebene.

Fischbestände online

Weiterhin unterstützt die REWE Group das „Fischbestände online“-Portal, da hier wesentliche, bestandsrelevante, wissenschaftlich basierte Informationen aufbereitet und zur Verfügung gestellt werden. Es wird gewünscht, dass auch eine dezierte Bewertung der Fangtechniken entwickelt wird.

Sozialstandards und der MSC

Handelsseitig (BVLH) wurde im Rahmen eines Dialoges mit der deutschen MSC-Vertretung der ausdrückliche Wunsch geäußert, Sozialstandards in die Auswahlkriterien des MSC Audits mit aufzunehmen. Die REWE Group hat dieses Treffen unterstützt und verfolgt gespannt die Entwicklung eines Ansatzes zur Berücksichtigung von Sozialstandards in die Auswahl von MSC-Fischereien und -Partnern in der Wertschöpfungskette.

GLOBALG.A.P. | ASC | GAA | FOS

Als Mitglied der GLOBALG.A.P. unterstützen wir die Annäherung an die ASC-, FOS- und die GAA-Standards. Wir sehen in diesen Standards eine grundlegende Basis und unterstützen den Ansatz, dass „globale Lösungen nur über mehr Kooperation“ erfolgreich umgesetzt werden können.

27.01.2014: Inseparable

Am 27. Januar 2014 hat die REWE Group als einer der deutschen Handelspartner an der Auftaktveranstaltung „Inseparable“ der EU-Kommissarin Maria Damanaki in Hamburg teilgenommen.

In diesem Zusammenhang bedanken wir uns bei Frau Damanaki für ihr großes Engagement zur Erhaltung und Entwicklung einer nachhaltigen Fischereipolitik.

10.02.2014: Fish International

Verantwortungsvoll produzierter, ASC-zertifizierter Lachs stand bei dem Update des ASC auf der „Fish International“ in Bremen 2014 im Mittelpunkt des Interesses. Die REWE Group war dort auf dem Podium vertreten und wurde entsprechend zitiert: „Wir, als REWE Group, sind ambitioniert, unser Fischsortiment, inklusive Lachs, auf ein nachhaltigeres Niveau zu bringen und zu halten. Das ASC-Programm unterstützt diese Anforderung für unser konventionelles Aquakulturportfolio und passt gut zu den existierenden Standards. Diese Produkte, wie solche, die das ASC-Logo tragen, fördern das Vertrauen auf Verbraucher- und Handelsseite, da sie aus geprüfter und kontrollierter Herkunft stammen.“

Isländischer Walfang

Ein wesentlicher Aspekt der konstruktiven Auseinandersetzung, insbesondere bei ambivalenten Themen, ist die Einbindung der konträr positionierten Partner per Dialog. Anfang August 2014 hat die REWE Group HB Grandi (isländischer Fischverarbeiter und Händler für den deutschen Markt) aufgefordert, Stellung zu den öffentlich diskutierten Anschuldigungen hinsichtlich der Einbindung in den isländischen Walfang zu beziehen. HB Grandi stellte in einem Antwortschreiben heraus, dass der erwähnte Aktionär von HB Grandi keine Möglichkeit habe, seine Interessen direkt durchzusetzen. Des Weiteren distanziert sich HB Grandi vom Walfang, da das Unternehmen an keinen Aktivitäten beteiligt sei, die für den Walfang relevant seien. Laut Stellungnahme wird der Mietvertrag mit der Walfangfirma zur Nutzung einer HB Grandi gehörenden Verarbeitungshalle Ende September 2014 auslaufen und nicht verlängert werden. Die REWE Group wird die Entwicklung begleiten und den Dialog weiterführen.

15.09.2014: Workshop Aquakultur

Die REWE Group engagiert sich für den nationalen/regionalen Bezug von Fisch und begleitet Aktivitäten, die eine regionale Versorgung mit Fischspezialitäten ermöglichen. Im Workshop Aquakultur des Thünen-Instituts für Marktanalyse wurden Konsumentenwahrnehmung und -erwartungen diskutiert. Eine wesentliche Herausforderung für den deutschen Handel wird die Kommunikation über deutsche Spezies sein. Ein Beispiel ist die sinkende Nachfrage nach Spiegelkarpfen, obwohl er eine der nachhaltigsten, regionalen Optionen darstellen kann.

Impressum

Herausgeber: REWE Group | Unternehmenskommunikation | 50603 Köln

Telefon: +49 221 149-1050 | Fax: +49 221 138-898

Der Dialog zum Thema Nachhaltiger Fisch ist uns ein wichtiges Anliegen.
Für Anregungen und Rückfragen kontaktieren Sie uns unter: nachhaltigkeit@rewe-group.com

Stand März 2015

