

Supermarktnamen

Erläuterungen

1 = Welternährungsorganisation der Vereinten Nationen

2 = Diese Erfassung gilt sowohl für nationale wie auch internationale Listen (z. B. unter IUCN, OSP)

3 = Nichtregierungs-Organisationen

gelb = übergeordnete Fragekomplexe

blau = auszufüllende Bereiche

1. Rückverfolgbarkeit					
	Können Sie folgende Informationen für Ihren Fisch und andere Meeresfrüchte zurückverfolgen? (Beachten Sie bitte, dass diese Frage den prozentualen Anteil des gesamten Geschäftsvolumen von Fisch und Meeresfrüchten bewertet.)	Alle (100%)	Viele (50-100%)	Einige (25-50%)	Wenige / Keine (<25%)
1.1	Allgemeiner und lateinischer Namen?				
1.2	FAO (1) - Fanggebiet oder das Land, in dem der Fisch gezüchtet wurde (z.B. bei Aquakultur)?				
1.3	Bestand für wild gefangenen Fisch oder das Herkunftsland für Produkte aus Aquakultur?				
1.4	Konkrete Angabe der Fang- oder Zuchtmethode?				
1.5	Anlandehafen für wild gefangenen Fisch?				
1.6	Tag des Fanges?				
1.7	Fangschiff?				
2. Nachhaltige Einkaufspolitik für Fisch und andere Meeresfrüchte		Ja	Nein		
2.1	Gibt es in Ihrem Unternehmen eine schriftlich festgelegte nachhaltige Einkaufspolitik für Fisch und Meeresfrüchte?				
2.2	Ist Ihre Einkaufspolitik öffentlich zugänglich (z.B. im Internet)?				
2.3	Beinhaltet ihre nachhaltige Einkaufspolitik einen klar definierten Entscheidungsprozess zum Fischeinkauf?				

3. Definition von „nachhaltig“					
3.1	Was sind Ihre Kriterien für den Einkauf von „nachhaltig“ gefangenen Wildfisch und anderen wilden Meeresfrüchten?	Ja	Nein		
3.1a	Kein Bezug von Fischarten/-beständen, die wissenschaftlich als überfischt bewertet wurden?				
3.1b	Kein Bezug von Fischarten, die als bedroht/gefährdet/stark gefährdet oder vom Aussterben bedroht gelistet sind, oder von denen nur mangelhaftes Datenmaterial vorliegt, oder die als schützenswert vermerkt sind (2)?				
3.1c	Kein Bezug von Arten, die von besonders anfällig für Übernutzung sind (z.B. Tiefseearten wie Hoki)?				
3.1d	Kein Bezug von schlecht regulierten Beständen und insbesondere aus illegalen, unregulierten und undokumentierten (IUU) Quellen?				
3.1e	Kein Bezug von Fisch, der mit Methoden gefangen wurde, die schädlich für andere marine Arten sind (z.B. Grundschleppnetz-Fischerei)?				
3.1f	Kein Bezug von Fisch, dessen Fangmethode traditionelle Fanggründe oder lokale Existenzen bedroht?				
3.1g	Andere Kriterien, die den Bezug aus nicht-nachhaltigen Bestände ausschließen?				
3.2	Was sind Ihre Kriterien für den Einkauf von „nachhaltig“ gezüchteten Fisch“?	Ja	Nein		
3.2a	Befolgen von nationalen Umweltstandards?				
3.2b	Befolgen von nachhaltigen maximalen Bestandsbegrenzungen (stocking density limits)?				
3.2c	Fütterungspolitik, die insbesondere das Verfüttern von Fischöl und Fischmehl vermeidet/minimiert?				
3.2d	Maßnahmen gegen den Ausbruch von Zuchtfischen?				
3.2e	Kein Bezug von Fisch, der mit Methoden gezüchtet wurde, die schädlich für andere Arten oder Lebensräume sind (z.B. die Einführung nicht heimischer Arten, Fang von Laich aus dem Meer und Töten von Laich anderer Arten, Sperrung von Flüssen für wandernde Arten)?				
3.2f	Kein Bezug von Zuchtfisch, der mit Methoden gezüchtet wurde, die traditionelle Fanggründe oder lokale Existenzen bedrohen?				
3.2g	Andere Kriterien, die nicht-nachhaltige Zuchtmethoden ausschließen?				

4. Prinzipien einer nachhaltigen Einkaufspolitik für Fisch					
	Welche der folgenden Prinzipien sind durch ihre nachhaltige Einkaufspolitik für Fisch und andere Meeresfrüchte abgedeckt?	Ja	Nein		
4.1	„Das Schlimmste beseitigen“: Stop des Kaufs von Fischarten/-beständen und anderen Meeresfrüchten, die im Greenpeace Fisch&Facts mit rot bewertet werden und für die es keine alternative nachhaltige Quelle gibt?				
4.2	„Das Beste vorantreiben und aktiv bewerben“: den Anteil von Fischarten/-beständen, die die im Greenpeace Fisch&Facts mit grün bewertet wurden, erhöhen?				
4.3	„Den Rest verändern & verbessern“, d.h. für die übrigen Arten/Bestände gilt:	Ja	Nein		
4.3a	Zusammenarbeit mit Lieferanten, die Fisch aus den verfügbaren nachhaltigsten Quellen beziehen?				
4.3b	Zusammenarbeit mit anderen Stakeholdern (Regierungen, Fischindustrie, NGOs (3), Wissenschaft), um das Management und die Nachhaltigkeit der Fischereien, aus den bezogen wird, zu verbessern?				
4.4	„Klar geregelte Beziehung zu den Lieferanten“, d.h:	Ja	Nein		
4.4a	Ihre Lieferanten halten sich an die definierten Nachhaltigkeitskriterien Ihres Unternehmens?				
4.4b	Sie stellen den Verkauf von Lieferanten ein, die sich weigern zu einem nachhaltigerem Ansatz zu finden?				
4.4c	Ausübung von Druck auf die Lieferanten für die Etablierung einer nachhaltigeren Bewirtschaftung von Fischereien, wenn hier Spielraum für eine Fortentwicklung besteht?				
4.5	„Kauf von (gut) bewirtschafteten Wildbeständen“, z.B:	Ja	Nein		
4.5a	Bestände, die durch eine nationale oder internationale Fischerei Management Organisation verwaltet werden?				
4.5b	Bestände, bei denen die Fänge die wissenschaftlich festgelegten Fangquoten nicht übersteigen?				
4.5c	Bestände, die im Einklang mit dem Vorsorgeprinzip oder dem ökosystemaren Ansatz verwaltet werden?				
4.6	„Rückverfolgbarkeit gewährleisten“, d.h. Verkauf von Fisch, bei dem eine Rückverfolgbarkeit bis auf das Fangschiff gewährleistet ist (mit der Beweislage, dass der Fang innerhalb der ausgewiesenen Fangquote lag)?				

5. Kennzeichnung		Ja	Nein		
5.1	Hat Ihr Unternehmen eine Kennzeichnungs-Strategie?				
5.2	Wenn ja, welche Informationen beinhaltet diese?				
5.2a	Allgemeiner Name				
5.2b	Wissenschaftlicher Name				
5.2c	FAO-Fanggebiet				
5.2d	Bestand von dem der Fisch gefangen wurde oder die Farm, auf der er gezüchtet wurde				
5.2e	Fang- oder Zuchtmethode				
5.2f	Fangdatum				
		Ja (wieviele?)	Nein		
5.2g	andere Informationen				
6. Praktische Umsetzung					
		Alle (100%)	Viele (50- 100%)	Einige (25- 50%)	Wenig e / Keine (<25%)
6.1	Wieviel Prozent Ihres Gesamtsortiments an Fisch und anderen Meeresfrüchten werden derzeit von Ihrer nachhaltigen Fischeinkaufspolitik erfasst?				
6.2	Wieviel Prozent Ihres Gesamtsortiments an Fisch und anderen Meeresfrüchten werden derzeit von Ihrer Kennzeichnungs-Strategie abgedeckt?				
6.3	Wieviele Arten der von Greenpeace „rot“ gekennzeichneten Fischarten haben Sie derzeit in Ihrem Sortiment?				
		Ja	Nein		
6.4	Bilden Sie Ihre Mitarbeiter bezüglich Ihrer nachhaltigen Fischeinkaufspolitik und deren Umsetzung weiter?				
		Intern & Extern	Intern	Nein	
6.5	Haben Sie ein Monitoring mit dem Sie überprüfen, ob Ihrer Einkaufspolitik in Ihrem Haus umgesetzt wird und Ihre Lieferanten Ihre Anforderungen erfüllen?				

7. Marketing					
		Ja	Ja, aber nicht öffentlich	Nein	
7.1	Verfolgen Sie als öffentliches Ziel das Bewusstsein Ihrer Kunden über nachhaltigen Fisch und andere Meeresprodukte zu steigern?				
		Ja	Nein		
7.2	Arbeiten Sie selber aktiv daran, das Bewusstsein Ihrer Kunden über nachhaltigen Fisch und andere Meeresprodukte zu steigern?				
7.3	Wenn Sie Frage 7.2 mit Ja beantwortet haben, wie setzen sie das um?	zutreffendes ankreuzen			
	Beschilderung				
	Magazine				
	Webseite				
	Werbung				
	Kundenanreize				
		Ja	Nein		
7.4	Vermitteln Sie Ihren Kunden Ihre Fischbeschaffung- und Fischeinkaufspolitik?				
7.5	Wenn Sie 7.4 mit ja beantwortet haben: Wie vermitteln Sie Ihren Kunden Ihre Einkaufspolitik?	zutreffendes ankreuzen			
	Beschilderung				
	Magazine				
	Webseite				
	Werbung				
	Kundenanreize				