

TEMA

IMAGE I FISKERISEKTOREN

HVAD ANDRE SIGER OM OS

EUROPÆISKE FORBRUGERE ER TEMMELIG ENIGE OM INDTRYKKENE AF FISKERISEKTOREN OG DE INDTRYK ER OVERRASKENDE POSITIVE.

En storstilet undersøgelse viser, at specielt mænd er positivt stemt overfor fiskerisektoren. Samtidig er der en tendens til, at ældre er mere positiv overfor fiskerisektoren end yngre. Det hænger sandsynligvis sammen med, at fiskeriet tidligere fyldte mere i samfundet og fiskerne tjente mange penge i 1960'erne og 1970'erne.

Undersøgelsen viser samtidig, at fiskerisektorens image generelt er bedst i Danmark og værst i Frankrig. Det kan sandsynligvis forklares med meget forskellige former for kommunikation.

I Danmark lægges der meget arbejde i at fortælle om verden om erhvervet, fiskeprodukterne mv. Modsat har de franske fiskere – ligesom de franske landmænd – i stort omfang gjort opmærksom på sig selv via utilfredshed herunder strejker. Dermed være dog ikke sagt, at de danske fiskere ikke gør opmærksom på deres utilfredshed med kvoter ol., men det billede, der tegnes af den danske fiskerisektor, er mere nuanceret.

Halvdelen af forbrugerne har en oplevelse af, at omfanget af det europæiske fiskeri er steget i løbet af de seneste 20 år.

Det er ikke tilfældet - tværtimod – men i den periode er verdens fiskeriproduktion steget.

Ser man på reguleringen af dansk fiskeri, så er de danske forbrugere mere tilbøjelige til at mene, at fiskeriet bliver reguleret tilstrækkeligt / overdrevent end de øvrige landes forbrugere. I tillæg hertil mener 63% af de danske forbrugere, at fiskerne overholder reguleringen et sted mellem acceptabelt og meget tilfredsstillende.

EN OMFATTENDE TEMPERATURMÅLING

I NÆRVÆRENDE TEMA GENGIVER FISKERICIRKLEN RESULTATERNE AF EN FÆLLES EUROPÆISK UNDERSØGELSE OM, HVAD EUROPÆERERE VED OG MENER OM FISKERISEKTOREN.

I undersøgelsen indgår forbrugere fra Danmark, Belgien, Holland, Frankrig og Italien – i alt over 5.000 forbrugere. Der indgår 847 danske besvarelser og undersøgelsen er således repræsentativ for danskernes holdninger.

Af hensyn til temaets omfang har vi valgt at fokusere på de danske forbrugeres besvarelser og kun i det omfang, de danske besvarelser afviger afgørende fra de øvrige svar, er det gengivet.

Selve analysen udspringer af et samarbejde i Det Sociale Dialog Udvalg. Fra dansk side er Fiskericirklen tovholder på opgaven og The Nielsen Company har gennemført den danske del af spørgeskemaundersøgelsen. Alle landenes besvarelser er samlet ved Universitet i Nantes.

Der er ligeledes udarbejdet en undersøgelse af, hvad fiskerne mener om fiskerisektoren, men resultaterne foreligger endnu ikke, da de belgiske resultater ikke er klar. De resultater vil blive gengivet på et senere tidspunkt i Fiskeri Tidende.

Fiskericirklen vil i den forbindelse gerne benytte lejligheden til at udtrykke en stor tak til de lokalforeninger og fiskere, som har givet sig tid til at besvare spørgeskemaundersøgelsen. Den endelige rapport om indtryk af fiskerisektoren vil blive lagt ud på www.fiskericirklen.dk, når den foreligger.

KAN DET BRUGES TIL NOGET

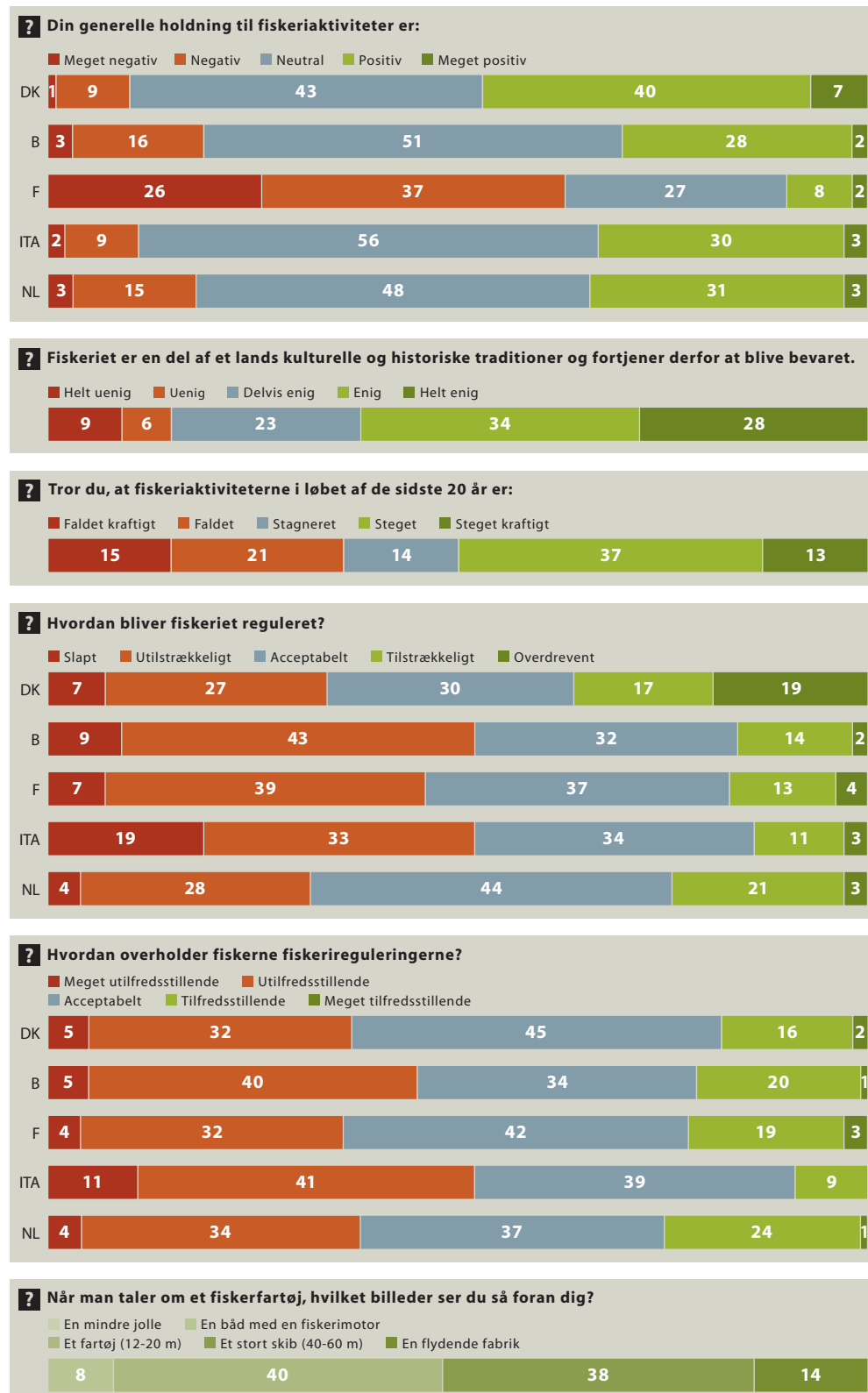
UNDERSØGELSEN GIVER NYTTIGE INFORMATIONER OM FISKERISEKTORENS IMAGE MV.

Den fælles europæiske undersøgelse giver en række svar på, hvordan forbrugerne ser fiskerisektoren. De pågældende oplysninger er særdeles relevante. F.eks. har fiskerisektoren hidtil brugt mange ressourcer på at diskutere sektorens ringe image, men nærværende undersøgelse viser netop, at de

danske forbrugere har et relativt positivt syn på fiskerisektoren. Dvs. undersøgelsen er i høj grad stof til eftertanke.

Samtidig giver undersøgelsen en god pejling med, hvilke fordomme der er om sektoren og dermed også hvilke fordomme, vi i fremtiden skal gøre op med. Og det gælder indenfor en række områder herunder politisk kommunikation, rekruttering, arbejdsmiljø, salg af fisk mv.

FISKERIET GENERELT



BEGRÆNSET KENDSKAB TIL FISKERIPOLITIKKEN

BLOT EN FJERDEDEL AF DE DANSKE FORBRUGERE KENDER TIL EU'S FÆLLES FISKERIPOLITIK.

Det synes umiddelbart ikke af mange, men tager man højde for, hvor mange erhverv og politikområder, der er og størrelsen af fiskeriets område, er det naturlig nok, at forbrugerne ikke kender til fiskeriets politikområde.

Til gengæld svarer 98% af de danske forbrugere, som kender til fiskeripolitikken, at den bliver forvaltet på EU-niveau. Det er langt fra

tilfældet blandt de øvrige europæiske forbrugere. F.eks. mener kun 48 % af de hollændere, som svarer at de kender fiskeripolitikken, at fiskeriet bliver forvaltet på EU-niveau.

Samme billede tegner sig, når man spørger til kendskabet til TAC og kvoter blandt de forbrugere, som kender fiskeripolitikken. Her svarer 93% af de danske forbrugere bekræftende, mens alene 46% af italienerne kender til TAC og kvoter.

Der tegner sig således et billede af, at de danske forbrugere er relativt mere informerede om fiskeripolitikken end de øvrige EU-forbrugere.

VIDEN OM FISKERI

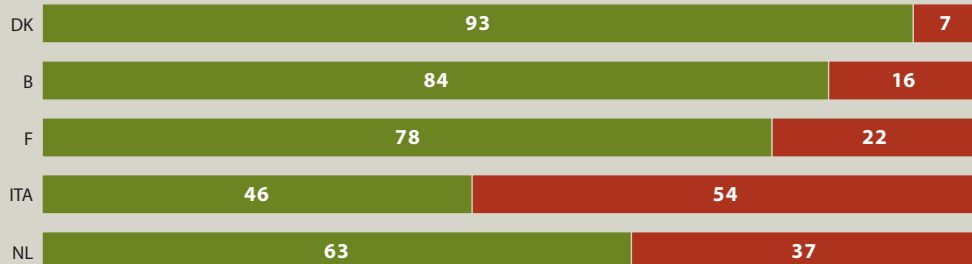
? Har du kendskab til EU's Fælles Fiskeripolitik?

Ja Nej



? Hvis ja, kender du TAC og kvoter?

Ja Nej



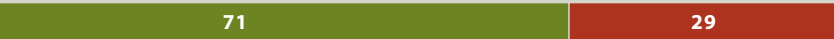
? Bliver fiskeriet forvaltet lokalt?

Ja Nej



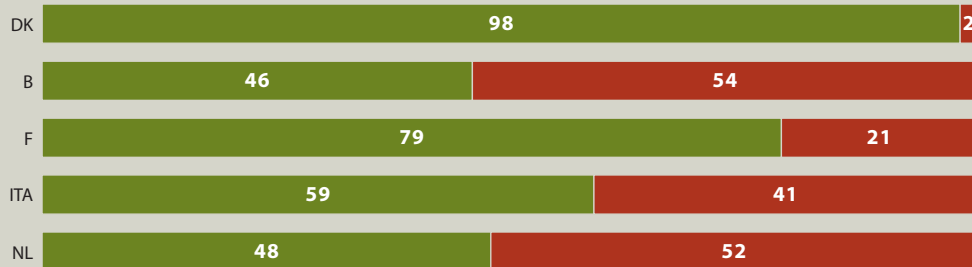
? Bliver fiskeriet forvaltet nationalt?

Ja Nej



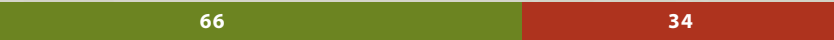
? Bliver fiskeriet forvaltet på EU-niveau?

Ja Nej



? Bliver fiskeriet forvaltet internationalt?

Ja Nej



VISSE FISKEARTER ER TRUEDE

DE DANSKE FORBRUGERE MENER LIGESOM DE ØVRIGE EUROPÆRERE, AT FISKERIETS INDVIRKNING PÅ MILJØET ER STOR ELLER MEGET STOR.

Samme undersøgelse viser også, at halvdelen af forbrugerne oplever, at mængden af fisk i havene er ustabil.

Ser man på fiskearterne, udskiller de danske forbrugere sig dog. Her mener kun 12% af

danskerne, at alle arter er truede i alle have, mens samme tal er 49% for italienerne. Til gengæld mener stort set alle adspurgte danskere, at visse arter er truede i visse havområder. Dvs. der er en tendens til, at de danske forbrugere graderer fiskene.

Forbrugerne mener, at forurening er hovedårsagen til reduktionen i fiskebestandene.

Fiskeriet får med 81% ja besvarelser også en stor del af skylden for de faldende fiskebestande, mens den globale opvarmning kun for 68% vedkommende er en forklaring.

MILJØ

? Er fiskeriets indvirkning på havmiljøet:

Meget stor Stor Svag Ikke eksisterende



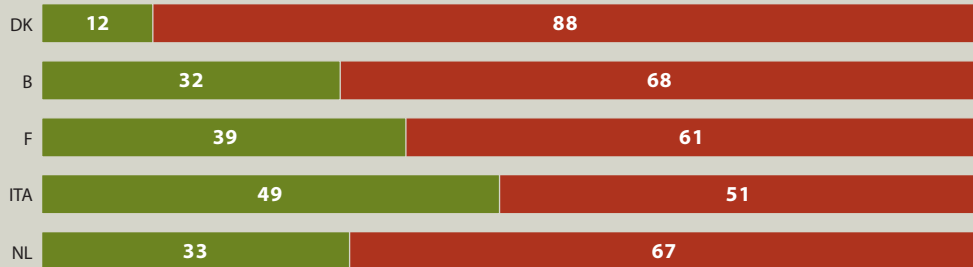
? Er mængden af fisk i havet stabil?

Helt uenig Uenig Delvis enig Enig Helt enig



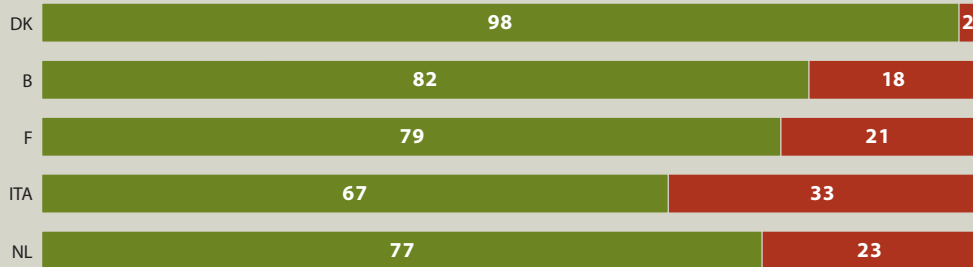
? Mener du, at alle arter er truede i alle have?

Ja Nej



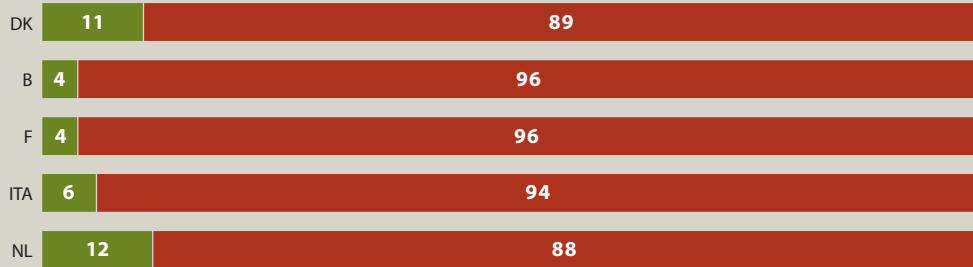
? Mener du, at visse arter er truede i visse havområder?

Ja Nej



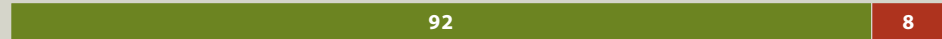
? Mener du, at ingen arter er truet i øjeblikket?

Ja Nej



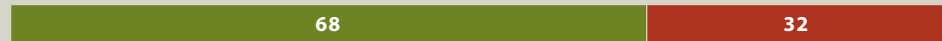
? Hvis du anser, at antallet af fisk i havet er faldet, tror du da, det er sket pga. forurening?

Ja Nej



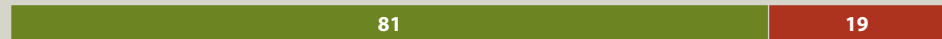
? Hvis du anser, at antallet af fisk i havet er faldet, tror du da, det er sket pga. opvarmning?

Ja Nej



? Hvis du anser, at antallet af fisk i havet er faldet, tror du da, det er sket pga. større fangstmængder?

Ja Nej



HVERKEN ROVDYR ELLER HAVETS BESKYTTERE

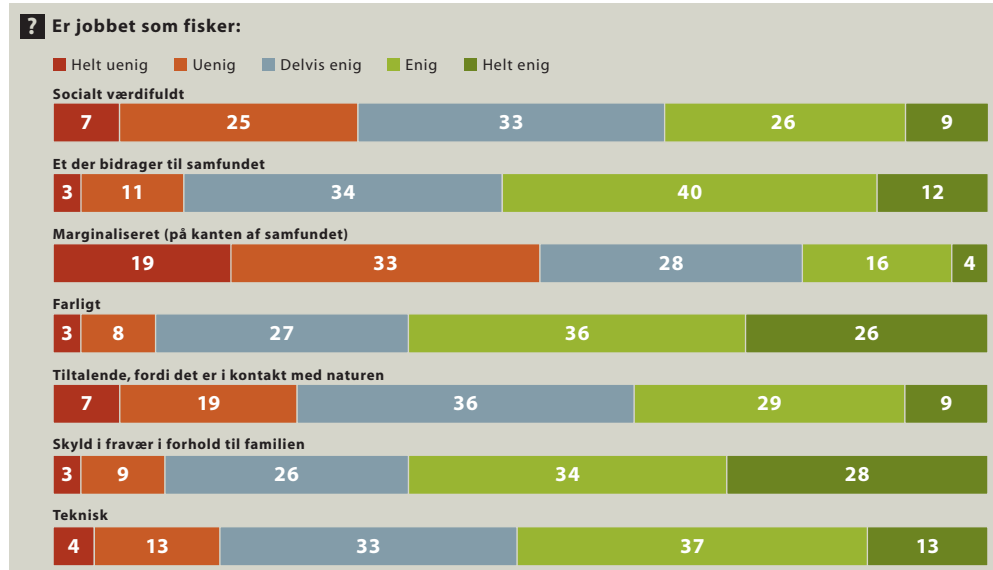
FORBRUGERNE TEGNER ET NUANCERET BILLEDE AF JOBBENE I DANSK FISKERI, MEN DET ER KUN DE FÆRRESTE, SOM VIL ANBEFALE DERES NÆRMESTE AT TAGE EN FISKERUDDANNELSE.

Forbrugerne mener overvejende, at fiskerisektoren er en kilde til national beskæftigelse og de hælder til, at jobbet som fisker er et fag for fremtiden. Desværre fører det dog ikke forbrugerne til at anbefale deres nærmeste til at tage en fiskeruddannelse. Det er således kun 6% af forbrugerne, som er (helt) enige i, at de vil anbefale deres nærmeste at tage en fiskeruddannelse.

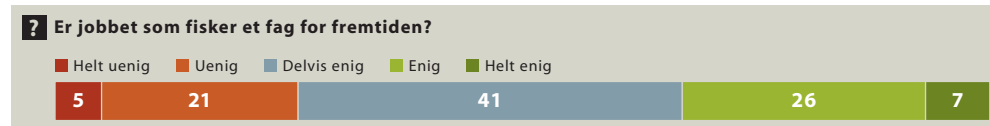
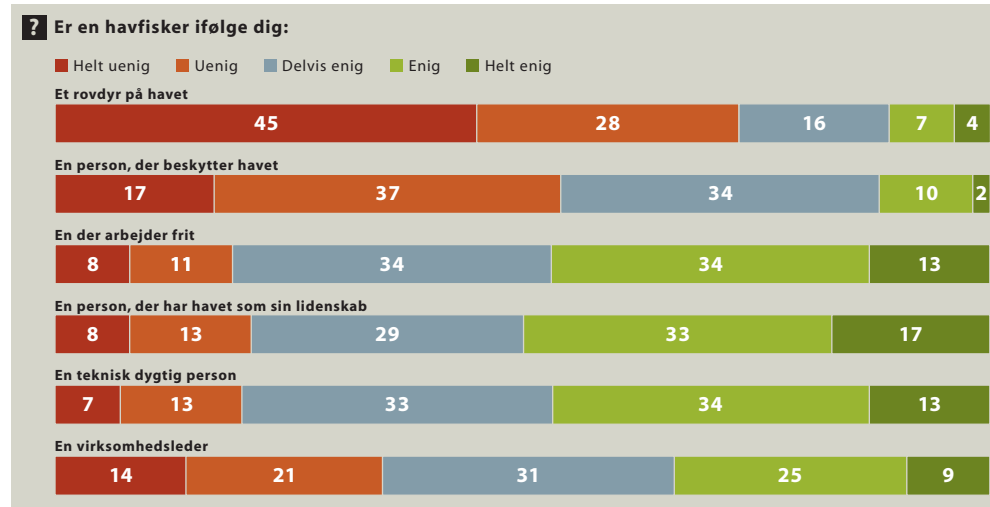
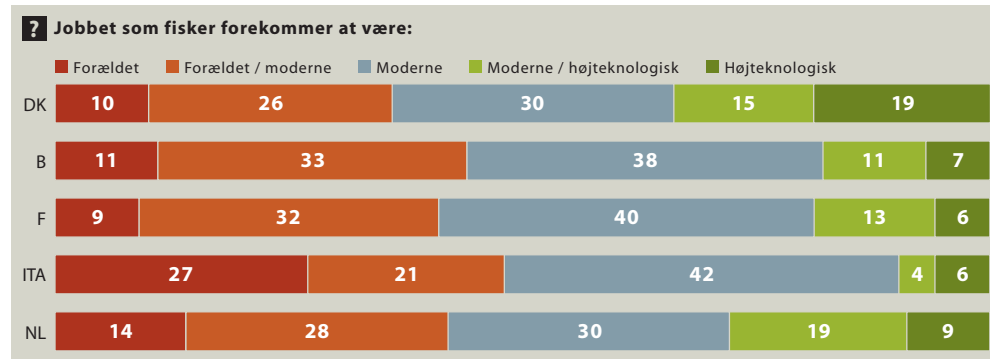
Efter et fortvivlet suk, må man dog glæde sig over, hvis 6% af danskerne kunne finde på, at anbefale fiskeruddannelsen til deres nærmeste. Det matcher så rigeligt de rekrutteringsbehov, fiskerisektoren har.

Et nærliggende spørgsmål er nu, hvordan forbrugerne egentlig ser på fiskerne? Undersøgelsen viser, at fiskerne på den ene side ikke opfattes som rovdyr på havet, men på den anden side er de heller ikke nogle, som beskytter havet.

Det er opfattelsen, at fiskerne arbejder frit og har havet som sin lidenskab. Samtidig hælder undersøgelsen til, at fiskerne er teknisk dygtige og jobbet er relativt moderne /højteknologisk. Undersøgelsen viser dog også, at fiskeriet bliver opfattet, som værende farligt.



BESKÆFTIGELSE



TV ER DET STÆRKESTE MEDIE

DE FLESTE FORBRUGERE FÅR DERES INFORMATION OM FISKERI I TV OG DET ER SÅLEDES ET STÆRKT MEDIE, NÅR BUDSKABER SKAL UD I OMVERDENEN.

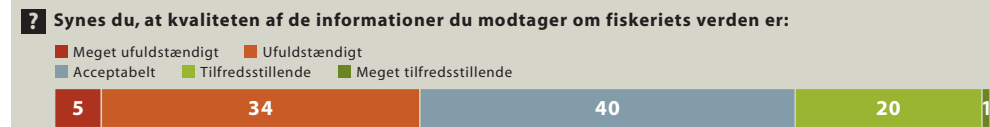
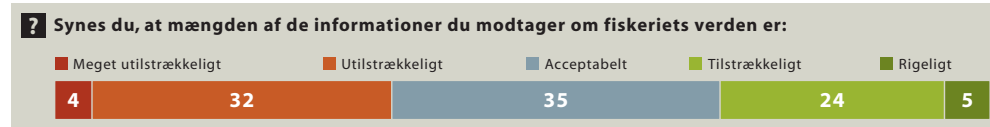
86% af de danske forbrugere henter deres viden om fiskeri fra TV og TV er således det sikreste medie, hvis man vil have sine budskaber ud i omverdenen. Næst efter TV kommer dagblade og ugeblade. Her finder to tredjedele af forbrugerne deres viden om fiskeri.

Noget overraskende henter hele 32% af forbrugerne oplysninger om fiskeriaktiviteter i videnskabelige tidsskrifter, mens initiativer, som stammer fra ministerier og / eller kommuner kun udgør 4%.

Ser man på mængden af informationer om fiskeriet, så mener 64% af de danske forbrugere, at der er acceptable til rigelige mængder af information om fiskeriet. I tillæg hertil finder 61% af forbrugerne, at kvaliteten af informationerne er acceptable til meget tilfredsstillende.

Som ventet finder 58% af forbrugerne, at fiskeriet vanligvis omtales i (meget) negative vendinger. Det faktum synes dog ikke at påvirke forbrugernes generelle holdning til fiskeriaktiviteterne, jf. det første spørgsmål i dette tema, hvor 90% af besvarelsene om den generelle holdning til fiskeriaktiviteter er neutrale til meget positive.

MEDIER



KVALITETSPRODUKTER I HØJSÆDET

DE DANSKE FORBRUGERE
VIL GERNE DET HELE, MEN
SPØRGSMÅLET ER, OM DE ER
VILLIGE TIL AT BETALE
PRISEN?

Forbrugernes holdninger til fisk og fiskeprodukter er i stort omfang blevet belyst af såvel folk internt i sektoren som eksternt af konsulentbureauer mv. Forbrugerundersøgelsen giver således ikke alverdens nye resultater på dette område.

F.eks. mener de fleste, at det er sundt at spise fisk og prisen såvel som varens tilstand og udseende er afgørende i købsituationen. De fleste ønsker en miljømærkning af fisk, dog er de danske forbrugere knap så overbevidste herom som f.eks. franskmænd og italienere. De danske forbrugere er ej heller så opmærksomme på fiskenes oprindelsessted, som f.eks. italienere og franskmænd.

Uanset resultaterne af denne og andre undersøgelser af forbrugsmønstre, vises forbrugernes præferencer først for alvor, når de står ved kasseapparatet - klar til at betale.

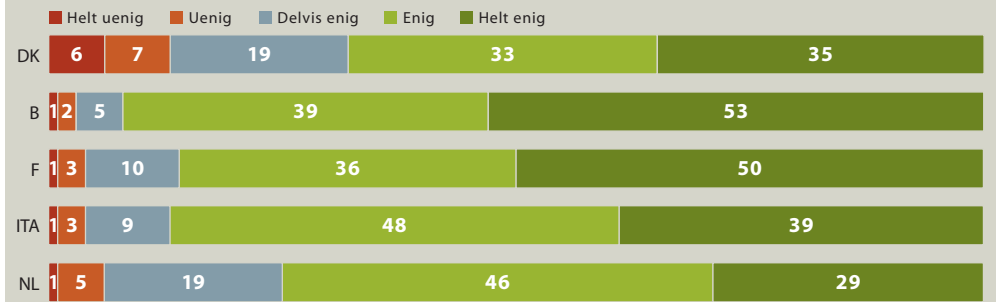


KØBE/SPISE FISK

? Mener du det er vigtigt for mennesker at spise fisk?



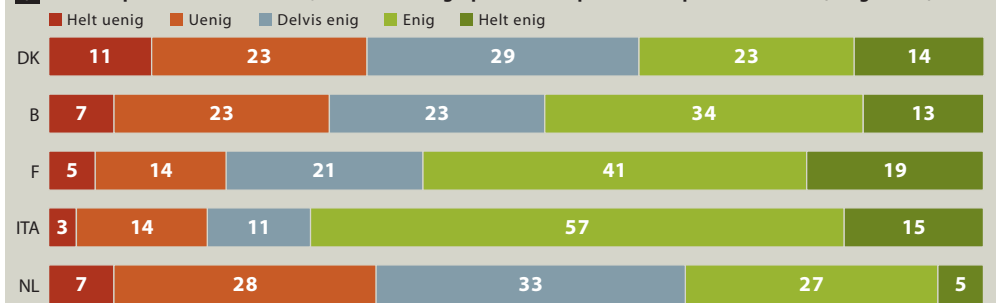
? Fisk, som bliver fanget med fangsteknikker, der respekterer miljøet, bør være mærket med en speciel etiket/label.



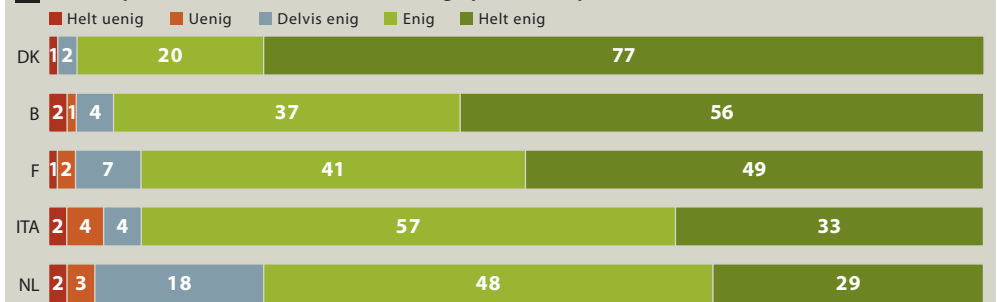
? Når du spiser eller køber fisk, er du så særlig opmærksom på prisen?



? Når du spiser eller køber fisk, er du så særlig opmærksom på varens oprindelsessted (fangststed)?



? Når du spiser eller køber fisk, er du så særlig opmærksom på friskhed (sidste anvendelsesdato)?



? Når du spiser eller køber fisk, er du så særlig opmærksom på det, som jeg ved om artens udnyttelsesstatus?



? Når du spiser eller køber fisk, er du så særlig opmærksom på varens tilstand (frisk eller frossen)?



? Når du spiser eller køber fisk, er du så særlig opmærksom på hvordan varen ser ud?



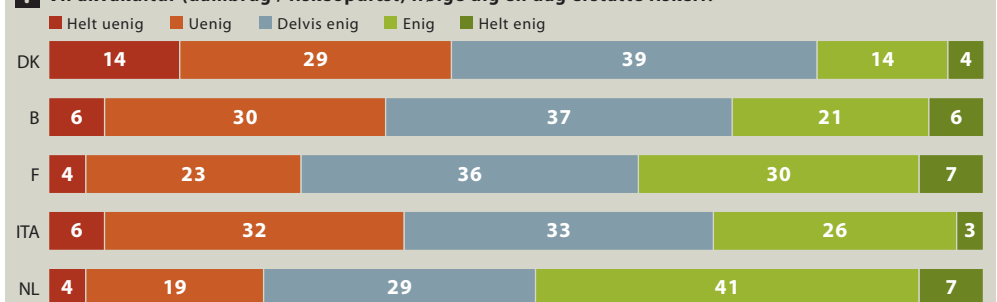
? Når du spiser eller køber fisk, er du så særlig opmærksom på om den stammer fra opdræt eller vild?



? Når du spiser eller køber fisk, er du så særlig opmærksom på sælgerens eller restauratørens råd?



? Vil akvakultur (dambrug / fiskeopdræt) ifølge dig en dag erstatte fiskeri?



Den danske del af projektet er finansieret af Fiskeafgiftsfonden.

KILDER: Universitetet i Nantes | The Nielsen Company

TEKSTER: Marianne R. Olrik | LAYOUT: Steen T. Sørensen