

# FISCH MIT HAKEN

## ANHANG: MATERIAL UND METHODEN



Um die Nachhaltigkeit von Meeresfrüchten in Deutschland zu bewerten, wurden Filialen der größten Lebensmittelhändler Deutschlands (Supermärkte) in vier verschiedenen Bundesländern besucht. Supermärkte machen einen großen Teil der verkauften Meeresfrüchte in Deutschland aus. In jedem Supermarkt wurden die Vielfalt und relative Menge der Meeresfrüchte erfasst, zufällig ausgewählte Produkte fotografiert und die detaillierte Herkunft jedes Produkts analysiert. Anschließend verglichen wir jedes Produkt mit unseren eigenen Nachhaltigkeitsdaten (siehe unten), wodurch es möglich wurde, daraus das Nachhaltigkeitsniveau der in großen deutschen Supermärkten verkauften Meeresfrüchte abzuleiten.

### Stichproben

Die Probenahme erfolgte in 28 Supermärkten: Aldi (Süd und Nord), EDEKA, Netto, Lidl, Kaufland, REWE und Penny, die die größten Lebensmittelhändler Deutschlands repräsentieren (Konzernatlas 2026). 90 Prozent der Fischverkäufe in Deutschland erfolgen in Supermärkten, Hypermärkten und Discountläden (FIZ 2024). Um regionale und saisonale Unterschiede im Meeresfrüchtesortiment in Deutschland auszugleichen, wurde jeweils eine Filiale in den Bundesländern Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Hessen und Nordrhein-Westfalen besucht, die Nord-, Ost-, West- und Mitteldeutschland abdeckten. Im Hinblick auf die Aufteilung von ALDI wurden jeweils zwei Standorte mit ALDI Süd und ALDI Nord ausgewählt. **Tabelle 1** zeigt die Stichprobenperioden der verschiedenen Einzelhändler pro Region. Vor jedem Besuch wurde die CSR-Einheit jedes Händlers über den Zweck und das Datum unseres Probenbesuchs informiert. Meeresfrüchte folgender Warenbereiche wurden probiert: gekühlte Produkte, Tiefkühlprodukte und

**Tabelle 1:** Supermärkte inspiziert in Hamburg, Vorpommern, Hessen und Nordrhein-Westfalen mit Adresse und Besuchsdatum. Zweigstellen von ALDI Süd oder Nord, je nach Region, EDEKA, Kaufland, LIDL, Netto, Penny und REWE, wurden in jeder Region besucht. Keine Daten für REWE in Duisburg.

Einzelhändler		Region	Adresse	Datum
ALDI	Nord	Hamburg	Grindelberg 27-31, 20144 Hamburg	2024/02/19
		Stralsund, Vorpommern	Carl-Heydemann-Ring 130, 18437 Stralsund	2024/03/04
	SÜD	Frankfurt am Main, Hessen	Juliusstraße 5, 60487 Frankfurt am Main	2024/02/22
		Duisburg, Nordrhein-Westfalen	Kommandantenstraße 19, 47057 Duisburg	2024/06/05
EDEKA	Hamburg	Neuer Steinweg 5, 20459 Hamburg	2024/03/11	
	Stralsund, Vorpommern	Rudolf-Breitscheid-Straße 5, 18437 Stralsund	2024/03/04	
	Frankfurt am Main, Hessen	Frankfurter Landstraße 150, 61440 Oberursel (Taunus)	2024/02/23	
	Duisburg, Nordrhein-Westfalen	Sternbuschweg 219, 47057 Duisburg	2024/06/05	
KAUFLAND	Hamburg	Beim Strohause 8, 20097 Hamburg	2024/05/08	
	Greifswald, Vorpommern	Anklamer Landstraße 1, 17491 Greifswald	2024/03/04	
	Frankfurt am Main, Hessen	Mainzer Landstraße 683, 65933 Frankfurt am Main	2024/02/21	
	Duisburg, Nordrhein-Westfalen	Auf der Höhe 20, 47059 Duisburg	2024/06/04	
LIDL	Hamburg	Grindelberg 53-55, 20144 Hamburg	2024/02/19	
	Greifswald, Vorpommern	Feldstraße 1, 18437 Stralsund	2024/03/04	
	Frankfurt am Main, Hessen	Schloßstraße 43-49, 60486 Frankfurt am Main	2024/02/22	
	Duisburg, Nordrhein-Westfalen	Max-Peters-Straße 8, 47059 Duisburg	2024/06/04	
NETTO	Hamburg	Neuer Steinweg 18, 20459 Hamburg	2024/03/11	
	Greifswald, Vorpommern	Frankendamm 86, 18439 Stralsund	2024/03/06	
	Frankfurt am Main, Hessen	Adalbertstraße 8, 60486 Frankfurt am Main	2024/02/22	
	Duisburg, Nordrhein-Westfalen	Falkstraße 59, 47058 Duisburg	2024/06/06	
PENNY	Hamburg	Thielbek 8, 20355 Hamburg	2024/03/11	
	Greifswald, Vorpommern	Am Zuckergraben 1, 18439 Stralsund	2024/03/06	
	Frankfurt am Main, Hessen	Rebstöcker Straße 62, 60326 Frankfurt am Main	2024/02/21	
	Duisburg, Nordrhein-Westfalen	Kommandantenstraße 60, 47057 Duisburg	2024/06/05	
REWE	Hamburg	Bauernknechtgraben 47, 20459 Hamburg	2024/03/11	
	Stralsund, Vorpommern	Frankendamm 27, 18439 Stralsund	2024/03/04	
	Frankfurt am Main, Hessen	Ernst-Wiss-Straße 9, 65933 Frankfurt am Main	2024/02/21	
	Langen, Niedersachsen	Leher Landstraße 6, 27607 Geestland	2024/07/25	

Konserven. Als standardisierte Stichprobenmethode wählten und fotografierten wir zufällig (für jeden besuchten Supermarkt) die Verpackungsinformationen von maximal 5 Meeresfrüchten pro Art und Warenbereich. Einige eng verwandte Arten wurden manchmal zu Artengruppen zusammengefasst (z. B. Garnelen, Lachs, Alaska-Pollack), besonders wenn sie unter demselben deutschen Namen verkauft wurden (z. B. werden Wildlachse und Zuchtlachse beide „Lachs“ genannt, obwohl sie unterschiedliche biologische Arten darstellen). Die Gruppierungen findet man in **Tabelle 2**.

**Tabelle 2:** Gruppierungen und Anzahl von Fischarten (wie auf Verpackungen zu finden) pro Handelsnamen.

Art (Gruppe)	Fischart (spezifisch)	# Fischart
Garnelen	<i>Crangon crangon</i> ; <i>Metapenaeus affinis</i> ; <i>Metapenaeus dobsoni</i> ; <i>Pandalus borealis</i> ; <i>Pandalus jordani</i> ; <i>Parapenaeopsis stylifera</i> ; <i>Penaeus indicus</i> ; <i>Penaeus monodon</i> ; <i>Penaeus</i> spp.; <i>Penaeus vannamei</i> ; <i>Pleoticus muelleri</i> ; <i>Xiphopenaeus kroyeri</i>	12
Muscheln	<i>Cerastoderma edule</i> ; <i>Mizuhopecten yessoensis</i> ; <i>Mytilus chilensis</i> ; <i>Mytilus edulis</i> ; <i>Mytilus galloprovincialis</i> ; <i>Mytilus</i> spp.; <i>Patinopecten yessoensis</i> ; <i>Placopecten magellanicus</i>	8
Lachs	<i>Oncorhynchus gorbuscha</i> ; <i>Oncorhynchus keta</i> ; <i>Oncorhynchus kisutch</i> ; <i>Oncorhynchus nerka</i> ; <i>Salmo salar</i>	5
Makrele	<i>Scomber colias</i> ; <i>Scomber japonicus</i> ; <i>Scomber scombrus</i> ; <i>Trachurus murphyi</i>	4
Tintenfische	<i>Dosidicus gigas</i> ; <i>Illex argentinus</i> ; <i>Illex illecebrosus</i> ; <i>Sepia pharaonis</i>	4
Seehecht	<i>Merluccius capensis</i> ; <i>Merluccius paradoxus</i> ; <i>Merluccius productus</i>	3
Thunfisch, Boniten	<i>Katsuwonus pelamis</i> ; <i>Thunnus alalunga</i> ; <i>Thunnus albacares</i>	3
Kabeljau, Dorsch	<i>Gadus macrocephalus</i> ; <i>Gadus morhua</i>	2
Langschwanzkrebse (außer Garnelen)	<i>Homarus americanus</i> ; <i>Procambarus clarkii</i>	2
Rotbarsch	<i>Sebastes mentella</i> ; <i>Sebastes norvegicus</i>	2
Sardelle (Anchovis)	<i>Engraulis encrasicolus</i> ; <i>Engraulis ringens</i>	2
Scholle	<i>Lepidopsetta bilineata</i> ; <i>Pleuronectes platessa</i>	2
Alaska Seelachs	<i>Gadus chalcogrammus</i>	1
Forellen	<i>Oncorhynchus mykiss</i>	1
Goldbrasse, Dorade	<i>Sparus aurata</i>	1
Heilbutt	<i>Atheresthes stomias</i>	1
Heilbutt, schwarzer	<i>Reinhardtius hippoglossoides</i>	1
Hering	<i>Clupea harengus</i>	1
Hornhecht	<i>Belone belone</i>	1

Art (Gruppe)	Fischart (spezifisch)	# Fischart
Karpfen	Cyprinus carpio	1
Meerbrasse, Rote Fleckbrasse, Streifenbrasse	Stenotomus chrysops	1
Oktopus	Octopus vulgaris	1
Pangasius	Pangasianodon hypophthalmus	1
Pazifische Kliesche	Limanda aspera	1
Sardine	Sardina pilchardus	1
Schellfisch	Melanogrammus aeglefinus	1
Seelachs, Köhler	Pollachius virens	1
Sprotte	Sprattus sprattus	1
Steinbeisser, Katfisch, Seewolf	Anarhichas lupus	1
Tilapia	Oreochromis niloticus	1
Wolfsbarsch	Dicentrarchus labrax	1
Zander	Sander lucioperca	1

Zubereitete Meeresfrüchteprodukte, die unter demselben Verpackungs- bzw. Markendesign verkauft wurden, die dieselbe Art und Herkunft enthielten, sich aber nur im Geschmack pro Fall unterschieden (z. B. Sauce), wurden als ein und dasselbe Produkt behandelt. Fischrogen, Fischpasten und Sushi wurden ausgeschlossen, da es schwierig ist, ihre Herkunft und/oder ihre vergleichsweise geringe Repräsentation zu bestimmen, während Fisch und Meeresfrüchtesalate, die einen dominierenden Anteil bei Meeresfrüchten ausmachen, einbezogen wurden.

Nicht erfasst wurden Fertiggerichte im engeren Sinn, also Komplettmahlzeiten bzw. Mehrkomponentenprodukte mit Beilagen (z. B. TK-Menüs, Tiefkühlpizza oder Produkte wie „Fisch mit Kartoffeln/Gemüse“). Produkte aus Wildfang und Aquakultur wurden in dieser Analyse untersucht. Besonderes Augenmerk wurde darauf gelegt, alle für die Bewertung der Nachhaltigkeit relevanten Informationen im Produkt zu erfassen, wie sie in **Tabelle 4** aufgeführt sind.

**Abbildung 1** zeigt eine Verpackung, die von einem vorbildlichen gekühlten Fischprodukt aufgenommen wurde.

Zusätzlich wurde am Ende je Markt die Gesamtzahl der verfügbaren Produkte pro Art und Warenbereich gezählt, wenn mehr als fünf Produkte der Art und Kategorie vorhanden waren, um die relative Bedeutung einzelner Arten im Gesamtsortiment besser abzuschätzen (extrapolierte Daten). **Tabelle 3** gibt einen Überblick über die Gesamt- und Durchschnittsmenge der fotografierten und analysierten Produkte pro Supermarkt (max. fünf pro Art) sowie die extrapolierten Gesamt- und Durchschnittsmengen auf Basis der Gesamtzahl der Produkte pro Warenbereich.

**Abbildung 1:** Fotos von Vorder- und Rückseite eines beispielhaften Lachsprodukts von ALDI Süd, Duisburg



**Tabelle 3:** Gesamt- und Durchschnittsmenge der fotografierten und analysierten Produkte pro Supermarkt und extrapolierten Gesamt- und Durchschnittsmengen der Produkte

Einzelhändler	Produkte gesampelt	Produkte extrapoliert	Anzahl Filialen	Ø pro Filiale (gesampelt)	Ø pro Filiale (extrapoliert)
Kaufland	416	1306	4	104	326
REWE	238	846	4	60	212
EDEKA	260	817	4	65	204
LIDL	183	274	4	46	68
Netto	140	268	4	35	67
ALDI Nord	79	127	2	40	64
Penny	138	230	4	34	58
ALDI Süd	65	96	2	32	48
<b>TOTAL</b>	<b>1.519</b>	<b>3.964</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

## Datenerhebung und -vorbereitung

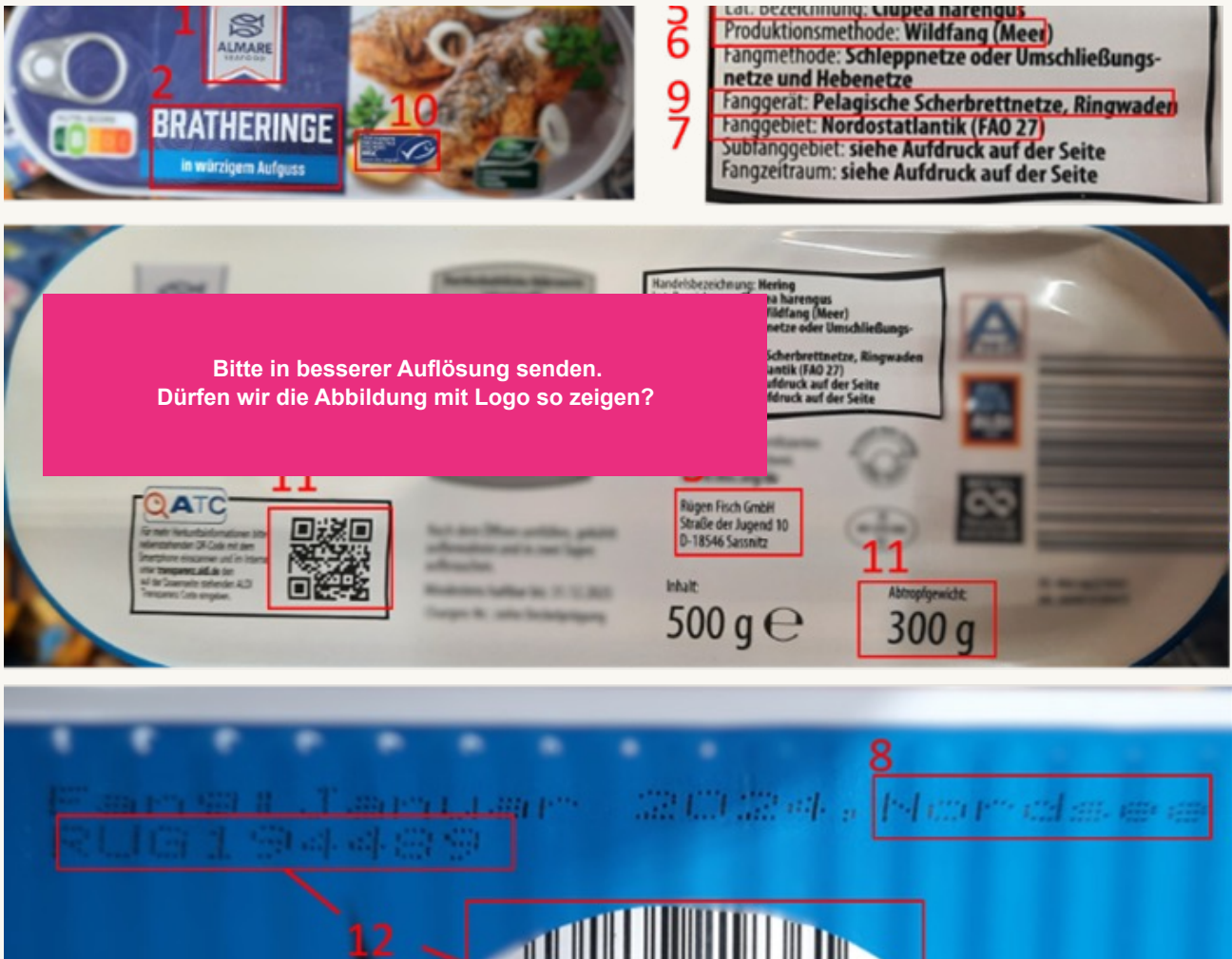
Alle für diese Untersuchung relevanten Daten wurden den beprobten Bildern entnommen, und alle aufgezeichneten Variablen von Interesse finden sich in **Tabelle 4**. **Abbildung 11** zeigt ein Beispiel für einige der relevanten Daten, um das Nachhaltigkeitsniveau eines Produkts zu bewerten (siehe unten).

Die Informationen wurden extrahiert und dokumentiert, wie in **Tabelle 4** dargestellt und in **Abbildung 11** auf einem beispielhaften Produkt. Fehlende Informationen wurden mit „k. D.“ (keine Daten) markiert. Wenn die Produktfotos keine Informationen enthielten, wurden gegebenenfalls die Tracking-Code-Informationen durchsucht. Wenn die Tracking-Codes von denen auf der Verpackung abwichen, wurden die Sendungsverfolgungscodes angewendet.

**Tabelle 4:** Informationen zu den beprobten Produkten. Alle notwendigen Informationen, die eine angemessene Bewertung ermöglichen, sind fett gedruckt.

	Variable	Aufgenommen als
	Datum	DD.MM.YYYY
	Markt	ALDI Süd oder Nord/EDEKA/Kaufland/LIDL/NETTO/Penny/REWE
	Marktstandort	Straße, nein, Postleitzahl, Stadt
	Produktkategorie	gekühlten Produkte/Dosen (Konserve)/gefroren (Tiefkühlfisch)
1	Marke	Name
2	Produzent	Name und Adresse wie auf der Verpackung angegeben
3	Produktname	Dominante Schrift auf der Verpackung – Typ/Geschmack, falls zutreffend
4	<b>Handelsnamen-Fischarten</b>	<b>Name steht auf der Verpackung angegeben</b>
5	<b>Wissenschaftliche Fischarten</b>	<b>Wissenschaftlicher Name, wie er auf der Verpackung angegeben ist</b>
6	<b>Quelle</b>	<b>Wildfang/Süßwasser/Aquakultur</b>
7	<b>Herkunftsgebiet</b>	<b>FAO-Region oder -land</b>
8	<b>Teilgebiet</b>	<b>Teilgebiet (z. B. Norwegisches Meer, ICES IIa)</b>
9	<b>Fischerei-/Aquakulturmethode</b>	<b>Fanggeräte in der FAO-Codierung oder aquakulturellen Methode</b>
10	Zertifizierung	MSC, ASC, BIO, GGN zertifizierte Landwirtschaft
11	Messe	Netztgewicht/Fischgewicht (falls verfügbar) in Gramm
12	Tracking-Code	Nicht anwesend/fehlerhaft/verpflichtende Informationen/ detaillierte Informationen/Name des Fischereifahrzeugs

**Abbildung 11:** Informationen auf einem beispielhaften Produkt von ALDI Süd, Duisburg. 1. Marke, 2. Produktname, 3. Produzent, 4. Handelsname der Fischarten, 5. wissenschaftlicher Name der Fischart, 6. Quelle, 7. Herkunftsgebiet, 8. Teilbereich, 9. Fischerei-/Aquakulturmethode, 10. Nettogewicht (falls zutreffend), 11. Verfolgungsinformationen, z. B. Tracking-Code, Produktnummer, QR-Code, Chargennummer usw. Die Zahlen beziehen sich auf die Liste der Variablen in Tabelle 2.



Waren Informationen auf den Verpackungen nicht eindeutig (z. B. mehrere mögliche Fanggebiete), wurden die Rückverfolgbarkeitscodes und die Tracking-Webseiten der Marken genutzt, um zusätzliche Herkunftsinformationen zu prüfen. Unleserliche oder unvollständig fotografierte Produkte wurden in einer Nacherhebung erneut dokumentiert (insgesamt 45 Produkte).

**Tabelle 5** fasst alle Quellen der Tracking-Codes zusammen, die wir auf den getesteten Produkten gefunden haben.

**Tabelle 5:** Marken, über die mehr Informationen durch Tracking gesammelt werden könnten. Aufgeführt sind die Marken, deren zugehörige Tracking-Websites und die erforderlichen Informationen zum Tracking.

Marke, Laden	Webseite	Erforderliche Informationen
Appell	<a href="https://mobile.appel-feinkost.de">https://mobile.appel-feinkost.de</a>	Tracking-Code
Femeg	<a href="https://www.femeg.de/fisch-herkunft.html">https://www.femeg.de/fisch-herkunft.html</a>	Tracking-Code
Followfood	<a href="https://followfood.de/tracking">https://followfood.de/tracking</a>	Tracking-Code
Hawesta	<a href="https://www.hawesta.de/trackingcode">https://www.hawesta.de/trackingcode</a>	Tracking-Code EAN
Rügen Fisch	<a href="https://www.ruegenfisch.de/nachhaltigkeit/tracking">https://www.ruegenfisch.de/nachhaltigkeit/tracking</a>	Tracking-Code
ALDI-Produkte	<a href="https://transparenz.aldi.de">https://transparenz.aldi.de</a>	ATC-Nummer
EDEKA eigene Marken	<a href="https://herkunft.edeka.de">https://herkunft.edeka.de</a>	LOT, EAN
Kaufland eigene Marken	<a href="https://www.kaufland.com/trace.html">https://www.kaufland.com/trace.html</a>	Tracking-Code
LIDL eigene Marken	Verschiedene, z. B. <a href="https://www.lidl.de/c/fischtracking/s10007738?01=0433384406614">https://www.lidl.de/c/fischtracking/s10007738?01=0433384406614</a>	LOT, QR-code
Netto besitzt Marken	<a href="https://www.netto-online.de/ueber-netto/produktherkunft.chtm">https://www.netto-online.de/ueber-netto/produktherkunft.chtm</a>	LOS
Penny eigene Marken	<a href="https://fisch.penny.de/mobile/users/login">https://fisch.penny.de/mobile/users/login</a>	Tracking-Code

In seltenen Fällen konnten Daten auf den Produktbildern nicht gelesen werden (z. B. schlechte Bildqualität, oder Fotos relevanter Informationen wurden vergessen). In einer Folgedatenerhebung haben wir diese Produkte erneut probiert, um sie korrekt zu fotografieren. Insgesamt wurden 45 Produkte erneut dokumentiert.

## Analysen der Daten

Der WWF entwickelte die Common Assessment Methodologies (CAM), um das Nachhaltigkeitsniveau der Fischerei- und Aquakulturzucht auf globaler Ebene zu bewerten. Diese Methoden, sowohl für Wildfang- und Süßwasserfischereien als auch für die Aquakultur, durchlaufen eine Reihe von Befragungen und werden in eine Ampelbewertung überführt (grün, gelb oder rot). Eine grüne Bewertung steht für eine nachhaltige Fischerei oder Aquakultur, wobei eine rote Bewertung signalisiert, dass beispielsweise Überfischung, Zerstörung von Lebensräumen, Beifang gefährdeter Arten oder schlechte Fischerei-Bewirtschaftung praktiziert werden. Die Bewertungsmethoden finden sich [hier](#)\*

Wie die Methoden funktionieren, kann in den **Factsheets und in Box 1** (Seite **XX** der Untersuchung) nachgelesen werden.

\*[www.panda.org/act/live\\_green/out\\_shopping/seafood\\_guides/methodology](http://www.panda.org/act/live_green/out_shopping/seafood_guides/methodology)

Alle beprobten Produkte wurden mit den WWF-CAM-Bewertungen abgeglichen, die sich jeweils auf die Kombination aus Art, Region sowie Fanggerät oder Produktionsmethode beziehen. Reichten die Verpackungsangaben für eine eindeutige Zuordnung nicht aus, etwa weil mehrere Bestände derselben Art im angegebenen Fanggebiet vorkamen oder die Fanggerätekategorie zu ungenau war, wurde ein vorsorglicher Ansatz angewandt und jeweils die weniger nachhaltige beziehungsweise schlechteste in Frage kommende Bewertung herangezogen. Insgesamt betraf dies 292 Produkte. In 68 Fällen wurde zusätzlich fachliches Expertenwissen genutzt, um offensichtliche Zuordnungen zu klären, beispielsweise zu typischen Fanggeräten bestimmter Fischereien. Es wurden möglichst aktuelle Daten zur Bewertung der Produkte genutzt. Bei einigen Produkten hat sich die Bewertung erst nach der Beprobung geändert. Ziel dieses Vorgehens ist es, den aktuellen Stand und Handlungsbedarf aufzuzeigen. Bei der Einordnung der Ergebnisse ist aber zu berücksichtigen, dass einige rot bewertete Produkte ggf. zum Zeitpunkt der Aufnahme ins Sortiment noch gelb bewertet waren.

Pro Produktart wurden bis zu fünf Produkte fotografiert und anhand der WWF-CAM detailliert bewertet. Gleichzeitig wurde die Gesamtzahl der Produkte dieser Produktart im Sortiment erfasst. Umfasst eine Produktart mehr als fünf Produkte, wurden die Bewertungen der Stichprobe proportional auf die dokumentierte Gesamtzahl dieser Produktart hochgewichtet; Produktarten mit fünf oder weniger Produkten gingen vollständig in die Bewertung ein.

*Ein Beispiel:*

Wir haben im Tiefkühlbereich fünf Produkte der Produktart „Alaska-Seelachs“ fotografiert, insgesamt aber acht Produkte dieser Produktart gezählt. Wenn alle fünf Produkte eine gelbe Bewertung erhalten haben, wurde dies so extrapoliert, als hätten alle acht Produkte eine gelbe Bewertung erhalten. Gäbe es zum Beispiel zwei rote und drei gelbe Bewertungen (fünf Produkte), würde dies extrapoliert bedeuten:  $(2 \times 8) / 5 = 3,2$  Produkte mit roter Bewertung und  $(3 \times 8) / 5 = 4,8$  Produkte mit gelber Bewertung (insgesamt: acht Produkte). Dies wird in den entsprechenden Ergebnissen als „extrapoliert“ vermerkt. Die Extrapolation erhöht damit die Abdeckung auf Produktebene (Sortimentsstruktur) innerhalb der beprobten Märkte.

Der Grund für die geringe Stichprobengröße (28 Supermärkte) lag lediglich in zeitlichen und kapazitätsbezogenen Einschränkungen. Die Ergebnisse der Untersuchung sind daher eher als Momentaufnahme denn als vollständiger Überblick über das Angebot an Fisch und Meeresfrüchten in deutschen Supermärkten zu betrachten. Dennoch waren viele Produkte in den verschiedenen Supermarktketten hinsichtlich ihrer Herkunft ähnlich, sodass wir davon ausgehen, dass unsere Untersuchung einer repräsentativen Momentaufnahme des deutschen Einzelhandels entspricht.



## Etikettierungsgesetz für Fischprodukte

Das Fischetikettierungsgesetz ist ein deutsches Gesetz, das zusammen mit der EU-Verordnung 1379/2013 die Kennzeichnung von Fischen und Fischereierzeugnissen regelt, um Verbraucher zu informieren. Es dient zur Umsetzung von EU-Vorschriften und verpflichtet Händler, bestimmte Informationen über Herkunft und Produktionsmethode anzugeben.

### Wichtige Pflichtangaben für diese Untersuchung sind:

- **Handelsbezeichnung der Art:**  
der Handelsname (z. B. Kabeljau) und  
der wissenschaftliche Name (z. B. *Gadus morhua*).
- **Produktionsmethode:**  
Wildfang oder Aquakultur
- **Fanggebiet oder Produktionsgebiet:**
  - **Wildfang:** Fanggebiet (z. B. FAO-Gebiet Nr. 27, Nordostatlantik)
  - **Süßwasserfisch:** Das Gewässer/Land, in dem der Fisch gefangen wurde.
  - **Aquakultur:** Das Land, in dem das Produkt erzeugt wurde.
- **Fanggerät oder Aquakulturmethode**

In unserer Untersuchung haben wir auch geprüft, inwieweit den Pflichtangaben der untersuchten Produkte Genüge getan wurde.

**Fisch mit Haken – unsere Studie zeigt, dass sich Supermarktssortimente weiterhin stark verändern müssen, um die Meeresökosysteme zu schützen, die nicht nur die Grundlage für Fischerei und Aquakultur, sondern auch für unser gutes Leben an Land bilden.**

Wer nachhaltig wählen möchte, sollte die Produktkennzeichnung prüfen und mit dem aktuellen WWF-Fischratgeber vergleichen:  
[wwf.de/fischratgeber](http://wwf.de/fischratgeber)

**Unterstützen Sie den WWF**  
IBAN: DE06 5502 0500 0222 2222 22



**Unser Ziel**

Wir wollen die weltweite Zerstörung der Natur und Umwelt stoppen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben.

**WWF Deutschland**

Reinhardtstr. 18 | 10117 Berlin  
Tel.: +49 30 311777-700  
[info@wwf.de](mailto:info@wwf.de) | [wwf.de](http://wwf.de)