MSC/ASC Informationstage 2020

04.11. & 12.11.2020

Marktforschung ASC & MSC - 2019 & 2020

Marktforschung von ASC & MSC - 2019 & 2020

- Seit 2019 arbeiten ASC & MSC mit GlobeScan zusammen, um jährlich eine quantitative Marktforschung durchzuführen

- ASC 2019 mit GlobeScan Studie in 7 Ländern, u.a. in D (n = 1.000)

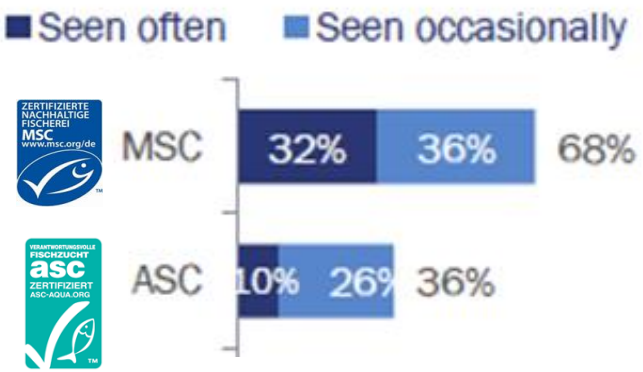
- MSC 2020 GlobeScan Studie in 23 Ländern, u.a. in DACH (n = 2.956)

ASC & MSC steigern ihre Bekanntheit

Bekanntheit 2019

Quelle: GlobeScan Studie ASC 2019

68 % (MSC))(+3%*) bzw. **36%** (ASC) (+ 22%**)



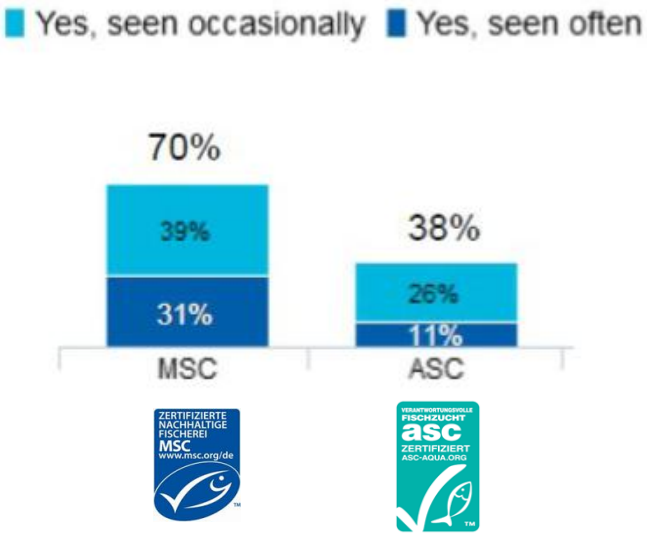
Bekanntheit 2020

Quelle: GlobeScan Studie MSC 2020

70% (MSC) (+5%) bzw. **38%** (ASC) (+ 2%*)

80% (MSC) (+4%) bzw. **49%** (ASC) (+ 6%**)

69% (MSC) (+4%) bzw. **39%** (ASC) (+ 7%**)



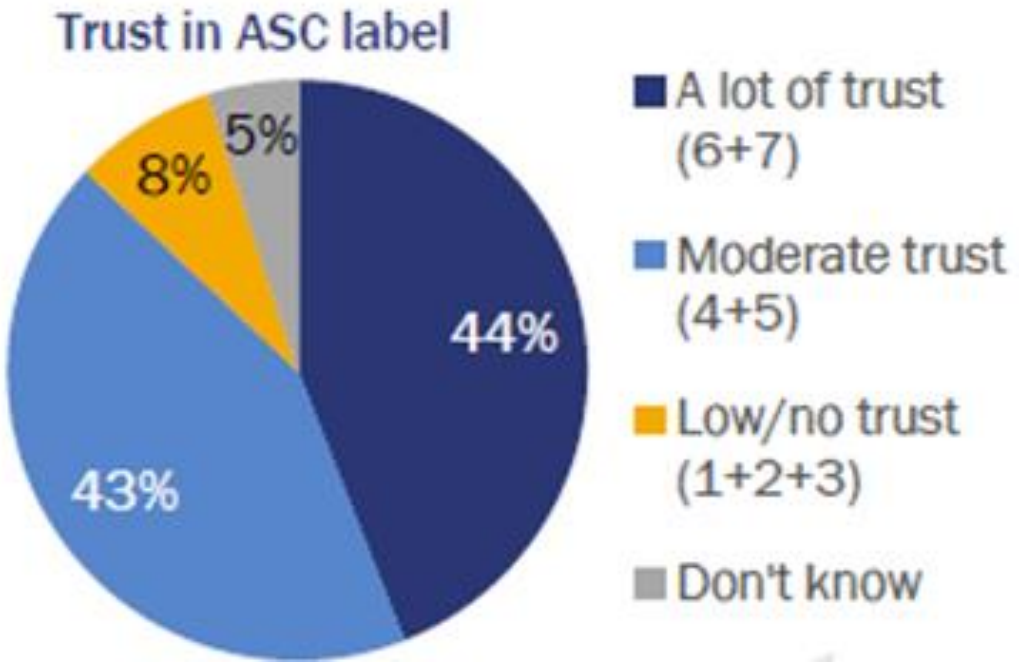
* Vgl. GlobeScan 2018
**vgl. GFK-Studie 2017

Verbraucher kennen beide Siegel zunehmend & ihr Vertrauen wächst

Verständnis & Vertrauen ASC - 2019

Quelle: GlobeScan Studie ASC 2019

- Das ASC-Siegel wird mit **Unabhängigkeit** (60 %) und mit **umweltfreundlicher** Fischzucht (62 %) assoziiert
- Bei **53 %** ist es wahrscheinlich/sehr wahrscheinlich, dass sie den ASC empfehlen
- **87 %** haben Vertrauen in den ASC



Verbraucher kennen beide Siegel zunehmend & ihr Vertrauen wächst

Verständnis & Vertrauen MSC - 2020

Quelle: GlobeScan Studie MSC 2020

- **Schweizer** haben das beste **Verständnis** über den MSC von 23 Ländern (60%)
- MSC **steigert Vertrauen** stark vs. 2018

Vertrauenswerte in DACH

74% (+ 2%)

70% (+ 9%)

73% (+ 8%)

Nachhaltig konsumieren

60% der Deutschen Fischkonsumenten sind davon überzeugt, dass es eine **signifikante Veränderung** geben muss, um eine wachsende Weltbevölkerung ernähren zu können.

71% glauben, dass **weniger Fleisch-konsum** wichtig ist.

75% stimmen zu, dass **Nachhaltigkeitsversprechen** von Supermärkten und Marken **von einer unabhängigen Organisation verifiziert** werden sollten.

88% der Befragten wünschen sich **bessere Informationen** beim Einkauf, **um nicht nachhaltigen Fisch meiden** zu können.

Quelle: GlobeScan Studie ASC 2019/ GlobeScan Studie MSC 2020

1. Teilnehmende Partner
2. Übersicht
3. Visuelle Eindrücke
4. Reichweite
5. Digitale Aktivierung
6. PR
7. Marktforschung
8. Umfrageergebnisse
9. Ausblick 2021

Teilnehmende Partner

Übersicht

Was?

Eine gemeinsame Initiative zu Fisch und Fischgenuss mit Zukunft:
„Du hast die Wahl!“

Wann?

KW 42 (12. – 18. Oktober 2020)

Ziele

- Positionierung von MSC & ASC als **unabhängige, vertrauenswürdige Experten** und Vordenker zum Thema Fisch
- **Bewusstseinsbildung** bei Konsumenten, dass sie mit der Wahl von Fisch mit ASC- bzw. MSC-Siegel etwas Gutes tun können
- Nachhaltiger Aufbau von **Verständnis & Vertrauen** in das MSC & ASC Programm

360 Grad Kampagne

ONLINE-PRÄSENZ

Die digitale Marketingkampagne, durch MSC und ASC gesteuert, erreichte 3,3 Mio. Menschen in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Das Kampagnenvideo wurde 747 300 Mal gesehen (YouTube, Facebook und Instagram).

Die Kampagnen-Webseite zählte über 10 000 Besucher aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

KONSUMENTEN-BEFRAGUNG

Die Siegel sind bei den Fischkonsumenten im DACH-Raum gut bekannt:

MSC:	DE 86%	AT 85%	CH 92%
ASC:	DE 58%	AT 57%	CH 76%

Das Kampagnenlogo wird nach der erstmaligen Durchführung bereits von 13% der Befragten wiedererkannt (6% ungestützt).

FRAG DIE EXPERT*INNEN

12 Expert*Innen unserer Unternehmens- und institutionellen Partner beantworteten Fisch-Fragen von Konsumenten.

Die Fragen und Antworten wurden auf der Kampagnen-Webseite veröffentlicht. Die Website verzeichnete über 7 000 Besucher.

REICHWEITE

289 153 000

Menschen wurden insgesamt im deutschsprachigen Raum erreicht. Der Löwenanteil dieser Reichweite entstand dabei über die Kanäle der Partner.

FISCH GEWISS

FÜR GENUSS MIT ZUKUNFT:

VERANTWORTUNGSVOLLE FISCHZUCHT asc ZERTIFIZIERT ASC-AQUA.ORG TM

ZERTIFIZIERTE NACHHALTIGE FISCHEREI MSC www.msc.org/de TM

12. BIS 18. OKTOBER 2020

DIGITALES EVENT

Ein virtuelles Informations-Event (Zukunftsdinner) mit Influencern und Journalisten wurde während der Aktionswoche durchgeführt.

PARTNER

35 Partner waren bei der ersten FischGewiss-Kampagne mit an Bord:

FISCHGEWISS ZEITUNG

Die Kampagnenzeitung mit einer Auflage von 117 000 Stück wurde durch Unternehmens- und institutionelle Partner an Konsumenten verteilt.

Außerdem lag die FischGewiss Zeitung der Wochenendausgabe der Süddeutschen Zeitung in zwei Regionen Deutschlands bei.

PR & MEDIEN

26 Artikel in Leitmedien (Print und Online) mit einer Reichweite von über 17 Mio.

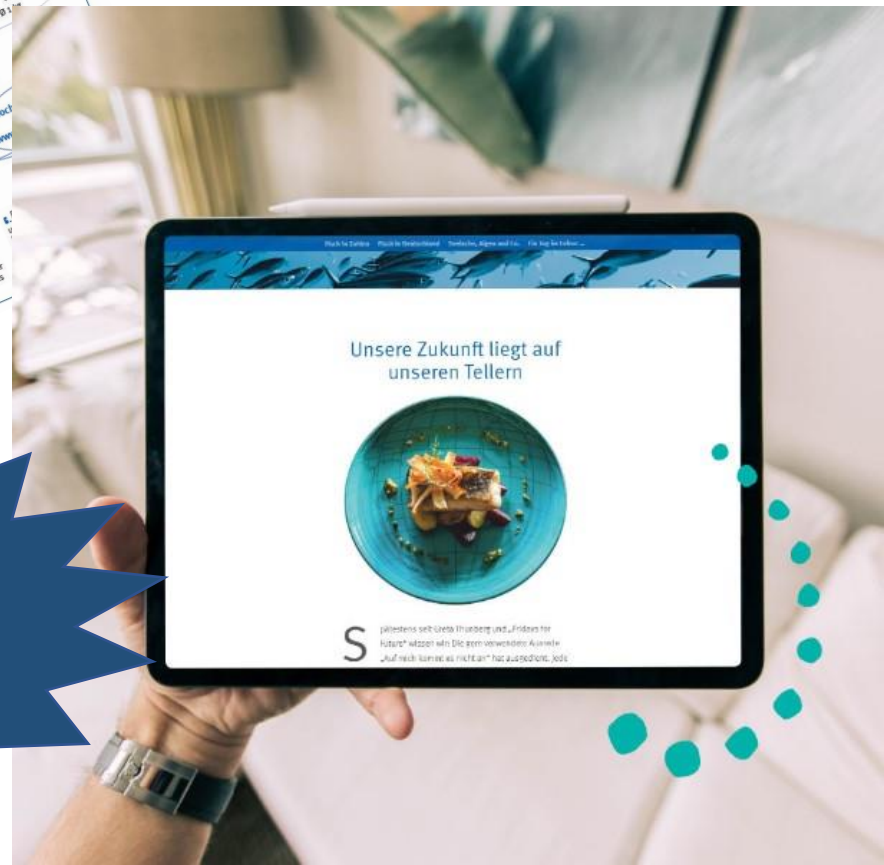
Das von MSC und ASC entwickelte Radiofeature wurde 127 Mal in 70 Radiostationen ausgespielt (Reichweite 3,1 Mio.)

Die Kooperation mit 12 Influencern brachte der Kampagne eine Reichweite von 1,3 Mio.

Aktivitäten rund um die FischGewi

- FischGewiss Zeitung
- Kampagnen Video
- Virtuelles Dinner Gewinnspiel
- Influencer Kooperationen
- Frag-die-Experten
- Kampagnen Landingpage

FischGewiss Zeitung & digitales Magazin

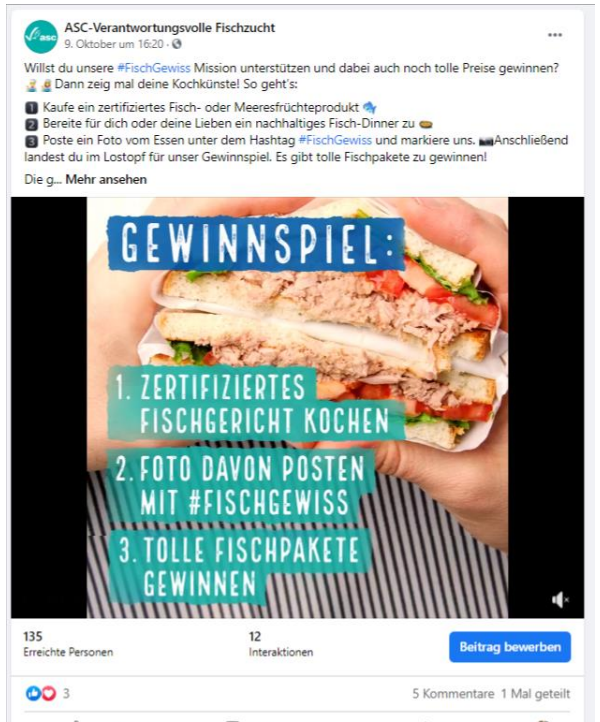


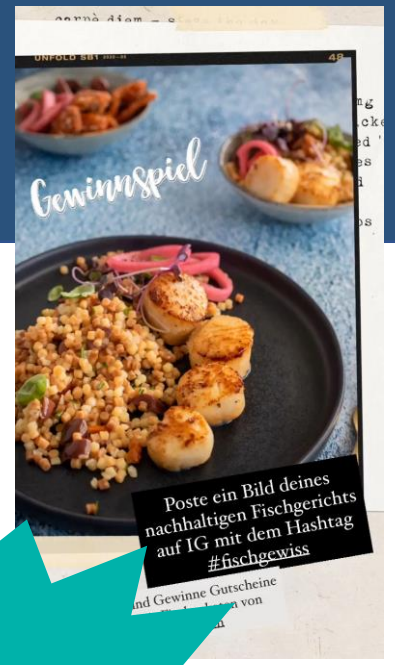
Druckauflage 117.130

Kampagnenvideo

747.300
Views

Virtuelles Dinner





270 Teilnahmen

Influencer Kooperationen

@gourmetblog,@sandramhlbrgkocht, @kleines_kulinarium, @skueche, @tastesheriff, @itsfood tastic, @feiertaeglich, @GourmetGuerilla, @moeyskitchen, @sandraskochblog, @fashionkitchen, @kochmitherz_lisa

13 Influencer

1.3m Reichweite

Frag die ExpertInnen

Kategorien

WAS PASSIERT, WENN ICH EINE FRAGE STELLE?

ERFAHRE MEHR ÜBER DEN ASC ››

VERANTWORTUNGSVOLLE FISCHZUCHT asc ZERTIFIZIERT ASC-AQUA.ORG ™

LERNE DIE EXPERT*INNEN KENNEN ››

Wer entscheidet bei iglo, welcher Fisch (Herkunft etc.) gekauft und verarbeitet wird?

Überfischung als Begriff ist mir klar. Aber was genau heißt "maximal genutzt" oder "bis ans Limit befischt"?

Was passiert mit dem Beifang?

Werden in Deutschland noch Fische verkauft, die nicht tiefgefroren waren oder sind?

Wieviel Fisch und Meeresfrüchte werden in Supermärkten weggeschmissen?

Fressen sich Zander in Aquakultur

Wie viel bezahlen Farmen dem ASC um ein Zertifikat zu erhalten?

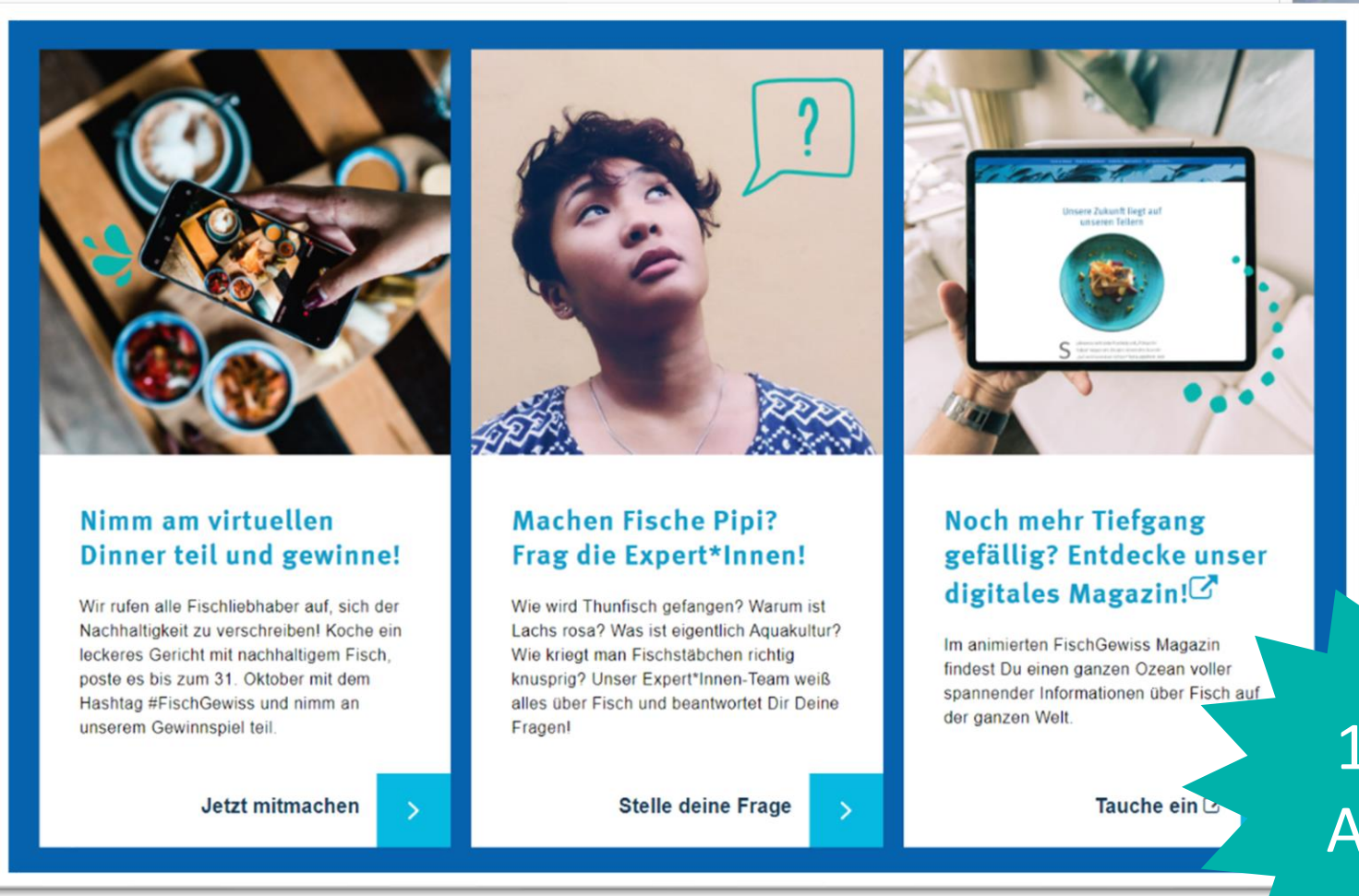
> 7000 Aufrufe

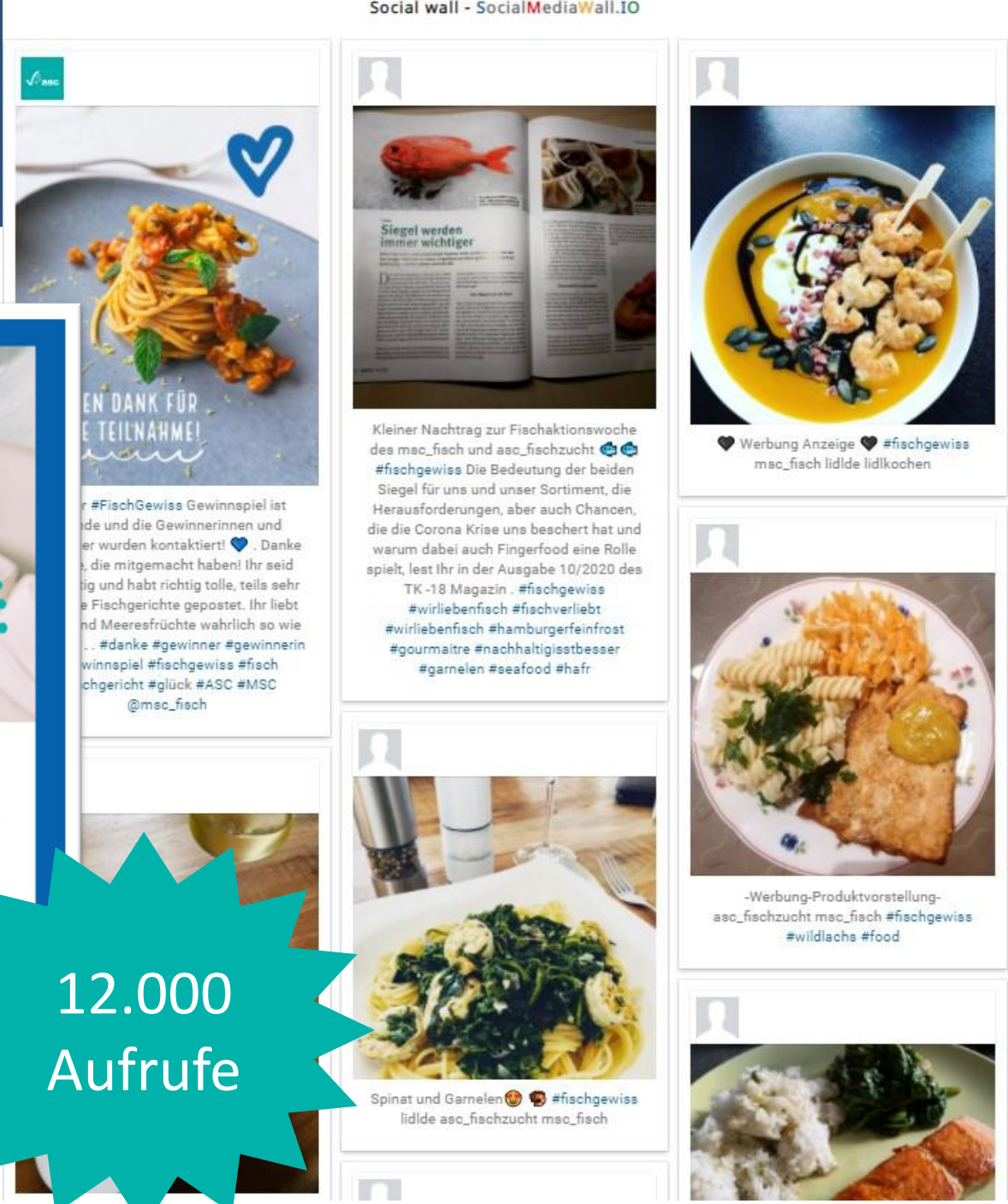
G DIE EXPERT*INNEN

RISTINA BARZ

WISSENSCHAFTLERIN AM THÜNEN-INSTITUT FÜR OSTSEEFISCHEREI

Landing Page

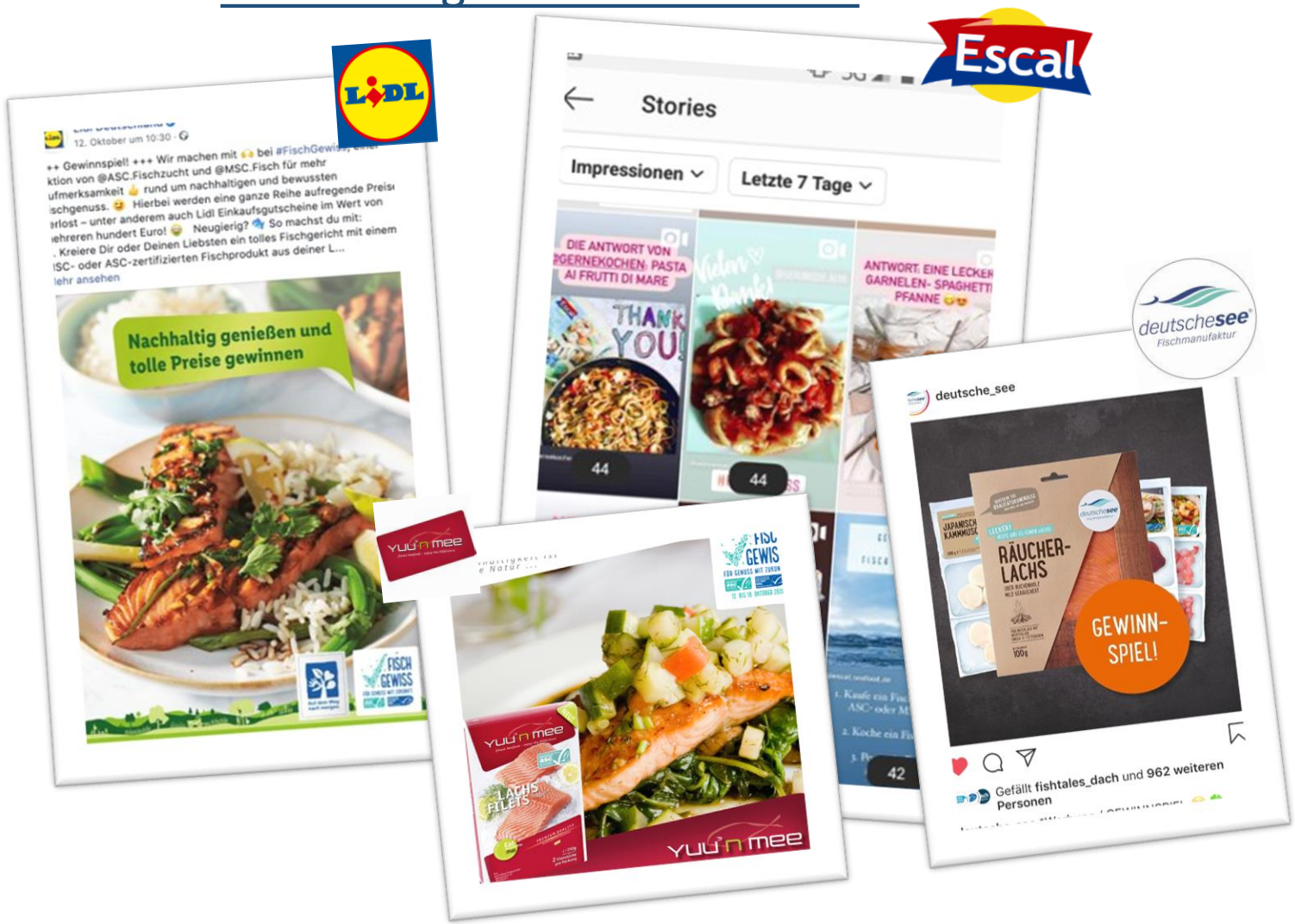




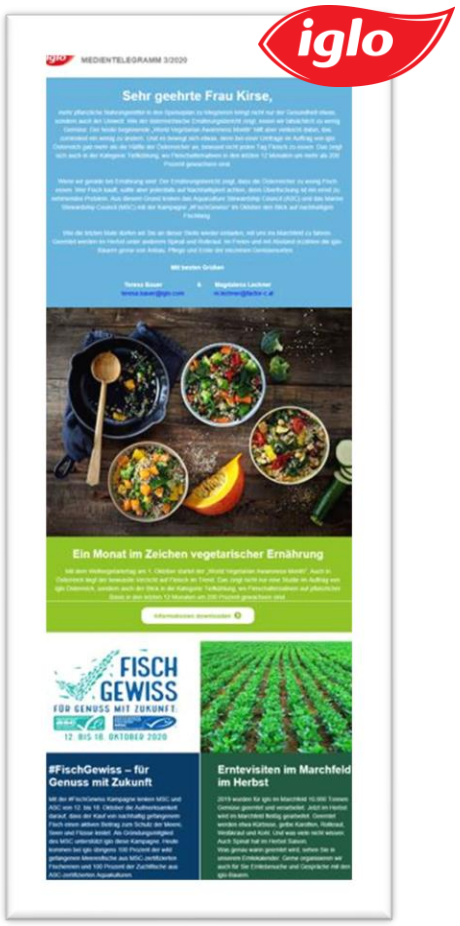
12.000 Aufrufe

Partneraktivitäten - Digital

Bewerbung Virtuelles Dinners



Newsletter

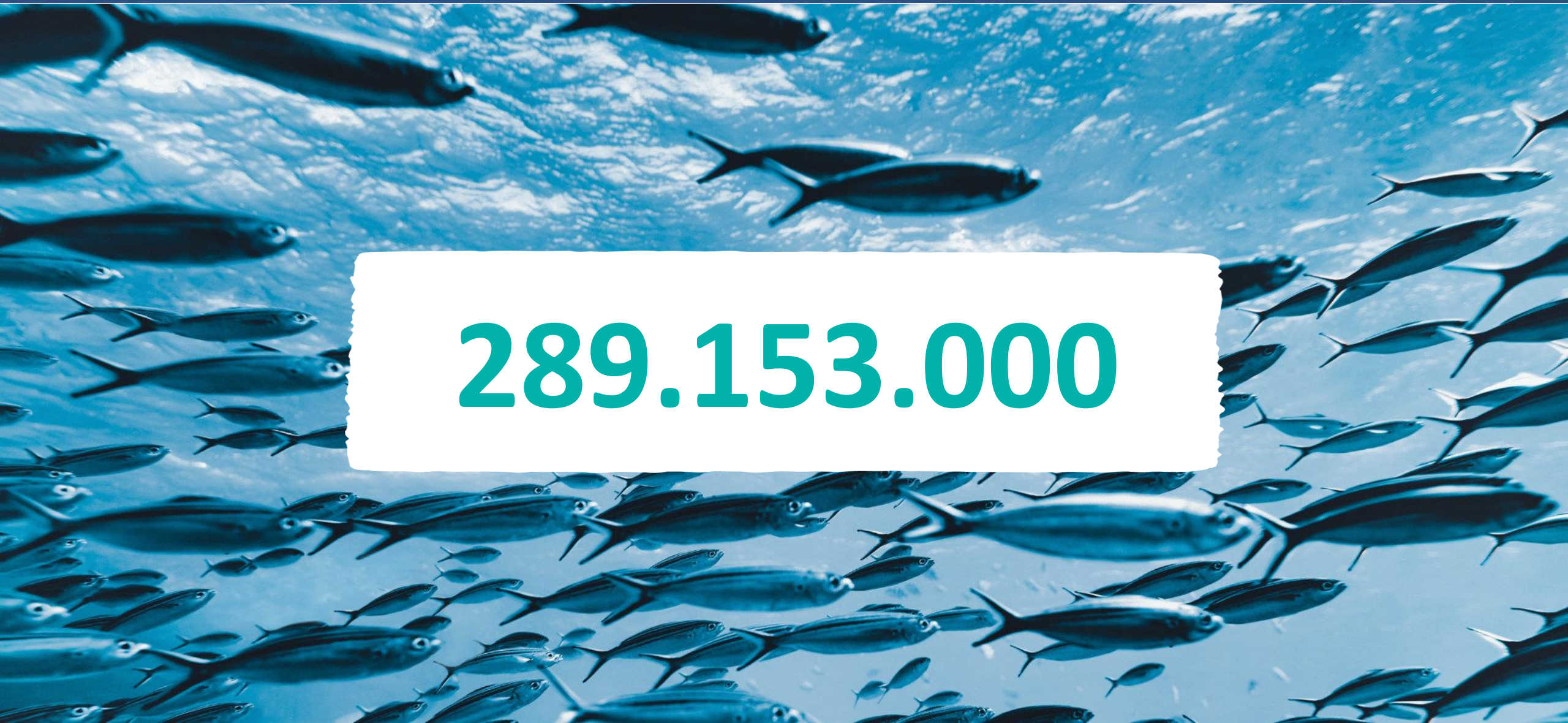


Partneraktivitäten - Handzettel

Impressionen In-Store

Aktivitäten in Zoos

Reichweite in DACH



Digitale Aktivierung

747.300

MSC & ASC FischGewiss Woche vom 12.–18.10. - Viele tolle Angebote & Aktionen....

MSC.org Zur Website >

3,3M Reach

Digitale Aktivierung

- **Webseite** — **> 12K** Sessions
- **Social Media** — **177,M** Potential Reach; **24,8K** Engagement
- **Frag die Experten** — **> 6K** Sessions
- **Digitale Anzeigen**
- **Video Views**

PR

26 Artikel in Print und Online **Publikumsmedien**

Reichweite
> 17 mio

Noch ausstehend:

15 Round-Table-Interview „Die Zukunft von Fisch“ in den Tageszeitungen der **Funke Mediengruppe**

127 Veröffentlichungen unseres O-Ton **Radio** Features, mit einer Hörerzahl von **3,1 mio**

Marktforschung: **Schöttmer Institut GmbH**

Zielsetzung

- Positionierung von MSC & ASC als **unabhängige, vertrauens-würdige Experten**
- **Bewusstseinsbildung** durch die die Konsumenten in Zukunft eine informiertere Kauf-entscheidung treffen können

Ergebnisse

- ASC wird von **42%*** & MSC von **47%*** als **vertrauens-würdig** beschrieben
- ASC & MSC wirkt auf **21%*** der Fischkonsumenten als **unabhängig**
- **57% der FischGewiss Kenner** sagen, dass sie nach der Kampagne **mehr Vertrauen** in den MSC & ASC haben
- Die **bewusste Kaufentscheidung** für ein Produkt mit MSC- oder ASC-Siegel ist für **45%** wichtig

Erkenntnisse

- **Unabhängigkeit und Vertrauen** mit Konsumenten weiter ausbauen
- **Touchpoints durch Partner** weiter ausbauen

* Mittelwert von Pre- und Post Kampagnen Research // Quelle: FischGewiss quant. MaFo Schöttmer Institut GmbH

Vertrauen & Unabhängigkeit weiter stärken

* Mittelwert von Pre- und Post Kampagnen Research // Quelle: FischGewiss quant. MaFo Schöttmer Institut GmbH

Sehr gute Bekanntheitswerte im ersten Jahr

Ohne Logovorlage erinnerten sich **6%** der Fischkunden auf konkrete Nachfrage hin an die Kampagne, mit Logovorlage **13%**.

FISCH GEWISS
FÜR GENUSS MIT ZUKUNFT:
12. BIS 18. OKTOBER 2020

Ungestützte Bekanntheit: 6%

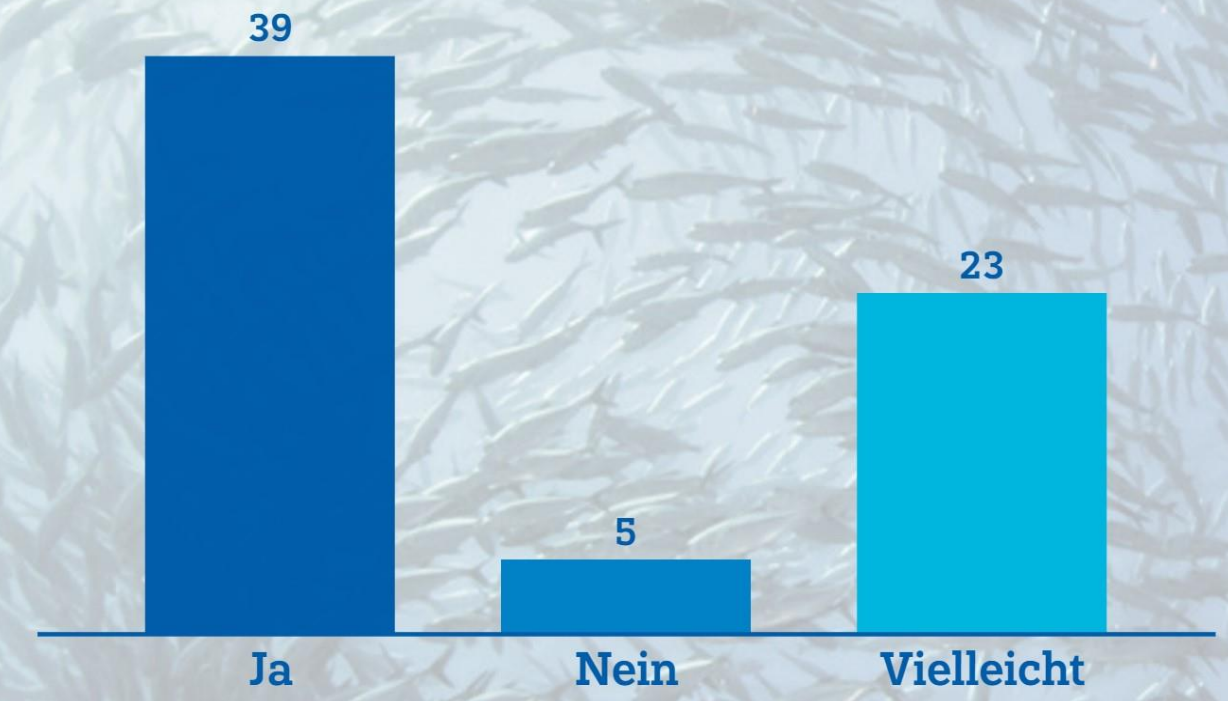
Gestützte Bekanntheit: 13%
(nach Logo-Vorlage)

Wir haben **2.000 Fischkonsumenten** in DACH quantitativ befragt und zusätzliche 10 qualitative Online Interviews geführt

Ergebnisse der Menti-Umfrage

Umfrageergebnisse

Wollen Sie nächstes Jahr an der FischGewiss teilnehmen?



Umfrageergebnisse

So fand ich...

Umfrageergebnisse

Ihr Feedback/Ihr Eindruck

Ausblick 2021

27. September –
10. Oktober 2021

(KW 39 & 40)

Projektteam

Götz Ahrens

Gerlinde Geltinger

Andrea Harmsen

Michael Hegenauer

Barbara Janker

Manuel Maillard

Anna Nau

Maren Pfalzgraf

Stefanie Siebels

Jane Wennman

Dennis Wittmann

Vielen Dank!

FISCH
GEWISS
FÜR GENUSS MIT ZUKUNFT:
VERANTWORTUNGSVOLLE FISCHZUCHT
asc
ZERTIFIZIERT
ASC-AQUA.ORG
TM
ZERTIFIZIERTE NACHHALTIGE FISCHEREI
MSC
www.msc.org/de
TM
12. BIS 18. OKTOBER 2020