

Wunsch nach stärkerem politischen Engagement mit guten Voraussetzungen



Schlussbericht

Angler- und Bevölkerungsbefragung
Fischerei

Studie im Auftrag des Schweizerischen Fischerei-
Verbandes SFV

Projektteam

Urs Bieri Politik- und Medienwissenschaftler

Jonas Ph. Kocher Politikwissenschaftler

Alexander Frind Politikwissenschaftler

Stephan Tschöpe Politikwissenschaftler

Noah Herzog Sekretariat und Administration

Daniel Bohn Fachinformatiker Anwendungsentwicklung

Katrin Wattenhofer Politikwissenschaftlerin

Inhaltsverzeichnis

1	WICHTIGSTES IN KÜRZE.....	3
1.1	Datenbasis	4
2	EINLEITUNG	6
2.1	Mandat und Fragestellung	6
3	BEFUNDE	7
3.1	Befragung registrierter Anglerinnen und Angler	7
3.1.1	Merkmale der Anglerinnen und Angler	7
3.1.2	Gewohnheiten	10
3.1.3	Aus- und Weiterbildungen	17
3.1.4	Ökonomie	19
3.1.5	Akzeptanz Umweltschutz und Fischereipolitik	22
3.1.6	Freiwilligenarbeit.....	24
3.1.7	Einstellungen gegenüber Citizen Science	26
3.1.8	Servicequalität SFV	28
3.2	Kontrollbefragung Bevölkerung	31
3.2.1	Werthaltungen gegenüber Fischerei	31
3.2.2	Einstellungen zur Fischerei.....	35
3.2.3	Informiertheit Gewässerschutzpolitik.....	38
3.2.4	Bekanntheit SVF	39
4	SYNTHESE	41
5	ANHANG	42
5.1	Konzept und Fragebogen	42
5.1.1	Messung im Bereich politische Themen und Issues	42
5.1.2	Messung von Wahrnehmung und Image	44
5.2	Befragung und Stichprobe	45
5.3	Datenanalyse	48
5.4	Grafische Aufbereitung	49
5.5	gfs.bern-Team	50

1 Wichtigstes in Kürze

Der Grundstein für die Begeisterung für den Angelsport wird in der Jugend gelegt, eine Mehrheit der befragten Anglerinnen und Angler beginnt unter 12 Jahren mit dem Fischen. Das Interesse wird dabei hauptsächlich innerhalb des Familien- und Bekanntenkreises weitergegeben. Jeder Zweite hat aber einmal längere Zeit mit dem Fischen aufgehört. Gründe dafür sind Zeitmangel sowie familiäre und berufliche Verpflichtungen.

Eine Mehrheit (54%) ist aktuell nicht in einem Fischereiverein organisiert. Vereine sprechen eher ältere Personen an, ein Drittel der Anglerinnen und Angler unter 40 Jahren ist jedoch Mitglied. Kameradschaft und einen Beitrag zum Umwelt- und Gewässerschutz zu leisten sind Hauptmotive für eine Mitgliedschaft.

Seen und Flüsse sind die beliebtesten Gewässer für den Angelsport in der Schweiz, Bergseen sind als Ziel nur für ein gutes Drittel interessant. Grund- und Zapfenfischen sind die beliebtesten Techniken. Im Schnitt gehen die Befragten an rund 34 Tagen pro Jahr angeln. Mitglieder in Fischereivereinen und Personen, die Freiwilligenarbeit im Bereich Gewässer- und Umweltschutz leisten, sind aktiver.

Die Anglerinnen und Angler besitzen mehrheitlich ein Jahrespatent in einem Kanton. Angelausflüge von mehr als zwei Tagen Dauer werden durchschnittlich ein- bis zweimal im Jahr unternommen. Das bevorzugte Transportmittel ist das eigene Auto. Erholung sowie das Naturerlebnis sind beim Fischen zentrale Motivation.

Freunde und Verwandte sind die Hauptinformationsquelle zu aktuellen Fischereithemen, gefolgt von "Petri Heil". Junge Angler (14-39 Jahre) nutzen verstärkt schweizerische Anglerforen im Internet, ältere Personen wenden sich hauptsächlich an Fischereivereine. Die Homepage des SFV oder SKF wird insgesamt wenig genutzt und hat im Tessin die geringste Relevanz im Vergleich zu den anderen Sprachregionen.

Für Aus- und Weiterbildungen sind Fischereiverbände erste Anlaufstelle, 47 Prozent haben bereits einmal einen Kurs dort besucht. Mehr als die Hälfte der Befragten hält die Anforderungen des SaNa-Ausweises für angemessen. Knapp zwei Drittel wünschen ein Obligatorium für sämtliche Fischereiaktivitäten.

Am meisten investieren die Befragten in ihre Ausrüstung (durchschnittlich 730 Franken pro Jahr). Angelferien sind verbreitet (44%), rund ein Zehntel verbringt diese nur in der Schweiz und jeder Fünfte geht dafür nur ins Ausland. Die beliebtesten Ziele in der Schweiz sind Graubünden, Bern und Obwalden. Die beliebtesten Destinationen im Ausland sind Österreich, Deutschland und Schweden. Insgesamt sind die Länder Europas unter den beliebtesten Zielen gut vertreten.

Der Zustand der Gewässer in der Schweiz dominiert die Problemsicht. Verunreinigungen aus diffusen Quellen, Flussverbauungen und der Zustand der Gewässersohle sind die am stärksten wahrgenommenen Probleme. Ein besonders wichtiges Anliegen ist den Anglerinnen und Anglern die Renaturierung von Ufern inklusive Düngeverbot (87% Zustimmung).

Fischereivorschriften wie Schonzeiten, Mindestmasse und Fangzahlbeschränkungen sind von mehr als drei Vierteln der Befragten akzeptiert. Bezüglich Fischbesatz wird nur der Jungfischbesatz klar als nötig angesehen.

Die Anglerinnen und Angler sind im gesamtschweizerischen Vergleich gut mobilisiert, 35 Prozent engagieren sich freiwillig. Im Jahr 2014 lag der Wert für die ganze Schweiz bei rund einem Viertel. Am engagiertesten sind Befragte aus der Deutschschweiz und über 65-Jährige.

Durchschnittlich werden bis zu 2 Stunden pro Woche in Freiwilligenarbeit investiert.

In Citizen Science sehen die Angler klar ein Potenzial für die Fischerei (67%), es bestehen aber Unsicherheiten. Rund jeder Fünfte kann sich dazu noch keine Meinung bilden, vorwiegend Personen über 40 Jahren.

Die Bereitschaft, in diesem Zusammenhang selber Daten zu sammeln ist gross (43%) und bei den 14- bis 39-Jährigen am grössten. Bezüglich der Erfassung der Fangstatistik zeigen sich die Befragten aber noch konservativ, der grösste Anteil bevorzugt nach wie vor den Postversand.

Die Arbeit des SFV wird als gut beurteilt (7.2 auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 10). Personen, die nicht Mitglied in einem Fischereiverein sind, können die Arbeit des SFV aber weniger gut beurteilen. Besonderes Gewicht legen die Befragten auf die politische Arbeit des Verbands (81 Prozent "sehr/eher wichtig"). Generelle Informationen für Kantonalverbände oder Newsletter haben vergleichsweise geringe Relevanz.

Dem hohen Gewicht entsprechend besteht der Wunsch nach stärkerem politischen Engagement: 41 Prozent würden sich mehr politische Arbeit wünschen. Die Forderung nach mehr politischer Arbeit ist am stärksten unter Vereinsmitgliedern, Mitgliedern von Umweltorganisationen und Personen mit Freiwilligenarbeit.

Die allgemeine Wohnbevölkerung kommt vor allem über den Verzehr von Fisch in Berührung mit dem Angelsport. Daneben besteht ein überraschend breiter Bezug durch das private Umfeld (58%). Trotz dieses Bezuges würde aber nur rund ein Drittel das Fischen ausprobieren. Besonders hoch ist das Interesse dabei bei 18- bis 39-jährigen Befragten. Neben allgemeinen Gründen und anderen Vorlieben sind fehlendes Interesse und tierethische Gründe Einwände gegen das Angeln.

Mehr als drei Viertel der Befragten haben ein positives Bild vom Fischen. In der Romandie ist die Meinung am positivsten. Die Bereitschaft, das Angeln selber zu probieren, fördert ebenfalls eine positive Haltung. In der Wahrnehmung der Bevölkerung überwiegt, dass sich Anglerinnen und Angler für die Umwelt einsetzen und tierschutzgerecht fischen. Relativ weit verbreitet (41%) ist jedoch noch die Ansicht, Fischer würden nach Trophäen streben.

Das Interesse an Gewässerschutzthemen ist in der Bevölkerung weit verbreitet und umfasst knapp drei Viertel. Der Informationsstand ist jedoch gering, eine Mehrheit von 62 Prozent fühlt sich schlecht oder eher schlecht informiert. Den tiefsten Wissensstand geben die 18- bis 39-Jährigen an.

45 Prozent der Befragten haben bereits einmal vom SFV gehört. Eine erhöhte Wahrnehmung zeigt sich unter Mitgliedern in Umweltorganisationen und Personen mit einer grundsätzlichen Bereitschaft, das Angeln selber zu probieren.

1.1 Datenbasis

Die Ergebnisse der AnglerInnenbefragung basieren auf einer Befragung von 1'429 beim Netzwerk Anglerausbildung registrierten Anglerinnen und Anglern sowie Abonnenten der Zeitschrift "Petri Heil". Die Befragung wurde zwischen dem 5. Dezember 2017 und dem 5. Januar 2018 mittels schriftlicher Fragebögen und Online-Interviews durchgeführt. Der Anteil männlicher Befragter umfasst 95 Prozent. Mit einem Frauenanteil von fünf Prozent entspricht das Geschlechterverhältnis dem, welches bereits in der Anglerbefragung aus dem Jahr 1999 festgestellt wurde. Auf eine Beschreibung von Unterschieden zwischen den Geschlechtern wurde aufgrund der Verteilung zugunsten der Männer daher verzichtet.

Die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung basieren auf einer repräsentativen Befragung von 505 Einwohnerinnen und Einwohnern der Schweiz, die innerhalb der letzten zwei Jahre nicht gefischt haben. Die Befragung wurde zwischen dem

5. und dem 14. Dezember 2017 mittels computerunterstützten Telefoninterviews (CATI) durchgeführt. Befragt wurde mittels eines Random Digit Dialing (RDD)/Dual-Frame-Verfahrens via Festnetz und Handy.

Der statistische Fehler bei der Stichprobengrösse für die jeweiligen befragten Gruppen beträgt:

Tabelle 1

Stichprobenfehler

Stichprobengrösse	Fehlerquote Basisverteilung	
	50% zu 50%	20% zu 80%
N = 1429	±2.6 Prozentpunkte	± 2.1 Prozentpunkte
N = 1000	± 3.1 Prozentpunkte	± 2.5 Prozentpunkte
N = 500	± 4.4 Prozentpunkte	± 3.5 Prozentpunkte
N = 100	± 9.8 Prozentpunkte	± 7.9 Prozentpunkte
N = 50	± 14 Prozentpunkte	± 11.2 Prozentpunkte

Lesebeispiel: Bei rund 1000 Befragten und einem ausgewiesenen Wert von 50 Prozent liegt der effektive Wert zwischen 50 Prozent ±3.1 Prozentpunkte, bei einem Basiswert von 20 Prozent zwischen 20 Prozent ±2.5 Prozentpunkte. Dabei setzt man in der Umfrageforschung zumeist ein Sicherheitsmass von 95 Prozent, das heisst man akzeptiert eine Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 Prozent, dass der nachgewiesene statistische Zusammenhang so in der Grundgesamtheit nicht vorhanden ist.

© gfs.bern

Um Fehlinterpretationen zu minimieren, nehmen wir keine Subgruppenanalysen in Gruppen vor, in denen weniger als 50 Fälle vorliegen.

2 Einleitung

2.1 Mandat und Fragestellung

Der Schweizerische Fischerei-Verband SFV plante die Durchführung einer Erhebung unter Mitgliedern als Standortbestimmung. Eine Befragung unter der generellen Bevölkerung zu Einstellungen gegenüber der Fischerei ergänzte die Mitgliederbefragung.

Die Befragung sollte inhaltlich auf zwei verschiedenen Ebenen Einblick in relevante meinungsbildende Elemente rund um das Thema Fischen geben. Dabei standen auf der einen Seite Alltagsprägungen und -einstellungen im Vordergrund, die durch Angeln als Hobby entstehen. Andererseits ging es um Bedürfnisse und Forderungshaltungen gegenüber Fischereiorganisationen, insbesondere dem Schweizerischen Fischereiverband sowie der Politik.

Die Befragung knüpfte an eine Anglerbefragung aus dem Jahr 1999 an und ermöglicht Vergleiche, wo dies sinnvoll erscheint. Insgesamt stellt sie eine Weiterentwicklung des sozialwissenschaftlichen Monitorings von 1999 dar.

Der vorliegende Schlussbericht umfasst alle Erkenntnisse aus der Studie.

3 Befunde

3.1 Befragung registrierter Anglerinnen und Angler

Die Befragung von beim Netzwerk Anglerausbildung registrierten Anglerinnen und Anglern sowie Abonnenten von "Petri Heil" konzentriert sich auf die Gewohnheiten rund um das Hobby und die Freiwilligenarbeit in der Fischerei, umfasst aber auch generelle Haltungen zu Umweltschutz und Gewässerpolitik. Mit einem Frageblock zu Citizen Science wird auch das Potenzial neuer Technologien für den Angelsport ausgelotet. Abschliessend geht es um die Beurteilung der Arbeit und Wünsche an den SFV durch Anglerinnen und Angler.

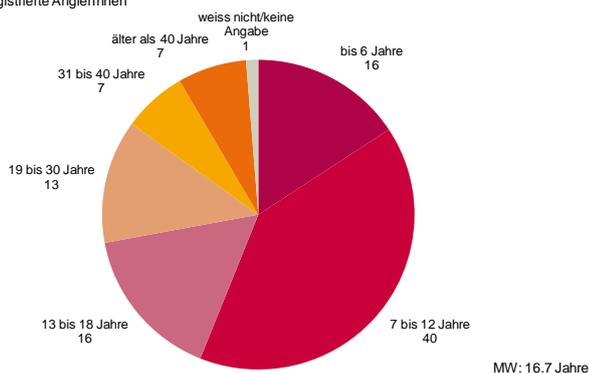
3.1.1 Merkmale der Anglerinnen und Angler

Das Fischen ist ein Hobby, das bereits in der frühen Jugend begonnen wird:

Grafik 1

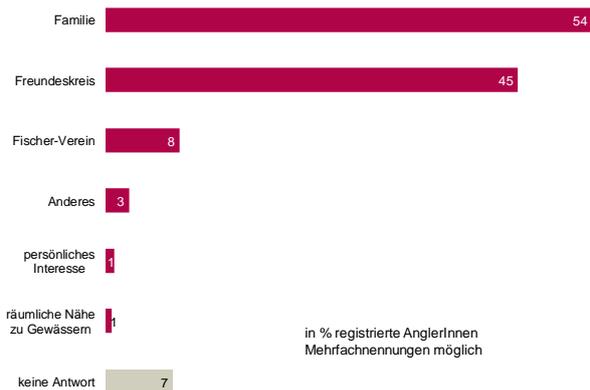
Einstiegsalter

"In welchem Alter haben Sie mit dem Angeln begonnen?"
in % registrierte AnglerInnen



Gründe zu Fischen

"Wie sind Sie zum Fischen gekommen?"



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Eine Mehrheit von 56 Prozent beginnt im Alter von unter 12 Jahren mit dem Fischen. Ein Fünftel der Befragten hat mit dem Hobby erst zwischen 19 und 40 Jahren begonnen.

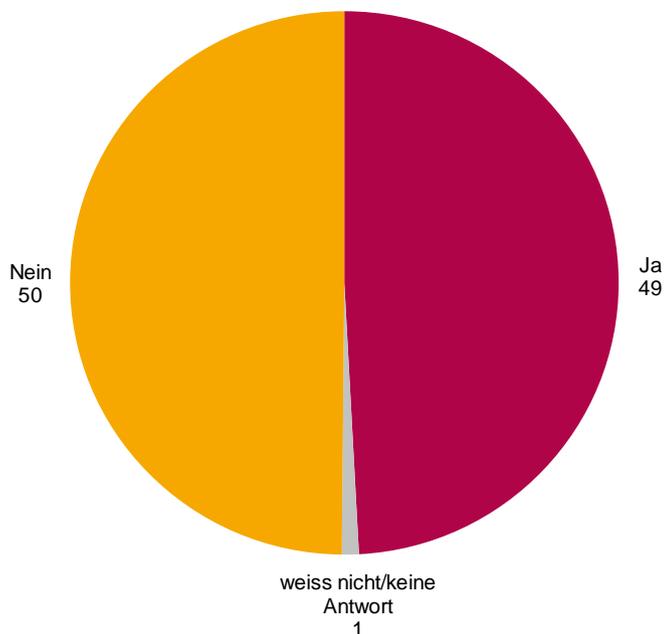
Die Begeisterung für den Sport wird dabei offensichtlich hauptsächlich innerhalb des Familien- und Bekanntenkreises weitergegeben. Fischer-Vereine oder andere Gründe, mit dem Fischen zu beginnen, spielen keine Rolle. Nebensächlich ist auch, ob jemand Nahe an einem Gewässer wohnt oder nicht.

Das Angeln wird jedoch nicht immer gleich intensiv ausgeübt, zeitliche Unterbrüche sind die Regel:

Grafik 2

Unterbruch Fischen

"Haben Sie schon einmal über längere Zeit mit Angeln aufgehört?"
in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Gut die Hälfte der Befragten hat bereits einmal über längere Zeit mit dem Fischen aufgehört. Die Quote an Unterbrüchen ist bei Mitgliedern in einem Fischereiverein und Personen, die sich freiwillig im Bereich Fischerei und Gewässerschutz engagieren, deutlich tiefer. Betrachtet man nur die letzten zwei Jahre, haben nur 9 Prozent der Befragten in diesem Zeitraum nicht gefischt.

Hauptgrund für die aktuelle Pause ist schlichtweg Zeitmangel, verbunden mit beruflichen oder familiären Verpflichtungen. Die Motivation fischen zu gehen leidet besonders, wenn der Fangerfolg ausbleibt. Dies ist vor dem Hintergrund abnehmender Fischbestände ein wichtiger Faktor neben dem Zeitaufwand. Unter den meistgenannten Hauptgründen finden sich auch neue oder strengere Vorschriften, welche in der Wahrnehmung der Befragten die Ausübung des Hobbys erschweren. Als dritter Hauptfaktor kommen mangelnde Ausstattung oder andere Interessen ins Spiel.

Grafik 3

Filter Gründe für das Aufhören zu Fischen

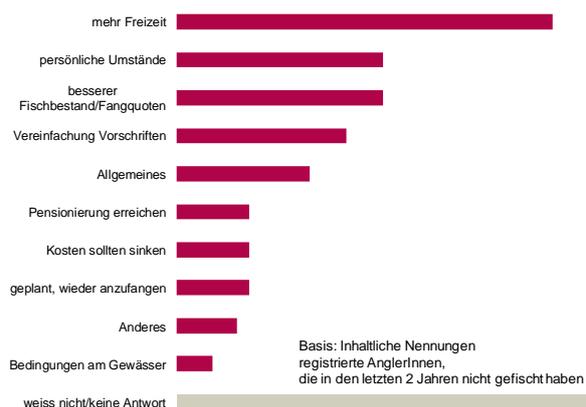
"Aus welchen Gründen haben Sie mit Fischen aufgehört?"



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (n = 129)

Filter Bedingung Wiederaufnahme Fischen

"Was müsste sich ändern, damit Sie wieder mit dem Fischen beginnen?"



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (n = 129)

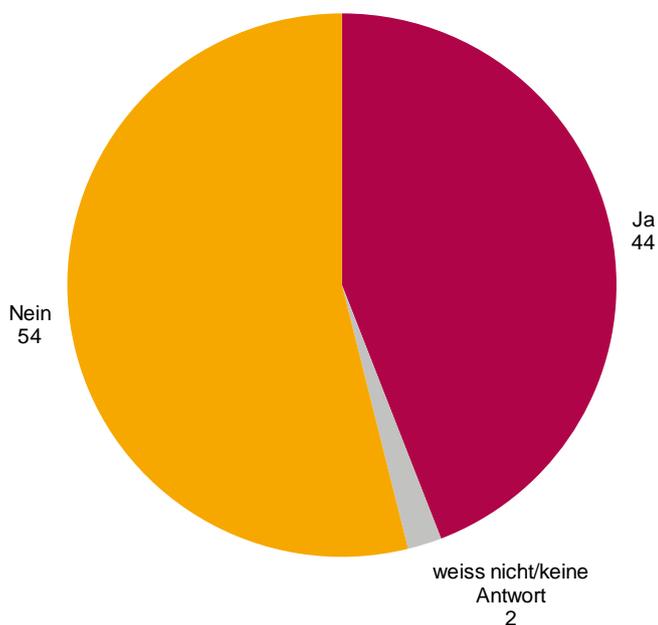
Entsprechend müsste den Befragten, die innerhalb der letzten 2 Jahre nicht Fischen waren, mehr Freizeit zur Verfügung stehen. Gleichwertig wie persönliche Umstände sind aber auch bessere Fangquoten, um die Motivation zu steigern. An dritter Stelle stehen vereinfachte Vorschriften.

Aktuell ist eine Mehrheit von 54 Prozent nicht in einem Fischerverein organisiert:

Grafik 4

Mitgliedschaft Fischerverein

"Sind Sie Mitglied in einem Fischereiverein?"
in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Am häufigsten sind Personen aus dem Tessin in einem Fischerverein, unterdurchschnittlich ist die Mitgliederdichte in der Romandie. Wie bei zahlreichen Vereinen in der Schweiz sind es vor allem ältere Personen, die sich dort engagieren. Zwar sind ein Drittel der 18- bis 39-jährigen Anglerinnen und Angler Vereinsmitglieder, bei den über 65-Jährigen sind es aber gut zwei Drittel. Das Durchschnittsalter der Mitglieder liegt aktuell bei rund 52 Jahren.

Eine Mitgliedschaft in Umweltorganisationen ist bei den Anglern wenig verbreitet, der Anteil beträgt nur 12 Prozent. Unter den Anglern sind diese Organisationen beliebter bei Personen aus städtischer Umgebung, mit höherer Bildung sowie höherem Einkommen (Anteil je 18%).

Geselligkeit und Kameradschaft ist mit Abstand der Hauptgrund, einem Fischereiverein beizutreten (61%). Eine wichtige Rolle spielen auch die Förderung der Fischerei und der Umweltschutz (51% respektive 47%). Die Vereine als Informationsquelle für allgemeine Informationen zum Sport zu nutzen ist weniger relevant, ebenso ist nur eine Minderheit engagiert ein Patent zu erhalten (27%). Wenig gewichtig sind auch zusätzliche Vereinsangebote.

Grafik 5

Filter Gründe Mitgliedschaft

"Welches sind Ihre Gründe für eine Mitgliedschaft in einem Fischereiverein?"



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (n = 629)

3.1.1.1 Zwischenbilanz

Der Grundstein für die Begeisterung für den Angelsport wird in der Jugend gelegt, eine Mehrheit beginnt unter 12 Jahren mit dem Fischen. Das Interesse wird dabei hauptsächlich innerhalb des Familien- und Bekanntenkreises weitergegeben. Jeder zweite hat aber einmal längere Zeit mit dem Fischen aufgehört. Gründe dafür sind Zeitmangel sowie familiäre und berufliche Verpflichtungen.

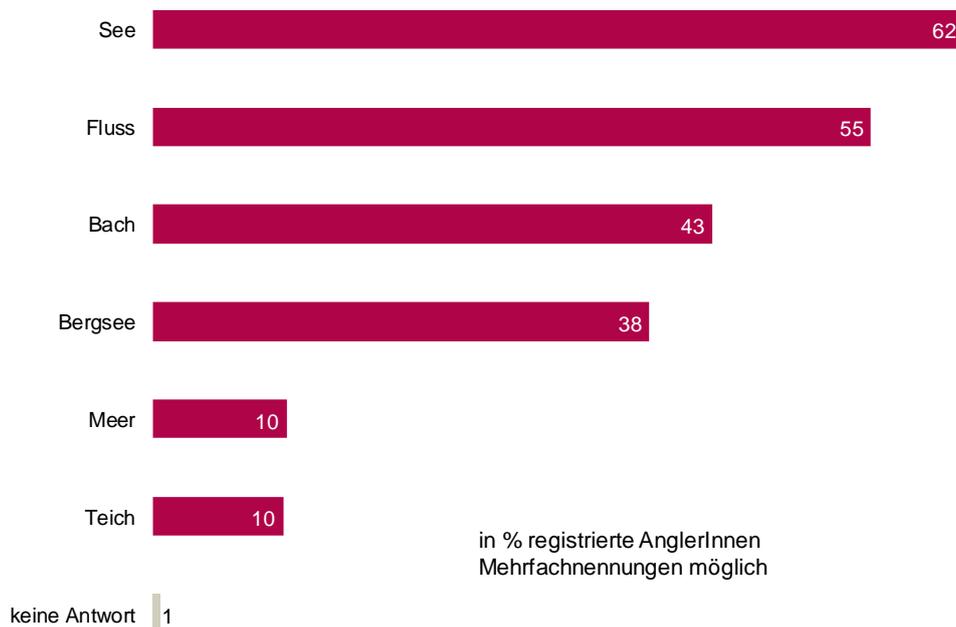
Eine Mehrheit (54%) ist aktuell nicht in einem Fischereiverein organisiert. Vereine sprechen eher ältere Personen an, ein Drittel der Anglerinnen und Angler unter 40 Jahren ist jedoch Mitglied. Kameradschaft und einen Beitrag zum Umwelt- und Gewässerschutz zu leisten sind Hauptmotive für eine Mitgliedschaft.

3.1.2 Gewohnheiten

Am häufigsten gehen die Befragten in Seen oder Flüssen angeln. Bäche werden von einer relativen Mehrheit von 43 Prozent genannt. Bergseen sind hingegen weniger stark genutzte Gewässer. Meere oder Teiche sind für die meisten Befragten keine relevanten Ziele, nur jeweils ein Zehntel nennt diese Gewässerarten.

Angelgewässer

"In welchem Gewässer angeln Sie bevorzugt?"



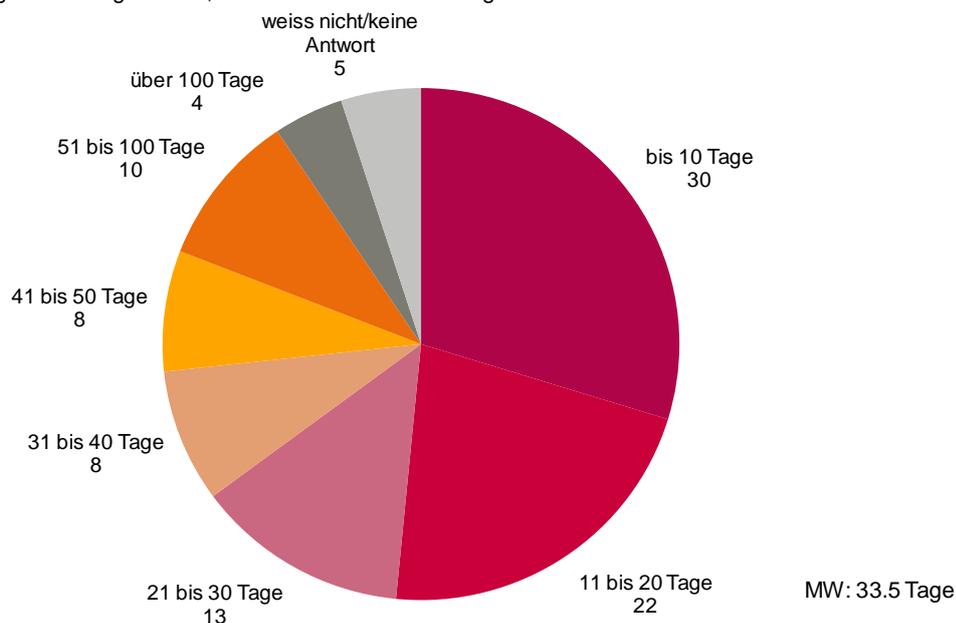
© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Im Durchschnitt gehen die Befragten an 33.5 Tagen im Jahr fischen. Konkreter aufgeschlüsselt, ging eine Mehrheit von 52 Prozent an maximal 20 Tagen im letzten Jahr fischen. Weniger als ein Drittel widmete sich an 21 bis 50 Tagen ihrem Hobby. Eine Aktivität von mehr als 50 Tagen stellt die Seltenheit dar. Wenig überraschend ist eine Aktivität von mehr als 50 Tagen pro Jahr überdurchschnittlich in der Altersgruppe der über 65-Jährigen zu finden, was sicher mit den grösseren zeitlichen Ressourcen zusammenhängt. Anglerinnen und Angler, die Mitglieder in Fischereivereinen sind oder sich freiwillig engagieren, gehen ebenfalls über dem Mittel fischen.

Filter Häufigkeit Fischen

"Wie oft gingen Sie im letzten Jahr fischen? Bitte machen Sie eine ungefähre Schätzung über die Anzahl Tage."

in % registrierte AnglerInnen, die in den letzten 2 Jahren gefischt haben



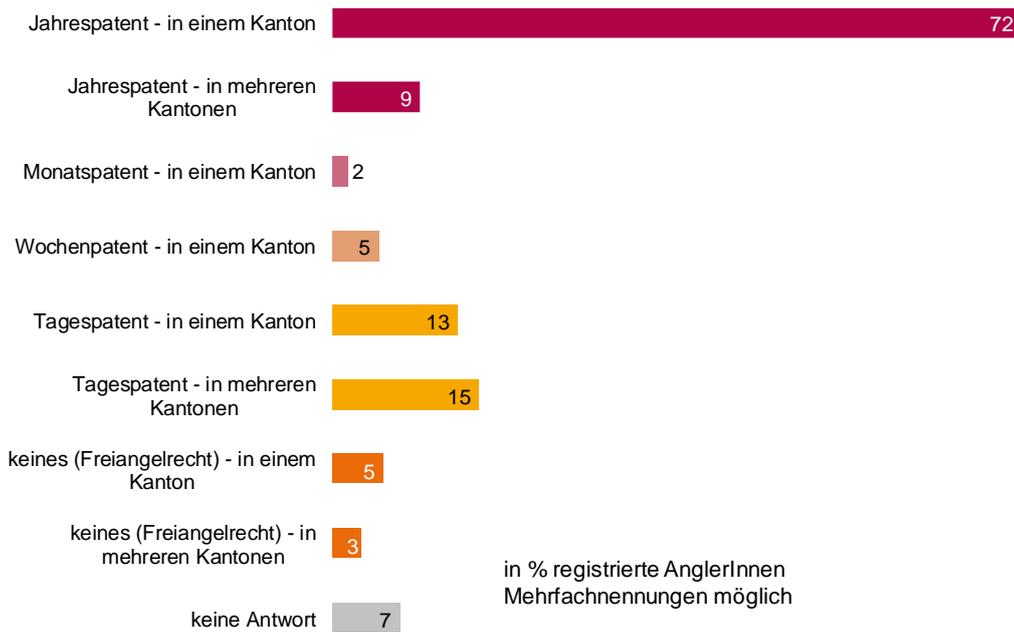
© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (n = 1297)

Mit Abstand am häufigsten besitzen die Befragten ein Jahrespatent in einem Kanton (72%), Jahrespatente in mehreren Kantonen sind die Seltenheit (9%).

An zweiter Stelle stehen Tagespatente in einem oder mehreren Kantonen (13% respektive 15%). Diese Abonnementart passt zum Aktivitätsniveau, im Schnitt gingen die Befragten an 33.5 Tagen im Jahr fischen. Nur sehr geringe Anteile lösen monats- oder wochenweise ein Patent für einen Kanton.

Anglerbewilligung

"Welche Anglerbewilligungen beziehen Sie in der Regel?"



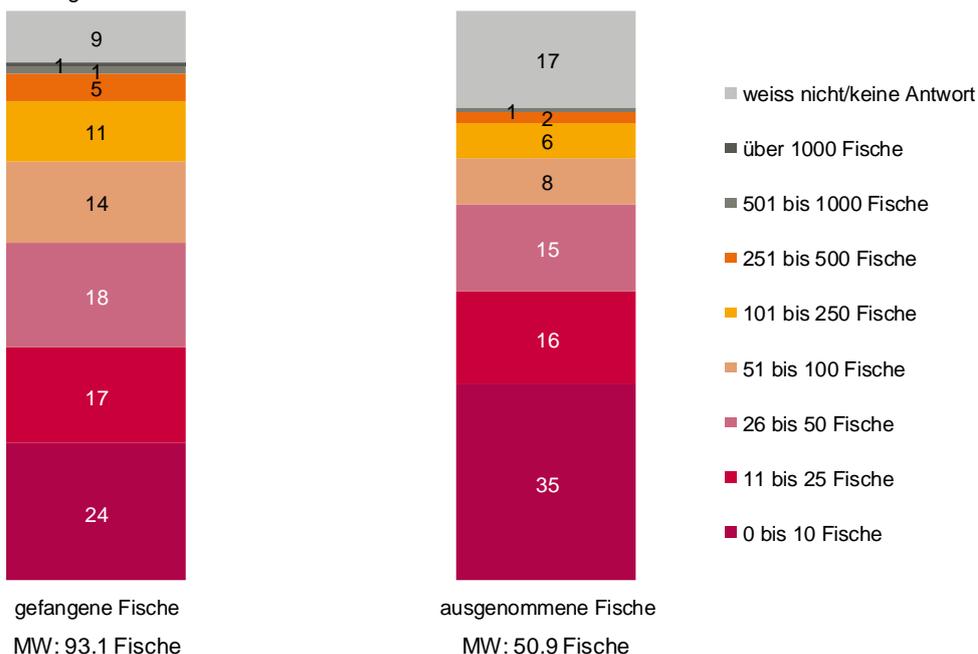
© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Im Schnitt werden pro Jahr 93 Fische gefangen. Interessanterweise liegt die Quote weiterverarbeiteter Fischer mit rund 51 Tieren deutlich tiefer. Zahlreiche Fische aufgrund geringer Grösse oder wenig Eignung zum Verzehr nach dem Fang wieder freigelassen.

Anzahl gefangener/ausgenommener Fische

"Wie viele Fische fangen/entnehmen Sie pro Jahr? Bitte machen Sie eine ungefähre Schätzung."

in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

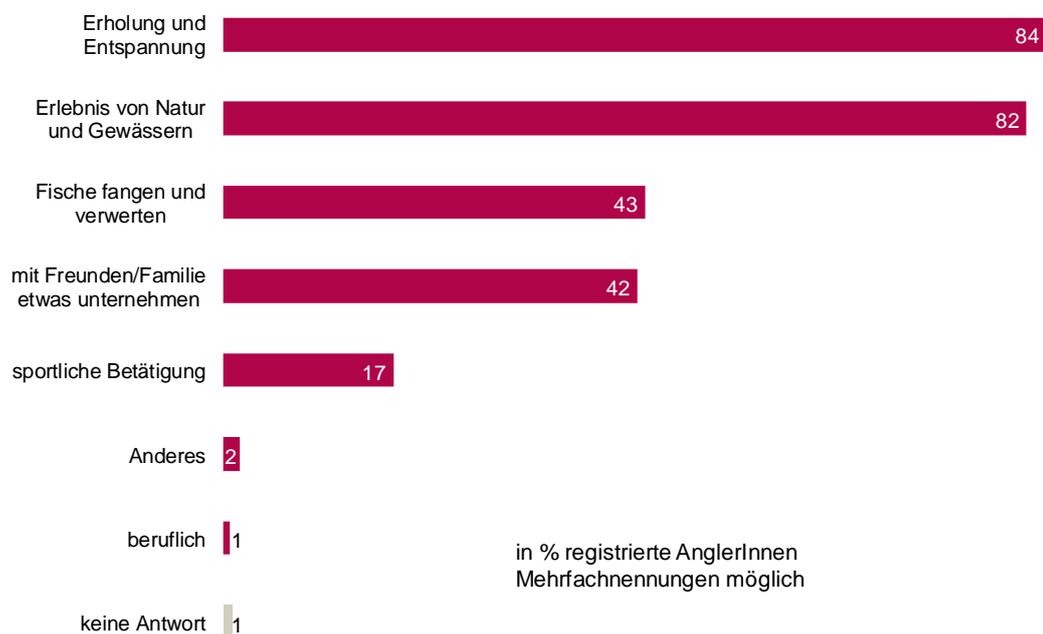
Die grössten Anteile der Befragten entfallen auf eine Grössenordnung von bis zu 10 Fische, die pro Jahr gefangen und entnommen werden. Jeweils knapp ein Drittel bewegt sich im Bereich von 11 bis 50 Fischen, ein Viertel fängt zwischen 51 und 250 Tiere. Allerdings entnehmen nur 14 Prozent ebenso viele Fische. Volumen von mehr als 250 Fischen bilden die absolute Ausnahme. Mitglieder in Fischereivereinen und Personen, die Freiwilligenarbeit leisten, fangen fast doppelt so viele Fische wie Befragte, die sich nicht in einem Verein oder anderweitig engagieren. Dies dürfte nicht zuletzt mit der höheren Anzahl Tage pro Jahr zusammenhängen, an denen diese Gruppe fischt.

Der Erholungsaspekt und das Naturerlebnis stehen beim Angeln klar im Vordergrund:

Grafik 10

Motivation fürs Fischen

"Aus welcher Motivation heraus gehen Sie zum Fischen?"



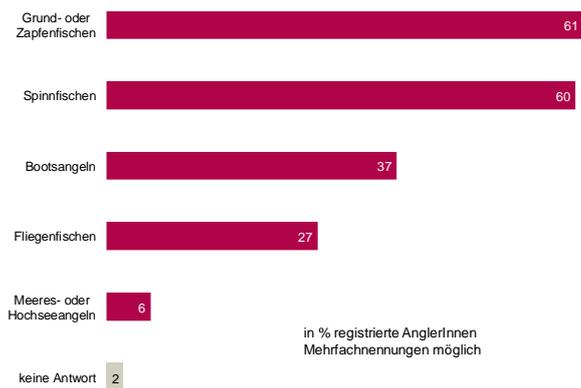
© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Über 80 Prozent der Befragten gehen hauptsächlich Fischen, um sich zu erholen oder Natur und Gewässer zu erleben. Das eigentliche Fangen von Fischen steht an dritter Stelle. Gleichwertig wird das Angeln als Familienevent gesehen oder als Gelegenheit um Freunde zu treffen. Andere Aspekte wie sportliche Betätigung sind klar weniger Motivation zu fischen.

Grafik 11

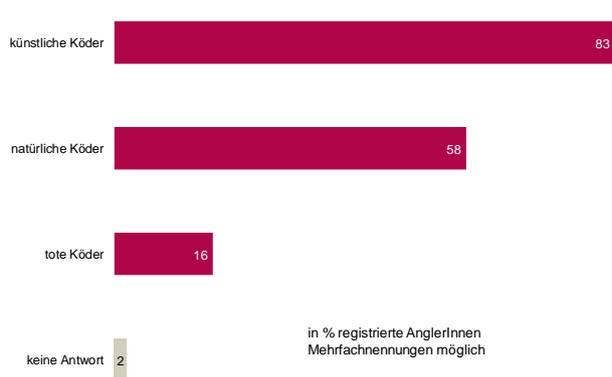
Angeltechnik

"Welche Angeltechnik verwenden Sie hauptsächlich?"



Köderart

"Welche Köderart verwenden Sie hauptsächlich?"



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Bezüglich der verwendeten Technik beim Angeln dominiert das Grund- oder Zapfenfischen (60%), ebenso häufig wird das Spinnfischen angewandt (60%). Zweit-rangig sind das Angeln vom Boot aus oder Fliegenfischen, welche rund einem Drittel und Viertel praktiziert werden. Keine Relevanz hat das Meeres- oder Hochseeangeln. Überwiegend kommen entweder künstliche oder natürliche Köder zum Einsatz.

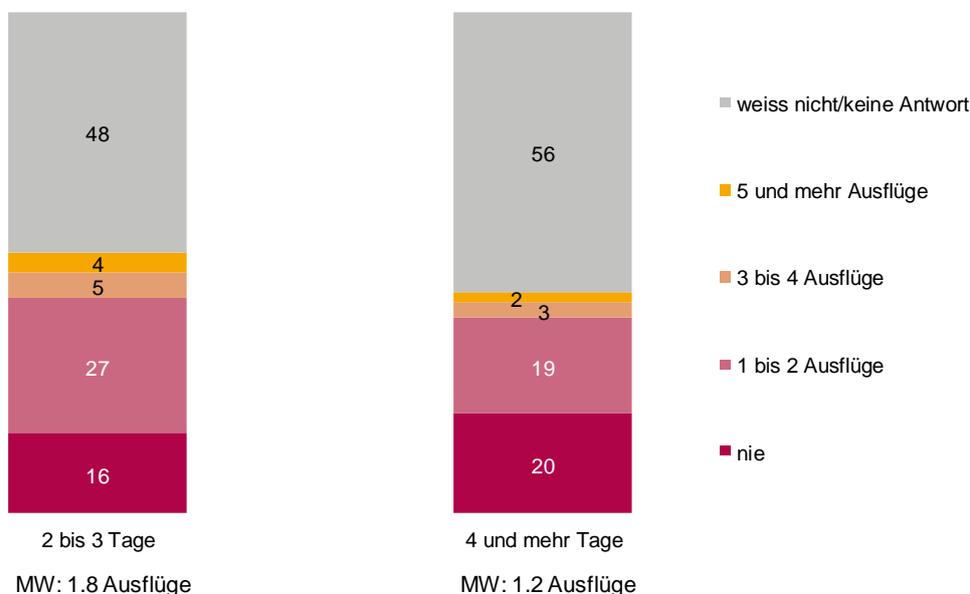
Etwas mehr als ein Drittel der Befragten unternehmen mindestens einmal pro Jahr einen Angelausflug von einer Dauer von zwei bis drei Tagen, rund ein Viertel unternimmt Ausflüge, die vier oder mehr Tage dauern:

Grafik 12

Angelausflüge

"Wie oft im Jahr machen Sie längere Angelausflüge? Bitte machen Sie eine ungefähre Schätzung über die Anzahl der Angelausflüge."

in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Die Häufigkeit solcher Ausflüge ist aber gering und bei den meisten auf einen oder zwei Ausflüge beschränkt. Im Mittel beträgt die Anzahl Ausflüge für zwei bis drei Tage 1.8, für vier und mehr Ausflüge 1.2. Auffallend ist die hohe Zahl Befragter, die keine Schätzung über die Anzahl ihrer Angelausflüge machen können (48% respektive 56%).

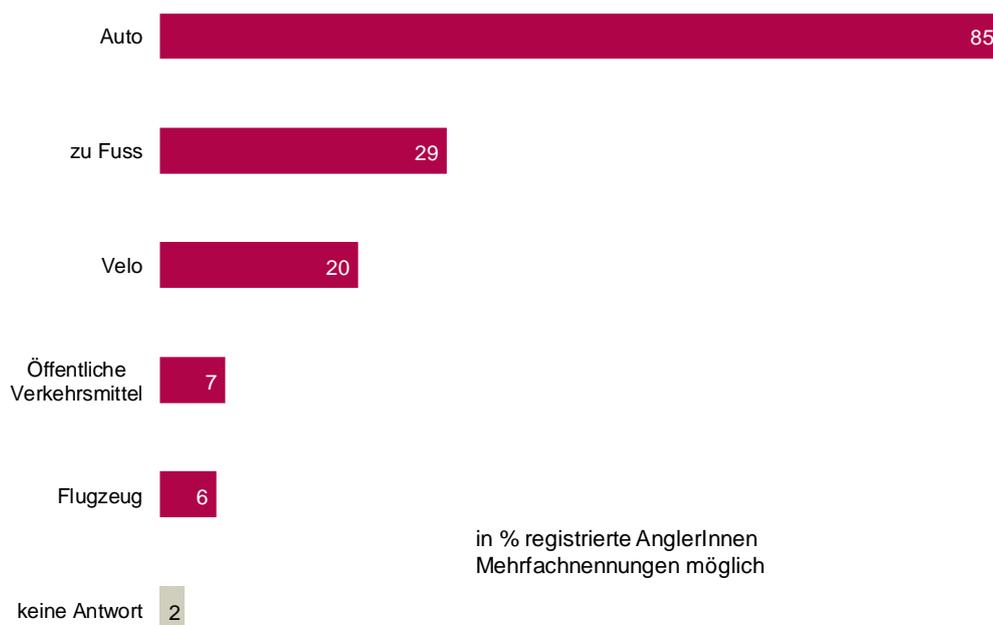
Knapp die Hälfte der Befragten (48%) nimmt für Ausflüge von mehr als zwei Tagen Dauer einen Fahrtweg von maximal 4 Stunden in Kauf. Der grösste Anteil innerhalb dieser Gruppe bewegt sich im Rahmen von 1-2 Stunden. Rund ein Zehntel braucht mehr als 5 Stunden, um zum gewählten Gewässer zu gelangen.

Das mit Abstand beliebteste Verkehrsmittel für Angelausflüge ist das eigene Auto:

Grafik 13

Verkehrsmittel Angelausflüge

"Welches Verkehrsmittel benutzen Sie meist für Ihre Angelausflüge?"



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

85 Prozent der Befragten nutzen meistens das Auto, was naheliegt, wenn man eine grosse Ausrüstung transportieren muss. Auf dem zweiten Rang, aber mit deutlich weniger Nennungen (29%), gehen Anglerinnen und Angler zu Fuss. An dritter Stelle folgt das Velo, welches von einem Fünftel genannt wurde. Öffentliche Verkehrsmittel oder Flugreisen kommen nur in Ausnahmefällen in Frage.

3.1.2.1 Zwischenbilanz

Seen und Flüsse sind die beliebtesten Gewässer für den Angelsport in der Schweiz, Bergseen sind als Ziel nur für ein gutes Drittel interessant. Grund- und Zapfenfischen sind die beliebtesten Techniken. Im Schnitt gehen die Befragten an rund 34 Tagen pro Jahr angeln. Mitglieder in Fischereivereinen und Personen, die Freiwilligenarbeit im Bereich Gewässer- und Umweltschutz leisten, sind aktiver.

Die Anglerinnen und Angler besitzen mehrheitlich ein Jahrespatent in einem Kanton. Angelausflüge von mehr als zwei Tagen Dauer werden durchschnittlich ein- bis zweimal im Jahr unternommen. Das bevorzugte Transportmittel ist das eigene Auto. Erholung sowie das Naturerlebnis sind beim Fischen zentrale Motivation.

3.1.3 Aus- und Weiterbildungen

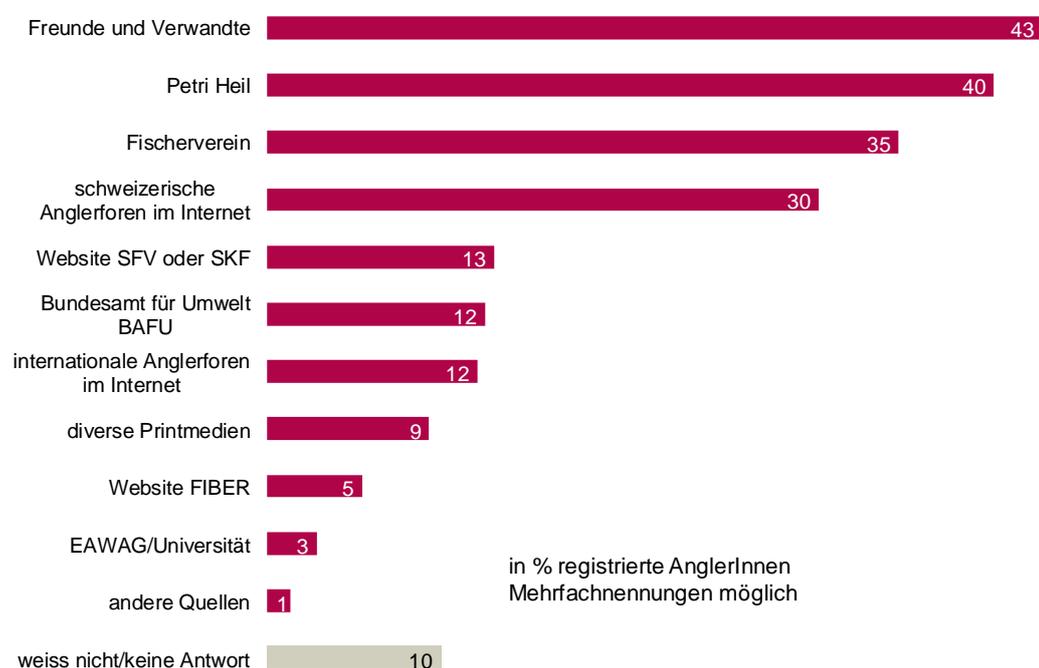
Freunde und Verwandte sind die Hauptinformationsquelle (43%), wenn es um aktuelle Themen im Bereich Gewässer und Gewässerpolitik geht:

Die Fachzeitschrift "Petri Heil" hat fast gleich grosse Relevanz (40%). Rund je ein Drittel nutzt die Informationen der Fischereivereine oder schweizerische Anglerforen im Internet. Offizielle Informationsstellen haben nur eine geringe Bedeutung, so werden die Homepage des SFV oder SKF und das Bundesamt für Umwelt nur von je knapp einem Zehntel genannt. Ähnlich gering werden internationale Anglerforen genutzt (12%). Andere Quellen wie verschiedene Printtitel oder Websites spielen kaum eine Rolle als Erstanlaufstelle für Informationen zum Thema Gewässer.

Grafik 14

Informationsquellen

"Wie informieren Sie sich über aktuelle Themen zum Gewässer und Gewässerpolitik?"



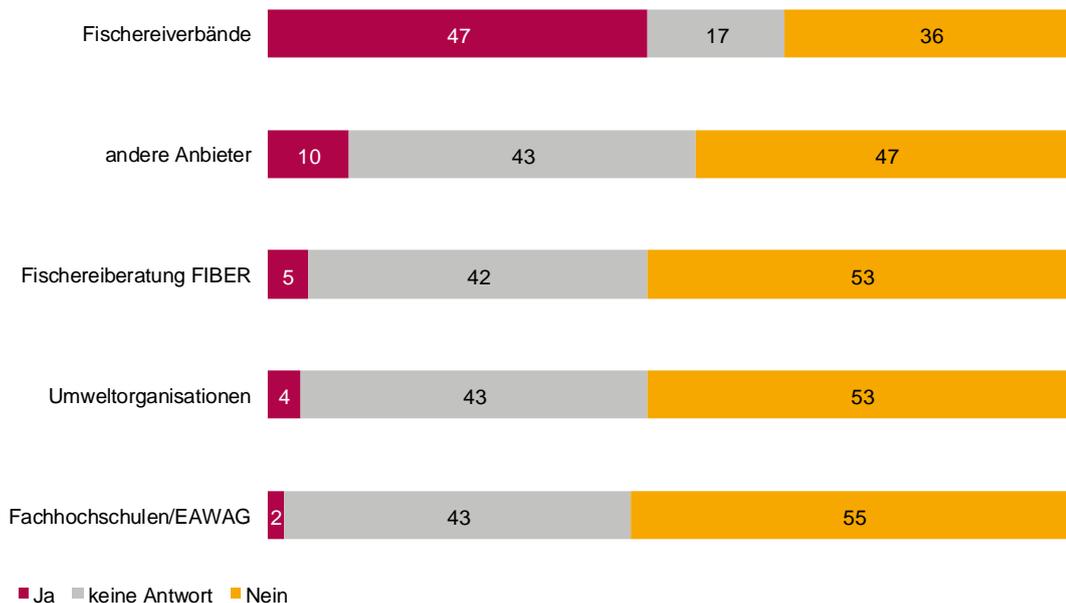
© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Im Informationsverhalten zeigt sich ein deutlicher Alterseffekt: Freunde und Verwandte sind gerade für junge Anglerinnen und Angler (14- bis 39-jährig) überdurchschnittlich wichtige Ansprechpartner zu aktuellen Themen. Auch schweizerische Anglerforen werden von dieser Gruppe am häufigsten genutzt. Ältere Personen wenden sich dagegen am meisten an Fischereivereine. Die Homepage des SFV oder SKF ist im Vergleich der Sprachregionen im Tessin praktisch nicht präsent. So nennen weniger als 10 Prozent der Befragten aus der italienischsprachigen Schweiz die Homepage als wichtige Informationsquelle.

Geht es um konkrete Aus- und Weiterbildungsangebote, sind die Fischereiverbände erste Anlaufstelle:

Nutzung Kurse zum Thema Gewässer/Fischerei

"Haben Sie jemals Kurse zum Thema Gewässer/Fischerei von folgenden Anbietern besucht?"
in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Eine relative Mehrheit von 47 Prozent hat bereits einen solchen Kurs besucht. Alle anderen Anbieter werden sehr gering in Anspruch genommen. Auffallend ist die grosse Zahl Befragter, die zu den übrigen Angeboten keine Aussage machen können (42-43%). Dies könnte daran liegen, dass man von den Angeboten keine Kenntnis hat.

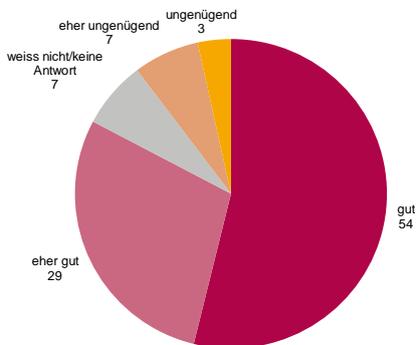
Die Anforderungen an den Sachkundenachweis werden überwiegend als gut betrachtet (54%). 10 Prozent wünschen sich aber umfassendere Ausbildungsbedingungen. Die Zufriedenheit mit dem aktuellen SaNa-Ausweis ist bei den jüngeren Befragten (14-39 Jahre) zwar klar mehrheitlich, liegt aber unter den Werten für Personen mittleren und fortgeschrittenen Alters.

Grafik 16

Beurteilung Umfang SaNa

"Wie beurteilen Sie den Umfang der Ausbildung Sachkundenachweis Fischerei (SaNa) bezüglich dem Umgang mit Fisch? Die Ausbildung Sachkundenachweis Fischerei (SaNa) ist..."

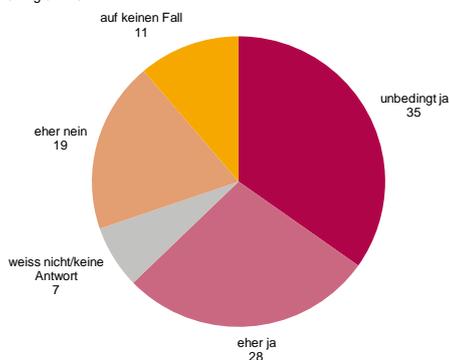
in % registrierte AnglerInnen



Obligatorium SaNa

"Im vergangenen Jahr standen touristische Fischerangebote (Familienfischen) in der Kritik der Tierschützer und der Öffentlichkeit. Bei diesen Fischerangeboten ist bisher kein SaNa nötig. Soll der SaNa für alle Fischer (auch für Tages-, Wochenpatente und Freiangelrechte) schweizweit obligatorisch werden?"

in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Knapp zwei Drittel der Befragten (63%) würden einen obligatorischen Sachkundenachweis für sämtliche Aktivitäten, bei denen gefischt wird, in der ganzen Schweiz befürworten. Besonders stark ist die Zustimmung unter Personen, die

sich freiwillig für Fischerei und Umwelt engagieren. Nur knapp mehrheitlich ist diese Massnahme im Tessin akzeptiert.

3.1.3.1 Zwischenbilanz

Freunde und Verwandte sind die Hauptinformationsquelle zu aktuellen Fischereithemen, gefolgt von "Petri Heil". Junge Angler (14-39 Jahre) nutzen verstärkt schweizerische Anglerforen im Internet, ältere Personen wenden sich hauptsächlich an Fischereivereine. Die Homepage des SFV oder SKF wird nur wenig genutzt und hat im Tessin die geringste Relevanz im Vergleich zu den anderen Sprachregionen.

Für Aus- und Weiterbildungen sind Fischereiverbände erste Anlaufstelle, 47 Prozent haben bereits einmal einen Kurs dort besucht. Mehr als die Hälfte der Befragten hält die Anforderungen des SaNa-Ausweises für angemessen. Knapp zwei Drittel wünschen ein Obligatorium für sämtliche Fischereiaktivitäten.

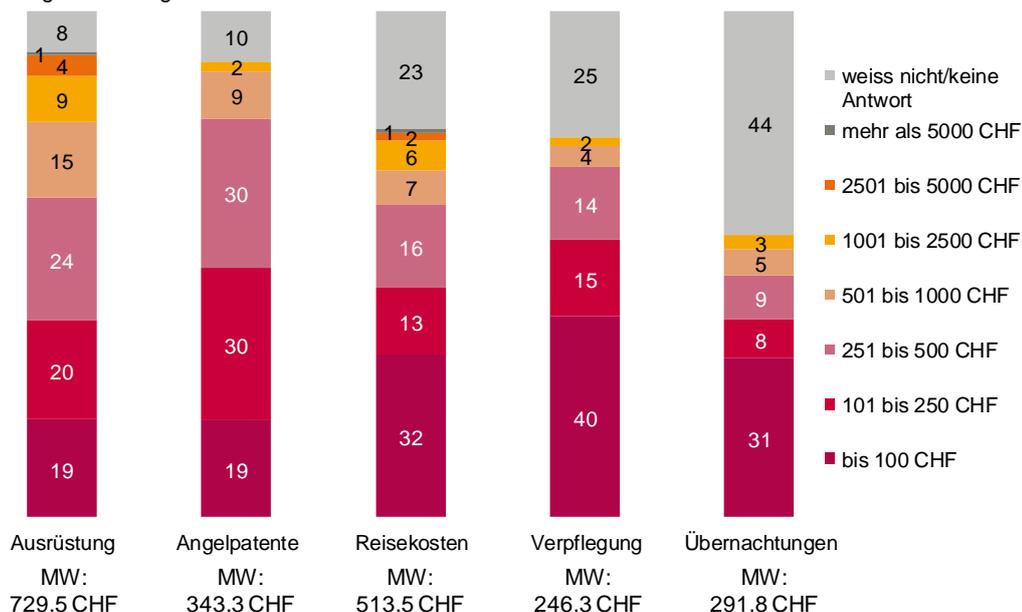
3.1.4 Ökonomie

Im Schnitt investieren die Befragten am meisten in ihre Ausrüstung. Mit durchschnittlichen Ausgaben von rund 730 Franken pro Jahr liegt dieser Posten noch vor den Reisekosten, die im Rahmen des Angelsports anfallen. Dafür geben die Befragten jährlich rund 514 Franken aus. An dritter Stelle stehen Kosten für Angelpatente (343 Franken). Für Übernachtung und Verpflegung werden durchschnittlich 292 Franken und 246 Franken ausgegeben. Extremwerte, wie beispielsweise Reisekosten von über 5000 Franken, kommen vor, sind jedoch die absolute Ausnahme. Rechnet man die Gesamtausgaben auf die Population von ca. 100'000 Anglern hoch, ergibt sich ein Ausgabenvolumen von 212.4 Millionen Franken. Gegenüber der ersten Befragung von 1999 hat sich das Ausgabenvolumen um 4 Millionen Franken verringert.

Grafik 17

Jährliche Ausgaben

"Wie viel geben Sie jährlich im In- und Ausland für Angelpatente/Reisekosten (ohne Ferienreisen)/ Restaurantbesuche (Verpflegung, Getränke)/Übernachtungen/Fischereiausrüstung (Angelruten, Zubehör, Kleidung, Köder, Fischerboot) aus? Bitte machen Sie eine ungefähre Schätzung."
in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

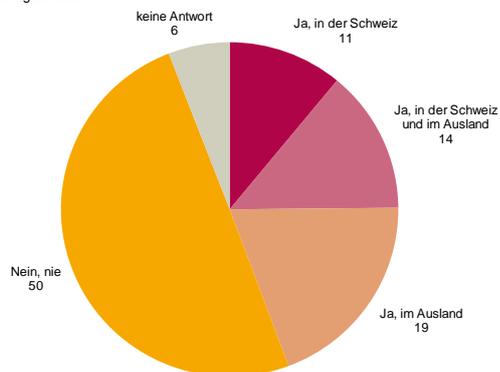
Gezielte Angelferien sind verbreitet (44%), genau die Hälfte der Befragten gibt aber an, nie spezielle Angelferien zu unternehmen. Rund ein Zehntel verbringt

Angelferien in der Schweiz, geringfügig mehr Personen gehen dafür auch ins Ausland. Rund ein Fünftel geht für Angelferien ausschliesslich ins Ausland. Interessanterweise ist das Haushaltseinkommen nicht das entscheidende Kriterium, sondern die Involvierung und persönliche Motivation gibt den Ausschlag. So gehen Mitglieder von Fischereivereinen und Personen, die Freiwilligenarbeit leisten überdurchschnittlich häufig in die Angelferien. Das trifft auch auf Befragte zu, die über das Schweizer Sportfischerbrevet verfügen.

Grafik 18

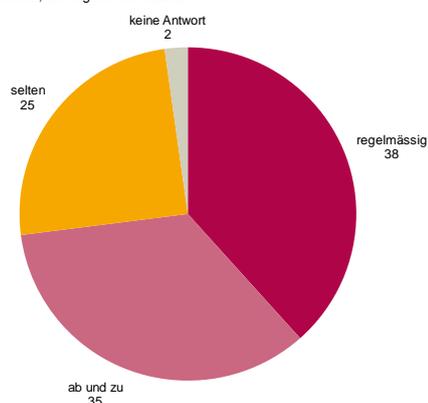
Angelferien

"Machen Sie Angelferien?"
in % registrierte AnglerInnen



Filter Häufigkeit Angelferien

"Machen Sie solche Angelferien regelmässig, ab und zu oder selten?"
in % registrierte AnglerInnen, die Angelferien machen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (n = 633)

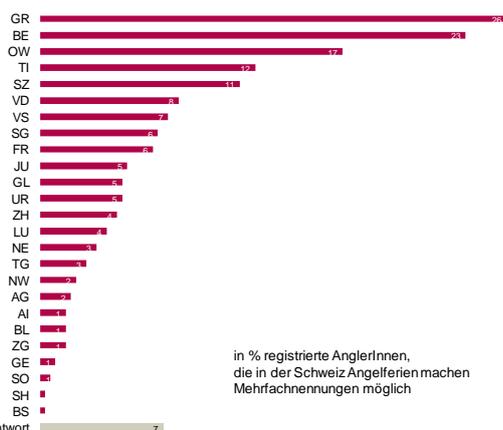
Von den Personen, die dezidierte Angelferien unternehmen, gehen jeweils mehr als ein Drittel entweder ab und zu oder regelmässig in die Ferien.

Die beliebtesten Destinationen in der Schweiz sind die Kantone Graubünden und Bern, gefolgt von Obwalden, dem Tessin und Schwyz. Die übrigen Kantone werden von jeweils weniger als 10 Prozent der Befragten genannt. Kantone mit grossen Seen wie Genf, Neuenburg, Luzern oder Zürich sind aktuell weniger beliebte Destinationen. Dies könnte mit der aktuellen Problematik zu tun haben, dass der Phosphatgehalt in Schweizer Seen aufgrund immer besserer Kläranlagen zu niedrig ist¹. Dadurch sinken der Nährstoffgehalt der Gewässer und damit die Bestände beliebter Speisefische.

Grafik 19

Filter Kanton Angelferien

"In welchem Kanton haben Sie Ihre Angelferien bisher meist verbracht?"

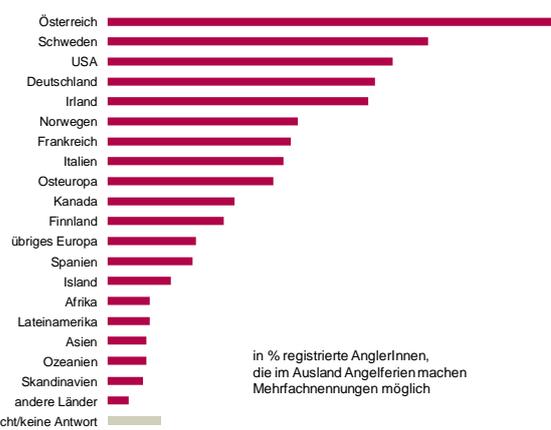


in % registrierte AnglerInnen,
die in der Schweiz Angelferien machen
Mehrfachnennungen möglich

© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (n = 355)

Filter Ausland Angelferien

"In welchen Ländern ausserhalb der Schweiz haben Sie Ihre Angelferien bisher meist verbracht?"



in % registrierte AnglerInnen,
die im Ausland Angelferien machen
Mehrfachnennungen möglich

© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (n = 476)

Ein Blick über die Landesgrenzen hinaus zeigt die Länder Europas als klare Reisefavoriten. Österreich ist aktuell das beliebteste Ziel für Angelferien. Schweden liegt auf dem zweiten Platz, gefolgt von den USA. Deutschland und Irland erfreuen sich ähnlich hoher Beliebtheit. Jeweils gut ein Zehntel zieht die Länder

¹ <https://www.tagesanzeiger.ch/schweiz/standard/Fischer-wollen-mehr-Dreck-in-den-Seen/story/16258943>

Norwegen, Frankreich, Italien oder Destinationen in Osteuropa vor. Die übrigen Regionen sind nur fallweise von Interesse.

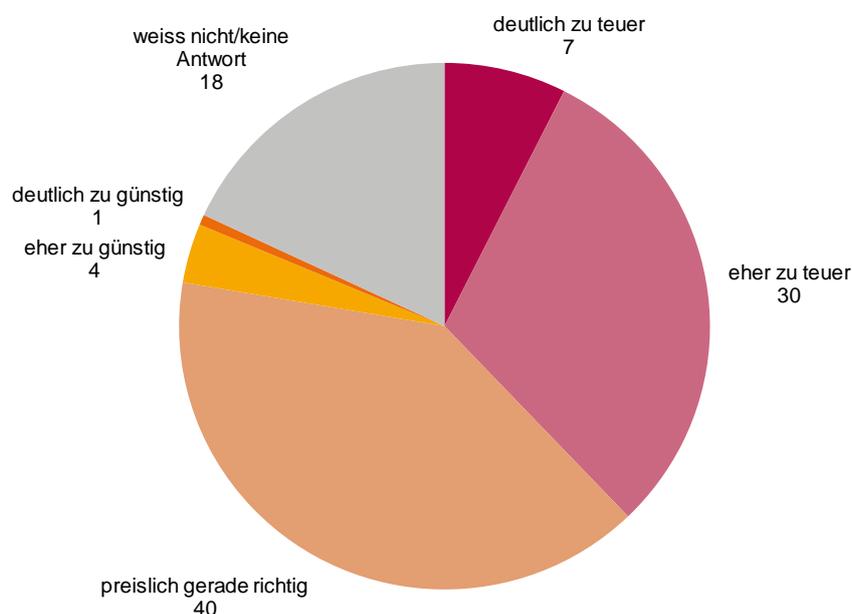
Angeln ist ein Hobby, das zeitliche wie auch finanzielle Ressourcen beansprucht. Das ist in der Wahrnehmung der Befragten präsent: 37 Prozent der Befragten empfinden die Kosten für ihr Hobby insgesamt als zu hoch. Eine knappe relative Mehrheit (40%) hält dagegen und beurteilt die Kosten als gerade richtig. Knapp ein Fünftel kann die Kosten nicht einschätzen. In der Gruppe der 18- bis 39-Jährigen wird das Hobby überdurchschnittlich als eher oder deutlich zu teuer beurteilt.

Grafik 20

Beurteilung Kosten Fischen

"Alles in allem: Ist Fischen aus Ihrer Sicht..."

in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

3.1.4.1 Zwischenbilanz

Am meisten investieren die Befragten in ihre Ausrüstung (durchschnittlich 730 Franken pro Jahr).

Angelferien sind verbreitet (44%), rund ein Zehntel verbringt diese nur in der Schweiz, jeder Fünfte geht dafür nur ins Ausland. Die beliebtesten Ziele in der Schweiz sind Graubünden, Bern und Obwalden. Die beliebtesten Destinationen im Ausland sind Österreich, Deutschland und Schweden. Insgesamt sind die Länder Europas unter den beliebtesten Zielen gut vertreten.

Bezüglich der Kosten für das Hobby sind die Anglerinnen und Angler gespalten: Mehr als ein Drittel findet diese zu hoch, eine relative Mehrheit von 40 Prozent hält sie für angemessen.

3.1.5 Akzeptanz Umweltschutz und Fischereipolitik

Der Zustand der Schweizerischen Gewässer dominiert die Problemwahrnehmung der befragten Anglerinnen und Angler sowie der Abonentinnen und Abonnten. So werden Verunreinigungen aus diffusen Quellen, Verbauungen von Flussufern oder der Zustand der Gewässersohle mit klarer Mehrheit als sehr problematisch eingestuft. Eine knappe Mehrheit sieht auch den Betrieb von Wasserkraftwerken und Hindernisse für die Wanderung von Fischen als sehr problematisch an.

Fressfeinde und Verunreinigungen aus Punktquellen werden insgesamt als Probleme wahrgenommen, allerdings macht der Anteil "sehr problematisch" keine absolute Mehrheit mehr aus.

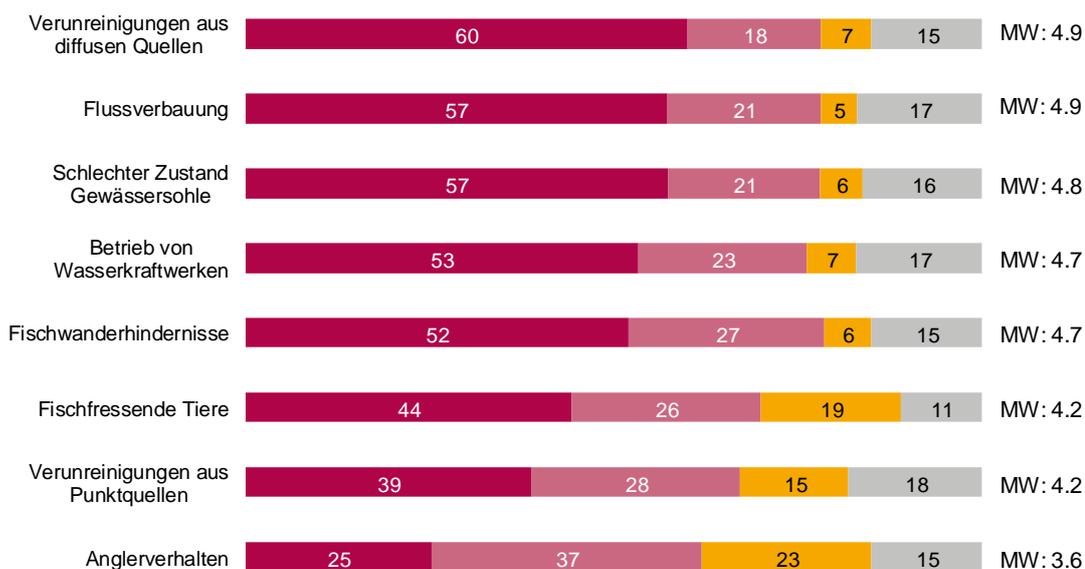
Das Verhalten von Anglern wird von einem Viertel der Befragten als sehr problematisch bewertet, weitere 37 Prozent beurteilen es als teilweise problematisch für die Fische. Überdurchschnittlich ist diese Wahrnehmung in der italienischsprachigen Schweiz vorhanden (76% sehr/eher problematisch). Ebenfalls haben die unter 40-Jährigen Angler mit über zwei Dritteln die kritischste Sicht auf ihre Kollegen. Eine Vereinsmitgliedschaft hat keinen Einfluss auf diese Wahrnehmung, Mitglieder wie auch Nicht-Mitglieder haben eine durchschnittliche Problemsicht.

Grafik 21

Problembereiche für die Fische

"Wie problematisch beurteilen Sie die folgenden Bereiche für die Fische?"

in % registrierte AnglerInnen



■ sehr problematisch (5/6) ■ teilweise problematisch (3/4) ■ unproblematisch (1/2) ■ weiss nicht/keine Antwort

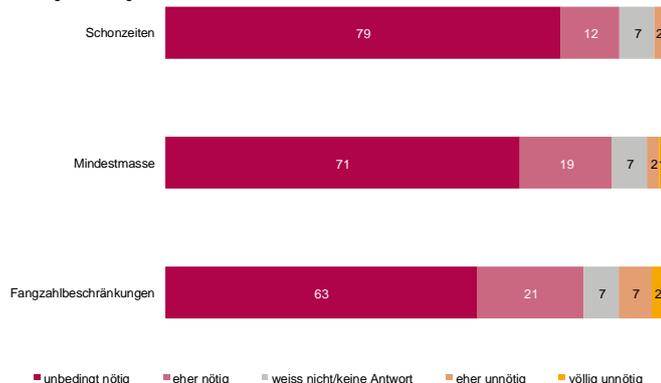
© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Bereits existierende Fischereivorschriften zum Schutz der Fischbestände sind vollumfänglich akzeptiert:

Grafik 22

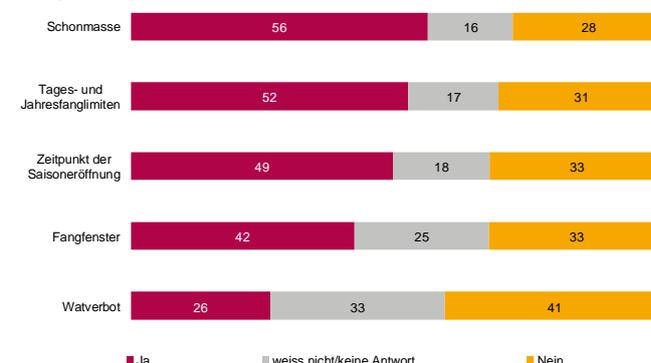
Notwendigkeit Fischereivorschriften

"Sind die folgenden Fischereivorschriften aus Ihrer Sicht nötig oder nicht?"
in % registrierte AnglerInnen



Flexibilisierung Massnahmen zur Schonung des Fischbestandes

"Unten sehen Sie einige weitere Massnahmen zur Schonung des Fischbestandes. Sollte es eine flexiblere Anpassung der Schonbestimmungen auf einzelne Gewässer geben?"
in % registrierte AnglerInnen/AbonnentInnen "Petri-Heil"



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

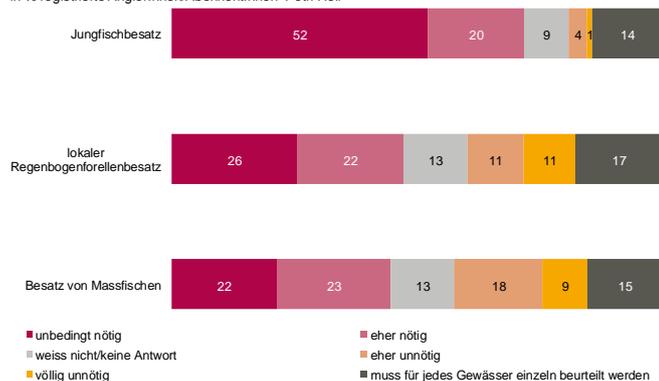
Schonzeiten, Mindestmasse und Fangzahlbeschränkungen werden von Mehrheiten zwischen 63 und 79 Prozent als unbedingt nötig erachtet. In Bezug auf Schonmasse und Fanglimits würde man sich mehrheitlich aber eine flexiblere Anpassung wünschen. Denkbar ist für eine relative Mehrheit der Befragten auch, den Zeitpunkt der Saisonöffnung nicht konkret zu fixieren (49%).

In Bezug auf Fischbesatz priorisiert eine deutliche Mehrheit von 72 Prozent der Befragten den Jungfischbesatz. Die anderen beiden Massnahmen geniessen hohe Akzeptanz, aber nur rund ein Viertel sieht sie als unbedingt nötig an. Relevante Anteile (39% respektive 42%) sehen keine Notwendigkeit für die Massnahmen oder finden, man müsse die Situation je nach Gewässer beurteilen.

Grafik 23

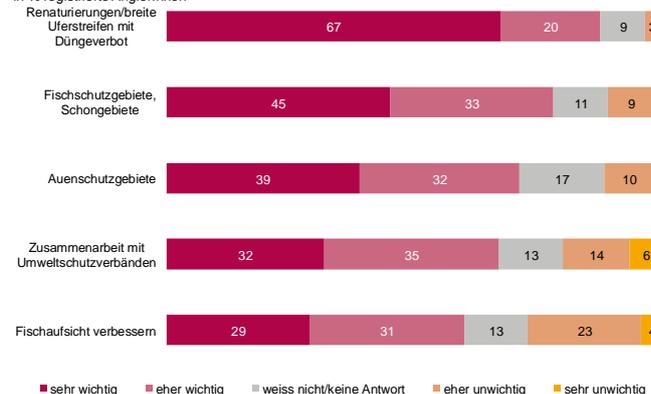
Notwendigkeit Arten von Fischbesatz

"Unter Fischbesatz versteht man das aktive Aussetzen von Fischen in Gewässern. Für wie nötig erachten Sie folgende Arten von Fischbesatz?"
in % registrierte AnglerInnen/AbonnentInnen "Petri-Heil"



Wichtigkeit Massnahmen

"Wie wichtig sind die folgenden Massnahmen aus Ihrer Sicht für die Fischerei?"
in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Sämtliche weiteren abgefragten Massnahmen zum Schutz der Fische werden mit Mehrheiten zwischen 60 und 87 Prozent als mindestens "eher wichtig" bewertet. Betrachtet man nur die dezidierte Zustimmung (Anteil "sehr wichtig"), zeigt sich, dass die Zusammenarbeit mit Umweltschutzverbänden und eine Verbesserung der Fischaufsicht von weniger als einem Drittel als sehr wichtig erachtet werden. Demgegenüber sehen Befragte bei der Renaturierung von Ufern inklusive Düngeverbot derzeit den grössten Handlungsbedarf (67% "sehr wichtig").

3.1.5.1 Zwischenbilanz

Der Zustand der Gewässer in der Schweiz dominiert die Problemsicht. Verunreinigungen aus diffusen Quellen, Flussverbauungen und der Zustand der Gewässersohle sind die am stärksten wahrgenommenen Probleme. Ein besonders wichtiges Anliegen ist den Anglerinnen und Anglern die Renaturierung von Ufern inklusive Düngeverbot (87% Zustimmung).

Fischereivorschriften wie Schonzeiten, Mindestmasse und Fangzahlbeschränkungen sind von mehr als drei Vierteln der Befragten akzeptiert. Bezüglich Fischbesatz wird nur der Jungfischbesatz klar als nötig angesehen.

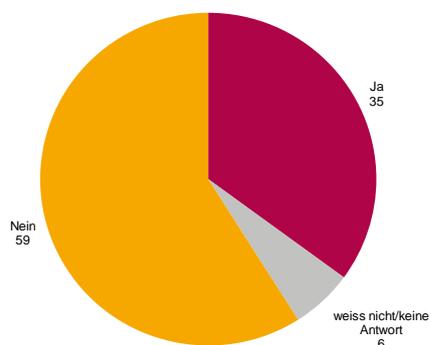
3.1.6 Freiwilligenarbeit

Grafik 24

Freiwilligenarbeit

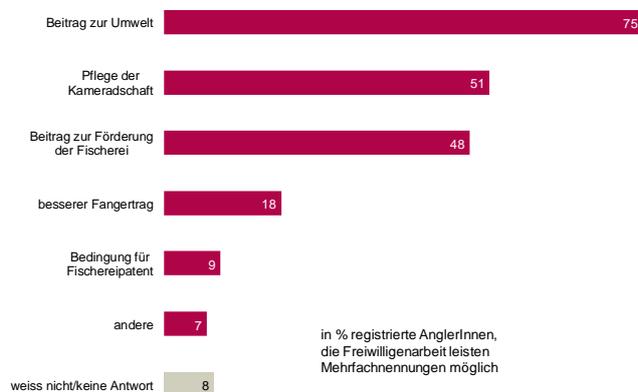
"Leisten Sie Freiwilligenarbeit für die Pflege von Gewässern/die Fischzucht/Fischereivereine?"

in % registrierte AnglerInnen



Filter Gründe für Freiwilligenarbeit

"Welches sind Ihre Gründe für Freiwilligenarbeit?"



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (n = 504)

Laut des aktuellen Freiwilligen-Monitors (2016) waren im Jahr 2014 rund ein Viertel der Schweizer Wohnbevölkerung im Rahmen von Vereins- und Organisationsstrukturen freiwillig engagiert². 38 Prozent engagierten sich informell. 35 Prozent der registrierten Anglerinnen und Angler sowie Abonnenten von Petri Heil engagieren sich aktuell neben dem Angelsport für Gewässer und Fischerei. Damit ist diese Gruppe im gesamtschweizerischen Vergleich gut mobilisiert.

Berücksichtigt man nur Mitglieder in Fischereivereinen, liegt das freiwillige Engagement sogar bei rund zwei Dritteln und ist damit überdurchschnittlich. Unterschiede in der Mobilisierung für Freiwilligenarbeit zeigen sich auch in den Sprachregionen. Im Tessin ist sie mit 16 Prozent unterdurchschnittlich, am engagiertesten sind Befragte aus der Deutschschweiz (38%). Zusätzlich steigt das Engagement mit dem Alter und ist am grössten in der Gruppe der über 65-Jährigen (43%). Die Aktivität der Jungen (14-39 Jahre) liegt bei rund einem Viertel und damit im gesamtschweizerischen Durchschnitt für institutionalisierte Freiwilligenarbeit.

Eine Mehrheit der Personen, die sich freiwillig engagieren, investiert bis zu 2 Stunden pro Woche. Rund jeder Zehnte engagiert sich mehr als 2 Stunden. Das Umweltbewusstsein ist dabei der Hauptantrieb: Drei Viertel der Freiwilligen sehen in Ihrer Arbeit einen wichtigen Beitrag zur Umwelt. Die Pflege der Kameradschaft und der Beitrag zur Fischerei sind für einen Grossteil der Befragten ebenfalls Hauptgründe (51% respektive 48%).

² http://www.sgg-ssup.ch/files/content/Webseiteninhalte/C_Freiwilligkeit/3_Freiwilligenmonitor/FM_2016_Abstract_de.pdf

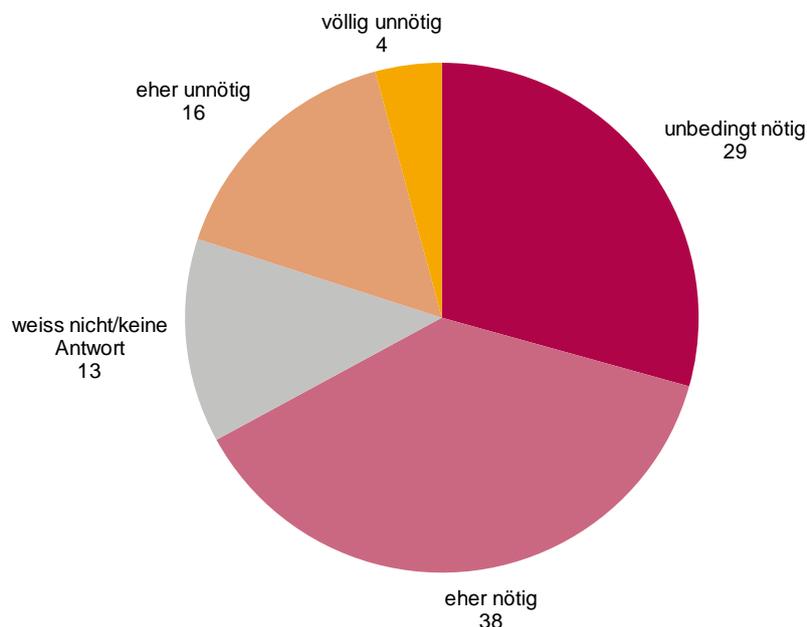
Freiwillige Fischereiaufseher werden von zwei Dritteln der Befragten als sinnvoll erachtet:

Grafik 25

Notwendigkeit freiwilliger Fischereiaufseher

"Um die kantonalen Fischereiaufseher in der Gewässeraufsicht zu unterstützen, amtieren in verschiedenen Kantonen auch offizielle freiwillige Fischereiaufseher. Sind diese aus Ihrer Sicht nötig oder nicht?"

in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Dabei unterscheidet sich die Zustimmung nur geringfügig zwischen relevanten Merkmalen wie der Vereinszugehörigkeit oder freiwilligem Engagement. Somit besteht hier ein klares Bedürfnis, das für einen Grossteil der Angler besteht.

3.1.6.1 Zwischenbilanz

Die Anglerinnen und Angler sind im gesamtschweizerischen Vergleich gut mobilisiert, 35 Prozent engagieren sich freiwillig. Im Jahr 2014 lag der Wert für die ganze Schweiz bei rund einem Viertel. Am engagiertesten sind Befragte aus der Deutschschweiz und über 65-Jährige.

Durchschnittlich werden bis zu 2 Stunden pro Woche in Freiwilligenarbeit investiert. Überwiegend sehen die Freiwilligen den Beitrag zur Umwelt als Hauptgrund für ihr Engagement. Rund zwei Drittel halten freiwillige Fischereiaufseher für eine sinnvolle Massnahme.

3.1.7 Einstellungen gegenüber Citizen Science

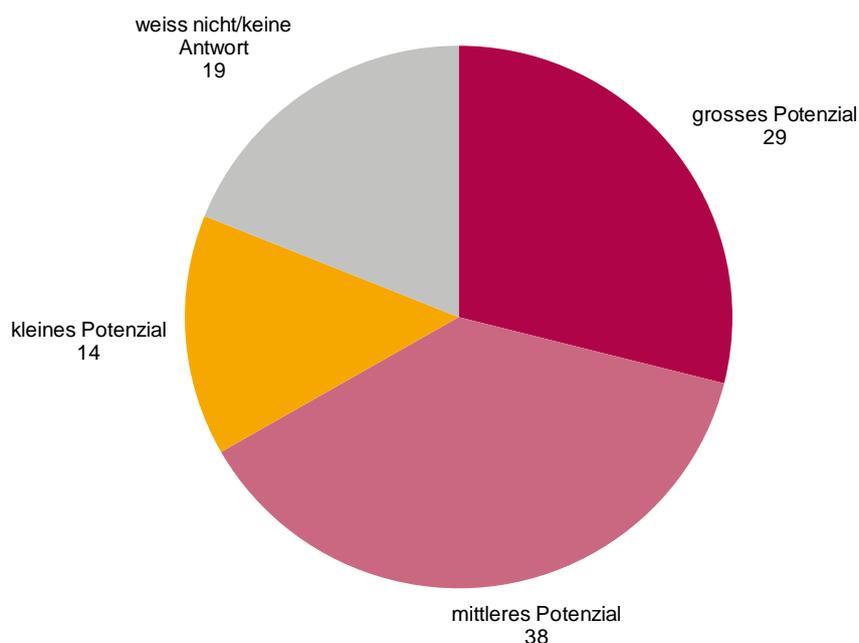
Neue Technologien wie das Smartphone ermöglichen es, unabhängig von Ort und Zeit Daten zu generieren und diese mit anderen zu teilen. Der entsprechende Begriff dafür ist "Citizen Science". Das Potenzial für die Fischerei wird von den Anglerinnen und Anglern klar erkannt:

Grafik 26

Potenzial Citizen Science für Fischerei

"Welches Potenzial für die Fischerei sehen Sie in dieser neuen Form der Wissensvermehrung?"

in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Mehr als ein Viertel sieht in Citizen Science ein grosses Potenzial, mehr als ein Drittel zumindest mittleres Potenzial. Knapp ein Fünftel kann sich dazu aber noch keine Meinung bilden, es besteht also noch eine gewisse Unsicherheit bei der Beurteilung.

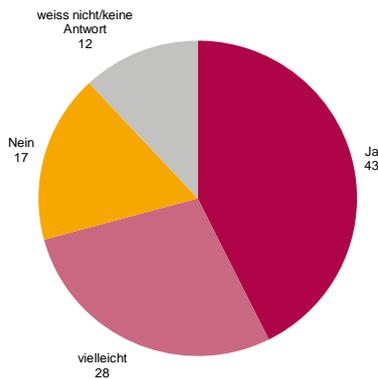
Besonders ältere Personen sind zurückhaltender in der Beurteilung, am positivsten ist die Wahrnehmung in der Gruppe der unter 40-Jährigen. Hier sehen drei Viertel mittleres bis grosses Potenzial, was mit der grösseren Nutzung von Smartphones und Internet zusammenhängen dürfte. Das Bildungsniveau prägt die Wahrnehmung von Citizen Science ebenfalls und ist bei Personen mit hohem Bildungsabschluss am positivsten (75%). Keinen statistischen Einfluss auf die Wahrnehmung hat die Mitgliedschaft in Fischereivereinen oder Umweltorganisationen.

Grafik 27

Bereitschaft zur Datensammlung

"Sind Sie bereit, selber Daten über gefangene oder beobachtete Arten zu sammeln und diese zu teilen?"

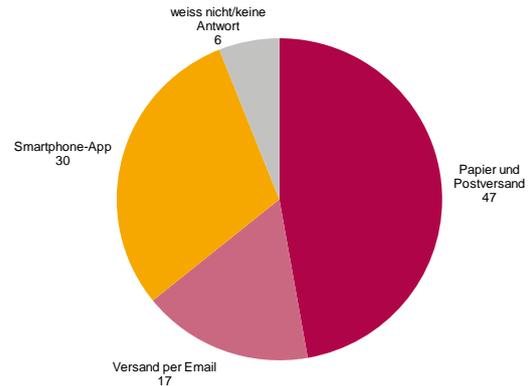
in % registrierte AnglerInnen



Bevorzugtes Medium für Erfassung Fangstatistiken

"Welches Medium ziehen Sie für die Erfassung der Fangstatistik vor?"

in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Eine relative Mehrheit (43%) kann sich vorstellen, selber Daten über gefangene oder beobachtete Daten zu sammeln, rund ein Viertel ist noch unentschlossen. Damit zeigen sich aktuell keine grossen Vorbehalte gegen diese Art der Datensammlung. Die Bereitschaft, sich im Bereich Citizen Science einzubringen, ist bei den jungen Anglern klar grösser. Bei den über 65-Jährigen kann sich nur ein Viertel vorstellen selber Daten zu sammeln. Die Mitgliedschaft in einem Fischereiverein hat keinen Einfluss auf die Bereitschaft, selber aktiv Daten zu sammeln. Personen, die sich in Umweltorganisationen engagieren, zeigen jedoch ein überdurchschnittliches Interesse (61%).

Bezüglich der Erfassung der Fangstatistik zeigen sich die Befragten noch konservativ. Der grösste Teil (47%) zieht eine Übermittlung in Papierform elektronischen Möglichkeiten vor. Knapp ein Drittel benutzt zur Datenübermittlung das Smartphone, 17 Prozent greifen auf Emails zurück.

Bei der Nutzung elektronischer Medien spielt ein klarer Alterseffekt: 46 Prozent der unter 40-Jährigen bevorzugen die App, ab 40 Jahren sind es noch 30 Prozent und über 65 Jahre nur sieben Prozent. Rund ein Viertel der über 65-Jährigen greift jedoch auf den Email-Versand zurück. Vereinsmitglieder bevorzugen mehrheitlich (65%) den Papierversand, was in der Altersstruktur der Vereine begründet liegen dürfte.

3.1.7.1 Zwischenbilanz

In Citizen Science sehen die Angler klar ein Potenzial für die Fischerei (67%), es bestehen aber Unsicherheiten. Rund jeder Fünfte kann sich dazu noch keine Meinung bilden, vorwiegend Personen über 40 Jahren.

Die Bereitschaft, in diesem Zusammenhang selber Daten zu sammeln ist gross (43%) und bei den 14- bis 39-Jährigen am grössten. Bezüglich der Erfassung der Fangstatistik zeigen sich die Befragten aber noch konservativ, der grösste Anteil bevorzugt nach wie vor den Postversand.

3.1.8 Servicequalität SFV

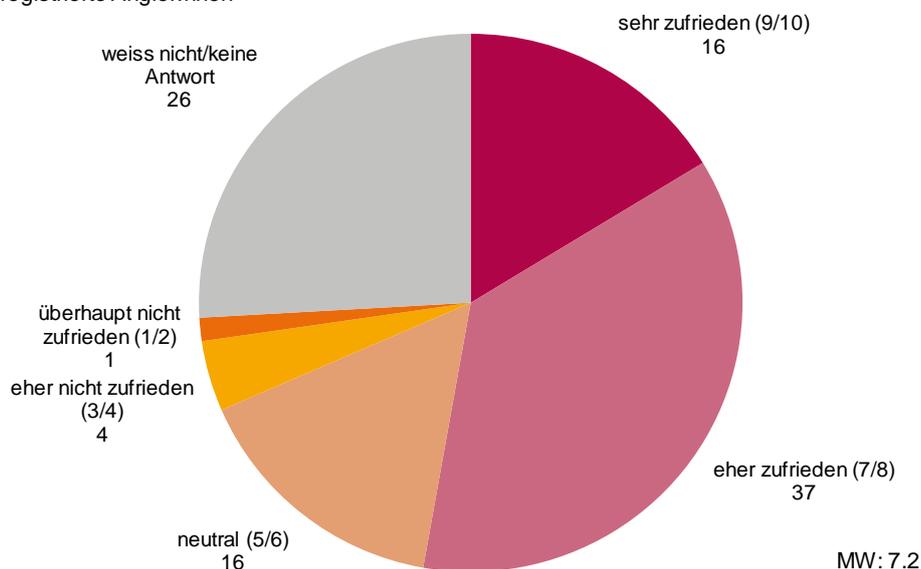
Grundsätzlich stellen die Befragten der Arbeit des SFV ein gutes Zeugnis aus:

Grafik 28

Zufriedenheit mit SFV

"Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit den Tätigkeiten des SFV? Mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen."

in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Auf einer Skala von 1 bis 10 erreicht der Verband einen Mittelwert von 7.2. Der grösste Teil der Befragten ist eher zufrieden. Unzufriedenheit wird nur in einem Bruchteil der Fälle geäussert (5%). Am grössten ist die Zufriedenheit in der Deutschschweiz (7.3), tiefer fällt die Bewertung in der Romandie und der italienischsprachigen Schweiz aus (Mittelwert von 6.9 respektive 6.5). Keine relevanten Unterschiede zeigen sich nach Vereinsmitgliedschaft oder Altersgruppe.

Auffallend ist, dass rund ein Viertel der Anglerinnen und Angler die Arbeit des Verbands nicht beurteilen kann. Damit ist er zumindest für einen Teil der Zielgruppe zu wenig sichtbar. Personen, die nicht Mitglied in einem Fischereiverein sind, können überdurchschnittlich häufig keine Aussage zur Arbeit des Verbands machen (32%).

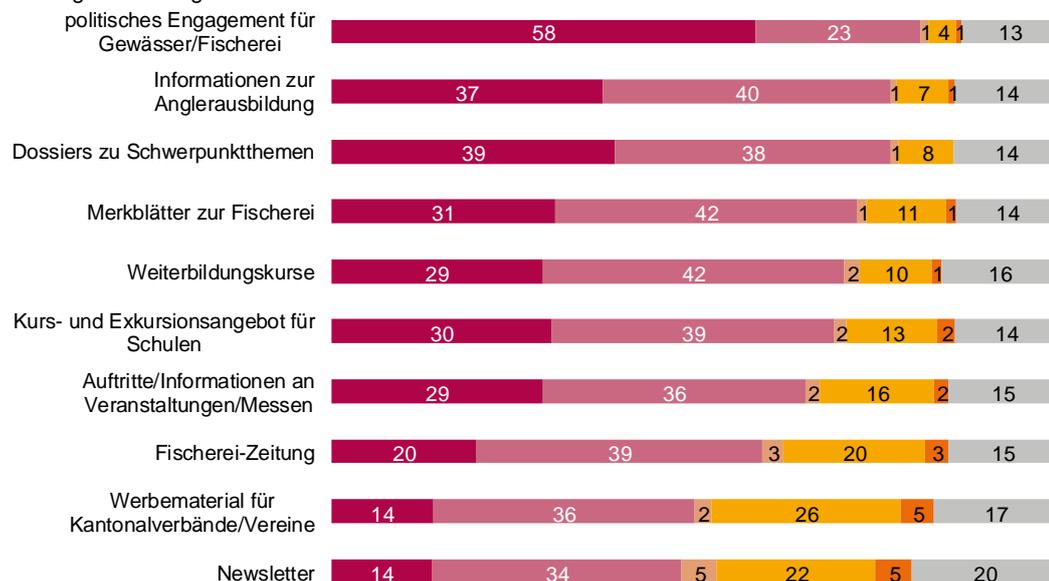
Bei der Beurteilung verschiedener Dienstleistungen zeigt sich eine klare Gewichtung auf das politische Engagement für Gewässer und Fischerei, Anglerausbildung und zielgerichtete Information. 81 Prozent finden das politische Engagement sehr oder eher wichtig, gefolgt von generellen Informationen zur Anglerausbildung und Dossiers zu Schwerpunktthemen (je 77%), Merkblättern zur Fischerei (73%), Weiterbildungen (71%). Kursangebote und Messeauftritte werden von 69 respektive 65 Prozent als wichtig eingestuft.

Generelle Information ist aus Sicht der Befragten weniger wichtig für die Arbeit des Verbands. Die Fischereizeitung wird zwar von 59 Prozent als mindestens eher wichtig bewertet, die Zustimmung ist allerdings deutlich tiefer im Vergleich mit den anderen Dienstleistungen. Werbematerial für Kantonalverbände oder der Newsletter werden von knapp der Hälfte der Befragten als wichtig eingestuft.

Wichtigkeit Dienstleistungen

"Der Verband erbringt für seine Mitglieder verschiedene Dienstleistungen. Welche der folgenden Dienstleistungen sind aus Ihrer Sicht sehr wichtig, eher wichtig, eher unwichtig oder völlig unwichtig?"

in % registrierte AnglerInnen



■ sehr wichtig ■ eher wichtig ■ noch nie genutzt ■ eher unwichtig ■ völlig unwichtig ■ weiss nicht/keine Antwort

© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

Überdurchschnittlich wichtig ist das politische Engagement für Anglerinnen und Angler zwischen 40 und 64 Jahren (84%) sowie Mitglieder in einem Fischereiverein (88%). Nicht-Mitglieder legen zu knapp zwei Dritteln sehr oder eher starkes Gewicht darauf.

Informationen zur Anglerausbildung sind für Personen mit mittlerem oder hohem Bildungsabschluss geringfügig wichtiger als jene mit tiefem Bildungsniveau. Unabhängig ist die Beurteilung aber von der Vereinsmitgliedschaft oder Alter, hier zeigen sich keine statistisch signifikanten Unterschiede.

Dossiers zu Schwerpunktthemen werden am stärksten in der mittleren Altersgruppe als wichtig beurteilt (80%), die jüngsten Befragten sind in ihrer Bewertung leicht unterdurchschnittlich (72%). Für Vereinsmitglieder haben solche Dossiers ebenfalls höhere Wichtigkeit (82% vs. 72% Nicht-Mitglieder). Das gleiche Muster zeigt sich in Bezug auf Merkblätter zur Fischerei.

Weiterbildungskurse werden von Vereinsmitgliedern als überdurchschnittlich wichtig beurteilt (76%), aber auch rund zwei Drittel der Nicht-Mitglieder legen Gewicht darauf. Kurs- und Exkursionsangebote sind für Vereinsmitglieder ebenfalls besonders wichtig.

Mit zunehmendem Alter steigt die Attraktivität von Messe- oder Veranstaltungsauftritten, die Differenz in der Bewertung beträgt jedoch nur sechs Prozentpunkte zwischen der ältesten und jüngsten Altersgruppe. Die Unterschiede zwischen Vereinsmitgliedern und Nicht-Mitgliedern sind ebenfalls nur gering.

Die Fischereizeitung hat eine höhere Relevanz für Anglerinnen und Angler ab 40 Jahren, wird aber auch von einer Mehrheit der unter 40-Jährigen als mindestens eher wichtig eingestuft (53%). Vereinsmitglieder beurteilen die Publikation zu zwei Dritteln als mindestens eher wichtig, unter Nicht-Mitgliedern sind es noch 54 Prozent.

Werbematerial für Kantonalverbände spielt für die jüngsten Befragten (14 bis 39 Jahre) eine geringere Rolle als für ältere Angler, die Zustimmung beträgt weniger als die Hälfte. Vereinsmitglieder legen im Vergleich zu Nicht-Mitgliedern überdurchschnittlich Gewicht auf solches Material (57% vs. 46%). Eine Mehrheit der

Vereinsmitglieder (54%) hält auch Newsletter für wichtig, während dies nur auf 44 Prozent der Nicht-Mitglieder zutrifft. Newsletter haben bei den jüngsten Befragten die geringste Nachfrage im Vergleich mit Anglern über 40 Jahren, wo die Zustimmung klar mehrheitlich ist.

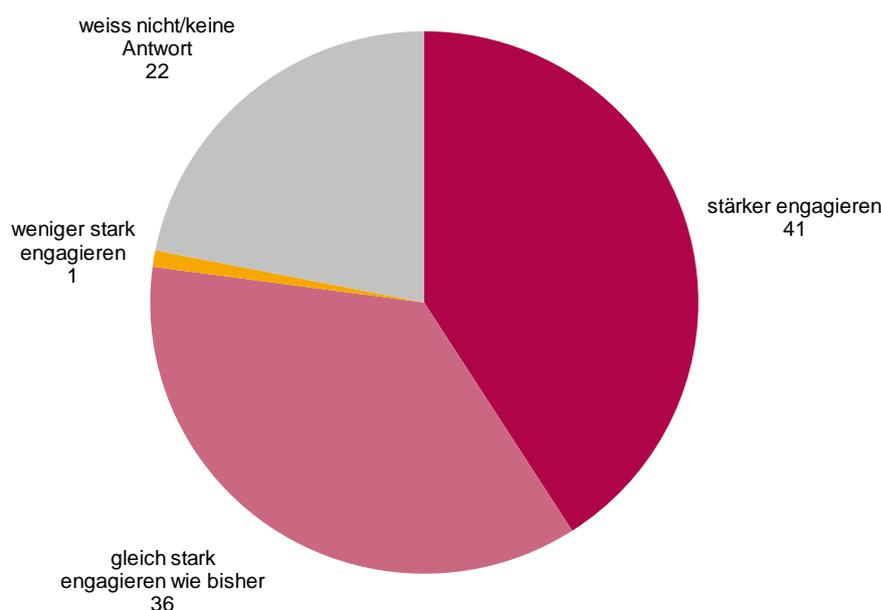
Bei der Bewertung der Dienstleistungen zeigt sich ein starker Fokus der Anglerinnen und Angler auf die politische Arbeit des Verbands. Eine relative Mehrheit (41%) würde sich sogar noch mehr Einsatz in diesem Bereich wünschen. Rund ein Drittel hält das bisherige Engagement für ausreichend. Ein Fünftel kann dazu keine Meinung äussern.

Der Wunsch nach mehr politischem Engagement wird besonders stark von Vereinsmitgliedern, Mitgliedern in Umweltorganisationen und Personen mit freiwilligem Engagement geäussert. In diesen Gruppen äussert je mehr als die Hälfte den Wunsch nach mehr politischer Arbeit des SFV. Mit dem Alter nimmt die Unterstützung für stärkeres politisches Engagement zu und ist bei den über 65-Jährigen am stärksten ausgeprägt (46%). Bei den 14- bis 39-Jährigen liegt sie bei rund einem Drittel, gleich viele halten das bisherige Engagement jedoch für ausreichend. In der Gruppe der 40- bis 64-Jährigen sprechen sich 42 Prozent für mehr politisches Engagement aus.

Grafik 30

Politisches Engagement SFV

"Soll sich Ihrer Meinung nach der SFV politisch..."
in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

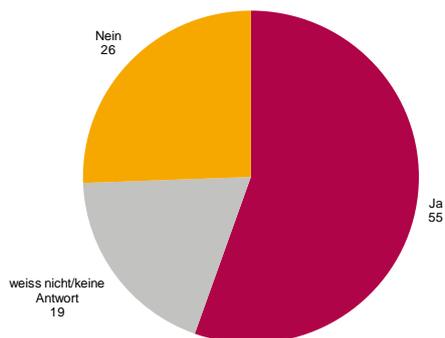
Eine klare Mehrheit von 55 Prozent wäre bereit, einen höheren Jahresbeitrag als die aktuelle Gebühr von 10 Franken zu investieren. Rund ein Viertel lehnt eine Erhöhung ab. Die Bereitschaft, mehr zu zahlen steigt dabei mit dem Haushaltseinkommen. Selbst in der untersten Einkommenskategorie bis 5000 Franken spricht sich aber mehr als die Hälfte für einen höheren Beitrag aus.

Wenig überraschend nimmt die Zahlungsbereitschaft mit steigendem Haushaltseinkommen zu, ist aber auch in der tiefsten Einkommenskategorie (bis 5000 Franken) mehrheitlich gegeben. Wer Mitglied in einem Fischereiverein oder einer Umweltorganisation ist, spricht sich stärker für eine Erhöhung des Mitgliederbeitrags aus (61% respektive 71%), aber auch bei Nicht-Mitgliedern besteht eine knappe Mehrheit. Das Alter hat hingegen keinen statistischen Einfluss auf die Zahlungsbereitschaft.

Erhöhung Mitgliederbeitrag SFV

"Der Mitgliederbeitrag für den SFV beträgt aktuell CHF 10.-. Wären Sie bereit, für den Schutz der Fische und einen weiteren Ausbau der professionellen Dienstleistungen des SFV jährlich mehr zu investieren?"

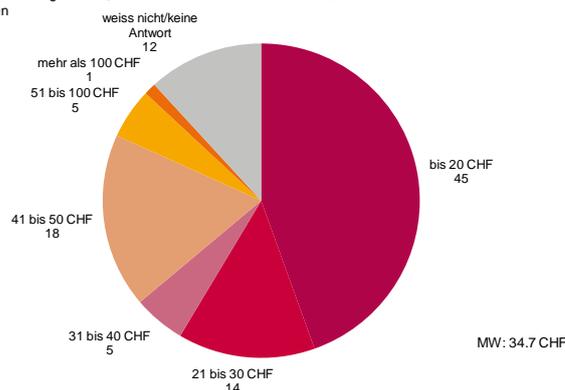
in % registrierte AnglerInnen



Filter Zahlungsbereitschaft Erhöhung

"Wie viel wären Sie bereit, jährlich mehr zu zahlen für den Schutz der Fische und den Ausbau der professionellen Dienstleistungen des SFV?"

in % registrierte AnglerInnen, die bereit wären mehr für den Schutz der Fische zu bezahlen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (n = 793)

Im Schnitt sind die Befragten bereit, jährlich rund 35 Franken mehr zu bezahlen. Detailliert aufgeschlüsselt favorisiert der grösste Anteil (45%) einen Zuschlag von 20 Franken. Rund je ein Fünftel würde auch eine Höhe von 40 respektive 50 Franken akzeptieren.

In der mittleren Alterskategorie (40- bis 64-jährig) liegt der Wunschbetrag mit 39 Franken über dem Durchschnitt und acht Franken über dem Wert für jüngere und ältere Anglerkollegen. Die Mitgliedschaft in einem Fischereiverein hat keinen Einfluss auf die Höhe des Wunschbetrags, sowohl Mitglieder als auch Nicht-Mitglieder können sich vorstellen, im Schnitt rund 35 Franken mehr zu bezahlen.

3.1.8.1 Zwischenbilanz

Die Arbeit des SFV wird als gut beurteilt (7.2 auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 10). Personen, die nicht Mitglied in einem Fischereiverein sind, können die Arbeit des SFV aber weniger gut beurteilen. Besonderes Gewicht legen die Befragten auf die politische Arbeit des Verbands (81 Prozent "sehr/eher wichtig"). Generelle Information für Kantonalverbände oder Newsletter haben vergleichsweise geringe Relevanz.

Dem hohen Gewicht entsprechend besteht der Wunsch nach stärkerem politischen Engagement: 41 Prozent würden sich mehr politische Arbeit wünschen. Die Forderung nach mehr politischer Arbeit ist am stärksten unter Vereinsmitgliedern, Mitgliedern von Umweltorganisationen und Personen mit Freiwilligenarbeit.

3.2 Kontrollbefragung Bevölkerung

Die Bevölkerungsbefragung hat zum Ziel, grundsätzliche Werthaltungen und Einstellungen gegenüber der Fischerei zu erheben. Fragen zur Informiertheit zu Gewässerschutz und Fischerei sowie Kenntnis des SFV runden die Studie ab.

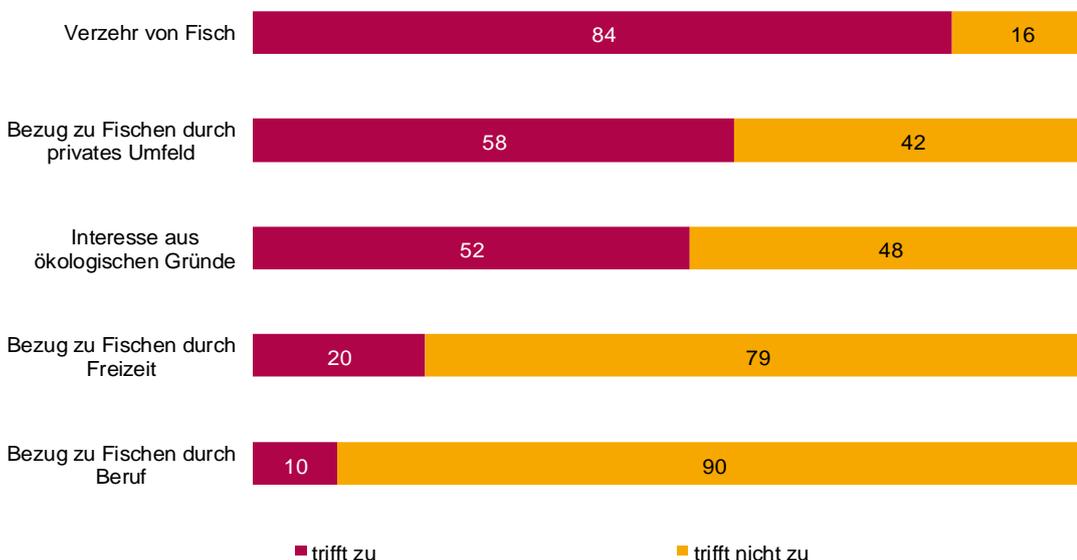
3.2.1 Werthaltungen gegenüber Fischerei

Mit Abstand am häufigsten (84%) hat die allgemeine Bevölkerung einen Bezug zur Fischerei und verwandten Themenbereichen über eigene Essgewohnheiten. Anknüpfungspunkte im privaten Umfeld wie auch Interesse an Natur und Umwelt sind mehrheitlich vorhanden (58% respektive 52%). Kontakte im privaten Umfeld sind bei zwei Dritteln der Männer vorhanden, bei Frauen besteht bei der Hälfte ein Bezug über das Umfeld. Am häufigsten haben die 40- bis 64-Jährigen Kontakte in ihrem Bekannten- und Familienkreis Fischer (64%). Eigene Erfahrungen mit der Freizeitfischerei oder berufliche Kontakte sind selten.

Bezugspunkte zu Fischen, Fischerei oder Gewässer

"Es gibt viele verschiedene Bezüge zum Fischen, zur Fischerei oder zu Gewässern. Ich nenne Ihnen nun einige mögliche Bezugspunkte zum Thema und Sie sagen mir bitte jeweils, ob sie auf Sie zutreffen oder nicht."

in % nicht-fischender Bevölkerung



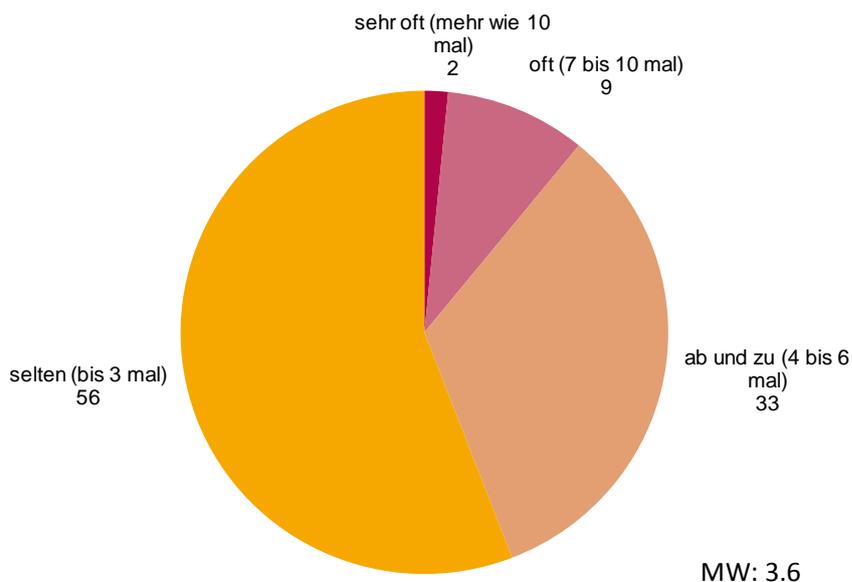
© gfs.bern, Bevölkerungsbefragung SVF, November/Dezember 2017 (N = 505)

Der Verzehr von Fisch beläuft sich im Durchschnitt auf rund 4-mal pro Monat. Ein Drittel bewegt sich zwischen 4- bis 6-mal pro Monat, eine Mehrheit von 56 Prozent gibt an, weniger als 4-mal im Monat Fisch zu essen.

Häufigkeit Verzehr von Fisch

"In einem durchschnittlichen Monat, wie oft essen Sie da Fisch?"

in % nicht-fischender Bevölkerung, die Fischessen



© gfs.bern, Bevölkerungsbefragung SVF, November/Dezember 2017 (n = 440)

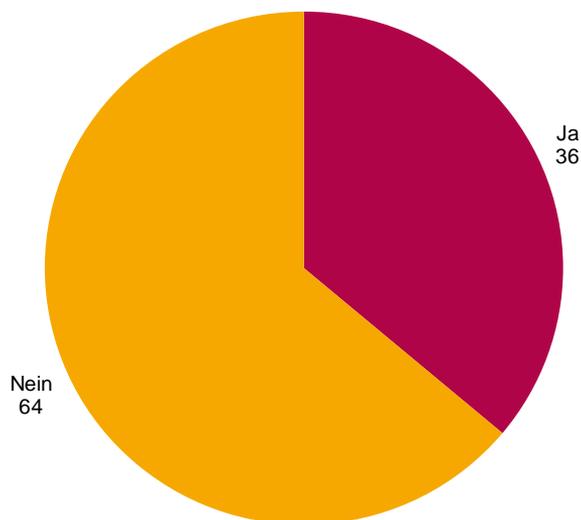
Trotz der weit verbreiteten Anknüpfungspunkte in der Bevölkerung aus dem privaten Umfeld (58%), kann sich nur rund ein Drittel vorstellen Fischen selber einmal auszuprobieren:

Grafik 34

Bereitschaft Fischen auszuprobieren

"Können Sie sich vorstellen, Fischen einmal auszuprobieren?"

in % nicht-fischender Bevölkerung



© gfs.bern, Bevölkerungsbefragung SVF, November/Dezember 2017 (N = 505)

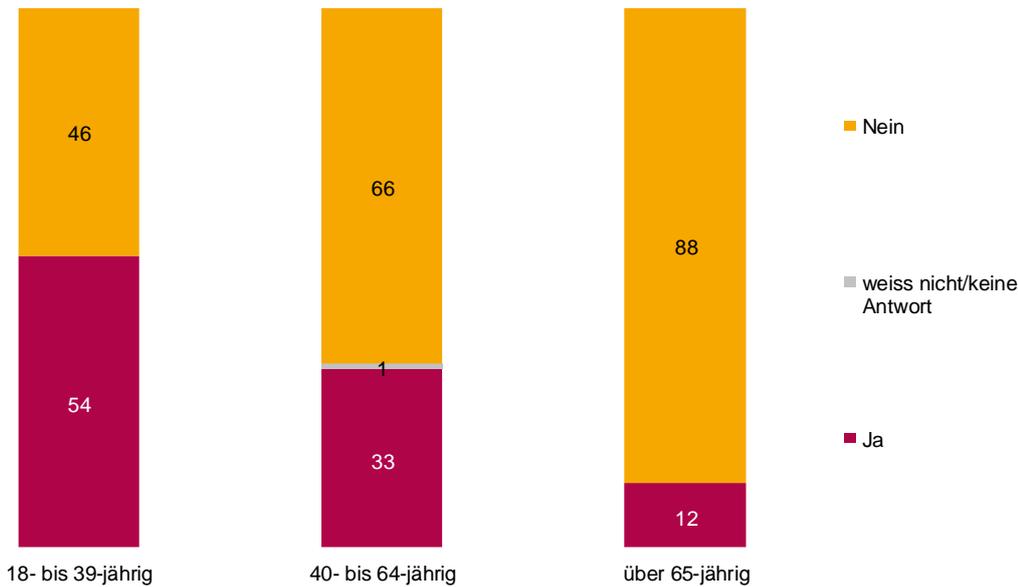
Männer können sich klar häufiger vorstellen, selber Fischen zu gehen (44%), bei den Frauen liegt der Anteil immerhin bei über einem Viertel (28%). Bei den 18- bis 39-Jährigen besteht mit einem Ja-Anteil von 54 Prozent das grösste Interesse. Das Potenzial, auch Frauen für den Angelsport zu begeistern, ist gegenüber der Gesamtbevölkerung deutlich höher. 41 Prozent der Frauen zwischen 18- und 39 Jahren würden das Angeln probieren, bei den gleichaltrigen Männern liegt der Wert bei 67 Prozent.

Mit zunehmendem Alter sinkt die Bereitschaft aber deutlich und liegt bei den 65-Jährigen bei rund einem Zehntel. Dies bestätigt den Befund aus der Anglerbefragung, wonach der Grundstein für das Interesse hauptsächlich in der Jugend erfolgt. Wer den SFV bereits kennt oder Mitglied in einer Umweltorganisation ist, zeigt ebenfalls überdurchschnittliche Bereitschaft.

Bereitschaft Fischen auszuprobieren nach Alter

"Können Sie sich vorstellen, Fischen einmal auszuprobieren?"

in % nicht-fischender Bevölkerung

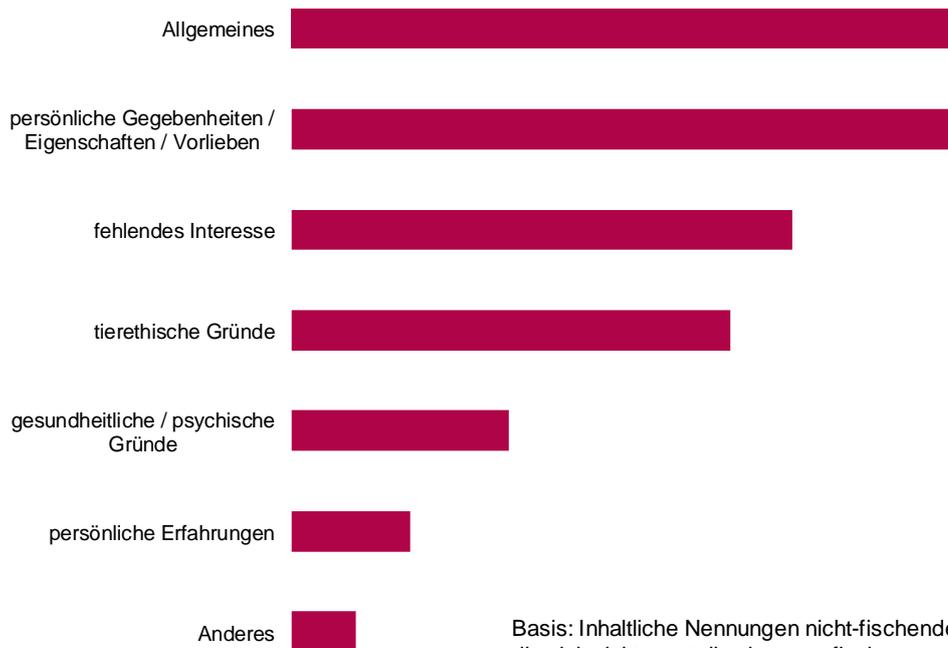


© gfs.bern, Bevölkerungsbefragung, November 2017/Dezember 2017 (N = 505)

Neben allgemeinen Einwänden und anderen Vorlieben sind fehlendes Interesse und tierethische Gründe (vor allem Einwände gegen das Töten von Tieren) die wichtigsten Gründe, nicht mit dem Angeln zu beginnen.

Filter Gründe Fischen nicht auszuprobieren

"Warum können sie sich nicht vorstellen, Fischen einmal auszuprobieren?"



Basis: Inhaltliche Nennungen nicht-fischender Bevölkerung, die sich nicht vorstellen kann zu fischen

© gfs.bern, Bevölkerungsbefragung SVF, November/Dezember 2017 (n = 341)

3.2.1.1 Zwischenbilanz

Die allgemeine Wohnbevölkerung kommt vor allem über den Verzehr von Fisch in Berührung mit dem Angelsport. Daneben besteht ein überraschend breiter Bezug durch das private Umfeld (58%). Trotz dieses Bezuges würde aber nur rund ein Drittel das Fischen ausprobieren. Besonders hoch ist das Interesse dabei bei 18- bis 39-jährigen Befragten. Neben allgemeinen Gründen und anderen Vorlieben, sind fehlendes Interesse und tierethische Gründe Einwände gegen das Angeln.

3.2.2 Einstellungen zur Fischerei

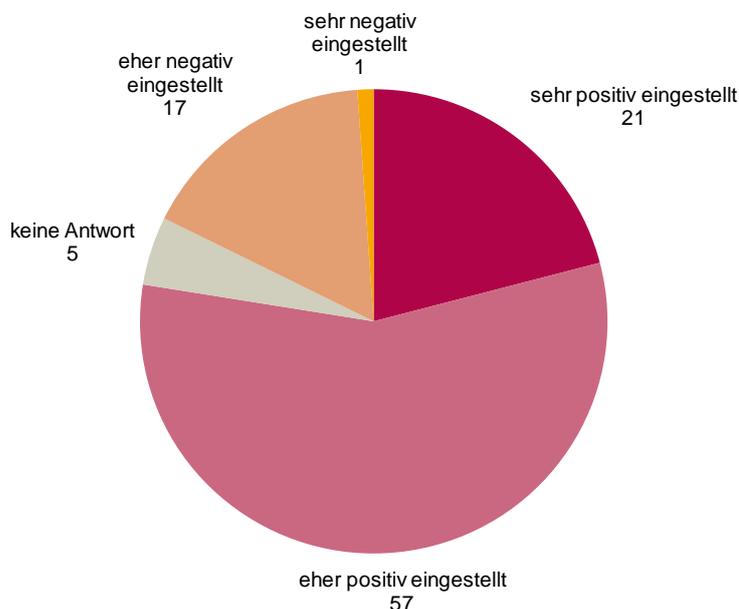
Von der generellen Bereitschaft das Fischen selber einmal auszuprobieren zur konkreten Einstellung gegenüber der Fischerei zeigt sich ein deutlich positives Bild in der Bevölkerung. Mehr als drei Viertel der Befragten sind dem Angelsport mindestens eher positiv gegenüber eingestellt. Ein Fünftel hat ein sehr positives Bild. In der Romandie ist das Bild von allen Sprachregionen am positivsten (84% sehr/eher positiv), ebenso bei Männern (82%) und Personen über 40 Jahren (bis 64 Jahre: 80%, ab 65 Jahren: 80%). Den grössten positiven Einfluss hat die Bereitschaft, das Angeln selber einmal zu probieren. In dieser Gruppe ist die Beurteilung am von allen Merkmalsgruppen am besten (89% sehr/eher positiv).

Grafik 37

Einstellung gegenüber Fischen

"Ganz generell: Sind sie gegenüber Fischen als Hobby und den Fischern sehr positiv eingestellt, eher positiv eingestellt, eher negativ eingestellt oder sehr negativ eingestellt?"

in % nicht-fischender Bevölkerung



© gfs.bern, Bevölkerungsbefragung SVF, November/Dezember 2017 (N = 505)

In der Bewertung verschiedener Aussagen zur Freizeitfischerei überwiegt die Wahrnehmung, dass sich Anglerinnen und Angler für die Umwelt einsetzen und ihren Sport tierschutzgerecht ausüben:

Aussagen über Freizeitfischerei (1/2)

"Ich nenne Ihnen nun einige Aussagen, die man über die Freizeitfischerei in der Schweiz hören kann. Sagen Sie mir bitte, ob Sie mit einer solchen Aussage sehr einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind."

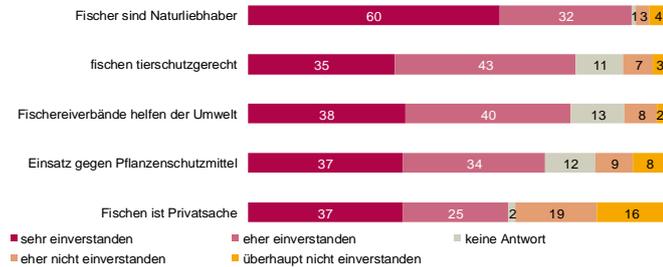
Fischer sind Naturliebhaber "Fischer lieben die Natur."

fischen tierschutzgerecht "Fischer in der Schweiz fischen tierschutzgerecht."

Fischereiverbände helfen der Umwelt "Fischereiverbände haben sich in den letzten Jahren erfolgreich dafür eingesetzt, dass die natürlichen Lebensräume für Fische nicht ganz verschwinden."

Einsatz gegen Pflanzenschutzmittel "Fischer setzen sich dafür ein, dass der Einsatz von Pflanzenschutzmittel in der Landwirtschaft zum Wohl der Gewässer reduziert wird."

Fischen ist Privatsache "Fischen ist ein Hobby wie jedes andere und damit Privatsache." in % nicht-fischender Bevölkerung



© gfs.bern, Bevölkerungsbefragung SVF, November/Dezember 2017 (N = 505)

Aussagen über Freizeitfischerei (2/2)

"Ich nenne Ihnen nun einige Aussagen, die man über die Freizeitfischerei in der Schweiz hören kann. Sagen Sie mir bitte, ob Sie mit einer solchen Aussage sehr einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind."

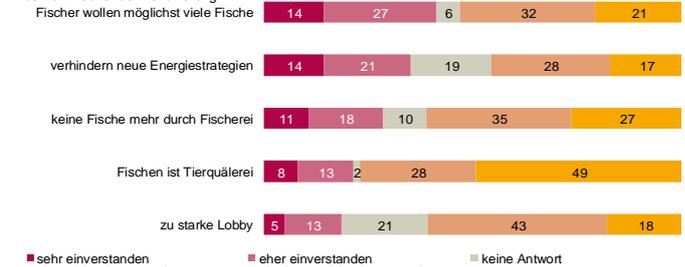
Fischer wollen möglichst viele Fische "Fischer sind vor allem daran interessiert, möglichst viele und imposante Fische zu fischen."

verhindern neue Energiestrategien "Die Einsprachen von Fischern gegen Bauvorhaben behindern in der Schweiz die Umsetzung der neuen Energiestrategie und damit den Ausstieg aus der Atomenergie."

keine Fische mehr durch Fischerei "Wenn die Fischerei in der Schweiz nicht eingeschränkt wird, haben wir bald gar keine Fische mehr."

Fischen ist Tierquälerei "Fischen ist Tierquälerei."

zu starke Lobby "Fischer haben in der Schweiz eine zu starke Lobby." in % nicht-fischender Bevölkerung



© gfs.bern, Bevölkerungsbefragung SVF, November/Dezember 2017 (N = 505)

Mit 82 Prozent Zustimmung wird das Argument "Fischer sind Naturliebhaber" am positivsten bewertet. Von allen Aussagen ist die dezidierte Zustimmung (Anteil "sehr einverstanden") sogar absolut mehrheitlich und umfasst 60% der Befragten. Ähnlich weit verbreitet ist die Meinung, dass der Angelsport in der Schweiz tierschutzgerecht betrieben wird (78%). Die Meinung dazu ist seit der ersten Befragung von 2014 stabil geblieben (-2 Prozentpunkte). Der Beitrag der Fischerei zum Schutz natürlicher Lebensräume wird ebenfalls klar wahrgenommen (78%), ebenfalls der Einsatz gegen Pflanzenschutzmittel (71%). Unbestritten ist die Meinung, dass Fischen als Hobby Privatsache jedes Einzelnen ist (62%).

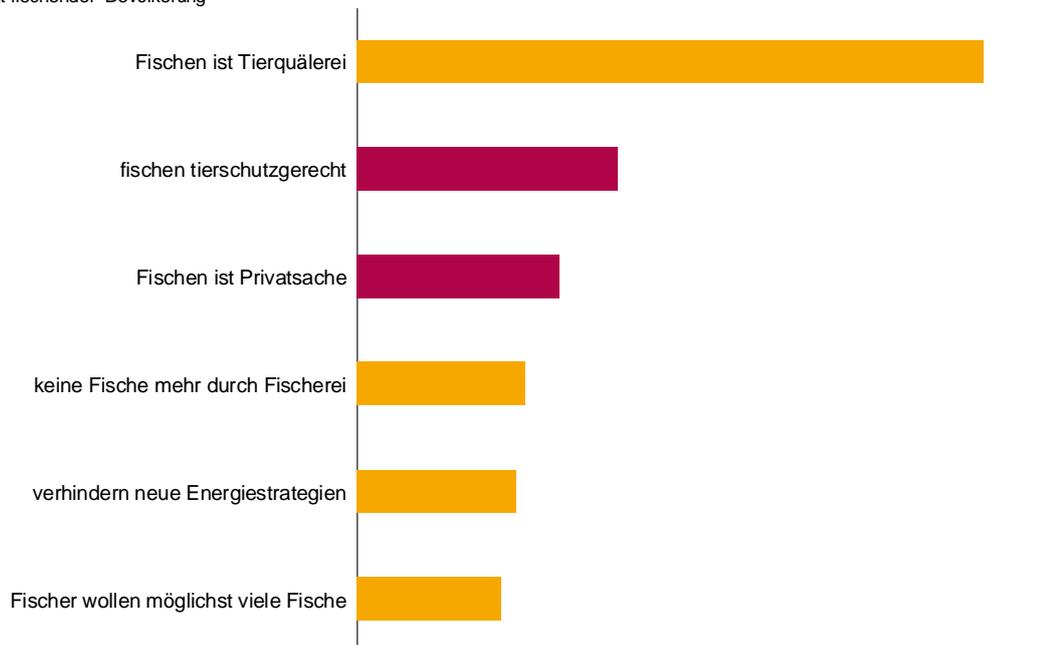
Sämtliche problematisierenden Aussagen werden nicht mehrheitlich geteilt. Den grössten Zuspruch erhält die Ansicht, dass Fischer möglichst viele und imposante Fische fangen möchten (41%). Der Vergleichswert aus der Bevölkerungsbefragung von 2014 für eine vergleichbare Fragestellung lag bei 12 Prozent. Aufgrund der abweichenden Frageformulierung sollte der Anstieg in der Trophäensicht jedoch mit Zurückhaltung betrachtet werden.

Klare Ablehnung erfahren die Aussagen, dass Fischer die Energiewende behindern, eine Überfischung in der Schweiz verursachen und der Sport Tierquälerei ist. Der politische Einfluss wird ebenfalls nicht als zu gross bewertet, allerdings ist die Wahrnehmung politischer Aktivitäten von Akteuren aus der Fischerei in der Bevölkerung gering. Ein Fünftel kann dazu keine Aussage machen.

Ob die Aussagen tatsächlich meinungswirksam sind, zeigt die untenstehende Regressionsanalyse:

Einfluss auf Einstellung gegenüber Fischen mit Aussagen über Freizeitfischerei

nicht-fischender Bevölkerung



© gfs.bern, Bevölkerungsbefragung SVF, November/Dezember 2017 (N = 505), Erklärungsgrad 30%

Erläuterung: Die eingesetzte Methode der **linearen Regression** beschreibt das Vorhandensein des Einflusses von unabhängigen Variablen (hier: die Aussagen über die Freizeitfischerei) auf eine abhängige Variable (Einstellung gegenüber Fischen). Anhand der Farbe lässt sich unterscheiden, ob ein Element eher zu einer positiven (rot) oder eher zu einer negativen Einstellung (gelb) führt. Argumente, welche in der Grafik nicht erscheinen, haben keinen Einfluss.

Trotz mehrheitlicher Ablehnung entfalten die negativen Aussagen zur Freizeitfischerei Meinungsbildungskraft und fördern eine ablehnende Haltung gegenüber der Fischerei. Der Erklärungsgrad des Modells ist mittel stark, 30 Prozent der Einstellungen gegenüber dem Fischen können damit erklärt werden.

Am stärksten auf eine negative Einstellung wirkt die Aussage, Fischen sei Tierquälerei. Interessanterweise unterscheidet sich der Fischkonsum von Personen, die Fischen für Tierquälerei halten, nicht vom Rest der Bevölkerung. In der Gruppe Befragter mit tierethischen Vorbehalten bewegt sich der Fischkonsum im nationalen Mittel (rund 4-mal pro Monat).

Eine negative Einstellung wird auch durch die Sicht der Überfischung, die Behinderung neuer Energiestrategien oder die Trophäensicht gefördert, allerdings in geringerem Mass. Wer hingegen der Meinung ist, dass das Fischen tierschutzgerecht erfolgt und das Hobby als Privatsache empfindet, hat eher ein positives Bild.

3.2.2.1 Zwischenbilanz

Mehr als drei Viertel der Befragten haben ein positives Bild vom Fischen. In der Romandie ist die Meinung am positivsten. Die Bereitschaft, das Angeln selber zu probieren, fördert ebenfalls eine positive Haltung. In der Wahrnehmung der Bevölkerung überwiegt, dass sich Anglerinnen und Angler für die Umwelt einsetzen und tierschutzgerecht fischen. Relativ weit verbreitet (41%) ist jedoch noch die Ansicht, Fischer würden nach Trophäen streben.

3.2.3 Informiertheit Gewässerschutzpolitik

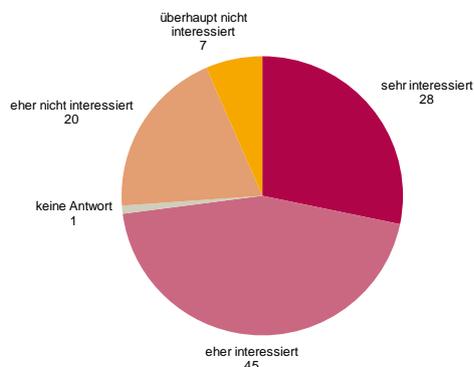
Das Interesse an den Themen Gewässerschutz und Gewässerpolitik ist in der Bevölkerung gross:

Grafik 40

Interesse Gewässerschutz-/politik

"Alles in allem: Sind Sie am Thema Gewässerschutz und Gewässerpolitik sehr interessiert, eher interessiert, eher nicht interessiert oder überhaupt nicht interessiert?"

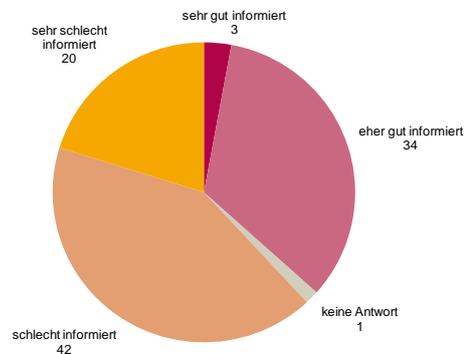
in % nicht-fischender Bevölkerung



Informiertheit Fischbestände und Gewässer

"Fühlen Sie sich beim Thema Fischbestände und Gewässer sehr gut informiert, eher gut informiert, eher schlecht informiert oder sehr schlecht informiert?"

in % nicht-fischender Bevölkerung



© gfs.bern, Bevölkerungsbefragung SVF, November/Dezember 2017 (N = 505)

© gfs.bern, Bevölkerungsbefragung SVF, November/Dezember 2017 (N = 505)

Mehr als ein Viertel ist sehr interessiert an diesen Themen, weitere 45 Prozent äussern ein grundsätzliches Interesse. Überdurchschnittlich interessiert zeigen sich über 65-Jährige, Personen aus ländlichen Regionen und Befragte mit hoher Bildung. Wer sich vorstellen kann, Angeln zu probieren, zeigt ebenfalls eine höhere Themenaffinität. Zwar mehrheitlich, aber unterdurchschnittlich ist das Interesse an Gewässerschutzthemen bei Befragten unter 40 Jahren ausgeprägt. Nach Siedlungsart betrachtet zeigen sich Einwohner ländlicher Regionen am interessiertesten (83%).

Das grosse Interesse geht allerdings nicht mit einem hohen Informationsstand einher. Eine Mehrheit von 62 Prozent fühlt sich insgesamt schlecht zu den Themen informiert. Am geringsten ist der Wissensstand in der Gruppe der 18- bis 39-Jährigen (75% schlecht/sehr schlecht informiert). Wer den SFV kennt, fühlt sich mehrheitlich aber gut informiert (52%), da mit dem Verband eine erste Anlaufstelle für Informationen zu diesen Themen auch für die breite Bevölkerung besteht.

3.2.3.1 Zwischenbilanz

Das Interesse an Gewässerschutzthemen ist in der Bevölkerung weit verbreitet und umfasst knapp drei Viertel. Der Informationsstand ist jedoch gering, eine Mehrheit von 62 Prozent fühlt sich schlecht oder eher schlecht informiert. Den tiefsten Wissensstand geben die 18- bis 39-Jährigen an.

3.2.4 Bekanntheit SVF

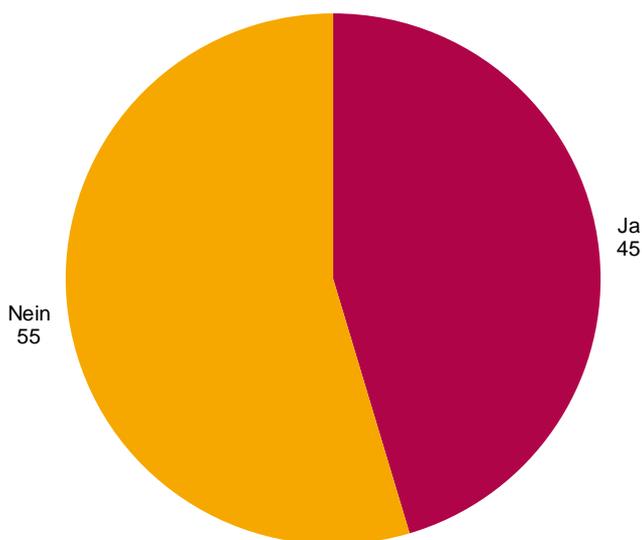
In der Bevölkerung ist mit 45 Prozent die Kenntnis vom Schweizerischen Fischerei-Verband recht gut verbreitet. Männer, Personen mit hoher Bildung, Mitglieder in Umweltorganisationen sowie jene mit Bereitschaft zum Angeln haben in erhöhtem Mass bereits vom SFV gehört. In der letzten Kategorie liegt der Wert bei über 60 Prozent. Damit ist der SFV sichtbar für Personen mit grundsätzlichem Interesse am Angelsport.

Grafik 41

Bekanntheit SFV

"Haben Sie schon einmal vom Schweizerischen Fischerei-Verband SFV gehört, gesehen oder gelesen?"

in % nicht-fischender Bevölkerung



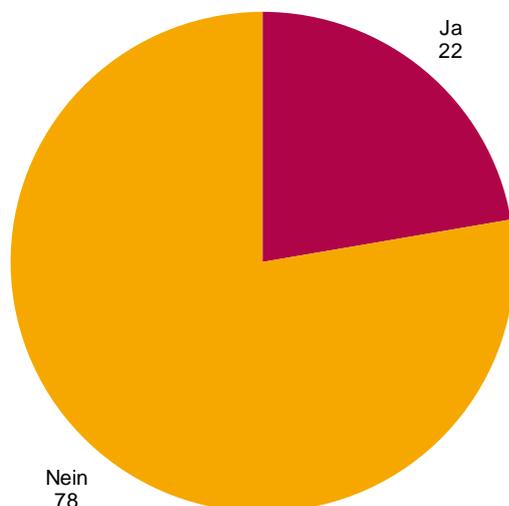
© gfs.bern, Bevölkerungsbefragung SVF, November/Dezember 2017 (N = 505)

Eine Mitgliedschaft in einer Umweltorganisation ist in der Bevölkerung zu rund einem Fünftel verbreitet und damit deutlich häufiger als bei aktiven Anglern (12%).

Mitgliedschaft Umweltorganisation

"Sind Sie Mitglied in einer Umweltorganisation?"

in % nicht-fischender Bevölkerung



© gfs.bern, Bevölkerungsbefragung SVF, November/Dezember 2017 (N = 505)

Die Involvierung nimmt dabei mit dem Alter ab. Am weitesten verbreitet ist die Mitgliedschaft in Umweltorganisationen bei 18- bis 39-Jährigen und umfasst knapp ein Drittel. Personen mit dem höchsten Haushaltseinkommen (über 9'000 Franken) haben ebenfalls eine erhöhte Bereitschaft, einer entsprechenden Organisation beizutreten (33%). Wer sich vorstellen kann, das Fischen auszuprobieren, ist auch häufiger in einer Umweltorganisation als die durchschnittliche Bevölkerung.

3.2.4.1 Zwischenbilanz

45 Prozent der Befragten haben bereits einmal vom SFV gehört. Eine erhöhte Wahrnehmung zeigt sich unter Mitgliedern in Umweltorganisationen und Personen mit einer grundsätzlichen Bereitschaft, das Angeln selber zu probieren.

Rund ein Fünftel der Befragten gibt an, Mitglied in einer Umweltorganisation zu sein. Die Mitgliederichte ist dabei unter den 18- bis 39-Jährigen am grössten. Ebenfalls ist eine Mitgliedschaft unter Personen mit Haushaltseinkommen über 9000 Franken überdurchschnittlich häufig verbreitet.

4 Synthese

Das Fischen in der Schweiz bietet für die Anglerinnen und Angler ein hohes Identifikationspotenzial, wobei Erholung und das Naturerlebnis klar im Vordergrund stehen. Die Ausübung des Sports ist jedoch gewissen Lebenslauftendenzen unterworfen, die Hälfte der Anglerinnen und Angler gibt das Hobby aufgrund mangelnder Zeit für längere Zeit auf. Dies zeigt sich im Profil der Fischereivereine, die vorwiegend ältere Personen ansprechen. 44 Prozent der Angler sind aktuell in einem Verein organisiert, wobei neben der Geselligkeit der Beitrag zur Umwelt Hauptmotiv für einen Beitritt ist.

Das ausgeprägte Umweltbewusstsein der Fischerinnen und Fischer zeigt sich an der überdurchschnittlichen Mobilisierung für Freiwilligenarbeit. Das hohe Umweltbewusstsein spiegelt sich in der Problemsicht der Angler wieder: Der Zustand der Gewässer in der Schweiz und Uferzonen wird mit Sorge betrachtet. Das dringendste Problem sind Verunreinigungen aus diffusen Quellen. Damit zeigt sich eine identische Problemsicht der aktiven Anglerinnen und Angler mit der Befragung aus dem Jahr 1999.

Die Fischereivereine sind relevante Akteure in der Aus- und Weiterbildung. Übergeordnete Verbände sind die erste Wahl beim Besuch von Weiterbildungskursen. Die Präsenz des SFV oder SKF ist in diesem Bereich gering und der Internetauftritt ist vor allem im Tessin wenig präsent.

Aus Sicht der Befragten liegt in neuen Technologien wie Smartphone ein grosses Potenzial für die Fischerei. So können effizient Daten zu Gewässern und Fischbeständen gesammelt und geteilt werden. Die Bereitschaft selber Daten zu generieren ist gegeben, sodass der Beitrag zur Umwelt künftig sinnvoll mit Citizen Science ergänzt werden kann.

Der SFV geniesst unter den Befragten einen guten Ruf, ein Viertel der Anglerinnen und Angler kann sich über die Arbeit des Verbands aber keine Meinung bilden. Die Wahrnehmung ist vor allem bei Personen vermindert, die nicht in einem Verein sind. Hier besteht Potenzial für die Sichtbarkeit des Verbands.

Mit Ausnahme eher genereller Informationen wie Newsletter und Werbematerial für untergeordnete Verbände werden alle gebotenen Dienstleistungen mehrheitlich als wichtig empfunden. Das deutlich grösste Gewicht wird auf das politische Engagement für Gewässer und Fischerei gelegt. Hier äussert eine relative Mehrheit den Wunsch nach mehr politischem Engagement. Der Wille den Verband zu unterstützen zeigt sich auch finanziell. Im Mittel würden die Befragten jährlich rund 35 Franken mehr in den Mitgliederbeitrag investieren.

Berücksichtigt man das gute Meinungsbild zur Fischerei in der allgemeinen Bevölkerung, steht ein verstärktes politisches Engagement auf einer sehr guten Basis. Mehr als drei Viertel der Bevölkerung haben eine positive Einstellung gegenüber der Fischerei. Die Wahrnehmung dominiert dabei der Beitrag der Fischerei zum Schutz der Umwelt und Gewässer.

Dieses Meinungsbild ist dabei seit der vorhergehenden Befragung von 2014 relativ stabil geblieben. Die Trophäensicht, damals von rund einem Zehntel geäussert, hat im Zeitverlauf allerdings zugenommen. Allerdings sollte dies aufgrund abweichender Frageformulierungen nicht überbewertet werden.

Der Angelsport gilt in der Schweiz unverändert als tierschutzgerecht und die Zustimmung ist seit 2014 stabil geblieben. Die Meinung Angeln sei Tierquälerei führt aber am stärksten zu einer negativen Haltung.

Bezüge zur Fischerei sind bei einer Mehrheit der Bevölkerung über den unmittelbaren Familien- oder Bekanntenkreis vorhanden. Das erzeugt aktuell aber kein gesteigertes Interesse daran den Sport selber auszuprobieren. Das grösste Interesse haben die 18- bis 39-Jährigen, sodass ein gutes Potenzial für die Nachwuchsgewinnung besteht.

5 Anhang

5.1 Konzept und Fragebogen

Der Fragebogen enthält alle aufgrund der Basiskonzepte, die im folgenden kurz beschrieben werden, und Vorstellungen des Auftraggebers relevanten Fragen:

- Ein erstes Basiskonzept knüpft an die klassische Issue-Forschung an und befasst sich mit Alltagserfahrungen, den generellen Meinungen zur Fischerei und zu politisch brisanten Entwicklungen wie beispielsweise Gewässerschutzfragen.
- Ein zweites Basiskonzept fokussiert auf eine subjektive Einschätzung zum Image rund um die Fischerei, aber auch in Bezug auf Position und Angebot organisierter Akteure und des SFV insbesondere und knüpft an die klassische Imageforschung an.

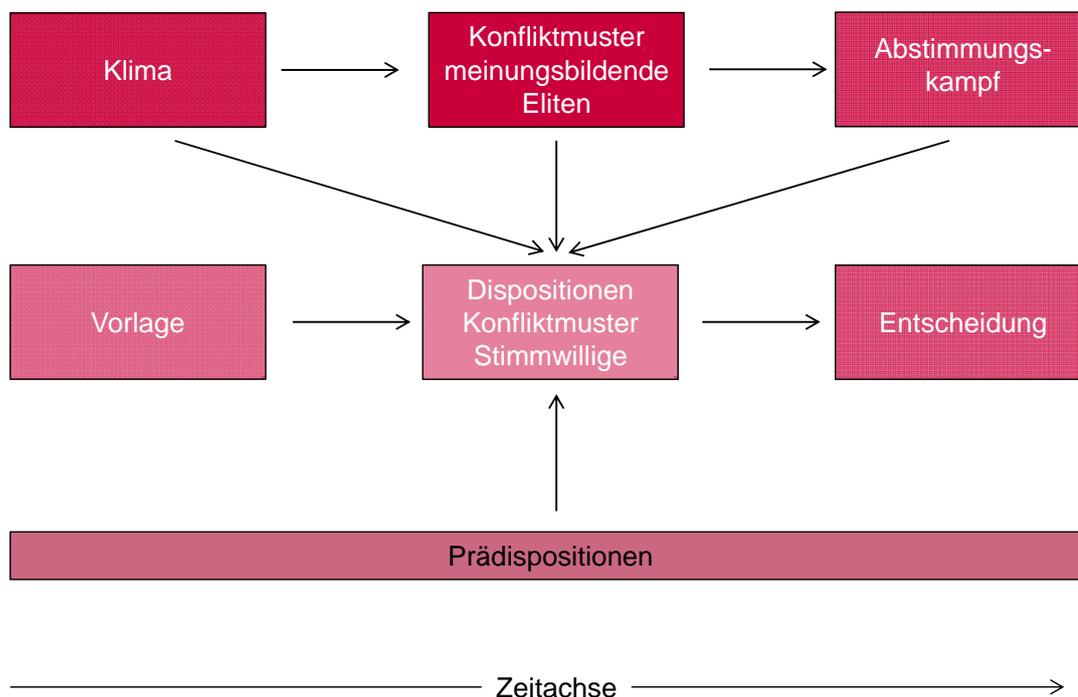
Daneben wurde der Fragebogen um relevante themenspezifische Kontrollvariablen ergänzt.

5.1.1 Messung im Bereich politische Themen und Issues

Der Messung von Issues und Themen liegt die These zugrunde, dass Ergebnisse von Einstellungen, und die daraus abgeleitete Handlungsrelevanz, nicht ein für alle Mal feststehen, sondern in einem gewissen Masse variabel sind. Wie sie ausfallen ist abhängig von:

- dem Thema,
- dem Konfliktmuster in der meinungsbildenden Elite,
- einer öffentlichen Diskussion,
- dem aktuellen Meinungsklima und der generellen Problemhierarchie,
- den thematischen Prädispositionen sowie Alltagserfahrungen und
- den allfälligen Kampagnenwirkungen.

Analytisches Schema des Dispositionsansatzes



Wichtige Elemente sind entsprechend dieses Ansatzes nebst der «Entscheidung» also auch «Kampagnen» (oder Kommunikation), die «Prädispositionen», das «Umfeld bzw. Klima» sowie die «Vorlage selbst» (resp. Thema oder Issue). Formalisiert werden Entscheidungen oder die Handlungsrelevanz als Funktion von Thema, Kampagnen, Prädispositionen und des Umfeldes gesehen. Entscheidungen und Handlungsrelevanz variieren demnach, wenn sich mindestens eines dieser Elemente ändert. Allerdings können sie sich nicht beliebig entwickeln. So wird die Öffentlichkeitsarbeit durch das Umfeld mitbestimmt und Prädispositionen ändern sich in der Regel nur langfristig oder nur als Folge von veränderten Umfeldbedingungen.

Um zu verstehen, was die Bevölkerung zu den Themen Angeln/Fischerei generell und von politischen Forderungen in diesem Zusammenhang im Spezifischen denkt, wie gefestigt dieses Meinungsbild ist und welche Forderungshaltung daraus abgeleitet wird, muss eine Befragung die relevanten Informationen auf allen beschriebenen Ebenen abholen.

Im Zentrum stehen dabei folgende Fragen:

- **Wissensebene**
Welches sind die spontanen Assoziationen zum Thema? Welche Diskussion wird aktuell rund um das Thema Fischerei und Angeln als Hobby wahrgenommen? Wie wird diese Diskussion bewertet?
- **Alltagsebene**
Wie erleben die Befragten Angeln als Hobby? Wo fühlen sie sich durch die Gesellschaft, organisierte Akteure und Politik getragen, wo behindert? Was definiert den Nutzen von Angeln als Hobby, was definiert allfällige Ärgernisse und Frustrationen?
- **Einstellungs-/Forderungsebene**
Wie gross sind die Involvierung und eine allfällige Problemsicht im Zusam-

menhang mit relevanten politischen Issues? Welche Grundhaltungen bestehen rund um das Thema Fischerei im Generellen und relevanten politischen Forderungen im Spezifischen? Welche Forderungshaltungen werden daraus abgeleitet?

5.1.2 Messung von Wahrnehmung und Image

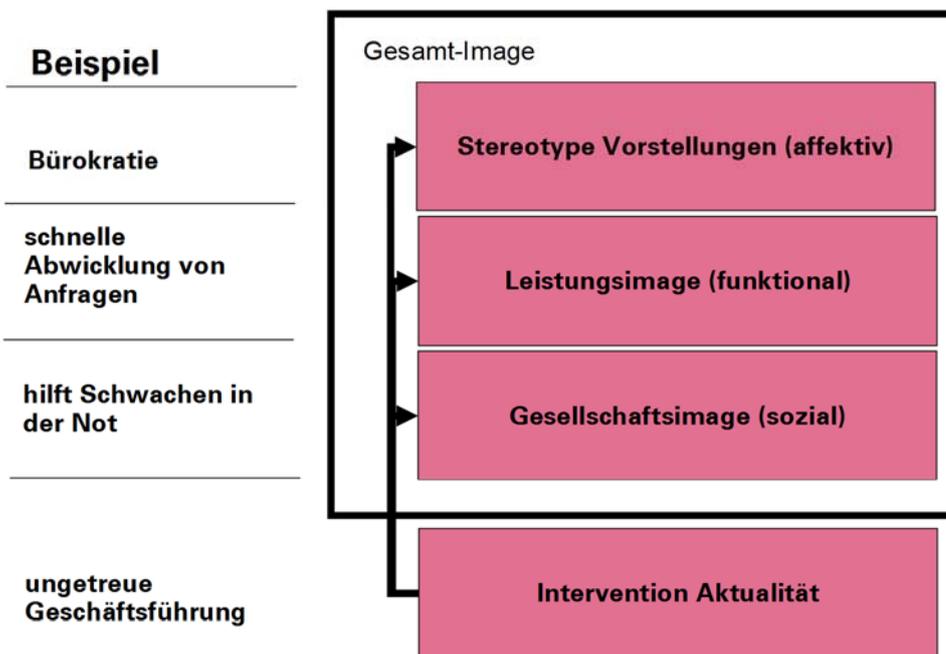
Die Erfassung des Tätigkeits- und Basisimages fokussiert auf eine subjektive Einschätzung und knüpft an die klassische Imageforschung an, ergänzt mit Elementen aus dem strategischen Controlling.

Unter «Image» respektive Imagewahrnehmung verstehen wir das verinnerlichte Gesamtbild gegenüber einem Objekt oder Subjekt, das individuell entsteht und individuell geteilt wird.

Zur präzisen Messung von Image hat es sich als zweckmässig erwiesen, ein Image nicht als Gesamtkonstrukt zu verstehen, sondern als Summe von Teilaspekten. Entsprechend erweist es sich bei Imageanalysen als zentral, das Image nicht als aggregierten Indikator zu verstehen, sondern als Summe relevanter Einzelindikatoren. Wir unterscheiden dabei drei Imagedimensionen und einen zentralen intervenierenden Faktor:

Grafik 44

Image-Dimensionen



gfs.bern
Menschen.Meinungen.Märkte.

Stereotype Vorstellungen: Dies sind stereotype Zuschreibungen, die einem unabhängig vom Kontext zunächst in den Sinn kommen, wenn die Fischerei oder der Verband angesprochen werden. Solche Stereotypen haben im Kern nichts mit den Aktivitäten zu tun, sie prägen diese aber mit. Die stereotype Imagedimension ist nur langfristig veränderbar und braucht dafür Ereignisse höchster Aufmerksamkeit. Sie kann in der Kommunikation vor allem genutzt werden, um Aufmerksamkeit zu erlangen und zu überraschen. Dies wird in der Werbung oft aufgegriffen, indem man Stereotype indirekt bestätigt und gleichzeitig eine humorvolle oder überraschende Botschaft setzt, selbst wenn das zugrundeliegende Stereotyp negativ geprägt ist.

Leistungsimage: Dieses Image entsteht auf Basis von direkten oder indirekten Erfahrungen mit der Leistung, hier im Kern das politische Engagement organisierter Akteure oder Leistungen gegenüber Anglern. Im Zentrum stehen dabei weniger die einzelnen Leistungen, sondern das Leistungserbringungspotenzial in einem generelleren Sinn.

Gesellschaftsimage: Diese Imagekomponente misst die Einschätzung der Rolle eines Akteurs in Bezug auf ihre Umfeldsysteme. Das Gesellschaftsimage ist dann positiv, wenn eine Organisation oder eine Person neben ihrem Leistungsauftrag eine wichtige gesellschaftliche Rolle einnehmen kann. Beispielhaft erfassen wir hier den Beitrag der Fischerei an ein nachhaltiges Ökosystem.

Aktualität: Das aktuelle Geschehen ist der wichtigste intervenierende Einflussfaktor auf das Image. Denn der Interventionsgrad und die Stossrichtung der Intervention werden auf Basis des aktuellen Geschehens fortlaufend neu gebildet. Je höher die Aufmerksamkeit gegenüber dem aktuellen Geschehen ist, desto eher sind langfristige Auswirkungen auf alle Imagedimensionen – respektive das Gesamtimage – zu erwarten. Die Berücksichtigung der Aktualität gibt dem Auftraggeber Interpretationssicherheit darüber, ob das Image zum Zeitpunkt der Erhebung nicht durch kurzfristige Aktualität beeinflusst sein kann. Dies minimiert Fehlschlüsse auf das Image aufgrund kurzfristiger Ereignisse erheblich und hat sich bei Imagebefragungen sehr bewährt. Exemplarisch kann das Image der Fischerei wesentlich durch die Diskussion rund um die Energiewende geprägt sein.

5.2 Befragung und Stichprobe

Die Ergebnisse der Anglerbefragung basieren auf einer Befragung von 1'429 beim Netzwerk Anglerausbildung registrierten Anglerinnen und Anglern sowie Abonnenten der Zeitschrift "Petri Heil". Die Befragung wurde zwischen dem 5. Dezember 2017 und dem 5. Januar 2018 mittels schriftlicher Fragebögen und Online-Interviews durchgeführt.

Die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung basieren auf einer repräsentativen Befragung von 505 Einwohnerinnen und Einwohnern der Schweiz, die innerhalb der letzten zwei Jahre nicht gefischt haben. Die Befragung wurde zwischen dem 5. und dem 14. Dezember 2017 mittels computerunterstützten Telefoninterviews (CATI) durchgeführt. Befragt wurde mittels eines Random Digit Dialing (RDD)/Dual-Frame-Verfahrens via Festnetz und Handy.

Über die technischen Eckwerte dieser Umfrage orientiert die nachstehende Übersicht:

Tabelle 2

Technischer Kurzbericht

Auftraggeber	Schweizerischer Fischerei-Verband SFV
Grundgesamtheit	Anglerbefragung: beim Netzwerk Anglerausbildung registrierte AnglerInnen/AbonentInnen "Petri Heil" Bevölkerungsbefragung: EinwohnerInnen ab 18 Jahren, die auf Deutsch/Dialekt, Französisch oder Italienisch befragbar sind
Befragungsgebiet	gesamte Schweiz
Herkunft der Adressen	Anglerbefragung: Adressdatenbank Netzwerk Anglerausbildung/Abonntenliste "Petri Heil" Bevölkerungsbefragung: Stichprobenplan Gabler/Häder für RDD/Dual-Frame; Verwendung der Swiss-Interview-Liste
Datenerhebung	Anglerbefragung: schriftlich/online Bevölkerungsbefragung: telefonisch, computergestützt (CATI)
Art der Stichprobenziehung	Anglerbefragung: Vollerhebung Bevölkerungsbefragung: Random-Quota; Geburtstagsmethode im Haushalt
Befragungszeitraum mittlerer Befragungstag	Anglerbefragung: 5. Dezember 2017 bis 5. Januar 2018 Bevölkerungsbefragung: 5. Dezember bis 14. Dezember 2017 Anglerbefragung: 18. Dezember 2017 Bevölkerungsbefragung: 6. Dezember 2017
Stichprobengrösse	Anglerbefragung: Brutto-Stichprobe: 5000, Netto-Stichprobe: 1429 (Ausschöpfung: 29%) Bevölkerungsbefragung: minimal 500, effektiv 505
Fehlerbereich	Anglerbefragung: ± 2.6 Prozentpunkte bei 50/50 und 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit Bevölkerungsbefragung: ± 4.4 Prozentpunkte bei 50/50 und 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit
Gewichtung	Anglerbefragung: ungewichtet Bevölkerungsbefragung: Dual-Frame-Gewichtung, Designgewichtung nach Sprachregion, zusätzliches Redressement entlang von Alter/Geschlecht, Bildung und Kanton
Publikation	nicht für die Publikation bestimmt

© gfs.bern, Angler- und Bevölkerungsbefragung, Dezember 2017/Januar 2018

Bei einer Stichprobe entscheiden zwei Faktoren über die Qualität der später gewonnenen Aussagen massgeblich mit: Auf der einen Seite definiert sich die Datenqualität über die Grösse des **Stichprobenfehlers**. Dieser Index weist die Irrtumswahrscheinlichkeit und Irrtumsgrösse einer getroffenen statistischen Aussage aus. Einerseits setzt man bei der Umfrageforschung zumeist ein Sicherheitsmass von 95 Prozent, das heisst man akzeptiert eine Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 Prozent, dass der nachgewiesene statistische Zusammenhang so in der Grundgesamtheit nicht vorhanden ist. Andererseits unterliegen statistische Aussagen einem Stichprobenfehler, welcher von der Grösse der Stichprobe und der Basisverteilung der Variable in der Bevölkerung abhängt, wobei der Fehler kleiner wird, je grösser die Stichprobe ist.

Stichprobenfehler

Ausgewählte statistische Stichprobenfehler nach Stichprobengrösse und Basisverteilung

Stichprobengrösse	Fehlerquote Basisverteilung	
	50% zu 50%	20% zu 80%
N = 1429	±2.6 Prozentpunkte	± 2.1 Prozentpunkte
N = 1000	± 3.1 Prozentpunkte	± 2.5 Prozentpunkte
N = 500	± 4.4Prozentpunkte	± 3.5 Prozentpunkte
N = 100	± 9.8 Prozentpunkte	± 7.9 Prozentpunkte
N = 50	± 14 Prozentpunkte	± 11.2 Prozentpunkte

Lesebeispiel: Bei rund 1000 Befragten und einem ausgewiesenen Wert von 50 Prozent liegt der effektive Wert zwischen 50 Prozent ±3.1 Prozentpunkte, bei einem Basiswert von 20 Prozent zwischen 20 Prozent ±2.5 Prozentpunkte. Dabei setzt man in der Umfrageforschung zumeist ein Sicherheitsmass von 95 Prozent, das heisst man akzeptiert eine Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 Prozent, dass der nachgewiesene statistische Zusammenhang so in der Grundgesamtheit nicht vorhanden ist.

© gfs.bern

Gerade bei Untergruppenanalysen weist die untersuchte Gruppe schnell weniger als 50 Befragte aus, was bei einem Stichprobenfehler von ±14 Prozentpunkten eine adäquate Interpretation nahezu verunmöglicht. Deshalb nehmen wir keine Subgruppenanalysen unter 50 Fällen vor.

Das andere Element einer qualitativ hochstehenden Analyse ist die Gewährleistung von **Repräsentativität**. Repräsentativität bedeutet nichts anderes, als dass jede Person aus der Grundgesamtheit genau die gleiche Chance haben muss, an der Befragung teilnehmen zu können. Werden bei der Stichprobenziehung systematisch Gruppen ausgeschlossen, ist eine Befragung nicht repräsentativ.

Grundsätzlich ist die Repräsentativität dadurch gewährleistet, dass eine vollständige Liste der Stakeholder durch den Auftraggeber vorlag. Eingeschränkt ist die Repräsentativität dadurch, dass nur Stakeholder mit vorhandener E-Mail-Adresse kontaktiert wurden. Der Anteil an vorhandenen E-Mail-Adressen ist bei Aktivmitglieder (sowie Planern, Lieferanten und Sektionssekretariaten) höher als bei Nicht-Mitglieder und Freimitgliedern. (Bei keinem der vier Passivmitglieder lag eine E-Mail-Adresse vor.) Zusätzlich haben sich die Aktivmitglieder (und Sektionssekretariate) erwartungsgemäss stärker beteiligt als die Nicht-Mitglieder. Dadurch sind die Aktivmitglieder insgesamt in der Befragung leicht übervertreten.

5.3 Datenanalyse

Die neu generierten Daten werden wie folgt analysiert: Zuerst leisten wir die beschreibende Analyse. Dabei werden vor allem Häufigkeiten in Form von Prozentwerten beschrieben.

Zusammenhänge zwischen zwei Variablen, also beispielsweise zwischen der Zufriedenheit und der Unternehmensgrösse, werden mittels Korrelationen gemessen. Das normalerweise verwendete Mass ist der Koeffizient Cramérs V. Der Vorteil dieser Masszahl ist, dass sie unabhängig vom Skalenniveau der Indikatoren verwendet werden kann. Damit bestimmen wir die Stärke des Zusammenhangs. Dieser ist umso stärker, je mehr das Cramérs V von Null differiert. Davon unterscheiden wir die Frage, ob der in der Befragung gefundene und gemessene Zusammenhang auch auf die Grundgesamtheit verallgemeinert werden darf. Hierfür verwendeten wir den üblichen Signifikanztest χ^2 . Damit kann man sagen, inwieweit die Untergruppen in sich selbst ein signifikantes unterschiedliches Verhalten an den Tag legen. In der Regel verwendeten wir ein Sicherheitsmass von 95 Prozent.

Gilt es, die Zusammenhänge zwischen mehr als zwei Variablen zu bestimmen, kommen multivariate Analysemethoden zum Einsatz. Die Erklärung von Zusammenhängen zwischen mehreren unabhängigen Variablen und einer abhängigen Variable leistet die **multivariate Regressionsanalyse**. Diese basiert analog zu Korrelationen auf Koeffizienten, welche die Stärke des Zusammenhangs bestimmen. Der Unterschied zur Korrelationsrechnung besteht allerdings darin, dass die Regressionsanalyse nicht nur eine unabhängige Variable ausmisst, sondern eine beliebige Zahl von Variablen mit einbeziehen kann. Dies kommt komplexen Realitäten deutlich näher. Die Regressionsanalyse bestimmt auf diese Weise, welche unabhängige Variable wie stark auf die abhängige Variable wirkt, wenn man die Effekte der anderen unabhängigen Variablen mitberücksichtigt. Dabei zielt man auf den Beta-Koeffizienten ab. Wie bei der Korrelationsrechnung gibt es Sicherheitsmasse, die angeben, mit welcher Wahrscheinlichkeit ein in der Stichprobe gefundener Zusammenhang auch in der Grundgesamtheit gilt. Konkret handelt es sich um den Signifikanztest, der analog zur obigen Beschreibung funktioniert.

Eingesetzt wird dieses Verfahren vor allem dort, wo die Zusammenhänge zwischen der Beurteilung verschiedener Botschaften einerseits und einer Einstellung oder Handlungsbereitschaft andererseits zu bestimmen sind. Dies kann an sich auch mit der Korrelationsrechnung geleistet werden, doch hat diese Form der Analyse den Nachteil, dass man die gleiche Beziehung mit verschiedenen Argumenten immer wieder nachweist. Dies schliesst die Regressionsrechnung aus, denn sie sagt, welches Argument am besten die untersuchte Einstellung erklärt, welches an zweiter Stelle steht und so weiter.

5.4 Grafische Aufbereitung

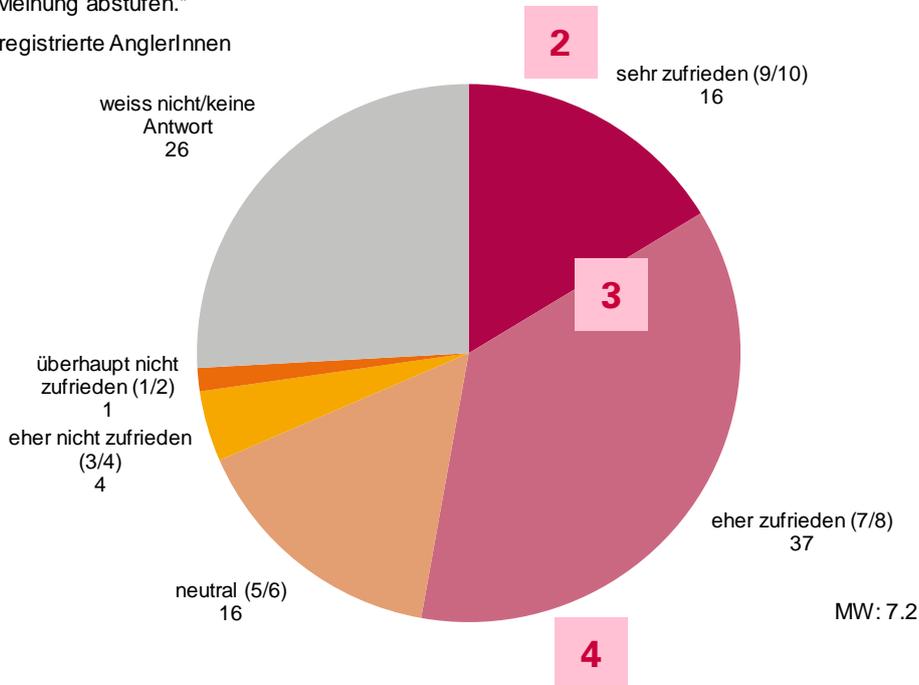
Alle im Schlussbericht enthaltenen Grafiken liegen dem gleichen Schema zugrunde, welches im Folgenden kurz erläutert wird:

Grafik 45

Zufriedenheit mit SFV 1

"Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit den Tätigkeiten des SFV? Mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen."

in % registrierte AnglerInnen



© gfs.bern, Anglerbefragung des Schweizerischen Fischerei-Verbands, Dezember 2017/Januar 2018 (N = 1429)

- 1 Im Titel lässt sich sowohl eine schlagwortartige Zusammenfassung der Frage, als auch in Anführungszeichen der genaue Fragetext ablesen. Dem Titel ist zudem zu entnehmen, ob sie gefiltert oder nicht gefiltert ist.
- 2 Die Referenzgrösse gibt darüber Aufschluss, auf welche Gruppe sich die Auswertung in der Grafik bezieht. In den meisten Fällen sind dies registrierte AnglerInnen und AbonnenInnen der Zeitschrift «Petri Heil».
- 3 Die Ergebnisse werden in grafischer Form dargestellt. Je nach angestrebter Aussage visualisieren wir Resultate mittels Kuchen-, Balken-, Säulen-, Flächen- oder Liniengrafiken. Für die Darstellung von Zusammenhängen werden Regressions-Grafiken verwendet. Ausführungen dazu finden sich bei den entsprechenden Grafiken.
- 4 Der Fusszeile entnimmt man sowohl den Zeitraum der Befragung (Dezember 2017/Januar 2018) als auch die Anzahl der befragten Personen, welche für die Aussage in der entsprechenden Grafik relevant sind (N = 1429).

5.5 gfs.bern-Team



URS BIERI

Co-Leiter, Politik- und Medienwissenschaftler, Executive MBA FH in strategischem Management, Lehrbeauftragter an der Kalaidos Fachhochschule

Schwerpunkte:

Themen- und Issue-Monitoring, Image- und Reputationsanalysen, Risikotechnologien, Abstimmungsanalysen, Kampagnenvorbereitung und -begleitung, Integrierte Kommunikationsanalysen, Qualitative Methoden

Publikationen in Sammelbänden, Fachmagazinen, Tagespresse und im Internet



JONAS PHILIPPE KOCHER

Projektleiter, Politikwissenschaftler

Schwerpunkte:

Analyse politischer Themen und Issues, Abstimmungen und Wahlen, Kampagnenvorbereitung und -begleitung, Gesellschaftsthemen, Integrierte Kommunikationsanalysen, Medieninhaltsanalysen, Hochrechnungen, Feldaufträge



ALEXANDER FRIND

Junior-Projektleiter, Politikwissenschaftler

Schwerpunkte:

Analyse politischer Themen und Issues, Abstimmungen und Wahlen, Gesellschaftsthemen, Medieninhaltsanalysen, Qualitative Methoden



STEPHAN TSCHÖPE

Leiter Analyse und Dienste, Politikwissenschaftler

Schwerpunkte:

Koordination Dienstleistungen, komplexe statistische Datenanalytik, Programmierung der EDV und der Befragungen, Hochrechnungen, Parteien- und Strukturanalysen mit Aggregatdaten, integrierte Kommunikationsanalysen, Visualisierung



DANIEL BOHN

Projektmitarbeiter, Fachinformatiker Anwendungsentwicklung

Schwerpunkte:

Quantitative und qualitative Datenanalyse, Datenaufbereitung, Visualisierung



NOAH HERZOG

Sekretariat und Administration, Kaufmann EFZ

Schwerpunkte:

Desktop-Publishing, Visualisierungen, Projektadministration, Vortragsadministration



KATRIN WATTENHOFER

Praktikantin, Politikwissenschaftlerin

Schwerpunkte:

Datenanalyse, Programmierungen, Qualitative Methoden, Recherchen, Medienanalysen, Visualisierungen

gfs.bern ag
Effingerstrasse 14
Postfach
CH – 3001 Bern
Telefon +41 31 311 08 06
Telefax +41 31 311 08 19
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

Das Forschungsinstitut gfs.bern ist Mitglied des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung und garantiert, dass keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchgeführt werden.

Mehr Infos unter www.schweizermarktforschung.ch

