



© 06 Mai 2019, 09:35 (CEST)

# Umfrage zum World Fair Trade Day: Viele Konsumenten begegnen Fairem Handel noch skeptisch

**Berlin/Wien, 7. Mai 2019. Jetzt am Samstag (11. Mai) findet zum 18. Mal der World Fair Trade Day statt. Sein Initiator, die World Fair Trade Organization (WFTO), möchte mit ihm dafür sensibilisieren, dass Fairer Handel die Lebensgrundlagen gerade in ärmeren Regionen verbessern kann. Und dass mehr Informationen dringend nötig sind, zeigt eine Umfrage des Verbraucherforums Preisjäger. Zwar haben 86,2 Prozent der Konsumenten bereits ein Fair-Trade-Produkt gekauft. 56,0 Prozent fühlen sich aber „nicht ausreichend“ über Fair Trade informiert.**

Wer im Internet nach Informationen sucht, erfährt auf den ersten Blick viel über Fair Trade oder – deutsch ausgedrückt – Fairen Handel. Die meisten Informationen sind allerdings recht theoretisch. Wikipedia definiert den Fairen Handel beispielsweise als „kontrollierten Handel, bei dem den Erzeugern für die gehandelten Produkte oder Produktbestandteile meist ein von den einzelnen Fair-Trade-Organisationen unterschiedlich bestimmter Mindestpreis bezahlt wird“, um „den Produzenten auch bei niedrigeren Marktpreisen ein höheres und verlässlicheres Einkommen als im herkömmlichen Handel“ zu ermöglichen.

***Mehr als die Hälfte der Konsumenten fremdelt noch mit Fair Trade***

So komplex die Definitionen klingen, so wenig fühlen sich Verbraucher auch über Fairen Handel informiert. Nur 45,3 Prozent der Frauen und 42,8 Prozent der Männer erklärten Mitte April bei einer vom Verbraucherforum Preisjäger durchgeführten Umfrage mit 1.132 Teilnehmern, sie fühlten sich „ausreichend über Fair Trade informiert“. Mehr als die Hälfte der Frauen (54,8 Prozent) und Männer (57,3 Prozent) bekundeten hingegen, sie würden sich mehr Informationen wünschen.

Dabei stehen die meisten Konsumenten dem Fairen Handel nicht einmal ablehnend gegenüber. Drei von vier Frauen (76,4 Prozent) und fast acht von zehn Männern (77,2 Prozent) erklärten, sie fänden Fair Trade gut. Nur jede Hundertste Frau (1,1 Prozent) und 3,1 Prozent der Männer lehnten den Fairen Handel ab. 22,5 Prozent der Frauen und jeder fünfte Mann (19,8 Prozent) erklärten jedoch, sie hätten sich noch keine Meinung zum Fairen Handel gebildet.

### ***86,2 Prozent der Verbraucher haben bereits ein Fair-Trade-Produkt gekauft***

Auf den ersten Blick wirken sich der Mangel an Informationen beziehungsweise das fehlende Wissen nicht nachteilig aus: 84,2 Prozent der Frauen und 88,1 Prozent der Männer haben bereits ein Fair-Trade-Produkt gekauft. Auf den zweiten Blick wird aber deutlich, dass nur wenige Verbraucher regelmäßig auf fair gehandelte Produkte zurückgreifen. Nur jeder fünfte Konsument gab an, „sehr oft“ (3,5 Prozent) oder „oft“ (17,7 Prozent) Fair-Trade-Produkte zu kaufen. 42,1 Prozent erklärten, fair gehandelte Produkte „gelegentlich“ zu kaufen. Bei jedem vierten Verbraucher standen Fair-Trade-Produkte aber „eher selten“ (13,7 Prozent), „selten“ (7,5 Prozent) oder sogar „sehr selten“ (5,5 Prozent) auf dem Einkaufszettel.

Frauen griffen etwas häufiger zu Fair-Trade-Produkten als männliche Verbraucher. Zwar war der Anteil der Frauen, die fair gehandelte Produkte „selten“ (5,6 Prozent) oder „sehr selten“ (7,6 Prozent) kauften, etwas größer als der Anteil der Männer mit 7,5 Prozent beziehungsweise 5,5 Prozent. Dafür griffen aber deutlich mehr Frauen „oft“ (19,4 Prozent) oder „sehr oft“ (4,2 Prozent) zu Fair-Trade-Produkten als Männer, von denen nur 16,0 Prozent „oft“ und nur 2,7 Prozent „sehr oft“ fair gehandelte Produkte kauften.

### ***Kaffee, Süßwaren und Obst sind die meistgekauften Fair-Trade-Produkte***

Wenn Verbraucher fair gehandelte Produkte kaufen, dann zumeist Kaffee, Süßwaren, Obst und Tee. Diese vier Warengruppen wurden jedenfalls bei der Preisjäger-Umfrage von Frauen wie Männern jeweils am häufigsten genannt – allerdings nicht in der gleichen Reihenfolge.

Kaffee lag bei Frauen (59,0 Prozent) wie Männer (57,9 Prozent) auf dem ersten Rang der meistgekauften Fair-Trade-Produkte. Süßwaren (54,2 Prozent) lagen bei Frauen auf Rang zwei, Obst (44,4 Prozent) auf Rang drei. Bei den Männern tauschten beide Warengruppen ihre Plätze. Fair gehandeltes Obst hatten bereits 48,0 Prozent der von Preisjäger Befragten gekauft, Süßwaren „nur“ 44,2 Prozent.

Tee folgte bei Frauen (34,7 Prozent) und Männern (36,7 Prozent) auf dem vierten Rang. Saft (26,4 Prozent) vervollständigte die Top-5 der meistgekauften Fair-Trade-Produkte bei den Frauen, Nüsse komplettierten die Top-5 der Männer (30,8 Prozent).

Der Blick auf die zweite Hälfte der Top-10 macht deutlich: Fair Trade ist vor allem ein Phänomen des Lebensmittelhandels. Bei den Frauen fanden sich fair gehandelte Blumen als erster Non-Food-Artikel hinter Reis (24,3 Prozent) auf Rang acht der meistgekauften Fair-Trade-Produkte: 23,6 Prozent der weiblichen Käufer hatten sich für Blumen aus „fairem“ Anbau entschieden. Und während es bei Frauen mit Mode (18,8 Prozent, Rang 9) wenigstens noch ein anderer Non-Food-Artikel in die Top-10 schaffte, fand sich bei den Männern nur ein Nicht-Nahrungsmittel in den Top-10: Blumen (16,0 Prozent) auf Rang neun.

### ***Neun von zehn Käufern sind zufrieden mit der Qualität von Fair-Trade-Produkten***

Dass so wenige Verbraucher regelmäßig fair gehandelte Produkte kaufen, dürfte weniger an ihrer Qualität liegen. Von dieser waren jedenfalls die meisten von Preisjäger befragten Konsumenten überzeugt. So gaben jede dritte Frau (34,7 Prozent) und 27,1 Prozent der Männer an, mit dem von ihnen gekauften Produkt „sehr zufrieden“ gewesen zu sein. Rund jeder zweite Mann (47,6 Prozent) und 43,8 Prozent der Frauen waren „zufrieden“ und 9,0 Prozent der Frauen sowie 10,8 Prozent der Männer wenigstens noch „eher zufrieden“.

Über schlechte Erfahrungen mit Fair-Trade-Produkten klagten die wenigsten Befragten. Zwar gaben 13,9 Prozent der Frauen und 14,9 Prozent der Männer an, „neutrale“ Erfahrungen gemacht zu haben. Von wirklich schlechten Erfahrungen berichteten jedoch keine Frau und in Summe nur jeder Hundertste Mann. Jeweils 0,3 Prozent der von Preisjäger befragten Männer erklärten, sie seien mit dem von ihnen gekauften Fair-Trade-Produkt „eher unzufrieden“, „unzufrieden“ beziehungsweise sogar „sehr unzufrieden“ gewesen.

### ***Skepsis und der Preis halten Konsumenten vom Kauf ab***

Woran – wenn nicht an der Qualität – liegt es also, dass fair gehandelte Produkte nicht öfter gekauft werden? Auch dieser Frage ist Preisjäger in seiner Umfrage nachgegangen und dabei zu einer mehrschichtigen Antwort gekommen.

Tatsächlich waren viele Konsumenten, die bislang noch kein Fair-Trade-Produkt gekauft hatten, prinzipiell bereit, dies nachzuholen: 81,5 Prozent der weiblichen und immerhin noch 79,8 Prozent der männlichen Nicht-Käufer erklärten, sich durchaus vorstellen zu können, ein Fair-Trade-Produkt zu kaufen. Nur 18,5 Prozent der weiblichen und 20,2 Prozent der männlichen Nicht-Käufer übten also einen aktiven Verzicht auf Fair-Trade-Produkte.

Nicht wenige Konsumenten zweifelten aber am Sinn des Fairen Handels. So erklärten drei von vier befragten Frauen und 40,0 Prozent der Männer, sie seien sich nicht sicher, ob das Geld wirklich „bei den Menschen“ ankomme. Und 25,0 Prozent der Frauen sowie 26,7 Prozent der Männer bekundeten, sie denken nicht, dass es Menschen durch Fair Trade besser gehe

Auch aus rein persönlichen Gründen entschieden sich manche Befragte gegen den Kauf eines Fair-Trade-Produkts. So erklärten 75,0 Prozent der Frauen und 26,7 Prozent der Männer, sie würden deshalb keine fair gehandelten Produkte kaufen, weil sie hierin „keinen Vorteil“ für sich erkennen. Ebenso viele Männer und jede vierte Frau erklärten, es sei nicht ihre Aufgabe, sondern Aufgabe der Politik, Armut zu bekämpfen. Und 25,0 Prozent der Frauen sowie 26,7 Prozent der Männer bekundeten, sie seien „nicht bereit, den Aufpreis zu zahlen“, um ein Fair-Trade-Produkt statt eines nicht fair gehandelten Vergleichsprodukts zu kaufen.

## ***Fair-Trade-Produkte dürfen bis zu zehn Prozent teurer als Vergleichsprodukte sein***

Die Motive der Nicht-Käufer sollten jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass viele Konsumenten durchaus bereit sind, für Fair-Trade-Produkte wenigstens etwas tiefer in die Tasche zu greifen. Auf die Frage „Könntest Du Dir vorstellen, ein Fair-Trade-Produkt zu kaufen, wenn es nicht wesentlich teurer als ein vergleichbares, nicht fair gehandeltes Produkt ist?“ antworteten immerhin 85,1 Prozent der befragten Frauen und 68,3 Prozent der Männer mit einem klaren „Ja“.

Allzu teuer sollten Fair-Trade-Produkte allerdings nicht sein. Nur 4,0 Prozent der Befragten zeigten sich bereit, einen Aufpreis von 25 Prozent oder mehr zu zahlen. Jeder Zwanzigste (5,5 Prozent) würde für ein Fair-Trade-Produkte immerhin noch zwischen 15 und 25 Prozent mehr bezahlen als für ein nicht fair gehandeltes Produkt. Und 15,2 Prozent der Befragten zeigten sich bei der Umfrage bereit, zwischen zehn und 15 Prozent mehr zu bezahlen. Das Gros der Befragten bewegte sich aber im unteren Prozentbereich. 39,7 Prozent der Konsumenten gaben an, für ein Fair-Trade-Produkt fünf bis zehn Prozent mehr bezahlen zu wollen. Und 15,8 Prozent erklärten, nur weniger als fünf Prozent mehr ausgeben zu wollen.

Männer sind eher bereit, mehr für Fair-Trade-Produkte zu bezahlen. Zwar ist der Anteil der Männer, die einen Aufpreis nur dann zahlen würden, wenn er weniger als fünf Prozent beträgt, mit 20,0 Prozent fast doppelt so groß wie der Anteil der Frauen (11,6 Prozent). Während sich nur 23,3 Prozent der Frauen vorstellen können, mehr als zehn Prozent extra zu bezahlen, trifft dies jedoch auf 26,2 Prozent der Männer zu. Und einen Aufpreis von mehr als 30 Prozent würden, der Preisjäger-Umfrage zufolge, immer noch 3,5 Prozent der Männer, aber keine der von Preisjäger befragten Frauen beim Kauf eines Fair-Trade-Produkts hinnehmen.

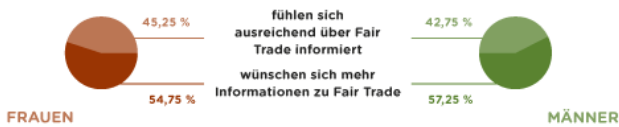
---

# Umfrage zum World Fair Trade Day

## So stehen Konsumenten zum fairen Handel

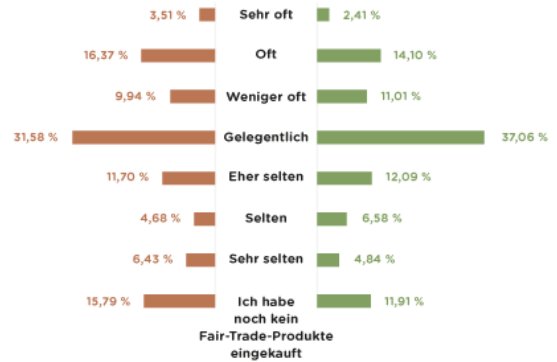
Am 11. Mai 2019 findet der World Fair Trade Day statt. Seine Initiatoren, die Weltorganisation für Fairen Handel (WFTO), möchte mit ihm an die Notwendigkeit eines fairen Handels erinnern. Doch wie stehen die Österreicher zu Fair Trade? Diese Infografik gibt Antworten.

### Fair Trade ist vielen Konsumenten noch nicht bekannt



### Mehr als jeder sechste Konsument kauft häufiger Fair-Trade-Produkte

#### Wie oft kaufst Du Fair-Trade-Produkte ein?



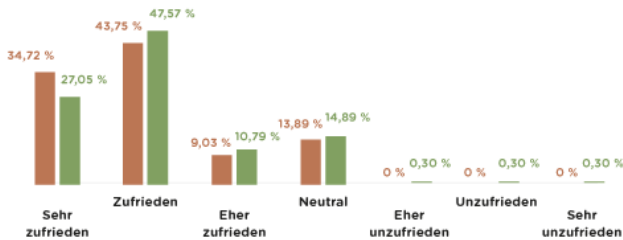
### Acht von zehn Verbraucher stehen Fair Trade positiv gegenüber



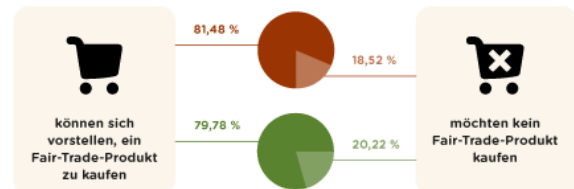
### Kaffee, Süßwaren und Obst sind die meist gekauften Fair-Trade-Produkte



### Die meisten Käufer sind zufrieden mit der Qualität von Fair-Trade-Produkten

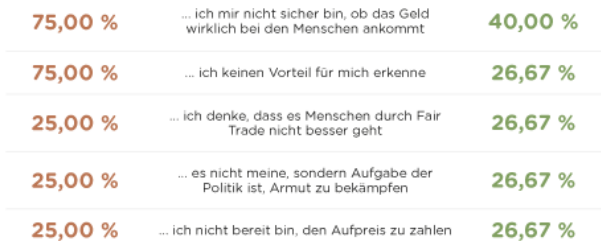


### Acht von zehn Nicht-Käufern können sich vorstellen, Fair-Trade-Produkte zu kaufen

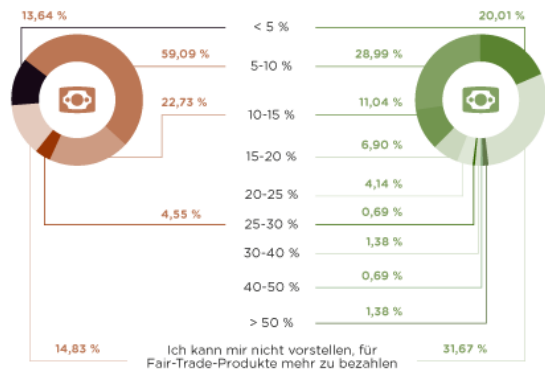


### Skepsis hält viele Verbraucher vom Kauf ab

#### Ich möchte kein Fair Trade Produkt kaufen, weil ...



### Welchen Aufpreis würdest Du für ein Fair-Trade-Produkt zahlen?



Die Infografik können Sie hier in druckfähiger Auflösung herunterladen.

---

### **Hinweis zur Methodik:**

Die obenstehenden Aussagen und Ergebnisse sind das Resultat einer Umfrage, die das Verbraucherforum Preisjäger im Zeitraum vom 9. bis zum 15. April 2019 mithilfe des Marktforschungsunternehmens SurveyMonkey durchgeführt hat. Insgesamt befragte Preisjäger 1.132 Konsumenten nach ihrer Meinung zu Fair Trade und ihren Erfahrungen mit Fair-Trade-Produkten.

---

### **Über Preisjäger ([www.preisjaeger.at](http://www.preisjaeger.at)):**

Preisjäger wurde im April 2008 als Blog gegründet und ist heute mit 1,2 Millionen Sessions pro Monat das größte österreichische Verbraucherforum. Über 240.000 Smart-Shopper nutzen Preisjäger, um Angebote von Online-Shops und lokalen Händlern einzustellen, zu diskutieren und zu bewerten und so Produkte zu den besten Konditionen am Markt zu finden. Preisjäger ist seit 2014 Teil der Pepper.com-Gruppe, die als weltweit größte Shopping-Community 25 Millionen Verbraucher pro Monat erreicht und 12.000 Kaufentscheidungen pro Minuten beeinflusst. Zu Pepper.com zählen neben Preisjäger die Plattformen Chollometro (Spanien), Dealabs (Frankreich), DesiDime (Indien), hotukdeals (Großbritannien), mydealz.de (Deutschland), nl.pepper.com (Niederlande), Pelando (Brasilien), Pepper.pl (Polen), Pepper.ru (Russland), Preisjäger (Österreich) und Promodescuentos (Mexiko).

---

### **Pressekontakt:**

Pepper Media Holding GmbH

Michael Hensch

Public Relations & Communications Manager

E-Mail: [michael@pepper.com](mailto:michael@pepper.com)

Telefon: +49 176 633 47 407

---

## ÜBER PEPPER MEDIA HOLDING

Pepper.com, the world's largest shopping community, was founded in 2014 by Fabian Spielberger and Paul Nikkel. Through international partnerships and conversations, Pepper.com gives smart shoppers around the world a voice to share deals, tips and ideas, connecting members in eleven countries on four continents. The Pepper.com group is headquartered in Berlin/Germany with offices in Belo Horizonte, Guadalajara, London, Lyon, Mumbai and Winnipeg and consists of market-leading platforms such as [Dealabs](#) (France), [DesiDime](#) (India), [HotUKDeals](#) (United Kingdom), [mydealz](#) (Germany), [Pelando.com.br](#) (Brazil), [Pepper NL](#) (The Netherlands), [Pepper PL](#) (Poland), [Pepper.ru](#) (Russia), [Preisjaeger](#) (Austria) and [PromoDescuentos](#) (Mexico). These platforms are currently used by more than 25 million smart shoppers and influence 12,000 buying decisions every minute.

---

 pr.co



Pepper Media Holding