



🕒 07 Mai 2019, 10:35 (CEST)

Umfrage zum World Fair Trade Day: Viele Verbraucher fremdeln noch mit dem Fairen Handel

Berlin, 6. 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 bewusst machen, wie Fairer Handel die Lebensgrundlagen gerade in ärmeren Regionen verbessern kann. Und dass mehr Informationen dringend nötig sind, zeigt eine Umfrage des Verbraucherforums mydealz. Zwar haben 83,2 Prozent der Konsumenten bereits ein Fair-Trade-Produkt gekauft. 63,1 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.

Sechs von zehn Verbraucher fremdeln noch mit Fair Trade

So komplex die Definitionen klingen, so wenig fühlten sich die befragten Verbraucher auch über Fairen Handel informiert. Nur jede dritte Frau (34,9 Prozent) und vier von zehn Männern (38,9 Prozent) erklärten Mitte April bei einer vom Verbraucherforum mydealz durchgeführten Umfrage mit 2.047 Teilnehmern, sie fühlten sich „ausreichend über Fair Trade informiert“. Jeweils sechs von zehn Frauen (65,1 Prozent) und Männern (61,1 Prozent) erklärten hingegen, sie würden sich mehr Informationen wünschen.

Dabei standen die meisten Verbraucher dem Fairen Handel nicht einmal ablehnend gegenüber. Drei von vier Frauen (75,4 Prozent) und 73,8 Prozent der Männer erklärten, sie fänden Fair Trade gut. Nur 0,9 Prozent der Frauen und 1,7 Prozent der Männer lehnten den Fairen Handel ab. Jede vierte Frau (23,7 Prozent) und jeder vierte Mann (24,5 Prozent) erklärten jedoch, sie hätten sich noch keine Meinung zum Fairen Handel gebildet.

83,2 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: 83,1 Prozent der Frauen und 83,2 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 sechste Verbraucher gab an, „sehr oft“ (2,5 Prozent) oder „oft“ (12,5 Prozent) Fair-Trade-Produkte zu kaufen. Jeder Dritte (30,0 Prozent) kaufte fair gehandelte Produkte wenigstens „gelegentlich“. Bei jedem vierten Verbraucher standen Fair-Trade-Produkte aber „eher selten“ (13,8 Prozent), „selten“ (5,8 Prozent) oder sogar „sehr selten“ (4,4 Prozent) auf dem Einkaufszettel.

Frauen griffen etwas häufiger zu Fair-Trade-Produkten als männliche Verbraucher. Bei Männern fiel der Anteil der Verbraucher, die „sehr oft“ fair gehandelte Produkte kaufen, mit 2,6 Prozent zwar etwas größer aus als bei Frauen (2,4 Prozent). Wenigstens „gelegentlich“ oder öfter griffen 60,4 Prozent der von mydealz befragten Frauen und nur 58,2 Prozent der Männer zu Fair-Trade-Produkten. 11,5 Prozent der Männer und nur 8,8 Prozent der Frauen kauften fair gehandelte Produkte indessen „selten“ oder sogar „sehr selten“.

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

Wenn Verbraucher fair gehandelte Produkte kauften, dann meistens Kaffee, Süßwaren, Obst und Tee. Diese vier Warengruppen wurden jedenfalls bei der mydealz-Umfrage von Frauen wie Männern jeweils am häufigsten genannt.

Fair gehandelten Kaffee hatten demnach bereits 61,6 Prozent der Frauen und 60,6 Prozent der Männer gekauft. Für fair gehandelte Süßwaren hatten sich 44,2 Prozent der weiblichen und 41,7 Prozent der männlichen Käufer entschieden. Obst, das unter Fair-Trade-Bedingungen angebaut wurde, hatten 40,2 Prozent der Frauen und 36,0 Prozent der Männer gekauft. Und für fair gehandelten Tee hatten sich 39,9 Prozent der Frauen und 29,5 Prozent der Männer entschieden. Nüsse (23,4 Prozent) vervollständigten bei den Frauen die Top-5 der meistgekauften Produkte, Saft (23,6 Prozent) bei den Männern.

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 Brotaufstrichen (21,7 Prozent) und gleichauf mit Saft auf Rang sieben der meistgekauften Fair-Trade-Produkte: 18,5 Prozent der weiblichen Käufer hatten sich für Blumen aus „fairem“ Anbau entschieden. Und während es bei Frauen mit Kosmetik (18,2 Prozent, Rang 10) wenigstens noch ein anderer Non-Food-Artikel in die Top-10 schaffte, lag bei Männern mit „fairer“ Mode (11,8 Prozent) das erste Nicht-Nahrungsmittel auf Rang 14.

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

Dass so wenige Verbraucher regelmäßig fair gehandelte Produkte kauften, dürfte weniger an ihrer Qualität liegen. Von dieser waren jedenfalls die meisten von mydealz befragten Verbraucher überzeugt. So gaben jede dritte Frau (32,7 Prozent) und jeder vierte Mann (24,5 Prozent) an, mit dem von ihnen gekauften Produkt „sehr zufrieden“ gewesen zu sein. Rund jede zweite Frau (48,6 Prozent) und 51,2 Prozent der Männer waren „zufrieden“ und 6,9 Prozent der Frauen sowie 11,1 Prozent der Männer wenigstens noch „eher zufrieden“.

Über schlechte Erfahrungen mit Fair-Trade-Produkten klagten die wenigsten Befragten. Zwar gaben 0,6 Prozent der Frauen und 0,7 Prozent der Männer an, mit dem von ihnen gekauften Produkt „eher unzufrieden“ gewesen zu sein. Wirklich schlechte Erfahrungen hatten jedoch die wenigsten gemacht. Keine einzige Frau und nur 0,1 Prozent der Männer gaben an, „sehr unzufrieden“ gewesen zu sein. „Unzufrieden“ waren jeweils 0,3 Prozent der weiblichen und männlichen Käufer eines Fair-Trade-Produkts.

Der Preis und Skepsis gegenüber dem System halten Verbraucher vom Kauf ab

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

Tatsächlich waren viele der befragten Verbraucher, die bislang noch kein Fair-Trade-Produkt gekauft hatten, prinzipiell bereit, dies nachzuholen: 91,5 Prozent der weiblichen und immerhin noch 79,6 Prozent der männlichen Nicht-Käufer erklärten, sich durchaus vorstellen zu können, ein Fair-Trade-Produkt zu kaufen. Nur 8,5 Prozent der weiblichen und 20,4 Prozent der männlichen Nicht-Käufer übten also einen aktiven Verzicht auf Fair-Trade-Produkte.

Nicht wenige Verbraucher zweifelten aber am Sinn des Fairen Handels. So erklärten 50,0 Prozent der Frauen und 32,5 Prozent der Männer, sie würden deshalb kein Fair-Trade-Produkt kaufen, weil sie sich nicht sicher seien, ob das Geld wirklich „bei den Menschen“ ankomme. Jede dritte Frau (33,3 Prozent) und jeder dritte Mann (35,0 Prozent) sahen vom Kauf ab, weil sie „keinen Vorteil“ für sich erkennen konnten. Und jede sechste Frau (16,7 Prozent) sowie gut jeder vierte Mann (27,5 Prozent) erklärten, deshalb keine fair gehandelten Produkte, zu kaufen, weil sie nicht überzeugt seien, dass es Menschen durch Fair Trade besser gehe.

Auch aus finanziellen Gründen entschieden sich manche Befragte gegen den Kauf eines Fair-Trade-Produkts. So erklärten jede dritte Frau (33,3 Prozent) sowie 30 Prozent der Männer, sie könnten sich den Kauf von Fair-Trade-Produkten „finanziell nicht leisten“. Und jeweils 50 Prozent der Frauen und Männer, die einen Kauf ausschließen, bekundeten, sei 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

Dabei waren die befragten Verbraucher durchaus bereit, für Fair-Trade-Produkte 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 87,5 Prozent der Frauen und 66,4 Prozent der Männer mit einem klaren „Ja“.

Allzu teuer sollten Fair-Trade-Produkte allerdings nicht sein. Nur 4,3 Prozent der Befragten zeigten sich bereit, einen Aufpreis von 25 Prozent oder mehr zu zahlen. Jeder Zehnte würde für ein Fair-Trade-Produkte immerhin noch zwischen 15 und 25 Prozent mehr bezahlen als für ein nicht fair gehandeltes Produkt. Und rund jeder Sechste (16,3 Prozent) zeigte sich bei der Umfrage bereit, zwischen zehn und 15 Prozent mehr zu bezahlen. Das Gros der Befragten bewegte sich aber im unteren Prozentbereich. 28,9 Prozent der befragten Verbraucher gaben an, für ein Fair-Trade-Produkt fünf bis zehn Prozent mehr bezahlen zu wollen. Und 17,4 Prozent der Befragten wären sogar nur mit einem Aufpreis von weniger als 5 Prozent einverstanden.

Männer waren eher bereit, mehr für Fair-Trade-Produkte zu bezahlen. Zwar war der Anteil der Männer, die einen Aufpreis nur dann zahlen würden, wenn er weniger als fünf Prozent beträgt, mit 18,0 Prozent größer als der Anteil der Frauen mit 16,8 Prozent. Männer waren dafür aber auch in den höheren Stufen deutlich stärker vertreten. So erklärten sich jeder zwanzigste Mann (5,0 Prozent), aber nur 4,1 Prozent der von mydealz befragten Frauen prinzipiell bereit, einen Aufpreis von mehr als 25 Prozent zu bezahlen. Und mehr als 50 Prozent „on-top“ wollten immerhin noch 1,3 Prozent der Männer, aber keine einzige Frau bezahlen.

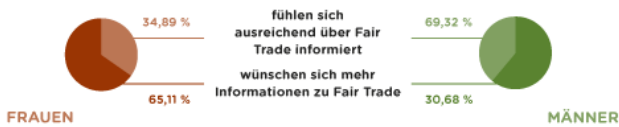
--

Umfrage zum World Fair Trade Day

So stehen Verbraucher zum fairen Handel

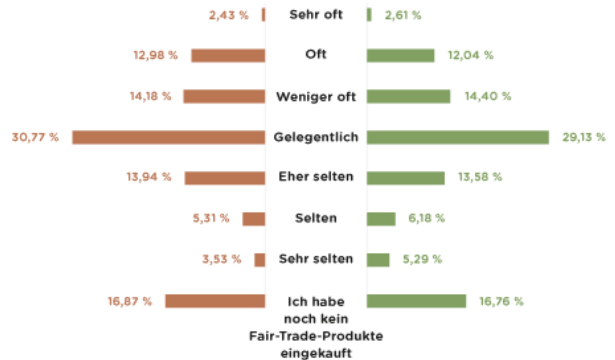
Am 11. Mai 2019 findet der World Fair Trade Day statt. Seine Initiatoren, die Weltorganisation für Fairen Handel (WFTO), möchte mit ihm an die Notwendigkeit eines fairen Handels erinnern. Doch wie stehen deutsche Verbraucher zu Fair Trade? Diese Infografik gibt Antworten.

Sechs von zehn Verbraucher fühlen sich nicht ausreichend informiert



83 % der Konsumenten haben bereits ein Fair-Trade-Produkt gekauft

Wie oft kaufst Du Fair-Trade-Produkte ein?



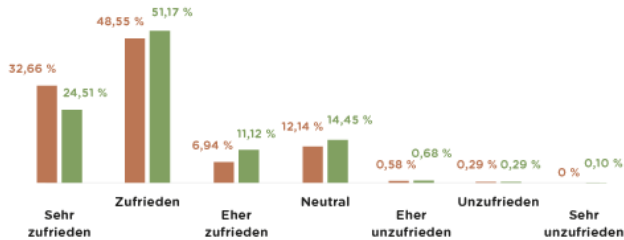
Drei von vier Verbrauchern stehen Fair Trade positiv gegenüber



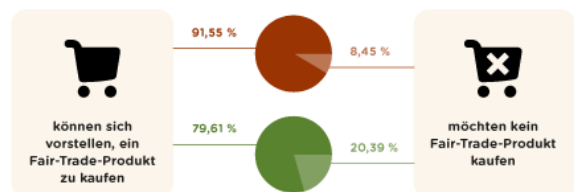
Kaffee, Süßwaren und Obst sind die meist gekauften Fair-Trade-Produkte



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



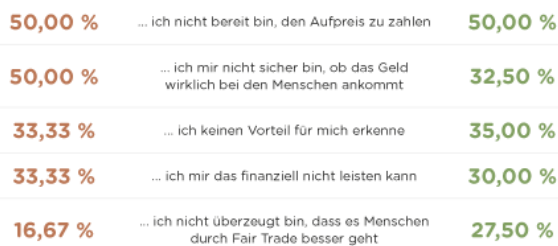
Kaum jemand steht Fair-Trade-Produkten grundsätzlich ablehnend gegenüber



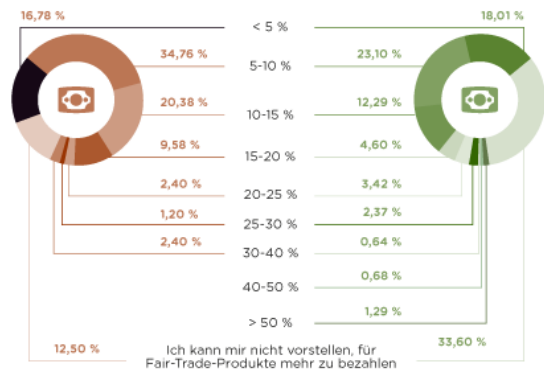
Befragt wurden Verbraucher, die noch kein Fair-Trade-Produkt gekauft haben.

Der Preis und Zweifel am System halten Verbraucher vom Kauf ab

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



Bis zu 10 Prozent mehr würden die meisten Verbraucher für Fair-Trade-Produkte 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 mydealz im Zeitraum vom 9. bis zum 15. April 2019 mithilfe des Marktforschungsunternehmens SurveyMonkey durchgeführt hat. Insgesamt befragte mydealz.de 2.047 Verbraucher nach ihrer Meinung zu Fair Trade und ihren Erfahrungen mit Fair-Trade-Produkten.

Über mydealz:

mydealz (www.mydealz.de) wurde im Jahr 2007 von Fabian Spielberger als Blog gegründet und ist heute mit 50,9 Millionen Kontakten pro Monat die größte Social-Shopping-Plattform. 6,7 Millionen Konsumenten (Unique User) nutzen mydealz, um Angebote einzustellen, zu diskutieren und zu bewerten und so Produkte zu den besten Konditionen am Markt zu finden. Seit 2014 ist mydealz 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 mydealz die Plattformen Chollometro (Spanien), Dealabs (Frankreich), DesiDime (Indien), hotukdeals (Großbritannien), 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

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