

EXECUTIVE

SUMMARY

Verbraucher*innenbefragung des Forum Fairer Handel 2018

Kontakt:

Sandra Bähge, M.A.

CEval GmbH
Im Stadtwald
Geb. C 5.3
D-66123 Saarbrücken

Tel. +49 – (0)6 81 – 302 3286
E-Mail s.baethge@ceval.de
URL <http://www.ceval.de>

Saarbrücken, 20.06.2018

Immer mehr Menschen kaufen fair gehandelte Produkte. Das ergab eine Verbraucherbefragung im Auftrag des Forum Fairer Handel.

Seit 2007 gibt das Forum Fairer Handel in regelmäßigen Abständen repräsentative Befragungen der Bevölkerung zum Fairen Handel in Auftrag. Die Daten der Befragung 2018 wurden von der Ipsos GmbH im Rahmen einer computerunterstützten persönlichen Mehrthemenbefragung erhoben. Dabei wurden in der Zeit vom 16.04. bis 30.05.2018 2.063 Personen über 14 Jahren interviewt. Die Befragten wurden über eine repräsentative, mehrstufig geschichtete Zufallsauswahl aus der Grundgesamtheit der Untersuchung (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Privathaushalten ab 14 Jahren) ermittelt.

Die Interviewten wurden zu folgenden Aspekten befragt:

- Grundverständnis des Fairen Handels
- Kaufverhalten: Häufigkeit des Kaufs fair gehandelter Produkte
- Motivation: Gründe fair gehandelte Produkte zu kaufen
- Hindernisse: Gründe fair gehandelte Produkte nicht zu kaufen
- Orte des Kaufs fair gehandelter Produkte
- Wichtigkeit der politischen Forderungen des Fairen Handels
- Wichtigkeit eines Fairen Handels im Norden

Die erhobenen Daten wurden im Nachgang deskriptiv statistisch ausgewertet. Bei einzelnen Fragen wurden zudem Unterschiede im Antwortverhalten verschiedener Befragtengruppen untersucht. Bei Fragen, für die bereits Daten aus den Vorjahren existieren, wurden zudem Entwicklungen und Trends im Zeitverlauf analysiert.

Die Auswertung der Daten hat ergeben, dass die Befragten ein relativ gutes **Grundverständnis des Fairen Handels** haben und dass einige seiner Kernelemente auch besonders stark mit ihm assoziiert werden. In einem starken Zusammenhang mit dem Fairen Handel werden demnach vor allem das Verbot von Kinderarbeit, faire Löhne und Arbeitsbedingungen in den Entwicklungsländern und die Zahlung fairer Preise an die Produzenten gesehen. Andere Aspekte, die wesentliche Bestandteile des Fairen Handels abbilden, werden hingegen seltener stark mit dem Fairen Handel assoziiert. Hervorzuheben sind hierbei etwa die Aufklärung der Verbraucher über Produktionsbedingungen in Entwicklungsländern sowie langfristige Handelsbeziehungen zwischen Produzenten in Entwicklungsländern und ihren Handelspartnern in Deutschland.

Im Hinblick auf das selbstberichtete **Kaufverhalten** der Befragten ergab die Untersuchung, dass sich zwei Drittel der Befragten als Käufer*innen fair gehandelter Produkte ausweisen. Zwar geben nur 5,6 % aller Befragten an, sehr häufig und damit mehrmals im Monat faire Produkte zu kaufen. Immerhin ist es mit 18 % aber bereits knapp jede fünfte Person, die von sich sagt regelmäßig, also mindestens einmal im Monat, fair gehandelte Produkte zu kaufen. Im Vergleich zu den Vorjahren erreicht der Anteil der Käufer*innen fair gehandelter Produkte damit einen neuen Höchststand. Waren es 2009 noch 44,1 %, ist dieser Anteil in den letzten neun Jahren um gut die Hälfte auf 68,7 % gestiegen. Der Anteil der regelmäßigen Käufer*innen hat dabei einen besonders starken Zuwachs erlebt und hat sich in dieser Zeitspanne mehr als verdoppelt. Parallel dazu ist der Anteil derjenigen Personen, die von sich sagen, keine Fair-Handels-Produkte zu kaufen, zwischen 2009 und 2018 um mehr als 40 % und damit auf nur noch 28,6 % zurückgegangen. Hierbei hat sich der Anteil der absoluten Nichtkäufer*innen, also derjenigen, die keine Fair-Handels-Produkte kaufen und die sagen, dass sie dies auch nicht tun würden, mehr als halbiert (von 18,8 % auf 8,9 %).

Die Untersuchung ging auch der Frage nach den **Motiven für den Kauf fair gehandelter Produkte** nach. Wie schon in den Vorjahren steht der Verzicht auf Kinderarbeit mit Abstand an der Spitze der wichtigsten Gründe für den Kauf fair gehandelter Produkte, wenngleich dieses Argument im Vergleich zu anderen Motiven nicht mehr ganz den Stellenwert hat wie noch in den Vorjahren. 2018 finden das Verbot von Kinderarbeit aber immer noch 70 % der Käufer*innen und Unterstützer*innen sehr wichtig. Es folgen die Qualität der Produkte, faire Preise für die Produzenten sowie die Garantie, dass das Geld richtig verwendet wird – Gründe, die von mehr als der Hälfte der Befragten ebenfalls als sehr wichtig betrachtet werden. Interessant ist, dass im Zeitverlauf eine umweltschonende Produktion bzw. Bioqualität für eine wachsende Gruppe von Käufer*innen einen sehr wichtigen Grund ausmacht, was sich als Anzeichen dafür deuten lässt, dass umweltbezogene Aspekte im Zusammenhang mit dem Fairen Handel an Bedeutung gewonnen haben.

Die Frage nach den **Gründen dafür, keine fair gehandelten Produkte zu kaufen**, ergab, dass vor allem der als zu hoch empfundene Preis sowie der Verbleib bei den gewohnten Marken die Menschen davon abhalten, faire Produkte zu kaufen. Dies gilt sowohl für die Nicht-Käufer*innen als auch für die Käufer*innen. Es folgen Informations- und Glaubwürdigkeitsfragen, wenngleich diese nur für etwa ein Viertel der Befragten als sehr wichtige Hindernisse betrachtet werden. Eine mangelnde Verfügbarkeit der Produkte ist für eine knappe Mehrheit kein wichtiges Argument gegen den Kauf. Wenngleich die mangelnde Erhältlichkeit damit zwar nicht völlig als Kaufhindernis verschwindet, sprechen diese Ergebnisse insgesamt doch für eine gute Erhältlichkeit fairer Waren.

Bei der Frage nach den **Orten, an denen fair gehandelte Produkte gekauft werden**, wurden am häufigsten Supermärkte (knapp 72,8 %) und Discounter (63,5 %) angegeben. In beiden Fällen hat ein Zuwachs im Vergleich zu den Vorjahren stattgefunden, was insbesondere vor dem Hintergrund des in den vergangenen Jahren ebenfalls gewachsenen Angebots fair gehandelter Produkte in Supermärkten und Discountern zu sehen ist. Drogeriemärkte (25,5 %) und Bio- und Naturkostläden (24,2 %), die in der Liste der am häufigsten genannten Einkaufsorte fair gehandelter Produkte folgen, spielen als Orte des Kaufs fair gehandelter Produkte bereits eine deutlich untergeordnete Rolle, ebenso wie Weltläden (8,1 %). Mit Blick auf die Weltläden passt dieses Ergebnis allerdings zum Anteil, den die Weltläden am Gesamtumsatz im Fairen Handel erzielen und spiegelt zum Teil auch die schwierige wirtschaftliche Situation von Einzelhandels-Fachgeschäften im Allgemeinen wider.

Die **politischen Forderungen des Fairen Handels** genießen unter den Befragten ein ausgesprochen hohes Maß an Zustimmung. Vier von fünf Befragten stimmen allen fünf formulierten Forderungen nach mehr Klimagerechtigkeit, einer Begrenzung der Machtmacht der großen Einzelhandelsunternehmen, einer gesetzlichen Regelung zur Durchsetzung von Arbeits- und Menschenrechten bei der Produktion, einer fairen öffentlichen Beschaffung und einer steuerlichen Begünstigung fairer Produkte zu.

Dass es einen **Fairen Handel auch in Europa** gibt, wird von den Befragten ebenfalls überwiegend als wichtig empfunden. Über die Hälfte erachtet dies sogar als sehr wichtig. Damit hat sich der Anteil der Befragten, die den Fairen Handel im Norden für sehr wichtig befinden, im Vergleich zum Jahr 2016, in dem dieser Aspekt erstmals vom Forum Fairer Handel erhoben wurde, noch einmal um neun Prozentpunkte erhöht.