Nachgefragt bei Jana Friedrichsen: Polieren faire Produkte das Image?

Fair gehandelte Produkte sind teurer, trotzdem werden sie gern gekauft. Warum? Viele Verbraucher legen tatsächlich Wert auf nachhaltige Produktion. Sie greifen deshalb im Supermarkt zum teuren Produkt mit dem Fairtrade-Siegel. Für immer mehr Kunden ist der Kauf von Bio- oder Fairtrade-Artikeln aber schlichtweg mit einem erstrebenswerten Image verknüpft. **Sie kaufen diese Produkte nur, weil es als schick gilt?** In gewisser Weise ja. Mit ihrer Kaufentscheidung vermitteln sie den Eindruck, dass sie faire Produktionsstandards wertschätzen. Sie hoffen, so in einem guten Licht dazustehen. Deshalb sind sie bereit, für das Fairtrade-Siegel einen Preisaufschlag zu zahlen, auch wenn ihnen ein gerechter Handel oder gute Produktionsbedingungen eigentlich gar nicht so wichtig sind. **Wie kommen Sie zu diesem Schluss?** Wir haben ein Laborexperiment durchgeführt, in dem die Teilnehmer angeben mussten, wieviel sie für fair gehandelte und für konventionelle Schokolade maximal bezahlen würden. In einem Szenario wussten unsere Probanden, dass sie ihre Maximalpreise anschließend öffentlich machen müssen. **Was ist dann passiert?** Teilnehmer, denen Nachhaltigkeit eigentlich nicht wichtig ist, zahlten deutlich mehr für die fair gehandelte Schokolade, wenn sie ihre Maximalpreise öffentlich machen mussten. Die intrinsisch motivierten Kunden blieben dagegen unberührt von der Aussicht, ihr Image zu verbessern. **Was bedeutet das praktisch?** Wir vermuten, dass sich fair gehandelte Produkte in öffentlichen Räumen wie zum Beispiel Kantinen, Mensen oder Cafés besser verkaufen als im Supermarkt oder im Onlinehandel. Schokoriegel und Kaffee sind dafür gute Beispiele. Sie werden in der fair gehandelten Variante dort besonders oft nachgefragt.

Jana Friedrichsen ist promovierte Volkswirtin und forscht in der WZB-Abteilung Verhalten auf Märkten.
[Foto: Martina Sander]