

Verbraucher*innenbefragung des Forum Fairer Handel 2018

Kurzpräsentation der Ergebnisse

Sandra Bähge, MA

Saarbrücken, 19.06.2018

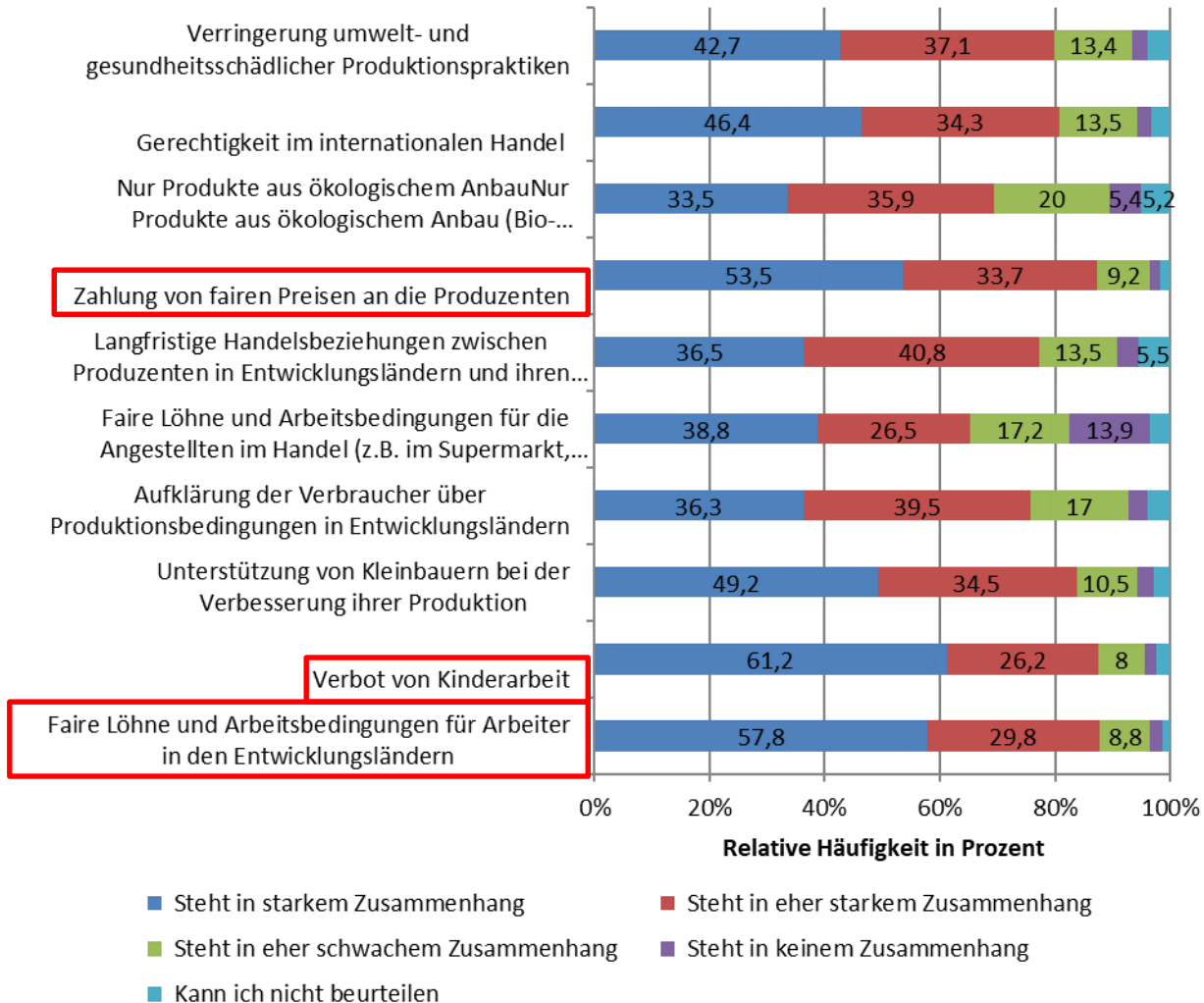
- ✓ Eckdaten der Befragung
- ✓ Grundverständnis des Fairen Handels (Q1)
- ✓ Kaufverhalten (Q2)
- ✓ Motive für den Kauf fair gehandelter Produkte (Q3)
- ✓ Kaufhindernisse (Q4)
- ✓ Orte des Kaufs fairer Produkte (Q5)
- ✓ Wichtigkeit politischer Forderungen (Q6)
- ✓ Wichtigkeit eines Fairen Handels im Norden (Q7)

- ✓ Erhebung der Daten durch Ipsos GmbH
- ✓ Computerunterstützte persönliche Mehrthemenbefragung
- ✓ Befragung von 2.063 Personen über 14 Jahren (gewichtete Stichprobe: 2.000 Personen)
- ✓ Grundgesamtheit: deutschsprachige Wohnbevölkerung in Privathaushalten ab 14 Jahren
- ✓ Erhebungszeitraum: 16.04.bis 30.05.2018

Grundverständnis des Fairen Handels (Q1)

Alle Befragten, n=2000

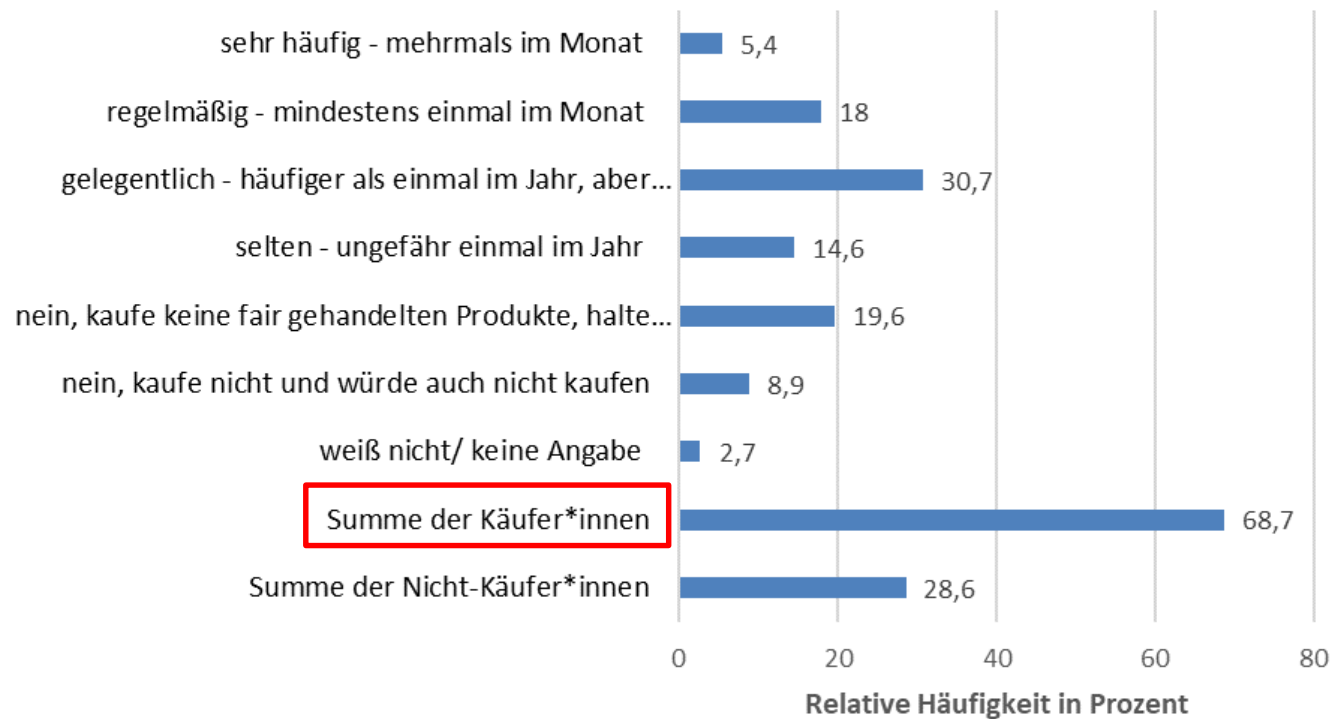
Ich lese Ihnen nun einige Wortgruppen vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Wortgruppe, wie stark diese aus Ihrer Sicht mit dem Fairen Handel in Zusammenhang steht.



Kaufverhalten (Q2)

Alle Befragten, n=2000

Wie ist das bei Ihnen, kaufen Sie „fair gehandelte“ Produkte?

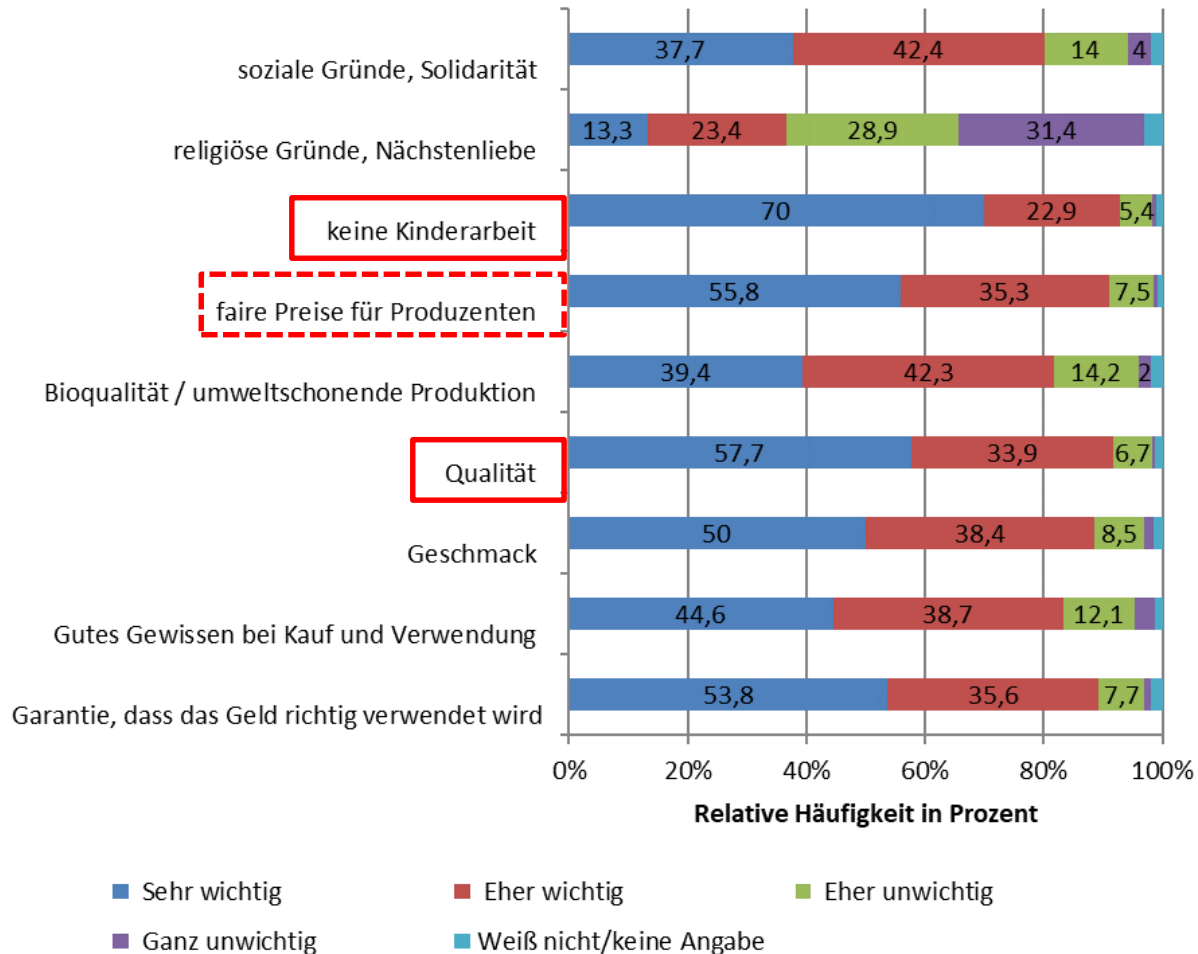




Motive für den Kauf fairer Produkte (Q3)

Käufer*innen und Unterstützer*innen, n=1821

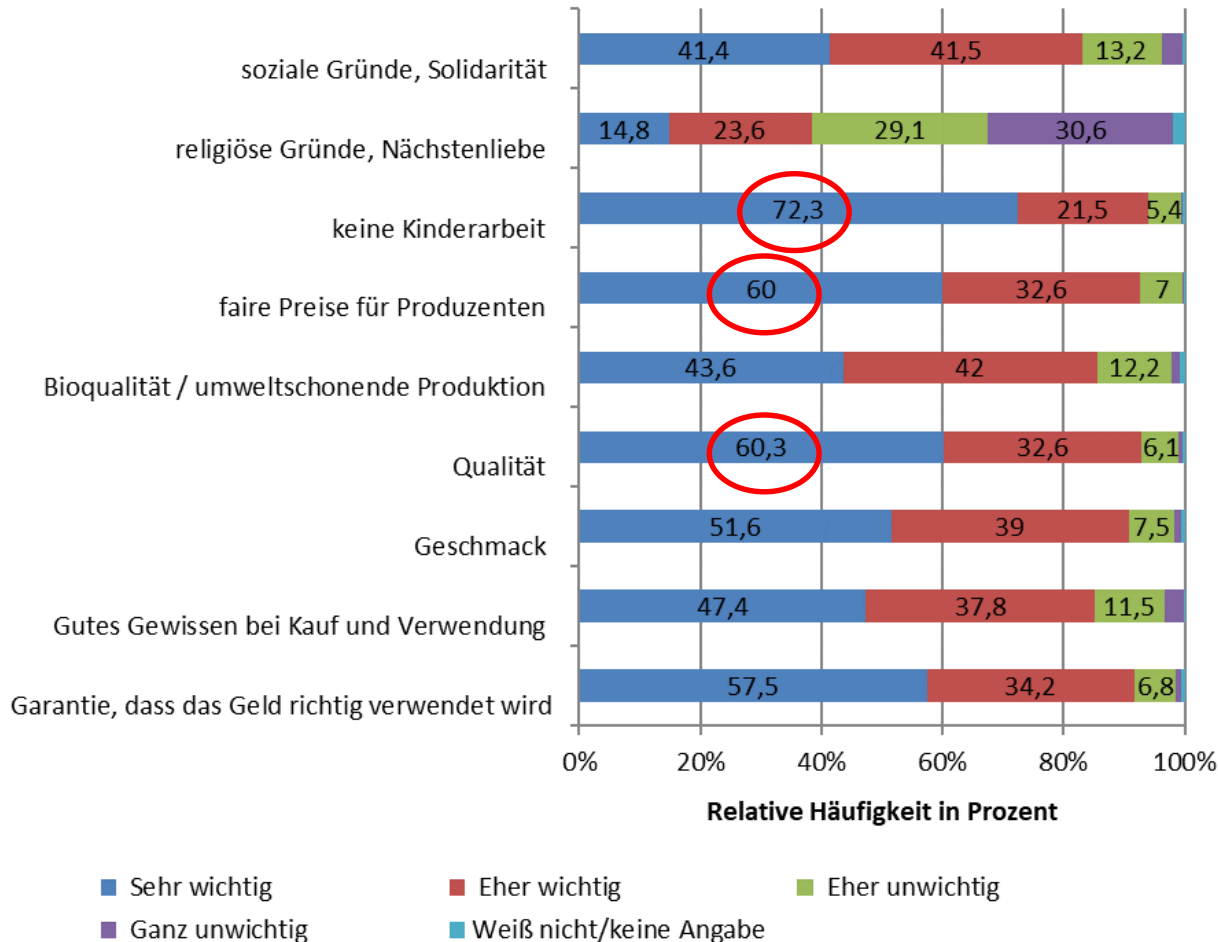
Im Folgenden lese ich Ihnen mögliche Gründe vor, warum fair gehandelte Produkte gekauft werden. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage wie wichtig Ihnen persönlich dieser Grund ist, beziehungsweise wäre.



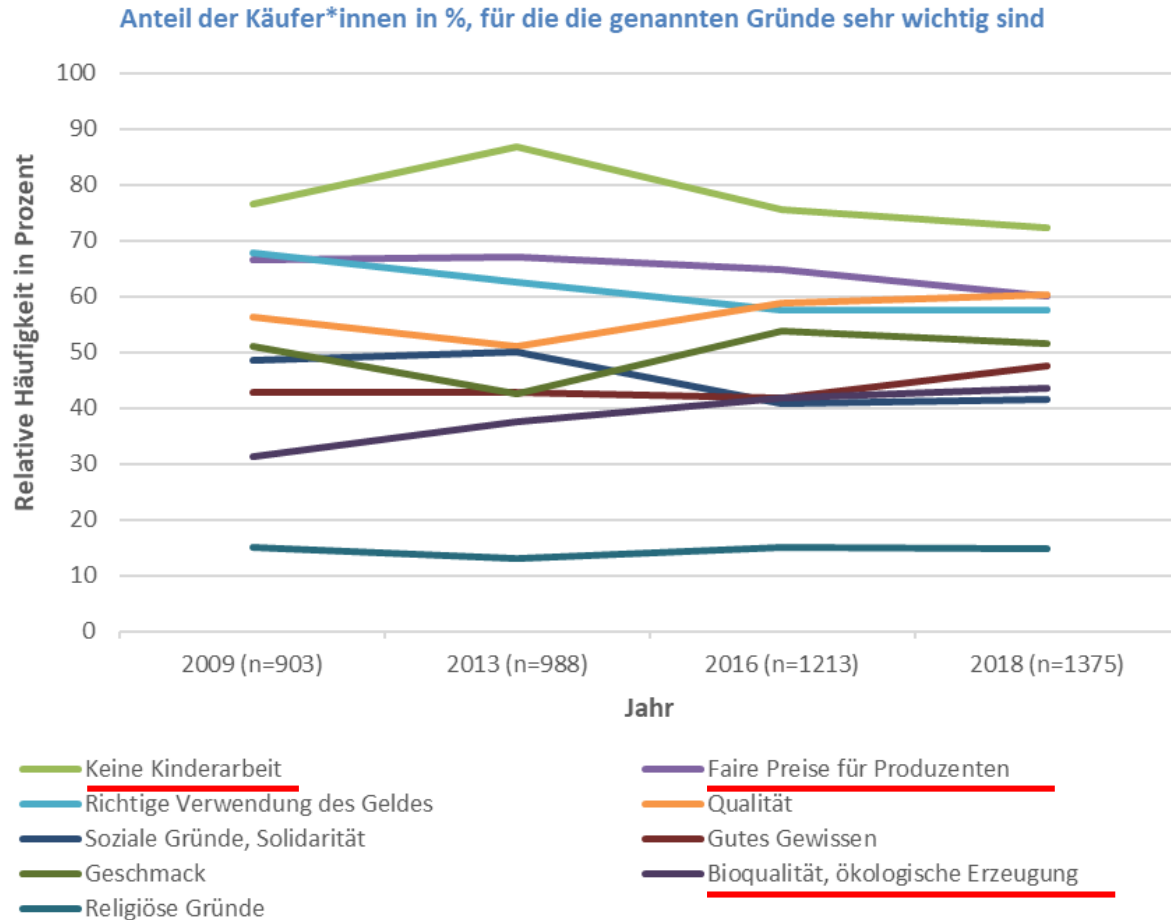
Motive für den Kauf fairer Produkte (Q3)

Käufer*innen, n=1375

Im Folgenden lese ich Ihnen mögliche Gründe vor, warum fair gehandelte Produkte gekauft werden. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage wie wichtig Ihnen persönlich dieser Grund ist, beziehungsweise wäre.



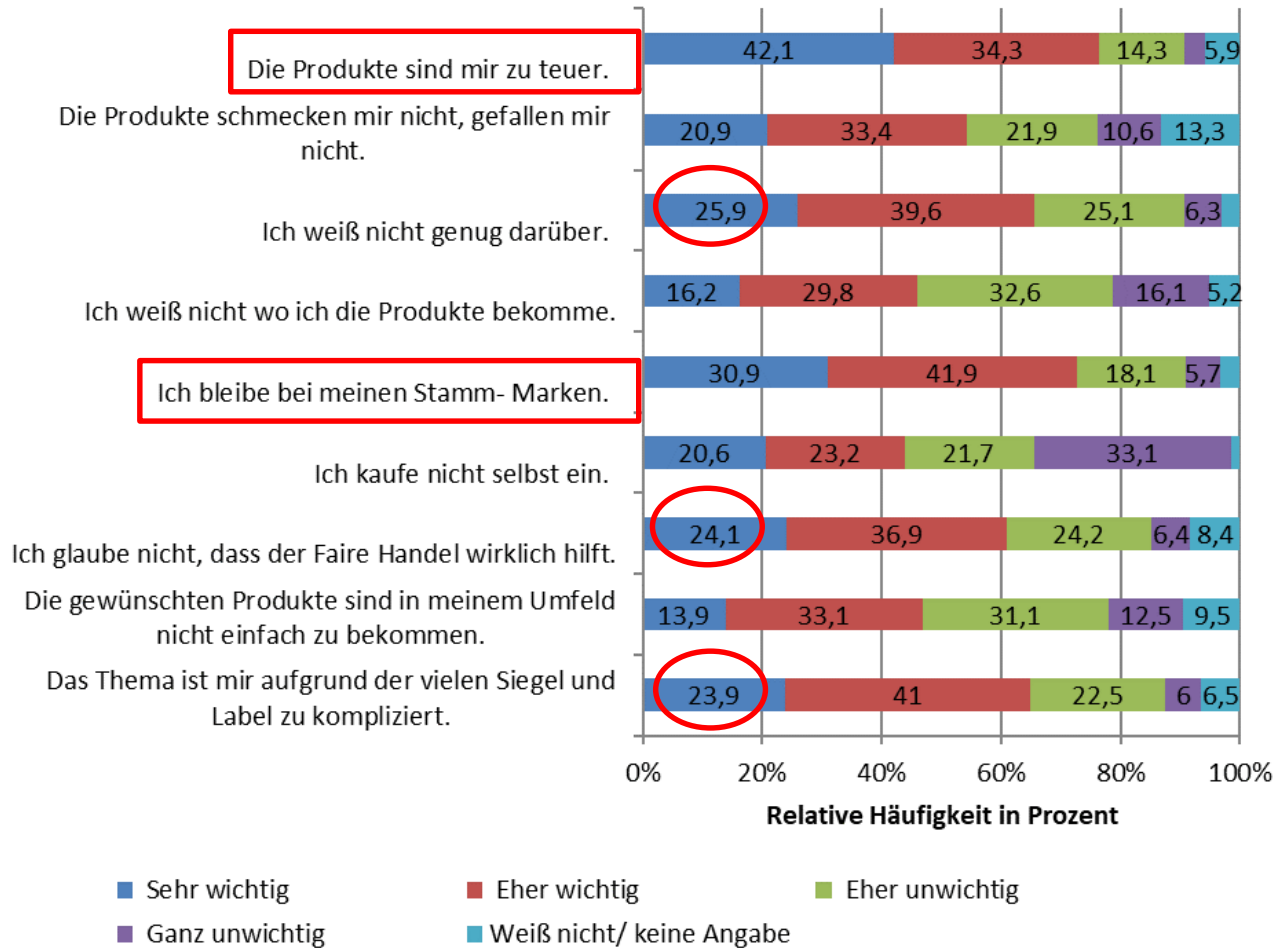
Käufer*innen und Unterstützer*innen



Kaufhindernisse (Q4)

Nicht-Käufer*innen, n=572

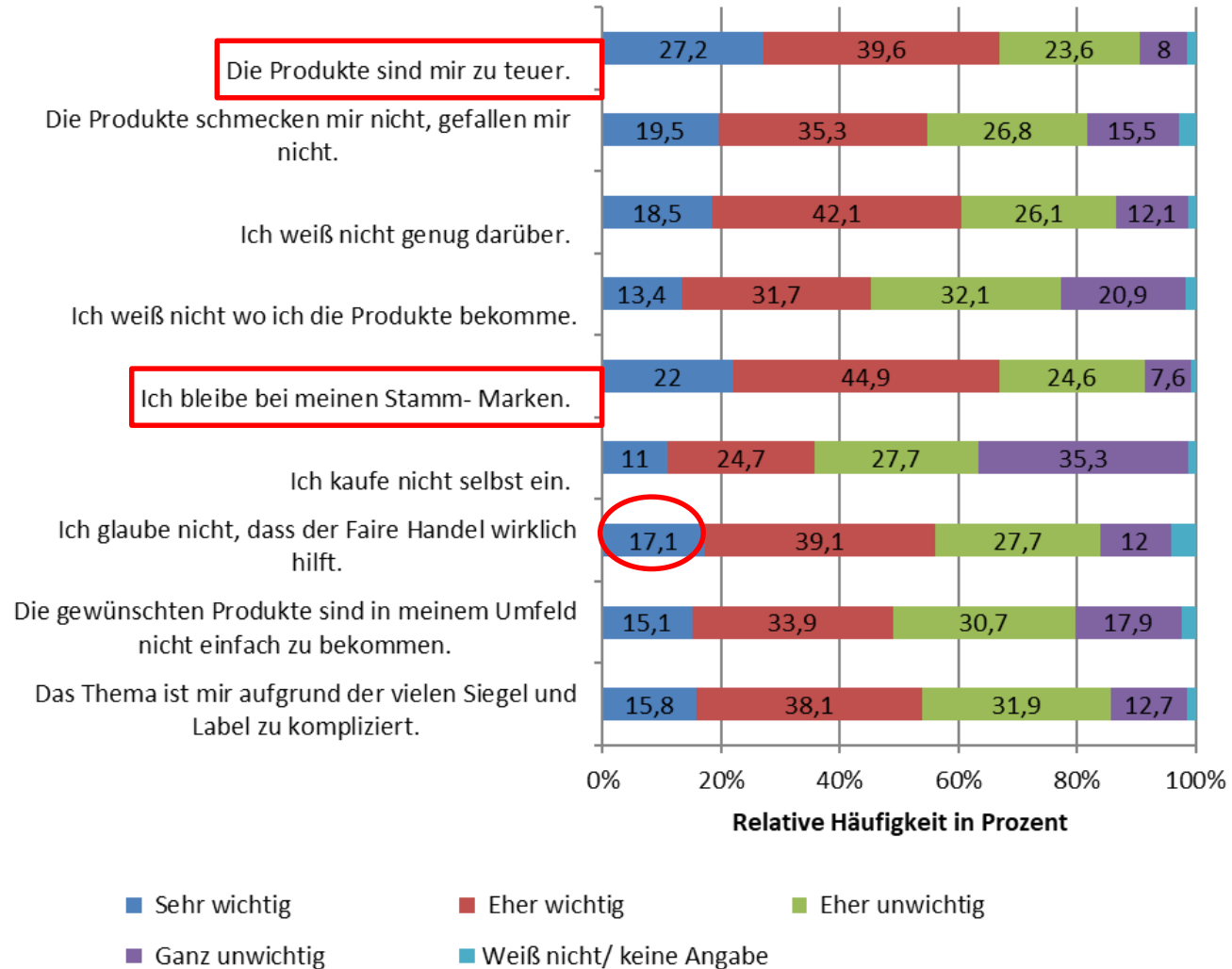
Im Folgenden lese ich Ihnen mögliche Gründe vor, warum fair gehandelte Produkte nicht gekauft werden. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage wie wichtig Ihnen persönlich dieser Grund ist.



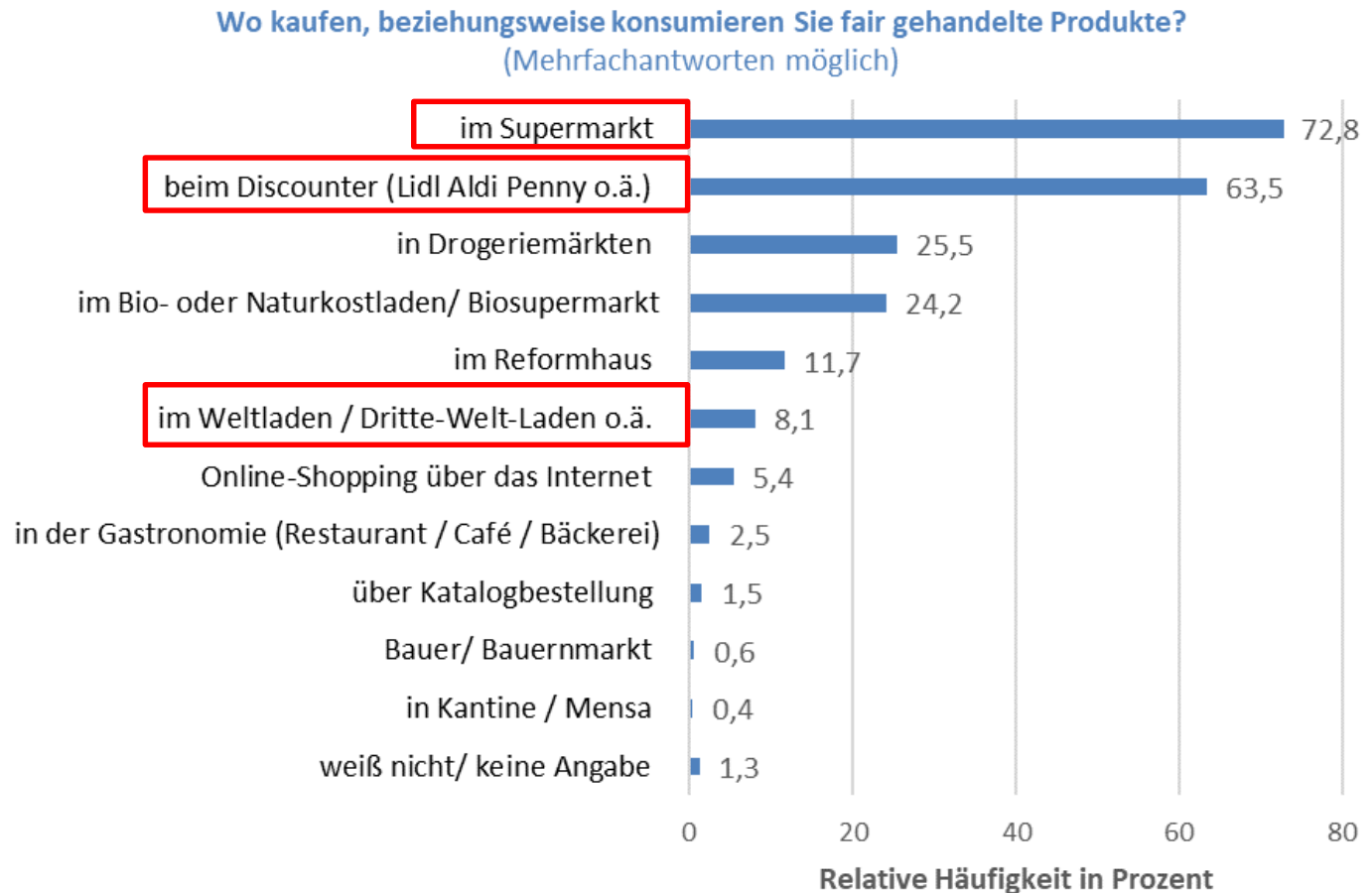
Kaufhindernisse (Q4)

Befragte, die Kauf nicht ausschließen, n=1428

Im Folgenden lese ich Ihnen mögliche Gründe vor, warum fair gehandelte Produkte nicht gekauft werden. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage wie wichtig Ihnen persönlich dieser Grund ist.



Käufer*innen, n=1375



Orte des Kaufs im Zeitvergleich (Q5)

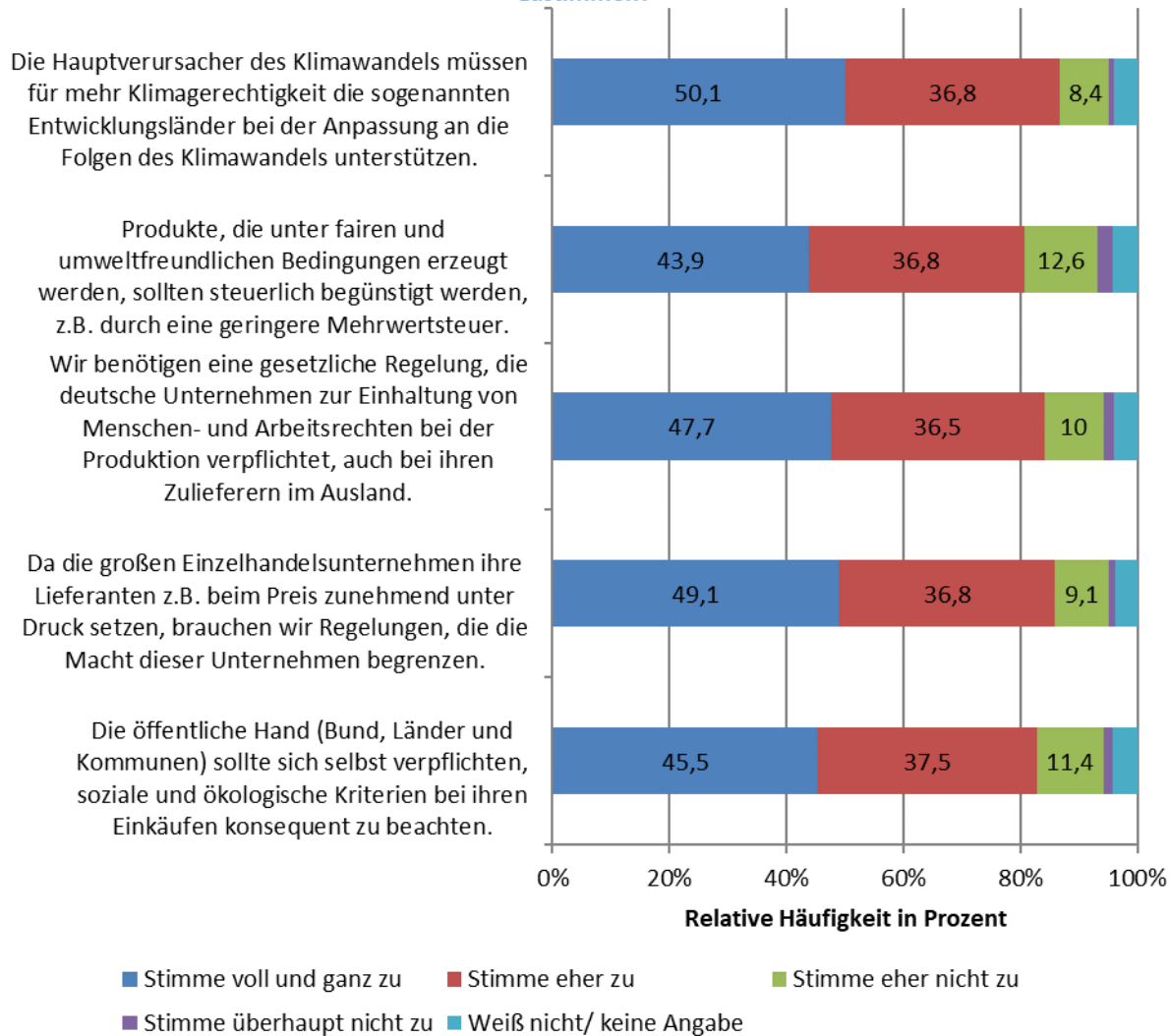
Relative Häufigkeit der Nennungen in Prozent

Jahre	Ungestützte Abfrage		Gestützte Abfrage	
	2009	2013	2016	2018
n	903	988	1213	1375
Im Supermarkt	48,8	49,4	67,0	72,8
Im Weltladen	50,0	36,1	20,3	8,1
Im Bio- oder Naturkostladen	28,4	32,0	32,2	24,2
Beim Discounter	25,0	25,0	48,9	63,5
Im Reformhaus	15,7	18,1	18,6	11,7
In Drogeriemärkten	9,8	14,2	21,9	25,5
Gastronomie (Restaurant, Café)	1,7	1,8	4,4	2,5
Katalogbestellung	4,9	3,3	2,6	1,5
Online-Shopping	4,4	4,6	6,4	5,4
Kirchl. Veranstaltungen	1,9	1,3	0	0,1
Weiß nicht/ Keine Angaben	2,7	4,1	1,4	1,3

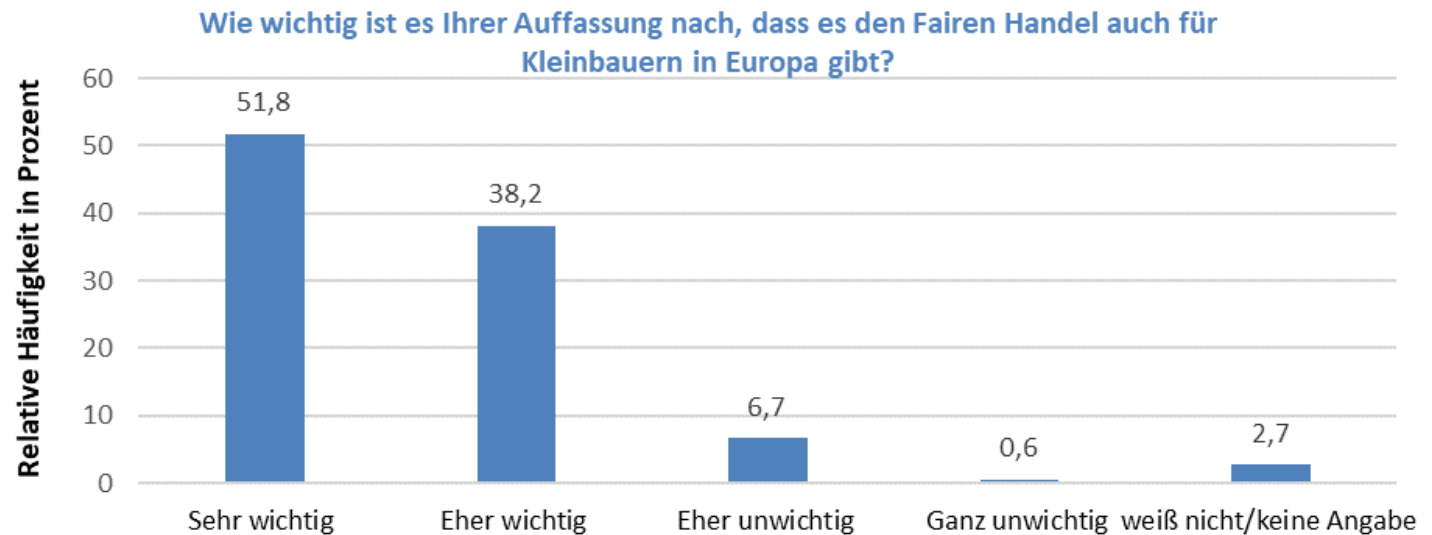
Wichtigkeit politischer Forderungen (Q6)

Alle Befragten, n=2000

Im Folgenden lese ich Ihnen einige politische Forderungen der Fair-Handels-Bewegung vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, wie sehr Sie diesen Forderungen zustimmen?

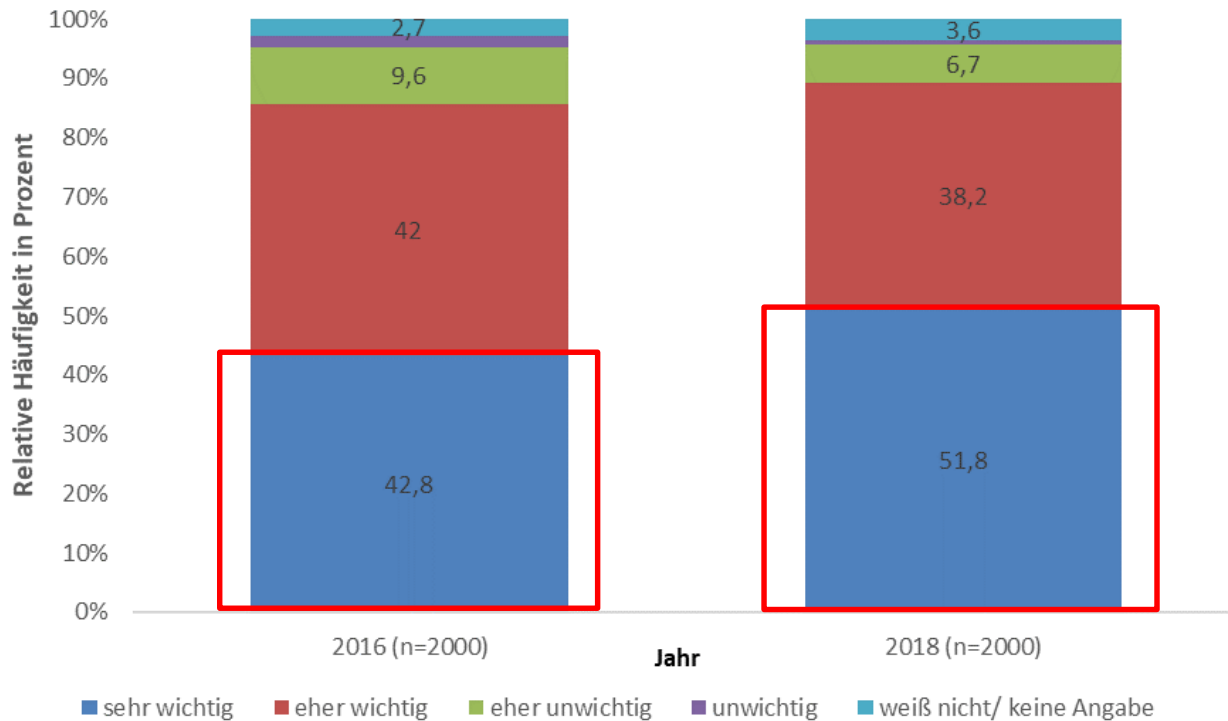


Alle Befragten, n=2000



Wichtigkeit eines Fairen Handels im Norden im Zeitvergleich (Q7)

Wie wichtig ist es Ihrer Auffassung nach, dass es den Fairen Handel auch für Kleinbauern in Europa gibt?



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!