

## Pressemitteilung

Institut für Handelsforschung GmbH, Köln

### Nachhaltigkeit schlägt Preis!?

Qualitätsbewusstsein der Konsumenten berücksichtigt auch Aspekte der Nachhaltigkeit.

Köln, 25. August 2010. Im Lebensmitteleinzelhandel und insbesondere unter den Discountern herrscht seit einiger Zeit ein reger Preiskampf. Obgleich die Preissensibilität der Konsumenten stark ausgeprägt ist, scheinen sie dennoch bereit, für eine höhere Qualität bspw. in Form einer nachhaltigen Produktion auch einen höheren Preis zu bezahlen. Dies zeigt zumindest eine aktuelle Konsumentenbefragung des E-Commerce-Center Handel (ECC Handel) in Zusammenarbeit mit der Internet-Plattform [www.stayfair.de](http://www.stayfair.de). Ein Vergleich des Themas Nachhaltigkeit mit anderen kaufrelevanten Aspekten bestärkt die Relevanz des Themas. Lediglich die Qualität von Waren und Dienstleistungen wird von den befragten Konsumenten wichtiger eingestuft als eine nachhaltige Produktion. Marke, Gütesiegel, Nutzungskomfort und selbst der Preis werden als zweit- bzw. drittrangig angesehen (siehe Abbildung).

#### Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit im Vergleich zu anderen kaufrelevanten Aspekten (1 von 2)

INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GMBH 



**Frage:** Wie wichtig ist Ihnen das Thema Nachhaltigkeit im Vergleich zu anderen kaufrelevanten Aspekten?

**Lesebeispiel:** Qualität erreichte die höchste Platzierung mit einem Wert von 2,04, erst am zweiten Platz liegt die Nachhaltigkeit mit einem Wert von 2,93.

**Basis:** n = 593 | Durchschnittlich vergebene Platzierung

Die Untersuchung zeigt, dass neben den Aspekten Qualität und Preis auch die nachhaltige Herstellung der Produkte eine entscheidende Rolle bei der Kaufentscheidung

spielt und in der aktuellen Studie sogar wichtiger eingestuft wird als der Preis. So gab knapp die Hälfte der Befragten an, dass sie bereit seien, für nachhaltige Waren und Dienstleistungen einen höheren Preis zu bezahlen. „Dieses Ergebnis ist natürlich mit Vorsicht zu interpretieren“, so Dipl.-Kff. Aline Eckstein, Projektmanagerin des ECC Handel. „Es macht jedoch deutlich, dass die Zahlungsbereitschaft der Konsumenten positiv mit den verfügbaren Informationen korreliert ist.“ Eine warengruppenspezifische Betrachtung bestätigt diese Theorie. So besteht die höchste Zahlungsbereitschaft bei nachhaltig hergestellten Lebensmitteln und Textilien, die häufig entsprechend gekennzeichnet sind, während das Thema Nachhaltigkeit in den Kategorien Möbel, Gastronomie und Touristik bisher nur eine untergeordnete Rolle spielt.

Die Konsumenten wollen sichergehen, dass das betreffende Produkt wirklich den verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit genügt, die von ökologischen über soziale bis zu ökonomischen Aspekten reichen. Derzeit ist es für Konsumenten noch nahezu unmöglich, nachhaltig produzierte Produkte und nachhaltig arbeitende Handelsunternehmen eindeutig zu identifizieren. Die StayFair GmbH möchte auf der Internetplattform [www.stayfair.de](http://www.stayfair.de) daher eine Hilfestellung bei der Auswahl nachhaltig produzierter Waren und nachhaltig agierender Händler bieten.

Ausgewählte Ergebnisse der Studie stehen kostenfrei zum Download auf der Website des ECC Handel bereit. Der vollständige Berichtsband mit sämtlichen warengruppen- und zielgruppenspezifischen Ergebnissen kann für 49 Euro über den Online-Shop des ECC Handel bezogen werden.

#### StayFair GmbH

StayFair.de ist die Plattform für Produkte, die über ihre Wertigkeit und nicht über den Preis verkauft werden sollen. Auf [www.stayfair.de](http://www.stayfair.de) können sich Verbraucher und Unternehmer über Waren und Dienstleistungen informieren, die eine besondere Prüfung und Zertifizierung in punkto Nachhaltigkeit erfahren haben. Da Nachhaltigkeit mehr als nur „grün“ ist, ist neben der ökologischen Verantwortung auch ethisches und nachhaltiges Unternehmertum für eine Präsenz auf StayFair wichtig. Der faire Umgang mit Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartner ist gleichermaßen Aufnahmekriterium wie ökologische Weitsicht. StayFair ermöglicht es so den Unternehmen ethisches Unternehmertum und Werte sichtbar und erlebbar zu machen; für Verbraucher werden Preise nachvollziehbar und verständlich. StayFair fördert darüber hinaus das Bewusstsein für regionale und saisonale Produkte. Alles in allem schafft StayFair eine Transparenz, die es erlaubt, nachhaltig fair zu sein, fair zu handeln und fair zu leben.

Ausführliche Informationen finden Sie unter: [www.stayfair.de](http://www.stayfair.de)

Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)

---

Das ECC Handel ([www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)) wurde 1999 als Forschungs- und Beratungsinitiative unter der Leitung der Institut für Handelsforschung GmbH ins Leben gerufen. Das Ziel ist es, insbesondere kleine und mittelständische Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce fundiert und neutral zu informieren. Individuelle Fragen zum E-Commerce von Unternehmen, Verbänden und öffentlichen Institutionen beantwortet das ECC Handel im Rahmen von Auftragsprojekten. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel hat das ECC Handel zudem in eigenen Studien untersucht. Es wird vom BMWi für spezifische Projekte gefördert und ist in das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) als Branchenkompetenzzentrum mit Themenfokus Handel eingebunden.

Ausführliche Informationen finden Sie unter: [www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)

Presseanfragen:

E-Commerce-Center Handel  
c/o Institut für Handelsforschung GmbH  
Aline Eckstein  
Dürener Str. 401 b, 50858 Köln  
Tel.: +49/221/943607-70  
E-Mail: [a.eckstein@ecc-handel.de](mailto:a.eckstein@ecc-handel.de)  
[www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)  
[www.e-KIX.de](http://www.e-KIX.de)