Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)

31.05.2023 – 10:30 Uhr

Medienmitteilung: Konsument:innen unterstützen Fairtrade weiterhin stark trotz globaler Lebenshaltungskostenkrise

Konsument:innen unterstützen Fairtrade weiterhin stark trotz globaler Lebenshaltungskostenkrise

Zürich – Konsument:innen in aller Welt bleiben dem Fairtrade-Label als dem sichtbarsten und vertrauenswürdigsten ethischen Label treu, so die neuen Forschungsergebnisse von GlobeScan und Fairtrade.

Fast 56 % der in 12 Ländern befragten Käufer:innen gaben an, dass sie trotz der gestiegenen Lebenshaltungskosten bereit sind, mehr für ein Fairtrade-Produkt zu bezahlen. Während die Konsument:innen zunehmend über die steigenden Lebensmittelpreise besorgt sind, sehen sich auch die Kleinbauer:innen mit explodierenden Treibstoff-, Transport- und Düngemittelkosten konfrontiert, was ihre Existenzgrundlage weiter bedroht.

"Es ist ermutigend, dass die Käufer:innen auch in schwierigen Zeiten an den Werten der Nachhaltigkeit festhalten, um Bäuer:innen und Arbeiter:innen zu unterstützen, die ein faires Einkommen erhalten", sagte Sandra Uwera, Global CEO von Fairtrade International. "Die globale Lebenshaltungskostenkrise setzt sowohl Konsument:innen als auch Produzent:innen unter Druck. Diese Umfrage zeigt jedoch, dass ethische Überlegungen beim Einkaufen für viele Menschen immer noch von grosser Bedeutung sind."

Trotz der jüngsten Anzeichen für einen allgemeinen Rückgang der Bereitschaft der Konsument:innen, sich für "zweckmässige" Marken zu entscheiden, scheint Fairtrade dem Trend entgegenzuwirken. In Bezug auf ethische Einkaufsentscheidungen gaben mehr Menschen an, regelmässig Fairtrade-Produkte zu kaufen als bei der letzten Umfrage im Jahr 2021. 44 % kaufen mindestens ein Fairtrade-Produkt pro Monat, das sind drei Prozentpunkte mehr als vor zwei Jahren.

Wie schon bei der ersten Fairtrade GlobeScan-Umfrage im Jahr 2008 ist das Vertrauen in Fairtrade nach wie vor hoch. Etwas mehr als 70 % der Befragten kannten das Fairtrade-Label, und von diesen gaben 86 % an, dass sie ihm vertrauen - darunter drei Viertel der Generation Z, der Millennials und der Generation X. "Fairtrade bleibt das sichtbarste und vertrauenswürdigste ethische Label weltweit", fügte Uwera hinzu. "Die Mehrheit der Konsument:innen sagte uns, dass sie Fairtrade-Produkte gegenüber anderen Labels bevorzugen."

Darüber hinaus sehen die Konsument:innen mit grosser Mehrheit einen Mehrwert für Marken, die das Fairtrade-Label tragen. 79 % gaben an, dass sie einen positiven Eindruck von einer Marke haben, wenn diese das Fairtrade-Label trägt, während 43 % sagten, dass ihre Meinung über eine Marke negativ beeinflusst würde, wenn diese das Label nicht mehr trüge.

"Trotz der Auswirkungen der Inflation auf den durchschnittlichen Konsumenten:innen (sechs von zehn Menschen weltweit geben an, dass sie von den Lebenshaltungskosten 'stark betroffen' sind), zeigen unsere Untersuchungen eine zunehmende Besorgnis über Klimawandel und Armut", sagte Caroline Holme, Senior Director bei GlobeScan. "Laut der jährlichen GlobeScan-Studie über gesundes und nachhaltiges Leben wollen die Menschen, dass sich diese grossen Anliegen in den Produkten, die sie kaufen, widerspiegeln. Und Zertifizierungen wie Fairtrade spiele nach wie vor eine entscheidende Rolle, um Konsument:innen dabei zu unterstützen, ihre Werte beim Einkauf zu berücksichtigen.

Fairtrade-Label weiterhin führend in Schweiz

- Das Fairtrade-Label erreicht in der Schweiz eine Bekanntheit von 92% und bleibt damit eines der sichtbarsten und vertrauenswürdigsten ethischen Label. Die Schweiz liegt im Vergleich zu anderen Ländern, die an der Studie beteiligt waren, im Ranking auf Platz 2, und bei der spontanen Bekanntheit sogar auf dem ersten Rang.

- Ausserdem attestieren die Konsument:innen dem Label mit 85% Vertrauen eine hohe Glaubwürdigkeit und setzen beim Kaufentscheid auf das Fairtrade-Label. Im Vergleich zu anderen Ländern belegt die Schweiz im Ranking den dritten Platz, was das Vertrauen in das Label betrifft.

- Darüber hinaus zeigt das Label eine starke Käufertreue. 90 % kaufen regelmässig oder gelegentlich Fairtrade-Produkte.

- Mehr als die Hälfte der Konsument:innnen (54 %) – vor allem Millennials – ist trotz gestiegener Lebenshaltungskosten bereit, mehr als den regulären Preis für Fairtrade-Produkte zu zahlen.

- Käufer:innen assoziieren Fairtrade stark mit Themen der sozialen Gerechtigkeit wie menschenwürdige Arbeitsbedingungen, Schutz der Rechte von Bäuer:innen und Arbeiter:innen und Bekämpfung der Armut.

Über Fairtrade Max Havelaar

Fairtrade Max Havelaar, 1992 gegründet, ist eine gemeinnützige Stiftung mit Sitz in Zürich. Sie vergibt in der Schweiz das Fairtrade-Label für Produkte, die nach umfassenden sozialen und ökologischen Kriterien produziert und fair gehandelt werden. Ihr Verkauf ermöglicht höhere Einkommen und bessere Arbeitsbedingungen für Kleinbäuer:innen und Arbeiter:innen, die durch unfaire globale Handelspraktiken benachteiligt werden. Nebst der Zertifizierung bietet Fairtrade Max Havelaar eine Reihe von weiteren Dienstleistungen für Unternehmen in den Bereichen Nachhaltigkeit, Beschaffung und menschenrechtliche Sorgfaltsprüfung. Zusammen mit 24 weiteren nationalen Fairtrade-Organisationen sowie den drei Produzentennetzwerken aus Asien, Afrika und Südamerika ist Fairtrade Max Havelaar der Dachorganisation Fairtrade International angeschlossen. Diese legt u.a. die umfassenden Fairtrade-Standards fest.

www.fairtrademaxhavelaar.ch

Über GlobeScan

GlobeScan ist ein Beratungsunternehmen, das seinen Kunden hilft, langfristige und vertrauensvolle Beziehungen zu ihren Stakeholdern aufzubauen. GlobeScan bietet eine Reihe von spezialisierten Forschungs- und Beratungsdienstleistungen an und arbeitet mit Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen und Regierungsorganisationen zusammen, um strategische Ziele in den Bereichen Reputation, Nachhaltigkeit und Zweck zu erreichen. GlobeScan wurde 1987 gegründet und hat Büros in Kapstadt, Hongkong, London, Paris, San Francisco, São Paulo und Toronto. Wir sind ein Unterzeichner des UN Global Compact und eine zertifizierte B Corporation.

Erfahren Sie mehr unter: www.globescan.com

Medienkontakt:

Fairtrade Max Havelaar
Lukas Krebs, Mediensprecher
media@maxhavelaar.ch, +41 44 567 89 50

Limmatstrasse 107, 8005 Zürich, www.fairtrademaxhavelaar.ch

Medieninhalte

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100010102/100907318 abgerufen werden.