

Preis oder Moral?

Eine Studie zum Kauf von Bio-Eiern im Supermarkt

Motivation

Was beeinflusst Kaufentscheidungen?

Beim Kauf von Bio-Eiern ...

Ist nur der Preis ausschlaggebend?

Welche Rolle spielen Einstellungen und Normen?

Zur Beantwortung der beiden Fragen wurde ein Feldexperiment in Anlehnung an Diekmann (1996) und eine Kundenbefragung in einem Göttinger Supermarkt von 14.11.2011 bis 05.02.2012 über 12 Experimentalwochen durchgeführt.

Feldexperiment

Preissenkung



Gleicher Preis für Bio- und Freiland-Eier (Experimentalwoche 3 und 4)

Moralischer Appell

Aufruf beim Kauf von Eiern an das Tierwohl zu denken (Experimentalwoche 9 und 10)



Befragung

Schriftliche Befragung von 130 Eierkäufer/innen

U.a. zu ...

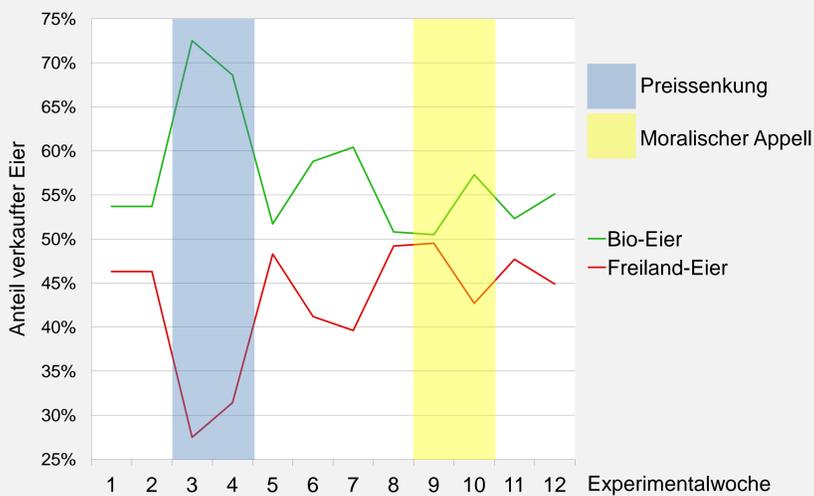
- ✓ Preisbewusstsein
- ✓ Regionalbewusstsein
- ✓ Einstellung zum Tierwohl
- ✓ Soziale Norm und moralische Verpflichtung zum Kauf von Bio-Produkten

Merkmale der Befragten:

- ✓ 62% kaufen Bio-Eier (beobachtet)
- ✓ 72% Frauen
- ✓ Im Mittel 50 Jahre alt
- ✓ 54% mit Hochschulabschluss
- ✓ 17% schätzen eigene finanzielle Lage als sehr gut ein (Skala: sehr gut, eher gut, eher schlecht, sehr schlecht)

Ergebnisse

Feldexperiment



Anmerkungen: Vor und nach der Preissenkung (Woche 3 und 4) sowie vor und nach dem moralischen Appell (Woche 9 und 10) gab es Kontrollwochen, in denen keine Veränderungen im Eierregal erfolgten. Die Effekte der Preissenkung sind in multivariaten Modellen unter Berücksichtigung der Experimentalwoche statistisch signifikant, die Effekte des moralischen Appells hingegen nicht.

Befragung

Einflussfaktoren

Preisbewusstsein

(„Ich sehe mich selbst als preisbewussten Menschen.“)

0

Regionalbewusstsein

(„Regionale Herkunft von Lebensmitteln ist mir wichtig.“)

0

Einstellung zum Tierwohl

(„Denken Sie beim Einkauf tierischer Produkte über die Haltung und Aufzucht der Tiere nach?“)

0

Soziale Norm

(„Fänden Familienmitglieder, Freunde oder Bekannte es gut, wenn Sie Bio-Produkte kaufen würden?“)

+

Moralische Verpflichtung

(„Ich fühle mich moralisch verpflichtet Bio-Produkte zu kaufen.“)

+

Anmerkungen: Spalte 1 zeigt zusätzlich zu den Einflussfaktoren die Formulierungen aus dem Fragebogen; Spalte 2 beinhaltet 0 = kein Einfluss, + positiver statistisch signifikanter Einfluss ($p < 0,05$). Die Angaben basieren auf einer binär logistischen Regression ($n=105$; McFadden- $R^2=0,198$) unter Kontrolle von Merkmalen wie Geschlecht, Alter, Bildung und finanzielle Lage. Die abhängige Variable ist mit 1 (0) codiert, wenn die Befragten an der Kasse beim Kauf von Bio-Eiern (Freiland-Eiern) beobachtet wurden.

Fazit 1 – Feldexperiment

- Deutliche Wirkung der Preissenkung
- Keine eindeutige Wirkung des moralischen Appells

Fazit 2 – Befragung

- Keine Wirkung des Preisbewusstseins
- Deutliche Wirkung der sozialen Norm und der moralischen Verpflichtung

Veronika A. Andorfer, Heiko Beyer, Sonja Graber,
Werner Klemme, Carolin Klinke, Lena Kühling,
Ulf Liebe, Wymar Schlösser, Donata v. Wussow

Literatur:

Diekmann A., 1996. Homo ÖKOnomicus. Anwendungen und Probleme der Theorie rationalen Handelns im Umweltbereich. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 36, 89-118.

Weitere Informationen:

Susanne.wimmelmann@zvw.uni-goettingen.de

www.hochschuldidaktik.de