



Greenwashing oder echter Inhalt?

Informationsgrad über Nachhaltigkeitslabel und Kauf- & Zahlungsbereitschaft

Miriam Kleinke, Nelli Kronwald, Céline Staigies, Sinda Weber-Grellet, Konstantin Wons

Technische Universität Braunschweig | Institut für Psychologie | Abteilung Ingenieur- und Verkehrspsychologie

k.wons@tu-braunschweig.de

Hintergrund

- Nachhaltigkeitslabel sind immer häufiger auf verschiedensten Produkten zu sehen
 - Müssen diese Label auch reale Kriterien erfüllen, über die Kund*innen bescheid wissen oder reicht etwas Greenwashing?
 - Studie von Buxel (2018): Mehr Menschen, die schon einmal nur aufgrund eines Gütesiegels etwas gekauft hatten als Menschen, die tatsächlich gut über verschiedene Label informiert waren
- Spielt der eigene Informationsgrad über ein Nachhaltigkeitslabel überhaupt eine Rolle für Kauf- und Zahlungsbereitschaft?

Hypothese

Je präziser die Information zum Nachhaltigkeitslabel, desto häufiger werden Produkte mit Label im Vergleich zu Produkten ohne Label ausgewählt und desto mehr Geld wird für diese Produkte gezahlt.

Methoden

Between-subject Design

- UV: Informationsgrad über erfundenes Nachhaltigkeitslabel
 - EG1: konkrete Informationen
 - EG2: unkonkrete Informationen
 - KG: keine Informationen
- AV1: Kaufbereitschaft für Produkte mit Label
- AV2: Zahlungsbereitschaft für Produkt mit vs. ohne Label

Stichprobe

- N = 111 (84 w, 26 m, 1 d)
- Alter: 18 bis 72 Jahren (M = 26 J., SD = 12 J.)

Durchführung: Online-Gruppenversuch

- AV1: Wie oft wird das Produkt mit Label in 5 Runden gewählt?



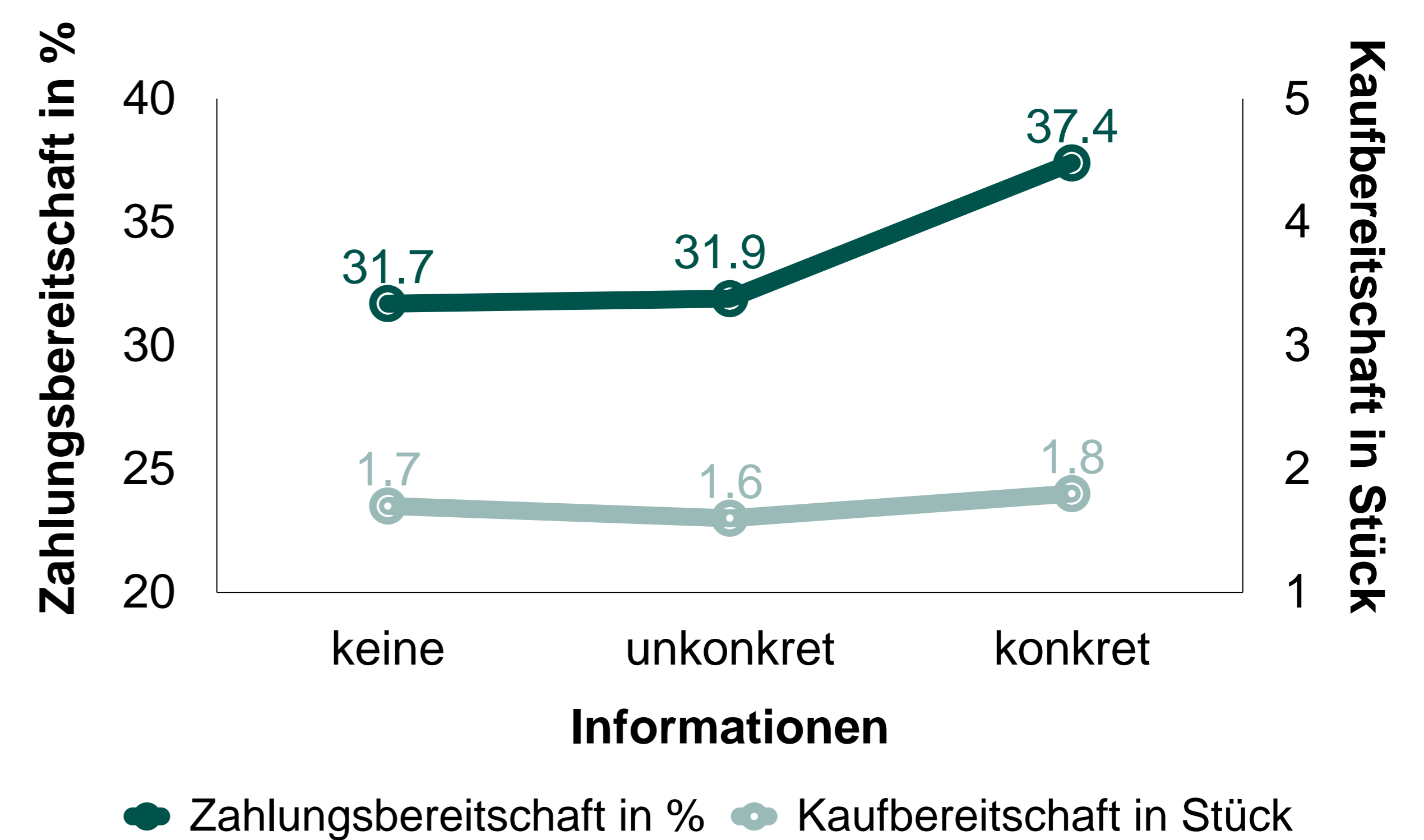
- AV2: Wie viel % mehr wird für die Produkte mit Label gezahlt?
→ Preise für Produkte ohne Label vorgegeben



Statistik

- Zwei ANOVAs, jeweils für Kauf- und Zahlungsbereitschaft

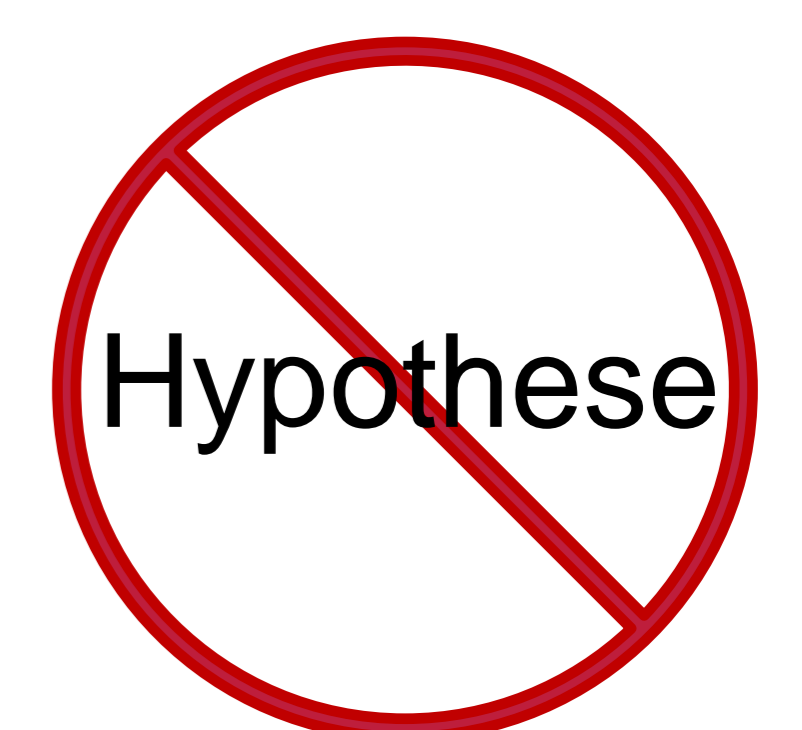
Ergebnisse



Abhängige Variable	F (2, 108)	p
Kaufbereitschaft	1.63	.20
Zahlungsbereitschaft	0.75	.47

Diskussion

- Kein signifikanter Einfluss des Informationsgrades über ein Nachhaltigkeitslabel auf die Kauf- und Zahlungsbereitschaft
- Fehler im Versuchsplan: Das Label wurde vorher nie gezeigt = Eine der möglichen Erklärungen für das nicht-signifikante Ergebnis der Kaufbereitschaft



Literatur

- Buxel, H. (2018). Prüf- und Gütesiegel auf Lebensmitteln: Verbrauchereinstellungen, Bekanntheit und Einfluss auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft.



Der eigene Informationsgrad über Nachhaltigkeitslabel sollte mehr in Kauf- und Zahlungsentscheidungen berücksichtigt werden, sonst wird Greenwashing Tür und Tor geöffnet!