

Kaufentscheidung reflektieren

Ob im Supermarkt, beim Handykauf oder im Schuhgeschäft: Täglich werden viele Kaufentscheidungen getroffen. Doch welche Faktoren spielen bei der Entscheidung neben Geschmack, Trend und Komfort eine Rolle?

Im Alltag müssen wir uns immer wieder aufs Neue für oder gegen den Kauf eines Produkts entscheiden. Als verantwortungsbewusste Verbraucher stehen wir dabei oft vor einer schwierigen Aufgabe. Denn jedes Produkt hat eine Geschichte, in der es nicht zuletzt auch um das Wohlergehen von Mensch und Umwelt geht.

Jede gekaufte Banane unterstützt Händler, Importeur und Bauern – und bestärkt damit die Umstände, unter denen diese produzieren und handeln. Wurde die Banane umweltfreund-

lich angebaut, können die Konsumenten durch ihre Kaufentscheidung diese Art der Produktion unterstützen. Leider gilt dies auch im Negativen: Kaufen Verbraucherinnen und Verbraucher beispielsweise vermehrt billige T-Shirts, deren Herstellung mit Gewässerbelastungen und ausbeuterischen Arbeitsbedingungen einhergeht, wird diese nicht nachhaltige Produktionsweise „belohnt“ und der Hersteller sieht keinen Anlass etwas zu ändern. Als mündige Verbraucherinnen und Verbraucher haben wir die Möglichkeit zu entscheiden, welche Produktionspolitik und welche Handlungen des verkauften Unternehmens wir unterstützen möchten. Um eine solche Entscheidung treffen zu können, brauchen wir aber verlässliche Kriterien und Informationen.

Kaufkriterien definieren

Was ist wichtig für die persönliche Kaufentscheidung?

1. Wählen Sie aus der Liste der möglichen Kriterien die drei aus, die Sie bei Ihrer ganz persönlichen Entscheidung für oder gegen ein Produkt für wichtig halten. Vergeben Sie den ersten, zweiten und dritten Platz:

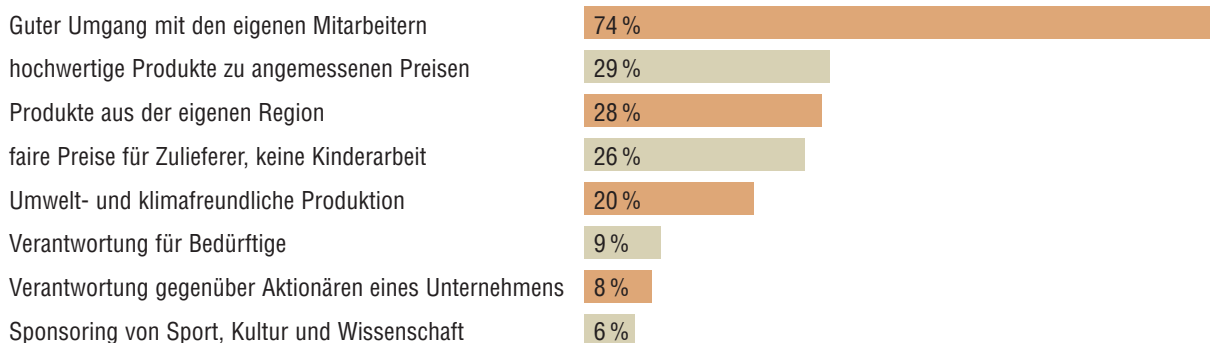
- | | | |
|---|------------------------|---------------|
| » gute Werbung | » „Made in Germany“ | » Preis |
| » vertrauenswürdiger Hersteller | » Qualität | » Aussehen |
| » Bequemlichkeit | » Umweltfreundlichkeit | » Marke |
| » soziales Engagement des Herstellers | » Trend | » Klimaschutz |
| » Sponsoring-Engagement des Herstellers | » Gewohnheit | |

Platz 1: _____ Platz 2: _____ Platz 3: _____

2. Übertragen Sie die 14 Kriterien an die Tafel und führen Sie eine Strichliste: Jede/jeder vergibt jeweils einen Strich für ihre/seine drei Favoriten. Begründen Sie dabei die Auswahl Ihrer Favoriten.

Umfrageergebnisse zur Einstellung von Konsumenten zum Thema soziale, ökologische und ökonomische Unternehmensverantwortung

„Welche Faktoren beeinflussen Ihre Kaufentscheidung für die Produkte eines Unternehmens?“ *



* Mehrfachnennungen waren möglich. Quelle: Studie der GfK/Unternehmensberatung Roland Berger, Dezember 2008. www.mittelstandsblog.de/2008/12/soziales-engagement-zahlt-sich-aus

- Vergleichen Sie die Strichliste Ihrer Klasse mit den Ergebnissen im Schaubild. Notieren Sie in Zweiergruppen Gemeinsamkeiten und Unterschiede.
- Vergleichen Sie Ihre ausgewählten Kaufkriterien mit Ihrem tatsächlichen Kaufverhalten und diskutieren Sie in der Klasse: Warum ist es ggf. nicht immer möglich, nur solche Produkte zu kaufen, die den gewünschten Kriterien entsprechen?