


Wege zur nachhaltigen Änderung des Kaufverhaltens von Konsumenten

Tagung „Erzeugung und Vermarktung von landwirtschaftlichen
Qualitätsprodukten“, 14./15.7.2009 Berlin

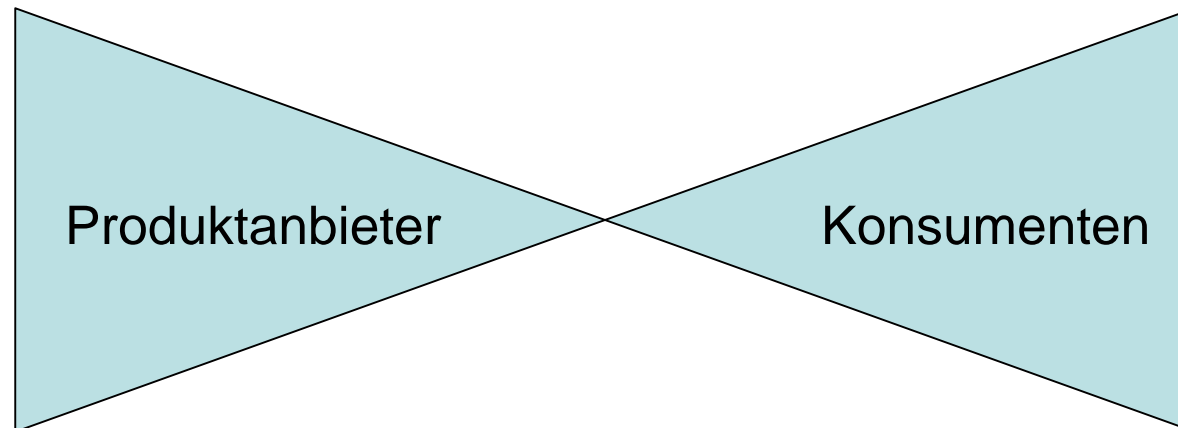
Dr. Christian Ganzert



Projektbüro für
Regionalentwicklung



Die Änderung des Kaufverhaltens ist abhängig von den Produktanbietern und den Konsumenten



Projekte



Produktanbieter

Konsumenten



Netzwerke

biohandwerk

+ erlebnisorientierte
Verbraucheransprache

ma reg
markt + region

Projekte



Ziel: „Regionale Idee“ an Konsumenten vermitteln

Wer: 8 Direktvermarkter, 1 Lebensmittelhändler; 2-3 Umfeldakteure; 2 Moderatoren

Was: Apfelsaft, Käse und Milchprodukte; Eier; Kartoffeln; Rindfleisch; Fisch; Honig; Wurst

Wie: Einkaufsführer; Faltblatt; modellhaftes Relief der Region; Stände auf Dorffesten (Weihnachtsmarkt, Bauernmarkt, Agendatag, etc.) und vor Lebensmittelmarkt; Entwicklung Logo mit Designer FH Köln; Qualitätsrichtlinien; Broschüre; Video; neuer Lebensmittelmarkt; Geschmackstests; Artikelserie in Mitteilungsblatt; Berechnung der Gemeinwohlnutzen; Beobachtungen und Befragungen von Konsumenten

Projekte



Erfahrungen:

Besonders wichtig sind

- authentisches Engagement für die Sache
- Geschichten, Erlebnisse und aktive Rolle der Konsumenten („innere“ Beteiligung)
- Orientierung an Zielgruppen



Projekte

Erfahrungen:



- Vorbildfunktion ist entscheidend, denn Kultur der Kommunikation innerhalb der Initiative teilt sich implizit nach außen mit;



- Gemeinsames Selbstverständnis für Marke und Umsetzungsstrategie ist wesentlich;
- Mindestqualitäten rufen keine Begeisterung hervor;

Netzwerke

biohandwerk

+ erlebnisorientierte

Verbraucheransprache

- Begeisternd wirken gute Vorbilder;
- Wichtig ist das Selbstverständnis der „Macher“;
- Nachhaltigkeit entsteht, wenn der Bedarf von Zielgruppen getroffen wird.

Projekte



Ziel: Kaufverhalten von Konsumenten zugunsten Klimaschutz verändern; Erfahrungen bzgl. geeigneter Interventionen testen;

Wer: 4 lokale Konsumentengruppen + 4 Koordinatoren (Chiemgauer e.V.); Experten aus den Bereichen Energie, Mobilität, Ernährung, Konsum; Regionale Anbieter klimafreundlicher Produkte und Dienstleistungen; 2 Master-Studentinnen



Wie: Fitnessplan, Klimarechner, Austausch in lokalen Gruppen; überlokale Info-Treffen (mit Experten und reg. Anbietern); Abschlussfest (incl. Kabarett, Expertenvorträge und Kür der Klimahelden); Klimaschutz kulinarisch erleben;

Projekte



Erfahrungen:

Besonders wichtig sind

- die Ohnmacht der Konsumenten zu überwinden,
- glaubwürdige Veranstalter („sie wollen nichts verkaufen“),
- Geschichten, Erlebnisse und aktive Rolle der Konsumenten („innere“ Beteiligung)
- Wertschätzung der Gemeinwohlbemühungen.

Verbrauchergruppen waren begeistert; wollen weiter machen; Ausweitung geplant.

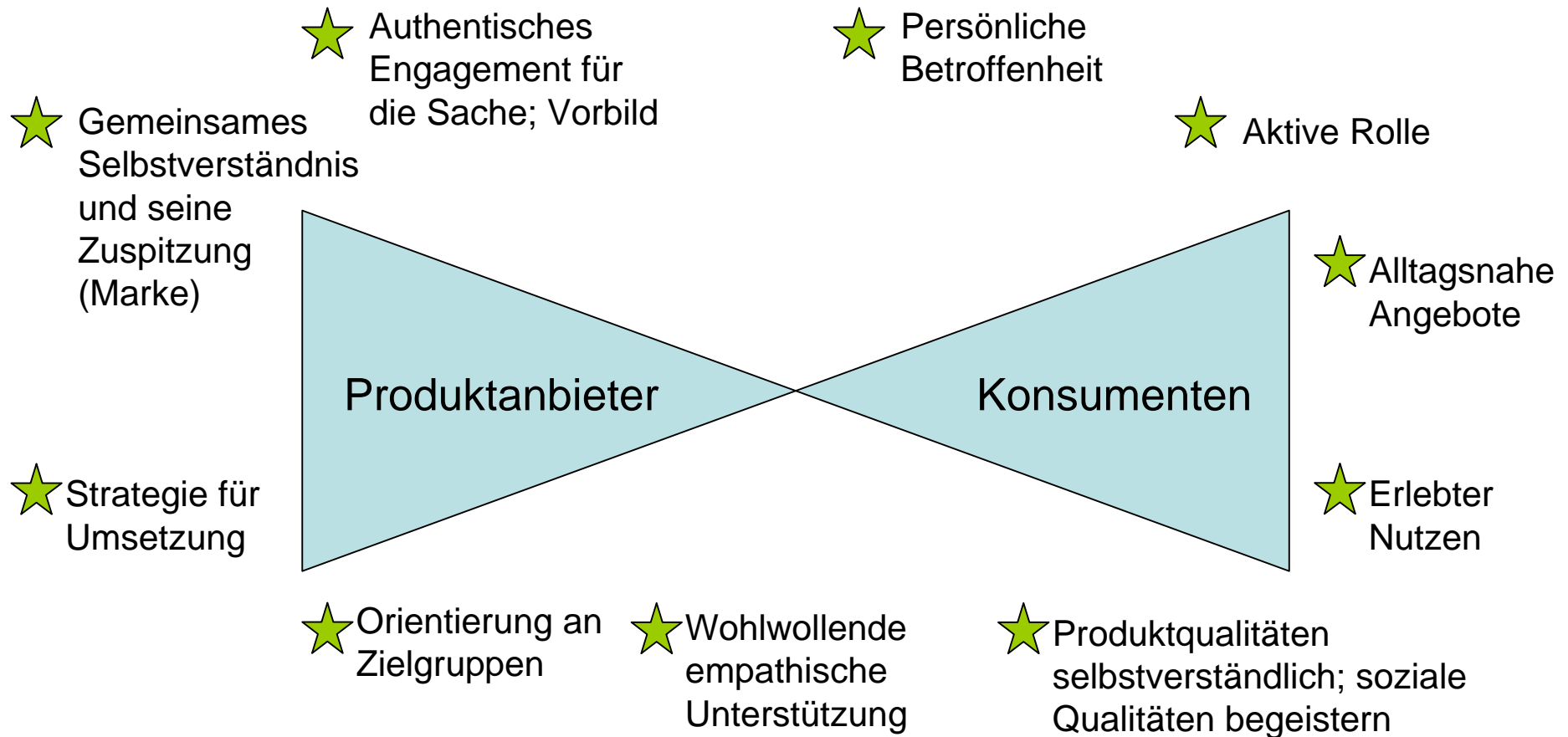


Resumée:

Veränderungen entstehen a) durch Person/Gruppe, die Hoffnung macht, b) die hilft, neue Muster einzuüben und c) die diese in neue Denkweise bringt.

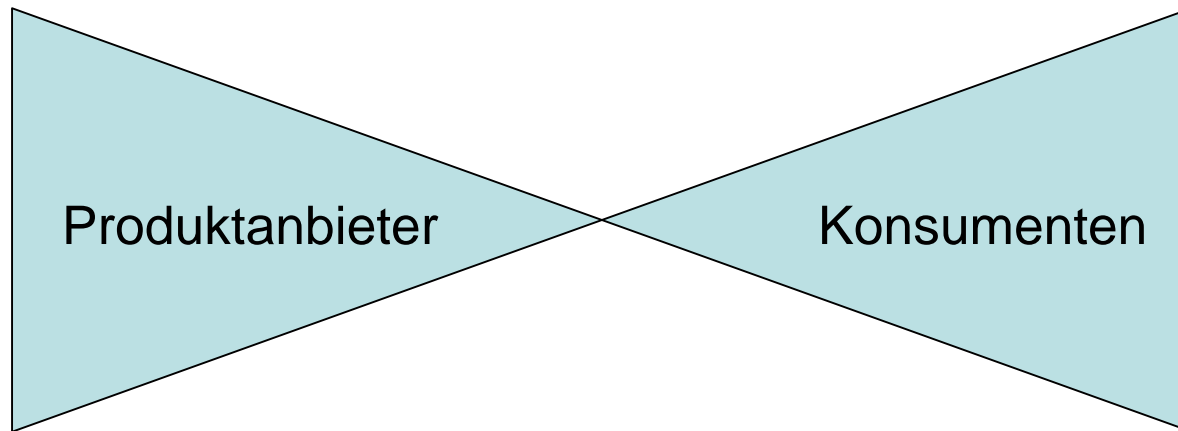
Zusammenfassung der Projekterfahrungen

Wichtige Bedingungen zur Veränderung des Kaufverhaltens



Empfehlungen

■ Anliegen zuspitzen



■ Lokale Gruppen von Konsumenten initiieren und selbsttragend verstetigen

■ Umsetzungsstrategie entwickeln



ma reg
markt + region

Zielgruppen

