

**Verteilungspräferenzen beim Kauf fair gehandelter Produkte**  
**– Eine empirische Untersuchung**

Vom Fachbereich Wirtschaftswissenschaften  
der Technischen Universität Kaiserslautern  
zur Verleihung des akademischen Grades  
Doctor rerum politicarum (Dr. rer. pol.)  
genehmigte

D i s s e r t a t i o n

vorgelegt von

Dipl.-Kff. Anke Sterzing

Tag der mündlichen Prüfung:	20.01.2014
Dekan:	Prof. Dr. Stefan Roth
Vorsitzender:	Prof. Dr. Jan Wenzelburger
Berichterstatter:	1. Prof. Dr. Michael von Hauff 2. Prof. Dr. Stefan Roth

D 386

(2014)

## I Inhaltsverzeichnis

I Inhaltsverzeichnis .....	II
II Abbildungsverzeichnis .....	VI
III Tabellenverzeichnis .....	IX
1 Einleitung .....	1
1.1 Problemstellung .....	1
1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen .....	2
1.3 Methodische Vorgehensweise .....	3
1.4 Aufbau der Arbeit .....	4
2 Der Faire Handel.....	6
2.1 Einführung in das Konzept des Fairen Handels.....	6
2.1.1 Geschichte und Entwicklung des Fairen Handels.....	7
2.1.2 Der Faire Handel – Ein Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung.....	9
2.1.2.1 Das Integrierende Nachhaltigkeitsdreieck .....	10
2.1.2.2 Applikation des Integrierenden Nachhaltigkeitsdreiecks auf das Konzept Fair Trade.....	11
2.1.3 Formation des fairen Preises .....	13
2.2 Zahlungsbereitschaft der Konsumenten.....	16
2.2.1 Zahlungsbereitschaft für Fairtrade-Produkte .....	16
2.2.2 Zahlungsbereitschaft für Fairtrade-Produkte verglichen zu jener für biologisch angebaute Produkte .....	21
2.2.3 Zahlungsbereitschaft für Produkte hergestellt unter guten Arbeitsbedingungen, Verzicht auf Kinderarbeit sowie Einhaltung der Menschenrechte .....	22
2.3 Käuferprofil .....	24
2.3.1 Soziodemografische Merkmale .....	24
2.3.2 Wertemodell nach Schwartz für einen Fairtrade-Konsumenten.....	27
2.3.3 Sinus-Segmentierung nach Lebensauffassung und Lebensweise .....	32
2.4 Einkaufsstätten der Fairtrade-Käufer.....	35
2.5 Kaufmotive und Kaufhindernisse .....	38
2.5.1 Kaufmotive .....	38

I Inhaltsverzeichnis	III
2.5.1.1 Allgemeine Kaufmotive.....	38
2.5.1.2 Kaufmotive der Zielgruppen des Fairen Handels .....	42
2.5.1.3 Reiner und unreiner Altruismus.....	42
2.5.2 Kaufhindernisse .....	43
3 Verteilungspräferenzen in der Verhaltensökonomik .....	45
3.1 Beschreibung ausgewählter Verteilungspräferenzen.....	45
3.1.1 Differenzaversion.....	46
3.1.2 Maximin-Präferenz .....	48
3.1.3 Effizienzpräferenz.....	49
3.2 Aufteilungsspiele .....	51
3.2.1 Das Ultimatumspiel .....	51
3.2.2 Das Diktatorspiel .....	53
3.2.3 Das Solidaritätsspiel .....	53
3.3 Grundlegende Literatur zu den Verteilungspräferenzen.....	54
3.3.1 Modelltheoretische Ansätze.....	54
3.3.1.1 Das Modell der Ungleichheitsaversion von Fehr und Schmidt (1999) ..	55
3.3.1.1.1 Das Modell von Fehr und Schmidt (1999) .....	55
3.3.1.1.2 Erweiterungen des Modells von Fehr und Schmidt (1999) .....	56
3.3.1.2 Das ERC-Modell von Bolton und Ockenfels (2000).....	59
3.3.1.3 Das Modell von Charness und Rabin (2002).....	61
3.3.2 Experimentelle Studien.....	63
3.3.2.1 Differenzaversion, Maximin- und Effizienzpräferenz im Vergleich.....	63
3.3.2.2 Verteilungspräferenzen der Konsumenten gegenüber regionalen Landwirten .....	71
4 Meinungsumfrage zur Ermittlung von Verteilungspräferenzen der Fairtrade- Konsumenten .....	77
4.1 Das Ziel der Meinungsumfrage .....	77
4.2 Soziodemografische Charakteristika der Stichprobe .....	79
4.3 Auswertung der einzelnen Fragen und Interpretation.....	80
4.4 Besonderheiten der Ergebnisse nach soziodemografischen Merkmalen .....	97
4.4.1 Geschlecht.....	98

I Inhaltsverzeichnis	IV
4.4.2 Alter .....	103
4.4.3 Einkommen.....	107
5 Konzeptionelles Modell.....	109
6 Experimentelle Studie.....	112
6.1 Basisliteratur .....	112
6.2 Modifikation .....	117
6.3 Design und Durchführung des Experiments.....	118
6.4 Experimentelle Befunde .....	128
6.4.1 Soziodemografische Charakteristika der Stichprobe.....	128
6.4.2 Game-by-Game-Ergebnisse.....	133
6.4.2.1 Game-by-Game-Ergebnisse des ungefrachten Treatments .....	133
6.4.2.2 Game-by-Game-Ergebnisse des gefrachten Treatments .....	136
6.4.3 Between-Games-Ergebnisse .....	137
6.4.3.1 Between-Games-Ergebnisse des ungefrachten Treatments.....	138
6.4.3.2 Between-Games-Ergebnisse des gefrachten Treatments.....	147
6.4.4 Between-Treatments-Ergebnisse .....	149
6.5 Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse .....	153
7 Zusammenfassung und Ausblick.....	164
Anhang A Meinungsumfrage.....	167
A.1 Fragebogen.....	167
A.2 Histogramme nach soziodemografischen Merkmalen.....	171
A.2.1 Geschlecht.....	171
A.2.2 Alter .....	187
A.2.3 Einkommen .....	202
Anhang B Das Experiment .....	217
B.1 Vollständiges experimentelles Design aller Spiele .....	217
B.2 Instruktionen .....	225
B.2.1 Instruktionen des ungefrachten Treatments .....	225
B.2.2 Instruktionen des gefrachten Treatments .....	231
B.3 Tabellarische Zusammenfassung der Entscheidungssituationen mit den Verteilungspräferenzen für die jeweilige Alternativenwahl.....	237

---

B.3.1 Ungeframtes Treatment.....	237
B.3.2 Geframtes Treatment.....	237
B.4 Untersuchung auf Abweichung zwischen den Treatments hinsichtlich der Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs.....	238
B.5 Between-Games-Ergebnisse für Superioraffinität .....	239
B.6 Untersuchung auf Framing-Effekt .....	241
B.7 Prüfung des Modells .....	242
B.7.1 Methodik .....	242
B.7.2 Grund für die Unausführbarkeit der Modellschätzung .....	246
B.7.3 Prüfung des Modells mit Ausschluss der Maximin-Präferenz.....	246
B.8 Untersuchung auf Abweichung zwischen Experiment und Meinungsumfrage hinsichtlich der Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs .....	248
Literaturverzeichnis .....	250

**II Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Das Integrierende Nachhaltigkeitsdreieck, erstmals veröffentlicht in von Hauff und Kleine (2005), eigene Darstellung.....	10
Abbildung 2: Handlungsbereiche des Konzepts Fair Trade (Landwirtschaft), eigene Darstellung.....	12
Abbildung 3: Gegenüberstellung Verdienste am Verkaufspreis, konventioneller Kaffee vs. Fair-Trade-Kaffee, in Anlehnung an Nicholls und Opal (2005), S. 83, eigene Darstellung.....	15
Abbildung 4: Zahlungsbereitschaft für Fairtrade-Produkte, Europäische Kommission (2011), S. 52, eigene Darstellung .....	17
Abbildung 5: Experimentelles Design, Basu und Hicks (2008), S. 21.....	19
Abbildung 6: Kreisstruktur der Wertetypen nach Schwartz (1994), S. 24, eigene Darstellung.....	29
Abbildung 7: Kern- und Potenzialzielgruppen des Fairen Handels, Sinus-Institut Heidelberg, (2011), S. 22 .....	33
Abbildung 8: Traditioneller Absatzkanal vs. kommerzieller Absatzkanal, Bezençon (2011), S. 62.....	36
Abbildung 9: Unterstützung der Menschen in den Entwicklungsländern, Europäische Kommission (2011), S. 8, eigene Darstellung .....	39
Abbildung 10: Einfluss der Kaufentscheidung auf das Wohl der Produzenten, Fairtrade International und GlobeScan (2011).....	40
Abbildung 11: Taxation Games, Engelmann und Strobel (2004), S. 860, eigene Darstellung.....	64
Abbildung 12: Envy Games, Engelmann und Strobel (2004), S. 862, eigene Darstellung .....	65
Abbildung 13: Rich and Poor Games, Engelmann und Strobel (2004), S. 863, eigene Darstellung.....	66
Abbildung 14: Entscheidungssituation 1 des Nonmarket-Treatments, Lusk und Briggeman (2011), S. 134.....	71
Abbildung 15: Entscheidungssituation 2 des Nonmarket-Treatments, Lusk und Briggeman (2011), S. 135.....	71

---

Abbildung 16: Entscheidungssituation 1 des Market-Treatments, Lusk und Briggeman (2011), S. 136.....	72
Abbildung 17: Entscheidungssituation 2 des Market-Treatments, Lusk und Briggeman (2011), S. 137.....	72
Abbildung 18: Beispiel zweier Entscheidungssituationen aus dem Experiment von Chang und Lusk (2009), S. 486.....	74
Abbildung 19: Frage 1a .....	81
Abbildung 20: Frage 1b .....	82
Abbildung 21: Frage 1c .....	83
Abbildung 22: Frage 1d .....	84
Abbildung 23: Gegenüberstellung der Antworten zu Frage 1 .....	85
Abbildung 24: Frage 2a .....	87
Abbildung 25: Frage 2b .....	88
Abbildung 26: Frage 2c .....	89
Abbildung 27: Frage 2d .....	90
Abbildung 28: Frage 2e .....	91
Abbildung 29: Gegenüberstellung der Antworten zu Frage 2 .....	92
Abbildung 30: Frage 3a .....	94
Abbildung 31: Frage 3bi .....	95
Abbildung 32: Frage 3bii .....	96
Abbildung 33: Frage 3biii .....	97
Abbildung 34: Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs, Gegenüberstellung Geschlechter .....	98
Abbildung 35: Frage 2a, Gegenüberstellung Geschlechter .....	99
Abbildung 36: Frage 2b, Gegenüberstellung Geschlechter .....	100
Abbildung 37: Frage 2d, Gegenüberstellung Geschlechter .....	101
Abbildung 38: Frage 3a, Gegenüberstellung Geschlechter .....	102
Abbildung 39: Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs, Gegenüberstellung Altersgruppen ....	103
Abbildung 40: Frage 2c, Gegenüberstellung Altersgruppen .....	104
Abbildung 41: Frage 2d, Gegenüberstellung Altersgruppen .....	105
Abbildung 42: Frage 2e, Gegenüberstellung Altersgruppen .....	106

---

Abbildung 43: Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs, Gegenüberstellung Einkommensgruppen .....	107
Abbildung 44: Screenshot der Entscheidungssituation im Labor für das ungeframte Treatment der ET 4_unfr .....	124
Abbildung 45: Screenshot der Entscheidungssituation im Labor für das geframte Treatment der ET 1_fr .....	125
Abbildung 46: Studiengänge der Versuchsteilnehmer .....	129
Abbildung 47: Studiengänge der Versuchsteilnehmer für die einzelnen Treatments ..	130
Abbildung 48: Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs .....	131
Abbildung 49: Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs für die einzelnen Treatments .....	132
Abbildung 50: "Hätten Sie eine andere Entscheidung getroffen, wenn...?", ungeframtes Treatment .....	158
Abbildung 51: "Hätten Sie eine andere Entscheidung getroffen, wenn...?", geframtes Treatment .....	160
Abbildung 52: Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs, Gegenüberstellung Experiment und Meinungsumfrage .....	162



---

**III Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Wertetypen, motivationale Ziele, Grundwerte nach Schwartz' Wertetheorie	28
Tabelle 2: Game-by-Game-Ergebnisse, ungeframtes Treatment .....	134
Tabelle 3: Game-by-Game-Ergebnisse, geframtes Treatment .....	136
Tabelle 4: Between-Games-Ergebnisse, ET 1_fr und ET 3_fr .....	147
Tabelle 5: Between-Games-Ergebnisse, ET 2_fr und ET 4_fr .....	148
Tabelle 6: Between-Games-Ergebnisse, ET 5_fr und ET 7_fr .....	148
Tabelle 7: Gegenüberstellung der Game-by-Game-Ergebnisse für das ungeframte und das geframte Treatment .....	150
Tabelle 8: Gegenüberstellung der Treatments hinsichtlich der Between-Games-Ergebnisse, Spiel 4 und Spiel 6 .....	151
Tabelle 9: Gegenüberstellung der Treatments hinsichtlich der Between-Games-Ergebnisse, Spiel 5 und Spiel 7 .....	152
Tabelle 10: Gegenüberstellung der Treatments hinsichtlich der Between-Games-Ergebnisse, Spiel 8 und Spiel 10 .....	153

## 1 Einleitung

In den letzten Jahren erfuhren die Umsätze von fairen Waren weltweit ein stetiges Wachstum. In Deutschland war im vergangenen Jahr die Nachfrage nach fair gehandeltem Kaffee, Blumen und Eiscreme besonders hoch. Neben einem Anstieg der Produktvielfalt fairer Erzeugnisse trägt möglicherweise ein erhöhtes nachhaltiges Bewusstsein der Konsumenten zu dieser Entwicklung bei. Fairtrade-Produkte werden unter fairen Bedingungen produziert. Die Produzenten erhalten eine faire Entlohnung, einen sogenannten fairen Mindestpreis für ihre Waren, sowie eine Fairtrade-Prämie, die in Gemeindeprojekte (z.B. Infrastruktur, Bildung, Gesundheit) investiert werden kann. Die Arbeitsbedingungen entsprechen den gesetzlichen Mindestanforderungen und Menschenrechte werden eingehalten, wie ein Verbot von Zwangs- und Kinderarbeit. Ferner wird eine umweltfreundliche Produktion mit Verzicht auf Gentechnik und Tierversuche sowie Erhaltung der Biodiversität gewährleistet.

In den folgenden Gliederungspunkten sollen in 1.1 die Problemstellung und in 1.2 die Zielsetzung dieser Arbeit dargelegt werden sowie in 1.3 auf die methodische Vorgehensweise und in 1.4 auf den Aufbau der Arbeit eingegangen werden.

### 1.1 Problemstellung

Die Literatur zum Fairen Handel aus volkswirtschaftlicher und betriebswirtschaftlicher Perspektive fokussiert primär auf Thematiken wie die Zahlungsbereitschaft für fair gehandelte Waren, Charakteristika der Fairtrade-Konsumenten bzw. das Käuferprofil, Kaufmotive und Kaufhindernisse oder den Fairen Handel als Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung. Komplementär zur bisherigen Forschung und Literatur soll in der vorliegenden Arbeit mit Methoden der Verhaltensökonomik aufgezeigt werden, inwieweit sogenannte Verteilungspräferenzen das faire Kaufverhalten beeinflussen. Die Motivation besteht darin aufzuklären, ob und in welchem Ausmaß Präferenzen bezüglich der Einkommensverteilung zwischen einem Produzenten und einem anderen, besser gestellten Akteur der *Supply Chain* beim Kauf fairer Waren für den Konsumenten eine Rolle spielen.

Unter Verteilungspräferenzen verstehen die Verhaltensökonominnen Vorlieben bei der Verteilung eines Geldbetrages in sogenannten Aufteilungsspielen, wie zum Beispiel dem Diktatorspiel. Im Labor können Versuchsteilnehmer neben Eigeninteresse beispielsweise eine Differenzaversion, eine Maximin-Präferenz oder eine Präferenz für Effizienz aufweisen. Besitzt ein Akteur eine Abneigung gegen unterschiedliche Auszahlungen zwischen sich und einem oder mehreren anderen Mitspieler(n), hat er eine Differenzaversion. Ein Proband mit einer Maximin-Präferenz hingegen entscheidet sich für die Handlungsalternative, bei der das am schlechtesten gestellte Individuum die höchste Auszahlung erhält. Unter einer Präferenz für Effizienz wird die Neigung verstanden, die Gesamtauszahlung zu maximieren. Es wird die Handlungsalternative gewählt, die die höchste kumulierte Auszahlung verspricht.

## **1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen**

Die Zielsetzung der Arbeit leitet sich aus einer Reihe von Forschungsfragen zu diesem Thema ab. Zunächst sollte die Literatur zum Fairen Handel erläutert bzw. diskutiert werden. In diesem Zusammenhang ergab sich die erste Frage:

- 1) Welche Forschungserkenntnisse ergeben sich aus der Literatur zum Fairen Handel?

Es fiel auf, dass das faire Kaufverhalten aus Sicht der Verhaltensökonomik bisher vernachlässigt wurde. Hierbei entstand die Idee herauszufinden, inwieweit Konsumenten Einkommensverteilungspräferenzen beim Kauf fair gehandelter Produkte haben. Daraus ergab sich eine zweite Forschungsfrage:

- 2) Welche Aussagen können hinsichtlich der Literatur zu den Verteilungspräferenzen aus der Verhaltensökonomik getroffen werden?

Eine Meinungsumfrage sollte dazu beitragen einen ersten Eindruck möglicher Einkommensverteilungspräferenzen von Käufern fairer Waren zu gewinnen:

- 3) Welche Verteilungspräferenzen sind bei den Befragten in einer Meinungsumfrage besonders ausgeprägt?

Auf Grundlage der Erkenntnisse aus der Meinungsumfrage sollte ein konzeptionelles Modell hergeleitet werden. Es wurde die Frage gestellt:

- 4) Wie würde ein konzeptionelles Modell aussehen, das mögliche Verteilungspräferenzen von Käufern fairer Waren abbildet?

Dieses konzeptionelle Modell, eine Erweiterung des Distributionsansatzes des Charness/Rabin-Modells (2002), sollte in einem Experiment geprüft werden. Daraus ergab sich die letzte Forschungsfrage:

- 5) Welche Verteilungspräferenzen legen die Versuchsteilnehmer offen und wie ist deren Ausprägung?

Ziel dieser Arbeit war es mit Methoden der Verhaltensökonomik zu analysieren, inwieweit Verteilungspräferenzen Rückschlüsse auf das faire Kaufverhalten zulassen.

### **1.3 Methodische Vorgehensweise**

Mit Hilfe einer Meinungsumfrage sollte ein erster Einblick über mögliche Verteilungspräferenzen der Fairtrade-Konsumenten erhalten werden. Bei der Auswertung fiel auf, dass eine Verteilungspräferenz vermehrt beobachtet werden konnte: eine Aversion bezüglich einer ungleichen Einkommensverteilung zwischen Produzenten und Händlern. Diese Präferenz beschreibt eine Vorliebe für eine gleichmäßige Auszahlung zwischen den anderen Individuen (sich ausgeschlossen), während unter den gewöhnlichen Modellen der Differenzaversion eine Abneigung einer ungleichen Verteilung zwischen dem Entscheidungsträger und einer oder mehreren anderen Personen verstanden wird. Diese *neuartige* Präferenz, die universale Differenzaversion, wird in der vorliegenden Arbeit erstmalig beschrieben.

Auf Basis der Erkenntnisse aus der Meinungsumfrage konnte ein konzeptionelles Modell entwickelt werden, bei dem es sich um eine Erweiterung des Distributionsansatzes des Charness/Rabin-Modells (2002) handelt. In dieses Modell gehen die Maximin-Präferenz, die universale Differenzaversion und die externe Effizienzpräferenz ein. Letztere Verteilungspräferenz – auch erstmalig in dieser Arbeit beschrieben – stellt eine Präferenz für die Maximierung der Gesamtauszahlung der anderen Individuen (die eigene Auszahlung ausgeschlossen) dar.

Dieses konzeptionelle Modell wurde auf seine Prognosefähigkeit in einem Experiment geprüft. Bei dem Experiment handelte es sich um Drei-Personen-Diktatorspiele. Die Versuchsteilnehmer sollten zwischen zwei Alternativen wählen, die sich hinsichtlich der Einkommen der Spieler unterschieden. Ferner wurde das Experiment in zwei Treatments gespielt, einem neutralen, sogenannten *ungefrachten* Treatment (Spieler A-Spieler B-Entscheidungsträger-*Setting*) sowie einem kontextveränderten, sogenannten *gefrachten* Treatment (Produzent-Supermarkt-Konsument (= Entscheidungsträger)-*Setting*). In den beiden Treatments wurde unabhängig voneinander erforscht, ob Individuen sich universal differenzsavers verhielten, eine Präferenz für Maxmin, eine externe Effizienzpräferenz oder ein reines Eigeninteresse aufwiesen. Darüber hinaus wurde ein Vergleich der experimentellen Ergebnisse zwischen den Treatments angestellt.

#### **1.4 Aufbau der Arbeit**

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in folgende Abschnitte: In dem Kapitel „2 Der Faire Handel“ erfolgt in 2.1 eine Einführung in das Konzept des Fairen Handels. In diesem Kontext wird auf die Geschichte und Entwicklung des Fairen Handels eingegangen, Fair Trade aus der Perspektive nachhaltiger Entwicklung sowie auf die Formation des fairen Preises. In 2.2 werden Forschungserkenntnisse zur Zahlungsbereitschaft der Konsumenten für fair gehandelte Produkte zusammengefasst. Nachfolgend wird in 2.3 das Käuferprofil beschrieben und in diesem Zusammenhang soziodemografische Merkmale genannt, das Wertemodell nach Schwartz für einen Fairtrade-Konsumenten erläutert sowie die Sinus-Segmentierung nach Lebensauffassung und Lebensweise. In 2.4 wird ein Vergleich der Einkaufsstätten der Fairtrade-Käufer – Supermarkt oder auf Fairtrade-spezialisiertes Geschäft – gezogen. Das Kapitel endet mit einer Aufführung der Kaufmotive und Kaufhindernisse in 2.5.

In dem Kapitel „3 Verteilungspräferenzen in der Verhaltensökonomik“ erfolgt nach einer kurzen Beschreibung ausgewählter Verteilungspräferenzen – Differenzaversion, Maximin-Präferenz und Effizienzpräferenz – in 3.1, eine Erläuterung zu den Aufteilungsspielen Ultimatumspiel, Diktatorspiel und Solidaritätsspiel in 3.2. In „3.3 Grundlegende Literatur zu den Verteilungspräferenzen“ werden modelltheoretische Ansätze von Fehr und Schmidt (1999) und deren Erweiterungen, das ERC-Modell von Bolton und Ockenfels (2000) sowie das Präferenzmodell von Charness und Rabin (2002) beschrieben und darüber hinaus experimentelle Studien zu den Verteilungspräferenzen sowie Präferenzmodellen präsentiert.

In Kapitel „4 Meinungsumfrage zur Ermittlung von Verteilungspräferenzen der Fairtrade-Konsumenten“ wird zunächst das Ziel der Meinungsumfrage in 4.1 formuliert und in 4.2 soziodemografische Charakteristika der Stichprobe aufgeführt. Eine Auswertung der einzelnen Fragen und Interpretation erfolgt in 4.3. Überdies werden in 4.4 Besonderheiten der Ergebnisse nach soziodemografischen Merkmalen hinsichtlich Geschlecht, Alter und Einkommen beleuchtet. Die Ergebnisse dieser Meinungsumfrage führen zu einer Herleitung eines konzeptionellen Modells in Kapitel 5, bei dem es sich um eine Erweiterung des Distributionsansatzes des Charness/Rabin-Modells (2002) handelt.

In dem folgenden Kapitel „6 Experimentelle Studie“ sollte geprüft werden, ob die Versuchsteilnehmer die Verteilungspräferenzen des konzeptionellen Modells offenlegen. Nach einer Beschreibung der Basisliteratur in 6.1, die sich auf das experimentelle Design von Charness und Rabin (2002) bezieht, werden Modifikationen zu diesem in 6.2 erläutert. In dem folgenden Gliederungspunkt 6.3 werden das Design und die Durchführung des Experiments beschrieben. In „6.4 Experimentelle Befunde“ wird nach einer kurzen Ausführung soziodemografischer Charakteristika der Stichprobe, die Befunde für das *ungeframte* und *geframte* Treatment bezüglich der einzelnen Spiele (*Game-by-Game*-Ergebnisse), jene Erkenntnisse aus einer vergleichenden Methodik zwischen jeweils zwei Spielen (*Between-Games*-Ergebnisse) sowie Befunde beim Vergleich der Treatments (*Between-Treatments*-Ergebnisse) präsentiert. Das Kapitel schließt mit einer Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse in 6.5. Ferner werden im Kapitel 7 eine Zusammenfassung der vorliegenden Arbeit und ein Ausblick auf zukünftigen Forschungsbedarf gegeben.

## 2 Der Faire Handel

Die internationalen Dachorganisationen World Fair Trade Organization (WFTO), Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) und die European Fair Trade Association (EFTA) einigten sich 2009 auf folgende (offizielle) Definition des Fairen Handels:

*„Fairer Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen - insbesondere in den Ländern des Südens - leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung. Fair Handels-Organisationen engagieren sich (gemeinsam mit VerbraucherInnen) für die Unterstützung der ProduzentInnen, die Bewusstseinsbildung und die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.“ (GEPA, 2013).*

In diesem Kapitel soll zunächst eine Einführung in das Konzept des Fairen Handels in 2.1 erfolgen, nachdem in den darauffolgenden Gliederungspunkten auf die Zahlungsbereitschaft der Konsumenten in 2.2, das Käuferprofil in 2.3 und die Kaufmotive und Kaufhindernisse fair gehandelter Produkte in 2.4 eingegangen werden.

### 2.1 Einführung in das Konzept des Fairen Handels

Der Faire Handel kann als eine Alternative zum konventionellen Handel gesehen werden. Während in der Außenhandelstheorie die Annahme des Freihandels getroffen wird, kommen in der Realität protektionistische Maßnahmen, sogenannte Handelshemmnisse, vor. Es wird unterschieden in tarifäre Handelshemmnisse, wie z.B. Zölle, und nichttarifäre Handelshemmnisse, wie z.B. Importquoten oder Festsetzung von ökologischen oder sozialen Standards auf Produkte (Vgl. von Hauff und Claus, S. 21f., Krugman und Obstfeld, 2009). Moore (2004, S. 76) stellt sogar fest, der Faire Handel wäre eine Bewegung zwischen dem Freihandel und Protektionismus.

Dennoch ist anzumerken, dass der Faire Handel bisher noch nicht hinreichend theoretisch behandelt wurde. Es existieren nur einige wenige theoretische Ansätze bzw. Anwendung

des Fairen Handels auf die traditionellen Handelsansätze. Bestrebungen, den Fairen Handel im Kontext der Handelstheorie zu beleuchten, gehen u.a. zurück auf von Hauff und Claus (2012, S. 161ff.) sowie Maseland und De Vaal (2002), was hier jedoch nicht vertieft werden soll.

In diesem Gliederungspunkt wird zunächst in 2.1.1 die Geschichte und die Entwicklung des Fairen Handels aufgeführt, während in 2.1.2 der Faire Handel als Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung dargestellt und in 2.1.3 die Formation des fairen Preises beschrieben werden soll.

### **2.1.1 Geschichte und Entwicklung des Fairen Handels**

Das Konzept des Fairen Handels kann zurückgeführt werden auf den im Jahr 1860 erschienenen Roman *Max Havelaar of de koffijveilingen der Nederlandsche Handelsmaatschappij* (Titel in deutscher Übersetzung: *Max Havelaar oder die Kaffeeversteigerungen der Niederländischen Handels-Gesellschaft*) von dem niederländischen Autor Multatuli, der auf die Ungerechtigkeit des Kaffeehandels zwischen Indonesien und den Niederlanden zur Kolonialzeit aufmerksam macht (Vgl. DAWS, 2011, S. 14; De Ferran und Grunert, 2007, S. 219; Witkowski, 2005, S. 22).

Während in den USA bereits im Jahr 1958 das erste Geschäft mit fair gehandelten Produkten eröffnet wurde, konnte der erste europäische Laden 1961 in den Niederlanden errichtet werden. In den folgenden Jahren wurden mehrere internationale Organisationen gegründet, die zum Wachstum des Fairen Handels beitrugen (1964 gründet die britische Hilfsorganisation Oxfam die erste Alternative Trading Organization – ATO, namens Oxfam Trading; 1984 die European Fair Trade Association – EFTA; 1989 die International Fair Trade Association – IFAT, deren Umbenennung in World Fair Trade Organization – WFTO, 2009 erfolgte). Im Jahr 1973 wurde, von der niederländischen Stiftung, S.O.S. Wereldhandel (1959 gegründet und nun bekannt unter dem Namen Fair Trade Original), der weltweit erste fair produzierte Kaffee aus Guatemala importiert und 1988 erstmalig in Supermärkten vertrieben. Während im Jahr 1988 in den Niederlanden bereits das erste Fairtrade-Siegel von der Max-Havelaar-Stiftung eingeführt wurde (zunächst nur für Kaffee), gründeten sich im Jahr 1992 weitere Lizenzierungsorganisationen, die die Vergabe des Fairtrade-Siegels für fair gehandelte



Produkte genehmigen, wie etwa der deutsche Verein TransFair, die schweizerische Max-Havelaar-Stiftung oder die österreichische TransFair (heute Fairtrade Österreich). Die Überwachung dieser nationalen Fairtrade-Organisationen erfolgt über die World Fair Trade Organization (Vgl. DAWS, 2011, S. 14f.; EFTA, 2006; TransFair, 2013a; Witkowski, 2005, S. 22).

Die Voraussetzung für ein Siegel ist, dass bei der Herstellung der Ware sogenannte Fairtrade-Standards eingehalten werden. Diese Fairtrade-Standards sind ökonomische (z.B. Zahlung fairer Löhne, Fairtrade-Prämie), soziale (z.B. Einhaltung von Menschenrechten, Arbeitsstandards) und ökologische (z.B. Schutz der Biodiversität) Kriterien<sup>1</sup>, die von der Fairtrade International – FLO – festgesetzt werden. Überdies leistet die FLO den Produzenten Hilfestellung bei der Umsetzung der Fairtrade-Standards. Die FLO-CERT übernimmt die Aufgabe der Überprüfung und Zertifizierung der Produzentenorganisationen bei Einhaltung dieser Richtlinien (Vgl. DAWS, 2011, S. 15ff.; EFTA, 2006; TransFair, 2013a).

Im Wesentlichen wird bei den Produzentenorganisationen in die Typen Kleinbauernorganisationen, Vertragsanbau sowie Plantagen mit angestellten Arbeitern unterschieden. Kleinbauernorganisationen sind Bauernfamilien, die ohne Hilfe externer Arbeiter die Plantagen bewirtschaften und die Erlöse gleichberechtigt unter den Mitgliedern aufteilen bzw. demokratisch über die Verwendung abstimmen. Vertragsanbau betreiben Produzenten, die noch nicht hinreichend organisiert sind, um die Kriterien der Kleinbauern zu erfüllen. Daher gehen sie eine Kooperative ein mit größeren Plantagen, Fabriken oder Nichtregierungsorganisationen mit dem Ziel, von ihnen gefördert zu werden, um langfristig selbst als Kleinbauernorganisation am Fairen Handel zu partizipieren. Die dritte Erscheinungsform der Produzentenorganisation, die Plantagenarbeiter, werden unterstützt durch die Gewährleistung von Arbeitsplatzstandards, Einhaltung von Menschenrechten, Garantie eines fairen Lohnes, der mindestens die Höhe des regionalen Durchschnittlohns oder gesetzlichen Mindestlohn entspricht sowie die Möglichkeit der Gründung eines Betriebsrats, der über die Fairtrade-Prämie verwaltet (Vgl. FLO, 2012a, S. 38 f.; TransFair, 2013b).

---

<sup>1</sup> Näheres hierzu siehe Gliederungspunkt 2.1.2.2 Applikation des Integrierenden Nachhaltigkeitsdreiecks auf das Konzept Fair Trade.

Die Nachfrage nach fair gehandelten Produkten ist in den letzten Jahren sprunghaft angestiegen. Weltweit wurden im Jahr 2011 Fairtrade-zertifizierte Produkte für rund 5 Milliarden Euro veräußert, was einem Anstieg von 12% (600 Millionen Euro) im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Neben den USA und Großbritannien ist Deutschland eines der Länder mit dem höchsten Einzelhandelsumsatz fair gehandelter Waren (Vgl. FLO, 2012b, S. 12). In Deutschland beliefen sich die Umsätze in 2011 auf 400 Millionen Euro und kletterten 2012 auf 533 Millionen Euro, was einem Wachstum von 33% zum Vorjahr entspricht. Die Umsatzentwicklung hat sich darüber hinaus in den letzten zehn Jahren mehr als verzehnfacht. Neben fairem Kaffee (251 Millionen Euro) verbuchten Blumen (81 Millionen Euro), Eiscreme (48 Millionen Euro), Textilien (42 Millionen Euro) und Bananen/Südfrüchte (38 Millionen Euro) die höchsten Umsätze im Jahr 2012 in Deutschland. Besonders stark entwickelten sich hierbei, verglichen zum Vorjahr, Eiscreme (Umsatzzuwachs von 214 %), Blumen (Umsatzzuwachs von 173 %) sowie Textilien (Umsatzzuwachs von 157 %) (Vgl. TransFair, 2013f, S. 3).

Ein Anstieg der Produktvielfalt fairer Waren, verstärkte Bemühungen und Unterstützung in Handel und in der Gastronomie (sehr beliebt z.B. fairer Kaffee) sowie ein gestiegenes nachhaltiges Bewusstsein der Konsumenten trägt zu diesem Erfolg bei. Aber auch ein weltweites Wachstum der Fairtrade-zertifizierten Produzentenorganisationen von 632 im Jahr 2005 auf 991 im Jahr 2011 (Länderranking: Peru führt mit 91 Produzentenorganisationen, gefolgt von Kolumbien mit 82, Indien mit 72 sowie Kenia mit 60) und damit eine gestiegene Anzahl an Fairtrade-Produzenten begünstigen die hohen Umsatzerlöse (Vgl. FLO, 2012a, S. 35ff.). Während im Jahr 2010 1,1 Millionen Kleinbauern und Arbeiter im Fairtrade-System gemeldet wurden, waren es 1,24 Millionen in 2011, was einem Anstieg von 13% entspricht (Vgl. FLO, 2012a, S. 13f., S. 19). Die berichtete Gesamtsumme der Fairtrade-Verkaufserlöse der Produzentenorganisationen beliefen sich auf 673 Millionen Euro für 2010-11 und die Fairtrade-Prämieneinnahmen auf 61,1 Millionen Euro (Vgl. FLO, 2012a, S. 13f.).

### **2.1.2 Der Faire Handel – Ein Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung**

Per Definition leistet der Faire Handel einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung (Vgl. GEPA, 2013). Die Begründung des Konzepts Fair Trade auf der Grundlage nachhaltiger Entwicklung ist zu finden in dem Buch von von Hauff und Claus (2012). In

diesem Gliederungspunkt wird in 2.1.3.1 das Integrierende Nachhaltigkeitsdreieck beschrieben und in 2.1.3.2 erfolgt eine Applikation des Integrierenden Nachhaltigkeitsdreiecks auf das Konzept des Fairen Handels. Letzteres soll dazu dienen die Handlungsbereiche des Fairen Handels mit Hilfe des Integrierenden Nachhaltigkeitsdreiecks zu systematisieren.

### 2.1.2.1 Das Integrierende Nachhaltigkeitsdreieck

Von Hauff adjustierte das Gibbsche Dreieck, das ursprünglich aus der Physikalischen Chemie stammt, auf die Nachhaltigkeit (Vgl. von Hauff und Kleine, 2006, 2009a, S. 124ff.). Das Integrierende Nachhaltigkeitsdreieck erklärt sich wie folgt:

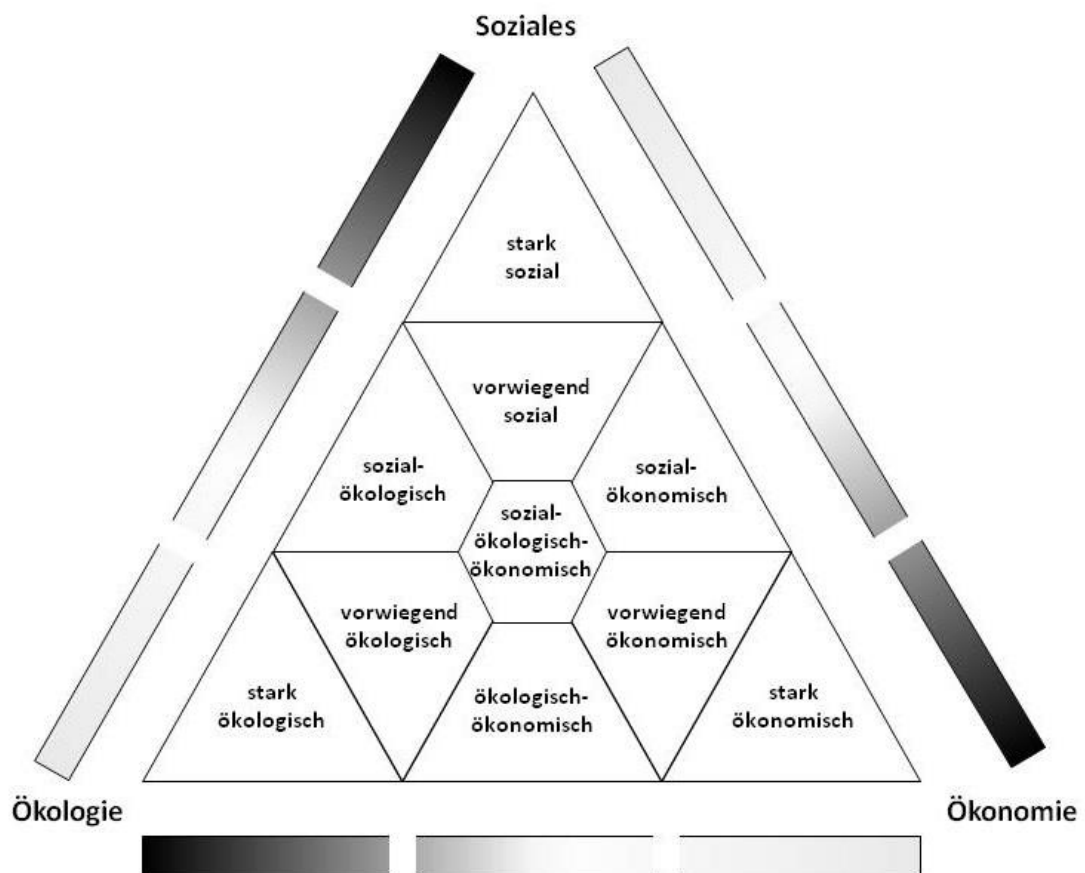


Abbildung 1: Das Integrierende Nachhaltigkeitsdreieck, erstmals veröffentlicht in von Hauff und Kleine (2005), eigene Darstellung

In dem Integrierenden Nachhaltigkeitsdreieck verkörpern die Eckpunkte die Ziele der ökologischen, ökonomischen sowie sozialen Nachhaltigkeit. Diese sogenannten

Dimensionen sind gleichgewichtet, was durch die Gleichseitigkeit des Dreiecks zum Ausdruck kommt. Das Innere des Dreiecks bildet ein Kontinuum, das die Dimensionen miteinander verbindet und Mischungsverhältnisse zwischen den Dimensionen ermöglicht. Überdies wird in eine starke, teilweise und schwache Zuordnung zu der entsprechenden Dimension unterschieden. Bei einer starken Zuordnung handelt es sich um die dreieckigen Felder, die sich direkt im Eckpunkt befinden (unten links stark ökologisch, unten rechts stark ökonomisch, oben stark sozial), während die teilweise Zuordnung sich im mittleren Bereich des Dreiecks befindet (z.B. würde teilweise ökologische Zuordnung die Felder vorwiegend ökologisch, sozial-ökologisch, ökologisch-ökonomisch sowie den linken Teil des Feldes sozial-ökologisch-ökonomisch umfassen) und die schwache Zuordnung am gegenüberliegenden, angrenzenden Bereich des Dreiecks, demnach am weitesten entfernt von der entsprechenden Dimension (z.B. für eine schwache ökologische Zuordnung die Felder stark sozial, sozial-ökonomisch, stark ökonomisch, vorwiegend sozial, vorwiegend ökonomisch und den rechten Teil des Feldes sozial-ökologisch-ökonomisch) (Vgl. von Hauff und Kleine, 2006, 2009a, S. 124ff.).

Ferner wird den Feldern nahe einer Ecke einer jeden der drei Dimensionen (z.B. für die Dimension Ökologie die Felder stark ökologisch und vorwiegend ökologisch) eine gewisse eigenständige Nachhaltigkeitsforderung zugeschrieben. Zwischen zwei Nachhaltigkeitsdimensionen befinden sich Schnittstellen (z.B. das Feld ökologisch-ökonomisch zwischen den Dimensionen Ökonomie und Ökologie steht für Ökoeffizienz). In das innere Feld sozial-ökologisch-ökonomisch, sozusagen das Herzstück des Integrierenden Nachhaltigkeitsdreiecks, gehen die drei Dimensionen zu gleichen Anteilen ein (Vgl. von Hauff und Kleine, 2006, 2009a, S. 124ff.).

### **2.1.2.2 Applikation des Integrierenden Nachhaltigkeitsdreiecks auf das Konzept Fair Trade**

Das Konzept des Fairen Handels fußt – wie schon erwähnt – auf der Umsetzung der Ziele ökonomischer, ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit. Im Folgenden wird eine Darstellung präsentiert, die eine Systematisierung der nachhaltigen Handlungsbereiche

des Konzepts Fair Trade für die Landwirtschaft<sup>2</sup> veranschaulicht, abgebildet durch das Integrierende Nachhaltigkeitsdreieck:

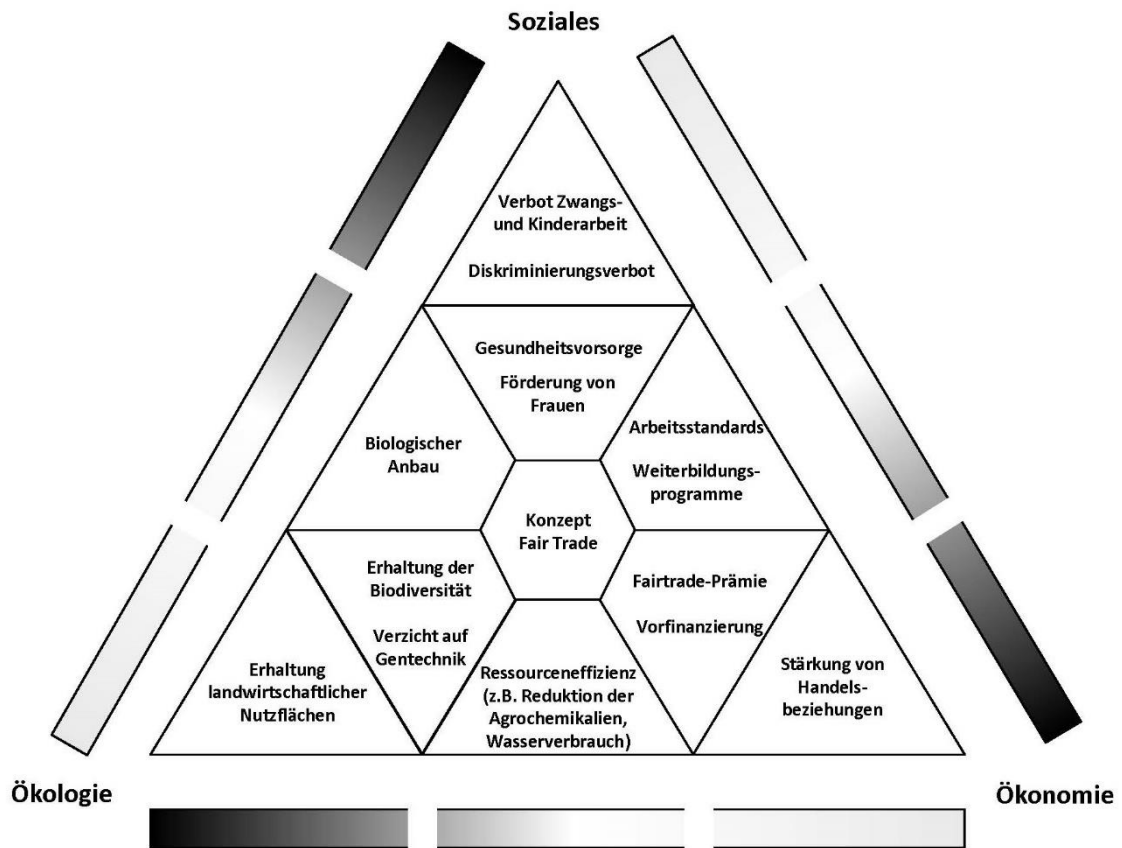


Abbildung 2: Handlungsbereiche des Konzepts Fair Trade (Landwirtschaft), eigene Darstellung

Die Stärkung langfristiger Handelsbeziehungen ist ein bedeutendes Grundprinzip für den Fairen Handel und wird dem stark ökonomischen Feld des Integrierenden Nachhaltigkeitsdreiecks zugeschrieben. Die Auszahlung einer Fairtrade-Prämie<sup>3</sup> zur

<sup>2</sup> Handlungsbereiche des Fair-Trade-Konzepts werden an dieser Stelle lediglich für die faire Landwirtschaft betrachtet. Bereiche wie etwa der Faire Bergbau oder der Faire Tourismus müssten in verschiedenartigen Dreiecken abgebildet werden.

<sup>3</sup> Investitionsmöglichkeiten der Fairtrade-Prämie (Vgl. FLO, 2012a, S. 56ff.) bestünden in der Unterstützung der Gemeinde (z.B. Gemeindeentwicklung, Infrastruktur, Gemeinschaftskreditmodelle, Katastrophenhilfe, Wohlfahrtsinstitutionen), Bildung (z.B. schulische Infrastruktur, Zahlung von Schulgebühren, Stipendien und Fördergelder, Schulung der Lehrkräfte), Umwelt (Projekte außerhalb der Plantagen, wie z.B. Bodenverbesserung, Wasserspeicherung, Kompostierung und Bodenschutz), Gesundheit (z.B. Krankenhaus-Infrastruktur, Fachkräfte und Ausstattung, Krankenversicherung, Impfungen), Geschlechtergleichstellung (z.B. Aus- und Weiterbildungen, Gender-Trainings), Investitionen in die Entwicklung der Arbeiter (z.B. Schulung und Weiterentwicklung in Lesen und Schreiben, Computer), der Arbeiter (z.B. Kinderbetreuungseinrichtungen, Kreditvergabe, Wohnsituation).

Unterstützung der Produzenten im Fairtrade-System sowie die Möglichkeit einer Vorfinanzierung um den Produzenten eine gewisse Planungssicherheit zu garantieren sind vorwiegend ökonomisch. Überdies wird unter der sozialen Nachhaltigkeit die Einhaltung von Menschenrechten, wie das Verbot von Zwangs- und Kinderarbeit oder das Diskriminierungsverbot, verstanden. In das Feld vorwiegend sozial gehen die Gewährleistung einer Gesundheitsvorsorge sowie die Förderung von Frauen ein, während sozial-ökonomisch bedeutet, dass die Arbeitsbedingungen den gesetzlichen Mindestanforderungen entsprechen und darüber hinaus Weiterbildungsprogramme für die Produzenten angeboten werden (Vgl. TransFair, 2013b, 2013d, 2013e).

Ferner müssen sich die Produzenten an bestimmte Auflagen hinsichtlich eines umweltfreundlichen Anbaus halten. Zu diesen Kriterien zählt die Erhaltung landwirtschaftlicher Nutzflächen, die dem Feld stark ökologisch zugeordnet wird. Schutz und Erhaltung der Biodiversität sowie Verzicht auf Gentechnik sind hingegen vorwiegend ökologisch. Die Förderung eines biologischen Anbaus durch einen höheren Fairtrade-Mindestpreis für Bio-Waren kann als sozial-ökologisch angesehen werden, während Ressourceneffizienz, wie die Reduktion des Wasserverbrauchs und des Einsatzes von Agrochemikalien, ökologisch-ökonomisch ist. Im Kern des Dreiecks befindet sich das Konzept Fair Trade, beschrieben durch den Fairtrade-Minimumpreis<sup>4</sup>, der den Produzenten zugesichert wird (Vgl. TransFair, 2013b, 2013c, 2013d).

Die Adjustierung der nachhaltigen Handlungsbereiche des Konzepts Fair Trade aus dem Bereich der Landwirtschaft auf das Integrierende Nachhaltigkeitsdreieck sollte einer systematisierten Übersicht dienen. Ferner besteht die Möglichkeit einer Erweiterung um die Systematisierung von Handlungsfeldern, um Indikatoren abzuleiten, auf die an dieser Stelle jedoch verzichtet wird.

### **2.1.3 Formation des fairen Preises**

Beim fairen Preis handelt es sich um den Preis, den die Produzenten für ihre Erzeugnisse erhalten. In den Fairtrade-Standards wird festgelegt, dass Produzenten für ihre Waren

---

<sup>4</sup> Der Fairtrade-Minimumpreis, den die Produzenten erhalten, entspricht mindestens dem Marktpreis für das entsprechende Produkt. Weitere Informationen hierzu sind nachzulesen im anschließenden Gliederungspunkt 2.1.3 Formation des fairen Preises.

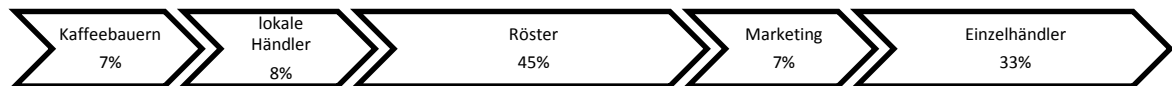
einen festgelegten Mindestpreis, einen sogenannten Fairtrade-Minimumpreis, erhalten. Dieser Fairtrade-Minimumpreis setzt sich zusammen aus den nachhaltigen Produktionskosten (*Cost of Sustainable Production – COSP*, Summe aus tatsächlichen Produktionskosten, Exportkosten und einer *Business Margin* zur Kompensation möglicher Fehlkalkulation) und den direkten Fair Handelskosten (*Direct Fairtrade Cost – DFC*, zur Abzahlung von Zertifizierungskosten). Der Fairtrade-Minimumpreis befindet sich für gewöhnlich über dem Marktpreis für das jeweilige Gut. Kommt es allerdings vor, dass auf Grund von externen Einflüssen der Fairtrade-Minimumpreis unter dem Marktpreis liegt, so ist der Marktpreis der relevante Referenzpreis, für den die Produzenten ihre Erzeugnisse veräußern. Zusätzlich wird den Produzenten eine Fairtrade-Prämie (*Fairtrade Investment Premium – FIP*) zugesichert, die in Gemeinschaftsprojekte investiert werden kann. Für gewöhnlich beläuft sich diese auf 15% der Produktionskosten. Der Fairtrade-Minimumpreis und die Fairtrade-Prämie bilden den fairen Preis für das Gut. Darüber hinaus sind die folgenden beiden optionalen Zuschläge von der Art des Anbaus (biologisch oder herkömmlich) sowie von der Qualität der Ware abhängig. Wenn die Ware biologisch angebaut ist, wird ein Bio-Aufschlag (*Organic Differential – OD*) gewährt, um die Bio-Zertifizierungskosten zu decken. Ferner wird zumeist unterschieden in verschiedene Qualitätsstufen der Ware (Bewertung per Punktesystem). Eine bessere qualitative Produktion geht mitunter mit erhöhten Herstellungskosten einher, die durch ein sogenanntes Markt- oder Qualitätsdifferential (*Market Differential – MD*) ausgeglichen werden kann (Vgl. Jung, 2005, S. 10f.).

Die Preiszusammensetzung fair gehandelter Erzeugnisse soll im Folgenden noch einmal zusammengefasst werden. Der faire Preis (*Fairtrade Price – FTP*), den die Produzenten für das Gut erhalten, setzt sich zusammen wie folgt (Vgl. Jung, 2005, S. 10f.):

$$\begin{aligned}
 FTP &= \underbrace{COSP + DFC}_{\text{Fairtrade-Minimumpreis}} + FIP + (OD) + (MD) \\
 &= \underbrace{\phantom{COSP + DFC} + FIP}_{\text{Fairer Preis für das Produkt}} + (OD) + (MD) \\
 &= \underbrace{\phantom{COSP + DFC} + FIP + (OD)}_{\text{Fairer Preis für das Bio-Produkt}} + (MD) \\
 &= \underbrace{\phantom{COSP + DFC} + FIP + (OD) + (MD)}_{\text{Fairer Preis für das hochqualitative Bio-Produkt}}
 \end{aligned}$$

Es ist bekannt, dass den Fairtrade-Produzenten die fairen Erzeugnisse für einen höheren Preis abgenommen werden verglichen zu den Produzenten konventioneller Güter bzw. jenen, die nicht nach den Kriterien des Fairen Handels produzieren. Im Folgenden wird eine Gegenüberstellung des Verdienstes am Verkaufspreis konventionellen Kaffees vs. Fairtrade-Kaffees vorgestellt (Nicholls und Opal 2005, S. 83f.):

#### Konventioneller Kaffee:



#### Fair-Trade-Kaffee:



*Abbildung 3: Gegenüberstellung Verdienste am Verkaufspreis, konventioneller Kaffee vs. Fair-Trade-Kaffee, in Anlehnung an Nicholls und Opal (2005), S. 83, eigene Darstellung*

Die prozentualen Angaben zeigen, was die einzelnen Akteure am verkauften Kaffee verdienen. Zur Simplifizierung wurden Angaben zu Export-, Import- und Kaffeesteuern vernachlässigt. Deutlich wird, dass ein Kaffeebauer, der Fairtrade-Kaffee anbaut, sich besser stellt (12% vom Verkaufspreis) als ein konventioneller Kaffeebauer (7% vom Verkaufspreis). Geringe Unterschiede treten bei den lokalen Händlern auf (lokale Händler konventionellen Kaffees erwirtschaften 8% vom Verkaufspreis, lokale Händler fairen Kaffees 6% vom Verkaufspreis). Die Röster zur Herstellung konventionellen Kaffees generieren 45% vom Verkaufspreis, hingegen die Röster des Fairtrade-Kaffees 38% der Einnahmen. Ein größerer Teil des Verkaufspreises fairen Kaffees fließt in das Marketing (14%), indes nur 7% für konventionellen Kaffee. Einzelhändler konventionellen Kaffees erwirtschaften 33% vom Verkaufspreis, während die Einzelhändler von Fairtrade-Kaffee 30%, letztere also 3% einbüßen müssen. Nicholls und Opal weisen darauf hin, dass die Fair Trade Organisation keinen Verkaufspreis für die fair gehandelten Erzeugnisse vorgibt, es allerdings vorkommen kann, dass die Einzelhändler einen höheren Preis für Fairtrade-Produkte verlangen, um einen größeren Gewinn zu generieren (Vgl. Nicholls und Opal, S. 83).



Im folgenden Gliederungspunkt soll näher auf den Preis fairer Waren eingegangen werden, den die Konsumenten bereit wären zu zahlen.

## **2.2 Zahlungsbereitschaft der Konsumenten**

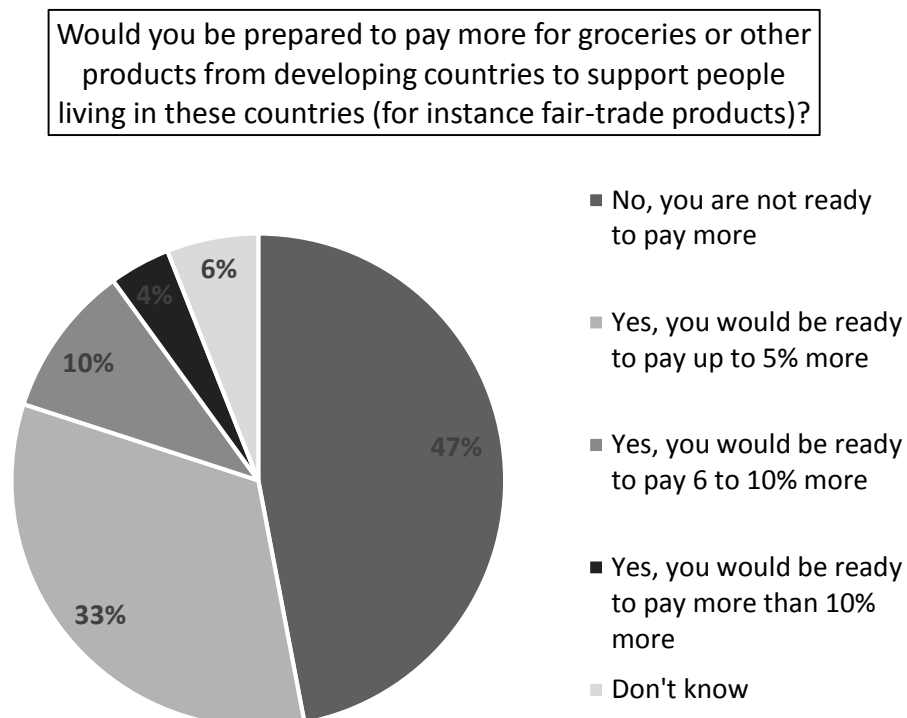
Es wird darauf hingewiesen, dass die folgenden Studien zur Zahlungsbereitschaft mit Vorsicht zu betrachten sind, da es bei Befragungen in hypothetischen Situationen des Öfteren zu einer Übertreibung der angegebenen Zahlungsbereitschaft kommt, die nicht der wahren Zahlungsbereitschaft entspricht (Vgl. Bishop und Heberlein, 1979; Bohm, 1972; List und Gallet, 2001). Es wird von einem „*attitude-behaviour-gap*“ gesprochen, also eine Kluft zwischen der Einstellung oder Intention und dem tatsächlichen Handeln. Insbesondere bei den fair gehandelten oder unter ethischen Bedingungen hergestellten Waren wird diese Kluft deutlich (Vgl. Bray, Johns und Kilburn, 2011; Howard und Allen, 2008; Roberts, 1996). Cowe und Williams (2000) sprechen von einem 30:3-Syndrom, eine positive Einstellung zum Kauf sei bei 30% der Konsumenten vorhanden, allerdings resultiert diese lediglich in einen Marktanteil von 3%.

In diesem Gliederungspunkt wird in 2.2.1 die Zahlungsbereitschaft für Fairtrade-Produkte, in 2.2.2 die Zahlungsbereitschaft für Fairtrade-Produkte verglichen zu jener für biologisch angebaute Produkte und in 2.2.3 die Zahlungsbereitschaft für Produkte hergestellt unter guten Arbeitsbedingungen, Verzicht auf Kinderarbeit sowie Einhaltung der Menschenrechte, näher beleuchtet.

### **2.2.1 Zahlungsbereitschaft für Fairtrade-Produkte**

In einer Studie der EU-Kommission gaben bereits 1997 74% der EU-Konsumenten an, dass sie bereit wären fair gehandelte Bananen zu erwerben, wenn diese genauso teuer wären wie herkömmliche Bananen, 11% würden keine Fairtrade-Bananen kaufen und 15% waren indifferent. Darüber hinaus waren 37% der Befragten bereit, einen Aufschlag von 10% über den konventionellen Preis für Fairtrade-Bananen zu zahlen, 11% einen Zuschlag von über 20% und 5% eine Erhöhung von über 30% (Vgl. European Commission, 1997, S. 5).

Aus einer aktuelleren Befragung der EU-Kommission aus dem Jahr 2011 geht hervor, dass 85% der EU-Bevölkerung es für wichtig halten, den Menschen in den Entwicklungsländern zu helfen (Vgl. European Commission, 2011, S. 8). Darüber hinaus gaben 47% der Befragten an, dass sie nicht bereit wären einen Aufschlag für Fairtrade-Produkte zu zahlen, 6% waren indifferent und 47% der EU-Bevölkerung hatten eine Bereitschaft mehr für fair-gehandelte Erzeugnisse auszugeben. Von ihnen würden 33% einen Aufschlag bis zu 5% zahlen, 10% der Europäer 6-10% über dem herkömmlichen Preis und 4% wären bereit mehr als 10% zu zahlen (Vgl. European Commission, 2011, S. 52). Zur Veranschaulichung wird dies in der folgenden Grafik noch einmal aufgezeigt:



*Abbildung 4: Zahlungsbereitschaft für Fairtrade-Produkte, Europäische Kommission (2011), S. 52, eigene Darstellung*

Von den befragten EU-Mitgliedern war die höchste Zahlungsbereitschaft für fair gehandelte Produkte bei den Ländern am größten, die einen hohen Lebensstandard genießen (Niederlande, Schweden, Luxemburg, Finnland, Dänemark, Deutschland), während sie bei in den Ländern mit einem geringeren Lebensstandard (Portugal, Ungarn, Bulgarien, Lettland) niedriger war (Vgl. European Commission, 2011, S. 53).

In einer E-Mail-Umfrage fanden De Pelsmacker, Driesen und Rayp (2005) heraus, dass für die Befragten beim Kaffeekauf nach Marke und Geschmack der Verweis auf Fairtrade am wichtigsten ist (Röstung und Verpackung nahmen einen unbedeutenderen Stellenwert ein). Etwa 35% der Befragten gaben an, einen Aufpreis von 10% (entspricht € 0,19) für fair gehandelten Kaffee zu zahlen, während einen Mehrbetrag von 27% (entspricht € 0,50) nur 10% der Kaffeekäufer in Kauf nehmen würden. Allerdings war die Zahlungsbereitschaft bei den Fairtrade-Liebhabern höher (Aufpreis von 36%) als bei den Marken- und Geschmacksliebhabern (Aufpreis von 5% oder weniger). Darüber hinaus konnten Arnot, Boxall und Cash (2006) zeigen, dass ein Preisanstieg von Fairtrade-Kaffee einen weniger negativen Effekt auf die Kaufbereitschaft hat als ein Preisanstieg auf herkömmlichen Kaffee. Bei einem Preisanstieg reagierten Fairtrade-Kaffee-Konsumenten seltener mit einem Wechsel zum günstigeren Kaffee (geringe Preissensitivität), während Käufer des herkömmlichen Kaffees bei einem Preisanstieg schneller bereit waren zu einem günstigeren Produkt zu wechseln.

In einem Experiment von Basu und Hicks (2008) hatten die Probanden die Wahl zwischen drei fair gehandelten Kaffeetypen, zwei davon besaßen ein Fairtrade-Logo, das dritte war nicht-zertifiziert. Bei den beiden fair gehandelten Kaffeetypen wurden zusätzlich prozentuale Angaben zum gestiegenen Ertrag des Fairtrade-Produzenten und zur Wachstumsrate der am Fairen Handel teilnehmenden Produzenten sowie eine Information zum Sitz des Zertifizierungsunternehmens bereitgestellt. Das Herkunftsland sowie der Kaffeepreis waren für alle drei Kaffeetypen öffentlich. Eine Entscheidungssituation aus dem Experiment von Basu und Hicks wird im Folgenden gezeigt:





Coffee A	Coffee B	Coffee C
\$2.50	\$2.25	\$1.00
		
This Brand's Fair Trade Performance	This Brand's Fair Trade Performance	No Information Available
Increased Grower Revenue: 75% Increased Grower Participation: 25%	Increased Grower Revenue: 50% Increased Grower Participation: 3%	
Certified Fair Trade by the United States Department of Agriculture.	Certified Fair Trade by the Colombian Coffee Growers' Association.	
Grown in Brazil	Grown in Colombia	Grown in Costa Rica
		
↓	↓	↓
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Choose Coffee A	Choose Coffee B	Choose Coffee C
I wouldn't buy any of these <input type="checkbox"/>		

Abbildung 5: Experimentelles Design, Basu und Hicks (2008), S. 21

Es konnte beobachtet werden, dass die Probanden bereit waren, einen Aufpreis von über \$ 1,00 für einen fair gehandelten kolumbianischen Kaffee zu zahlen verglichen zum nicht-zertifizierten kolumbianischen Kaffee. Darüber hinaus erhöhte sich die Zahlungsbereitschaft der Versuchsteilnehmer mit einem Anstieg des Einkommens der Fairtrade-Produzenten (z.B. wurde Coffee A mit einem *Increased Grower Revenue* von 75% präferiert über Coffee B mit einem *Increased Grower Revenue* von 50%). Die Autoren reden von einer Armutsaversion, die jedoch nur bis zu einem kritischen Grenzpunkt greift. Über diesen Grenzpunkt hinaus sank die Zahlungsbereitschaft. Grund für das Abklingen sehen die Autoren in einer Ungleichheitsaversion gegenüber den nicht am Fairtrade-Programm teilnehmenden Produzenten. Beim Vergleich der deutschen mit den US-amerikanischen Versuchspersonen fiel auf, dass der kritische Grenzpunkt der US-Amerikaner höher lag als bei den Deutschen, was zeigt, dass die Deutschen einen größeren Wunsch nach einem gleichmäßigen Verdienst zwischen den Fairtrade-Produzenten und jenen Produzenten verspüren, die nicht im Fairtrade-Programm sind.

Darüber hinaus können Konsumenten eine Intention haben, lokale, fair gehandelte Produkte zu erwerben, um auf diese Weise auch die regionalen Produzenten zu unterstützen. Bei einem Feldexperiment von Toler, Briggeman, Lusk und Adams (2009), das sowohl auf einem Bauernmarkt als auch im Supermarkt durchgeführt wurde, sollten die Probanden Angebote für vier Tickets abgeben: Ticket 1 („\$ 4 für Sie und \$ 7 für einen regionalen Bauern“), Ticket 2 („\$ 4 für Sie und \$ 7 für einen nicht-regionalen Bauern“), Ticket 3 („\$ 4 für Sie und \$ 1 für einen regionalen Bauern“) und Ticket 4 („\$ 4 für Sie und \$ 1 für einen nicht-regionalen Bauern“). Ticket 1 und 2 präsentieren nachteilhafte und Ticket 3 und 4 eine vorteilhafte Auszahlung für den Versuchsteilnehmer gegenüber dem Bauern. Wenn das Angebot der Probanden unter dem geheimen Preis (Preisbestimmung per Zufallsentscheid, zwischen \$ 0 und \$ 5) für das Ticket lag, gewannen sie nicht die Auktion. Lag das Angebot über dem geheimen Preis, so bezahlten sie diesen, erhielten die Residualzahlung und beobachteten wie die Auszahlung entweder für den regionalen oder nicht-regionalen Bauern eingetütet wurde.

Die höchste Zahlungsbereitschaft war für Ticket 1 (durchschnittlich \$ 3,80 auf dem Bauernmarkt und \$ 3,35 im Supermarkt). Beim Vergleich von Ticket 1 mit Ticket 2 (Wechsel vom regionalen Bauern zum nicht-regionalen Bauern), fällt auf, dass die Zahlungsbereitschaft um ungefähr \$ 1 sowohl auf dem Bauernmarkt als auch im Supermarkt geringer war. Bei Ticket 3 war die Zahlungsbereitschaft am zweithöchsten (durchschnittlich \$ 2,76 auf dem Bauernmarkt und \$ 2,81 im Supermarkt), obwohl die Probanden eine geringere Auszahlung (nur \$ 1) als die regionalen Bauern (\$ 4) erhielten. Dies zeigt, dass die Probanden sehr nachteilhaft ungleichheitsavers<sup>5</sup> waren. Die Zahlungsbereitschaft für Ticket 4 (*gematcht* mit nicht-regionalen Bauern) war ebenfalls geringer als die für Ticket 3. Es konnte beobachtet werden, dass die Versuchsteilnehmer die Tickets bevorzugt haben (Ticket 1 und 3), bei denen die regionalen Bauern eine Auszahlung erhalten. Darüber hinaus wurde enthüllt, dass die Probanden vom Bauernmarkt nicht mehr oder weniger ungleichheitsavers gegenüber regionalen Bauern eingestellt waren als die Befragten vom Supermarkt.

---

<sup>5</sup> Menschen präferieren gleichmäßige Auszahlungen. Es wird unterschieden in eine vorteilhafte Ungleichheitsaversion, wenn der Entscheidungsträger eine höhere Auszahlung als sein Gegenüber hat und in eine nachteilhafte Ungleichheitsaversion, wenn er schlechter gestellt ist als der andere. Auf das Modell der Ungleichheitsaversion von Fehr und Schmidt (1999) wird im Gliederungspunkt 3.3.1.1 näher eingegangen.

Die Zahlungsbereitschaft für fair gehandelte inländische Erdbeeren, die den Prinzipien des Fairen Handels (fairer Lohn, gute Arbeitsbedingung, etc.) unterliegen, untersuchten Howard und Allen (2008). Die Befragten dieser Studie gaben an, für die faire Ware einen Aufpreis über dem herkömmlichen Produkt (\$ 1,50) zu zahlen. 87,4% der Befragten wären bereit, für die fair gehandelten inländischen Erdbeeren einen Mehrbetrag von 5 Cents auszugeben, 67,6% 25 Cents, 67,9% 50 Cents und immerhin 34,8% würden die fairen Erdbeeren für einen Aufpreis von über \$ 1,50 kaufen. Ferner ergab diese Untersuchung, dass die Befragten mit einer höheren Zahlungsbereitschaft für fair gehandelte Erdbeeren oft jene waren, die häufig biologisch angebaute Produkte erwarben.

Im folgenden Gliederungspunkt wird daher ein Vergleich zwischen der Zahlungsbereitschaft für faire und biologisch angebaute Produkte gezogen.

### **2.2.2 Zahlungsbereitschaft für Fairtrade-Produkte verglichen zu jener für biologisch angebaute Produkte**

Sowohl in der Veröffentlichung von Loureiro und Lotade (2005) als auch in dem Experiment von Didier und Lucie (2008) waren die Zahlungsbereitschaften für faire Produkte höher als für jene von biologisch angebauten Produkten. In Loureiro und Lotade (2005) waren die Befragten bereit, für fair gehandelten Kaffee einen durchschnittlichen Aufschlag von 21,64 Cents/lb über dem Originalpreis zu zahlen, während sie biologisch angebaute Kaffeesorten, den *shade grown coffee*, für einen Mehrbetrag von 20,02 Cents/lb und den *organic coffee* für 16,25 Cents/lb erwerben würden.

Das Experiment von Didier und Lucie (2008) bestand aus drei Treatments. Im Treatment 1 sollten Probanden ihre Zahlungsbereitschaft für vier verschiedene Schokoladen nach dem Probieren angeben. Hingegen sollten sie im Treatment 2 ihre Zahlungsbereitschaft offenbaren in Abhängigkeit von dem auf der Verpackung befindlichen Bio-Logo, Fair Trade-Siegel, Bio/Fair Trade-Siegel oder ohne Zertifikat. Im Treatment 3 wurden sie aufgefordert mitzuteilen, was sie bereit wären auszugeben, nachdem sie die Produkte probiert sowie die Etikettierung begutachtet haben. Die durchschnittliche Zahlungsbereitschaft aus dem Treatment 2 für eine Tafel Fairtrade-Schokolade war höher (\$ 1,31), als jene für herkömmliche Schokolade (\$ 0,70) sowie für Schokolade aus biologischem Anbau (\$ 1,25). Für die Kombination aus biologisch hergestellter und fair

gehandelter Schokolade würden die Befragten durchschnittlich \$ 1,61 zahlen. Es konnte somit gezeigt werden, dass sich die Kennzeichnung der Ware mit Fair Trade (und zusätzlich Bio) positiv auf die Zahlungsbereitschaft auswirkt. Allerdings fanden die Autoren auch heraus, dass die Zahlungsbereitschaft in Treatment 2 für fair gehandelte Schokolade geringer war als im Treatment 3 und noch schwächer im Treatment 1, was darauf schließen lässt, dass der Geschmack eine nicht minder einnehmende Wirkung auf die Zahlungsbereitschaft hat.<sup>6</sup>

### **2.2.3 Zahlungsbereitschaft für Produkte hergestellt unter guten Arbeitsbedingungen, Verzicht auf Kinderarbeit sowie Einhaltung der Menschenrechte**

Prasad, Kimeldorf, Meyer und Robinson (2004) führten ein Experiment in einem Kaufhaus durch. Die Zahlungsbereitschaft von einem Paar Socken wurde untersucht, zum einen mit Vermerk darauf, dass diese unter guten Arbeitsbedingungen (d.h. Verzicht auf Kinderarbeit, Produktion nicht in Ausbeutungsbetrieben, gefahrenfreie Arbeitsstätte) hergestellt wurden (Preis variierte von \$ 1,00-\$ 1,40) und zum anderen ohne Information über die Produktion (Preis \$ 1,00). Die Autoren fanden heraus, dass 49% der Konsumenten die Socken mit Vermerk auf faire Produktion bevorzugten, wenn diese genauso teuer waren wie jene ohne Information. Bei einem Preisanstieg der unter guten Arbeitsbedingungen hergestellten Socken um 5% (Preis \$ 1,05) waren 29% der Befragten bereit diese zu erwerben, bei 10% (Preis \$ 1,10) wurden diese noch von 35% nachgefragt, bei einem Anstieg um 20% (\$ 1,20) gab es einen Käuferanteil von 25% und bei einer Preissteigerung von 40% (Preis \$ 1,40) waren 28% Konsumenten bereit dieses Produkt zu kaufen.

Bei einer Umfrage des Marymount University Center for ethical Concerns (1999) gaben 86% der Befragten an einen Aufpreis von \$ 1,00 (entspricht 5%) für ein Kleidungsstück bei einem Originalpreis von \$ 20,00 zu bezahlen, wenn garantiert wird, dass dieses unter

---

<sup>6</sup> In Schuldt, Muller und Schwarz (2012) wird Fairtrade-Schokolade und Schokolade, die in einem Unternehmen produziert wird, das seine Arbeiter ethisch behandelt (gute Arbeitsbedingungen und faire Löhne) von den Versuchsteilnehmern als kalorienärmer eingestuft als jene Schokolade, bei der die Arbeiter unter unethischen Bedingungen produzieren. Die Autoren fanden einen Halo-Effekt, bei dem eine positive Auffassung über die ethische Behandlung der Produzenten sich positiv auf eine gesundheitliche Einschätzung (geringe Kalorienanzahl) des Produkts auswirkt (ethisch hergestellte Schokolade: kalorienarm, unethische hergestellte Schokolade: kalorienreich).

guten Arbeitsbedingungen hergestellt wurde. In einer Studie der University of Maryland hatten die Konsumenten die Wahl zwischen einem Kleidungsstück für \$ 20,00, bei dem keine Informationen über die Hintergründe der Produktion gegeben wurde, und einem Kleidungsstück für \$ 25,00, welches zertifiziert wurde, dass es nicht in einem Ausbeutungsbetrieb produziert wurde. 76% der Befragten entschieden sich für das teure, *gelabelte* Kleidungsstück (Vgl. Program on International Policy Attitudes, 2000, S. 37f.). Die Studie von Elliott und Freeman (2004, S. 51ff.) ergab, dass die Konsumenten durchschnittlich bereit wären einen Mehrbetrag von 28% für einen Artikel mit einem Preis von \$ 10 sowie 15% mehr für einen mit einem Preis von \$ 100 zu zahlen, wenn dieser unter guten Arbeitsbedingungen hergestellt wurde.

Ferner wurden in einer Studie von Auger, Burke, Devinney und Louviere (2003) die Erwartungen erfragt, die Konsumenten an sowohl grundlegende Produkteigenschaften als auch an die Art und Weise der Herstellung der Waren haben. Konsumenten wären am ehesten bereit bei Turnschuhen einen Aufschlag zu zahlen, wenn dadurch die Passform verbessert werden würde (durchschnittlicher Aufpreis von \$ 14,49), gefolgt von Verzicht auf Kinderarbeit (durchschnittlicher Aufpreis von \$ 10,29), gute Lebensbedingungen der Produzenten (durchschnittlicher Aufpreis von \$ 8,52), sichere Arbeitsbedingungen bei der Herstellung (durchschnittlicher Aufpreis von \$ 8,21) und wenn die Arbeiter nicht weniger als den Mindestlohn erhalten (durchschnittlicher Aufpreis von \$ 8,11).

Bei der Feldstudie von Hiscox und Smyth (2006), durchgeführt in einem Einrichtungs- und Dekorationsladen, wurden die Zahlungsbereitschaften von Handtüchern und Kerzen untersucht, wenn diese zum einen als Produkte ausgewiesen wurden, die unter guten Arbeitsbedingungen (d.h. keine Diskriminierung der Arbeiter, keine Verletzung der Menschenrechte, sicherer und nicht gesundheitsgefährdenden Arbeitsplatz) hergestellt wurden und zum anderen, wenn auf diese Information verzichtet wurde (Kontrollgruppe). Es stellte sich heraus, dass der Absatz der Produkte mit Hinweis auf eine Produktion unter guten Arbeitsbedingungen dramatisch anstieg. Ferner waren diese Produkte relativ preisunelastisch bei einem Preisanstieg von 10% als auch von 20%.



## **2.3 Käuferprofil**

In diesem Gliederungspunkt wird in 2.3.1 diskutiert, ob soziodemografische Merkmale, wie z.B. Geschlecht, Alter, Bildungsgrad und Einkommenshöhe einen Einfluss auf das faire Kaufverhalten haben. Durchgeführt wurden die Untersuchungen hierzu primär in den USA und Europa. In 2.3.2 wird das Wertemodell nach Schwartz auf Fairtrade-Konsumenten angewendet und gezeigt welche Grundwerte bei den fairen Käufern besonders ausgeprägt sind. Ferner wird in 2.3.3 eine Studie des Sinus-Instituts für Markt- und Sozialforschung vorgestellt, die die Unterschiede der deutschen Zielgruppen des Fairen Handels, basierend auf dem Segmentationsmodell der Sinus-Milieus, skizziert. Die Sinus-Segmentierung erfolgt nach Lebensauffassung und Lebensweise der fairen Käufer.

### **2.3.1 Soziodemografische Merkmale**

In den meisten Publikationen konnte kein signifikanter Unterschied beim fairen (Kauf-) Verhalten zwischen den Geschlechtern beobachtet werden (Arnot, Boxall und Cash, 2006; Bezençon und Blili, 2011; Lusk und Briggeman, 2011; De Pelsmacker, Driesen und Rayp, 2005; Doran, 2009; De Pelsmacker, Janssens, Sterckx und Mielants, 2006; Sikula und Costa, 1994; Tsalikis und Ortiz-Buonafina, 1990). Hingegen fanden Howard und Allen (2008) heraus, dass die Zahlungsbereitschaft bei Frauen um 25% höher war als die bei Männern. Gidengil (1995) spricht darüber hinaus von sozialen Frauen und ökonomisch-denkenden Männern.

In Bezug auf das Alter der Fairtrade-Konsumenten entdeckten Bezençon und Blili (2011), dass die Häufigkeit der Kaufentscheidung für den Fairtrade-Kaffee bei den Befragten mit 55 Jahre oder jünger höher war als bei jenen ab 56-Jährigen. Allerdings war das Interesse Artikel über Fair Trade zu lesen bei den ab 56-Jährigen ausgeprägter. Darüber hinaus waren den Konsumenten mit 55 Jahren oder jünger von besonderer Wichtigkeit die Glaubwürdigkeit des Siegels und die Stärkung der Produzenten sowie von mittlerer Wichtigkeit die guten Arbeitsbedingungen und der Geschmack des fairen Produkts. Die Gruppe der 56-Jährigen und älter erachteten eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen und die Glaubwürdigkeit des Siegels als besonders wichtig sowie von mittlerer Wichtigkeit die umweltfreundliche Produktion und Stärkung der Produzenten.

Auch De Pelsmacker, Janssens, Sterckx und Mielants (2006) konnten feststellen, dass die älteren Befragten eine positivere Einstellung in Bezug auf den Fairen Handel hatten als die jüngeren. Bei Lusk und Briggeman (2011) waren die älteren Versuchsteilnehmer weniger egoistisch und mehr ungleichheitsavers eingestellt. Hingegen konnte die Studie von Littrell und Dickson (1999) zeigen, dass die Käufer jüngeren sowie mittleren Alters ein ausgeprägteres soziales Bewusstsein aufwiesen als die älteren. Hinsichtlich der Häufigkeit des Konsums von Fairtrade-Kaffee verglichen zu herkömmlichen Kaffee konnten Arnot, Boxall und Cash (2006) feststellen, dass diese bei den Studenten höher war (26,5%) als jene des Universitätspersonals (17%). Dagegen waren bei De Pelsmacker, Driesen und Rayp (2005) die Mehrheit der Kaffeekonsumenten in der Altersgruppe 31-44 Jahre Fairtrade-Liebhaber, während in der Altersgruppe 24–30 die Markenliebhaber und bei den 45+ die Geschmacksliebhaber dominierten. Nur in der Studie von Doran (2009) verhielten sich die Probanden in den untersuchten Altersgruppen homogen.

In den Publikationen von Bezençon und Blili (2011), De Pelsmacker, Driesen und Rayp (2005) sowie Doran (2009) hatten Unterschiede im Bildungsgrad der Fairtrade-Käufer keinen signifikanten Einfluss auf das Verhalten. Indessen konnten diverse andere Autoren einen Effekt beobachten. So verhalten sich Konsumenten mit einem höheren Bildungsgrad ethischer, kaufen dreimal häufiger fair gehandelte Produkte und haben eine positivere Einstellung bezüglich des Preises fairer Waren (Vgl. De Pelsmacker, Janssens, Sterckx und Mielants, 2006; European Commission, 1997; Littrell und Dickson, 1999). Indessen fanden Howard und Allen (2008) heraus, dass eine negative Korrelation zwischen der Anzahl an Ausbildungsjahren und dem Grad der Besinnung auf Nachhaltigkeit oder ethischen Konsums existiert. In ihrer Studie wollten die Befragten mit Universitätsabschluss 19% weniger für fair gehandelte inländische Früchte ausgeben als die Befragten ohne einen universitären Abschluss.

Es ist anzunehmen, dass Verbraucher mit einem besseren Bildungsabschluss sich in einem Beschäftigungsverhältnis mit einem höheren Verdienst befinden. Eine Veröffentlichung der Europäischen Kommission (2011) zeigt, dass das Einkommen bei der Investition in Lebensmittel sowie in Produkte aus den Entwicklungsländern eine Rolle spielt. So würden insgesamt 68% der leitenden Angestellten mehr für diese Waren ausgeben, während nur 35% der Hausfrauen und –männer und 36% der Erwerbslosen.

Allerdings würden auch 60% der Studenten einen Aufpreis in Kauf nehmen. Überraschenderweise korreliert das Einkommen negativ mit der Zahlungsbereitschaft bei Howard und Allen (2008), Besserverdienende wollten weniger für faire Produkte ausgeben als Geringverdienende.

Shaw und Clarke (1999) konnten feststellen, dass die religiöse Gesinnung einen positiven Einfluss auf die Achtsamkeit für bzw. Aufmerksamkeit auf Fair Trade hat. Dagegen beobachteten Doran und Natale (2011), dass die Nachfrage nach fairen Waren bei solchen Konsumenten höher war, die keiner Konfession angehörten, als die der religiösen Verbraucher (Buddhisten waren am ehesten bereit Fairtrade-Produkte zu erwerben, Protestanten und Katholiken am wenigsten).

Auch die politische Einstellung kann Auskunft auf das Konsumverhalten fairer Waren geben. Während Wähler des linken Flügels häufiger Fairtrade-Produkte erwerben und darüber hinaus eine höhere Zahlungsbereitschaft für diese Waren haben als der mittlere Flügel, ist die Nachfrage nach fairen Gütern bei dem mittleren Flügel höher als beim rechten (Vgl. European Commission, 1997).

Überdies scheint es Unterschiede in der Zahlungsbereitschaft für fair hergestellte Produkte zwischen den Ländern zu geben. So geht aus einer Befragung der 27 EU-Mitgliedsstaaten der Europäischen Kommission (2011, S. 53f.) – Eurobarometer genannt – hervor, dass von den befragten EU-Mitgliedern die höchste Zahlungsbereitschaft für Produkte mit deren Kauf Menschen in den Entwicklungsländern unterstützt werden, die Niederlande (Befürwortung: 80%), Schweden (Befürwortung: 76%), Luxemburg (Befürwortung: 74%), Finnland (Befürwortung: 69%), Dänemark (Befürwortung: 66%) und Deutschland (Befürwortung: 63%) zeigten, während Länder wie Portugal (Ablehnung mehr zu zahlen: 73%), Ungarn und Bulgarien (Ablehnung mehr zu zahlen: 71%) sowie Lettland (Ablehnung mehr zu zahlen: 70%) nicht bereit waren, mehr für diese Produkte auszugeben. Ersichtlich wird, dass die Kaufentscheidung für faire Produkte vom Lebensstandard des Landes abhängig ist. Howard und Allen (2008) konnten darüber hinaus signifikante Unterschiede in der Zahlungsbereitschaft bei den verschiedenen ethnischen Gruppen finden, z.B. würden Asiaten 25% mehr für ein fair gehandeltes Produkt ausgeben als Weiße und die nicht-lateinamerikanischen Befragten.

### 2.3.2 Wertemodell nach Schwartz für einen Fairtrade-Konsumenten

Schwartz definiert Werte „... *as desirable transsituational goals, varying in importance, that serve as guiding principles in the life of a person or other social entity*“ (Schwartz, 1994, S.21). Individuen unterscheiden sich also in der Wichtigkeit, die sie bestimmten Werten beimessen und nicht in der Auffassung dieser. Werte können als Ziele und Leitlinien verstanden werden, die durch Sozialisation sowie durch individuelle Erfahrungen und Lernen erlangt werden. Sie dienen der Bewertung von Handlungen und lösen diese aus. Ferner können sie als Interessen einer sozialen Einheit fungieren (Vgl. Schwartz, 1994).

In dem Zeitraum von 1988 bis 1993 überprüfte Schwartz seine Wertetheorie in 44 Ländern (*97 Samples*). Bei den 25.863 Befragten handelte es sich primär um Studenten. Seine Befunde ergaben, dass sich 57 Grundwerte zu 10 Wertetypen zusammenfassen lassen, die wiederum ein Wertesystem ergeben (Vgl. Schwartz, 1994, S. 22; Bardi und Schwartz, 2003, S. 1208; Doran, 2009, S. 551). Diese Zusammenhänge werden in der folgenden Tabelle aufgezeigt:

<b>Wertetyp</b>	<b>Motivationale Ziele</b>	<b>Grundwerte</b>
Macht ( <i>Power</i> )	Sozialer Status, Dominanz über Menschen und Ressourcen	Soziale Macht, soziale Anerkennung, Gesicht in der Öffentlichkeit, Autorität, Besitz
Leistung ( <i>Achievement</i> )	Persönlicher Erfolg gemäß den sozialen Standards durch Demonstrieren von Kompetenzen	Erfolg, Können, Einfluss, Intelligenz, Ehrgeiz
Hedonismus ( <i>Hedonism</i> )	Freude und sinnliche Befriedigung	Genuss, das Leben genießen, Maßlosigkeit
Stimulation ( <i>Stimulation</i> )	Verlangt nach Abwechslung, Reiz des Neuen und Herausforderungen im Leben	Wagemut, aufregendes und abwechslungsreiches Leben
Selbstbestimmung ( <i>Self-direction</i> )	Unabhängiges Denken und Handlungswahl, etwas erschaffen, erforschen	Kreativität, Neugierde, Freiheit, eigene Ziele wählen, Unabhängigkeit, Selbstachtung
Universalismus ( <i>Universalism</i> )	Verständnis, Wertschätzung, Toleranz und Schutz für das Wohlbefinden aller Menschen und der Natur	Weltoffenheit, Weisheit, soziale Gerechtigkeit, Gleichheit, eine Welt des Friedens und der Schönheit, Eins sein mit der Natur, Umweltschutz
Humanismus ( <i>Benevolence</i> )	Erhaltung und Förderung des Wohlergehens von nahestehenden Menschen	Hilfsbereitschaft, Verantwortungsbewusstsein, Ehrlichkeit, Loyalität, Vergebung, wahre Freundschaft, reife Liebe
Tradition ( <i>Tradition</i> )	Respekt, Verpflichtung und Akzeptanz gegenüber den kulturellen oder religiösen Sitten, Bräuchen und Ideen	Bescheidenheit, Mäßigkeit, meine „Portion“ im Leben akzeptieren, Frömmigkeit, Tradition respektieren
Konformität ( <i>Conformity</i> )	Unterdrückung von Handlungen und Impulse, die andere erschüttern oder verletzen können, soziale Erwartungen oder Normen nicht gewalttätig erzwingen	Höflichkeit, Gehorsam, Selbstdisziplin, Eltern und ältere Leute in Ehren halten
Sicherheit ( <i>Security</i> )	Sicherheit und Stabilität der Gesellschaft, der Beziehung und des eigenen Selbst	Nationale Sicherheit, familiäre Sicherheit, Gesellschaftsordnung, Reziprozität (Gefallen mit einem Gegengefallen erwidern), Zugehörigkeitsgefühl, Gesundheit

Tabelle 1: Wertetypen, motivationale Ziele, Grundwerte nach Schwartz' Wertetheorie

Die zehn Wertetypen bilden ein Kontinuum, welches sich durch eine Kreisstruktur abbilden lässt:

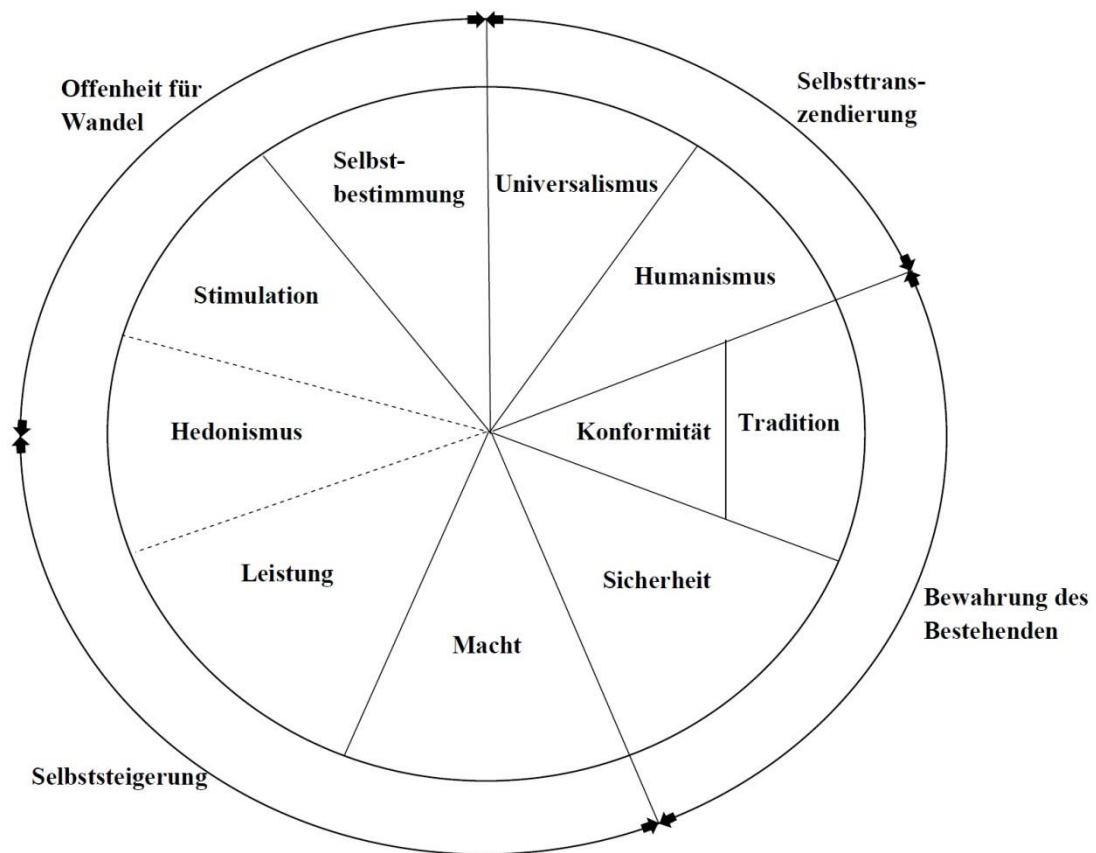


Abbildung 6: Kreisstruktur der Wertetypen nach Schwartz (1994), S. 24, eigene Darstellung

Es soll verdeutlicht werden, dass die Wertetypen mit gleichartigen oder sich ergänzenden Werten benachbart bzw. nahe beieinander sind und sich die Wertetypen mit gegensätzlichen, unvereinbaren Werten gegenüberliegen. Macht und Leistung verkörpern Ansehen sowie soziale Überlegenheit, während Leistung und Hedonismus den Schwerpunkt auf die Befriedigung der eigenen Bedürfnisse setzt. Daher werden Macht, Leistung sowie teilweise auch Hedonismus zum Quadrant Selbststeigerung (*Self-Enhancement*) gezählt. Gegenüber befindet sich der Quadrant Selbsttranszendierung (*Self-Transcendence*), der beschrieben wird durch die Wertetypen Universalismus und Humanismus, die für eine Gleichberechtigung aller Individuen sowie die Unterstützung Schwächerer stehen. Hedonismus und Stimulation verlangt emotionale Erregung, indessen bei Stimulation in Verbindung mit Selbstbestimmung der Reiz des Neuen und Wunsch nach Beherrschung ausgeprägt ist. Vereint werden sie in dem Quadrant Offenheit

für Wandel (*Openness to Change*). Konträr zu dieser Philosophie befindet sich auf der gegenüberliegenden Seite der Quadrant Bewahrung des Bestehenden (*Conservation*), der die Werte Sicherheit, Konformität und Tradition vereint (Vgl. Schwartz, 1994, S. 23ff.).

Doran (2009, 2010) wandte die Wertetheorie von Schwartz auf Fairtrade-Käufer an und fokussierte sich auf sechs der zehn Wertetypen: Universalismus und Humanismus, da bei beiden das Wohl der anderen am Herzen liegt, sowie die Wertetypen Selbstbestimmung, Macht, Sicherheit und Leistung. Ferner wurde unterschieden in drei Typen von Käufern: loyale Fairtrade-Konsumenten, sporadische Fairtrade-Konsumenten und keine Fairtrade-Konsumenten. In einer Befragung (9-stufige Skale mit -1 = gegensätzlich zu meinen Werten, 0 = unwichtig, 3 = wichtig, 7 = überaus wichtig) konnte die Hypothese widerlegt werden, dass für loyale Fairtrade-Konsumenten die universalen Werte am höchsten *rangten*, gefolgt von den sporadischen Fairtrade-Konsumenten und Nicht-Fairtrade-Konsumenten. Umweltschutz wurde von den loyalen Fairtrade-Konsumenten (Rang 1) am höchsten bewertet und sehr gering von den Nicht-Fairtrade-Konsumenten (Rang 17), gefolgt von der sozialen Gerechtigkeit (Rang 2 der loyalen Fairtrade-Konsumenten, Rang 13 der Nicht-Fairtrade-Konsumenten), Gleichheit (Rang 3 der loyalen Fairtrade-Konsumenten, Rang 5 der Nicht-Fairtrade-Konsumenten), eine Welt des Friedens (Rang 4 der Fairtrade-Konsumenten, Rang 14 der Nicht-Fairtrade-Konsumenten) und Weltoffenheit (Rang 6 der Fairtrade-Konsumenten, Rang 9 der Nicht-Fairtrade-Konsumenten).

Erstaunlicherweise nehmen Grundwerte, die dem Wertetyp Humanismus zugrunde liegen, wie Hilfsbereitschaft (Rang 14 der loyalen Fairtrade-Konsumenten, Rang 11 der Nicht-Fairtrade-Konsumenten), Verantwortungsbewusstsein (Rang 16 der loyalen Fairtrade-Konsumenten, Rang 1 der Nicht-Fairtrade-Konsumenten) und Loyalität (Rang 17 der loyalen Fairtrade-Konsumenten, Rang 3 der Nicht-Fairtrade-Konsumenten) bei den loyalen Fairtrade-Konsumenten eine weniger bedeutende Stellung ein. Doran (2010) begründet diese Beobachtung damit, dass sich die humanitären Werte lediglich auf die Unterstützung wichtiger Leute im Umfeld des Individuums beziehen (Eigengruppe), während die universalen Werte die Menschheit und die Natur betrachten (Eigengruppe und Fremdgruppe). Da Fairtrade-Konsumenten das Bedürfnis haben sich sozial gegenüber Fremden, den Produzenten, zu verhalten, erscheint es einleuchtend, dass die universalen Werte hoch *gerangt* werden und die humanitären Werte dies nicht

zwangsläufig müssen. Darüber hinaus wurden die Grundwerte, die für Selbstbestimmung stehen, von den loyalen Fairtrade-Konsumenten am höchsten bewertet (gefolgt von den sporadischen Fairtrade-Konsumenten und Nicht-Fairtrade-Konsumenten). Selbstbestimmende Handlungsweisen sowie Neugierde unterstützen möglicherweise den Kauf fairer Produkte. Werte, die auf Macht, Sicherheit und Leistung basieren, sind den Nicht-Fairtrade-Konsumenten am bedeutsamsten, begleitet von sporadischen Fairtrade-Konsumenten und von geringster Wichtigkeit für die loyalen Fairtrade-Konsumenten.

Die Studien von Doran (2009, 2010) konnten Beziehungen zwischen persönlichen Werten und dem Fairtrade-Konsum offenlegen. Fair gehandelte Produkte wurden zumeist von Konsumenten erworben, denen universale Werte wie soziale Gerechtigkeit, Gleichheit, Umweltschutz, eine Welt des Friedens sowie Weltoffenheit von besonderer Wichtigkeit sind, während humanitäre Werte (auf Grund des Bezugs auf die Eigengruppe) sowie Grundwerte der Wertetypen Macht, Sicherheit und Leistung von ihnen als weniger bedeutend beurteilt wurden und den Nicht-Fairtrade-Konsumenten wichtiger erschienen.

Überdies erforschten Shaw, Grehan, Shiu, Hassan und Thomson (2005), ebenfalls in Anlehnung an Schwartz' Wertetheorie (1992), die Bedeutsamkeit sowie die Ausprägung von Werten bei ethischen Kaufentscheidungen im Supermarkt. Von den universalen Werten schnitten Gleichheit (Wichtigkeit: 97%), soziale Gerechtigkeit (Wichtigkeit: 85%) und Umweltschutz (Wichtigkeit: 91%) besonders hoch ab, während von den humanitären Werten Hilfsbereitschaft (Wichtigkeit: 88%) und Verantwortungsbewusstsein (Wichtigkeit: 85%) sehr wichtig für die Konsumenten waren. Darüber hinaus war vom Wertetyp Sicherheit die Gesundheit (Wichtigkeit: 91%), sowie vom Wertetyp Selbstbestimmung die Freiheit des unabhängigen Denkens und der Handlungswahl (Wichtigkeit: 85%) von Bedeutung. Besonders unwichtig bewerteten die ethischen Verbraucher traditionelle Werte wie Bescheidenheit (Wichtigkeit: 0%) sowie Grundwerte des Wertetyps Macht, wie Autorität (Wichtigkeit: 9%), soziale Macht (Wichtigkeit: 9%) und Besitz (Wichtigkeit: 15%), während hedonistische Werte wie Genuss (Wichtigkeit: 48%) oder das Leben genießen (Wichtigkeit: 67%) sowie Grundwerte des Wertetyps Konformität, wie Eltern und ältere Leute in Ehren halten (Wichtigkeit: 52%) und Selbstdisziplin (Wichtigkeit: 52%), von mäßiger Bedeutsamkeit waren.



### **2.3.3 Sinus-Segmentierung nach Lebensauffassung und Lebensweise**

Das Sinus-Institut für Markt- und Sozialforschung führte im Auftrag des Forum Fairer Handel eine Untersuchung durch, um die Unterschiede der Zielgruppen des Fairen Handels, basierend auf dem Segmentationsmodell der Sinus-Milieus, herauszukristallisieren. Bei dieser Form der Zielgruppen-Segmentierung werden Individuen nach ihren Lebensauffassungen sowie Lebensweisen klassifiziert. Darüber hinaus werden fundamentale Wertorientierungen sowie Alltagseinstellungen hinsichtlich Arbeit, Familie, Freizeit, Geld und Konsum in der Analyse mit betrachtet. Es wird in zehn Sinus-Milieus unterschieden. Zu den sozial gehobenem Milieus gehören Konservativ-Etablierte, Liberal-Intellektuelle, Performer sowie Expeditiv. Bürgerliche Mitte, Adaptiv-Pragmatische sowie Sozialökologische sind in dem Milieu der Mitte angesiedelt. Zu den Milieus der unteren Mitte/Unterschicht zählen Traditionelle, Prekäre, Hedonisten. Die Sinus-Milieus sind kein fixes Konstrukt, sondern sind ständigen Veränderungen über die Jahre hinweg unterworfen (Vgl. Sinus-Institut Heidelberg, 2011, S. 9ff.).

Vier dieser zehn Sinus-Milieus wurden als relevante Fokusgruppen für den Fairen Handel eingestuft, auf die im Folgenden näher eingegangen wird. Dabei handelt es sich um die Soziologischen als Kernzielgruppe, die Liberal-Intellektuellen sowie die Performer als erweiterte Kernzielgruppe und die Adaptiv-Pragmatischen als Potenzialzielgruppe. Die Position dieser sich teilweise überlappenden Sinus-Milieus sowie die Anteile der Milieus an der deutschen Bevölkerung wird in der folgenden Grafik abgebildet (Vgl. Sinus-Institut Heidelberg, 2011, S. 22):

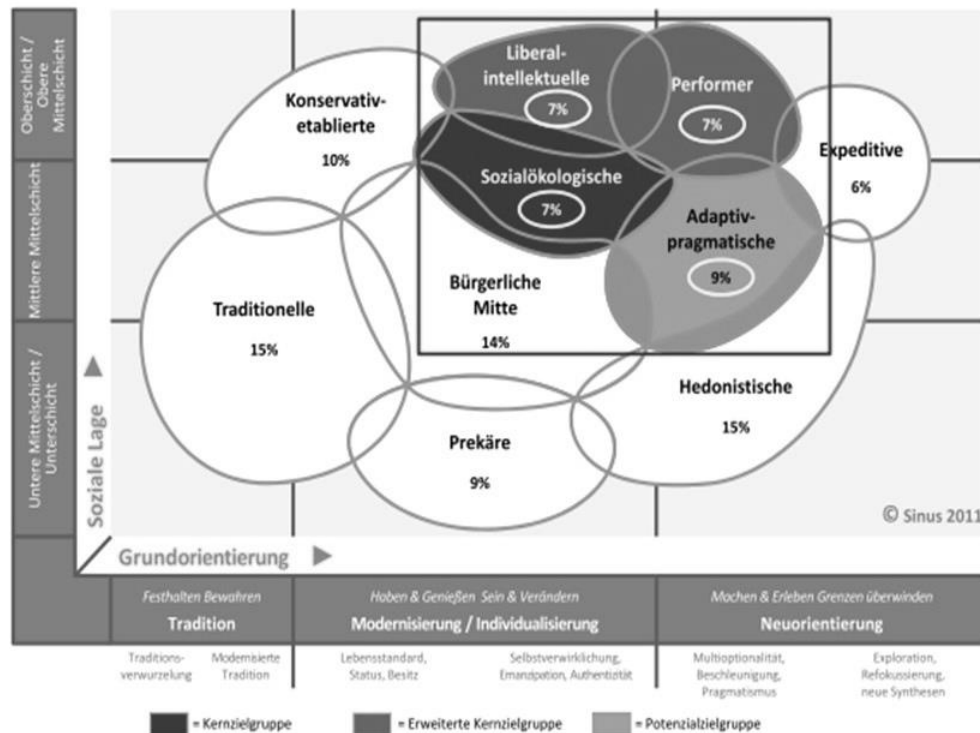


Abbildung 7: Kern- und Potenzialzielgruppen des Fairen Handels, Sinus-Institut Heidelberg, (2011), S. 22

Die Position eines Sinus-Milieus ist abhängig von der sozialen Lage (untere Mittelschicht/Unterschicht, mittlere Mittelschicht, Oberschicht/obere Mittelschicht) und der Grundorientierung (Tradition, Modernisierung/Individualisierung, Neuorientierung). Je höher sich ein Milieu in der Grafik befindet, desto gehobener sind Bildungsgrad und Einkommen und je weiter sich ein Milieu rechts ansiedelt, desto moderner ist die soziokulturelle Grundeinstellung (Vgl. Sinus-Institut Heidelberg, 2011, S. 9f.).

Bei der Kernzielgruppe des Fairen Handels, dem Soziologischen Milieu (7% der deutschen Bevölkerung), handelt es sich um prinzipientreue Konsumenten mit einem ausgeprägten ökologischen und sozialen Gewissen, die eine nachhaltige Lebensweise verfolgen sowie ein gesellschaftliches Umdenken in Bezug auf globale Aspekte fordern. Sie streben nach persönlicher Selbstverwirklichung, vertreten eine neoliberale Einstellung, hinterfragen und üben Kritik aus und haben den Zukunftstraum von globaler Gerechtigkeit. Darüber hinaus betrachten sie Globalisierung und Technisierung sowie die daraus resultierende Überflusgesellschaft mit Skepsis und befürworten eine Entschleunigung des Alltags. Das Soziologische Milieu erstreckt sich über die Altersgruppe der 30 bis 60-Jährigen mit einer leicht erhöhten Anzahl von Frauen, primär

in den alten Bundesländern lebend und häufig geschieden. Ferner verfügen sie über ein hohes Bildungsniveau (fast ein Drittel mit Hochschulreife oder absolviertem Studium) sowie über ein mittleres bis gehobenes Einkommen (Vgl. Sinus-Institut Heidelberg, 2011, S. 14f.; Forum Fairer Handel & Weltladen-Dachverband, 2011, S. 8).

Das Liberal-Intellektuelle Milieu (7% der deutschen Bevölkerung) ist zu der erweiterten Kernzielgruppe zu zählen. Sie steht für die „aufgeklärte, bestens situierte Bildungselite“ (Sinus-Institut Heidelberg, 2011, S. 12). Sie verhalten sich verantwortungsbewusst und befürworten den kulturellen Pluralismus sowie globales Denken. Neben materiellem Erfolg ist ihnen ferner ein entschleunigtes Leben von großer Bedeutung um kulturellen Interessen nachzugehen sowie subtilen Genüssen zu frönen. Soziodemografische Merkmale sind Folgende: Mittlere Altersgruppe, 30 bis 60-Jährige, Frauen leicht überrepräsentiert, vorwiegend in den alten Bundesländern lebend, häufig geschieden, fast ein Drittel mit Hochschulreife oder mit Studium sowie einem mittleren bis gehobenem Einkommen (Vgl. Sinus-Institut Heidelberg, 2011, S. 12; Forum Fairer Handel & Weltladen-Dachverband, 2011, S. 9).

Die Performer (7% der deutschen Bevölkerung), ebenfalls erweiterte Kernzielgruppe, zeichnen sich durch global-ökonomisches Denken, Leistungs- und Effizienzorientierung und eine strategisch opportunistische Haltung aus. Sie haben eine neoliberale Grundeinstellung und befürworten die wachsende Globalisierung. Diese Leistungselite pflegt einen exklusiven und kosmopolitischen Lebensstil und fühlt sich aufgehoben in distinguierten Gesellschaftskreisen. Der Altersbereich der Performer liegt bei 30 bis 50 Jahren mit einem leicht erhöhten Anteil von Männern. Darüber hinaus handelt es sich häufig um Ledige sowie Paare ohne oder mit (kleineren) Kindern. Diese wirtschaftliche Elite kann einen höheren Bildungsabschluss mit Studium aufweisen und verfügt über ein hohes Einkommen (43% haben ein monatliches Nettoeinkommen von über € 3000) (Vgl. Sinus-Institut Heidelberg, 2011, S. 13; Forum Fairer Handel & Weltladen-Dachverband, 2011, S. 10).

Das Adaptiv-Pragmatische Milieu (9% der deutschen Bevölkerung) wird als Potenzialzielgruppe gesehen. Es ist die junge, moderne Mitte der Gesellschaft (unter 40 Jahre, Frauen überrepräsentiert). Abgesehen von Sicherheit und Zugehörigkeit ist ihnen

auch der berufliche Erfolg und Absicherung von Wichtigkeit. Neben Eigenschaften wie Flexibilität, Zielstrebigkeit, Kompromissbereitschaft und Bodenständigkeit sind sie darüber hinaus auch Genussmenschen mit vielseitigen jugendkulturellen Vorlieben und Interessen. Ungefähr die Hälfte der Adaptiv-Pragmatischen ist verheiratet, wenige haben Kinder und viele leben noch im Elternhaus. Überdies verfügen sie zumeist über mittlere bis gehobene Bildungsabschlüsse (mittlere Reife, Abitur) und beziehen ein mittleres bis gehobenes Einkommen (Vgl. Sinus-Institut Heidelberg, 2011, S. 13f.; Forum Fairer Handel & Weltladen-Dachverband, 2011, S. 11).

#### **2.4 Einkaufsstätten der Fairtrade-Käufer**

In den letzten Jahren hat sich neben dem traditionellen oder alternativen Absatzkanal ein kommerzieller („*mainstream*“) Distributionskanal gebildet, der zu einem Anstieg des weltweiten Verkaufsvolumens fairer Waren beigetragen hat. Die fairen Produkte, die über dem traditionellen Vertriebsweg laufen, sind in den auf Fairtrade-spezialisierten Geschäften, z.B. Weltläden, vorzufinden. Die Einhaltung der Fairtrade-Standards wird überwacht von den ATO's.<sup>7</sup> Hingegen gewährleistet die FLO und FLO-CERT beim kommerziellen Absatzkanal die Kontrolle und Zertifizierung der Produzentenorganisationen. Diese fairen Waren werden in den Supermärkten vertrieben. Ferner wirken in der kommerziellen Struktur Zwischenhändler mit (Vgl. Bezençon, 2011, S. 61f.; Bezençon und Blili, 2006, Moore, 2004, S. 75f., 82f.).<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Fair gehandelte Produkte, die von ATO's gehandelt werden, die jedoch kein Mitglied der IFAT sind, besitzen kein Fairtrade-Siegel. Daher sind in Weltläden auch Waren ohne Siegel vorzufinden, die jedoch unter fairen Bedingungen hergestellt wurden.

<sup>8</sup> Es kann der Trend beobachtet werden, dass Supermärkte eine eigene faire Marke entwickeln (z.B. LIDL mit Fairglobe), die nicht über die FLO's (oder ATO's) läuft. Dieser Absatzweg wird im Folgenden nicht beschrieben. Darüber hinaus soll auf die Beschreibung eines dritten Vertriebskanals, eine Einkaufsplattform im Internet (z.B. armedangels), über die Käufer fair gehandelte Produkte bestellen können, auch nicht näher eingegangen werden.

Die folgende Grafik soll eine Gegenüberstellung der beiden Distributionskanäle veranschaulichen:

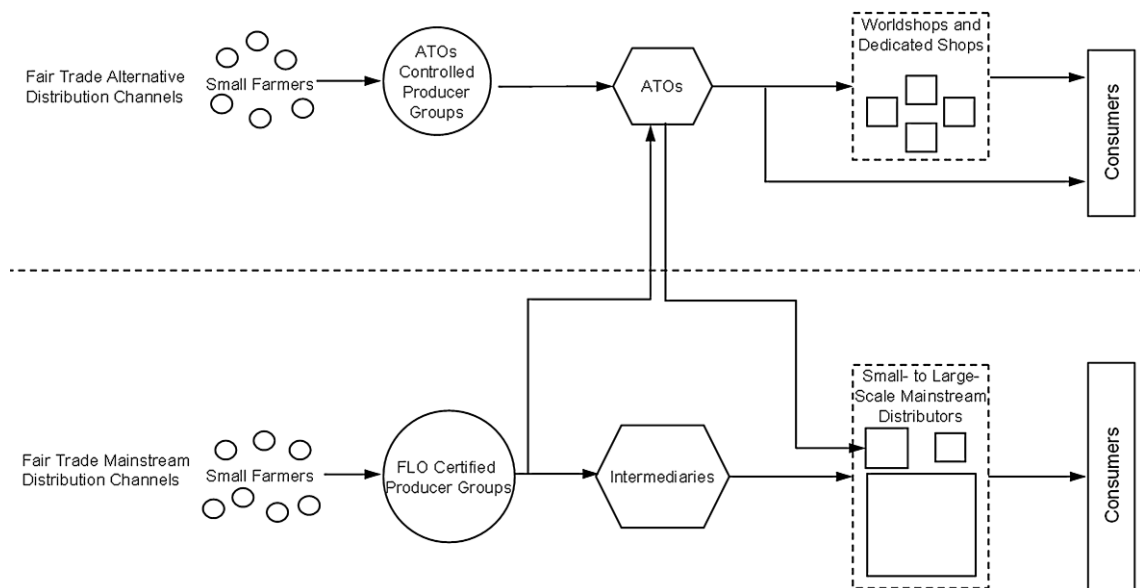


Abbildung 8: Traditioneller Absatzkanal vs. kommerzieller Absatzkanal, Bezençon (2011), S. 62

Die beiden Absatzkanäle interagieren miteinander. Es kann also vorkommen, dass in den Weltläden FLO-zertifizierte Produkte vertrieben werden und dass Supermärkte mit fairen Waren von ATO's beliefert werden. Bei den fair gehandelten Produkten aus dem Supermarkt handelt es sich in erster Linie um Lebensmittel (z.B. Bananen, Kaffee und Tee), während die Produktvielfalt in den Weltläden größer ist, z.B. können Holzschnitzereien, Tücher, Schmuck, afrikanische Kleidungsstücke oder spezielle Süßigkeiten erworben werden. Allerdings kann auf Grund der Fülle an Supermärkten über diesen Vertriebsweg eine größere Anzahl an Konsumenten erreicht werden, während es sich bei den Käufern aus den Weltläden primär um Laufkundschaft handelt oder jene Stammkunden, die den Weltläden bewusst als Einkaufsstätte wählen (Vgl. Bezençon, 2011, S. 61f.; Bezençon und Blili, 2006; Sinus-Institut Heidelberg, 2011, S. 60ff.).

Es kann von einem Umbruch der Verkaufsstrukturen gesprochen werden, einer Verschiebung des traditionellen Vertriebs über die Weltläden hin zum kommerziellen Verkauf der fairen Produkte in den Supermärkten. Bezençon und Blili (2006, S. 187) bezeichnen dies sogar als „killing the romantics“. Es stellt sich die Frage, ob Emotionen mit dieser Bewegung verloren gehen. Während der Vertrieb über die Supermärkte eher

absatzorientiert und sachbezogen ist, wird der traditionelle Markt wahrscheinlich mehr geleitet von der Idee des Fairen Handels. Weltläden sind produzentenorientierter, haben oftmals eine Kirchnähe und leisten Aufklärungsarbeit. Verglichen zu Supermarktangestellten haben VerkäuferInnen aus den Weltläden oftmals mehr Informationen über die Produktionsstätten, die genaue Herstellung der fairen Waren sowie über die Produzentenorganisationen und können daher in einem Kundengespräch eine emotionalere Beziehung zwischen Konsument und Produzent aufbauen (Vgl. Bezençon und Blili, 2006; Sinus-Institut Heidelberg, 2011, S. 60ff.).

Denkbar wäre jedoch auch, dass die Bewegung in Richtung des kommerziellen Vertriebs dem Zeitgeist geschuldet ist. In einer Befragung des Sinus-Institut Heidelberg (2011) gaben die Zielgruppen an, dass sie den klassischen Weltladen zum einen authentisch und exotisch wahrnehmen, jedoch auch chaotisch, unübersichtlich und sogar altmodisch. Eine moderne Version eines Weltladens eröffnete 2011 in einer Münchener Einkaufspassage. Dieser erste *Fairtrade-Shop* Deutschlands hat ein eher kühles, minimalistisches Innendesign und vertreibt führende (Designer-)Marken (Vgl. Sinus-Institut Heidelberg, 2011, S. 63ff.).

Darüber hinaus kann angenommen werden, dass die Wahl der Einkaufsstätte der Fairtrade-Käufer – Supermarkt oder auf Fairtrade-spezialisiertes Geschäft – einen Aufschluss über ihre ethischen Einstellungen geben kann. Bei der Befragung von De Ferran und Grunert (2007) kam heraus, dass Fairtrade-Kaffeekäufer aus dem Supermarkt sich primär um das Wohl der Produzenten sorgten, während die Kunden eines auf Fairtrade-spezialisierten Ladens sich darüber hinaus auch Gedanken um die Auswirkungen der Produktion auf die Umwelt und um den biologischen Anbau des Produkts machten. Grund dafür sahen die Autoren darin, dass die Kunden der auf Fairtrade-spezialisierten Läden in dieser Thematik mehr bewandert waren als solche aus dem Supermarkt. Überdies konnten Bezençon und Blili (2010) beobachten, dass Konsumenten eher Weltläden als Einkaufsstätte wählen, für die Fair Trade einen sehr hohen Stellenwert einnimmt. Darüber hinaus kann bei den fair-geleiteten Käufern ein unbehagliches Gefühl (*Dissonanz*) eintreten, wenn der Typ der Einkaufsstätte nicht die gleichen hohen Werte oder Prinzipien verkörpert (z.B. Gerechtigkeit oder faire Entlohnung der Mitarbeiter) wie das zu kaufende faire Produkt.

## **2.5 Kaufmotive und Kaufhindernisse**

Wie bereits erwähnt, können sich Verkaufsstrukturen im Zeitverlauf verändern. Es ist daher denkbar, dass Kaufmotive oder Kaufhindernisse bei fair gehandelten Waren auch einem Wandel unterliegen. Insbesondere auf die derzeitigen Kaufhindernisse kann aktiv Einfluss genommen werden. Solche Hemmnisse wären z.B. ein hoher Preis für faire Waren, ein begrenztes faires Produktsortiment oder eine gewisse Skepsis gegenüber dem Fairen Handel. Durch Aufklärungsarbeit von den Organisationen des Fairen Handels oder aber eigene Informationseinholung der Konsumenten können Bedenken abgebaut werden und so neue Fairtrade-Kunden gewonnen werden. Das wiederum würde zu einer erhöhten Nachfrage fairer Güter führen, die mit Preissenkungen und einem Ausbau des Produktsortiments einhergehen könnten.

Die in diesem Gliederungspunkt aufgeführten Kaufmotive (2.5.1) und Kaufhindernisse (2.5.2) für faire Artikel spiegeln den Zeitgeist wider. Sie sind nicht statisch und können sich in einigen Jahren gewandelt haben.

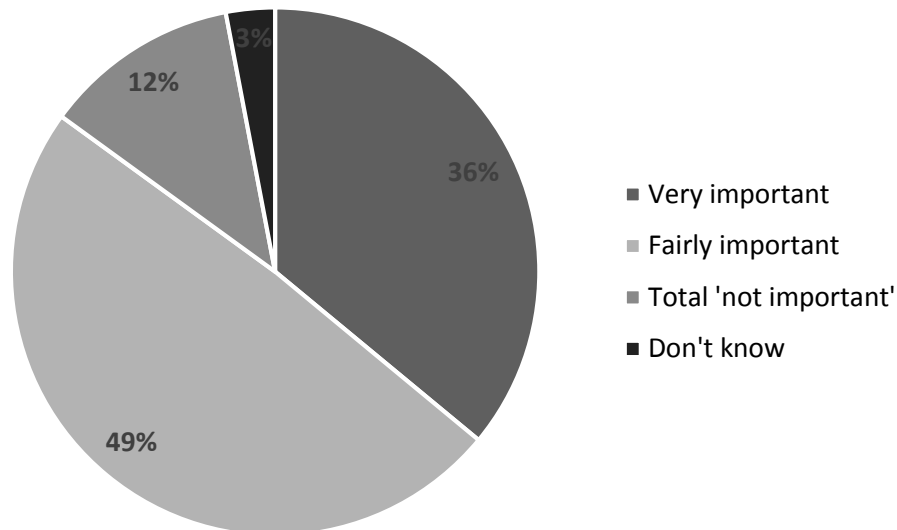
### **2.5.1 Kaufmotive**

Im Folgenden wird in 2.5.1.1 auf allgemeine Kaufmotive fairer Käufer eingegangen, wie z.B. die Unterstützung der Produzenten durch Gewährleistung einer fairen Entlohnung, gute Arbeitsbedingungen und Einhaltung der Menschenrechte. In 2.5.1.2 werden die Kaufmotive der Zielgruppen des Fairen Handels vorgestellt. Dass der Kauf fairer Waren auch einen egoistischen Charakter haben kann, wird in „2.5.1.3 Reiner und unreiner Altruismus“ gezeigt.

#### **2.5.1.1 Allgemeine Kaufmotive**

Eine Befragung der Europäischen Kommission (2011) ergab, dass es für 85% der EU-Bevölkerung wichtig ist, die Menschen in den Entwicklungsländern zu unterstützen (Vgl. European Commission, 2011, S. 8). Veranschaulicht wird dies in der folgenden Grafik:

In your opinion, is it very important, fairly important, not very important or not at all important to help people in developing countries?



*Abbildung 9: Unterstützung der Menschen in den Entwicklungsländern, Europäische Kommission (2011), S. 8, eigene Darstellung*

Diese Unterstützung kann u.a. in Form von Volontariats-Tätigkeiten oder Spenden aber auch durch den Kauf fair gehandelter Waren erfolgen. Bei einer Studie in 24 Ländern von Fairtrade International und GlobeScan (2011) vertrat eine Vielzahl der Befragten die Ansicht, mit ihrer Produktwahl dem Leid der Produzenten in den Entwicklungsländern entgegenzuwirken.



Die befragten EU-Bürger sollten folgende Frage beantworten (5-stufige Likert-Skala): „My shopping choice can make a positive difference to farmers and workers in poor countries.“

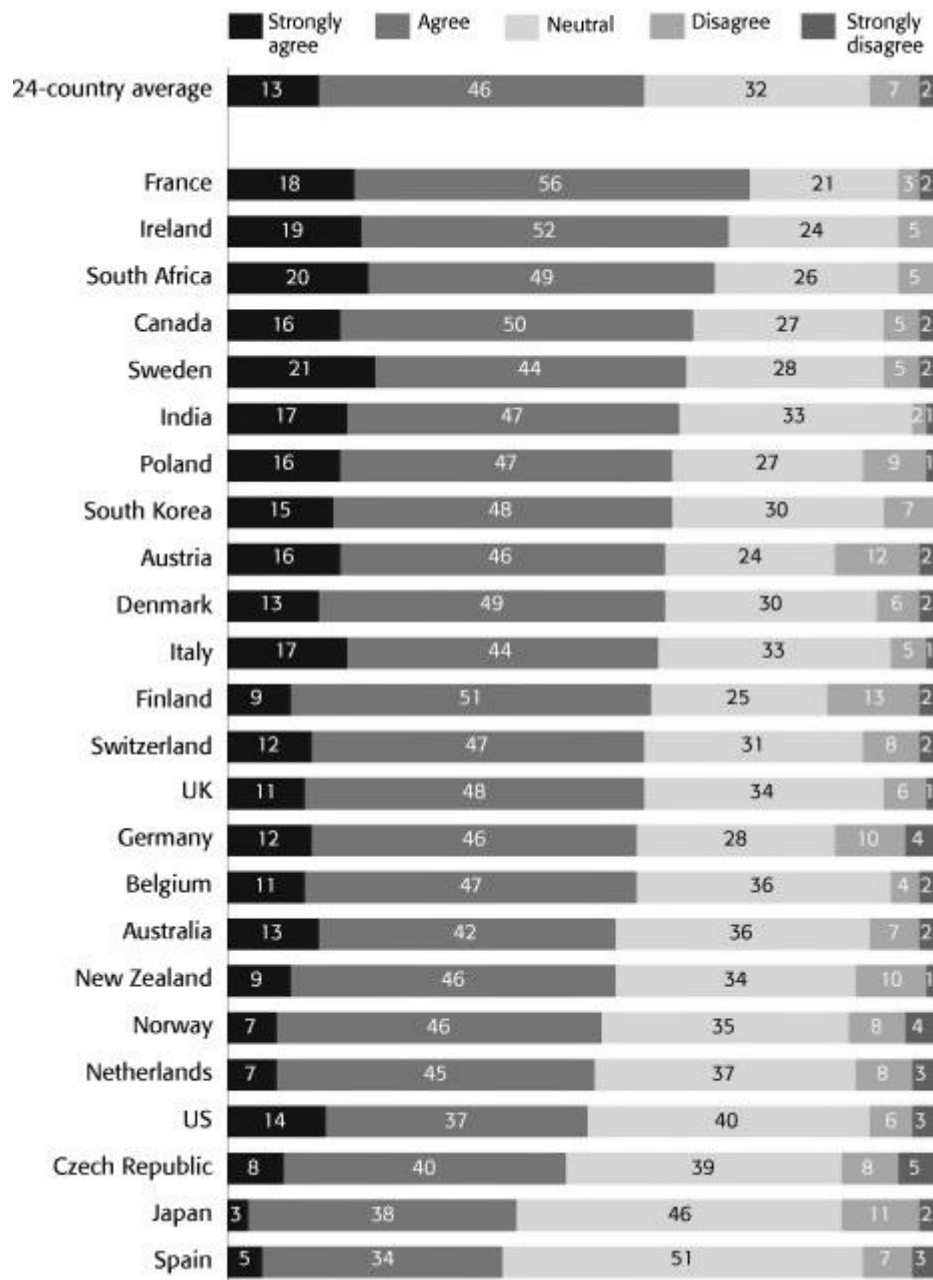


Abbildung 10: Einfluss der Kaufentscheidung auf das Wohl der Produzenten, Fairtrade International und GlobeScan (2011)

Im Durchschnitt gaben 59% an, dass sie der Meinung sind mit ihrer Kaufentscheidung einen positiven Einfluss auf das Wohlergehen von Kleinbauern und Arbeitern zu nehmen. Besonders optimistisch sehen dies die Befragten in Frankreich, Irland und

Südafrika, während der überwiegende Teil der Japaner und Spanier eher neutral eingestellt sind.

Den größten Einfluss auf die Kaufentscheidung haben aber nach wie vor der Preis und die Qualität. So hat in einer Studie der Europäischen Kommission (2012) die Mehrheit der EU-Bürger Qualität (Wichtigkeit: 96%) und Preis (Wichtigkeit: 91%) als zentrale Motive beim Kauf von Lebensmitteln genannt. Allerdings war den Befragten auch die Herkunft des Produkts (Wichtigkeit: 71%) von Bedeutung und dies sogar noch vor der Marke (Wichtigkeit: 47%) (Vgl. European Commission, 2012, S. 4, 16). Darüber hinaus fand eine Studie der Co-operative Group/MORI (2004) heraus, dass für 43% der befragten britischen Verbraucher eine der drei wichtigsten Kaufmotive ist, dass den Produzenten in den Entwicklungsländern ein *fairer Deal* zugesichert wird und 13% bewerteten dies sogar als das wichtigste Motiv (Vgl. Co-operative Group/MORI, 2004, S. 18).

Es wird ersichtlich, dass die Verbraucher ein Verantwortungsbewusstsein gegenüber den Produzenten entwickelt haben und sie dies auch durch ihre Kaufentscheidung zum Ausdruck bringen möchten. Konsumenten geben folgende Kaufgründe für ethisch hergestellte und fair gehandelte Waren an (Vgl. Auger, Burke, Devinney und Louviere, 2003, S. 291-296; Bezençon und Blili, 2011, S. 692-702; Boulstridge und Carrigan, 2000, S. 9; Co-operative Group/MORI, 2004, S. 18; De Ferran und Grunert, 2007, S. 222-225; Loureiro und Lotade, 2005, S. 459-461; De Pelsmacker, Janssens, Sterckx und Mielants, 2006, S. 135; Shaw und Tomolillo, 2004, S. 145f.):

- Unterstützung der Produzenten in den Entwicklungsländern, durch:
  - Gewährleistung einer fairen Entlohnung
  - sichere Produktionsprozesse und gute Arbeitsbedingungen
  - Einhaltung der Menschenrechte, Entgegenwirkung der Ausbeutung der Dritten Welt (*sweatshop-free production*), Verzicht auf Kinderarbeit
- Umweltfreundliche Produktion
- Verzicht auf Tierversuche

### 2.5.1.2 Kaufmotive der Zielgruppen des Fairen Handels

Einer Studie des Sinus-Instituts für Markt- und Sozialforschung (2011) sind die Kaufmotive für die einzelnen Zielgruppen des Fairen Handels zu entnehmen.<sup>9</sup> So spielt Empathie beim Soziologischen Milieu eine enorme Rolle. Sie kaufen fair auf Grund von Solidarität sowie eines Mitgefühls gegenüber den Produzenten und möchten der globalen Ungerechtigkeit entgegenwirken. Die Liberal-Intellektuellen hingegen vertreten die Meinung, dass der Genuss sich erhöht, wenn dies mit dem Gefühl einhergeht, etwas Gutes getan zu haben, während für die Performer die hochwertige Qualität der Produkte, Exklusivität sowie der Genuss im Vordergrund steht. Darüber hinaus sind sie der Meinung, dass von einer Win-Win-Situation gesprochen werden kann, da die Konsumenten beim Kauf fairer Waren ein gutes Gefühl haben, die Produzenten einen besseren Verdienst für ihre Arbeit erhalten und das Unternehmen seinen Absatz maximiert. Den Adaptiv-Pragmatischen, die zu den Gelegenheitskäufern fair gehandelter Güter zählen, ist von besonderer Bedeutung Kinderarbeit zu verhindern, etwas Gutes getan zu haben und dabei auf gute Qualität nicht verzichten zu haben (Vgl. Sinus-Institut Heidelberg, 2011, S. 18f., 47, 91, 94).

### 2.5.1.3 Reiner und unreiner Altruismus

Bei Loureiro und Lotade (2005, S. 135) heißt es: „...*altruism toward other humans may play a crucial role when evaluating fair trade practices.*“. Und Freestone und McGoldrick (2008, S. 461) kommen zu der Erkenntnis, dass die Befragten soziale Überlegungen vor das persönliche Wohlbefinden stellen.<sup>10</sup> Allerdings fällt bei der Literaturrecherche auf, dass Konsumenten fairer Waren nicht ausschließlich rein altruistisch handeln. Des Öfteren geben Verbraucher an ein gutes Gefühl zu bekommen, wenn sie fair kaufen und sie es genau aus diesem Grund tun (Vgl. Sinus-Institut Heidelberg, 2011, S. 47). So erklärt Soper (2007), dass Handeln, das für die Mitmenschen oft als ethisch angesehen wird, zumeist auf hedonistischen Aspekten (z.B. Freude am Fahrrad fahren oder Vergnügen am Verzehr fairer Schokolade) und Eigennutz beruhen. Zum einen können eigennützige

---

<sup>9</sup> Siehe Gliederungspunkt 2.3.3 Sinus-Segmentierung nach Lebensauffassung und Lebensweise.

<sup>10</sup> Die modelltheoretische Fundierung des Altruismus in der Verhaltensökonomik geht zurück auf Andreoni und Miller (2002). Der Nutzen eines Individuums hängt von seiner eigenen Auszahlung,  $\pi_S$  und von der seines Mitspielers,  $\pi_O$ , ab:  $U_S = u_S(\pi_S, \pi_O)$  mit  $\frac{\partial u(\cdot)}{\partial \pi_S} \geq 0$ ;  $\frac{\partial u(\cdot)}{\partial \pi_O} \geq 0$  und  $\exists \frac{\partial u(\cdot)}{\partial \pi_i} \geq 0$  für  $i \in \{S, O\}$ . Mit diesem Modell lassen sich rein altruistisches und rein egoistisches Verhalten sowie Mischformen bestimmen.

Akteure eine Intention haben sich durch den Konsum fairer Waren „von der Masse abzuheben“ und zum anderen aber auch eine Art Beglückung aus der ihnen zuteil kommenden Bewunderung oder dem Ansehen ziehen für ihr ethisches Handeln (Vgl. Soper, 2007, S. 211-214).

Was Hemingway und Maclagan (2004, S. 36) meinten mit: „... *all our actions can be traced back to self-interest; for example feeling good (or avoiding guilt) by doing good.*“, bezeichnet Andreoni (1989, 1990) als den unreinen Altruismus, d.h. Individuen spenden für wohltätige Zwecke oder investieren in ein öffentliches Gut aus zwei Gründen: zum einen weil sie der Gesellschaft etwas Gutes tun wollen (Altruismus) und zum anderen, weil sie einen Nutzen aus dem Akt des Gebens ziehen. Dieser sogenannte *Warm Glow*-Effekt basiert auf egoistischen Motiven. Individuen bekommen ein gutes Gefühl, zum einen weil dieses – in ihren Augen – selbstlose und verantwortungsbewusste Verhalten ihr Selbstbewusstsein hebt, zum anderen durch die Anerkennung der guten Tat durch andere.

In diesem Kontext ist es daher schwer zu sagen, ob Konsumenten auf Grund von Solidarität oder Wohlwollen faire Produkte erwerben oder ob egoistische Beweggründe wie das Erlangen eines erhöhten Selbstwertgefühls oder Anerkennung durch die Gesellschaft oder dem Freundes- und Verwandtenkreis involviert sind, die ihnen ein gutes Gefühl bescheren.

Die Antworten der im Kapitel 4 beschriebenen Meinungsumfrage auf die Frage 3 nach dem unreinen Altruismus, sind nachzulesen in „4.3 Auswertung der einzelnen Fragen und Interpretation“.

### **2.5.2 Kaufhindernisse**

Warum Konsumenten sich beim Kauf gegen das fair gehandelte Produkt entscheiden, kann mehrere Gründe haben. Studien konnten folgende Kaufhindernisse ermitteln (Vgl. Adams und Raisborough, 2010, S. 263- 267; European Commission, 2012, S. 27-31; De Pelsmacker, Janssens, Sterckx und Mielants, 2006, S. 132-136; Shaw und Clarke, 1999; S. 113-116; Shaw, Hogg, Wilson, Shiu, und Hassan, 2006, S. 432-437; Shaw und

Tomolillo, 2004, S. 147f.; Sinus-Institut Heidelberg, 2011, S. 18, 91; Vermeir und Verbeke, 2006, S. 179-184; Wynne, 2008, S. 11-51):

- Hoher Preis<sup>11</sup>
- Begrenzte Anzahl an Einkaufsstätten mit fairen Waren
- Begrenztes Produktsortiment
- Annahme mangelhafter Qualität bzw. Geschmack, unmoderne Kleidungsstücke
- Geringe oder unvollständige Informationsbereitstellung oder schlechte Kommunikation hinsichtlich des Fairen Handels im Allgemeinen, des Fair Trade-Siegels<sup>12</sup> sowie fairer Unternehmen und Marken
- Nicht ansprechendes Innendesign der Einkaufsstätten sowie Verpackungsdesign fairer Produkte
- Zeit und Bequemlichkeit
- Bedenken, Skepsis gegenüber dem Fairen Handel (Transfer des Aufpreises an die Produzenten, Fair Trade-Siegel, Infragestellung, ob die Kaufentscheidung wirklich etwas bewirken kann)

Wenn es nicht zum Kauf des fairen Produkts gekommen ist, kann dies oft Frustration und sogar Schuldgefühle hervorrufen (Vgl. Bray, Johns und Kilburn, 2011, S. 603; Marks und Mayo, 1991; Shaw und Clarke, 1999, S. 115; Shaw und Tomolillo, 2004, S. 149; Steenhaut und Van Kenhove, 2006). Diese Schuldgefühle beruhen auf einem inneren Konflikt zwischen den persönlichen ethischen Werten bzw. Moraleinstellungen und dem letztendlich ausgeführten unethischen Handeln.

In diesem Kapitel 2 wurde auf den Fairen Handel eingegangen, während im Folgenden die verhaltensökonomischen Verteilungspräferenzen im Mittelpunkt stehen werden.

---

<sup>11</sup> Während ein hoher Preis für faire Produkte für den Großteil der Befragten ein Kaufhemmnis darstellt, sind wiederum andere bereit einen Aufpreis für diese Waren zu zahlen (Siehe Gliederungspunkt 2.2 Zahlungsbereitschaft der Konsumenten).

<sup>12</sup> In einer Befragung der Europäischen Kommission (2012) konnten nur 36% der befragten EU-Mitglieder etwas mit dem Fairtrade-Siegel anfangen. Dabei erkannten es u.a. 81% der Bürger aus dem Vereinigten Königreich, 57% der Deutschen und nur 3% der Spanier.

### 3 Verteilungspräferenzen in der Verhaltensökonomik

Die Verhaltensökonomik untersucht das Verhalten von Individuen in ökonomischen Situationen und greift dabei auf Methoden wie Laborexperimente, Feldstudien oder Hirnzintigrafien zurück. Die Ergebnisse stehen oft in Widerspruch zu den Modellannahmen der (neoklassischen) Standardtheorie, deren Annahme der *Homo oeconomicus* ist. Die Verhaltensökonominnen haben es sich zur Aufgabe gemacht, diese sogenannten Anomalien, die im Konflikt zur Standardtheorie stehen, zu identifizieren und das bestehende Modell zu erweitern bzw. eine alternative Theorie zu entwickeln (Vgl. Camerer, Loewenstein und Rabin, 2011, S. 3-9). Auch Verteilungspräferenzen wie z.B. der Wunsch nach einer gleichmäßigen Verteilung (Differenzaversion) oder die Neigung, das Einkommen der am meisten benachteiligten Person zu maximieren (Maximin-Präferenz) sind unvereinbar mit der Standardtheorie, die u.a. rationales Verhalten, Nutzenmaximierung und Eigennutz der Individuen annimmt.

Ziel der Arbeit ist es Verteilungspräferenzen beim Kauf fair gehandelter Produkte aufzudecken. In der Literatur der Verhaltensökonomik, im engeren Sinne zu den Verteilungspräferenzen, wurde das Kaufentscheidungsverhalten fairer Waren bisher nicht behandelt. Interessanterweise existieren Studien zu den Verteilungspräferenzen von Konsumenten gegenüber regionalen Landwirten, die in dem Gliederungspunkt 3.3.2.2 präsentiert werden.

In diesem Kapitel wird zunächst in 3.1 eine Beschreibung ausgewählter Verteilungspräferenzen vorgenommen, anschließend wird auf Aufteilungsspiele in 3.2 eingegangen, mit denen sich mögliche Verteilungspräferenzen experimentell aufdecken lassen und ferner in 3.3 grundlegende modeltheoretische und experimentelle Literatur zu den Verteilungspräferenzen vorgestellt.

#### 3.1 Beschreibung ausgewählter Verteilungspräferenzen

Zu den in diesem Gliederungspunkt vorgestellten Verteilungspräferenzen zählen die Differenzaversion (3.1.1), eine Abneigung ungleicher Einkommen zwischen sich und dem bzw. den anderen Spieler(n), die Maximin-Präferenz (3.1.2), der Wunsch die Auszahlung des am schlechtesten gestellten Individuums zu maximieren, sowie die

Effizienzpräferenz (3.1.3), eine Vorliebe für die Maximierung des kumulierten Einkommens.

### 3.1.1 Differenzaversion

Der Wunsch nach Gleichheit beschäftigte bereits Aristoteles (Vgl. Field, 1926, *The Works of Aristotle: Ethica Nicomachea*). John Stacey Adams (1963, 1965) prägte die Equity-Theorie (deutsche Übersetzung: Theorie zum Gleichheitsprinzip der Gerechtigkeit), bei dem eine Gleichheit zwischen Individuen besteht, wenn das Verhältnis von der Entlohnung abzüglich Kosten und dem Aufwand zweier Individuen einander entspricht (Adams 1965, S. 273):

$$\frac{A's\ rewards\ less\ A's\ costs}{A's\ investments} = \frac{B's\ rewards\ less\ B's\ costs}{B's\ investments}$$

Ist diese Beziehung unausgeglichen, herrscht Ungleichheit, die die Personen zu reduzieren oder vermeiden versuchen. Loewenstein, Thompson und Bazerman (1989) bildeten erstmals die eigene Auszahlung des Individuums und monetäre Vergleiche der Auszahlungen zwischen dem Individuum mit seinem Mitspieler in einer Nutzenfunktion ab (Loewenstein et al. 1989, S. 429):

$$U = c + B_1SELF + B_2NEGDIFF + B_3NEGDIFF^2 + B_4POSDIFF + B_5POSDIFF^2$$

Parameter  $c$  beschreibt die unterschiedlichen Konfliktsituationen (*Conditions*), denen der Versuchsteilnehmer ausgesetzt ist (neun verschiedene *geframte* Treatments). Es wird ferner unterschieden in eine nachteilige Ungleichheit, wenn eine negative Differenz zwischen der eigenen und der Auszahlung des Gegenübers besteht, und eine vorteilige Ungleichheit bei einer positiven Differenz.

In der Verhaltensökonomik wird von einer Differenzaversion gesprochen, eine Abneigung eines Individuums gegen unterschiedliche Auszahlungen zwischen sich und dem bzw. den anderen Mitspieler(n). Bedeutende modelltheoretische Ansätze, die diese Differenzaversion auffangen, gehen zurück auf das Modell der Ungleichheitsaversion

von Fehr und Schmidt (1999), dem ERC-Modell von Bolton und Ockenfels (2000) sowie dem Modell von Charness und Rabin (2002). Auf das Modell von Fehr und Schmidt sowie von Bolton Ockenfels soll im Folgenden kurz eingegangen werden und ausführlicher im Gliederungspunkt 3.3.1 Modelltheoretische Ansätze.

Nach Fehr und Schmidt (1999) sind den Menschen neben ihrer eigenen Auszahlung auch die Auszahlungen der anderen wichtig. Es wird unterschieden in zwei Situationen (Beschreibung des Zwei-Spieler-Falls): In der einen steht das Individuum besser als sein Gegenüber da. In diesem Fall spielt die vorteilhafte Ungleichheitsaversion eine Rolle. In der anderen Situation ist es schlechter gestellt und die nachteilhafte Ungleichheitsaversion ist präsent. Allerdings ist es in diesem Modell auch von Bedeutung wie das Individuum relativ zu den anderen steht. Es wäre eher bereit Ungleichheit in Kauf zu nehmen, wenn es derjenige wäre, der eine höhere Auszahlung erhält.

Die Grundidee des ERC-Modells besteht darin, dass Individuen neben ihrer eigenen Auszahlung ein Interesse daran haben, in welchen Relationen sie zu den anderen stehen. Für Individuen ist bedeutend, dass sich die eigene Auszahlung sehr nah an der durchschnittlichen Auszahlung aller Spieler befindet. Dabei spielt es für sie keine Rolle, ob alle Individuen eine Gleichverteilung erhalten oder ob einige sehr viel besser und andere wiederum sehr viel schlechter gestellt sind, solange sie nur die durchschnittliche Auszahlung erhalten bzw. eine Auszahlung, die sehr dicht an der durchschnittlichen liegt.

Eine Vielzahl an experimentellen Befunden konnten zeigen, dass Individuen gleichmäßige Auszahlungen zwischen sich und ihren Mitspielern präferieren (Vgl. Andreoni und Miller, 2002; Bazerman, Gibbons, Thompson und Valley, 1998; Bolton und Ockenfels, 2000; Fehr, Naef und Schmidt, 2006; Fehr, Klein und Schmidt, 2007; Fehr und Schmidt, 1999; Loewenstein, Thompson und Bazerman, 1989; näheres hierzu siehe Gliederungspunkt 3.3.2.1 Differenzaversion, Maximin- und Effizienzpräferenz im Vergleich).



### 3.1.2 Maximin-Präferenz

Das Maximin-Prinzip (auch Rawls-Kriterium genannt) wird in John Rawls Werk *Eine Theorie der Gerechtigkeit* (1971) im Teil a) des Differenzprinzips wie folgt beschrieben (Rawls 1979, S. 336): „*Soziale und wirtschaftliche Ungleichheiten sollen wie folgt beschaffen sein: a) Sie müssen unter der Einschränkung des gerechten Spargrundsatzes den am wenigsten Begünstigten den größtmöglichen Vorteil bringen. b) Sie müssen mit Ämtern und Positionen verbunden sein, die allen gemäß einer fairen Chancengleichheit offenstehen.*“ Rawls behauptet weiter, dass in einem hypothetischen Idealzustand, dem sogenannten Urzustand, in dem alle Beteiligten sich hinter einem Schleier des Nichtwissens befinden (Annahme: Individuen nicht geleitet von Eigeninteresse und Parteilichkeit, da keine Kenntnisse über z.B. ihre eigenen Fähigkeiten, Stärken oder ihre gesellschaftliche Stellung), sie die Handlungsalternative wählen (Entscheidung unter Unsicherheit) bei der die Ressourcen des am meisten benachteiligten Individuums in der Gesellschaft maximiert werden (Vgl. Rawls, 1979, S. 140-165, S. 201ff.) Besitzt ein Akteur also eine Maximin-Präferenz, so wählt er die Alternative bei der das am schlechtesten gestellte Individuum die höchste Auszahlung erhält. Oder anders ausgedrückt, es werden die gegebenen Handlungsalternativen hinsichtlich des jeweiligen schlechtmöglichsten Ergebnisses geordnet und die Alternative gewählt mit dem besten schlechtmöglichsten Ergebnis (Vgl. Rawls, 1979, S. 177ff.).

Kritiken bezüglich dieser Präferenz für die Maximierung des minimalen Einkommens innerhalb der Gesellschaft oder Gruppe beziehen sich primär auf die operationale Umsetzung im realen Leben. Varian (1976) stellt sich die Frage nach welchen Kriterien das gesellschaftlich benachteiligte Individuum bestimmt wird, da eine externe Vergleichbarkeit der Nutzenniveaus zwischen Individuen nicht trivial ist (Vgl. Varian, 1976, S. 250). Harsanyi (1975) hingegen steht einer Entscheidungsregel in einem hypothetischen Urzustand kritisch gegenüber. Darüber hinaus vertritt er die Ansicht, dass Entscheidungen nicht von infinitesimalen Eintrittswahrscheinlichkeiten von Katastrophen geleitet werden sollen<sup>13</sup> und eine Verteilung hinsichtlich Effizienz zumeist

---

<sup>13</sup> Gemäß der Maximin-Regel würde ein Bewerber aus New York, vor die Wahl gestellt, einen guten Job in Chicago oder einen schlechteren in New York anzunehmen, sich für den schlechteren in New York entscheiden. Die Annahme des Jobs in Chicago hätte eine Anreise per Flugzeug zur Folge und damit bestünde eine geringe Eintrittswahrscheinlichkeit eines Flugzeugabsturzes.

geeigneter wäre<sup>14</sup>. Dennoch räumt Harsanyi ein, dass die Maximin-Präferenz bei der optimalen Einkommensverteilung oder bei der optimalen Besteuerung Anwendung findet (Vgl. Harsanyi, 1975, S. 595-605).

Experimentelle Ergebnisse einer möglichen Existenz der Maximin-Präferenz gehen auf Engelmann und Strobel (2004) zurück. In Frohlich, Oppenheimer und Eavey (1987) hingegen konnte keine reine Maximin-Präferenz festgestellt werden, nur eine Mischform einer Maximin-Präferenz mit einer Präferenz für die Maximierung des Durchschnittseinkommens sowie bei Charness und Rabin (2002) eine sogenannte Quasi-Maximin-Präferenz (Maximierung der gewichteten Gesamtauszahlung vs. der gewichteten Minimalauszahlung). Näheres zu den genannten Experimenten ist nachzulesen im Gliederungspunkt 3.3.2.1 Differenzaversion, Maximin- und Effizienzpräferenz im Vergleich.

### 3.1.3 Effizienzpräferenz

Bereits im 18. Jh. vertrat Jeremy Bentham die Meinung, dass jedes Handeln das größte aggregierte Glücksgefühl anstreben sollte (Vgl. *The Collected Works of Jeremy Bentham*, 1977, S. 393). Wird das Glücksgefühl auf den Nutzen übertragen, so würde das bedeuten, die Nutzen der Individuen zu einer Wohlfahrtsfunktion zusammenzufassen und diese zu maximieren (Vgl. Literatur zur Wohlfahrtsfunktion: Arrow, 1950; Bergson, 1938; Harsanyi, 1976; Samuelson, 1947).

In der Verhaltensökonomik spricht man von einer Präferenz für Effizienz, d.h. ein Akteur entscheidet sich für die Handlungsalternative, bei der die Gesamtauszahlung der Individuen am größten ist. Signifikante Ergebnisse zur Existenz einer Effizienzpräferenz konnten Konow (2001), Kritikos und Bolle (2001), Charness und Grosskopf (2001) sowie

---

<sup>14</sup> Harsanyi beschreibt ein Beispiel für die Vergabe von Antibiotika. Die Wahl besteht zwischen zwei Patienten. Für Patient 1 ist die Verabreichung von Antibiotika eine Ausnahmesituation, da er bisher gesund war. Bei Patient 2 handelt es sich um einen Krebspatienten, dessen Lebenswahrscheinlichkeit durch das Antibiotikum um ein paar Monate verlängert werden könnte. Gemäß der Maximin-Regel würde die Wahl auf den Krebspatienten fallen, da er der schlechter gestellte ist. Bei einer Effizienzbetrachtung, so Harsanyi, würde der Patient 1, der gesündere von beiden, Antibiotika verabreicht bekommen, da ein größerer Nutzen bestehen würde seine vollkommene Gesundheit wieder herzustellen verglichen mit der geringen Lebensverlängerung des Krebspatienten.

Engelmann und Strobel (2004) nachweisen (Siehe Gliederungspunkt 3.3.2.1 Differenzaversion, Maximin- und Effizienzpräferenz im Vergleich).

Allerdings verbirgt sich hinter dieser Verteilungspräferenz der Nachteil, dass gravierende Verteilungsungleichheiten auftreten können, so Sen (1980, S. 202). Das folgende selbsterdachte Beispiel soll diese Behauptung Sens stützen: In Alternative A generiert Spieler 1 eine Auszahlung von 4 und Spieler 2 eine Auszahlung von 6 (Gesamtauszahlung beträgt 10), während Alternative B dem Spieler 1 eine Auszahlung von 11 und dem Spieler B nur 1 versprechen (Gesamtauszahlung beträgt 12). Ein Entscheidungsträger mit einer Präferenz für Effizienz würde die Alternative wählen, die in der höchsten kumulierten Auszahlung resultieren würde, also Alternative B, bei der jedoch die Ungleichheit zwischen den Auszahlungen der beiden Spieler am größten wäre. Sens Vorschlag das Problem zu beheben, wäre, die Annahme zu treffen, dass alle Individuen die gleiche Nutzenfunktion besitzen (Vgl. Sen, 1980, S. 202). Für das Beispiel würde das bedeuten, dass alle Spieler für eine Alternative die gleiche Auszahlung hätten. Demnach hätten beispielsweise in Alternative A Spieler 1 und 2 beide 5 (Gesamtauszahlung 10) und in Alternative B beide 6 (Gesamtauszahlung 12). Gemäß der Effizienzpräferenz würde sich der Entscheidungsträger wieder für die Alternative mit der maximalen Gesamtauszahlung, Alternative B, entscheiden, wobei in diesem Fall keine Ungleichheit der Auszahlungen innerhalb einer Alternative existiert. Diese Annahme homogener Individuen ist unrealistisch, da es in den seltensten Fällen vorkommen wird, dass Individuen den gleichen Nutzen aus ein und derselben Handlungsalternative ziehen.

Ein Modell, das die Verteilungspräferenzen Differenzaversion sowie eine Präferenz für das soziale Wohl<sup>15</sup> vereint, bietet das Modell von Charness und Rabin (2002). Auf dieses bedeutende Modell wird im Gliederungspunkt 3.3.1.3 Das Modell von Charness und Rabin (2002) näher eingegangen.

---

<sup>15</sup> Die Präferenz für das soziale Wohl wird in der Literatur auch als Quasi-Maximin-Präferenz bezeichnet und ist definiert als ein Parameter für die Maximierung der gewichteten Gesamtauszahlung vs. der gewichteten Minimalauszahlung.

### 3.2 Aufteilungsspiele

Verteilungspräferenzen von Individuen können in bestimmten Spielen untersucht und offengelegt werden. Bei diesen sogenannten Aufteilungsspielen werden die Versuchsteilnehmer im Labor gebeten einen Geldbetrag zwischen sich und einem oder mehreren anderen Spieler(n) aufzuteilen. Die experimentellen Befunde zeigen, dass sich die Probanden nicht ausschließlich eigennützig verhalten, sondern dass eine „faire“ Aufteilung des Kuchens eine nicht unbedeutende Rolle in der Entscheidungssituation einnimmt.

In diesem Gliederungspunkt werden in 3.2.1 das Ultimatumspiel, in 3.2.2 das Diktatorspiel und in 3.2.3 das Solidaritätsspiel vorgestellt.

#### 3.2.1 Das Ultimatumspiel

Beim Ultimatumspiel handelt es sich um ein Verhandlungsspiel, welches erstmals von Güth, Schmittberger und Schwarze (1982) experimentell untersucht wurde. Ein *Proposer* verfügt über einen Geldbetrag  $c$ . Er wird gebeten diesen Geldbetrag zwischen sich und einem anonymen *Responder* aufzuteilen. Nimmt der *Responder* das Angebot  $x$  an, so erhält er  $x$  und der *Proposer*  $c - x$ . Lehnt der *Responder* ab, so erhalten beide eine Auszahlung in Höhe von 0.

Die Theorie besagt, dass der *Responder* alle positiven Angebote annehmen sollte, da er sich so in jedem Fall besser stellen würde. Im teilspielperfekten Nash-Gleichgewicht würde demnach der *Proposer* dem *Responder* den kleinstmöglichen positiven Geldbetrag (1 Cent) anbieten und letzterer würde immer annehmen.

Allerdings weichen die experimentellen Befunde von der Theorie ab. Im Labor wird beobachtet, dass das Durchschnittsangebot der *Proposer* bei 30-40% liegt und der Modalwert des Angebots bei einer Gleichverteilung. *Responder* lehnen tendenziell ein Angebot unter 20% ab, da sie dies für eine unfaire Aufteilung des Kuchens halten (Vgl.

Camerer und Thaler, 1995; Güth, Schmittberger und Schwarze, 1982; Kahneman, Knetsch und Thaler, 1986; Thaler, 1988).<sup>16</sup>

Die Ergebnisse in den Ultimatumspielen weisen eine relative Robustheit auf. So konnten Forsythe, Horowitz, Savin und Sefton (1994) sowie Hoffman, McCabe und Smith (1996) zeigen, dass die Höhe der Ausstattung keinen signifikanten Einfluss auf die Angebotshöhe des *Proposer* hat, jedoch die Angebotsablehnungsrate der *Responder* bei steigendem *Stake* sank. Darüber hinaus lassen sich auch sehr geringe kulturelle Unterschiede feststellen. Roth, Prasnikar, Zamir und Okuno-Fujiwara (1991) konnten zeigen, dass in jedem der vier untersuchten Länder (USA, Jugoslawien, Japan, Israel) der Modalwert des Angebots bei 40-50% lag. Wobei zu erwähnen ist, dass die israelischen *Proposer* die geringsten Angebote unterbreiteten und jene aus den USA die höchsten. Darüber hinaus fanden Hoffman, McCabe, Shachat und Smith (1994) heraus, dass die Angebotshöhe stark vom *Framing* (Kontext der Instruktionen) abhängig ist.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Neben dem soeben betrachteten einstufigen Ultimatumspiel, gibt es auch ein mehrstufiges Ultimatumspiel, das *Alternating-offer-Spiel* oder wechselseitiges Angebotsspiel, bei dem sich die Spieler nach Ablehnen im Wechsel neue Angebote unterbreiten. Hierbei wird unterschieden, ob die Anzahl der gespielten Perioden endlich oder unendlich sind. In der Stufe 1 des wechselseitigen Angebotsspiel offeriert der Spieler 1 dem Spieler 2 ein Angebot über die Aufteilung eines Kuchens. Nimmt der Spieler 2 das Angebot an, so erhält dieser das akzeptierte „Kuchenstück“, der Spieler 1 den Rest und das Spiel ist beendet. Lehnt der Spieler 2 ab, beginnt der Übergang in die Stufe 2, bei welchem ein Rollentausch stattfindet. Darüber hinaus wird der Gelbetrag diskontiert (mit Diskontierungsfaktor  $\delta_1$  für den Spieler 1 und mit Diskontierungsfaktor  $\delta_2$  für den Spieler 2). In Stufe 2 darf der Spieler 2 dem Spieler 1 ein Angebot über die Aufteilung des geschmälerten Geldbetrages unterbreiten. Nimmt Letzterer das Angebot an, so erhalten die Spieler den Betrag gemäß der akzeptierten Verteilung und das Spiel ist beendet. Lehnt er jedoch ab, so beginnt erneut ein Rollentausch und die Stufe 3 wird eingeleitet. Beim Ablehnen des Angebots wird der Kuchen jeweils von Periode zu Periode um den Diskontierungsfaktor geschmälert. Das Spiel endet, wenn ein Verhandlender ein Angebot akzeptiert oder wenn die letzte Periode eines endlichen wechselseitigen Angebotsspiel gespielt wurde. Handelt es sich um ein unendliches *Alternating-offer-Spiel*, so wird dieses Spiel nie enden. Die theoretische Lösung wird mittels der Rückwärtsinduktion zum Lösen sequentieller Spiele erzeugt (Vgl. Rubinstein, 1982; Stahl, 1972). Entgegen der Theorie wird im Labor beobachtet, dass sich die Nash-Lösung nicht in Stufe 1 mit einer Gleichverteilung einstellt. Experimente zeigen, dass 81% der Verhandlenden einen Gegenvorschlag unterbreiten, der weniger als derjenige ist, den sie in der vorhergehenden Stufe abgelehnt haben (Vgl. Ochs und Roth, 1989).

<sup>17</sup> Die Angebote sind höher in einem Treatment, in dem der *Proposer* gebeten wird \$ 10 aufzuteilen als in einem Treatment, in dem ihm erzählt wird, er wäre ein Verkäufer, der einen Preis für ein Produkt festsetzen soll zwischen sich und einem Käufer. Ferner war die Angebotshöhe eines *Proposers* niedriger, wenn dieser die Rolle des Erstziehenden in einem Wissensquiz verdient hat, verglichen mit einem *Proposer*, der die Rolle per Zufallsverteilung erhalten hat.

### 3.2.2 Das Diktatorspiel

Kahneman, Knetsch und Thaler (1986) entwickelten das Diktatorspiel um herauszufinden, ob faires Verhalten für das generöse Angebot der *Proposer* im Ultimatumspiel verantwortlich ist oder aber die Besorgnis darüber, dass der *Responder* ein unfaires Angebot ablehnen könnte und der *Proposer* leer ausgehen würde. Bei diesem Spiel bestimmt ein sogenannter Diktator die Aufteilung einer fixen Geldsumme zwischen sich und mindestens einem anonymen Spieler, dem Rezipienten (oder Empfänger). Es findet also keine Interaktion zwischen den Spielern statt.

Die Theorie besagt, dass der Diktator den ganzen Geldbetrag für sich behalten sollte. Im Labor werden dennoch positive Angebote des Diktators beobachtet, die allerdings geringer als jene des *Proposers* im Ultimatumspiel sind. Dieses Ergebnis lässt darauf schließen, dass Fairness existiert und einen Einfluss auf die Aufteilung hat (Vgl. Forsythe, Horowitz, Savin und Sefton, 1994).

In der Literatur existieren nunmehr eine Vielzahl von Modifikationen des Ultimatum- und Diktatorspiels (Vgl. Andreoni und Miller, 2002; Charness und Rabin, 2002; Engelmann und Strobel, 2004; Kritikos und Bolle, 2001).

### 3.2.3 Das Solidaritätsspiel

In dem Solidaritätsspiel nach Selten und Ockenfels (1998) spielten drei Versuchspersonen in einer Gruppe. Jeder Spieler konnte (unabhängig von den anderen Gruppenmitgliedern) mit einer Wahrscheinlichkeit von  $\frac{2}{3}$  eine Auszahlung von 10,00 DM gewinnen und mit einer Wahrscheinlichkeit von  $\frac{1}{3}$  leer ausgehen. Ex ante sollten die Probanden mitteilen, wie viel sie als Gewinner von ihrer Auszahlung verschenken würden („konditionale Abgabe“), wenn es sich zum einen um nur einen und zum anderen um zwei Verlierer in der Gruppe handeln würde. Nur 21% der Versuchspersonen verhielten sich egoistisch und wollten ex ante keine konditionale Abgabe(n) leisten. 52% der Probanden entschieden sich für eine konstante Abgabesumme, d.h. die kumulierten Abgaben waren in beiden Verliererzuständen die gleiche, also im Fall eines Verlierers erhält dieser genauso viel wie die Summe der Abgaben im Fall mit zwei Verlierern. 19% leisteten eine konstante Verliererabgabe, d.h. die Abgabe war immer die gleiche, unabhängig von der Verliereranzahl. Überdies wurden 16% der Probanden der

intermediären Gruppe zugeschrieben, die ein Verhaltensmuster aufweist, welches sich zwischen der konstanten Abgabesumme und der konstanten Verliererabgabe befindet.

Ockenfels und Weimann (1998) untersuchten das Solidaritätsverhalten in Ost- und Westdeutschland knapp 10 Jahre nach der Wiedervereinigung und konnten zeigen, dass die ostdeutschen Probanden ein signifikant eigennützigeres Verhalten aufwiesen als die Probanden aus den alten Bundesländern. In einem wiederholten Experiment mehr als 20 Jahre nach dem Mauerfall scheinen die Ergebnisse die gleichen zu sein (Vgl. Brosig-Koch, Helbach, Ockenfels und Weimann, 2011).

Aufteilungsspiele zeigen, dass die experimentellen Befunde von der Theorie abweichen. Im Labor wird beobachtet, dass die Probanden nicht ausschließlich eigennützig sind bzw. „Nash spielen“, sondern stattdessen faires Verhalten eine Rolle spielt.

### **3.3 Grundlegende Literatur zu den Verteilungspräferenzen**

In diesem Gliederungspunkt werden in „3.3.1 Modelltheoretische Ansätze“, die namhaftesten Modelle zu den Verteilungspräferenzen vorgestellt, wie das Modell von Fehr und Schmidt (1999), das ERC-Modell von Bolton und Ockenfels (2000) und das Modell von Charness und Rabin (2002). In 3.3.2 werden experimentelle Studien gezeigt, wie diese Präferenzmodelle sowie Verteilungspräferenzen im Labor oder in Feldstudien abschneiden. Literatur zu den Verteilungspräferenzen beim Kauf fairer Waren liegen bis dato nicht vor. Allerdings werden in 3.3.2.2 Untersuchungen zu den Verteilungspräferenzen von Konsumenten gegenüber regionalen Landwirten präsentiert.

#### **3.3.1 Modelltheoretische Ansätze**

Die bedeutsamsten modelltheoretischen Ansätze aus der Literatur zu den Verteilungspräferenzen gehen zurück auf das Modell der Ungleichheitsaversion von Fehr und Schmidt (1999) in 3.3.1.1, das ERC-Modell von Bolton und Ockenfels (2000) in 3.3.1.2 sowie das Modell von Charness und Rabin (2002) in 3.3.1.3. Diese werden im Folgenden näher beleuchtet.

### 3.3.1.1 Das Modell der Ungleichheitsaversion von Fehr und Schmidt (1999)

Das Modell der Ungleichheitsaversion nach Fehr und Schmidt (1999) besagt, dass Individuen eine Abneigung gegen ungleiche Auszahlungen zwischen sich und einem oder mehreren anderen Spieler(n) haben. Im Folgenden wird in 3.3.1.1.1 das Modell der Ungleichheitsaversion nach Fehr und Schmidt (1999) vorgestellt und anschließend in 3.3.1.1.2 auf Erweiterungen des Modells eingegangen.

#### 3.3.1.1.1 Das Modell von Fehr und Schmidt (1999)

Die Grundidee des Ansatzes von Fehr und Schmidt (1999) besteht darin, dass Individuen ungleichheitsavers sind, d.h. sie bevorzugen gleichmäßige Auszahlungen. Darüber hinaus spielt es für die Individuen eine Rolle wie sie relativ zu den anderen stehen. Ein Spieler wäre eher bereit Ungleichheit in Kauf zu nehmen, wenn er derjenige ist, der besser gestellt ist. Es wird ferner eine sehr spezifische Annahme getroffen, dass die Nutzenfunktion linear ist. Die Nutzenfunktion eines Spielers  $i$  für den Fall einer Menge von  $n$  Spielern lautet wie folgt:

$$U_i = \pi_i - \frac{\alpha}{n-1} \sum_{j \neq i} \max\{\pi_j - \pi_i, 0\} - \frac{\beta}{n-1} \sum_{j \neq i} \max\{\pi_i - \pi_j, 0\}$$

für  $\alpha \geq \beta$  und  $1 > \beta \geq 0$

Die vereinfachte Nutzenfunktion eines Zwei-Spieler-Falls lautet wie folgt für Spieler  $i$ :

$$U_i = u(\pi_i, \pi_j) = \begin{cases} \pi_i - \beta(\pi_i - \pi_j) & \text{für } \pi_i \geq \pi_j \\ \pi_i - \alpha(\pi_j - \pi_i) & \text{für } \pi_i < \pi_j \end{cases}$$

mit  $\alpha \geq \beta$  und  $1 > \beta \geq 0$

Bei  $\pi_i$  und  $\pi_j$  handelt es sich um die Auszahlungen der Spieler  $i$  und  $j$ . Die Präferenzparameter, die das Verhalten antreiben sind zum einen  $\alpha$ , das Maß für die nachteilhafte Ungleichheitsaversion („Neidparameter“), und  $\beta$ , das Maß für die vorteilhafte Ungleichheitsaversion („Mitleidparameter“). Die Nutzenfunktion des Spielers  $i$  beschreibt die Auszahlung für den Fall, dass Spieler  $i$  besser oder gleich gut zu Spieler  $j$  gestellt ist, und den Fall, dass Spielers  $i$  Auszahlung schlechter als Spielers  $j$  ist. Da angenommen wird, dass  $\alpha \geq \beta$  ist, wird ersichtlich, dass der reduzierte Nutzen auf Grund der Ungleichheit einen größeren Effekt für den Fall hat, bei dem die eigene



Auszahlung geringer ist als die des Gegenübers ( $\pi_j < \pi_i$ ). Darüber hinaus wird im Modell von heterogenen Individuen ausgegangen (d.h. manche leiden unter Ungleichheit, andere verhalten sich egoistisch), die einem gewissen Risiko gegenüberstehen insofern dass sie keine Auskunft über die Präferenzparameter der Mitspieler besitzen. In dem Ansatz sind all diese Informationen *Common Knowledge* für die Individuen. Ferner ist ein Spieler ungleichheitsavers, wenn die Präferenzparameter  $\alpha, \beta \geq 0,5$  sind und egoistisch, wenn  $\alpha, \beta < 0,5$ . Die Autoren fanden heraus, dass es in den von ihnen ausgewerteten Experimenten ungefähr 40% ungleichheitsaverse und 60% egoistische Individuen gab (Vgl. Fehr und Schmidt, 2004a, S.19). Essentiell für das Modell von Fehr und Schmidt (wie auch bei Bolton und Ockenfels, 2000) ist die Auszahlungsrelation und weniger die Intention der Individuen.

In Fehr und Schmidt (2004a) sowie Fehr, Klein und Schmidt (2007) wird das Modell der Ungleichheitsaversion im Rahmen der Vertragstheorie angewendet und gezeigt, dass Fairnesspräferenzen einen direkten Einfluss auf das optimale Design von Verträgen in Prinzipal-Agenten-Beziehungen haben. Darüber hinaus ermöglicht das Modell im Aggregat sehr gute Vorhersagen über das Verhalten der Probanden im Labor für die untersuchten Vertragstypen. Überdies bietet sich die Möglichkeit, das Modell auf die Allokation von Eigentumsrechten anzuwenden. Fehr, Krehmelmer und Schmidt (2008) beobachten, dass die Probanden einen gemeinschaftlichen Besitz gegenüber einem alleinigen vorziehen. Eine Erklärung für diesen Befund, der konträr zur *Property Rights*-Theorie steht, sehen die Autoren darin, dass Individuen ungleichheitsavers sind.

### 3.3.1.1.2 Erweiterungen des Modells von Fehr und Schmidt (1999)

Ottone und Ponzano (2005) stellen eine Erweiterung des Modells der Ungleichheitsaversion von Fehr und Schmidt (1999) auf. Die Autoren demonstrieren eine nicht-lineare Nutzenfunktion eines fair-eingestellten Individuums (im Fehr/Schmidt-Modell wird eine lineare Nutzenfunktion angenommen). Daher führt das Modell nach Ottone und Ponzano zu inneren Lösungen (Fehr/Schmidt-Modell zu Randlösungen). Die Nutzenfunktion des Spielers  $i$  für den Fall einer Menge von  $n$  Spielern lautet:

$$U_i = \pi_i - \frac{\alpha}{n-1} \sum_{j \neq i} \max \left\{ \frac{\pi_j - \pi_i}{\gamma \pi_i + 1}, 0 \right\} - \frac{\beta}{n-1} \sum_{j \neq i} \max \left\{ \frac{\pi_i - \pi_j}{\sigma \pi_j + 1}, 0 \right\}$$

für  $\alpha \geq \beta$  und  $1 > \beta \geq 0$ , sowie  $\gamma, \sigma \in [0, 1]$  <sup>18</sup>

Wie im Fehr/Schmidt-Modell handelt es sich bei  $\pi_i$  und  $\pi_j$  um die Auszahlungen der Spieler  $i$  und  $j$ ,  $\alpha$  und  $\beta$  sind die Präferenzparameter, die die Ungleichheitsaversion antreiben. Darüber hinaus implementieren Ottone und Ponzano zwei weitere Parameter:  $\sigma$  misst die Ungleichheit auf die absolute Höhe des eigenen Anteils (Gewicht des Mitleids) und  $\gamma$  die Ungleichheit auf den absoluten Anteil des Mitspielers (Gewicht des Neids). Ottone und Ponzano erweitern das Fehr/Schmidt-Modell insofern dass der Disnutzen nicht nur auf eine ungleiche Verteilung der Auszahlungen der beiden Spieler zurückzuführen ist, sondern auch vom absoluten Wert der Auszahlung jeden Spielers beeinflusst wird.

In einer weiteren Publikation von Ottone und Ponzano (2007) erfolgt eine erneute Erweiterung des von ihnen bereits entwickelten Modells:

$$U_i = \pi_i - \frac{\alpha}{n-1} \sum_{j \neq i} \max \left\{ \frac{\pi_j - \pi_i}{\gamma \pi_i + 1}, 0 \right\} - \frac{\beta}{n-1} \sum_{j \neq i} \max \left\{ \frac{\pi_i - \pi_j}{\sigma \pi_j + 1}, 0 \right\} \\ + \theta \frac{2}{(n-1)(n-2)} \sum_{\substack{j=2 \\ j \neq i}} \left\{ \frac{|\pi_j - \pi_k|}{\tau \min\{\pi_j, \pi_k\} + 1} \right\}$$

für  $\alpha \geq \beta$  und  $1 > \beta \geq 0$ , sowie  $\tau \geq \gamma, \sigma \geq \gamma$  und  $\tau, \gamma, \sigma \in [0, 1]$

Der neue Parameter  $\theta$  bildet eine nicht-selbstzentrierte Fairness ab und  $\tau$  das Gewicht für die nicht-selbstzentrierte Fairness. Sind Individuen nicht selbstzentrierend, so bedeutet dies, dass sie neben dem Vergleich zwischen ihrer und der Auszahlung ihres Gegenübers auch die Differenz zwischen den beiden Auszahlungen in Betracht ziehen. Es spielt also auch die Höhe der Ausstattungen der Spieler eine Rolle.

---

<sup>18</sup> Diese Nutzenfunktion für den Zwei-Spieler-Fall lautet wie folgt für Spieler  $i$ :

$$U_i = \begin{cases} \pi_i - \beta \left( \frac{\pi_i - \pi_j}{\sigma \pi_j + 1} \right) & \text{für } \pi_i \geq \pi_j \\ \pi_i - \alpha \left( \frac{\pi_j - \pi_i}{\gamma \pi_i + 1} \right) & \text{für } \pi_i < \pi_j \end{cases}$$

für  $\alpha \geq \beta$  und  $1 > \beta \geq 0$ , sowie  $\gamma, \sigma \in [0, 1]$  (Vgl. Ottone und Ponzano, 2005, S. 4.)

Neben etwas unbedeutenderen Erweiterungen des Fehr/Schmidt-Modells<sup>19</sup> findet man in der Literatur auch den Ansatz von Kohler (2011), in dem ein Versuch unternommen wird, die Effizienz zu integrieren. Die Nutzenfunktion eines Spielers  $i$  für den Fall einer Menge von  $n$  Spielern ist:

$$U_i = \pi_i + \gamma \pi_j - \frac{\alpha}{n-1} \sum_{j \neq i} \max\{\pi_j - \pi_i, 0\} - \frac{\beta}{n-1} \sum_{j \neq i} \max\{\pi_i - \pi_j, 0\}$$

für  $\alpha \geq \beta$  sowie  $1 > \beta \geq 0$  und  $1 > \gamma \geq 0$ .<sup>20</sup>

$\pi_i$  und  $\pi_j$  sind die Auszahlungen für Spieler  $i$  und Spieler  $j$ , sowie die Parameter  $\alpha$  und  $\beta$  die nachteilhafte und vorteilhafte Ungleichheitsaversion wie im Modell von Fehr und Schmidt. Der neue Parameter  $\gamma$  misst die Effizienz bzw. den Grad um den sich das Individuum um das soziale Wohl sorgt. Für Kohler ist effizientes Verhalten Altruismus, da dem Spieler das soziale Wohl am Herzen liegt, also die Gesamtauszahlung aller Spieler und nicht nur die eigene Auszahlung. Ist  $\gamma = 1$ , so ist das Individuum rein effizienter Natur. Der erweiterte Ansatz wird mittels der experimentellen Daten von Fehr und Schmidt (1999) sowie Charness und Rabin (2002) überprüft. Es zeigt sich, dass das Modell einen hohen Erklärungswert für das Entscheidungsverhalten im Labor hat.

Engelmann (2012) hingegen warnt vor Erweiterungen des Modells der Ungleichheitsaversion. Er zeigt dies an einem Beispiel einer Fehr/Schmidt-Nutzenfunktion für den Spieler  $i$ , erweitert um einen Effizienzparameter  $\gamma$  für den  $n$ -Personen-Fall:

<sup>19</sup> Beispielsweise adjustieren Fudenberg und Levine (2012) die Fehr/Schmidt-Nutzenfunktion auf Spiele mit Münzwurf-Lotterien. In der Veröffentlichung von Ellison, Lusk und Briggeman (2010) wird hingegen die Frage nach den Beweggründen für eine Befürwortung oder Ablehnung einer staatlichen Unterstützung von Landwirten gestellt. Das Fehr/Schmidt-Modell wird modifiziert (Annahme:  $\alpha = \beta$ ) und ergänzt durch unterschiedliche Kosten für staatliche Maßnahmen sowie den daraus gewonnenen Nutzen von kleinen und großen Landwirtschaftsbetrieben. Dies macht es möglich, die Zahlungsbereitschaft der Steuerzahler für bestimmte politische Maßnahmen zu berechnen, die durch Egoismus oder Ungleichheitsaversion angetrieben werden.

<sup>20</sup> Die Nutzenfunktion für den Zwei-Spieler Fall:

$$U_i = \begin{cases} \pi_i + \gamma \pi_j - \alpha(\pi_i - \pi_j) & \text{für } \pi_i \geq \pi_j \\ \pi_i + \gamma \pi_j - \beta(\pi_j - \pi_i) & \text{für } \pi_i < \pi_j \end{cases}$$

mit  $\alpha \geq \beta$  sowie  $1 > \beta \geq 0$  und  $1 \geq \gamma \geq 0$ .

$$U_i = \pi_i - \frac{\alpha}{n-1} \sum_{j \neq i} \max\{\pi_j - \pi_i, 0\} - \frac{\beta}{n-1} \sum_{j \neq i} \max\{\pi_i - \pi_j, 0\} + \gamma \sum_{j \neq i} \pi_j$$

für  $\alpha \geq \beta$  sowie  $1 > \beta \geq 0$  und  $1 \geq \gamma \geq 0$ .<sup>21</sup>

Mathematisch beweist Engelmann, dass eine solche Erweiterung nur dazu führt, dass die Restriktionen der Parameter geändert werden zu  $\alpha < 0$  und  $\alpha < \beta$ , d.h. die Einführung eines Effizienzparameters resultiert lediglich in einer Reduktion der nachteilhaften Ungleichheitsaversion  $\alpha$  sowie in einem Anstieg der vorteilhaften Ungleichheitsaversion  $\beta$  und trägt ansonsten nichts zur Aussagekraft bei.

### 3.3.1.2 Das ERC-Modell von Bolton und Ockenfels (2000)

In unmittelbarer Konkurrenz zum Ansatz von Fehr und Schmidt (1999) steht das ERC-Modell (*Equity, Reciprocity, Competition*). Die Autoren beschreiben eine sogenannte Motivationsfunktion. Der Anwendungsbereich umfasst Spiele in strategischer und extensiver Form mit anonymer Interaktion der Spieler  $i = 1, 2, \dots, n$ . Die monetäre Auszahlung ist  $y_i \geq 0$ . Spieler  $i$  maximiert den erwarteten Wert von

$$v_i = v_i(y_i, \sigma_i), \text{ wobei}$$

$$\sigma_i = \sigma_i(y_i, c, n) = \begin{cases} y_i/c, & \text{falls } c > 0 \\ 1/n, & \text{falls } c = 0 \end{cases}$$

der relative Anteil von  $i$  an der Gesamtauszahlung ist und

$$c = \sum_{j=1}^n y_j$$

die Gesamtauszahlung aller Spieler.

Die Annahmen der Motivationsfunktion sind folgende: Zum einen ist die Funktion  $v_i = v_i(y_i, \sigma_i)$  in beiden Argumenten stetig und zweimal differenzierbar sowie strikt quasi-

---

<sup>21</sup> Die Nutzenfunktion für den Zwei-Spieler Fall:

$$U_i = \begin{cases} \pi_i - \alpha(\pi_i - \pi_j) + \gamma\pi_j & \text{für } \pi_i \geq \pi_j \\ \pi_i - \beta(\pi_j - \pi_i) + \gamma\pi_j & \text{für } \pi_i < \pi_j \end{cases}$$

mit  $\alpha \geq \beta$  sowie  $1 > \beta \geq 0$  und  $1 \geq \gamma \geq 0$ .

konkav (Annahme 1). Darüber hinaus wird Eigennutz unterstellt (Annahme 2):  $v_{i1}(y_i, \sigma_i) \geq 0$  (mehr Einkommen ist besser als weniger) und  $v_{i11}(y_i, \sigma_i) \leq 0$  (fallender Grenznutzen des Einkommens). Für ein  $\sigma_i$  und zwei Alternativen mit  $v_i(y_i^1, \sigma_i) = v_i(y_i^2, \sigma_i)$  und  $y_i^1 > y_i^2$  wählt der Spieler  $i$  Alternative  $(y_i^1, \sigma_i)$  und verhält sich somit monoton. Die Annahme 3 bezieht sich auf den komparativen Effekt:  $v_{i2}(y_i, \sigma_i) = 0$  für  $\delta_i = 1/n$  und  $v_{i22}(y_i, \sigma_i) < 0$ , wobei  $1/n$  den sozialen Referenzanteil kennzeichnet.

Unter Berücksichtigung von  $y_i \equiv c\sigma_i(y_i, c, n)$ ,

$$r_i(c, n) = \arg \max_{\sigma_i} v_i(c\sigma_i, \sigma_i), \quad c > 0, \quad \text{und}$$

$$s_i(c, n) \text{ ist definiert als } v_i(c s, s_i) = v_i(0, 1/n), \quad c > 0, \quad s_i \leq 1/n.$$

$r_i \in [1/n, 1]$  ist der Anteil, den der Diktator behält und  $s_i \in [0, 1/n]$  ist das minimal akzeptierende Gebot vom *Responder*  $i$  im Ultimatumspiel.

Die Annahme 4 bezieht sich auf die Heterogenität der Spieler, d.h. sie bevorzugen unterschiedliche Verteilungen. Sowohl  $f^r$  als auch  $f^s$  sind Dichtefunktionen (*common knowledge*) mit  $f^r(r|c) > 0, r \in [1/n, 1]$  und  $f^s(s|c) > 0, s \in [0, 1/n]$  und für alle  $n, c > 0$ .

Die Motivationsfunktion für ein Zwei-Personen-Spiel ist wie folgt beschrieben:

$$v_i(c \sigma_i, \sigma_i) = a_i c \sigma_i - \frac{b_i}{2} \left( \sigma_i - \frac{1}{2} \right)^2$$

$$a_i \geq 0, \quad b_i \geq 0.$$

Der Faktor vor dem ersten Minuszeichen steht für die absolute Auszahlung, während die Komponente nach dem Minuszeichen den Einfluss des komparativen Effekts darstellt. Die Heterogenität der Spieler findet ihren Ausdruck in der Motivationsfunktion. „A player's type is characterized by  $a/b$ , the ratio of weights that are attributed to the pecuniary and relative components of the motivation function.“ (Bolton und Ockenfels 2000, S. 173). Strikter Relativismus wird abgebildet durch  $a/b = 0$ , was  $r = s = 1/2$  impliziert, wobei für jeden Spieler  $r$  und  $s$  die private Information darstellt. Strikter Eigennutz dagegen ist  $a/b \rightarrow \infty$ , was  $r = 1$  und  $s \rightarrow 0$ . Das ECR-Modell ermöglicht eine Gleichgewichtsprognose. Ein ECR-Gleichgewicht ist ein perfektes Bayesianisches Gleichgewicht hinsichtlich der Motivationsfunktion.

Die zentrale These des ERC-Modells ist, dass Individuen nicht nur durch ihre eigene absolute sondern auch durch ihre eigene relative Position motiviert werden (Präferenz für die relative Auszahlung). Darüber hinaus haben Menschen Präferenzen über bestimmte Auszahlungsverteilungen, die unabhängig von den Intentionen der Gegenspieler sind. Der soziale Referenzpunkt, der eine besondere Verteilungssituation beschreibt, spielt in diesem Zusammenhang eine bedeutende Rolle. Das ERC-Modell ist in der Lage die experimentellen Befunde von Aufteilungsspielen sowie Dilemma-Spielen (z.B. Öffentlich-Gut-Spiel) und Marktspielen (z.B. Cournot-Spiel) zu prognostizieren.

### 3.3.1.3 Das Modell von Charness und Rabin (2002)

Eine der bekanntesten Publikationen in der Literatur zu den Verteilungspräferenzen geht auf Charness und Rabin (2002)<sup>22</sup> zurück. Bei dem von ihnen vorgestellten Ansatz spielt wie bei Fehr und Schmidt die Ungleichheitsaversion, hier Differenzaversion genannt, eine entscheidende Größe in der linearen Nutzenfunktion. Ergänzt wird die Funktion um eine sogenannte Quasi-Maximin-Präferenz sowie einen Reziprozitätsfaktor. Die Nutzenfunktion  $U_i$  des Spielers  $i$  in Abhängigkeit von der eigenen Auszahlung,  $\pi_i$ , und von der des Gegenübers,  $\pi_j$ , ist wie folgt für den Zwei-Personen-Fall definiert:

$$U_i = u(\pi_i, \pi_j) = \begin{cases} (\rho + \theta q)\pi_j + (1 - \rho - \theta q)\pi_i & \text{for } \pi_i \geq \pi_j \\ (\sigma + \theta q)\pi_j + (1 - \sigma - \theta q)\pi_i & \text{for } \pi_i < \pi_j \end{cases}$$

wobei der Reziprozitätsfaktor durch  $\theta$  modelliert ist und die Parameter  $\rho$  und  $\sigma$  die Verteilungspräferenzen angeben. Durch die Form der Parameter  $\rho$  (bei  $\pi_i \geq \pi_j$ ) und  $\sigma$  (bei  $\pi_i < \pi_j$ ) können Präferenzen des Individuums abgebildet werden. Ein Spieler ist egoistisch, wenn  $\sigma = \rho = 0$  oder kompetitiv, wenn  $\sigma \leq \rho \leq 0$ . Bei Letzterem möchte er so gut wie möglich im Vergleich zum Gegner stehen. Er hat eine Differenzaversion, wenn gilt  $\sigma < 0 < \rho < 1$ . Für Charness und Rabin existiert darüber hinaus eine Quasi-Maximin-Präferenz bzw. Präferenz für das soziale Wohl, wenn  $0 < \sigma \leq \rho \leq 1$ . Dies ist eine Präferenz für die Maximierung der gewichteten Gesamtauszahlung vs. der gewichteten Minimalauszahlung. Das Individuum möchte zum einen die

---

<sup>22</sup> Auf das Arbeitspapier von Charness und Rabin (2000), das bereits das beschriebene Modell enthält, wird an dieser Stelle auch verwiesen.

Gesamtauszahlung maximieren (Effizienzpräferenz) und zum anderen hat es ein Interesse demjenigen zu helfen, der am schlechtesten dasteht (Maximin-Präferenz).

Ferner kann die Reziprozität in diesem Modell unter der Annahme, dass  $\theta > 0$  ist, veranschaulicht werden. Für den Fall, dass Spieler  $j$  sich schlecht benimmt, ist  $q = -1$ . Der verärgerte Spieler  $i$  minimiert daraufhin Spielers  $j$  Auszahlung (sogar negative Werte möglich) und die von Spieler  $i$  steigt. Verhält sich Spieler  $j$  jedoch gut, ist  $q = 0$  und die Auszahlung wird positiv berücksichtigt.<sup>23</sup> Intentionen spielen in diesem Zusammenhang eine bedeutende Rolle. Man stellt sich die Frage, ob der Gegner nett zu einem ist oder nicht und handelt danach. Charness und Rabin entwickeln ein *Reciprocal-Fairness*-Gleichgewicht, indem sowohl die Quasi-Maximin-Präferenz als auch Reziprozität eingefangen werden. Es besagt, dass die Spieler ein Interesse daran haben, dass das soziale Wohl andauert und danach ihre Entscheidungen treffen. Allerdings wären sie bereit einem unfairen Mitspieler seinen gerechten Anteil vom Kuchen zu verweigern und ihn gegebenenfalls bestrafen, auch wenn dies Kosten für den Auszuführenden mit sich bringt.

Die Autoren führten 29 verschiedene modifizierte Diktatorspiele sowohl mit zwei als auch mit drei Spielern durch. Sie konnten zeigen, dass wenn Reziprozität außen vor gelassen wird, der Großteil der Individuen sich eher quasi-maxmin verhielt und weniger ungleichheitsavers. Ein Beispiel hierfür bietet das Berk29-Spiel, in dem ein Versuchsteilnehmer die Wahl hatte zwischen (400, 400) und (400, 700), wobei die erste Zahl für die Auszahlung des Entscheidungsträgers und die zweite Zahl für die des Empfängers steht. Es entschieden sich 69% der Probanden für (400, 700). Das bedeutet, dass nicht mal ein Drittel die Gleichverteilung wählte, sondern vielmehr die Allokation präferiert wurde mit der höchsten kumulierten Auszahlung. Über alle Spiele zeigt sich, dass 70% der Probanden eine Quasi-Maximin-Präferenz offenbarten, 20% eine Ungleichheitsaversion und 10% eine kompetitive Präferenz. Erweiterungen zum Modell von Charness und Rabin sind nicht bekannt.

---

<sup>23</sup> Im Anhang der Publikation von Brosig, Riechmann und Weimann (2007, S. 25) konnte mathematisch gezeigt werden, dass bei Nichtvorhandensein von Reziprozität, also  $q = 0$ , das Modell von Charness und Rabin (2002) dem von Fehr und Schmidt (1999) gleicht für  $\rho = \beta$  und  $\sigma = -\alpha$ .

### 3.3.2 Experimentelle Studien

In diesem Gliederungspunkt werden in 3.3.2.1 experimentelle Untersuchungen betrachtet zur Differenzaversion, Maximin- und Effizienzpräferenz im Vergleich und darüber hinaus in 3.3.2.2 auf Verteilungspräferenzen der Konsumenten gegenüber regionalen Landwirten eingegangen.

#### 3.3.2.1 Differenzaversion, Maximin- und Effizienzpräferenz im Vergleich

Im Folgenden werden experimentelle Studien vorgestellt, in der die Verteilungspräferenzen Differenzaversion (Vorliebe gleichmäßiger Auszahlungen), Maximin-Präferenz (Wahl der Handlungsalternative bei der die Auszahlung der benachteiligten Person maximiert wird) und die Effizienzpräferenz (Wunsch die Gesamtauszahlung zu maximieren) vergleichend betrachten werden sowie auf Publikationen eingegangen, die die Prognosefähigkeit der modelltheoretischen Ansätze aus 3.3.1 prüfen.

Engelmann und Strobel (2004) untersuchten das Modell von Fehr und Schmidt (im Folgenden abgekürzt mit F&S) und das ERC-Modell von Bolton und Ockenfels (im Folgenden abgekürzt mit ERC) auf ihre Prognosefähigkeit und stellten sie der Maximin-Präferenz sowie der Präferenz für Effizienz gegenüber. Es wurden drei Experimente durchgeführt, die modifizierten Diktatorspielen gleichen. Der Proband sollte aus Sicht des Spielers 2 für sich und zwei weiteren Spielern 1 und 3 die Auszahlungen bestimmen. Er konnte jeweils wählen zwischen Allokation A, B und C. Bei dem ersten Experiment handelte es sich um ein *Taxation Game* mit vier Treatments.

Bei einem *Taxation Game* bestimmt der Entscheidungsträger, der Spieler 2, der die mittlere Auszahlung hat, in allen drei Allokationen die Auszahlungen für den Spieler 1 mit der höchsten Auszahlung sowie für den Spieler 3 mit der niedrigsten Auszahlung. Die *Taxation Games* bestanden aus einem Treatment F und E, sowie  $F_x$  und  $E_x$ .



Allokation	Treatment											
	F			E			Fx			Ex		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Person 1	8.2	8.8	9.4	9.4	8.4	7.4	17	18	19	21	17	13
Person 2	5.6	5.6	5.6	6.4	6.4	6.4	10	10	10	12	12	12
Person 3	4.6	3.6	2.6	2.6	3.2	3.8	9	5	1	3	4	5
Total	18.4	18	17.6	18.4	18	17.6	36	33	30	36	33	30
Average 1, 3	6.4	6.2	6	6	5.8	5.6	13	11.5	10	12	10.5	9
Relative 2	0.304	0.311	0.318	0.348	0.356	0.364	0.278	0.303	0.333	0.333	0.364	0.4
<b>Prediction</b>												
Efficiency	A			A			A			A		
ERC			C	A					C	A		
F&S	A					C	A					C
Maximin	A					C	A					C
<b>Choices</b>												
Count	57	7	4	27	16	25	26	2	2	12	5	13
Percentage	83.3	10.3	5.9	39.7	23.5	36.7	86.7	6.7	6.7	40	16.7	43.3

Abbildung 11: *Taxation Games*, Engelmann und Strobel (2004), S. 860, eigene Darstellung

Es konnte gezeigt werden, dass die Prognosen bezüglich der Allokationswahl nach dem Fehr/Schmidt-Modell besser war als die des ERC-Modells.<sup>24</sup> Darüber hinaus konnte im Treatment F und Fx eine Präferenz für Effizienz und für Maximin bei der Allokationswahl A beobachtet werden (jeweils bei über 80% der Probanden), während im Treatment E und Ex die Effizienzpräferenz bei der Allokationsentscheidung A lag und die Maximin-Präferenz bei Allokation C. Beide Präferenzen waren ähnlich stark ausgeprägt.

Auch bei dem zweiten Experiment, den *Envy Games*, konnte in allen vier Treatments sowohl eine Präferenz für Effizienz als auch eine für Maximin nachgewiesen werden. Die Vorhersage für die Allokationswahl war weder nach dem Fehr/Schmidt-Ansatz noch nach dem ERC-Modell immer zutreffend.

<sup>24</sup> In Treatment F wählten 83,8% der Probanden Allokationen vorhergesagt nach Fehr und Schmidt (Allokation mit der geringsten Ungleichheit) und im Treatment Fx 86,7%, während sich nur 39,7% der Versuchspersonen in Treatment E und 40% in Treatment Ex für die prognostizierten Allokationen nach dem ERC-Modell entschieden. Die Trefferquote lag bei Fehr und Schmidt bei drei und beim ERC bei eins von insgesamt vier Treatments.

Allokation	Treatment											
	N			Nx			Ny			Nyi		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Person 1	16	13	10	16	13	10	16	13	10	16	13	10
Person 2	8	8	8	9	8	7	7	8	9	7.5	8	8.5
Person 3	5	3	1	5	3	1	5	3	1	5	3	1
Total	29	24	19	30	24	18	28	24	20	28.5	24	19.5
Average 1, 3	10.5	8	5.5	10.5	8	5.5	10.5	8	5.5	10.5	8	5.5
Relative 2	0.276	0.333	0.421	0.3	0.333	0.389	0.25	0.333	0.45	0.263	0.333	0.436
<b>Prediction</b>												
Efficiency	A			A			A			A		
ERC		B		A	or B			B	or C		B	or C
F&S			C	A		or C			C			C
Maximin	A			A			A			A		
<b>Choices</b>												
Count	21	8	1	25	4	1	23	4	3	18	5	7
Percentage	70	26.7	3.3	83.3	13.3	3.3	76.7	13.3	10	60	16.7	23.3

Abbildung 12: *Envy Games*, Engelmann und Strobel (2004), S. 862, eigene Darstellung

In dem dritten Experiment, den *Rich and Poor Games*, lagen die Trefferquoten bei zwei von drei Treatments sowohl bei der Maximin-Präferenz (Treatment R und P) als auch bei der Effizienzpräferenz (Treatment P und Ey). Darüber hinaus lagen die Prognosen von Fehr und Schmidt und dem ERC-Modell in keinem der drei Treatments richtig.

Allokation	Treatment								
	R			P			Ey		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Person 1	11	8	5	14	11	8	21	17	13
Person 2	12	12	12	4	4	4	9	9	9
Person 3	2	3	4	5	6	7	3	4	5
Total	25	23	21	23	21	19	33	30	27
Average 1, 3	6.5	5.5	4.5	9.5	8.5	7.5	12	10.5	9
Relative 2	0.48	0.522	0.571	0.174	0.19	0.211	0.273	0.3	0.333
<b>Prediction</b>									
Efficiency	A			A			A		
ERC	A						C		
F&S	A						C		
Maximin				C			C		
<b>Choices</b>									
Count	8	6	16	18	2	10	12	7	11
Percentage	26.7	20	53.3	60	6.7	33.3	40	23.3	36.7

Abbildung 13: Rich and Poor Games, Engelmann und Strobel (2004), S. 863, eigene Darstellung

Die Autoren konnten in ihrer experimentellen Untersuchung beweisen, dass neben der Ungleichheitsaversion nach Fehr und Schmidt und einer Präferenz für die relative Auszahlung (ERC), auch die Effizienz- und die Maximin-Präferenz eine bedeutende Rolle spielen. Diese Motive werden jedoch in dem Fehr/Schmidt-Modell und im ERC-Modell nicht berücksichtigt. Darüber hinaus schreiben die Autoren dem Fehr/Schmidt-Modell sowie dem ERC-Modell eine schwache Vorhersagekraft in Bezug auf die Allokationsentscheidung der Probanden zu.

Bolton und Ockenfels (2006) verfassten eine Stellungnahme zum Artikel von Engelmann und Strobel (2004), der ebenfalls im *American Economic Review* publiziert wurde. In einem von Bolton und Ockenfels durchgeführten Experiment, bestehend aus drei Spielen, sollten sich die Versuchsteilnehmer jeweils zwischen einer Allokation A, Gleichverteilung, und einer effizienten Allokation B entscheiden. Es konnte beobachtet werden, dass die Gleichverteilung häufiger gewählt wurde als die effiziente Allokation. Die Zahlungsbereitschaft für Effizienz war geringer als jene für eine Gleichverteilung. Bolton und Ockenfels konnten eine gewisse Bedeutung der Effizienz bei der Wahl zwischen Allokationsalternativen nicht von der Hand weisen, schrieben allerdings der Präferenz für eine Gleichverteilung eine größere Bedeutung zu.

Auch Fehr, Naef und Schmidt (2006) äußerten ihre Kritik an der Veröffentlichung von Engelmann und Strobel (2004), indem sie die Treatments Ey und P (*Rich and Poor Game*) von Engelmann und Strobel nachspielten. Bei dem einen Experiment handelte es sich um eine vergleichende Studie zwischen Ökonomen (Studenten der VWL und der BWL) und Nicht-Ökonomen (Studenten der Sozialwissenschaften). Sie fanden heraus, dass die Ökonomen in Spiel Ey die effiziente Allokation A (66,1%) gegenüber der ungleichheitsaversen bzw. Maximin-Verteilung (Allokation C vereint beide Präferenzen) bevorzugten (22,9%), während die Nicht-Ökonomen seltener die effiziente Allokation wählten (26,5%) und eine höhere Anzahl ihre Ungleichheitsaversion bzw. Maximin-Präferenz offenlegten (57,8%). Bei dem Spiel P wurde ähnliches beobachtet, 57,8% der Ökonomen wählten die effiziente Allokation A (27,5% die ungleichheitsaverse Allokation C), während nur 25,3% der Nicht-Ökonomen sich für die effiziente Allokation (54,2% die ungleichheitsaverse Allokation) entschieden. Ein Versuchsteilnehmer mit einer Maximin-Präferenz wäre indifferent gewesen zwischen den Allokationen A, B und C.

Die Autoren konnten zeigen, dass sich eine höhere Anzahl von Ökonomen für die effiziente Allokation entschieden als Nicht-Ökonomen (*Subject Pool*-Effekt, Ausbildungseffekt). In einem weiteren Experiment wurde die politische Einstellung der Probanden mit ihrer Verteilungspräferenz verglichen. Fehr et al. konnten darlegen, dass politische Neigungen weder die Präferenz für Effizienz noch die für Ungleichheitsaversion beeinflussen. Allerdings entschieden sich Versuchspersonen tendenziell häufiger für die ungleichheitsaverse Allokation, die sich zum politisch linken Flügel hingezogen fühlen, als solche, die den rechten Flügel präferieren.

Ferner stellen Fehr und Schmidt (2004b) fest, dass der nicht-strategische Charakter der Spiele von Engelmann und Strobel (es handelte sich um modifizierte Diktatorspiele) die Wahl für die effiziente Allokation begünstigen würden, hingegen beispielsweise in einem Ultimatumspiel das Erlangen von Effizienz keine Rolle spielen würde. In einem weiteren Experiment verglichen Fehr und Schmidt zwei Treatments. Bei dem einen Treatment handelte es sich um die Spiele Ey und P analog zu Engelmann und Strobel, bei dem anderen Treatment wurde vor diesen beiden Spielen noch ein Ultimatumspiel gespielt. Es zeigte sich, dass bei den Ökonomen in Spiel Ey durch das Ultimatumspiel prior die Wahl für die effiziente Allokation um 25,5% sank und die Entscheidung für die

ungleichheitsaverse bzw. Maximin-Allokation um 20% stieg. In Spiel P wurde ein Abklingen für die effiziente Verteilung von 14,9% beobachtet und für die ungleichheitsaverse Allokation ein Anstieg von 8,4% (Akteur mit Maximin-Präferenz wäre wieder indifferent zwischen den Allokationen A, B und C). Bei den Nicht-Ökonomen, die sich bei dem Treatment ohne Ultimatumspiel ohnehin sehr selten für die effiziente Allokation entschieden, konnte im Vergleich zum Treatment mit Ultimatumspiel prior ebenfalls ein leichter Rückgang für die Wahl der effizienten Allokation beobachtet werden.

Zu den öffentlichen Kritiken von Bolton und Ockenfels (2006) und Fehr, Naef und Schmidt (2006) nahmen Engelmann und Strobel (2006) Stellung. Einen Grund für die Beobachtung von Bolton und Ockenfels, dass die Zahlungsbereitschaft für Effizienz geringer ist als die Zahlungsbereitschaft für eine Gleichverteilung, sehen Engelmann und Strobel im experimentellen Design. Während ein ungleichheitsaverser Versuchsteilnehmer sehr viel Gleichheit für sein Geld erhält, kann ein Proband mit einer Effizienzpräferenz nur wenig Effizienz für in etwa den gleichen Geldbetrag bekommen. Bolton und Ockenfels ignorieren also den unterschiedlichen Nutzenanstieg, den ein Proband bei der Wahl zwischen der effizienten Allokation und der Gleichverteilung hat.

Darüber hinaus fechten Engelmann und Strobel die Bemerkung von Fehr, Naef und Schmidt an, dass Ökonomen sich effizienter und weniger ungleichheitsavers verhalten als Nicht-Ökonomen. Fehr et al. führten ihr Experiment in München und Zürich durch, während Engelmann und Strobel ihres in Berlin. Im Spiel P wählten die Nicht-Ökonomen aus dem Experiment von Fehr et al. signifikant seltener die effiziente Allokation verglichen zu den Versuchspersonen von Engelmann und Strobel. Die Ökonomen hingegen aus dem Fehr/Naef/Schmidt-Experiment weisen darüber hinaus keinen signifikanten Unterschied zum *Subject Pool* von Engelmann und Strobel auf. Allerdings existiert im Spiel Ey kein signifikanter Unterschied zwischen den Nicht-Ökonomen vom Fehr/Naef/Schmidt-Experiment und den Probanden von Engelmann und Strobel, während sich die Ökonomen aus München sogar signifikant effizienter verhielten als der *Subject Pool* von Engelmann und Strobel (kein signifikanter Unterschied zwischen Ökonomen aus Zürich und Probanden von Engelmann und Strobel). Engelmann und Strobel weisen darauf hin, dass neben der Ausbildung auch andere Faktoren wie die Herkunft oder das Geschlecht das Entscheidungsverhalten beeinflussen können.

Levati, Ploner und Traub (2007) behaupten hingegen, dass das Kooperationsverhalten in einem Öffentlich-Gut-Spiel mit zwei Spielern weniger durch eine Präferenz für Effizienz zu erklären ist, sondern vielmehr aus dem Motiv heraus Gleichheit in den Auszahlungen der beiden Spieler zu erlangen. Auch Loewenstein, Thompson und Bazerman (1989) sowie Bazerman, Gibbons, Thompson, Valley (1998) fanden heraus, dass die Probanden eine Gleichverteilung einer ungleichen monetären Aufteilung vorzogen und dass die vorteilige über die nachteilige Ungleichheit präferiert wurde (ähnliche Ergebnisse: Fehr und Schmidt, 1999). Darüber hinaus führten Schokkaert und Overlaet (1989) Experimente durch<sup>25</sup>, bei denen sich die Probanden für eine Einkommensverteilung für zwei Arbeiter entscheiden sollten. Die beiden Arbeiter unterschieden sich in ihrem Anstrengungsniveau, im Alter, ihrer hierarchischen Stellung im Unternehmen und ihrem Bildungsgrad. Es konnte gezeigt werden, dass die relative Anstrengung den größten Einfluss auf die Einkommensdifferenzen hat (verglichen zu den anderen Faktoren).

Güth, Kliemt und Ockenfels (2003) hingegen fanden in ihrem Experiment heraus, dass Individuen in einem *Gift-Exchange*-Spiel eine mögliche Präferenz für Effizienz offenbaren, diese allerdings auch durch den Wunsch nach Gleichheit verwechselt werden könnte. In den modifizierten Diktatorspielen von Kritikos und Bolle (2001) präferierte die Mehrheit der Versuchsteilnehmer die effiziente Allokation vor der Gleichverteilung oder ungleichheitsaversen Allokation, wobei es sich in 5 von 7 Verteilungsspielen um die Wahl zwischen einer Gleichverteilung von (0,0) und einer effizienten Allokation handelte. Weitere Evidenz für eine Präferenz für Effizienz fanden Charness und Grosskopf (2001). In ihrem Experiment sollten die Probanden in drei Aufteilungsspielen die Auszahlungen zwischen sich und einem anonymen Mitspieler bestimmen. Hierfür standen ihnen zwei Allokationsmöglichkeiten zur Verfügung. In den drei Spielen wählten 62 Teilnehmer *immer* die effiziente Allokation, 17 von ihnen die effiziente Allokation, sofern diese nicht die eigene Auszahlung schmälert, 5 Individuen entschieden sich für die Gleichverteilung und 3 wählten die Allokation mit der höheren durchschnittlichen Auszahlung. Darüber hinaus sollte ex ante ein *Happiness*-Fragebogen beantwortet werden. Eine positive Korrelation zwischen einem angegebenen geringen Grad an *Happiness* bzw. Unzufriedenheit und einer Bereitschaft, die Auszahlung des anderen der

---

<sup>25</sup> Eine Modifizierung des experimentellen Designs von Yaari und Bar-Hillel (1984), die jedoch keine Verteilungspräferenz signifikant nachweisen konnten.

eigenen unterzuordnen (kompetitive Präferenz) konnte darüber hinaus auch beobachtet werden.

Mit Ausnahme der Veröffentlichung von Engelmann und Strobel (2004) sind eher wenige Experimente zur Maximin-Präferenz in der Literatur zu finden. In Frohlich, Oppenheimer und Eavey (1987) konnte keine reine Präferenz für Maximin gefunden werden, allerdings wählte eine signifikant hohe Anzahl (25 von 29 Gruppen) eine Maximierung des durchschnittlichen Einkommens mit einer Restriktion der Einkommensuntergrenze, die den Teilnehmern in der Gruppe ein minimales Sicherheitseinkommenslevel zusicherte und zusätzlich eine Erhöhung des durchschnittlichen Einkommens ermöglichte (also quasi eine Mischung aus einer Maximin-Präferenz und eine Präferenz für die Maximierung des Durchschnittseinkommens). Eine weitere Mischform, die Quasi-Maximin-Präferenz, aus der Publikation von Charness und Rabin (2002) *performte* darüber hinaus auch relativ gut. Daruvala (2010) konnte ähnliches beobachten. Sie führte ein Experiment durch, um verschiedene Präferenzmodelle zu untersuchen und fand heraus, dass 27,3% der Versuchsteilnehmer eine Quasi-Maximin-Präferenz nach Charness und Rabin offenbarten, 21,1% der Probanden sich nach dem ERC-Modell von Bolton und Ockenfels verhielten sowie 6,8% ungleichheitsavers nach Fehr und Schmidt.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die Meinungen zur Bedeutung einer Differenzaversion, Maximin-Präferenz und Effizienzpräferenz auseinander gehen. Einige Autoren sehen eine Erklärung für das Entscheidungsverhalten im Labor eher in dem Wunsch nach Gleichheit bzw. einer Differenzaversion (Vgl. Andreoni und Miller, 2002; Bazerman, Gibbons, Thompson und Valley, 1998; Bolton und Ockenfels, 2000; Fehr, Klein und Schmidt, 2007; Fehr und Schmidt, 1999; Loewenstein, Thompson und Bazerman, 1989; Schokkaert und Overlaet, 1989). Andere wiederum konnten nachweisen, dass die Effizienzpräferenz die bedeutendere Verteilungspräferenz sei (Vgl. Charness und Grosskopf, 2001; Engelmann und Strobel, 2004; Kritikos und Bolle, 2001). Die Maximin-Präferenz nimmt in der Literatur eher eine untergeordnete Stellung ein. Dennoch konnte sie von Engelmann und Strobel (2004) nachgewiesen werden.

### 3.3.2.2 Verteilungspräferenzen der Konsumenten gegenüber regionalen Landwirten

Es existieren in der Literatur gegenwärtig keine Publikationen zu den Verteilungspräferenzen von Fairtrade-Konsumenten gegenüber den Produzenten. Allerdings gibt es experimentelle Untersuchungen zu den Verteilungspräferenzen der Konsumenten gegenüber regionalen Landwirten, auf die im Folgenden eingegangen wird.

Lusk und Briggeman (2011) führten ein Experiment mit Bürgern der US-Bevölkerung durch. Die Versuchsteilnehmer wurden gebeten für 13 Allokationsmöglichkeiten zwischen sich selbst und vier anderen Probanden den Rang nach der Beliebtheit (13 = am besten, 0 = am schlechtesten) zu bestimmen. Sowohl das *Nonmarket*-Treatment als auch das *Market*-Treatment bestanden aus zwei Entscheidungssituationen. Die Entscheidungssituationen 1 und 2 des *Nonmarket*-Treatments waren folgende:

Option	Allocation of money to . . .					Your ranking (13 = best; 1 = worst)
	You	Randomly matched consumer #1	Randomly matched consumer #2	Randomly matched consumer #3	Randomly matched consumer #4	
1	\$4	\$4	\$0	\$0	\$4	
2	\$1	\$0	\$0	\$0	\$0	
3	\$0	\$4	\$0	\$4	\$4	
4	\$4	\$4	\$0	\$4	\$0	
5	\$4	\$4	\$4	\$0	\$0	
6	\$4	\$0	\$0	\$0	\$0	
7	\$4	\$0	\$4	\$0	\$4	
8	\$0	\$4	\$4	\$0	\$4	
9	\$4	\$4	\$4	\$4	\$4	
10	\$4	\$0	\$4	\$4	\$0	
11	\$4	\$0	\$0	\$4	\$4	
12	\$0	\$4	\$4	\$4	\$0	
13	\$0	\$0	\$4	\$4	\$4	

Abbildung 14: Entscheidungssituation 1 des *Nonmarket*-Treatments, Lusk und Briggeman (2011), S. 134

Option	Allocation of money to . . .					Your ranking (13 = best; 1 = worst)
	You	Randomly matched small family farmer (less than \$250,000 in gross farm sales)	Randomly matched large family farmer (between \$250,000 and \$500,000 in gross farm sales)	Randomly matched very large family farmer (more than \$500,000 in gross farm sales)	Randomly matched nonfamily farmer	
1	\$0	\$4	\$4	\$0	\$4	
2	\$4	\$4	\$4	\$0	\$0	
3	\$4	\$0	\$4	\$4	\$0	
4	\$1	\$0	\$0	\$0	\$0	
5	\$4	\$0	\$4	\$0	\$4	
6	\$4	\$4	\$4	\$4	\$4	
7	\$0	\$4	\$0	\$4	\$4	
8	\$0	\$0	\$4	\$4	\$4	
9	\$4	\$4	\$0	\$4	\$0	
10	\$4	\$4	\$0	\$0	\$4	
11	\$0	\$4	\$4	\$4	\$0	
12	\$4	\$0	\$0	\$4	\$4	
13	\$4	\$0	\$0	\$0	\$0	

Abbildung 15: Entscheidungssituation 2 des *Nonmarket*-Treatments, Lusk und Briggeman (2011), S. 135



Die Entscheidungssituationen 1 und des 2 des *Market-Treatments* werden im Nachfolgenden präsentiert:

Option	Allocation of money to...						Your ranking (13 = best, 1 = worst)
	You		Other consumers				
	Redemption value	Price	Randomly matched consumer #	Randomly matched consumer #2	Randomly matched consumer #3	Randomly matched consumer #4	
1	\$6	\$2	\$4	\$0	\$0	\$4	
2	\$3	\$2	\$0	\$0	\$0	\$0	
3	\$2	\$2	\$4	\$0	\$4	\$4	
4	\$6	\$2	\$4	\$0	\$4	\$0	
5	\$6	\$2	\$4	\$4	\$0	\$0	
6	\$6	\$2	\$0	\$0	\$0	\$0	
7	\$6	\$2	\$0	\$4	\$0	\$4	
8	\$2	\$2	\$4	\$4	\$0	\$4	
9	\$6	\$2	\$4	\$4	\$4	\$4	
10	\$6	\$2	\$0	\$4	\$4	\$0	
11	\$6	\$2	\$0	\$0	\$4	\$4	
12	\$2	\$2	\$4	\$4	\$4	\$0	
13	\$2	\$2	\$0	\$4	\$4	\$4	

Abbildung 16: Entscheidungssituation 1 des *Market-Treatments*, Lusk und Briggeman (2011), S. 136

Option	Allocation of money to...						Your ranking (13 = best, 1 = worst)
	You		Farm type				
	Redemption value	Price	Randomly matched small family (less than \$250,000 farmer in gross farm sales)	Randomly matched large family farmer (between \$250,000 and \$500,000 in gross farm sales)	Randomly matched very large family farmer (more than \$500,000 in gross farm sales)	Randomly matched nonfamily farmer	
1	\$2	\$2	\$4	\$4	\$0	\$4	
2	\$6	\$2	\$4	\$4	\$0	\$0	
3	\$6	\$2	\$0	\$4	\$4	\$0	
4	\$3	\$2	\$0	\$0	\$0	\$0	
5	\$6	\$2	\$0	\$4	\$0	\$4	
6	\$6	\$2	\$4	\$4	\$4	\$4	
7	\$2	\$2	\$4	\$0	\$4	\$4	
8	\$2	\$2	\$0	\$4	\$4	\$4	
9	\$6	\$2	\$4	\$0	\$4	\$0	
10	\$6	\$2	\$4	\$0	\$0	\$4	
11	\$2	\$2	\$4	\$4	\$4	\$0	
12	\$6	\$2	\$0	\$0	\$4	\$4	
13	\$6	\$2	\$0	\$0	\$0	\$0	

Abbildung 17: Entscheidungssituation 2 des *Market-Treatments*, Lusk und Briggeman (2011), S. 137

In den Entscheidungssituationen 1 sollte der Proband zwischen sich und vier Lebensmittelkonsumenten und in den Entscheidungssituationen 2 zwischen sich und vier Typen von Landwirten (Bauer eines kleinen, großen, sehr großen landwirtschaftlichen Familienbetriebes und wohlhabender Betreiber) in 13 Fällen die Auszahlungen bestimmen. Darüber hinaus sind die 13 zu bewertenden Allokationsmöglichkeiten in Entscheidungssituation 1 und 2 hinsichtlich der Auszahlungen die gleichen, lediglich die Reihenfolge wurde geändert. Während im *Market-Treatment* die Auszahlung des Entscheidungsträgers bereits vorgegeben war (variiert in den 13 Fällen), musste er im *Nonmarket-Treatment* seine Auszahlung berechnen: Differenz aus dem Verkaufswert

(variiert in den 13 Fällen) und dem fixen Preis für eine Allokationsmöglichkeit in Höhe von \$ 2.

Ferner wird den Probanden im *Market*-Treatment mitgeteilt, dass sie die vier Empfänger in den jeweiligen Allokationsmöglichkeiten unterstützen können. Die Ergebnisse der experimentellen Studie zeigen zum einen, dass geringverdienende freigiebiger als besserverdienende Versuchsteilnehmer waren. Zum anderen, dass sich die Probanden altruistischer gegenüber Bauern eines kleinen landwirtschaftlichen Familienbetriebes verhielten als zu wohlhabenden Betreibern. Auch zwischen den Entscheidungssituationen 1 und 2 konnten Unterschiede beobachtet werden. Das Altruistische Verhalten gegenüber den Bauern eines kleinen landwirtschaftlichen Familienbetriebes war darüber hinaus auch ausgeprägter im Vergleich zu anonymen Lebensmittelkonsumenten. Ferner konnte nachgewiesen werden, dass sich die Versuchsteilnehmer in dem *Market*-Treatment ungleichheitsaverser verhielten als im *Nonmarket*-Treatment. Es konnte gezeigt werden, dass eine gewisse Bereitschaft vorhanden ist, seine eigene Auszahlung zu minimieren, um einen Bauern eines kleinen landwirtschaftlichen Familienbetriebes zu unterstützen. Die Autoren konnten darlegen, dass prosoziales Verhalten abhängig ist vom Einkommen des Gebenden, vom Empfangenden (Lebensmittelkonsument oder Landwirt sowie Größe des landwirtschaftlichen Betriebes) und vom experimentellen Versuchsaufbau (*Market*-Treatment oder *Nonmarket*-Treatment).

In einer weiteren Veröffentlichung von Briggeman und Lusk (2011) wurde zusätzlich die Zahlungsbereitschaft für einen Brotlaib aus biologischem Anbau untersucht. Die Autoren konnten herausfinden, dass rund 22,7% der Zahlungsbereitschaft auf Altruismus und Ungleichheitsaversion der Befragten bezüglich der Lebensmittellieferkette (agrarindustrieller Vorstofflieferant, Landwirt, Lebensmittelverarbeitungsunternehmen, Supermarkt) zurückzuführen ist.<sup>26</sup> Konsumenten haben also ein Bedürfnis die Akteure der *Supply Chain* bei ihrer Kaufentscheidung zu bedenken. Ferner nahmen die Befragten

---

<sup>26</sup> Die Zahlungsbereitschaft der Befragten für einen Brotlaib aus biologischem Anbau, vorausgesetzt die Akteure der *Supply Chain* profitieren von dem Aufpreis, betrug im Durchschnitt \$ 0,75. Konnten die Teilnehmer keinen Nutzen daraus für sich ziehen, lag diese durchschnittlich bei \$ 0,58. Die Differenz beträgt \$ 0,17, was dazu führt, dass rund 22,7% ( $\$ 0,17/\$ 0,75$ ) auf prosozialem Verhalten gegenüber den Akteuren der Lieferkette fußt.

im Durchschnitt an, dass nur 8% des Aufpreises den Landwirten zugutekommen, hingegen Supermärkte 54% erhalten.

In einer Briefumfrage von Chang und Lusk (2009) wurden die Befragten gebeten in 12 Entscheidungssituationen auf einer Skala von 0-10 (0 = definitiv nicht kaufen, 10 = definitiv kaufen) ihre Bereitschaft für den Kauf eines Brotlaibs anzugeben.

Product	Definitely Would Not Buy	Equal Chance of Buying and Not Buying								Definitely Would Buy	
Price of bread loaf: \$2.99											
Profit to small farmers: \$0.01											
Profit to large farmers: \$0.15	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Profit to agribusinesses: \$0.01											
Profit to grocery store: \$0.15											
Price of bread loaf: \$1.99											
Profit to small farmers: \$0.15											
Profit to large farmers: \$0.01	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Profit to agribusinesses: \$0.01											
Profit to grocery store: \$0.15											

Abbildung 18: Beispiel zweier Entscheidungssituationen aus dem Experiment von Chang und Lusk (2009), S. 486

Jede Entscheidungssituation unterschied sich sowohl im Preis des Brotlaibs (variierte zwischen \$ 1,99, \$ 2,99 und \$ 3,99) und im Anteil des Gewinns, der den einzelnen Teilnehmern der Lieferkette (Kleinbauer, Großbauer, Lebensmittelverarbeitungsunternehmen, Supermarkt) zugutekommt (variierte zwischen \$ 0,01, \$ 0,07 und \$ 0,15). Darüber hinaus wurde auch nach der maximalen Zahlungsbereitschaft für einen Brotlaib aus biologischem Anbau und einem herkömmlichen Brotlaib gefragt, dem erwarteten Verkaufspreis für beide sowie nach ihrer persönlichen Einschätzung, wie hoch der Gewinn der einzelnen Akteure der *Supply Chain* ist. Auf diese Weise wollten die Autoren die Verteilungspräferenzen Ungleichheitsaversion (Fehr und Schmidt, 1999), ERC (Bolton und Ockenfels, 2000), Effizienz und Egoismus untersuchen. Die Autoren fanden heraus, dass Individuen das Wohl von Kleinbauern wichtig ist und dass sie mehr für ein Biobrot ausgeben würden als für einen herkömmlichen Brotlaib. Leider war keine der Verteilungspräferenzen statistisch signifikant. Die Autoren behaupten, wenn Konsumenten bei Allokationsaufgaben auch ihren eigenen Nutzen (Differenz aus Zahlungsbereitschaft

und erwartetem Preis) berücksichtigen, Fairnesspräferenzen weniger Einfluss haben als wenn sie den eigenen Nutzen außer Acht lassen. Letzteres widerspricht allerdings dem ERC-Modell oder dem Ansatz von Fehr und Schmidt (1999), wo angenommen wird, dass das Individuum seine eigene Auszahlung mit denen der anderen in Relation setzt.

In der Veröffentlichung von Ellison, Lusk und Briggeman (2010) wird die Frage nach dem Beweggrund für die Befürwortung oder Ablehnung einer staatlichen Unterstützung von Landwirten gestellt. Das Fehr/Schmidt-Modell wird modifiziert (Annahme:  $\alpha = \beta$ ) und ergänzt durch unterschiedliche Kosten für eine staatliche Maßnahme, sowie den daraus gewonnenen Nutzen von kleinen und großen Landwirtschaftsbetrieben. Dies macht es möglich, die Zahlungsbereitschaft der Steuerzahler für bestimmte politische Entscheidungen zu berechnen, die durch Egoismus, Altruismus oder Ungleichheitsaversion angetrieben werden. Bei der politischen Maßnahme 1 wurde nach der Zustimmung für eine Erhöhung der durchschnittlichen jährlichen Zuschüsse bei kleinen familiären Landwirtschaftsbetrieben gefragt, während bei der politischen Maßnahme 2 die Befragten abstimmen konnten, ob sie große familiäre Landwirtschaftsbetriebe durch ihre Steuerzahlung unterstützen möchten. Mit der Implementierung der politischen Maßnahme 3 konnten sowohl eine Erhöhung der durchschnittlichen jährlichen Subventionen für kleine familiäre Landwirtschaftsbetriebe, als auch eine Senkung der durchschnittlichen jährlichen Zuschüsse großer familiärer Landwirtschaftsbetriebe durchgesetzt werden.

Die Ergebnisse zeigen, dass 52% für die politische Maßnahme 1 abstimmten, während 22% die politische Maßnahme 2 befürworteten und 46% die politische Maßnahme 3. Die Befragten waren daher eher bereit kleine familiäre Landwirtschaftsbetriebe zu unterstützen (politische Maßnahme 1 und 2), als große (politische Maßnahme 3). Es konnte gezeigt werden, dass die Befragten sich altruistisch gegenüber kleinen Landwirtschaftsbetrieben verhielten und auch eine Ungleichheitsaversion offenlegten.

Die in diesem Gliederungspunkt vorgestellten experimentellen Veröffentlichungen erforschten die Verteilungspräferenzen von Konsumenten landwirtschaftlicher Erzeugnisse gegenüber regionalen Landwirten. Im folgenden Kapitel „4 Meinungsumfrage zur Ermittlung von Verteilungspräferenzen der Fairtrade-

---

Konsumenten“ soll nun geprüft werden, ob und in welcher Ausprägung Fairtrade-Käufer Verteilungspräferenzen gegenüber den Produzenten fair gehandelter Waren haben.

## 4 Meinungsumfrage zur Ermittlung von Verteilungspräferenzen der Fairtrade-Konsumenten

In diesem Kapitel soll zunächst in 4.1 das Ziel der Meinungsumfrage herausgestellt werden und anschließend in 4.2 auf soziodemografische Charakteristika der Stichprobe verwiesen werden. Im darauffolgenden Gliederungspunkt 4.3 wird die Auswertung der einzelnen Fragen präsentiert sowie in 4.4 auf Besonderheiten der Ergebnisse nach soziodemografischen Merkmalen eingegangen.

### 4.1 Das Ziel der Meinungsumfrage

Die Intention der Meinungsstudie war es einen ersten Eindruck über die Verteilungspräferenzen der Fairtrade-Konsumenten sowie Ausprägungen dieser Verteilungspräferenzen zu erhalten.

In **Frage 1** sollten allgemeine Aussagen bewertet werden (5-stufige Likert-Skala: Wahl zwischen: *stimme völlig zu, stimme eher zu, neutral, stimme eher nicht zu, stimme überhaupt nicht zu*), die Aufschluss über ein Vorhandensein sowie die Ausprägungen der Präferenzen Altruismus (**Frage 1a**: *„Ich habe eine Freude daran zu geben und bedürftige Menschen zu unterstützen.“*), allgemeine Differenzaversion (**Frage 1b**: *„Mich stört die ungleiche Verteilung des Einkommens innerhalb einer Gesellschaft sowie zwischen Individuen unterschiedlicher Länder. Ich würde gern schlechter gestellten Menschen helfen um dieser sozialen (und globalen) Ungleichheit entgegenzuwirken.“*), Maximin-Präferenz (**Frage 1c**: *„Ich würde mich für eine Handlungsweise entscheiden, die dem am schlechtesten gestellten Individuum den größten Vorteil verschaffen würde.“*) und Präferenz für Effizienz (**Frage 1d**: *„Ich würde eine Handlungsalternative wählen, bei der sich das Wohlergehen aller Beteiligten, also das Gemeinwohl, vergrößert.“*) geben.

Die **Frage 2** bezog sich speziell auf den Fairtrade-Konsum und war wie folgt formuliert:

*„Mit dem Kauf von Fairtrade-Erzeugnissen werden die Produzenten (z.B. Kleinbauern oder ArbeiterInnen auf Plantagen) in den Entwicklungsländern unterstützt in dem u.a. ein fairer Mindestlohn zugesichert wird, eine Fairtrade-Prämie gezahlt wird um ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen zu verbessern. Ich entscheide mich für den Kauf von Fairtrade-Produkten, ...“*

Auch hier sollten die Befragten die folgenden Aussagen oder **Fragen 2a** bis **2d** bewerten (5-stufige Likert-Skala: Wahl zwischen *stimme völlig zu*, *stimme eher zu*, *neutral*, *stimme eher nicht zu*, *stimme überhaupt nicht*). Mit der **Frage 2** sollten die Verteilungspräferenzen der Fairtrade-Konsumenten gegenüber den Produzenten (und Händlern in **Frage 2c** und **2e**) untersucht werden. Die Befragten konnten mit ihrer Bewertung mögliche Präferenzen wie Altruismus (**Frage 2a**: „...weil ich eine Freude daran habe den bedürftigen Produzenten zu helfen.“), Ungleichheitsaversion nach Fehr und Schmidt, 1999 (**Frage 2b**: „...weil ich der ungleichen Verteilung des Einkommens zwischen mir und den Produzenten entgegenwirken möchte.“), universale Differenzaversion<sup>27</sup> (**Frage 2c**: „...weil ich der ungleichen Verteilung des Einkommens zwischen den Produzenten und den Händlern entgegenwirken möchte.“), Maximin-Präferenz (**Frage 2d**: „...weil ich den Produzenten, denen es gesellschaftlich am schlechtesten geht, helfen möchte.“) sowie Effizienzpräferenz (**Frage 2e**: „...weil ich auf diese Weise das Wohlergehen aller Beteiligten vergrößern möchte.“) offenbaren.

In der Literatur wird vermutet<sup>28</sup>, dass Konsumenten fair gehandelter Waren diese nicht nur erwerben um den Produzenten in den Entwicklungsländern zu unterstützen, sondern auch, weil dieses Handeln gesellschaftlich oder im Freundes- und Familienkreis positiv wahrgenommen wird oder weil sie das Gefühl bekommen, ein besserer Mensch zu sein (erhöhtes Selbstwertgefühl). Die Rede ist von einem unreinen Altruismus, der eher einen egoistischen Charakter hat. In der **Frage 3** soll dieser sogenannte unreine Altruismus untersucht werden. Zum einen wurde danach gefragt (Antwortmöglichkeiten *Ja* oder *Nein*), ob nach dem Kauf fairer Produkte die Konsumenten ein gutes Gefühl verspüren (**Frage 3a**: „Wenn ich Fairtrade-Erzeugnisse gekauft habe, fühle ich mich gut.“) Jene, die diese Frage bejahten, wurden gebeten mögliche Gründe für dieses Gefühl (**Frage 3bi**: „...weil ich die Produzenten unterstützen konnte und somit etwas Gutes getan habe.“, **Frage 3bii**: „... weil es im Freundeskreis positiv ankommt.“, **Frage 3biii**: „...weil es gesellschaftlich angesehen ist wohltätig zu sein.“) zu bewerten (5-stufige Likert-Skala:

---

<sup>27</sup> Der Begriff *universale Differenzaversion* ist ein neuer Term, der eine Abneigung bezüglich einer ungleichen Verteilung zwischen Akteuren beschreibt, die der Entscheidungsträger verspürt, wenn es sich -wie hier- um eine ungleiche Einkommensverteilung *zwischen* dem Produzenten und Händler handelt (sein eigener Verdienst spielt bei dieser Präferenz keine Rolle). Die universale Differenzaversion wird in den folgenden Kapiteln näher beleuchtet.

<sup>28</sup> Siehe Gliederungspunkt 2.5.1.3 Reiner und unreiner Altruismus

Wahl zwischen *stimme völlig zu*, *stimme eher zu*, *neutral*, *stimme eher nicht zu*, *stimme überhaupt nicht*).

Die Stichprobe umfasste 63 Beobachtungen. Der größte Teil der Befragung wurde am 02.03.13 und 28.03.13 im Weltladen (ungefähr ein Drittel der Fragebögen) sowie vor dem Alnatura (ungefähr zwei Drittel der Fragebögen) in Kaiserslautern durchgeführt.

#### 4.2 Soziodemografische Charakteristika der Stichprobe

Bei der Stichprobe handelte es sich um 63 Beobachtungen. Die erfragten soziodemografischen Merkmale, die im Folgenden prozentual sowie absolut (bzw. beim Alter nur das Mittel) veranschaulicht werden, waren *Geschlecht*, *Alter*, *Gesamtnettojahreseinkommen in €* sowie die *Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs*.

Soziodemografisches Merkmal: *Geschlecht*

	prozentuale Anzahl	(absolute Anzahl)
Männlich	49,21%	(31 Beobachtungen)
Weiblich	50,79%	(32 Beobachtungen)

Soziodemografisches Merkmal: *Alter*

Durchschnittsalter = 45,6



Soziodemografisches Merkmal: *Gesamtnettojahreseinkommen in €*

	prozentuale Anzahl	(absolute Anzahl)
<10.000	12,70%	(8 Beobachtungen)
10-19.999	12,70%	(8 Beobachtungen)
20-29.999	6,35%	(4 Beobachtungen)
30-39.999	20,63%	(13 Beobachtungen)
40-49.999	14,29%	(9 Beobachtungen)
>50.000	12,70%	(8 Beobachtungen)
Keine Angabe	20,63%	(13 Beobachtungen)

Soziodemografisches Merkmal: *Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs*

	prozentuale Anzahl	(absolute Anzahl)
immer	3,17%	(2 Beobachtungen)
oft	39,68%	(25 Beobachtungen)
gelegentlich	39,68%	(25 Beobachtungen)
selten	17,46%	(11 Beobachtungen)
nie	0%	(0 Beobachtungen)

**4.3 Auswertung der einzelnen Fragen und Interpretation**

In der **Frage 1** sollte eine allgemeine Einstellung zu bestimmten Präferenzen ermittelt werden. Die Befragten konnten in **1a**, **1b**, **1c** und **1d** jeweils zwischen *stimme völlig zu*, *stimme eher zu*, *neutral*, *stimme eher nicht zu*, *stimme überhaupt nicht zu* wählen (5-stufige Likert-Skala).

Die **Frage 1** lautete wie folgt: „Bewerten Sie die folgenden Aussagen.“

In der Frage **1a** wurde nach der altruistischen Einstellung gefragt: „*Ich habe eine Freude daran zu geben und bedürftige Menschen zu unterstützen.*“

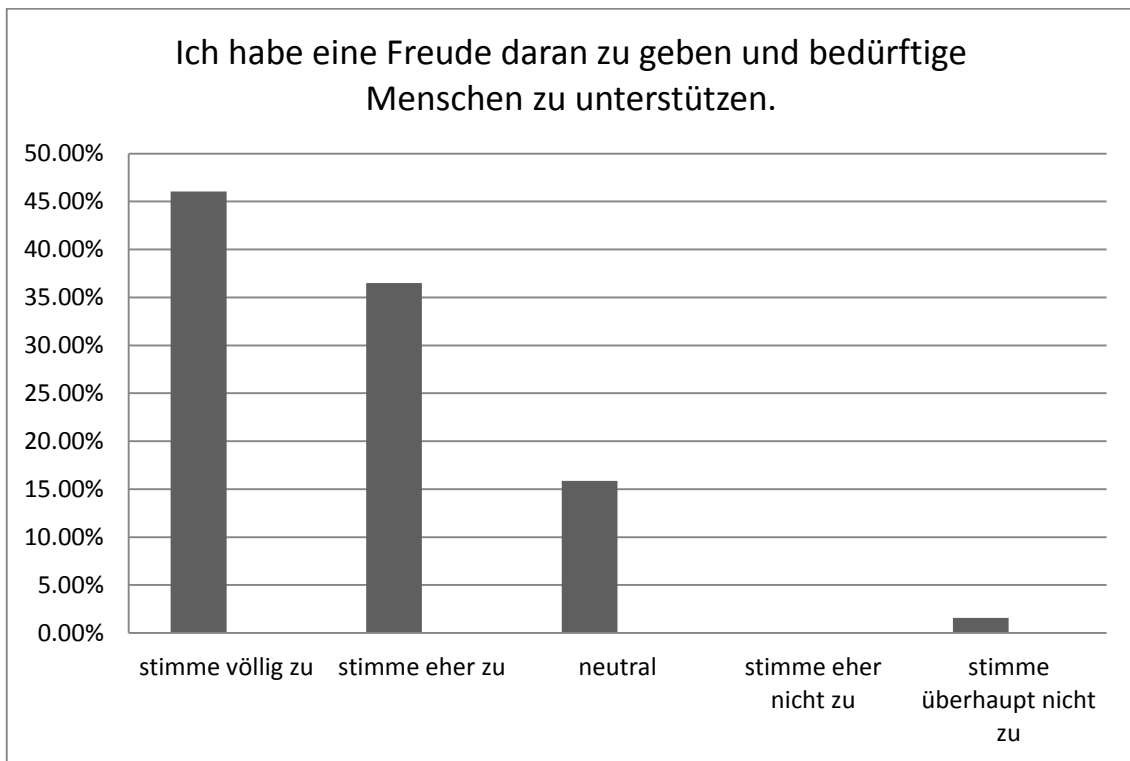


Abbildung 19: Frage 1a

Von der Stichprobe gaben 46,03% der Befragten an dieser Aussage völlig zuzustimmen, 36,51% eher zuzustimmen, 15,87% waren neutral, niemand stimmte eher nicht zu und 1,59% stimmten dieser Aussage überhaupt nicht zu.

In der **Frage 1b** wurde nach einer allgemeinen Differenzaversion gefragt: „*Mich stört die ungleiche Verteilung des Einkommens innerhalb einer Gesellschaft sowie zwischen Individuen unterschiedlicher Länder. Ich würde gern schlechter gestellten Menschen helfen um dieser sozialen (und globalen) Ungleichheit entgegenzuwirken.*“

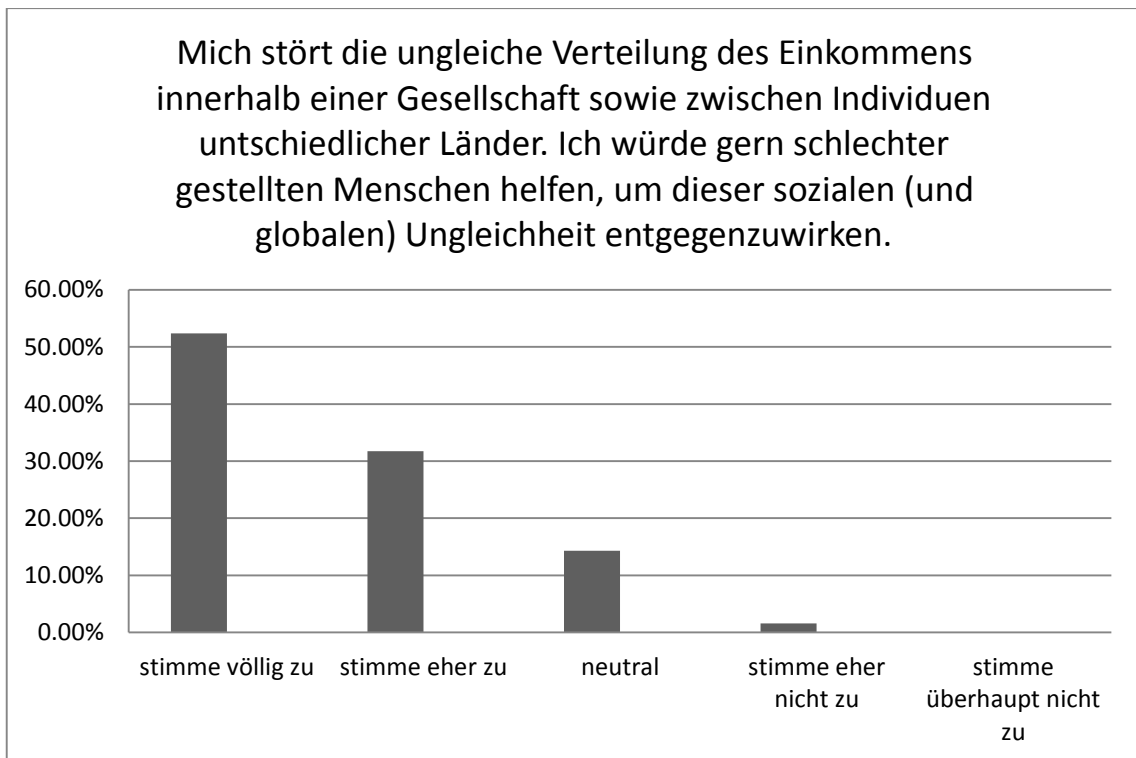


Abbildung 20: Frage 1b

Von den Befragten stimmten 52,38% dieser Aussage völlig zu, 31,75% stimmten eher zu, 14,29% waren neutral, 1,59% stimmten eher nicht zu und niemand stimmte überhaupt nicht zu.

In **Frage 1c** sollte die Einstellung zu einer Maximin-Präferenz ermittelt werden: „*Ich würde mich für eine Handlungsweise entscheiden, die dem am schlechtesten gestellten Individuum den größten Vorteil verschaffen würde.*“

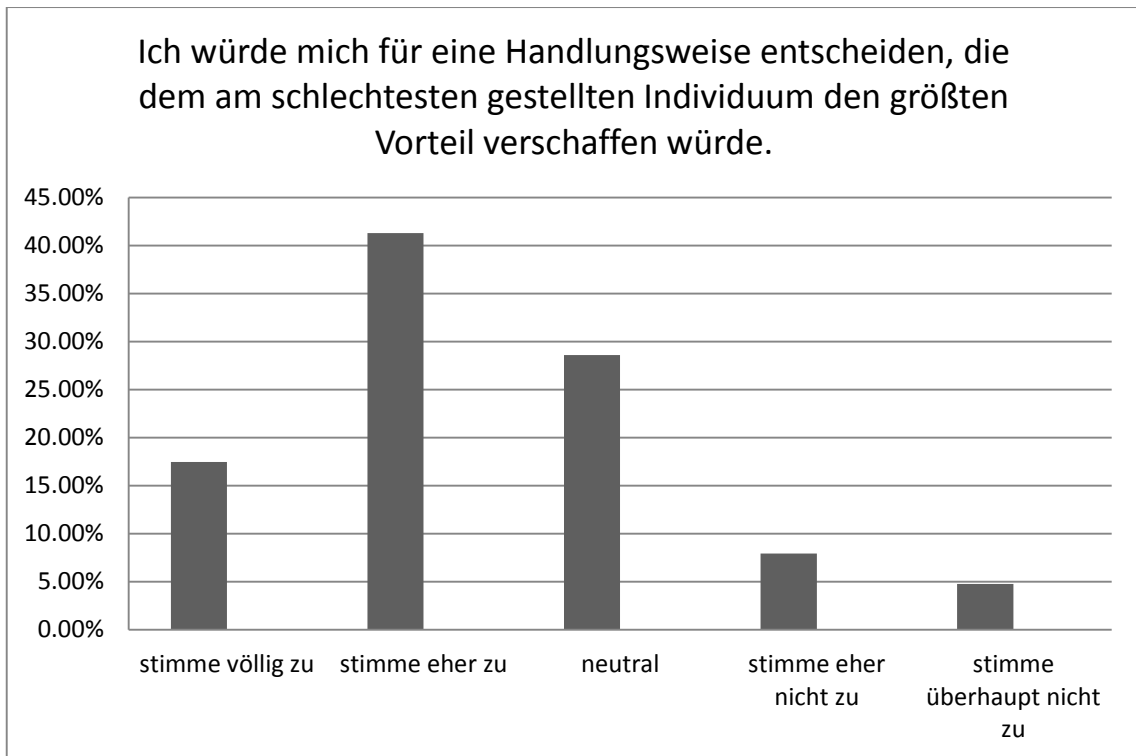


Abbildung 21: Frage 1c

Während nur 17,46% völlig zustimmten und 41,27% eher zustimmten, waren 28,57% neutral, 7,94% stimmten eher nicht zu und 4,76% stimmten überhaupt nicht zu.

In **Frage 1d** wurde nach der Effizienz gefragt: „*Ich würde eine Handlungsalternative wählen, bei der sich das Wohlergehen aller Beteiligten, also das Gemeinwohl, vergrößert.*“

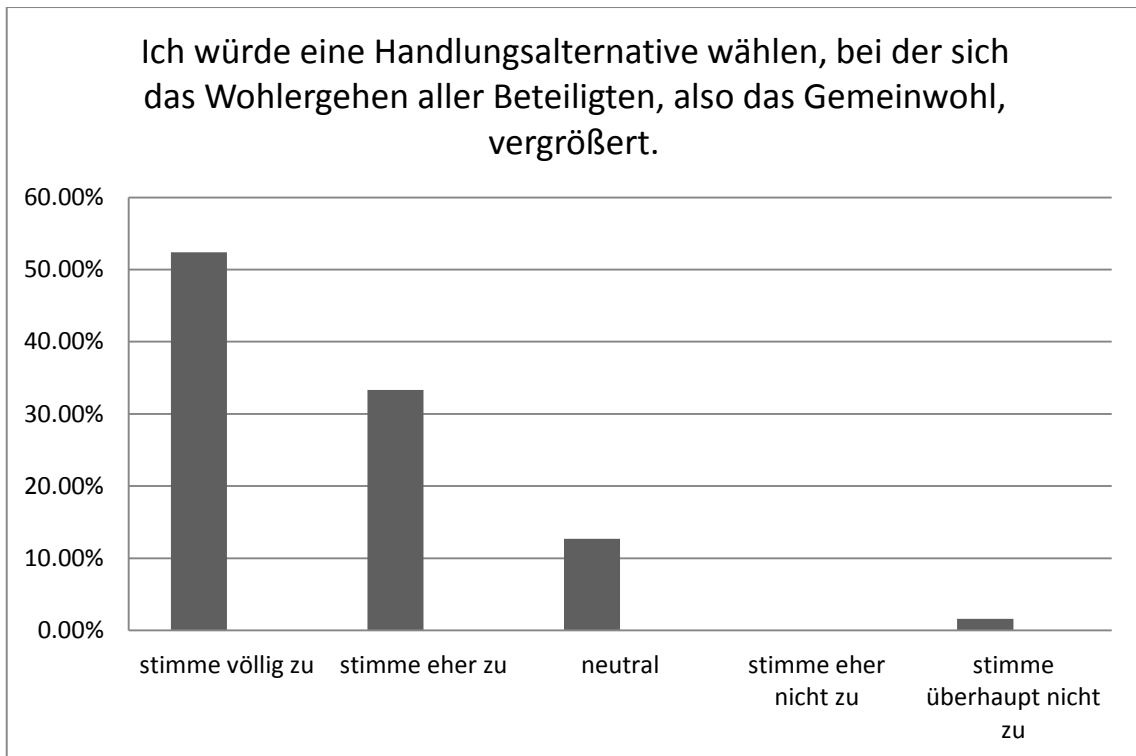


Abbildung 22: Frage 1d

Von den Befragten stimmten 52,38% dieser Aussage völlig zu, 33,33% stimmten eher zu, 12,70% waren neutral, niemand stimmte eher nicht zu und 1,59% stimmten überhaupt nicht zu.

Zur Verdeutlichung werden die **Fragen 1a** bis **1d** in der folgenden Grafik gegenübergestellt:

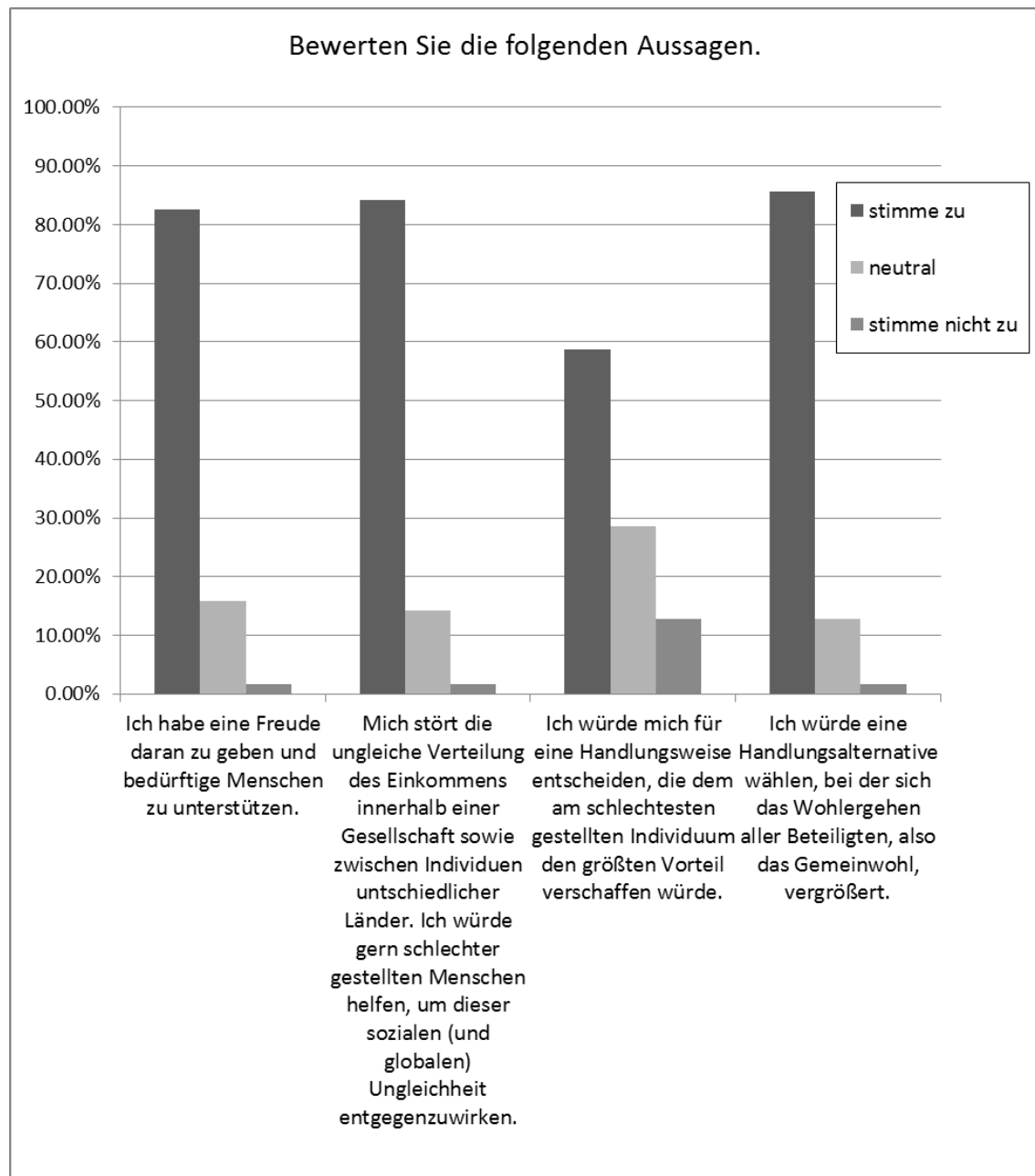


Abbildung 23: Gegenüberstellung der Antworten zu Frage 1

Die Antwortmöglichkeiten „stimme völlig zu“ und „stimme eher zu“ wurden zu „stimme zu“ zusammengefasst sowie „stimme eher nicht“ zu und „stimme überhaupt nicht zu“ zu „stimme nicht zu“.

Aus der Grafik wird ersichtlich, dass die **Frage 1a** („*Ich habe eine Freude daran zu geben und bedürftige Menschen zu unterstützen.*“), **Frage 1b** („*Mich stört die ungleiche Verteilung des Einkommens innerhalb einer Gesellschaft sowie zwischen Individuen unterschiedlicher Länder. Ich würde gern schlechter gestellten Menschen helfen um dieser sozialen (und globalen) Ungleichheit entgegenzuwirken.*“) sowie **Frage 1d** („*Ich würde eine Handlungsalternative wählen, bei der sich das Wohlergehen aller Beteiligten, also das Gemeinwohl, vergrößert.*“) relativ ähnlich bewertet wurden. Der **Frage 1a** stimmten 82,54% zu, 15,87% waren neutral und 1,59% stimmten nicht zu. Bei **Frage 1b** gaben 84,13% an zuzustimmen, 14,29% waren neutral eingestellt und 1,59% stimmten nicht zu. Die **Frage 1d** bekam die höchste Zustimmung mit 85,71%, 12,70% waren neutral und 1,59% stimmten nicht zu. Die **Frage 1c** („*Ich würde mich für eine Handlungsweise entscheiden, die dem am schlechtesten gestellten Individuum den größten Vorteil verschaffen würde.*“) fand weniger Zustimmung. So gaben 58,73% an, der Aussage zuzustimmen, 28,57% waren neutral eingestellt und 12,70% stimmten nicht zu.

In Bezug auf die Präferenzen lässt sich sagen, dass altruistisches Verhalten (**Frage 1a**), Differenzaversion (**Frage 1b**) sowie eine Präferenz für Effizienz (**Frage 1d**) eine relativ ähnliche Ausprägung aufwiesen, während eine Maximin-Präferenz (**Frage 1c**) bei der Stichprobe in dieser Frage 1 weniger auffällig war.

Viel interessanter als die Frage nach den allgemeinen Präferenzen ist die **Frage 2**, in der die Präferenzen der Konsumenten hinsichtlich der Produzenten fair gehandelter Waren ermittelt werden sollten. Auch hier konnten sich die Befragten in **Frage 2a, 2b, 2c, 2d** und **2e** zwischen *stimme völlig zu, stimme eher zu, neutral, stimme eher nicht zu, stimme überhaupt nicht zu* entscheiden (5-stufige Likert-Skala).

**Frage 2** lautete wie folgt: „*Mit dem Kauf von Fairtrade-Erzeugnissen werden die Produzenten (z.B. Kleinbauern oder ArbeiterInnen auf Plantagen) in den Entwicklungsländern unterstützt in dem u.a. ein fairer Mindestlohn zugesichert wird, eine Fairtrade-Prämie gezahlt wird um ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen zu verbessern. Ich entscheide mich für den Kauf von Fairtrade-Produkten, ...*“

In **2a** wurde nach der altruistischen Einstellung gefragt: „... weil ich eine Freude daran habe den bedürftigen Produzenten zu helfen.“

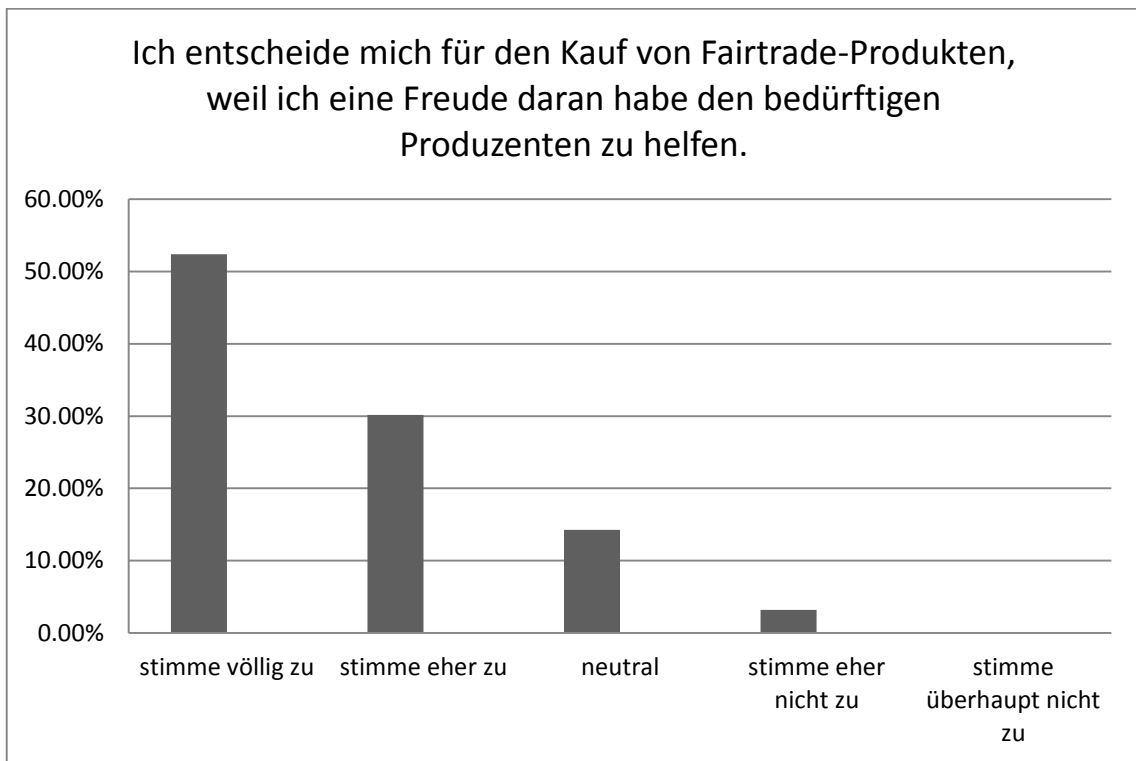


Abbildung 24: Frage 2a

Während 52,38% der Befragten dieser Aussage völlig zustimmten, 30,16% eher zustimmten und 14,29% neutral waren, gaben 3,17% an eher nicht zuzustimmen und niemand überhaupt nicht zuzustimmen.



In **2b** wurde nach der Ungleichheitsaversion (nach Fehr und Schmidt, 1999) gefragt:

„... weil ich der ungleichen Verteilung des Einkommens zwischen mir und den Produzenten entgegenwirken möchte.“

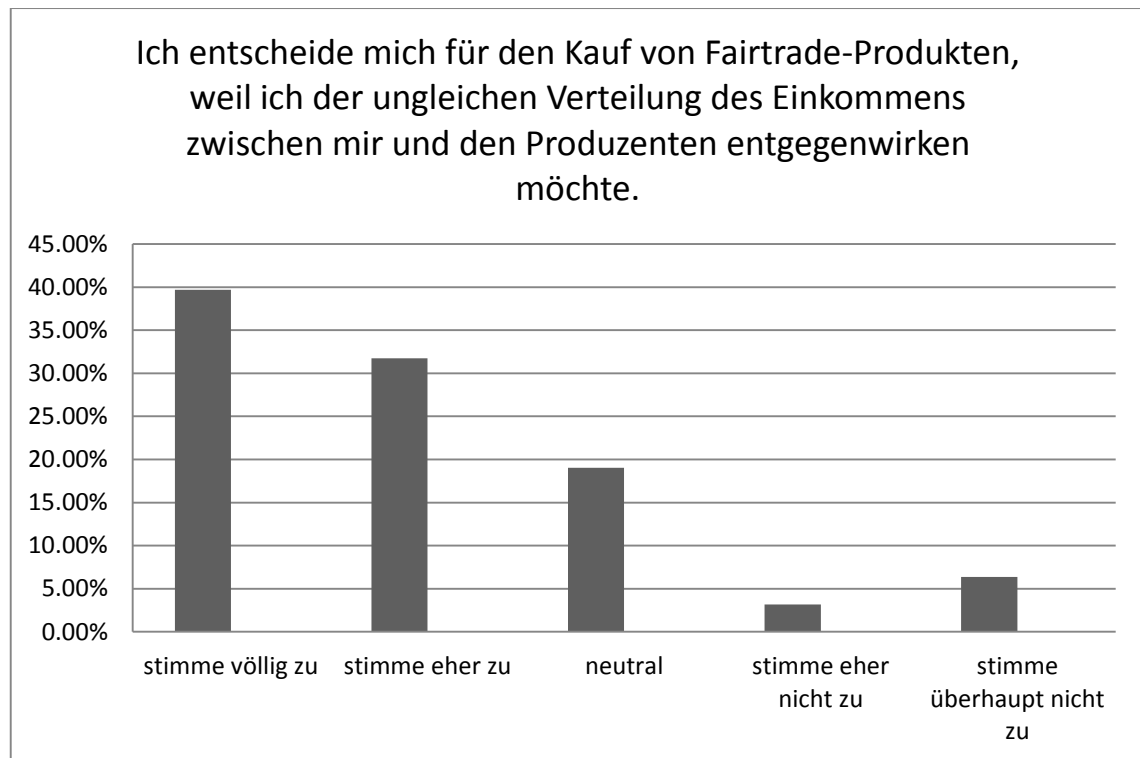


Abbildung 25: Frage 2b

Von der Stichprobe gaben 39,68% an, dieser Aussage völlig zuzustimmen, 31,75% eher zuzustimmen, 19,05% gaben eine neutrale Antwort ab, während 3,17% eher nicht zustimmten und 6,35% überhaupt nicht zustimmten.

In der **Frage 2c** hingegen wurde nach einer Aversion<sup>29</sup>, die der Befragte möglicherweise zwischen der ungleichen Einkommensverteilung des Produzenten und des Händlers verspürt, gefragt: „...weil ich der ungleichen Verteilung des Einkommens zwischen den Produzenten und den Händlern entgegenwirken möchte.“

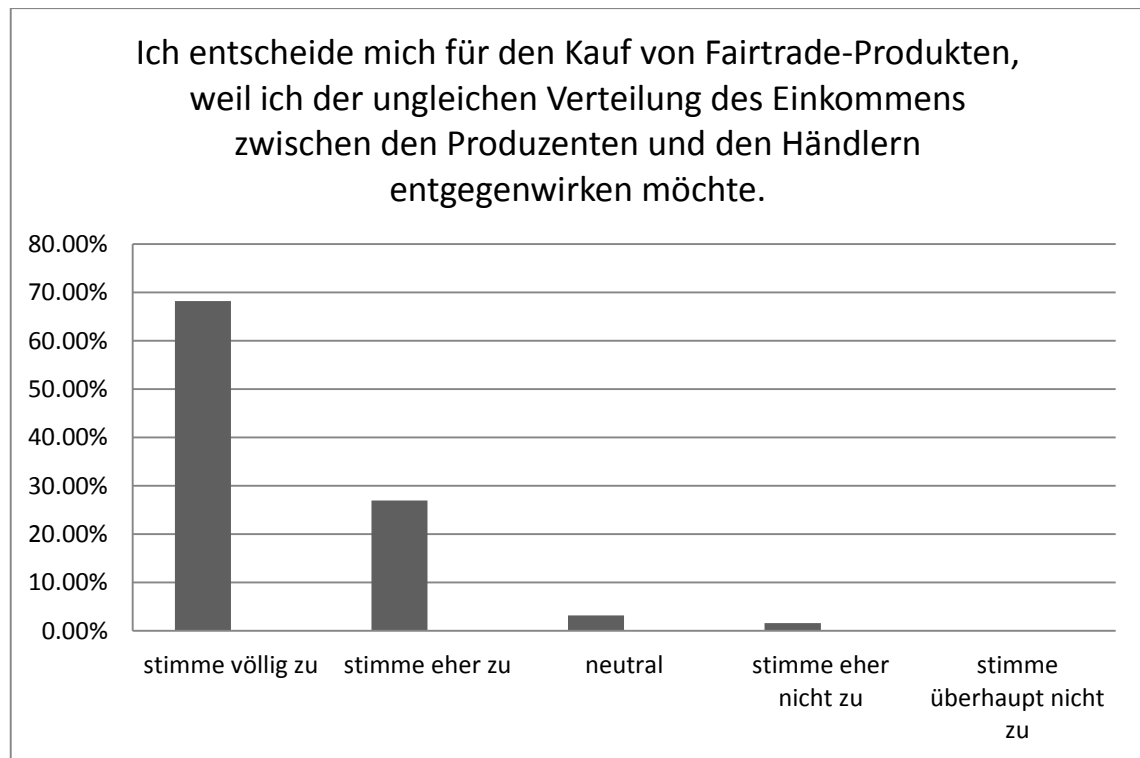


Abbildung 26: Frage 2c

Während 68,25% der Befragten angaben, der Aussage mit dem Kauf fairer Waren die ungleiche Verteilung des Einkommens zwischen Produzenten und Händler entgegenzuwirken, völlig zuzustimmen und 26,98% eher zuzustimmen, waren hingegen 3,17% neutral, 1,59% stimmten eher nicht zu und niemand stimmte überhaupt nicht zu.

Beim Vergleich der Histogramme von **Frage 2b** mit dem von **Frage 2c** fällt auf, dass die eine Aversion der ungleichen Einkommensverteilung zwischen den Produzenten und den Händlern ausgeprägter ist (95,23% stimmen zu = 68,25% + 26,98%) als eine Aversion der ungleichen Einkommensverteilung zwischen dem Befragten und den Produzenten (71,43% stimmen zu = 39,68% + 31,75%).

<sup>29</sup> In den folgenden Kapiteln wird diese Verteilungspräferenz als universale Differenzaversion bezeichnet.

In **Frage 2d** wurde nach einer Maximin-Präferenz gefragt: „...weil ich den Produzenten, denen es gesellschaftlich am schlechtesten geht, helfen möchte.“

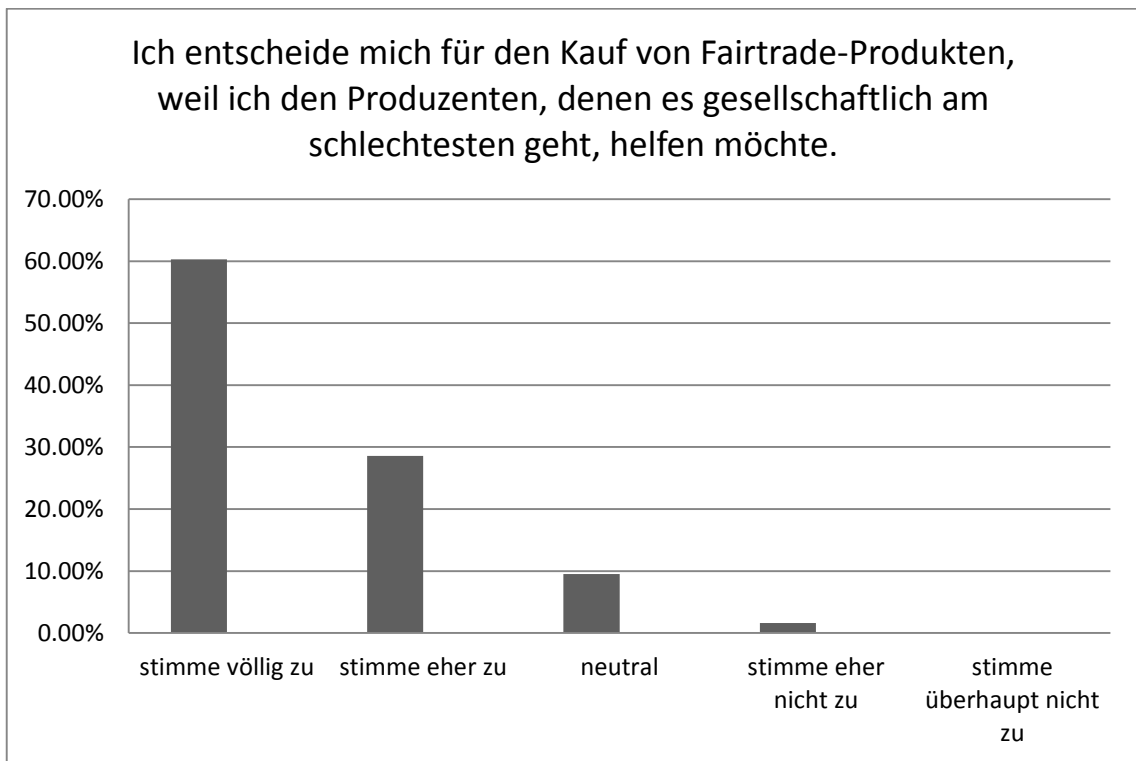


Abbildung 27: Frage 2d

60,32% der Befragten stimmten der Aussage völlig zu, 28,57% stimmten eher zu, neutral waren 9,52% und 1,59% stimmten eher nicht bzw. niemand überhaupt nicht zu.

In der **Frage 2e** sollte eine Einstellung zu einer Effizienzpräferenz ermittelt werden: „...weil ich auf diese Weise das Wohlergehen aller Beteiligten vergrößern möchte.“

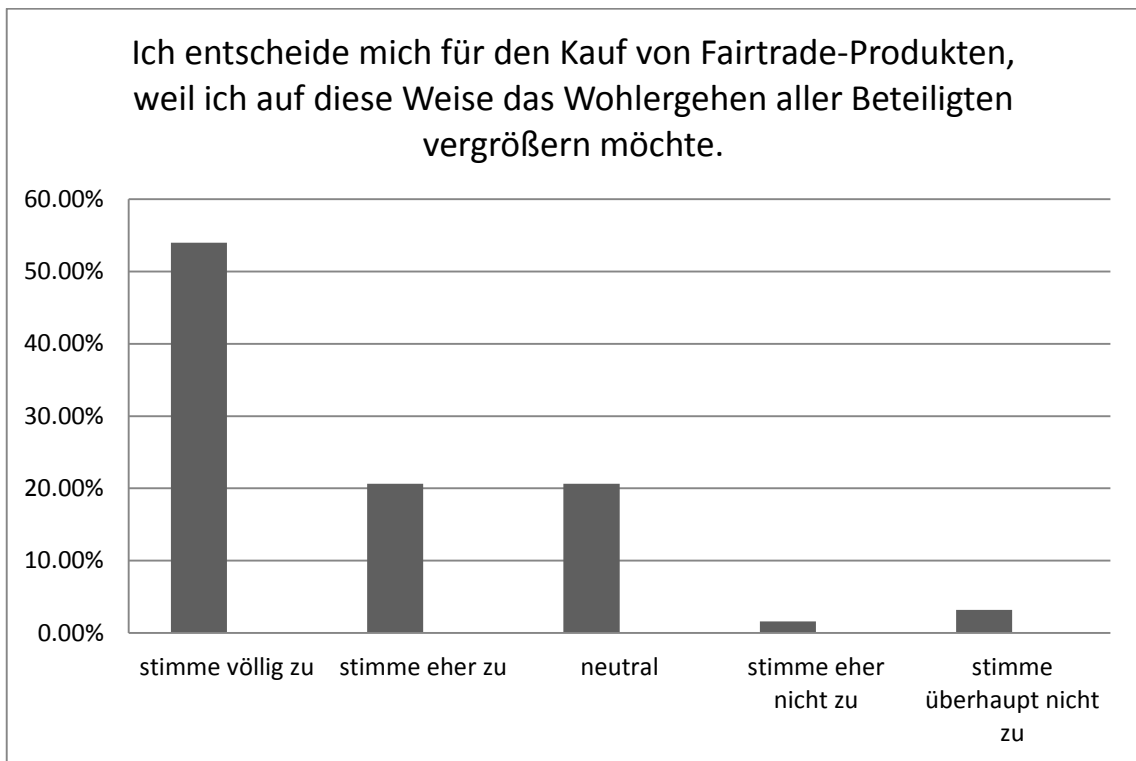


Abbildung 28: Frage 2e

Von der Stichprobe gaben 53,97% an, der Aussage völlig zuzustimmen, jeweils 20,63% eher nicht zuzustimmen oder neutral zu sein, während 1,59% eher nicht zustimmten und 3,17% überhaupt nicht zustimmten.

Eine Gegenüberstellung der Präferenzen der Konsumenten gegenüber den Produzenten fairer Produkte aus der **Frage 2** ergibt Folgendes:

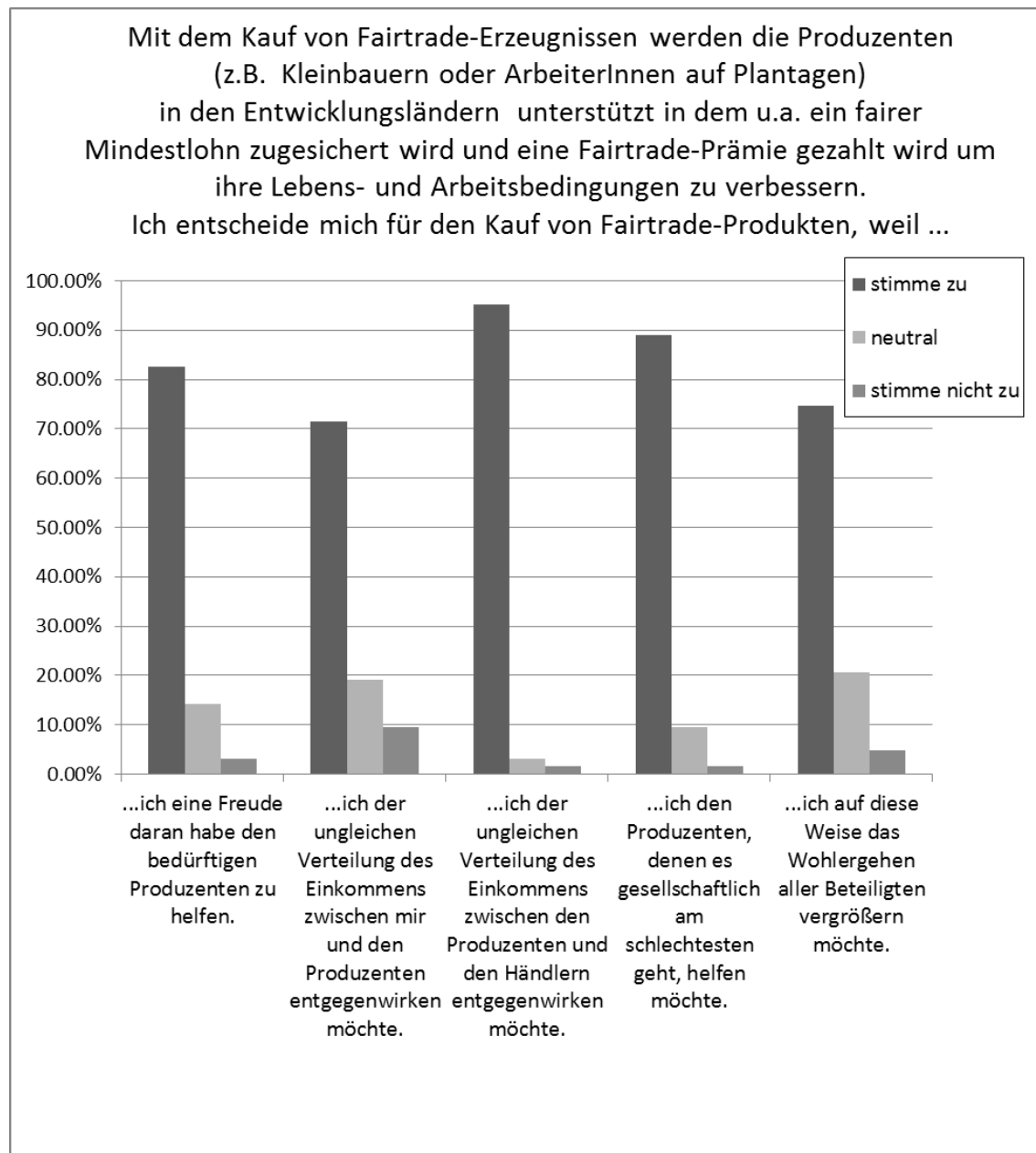


Abbildung 29: Gegenüberstellung der Antworten zu Frage 2

Die Antwortmöglichkeiten „stimme völlig zu“ und „stimme eher zu“ wurden zu „stimme zu“ vereinigt sowie „stimme eher nicht zu“ und „stimme überhaupt nicht zu“ zu „stimme nicht zu“.

Der **Frage 2a** („*Ich entscheide mich für den Kauf von Fairtrade-Produkten, weil ich eine Freude daran habe den bedürftigen Produzenten zu helfen.*“) stimmten 82,54% zu, 14,29% waren neutral und 3,17% stimmten nicht zu, während **Frage 2b** („*Ich entscheide mich für den Kauf von Fairtrade-Produkten, weil ich der ungleichen Verteilung des Einkommens zwischen mir und den Produzenten entgegenwirken möchte.*“) die geringste Zustimmung von 71,43% erhielt, 19,05% neutrale Stimmen und 9,52% stimmten nicht zu. Die höchste Zustimmungsrate mit 95,24%, 3,17% neutrale Stimmen und 1,59% Ablehnungen (*stimme nicht zu*) bekam die **Frage 2c** („*Ich entscheide mich für den Kauf von Fairtrade-Produkten, weil ich der ungleichen Verteilung des Einkommens zwischen den Produzenten und den Händlern entgegenwirken möchte.*“). Der **Frage 2d** („*Ich entscheide mich für den Kauf von Fairtrade-Produkten, weil ich den Produzenten, denen es gesellschaftlich am schlechtesten geht, helfen möchte.*“) stimmten 88,89% zu, 9,52% waren neutral und 1,59% stimmten nicht zu. **Frage 2e** („*Ich entscheide mich für den Kauf von Fairtrade-Produkten, weil ich auf diese Weise das Wohlergehen aller Beteiligten vergrößern möchte.*“) ging mit 74,60% Zustimmung, 20,63% neutralen Stimmen und 4,76% Nicht-Zustimmung ein.

Bezüglich der Präferenzen der fairen Konsumenten ist zu sagen, dass die universale Differenzaversion, so wie sie in den folgenden Kapiteln genannt wird (**Frage 2c**), die höchste Ausprägung aufwies, gefolgt von einer Maximin-Präferenz (**Frage 2d**). Ferner kann altruistisches Verhalten (**Frage 2a**) gegenüber den Produzenten offengelegt werden. Immerhin noch über 70% der Befragten gaben an eine Effizienzpräferenz zu haben sowie ungleichheitsavers (nach Fehr und Schmidt) zu sein. Diese interessanten Beobachtungen werden in den folgenden Kapiteln genutzt für die Herleitung eines Modells (Siehe 5 Konzeptionelles Modell) sowie deren Prüfung in einem Experiment (Siehe 6 Experimentelle Studie).

In der **Frage 3** wird nach einem unreinen Altruismus gefragt. Während in der **Frage 3a** die Antwortmöglichkeiten *Ja* oder *Nein* zur Auswahl standen, konnte in **Frage 3bi**, **3bii** sowie **3biii** zwischen *stimme völlig zu*, *stimme eher zu*, *neutral*, *stimme eher nicht zu*, *stimme überhaupt nicht* gewählt werden (5-stufige Likert-Skala).

**Frage 3a:** „Wenn ich Fairtrade-Erzeugnisse gekauft habe, fühle ich mich gut.“

Die Befragten konnten mit *Ja* oder *Nein* antworten, was zu folgendem Ergebnis führte:

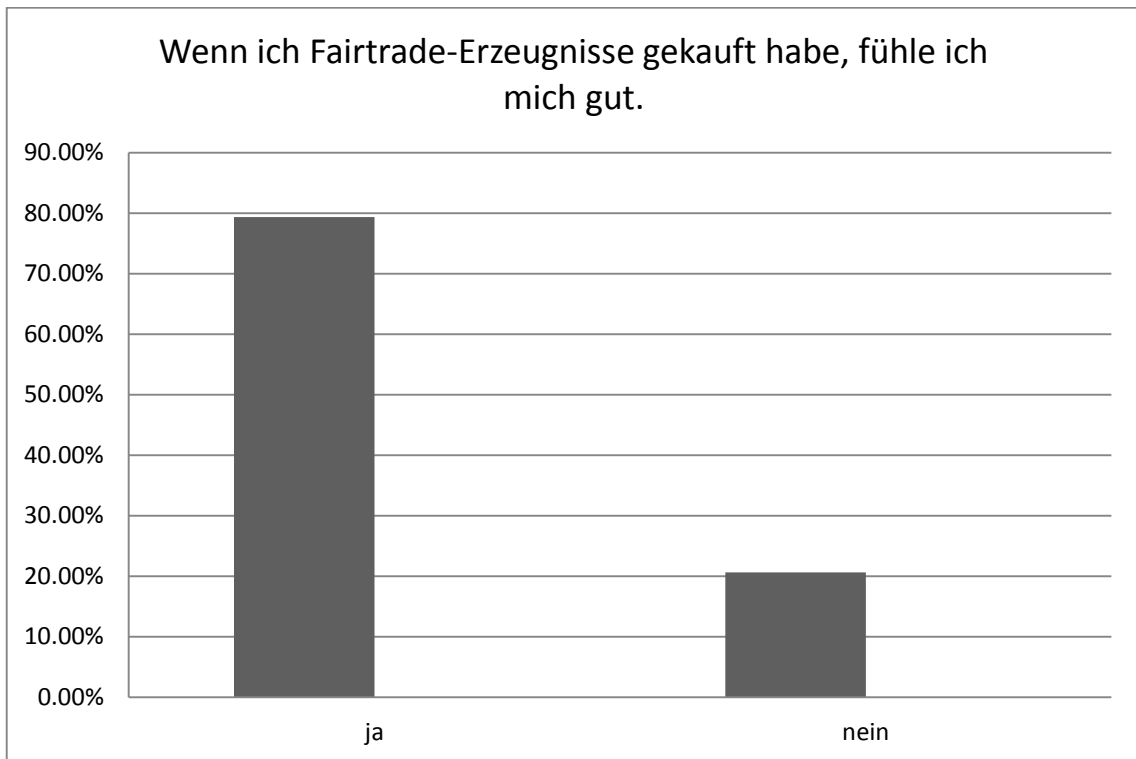


Abbildung 30: Frage 3a

Von den Befragten, gaben 79,37% an, sich gut zu fühlen nachdem sie faire Waren gekauft haben, während 20,63% dies verneinten.

Mit Hilfe der Unterfragen zu **Frage 3b** sollten die Beweggründe ermittelt werden, weshalb die Befragten die **Frage 3a** bejahten.

**Frage 3b:** Wenn ja,

**Frage 3bi:** „...weil ich die Produzenten unterstützen konnte und somit etwas Gutes getan habe.“

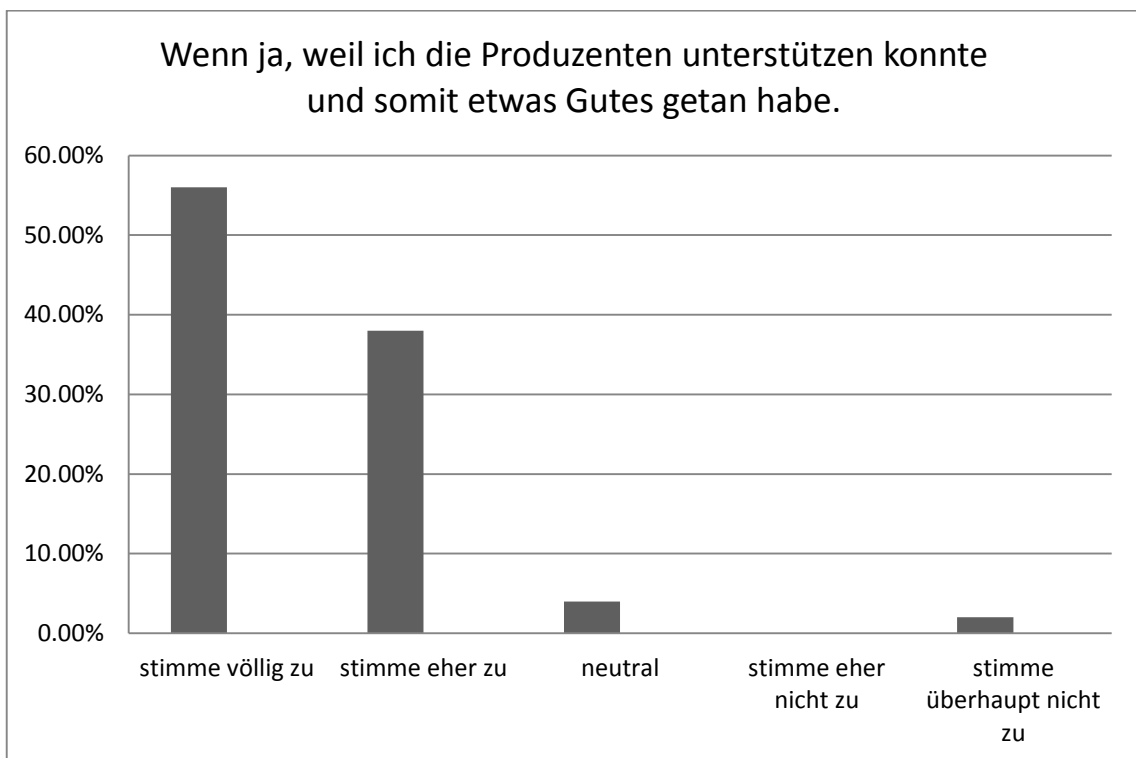


Abbildung 31: Frage 3bi

Von den Befragten, die **Frage 3a** bejahten, stimmten in **Frage 3bi** 56,00% völlig zu, 38,00% stimmten eher zu, 4,00% waren neutral, keiner von ihnen stimmte eher nicht zu und 2,00% stimmten überhaupt nicht zu.



**Frage 3bii:** „... weil es im Freundeskreis positiv ankommt.“

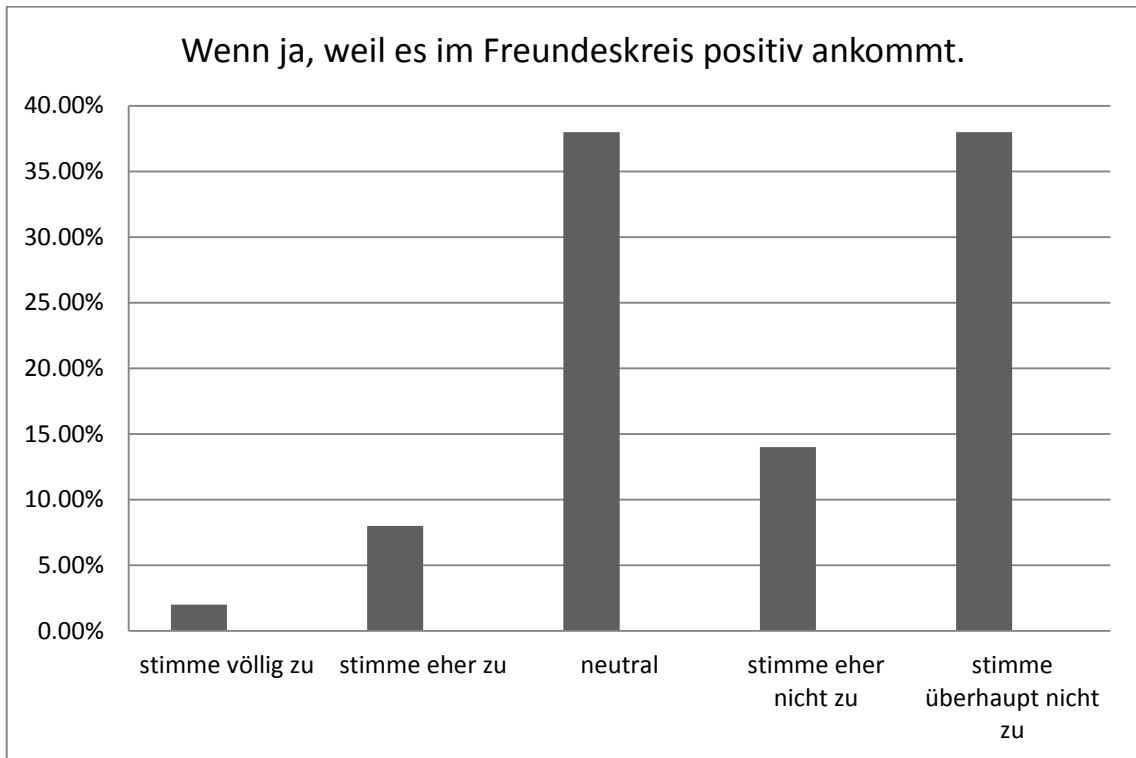


Abbildung 32: Frage 3bii

Während 2,00% völlig und 8,00% der Aussage eher zustimmten, waren 38,00% neutral und 14,00% stimmten eher nicht bzw. 38,00% überhaupt nicht zu.

**Frage 3biii:** „...weil es gesellschaftlich angesehen ist wohltätig zu sein.“

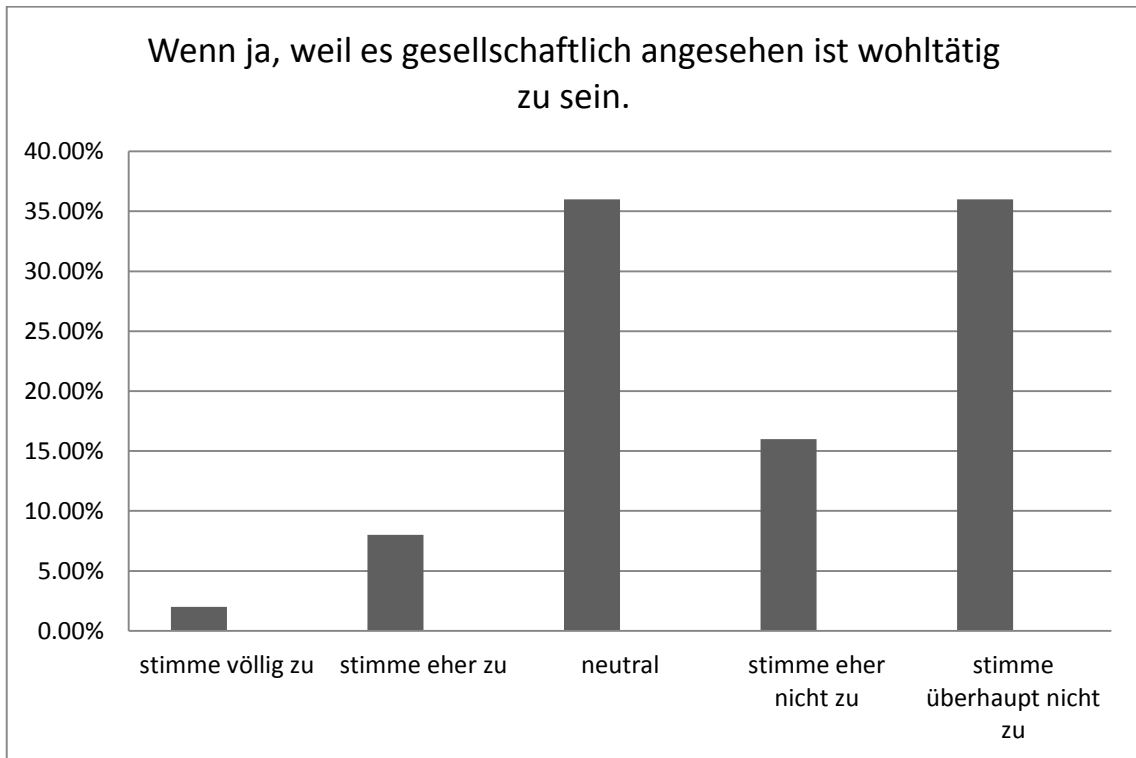


Abbildung 33: Frage 3biii

Ähnlich wie in der vorherigen Frage, gaben 2,00% an völlig und 8,00% eher zuzustimmen, 36,00% waren neutral, während 16,00% eher nicht bzw. 36,00% überhaupt nicht zustimmten.

#### 4.4 Besonderheiten der Ergebnisse nach soziodemografischen Merkmalen

In diesem Gliederungspunkt werden die Antworten auf die Fragen hinsichtlich soziodemografischer Charakteristika der Befragten erforscht. Untersucht werden die soziodemografischen Merkmale *Geschlecht* in 4.4.1, *Alter* in 4.4.2 sowie *Einkommen* in 4.4.3. Auf eine Analyse dieser Merkmale der fairen Käufer hinsichtlich der **Frage 1** soll an dieser Stelle verzichtet werden, kann jedoch im Anhang (Siehe Anhang A.2 Histogramme nach soziodemografischen Merkmalen) nachgelesen werden.

#### 4.4.1 Geschlecht

Bezüglich der Häufigkeit des Kaufs fairer Waren ist kein signifikanter Unterschied im Verhalten bei einer Gegenüberstellung der Geschlechter zu beobachten (zweiseitiger  $\chi^2$ -Test, p-Wert = 0,279, siehe Anhang A.2.1 Geschlecht).

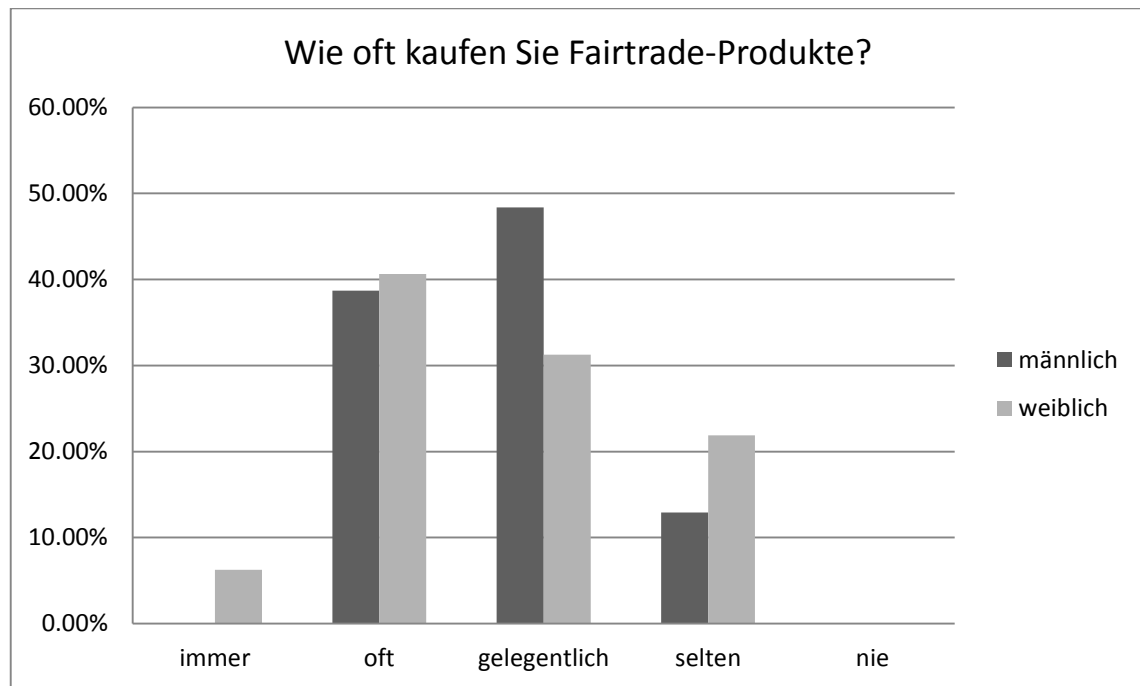


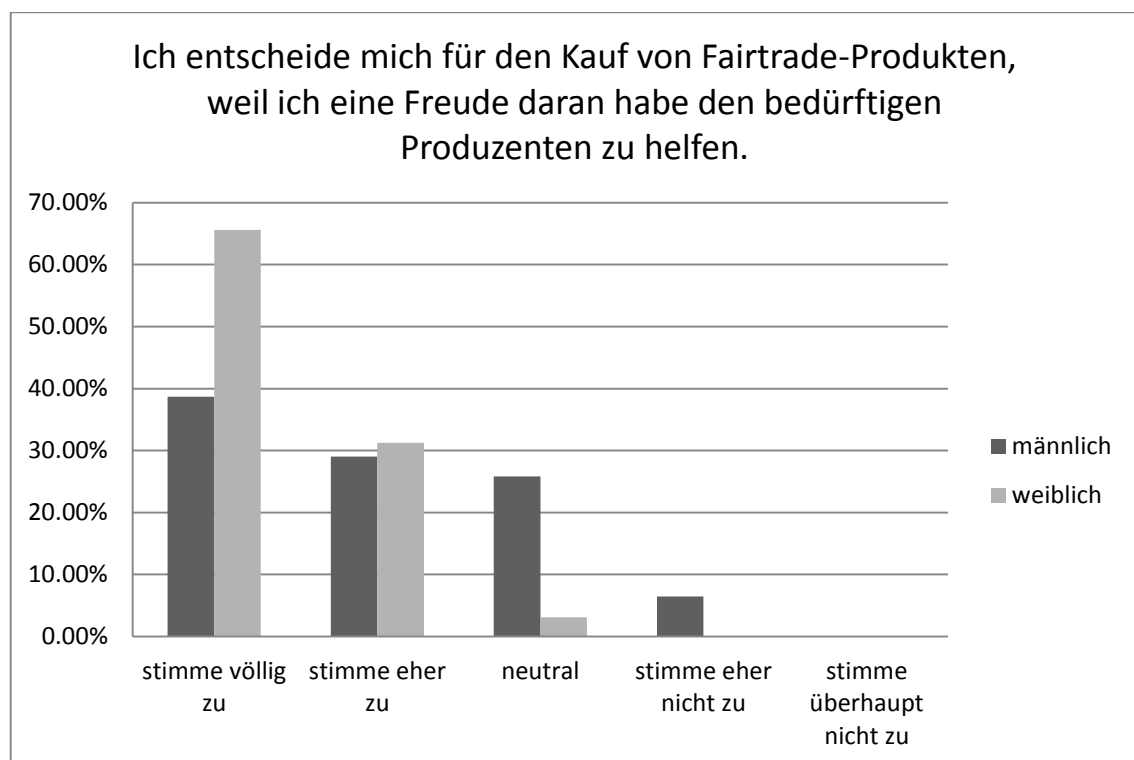
Abbildung 34: Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs, Gegenüberstellung Geschlechter

Von der Stichprobe gaben 6,25% der weiblichen Befragten an, immer Fairtrade-Produkte zu erwerben, 40,63% oft, 31,25% gelegentlich und 21,88% selten. Niemand der männlichen Befragten konsumiert immer faire Waren, während 38,71% angaben dies oft, 48,39% gelegentlich sowie 12,90% selten zu tun. Keiner gab an nie faire Waren zu kaufen.

Bei den **Fragen 1** und **2** konnte lediglich bei der **Frage 2a** ein signifikanter *Gender*-Effekt festgestellt werden. Es scheint jedoch bei den **Fragen 1** und **2** so zu sein, dass die männlichen Befragten (31 Beobachtungen) des Öfteren zu einer neutralen Antwort neigten, während die weiblichen Befragten (32 Beobachtungen) tendenziell etwas positivere Antworten (*stimme völlig zu* oder *stimme eher zu*) abgaben.

Im Folgenden werden exemplarisch die Histogramme der Geschlechter im Vergleich für die **Fragen 2a, 2b** sowie **2d** vorgestellt. Die Histogramme der restlichen Fragen befinden sich im Anhang (Siehe Anhang A.2.1 Geschlecht).

Die **Frage 2a**, die sich auf den Altruismus bezieht, wurde von den weiblichen Befragten positiver beantwortet als von den männlichen und ein *Gender*-Effekt ist darüber hinaus signifikant (zweiseitiger  $\chi^2$ -Test, p-Wert = 0,019, siehe Anhang A.2.1 Geschlecht):



*Abbildung 35: Frage 2a, Gegenüberstellung Geschlechter*

Während 65,63% der weiblichen Befragten der Aussage völlig sowie 31,25% eher zustimmten, verhielt es sich bei den männlichen Befragten so, dass nur 38,71% völlig sowie 29,03% eher zustimmten. 25,81% der befragten Männer hatten eine neutrale Einstellung und 6,45% stimmten eher nicht zu. Nur 3,13% der Frauen war neutral. Niemand der männlichen und weiblichen Befragten stimmte dieser Aussage überhaupt nicht zu.

Die **Frage 2b**, die die Ungleichheitsaversion abfragte, wurde wie folgt beantwortet (kein signifikanter Unterschied, zweiseitiger  $\chi^2$ -Test, p-Wert = 0,242, siehe Anhang A.2.1 Geschlecht):

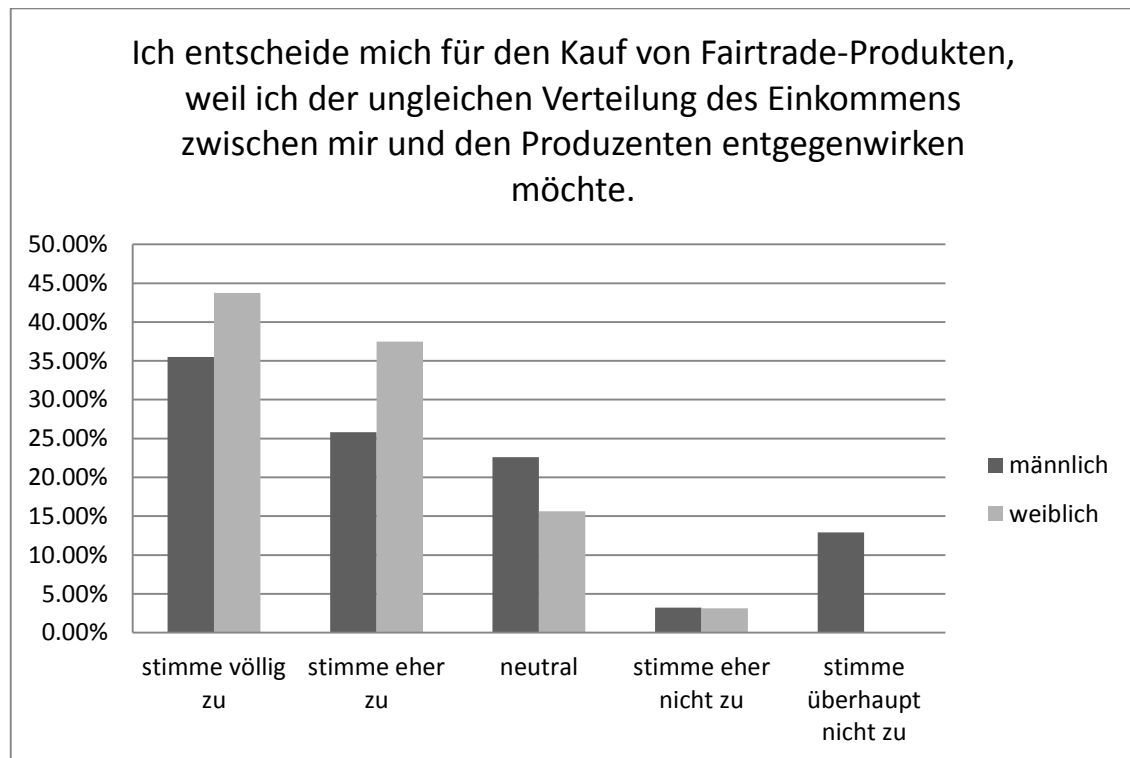


Abbildung 36: Frage 2b, Gegenüberstellung Geschlechter

Von den weiblichen Befragten stimmten 43,75% völlig und 37,50% eher zu, während von den Männern 35,48% völlig und 25,81% eher zustimmten. 22,58% der männlichen Befragten war neutral eingestellt und 15,63% der weiblichen. 3,13% der Frauen stimmte eher nicht zu und niemand stimmte überhaupt nicht zu, während 3,23% Männer eher nicht und 12,90% überhaupt nicht zustimmten.

Das Histogramm der Geschlechter im Vergleich für die **Frage 2d**, die Aufschluss über eine Maximin-Präferenz geben sollte, stellt sich folgendermaßen dar (kein signifikanter Unterschied, zweiseitiger  $\chi^2$ -Test, p-Wert = 0,231, siehe Anhang A.2.1 Geschlecht):

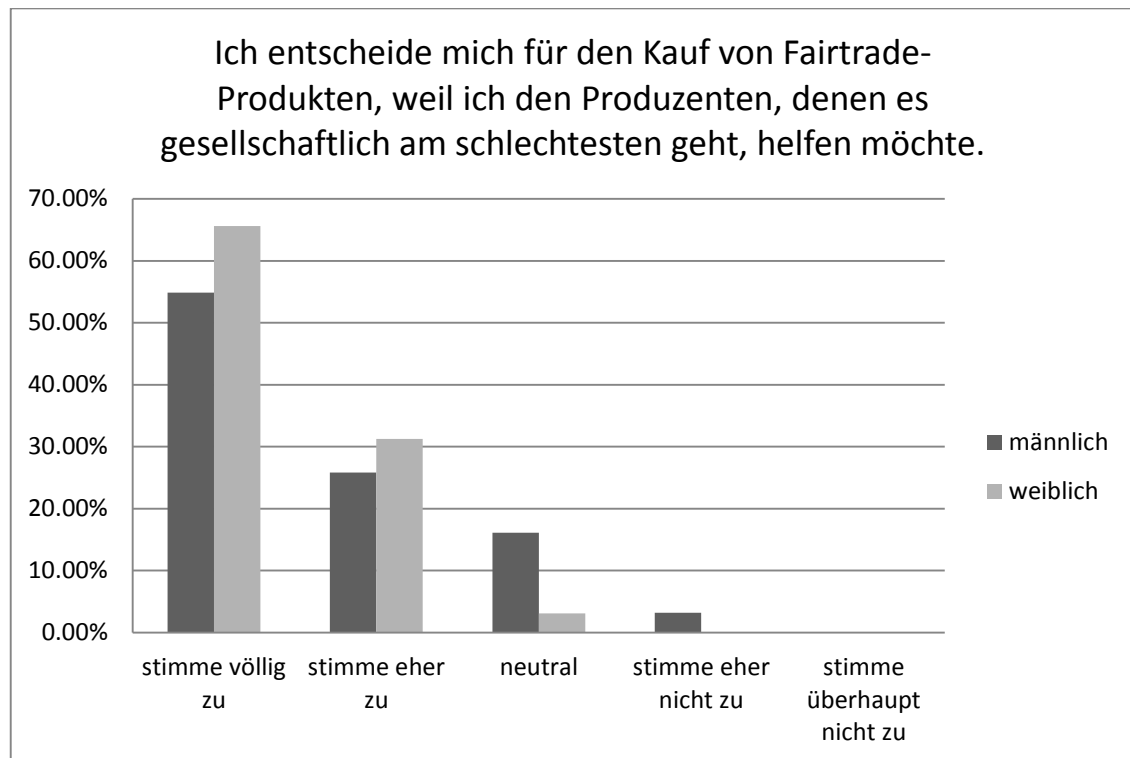


Abbildung 37: Frage 2d, Gegenüberstellung Geschlechter

Auch hier verhielt es sich so, dass die weiblichen Befragten die Aussage positiver bewerteten als die männlichen. Während von den Männern 54,84% völlig, 25,81% eher zustimmten sowie 16,13% neutral und 3,23% eher nicht (0,00% überhaupt nicht) zustimmten, gaben hingegen 65,63% der Frauen an völlig und 31,25% eher zuzustimmen. 3,13% der weiblichen Befragten waren neutral eingestellt und niemand stimmte nicht zu.

Auffällig ist darüber hinaus ein signifikanter Unterschied der Geschlechter bei der Beantwortung der **Frage 3a** festzustellen (zweiseitiger  $\chi^2$ -Test, p-Wert = 0,004, siehe Anhang A.2.1 Geschlecht):

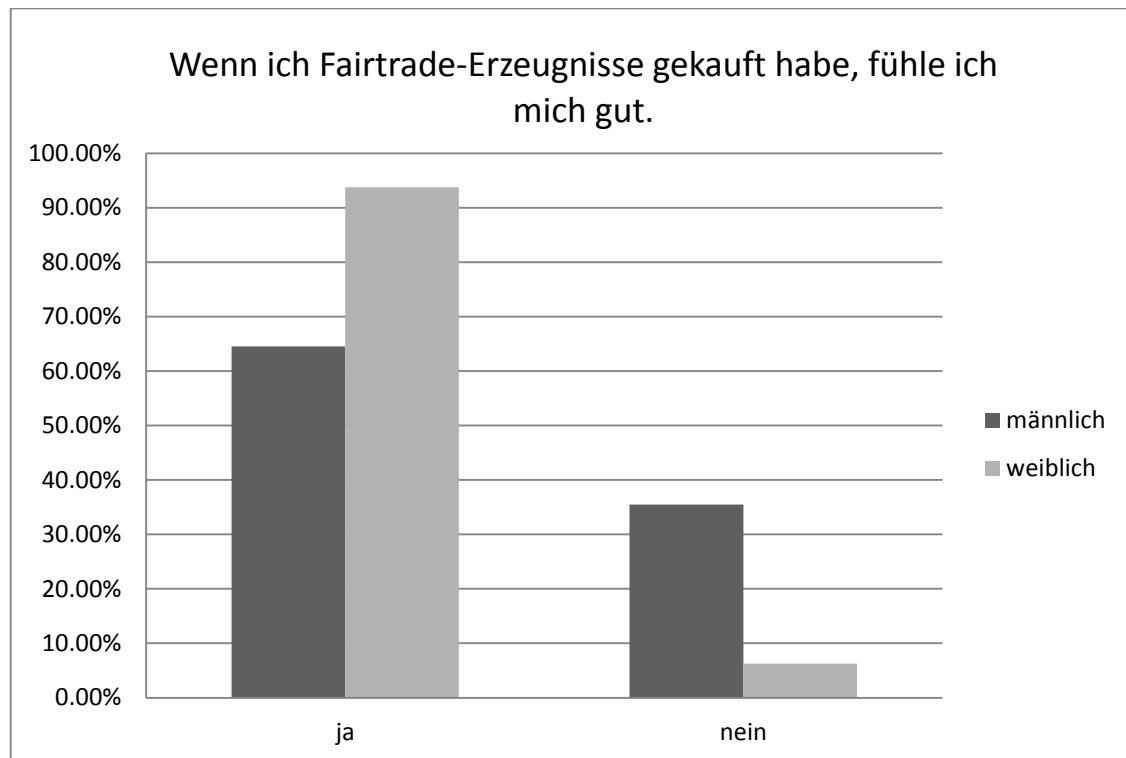


Abbildung 38: Frage 3a, Gegenüberstellung Geschlechter

Bei der Frage nach dem Wohlbefinden nach dem Kauf fairer Güter, gaben 64,52% der männlichen Befragten an sich *post-purchase* besser zu fühlen (35,48% verneinten) und sogar 93,75% der weiblichen Befragten (6,25% verneinten). Die Beantwortung der **Fragen 3b** kann im Anhang nachgelesen werden (Siehe Anhang, A.2.1 Geschlecht).

Die Ergebnisse dieser Meinungsumfrage weisen nur auf einen signifikanten *Gender*-Effekt bei zwei Fragen (**Fragen 2a** und **3a**) hin. In den meisten Studien, beschrieben unter „2.3.1 Soziodemografische Merkmale“ des fairen Käuferprofils, konnten darüber hinaus auch keine großen Unterschiede beim Kaufverhalten beobachtet werden (Vgl. Arnot, Boxall und Cash, 2006; Bezençon und Blili, 2011; De Pelsmacker, Driesen und Rayp, 2005; De Pelsmacker, Janssens, Sterckx und Mielants, 2006; Doran, 2009; Lusk und Briggeman, 2011; Sikula und Costa, 1994; Tsalikis und Ortiz-Buonafina, 1990).

#### 4.4.2 Alter

Im Folgenden wird eine Klassifizierung in zwei Altersgruppen vorgenommen. Zum einen in die Gruppe derjenigen, die 45-jährig oder jünger sind (Alter  $\leq 45$ ). Diese Gruppe umfasst 28 Beobachtungen. Zum anderen die Gruppe der älter als 45-Jährigen (Alter  $> 45$ ), die aus 35 Beobachtungen besteht.

Es konnten signifikante Unterschiede zwischen den beiden Gruppen in der Häufigkeit des Konsums fair gehandelter Güter gefunden werden (zweiseitiger  $\chi^2$ -Test, p-Wert = 0,013, siehe Anhang A.2.2 Alter):



Abbildung 39: Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs, Gegenüberstellung Altersgruppen

Von der Altersgruppe, die diejenigen umschließt, die älter als 45 Jahre sind, gaben an 5,71% immer, 54,29% oft, 31,43% gelegentlich und 8,57% selten fair zu kaufen. Während bei den 45-jährig oder jüngeren 0,00% immer, 21,43% oft, 50,00% gelegentlich und 28,57% selten fair gehandelte Waren erwerben. Keiner der Befragten gab an nie fair zu kaufen.

Die Unterschiede bezüglich der Altersklassen für die **Fragen 1, 2 und 3** sind nicht signifikant auf dem Signifikanzniveau von 5%, bis auf die **Frage 2d**. Tendenziell wurde *stimme völlig zu* bei **Frage 1** und **Frage 2** von der Gruppe Alter  $> 45$  häufiger genannt



als von der Gruppe Alter  $\leq 45$ . Würde man *stimme völlig zu* und *stimme eher zu* kumuliert betrachten, wäre wahrscheinlich ein Unterschied zwischen den beiden Gruppen fast nicht existent.

Exemplarisch werden die Histogramme der beiden Altersgruppen im Vergleich für die **Frage 2c, 2d** und **2e** präsentiert.

Beim Abfragen einer Differenzaversion der Befragten bezüglich des Einkommens zwischen Produzent und Händler (**Frage 2c**), kam folgendes heraus (kein signifikanter Unterschied, zweiseitiger  $\chi^2$ -Test, p-Wert = 0,446, siehe Anhang A.2.2 Alter):



Abbildung 40: Frage 2c, Gegenüberstellung Altersgruppen

In der Altersgruppe Alter  $\leq 45$  stimmten 60,71% völlig und 35,71% eher zu, während bei denjenigen mit Alter  $> 45$  der Aussage 74,29% völlig und 20,00% eher zustimmten. 3,57% der Gruppe Alter  $\leq 45$  waren neutral und keiner von ihnen stimmte eher bzw. überhaupt nicht zu. Bei den Alter  $> 45$  hingegen waren 2,86% neutral, 2,86% stimmten eher nicht und niemand überhaupt nicht zu.

Eine Gegenüberstellung der Altersgruppen für die **Frage 2d** ergab einen signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen (zweiseitiger  $\chi^2$ -Test, p-Wert = 0,008, siehe Anhang A.2.2 Alter):

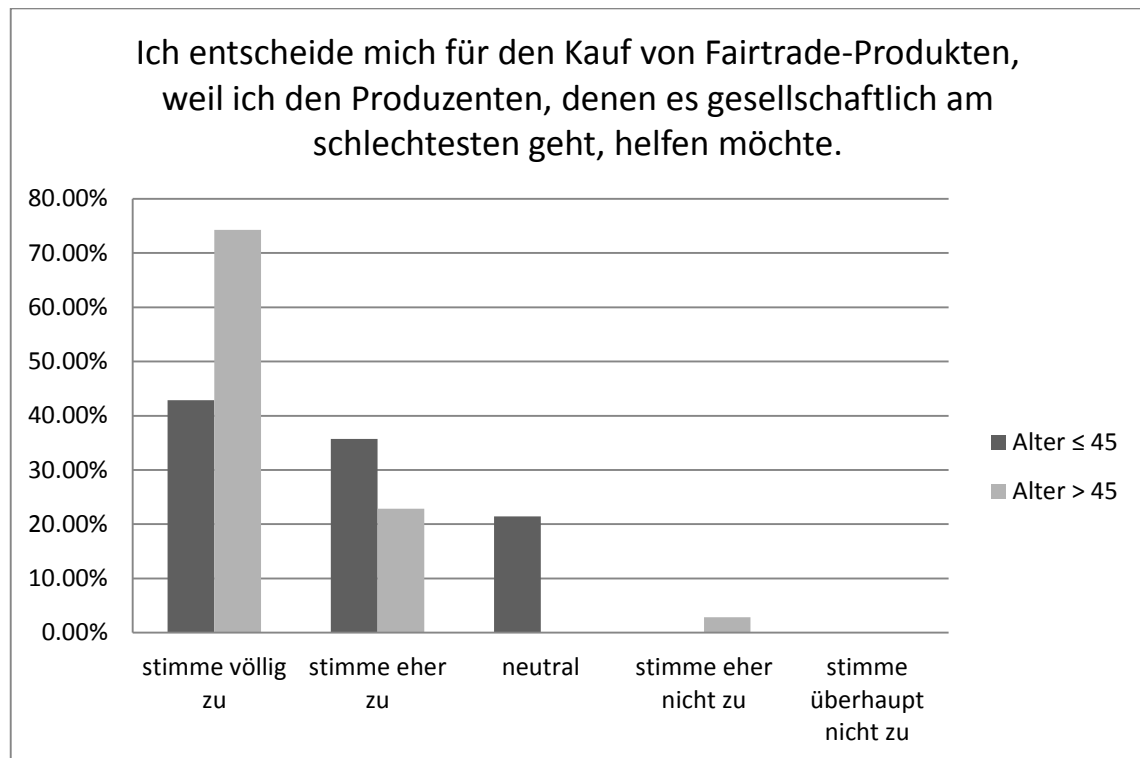


Abbildung 41: Frage 2d, Gegenüberstellung Altersgruppen

Während bei denjenigen mit Alter  $\leq 45$  42,86% völlig und 35,71% eher zustimmten sowie 21,43% neutral waren (niemand stimmte nicht zu), gaben 74,29% der Gruppe Alter  $> 45$  an, der Aussage völlig und 22,86% eher zuzustimmen. Lediglich 2,86% der Alter  $> 45$  stimmten eher nicht zu und keiner von ihnen überhaupt nicht.

Darüber hinaus wurde die **Frage 2e** hinsichtlich der beiden Altersgruppen untersucht (kein signifikanter Unterschied auf dem Signifikanzniveau von 5%, zweiseitiger  $\chi^2$ -Test, p-Wert = 0,057, siehe Anhang A.2.2 Alter):

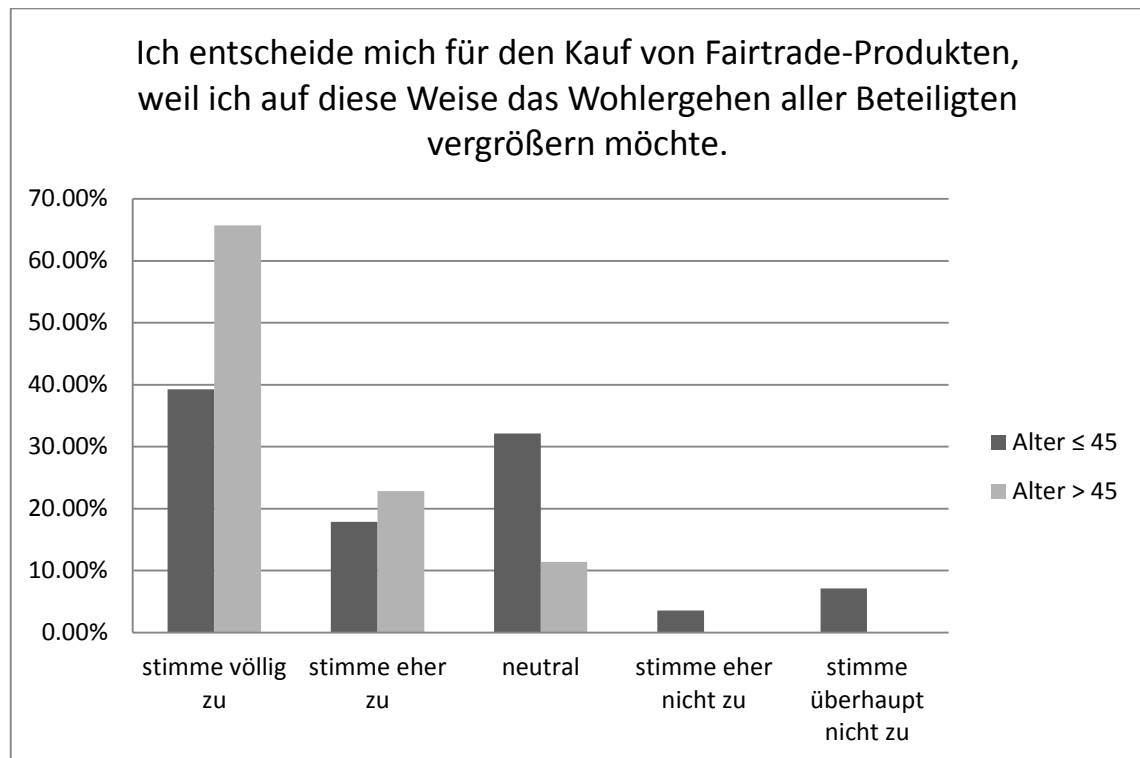


Abbildung 42: Frage 2e, Gegenüberstellung Altersgruppen

Bei der Gruppe Alter  $\leq 45$  stimmten 39,29% völlig und 17,86% eher zu, während 32,14% neutral zu dieser Aussage eingestellt waren sowie 3,57% eher nicht und 7,14% überhaupt nicht zustimmten. 65,71% der Befragten der Gruppe Alter  $> 45$  stimmten völlig und 22,86% eher zu, 11,43% waren neutral und niemand stimmte nicht zu.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass es bei der Stichprobe einen signifikanten Alters-Effekt bei der **Frage 2d** (Frage nach einer Maximin-Präferenz) sowie hinsichtlich der Häufigkeit des Kaufs fairer Waren gab. Letzteres ist analog zu den Befunden der Studien aus „2.3.1 Soziodemografische Merkmale“ des fairen Käuferprofils, die ebenfalls zeigen, dass die älteren Konsumenten häufiger fair kaufen (Vgl. Bezençon und Blili, 2011). Ferner konnte in diesen Studien demonstriert werden, dass ältere Käufer eine positivere Einstellung zum Fairen Handel hatten (Vgl. De Pelsmacker, Janssens, Sterckx

und Mielants, 2006) oder sich weniger egoistisch und eher ungleichheitsaverser verhielten als die jüngeren (Vgl. Lusk und Briggeman, 2011).

#### 4.4.3 Einkommen

In der Umfrage wurden die Befragten gebeten ihr Gesamtnettojahreseinkommen in € anzugeben. Dabei konnten sie sich klassifizieren (alle Angaben in €) in <10.000, 10.000-19.999, 20.000-29.999, 30.000-39.999, 40.000-49.999, >50.000 oder *keine Angabe*. Von den 63 Befragten der Stichprobe machten 13 keine Angaben zu ihren Einkünften. Daher bezieht sich die folgende Betrachtung auf 50 Beobachtungen. Es werden die Antworten von zwei Einkommensgruppen vergleichend betrachtet, jene mit einem Gesamtnettojahreseinkommen  $\leq 29.999$  € (20 Beobachtungen) und solche mit einem Gesamtnettojahreseinkommen  $\geq 30.000$  € (30 Beobachtungen).

Bezüglich der Häufigkeit des Fairtrade-Konsums fällt auf, dass die Kaufbereitschaft zwischen den Einkommensgruppen variiert und dieser Effekt signifikant ist (zweiseitiger  $\chi^2$ -Test, p-Wert = 0,029, siehe Anhang A.2.3 Einkommen):



Abbildung 43: Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs, Gegenüberstellung Einkommensgruppen

Die Gruppe der  $\leq 29.999$  € erwirbt primär gelegentlich (45,00%) oder selten (30,00%) faire Waren (5,00% immer sowie 20,00% oft), während die Gruppe der  $\geq 30.000$  € oft (53,33%) oder gelegentlich (40,00%) fair kauft (6,67% selten). Nie faire Produkte zu kaufen gab keiner der Befragten an.

Während das Ergebnis der Meinungsumfrage relativ aussagekräftig in Bezug auf die Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs der beiden Einkommensgruppen ist (keine signifikanten Unterschiede für die Fragen 1, 2 und 3 festgestellt, siehe Anhang A.2.3 Einkommen), sind die Publikationen aus „2.3.1 Soziodemografische Merkmale“ des fairen Käuferprofils weniger eindeutig hinsichtlich der Fragestellung, ob die Einkommenshöhe beim fairen Kauf eine Rolle spielt. Während eine Studie der Europäischen Kommission (2011) zeigt, dass 68% der leitenden Angestellten einen Aufpreis für Produkte aus den Entwicklungsländern zahlen würden, gaben dies nur 35% der Hausfrauen und –männer sowie 36% der Erwerbslosen an. Allerdings waren auch 60% der Studenten bereit einen höheren Preis in Kauf zu nehmen. Howard und Allen (2008) stellten hingegen fest, dass Besserverdienende weniger für faire Waren ausgeben wollten als Geringverdienende.

Im Folgenden sollen nun selektierte Beobachtungen bezüglich der Verteilungspräferenzen aus der Meinungsumfrage dazu dienen ein konzeptionelles Modell zu entwickeln.

## 5 Konzeptionelles Modell

In diesem Kapitel soll zunächst der Distributionsansatz des Charness/Rabin-Modells (2002) beschrieben werden, um im Anschluss das eigene Modell, eine Erweiterung des Distributionsansatzes des Charness/Rabin-Modells, zu präsentieren.

Die Nutzenfunktion des Spielers  $i$ ,  $U_i$ , des Distributionsatzes des Charness/Rabin-Modell lautet für den  $n$ -Spieler-Fall wie folgt (Charness und Rabin, 2002, S. 852):

$$\begin{aligned} U_i &= (\pi_1, \pi_2, \dots, \pi_N) \\ &= (1 - \lambda) \cdot \pi_i + \lambda \\ &\quad \cdot [\delta \cdot \min[\pi_1, \pi_2, \dots, \pi_N] + (1 - \delta) \cdot (\pi_1 + \pi_2 + \dots + \pi_N)] \end{aligned}$$

$$\lambda \in (0, 1), \quad \delta \in (0, 1)$$

Der Parameter  $\pi$  stellt die Auszahlungen der Spieler dar. Die Einflussgröße  $\lambda$  misst den Grad der Präferenz für das soziale Wohl vs. dem Eigeninteresse einer Person. Ist  $\lambda = 0$ , so verhält sich Spieler  $i$  rein im Eigeninteresse (äußere eckige Klammer würde wegfallen), während  $\lambda = 1$  die Situation beschreibt, in der er sich gleich stark für seine eigene Auszahlung als auch für die seiner Mitspieler interessiert. Die Einflussgröße  $\delta$  misst den Grad des Anliegens dem am schlechtesten gestellten Individuum zu helfen vs. die Gesamtauszahlung zu maximieren. Ist  $\delta = 1$ , so entspricht dies einer reinen Maximin-Präferenz und das soziale Wohl wird lediglich durch die Auszahlung des am schlechtesten gestellten Individuums abgebildet. Ist  $\delta = 0$ , ist eine reine Effizienzpräferenz gegeben und das soziale Wohl wird durch die maximale aggregierte Gesamtauszahlung beschrieben. Es gilt, dass  $\lambda \in (0, 1)$  und  $\delta \in (0, 1)$ , sodass Mischformen auftreten können.

In einer fachlichen Diskussion am 26. April 2013 nannte Gary Charness die folgende Nutzenfunktion des Spielers  $i$ ,  $U_i$ , für den  $n$ -Spieler-Fall eine „*extension of the distributional projection of the Charness/Rabin model*“:

$$\begin{aligned}
U_i &= (\pi_1, \pi_2, \dots, \pi_N) \\
&= (1 - \lambda) \cdot \pi_i + \lambda \cdot \left[ \gamma \cdot \sum_{l \neq i}^N \pi_l + \sigma \cdot \min \pi_l - \omega \cdot \sum_{\substack{l=1 \\ l \neq i}}^N \sum_{k=l+1}^N |\pi_l - \pi_k| \right]
\end{aligned}$$

$$\lambda \in (0, 1), \quad \gamma \in (0, 1), \quad \sigma \in (0, 1), \quad \omega \in (0, 1)$$

Bei  $\pi$  handelt es sich um die Auszahlungen der Spieler. Der Parameter  $\lambda$  misst den Grad des Interesses am Wohl anderer vs. dem Eigeninteresse des Spielers  $i$ . Wenn  $\lambda = 0$  ist, so handelt das Individuum aus einem reinen Eigeninteresse heraus (eckige Klammer fällt weg), während bei  $\lambda = 1$  es sich ausschließlich für das Wohl anderer interessiert (kein Eigeninteresse vorhanden). Da  $\lambda \in (0, 1)$  gilt, sind Mischformen aus reinem Eigeninteresse und reinem Interesse am Wohl der anderen gegeben. Ist  $\lambda > 0$ , so spannt sich die eckige Klammer auf. Die Einflussgröße  $\gamma$  misst den Grad für eine externe Effizienzpräferenz, also die Neigung die Gesamtauszahlung der anderen Spieler zu maximieren (die eigene Auszahlung ausgeschlossen). Ist  $\gamma = 1$ , so besteht eine reine Präferenz für eine externe Effizienz, während sie bei  $\gamma = 0$  nicht existent ist. Der Parameter  $\sigma$  beschreibt den Grad einer Maximin-Präferenz, d.h. den Wunsch die Auszahlung des am schlechtesten gestellten Spielers zu maximieren. Ist  $\sigma = 1$ , so handelt es sich um eine reine Maximin-Präferenz, hingegen diese Präferenz bei  $\sigma = 0$  nicht ausgeprägt ist. Die Einflussgröße  $\omega$  ist definiert als die universale Differenzaversion. Im Fall von  $\omega = 1$  hat der Spieler  $i$  eine reine Abneigung hinsichtlich unterschiedlicher Auszahlungen der anderen Spieler, während er diese Präferenz bei  $\omega = 0$  nicht offenlegt. Ferner sind Mischformen dieser drei Präferenzen möglich, da gilt  $\gamma \in (0, 1), \sigma \in (0, 1), \omega \in (0, 1)$ .

In der bisher vorliegenden Literatur zu den sozialen Präferenzmodellen wird immer davon ausgegangen, dass der Entscheidungsträger Verteilungspräferenzen hinsichtlich seiner *eigenen* Auszahlung zu jenen seiner Mitspieler hat. Im Unterschied hierzu wird im vorgestellten Ansatz unterstellt, dass der Entscheidungsträger Präferenzen bezüglich des sozialen Wohls der anderen hat ohne dass hierbei seine eigene Auszahlung reinspielt (außer bei der Maximin-Präferenz). Diese neuen Verteilungspräferenzen, die sich nur auf die Auszahlungen der anderen Spieler beziehen, heißen externe Effizienzpräferenz (Maximierung der Gesamtauszahlung der Mitspieler) und universale Differenzaversion

(Minimierung der Auszahlungsdifferenz zwischen den Mitspielern). Hier fungiert der Entscheidungsträger demnach als eine Art Beobachter der Auszahlungen seiner Mitspieler. Hingegen handelt es sich bei der Maximin-Präferenz (Maximierung der Auszahlung des am schlechtesten gestellten Spielers) um die ursprüngliche Verteilungspräferenz, in der die Auszahlungen aller Spieler, auch jene des Entscheiders, eingehen.

Es ist trivial den neuen Ansatz auf den Drei-Spieler-Fall zu adjustieren. Die Nutzenfunktion des Spielers C,  $U_C$ , wird beschrieben wie folgt (Definitionen der Parameter sind analog zum  $n$ -Spieler-Fall):

$$\begin{aligned} U_C &= (\pi_C, \pi_B, \pi_A) \\ &= (1 - \lambda) \cdot \pi_C + \lambda \\ &\quad \cdot [\gamma \cdot (\pi_A + \pi_B) + \sigma \cdot \min[\pi_A, \pi_B, \pi_C] - \omega \cdot |\pi_A - \pi_B|] \end{aligned}$$

$$\lambda \in (0, 1), \quad \gamma \in (0, 1), \quad \sigma \in (0, 1), \quad \omega \in (0, 1)$$

Anwendung findet dieses Modell u.a. im Diktatorspiel. Für den oben beschriebenen Drei-Spieler-Fall würde das bedeuten, dass der Spieler C, der Diktator, vor der Entscheidung stehen würde einen Geldbetrag zwischen sich, Spieler B und Spieler A aufzuteilen. Dabei besteht die Möglichkeit, dass die Entscheidung des Spielers C durch Eigeninteresse, eine externe Effizienzpräferenz, eine Maximin-Präferenz und eine universale Differenzaversion beeinflusst wird.

Im Kapitel „4 Meinungsumfrage zur Ermittlung von Verteilungspräferenzen der Fairtrade-Konsumenten“ konnte darüber hinaus möglicherweise eine universale Differenzaversion bei Konsumenten fairer Waren ermittelt werden. Die **Frage 2c** („*Ich entscheide mich für den Kauf von Fairtrade-Produkten, weil ich der ungleichen Verteilung des Einkommens zwischen den Produzenten und den Händlern entgegenwirken möchte.*“) erhielt die höchste Zustimmungsrate mit 95,24% (3,17% neutrale Stimmen sowie 1,59% Ablehnungen).

Das zugrunde liegende Modell soll im folgenden Kapitel „6 Experimentelle Studie“ auf seine Aussagekraft geprüft werden.



## 6 Experimentelle Studie

Mit einem Experiment sollte erforscht werden, ob die Verteilungspräferenzen aus dem im Kapitel 5 beschriebenen konzeptionellen Modell bei den Probanden im Labor beobachtet werden können. Es wurde in zwei Treatments gespielt, einem neutralen, sogenannten *ungeframten* Treatment, das im Spieler A-Spieler B- Entscheidungsträger-*Setting* dargestellt wurde, sowie einem *geframten* Treatment, bei dem die Instruktionen im Produzent-Supermarkt-Entscheidungsträger (= Konsument)-Kontext gehalten wurden, um einen Bezug zum Kauf fairer Waren herzustellen.

In diesem Kapitel wird zunächst auf die Basisliteratur des Experiments in 6.1 eingegangen, anschließend auf die Modifikation in 6.2 sowie das Design und die Durchführung des Experiments in 6.3. Überdies werden in 6.4 die experimentellen Befunde präsentiert und es erfolgt eine Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse in 6.5.

### 6.1 Basisliteratur

Die Basisliteratur bezieht sich auf die Publikationen von Charness und Rabin (2000, 2002). Im Gliederungspunkt „3.3.1.3 Das Modell von Charness und Rabin (2002)“ wurden der Ansatz sowie experimentelle Befunde ausführlich dargelegt. In diesem Gliederungspunkt soll daher primär das experimentelle Design beschrieben werden.

In dem Experiment von Charness und Rabin (durchgeführt in Berkeley und Barcelona) konnten die Probanden neben einer Partizipationszahlung (*Show-up Fee*) von 5 \$ eine zusätzliche Auszahlung in Abhängigkeit ihrer Entscheidungen verdienen. In dem Experiment wurden verschiedene Spiele gespielt, die jeweils unabhängig voneinander waren, d.h. die Entscheidung (Auszahlung) in einem Spiel hatte keine Auswirkungen auf die der folgenden Spiele. Bei den Spielen handelte es sich sowohl um Diktatorspiele (Ein-Perioden-Spiele) als auch um Ultimatumspiele (Zwei-Perioden-Spiele)<sup>30</sup>. Darüber hinaus wurde unterschieden in Zwei-Personen-Spiele sowie Drei-Personen-Spiele. Die Versuchspersonen wurden während des Experiments in jedem Spiel mit neuen anonymen

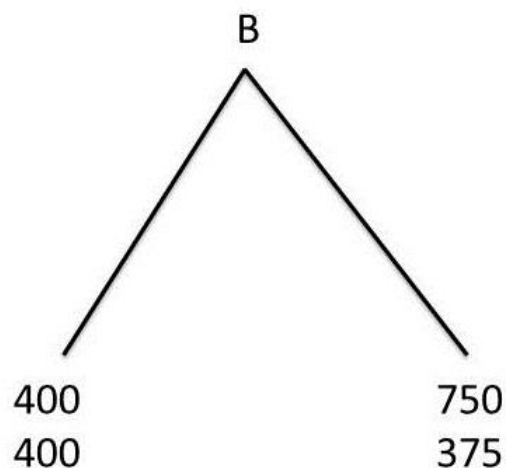
---

<sup>30</sup> Um präzise zu sein, handelte es sich um *modifizierte* Diktator- und Ultimatumspiele, die jedoch im Folgenden nur als Diktator- und Ultimatumspiele bezeichnet werden.

Mitspielern *gematcht*. Ferner wurde den Probanden mitgeteilt, dass ihre Entscheidungen in den jeweiligen Spielen einen direkten Einfluss auf ihre eigene Auszahlung und auf die Auszahlung(en) ihres bzw. ihrer Mitspieler(s) haben. Charness und Rabin wiesen in den Instruktionen darauf hin, dass die Versuchsteilnehmer die Rollen aller Spieler innerhalb eines Spiels spielen (anonymes *Matching*), also in den Zwei-Personen-Spielen zwei Rollen und in den Drei-Personen-Spielen drei Rollen („Rollentausch“). Per Zufallsentscheid wurden zwei Spiele mit ihren jeweiligen Entscheidungen ausgewählt, die die Auszahlungen bestimmten und in die Endauszahlung des Experiments eingingen. Die Ergebnisse und Auszahlungen wurden am Ende des Experiments bekannt gegeben (Vgl. Charness und Rabin, 2002, S. 829f., S. 858ff.).

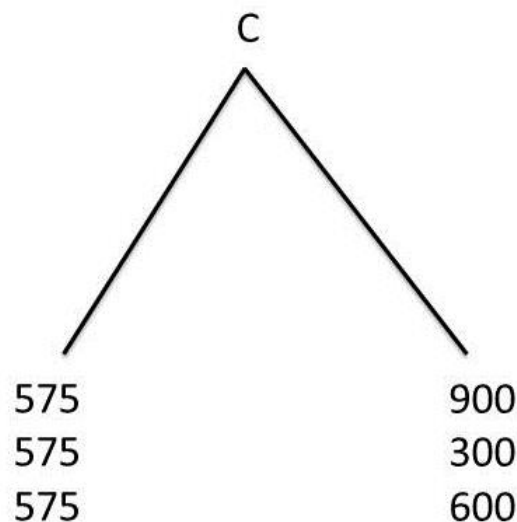
Exemplarisch werden im Folgenden Spiele aus dem Experiment von Charness und Rabin vorgestellt (Vgl. Charness und Rabin, 2000, S. 3ff.; Charness und Rabin, 2002, S. 829f., S. 858ff.). Die einzelnen Spiele wurden den Probanden in Form von Entscheidungsbäumen präsentiert, wobei sich im Zwei-Personen-Spiel die obere Auszahlung auf die des Spielers A und die untere Auszahlung auf die des Spielers B bezogen bzw. im Drei-Personen-Spiel die obere Auszahlung die des Spielers A, die mittlere Auszahlung die des Spielers B und die untere Auszahlung die des Spielers C waren. Die Auszahlungen hatten die Einheit sogenannter ECU (*Experimental Currency Units*) mit dem Wechselkurs von 100 ECU=1 \$.

Das Spiel Barc2, ein Zwei-Personen-Diktatorspiel, sah wie folgt aus:



Der Entscheidungsträger, Spieler B, hat die Wahl zwischen zwei Alternativen. Die linke Alternative generiert beiden Spielern eine Auszahlung von 400, während die rechte Alternative dem Empfänger, Spieler A, eine Auszahlung von 750 und dem Diktator, Spieler B, eine Auszahlung von 375 verspricht. Ein Spieler B mit einer Differenzaversion würde sich für die linke Alternative entscheiden und mit einer Quasi-Maximin-Präferenz für entweder die linke oder die rechte Alternative, je nach Gewichtung der Maximin-Präferenz vs. der Effizienzpräferenz sowie des Eigeninteresses (hohe Gewichtung des Eigeninteresses: linke Alternative, höhere Gewichtung Maximin-Präferenz (im Vergleich zur Effizienzpräferenz): links, höhere Gewichtung Effizienzpräferenz (im Vergleich zur Maximin-Präferenz): rechts). Im Experiment entschieden sich 52% für die linke Alternative (Gleichverteilung) und 48% für die rechte Alternative (effiziente Allokation), bei der der Entscheidungsträger 25 ECU einbüßen muss, um die Gesamtauszahlung zu maximieren.

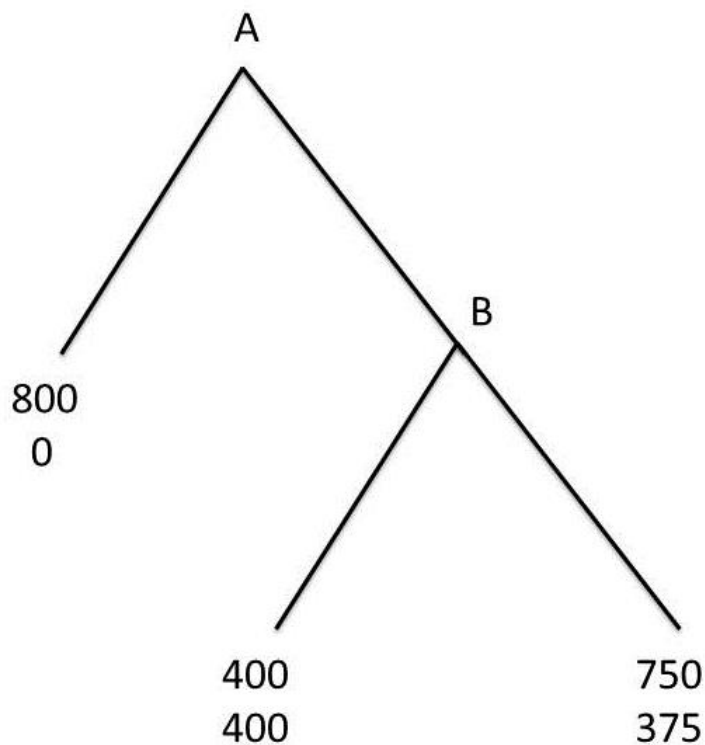
Bei dem Spiel Berk24 handelte es sich um ein Drei-Personen-Diktatorspiel:



In diesem Spiel hat der Spieler C die Wahl zwischen einer linken Alternative, bei der jeder der drei Spieler eine Auszahlung von je 575 verdienen würde, und einer rechten Alternative, bei der Spieler A 900, Spieler B 300 und Spieler C 600 erhalten würde. Ein Spieler C mit einer Differenzaversion würde sich für die linke Alternative entscheiden (Gleichverteilung), während er die rechte Alternative wählen würde, wenn sein Eigeninteresse hoch ist (Auszahlung von 600 bei rechter Alternative ist größer als Auszahlung von 575 bei linker Alternative). Besitzt er eine Quasi-Maximin-Präferenz

(Maximin- vs. Effizienzpräferenz), so würde er entweder die linke oder die rechte Alternative wählen je nach Vorliebe für die Maximierung der Minimalauszahlung (höhere Gewichtung der Maximin-Präferenz: linke Alternative, da die Minimalauszahlung von 575 bei der linken Alternative größer ist als von 300 bei der rechten Alternative) oder für die Maximierung der Gesamtauszahlung (höhere Gewichtung der Effizienzpräferenz: rechte Alternative, da Gesamtauszahlung von 1800 bei der rechten Alternative größer ist als 1725 bei der linken Alternative). Im Experiment entschieden sich 54% für die linke Alternative und 46% für die rechte Alternative.

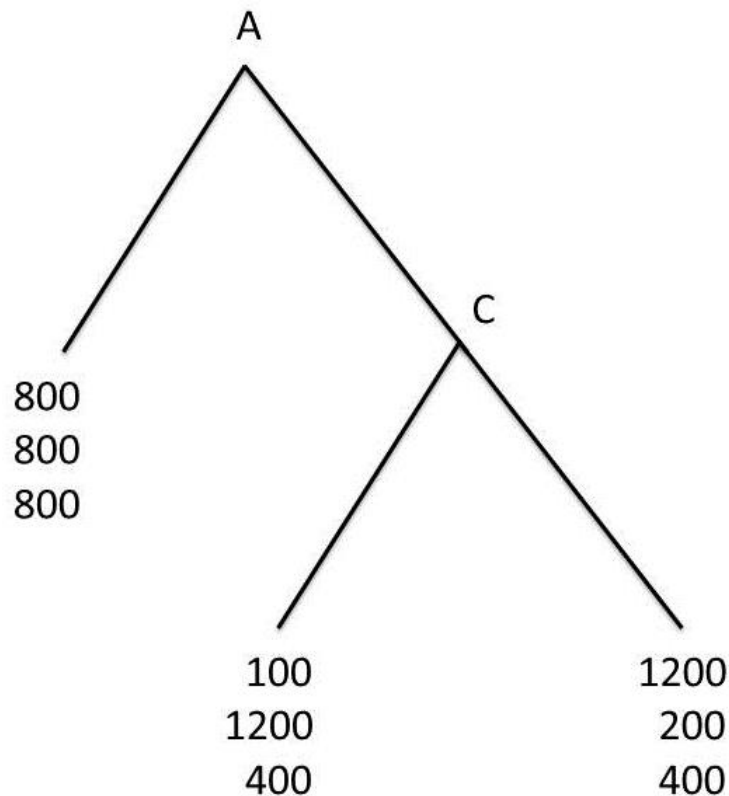
Das Spiel Barc4 war ein Zwei-Personen-Ultimatums spiel, in dem es auf Grund der strategischen Interaktion zwischen den beiden Spielern möglich war, die Bedeutung von Reziprozität zu überprüfen.



Der Spieler A hat die Wahl zwischen einer linken Alternative („Out“), bei der er eine Auszahlung von 800 und der Spieler B 0 erhalten, oder einer rechten Alternative („Enter“), bei dem er die Verteilung der Auszahlungen dem Spieler B überlässt. Wählt Spieler A letzteres, so hat Spieler B die Wahl zwischen einer linken Alternative, eine Gleichverteilung von 400 für jeden, und einer rechten Alternative, die dem Spieler A 750

und dem Spieler B 375 verspricht. Im Experiment entschieden sich 83% der Spieler A für die linke Alternative und beendeten somit das Spiel (Grund: Eigeninteresse), während 17% die Allokation in die Hände des Spieler B gaben (Gründe: Differenzaversion, Quasi-Maximin-Präferenz). 62% der Spieler B wählten daraufhin die linke auszahlungsgleichverteilte Alternative (Gründe: Differenzaversion, Maximin-Präferenz, Eigeninteresse) und 38% die rechte Alternative (Gründe: Effizienzpräferenz, positive Reziprozität). Dieses Ergebnis lässt darauf schließen, dass der Großteil der Spieler B (62%) die Wahl des Spielers A der rechten Alternative (somit Festlegung, dass Spieler B nicht Auszahlung von 0 erhält) nicht dankten, indem sie dem Spieler A eine höhere Auszahlung zugestehen wollten. Nur 38% der Spieler B belohnten Spielers A Entscheidung mit einer Wahl für die rechte Alternative, bei der der Spieler A eine Auszahlung von 750 und Spieler B eine Auszahlung von 375 erhielten. Die Spieler B waren also eher nicht bereit eine Nettigkeit mit einem ebenso freundlichen Verhalten (und leichte Einbuße von 25 ECU) zu danken (geringe positive Reziprozität).

Das Spiel Berk16 war ein Drei-Personen-Ultimatums spiel, in welchem auch hier die Bedeutung der Reziprozität untersucht werden sollte:



In diesem Spiel kann sich der Spieler A entscheiden zwischen einer linken Alternative („*Out*“), die allen drei Spielern je eine Auszahlung von 800 verspricht und einer rechten Alternative („*Enter*“), mit der er die Entscheidung an den Spieler C abgibt. Wählt er Letzteres, so hat der Spieler C die Wahl zwischen einer linken Alternative, die dem Spieler A eine Auszahlung von 100, dem Spieler B 1200 und dem Spieler C 400 generiert, und einer rechten Alternative, bei der Spieler A eine Auszahlung 1200, Spieler B 200 und Spieler C 400 erhalten. Im Experiment wählten 93% der Spieler A die linke Alternative und beendeten somit das Spiel (Gründe: Differenzaversion, Quasi-Maximin-Präferenz), während 7% sich für die rechte Alternative entschieden und die Bestimmung über die Verteilung an Spieler C übertrugen (Gründe: Eigeninteresse). Daraufhin wählten 20% der Spieler C die rechte Alternative (Grund: Quasi-Maximin-Präferenz), während 80% sich für die linke Alternative (Grund: negative Reziprozität) entschieden. Aus der Entscheidung wird ersichtlich, dass Spieler C das schlechte Benehmen des Spielers A bestrafen möchte, denn durch die Wahl des Spielers A für die rechte Alternative, wurde die Auszahlung des Spielers C auf 400 gesetzt (gilt für beide Alternativen des Spielers C), während es bei einer Wahl des Spielers A für die linke Alternative 800 gewesen wären. Diese Schmälerung seiner Auszahlung bestrafen 80% der Spieler C mit einer Wahl für die linke Alternative, bei der der Spieler A nur eine Auszahlung von 100 erhält, während er bei der rechten Alternative 1200 bekommen hätte (negative Reziprozität).

Im Folgenden werden nun die Unterschiede aufgegriffen zwischen Charness und Rabin und meinem experimentellen Design.

## 6.2 Modifikation

Das im darauffolgenden Gliederungspunkt „6.3 Design und Durchführung des Experiments“ beschriebene experimentelle Design ähnelt dem aus der Publikation von Charness und Rabin (2002). Während die Autoren jedoch ein *Pen-and-paper*-Experiment durchführten, wurde das nachfolgende Experiment im Computerlabor umgesetzt (Programmierung und Durchführung mit der Computersoftware z-Tree, Fischbacher, 2007). Das Experiment bestand ebenfalls aus mehreren Spielen, bei denen die Entscheidungen (Ergebnisse) unabhängig voneinander waren. Bei den Spielen handelte es sich um Diktatorspiele für den Drei-Personen-Fall, die (wie bei Charness und Rabin) in Form von Entscheidungsbäumen präsentiert wurden. Die Besonderheit bei diesen

Spielen war jedoch, dass dem Entscheidungsträger zwei zusätzliche Informationen gegeben wurden, die unterhalb jeder Alternative beschrieben stand. Bei diesen Informationen handelte es sich um die kumulierte Auszahlung der anderen beiden Spieler (Auszahlung des Diktators ausgeschlossen) und die Differenz zwischen den Auszahlungen der beiden Mitspieler (Auszahlung des Entscheiders ausgenommen). Die Bereitstellung dieser zusätzlichen Auskünfte sollte dazu beitragen eine mögliche externe Effizienzpräferenz sowie eine universale Differenzaversion der Versuchsteilnehmer zu erforschen.

In dem vorgestellten Experiment sollte darüber hinaus auf eine Maximin-Präferenz sowie Eigeninteresse untersucht werden. Dies ist konträr zum Charness/Rabin-Experiment, in dem auf die Existenz einer Quasi-Maximin-Präferenz, einer (ursprünglichen oder herkömmlichen) Differenzaversion, Eigeninteresse sowie Reziprozität (letztere in den Ultimatumspielen) geprüft wurde. Auf die Betrachtung von Reziprozität wurde in dem von mir durchgeführten Experiment verzichtet (nur Diktatorspiele, daher keine strategische Interaktion zwischen den Spielern). Überdies wurde das Experiment in zwei Treatments gespielt, ein Treatment im neutralen *Setting* (Spieler A-Spieler B-Entscheidungsträger) analog zu Charness und Rabin, also ein *ungeframtes* Treatment, sowie einem *geframten* Treatment im Produzent-Supermarkt-Entscheidungsträger (= Konsument)-*Setting*.

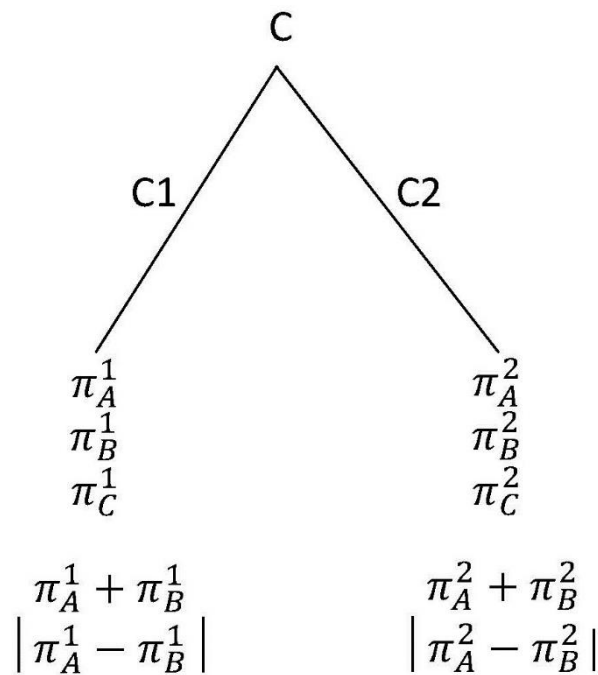
### 6.3 Design und Durchführung des Experiments

Bei dem durchgeführten Experiment handelt es sich um Drei-Personen-Spiele, bei denen der Entscheidungsträger, Spieler C, durch die Wahl seiner Entscheidung zwischen zwei Alternativen, C1 oder C2 (*binary choice experiment*) neben seiner eigenen Auszahlung,  $\pi_C^1$  bei Wahl der Alternative C1 bzw.  $\pi_C^2$  bei Wahl der Alternative C2, auch die Auszahlungen der beiden Spieler A und B bestimmt,  $\pi_A^1$  und  $\pi_B^1$  bei Alternativenwahl C1 bzw.  $\pi_A^2$  und  $\pi_B^2$  bei Alternativenwahl C2 (Diktatorspiel<sup>31</sup>, Ein-Perioden-Spiel). Diese Diktatorspiele unterscheiden sich insofern von den Drei-Personen-Diktatorspielen aus dem Experiment von Charness und Rabin (2002), als dass der Spieler C zusätzliche

---

<sup>31</sup> Wie schon in der Veröffentlichung von Charness und Rabin (2002) handelt es sich um genau zu sein um *modifizierte* Diktatorspiele, die jedoch im Folgenden nur als Diktatorspiele bezeichnet werden.

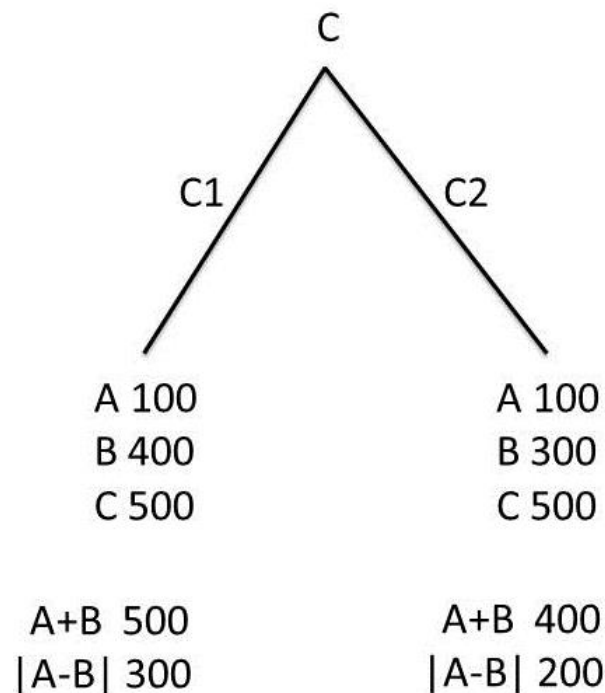
Informationen über die beiden Alternativen erhält hinsichtlich der (externen) Gesamtauszahlung der beiden anderen Spieler A und B,  $\pi_A^1 + \pi_B^1$  bzw.  $\pi_A^2 + \pi_B^2$ , sowie zur Differenz der Auszahlungen seiner Mitspieler Spieler A und B,  $|\pi_A^1 - \pi_B^1|$  bzw.  $|\pi_A^2 - \pi_B^2|$ :



Exemplarisch werden im Folgenden Spiele aus dem Experiment vorgestellt (Siehe Anhang B.1 Vollständiges experimentelles Design aller Spiele). Die Spiele wurden den Versuchsteilnehmern in Form von Entscheidungsbäumen präsentiert, wobei es sich bei der oberen Auszahlung um die des Spielers A, bei der mittleren um die des Spielers B und bei der unteren um die des Entscheidungsträgers, des Spielers C, handelte.



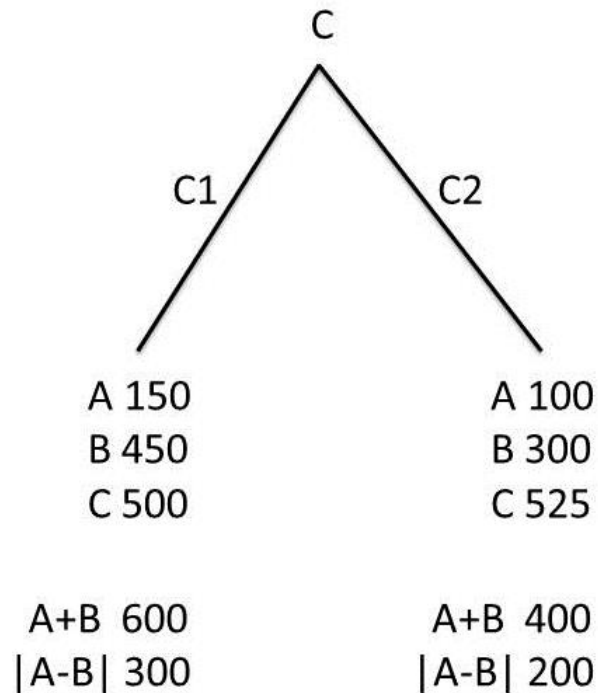
Das **Spiel 1** (im Experiment: **ET 1\_unfr**) sah folgendermaßen aus:



Der Entscheidungsträger, der Spieler C, hat die Wahl zwischen zwei Alternativen, C1 und C2. Bei der Alternative C1 würde der Spieler A eine Auszahlung von 100 erhalten, der Spieler B eine Auszahlung von 400 und er selbst als Spieler C, eine Auszahlung von 500. Darüber hinaus erhält der Entscheidungsträger zusätzliche Informationen über die (externe) Gesamtauszahlung der beiden anderen Spieler A und B von 500 ( $=100+400$ ) sowie die Differenz der Auszahlungen der Spieler A und B von 300 ( $=|100-400|$ ). Bei der Alternative C2 würde der Spieler A eine Auszahlung von 100 bekommen, der Spieler B eine Auszahlung von 300 und der Entscheider eine Auszahlung von 500. Die kumulierte Auszahlung der Spieler A und B beträgt 400 ( $=100+300$ ) und die Differenz der Auszahlungen der Spieler A und B ist 200 ( $=|100-300|$ ). Mit der Entscheidung des Diktators für die Alternative C1 würde er eine externe Effizienzpräferenz offenbaren, da in Alternative C1 die externe Gesamtauszahlung größer ist ( $=500$ ) als in Alternative C2 ( $=400$ ), während er bei einer Wahl für die Alternative C2 eine universale Differenzaversion kundtut, da die Differenz zwischen seinen Mitspielern in Alternative C2 geringer ist ( $=200$ ) als in C1 ( $=300$ ).

Die nachfolgenden Spiele wurden so modifiziert, dass neben den Verteilungspräferenzen externe Effizienzpräferenz und universale Differenzaversion auch Eigeninteresse und die Maximin-Präferenz untersucht werden können.

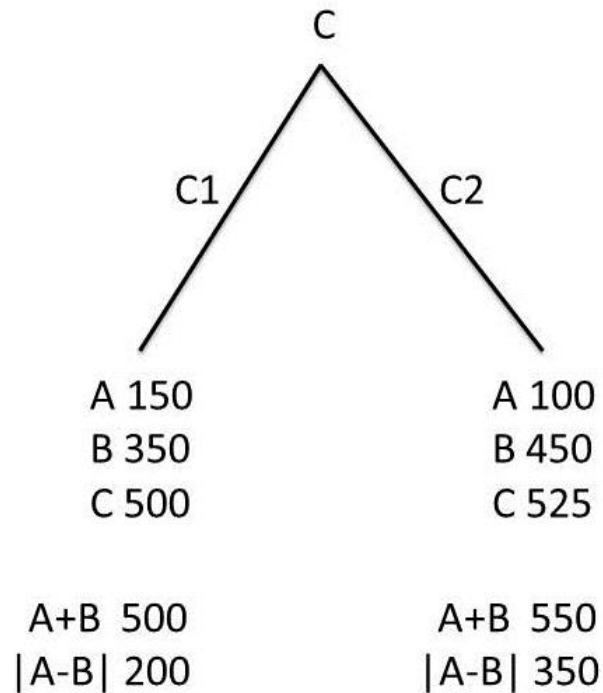
Das **Spiel 4** (im Experiment: **ET 4\_unfr** und **ET 1\_fr**) sah aus wie folgt:



Der Entscheider hat die Wahl zwischen den Alternativen C1 und C2. Die Alternative C1 würde dem Spieler A eine Auszahlung von 150, dem Spieler B eine Auszahlung von 450 sowie dem Spieler C eine Auszahlung von 500 generieren. Die Gesamtauszahlung der Spieler A und B beträgt 600 ( $=150+450$ ) und die Differenz der Auszahlungen der Beiden 300 ( $=|450-150|$ ). Bei der Alternative C2 hingegen würde der Spieler A 100, Spieler B 300 und der Entscheidungsträger 525 erhalten. Die Gesamtauszahlung der Spieler A und B ist 400 ( $=100+300$ ), während die Differenz der Auszahlungen der Spieler A und B 200 ( $=|100-300|$ ) beträgt. Präferiert der Entscheidungsträger C1 über C2, so kann dies auf Grund einer externen Effizienzpräferenz sein (Gesamtauszahlung von A und B in C1 mit 600 größer als in C2 mit 400) und/oder auf Grund einer Maximin-Präferenz, da er mit der Wahl für C1 die Auszahlung des am schlechtesten gestellten Spieler A maximiert (Spieler A's Auszahlung in C1 mit 150 größer als in C2 mit 100). Entscheidet er sich hingegen für Alternative C2, so kann das Motiv im Eigeninteresse begründet sein (eigene

Auszahlung des Spielers C in C2 mit 525 größer als in C1 mit 500) und/oder weil er universal differenzavers eingestell ist (Differenz der Auszahlungen der Spieler A und B in C2 mit 200 geringer als in C1 mit 300).

Das **Spiel 8** (im Experiment: **ET 8\_unfr** und **ET 5\_fr**) sah folgendermaßen aus:



Auch hier hat der Entscheidungsträger wieder die Wahl zwischen Alternative C1 und C2. Bei Alternative C1 würde Spieler A eine Auszahlung von 150, Spieler B 350 und Spieler C 500 erhalten. Die kumulierte Auszahlung der Spieler A und B ist 500 (=150+350) und die Differenz der Auszahlungen der Beiden 200 (=|150-350|). Überdies wäre bei der Alternative C2 die Auszahlung des Spielers A 100, die des Spielers B 450 und die des Entscheiders 525. Die Gesamtauszahlung der Spieler A und B beträgt 550 (=100+450) und die Differenz zwischen den beiden Auszahlungen ist 350 (=|100-450|). Wählt der Entscheidungsträger die Alternative C1, hat er eine Maximin-Präferenz (der am schlechtesten gestellte Spieler A hat in C1 eine höhere Auszahlung von 150 als in C2 von 100) und/oder eine universale Differenzaversion (Differenz der Auszahlungen von Spieler A und B ist in C1 mit 200 geringer als in C2 mit 350). Präferiert er hingegen die Alternative C2, so handelt er auf Grund von Eigeninteresse (eigene Auszahlung des Spielers C in C2 mit 525 größer als in C1 mit 500) und/oder weil er eine externe

Effizienzpräferenz besitzt (externe Gesamtauszahlung in C2 mit 550 größer als in C1 mit 500).

Das Experiment wurde zum einen in einem *ungeframten* Treatment im Spieler A-Spieler B-Entscheidungsträger-*Setting* (Siehe Instruktionen im Anhang B.2.1 Instruktionen des *ungeframten* Treatments) und zum anderen in einem *geframten* Treatment im Produzent-Supermarkt-Entscheidungsträger (= Konsument)-*Setting* (Siehe Instruktionen im Anhang B.2.2 Instruktionen des *geframten* Treatments) durchgeführt. Während im *ungeframten* Treatment die Versuchsteilnehmer Entscheidungen in 17 Spielen treffen sollten, waren es im *geframten* Treatment 9 Spiele (Siehe Anhang B.3 Tabellarische Zusammenfassung der Entscheidungssituationen der Treatments mit den dazugehörigen Verteilungspräferenzen für die jeweilige Alternativenwahl).<sup>32</sup>

Exemplarisch werden im Folgenden die Screenshots für das **Spiel 4** (entspricht im Experiment: **ET 4\_unfr** und **ET 1\_fr**) für das *ungeframte* und *geframte* Treatment präsentiert.

---

<sup>32</sup> Sowohl im *ungeframten* als auch im *geframten* Treatment musste jeweils ein Spiel entfernt werden auf Grund eines Fehlers im Design, sodass in die statistische Auswertung 16 *ungeframte* und 8 *geframte* Spiele eingingen.

Das folgende Bildschirmfoto zeigt, was die Probanden im Labor während des *ungeframten Treatments* am Monitor sahen:

Periode

4 von 17

Verbleibende Zeit [sec]: 113

Entscheiden Sie sich für Alternative 1 oder Alternative 2

Alternative 1

Alternative 2

Einkommen A:	150	Einkommen A:	100
Einkommen B:	450	Einkommen B:	300
Eigenes Einkommen:	500	Eigenes Einkommen:	525
Summe A und B:	600	Summe A und B:	400
Differenz A und B:	300	Differenz A und B:	200

Wahl von Alternative 1

Wahl von Alternative 2

Weiter

Abbildung 44: Screenshot der Entscheidungssituation im Labor für das ungeframte Treatment der ET 4\_unfr

Der Versuchsteilnehmer konnte seine Entscheidung durch Anklicken des kleinen Kästchens vor *Wahl von Alternative 1* bzw. *Wahl von Alternative 2* kundtun.

Das **Spiel 4** wurde darüber hinaus auch im *geframten* Kontext gespielt, in dem es die **ET 1\_fr** einnahm. Im Labor sahen die Versuchspersonen das folgende Bild am Monitor:

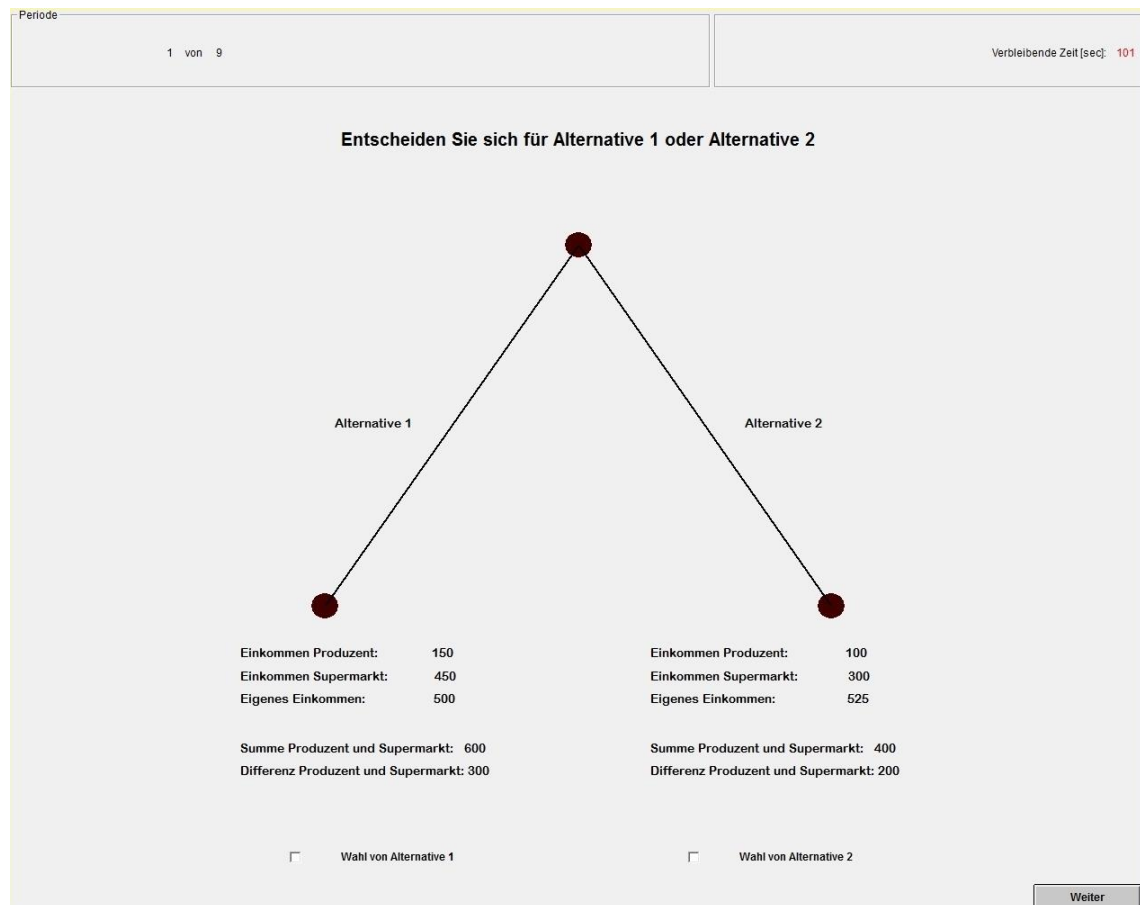


Abbildung 45: Screenshot der Entscheidungssituation im Labor für das *geframte* Treatment der ET 1\_fr

Auch hier konnte die Entscheidung mitgeteilt werden durch Anklicken von *Wahl von Alternative 1* oder *Wahl von Alternative 2*.

Dass die Beschreibung oder Formulierung der Entscheidungssituation eine Auswirkung auf das Entscheidungsverhalten der Versuchspersonen hat, ist in der experimentellen Literatur unter dem sogenannten *Framing*-Effekt bekannt.<sup>33</sup> Dieses Experiment verfolgt das Ziel mittels zwei unterschiedlich *geframter* Treatments diesen Effekt zu untersuchen. Während in dem *ungeframten* Treatment ein neutrales *Setting* betrachtet wird, soll mit dem *geframten* Treatment der Bezug zum Kauf fairer Waren bzw. Unterstützung der

<sup>33</sup> Experimentelle Befunde zum *Framing*-Effekt zusammengetragen in Levin, Schneider und Gaeth, 1998.

Produzenten hergestellt werden und überprüft werden, ob Präferenzen hinsichtlich der Einkommensverteilung zwischen Produzent und Supermarkt bestehen. Die in den meisten Spielen unterschiedlichen eigenen Auszahlungen des Entscheidungsträgers sagen indirekt etwas über den Produktpreis aus. Wählt der Spieler C die Alternative, die ihm eine eigene Auszahlung von 500 generiert, würde er sich demnach für das teurere Produkt entscheiden, während er bei der Entscheidung für die Alternative, die ihm eine Auszahlung von 525 beschert, das günstigere Produkt gewählt hätte. Bei gleicher Auszahlung zwischen den Alternativen würde es sich um zwei gleichteure Produkte handeln.

Den Versuchspersonen wurde in den Instruktionen (Siehe Instruktionen im Anhang B.2 Instruktionen) erklärt, dass es sich bei dem Experiment um Drei-Personen-Spiele handle und sie sich in jedem Spiel zwischen zwei Alternativen zu entscheiden haben und mit ihrer Wahl neben dem eigenen Einkommen auch die Einkommen der beiden Mitspieler (*ungefrantes* Treatment: Spieler A und Spieler B, *gefrantes* Treatment: Produzent und Supermarkt) bestimmen. Überdies erfuhren sie, dass ihnen in jedem Spiel per Zufallsentscheid neue anonyme Mitspieler zugeteilt wurden, sodass die Entscheidung (Auszahlung) in einem Spiel keine Auswirkungen auf die folgenden Spiele hatte, die Spiele also unabhängig voneinander waren.

Bezüglich der Auszahlungsregel für das Experiment erfuhren die Probanden, dass sie eine Partizipationszahlung (*Show-up Fee*) von 5 € und darüber hinaus eine zusätzliche Zahlung in Abhängigkeit der getroffenen Entscheidungen verdienen konnten.<sup>34</sup> Ferner wurde in den Instruktionen darauf hingewiesen, dass sie für andere Spieler – nicht ihre Gruppenmitglieder im aktuellen Spiel – zusätzlich der Spieler A bzw. Produzent und Spieler B bzw. Supermarkt sind, ebenfalls per Zufallsentscheid in jedem Spiel zugelost. Das bedeutet, dass die Versuchsteilnehmer alle drei Rollen einnahmen, die des Entscheiders, die des Spielers A bzw. Produzent und die des Spielers B bzw. Supermarkt (Rollentausch). Per Zufallsentscheid wurde ein Spiel festgelegt, in dem der Proband der Entscheider war, in dem er für einen Entscheider der Spieler A bzw. Produzent war sowie ein Spiel bestimmt, in dem er für einen Entscheider der Spieler B bzw. Supermarkt war

---

<sup>34</sup> Die Ersatzpersonen erhielten nur eine *Show-up Fee* von 5 €.

und er die Auszahlungen erhielt, die ihm in den Rollen zustand.<sup>35</sup> Ferner wurden die Einkommen in den Spielen in der Einheit von ECU (*Experimental Currency Units*) angegeben, die den Wechselkurs von 100 ECU=1 € hatten. Die Ergebnisse und Endauszahlung wurden am Ende des Experiments bekannt gegeben.

Das Experiment begann nachdem alle Probanden die Kontrollfragen korrekt beantwortet hatten. Am Ende des Experiments wurden ihnen Fragebögen ausgehändigt, in denen neben soziodemografischen Angaben (*Geschlecht, Studiengang, Alter, Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs*) auch die Motive für die Entscheidungen erfragt wurden sowie nach ihrer Entscheidung (Antwortmöglichkeit: *ja, nein* oder *vielleicht* mit Begründung) in einer modifizierten Situation bzw. in einem anderen *Setting* (*ungeframtes Treatment*: „*Hätten Sie andere Entscheidungen getroffen, wenn es sich bei Alternative 1 und Alternative 2 um Produkte gehandelt hätte und Sie mit Ihrer Wahl neben Ihrem eigenen Einkommen die Einkommen eines Produzenten (= Spieler A) sowie das Einkommen eines Supermarktes (= Spieler B) bestimmt hätten?*“, *geframtes Treatment*: „*Hätten Sie andere Entscheidungen getroffen, wenn es sich bei Alternative 1 um ein Fairtrade-Produkt und bei Alternative 2 um ein herkömmliches Produkt gehandelt hätte?*“)

Programmiert und durchgeführt wurde das Experiment mit der Software z-Tree (Fischbacher, 2007). Die Rekrutierung der Versuchsteilnehmer erfolgte mittels ORSEE (Online Recruitment System for Economic Experiments). Das Experiment bestand aus zwei Sessions jeweils mit 15 Versuchsteilnehmern für das *ungeframte* Treatment sowie zwei Sessions mit jeweils 15 Versuchsteilnehmern für das *geframte* Treatment (insgesamt vier Sessions mit 60 Versuchspersonen zuzüglich 3 Ersatzpersonen pro Session).

Das Experiment wurde am 11. Juli 2013 im Labor für Marktforschung und experimentelle Wirtschaftsforschung (MaFox) der Technischen Universität Kaiserslautern durchgeführt.

---

<sup>35</sup> In einer späteren Publikation von Charness und Rabin (2005) wurde u.a. auch der Einfluss des Rollentauschs auf das Entscheidungsverhalten untersucht. Es wurden Diktator- und Ultimatumspiele in einem Treatment mit Rollentausch und in einem Treatment ohne Rollentausch gespielt. Die Autoren konnten keinen signifikanten Unterschied zwischen den beiden Treatments feststellen (Vgl. S. 11f. sowie S. 31, Table B1 – The Effect of Role Reversal). Auf Grund dieser Befunde wurde im durchgeführten Experiment auch der Rollentausch als Form des Auszahlungsdesigns verwendet.



## 6.4 Experimentelle Befunde

Im Folgenden werden die experimentellen Ergebnisse mittels deskriptiver Statistik aufgeführt und beschrieben. Zunächst werden auf soziodemografische Charakteristika der Stichprobe in 6.4.1 verwiesen und im Anschluss in 6.4.2 die *Game-by-Game*-Ergebnisse, in 6.4.3 die *Between-Games*-Ergebnisse sowie in 6.4.4 die *Between-Treatments*-Ergebnisse präsentiert.

### 6.4.1 Soziodemografische Charakteristika der Stichprobe

Die Stichprobe bestand aus 30 Beobachtungen für das *ungeframte* Treatment (Spieler A- Spieler B- Entscheidungsträger) sowie ebenfalls 30 Beobachtungen für das *geframte* Treatment (Produzent-Supermarkt-Entscheidungsträger bzw. Konsument). Im Folgenden wird auf die soziodemografischen Merkmale *Geschlecht*, *Alter*, *Studiengang* sowie *Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs* eingegangen, die prozentual sowie absolut (bzw. beim *Alter* nur das Mittel) veranschaulicht werden. Darüber hinaus werden diese Merkmale kumuliert sowie einzeln für die beiden Treatments betrachtet.

Soziodemografisches Merkmal: *Geschlecht* (gesamt)

	prozentuale Anzahl	(absolute Anzahl)
Männlich	70%	(42 Beobachtungen)
Weiblich	30%	(18 Beobachtungen)

In dem *ungeframten* Treatment waren es 63,33% (19 Beobachtungen) männliche und 36,67% (11 Beobachtungen) weibliche Versuchsteilnehmer sowie im *geframten* Treatment 76,67% (23 Beobachtungen) männliche und 36,67% (7 Beobachtungen) weibliche Probanden, die an dem Experiment teilnahmen. Auf Grund der Rekrutierung der Versuchspersonen via ORSEE konnte wenig Einfluss auf das Geschlecht genommen werden, da die Teilnehmer, die sich zuerst registrieren, auch eingeladen werden.

Soziodemografisches Merkmal: *Alter*

Durchschnittsalter, gesamt = 23,02

Durchschnittsalter, *ungeframtes* Treatment = 22,50

Durchschnittsalter, *geframtes* Treatment = 23,53

Soziodemografisches Merkmal: *Studiengang* (gesamt):

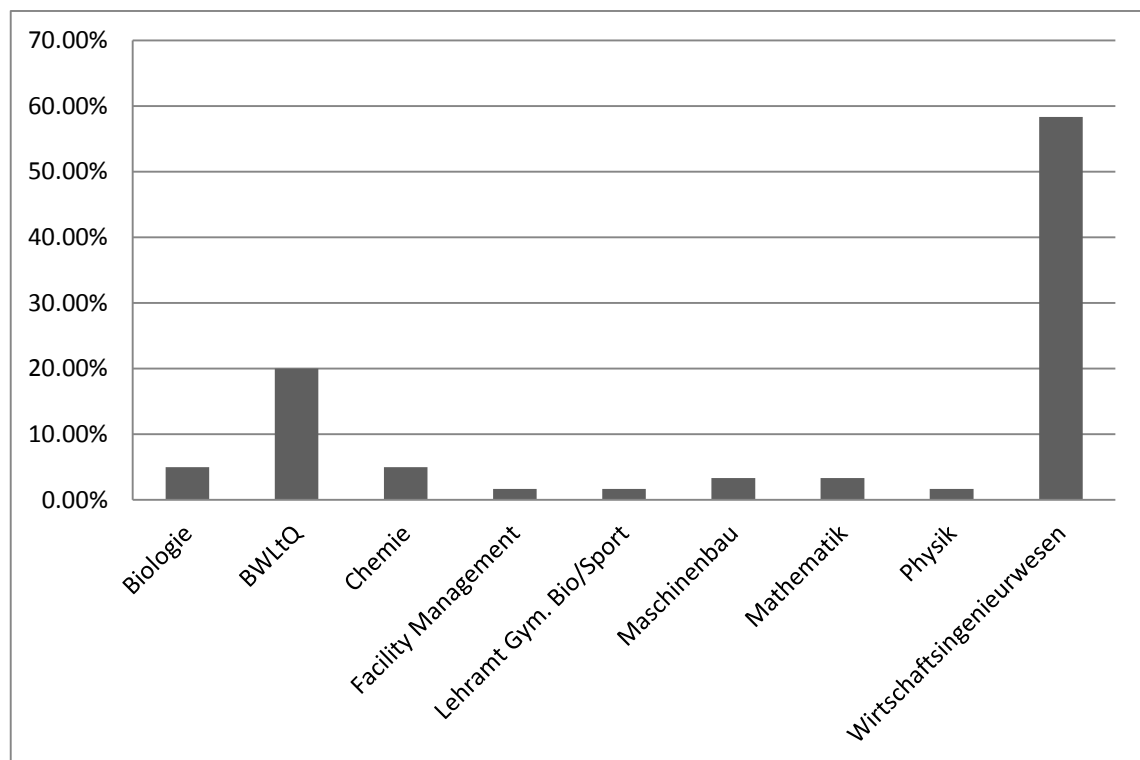


Abbildung 46: Studiengänge der Versuchsteilnehmer

Von den 60 Versuchsteilnehmern studierte über die Hälfte, 58,33% (35 Beobachtungen), Wirtschaftsingenieurwesen, 20% (12 Beobachtungen) Betriebswirtschaftslehre mit technischer Qualifikation (BWLtQ), jeweils 5% (3 Beobachtungen) Biologie und Chemie, jeweils 3,33% (2 Beobachtungen) Maschinenbau und Mathematik und jeweils 1,67% (1 Beobachtung) Facility Management, Lehramt für Gymnasium (Biologie und Sportwissenschaft) und Physik.

Für die einzelnen Treatments *framed* und *unframed* verhielt es sich wie folgt:

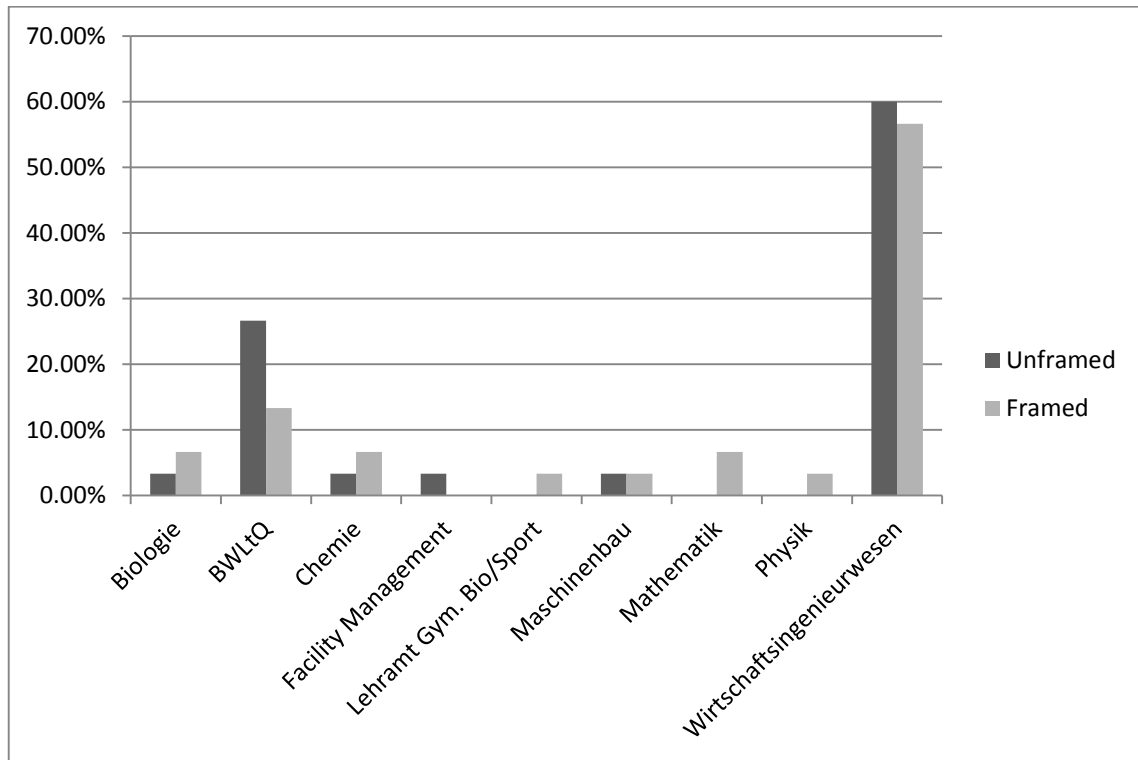


Abbildung 47: Studiengänge der Versuchsteilnehmer für die einzelnen Treatments

Bei dem *ungeframten* Treatment studierten 60% (18 Beobachtungen) der Probanden Wirtschaftsingenieurwesen, 26,67% (8 Beobachtungen) Betriebswirtschaftslehre mit technischer Qualifikation (BWLtQ) sowie jeweils 3,33% (1 Beobachtung) Biologie, Chemie, Facility Management und Maschinenbau, während beim *geframten* Treatment 56,67% (17 Beobachtungen) für Wirtschaftsingenieurwesen eingeschrieben waren, 13,33% (4 Beobachtungen) für Betriebswirtschaftslehre mit technischer Qualifikation (BWLtQ), jeweils 6,67% (2 Beobachtungen) für Biologie, Chemie und Mathematik sowie jeweils 3,33% (1 Beobachtung) für Lehramt für Gymnasium (Biologie und Sportwissenschaft), Maschinenbau und Physik.

Nach dem Experiment wurden die Probanden nach der Häufigkeit ihres Fairtrade-Konsums gefragt:

Soziodemografisches Merkmal: *Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs* (gesamt)

	prozentuale Anzahl	(absolute Anzahl)
immer	0%	(0 Beobachtungen)
oft	5%	(3 Beobachtungen)
gelegentlich	46,67%	(28 Beobachtungen)
selten	36,67%	(22 Beobachtungen)
nie	10%	(6 Beobachtungen)
Was ist das?	1,67%	(1 Beobachtung)

Das Histogramm hierzu sieht folgendermaßen aus:

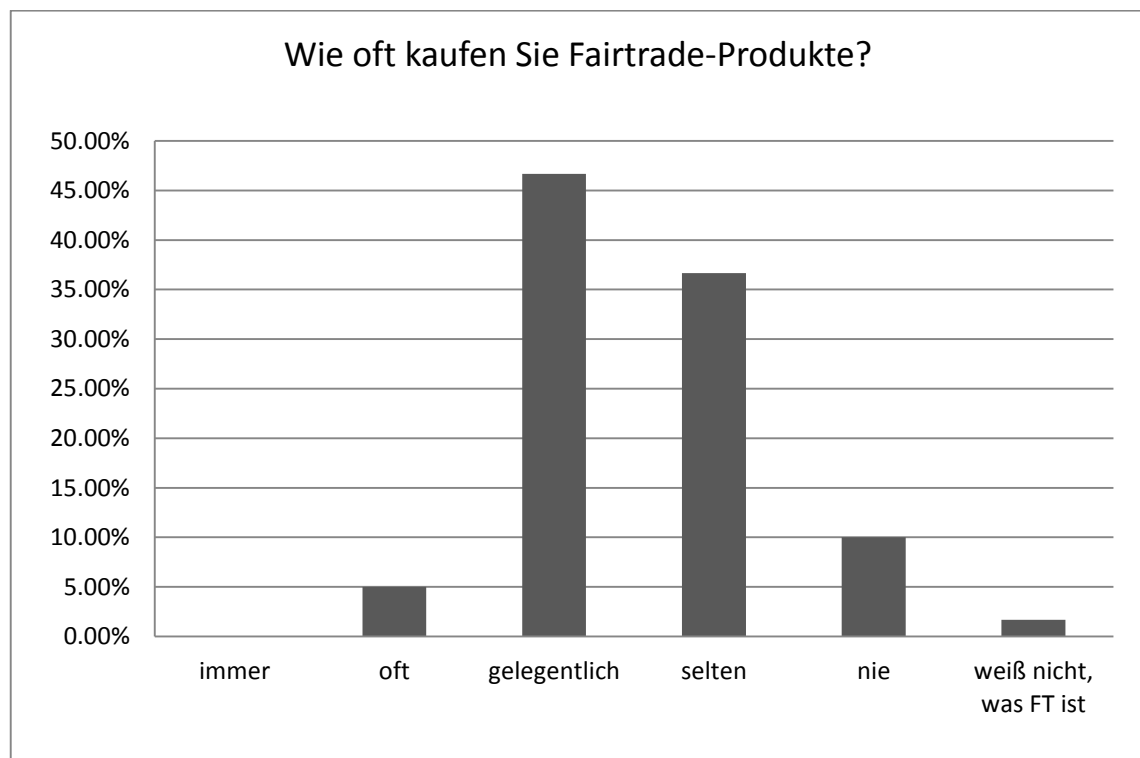


Abbildung 48: *Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs*

Für die einzelnen Treatments *framed* und *unframed* nahm das Histogramm folgende Gestalt an:

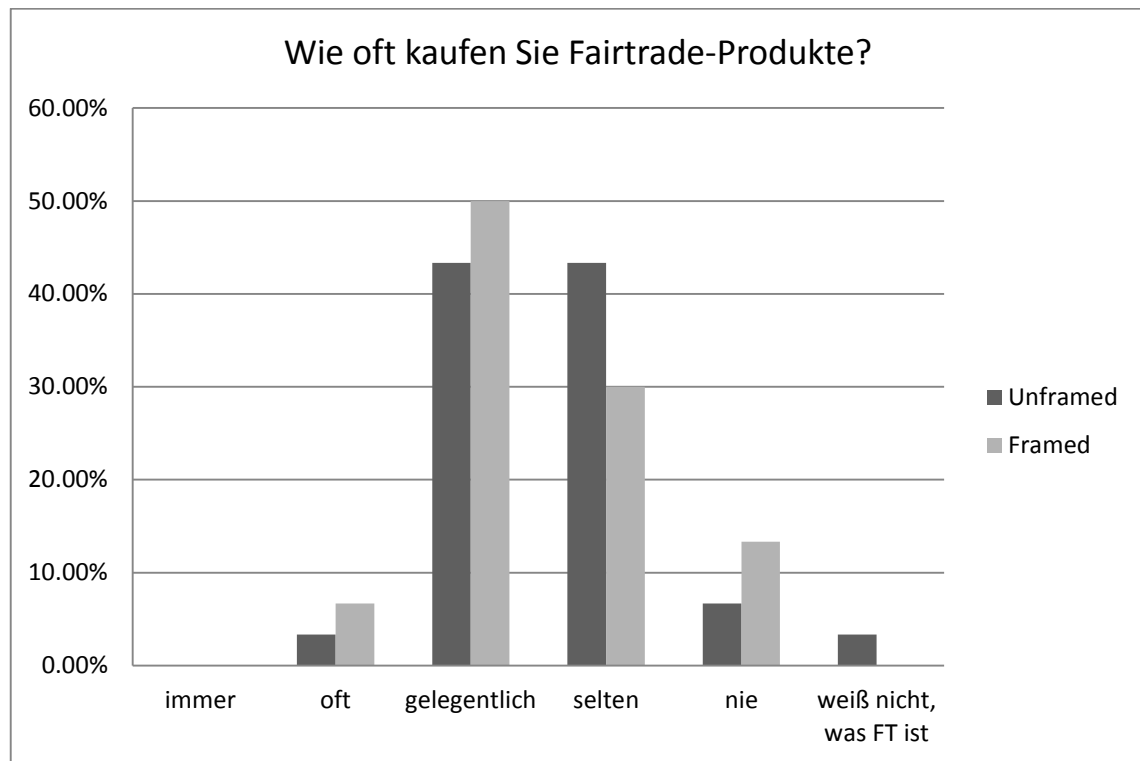


Abbildung 49: Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs für die einzelnen Treatments

Während in beiden Treatments niemand immer Fairtrade kaufte, gaben 3,33% (1 Beobachtung) im *ungeframten* und 6,67% (2 Beobachtungen) im *geframten* Treatment an oft faire Waren zu erwerben. Jeweils 43,33% (13 Beobachtungen) im *ungeframten* und 50% (15 Beobachtungen) im *geframten* kaufen gelegentlich fair und selten 43,33% (13 Beobachtungen) im Treatment *unframed* sowie 30% (9 Beobachtungen) im Treatment *framed*. Darüber hinaus gaben 6,67% (2 Beobachtungen) im *ungeframten* Treatment an nie Fairtrade-Produkte zu konsumieren und 13,33% (4 Beobachtungen) im *geframten*. Ein Proband (3,33%) aus dem *ungeframten* Treatment konnte mit dem Begriff Fairer Handel nichts anfangen.

### **6.4.2 *Game-by-Game-Ergebnisse***

In diesem Gliederungspunkt werden *Game-by-Game*-Ergebnisse für die beiden Treatments präsentiert. Abgekürzt werden die Verteilungspräferenzen Eigeninteresse mit S (*Self-interest*), externe Effizienzpräferenz mit eEFF, universale Differenzaversion mit UDA sowie Maximin-Präferenz mit MIN.

#### **6.4.2.1 *Game-by-Game-Ergebnisse des ungeframtten Treatments***

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Spiele für das *ungeframte* Treatment im tabellarischen Überblick präsentiert und anschließend beschrieben.

Entscheidung	Drei-Personen-Diktatorspiel	Präferenzen		Häufigkeit	
		Alternative C1	Alternative C2	Alternative C1	Alternative C2
ET 1_unfr	C wählt (100, 400, 500) A+B 500,  A-B  300 vs. (100, 300, 500) A+B 400,  A-B  200	eEFF	UDA	0.70	0.30
ET 2_unfr	C wählt (100, 500, 500) A+B 600,  A-B  400 vs. (100, 400, 500) A+B 500,  A-B  300	eEFF	UDA	0.70	0.30
ET 3_unfr	C wählt (100, 400, 500) A+B 500,  A-B  300 vs. (100, 300, 525) A+B 400,  A-B  200	eEFF	UDA, S	0.50	0.50
ET 4_unfr	C wählt (150, 450, 500) A+B 600,  A-B  300 vs. (100, 300, 525) A+B 400,  A-B  200	eEFF, MIN	UDA, S	0.70	0.30
ET 5_unfr	C wählt (150, 450, 500) A+B 600,  A-B  300 vs. (100, 350, 525) A+B 450,  A-B  250	eEFF, MIN	UDA, S	0.73	0.27
ET 6_unfr	C wählt (150, 450, 525) A+B 600,  A-B  300 vs. (100, 300, 500) A+B 400,  A-B  200	eEFF, MIN, S	UDA	0.87	0.13
ET 7_unfr	C wählt (150, 450, 525) A+B 600,  A-B  300 vs. (100, 350, 500) A+B 450,  A-B  250	eEFF, MIN, S	UDA	0.93	0.07
ET 8_unfr	C wählt (150, 350, 500) A+B 500,  A-B  200 vs. (100, 450, 525) A+B 550,  A-B  350	MIN, UDA	eEFF, S	0.40	0.60
ET 9_unfr	C wählt (150, 300, 500) A+B 450,  A-B  150 vs. (100, 450, 525) A+B 550,  A-B  350	MIN, UDA	eEFF, S	0.33	0.67
ET 10_unfr	C wählt (150, 350, 525) A+B 500,  A-B  200 vs. (100, 450, 500) A+B 550,  A-B  350	MIN, UDA, S	eEFF	0.80	0.20
ET 11_unfr	C wählt (150, 300, 525) A+B 450,  A-B  150 vs. (100, 450, 500) A+B 550,  A-B  350	MIN, UDA, S	eEFF	0.70	0.30
ET 12_unfr	C wählt (150, 350, 500) A+B 500,  A-B  200 vs. (100, 450, 500) A+B 550,  A-B  350	MIN, UDA	eEFF	0.57	0.43
ET 13_unfr	C wählt (150, 450, 500) A+B 600,  A-B  300 vs. (100, 450, 500) A+B 550,  A-B  350	eEFF, MIN, UDA		0.90	0.10
ET 14_unfr	C wählt (150, 500, 500) A+B 650,  A-B  350 vs. (100, 450, 500) A+B 550,  A-B  350	eEFF, MIN		0.83	0.17
ET 15_unfr	C wählt (150, 400, 500) A+B 550,  A-B  250 vs. (100, 450, 500) A+B 550,  A-B  350	MIN, UDA		1.00	0.00
ET 16_unfr	C wählt (150, 450, 500) A+B 600,  A-B  300 vs. (100, 500, 500) A+B 600,  A-B  400	MIN, UDA		0.97	0.03

Tabelle 2: Game-by-Game-Ergebnisse, ungeframtes Treatment

In den ersten beiden Entscheidungen, **ET 1\_unfr** und **ET 2\_unfr**, wurden nur die Verteilungspräferenzen externe Effizienzpräferenz und universale Differenzaversion

untersucht und herausgefunden, dass jeweils 70% der Probanden eine externe Effizienzpräferenz aufwiesen (Wahl der Alternative C1) und 30% universal differenzavers waren (Wahl der Alternative C2). Während sich in **ET 3\_unfr** 50% der Versuchspersonen für die externe Effizienzpräferenz (Wahl der Alternative C1) sowie 50% für eine universale Differenzaversion und/oder Eigeninteresse (Wahl der Alternative C2) entschieden, wurde in **ET 4\_unfr** und **ET 5\_unfr** offengelegt, dass die Kombination externe Effizienzpräferenz und Maximin-Präferenz häufiger gewählt wurde (Wahl Alternative C1 bei **ET 4\_unfr** mit 70% und bei **ET 5\_unfr** mit 73%) als universale Differenzaversion und Eigeninteresse (Wahl Alternative C2 bei **ET 4\_unfr** mit 30% und bei **ET 5\_unfr** mit 27%).

In den beiden folgenden Entscheidungssituationen, **ET 6\_unfr** und **ET 7\_unfr**, wurde die Alternative C1, die die Präferenzen externe Effizienz, Maximin sowie Eigeninteresse einfiel, von 87% bzw. 93% gewählt und die Alternative C2, die reine universale Differenzaversion, demnach von 13% bzw. 7%. Eine Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion (Wahl Alternative C1) offenbarten 40% in **ET 8\_unfr** und 33% in **ET 9\_unfr** sowie eine externe Effizienzpräferenz und/oder Eigeninteresse (Wahl Alternative C2) 60% in **ET 8\_unfr** und 67% in **ET 9\_unfr**. In **ET 10\_unfr** und **ET 11\_unfr** taten 80% bzw. 70% der Probanden eine Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion und/oder Eigeninteresse kund (Wahl Alternative C1) und 20% bzw. 30% wiesen eine reine externe Effizienzpräferenz auf (Wahl Alternative C2). 57% der Individuen legten in **ET 12\_unfr** eine Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion (Wahl Alternative C1) und 43% eine externe Effizienzpräferenz offen (Wahl Alternative C2). Während in **ET 13\_unfr**, **ET 14\_unfr**, **ET 15\_unfr** sowie **ET 16\_unfr** die Alternative C2 ungeklärt und undefiniert ist, konnte gezeigt werden, dass in **ET 13\_unfr** 90% eine Präferenz für eine externe Effizienz und/oder eine Maximin und/oder eine universale Differenzaversion aufwiesen, in **ET 14\_unfr** 83% eine externe Effizienzpräferenz und/oder Maximin-Präferenz kundtaten und in **ET 15\_unfr** bzw. **ET 16\_unfr** 100% bzw. 97% eine Maximin-Präferenz hatten und/oder universal differenzavers waren.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Die Entscheidungssituationen **ET 13\_unfr**, **ET 14\_unfr**, **ET 15\_unfr** und **ET 16\_unfr** wurden in das Experiment aufgenommen um eine potenzielle Superioraffinität zu überprüfen (Siehe Gliederungspunkt 6.4.3.1 *Between-Games*-Ergebnisse des *ungeframt*en Treatments sowie Anhang B.5 *Between-Games*-Ergebnisse für Superioraffinität).



### 6.4.2.2 Game-by-Game-Ergebnisse des geframten Treatments

Die jeweiligen Spielergebnisse des *geframten* Treatments waren wie folgt:

Entscheidung	entspricht	Drei-Personen-Diktatorspiel	Präferenzen		Häufigkeit	
			Alternative C1	Alternative C2	Alternative C1	Alternative C2
ET 1_fr	ET 4_unfr	C wählt (150, 450, 500) P+S 600,  P-S  300 vs. (100, 300, 525) P+S 400,  P-S  200	eEFF, MIN	UDA, S	0.57	0.43
ET 2_fr	ET 5_unfr	C wählt (150, 450, 500) P+S 600,  P-S  300 vs. (100, 350, 525) P+S 450,  P-S  250	eEFF, MIN	UDA, S	0.57	0.43
ET 3_fr	ET 6_unfr	C wählt (150, 450, 525) P+S 600,  P-S  300 vs. (100, 300, 500) P+S 400,  P-S  200	eEFF, MIN, S	UDA	0.93	0.07
ET 4_fr	ET 7_unfr	C wählt (150, 450, 525) P+S 600,  P-S  300 vs. (100, 350, 500) P+S 450,  P-S  250	eEFF, MIN, S	UDA	0.97	0.03
ET 5_fr	ET 8_unfr	C wählt (150, 350, 500) P+S 500,  P-S  200 vs. (100, 450, 525) P+S 550,  P-S  350	MIN, UDA	eEFF, S	0.37	0.63
ET 6_fr	ET 11_unfr	C wählt (150, 300, 525) P+S 450,  P-S  150 vs. (100, 450, 500) P+S 550,  P-S  350	MIN, UDA, S	eEFF	0.60	0.40
ET 7_fr	ET 10_unfr	C wählt (150, 350, 500) P+S 500,  P-S  200 vs. (100, 450, 525) P+S 550,  P-S  350	MIN, UDA, S	eEFF	0.77	0.23
ET 8_fr	ET 13_unfr	C wählt (150, 450, 500) P+S 600,  P-S  300 vs. (100, 450, 500) P+S 550,  P-S  350	eEFF, MIN, UDA		1.00	0.00

Tabelle 3: Game-by-Game-Ergebnisse, geframtes Treatment

Während in **ET 1\_fr** und **ET 2\_fr** je 57% der Versuchsteilnehmer eine Präferenz für eine externe Effizienz und/oder eine Maximin aufwiesen (Wahl Alternative C1) sowie je 43% eine universale Differenzaversion und/oder Eigeninteresse (Wahl Alternative C2), offenbarten in **ET 3\_fr** und **ET 4\_fr** 93% bzw. 97% eine externe Effizienzpräferenz und/oder Maximin-Präferenz und/oder Eigeninteresse (Wahl Alternative C1) sowie 7% bzw. 3% eine reine universale Differenzaversion (Wahl Alternative C2). In **ET 5\_fr** konnte bei 37% der Probanden eine externe Effizienzpräferenz und/oder eine universale Differenzaversion (Wahl der Alternative C1) und bei 63% eine externe Effizienzpräferenz und/oder Eigeninteresse (Wahl der Alternative C2) festgestellt werden. Motive für die Wahl der Alternative C1 in **ET 6\_fr**, von 60% der Probanden gewählt, sowie in **ET 7\_fr** von 77%, waren eine Maximin-Präferenz und/oder eine universale Differenzaversion und/oder Eigeninteresse, während eine reine externe Effizienzpräferenz der Grund bei 40% in **ET 6\_fr** und bei 23% der Versuchsteilnehmer in **ET 7\_fr** (Wahl Alternative C2) sein konnte. In **ET 8\_fr** entschieden sich 100% für die Alternative C1, die eine externe Effizienzpräferenz und/oder eine Maximin-Präferenz und/oder eine universale Differenzaversion einfängt, während die Alternative C2 undefiniert ist.

Letzte Entscheidungssituation, **ET 8\_fr**, wurde in das Experiment integriert, weil Eigeninteresse keine Rolle spielt, d.h. die beiden Produkte (Alternative C1 und Alternative C2) haben den gleichen Preis. Darüber hinaus gehen in die Alternative C1 drei Verteilungspräferenzen ein, die externe Effizienzpräferenz, die Maximin-Präferenz sowie die universale Differenzaversion, die allesamt den Produzenten begünstigen könnten. In Bezug auf den Fairen Handel würde das bedeuten, dass das faire Gut, Alternative C1, welches kostengleich zum herkömmlichen Produkt, Alternative C2, ist, in jedem Fall vorzuziehen wäre von einem Konsumenten, dem das Wohl der Produzenten am Herzen liegt. Alle Versuchspersonen (100%) in diesem Treatment wählten die Alternative C1.

### **6.4.3 Between-Games-Ergebnisse**

*Between-Games*-Ergebnisse sollen der Extraktion von Präferenz-Typen dienen. Im Folgenden werden *Between-Games*-Ergebnisse in einem *Within-Subject*-Vergleich (hier: vergleichende Untersuchung jedes einzelnen Versuchsteilnehmers in zwei Spielen)

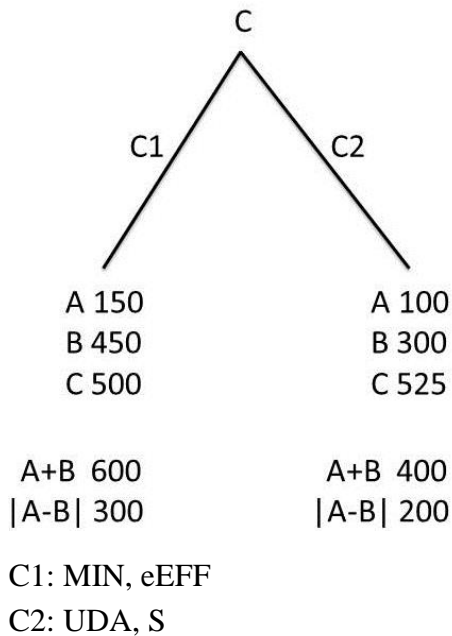
zunächst für das *ungeframte* Treatment (6.4.3.1 *Between-Games*-Ergebnisse des *ungeframten* Treatments) und im Anschluss für das *geframte* Treatment (6.4.3.2 *Between-Games*-Ergebnisse des *geframten* Treatments) aufgezeigt.

#### **6.4.3.1 *Between-Games*-Ergebnisse des *ungeframten* Treatments**

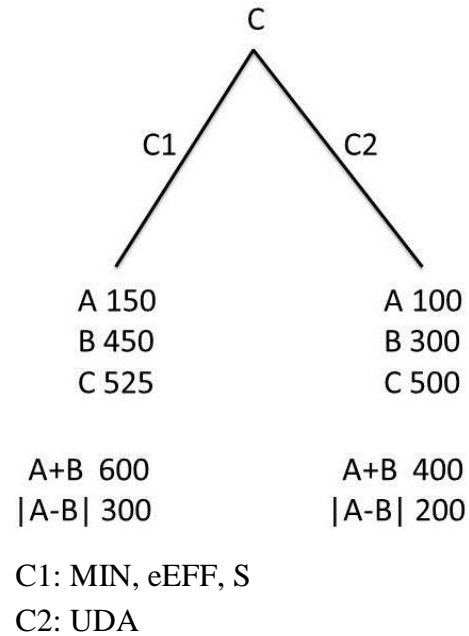
Die ersten beiden *Between-Games*-Vergleiche (**ET 4\_unfr** und **ET 6\_unfr**, **ET 5\_unfr** und **ET 7\_unfr**) sollen der Aufdeckung der Typen der universalen Differenzaversion und des reinen Eigeninteresses dienen (sowie der Typ aus Maximin-Präferenz und/oder eine externe Effizienzpräferenz und der undefinierbare Typ). Mit den darauffolgenden Gegenüberstellungen der beiden *Between-Games* (**ET 8\_unfr** und **ET 10\_unfr**, **ET 9\_unfr** und **ET 11\_unfr**) sollen Typen der externen Effizienzpräferenz und des reinen Eigeninteresses enthüllt werden (sowie der Typ aus Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion und der undefinierbare Typ). Überdies kann mit dem *Within-Subject*-Vergleich der Entscheidungssituationen **ET 1\_unfr** und **ET 2\_unfr** untersucht werden, ob Spieler eine Präferenz dafür haben monetär besser zu stehen als ihre Mitspieler. Diese Neigung wurde meines Wissens nach experimentell bisher noch nicht erforscht und wird im folgenden *Superioraffinität* genannt (weitere Ergebnisse hierzu hinsichtlich der **ET 13\_unfr** und **ET 14\_unfr** sowie **ET 15\_unfr** und **ET 16\_unfr** nachzulesen im Anhang B.5 *Between-Games*-Ergebnisse für Superioraffinität).

Zunächst wird das Verhalten in **ET 4\_unfr** mit dem in **ET 6\_unfr** verglichen und Verteilungspräferenzen aufgedeckt:

**ET 4\_unfr** (entspricht **Spiel 4**):



**ET 6\_unfr** (entspricht **Spiel 6**):



Die Entscheidungssituationen **ET 4\_unfr** und **ET 6\_unfr** sind von den Auszahlungen für Spieler A und Spieler B identisch und folglich auch bezüglich der externen Effizienz sowie der universalen Differenz.

Ein Versuchsteilnehmer, Spieler C, der sich in **ET 4\_unfr** für Alternative C1 entscheidet, handelt möglicherweise so, weil er eine Maximin-Präferenz (der am schlechtesten gestellte Spieler A erhält in C1 eine Auszahlung von 150, während er in Alternative C2 100 verdienen würde) besitzt und/oder auf Grund einer externen Effizienzpräferenz (Gesamtauszahlung der beiden anderen Spieler A und B in Alternative C1 mit 600 höher als in Alternative C2 mit 400). Würde er hingegen Alternative C2 wählen, so würde er eine universale Differenzaversion offenlegen (Differenz der Auszahlungen von Spieler A und B mit 200 in Alternative C2 geringer als in Alternative C1 mit 300) und/oder Eigeninteresse (eigene Auszahlung des Spielers C in Alternative C2 mit 525 höher als in Alternative C1 mit 500).

In der Entscheidungssituation **ET 6\_unfr** würde eine Wahl des Spielers C für die Alternative C1 eine Maximin-Präferenz und/oder eine externe Effizienzpräferenz und/oder Eigeninteresse offenlegen, während eine Alternativenwahl für C2 eine universale Differenzaversion sein müsste.

Auf Grund der vorgenannten Tatsache, dass die beiden Entscheidungssituationen bis auf die Auszahlung des Entscheiders, des Spielers C, identisch sind, ist lediglich die Präferenz für Eigeninteresse in den beiden Spielen unterschiedlich (in **ET 4\_unfr** bei Alternative C2 und in **ET 6\_unfr** bei Alternative C1). Folglich lassen sich vier Typen bestimmen. Probanden, die sowohl in **ET 4\_unfr** als auch in **ET 6\_unfr** sich für die Alternative C1 entschieden haben, haben eine Maximin-Präferenz und/oder eine Präferenz für externe Effizienz. Es stellte sich heraus, dass dieser Kategorie 70% der Versuchsteilnehmer angehörten. Probanden, die in **ET 4\_unfr** Alternative C1 und in **ET 6\_unfr** Alternative C2 wählten, sind undefinierbare (d.h. inkonsistente, „crazy“) Typen, also jene, die in **ET 4\_unfr** eine Maximin-Präferenz und/oder Präferenz für externe Effizienz offenbaren und in **ET 6\_unfr** eine universale Differenzaversion. Es konnte niemand (0%) dieser Einordnung zugeschrieben werden. Probanden, die sich in **ET 4\_unfr** für Alternative C2 entschieden und in **ET 6\_unfr** für Alternative C1, wurden vermutlich angetrieben von reinem Eigeninteresse. Von den Versuchspersonen gehörten 16,67% diesem Typ an. Spieler, die in beiden Entscheidungen jeweils Alternative C2 wählten, gehören dem Typ der universal Differenzaversion an, der 13,33% ausmachte.

Vier Typen mit prozentualer Häufigkeit auf einen Blick:

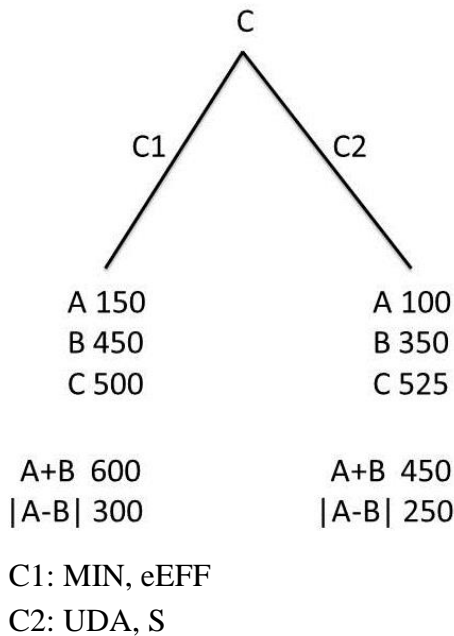
$C1_{ET\ 4\_unfr}   C1_{ET\ 6\_unfr}$	$C1_{ET\ 4\_unfr}   C2_{ET\ 6\_unfr}$	$C2_{ET\ 4\_unfr}   C1_{ET\ 6\_unfr}$	$C2_{ET\ 4\_unfr}   C2_{ET\ 6\_unfr}$
MIN, eEFF	undefinierbar	Rein S	UDA
70.00%	0.00%	16.67%	13.33%

*Table 1: Between-Games-Ergebnisse, ET 4\_unfr und ET 6\_unfr*

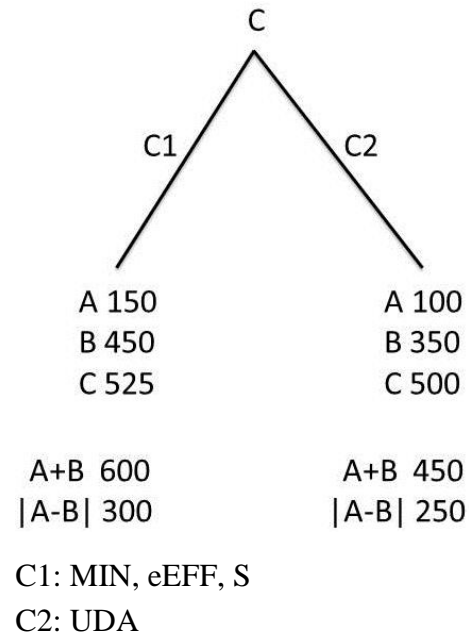
Bei einer Betrachtung der prozentualen Häufigkeiten der Typen fällt auf, dass der Typ aus Maximin-Präferenz und externer Effizienzpräferenz am häufigsten beobachtet werden kann (70%), gefolgt von reinem Eigeninteresse (16,67%), universaler Differenzaversion (13,33%) sowie kein Vorkommen des undefinierbaren Typs.

Der *Within-Subject*-Vergleich der **ET 5\_unfr** und **ET 7\_unfr**:

**ET 5\_unfr** (entspricht **Spiel 5**):



**ET 7\_unfr** (entspricht **Spiel 7**):



Die Entscheidungssituationen **ET 5\_unfr** und **ET 7\_unfr** unterscheiden sich erneut nur in der Auszahlung des Entscheidungsträgers, des Spielers C. Während in **ET 5\_unfr** bei einer Alternativenwahl für C1 eine Maximin-Präferenz und/oder externe Effizienzpräferenz enthüllt wird, wäre eine universale Differenzaversion und/oder Eigeninteresse der Grund für die Wahl der Alternative C2. In **ET 7\_unfr** wäre eine Bevorzugung der Alternative C1 begründet in einer Maximin-Präferenz und/oder externe Effizienzpräferenz und/oder Eigeninteresse, hingegen eine Wahl für Alternative C2 gemäß einer universalen Differenzaversion erfolgt sein kann.

Ein Entscheidungsträger, der in beiden Entscheidungssituationen, sich für die Alternative C1 entscheidet, verhält sich so auf Grund einer Maximin-Präferenz und/oder externen Effizienzpräferenz. Dieser Typ konnte bei 73,33% der Probanden enthüllt werden. Der undefinierbare Typ, der in **ET 5\_unfr** Alternative C1 wählt und in **ET 7\_unfr** Alternative C2, wurde nicht beobachtet. Hingegen wurde reines Eigeninteresse von 20% offengelegt und 6,67% gehörten dem Typ der universalen Differenzaversion an.

Vier Typen mit prozentualer Häufigkeit auf einen Blick:

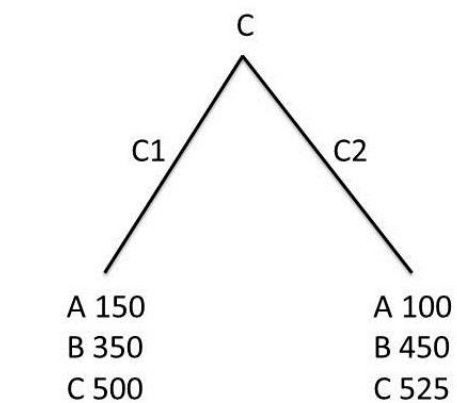
$C1_{ET\ 5\_unfr}   C1_{ET\ 7\_unfr}$	$C1_{ET\ 5\_unfr}   C2_{ET\ 7\_unfr}$	$C2_{ET\ 5\_unfr}   C1_{ET\ 7\_unfr}$	$C2_{ET\ 5\_unfr}   C2_{ET\ 7\_unfr}$
MIN, eEFF	undefinierbar	Rein S	UDA
73.33%	0.00%	20.00%	6.67%

Table 2: Between-Games-Ergebnisse, ET 5\_unfr und ET 7\_unfr

Erneut war der Typ Maximin/externe Effizienz am häufigsten vertreten (73,33%), gefolgt von reinem Eigeninteresse (20%) und universaler Differenzaversion (6,67%) sowie niemand vom Typ undefinierbar.

Entscheidungsverhalten in **ET 8\_unfr** und **ET 10\_unfr**:

**ET 8\_unfr** (entspricht **Spiel 8**):



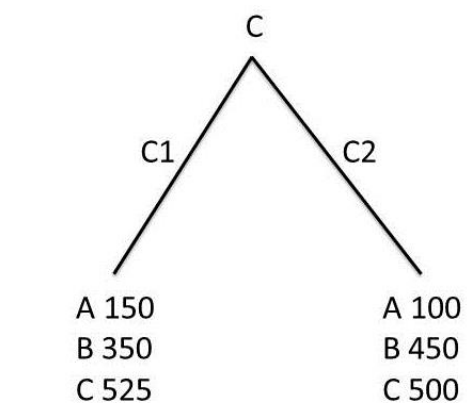
A+B 500

|A-B| 200

C1: MIN, UDA

C2: eEFF, S

**ET 10\_unfr** (entspricht **Spiel 10**):



A+B 500

|A-B| 200

C1: MIN, UDA, S

C2: eEFF

Die Entscheidungssituationen **ET 8\_unfr** und **ET 10\_unfr** unterscheiden sich nur in der Auszahlung des Spielers C. In **ET 8\_unfr** würde eine Wahl für Alternative C1 begründet sein in einer Maximin-Präferenz und/oder universalen Differenzaversion sowie eine externe Effizienzpräferenz und/oder Eigeninteresse Auslöser für eine Entscheidung für Alternative C2 sein. Hingegen kann in **ET 10\_unfr** eine Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion und/oder Eigeninteresse der Antrieb für die Wahl der

Alternative C1 sein und eine Vorliebe der Alternative C2 über C1 auf Grund einer externen Effizienzpräferenz erfolgt sein.

Versuchsteilnehmer, die sich sowohl in **ET 8\_unfr** als auch in **ET 10\_unfr** für Alternative C1 entschieden, haben eine Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion. Dieser Typ war mit 36,67% vertreten. 3,33% gehörten dem undefinierbaren Typen an, der in **ET 8\_unfr** Alternative C1 wählt und in **ET 10\_unfr** die C2. Reines Eigeninteresse, offengelegt durch die Wahl der Alternative C2 in **ET 8\_unfr** und Alternative C1 in **ET 10\_unfr**, wurde mit einer prozentualen Häufigkeit von 43,33% beobachtet. Jene Probanden, die in beiden Spielen die Alternative C2 präferierten, wurden als extern effizient kategorisiert und kamen mit 16,67% vor.

Vier Typen mit prozentualer Häufigkeit auf einen Blick:

$C1_{ET\ 8\_unfr}   C1_{ET\ 10\_unfr}$	$C1_{ET\ 8\_unfr}   C2_{ET\ 10\_unfr}$	$C2_{ET\ 8\_unfr}   C1_{ET\ 10\_unfr}$	$C2_{ET\ 8\_unfr}   C2_{ET\ 10\_unfr}$
MIN, UDA	undefinierbar	Rein S	eEFF
36.67%	3.33%	43.33%	16.67%

*Table 3: Between-Games-Ergebnisse, ET 8\_unfr und ET 10\_unfr*

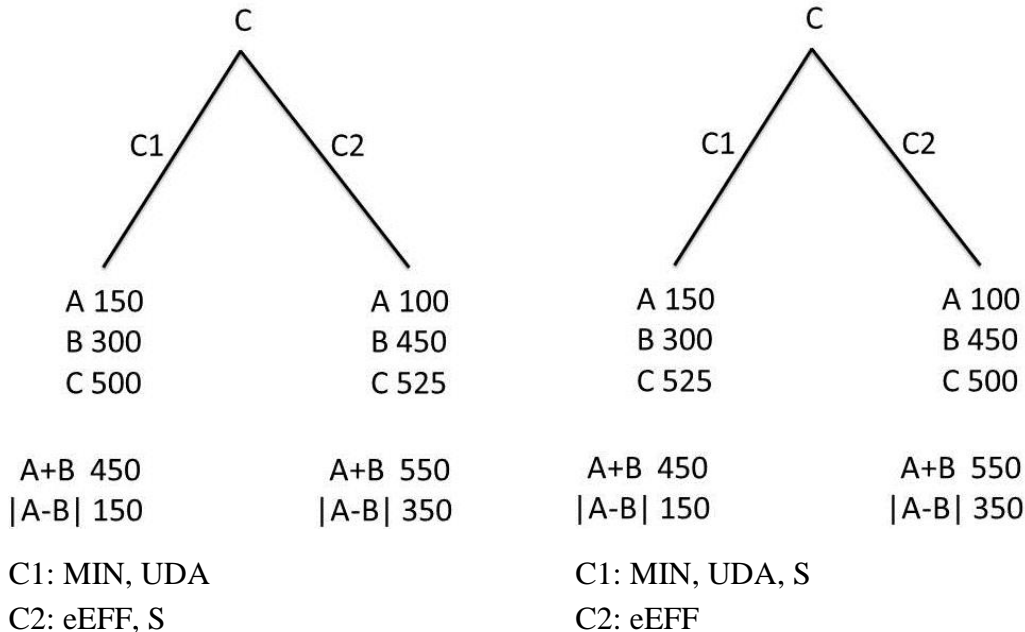
Am häufigsten wurde der rein egoistische Typ beobachtet (43,33%), gefolgt vom Typ aus Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion (36,67%), externe Effizienzpräferenz (16,67%) und dem undefinierbaren Typ (3,33%).



Der *Within-Subject*-Vergleich der Entscheidungssituationen **ET 9\_unfr** und **ET 11\_unfr**:

**ET 9\_unfr** (entspricht **Spiel 9**):

**ET 11\_unfr** (entspricht **Spiel 11**):



Die Auszahlung des Spielers C variiert in den beiden Entscheidungssituationen **ET 9\_unfr** und **ET 11\_unfr**. Wählt ein Proband in **ET 9\_unfr** Alternative C1, so hat er eine Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion und bei der Alternative C2 eine externe Effizienzpräferenz und/oder Eigeninteresse. Versuchsteilnehmer, die sich in **ET 11\_unfr** für Alternative C1 entscheiden, besitzen eine Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion und/oder Eigeninteresse, während sie bei der Wahl für Alternative C2 extern effizient sind.

Versuchspersonen, die sowohl in **ET 9\_unfr** als auch in **ET 11\_unfr** die Alternative C1 wählen, werden typisiert als jene mit einer Maximin-Präferenz und/oder universalen Differenzaversion und kamen mit 33,33% vor. Solche, die sich in **ET 9\_unfr** für Alternative C1 und in **ET 11\_unfr** für C2 entschieden, sind undefinierbar und waren nicht existent. Reines Eigeninteresse bei der Wahl für C2 in **ET 9\_unfr** und C1 in **ET 11\_unfr** konnte mit einer Häufigkeit von 36,67% beobachtet werden, während eine externe Effizienzpräferenz mit einer Alternativenwahl von C2 in beiden Entscheidungssituationen bei 30% offengelegt werden konnte.

Typen mit prozentualer Häufigkeit auf einen Blick:

$C1_{ET\ 9\_unfr}   C1_{ET\ 11\_unfr}$	$C1_{ET\ 9\_unfr}   C2_{ET\ 11\_unfr}$	$C2_{ET\ 9\_unfr}   C1_{ET\ 11\_unfr}$	$C2_{ET\ 9\_unfr}   C2_{ET\ 11\_unfr}$
MIN, UDA	undefinierbar	Rein S	eEFF
33.33%	0.00%	36.67%	30.00%

Table 4: *Between-Games-Ergebnisse, ET 9\_unfr und ET 11\_unfr*

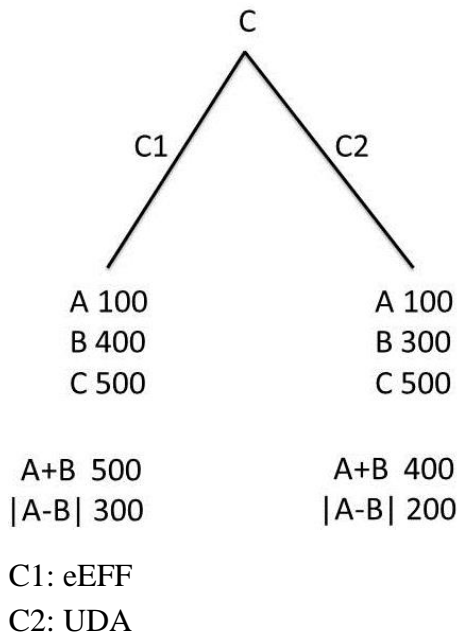
Der rein egoistische Typ konnte am häufigsten beobachtet werden (36,67%), dicht gefolgt vom Typ Maximin und/oder universale Differenz (33,33%) und externe Effizienz (30%), während der undefinierbare Typ nicht vorkam.

Es fällt auf, dass reines Eigeninteresse eine größere Rolle spielt in den beiden letzten *Between-Games*-Ergebnissen (**ET 8\_unfr** und **ET 10\_unfr** mit 43,33% sowie **ET 9\_unfr** und **ET 11\_unfr** mit 36,67%) als in den beiden ersten *Between-Games*-Ergebnissen (**ET 4\_unfr** und **ET 6\_unfr** mit 16,67% sowie **ET 5\_unfr** und **ET 7\_unfr** mit 20%). Die universale Differenzaversion konnte darüber hinaus etwas weniger häufig in den ersten beiden *Between-Games*-Ergebnissen (13,33% und 6,67%) beobachtet werden als die externe Effizienzpräferenz in den beiden letzteren *Between-Games*-Ergebnissen (16,67% und 30%). Ferner war der Typ aus externe Effizienzpräferenz und/oder Maximin-Präferenz aus den ersten beiden *Between-Games*-Ergebnissen häufiger vertreten (70% und 73,33%) als der Mischtyp aus Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion aus den darauffolgenden beiden *Between-Games*-Ergebnissen (36,67% und 33,33%). Der undefinierbare Typ kam hingegen nur in einem *Between-Games*-Ergebnis vor (*Within-Subject*-Vergleich der **ET 8\_unfr** und **ET 10\_unfr**).

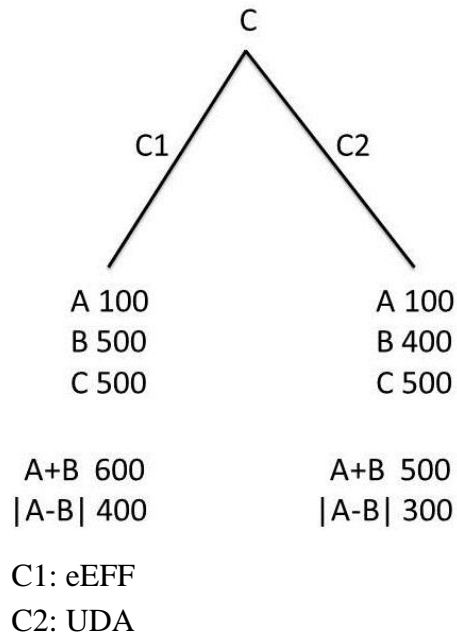
Die Idee eines *Within-Subject*-Vergleichs der Entscheidungssituationen **ET 1\_unfr** und **ET 2\_unfr**, **ET 13\_unfr** und **ET 14\_unfr** sowie **ET 15\_unfr** und **ET 16\_unfr** bestand darin, zu analysieren, ob Individuen eine Vorliebe dafür haben, derjenige zu sein, der besser gestellt ist als seine Mitstreiter. Diese Superioraffinität soll im Folgenden untersucht werden.

Im Folgenden soll das Entscheidungsverhalten von **ET 1\_unfr** und **ET 2\_unfr** aufgeführt werden:

**ET 1\_unfr** (entspricht **Spiel 1**):



**ET 2\_unfr** (entspricht **Spiel 2**):



Der Unterscheid zwischen den beiden Entscheidungssituationen besteht darin, dass die Auszahlung des Spielers B um 100 in den beiden Alternativen C1 und C2 steigt von **ET 1\_unfr** zu **ET 2\_unfr** und somit die externe Gesamtauszahlung sowie die universale Differenz in beiden Alternativen. Die Auszahlungen der Spieler A und C wurden konstant gehalten. In den Entscheidungen **ET 1\_unfr** und **ET 2\_unfr** würde mit der Wahl für die Alternative C1 eine externe Effizienzpräferenz und für die C2 eine universale Differenzaversion offengelegt werden.

Während eine externe Effizienzpräferenz von 63,33% der Probanden kundgetan wurde (Wahl der Alternative C1 in beiden Entscheidungssituationen **ET 1\_unfr** und **ET 2\_unfr**), gefolgt von einer universalen Differenzaversion von 23,33% (Wahl der Alternative C2 in **ET 1\_unfr** und **ET 2\_unfr**), kam der undefinierbare Typ (Wahl der Alternative C2 in **ET 1\_unfr** und Alternative C1 in **ET 2\_unfr**) mit 6,67% vor. Ein Spieler C, der superioraffin ist, hätte eine Abneigung gegen die Alternative C1 in **ET 2\_unfr**, in der seine Auszahlung von 500 gleich der des Spielers B ist. Demnach wäre ein superioraffiner Typ ein Spieler, der in **ET 1\_unfr** Alternative C1 wählt und sich in **ET 2\_unfr** für die Alternative C2 entscheidet. Bei letzterer Entscheidungssituation erhält er

zwar die gleiche Auszahlung (verglichen zur Alternative C1), steht jedoch in Alternative C2 besser als der Spieler B (und nicht gleich gut wie in C1). Der superioraffine Typ kam mit 6,67% vor.

Typen mit prozentualer Häufigkeit auf einen Blick:

$C1_{ET\ 1\_unfr}   C1_{ET\ 2\_unfr}$	$C1_{ET\ 1\_unfr}   C2_{ET\ 2\_unfr}$	$C2_{ET\ 1\_unfr}   C1_{ET\ 2\_unfr}$	$C2_{ET\ 1\_unfr}   C2_{ET\ 2\_unfr}$
eEFF	Superioraffinität	undefinierbar	UDA
63.33%	6.67%	6.67%	23.33%

Table 5: *Between-Games-Ergebnisse, ET 1\_unfr und ET 2\_unfr*

Ein *Within-Subject*-Vergleich der Entscheidungssituationen **ET 13\_unfr** und **ET 14\_unfr** konnte ebenfalls eine marginale Superioraffinität (6.67%) offenlegen, während beim *Within-Subject*-Vergleich der Entscheidungssituationen **ET 15\_unfr** und **ET 16\_unfr** keine superioraffinen Probanden erfasst werden konnten (Siehe Anhang B.5 *Between-Games-Ergebnisse* für Superioraffinität). Diese drei Beobachtungen lassen darauf schließen, dass in dem untersuchten *Pool* Superioraffinität keine bedeutende Rolle spielt.

#### 6.4.3.2 *Between-Games-Ergebnisse des geframten Treatments*

Mit den *Within-Subject*-Vergleichen der **ET 1\_fr** (entspricht **Spiel 4**) und **ET 3\_fr** (entspricht **Spiel 6**) sowie **ET 2\_fr** (entspricht **Spiel 5**) und **ET 4\_fr** (entspricht **Spiel 7**) konnten die folgenden Beobachtungen hinsichtlich der Typen universale Differenzaversion, reines Eigeninteresse (sowie Typ aus Maximin-Präferenz und/oder externe Effizienzpräferenz und der undefinierbare Typ) gemacht werden.

Typen mit prozentualer Häufigkeit auf einen Blick:

$C1_{ET\ 1\_fr}   C1_{ET\ 3\_fr}$	$C1_{ET\ 1\_fr}   C2_{ET\ 3\_fr}$	$C2_{ET\ 1\_fr}   C1_{ET\ 3\_fr}$	$C2_{ET\ 1\_fr}   C2_{ET\ 3\_fr}$
MIN, eEFF	undefinierbar	Rein S	UDA
56.67%	0.00%	36.67%	6.67%

Tabelle 4: *Between-Games-Ergebnisse, ET 1\_fr und ET 3\_fr*

Während eine Maximin-Präferenz und/oder externe Effizienzpräferenz 56,67% beobachtet werden konnte (Wahl der Alternative C1 in **ET 1\_fr** und **ET 3\_fr**), legten reines Eigeninteresse 36,67% offen (Wahl der Alternative C2 in **ET 1\_fr** und C1 in **ET 3\_fr**). Der Typ der universalen Differenzaversion konnte bei 6,67% der Probanden erfasst werden (Wahl der Alternative C2 in **ET 1\_fr** und **ET 3\_fr**). Überdies war der undefinierbare Typ nicht existent (Wahl der Alternative C1 in **ET 1\_fr** und C2 in **ET 3\_fr**).

Typen mit prozentualer Häufigkeit auf einen Blick:

$C1_{ET\ 2\_fr}   C1_{ET\ 4\_fr}$	$C1_{ET\ 2\_fr}   C2_{ET\ 4\_fr}$	$C2_{ET\ 2\_fr}   C1_{ET\ 4\_fr}$	$C2_{ET\ 2\_fr}   C2_{ET\ 4\_fr}$
MIN, eEFF	undefinierbar	Rein S	UDA
56.67%	0.00%	40.00%	3.33%

*Tabelle 5: Between-Games-Ergebnisse, ET 2\_fr und ET 4\_fr*

Der Typ aus Maximin-Präferenz und externe Effizienzpräferenz kam 56,67% vor (Wahl der Alternative C1 in **ET 2\_fr** und **ET 4\_fr**), gefolgt vom reinen Eigeninteresse mit 40% der Versuchsteilnehmer (Wahl der Alternative C2 in **ET 2\_fr** und C1 in **ET 4\_fr**) und darüber hinaus gehörten 3,33% dem Typ der universalen Differenzaversion an (Wahl der Alternative C2 in **ET 2\_fr** und **ET 4\_fr**). Der undefinierbare Typ wurde nicht erfasst (Wahl der Alternative C1 in **ET 2\_fr** und C2 in **ET 4\_fr**).

Mit dem *Within-Subject*-Vergleich der **ET 5\_fr** (entspricht **Spiel 8**) und **ET 7\_fr** (entspricht **Spiel 10**) sollten die Typen externe Effizienzpräferenz, reines Eigeninteresse enthüllt werden (sowie der Typ aus Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion und der undefinierbare Typ).

Typen mit prozentualer Häufigkeit auf einen Blick:

$C1_{ET\ 5\_fr}   C1_{ET\ 7\_fr}$	$C1_{ET\ 5\_fr}   C2_{ET\ 7\_fr}$	$C2_{ET\ 5\_fr}   C1_{ET\ 7\_fr}$	$C2_{ET\ 5\_fr}   C2_{ET\ 7\_fr}$
MIN, UDA	undefinierbar	Rein S	eEFF
26.67%	10.00%	50.00%	13.33%

*Tabelle 6: Between-Games-Ergebnisse, ET 5\_fr und ET 7\_fr.*

Der rein egoistische Typ war mit 50% am häufigsten vertreten (Wahl der Alternative C2 in **ET 5\_fr** und C1 in **ET 7\_fr**). Ferner gehörten dem Typ aus Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion 26,67% an (Wahl der Alternative C1 in **ET 5\_fr** und **ET 7\_fr**), während 13,33% als extern effizient eingestuft wurden (Wahl der Alternative C2 in **ET 5\_fr** und **ET 7\_fr**) und 10% als undefinierbarer Typ (Wahl der Alternative C1 in **ET 5\_fr** und C2 in **ET 7\_fr**).

Auch im *geframten* Treatment spielt Eigeninteresse eine bedeutende Rolle bei der Wahl der Alternative. Die universale Differenzaversion scheint einen geringeren Einfluss zu haben (in den oberen beiden *Between-Games*-Ergebnissen mit 6,67% und 3,33%) als die externe Effizienzpräferenz (im letzten *Within-Subject*-Vergleich der **ET 5\_fr** und **ET 7\_fr** mit 13,33%). Ferner ist der Typ aus externer Effizienzpräferenz und/oder Maximin-Präferenz aus den ersten beiden *Between-Games*-Ergebnissen häufiger vorkommend (mit je 56,67%) als der Typ Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion (mit 26,67%) aus dem letzteren Vergleich der Entscheidungssituationen. Der undefinierbare Typ kam hingegen nur im letzten *Between-Games*-Ergebnis mit 10% vor.

#### **6.4.4 *Between-Treatments*-Ergebnisse**

In diesem Gliederungspunkt soll geprüft werden, ob das *Framing* einen Einfluss auf das Entscheidungsverhalten hat. Zunächst werden die *Game-by-Game*-Ergebnisse der beiden Treatments verglichen und im Anschluss die *Between-Games*-Ergebnisse.

In der nachkommenden tabellarischen Gegenüberstellung werden die *Game-by-Game*-Ergebnisse für die Spiele präsentiert, die sich lediglich im *Framing* unterscheiden.

Spiele	Präferenzen		<i>ungeframtes Treatment</i>			<i>geframtes Treatment</i>		
	Alternative C1	Alternative C2	Entscheidung	Häufigkeit		Häufigkeit		Entscheidung
				Alternative C1	Alternative C2	Alternative C1	Alternative C2	
Spiel 4	eEFF, MIN	UDA, S	ET 4_unfr	0.70	0.30	0.57	0.43	ET 1_fr
Spiel 5	eEFF, MIN	UDA, S	ET 5_unfr	0.73	0.27	0.57	0.43	ET 2_fr
Spiel 6	eEFF, MIN, S	UDA	ET 6_unfr	0.87	0.13	0.93	0.07	ET 3_fr
Spiel 7	eEFF, MIN, S	UDA	ET 7_unfr	0.93	0.07	0.97	0.03	ET 4_fr
Spiel 8	MIN, UDA	eEFF, S	ET 8_unfr	0.40	0.60	0.37	0.63	ET 5_fr
Spiel 11	MIN, UDA, S	eEFF	ET 11_unfr	0.70	0.30	0.60	0.40	ET 6_fr
Spiel 10	MIN, UDA, S	eEFF	ET 10_unfr	0.80	0.20	0.77	0.23	ET 7_fr
Spiel 13	eEFF, MIN, UDA		ET 13_unfr	0.90	0.10	1.00	0.00	ET 8_fr

Tabelle 7: Gegenüberstellung der Game-by-Game-Ergebnisse für das ungeframte und das geframte Treatment

Bei den beiden oberen Spielen (**Spiel 4** und **Spiel 5**) wird sowohl im *ungeframten* Treatment (Entscheidungssituationen **ET 4\_unfr** und **ET 5\_unfr**) als auch im *geframten* Treatment (Entscheidungssituationen **ET 1\_fr** und **ET 2\_fr**) die Alternative C1, externe Effizienzpräferenz und/oder Maximin-Präferenz, der Alternative C2, universale Differenzaversion und/oder Eigeninteresse, vorgezogen. Allerdings fällt auf, dass die externe Effizienzpräferenz und/oder Maximin-Präferenz im *ungeframten* Treatment häufiger gewählt wurde (**ET 4\_unfr** 70% und **ET 5\_unfr** 73%) als im *geframten* Treatment (**ET 1\_fr** und **ET 2\_fr** je 57%) und die Differenzaversion und/oder Eigeninteresse im *ungeframten* Treatment seltener vertreten war (**ET 4\_unfr** 30% und **ET 5\_unfr** 27%) als im *geframten* Treatment (**ET 1\_fr** und **ET 2\_fr** je 43%).

In den **Spiele 6** und **7** entschieden sich sehr viele Probanden für die externe Effizienzpräferenz und/oder Maximin-Präferenz und/oder Eigeninteresse (Wahl der Alternative C1) im *ungeframten* Treatment (**ET 6\_unfr** 87% und **ET 7\_unfr** 93%) und sogar leicht überwiegend im *geframten* Treatment (**ET 3\_fr** 93% und **ET 4\_fr** 97%), während nur ein geringer Teil die universale Differenzaversion (Wahl der Alternative C2) präferierte (im *ungeframten* Treatment: **ET 6\_unfr** 13% und **ET 7\_unfr** 7% und im *geframten* Treatment: **ET 3\_fr** 7% und **ET 4\_fr** 3%).

Im **Spiel 8** konnte beobachtet werden, dass in beiden Treatments die Versuchsteilnehmer die Alternative C2, also externe Effizienzpräferenz und/oder Eigeninteresse (**ET 8\_unfr** mit 60% und **ET 5\_fr** mit 63%), der Alternative C1, also Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion, vorzogen (**ET 8\_unfr** mit 40% und **ET 5\_fr** mit 37%). Beim Vergleich der Treatments in den **Spiele 11** und **10** fällt auf, dass die Maximin-

Präferenz und/oder universale Differenzaversion und/oder Eigeninteresse (Alternative C1) im *ungefrachten* Treatment marginal häufiger gewählt wurde (**ET 11\_unfr** 70% und **ET 10\_unfr** 80%) als im *gefrachten* Treatment (**ET 6\_fr** 60% und **ET 7\_fr** 77%), während eine externe Effizienzpräferenz im *ungefrachten* Treatment offengelegt wurde in den Entscheidungssituationen **ET 11\_unfr** mit 30% und **ET 10\_unfr** mit 20% sowie im *gefrachten* Treatment in **ET 6\_fr** mit 40% und **ET 7\_fr** mit 23%. Überdies selektierten im **Spiel 13** die Alternative C1, externe Effizienzpräferenz und/oder Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion, im *ungefrachten* Treatment 90% (**ET 13\_unfr**) und im *gefrachten* Treatment 100% (**ET 8\_fr**).

Nachfolgend werden die *Between-Games*-Ergebnisse der beiden Treatments miteinander verglichen. In den beiden ersten Konfrontationen wurde die universale Differenzaversion und in der dritten die externe Effizienzpräferenz extrahiert.

Gegenüberstellung der beiden Treatments hinsichtlich der *Between-Games*-Ergebnisse des **Spiels 4** und **Spiels 6**, wobei das **Spiel 4** im *ungefrachten* Treatment der **ET 4\_unfr** und im *gefrachten* Treatment der **ET 1\_fr** entspricht und das **Spiel 6** im *ungefrachten* Treatment der **ET 6\_unfr** und im *gefrachten* Treatment der **ET 3\_fr**:

	C1 <sub>Spiel 4</sub>   C1 <sub>Spiel 6</sub>	C1 <sub>Spiel 4</sub>   C2 <sub>Spiel 6</sub>	C2 <sub>Spiel 4</sub>   C1 <sub>Spiel 6</sub>	C2 <sub>Spiel 4</sub>   C2 <sub>Spiel 6</sub>
Typen:	MIN, eEFF	undefinierbar	Rein S	UDA
Häufigkeit, <i>ungefrachtes</i> Treatment:	70.00%	0.00%	16.67%	13.33%
Häufigkeit, <i>gefrachtes</i> Treatment:	56.67%	0.00%	36.67%	6.67%

Tabelle 8: Gegenüberstellung der Treatments hinsichtlich der *Between-Games*-Ergebnisse, *Spiel 4* und *Spiel 6*

Der Typ Maximin-Präferenz und/oder externe Effizienzpräferenz wurden in beiden Treatments, verglichen zu den anderen Typen, am häufigsten offengelegt. Allerdings fällt auf, dass dieser Typ im *ungefrachten* Treatment vermehrt vertreten war (70%) als im *gefrachten* Treatment (56,67%). Reines Eigeninteresse kann im *ungefrachten* Treatment bei 16,67% und im *gefrachten* Treatment bei sogar 36,67% der Probanden aufgedeckt werden. Dem universal differenzaversen Typ können im *ungefrachten* Treatment 13,33%



und im *geframten* Treatment nur 6,67% zugeschrieben werden. Der undefinierbare Typ war nicht existent.

Gegenüberstellung der beiden Treatments hinsichtlich der *Between-Games*-Ergebnisse des **Spiels 5** (*ungeframtes* Treatment: **ET 5\_unfr**, *geframtes* Treatment: **ET 2\_fr**) und des **Spiels 7** (*ungeframtes* Treatment: **ET 7\_unfr**, *geframtes* Treatment: **ET 4\_fr**):

	C1 <sub>Spiel 5</sub>   C1 <sub>Spiel 7</sub>	C1 <sub>Spiel 5</sub>   C2 <sub>Spiel 7</sub>	C2 <sub>Spiel 5</sub>   C1 <sub>Spiel 7</sub>	C2 <sub>Spiel 5</sub>   C2 <sub>Spiel 7</sub>
Typen:	MIN, eEFF	undefinierbar	Rein S	UDA
Häufigkeit, <i>ungeframtes</i> Treatment:	73.33%	0.00%	20.00%	6.67%
Häufigkeit, <i>geframtes</i> Treatment:	56.67%	0.00%	40.00%	3.33%

Tabelle 9: Gegenüberstellung der Treatments hinsichtlich der *Between-Games*-Ergebnisse, Spiel 5 und Spiel 7

Auch hier wird ersichtlich, dass zwar der Typ Maximin-Präferenz und/oder externe Effizienzpräferenz in Bezug auf die anderen Typen in den beiden Treatments dominiert, jedoch im *ungeframten* Treatment dieser Typ stärker ausgeprägt zu sein scheint (73,33%) als im *geframten* Treatment (56,67%). Ferner ist reines Eigeninteresse im *geframten* Treatment mit 40% häufiger aufzufinden als im *ungeframten* Treatment mit 20%. Im *ungeframten* Treatment gaben 6,67% eine universale Differenzaversion preis, während dies nur 3,33% im *geframten* Treatment taten. Der undefinierbare Typ wurde in keinem der beiden Treatments festgestellt.

Nachstehend werden die Treatments für das **Spiel 8** (*ungeframtes* Treatment: **ET 8\_unfr**, *geframtes* Treatment: **ET 5\_fr**) und das **Spiel 10** (*ungeframtes* Treatment: **ET 10\_unfr**, *geframtes* Treatment: **ET 7\_fr**) miteinander verglichen:

	C1 <sub>Spiel 8</sub>   C1 <sub>Spiel 10</sub>	C1 <sub>Spiel 8</sub>   C2 <sub>Spiel 10</sub>	C2 <sub>Spiel 8</sub>   C1 <sub>Spiel 10</sub>	C2 <sub>Spiel 8</sub>   C2 <sub>Spiel 10</sub>
Typen:	MIN, UDA	undefinierbar	Rein S	eEFF
Häufigkeit, <i>ungeframtes</i> Treatment:	36.67%	3.33%	43.33%	16.67%
Häufigkeit, <i>geframtes</i> Treatment:	26.67%	10.00%	50.00%	13.33%

*Tabelle 10: Gegenüberstellung der Treatments hinsichtlich der Between-Games-Ergebnisse, Spiel 8 und Spiel 10*

Reines Eigeninteresse war in beiden Treatments am meisten ausgeprägt. Dieser Typ konnte im *ungeframten* Treatment bei 43,33% und im *geframten* Treatment bei 50% der Versuchsteilnehmer beobachtet werden. Der Typ Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion konnte im *ungeframten* Treatment bei 36,67% und im *geframten* Treatment bei 26,67% enthüllt werden. Dem Typ der externen Effizienzpräferenz angehörig zu sein, offenbarten im *ungeframten* Treatment 16,67% und im *geframten* Treatment 13,33%, während der undefinierbare Typ im *ungeframten* Treatment 3,33% vor kam und im *geframten* Treatment 10%.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass im *geframten* Treatment reines Eigeninteresse eine größere Rolle zu spielen scheint als im *ungeframten* Treatment. Sowohl der Typ der universalen Differenzaversion als auch der Typ der externen Effizienzpräferenz sind hingegen im *ungeframten* Treatment leicht überwiegend. Diese Beobachtungen würden einen Treatment-Effekt vermuten. Allerdings ist der Unterschied zwischen den Treatments nicht signifikant (zweiseitiger  $\chi^2$ -Test, p-Wert = 0,468, siehe Anhang B.6 Untersuchung auf *Framing*-Effekt).

### **6.5 Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse**

Es wurde ein *binary choice*-Experiment durchgeführt, bei dem es sich um Drei-Personen-Diktatorspiele handelte. In Anlehnung an das experimentelle Design von Charness und Rabin (2002) erhielten die Versuchsteilnehmer zusätzliche Informationen für beide Alternativen hinsichtlich der externen Gesamtauszahlung sowie der Differenz der Auszahlungen der anderen beiden Spieler. Ferner wurden ein *ungeframtes* Treatment, also im neutralen Kontext, sowie ein *geframtes* Treatment im Produzent-Supermarkt-

Konsument-*Setting* gespielt. Die Stichprobe bestand aus 30 Beobachtungen pro Treatment. In diesem Gliederungspunkt sollen die experimentellen Befunde zusammengefasst und diskutiert werden.

Wie in den *Game-by-Game*-Ergebnissen sowie *Between-Games*-Ergebnissen des Experiments gezeigt werden konnte, spielt Eigeninteresse eine bedeutende Rolle. So gehörten im *Between-Games*-Vergleich dem rein eigeninteressierten Typ im *ungeframten* Treatment zwischen 16,67% und 43,33% an und im *geframten* Treatment zwischen 36,67% und 50%. Eigeninteresse als Motiv für das Entscheidungsverhalten konnte auch in den Fragebögen nachgelesen werden, die den Probanden nach dem Experiment ausgehändigt wurden (Mehrfachnennungen waren möglich). So wurde von den Versuchsteilnehmern z.B. im *ungeframten* Treatment angegeben: „*Maximierung des eigenen Gewinns/Einkommens. Dabei Relationen der einzelnen Einkommen beachten, sodass mein eigenes Einkommen als sehr viel besser erscheint*“, oder im *geframten* Treatment: „*Profitmaximierung*“.

Die externe Effizienzpräferenz scheint darüber hinaus auch bei der Wahl einer Alternative von Wichtigkeit zu sein. Bei den *Between-Games*-Ergebnissen gehörten im *ungeframten* Treatment 16,67% und 30% sowie im *geframten* Treatment 13,33% dem Typ der externen Effizienzpräferenz an. Eine reine externe Effizienzpräferenz gaben Versuchsteilnehmer z.B. im *geframten* Treatment als Motiv an mit: „*so viel wie möglich an Verdienst für Supermarkt und Produzent*“ oder aber externe Effizienzpräferenz in Kombination mit Eigeninteresse z.B. im *ungeframten* Treatment: „*Ein möglichst hohes Einkommen und wenn möglich auch ein hohes Einkommen für Mitspieler A und B.*“, und im *geframten* Treatment: „*Gewinnmaximierung für mich als Entscheider, falls beide ECU identisch waren, möglichst hohe Gewinne für Produzent und Supermarkt.*“<sup>37</sup>

In den Entscheidungssituationen **ET 1\_unfr** und **ET 2\_unfr** des *ungeframten* Treatments konnte die externe Effizienzpräferenz bei jeweils 70% der Probanden aufgedeckt werden,

---

<sup>37</sup> Darüber hinaus könnte eine reine „gewöhnliche“ Effizienzpräferenz auch eine gewisse Rolle spielen (z.B. im *ungeframten* Treatment: „*I. Präferenz für die Entscheidung bei der insgesamt mehr Geld fließt.*“, und im *geframten* Treatment: „*Ich habe die Alternative gewählt, bei der die Gesamtsumme, also das Einkommen von Produzent, Supermarkt und Entscheider, am höchsten war...*“).

während die verbleibenden 30% der universalen Differenzaversion zuzuschreiben sind. Die universale Differenzaversion konnte beim *Between-Games*-Vergleich überdies auch etwas seltener beobachtet werden. Dem Typ der universalen Differenzaversion gehörten im *ungefrachten* Treatment 13,33% und 6,67% sowie im *gefrachten* Treatment 6,67% und 3,33% an. Allerdings fiel auf, dass sie häufig als Motiv für die Entscheidung im Experiment genannt wurde, wie z.B. im *ungefrachten* Treatment: *„Ich wollte meistens für jeden das Beste rausschlagen. Also habe ich eher auf die Differenz geschaut, als auf mein eigenes Einkommen.“*, *„Differenz zwischen Spieler A und B am geringsten“*, und im *gefrachten* Treatment: *„...Möglichst die Differenz zwischen Produzent und Supermarkt gering zu halten.“*, *„Minimale Differenz Produzent, Supermarkt“*, *„Mein Motiv war, dass die Differenz zwischen Produzent und Supermarkt nicht zu groß ist. Da mein Einkommen sich nicht stark änderte, war dies eher von sekundärer Bedeutung.“*. Darüber hinaus wurde universale Differenzaversion in Verbindung mit Eigeninteresse als Grund genannt, wie im *ungefrachten* Treatment: *„Geringe Differenz zwischen A und B und hohe eigene Auszahlung.“*, *„Als Entscheider der höchste eigene Gewinn; wenn dieser bei beiden Alternativen gleich war, habe ich auf die geringere Differenz geachtet.“*, *„Ich soll mindestens 75 Punkte mehr erhalten als ein Mitspieler. Danach wollte ich gerecht aufteilen. Die Differenz sollte nicht zu groß sein.“*, und im *gefrachten* Treatment: *„Differenz zw. Produzent u. Supermarkt gering, aber hauptsächlich eigenes Einkommen hoch.“*.

In dem durchgeführten Experiment scheint die externe Effizienzpräferenz einen größeren Einfluss zu haben als die universale Differenzaversion. Ein Grund für diese Beobachtung könnte zum einen das experimentelle Design bzw. die Präsentationsart der Entscheidungssituationen sein. Darüber hinaus ist es möglicherweise trivialer für die Versuchsteilnehmer zu verstehen wie die externe Effizienz zu bewerten ist („mehr ist besser als weniger“), hingegen es problematischer sein könnte die Bedeutung der universalen Differenz zu erfassen.

Es besteht keine Möglichkeit der Evaluation einer reinen Maximin-Präferenz, da unterschiedliche Auszahlungen des am schlechtesten gestellten Spielers zwischen den Alternativen immer einen Einfluss auf die externe Effizienz oder auf die universale Differenz haben, die Maximin-Präferenz also nie als alleinige Verteilungspräferenz für eine Alternative stehen kann (Siehe 6.4.2. *Game-by-Game*-Ergebnisse). Hingegen konnte

der Typ aus einer Kombination der Maximin-Präferenz mit der externen Effizienzpräferenz bei den *Between-Games*-Ergebnissen im *ungefrachten* Treatment mit 70% bzw. 73,33% sowie im *gefrachten* Treatment mit 56,67% beobachtet werden, während der Typ Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion im *ungefrachten* Treatment mit 33,33% bzw. 36,67% vorkam sowie im *gefrachten* Treatment mit 26,67%. Ferner wurde die Maximin-Präferenz als Motiv nur einmal namentlich erwähnt.<sup>38</sup>

Charness und Rabin (2002, S. 838ff.) führten eine Regressionsanalyse zur Schätzung des Modells durch. Eine Prüfung des vorgestellten Modells (Siehe Kapitel 5 Konzeptionelles Modell) mit den empirischen Daten ist in diesem Fall statistisch nicht realisierbar (Siehe Anhang B.7 Prüfung des Modells).

Ferner wurde untersucht, ob das *Framing* einen Einfluss auf das Entscheidungsverhalten der Versuchspersonen hat. Lusk und Briggeman (2011) konnten zum Beispiel zeigen, dass sich die Probanden in dem Treatment ungleichheitsaverser verhielten, in dem der Entscheidungsträger die Auszahlungen bestimmen konnte zwischen sich und vier Typen von Landwirten (Bauer eines kleinen, großen, sehr großen landwirtschaftlichen Familienbetriebes und wohlhabender Betreiber) verglichen zu dem Treatment, in dem er die Auszahlungen wählen sollte zwischen sich und vier anonymen Lebensmittelkonsumenten (Konsument Nr. 1 bis Nr. 4).

In dem durchgeführten Experiment handelte es sich um zwei Treatments, einem neutralen Treatment, also einem *ungefrachten* Treatment, im Spieler A-Spieler B-Spieler C (= Entscheidungsträger)-*Setting* sowie einem *gefrachten* Treatment im Produzent-Supermarkt-Konsument (= Entscheidungsträger)-*Setting*. Eine Gegenüberstellung der *Between-Games*-Ergebnisse beider Treatments lässt vermuten, dass reines Eigeninteresse im *gefrachten* Treatment einen größeren Einfluss hat als im *ungefrachten* Treatment, während im *ungefrachten* Treatment der Typ der universalen Differenzaversion und der Typ der externen Effizienzpräferenz leicht dominieren verglichen zum *gefrachten*

---

<sup>38</sup> Darüber hinaus scheint Superioraffinität, also der Wunsch des Entscheidungsträgers besser zu stehen als seine Mitspieler, keine bedeutende Rolle einzunehmen (Siehe 6.4.3.1 *Between-Games*-Ergebnisse des *ungefrachten* Treatments).

Treatment (Siehe 6.4.4 *Between-Treatments*-Ergebnisse). Diese Beobachtung scheint zu Beginn überraschend zu sein, da man möglicherweise davon ausgehen würde, dass den Versuchsteilnehmern das Wohl der Produzenten wichtig sein könnte und sie eine uneigennützigere Haltung haben, wenn sie sich in die *geframte* Situation hineinversetzen. Allerdings scheint sich mit dem *Framing* die Einstellung dahingehend zu ändern, als dass nunmehr profitmaximierendes Verhalten durchkommt und von Bedeutung sein könnte, das günstigere Produkt zu erwerben (höheres eigenes Einkommen entspricht der Wahl für das günstigere Produkt). Jedoch muss gesagt werden, dass bei einem  $\chi^2$ -Test keine Signifikanz (p-Wert = 0,468) für einen *Framing*-Effekt gefunden werden konnte. Allerdings konnten auch Hoffman, McCabe, Shachat und Smith (1994) eigennütziges Verhalten im *geframten* Treatment ihres Experiments beobachten. In einem Ultimatumspiel war die Angebotshöhe in dem *ungeframten* Treatment höher, wo der *Proposer* gebeten wurde \$10 zwischen sich und einem anonymen *Responder* aufzuteilen verglichen zu dem umrahmten Treatment, in dem der Entscheider die Rolle eines Verkäufers einnehmen und den Produktpreis für sich und einen Käufer setzen sollte.

Überdies wurden die Versuchsteilnehmer der einzelnen Treatments gefragt, ob sie unter anderen Voraussetzungen bzw. einem anderen *Setting* andere Entscheidungen getroffen hätten. So wurde den Probanden aus dem *ungeframten* Treatment folgende Frage gestellt: „Hätten Sie andere Entscheidungen getroffen, wenn es sich bei Alternative 1 und Alternative 2 um Produkte gehandelt hätte und Sie mit Ihrer Wahl neben Ihrem eigenen Einkommen die Einkommen eines Produzenten (= Spieler A) sowie das Einkommen eines Supermarktes (= Spieler B) bestimmt hätten?“ Für die Beantwortung standen *ja*, *nein* oder *vielleicht* zur Auswahl. Die Versuchspersonen entschieden sich wie folgt:

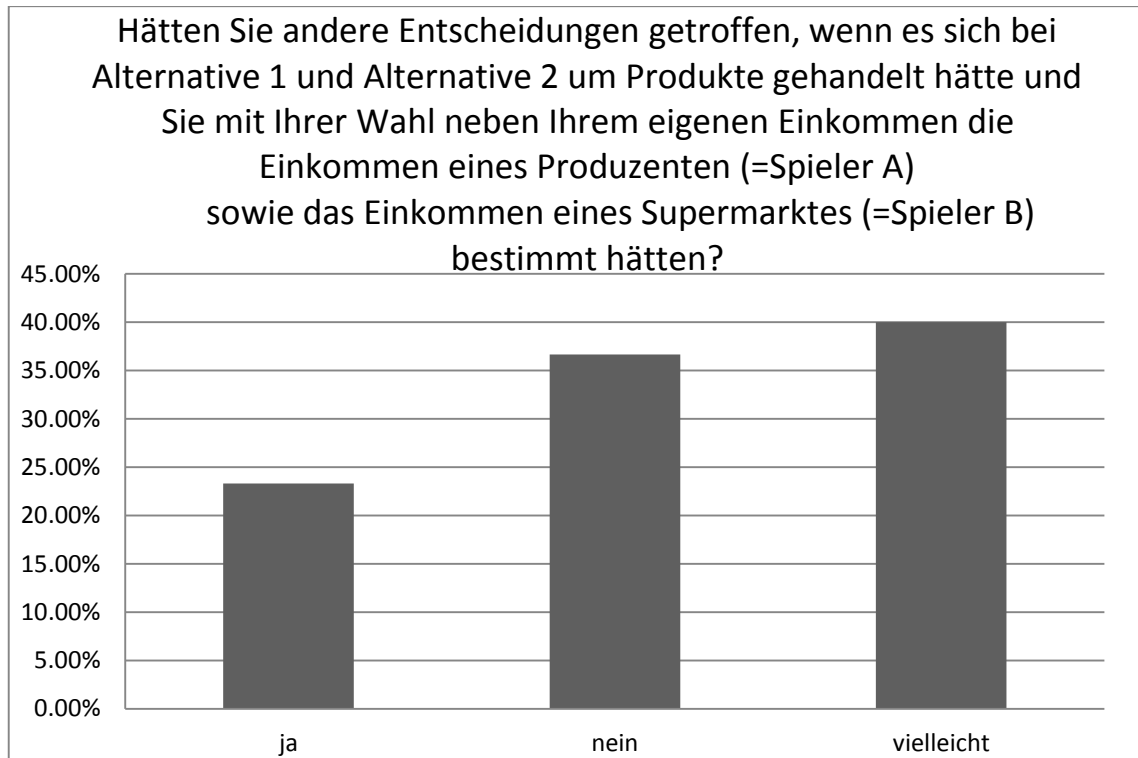


Abbildung 50: "Hätten Sie eine andere Entscheidung getroffen, wenn...?", ungeframtes Treatment

Von den Befragten bejahten 23,33% (7 Beobachtungen) und 36,67% (11 Beobachtungen) verneinten, während 40% (12 Beobachtungen) mit *vielleicht* antworteten. Die Probanden, die *ja* oder *vielleicht* angaben, begründeten ihre Antwort zum einen mit einem ethisch-moralischen Gefühl: („... Wenn ein günstiges Produkt von jemanden verkauft wird, dessen Einstellung & Richtlinien (wie z.B. extreme Umweltverschmutzung oder Tierquälerei) ich absolut nicht unterstützen kann, würde ich mich für das etwas teurere Produkt von einem anderen Anbieter entscheiden, wenn es sich dabei nicht um ein Vermögen handelt...“), zum anderen mit Fairness und Sympathie gegenüber dem Produzenten (z.B. „...Für Spieler A hätte ich aber eher ein höheres Einkommen gewählt als für Spieler B, da der Produzent die meiste Arbeit leistet.“, „auch hier geringste Differenz“, „Je nach Art des Produzenten hätte ich für A das höhere Einkommen gewählt, da meiner Meinung nach, viele Produzenten im Gewinn benachteiligt sind, z.B. Milchbauer, in Anbetracht der Dumping-Preise der Discounter oder Produzenten in Entwicklungsländern durch schlechte Arbeitsbedingungen... Ich würde sie immer vorziehen, aber leider lässt der studentische Geldbeutel das nicht immer zu.“).

Ferner gaben die Probanden an, dass das Einkommen leistungsgerecht gezahlt werden sollte („*Ein Produzent und ein Supermarkt sollen entsprechend ihrer Leistungen bezahlt werden.*“) oder aber dass die Entscheidung produktabhängig wäre (z.B. „*Je nachdem, welches Produkt für mich persönlich einen höheren Wert hat, hätte ich meine Entscheidung getroffen.*“, „*Produktabhängig (Qualität, Hersteller, Produktpreis, ... Differenz der Summe aus EK des Produzenten und EK des Supermarktes*“, „*kommt auf die Art an, um welches Produkt es sich handelt ...*“). Überdies taten einige kund, dass sie möglicherweise egoistischer gehandelt bzw. das günstigere Produkt gewählt hätten (z.B. „*Hätte nach meinem Vorteil gehandelt.*“, „*Ich hätte in diesem Fall das für mich günstigere gewählt.*“, „*Vielleicht, um das Einkommen des Produzenten und des Supermarktes möglichst gering zu halten, die haben meistens genug ☺*“).

Gründe der Nein-Sager war die für sie bereits faire Verteilung („*Ich habe bereits geschaut, dass das Einkommen fair verteilt war.*“, „*Da ich dieses System am fairsten für mich empfunden habe.*“, „*Da auch Spieler A & B ein gewisses Einkommen verdient haben. → Fairness*“) oder aber, dass die Modifikation des Kontextes schlichtweg keinen Einfluss hatte („*...Das Einkommen der Produzenten & des Supermarktes hätte meine Entscheidung nicht beeinflusst*“).

Im *geframten* Treatment wurde folgende Frage gestellt: „*Hätten Sie andere Entscheidungen getroffen, wenn es sich bei Alternative 1 um ein Fairtrade-Produkt und bei Alternative 2 um ein herkömmliches Produkt gehandelt hätte?*“ Die Beantwortung war auch hier mit *ja*, *nein* oder *vielleicht* möglich.



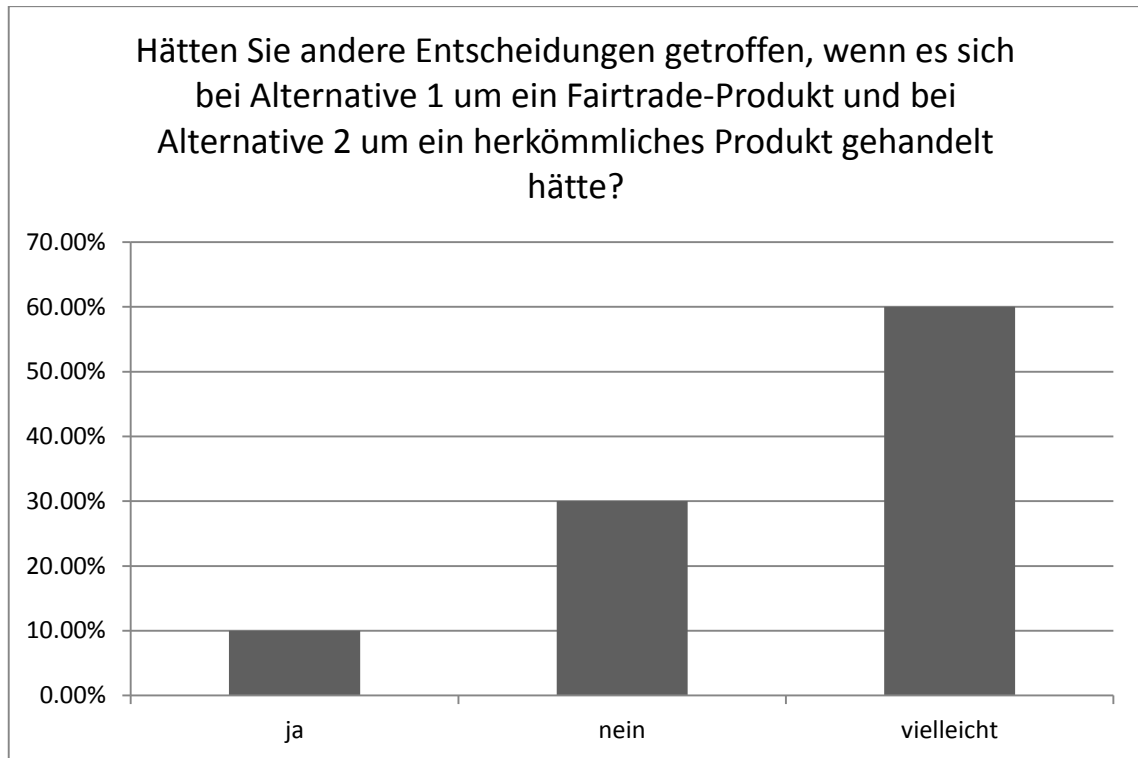
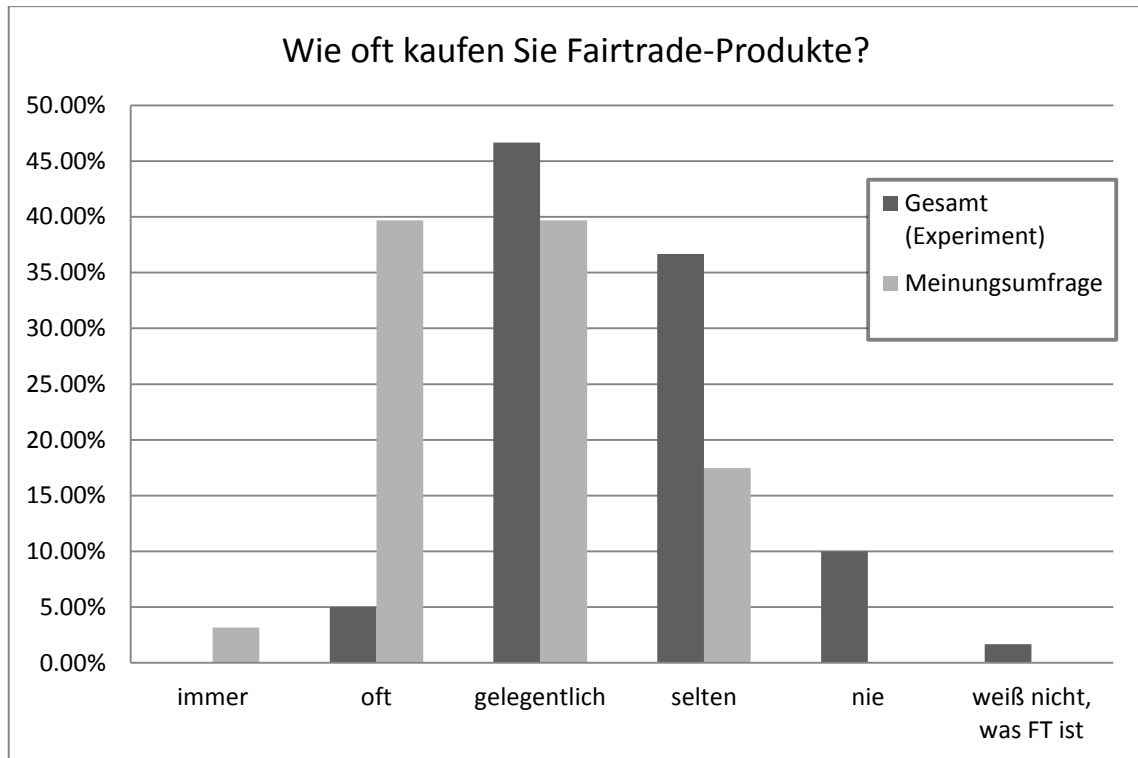


Abbildung 51: "Hätten Sie eine andere Entscheidung getroffen, wenn...?", geframtes Treatment

Von den Befragten bejahten dies 10% (3 Beobachtungen), 30% (9 Beobachtungen) verneinten und 60% (18 Beobachtungen) gaben *vielleicht* an. Die Probanden, die mit *ja* oder *vielleicht* antworteten, gaben an eine Vorliebe für Fairtrade-Produkte zu haben („...Wahrscheinlich hätte ich mich eher für fair trade entschieden, da ich diese Produkte lieber kaufe.“, „Fair-Trade Produkt – bevorzugt“) und die Produzenten unterstützen zu wollen („Supermärkte & Konsumenten haben hier einen hohen Lebensstandard, sollte also mehr Geld beim Produzenten ankommen, wäre das (u.U.) nötiger & hilfreicher.“, „Bei Fairtrade hätte ich noch mehr den Produzenten unterstützt“, „Oftmals bekommen Produzenten, im Verhältnis zu dem Supermarkt, zu wenig für ihr produziertes Gut.“, „Unterstützung der Produzenten“), jedoch auch, dass ihr eigenes Budget sowie die Preishöhe (bzw. der Preisunterschied) bei der Wahl für oder gegen das fair gehandelte Produkt entscheidend sei (z.B. „Ich würde je nach Preis ein Fairtrade Produkt unterstützen.“, „zu große Preisunterschiede begünstigen meine Entscheidung für ein FairTrade-Produkt nicht (Preis von 2 << Preis von 1)“, „Hängt vom Preisunterschied ab und vom Budget“, „...Bei zu hohen Kosten meinerseits hätte ich wahrscheinlich das herkömmliche Produkt gewählt.“).

Jene, die diese Frage verneinten, begründeten ihre Entscheidung damit, dass lediglich ihr eigenes Einkommen sowie der Preis bei der Produktwahl von Bedeutung sei (z.B. „*Weil ich nicht ans Produkt, sondern an meinen Gewinn gedacht habe und hätte.*“, „*mein Einkommen bleibt das Gleiche*“, „*Bei der Kaufentscheidung spielt der Preis immer noch eine große Rolle.*“). Ein Proband äußerte Skepsis bezüglich Fair Trade („*Fair-trade ist meiner Meinung nach auch ein Mittel mehr Geld einzunehmen. Wirklich ankommen bei denen, für die es gedacht ist, tut es selten.*“) und ein Versuchsteilnehmer gab an, im Experiment bereits den Produzenten bedacht zu haben und sich daher die Entscheidung nicht ändern würde („*Ich habe bereits darauf geachtet, dass die Produzenten den größtmöglichen Nutzen haben und die Differenz zu den Supermärkten nicht zu groß ausfällt.*“).

Abschließend soll noch darauf hingewiesen werden, dass es sich bei dem Experiment ausschließlich um Studierende (60 Beobachtungen insgesamt aus dem *ungeframten* und *geframten* Treatment) handelte, während die Stichprobe der Meinungsumfrage (insgesamt 63 Beobachtungen) hinsichtlich des Alters sowie der Einkommenshöhe gestreuter war (Siehe Kapitel 4 Meinungsumfrage zur Ermittlung von Verteilungspräferenzen der Fairtrade-Konsumenten). Ferner lässt sich ein hochsignifikanter Unterschied in der Häufigkeit des Kaufs fairer Waren zwischen diesen beiden Stichproben ableiten (zweiseitiger  $\chi^2$ -Test, p-Wert = 0,000, siehe Anhang B.8 Untersuchung auf Abweichung zwischen Experiment und Meinungsumfrage hinsichtlich der Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs):



*Abbildung 52: Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs, Gegenüberstellung Experiment und Meinungsumfrage*

Im Experiment gab es keine Immer-Käufer und nur 5% (3 Beobachtungen), die oft faire Waren erwerben. Ferner gaben 46,67% (28 Beobachtungen) an gelegentlich, 36,67% (22 Beobachtungen) selten und 10% (6 Beobachtungen) nie fair zu kaufen. 1,67 % (eine Beobachtung) wusste nicht was fair gehandelte Produkte sind. In der Meinungsumfrage verrieten 3,17% (2 Beobachtungen) immer, 39,68% (25 Beobachtungen) oft und 17,46% (11 Beobachtungen) selten Fairtrade-Produkte zu konsumieren (niemand gab an nie fair zu kaufen und jeder konnte mit dem Begriff Fair Trade etwas anfangen).

Während es sich bei dem Experiment um Studierende handelte, die primär gelegentlich oder selten (über 80%) faire Waren kaufen, konnte bei der Meinungsumfrage (durchgeführt vor einem Alnatura und Weltladen) eine höhere Zielgruppe fairer Konsumenten vorgefunden werden. Eine Gegenüberstellung der Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs zwischen dem Experiment und der Meinungsumfrage weisen einen eindeutigen Unterschied auf. Es könnte vermutet werden, dass es darüber hinaus auch Differenzen im Entscheidungsverhalten zwischen den Stichproben gibt. Möglicherweise hat ein Individuum, das fair konsumiert andere Verteilungspräferenzen als jemand der es nicht tut. Einem fairen Käufer könnten andere Verteilungspräferenzen von Bedeutung

---

sein als jemanden, dem das Wohl der Produzenten in den Entwicklungsländern weniger wichtig ist. Bei Letzterem könnte das Eigeninteresse ausgeprägter sein, also dass die Wahl eines Produkts primär durch den Preis bestimmt wird. Daher wäre es möglicherweise sinnvoll das Experiment noch einmal mit Fairtrade-Konsumenten durchzuführen.

## 7 Zusammenfassung und Ausblick

Das Ziel der vorliegenden Arbeit war es, komplementär zu den bisherigen wissenschaftlichen Untersuchungen zum Fairen Handel mit Methoden der Verhaltensökonomik zu analysieren, inwieweit Verteilungspräferenzen Rückschlüsse auf das faire Kaufverhalten zulassen.

Die Ergebnisse einer Meinungsumfrage lassen darauf schließen, dass eine Verteilungspräferenz vermehrt auftrat bei den Konsumenten aus dem Alnatura und Weltladen, von denen die meisten Befragten angaben, *gelegentlich* oder *oft* fair zu kaufen. Bei dieser Verteilungspräferenz handelte es sich um eine Abneigung hinsichtlich einer ungleichen Einkommensverteilung zwischen den Produzenten und Händlern. Diese *neuartige* Präferenz, die in der bisherigen Literatur aus der Verhaltensökonomik noch nicht beschrieben worden ist, wird als universale Differenzaversion bezeichnet. Am zweithäufigsten konnte die Maximin-Präferenz offengelegt werden, gefolgt von Altruismus, der Effizienzpräferenz und der Ungleichheitsaversion nach Fehr und Schmidt (1999). Hinsichtlich soziodemografischer Merkmale konnten signifikante Unterschiede bei der *Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs* im *Alter* (Befragte der Gruppe  $\text{Alter} > 45$  konsumieren vermehrt fair als jene der Gruppe  $\text{Alter} \leq 45$ ) sowie im *Einkommen* (Befragte mit *Gesamtnettojahreseinkommen*  $\geq 30.000$  € kaufen häufiger fair als jene mit *Gesamtnettojahreseinkommen*  $\leq 29.999$  €) festgestellt werden, vereinzelt signifikante Unterschiede bei den Präferenzen (**Frage 2a**: weibliche Befragte scheinen altruistischer zu sein als männliche, **Frage 2d**: Maximin-Präferenz ausgeprägter bei Befragten der Gruppe  $\text{Alter} > 45$  als der Gruppe  $\text{Alter} \leq 45$ ) sowie im *Geschlecht* bezüglich des Wohlbefindens nach dem fairen Kauf (weibliche Befragte gaben häufiger an sich *post-purchase* besser zu fühlen als männliche).

Beobachtungen dieser Meinungsumfrage flossen in das konzeptionelle Modell ein, das eine Erweiterung des Distributionsansatzes des Charness/Rabin-Modells (2002) darstellt. In diesen Ansatz gehen neben dem Eigeninteresse, die Maximin-Präferenz, die universale Differenzaversion und die externe Effizienzpräferenz ein. Letztere ist auch eine neuartige Präferenz, die eine Vorliebe für die Maximierung der Gesamtauszahlung der Mitspieler beschreibt.

In einem Experiment sollte erforscht werden, ob die Verteilungspräferenzen aus dem konzeptionellen Modell bei den Versuchsteilnehmer im Labor beobachtet werden können. Bei dem durchgeführten Experiment handelte es sich um Drei-Personen-Diktatorspiele, bei denen der Entscheidungsträger die Wahl zwischen zwei Alternativen besaß und mit seiner Entscheidung neben seiner eigenen Auszahlung die Auszahlungen seiner beiden Mitspieler bestimmte. Ferner erhielt er für die beiden Alternativen zusätzliche Informationen hinsichtlich der externen Gesamtauszahlung sowie der Differenz der Auszahlungen der beiden Mitspieler. Überdies wurde ein *ungeframtes* Treatment im neutralen *Setting* sowie ein *geframtes* Treatment im Produzent-Supermarkt-Konsument (= Entscheidungsträger)-*Setting* gespielt.

Eigeninteresse schien in beiden Treatments den größten Einfluss auf das Entscheidungsverhalten zu haben. Aber auch Motive wie die externe Effizienzpräferenz und die universale Differenzaversion konnten aufgedeckt werden, wobei die universale Differenzaversion schwächer ausgeprägt war als die externe Effizienzpräferenz. Diese Beobachtung könnte darin begründet sein, dass es möglicherweise trivialer sein mag, eine externe Effizienz zu bewerten („mehr ist besser als weniger“) als eine universale Differenz. Ferner kann die Maximin-Präferenz nicht als reine bzw. alleinstehende Präferenz offengelegt werden. Der Typ aus einer Kombination der Maximin-Präferenz mit der externen Effizienzpräferenz trat mehrmaliger auf als jener aus Maximin-Präferenz und/oder universale Differenzaversion. Überdies scheint es, dass Eigeninteresse eine bedeutendere Rolle im *geframten* als im *ungeframten* Treatment spielt und dass universale Differenzaversion sowie externe Effizienzpräferenz im *ungeframten* Treatment überwiegen. Allerdings konnte kein signifikanter *Framing*-Effekt nachgewiesen werden.

Darüber hinaus konnte festgestellt werden, dass die Befragten aus der Meinungsumfrage signifikant häufiger faire Waren erwerben als die Studierenden aus dem Experiment. Ob es eine positive Korrelation zwischen der Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs und einer uneigennützigere Einstellung besteht, könnte in einem weiterführenden Experiment erforscht werden. Darüber hinaus wäre es denkbar, das vorgestellte Experiment mit fairen Konsumenten durchzuführen und auf einen *Subject Pool*-Effekt zu untersuchen. Möglicherweise wären bei den Fairtrade-Käufern andere Verteilungspräferenzen zu beobachten als bei den Studierenden bzw. jenen, die seltener fair konsumieren.

Weiterer Forschungsbedarf würde ferner darin bestehen, Variationen im experimentellen Design durchzuführen. Denkbar wäre es, das Experiment mit mehr als drei Spielern innerhalb einer Gruppe durchzuführen (bisher Drei-Spieler-Fall) oder ein weiteres *geframtes* Treatment, in dem der Entscheidungsträger zwischen einem fairen und einem herkömmlichen Produkt zu wählen hat (im bisher durchgeführten *geframten* Treatment sollte er zwischen zwei „anonymen“ Produkten entscheiden). Wie gezeigt werden konnte, gaben 70% der Versuchsteilnehmer des *geframten* Treatments an (10% mit *ja* und 60% mit *vielleicht*), wenn sie die Wahl zwischen einem Fairtrade-Produkt und einem herkömmlichen gehabt hätten, sie möglicherweise eine andere Entscheidung getroffen hätten. Dies wurde begründet mit dem Wunsch die Produzenten zu unterstützen oder einem Faible für faire Erzeugnisse. Allerdings würde in die Entscheidung auch die Höhe des Preisunterschiedes zwischen den beiden Produkten eingehen.

„Fair-geleitetes“ Bewusstsein scheint sich zunehmend in der Auswahl der Produkte niederzuschlagen. Neben dem Boykott von Waren, die unter unzumutbaren Arbeitsbedingungen oder in Ausbeutungsbetrieben hergestellt wurden, trägt die Kaufentscheidung für ein fair gehandeltes Produkt zu einer gerechteren, besseren Welt bei. Daher sollten Konsumenten verstärkt ihre Marktmacht nutzen, um eine Weiterentwicklung und den Ausbau nachhaltiger Produktion zu fördern und einen Beitrag zur Realisierung einer intragenerationellen Gerechtigkeit zu leisten.

Denn:

*„... [the] assessment of justice demands engagement with the 'eyes of mankind', first, because we may variously identify with the others elsewhere and not just with our local community; second, because our choices and actions may affect the lives of others far as well as near; and third, because what they see from their respective perspective of history and geography may help us to overcome our own parochialism.“*

(Sen, 2009, S. 130).

## Anhang A Meinungsumfrage

### A.1 Fragebogen



**Fachbereich für  
Wirtschaftswissenschaften  
Lehrstuhl für Mikroökonomik**

#### Umfrage

Geschlecht    
weiblich männlich

Alter .....

Gesamtnettojahreseinkommen in €

<10.000 10.000-19.999 20.000-29.999 30.000-39.999 40.000-49.999 >50.000 keine Angabe

Wie oft kaufen Sie Fairtrade-Produkte?

immer oft gelegentlich selten nie

1. Bewerten Sie die folgenden Aussagen.

a. Ich habe eine Freude daran zu geben und bedürftige Menschen zu unterstützen.

stimme völlig zu stimme eher zu neutral stimme eher nicht zu stimme überhaupt nicht zu

---



- b. Mich stört die ungleiche Verteilung des Einkommens innerhalb einer Gesellschaft sowie zwischen Individuen unterschiedlicher Länder. Ich würde gern schlechter gestellten Menschen helfen, um dieser sozialen (und globalen) Ungleichheit entgegenzuwirken.

stimme völlig zu    stimme eher zu    neutral    stimme eher nicht zu    stimme überhaupt nicht zu

---

- c. Ich würde mich für eine Handlungsweise entscheiden, die dem am schlechtesten gestellten Individuum den größten Vorteil verschaffen würde.

stimme völlig zu    stimme eher zu    neutral    stimme eher nicht zu    stimme überhaupt nicht zu

---

- d. Ich würde eine Handlungsalternative wählen, bei der sich das Wohlergehen aller Beteiligten, also das Gemeinwohl, vergrößert.

stimme völlig zu    stimme eher zu    neutral    stimme eher nicht zu    stimme überhaupt nicht zu

---

2. Mit dem Kauf von Fairtrade-Erzeugnissen werden die Produzenten (z.B. Kleinbauern oder ArbeiterInnen auf Plantagen) in den Entwicklungsländern unterstützt in dem u.a. ein fairer Mindestlohn zugesichert wird, eine Fairtrade-Prämie gezahlt wird um ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen zu verbessern.

Ich entscheide mich für den Kauf von Fairtrade-Produkten,

- a. ...weil ich eine Freude daran habe den bedürftigen Produzenten zu helfen.

stimme völlig zu    stimme eher zu    neutral    stimme eher nicht zu    stimme überhaupt nicht zu

---

- b. ...weil ich der ungleichen Verteilung des Einkommens zwischen mir und den Produzenten entgegenwirken möchte.

stimme völlig zu    stimme eher zu    neutral    stimme eher nicht zu    stimme überhaupt nicht zu

---

- c. ...weil ich der ungleichen Verteilung des Einkommens zwischen den Produzenten und den Händlern entgegenwirken möchte.

stimme völlig zu    stimme eher zu    neutral    stimme eher nicht zu    stimme überhaupt nicht zu

---

- d. ...weil ich den Produzenten, denen es gesellschaftlich am schlechtesten geht, helfen möchte.

stimme völlig zu    stimme eher zu    neutral    stimme eher nicht zu    stimme überhaupt nicht zu

---

- e. ...weil ich auf diese Weise das Wohlergehen aller Beteiligten vergrößern möchte.

stimme völlig zu    stimme eher zu    neutral    stimme eher nicht zu    stimme überhaupt nicht zu

---

3. Wenn ich Fairtrade-Erzeugnisse gekauft habe, fühle ich mich gut.

- a.  Ja                       Nein

- b. Wenn ja,

- i. ...weil ich die Produzenten unterstützen konnte und somit etwas Gutes getan habe.

stimme völlig zu    stimme eher zu    neutral    stimme eher nicht zu    stimme überhaupt nicht zu

---

- ii. ... weil es im Freundeskreis positiv ankommt.

stimme völlig zu    stimme eher zu    neutral    stimme eher nicht zu    stimme überhaupt nicht zu

---

iii. ...weil es gesellschaftlich angesehen ist wohltätig zu sein.

stimme völlig zu    stimme eher zu    neutral    stimme eher nicht zu    stimme überhaupt nicht zu

---

Sonstige Bemerkungen:

---

---

## A.2 Histogramme nach soziodemografischen Merkmalen

In den folgenden Gliederungspunkten werden die soziodemografischen Merkmale *Geschlecht* (A.2.1), *Alter* (A.2.2) und *Einkommen* (A.2.3) jeweils kategorisiert in zwei Gruppen und ferner die Häufigkeitsverteilungen der Antworten für die Fragen 1, 2 und 3 sowie die Frage nach der Häufigkeit des Kaufs fairer Waren präsentiert. Beim *Geschlecht* wird gruppiert in männlich und weiblich, beim *Alter* in 45-jährig oder jünger ( $\text{Alter} \leq 45$ ) und älter als 45 Jahre ( $\text{Alter} > 45$ ) sowie beim *Einkommen* in Gesamtnettojahreseinkommen  $\leq 29.999$  € und Gesamtnettojahreseinkommen  $\geq 30.000$  €. Darüber hinaus wird untersucht, ob signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen des jeweiligen Merkmals bestehen.

### A.2.1 *Geschlecht*

Legende der Abkürzungen für die Signifikanzprüfung:

Geschlecht: weiblich = 0

männlich = 1

Frage: Wie oft kaufen Sie Fairtrade-Produkte?

Häufigkeit: immer = 1

oft = 2

gelegentlich = 3

selten = 4

nie = 5

Frage 1a, 1b, 1c, 1d, 2a, 2b, 2c, 2d, 2e:

stimme völlig zu = 1

stimme eher zu = 2

neutral = 3

stimme eher nicht zu = 4

stimme überhaupt nicht zu = 5

Frage 3a:

Ja = 1

Nein = 2

Frage 3bi, 3bii, 3biii:

in Frage 3a verneint = 0

stimme völlig zu = 1

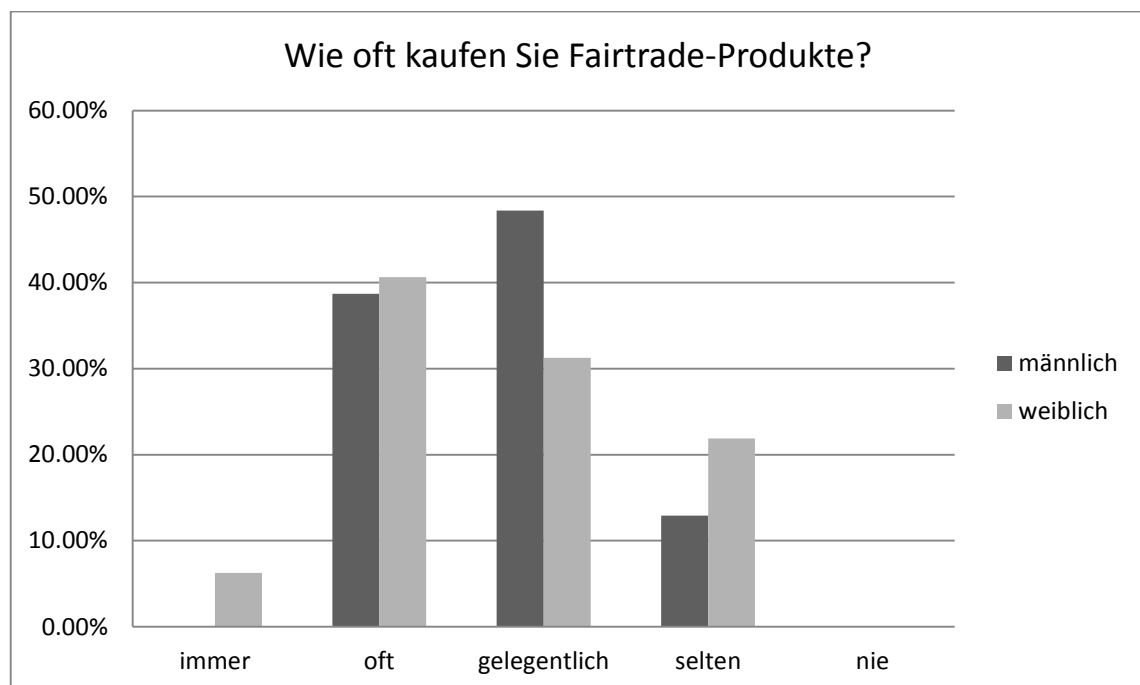
stimme eher zu = 2

neutral = 3

stimme eher nicht zu = 4

stimme überhaupt nicht zu = 5

Häufigkeit des Kaufs von Fairtrade-Produkten



Häufigkeit \* Geschlecht Kreuztabelle

Anzahl		Geschlecht		Gesamt
		0	1	
Häufigkeit	1	2	0	2
	2	13	12	25
	3	10	15	25
	4	7	4	11
Gesamt		32	31	63

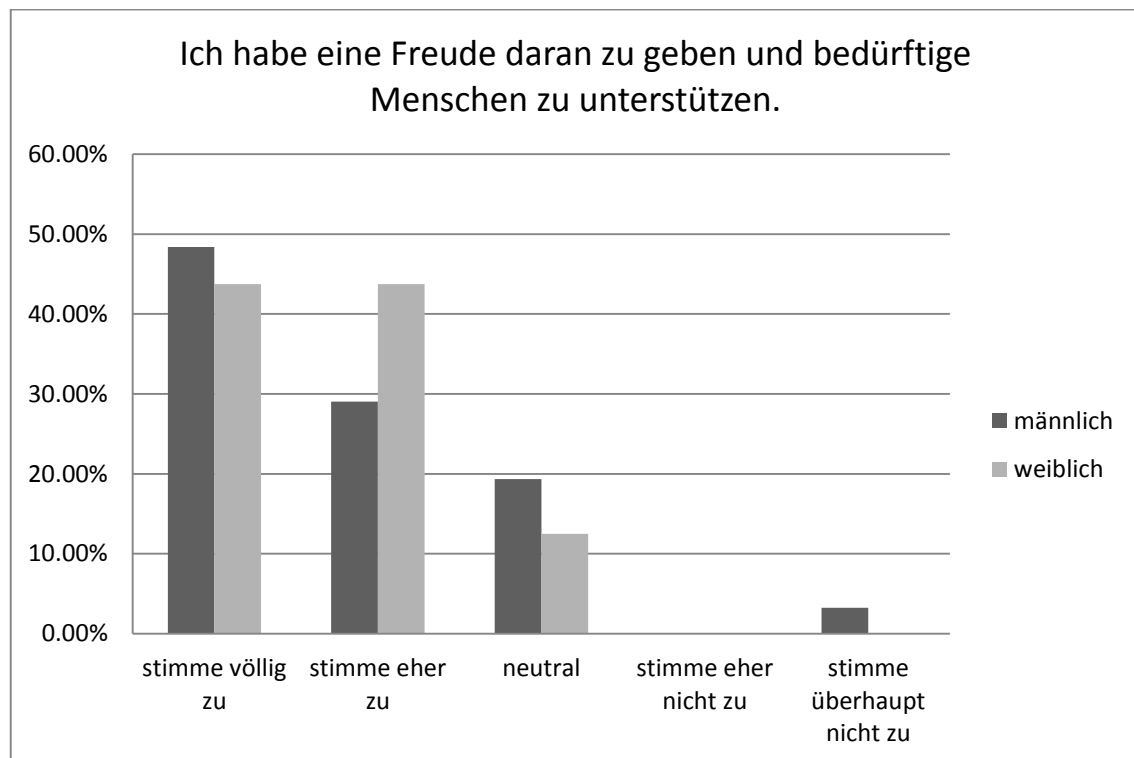
Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,843 <sup>a</sup>	3	,279
Likelihood-Quotient	4,632	3	,201
Zusammenhang linear-mit-linear	,074	1	,785
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 2 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,98.

## Frage 1

1a



Kreuztabelle

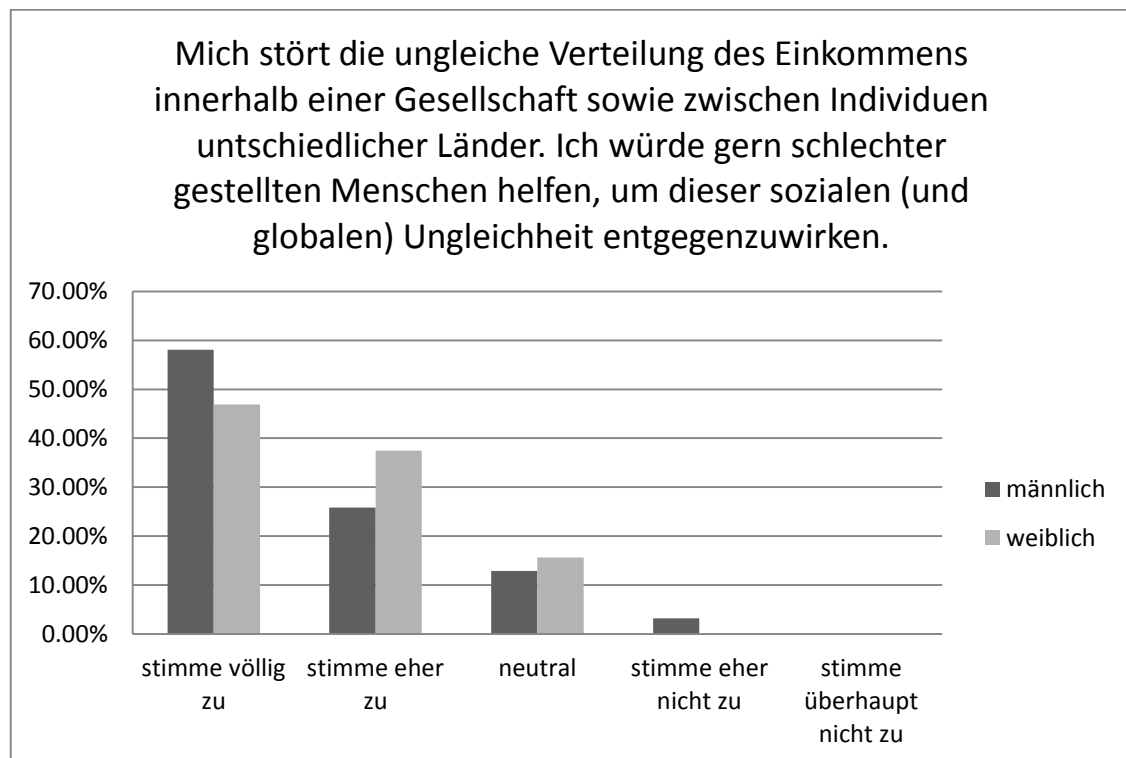
Anzahl		Geschlecht		Gesamt
		0	1	
EinsA	1	14	15	29
	2	14	9	23
	3	4	6	10
	5	0	1	1
Gesamt		32	31	63

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,506 <sup>a</sup>	3	,474
Likelihood-Quotient	2,903	3	,407
Zusammenhang linear-mit- linear	,314	1	,575
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 3 Zellen (37,5%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,49.

1b



Kreuztabelle

Anzahl		Geschlecht		Gesamt
		0	1	
EinsB	1	15	18	33
	2	12	8	20
	3	5	4	9
	4	0	1	1
Gesamt		32	31	63

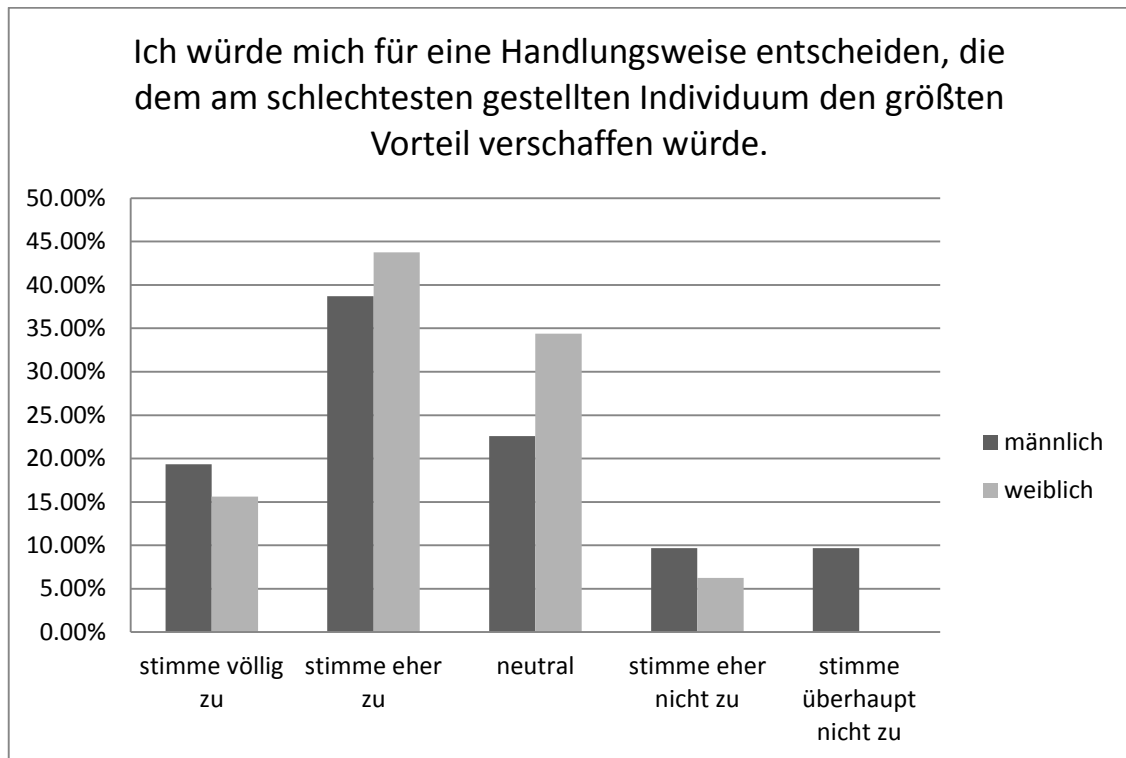
Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,169 <sup>a</sup>	3	,538
Likelihood-Quotient	2,560	3	,464
Zusammenhang linear-linear	,142	1	,707
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,49.



1c



Kreuztabelle

Anzahl

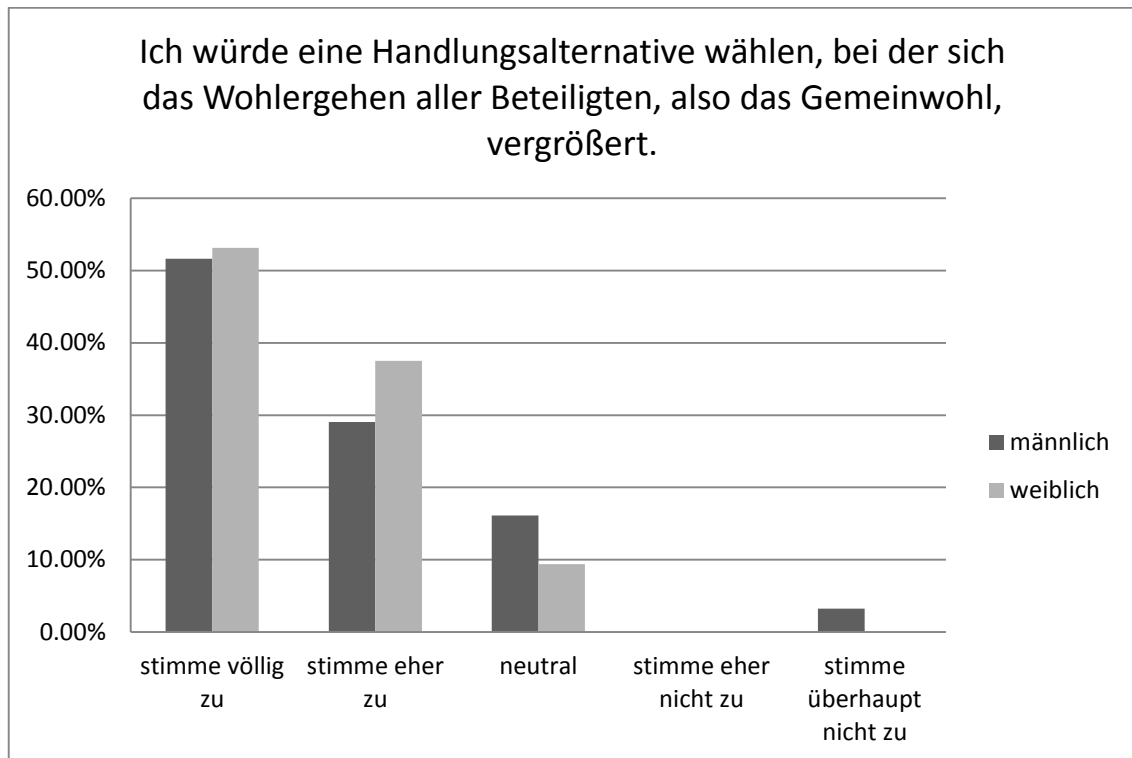
		Geschlecht		Gesamt
		0	1	
EinsC	1	5	6	11
	2	14	12	26
	3	11	7	18
	4	2	3	5
	5	0	3	3
Gesamt		32	31	63

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,319 <sup>a</sup>	4	,365
Likelihood-Quotient	5,486	4	,241
Zusammenhang linear-mit-linear	,620	1	,431
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (40,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,48.

1d



Kreuztabelle

Anzahl

		Geschlecht		Gesamt
		0	1	
EinsD	1	17	16	33
	2	12	9	21
	3	3	5	8
	5	0	1	1
Gesamt		32	31	63

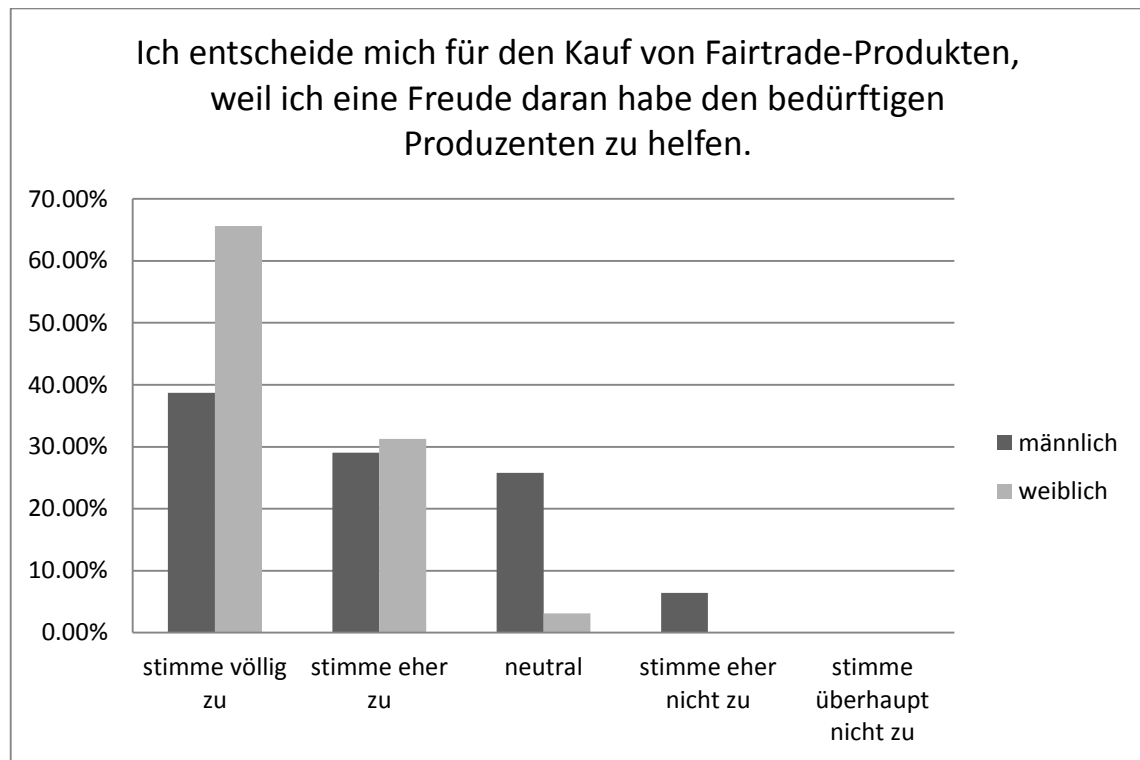
Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,943 <sup>a</sup>	3	,584
Likelihood-Quotient	2,336	3	,506
Zusammenhang linear-linear	,743	1	,389
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,49.

## Frage 2

## 2a

**Kreuztabelle**

Anzahl

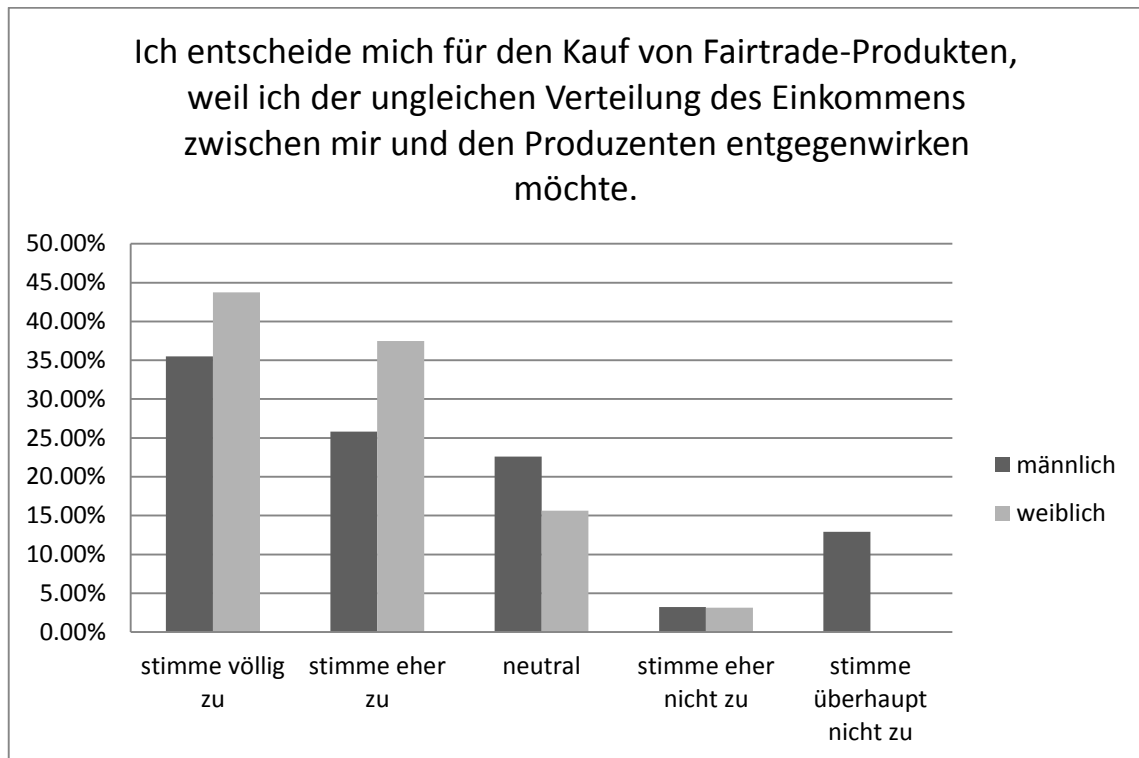
		Geschlecht		Gesamt
		0	1	
ZweiA	1	21	12	33
	2	10	9	19
	3	1	8	9
	4	0	2	2
Gesamt		32	31	63

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	9,938 <sup>a</sup>	3	,019
Likelihood-Quotient	11,493	3	,009
Zusammenhang linear-mit-linear	8,736	1	,003
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,98.

2b

**Kreuztabelle**

Anzahl

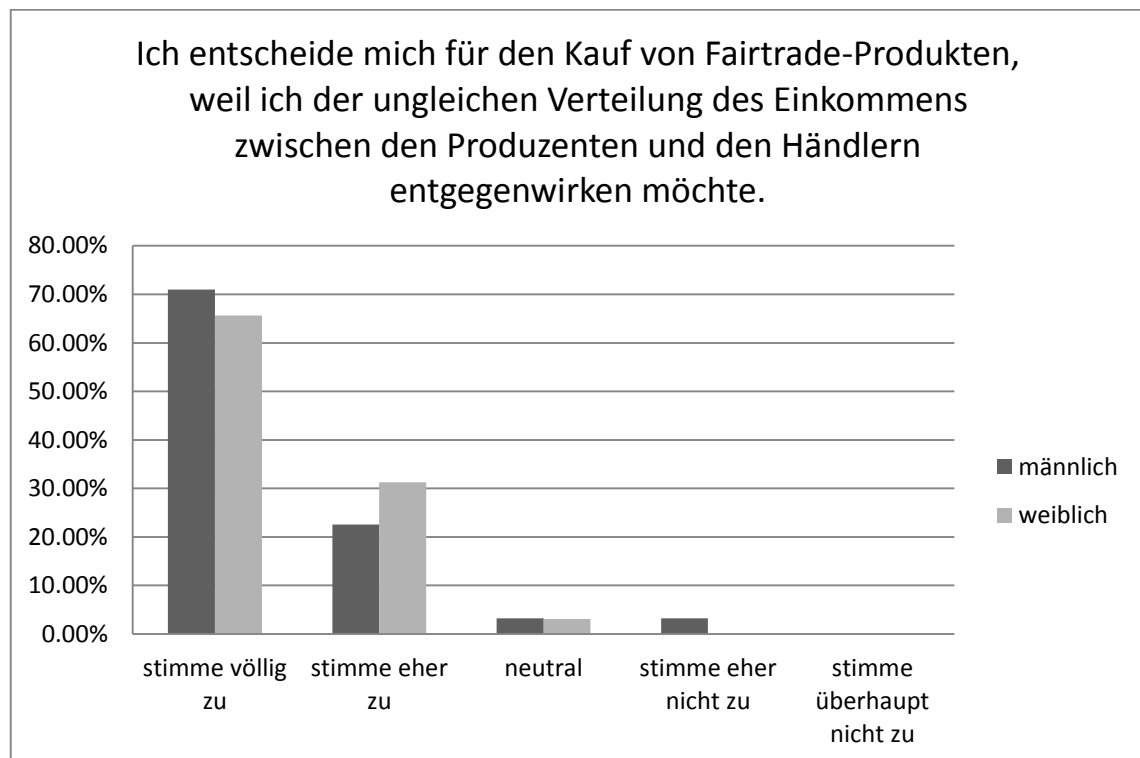
		Geschlecht		Gesamt
		0	1	
ZweiB	1	14	11	25
	2	12	8	20
	3	5	7	12
	4	1	1	2
	5	0	4	4
Gesamt		32	31	63

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	5,479 <sup>a</sup>	4	,242
Likelihood-Quotient	7,030	4	,134
Zusammenhang linear-mit-linear	3,538	1	,060
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (40,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,98.

2c

**Kreuztabelle**

Anzahl

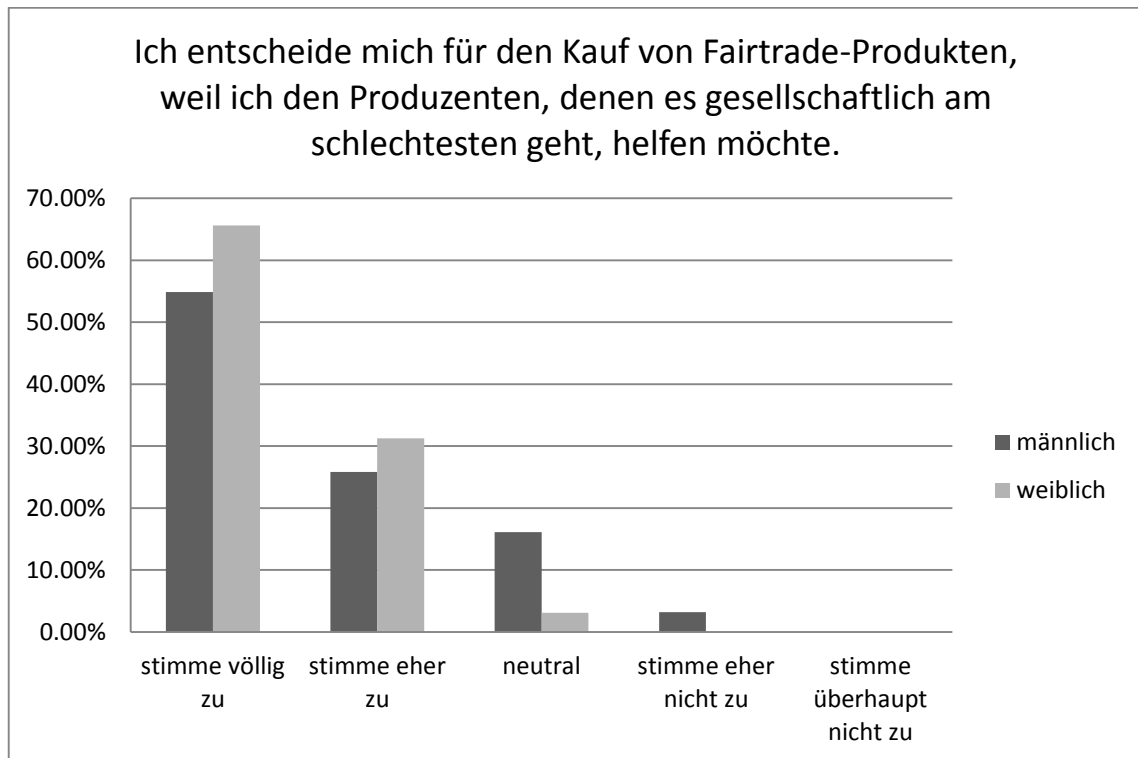
		Geschlecht		Gesamt
		0	1	
ZweiC	1	21	22	43
	2	10	7	17
	3	1	1	2
	4	0	1	1
Gesamt		32	31	63

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,537 <sup>a</sup>	3	,674
Likelihood-Quotient	1,926	3	,588
Zusammenhang linear-mit-linear	,006	1	,940
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,49.

2d

**Kreuztabelle**

Anzahl

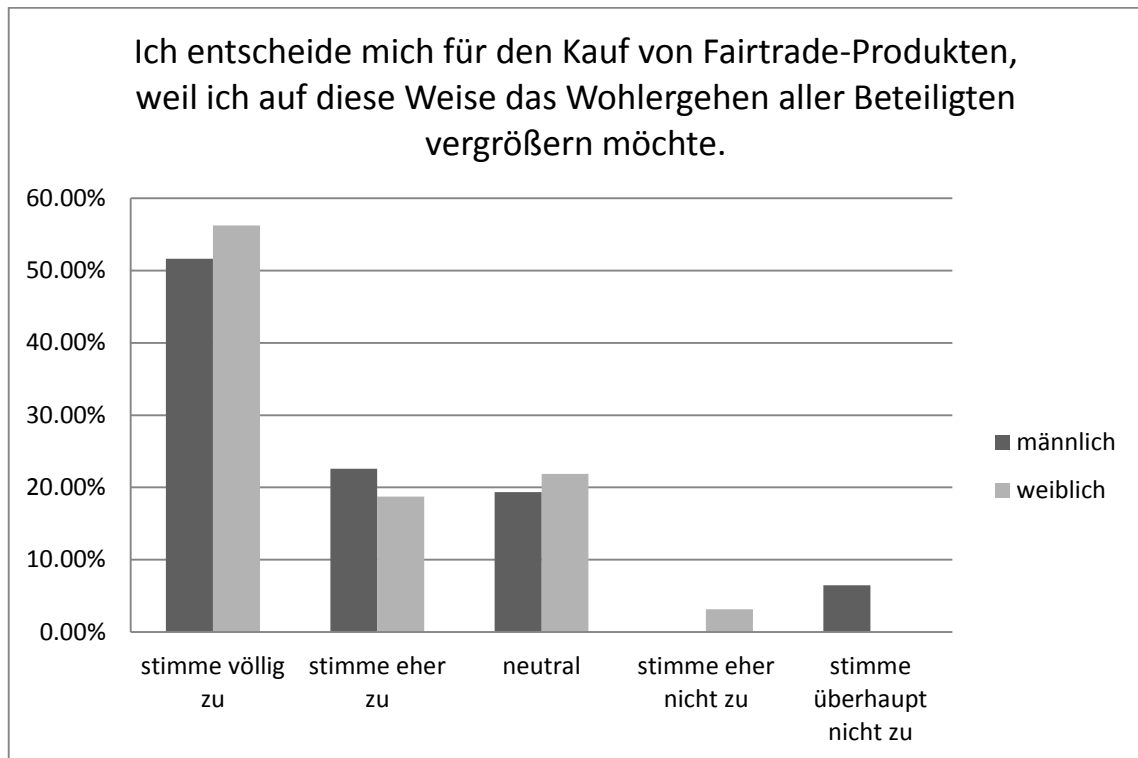
		Geschlecht		Gesamt
		0	1	
ZweiD	1	21	17	38
	2	10	8	18
	3	1	5	6
	4	0	1	1
Gesamt		32	31	63

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,295 <sup>a</sup>	3	,231
Likelihood-Quotient	4,926	3	,177
Zusammenhang linear-mit- linear	2,648	1	,104
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,49.

2e

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Geschlecht		Gesamt
		0	1	
ZweiE	1	18	16	34
	2	6	7	13
	3	7	6	13
	4	1	0	1
	5	0	2	2
Gesamt		32	31	63

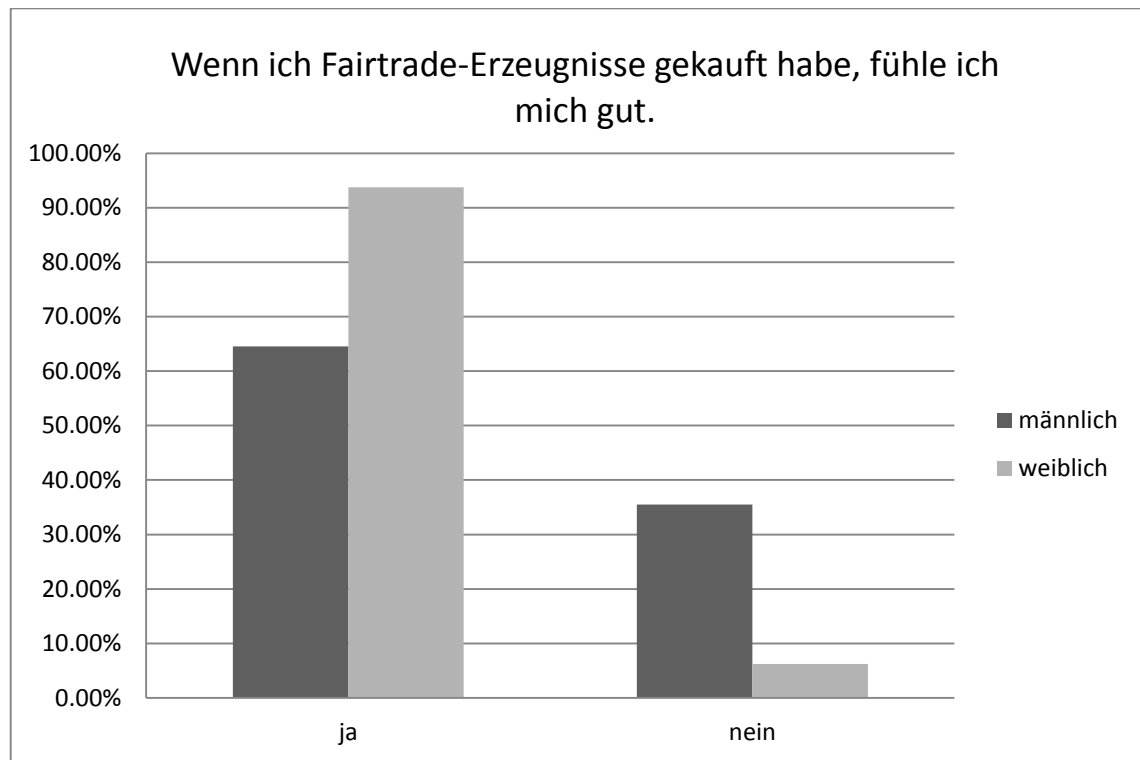
**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,256 <sup>a</sup>	4	,516
Likelihood-Quotient	4,415	4	,353
Zusammenhang linear-mit- linear	,341	1	,559
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (40,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,49.

## Frage 3

3a

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Geschlecht		Gesamt
		0	1	
DreiA	1	30	20	50
	2	2	11	13
Gesamt		32	31	63

**Chi-Quadrat-Tests**

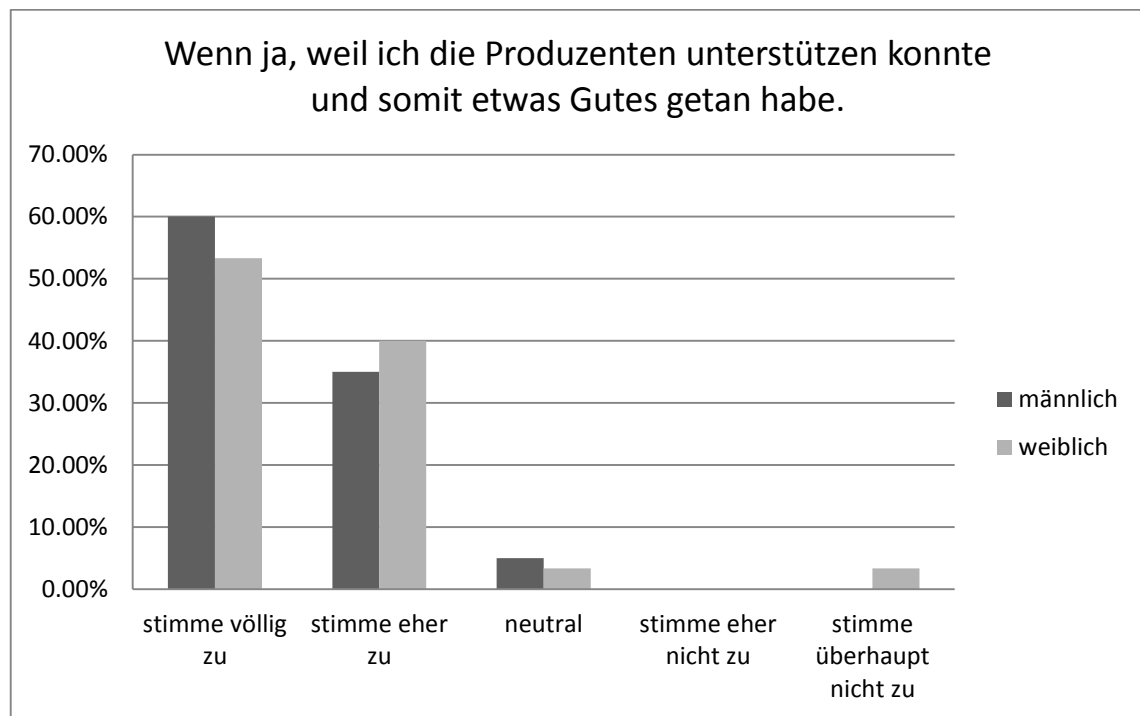
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	8,217 <sup>a</sup>	1	,004		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	6,529	1	,011		
Likelihood-Quotient	8,857	1	,003		
Exakter Test nach Fisher				,005	,004
Zusammenhang linear-linear	8,087	1	,004		
Anzahl der gültigen Fälle	63				

a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 6,40.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet



3b i



Kreuztabelle

Anzahl

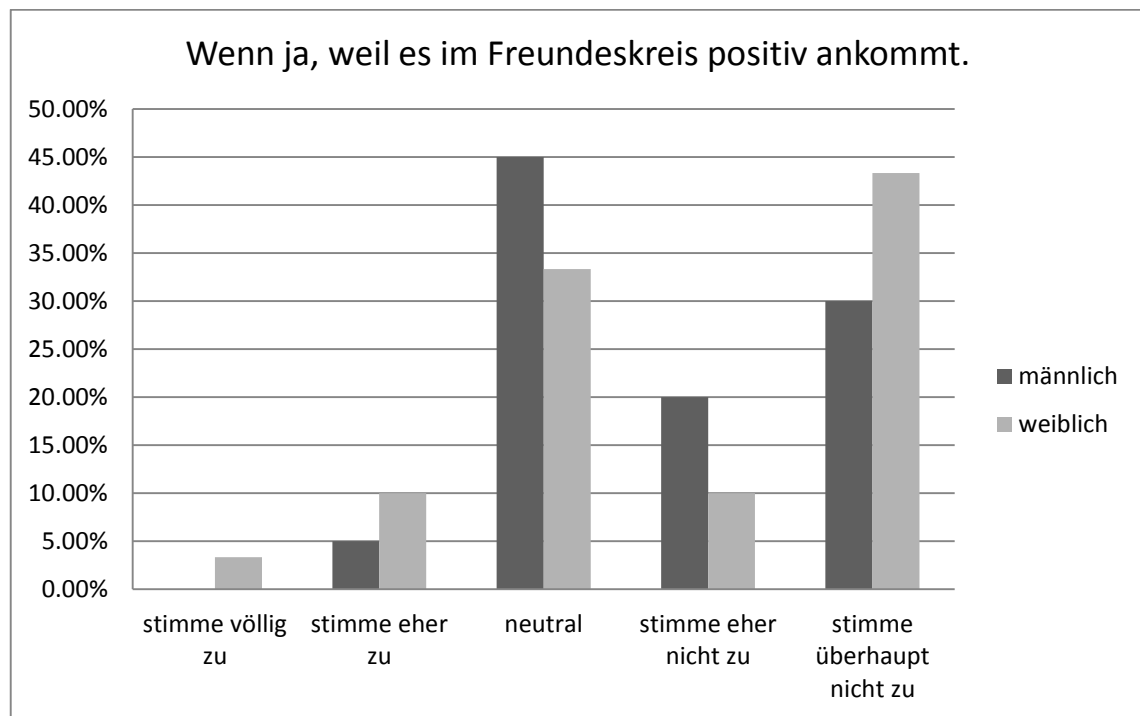
		Geschlecht		Gesamt
		0	1	
DreiBi	0	2	11	13
	1	16	12	28
	2	12	7	19
	3	1	1	2
	5	1	0	1
Gesamt		32	31	63

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	9,104 <sup>a</sup>	4	,059
Likelihood-Quotient	10,135	4	,038
Zusammenhang linear-mit-linear	5,882	1	,015
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (40,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,49.

3bii



Kreuztabelle

Anzahl

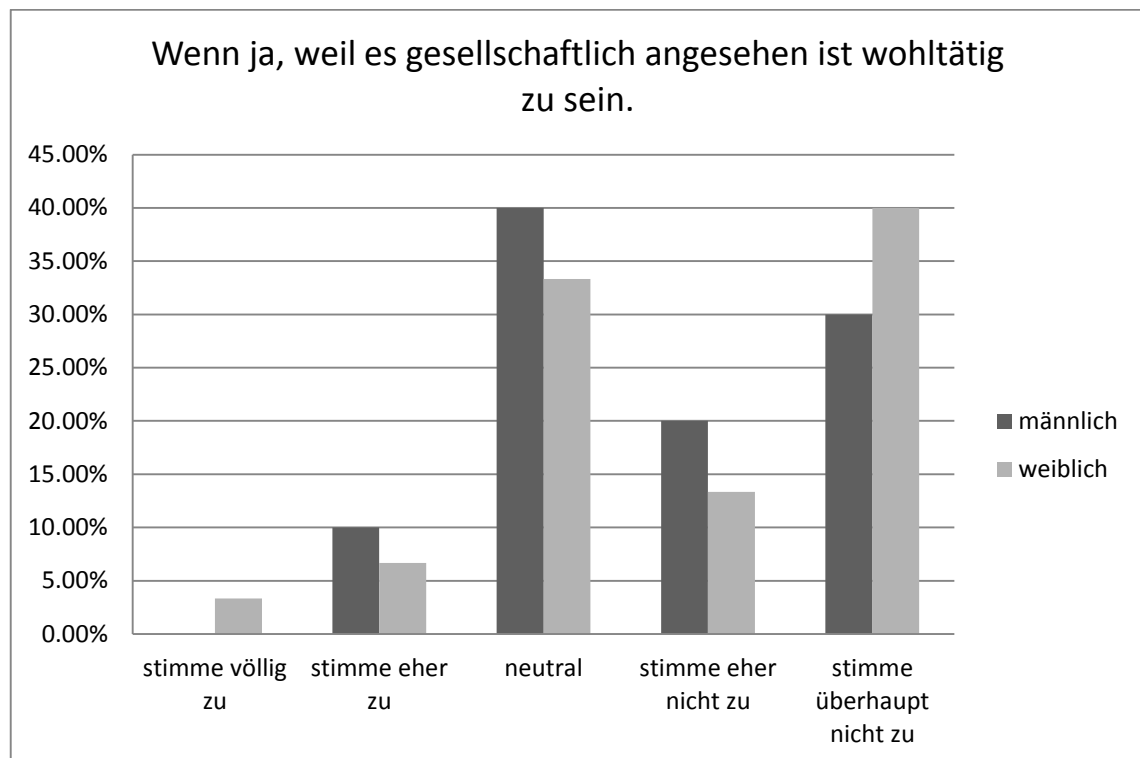
		Geschlecht		Gesamt
		0	1	
DreiBii	0	2	11	13
	1	1	0	1
	2	3	1	4
	3	10	9	19
	4	3	4	7
	5	13	6	19
Gesamt		32	31	63

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	10,992 <sup>a</sup>	5	,052
Likelihood-Quotient	12,113	5	,033
Zusammenhang linear-linear	6,133	1	,013
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 6 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,49.

3biii



Kreuztabelle

Anzahl

		Geschlecht		Gesamt
		0	1	
DreiBiii	0	3	11	14
	1	1	0	1
	2	2	2	4
	3	10	8	18
	4	4	4	8
	5	12	6	18
Gesamt		32	31	63

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	7,780 <sup>a</sup>	5	,169
Likelihood-Quotient	8,492	5	,131
Zusammenhang linear-linear	5,344	1	,021
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 6 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,49.

**A.2.2 Alter**

Legende der Abkürzungen für die Signifikanzprüfung:

Alter:           Alter  $\leq 45 = 0$

                  Alter  $> 45 = 1$

Frage: Wie oft kaufen Sie Fairtrade-Produkte?

Häufigkeit:   immer = 1

                  oft = 2

                  gelegentlich = 3

                  selten = 4

                  nie = 5

Frage 1a, 1b, 1c, 1d, 2a, 2b, 2c, 2d, 2e:

                  stimme völlig zu = 1

                  stimme eher zu = 2

                  neutral = 3

                  stimme eher nicht zu = 4

                  stimme überhaupt nicht zu = 5

Frage 3a:

                  Ja = 1

                  Nein = 2

Frage 3bi, 3bii, 3biii:

                  in Frage 3a verneint = 0

                  stimme völlig zu = 1

                  stimme eher zu = 2

                  neutral = 3

                  stimme eher nicht zu = 4

                  stimme überhaupt nicht zu = 5

## Häufigkeit des Kaufs von Fairtrade-Produkten

**Häufigkeit \* Alter Kreuztabelle**

Anzahl

		Alter		Gesamt
		0	1	
Häufigkeit	1	0	2	2
	2	6	19	25
	3	14	11	25
	4	8	3	11
Gesamt		28	35	63

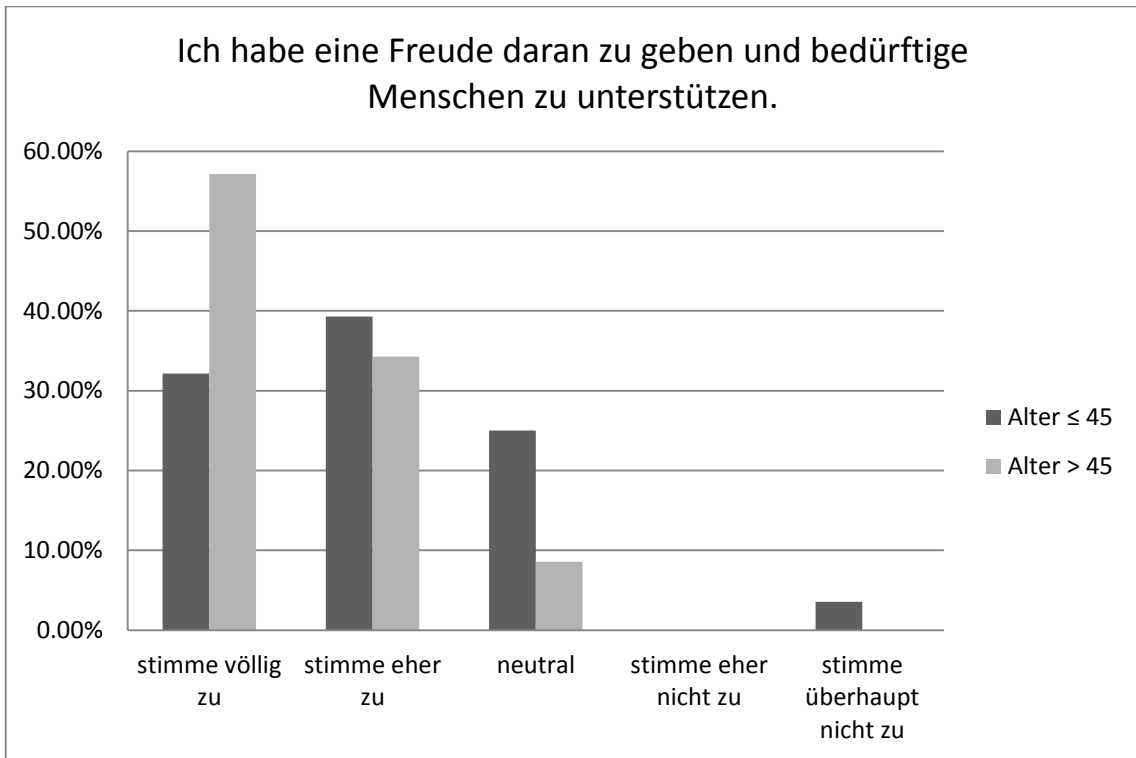
**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	10,748 <sup>a</sup>	3	,013
Likelihood-Quotient	11,816	3	,008
Zusammenhang linear-linear	10,257	1	,001
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 3 Zellen (37,5%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,89.

Frage 1

1a



**Kreuztabelle**

Anzahl

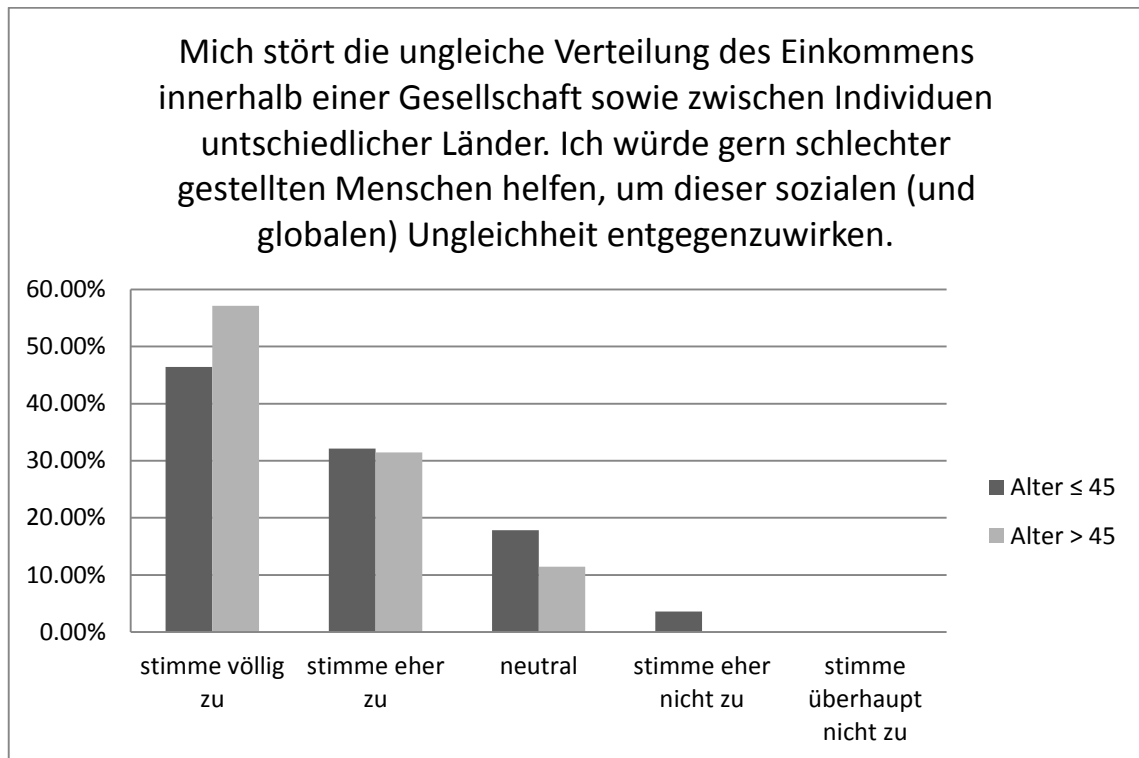
		Alter		Gesamt
		0	1	
EinsA	1	9	20	29
	2	11	12	23
	3	7	3	10
	5	1	0	1
Gesamt		28	35	63

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	6,114 <sup>a</sup>	3	,106
Likelihood-Quotient	6,575	3	,087
Zusammenhang linear-mit-linear	5,968	1	,015
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 3 Zellen (37,5%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,44.

1b



**Kreuztabelle**

Anzahl		Alter		Gesamt
		0	1	
EinsB	1	13	20	33
	2	9	11	20
	3	5	4	9
	4	1	0	1
Gesamt		28	35	63

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,043 <sup>a</sup>	3	,563
Likelihood-Quotient	2,415	3	,491
Zusammenhang linear-linear	1,485	1	,223
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 3 Zellen (37,5%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,44.

1c



Kreuztabelle

Anzahl

		Alter		Gesamt
		0	1	
EinsC	1	3	8	11
	2	11	15	26
	3	7	11	18
	4	5	0	5
	5	2	1	3
Gesamt		28	35	63

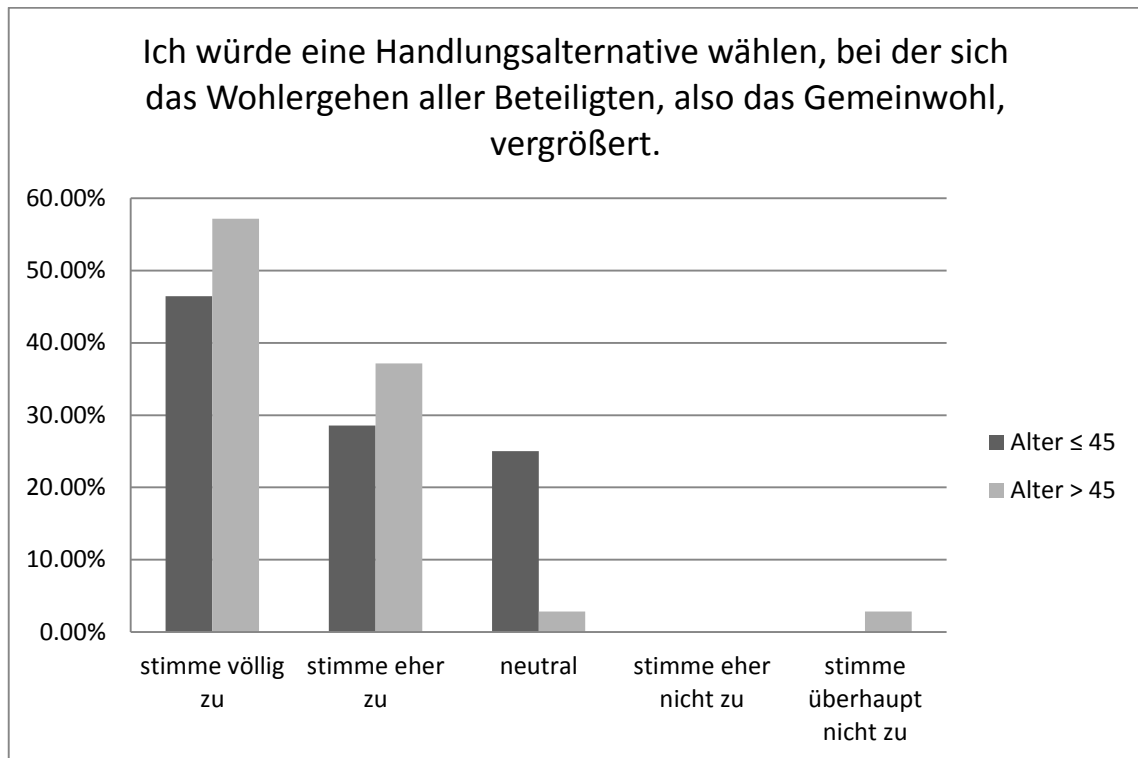
Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	8,437 <sup>a</sup>	4	,077
Likelihood-Quotient	10,364	4	,035
Zusammenhang linear-mit-linear	4,354	1	,037
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 5 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,33.



1d



Kreuztabelle

Anzahl

		Alter		Gesamt
		0	1	
EinsD	1	13	20	33
	2	8	13	21
	3	7	1	8
	5	0	1	1
Gesamt		28	35	63

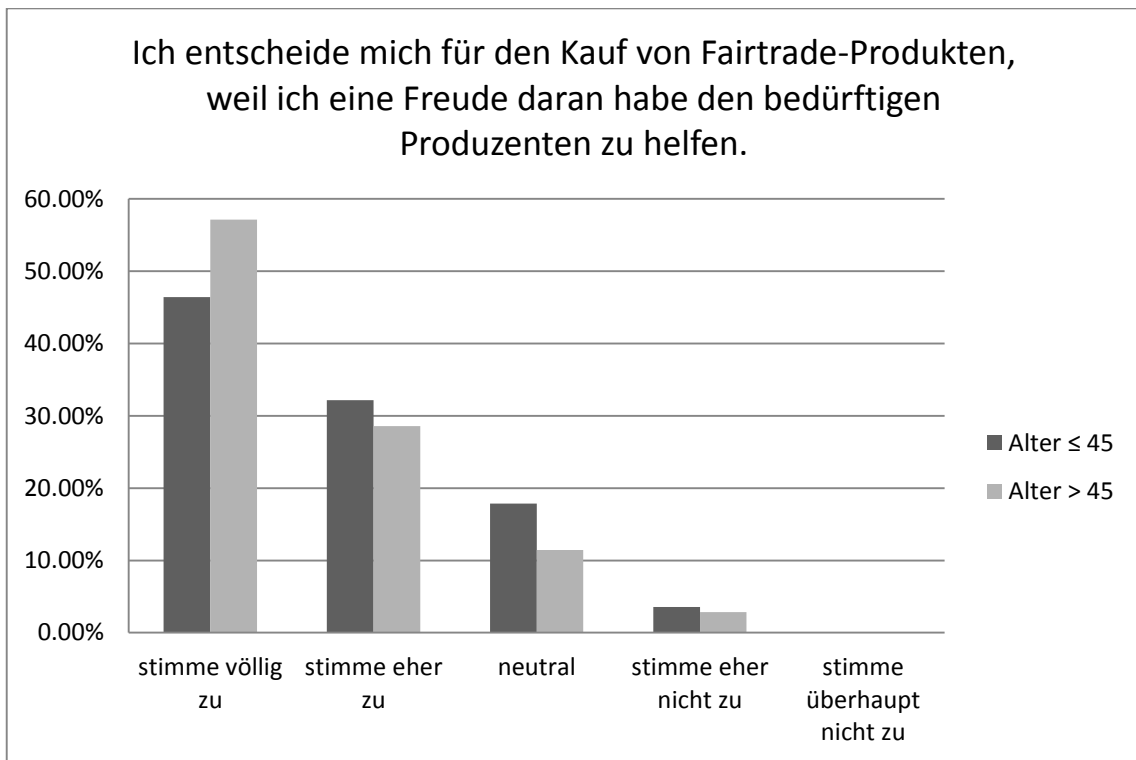
Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	7,490 <sup>a</sup>	3	,058
Likelihood-Quotient	8,367	3	,039
Zusammenhang linear-mit-linear	1,344	1	,246
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,44.

## Frage 2

## 2a

**Kreuztabelle**

Anzahl

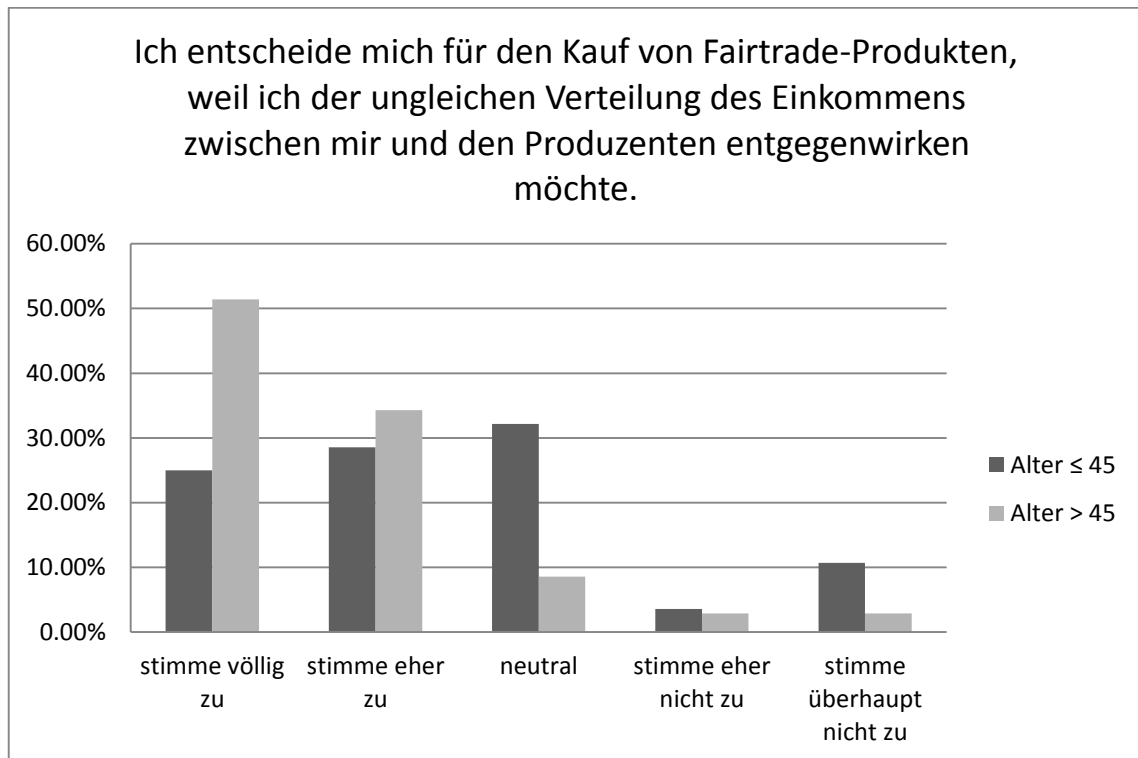
		Alter		Gesamt
		0	1	
ZweiA	1	13	20	33
	2	9	10	19
	3	5	4	9
	4	1	1	2
Gesamt		28	35	63

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	,882 <sup>a</sup>	3	,830
Likelihood-Quotient	,881	3	,830
Zusammenhang linear-mit-linear	,762	1	,383
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 3 Zellen (37,5%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,89.

2b

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Alter		Gesamt
		0	1	
ZweiB	1	7	18	25
	2	8	12	20
	3	9	3	12
	4	1	1	2
	5	3	1	4
Gesamt		28	35	63

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	8,973 <sup>a</sup>	4	,062
Likelihood-Quotient	9,222	4	,056
Zusammenhang linear-mit-linear	6,709	1	,010
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (40,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,89.

2c

**Kreuztabelle**

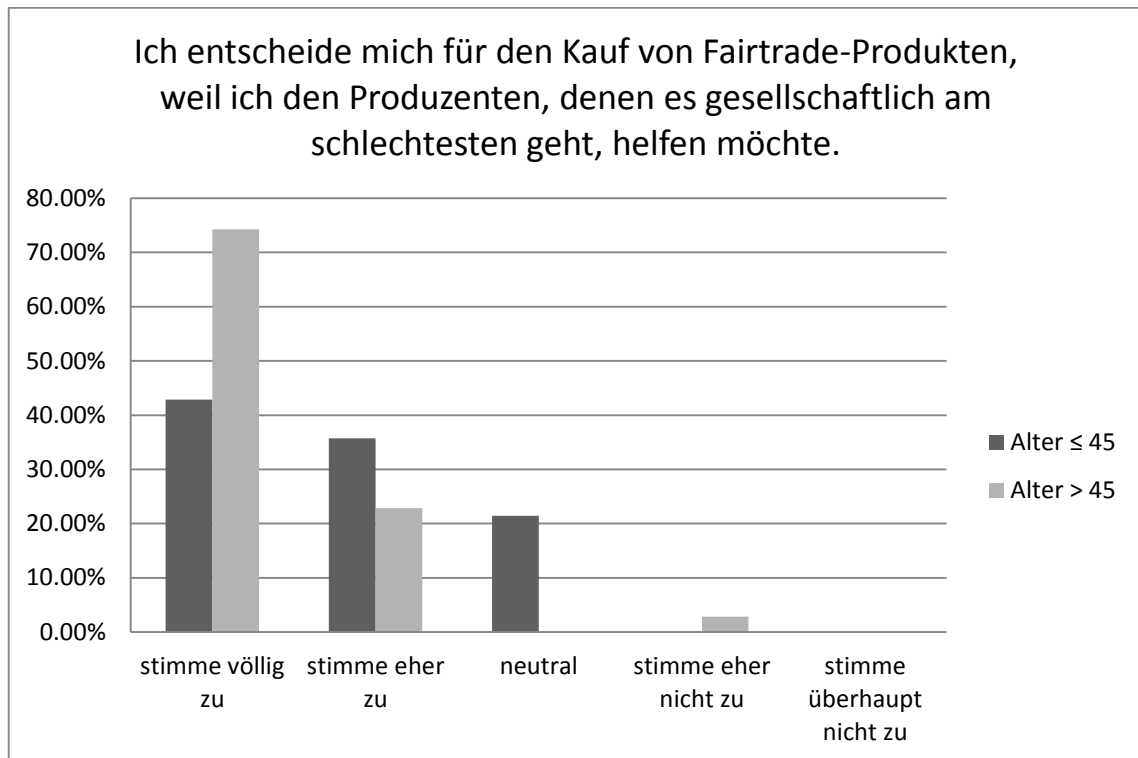
Anzahl		Alter		Gesamt
		0	1	
ZweiC	1	17	26	43
	2	10	7	17
	3	1	1	2
	4	0	1	1
Gesamt		28	35	63

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,668 <sup>a</sup>	3	,446
Likelihood-Quotient	3,037	3	,386
Zusammenhang linear-mit- linear	,285	1	,593
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,44.

2d

**Kreuztabelle**

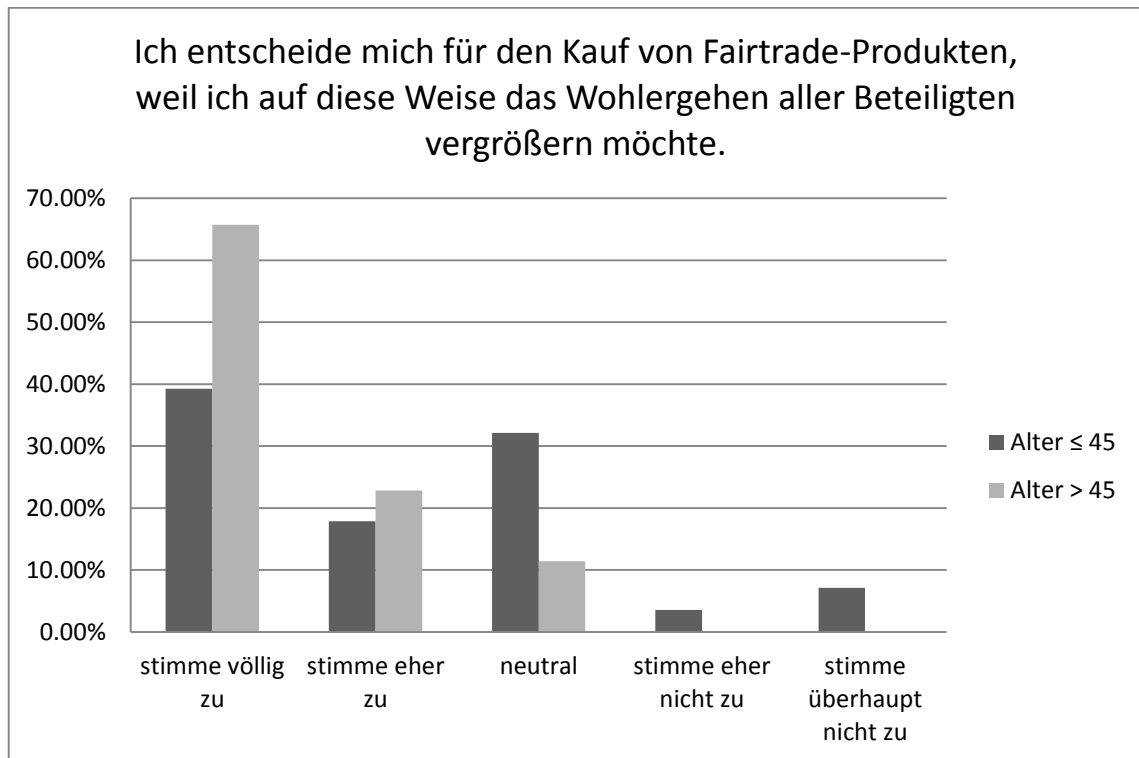
Anzahl		Alter		Gesamt
		0	1	
ZweiD	1	12	26	38
	2	10	8	18
	3	6	0	6
	4	0	1	1
Gesamt		28	35	63

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	11,747 <sup>a</sup>	3	,008
Likelihood-Quotient	14,429	3	,002
Zusammenhang linear-mit-linear	6,358	1	,012
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,44.

2e



**Kreuztabelle**

Anzahl		Alter		Gesamt
		0	1	
ZweiE	1	11	23	34
	2	5	8	13
	3	9	4	13
	4	1	0	1
	5	2	0	2
Gesamt		28	35	63

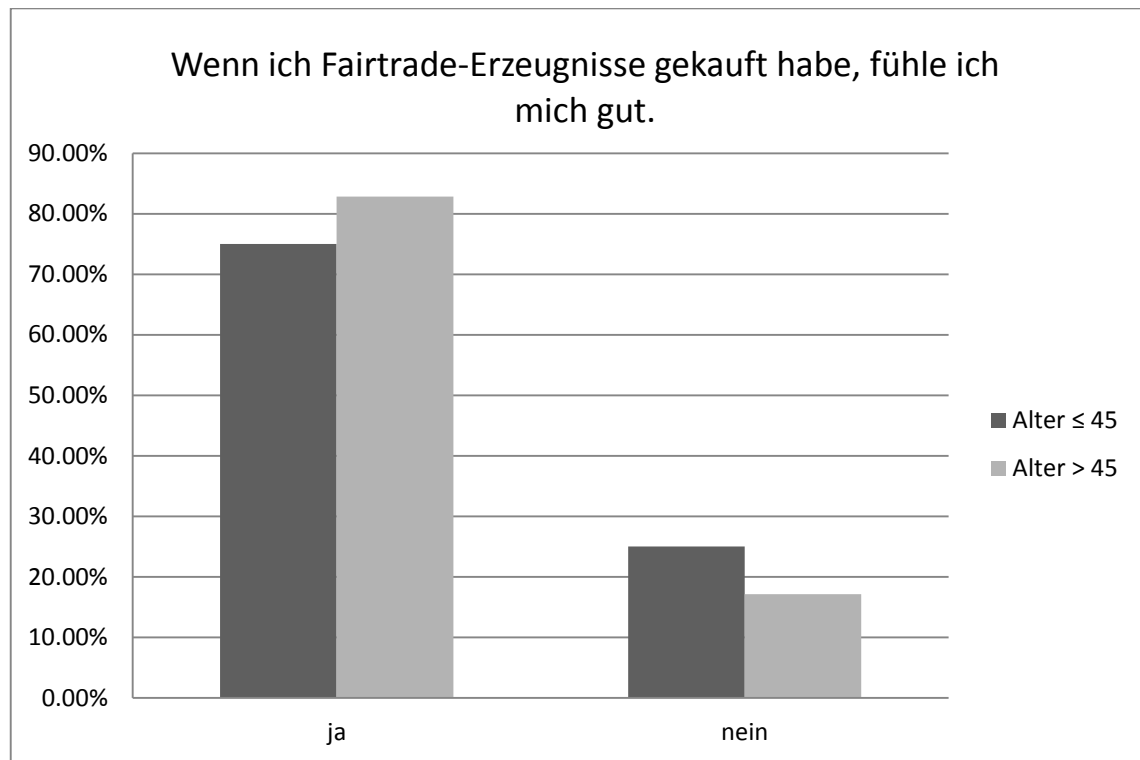
**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	9,186 <sup>a</sup>	4	,057
Likelihood-Quotient	10,380	4	,034
Zusammenhang linear-mit-linear	8,337	1	,004
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (40,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,44.

## Frage 3

3a



## Kreuztabelle

Anzahl

		Alter		Gesamt
		0	1	
DreiA	1	21	29	50
	2	7	6	13
Gesamt		28	35	63

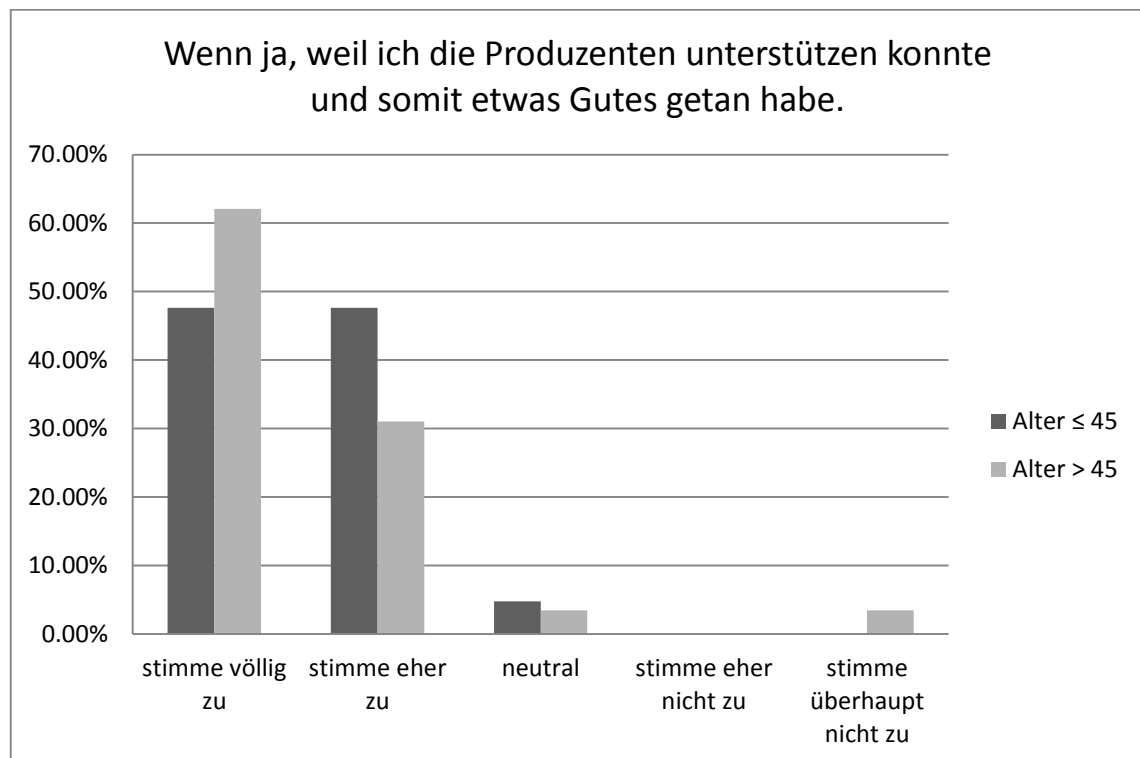
## Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	,586 <sup>a</sup>	1	,444		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	,205	1	,651		
Likelihood-Quotient	,583	1	,445		
Exakter Test nach Fisher				,537	,324
Zusammenhang linear-mit-linear	,577	1	,447		
Anzahl der gültigen Fälle	63				

a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 5,78.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

3bi



Kreuztabelle

Anzahl

		Alter		Gesamt
		0	1	
DreiBi	0	7	6	13
	1	10	18	28
	2	10	9	19
	3	1	1	2
	5	0	1	1
Gesamt		28	35	63

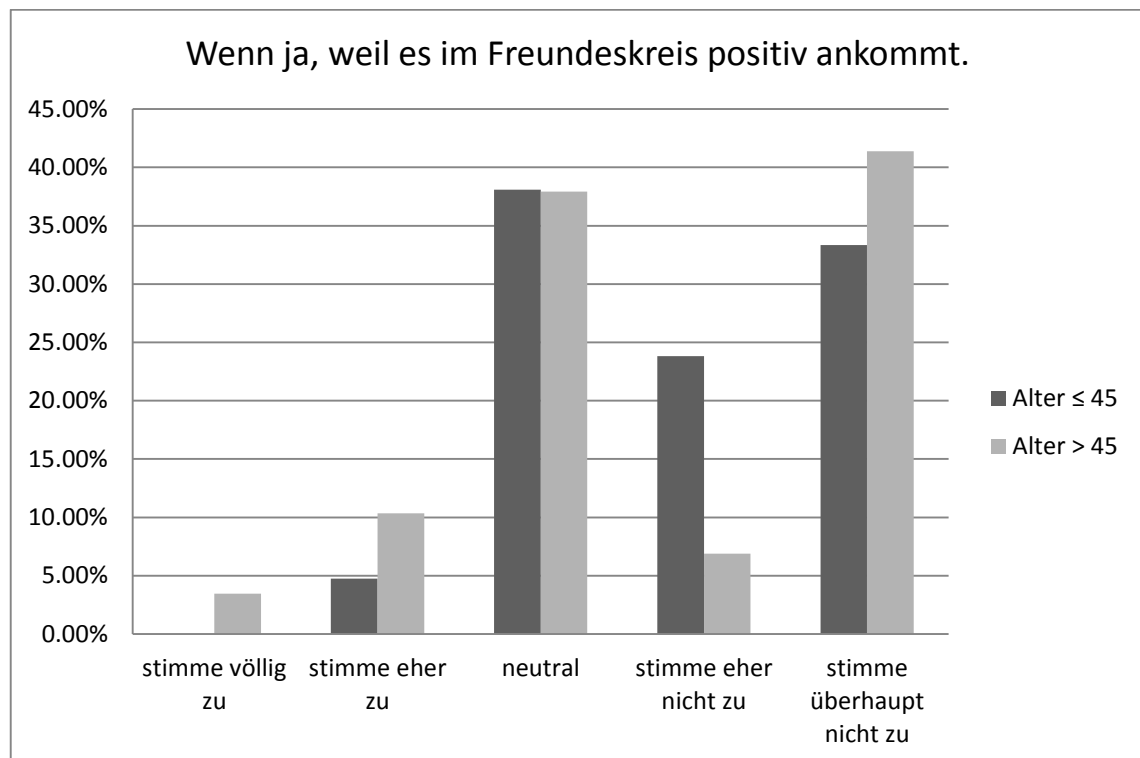
Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,670 <sup>a</sup>	4	,614
Likelihood-Quotient	3,054	4	,549
Zusammenhang linear-mit-linear	,113	1	,737
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 4 Zellen (40,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,44.



3bii



Kreuztabelle

Anzahl

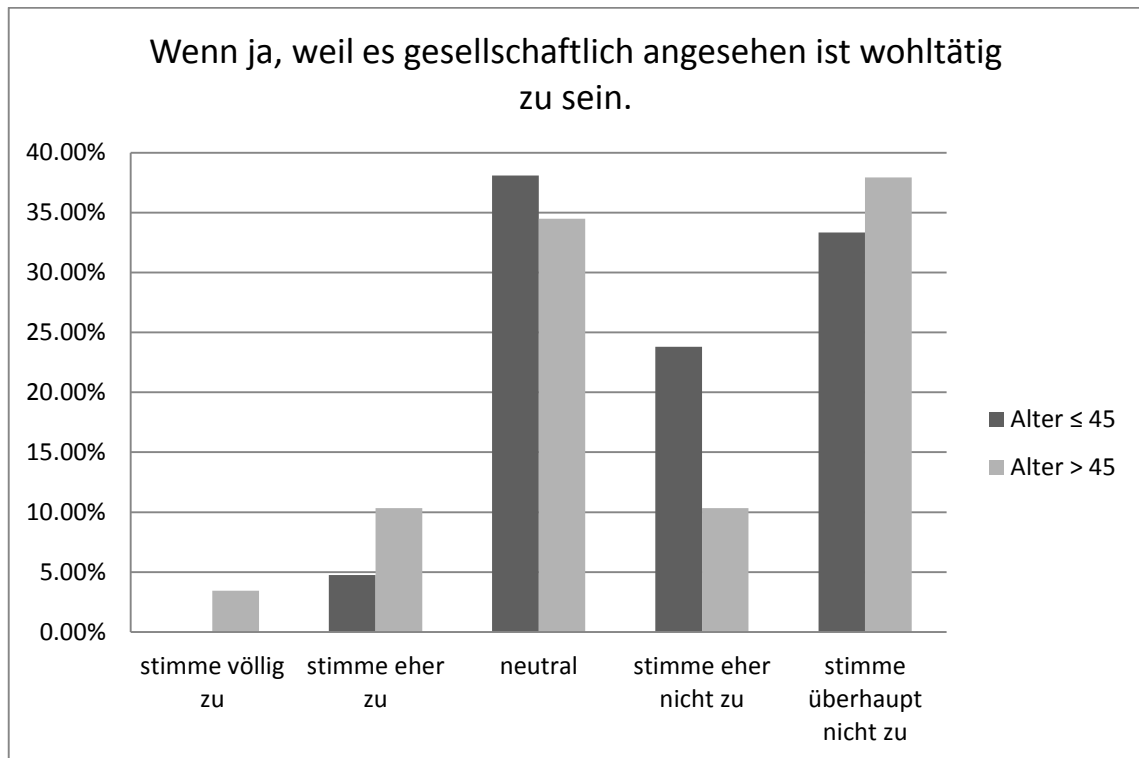
		Alter		Gesamt
		0	1	
DreiBii	0	7	6	13
	1	0	1	1
	2	1	3	4
	3	8	11	19
	4	5	2	7
	5	7	12	19
Gesamt		28	35	63

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,429 <sup>a</sup>	5	,489
Likelihood-Quotient	4,866	5	,432
Zusammenhang linear-linear	,172	1	,678
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 6 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,44.

3biii



**Kreuztabelle**

Anzahl		Alter		Gesamt
		0	1	
DreiBiii	0	7	7	14
	1	0	1	1
	2	1	3	4
	3	8	10	18
	4	5	3	8
	5	7	11	18
Gesamt		28	35	63

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,869 <sup>a</sup>	5	,720
Likelihood-Quotient	3,278	5	,657
Zusammenhang linear-linear	,028	1	,867
Anzahl der gültigen Fälle	63		

a. 6 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,44.

### A.2.3 Einkommen

Befragte, die keine Angaben zum Einkommen geben wollten, wurden aus der Auswertung eliminiert.

Legende der Abkürzungen für die Signifikanzprüfung:

Einkommensklasse: Gesamtnettojahreseinkommen  $\leq 29.999$  € = 0

Gesamtnettojahreseinkommen  $\geq 30.000$  € = 1

Frage: Wie oft kaufen Sie Fairtrade-Produkte?

Häufigkeit: immer = 1

oft = 2

gelegentlich = 3

selten = 4

nie = 5

Frage 1a, 1b, 1c, 1d, 2a, 2b, 2c, 2d, 2e:

stimme völlig zu = 1

stimme eher zu = 2

neutral = 3

stimme eher nicht zu = 4

stimme überhaupt nicht zu = 5

Frage 3a:

Ja = 1

Nein = 2

Frage 3bi, 3bii, 3biii:

in Frage 3a verneint = 0

stimme völlig zu = 1

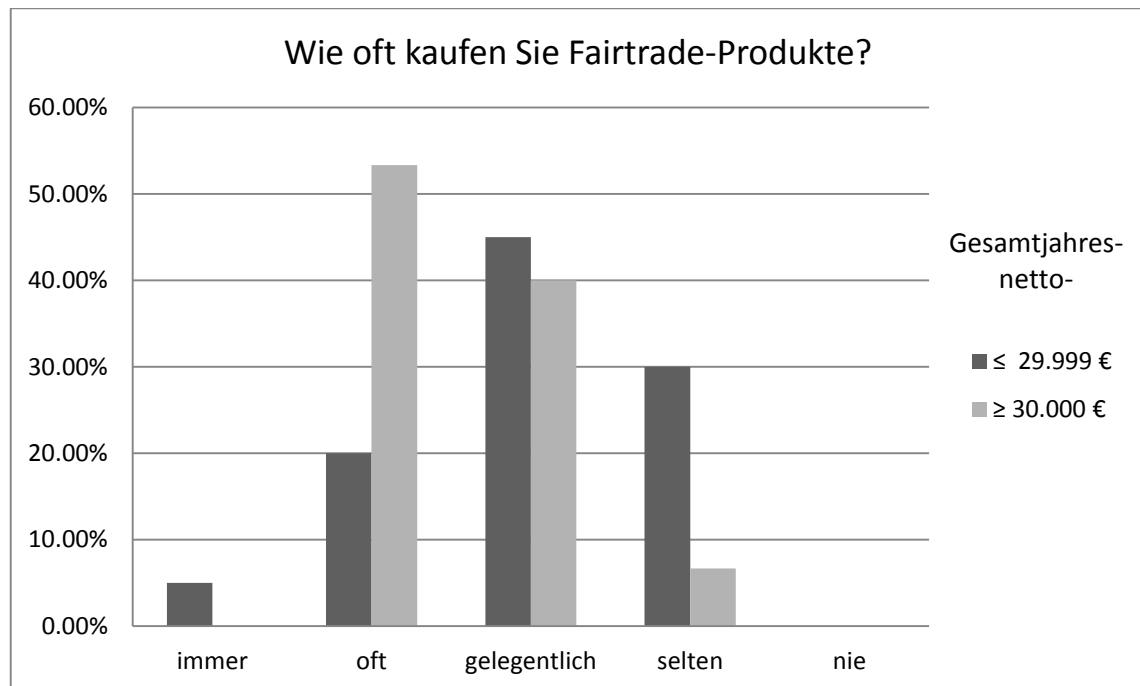
stimme eher zu = 2

neutral = 3

stimme eher nicht zu = 4

stimme überhaupt nicht zu = 5

## Häufigkeit des Kaufs von Fairtrade-Produkten



## Kreuztabelle

Anzahl

		Einkommensklasse		Gesamt
		0	1	
Häufigkeit	1	1	0	1
	2	4	16	20
	3	9	12	21
	4	6	2	8
Gesamt		20	30	50

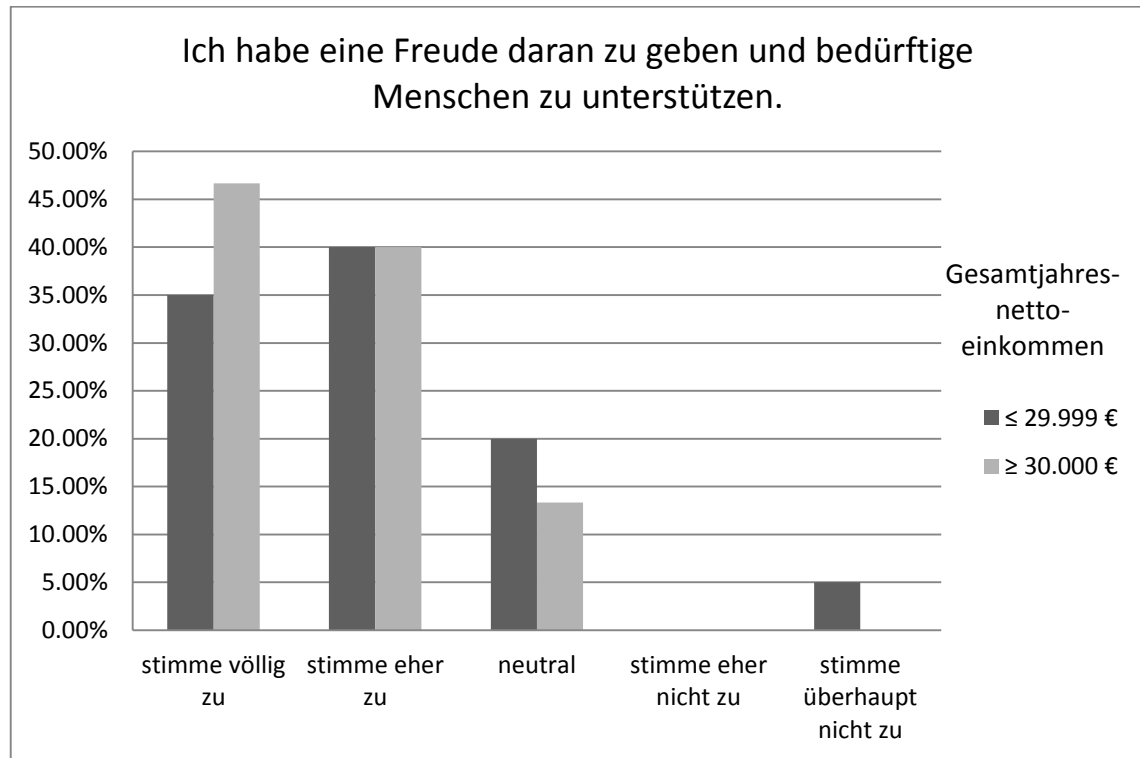
## Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	8,988 <sup>a</sup>	3	,029
Likelihood-Quotient	9,606	3	,022
Zusammenhang linear-linear	4,560	1	,033
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,40.

## Frage 1

## 1a

**Kreuztabelle**

Anzahl

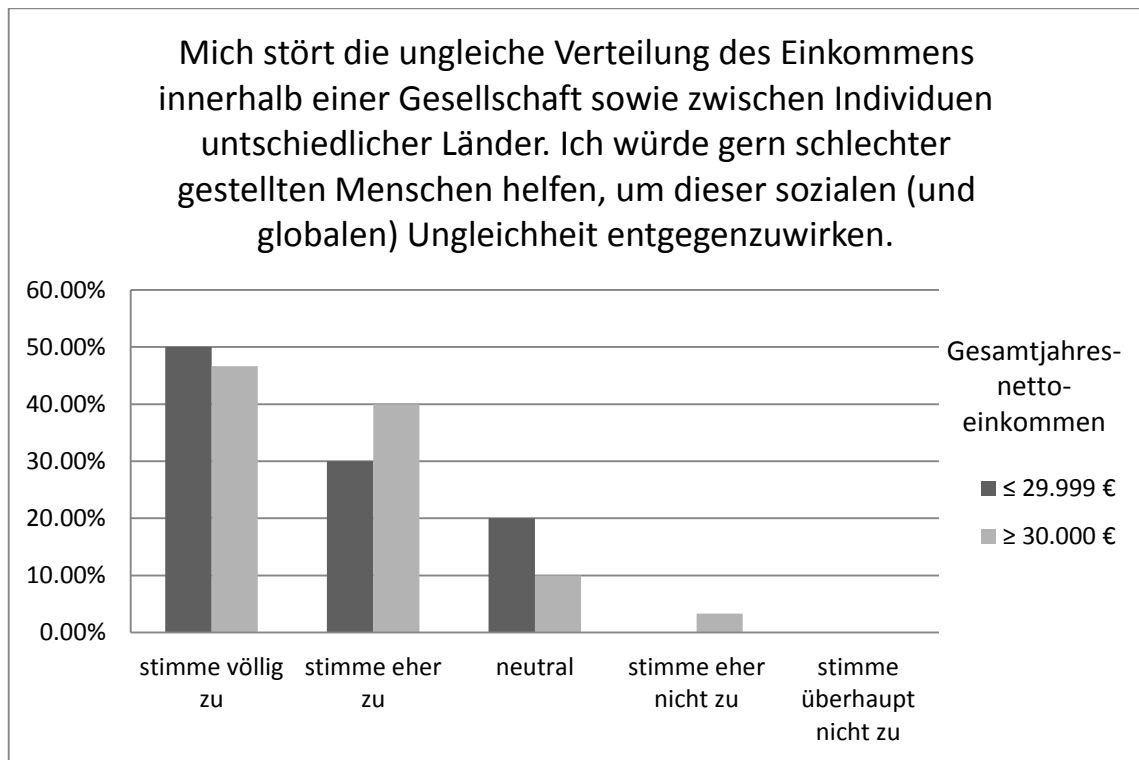
		Einkommensklasse		Gesamt
		0	1	
EinsA	1	7	14	21
	2	8	12	20
	3	4	4	8
	5	1	0	1
Gesamt		20	30	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,222 <sup>a</sup>	3	,528
Likelihood-Quotient	2,557	3	,465
Zusammenhang linear-mit-linear	1,815	1	,178
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,40.

1b



**Kreuztabelle**

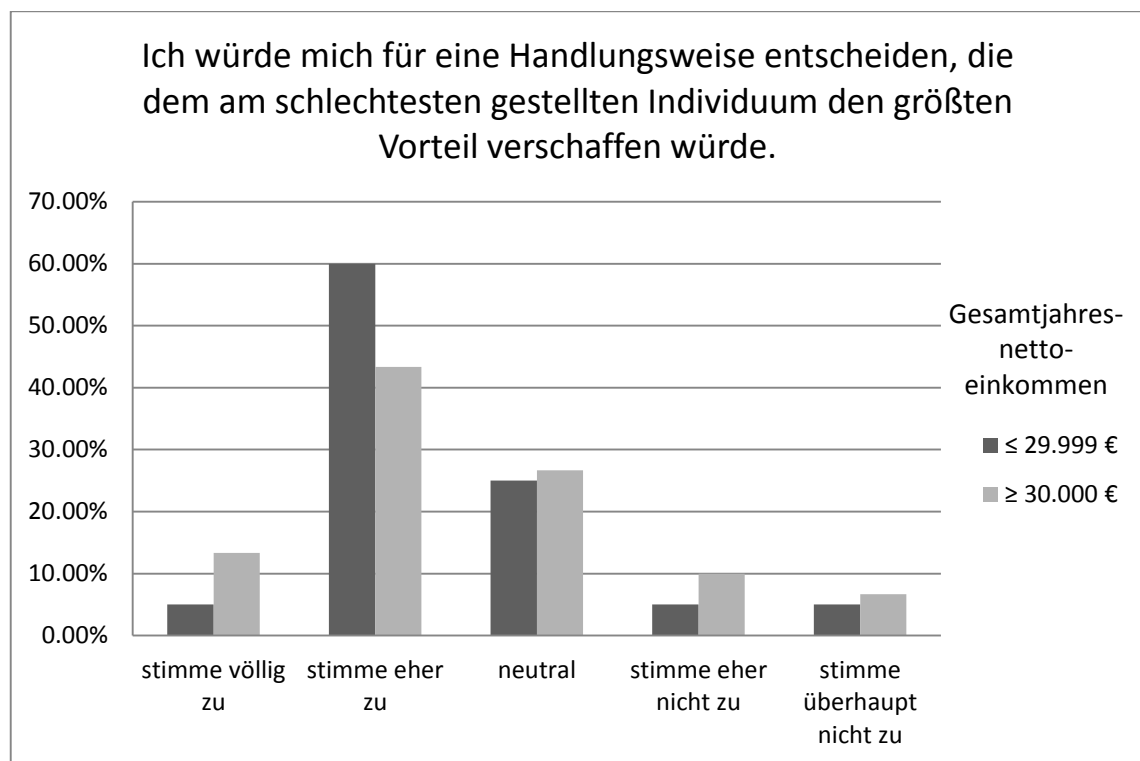
Anzahl		Einkommensklasse		Gesamt
		0	1	
EinsB	1	10	14	24
	2	6	12	18
	3	4	3	7
	4	0	1	1
Gesamt		20	30	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,885 <sup>a</sup>	3	,597
Likelihood-Quotient	2,225	3	,527
Zusammenhang linear-mit-linear	,000	1	1,000
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,40.

1c



Kreuztabelle

Anzahl

		Einkommensklasse		Gesamt
		0	1	
EinsC	1	1	4	5
	2	12	13	25
	3	5	8	13
	4	1	3	4
	5	1	2	3
Gesamt		20	30	50

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,943 <sup>a</sup>	4	,746
Likelihood-Quotient	2,039	4	,729
Zusammenhang linear-mit-linear	,084	1	,772
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 6 Zellen (60,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,20.

1d



Kreuztabelle

Anzahl		Einkommensklasse		Gesamt
		0	1	
EinsD	1	11	13	24
	2	7	11	18
	3	2	5	7
	5	0	1	1
Gesamt		20	30	50

Chi-Quadrat-Tests

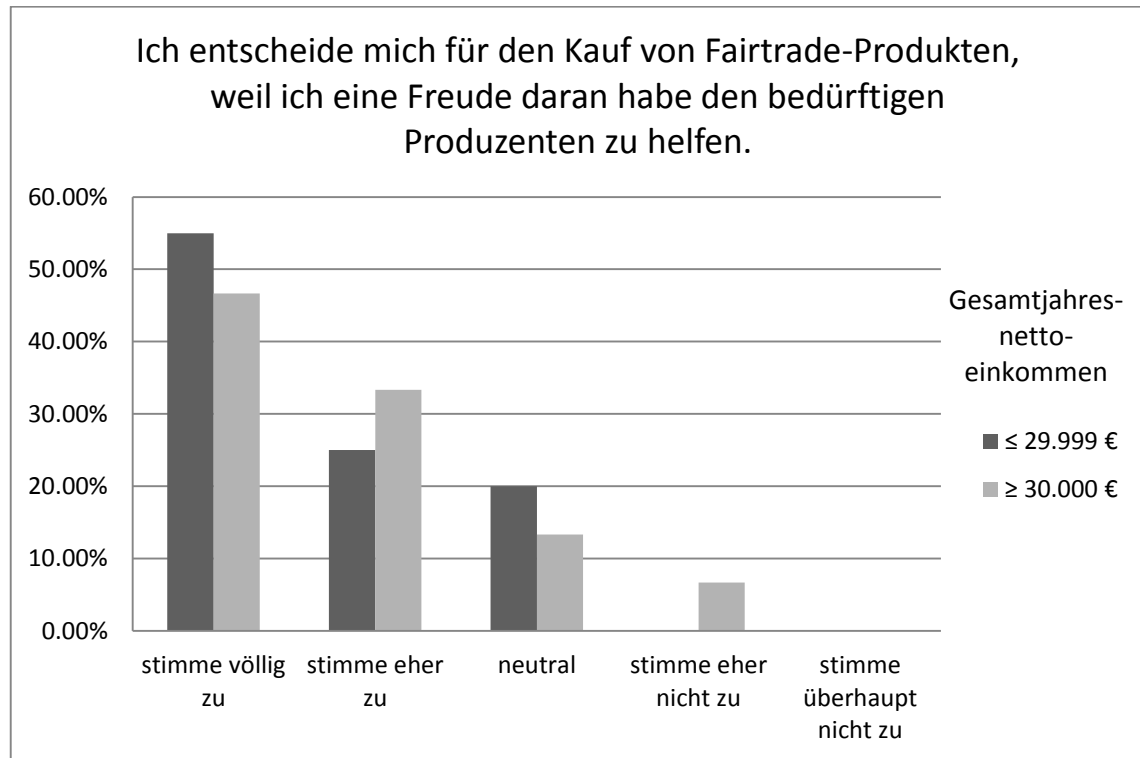
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,397 <sup>a</sup>	3	,706
Likelihood-Quotient	1,764	3	,623
Zusammenhang linear-mit-linear	1,308	1	,253
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,40.



## Frage 2

## 2a

**Kreuztabelle**

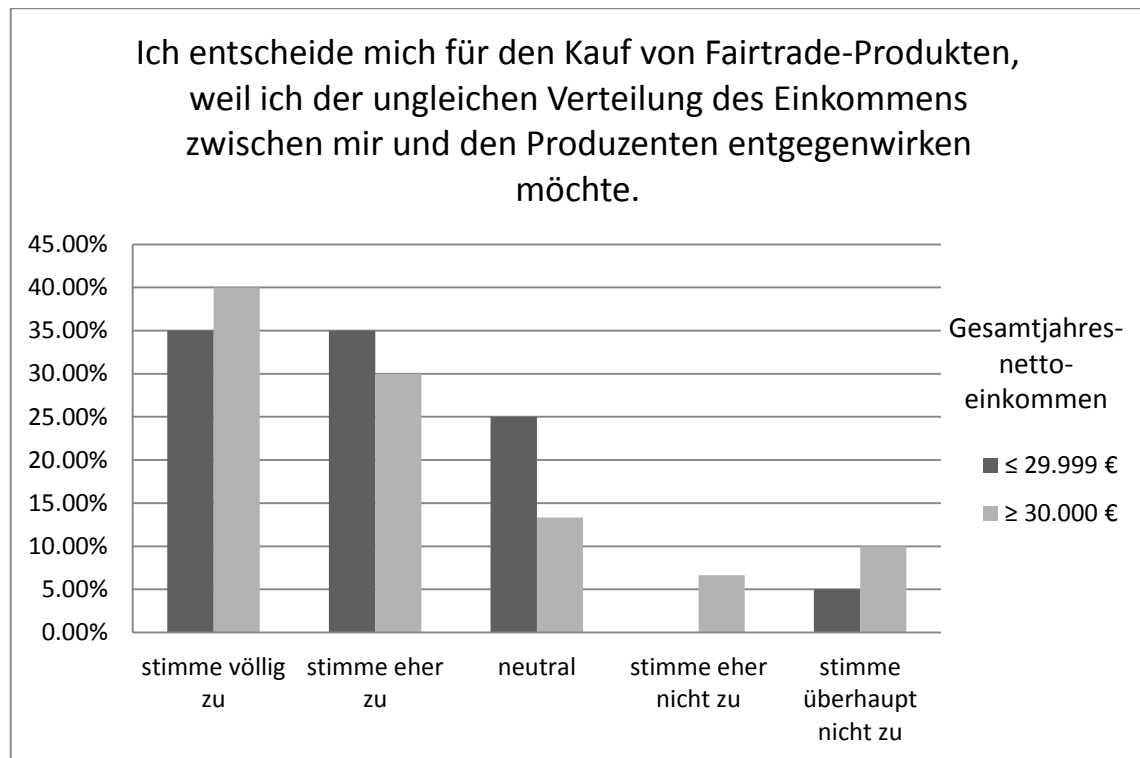
Anzahl		Einkommensklasse		Gesamt
		0	1	
ZweiA	1	11	14	25
	2	5	10	15
	3	4	4	8
	4	0	2	2
Gesamt		20	30	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,111 <sup>a</sup>	3	,550
Likelihood-Quotient	2,819	3	,420
Zusammenhang linear-mit-linear	,352	1	,553
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,80.

2b

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Einkommensklasse		Gesamt
		0	1	
ZweiB	1	7	12	19
	2	7	9	16
	3	5	4	9
	4	0	2	2
	5	1	3	4
Gesamt		20	30	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,788 <sup>a</sup>	4	,594
Likelihood-Quotient	3,499	4	,478
Zusammenhang linear-mit-linear	,112	1	,738
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 5 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,80.

2c

**Kreuztabelle**

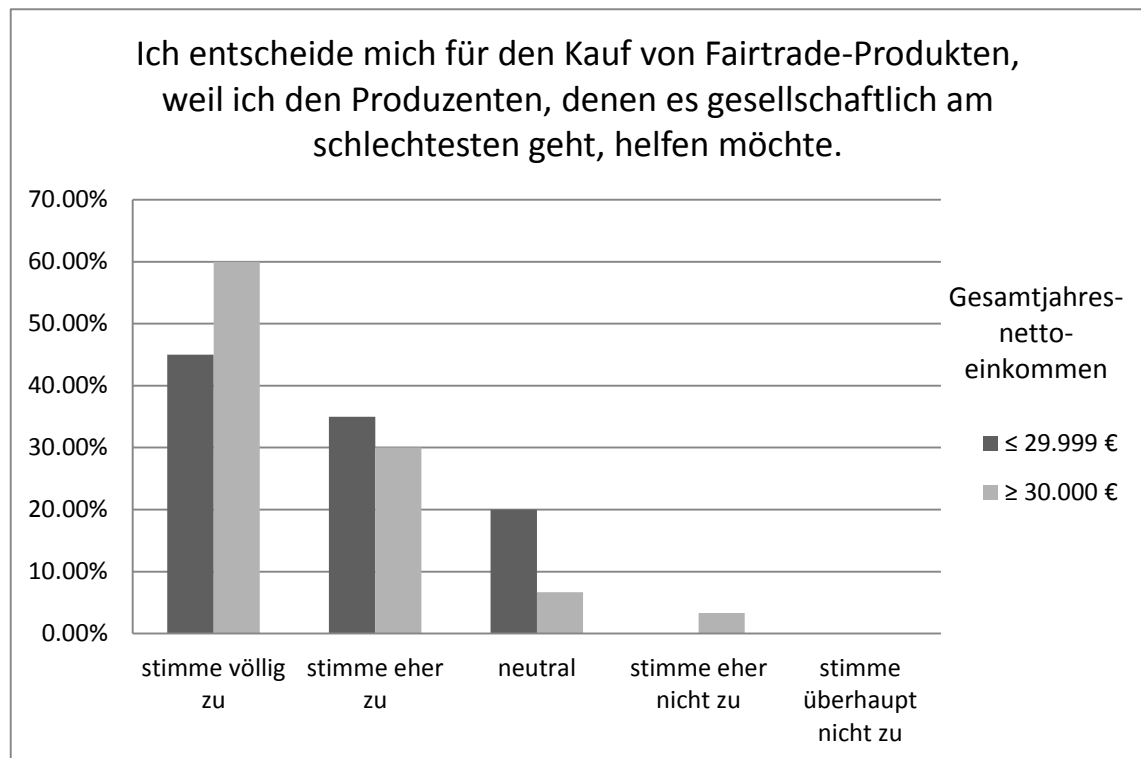
Anzahl		Einkommensklasse		Gesamt
		0	1	
ZweiC	1	15	19	34
	2	4	9	13
	3	1	1	2
	4	0	1	1
Gesamt		20	30	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,452 <sup>a</sup>	3	,693
Likelihood-Quotient	1,818	3	,611
Zusammenhang linear-mit- linear	,742	1	,389
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,40.

2d

**Kreuztabelle**

Anzahl

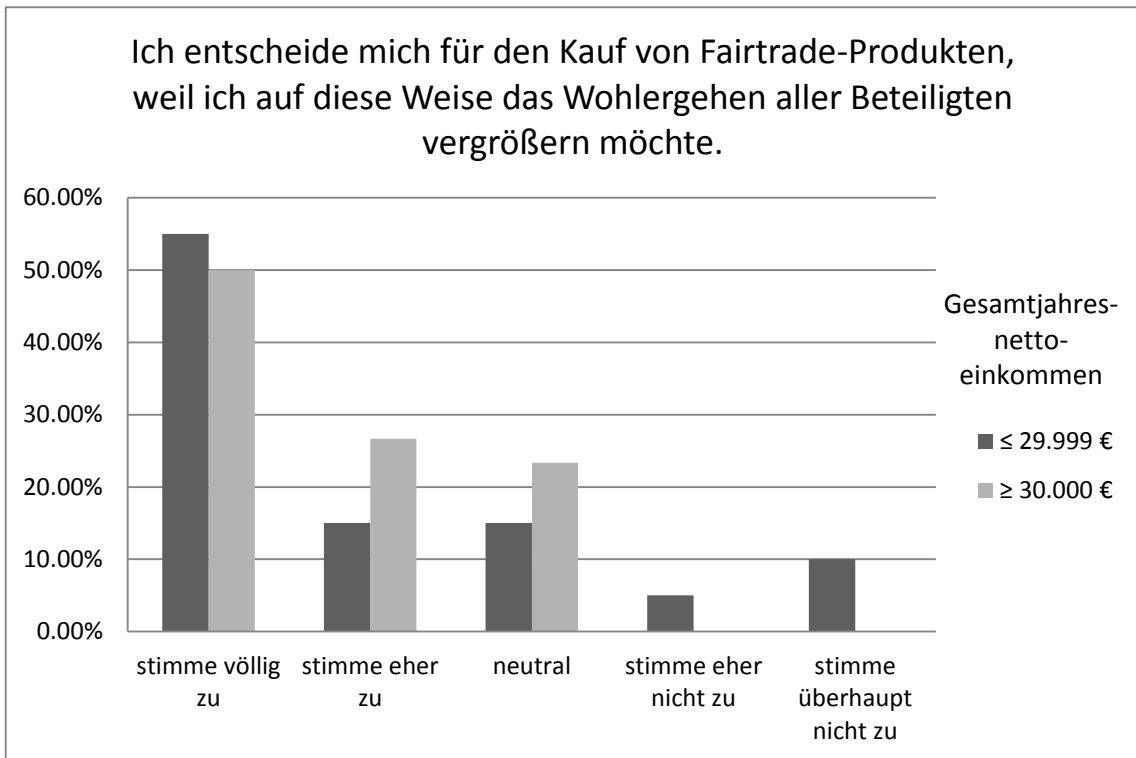
		Einkommensklasse		Gesamt
		0	1	
ZweiD	1	9	18	27
	2	7	9	16
	3	4	2	6
	4	0	1	1
Gesamt		20	30	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,038 <sup>a</sup>	3	,386
Likelihood-Quotient	3,361	3	,339
Zusammenhang linear-mit-linear	,927	1	,336
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,40.

2e



**Kreuztabelle**

Anzahl

		Einkommensklasse		Gesamt
		0	1	
ZweiE	1	11	15	26
	2	3	8	11
	3	3	7	10
	4	1	0	1
	5	2	0	2
Gesamt		20	30	50

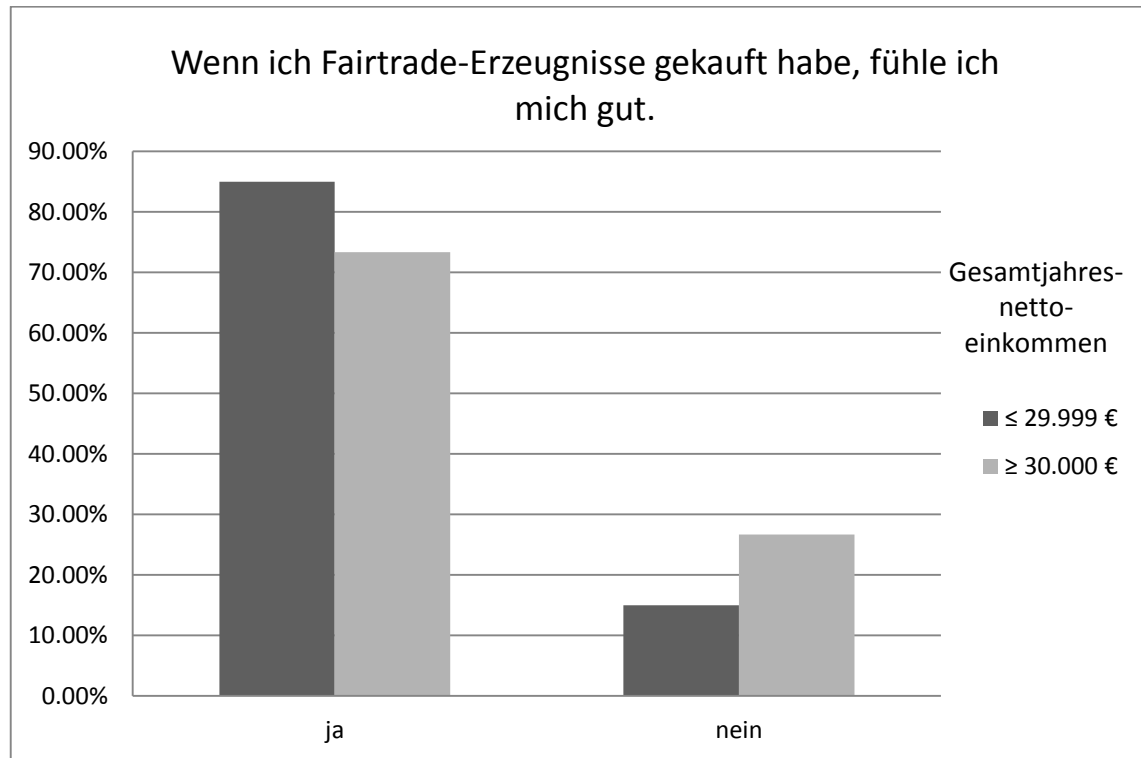
**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	5,717 <sup>a</sup>	4	,221
Likelihood-Quotient	6,767	4	,149
Zusammenhang linear-linear	,737	1	,391
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 6 Zellen (60,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,40.

## Frage 3

3a

**Kreuztabelle**

Anzahl

		Einkommensklasse		Gesamt
		0	1	
DreiA	1	17	22	39
	2	3	8	11
Gesamt		20	30	50

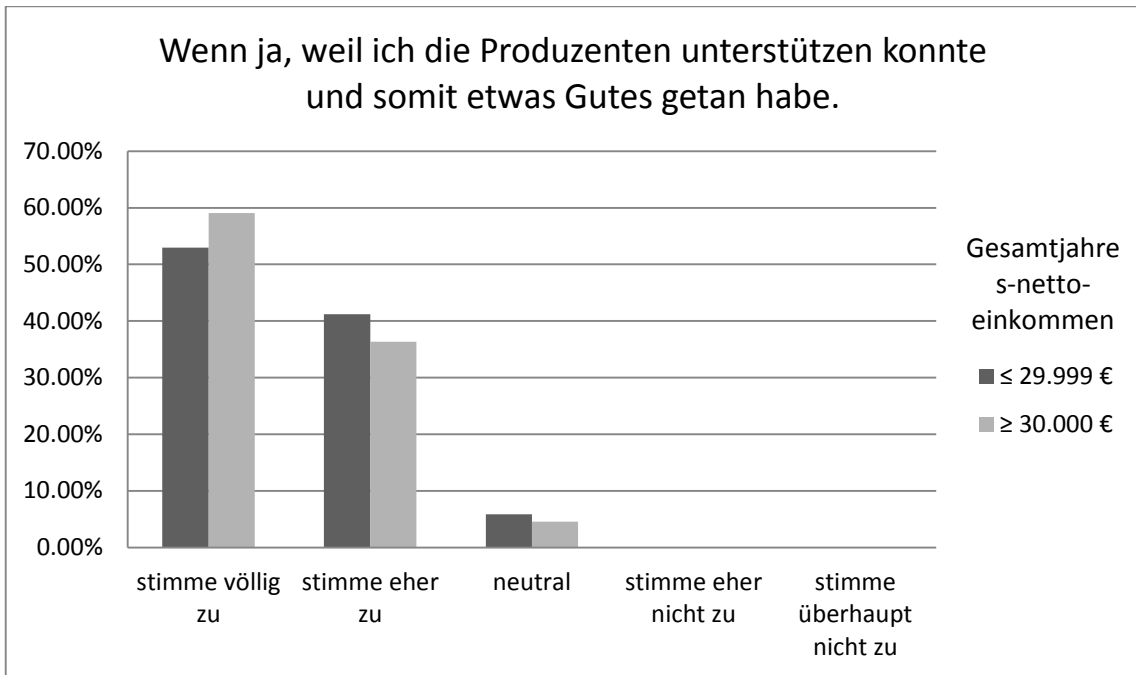
**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	,952 <sup>a</sup>	1	,329		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	,393	1	,531		
Likelihood-Quotient	,988	1	,320		
Exakter Test nach Fisher				,489	,269
Zusammenhang linear-mit-linear	,933	1	,334		
Anzahl der gültigen Fälle	50				

a. 1 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 4,40.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

3bi



**Kreuztabelle**

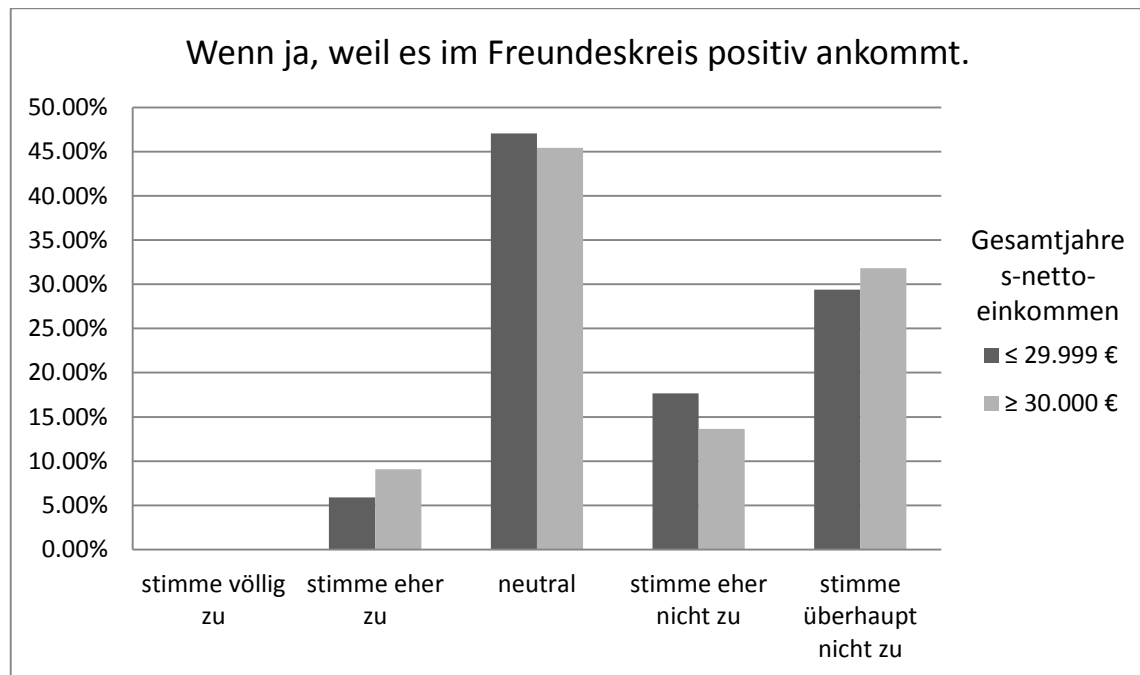
Anzahl		Einkommensklasse		Gesamt
		0	1	
DreiBi	0	3	8	11
	1	9	13	22
	2	7	8	15
	3	1	1	2
Gesamt		20	30	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,111 <sup>a</sup>	3	,774
Likelihood-Quotient	1,143	3	,767
Zusammenhang linear-mit-linear	,978	1	,323
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 3 Zellen (37,5%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,80.

3bii



Kreuztabelle

Anzahl		Einkommensklasse		Gesamt
		0	1	
DreiBii	0	3	8	11
	2	1	2	3
	3	8	10	18
	4	3	3	6
	5	5	7	12
Gesamt		20	30	50

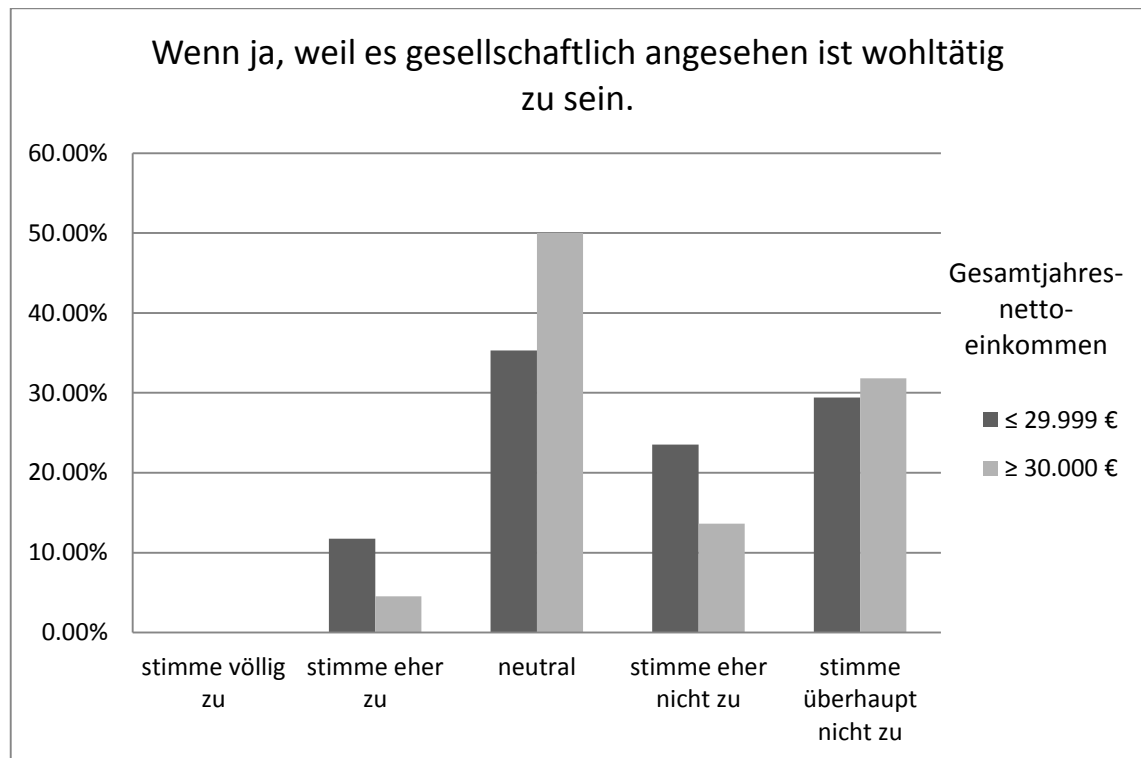
Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,210 <sup>a</sup>	4	,876
Likelihood-Quotient	1,242	4	,871
Zusammenhang linear-linear	,767	1	,381
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 6 Zellen (60,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,20.



3biii



Kreuztabelle

Anzahl		Einkommensklasse		Gesamt
		0	1	
DreiBiii	0	3	8	11
	2	2	1	3
	3	6	11	17
	4	4	3	7
	5	5	7	12
Gesamt		20	30	50

Chi-Quadrat-Tests

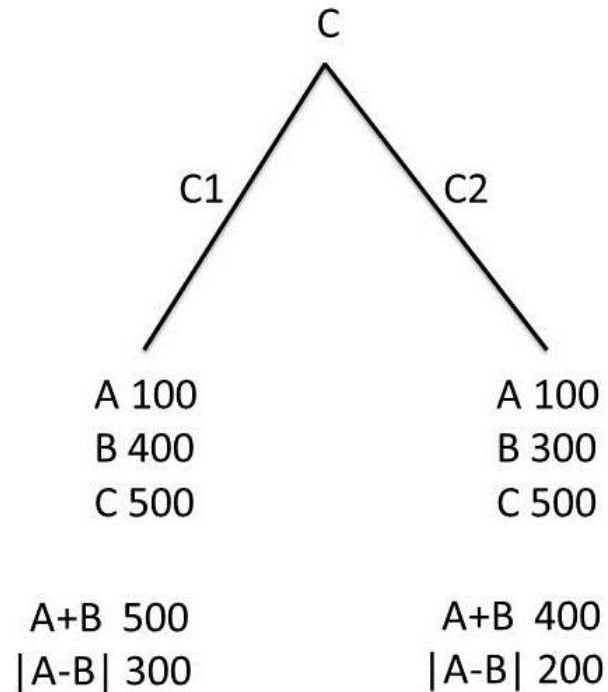
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,659 <sup>a</sup>	4	,616
Likelihood-Quotient	2,655	4	,617
Zusammenhang linear-mit-linear	,652	1	,419
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 6 Zellen (60,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,20.

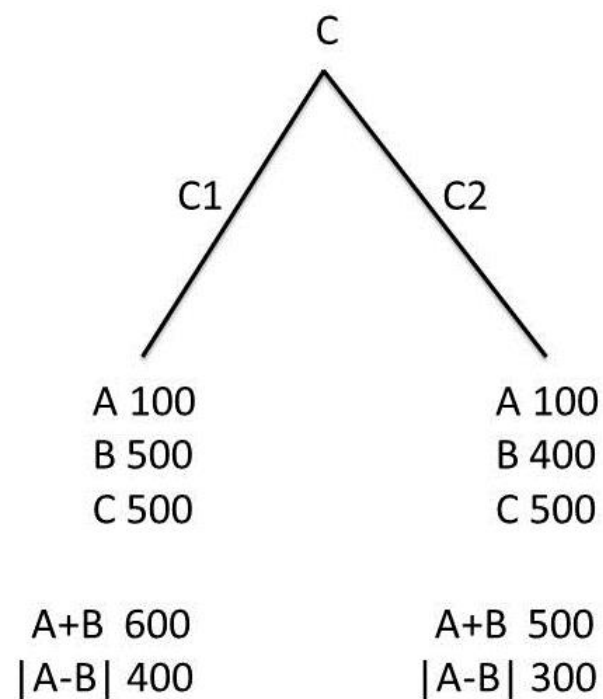
## Anhang B Das Experiment

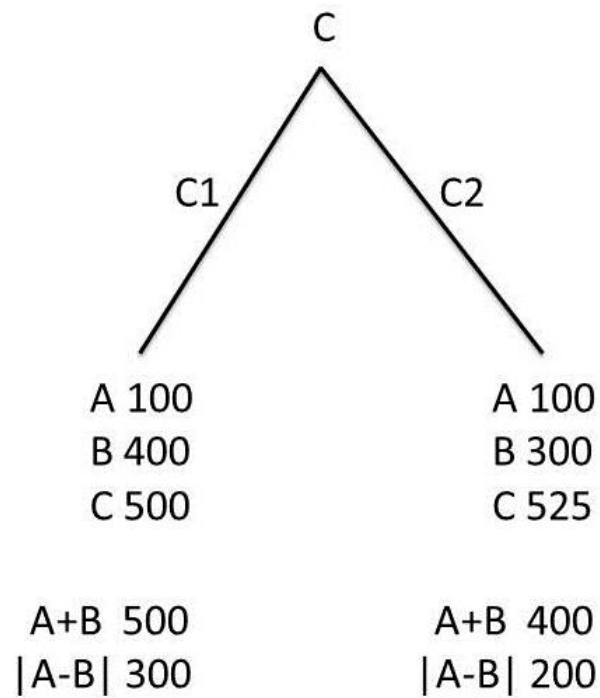
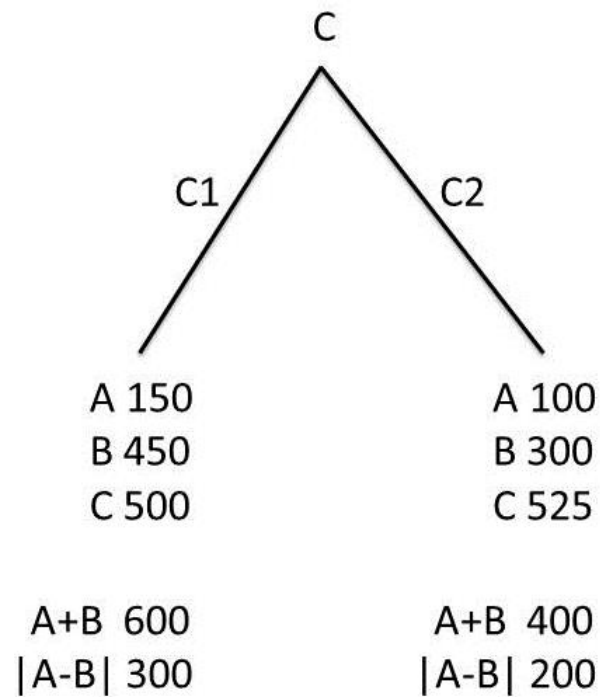
### B.1 Vollständiges experimentelles Design aller Spiele

**Spiel 1** (im Experiment: **ET 1\_unfr**):

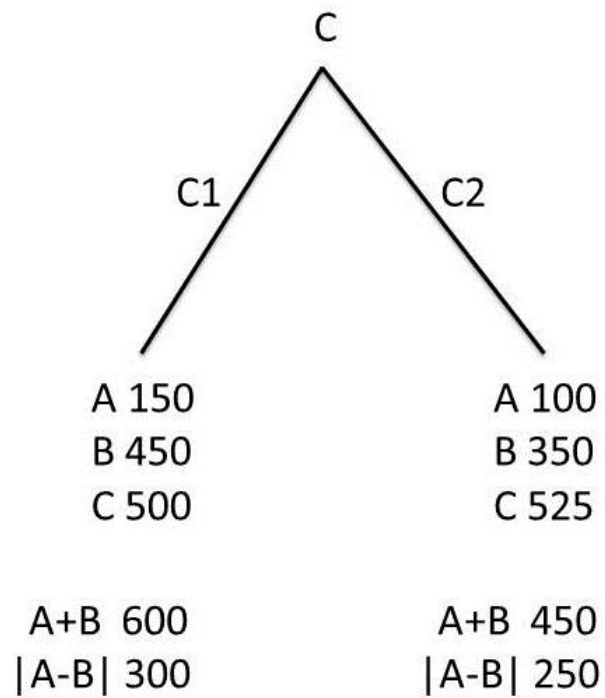


**Spiel 2** (im Experiment: **ET 2\_unfr**):

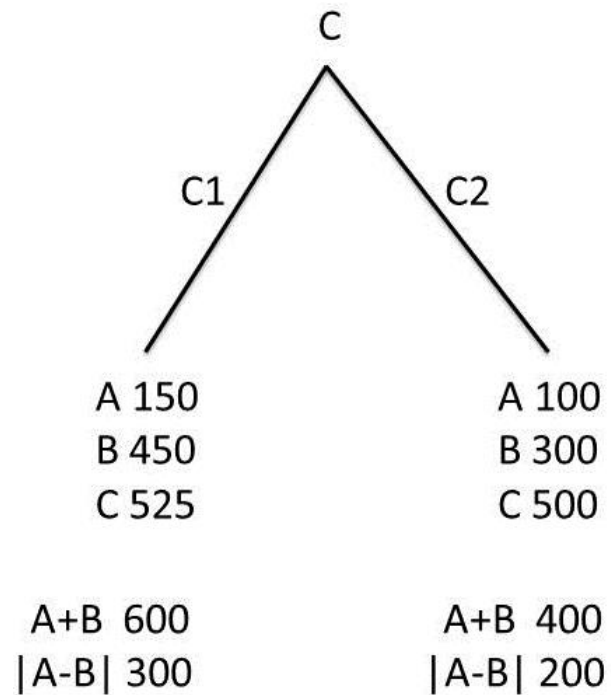


**Spiel 3** (im Experiment: **ET 3\_unfr**):**Spiel 4** (im Experiment: **ET 4\_unfr** und **ET 1\_fr**):

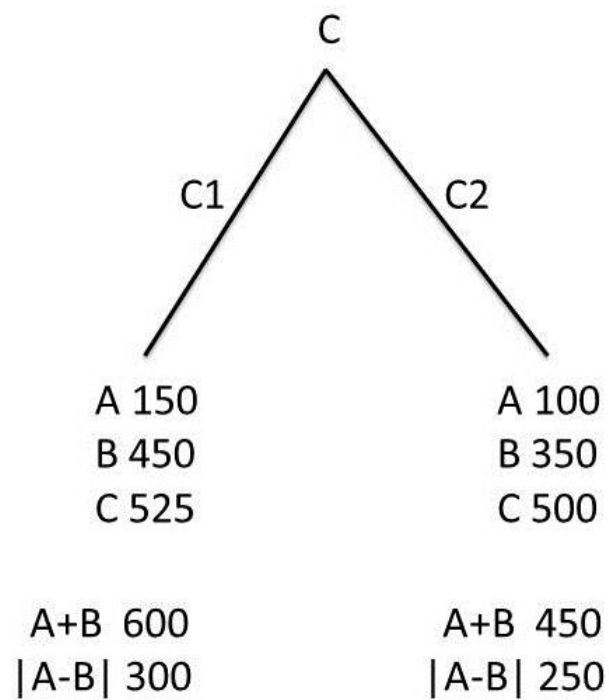
**Spiel 5** (im Experiment: **ET 5\_unfr** und **ET 2\_fr**):



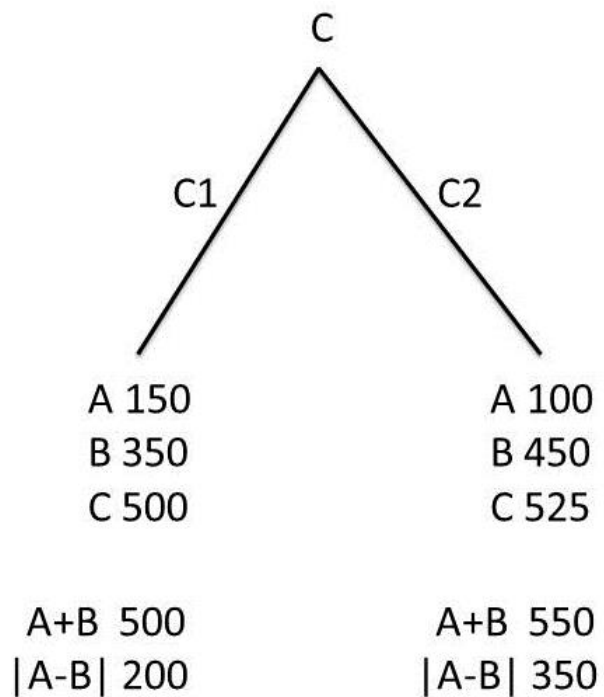
**Spiel 6** (im Experiment: **ET 6\_unfr** und **ET 3\_fr**):

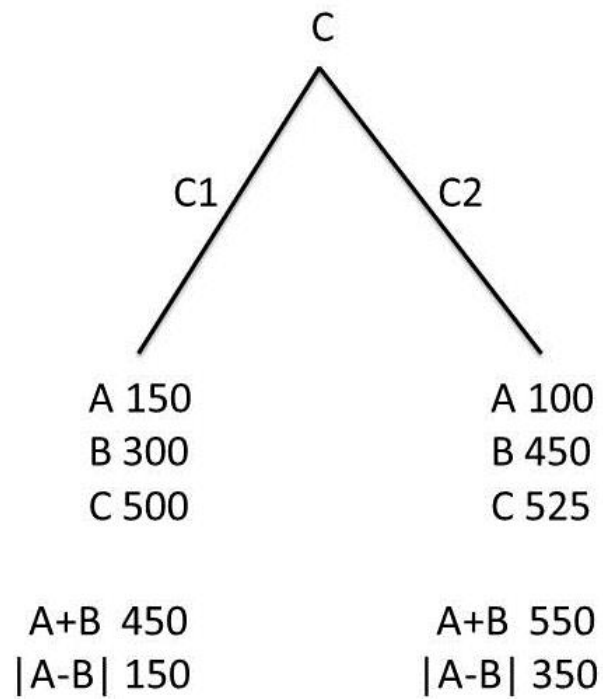
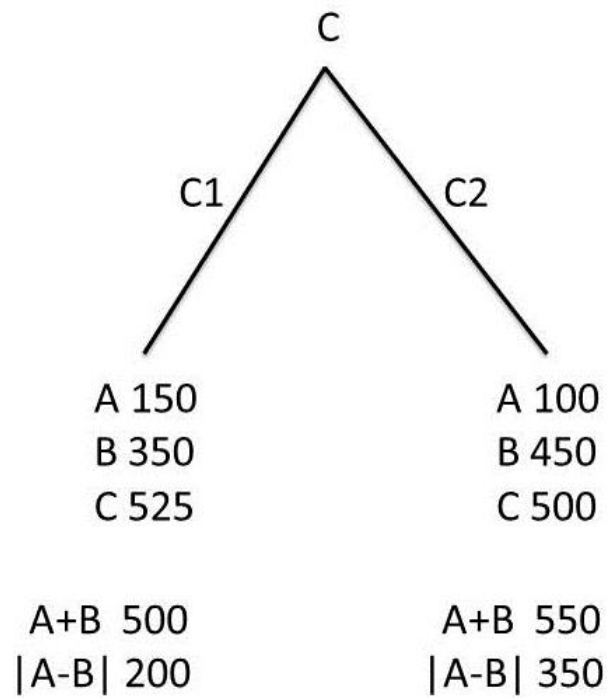


**Spiel 7** (im Experiment: **ET 7\_unfr** und **ET 4\_fr**):

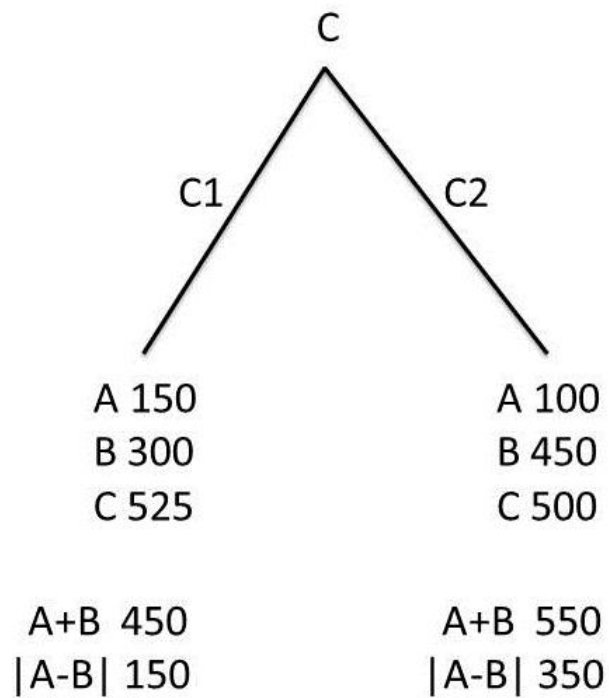


**Spiel 8** (im Experiment: **ET 8\_unfr** und **ET 5\_fr**):

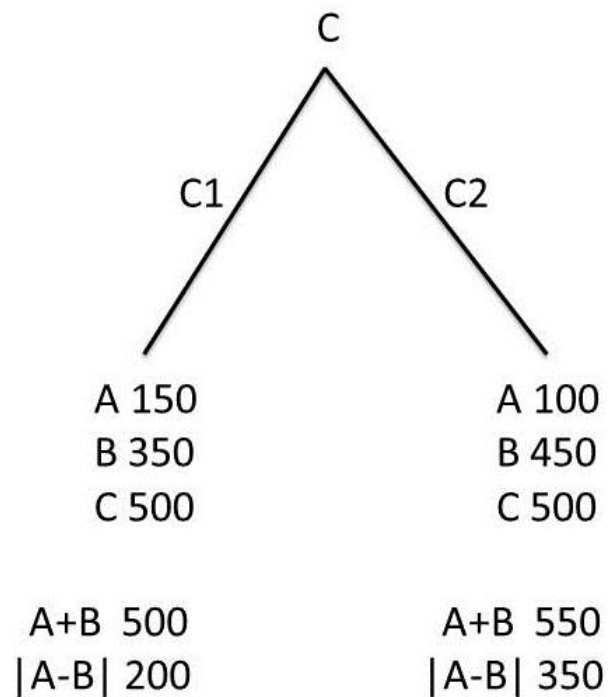


**Spiel 9** (im Experiment: **ET 9\_unfr**):**Spiel 10** (im Experiment: **ET 10\_unfr** und **ET 7\_fr**):

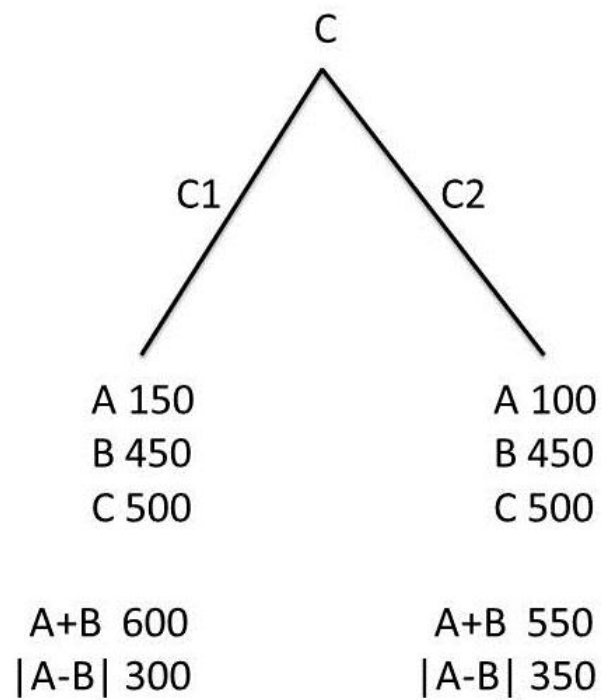
**Spiel 11** (im Experiment: **ET 11\_unfr** und **ET 6\_fr**):



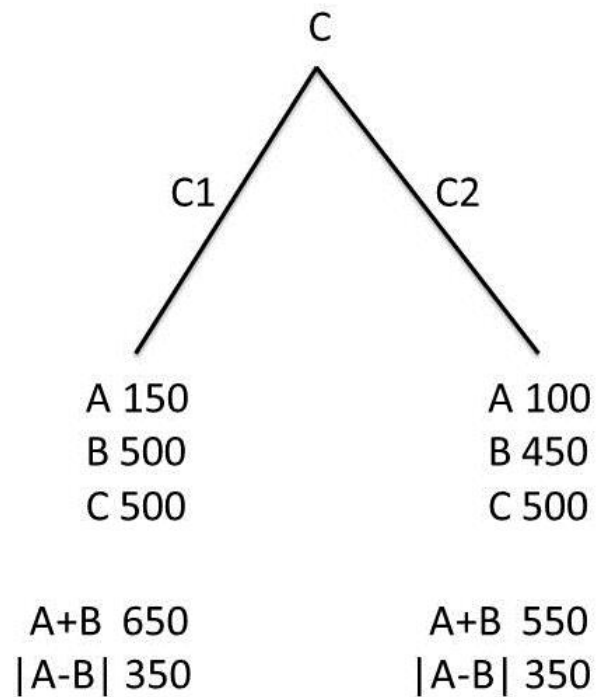
**Spiel 12** (im Experiment: **ET 12\_unfr**):



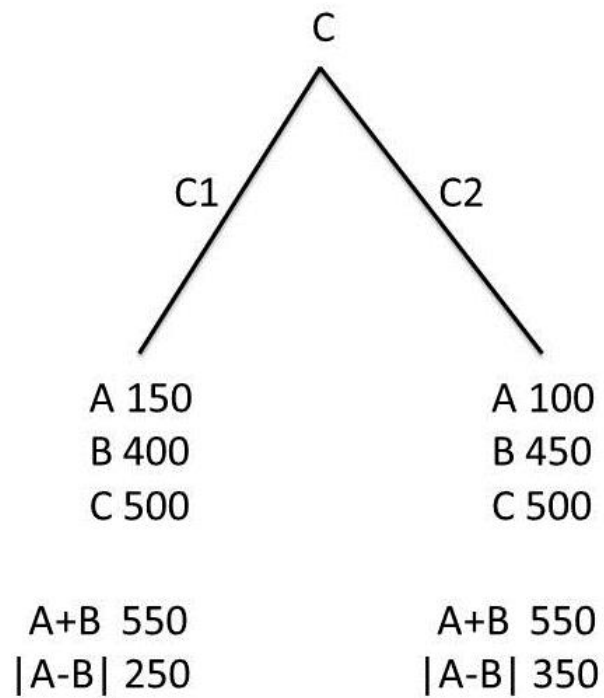
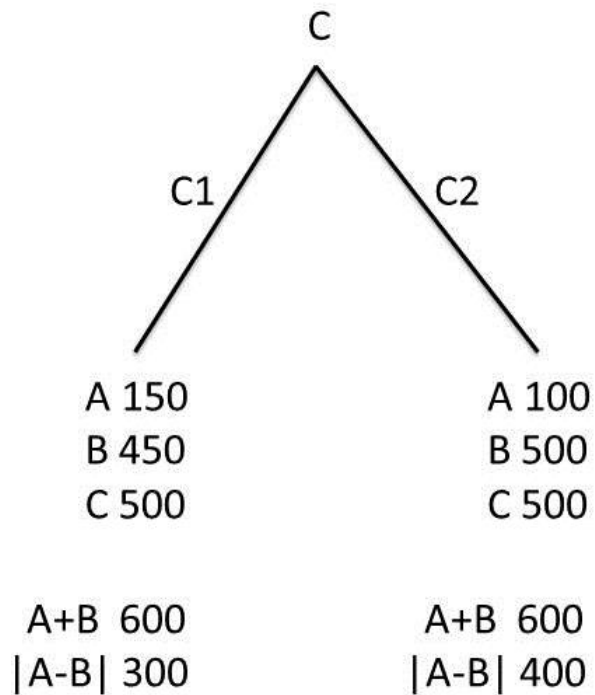
**Spiel 13** (im Experiment: **ET 13\_unfr** und **ET 8\_fr**):



**Spiel 14** (im Experiment: **ET 14\_unfr**):





**Spiel 15** (im Experiment: **ET 15\_unfr**):**Spiel 16** (im Experiment: **ET 14\_unfr**):

## B.2 Instruktionen

### *B.2.1 Instruktionen des ungeframten Treatments*

#### **Instruktionen**

Herzlich Willkommen zu diesem Laborexperiment!

Bitte lesen Sie die Instruktionen aufmerksam mit, während wir Sie laut vorlesen. Wenn Sie eine Frage haben sollten, melden Sie sich bitte durch Handzeichen.

Im heutigen Laborexperiment können Sie in Abhängigkeit Ihrer Entscheidungen und der Entscheidungen Ihrer Mitspieler Bargeld in € verdienen. Ihre Entscheidungen im Experiment treffen Sie **anonym**. Nur der Experimentator erfährt Ihre Identität, wobei Ihre Angaben vertraulich behandelt werden.

Im Experiment werden Sie Entscheidungen in 17 Spielen treffen. In **jedem** Spiel werden Ihnen neue anonyme Mitspieler zugeteilt, die per Zufall ausgewählt werden.

#### **Entscheidungssituation**

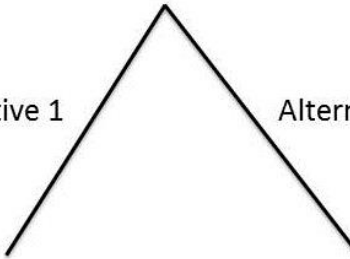
Ihre Aufgabe ist es in den folgenden Spielen Entscheidungen zu treffen. Ihre Entscheidung in einem Spiel hat **keinen** Einfluss auf die jeweiligen anderen Spiele, d.h. die Spiele sind unabhängig voneinander.

Per Zufallsentscheid werden Ihnen in jedem Spiel neue anonyme Mitspieler zugeteilt. Innerhalb eines Spiels hat Ihre Entscheidung stets einen Einfluss auf die Auszahlungen Ihrer Mitspieler.

In jedem Spiel gibt es drei Spieler: A, B und der Entscheider. Der **Entscheider** steht vor folgendem Entscheidungsproblem: In jedem Spiel hat er die Wahl zwischen Alternative 1 und Alternative 2. Mit seiner Entscheidung bestimmt er sowohl sein eigenes Einkommen als auch die Einkommen der Mitspieler A und B, d.h. A und B haben keine Wahl, sie müssen die Bestimmung vom Entscheider akzeptieren.

Im Experiment werden Sie für alle Spiele Entscheidungen als **Entscheider** treffen, d.h., Sie müssen entscheiden, welche der beiden Alternativen, Alternative 1 oder Alternative 2, Sie auswählen.

**Beispiel:**

			
Alternative 1	Alternative 2		
Einkommen A:	200	Einkommen A:	150
Einkommen B:	300	Einkommen B:	400
Eigenes Einkommen:	550	Eigenes Einkommen:	500
Summe A und B:	500	Summe A und B:	550
Differenz A und B:	100	Differenz A und B:	250

In diesem Beispiel hat der Entscheider die Wahl zwischen Alternative 1 und Alternative 2.

Wählt er **Alternative 1**, so erhält der Spieler A ein Einkommen von 200, der Spieler B ein Einkommen von 300 und der Entscheider ein Einkommen von 550. Die Summe der Einkommen der Spieler A und B ist 500 ( $=200+300$ ) und die Differenz der Einkommen der Spieler A und B beträgt 100 ( $=300-200$ ).

Wählt der Entscheider die **Alternative 2**, so bekommt der Spieler A ein Einkommen von 150, Spieler B ein Einkommen von 400 und der Entscheider ein Einkommen von 500. Die Summe der Einkommen der Spieler A und B ist 550 ( $=150+400$ ) und die Differenz der Einkommen der Spieler A und B beträgt 250 ( $=400-150$ ).

Ähnliche Spiele werden Ihnen im Experiment präsentiert.

**Auszahlungsregel**

1. *Show-up Fee*: Sie erhalten für die Teilnahme an dem Experiment 5 €.

2. Alle hier im Labor anwesenden Versuchspersonen werden **per Zufallsentscheid** in **jedem** Spiel neu zu Gruppen, bestehend aus jeweils drei Spielern, zusammengeführt. Sie treffen Ihre Entscheidungen als Entscheider. Darüber hinaus sind Sie für andere Spieler - **nicht** ihre Gruppenmitglieder im aktuellen Spiel- zusätzlich der **Spieler A** und **Spieler B** (per Zufallsentscheid in jedem Spiel zugelost). Sie nehmen also **alle drei Rollen** ein, die des Entscheiders, die des Spielers B und die des Spielers A.

Es wird per Zufallsentscheid ein Spiel festgelegt, in dem Sie der Entscheider waren, dass die relevanten Auszahlungen für Sie und Ihre Mitspieler (Spieler A und Spieler B) bestimmt.

Darüber hinaus wird ebenfalls per Zufallsentscheid ein Spiel gelost, in dem Sie für einen Entscheider der Spieler A waren sowie ein Spiel bestimmt, in dem Sie für einen Entscheider der Spieler B waren. Sie erhalten jeweils die Auszahlungen, die Ihnen in den Rollen zusteht.

**Bitte beachten Sie:** Nach dieser Auszahlungsregel kann **jede** Ihrer Entscheidungen in den Spielen letztlich für Ihre Auszahlungen und die Ihrer Mitspieler aus dem Experiment relevant sein.

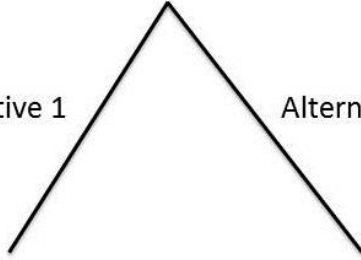
In den Spielen wird die Währung in sogenannten ECU (*Experimental Currency Units*) angegeben, für die folgender Wechselkurs gilt: 100 ECU = 1,00 €

Die Endauszahlung wird erst zum Ende des Experiments bekannt gegeben.

### Kontrollfragen

Wenn Sie die Instruktionen durchgelesen und keine Fragen haben, beantworten Sie bitte die folgenden Kontrollfragen. Wenn Sie alle Fragen beantwortet haben, geben Sie uns bitte ein Zeichen. Wir kontrollieren dann Ihre Antworten. Das Experiment beginnt, wenn alle Versuchspersonen den Test erfolgreich absolviert haben.

Sie als Entscheider haben die Wahl zwischen Alternative 1 oder Alternative 2.  
Mit Ihrer Entscheidung bestimmen Sie sowohl ihr eigenes Einkommen als auch die Einkommen ihrer beiden Mitspieler, A und B.

Alternative 1		Alternative 2	
			
Einkommen A:	200	Einkommen A:	150
Einkommen B:	450	Einkommen B:	350
Eigenes Einkommen:	500	Eigenes Einkommen:	550
Summe A und B:	650	Summe A und B:	500
Differenz A und B:	250	Differenz A und B:	200

1. Angenommen als Entscheider haben Sie im vorliegenden Spiel die Alternative 1 gewählt. Wie hoch sind die Einkommen?

Einkommen A: \_\_\_\_\_ Einkommen B: \_\_\_\_\_ Eigenes Einkommen: \_\_\_\_\_

Summe der Einkommen von A und B: \_\_\_\_\_

Wie setzt sich die „Summe A und B“ zusammen: \_\_\_\_\_

Bei welcher Alternative, 1 oder 2, ist die Differenz der Einkommen von A und B geringer? \_\_\_\_\_

2. Angenommen Sie waren im vorliegenden Spiel für einen Entscheider, der sich für Alternative 2 entschieden hat, der Spieler B. Wie hoch ist Ihr Einkommen? \_\_\_\_\_

3. Hat Ihre Entscheidung in einem Spiel einen Einfluss auf das nachfolgende Spiel?

Ja

Nein

**Wir teilen Ihnen mit, wenn alle Versuchspersonen den Test erfolgreich absolviert haben und das Experiment beginnen kann.  
Sie dürfen dann Ihre Entscheidungen am Computer eingeben.**

**Viel Erfolg im Experiment!**

## Fragebogen

Platznummer:

Geschlecht:

Studiengang:

Alter:

Was waren die Motive für Ihre Entscheidungen in den einzelnen Spielen?

Hätten Sie andere Entscheidungen getroffen, wenn es sich bei Alternative 1 und Alternative 2 um Produkte gehandelt hätte und Sie mit Ihrer Wahl neben Ihrem eigenen Einkommen die Einkommen eines Produzenten (=Spieler A) sowie das Einkommen eines Supermarktes (=Spieler B) bestimmt hätten?

- |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ja                       | nein                     | vielleicht               |

Begründung:

Wie oft kaufen Sie Fairtrade-Produkte?

- |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| immer                    | oft                      | gelegentlich             | selten                   | nie                      |

## ***B.2.2 Instruktionen des geframten Treatments***

### **Instruktionen**

Herzlich Willkommen zu diesem Laborexperiment!

Bitte lesen Sie die Instruktionen aufmerksam mit, während wir Sie laut vorlesen. Wenn Sie eine Frage haben sollten, melden Sie sich bitte durch Handzeichen.

Im heutigen Laborexperiment können Sie in Abhängigkeit Ihrer Entscheidungen und der Entscheidungen Ihrer Mitspieler Bargeld in € verdienen. Ihre Entscheidungen im Experiment treffen Sie **anonym**. Nur der Experimentator erfährt Ihre Identität, wobei Ihre Angaben vertraulich behandelt werden.

Im Experiment werden Sie Entscheidungen in 9 Spielen treffen. In **jedem** Spiel werden Ihnen neue anonyme Mitspieler zugeteilt, die per Zufall ausgewählt werden.

### **Entscheidungssituation**

Ihre Aufgabe ist es in den folgenden Spielen Entscheidungen zu treffen. Ihre Entscheidung in einem Spiel hat **keinen** Einfluss auf die jeweiligen anderen Spiele, d.h. die Spiele sind unabhängig voneinander.

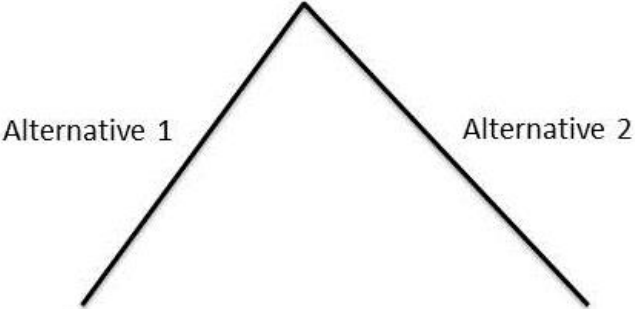
Per Zufallsentscheid werden Ihnen in jedem Spiel neue anonyme Mitspieler zugeteilt. Innerhalb eines Spiels hat Ihre Entscheidung stets einen Einfluss auf die Auszahlungen Ihrer Mitspieler.

In jedem Spiel gibt es drei Spieler: Produzent, Supermarkt und der Entscheider (= Konsument). Der **Entscheider** steht vor folgendem Entscheidungsproblem: In jedem Spiel hat er die Wahl zwischen Alternative 1 (entspricht einem Produkt 1) und Alternative 2 (entspricht einem Produkt 2). Mit seiner Entscheidung bestimmt er sowohl sein eigenes Einkommen als auch die Einkommen des Produzenten und des Supermarktes, d.h. Produzent und Supermarkt haben keine Wahl, sie müssen die Bestimmung vom Entscheider akzeptieren.

Im Experiment werden Sie für alle Spiele Entscheidungen als **Entscheider** treffen, d.h., Sie müssen entscheiden, welche der beiden Alternativen, Alternative 1 oder Alternative 2, Sie auswählen.



**Beispiel:**

													
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding-right: 20px;">Einkommen Produzent:</td> <td style="text-align: right;">200</td> </tr> <tr> <td>Einkommen Supermarkt:</td> <td style="text-align: right;">300</td> </tr> <tr> <td>Eigenes Einkommen:</td> <td style="text-align: right;">550</td> </tr> </table>	Einkommen Produzent:	200	Einkommen Supermarkt:	300	Eigenes Einkommen:	550	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding-right: 20px;">Einkommen Produzent:</td> <td style="text-align: right;">150</td> </tr> <tr> <td>Einkommen Supermarkt:</td> <td style="text-align: right;">400</td> </tr> <tr> <td>Eigenes Einkommen:</td> <td style="text-align: right;">500</td> </tr> </table>	Einkommen Produzent:	150	Einkommen Supermarkt:	400	Eigenes Einkommen:	500
Einkommen Produzent:	200												
Einkommen Supermarkt:	300												
Eigenes Einkommen:	550												
Einkommen Produzent:	150												
Einkommen Supermarkt:	400												
Eigenes Einkommen:	500												
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding-right: 20px;">Summe Produzent und Supermarkt:</td> <td style="text-align: right;">500</td> </tr> <tr> <td>Differenz Produzent und Supermarkt:</td> <td style="text-align: right;">100</td> </tr> </table>	Summe Produzent und Supermarkt:	500	Differenz Produzent und Supermarkt:	100	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding-right: 20px;">Summe Produzent und Supermarkt:</td> <td style="text-align: right;">550</td> </tr> <tr> <td>Differenz Produzent und Supermarkt:</td> <td style="text-align: right;">250</td> </tr> </table>	Summe Produzent und Supermarkt:	550	Differenz Produzent und Supermarkt:	250				
Summe Produzent und Supermarkt:	500												
Differenz Produzent und Supermarkt:	100												
Summe Produzent und Supermarkt:	550												
Differenz Produzent und Supermarkt:	250												

In diesem Beispiel hat der Entscheider die Wahl zwischen Alternative 1 und Alternative 2.

Wählt er **Alternative 1**, so erhält der Produzent ein Einkommen von 200, der Supermarkt ein Einkommen von 300 und der Entscheider ein Einkommen von 550. Die Summe der Einkommen des Produzenten und des Supermarktes ist 500 ( $=200+300$ ) und die Differenz der Einkommen des Produzenten und des Supermarktes beträgt 100 ( $=300-200$ ).

Wählt der Entscheider die **Alternative 2**, so bekommt der Produzent ein Einkommen von 150, der Supermarkt ein Einkommen von 400 und der Entscheider ein Einkommen von 500. Die Summe des Produzenten und des Supermarktes ist 550 ( $=150+400$ ) und die Differenz der Einkommen des Produzenten und des Supermarktes beträgt 250 ( $=400-150$ ).

Ähnliche Spiele werden Ihnen im Experiment präsentiert.

### **Auszahlungsregel**

1. *Show-up Fee*: Sie erhalten für die Teilnahme an dem Experiment 5 €.

2. Alle hier im Labor anwesenden Versuchspersonen werden **per Zufallsentscheid** in **jedem** Spiel neu zu Gruppen, bestehend aus jeweils drei Spielern, zusammengeführt. Sie treffen Ihre Entscheidungen als Entscheider. Darüber hinaus sind Sie für andere Spieler - **nicht** ihre Gruppenmitglieder im aktuellen Spiel- zusätzlich der **Produzent** und **Supermarkt** (per Zufallsentscheid in jedem Spiel zugelost). Sie nehmen also **alle drei Rollen** ein, die des Entscheiders, die des Produzenten und die des Supermarktes.

Es wird per Zufallsentscheid ein Spiel festgelegt, in dem Sie der Entscheider waren, dass die relevanten Auszahlungen für Sie und Ihre Mitspieler (Produzent und Supermarkt) bestimmt.

Darüber hinaus wird ebenfalls per Zufallsentscheid ein Spiel gelost, in dem Sie für einen Entscheider der Produzent waren sowie ein Spiel bestimmt, in dem Sie für einen Entscheider der Supermarkt waren. Sie erhalten jeweils die Auszahlungen, die Ihnen in den Rollen zusteht.

**Bitte beachten Sie:** Nach dieser Auszahlungsregel kann **jede** Ihrer Entscheidungen in den Spielen letztlich für Ihre Auszahlungen und die Ihrer Mitspieler aus dem Experiment relevant sein.

In den Spielen wird die Währung in sogenannten ECU (*Experimental Currency Units*) angegeben, für die folgender Wechselkurs gilt: 100 ECU = 1,00 €

Die Endauszahlung wird erst zum Ende des Experiments bekannt gegeben.

### Kontrollfragen

Wenn Sie die Instruktionen durchgelesen und keine Fragen haben, beantworten Sie bitte die folgenden Kontrollfragen. Wenn Sie alle Fragen beantwortet haben, geben Sie uns bitte ein Zeichen. Wir kontrollieren dann Ihre Antworten. Das Experiment beginnt, wenn alle Versuchspersonen den Test erfolgreich absolviert haben.

Sie als Entscheider haben die Wahl zwischen Alternative 1 oder Alternative 2.  
Mit Ihrer Entscheidung bestimmen Sie sowohl ihr eigenes Einkommen als auch die Einkommen ihrer beiden Mitspieler, Produzent und Supermarkt.

Alternative 1		Alternative 2	
<p>Einkommen Produzent: 200 Einkommen Supermarkt: 450 Eigenes Einkommen: 500</p> <p>Summe Produzent und Supermarkt: 650 Differenz Produzent und Supermarkt: 250</p>		<p>Einkommen Produzent: 150 Einkommen Supermarkt: 350 Eigenes Einkommen: 550</p> <p>Summe Produzent und Supermarkt: 500 Differenz Produzent und Supermarkt: 200</p>	

4. Angenommen als Entscheider haben Sie im vorliegenden Spiel die Alternative 1 gewählt. Wie hoch sind die Einkommen?

Einkommen Produzent: \_\_\_\_\_ Einkommen Supermarkt: \_\_\_\_\_

Eigenes Einkommen: \_\_\_\_\_

Summe der Einkommen von Produzent und Supermarkt: \_\_\_\_\_

Wie setzt sich die „Summe Produzent und Supermarkt“ zusammen: \_\_\_\_\_

Bei welcher Alternative, 1 oder 2, ist die Differenz der Einkommen von Produzent und Supermarkt geringer? \_\_\_\_\_

5. Angenommen Sie waren im vorliegenden Spiel für einen Entscheider, der sich für Alternative 2 entschieden hat, der Supermarkt. Wie hoch ist Ihr Einkommen?  
\_\_\_\_\_

6. Hat Ihre Entscheidung in einem Spiel einen Einfluss auf das nachfolgende Spiel?

Ja

Nein

**Wir teilen Ihnen mit, wenn alle Versuchspersonen den Test erfolgreich absolviert haben und das Experiment beginnen kann. Sie dürfen dann Ihre Entscheidungen am Computer eingeben.**

**Viel Erfolg im Experiment!**

## Fragebogen

Platznummer:

Geschlecht:

Studiengang:

Alter:

Was waren die Motive für Ihre Entscheidungen in den einzelnen Spielen?

Hätten Sie andere Entscheidungen getroffen, wenn es sich bei Alternative 1 um ein Fairtrade-Produkt und bei Alternative 2 um ein herkömmliches Produkt gehandelt hätte?

ja       nein       vielleicht

Begründung:

Wie oft kaufen Sie Fairtrade-Produkte?

immer       oft       gelegentlich       selten       nie

### B.3 Tabellarische Zusammenfassung der Entscheidungssituationen mit den Verteilungspräferenzen für die jeweilige Alternativenwahl

#### B.3.1 Ungeframtes Treatment

Entscheidung	Drei-Personen-Diktatorspiel	Präferenzen	
		Alternative C1	Alternative C2
ET 1_unfr	C wählt (100, 400, 500) A+B 500,  A-B  300 vs. (100, 300, 500) A+B 400,  A-B  200	eEFF	UDA
ET 2_unfr	C wählt (100, 500, 500) A+B 600,  A-B  400 vs. (100, 400, 500) A+B 500,  A-B  300	eEFF	UDA
ET 3_unfr	C wählt (100, 400, 500) A+B 500,  A-B  300 vs. (100, 300, 525) A+B 400,  A-B  200	eEFF	UDA, S
ET 4_unfr	C wählt (150, 450, 500) A+B 600,  A-B  300 vs. (100, 300, 525) A+B 400,  A-B  200	eEFF, MIN	UDA, S
ET 5_unfr	C wählt (150, 450, 500) A+B 600,  A-B  300 vs. (100, 350, 525) A+B 450,  A-B  250	eEFF, MIN	UDA, S
ET 6_unfr	C wählt (150, 450, 525) A+B 600,  A-B  300 vs. (100, 300, 500) A+B 400,  A-B  200	eEFF, MIN, S	UDA
ET 7_unfr	C wählt (150, 450, 525) A+B 600,  A-B  300 vs. (100, 350, 500) A+B 450,  A-B  250	eEFF, MIN, S	UDA
ET 8_unfr	C wählt (150, 350, 500) A+B 500,  A-B  200 vs. (100, 450, 525) A+B 550,  A-B  350	MIN, UDA	eEFF, S
ET 9_unfr	C wählt (150, 300, 500) A+B 450,  A-B  150 vs. (100, 450, 525) A+B 550,  A-B  350	MIN, UDA	eEFF, S
ET 10_unfr	C wählt (150, 350, 525) A+B 500,  A-B  200 vs. (100, 450, 500) A+B 550,  A-B  350	MIN, UDA, S	eEFF
ET 11_unfr	C wählt (150, 300, 525) A+B 450,  A-B  150 vs. (100, 450, 500) A+B 550,  A-B  350	MIN, UDA, S	eEFF
ET 12_unfr	C wählt (150, 350, 500) A+B 500,  A-B  200 vs. (100, 450, 500) A+B 550,  A-B  350	MIN, UDA	eEFF
ET 13_unfr	C wählt (150, 450, 500) A+B 600,  A-B  300 vs. (100, 450, 500) A+B 550,  A-B  350	eEFF, MIN, UDA	
ET 14_unfr	C wählt (150, 500, 500) A+B 650,  A-B  350 vs. (100, 450, 500) A+B 550,  A-B  350	eEFF, MIN	
ET 15_unfr	C wählt (150, 400, 500) A+B 550,  A-B  250 vs. (100, 450, 500) A+B 550,  A-B  350	MIN, UDA	
ET 16_unfr	C wählt (150, 450, 500) A+B 600,  A-B  300 vs. (100, 500, 500) A+B 600,  A-B  400	MIN, UDA	

#### B.3.2 Geframtes Treatment

Entscheidung	entspricht	Drei-Personen-Diktatorspiel	Präferenzen	
			Alternative C1	Alternative C2
ET 1_fr	ET 4_unfr	C wählt (150, 450, 500) P+S 600,  P-S  300 vs. (100, 300, 525) P+S 400,  P-S  200	eEFF, MIN	UDA, S
ET 2_fr	ET 5_unfr	C wählt (150, 450, 500) P+S 600,  P-S  300 vs. (100, 350, 525) P+S 450,  P-S  250	eEFF, MIN	UDA, S
ET 3_fr	ET 6_unfr	C wählt (150, 450, 525) P+S 600,  P-S  300 vs. (100, 300, 500) P+S 400,  P-S  200	eEFF, MIN, S	UDA
ET 4_fr	ET 7_unfr	C wählt (150, 450, 525) P+S 600,  P-S  300 vs. (100, 350, 500) P+S 450,  P-S  250	eEFF, MIN, S	UDA
ET 5_fr	ET 8_unfr	C wählt (150, 350, 500) P+S 500,  P-S  200 vs. (100, 450, 525) P+S 550,  P-S  350	MIN, UDA	eEFF, S
ET 6_fr	ET 11_unfr	C wählt (150, 300, 525) P+S 450,  P-S  150 vs. (100, 450, 500) P+S 550,  P-S  350	MIN, UDA, S	eEFF
ET 7_fr	ET 10_unfr	C wählt (150, 350, 500) P+S 500,  P-S  200 vs. (100, 450, 525) P+S 550,  P-S  350	MIN, UDA, S	eEFF
ET 8_fr	ET 13_unfr	C wählt (150, 450, 500) P+S 600,  P-S  300 vs. (100, 450, 500) P+S 550,  P-S  350	eEFF, MIN, UDA	

### B.4 Untersuchung auf Abweichung zwischen den Treatments hinsichtlich der Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs

Legende der Abkürzungen für die Signifikanzprüfung:

Treatment: *ungeframtes* Treatment = 0

*geframtes* Treatment = 1

Frage: Wie oft kaufen Sie Fairtrade-Produkte

Häufigkeit: immer = 1

oft = 2

gelegentlich = 3

selten = 4

nie = 5

Häufigkeit \* Treatment Kreuztabelle

Anzahl		Treatment		Gesamt
		0	1	
Häufigkeit	2	1	2	3
	3	13	15	28
	4	13	9	22
	5	2	4	6
	6	1	0	1
Gesamt		30	30	60

Chi-Quadrat-Tests

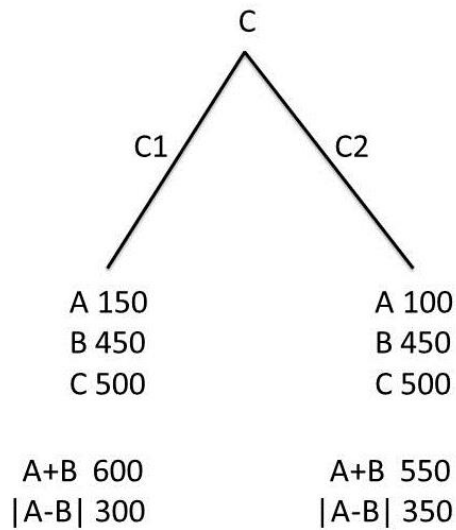
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,870 <sup>a</sup>	4	,580
Likelihood-Quotient	3,280	4	,512
Zusammenhang linear-linear	,406	1	,524
Anzahl der gültigen Fälle	60		

a. 6 Zellen (60,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,50.

**B.5 Between-Games-Ergebnisse für Superioraffinität**

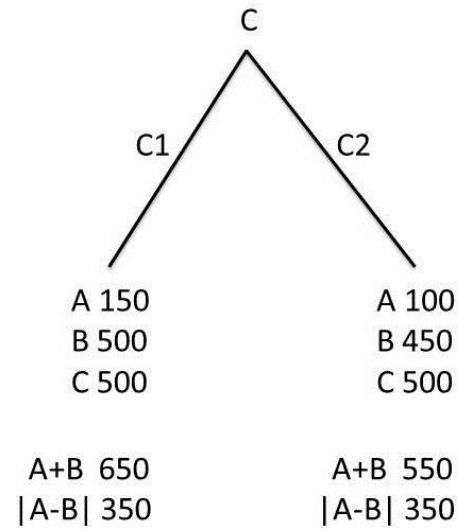
*Within-Subject*-Vergleich der Entscheidungssituationen **ET 13\_unfr** und **ET 14\_unfr**:

**ET 13\_unfr** (entspricht **Spiel 13**):



C1: UDA, eEFF, MIN

**ET 14\_unfr** (entspricht **Spiel 14**):



C1: eEFF, MIN

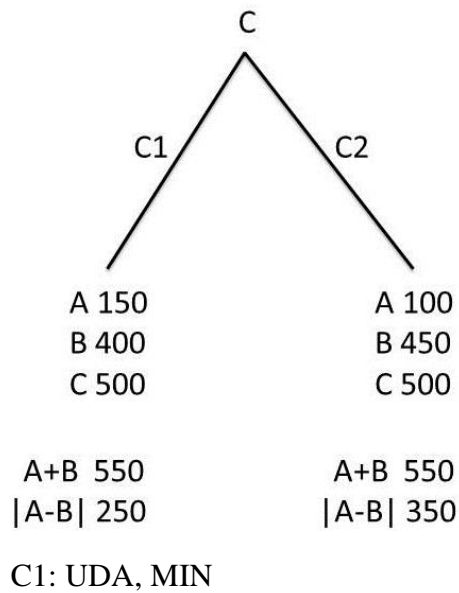
Typen mit prozentualer Häufigkeit auf einen Blick:

$C1_{ET\ 13\_unfr}   C1_{ET\ 14\_unfr}$	$C1_{ET\ 13\_unfr}   C2_{ET\ 14\_unfr}$	$C2_{ET\ 13\_unfr}   C1_{ET\ 14\_unfr}$	$C2_{ET\ 13\_unfr}   C2_{ET\ 14\_unfr}$
eEFF, MIN,	Superioraffinität	Abneigung gegen UDA	undefinierbar
83,33%	6,67%	0%	10,00%

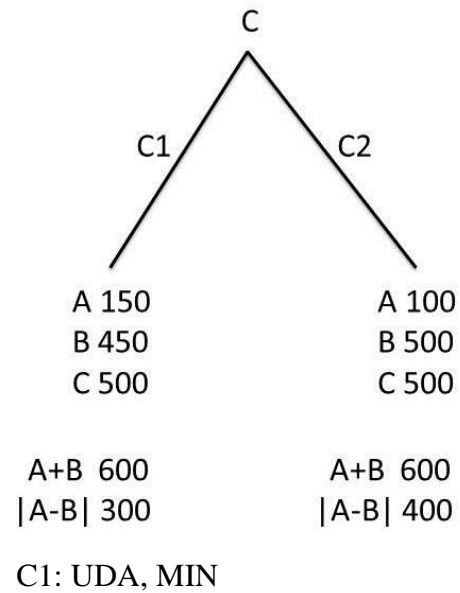


*Within-Subject*-Vergleich der der Entscheidungssituationen **ET 15\_unfr** und **ET 16\_unfr**:

**ET 15\_unfr** (entspricht **Spiel 15**):



**ET 16\_unfr** (entspricht **Spiel 16**):



Typen mit prozentualer Häufigkeit auf einen Blick:

$C1_{ET\ 15\_unfr}   C1_{ET\ 16\_unfr}$	$C1_{ET\ 15\_unfr}   C2_{ET\ 16\_unfr}$	$C2_{ET\ 15\_unfr}   C1_{ET\ 16\_unfr}$	$C2_{ET\ 15\_unfr}   C2_{ET\ 16\_unfr}$
MIN, UDA	undefinierbar	Superioraffinität	undefinierbar
96.67%	3,33%	0%	0%

## B.6 Untersuchung auf *Framing-Effekt*

Legende der Abkürzungen für die Signifikanzprüfung:

Treatment: *ungefrantes* Treatment = 0

*gefrantes* Treatment = 1

Choice: Wahl der Alternative C1 = 0

Wahl der Alternative C2 = 1

**Choice \* Treatment Kreuztabelle**

Anzahl		Treatment		Gesamt
		0	1	
Choice	0	181	173	354
	1	59	67	126
Gesamt		240	240	480

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (1- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	,689 <sup>a</sup>	1	,407		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	,527	1	,468		
Likelihood-Quotient	,689	1	,406		
Exakter Test nach Fisher				,468	,234
Zusammenhang linear-mit-linear	,687	1	,407		
Anzahl der gültigen Fälle	480				

a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 63,00.

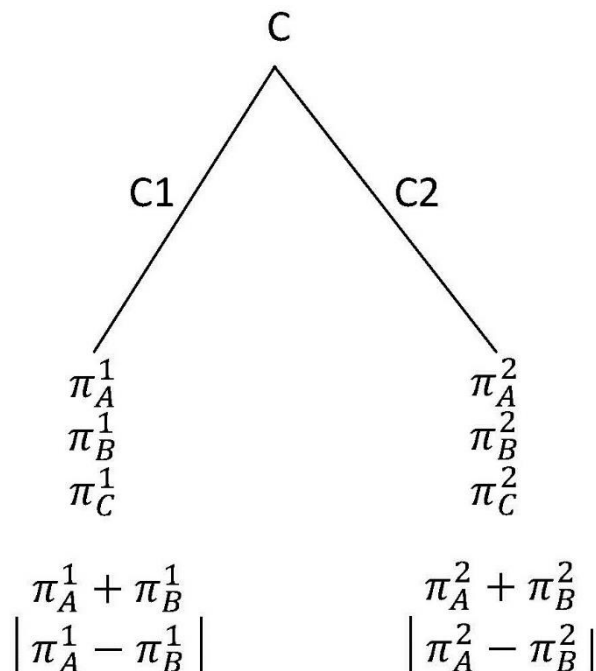
b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

## B.7 Prüfung des Modells

### B.7.1 Methodik

Analog zu Charness und Rabin (2002, S. 838ff.) würde auch hier eine Regressionsanalyse zur Schätzung des Modells durchzuführen sein. Bei einem Experiment, indem der Entscheidungsträger die Wahl zwischen zwei Alternativen hat (*binary choice experiment*), würde es sich um eine binär logistische Regressionsanalyse handeln.

Die Entscheidungssituation des Entscheidungsträgers, des Spielers C, im Drei-Personen-Spiel wäre folgende:



Bei  $\pi_A^1, \pi_B^1, \pi_C^1$  handelt es sich um die Auszahlungen der Spieler A, B und C bei Wahl der Alternative C1 des Spielers C sowie bei  $\pi_A^2, \pi_B^2, \pi_C^2$  um die Auszahlungen der Spieler A, B und C wenn er sich für die Alternative C2 entscheidet.

Die Nutzenfunktion des Spielers C im Drei-Personen-Spiel hat folgende Form (Siehe Kapitel 5 Konzeptionelles Modell):

$$\begin{aligned} U_C &= (\pi_C, \pi_B, \pi_A) \\ &= (1 - \lambda) \cdot \pi_C + \lambda \\ &\quad \cdot [\gamma \cdot (\pi_A + \pi_B) + \sigma \cdot \min[\pi_A, \pi_B, \pi_C] - \omega \cdot |\pi_A - \pi_B|] \end{aligned}$$

$$\lambda \in (0, 1), \quad \gamma \in (0, 1), \quad \sigma \in (0, 1), \quad \omega \in (0, 1)$$

Bezogen auf das experimentelle Design ergibt sich eine Nutzenfunktion des Spielers C für jede der beiden Alternativen.

Nutzenfunktion des Spielers C für die Alternative C1:

$$\begin{aligned} U_C^1 &= (\pi_C^1, \pi_B^1, \pi_A^1) \\ &= (1 - \lambda) \cdot \pi_C^1 + \lambda \\ &\quad \cdot [\gamma \cdot (\pi_A^1 + \pi_B^1) + \sigma \cdot \min[\pi_A^1, \pi_B^1, \pi_C^1] - \omega \cdot |\pi_A^1 - \pi_B^1|] + \varepsilon_1 \end{aligned}$$

Mit dem erklärenden Teil:

$$V_1 = (1 - \lambda) \cdot \pi_C^1 + \lambda \cdot [\gamma \cdot (\pi_A^1 + \pi_B^1) + \sigma \cdot \min[\pi_A^1, \pi_B^1, \pi_C^1] - \omega \cdot |\pi_A^1 - \pi_B^1|]$$

Und der Störgröße  $\varepsilon_1$ .

Nutzenfunktion des Spielers C für die Alternative C2:

$$\begin{aligned} U_C^2 &= (\pi_C^2, \pi_B^2, \pi_A^2) \\ &= (1 - \lambda) \cdot \pi_C^2 + \lambda \\ &\quad \cdot [\gamma \cdot (\pi_A^2 + \pi_B^2) + \sigma \cdot \min[\pi_A^2, \pi_B^2, \pi_C^2] - \omega \cdot |\pi_A^2 - \pi_B^2|] + \varepsilon_2 \end{aligned}$$

Mit dem erklärenden Teil:

$$V_2 = (1 - \lambda) \cdot \pi_C^2 + \lambda \cdot [\gamma \cdot (\pi_A^2 + \pi_B^2) + \sigma \cdot \min[\pi_A^2, \pi_B^2, \pi_C^2] - \omega \cdot |\pi_A^2 - \pi_B^2|]$$

Und der Störgröße  $\varepsilon_2$ .

Die Alternative C2 kann entweder die Ausprägung 1 annehmen, wenn der Proband sich für die Alternative C2 entscheidet (Alternative C1 hätte demnach die Ausprägung 0) oder die Ausprägung 0, wenn er nicht die Alternative C2 wählt (Alternative C1 hätte dann die

Ausprägung 1). Die Eintrittswahrscheinlichkeit (*Probability*, P), dass Alternative C2 gewählt wird (Ausprägung 1), entspricht der Wahrscheinlichkeit, dass der Nutzen des Spielers C bei der Alternative C2 größer ist als der Nutzen bei der Alternative C1:

$$P(\text{Alternative C2} = 1) = P(U_C^2 > U_C^1)$$

Da der Nutzen für die jeweilige Alternative sich zusammensetzt aus dem erklärenden Teil und der Störgröße, ergibt sich:

$$= P(V_2 + \varepsilon_2 > V_1 + \varepsilon_1)$$

Umgestellt:

$$= P(\varepsilon_2 - \varepsilon_1 > V_1 - V_2)$$

Multipliziert mit (-1) ergibt die kumulative Verteilungsfunktion (*Cumulative distribution function*, CDF):

$$= P(\varepsilon_1 - \varepsilon_2 < V_2 - V_1)$$

Folglich:

$$F(V_2 - V_1)$$

Bezogen auf das Modell wäre das:

$$\begin{aligned} V_2 - V_1 = & (1 - \lambda) \cdot \pi_C^2 + \lambda \cdot [\gamma \cdot (\pi_A^2 + \pi_B^2) + \sigma \cdot \min[\pi_A^2, \pi_B^2, \pi_C^2] - \omega \cdot |\pi_A^2 - \pi_B^2|] \\ & - (1 - \lambda) \cdot \pi_C^1 + \lambda \\ & \cdot [\gamma \cdot (\pi_A^1 + \pi_B^1) + \sigma \cdot \min[\pi_A^1, \pi_B^1, \pi_C^1] - \omega \cdot |\pi_A^1 - \pi_B^1|] \end{aligned}$$

Angepasst an das experimentelle Design und deren Auszahlungen für die einzelnen Spieler (zur Erinnerung: Spieler A ist der am schlechtesten gestellte Spieler):

$$\begin{aligned} = & (1 - \lambda) \cdot (\pi_C^2 - \pi_C^1) + \lambda \cdot \gamma \cdot [(\pi_A^2 + \pi_B^2) - (\pi_A^1 + \pi_B^1)] + \lambda \cdot \sigma \cdot [\pi_A^2 - \pi_A^1] - \lambda \cdot \omega \\ & \cdot [(\pi_B^2 - \pi_A^2) - (\pi_B^1 - \pi_A^1)] \end{aligned}$$

Zur Veranschaulichung:

$$\begin{aligned}
 &= (1 - \lambda) \cdot \underbrace{(\pi_C^2 - \pi_C^1)}_S + \lambda \cdot \gamma \cdot \underbrace{[(\pi_A^2 + \pi_B^2) - (\pi_A^1 + \pi_B^1)]}_{\text{eEFF}} \\
 &+ \lambda \cdot \sigma \cdot \underbrace{[\pi_A^2 - \pi_A^1]}_{\text{MIN}} - \lambda \cdot \omega \cdot \underbrace{[(\pi_B^2 - \pi_A^2) - (\pi_B^1 - \pi_A^1)]}_{\text{UDA}}
 \end{aligned}$$

Für die Spiele (Vergleich: B.1 Vollständiges experimentelles Design aller Spiele) würde das Folgendes bedeuten:

Spiele	S	eEFF	MIN	UDA
Spiel 1	0	-100	0	100
Spiel 2	0	-100	0	100
Spiel 3	25	-100	0	100
Spiel 4	25	-200	-50	100
Spiel 5	25	-150	-50	50
Spiel 6	-25	-200	-50	100
Spiel 7	-25	-150	-50	50
Spiel 8	25	50	-50	-150
Spiel 9	25	100	-50	-200
Spiel 10	-25	50	-50	-150
Spiel 11	-25	100	-50	-200
Spiel 12	0	50	-50	-150
Spiel 13	0	-50	-50	-50
Spiel 14	0	-100	-50	0
Spiel 15	0	0	-50	-100
Spiel 16	0	0	-50	-100

Bei der binär logistischen Regression wären S, eEFF, MIN und UDA die unabhängigen Variablen und die erklärende Variable die Wahl („Choice“) für (entspricht 1) oder gegen (entspricht 0) die Alternative C2. Die Beobachtungen ergeben sich aus den gespielten Entscheidungssituationen für alle teilgenommenen Probanden.

### B.7.2 Grund für die Unausführbarkeit der Modellschätzung

Auf Grund von perfekter Multikollinearität konnte die Regression nicht durchgeführt werden, denn die Summe aus eEFF und UDA ist eine Linearkombination für MIN:

$$\begin{aligned} & [(\pi_A^2 + \pi_B^2) - (\pi_A^1 + \pi_B^1)] + [(\pi_B^2 - \pi_A^2) - (\pi_B^1 - \pi_A^1)] \cdot (-1) \\ &= (\pi_A^2 - \pi_A^1 + \pi_B^2 - \pi_B^1) + (\pi_B^1 - \pi_B^2 + \pi_A^2 - \pi_A^1) \\ &= 2 \cdot (\pi_A^2 - \pi_A^1), \end{aligned}$$

was genau zweimal MIN entspricht. Die Maximin-Präferenz wird also perfekt vorhergesagt von der externen Effizienz und der universalen Differenz.

Es wäre eine inkorrekte Schlussfolgerung das Modell als fehlerhaft zu bewerten, nur weil es statistisch nicht zu schätzen ist.

### B.7.3 Prüfung des Modells mit Ausschluss der Maximin-Präferenz

Da es nicht möglich ist, das vollständige Modell statistisch zu prüfen, wird es im Folgenden mit Verzicht auf die Maximin-Präferenz geschätzt. Betrachtet werden also Eigeninteresse, S, externe Effizienzpräferenz, eEFF, und die universale Differenzaversion, UDA. Die Regressionsanalyse wurde mit dem Statistikprogramm SPSS durchgeführt (für das *ungeframte* Treatment, 480 Beobachtungen = 16 Entscheidungssituationen\*30 Probanden):

**Modellzusammenfassung**

Schritt	-2 Log-Likelihood	Cox & Snell R-Quadrat	Nagelkerkes R-Quadrat
1	507,869 <sup>a</sup>	,108	,156

a. Schätzung beendet bei Iteration Nummer 4, weil die Parameterschätzer sich um weniger als ,001 änderten.

Das angepasste Bestimmtheitsmaß (bei der binären Regression Nagelkerkes R-Quadrat) hat einen Wert von 0,156. Das Modell erklärt also 15,6%. Diese Höhe der Erklärungskraft ist bei verhaltensökonomischen Modellen, die mit Experimenten geprüft werden, gewöhnlich (zum Beispiel: Vgl. Charness und Rabin, 2002, S. 840).

Ferner kann von einer guten Klassifizierungsgüte des Modells gesprochen werden (Vorhersagekraft des Modells liegt bei 76%):

Klassifizierungstabelle<sup>a</sup>

		Beobachtet	Vorhergesagt		
			Choice		Prozentsatz der Richtigen
			0	1	
Schritt 1	Choice 0		312	37	89,4
	1		78	53	40,5
		Gesamtprozentsatz			76,0

a. Der Trennwert lautet ,500

Darüber hinaus hat den höchsten Einfluss Eigeninteresse (0,035), gefolgt von externer Effizienzpräferenz (0,013) und universaler Differenzaversion (0,008):

Variablen in der Gleichung

		Regressionsko- effizientB	Standardfehler	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Schritt 1 <sup>a</sup>	S	,035	,006	29,241	1	,000	1,036
	eEFF	,013	,003	14,121	1	,000	1,013
	UDA	,008	,003	7,332	1	,007	1,008
	Konstante	-,308	,260	1,409	1	,235	,735

a. In Schritt 1 eingegebene Variablen: S, eEFF, UDA.

Alle drei unabhängigen Variablen sind hochsignifikant (Wald-Test).

Allerdings ist die Korrelation der Schätzer bei der Interpretation der Analyseergebnisse zu berücksichtigen:



**Korrelationsmatrix**

		Konstante	S	eEFF	UDA
Schritt 1	Konstante	1,000	-,158	,877	,885
	S	-,158	1,000	,029	-,034
	eEFF	,877	,029	1,000	,940
	UDA	,885	-,034	,940	1,000

Eine sehr hohe Korrelation von 94% zeigt sich zwischen der externen Effizienzpräferenz und der universalen Differenzaversion.

### **B.8 Untersuchung auf Abweichung zwischen Experiment und Meinungsumfrage hinsichtlich der Häufigkeit des Fairtrade-Kaufs**

Legende der Abkürzungen für die Signifikanzprüfung:

Stichprobe: Experiment = 0

Meinungsumfrage = 1

Frage: Wie oft kaufen Sie Fairtrade-Produkte

Häufigkeit: immer = 1

oft = 2

gelegentlich = 3

selten = 4

nie = 5

**Häufigkeit \* Stichprobe Kreuztabelle**

Anzahl		Stichprobe		Gesamt
		0	1	
Häufigkeit	1	0	2	2
	2	3	25	28
	3	28	25	53
	4	22	11	33
	5	6	0	6
	6	1	0	1
Gesamt		60	63	123

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	30,067 <sup>a</sup>	5	,000
Likelihood-Quotient	36,059	5	,000
Zusammenhang linear-mit- linear	27,263	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	123		

a. 6 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,49.

## Literaturverzeichnis

- Adams, J. S. (1963): Toward an understanding of inequity. In: *Journal of Abnormal and Social Psychology* 67(5), 422–436.
- Adams, J. S. (1965): Inequity in social exchange. In: L. Berkowitz (Ed.): *Advances in experimental social psychology* 2, 267-299, New York: Academic Press.
- Adams, M., Raisborough, J. (2010): Making a difference: ethical consumption and the everyday. In: *The British Journal of Sociology* 61(2), 256-274.
- Andreoni, J. (1988): Why free ride? Strategies and learning in public goods experiments. In: *Journal of Public Economics* 37(3), 291-304.
- Andreoni, J. (1989): Giving with Impure Altruism: Applications to Charity and Ricardian Equivalence. In: *The Journal of Political Economy* 97(6), 1447-1458.
- Andreoni, J. (1990): Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving. In: *Economic Journal* 100(401), 464-477.
- Andreoni, J. (1995): Cooperation in Public-Goods Experiments: Kindness or Confusion?. In: *The American Economic Review* 85(4), 891-904.
- Andreoni, J., Miller, J. (2002): Giving According to GARP: An Experimental Test of Consistency of Preferences for Altruism. In: *Econometrica* 70(2), 737-753.
- Arnot, C., Boxall, P. C., Cash, S. B. (2006): Do ethical consumers care about price? A revealed preference analysis of fair trade coffee purchases. In: *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue canadienne d'agroeconomie* 54(4), 555-565.
- Arrow, K. J. (1950): A difficulty in the concept of social welfare. In: *The Journal of Political Economy* 58(4), 328-346.
- Auger, P., Burke, P., Devinney, T. M., Louviere, J. J. (2003): What will consumers pay for social product features?. In: *Journal of Business Ethics* 42(3), 281-304.
- Bardi, A., Schwartz, S. H. (2003): Values and behavior: Strength and structure of relations. In: *Personality and social psychology bulletin*, 29(10), 1207-1220.
- Basu, A. K., Hicks, R. L. (2008): Label performance and the willingness to pay for Fair Trade coffee: a cross-national perspective. In: *International Journal of Consumer Studies* 32(5), 470-478.

- Bazerman, M. H., Gibbons, R., Thompson, L., Valley, K. L. (1998): Can Negotiators Outperform Game Theory?. In: *Debating Rationality: Nonrational Aspects of Organizational Decision Making*, 78–98.
- Becchetti, L., Rosati, F. V. (2007): The Global Social Preferences and the Demand for Socially Responsible Products: Empirical Evidence from a Pilot Study on Fair Trade Consumers. In: *The World Economy* 30(5), 807-836.
- Bentham, J. (1977): A Comment on the Commentaries and A Fragment on Government. In: *The Collected Works of Jeremy Bentham*, ed. J. H. Burns and H. L. A. Hart, London, (CW).
- Bergson (born Burk), A. (1938): A Reformulation of Certain Aspects of Welfare Economics. In: *The Quarterly Journal of Economics* 52(2), 310-334.
- Bergstrom, T., Blume, L., Varian, H. (1986): On the private provision of public goods. In: *Journal of Public Economics* 29(1), 25-49.
- Bezençon, V. (2011): Producers and the fair trade distribution systems: what are the benefits and problems?. In: *Sustainable Development*, 19(1), 60-70.
- Bezençon, V., Blili, S. (2010): Ethical products and consumer involvement: what's new?. In: *European Journal of Marketing*, 44(9/10), 1305-1321.
- Bezençon, V., Blili, S. (2006): Fair trade channels: are we killing the romantics?. In: *International Journal of Environmental, Cultural, Economic and Social Sustainability*, 2(1), 187-196.
- Bezençon, V., Blili, S. (2009): Fair Trade Managerial Practices: Strategy, Organisation and Engagement. In: *Journal of Business Ethics*, 90(1), 95-113.
- Bezençon, V., Blili, S. (2011): Segmenting the market through the determinants of involvement: The case of fair trade. In: *Psychology & Marketing* 28(7), 682-708.
- Bishop, R. C., Heberlein, T. A. (1979): Measuring values of extramarket goods: Are indirect measures biased?. In: *American journal of agricultural economics* 61(5), 926-930.

- Blanco, M., Engelmann, D., Normann, H.-T. (2011): A Within-Subject Analysis of Other-Regarding Preferences. In: *Games and Economic Behavior* 72(2), 321-338.
- Bohm, P. (1972): Estimating demand for public goods: An experiment. In: *European Economic Review* 3(2), 111-130.
- Bolton, G., Ockenfels, A. (2000): ERC: A Theory of Equity, Reciprocity and Competition. In: *The American Economic Review* 90(1), 166-193.
- Bolton, G. E., Ockenfels, A. (2006): Inequality Aversion, Efficiency, and Maximin Preferences in Simple Distribution Experiments: Comment. In: *The American Economic Review* 96(5), 1906-1911.
- Boulstridge, E., Carrigan, M. (2000): Do consumers really care about corporate responsibility? Highlighting the attitude-behaviour gap. In: *Journal of Communication Management* 4(4), 355-368.
- Bray, J., Johns, N., Kilburn, D. (2011): An exploratory study into the factors impeding ethical consumption. In: *Journal of Business ethics* 98(4), 597-608.
- Brosig, J., Riechmann, T., Weimann, J. (2007). Selfish in the end?: an investigation of consistency and stability of individual behavior. In: *FEMM Working Paper Series No. 05/2007*, 1-33.
- Brosig-Koch, J., Helbach, C., Ockenfels, A., Weimann, J. (2011): Still different after all these years: Solidarity behavior in East and West Germany. In: *Journal of Public Economics* 95(11), 1373-1376.
- Briggeman, B. C., Lusk, J. L. (2011): Preferences for Fairness and Equity in the food system. In: *European Review of Agricultural Economics* 38(1), 1-29.
- Burns, J. H. (2005): Happiness and utility: Jeremy Bentham's equation. In: *Utilitas*, 17(1), 46-61.
- Camerer, C., Thaler, R. H. (1995): Ultimatums, Dictators and Manners. In: *The Journal of Economic Perspectives* 9(2), 209-219.
- Camerer, C. F., Loewenstein, G., Rabin, M. (Eds.) (2011): *Advances in behavioral economics*. Princeton: University Press.

- Chang, J. B., Lusk, J. L. (2009): Fairness and food choice. In: *Food Policy* 34(6), 483-491.
- Charness, G. (2004): Attribution and Reciprocity in an Experimental Labor Market. In: *Journal of Labor Economics* 22(3), 665-688.
- Charness, G., Grosskopf, B. (2001): Relative Payoffs and Happiness: An Experimental Study. In: *Journal of Economic Behavior & Organization* 45(3), 301-328.
- Charness, G., Rabin, M. (2000): Social Preferences: Some Simple Tests and a new model. Discussion Paper, University of California, Berkeley.
- Charness, G., Rabin, M. (2002): Understanding Social Preferences with Simple Tests. In: *The Quarterly Journal of Economics*, 117(3), 817-869.
- Charness, G., Rabin, M. (2005). Expressed preferences and behavior in experimental games. In: *Games and Economic Behavior* 53(2), 151-169.
- Co-operative Group/MORI (2004): Shopping with Attitude. URL: [http://www.politiquessociales.net/IMG/pdf/shopping\\_with\\_attitude\\_2\\_.pdf](http://www.politiquessociales.net/IMG/pdf/shopping_with_attitude_2_.pdf) (Stand: 13.10.2013).
- Cowe, R., Williams, S. (2000): Who are the ethical consumers. Co-operative Bank: Manchester.
- Cox, J. C., Friedman, D., Gjerstad, S. (2007): A Tractable Model of Reciprocity and Fairness. In: *Games and Economic Behavior* 59(1), 17-45.
- Dannenber, A., Riechmann, T., Sturm, B., Vogt, C. (2007): Inequity aversion and individual behavior in public good games: An experimental investigation. ZEW-Centre for European Economic Research, Discussion Paper, (07-034).
- Dannenber, A., Riechmann, T., Sturm, B., Vogt, C. (2012): Inequality aversion and the house money effect. In: *Experimental Economics* 15(3), 460-484.
- Daruvala, D. (2010): Would the Right Social Preference Model Please Stand up! In: *Journal of Economic Behavior & Organizations* 73(2), 199-208.
- DAWS (2011): A Success story for Producers and Consumers - Fair trade facts and figures, AC Clumborg, The Netherlands: The Dutch Association of Worldshops.

- De Ferran, F., Grunert, K. G. (2007): French fair trade coffee buyers' purchasing motives: An exploratory study using means-end chains analysis. In: *Food Quality and Preference* 18(2), 218-229.
- De Pelsmacker, P., Driesen, L., Rayp, G. (2005): Do Consumers Care about Ethics? Willingness to Pay for Fair-Trade Coffee. In: *The Journal of Consumer Affairs* 39(2), 363-385.
- De Pelsmacker, P., Janssens, W., Sterckx, E., Mielants, C. (2006): Fair-trade beliefs, attitudes and buying behaviour of Belgian consumers. In: *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* 11(2), 125-138.
- Didier, T., Lucie, S. (2008): Measuring consumer's willingness to pay for organic and Fair Trade products. In: *International Journal of Consumer Studies* 32(5), 479-490.
- Doran, C. J. (2010): Fair Trade Consumption: In Support of the Out-Group. In: *Journal of Business Ethics* 95(4), 527-541.
- Doran, C. J. (2009): The role of personal values in fair trade consumption. In: *Journal of Business Ethics* 84(4), 549-563.
- Doran, C. J., Natale, S. M. (2011): ἐμπάθεια (Empatheia) and Caritas: The Role of Religion in Fair Trade Consumption. In: *Journal of Business Ethics* 98(1), 1-15.
- Ellison, B., Lusk, J. L., Briggeman, B. (2010): Other-regarding behavior and taxpayer preferences for farm policy. In: *The BE Journal of Economic Analysis & Policy* 10(1), 1935-1682.
- EFTA (2006): Sixty years of fair trade. A brief history of the Fair Trade movement. The European Fair Trade Association. URL: <http://www.european-fair-trade-association.org/efta/Doc/History.pdf> (Stand: 16.08.2013).
- Elliott, K. A., Freeman, R. B. (2004): White Hats or Don Quixotes? Human Rights Vigilantes in the Global Economy. In: *Emerging Labor Market Institutions for the Twenty-First Century* (47-97), Chicago: University of Chicago Press.
- Engelmann, D. (2012): How not to extend models of inequality aversion. In: *Journal of Economic Behavior & Organization* 81(2), 599-605.

- Engelmann, D., Strobel, M. (2004): Inequality Aversion, Efficiency, and Maximin Preferences in Simple Distribution Experiments. In: *The American Economic Review* 94(4), 857-869.
- Engelmann, D., Strobel, M. (2006): Inequality Aversion, Efficiency, and Maximin Preferences in Simple Distribution Experiments: Reply. In: *The American Economic Review* 96(5), 1918-1923.
- European Commission. (1997): *The Common Agricultural Policy: Attitudes of EU Consumers to FairTrade Bananas*. Directorate-General for Agriculture (DGVI), Brussels, URL: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_116\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_116_en.pdf) (Stand: 13.10.2013).
- European Commission (2012): *Europeans' attitudes towards food security, food quality and the countryside, Special Eurobarometer 389 / Wave EB77.2 – TNS Opinion & Social*. URL: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_389\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_389_en.pdf) (Stand: 13.10.2013).
- European Commission (2011): *Making a difference in the world: Europeans and the future of development aid, Special Eurobarometer 375 / Wave EB7.61 – TNS opinion & social*. URL: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_375\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_375_en.pdf) (Stand: 13.10.2013).
- FLO (2012a): *Fairtrade – Reichweite und Wirkung, Zahlen, Fakten, Studien, Monitoring-Berichte, Fairtrade International 2012. Vierte Ausgabe*. URL: [http://www.fairtrade.at/fileadmin/user\\_upload/PDFs/Produzenten/2012-Monitoring\\_Report\\_DEUTSCH.pdf](http://www.fairtrade.at/fileadmin/user_upload/PDFs/Produzenten/2012-Monitoring_Report_DEUTSCH.pdf) (Stand: 15.08.2013).
- FLO (2012b): *For Producers, With Producers, Annual Report 2011-12, Germany: Fairtrade International*. URL: [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2011-12\\_AnnualReport\\_web\\_version\\_small\\_FairtradeInternational.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2011-12_AnnualReport_web_version_small_FairtradeInternational.pdf) (Stand: 15.08.2013).
- Fehr, E., Gächter, S. (1998): Reciprocity and economics: The economic implications of Homo Reciprocans. In: *European Economic Review* 42(3), 845-859.



- Fehr, E., Gächter, S. (2000): Fairness and Retaliation: The Economics of Reciprocity. In: *The Journal of Economic Perspectives* 14(3), 159-181.
- Fehr, E., Gächter, S. (2002): Altruistic Punishment in Humans. In: *Nature* 415(6868), 137-140.
- Fehr, E., Gächter, S., Kirchler, E., Weichbold, A. (1998): When Social Norms Overpower Competition: Gift Exchange in Experimental Labor Markets. In: *Journal of Labor Economics* 16(2), 324-351.
- Fehr, E., Gächter, S., Kirchsteiger, G. (1997): Reciprocity as a Contract Enforcement Device. In: *Econometrica* 65(4), 833-860.
- Fehr, E., Klein, A., Schmidt, K. M. (2007): Fairness and Contract Design. In: *Econometrica* 75(1), 121-154.
- Fehr, E., Kirchsteiger, G., Riedl, A. (1993): Does Fairness Prevent Market Clearing? An Experimental Investigation. In: *The Quarterly Journal of Economics* 108(2), 437-459.
- Fehr, E., Naef, M., Schmidt, K. M. (2006): Inequality aversion, efficiency, and maximin preferences in simple distribution experiments: Comment. In: *The American Economic Review* 96(5), 1912-1917.
- Fehr, E., Schmidt, K. M. (1999): A theory of Fairness, Competition and Cooperation. In: *The Quarterly Journal of Economics* 114(3), 817-868.
- Fehr, E., Schmidt, K. M. (2004a): Fairness and Incentives in a Multi-Task Principal-Agent Model. In: *The Scandinavian Journal of Economics* 106(3), 453-474.
- Fehr, E., Schmidt, K. M. (2004b): The Role of Equality, Efficiency, and Rawlsian Motives in Social Preferences: A Reply to Engelmann and Strobel. In: Working Paper Series ISSN 1424-0459, Institute for Empirical Research in Economics: University of Zurich.
- Fehr, E., Schmidt, K. M. (2003): Theories of Fairness and Reciprocity: Evidence and Economic Applications. In: Dewatripont, M., Hansen, L.P., Turnovski, S. (eds.), *Advances in Economic Theory, Eighth World Congress of the Econometric Society, Vol. 1*, Cambridge: Cambridge University Press, 208-257.

- Field, G. C. (1926): *The Works of Aristotle: Ethica Nicomachea*. Translated by Ross, W. D, Oxford University Press, 1925, *Philosophy* 1 (02), 254-255.
- Fischbacher, U. (2007): z-Tree: Zurich Toolbox for Ready-made Economic Experiments. In: *Experimental Economics* 10(2), 171-178.
- Forum Fairer Handel e.V. & Weltladen-Dachverband e.V. (2011): *Zielgruppen des Fairen Handels - Handreichung für Weltläden*.
- Forsythe, R., Horowitz, J. L., Savin, N. E., Sefton, M. (1994): Fairness in Simple Bargaining Experiments. In: *Games and Economic Behavior* 6(3), 347-369.
- Freestone, O. M., McGoldrick, P. J. (2008): Motivations of the ethical consumer. In: *Journal of Business Ethics* 79(4), 445-467.
- Frohlich, N., Oppenheimer, J. A., Eavey, C. L. (1987): Laboratory results on Rawls's distributive justice. In: *British Journal of Political Science* 17(1), 1-21.
- Frohlich, N., Oppenheimer, J., Kurki, A. (2004): Modeling other-regarding preferences and an experimental test. In: *Public Choice* 119(1-2), 91-117.
- Fudenberg, D., Levine, D., K. (2012): Fairness, risk preferences and independence: Impossibility theorems. In: *Journal of Economic Behavior & Organization* 81(2), 606-612.
- GEPA (2013): *Definition des Fairen Handels*, GEPA - The Fair Trade Company. URL: [http://www.fairtrade.de/cms/media/pdf/was\\_ist\\_fairer\\_handel/fairtrade\\_Definition\\_des\\_fairen\\_Handels.pdf](http://www.fairtrade.de/cms/media/pdf/was_ist_fairer_handel/fairtrade_Definition_des_fairen_Handels.pdf) (Stand: 16.08.2013).
- Gidengil, E. (1995): Economic man—social woman? The case of the gender gap in support for the Canada-United States Free Trade Agreement. In: *Comparative Political Studies* 28(3), 384-408.
- GlobeScan (2011): *Shopping Choices Can Make a Positive Difference to Farmers and Workers*. In: *Developing Countries: Global Poll*. URL: <http://www.globescan.com/commentary-and-analysis/press-releases/press-releases-2011/94-press-releases-2011/136-shopping-choices-can-make-a-positive-difference-to-farmers-and-workers-in-developing-countries.html> (Stand: 16.08.2013).

- Güth, W., Kliemt, H., Ockenfels, A. (2003): Fairness versus Efficiency: An Experimental Study of (Mutual) Gift Giving. In: *Journal of Economic Behavior and Organization* 50(4), 456-475.
- Güth, W., Schmittberger, R., Schwarze, B. (1982): An experimental analysis of ultimatum bargaining. In: *Journal of Economic Behavior & Organization* 3(4), 367-388.
- Harsanyi, J. C. (1975): Can the maximin principle serve as a basis for morality? A critique of John Rawls's theory. In: *The American Political Science Review* 69(2), 594-606.
- Harsanyi, J. C. (1976): Cardinal welfare, individualistic ethics, and interpersonal comparisons of utility. In: *Essays on Ethics, Social Behavior, and Scientific Explanation* (6-23). Springer: Netherlands.
- von Hauff, M., Claus, K. (2012): *Fair Trade: ein Konzept nachhaltigen Handels*. UVK Verlagsgesellschaft: Konstanz und München.
- von Hauff, M., Kleine, A. (2005): Methodischer Ansatz zur Systematisierung von Handlungsfeldern und Indikatoren einer Nachhaltigkeitsstrategie – Das Integrierende Nachhaltigkeits-Dreieck. In: *Diskussionsbeitrag 19-05*, Technische Universität Kaiserslautern.
- von Hauff, M., Kleine, A. (2006): Methodological approach for the systematisation of the areas of action and the indicators of a sustainability strategy: the integrative sustainability triangle. In: *International Journal of Environment and Sustainable Development*, 5(4), 372-394.
- von Hauff, M., Kleine, A. (2009a): *Nachhaltige Entwicklung: Grundlagen und Umsetzung*. Oldenbourg Verlag: München.
- von Hauff, M., Kleine, A. (2009b): Sustainability-driven implementation of corporate social responsibility: application of the integrative sustainability triangle. In: *Journal of Business Ethics*, 85(3), 517-533.
- Hemingway, C. A., MacLagan, P. W. (2004): Managers' personal values as drivers of corporate social responsibility. In: *Journal of Business Ethics* 50(1), 33-44.

- Hiscox, M. J., Smyth, N. F. (2006): Is There Consumer Demand for Improved Labor Standards? Evidence from Field Experiments in Social Labeling. Harvard: Department of Government Harvard University.
- Hoffman, E., McCabe, K. A., Shachat, K., Smith, V. L. (1994): Preferences, Property Rights, and Anonymity in Bargaining Games. In: *Games and Economic Behavior* 7(3), 346-380.
- Hoffman, E., McCabe, K. A., Smith, V. L. (1996): On Expectations and the Monetary Stakes in Ultimatum Games. In: *International Journal of Game Theory* 25(3), 289-301.
- Howard, P. H., Allen, P. (2008): Consumer willingness to pay for domestic 'fair trade': Evidence from the United States. In: *Renewable Agriculture and Food Systems* 23(3), 235-242.
- Jung, D. (2005): Fair Trade Labelling Organizations International (FLO): Der faire Preis im FLO-System, Veranstaltungsdokumentation, Was ist ein fairer Preis?. In: *Forum Fairer Handel*, 17.01.05 in Frankfurt a. M.
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., Thaler, R. H. (1986): Fairness and the Assumptions of Economics. In: *The Journal of Business* 59(4), 5285-5300.
- Konow, J. (2001): Fair and square: the four sides of distributive justice. In: *Journal of Economic Behavior & Organization* 46(2), 137-164.
- Kritikos, A., Bolle, F. (2001): Distributional Concerns: Equity- or Efficiency-Oriented? In: *Economic Letters* 73(3), 333-338.
- Krugman, P., Obstfeld, M. (2009): *Internationale Wirtschaft*. Pearson Deutschland GmbH.
- Levati, M. V., Ploner, M., Traub (2007): Are Cooperators Efficiency- or Fair-minded? Evidence from a Public Good Experiment. In: *Jena Economic Research Papers*, # 2007-067.
- Levin, I. P., Schneider, S. L. & Gaeth, G. J. (1998): All frames are not created equal: A typology and critical analysis of framing effects. In: *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 76(2), 149-188.

- List, J. A., Gallet, C. A. (2001): What experimental protocol influence disparities between actual and hypothetical stated values? In: *Environmental and Resource Economics* 20(3), 241-254.
- Littrell, M. A., Dickson, M. A. (1999): *Social responsibility in the global market: Fair trade of cultural products*. SAGE Publications, Incorporated.
- Loewenstein, G. F., Thompson, L., Bazerman, M. H. (1989): Social utility and decision making in interpersonal contexts. In: *Journal of Personality and Social psychology*, 57(3), 426.
- Loureiro, M. L., Lotade, J. (2005): Do fair trade and eco-labels in coffee wake up the consumer conscience?. In: *Ecological Economics* 53(1), 129-138.
- Lusk, J. L., Briggeman, B. C. (2011): Selfishness, altruism, and inequality aversion toward consumers and farmers. In: *Agricultural Economics* 42(2), 121-139.
- Marks, L. J., Mayo, M. A. (1991): An Empirical Test of a Model of Consumer Ethical Dilemmas. In: *Advances in Consumer Research* 18, 720-728.
- Marymount University Center for ethical Concerns (1999): *The Consumers and sweatshops*. URL:  
<http://connect.marymount.edu/news/garmentstudy/overview.html> (Stand: 13.10.2013).
- Maseland, R., De Vaal, A. (2002): How fair is fair trade?. In: *De Economist*, 150(3), 251-272.
- Moore, G. (2004): The Fair Trade movement: parameters, issues and future research. In: *Journal of business ethics*, 53(1-2), 73-86.
- Multatuli (2012): *Max Havelaar oder die Kaffee-Versteigerungen der niederländischen Handels-Gesellschaft*. Verlag tredition, Hamburg.
- Nicholls, A., Opal, C. (2005): *Fair trade: Market-driven ethical consumption*. Sage Publications Limited.
- Ochs, J., Roth, A. L. (1989): An Experimental Study of Sequential Bargaining. In: *The American Economic Review* 79(3), 355-384.

- Ockenfels, A., Selten, R., (1998): An Experimental Solidarity Game. In: *Journal of Economic Behavior and Organization* 34(4), 517-539.
- Ockenfels, A., Weimann, J. (1998): Types and patterns: an experimental East-West-German comparison of cooperation and solidarity. In: *Journal of Public Economics* 71(2), 275-287.
- Prasad, M., Kimeldorf, H., Meyer, R., Robinson, I. (2004): Consumers of the World Unite A Market-based Response to Sweatshops. In: *Labor Studies Journal* 29(3), 57-79.
- Pritchard, R. D. (1969): Equity theory: A review and critique. In: *Organizational Behavior and Human Performance* 4(2), 176-211.
- Program on International Policy Attitudes, PIPA, (2000): Americans on Globalization. A Study of US Public Attitudes, University of Maryland. URL: [http://www.pipa.org/OnlineReports/Globalization/AmericansGlobalization\\_Mar00/AmericansGlobalization\\_Mar00\\_rpt.pdf](http://www.pipa.org/OnlineReports/Globalization/AmericansGlobalization_Mar00/AmericansGlobalization_Mar00_rpt.pdf) (Stand: 13.10.2013).
- Rabin, M. (1993): Incorporating Fairness into Game Theory and Economics. In: *The American Economic Review* 83(5), 1281-1302.
- Rawls, J. (1979): *Eine Theorie der Gerechtigkeit*, 1. Auflage, Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- Roberts, J. A. (1996): Green consumers in the 1990s: profile and implications for advertising. In: *Journal of Business Research* 36(3), 217-231.
- Roth, A. E., Prasnikar, V., Zamir, S., Okuno-Fujiwara, M. (1991): Bargaining and Market Behavior in Jerusalem, Ljubljana, Pittsburgh, and Tokyo: An Experimental Study. In: *The American Economic Review* 81(5), 1068-1095.
- Rubinstein, A. (1982): Perfect Equilibrium in a Bargaining Model. In: *Econometrica* 50(1), 97- 109.
- Samuelson, P. (1947): *Foundations of Economic Analysis*. Cambridge, M.A.: Harvard University Press.
- Schokkaert, E., Overlaet, B. (1989): Moral intuitions and economic models of distributive justice. In: *Social Choice and Welfare* 6(1), 19-31.

- Schuldt, J. P., Muller, D., Schwarz, N. (2012): The „Fair Trade“ Effect Health Halos from Social Ethics Claims. In: *Social Psychological and Personality Science* 3(5), 581-589.
- Schwartz, S. H. (1994): Are there universal aspects in the structure and contents of human values? In: *Journal of Social Issues* 50(4), 19-45.
- Selten, R., Ockenfels, A. (1998): An experimental solidarity game. *Journal of Economic Behavior & Organization* 34(4), 517-539.
- Sen, A. K. (1980): Equality of what?. In: *The Tanner lectures on human values* 1, 353-369.
- Sen, A. K. (2009): *The Idea of Justice*. Harvard University Press.
- Shaw, D., Clarke, I. (1999): Belief formation in ethical consumer groups: an exploratory study. In: *Marketing Intelligence & Planning* 17(2), 109-120.
- Shaw, D., Grehan, E., Shiu, E., Hassan, L., Thomson, J. (2005): An exploration of values in ethical consumer decision making. In: *Journal of Consumer Behaviour* 4(3), 185-200.
- Shaw, D., Hogg, G., Wilson, E., Shiu, E., Hassan, L. (2006): Fashion victim: the impact of fair trade concerns on clothing choice. In: *Journal of Strategic Marketing* 14(4), 427-440.
- Shaw, D., Tomolillo, D. A. (2004): Undressing the Ethical Issues in Fashion: A Consumer Perspective. In: Moore, C., Bruce, M., Birtwistle, G. (eds.), *International Retail Marketing: A Case Study Approach*, 141-152.
- Sikula, A., Costa, A. D. (1994): Are women more ethical than men?. In: *Journal of Business Ethics* 13(11), 859-871.
- Sinus-Institut Heidelberg (2011): *Zielgruppe des Fairen Handels, Befunde der Fokusgruppen mit Sozioökologischen, Liberal-Intellektuellen, Performern und Adaptiv-Pragmatischen*. Studie im Auftrag des Forum Fairer Handel e.V., Heidelberg.
- Soper, K. (2007): Re-thinking the ‘Good Life’ - The citizenship dimension of consumer disaffection with consumerism. In: *Journal of Consumer Culture* 7(2), 205-229.

- Stahl, I. (1972): Bargaining Theory. Economic Research Institute: Stockholm.
- Steenhaut, S., Van Kenhove, P. (2006): The Mediating Role of Anticipated Guilt in Consumers' Ethical Decision-Making. In: Journal of Business Ethics 69(3), 269-288.
- Thaler, R. H. (1988): Anomalies: The Ultimatum Game. In: The Journal of Economic Perspective 2(4), 195-206.
- Toler, S., Briggeman, B. C., Lusk, J. L., Adams, D. C. (2009): Fairness, farmers markets, and local production. In: American Journal of Agricultural Economics, 91(5), 1272-1278.
- TransFair (2013a): Chronik des Fairen Handels. URL: <http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/was-ist-fairtrade/chronik-des-fairen-handels/> (Stand: 16.08.2013).
- TransFair (2013b): Fairtrade-Standards. URL: <http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/> (Stand: 15.08.2013).
- TransFair (2013c): Ökologische Entwicklung. URL: [http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/fairtrade-standards-inhalte/oekologische-entwicklung/?tx\\_jppageteaser\\_pi1\[backId\]=99](http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/fairtrade-standards-inhalte/oekologische-entwicklung/?tx_jppageteaser_pi1[backId]=99) (Stand: 15.08.2013).
- TransFair (2013d): Ökonomische Entwicklung, URL: [http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/fairtrade-standards-inhalte/oekonomische-entwicklung/?tx\\_jppageteaser\\_pi1\[backId\]=99](http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/fairtrade-standards-inhalte/oekonomische-entwicklung/?tx_jppageteaser_pi1[backId]=99) (Stand: 15.08.2013).
- TransFair (2013e): Soziale Entwicklung. URL: [http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/fairtrade-standards-inhalte/soziale-entwicklung/?tx\\_jppageteaser\\_pi1\[backId\]=99](http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/fairtrade-standards-inhalte/soziale-entwicklung/?tx_jppageteaser_pi1[backId]=99) (Stand: 15.08.2013).
- TransFair (2013f): TransFair Jahresbericht 2012/2013. URL: [http://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/user\\_upload/presse/presse\\_2013/Pressemappe\\_Jahresbericht/2013\\_Jahresbericht\\_2012\\_2013.pdf](http://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/user_upload/presse/presse_2013/Pressemappe_Jahresbericht/2013_Jahresbericht_2012_2013.pdf) (Stand: 15.08.2013).



- Tsalikis, J., Ortiz-Buonafina, M. (1990): Ethical beliefs' differences of males and females. In: *Journal of Business Ethics* 9(6), 509-517.
- Varian, H. R. (1976): Two problems in the theory of fairness. In: *Journal of Public Economics* 5(3), 249-260.
- Vermeir, I., Verbeke, W. (2006): Sustainable food consumption: exploring the consumer „attitude–behavioral intention” gap. In: *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 19(2), 169-194.
- Witkowski, T. H. (2005): Fair trade marketing: An alternative system for globalization and development. In: *Journal of Marketing Theory and Practice* 13(4), 22-33.
- Wynne, S. (2008): *The Challenges of Marketing Fair Trade*. Doctoral dissertation, Saint Michael's College.
- Yaari, M. E., Bar-Hillel, M. (1984): On dividing justly. In: *Social Choice and Welfare* 1(1), 1-24.

---

# **Lebenslauf**

Anke Sterzing

## **Kontakt Daten**

Dienstanschrift: Technische Universität Kaiserslautern

Lehrstuhl für Mikroökonomik

Postfach 30 49

67653 Kaiserslautern

Email: [sterzing@wiwi.uni-kl.de](mailto:sterzing@wiwi.uni-kl.de)

## **Akademischer Werdegang**

Seit 05/2010 Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Mikroökonomik,  
Technische Universität Kaiserslautern

04/2010 Diplom in Betriebswirtschaftslehre / Internationales Management,  
Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg