SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Siegel oder Filme im Online-Einkaufsprozess?

Eine Analyse der Wahrnehmungen potenzieller Kunden

Ergebnisse aus den Forschungen des EthNa Kompetenzzentrum CSR

Mai 2017

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Nachhaltige Produkte an den Endkunden zu bringen ist eine noch unbewältigte Herausforderung.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Konsum von Kleidung

Bekleidung erfüllt neben dem Schutzbedürfnis Bedürfnisse nach sichtbarer Identität, sozialer Zugehörigkeit und Distinktion

- 12 kg Kleidung pro Kopf und Jahr
- Kleidung macht weniger als 5% der Konsumausgaben eines Haushalts aus

  ➔ Fast Fashion hat sich durchgesetzt

- Männer eher Routine-Käufer
- Frauen eher Erlebnis-Shopper

aus Gardemin und Kleinhückelkotten, 2017

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Nachhaltiger Konsum von Kleidung

- Marktanteile für GOTS-zertifizierte Textilien bei 0,02%
- 50% der Kunden halten Siegel für Nachhaltigkeit für hilfreich
- Hohes Problembewusstsein bei Verbrauchern: 90%
- 12 bis 25% der Verbraucher*innen geben an, hin und wieder nachhaltige Kleidung zu kaufen

aus Gardemin und Kleinhückelkotten, 2017

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Forschungsfrage

Positive Befunde aus Befragungen zu nachhaltigem Kleidungskonsum stimmen nicht mit den Erfahrungen der Bekleidungshersteller und dem Handel überein, die kaum Resonanz für nachhaltig hergestellte Kleidung im Markt feststellen! Es besteht eine hohe Diskrepanz zwischen Selbstberichten und tatsächlichem Verhalten. So besteht die Frage, was nehmen Kunden im Kaufprozess überhaupt wahr?

- ➔ Welche Kriterien erscheinen wichtig für das Kaufverhalten?
- ➔ Werden Nachhaltigkeitssiegel im Kaufprozess überhaupt wahr-genommen?
- ➔ Haben Filme (anstelle von Siegeln) eine höhere Wahrscheinlichkeit, wirksam zu werden?

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Ablauf des Experimentes

1
- **Fragebogen zu Modetypen**

2
- **Eye-Tracking-Test**

3
- **Fragebogen zur kognitiven Nachbearbeitung: Werte, Konsumverhalten und demographische Variablen**

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Ablauf des Experimentes

Modetyp A

- „Mit meiner Kleidung möchte ich zeigen, dass ich zu einer bestimmten Gruppe von Menschen gehöre."
- „Ich warte in der Regel ab, bis sich eine neue Mode durchgesetzt hat, bevor ich sie auch trage."
- „Bei meiner Kleidung und den Marken die ich trage, richte ich mich danach, was meine Freunde gut finden."
- „Es macht mir Spaß, unter Freunden Kleider auszutauschen."

Modetyp B

- „Mit meiner Kleidung möchte ich mich von anderen abheben. "
- „In der Mode bin ich anderen oft um einen Schritt voraus."
- „Ich kaufe gern in exklusiven Bekleidungsgeschäften ein."
- „Ich finde es gut, wenn man bei meiner Kleidung erkennt, von welcher Marke sie ist."

(1) Die Versuchspersonen (VPn) sollten sich selbst mittels Selbstaussagen zu ihrem Mode- und Konsumverhalten einem Modetypus zuordnen. Die Zuordnung zu einem Modetyp war allerdings wenig differenzierend, da die VPn mit einem deutlichen „self serving bias" antworteten.

Es wurden den VPn je ein Gutschein überreicht, den sie im Online-Shop einlösen sollten.

Die VPn erhielten abschließend 8 Euro für ihre Teilnahme an dem Experiment.

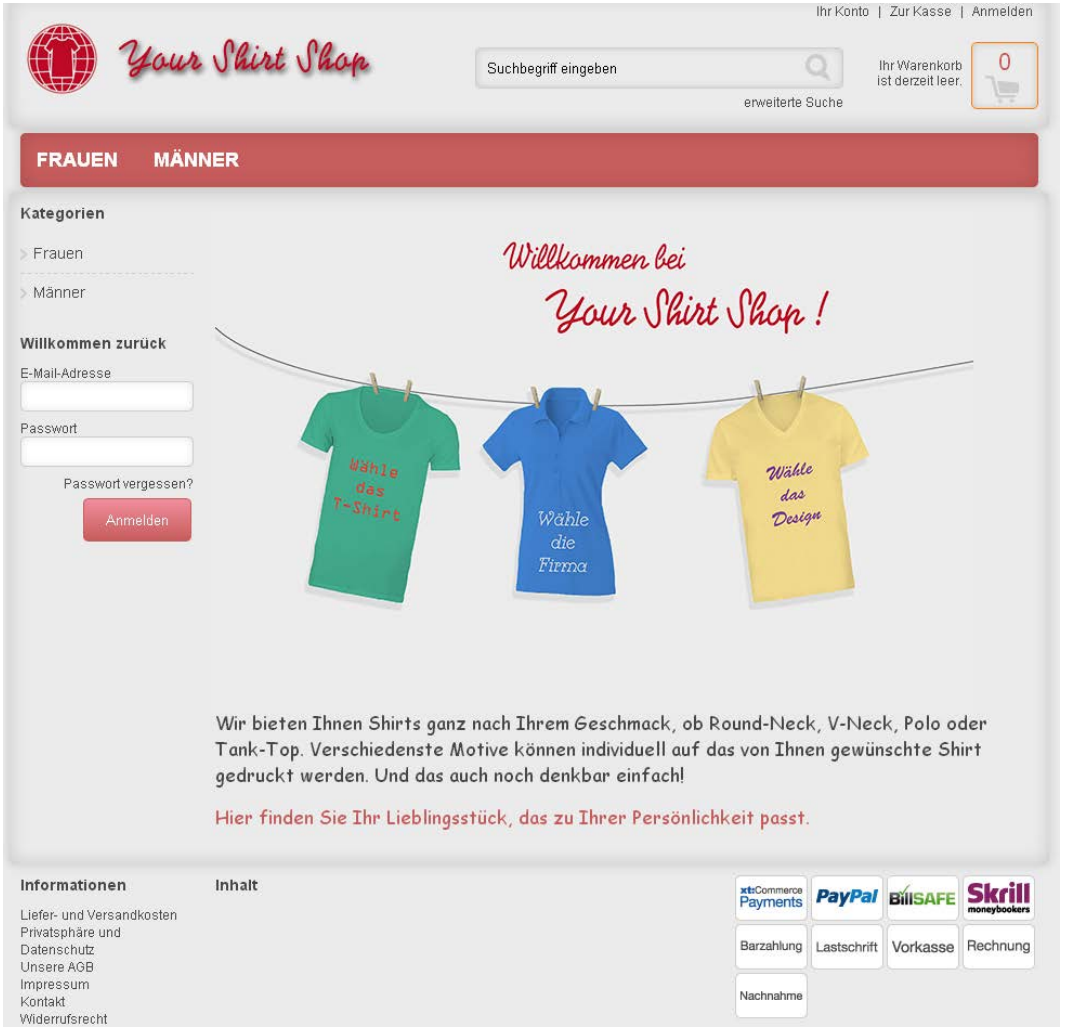
Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement" vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Der Online-Shop – Abfolge Seitenverlauf



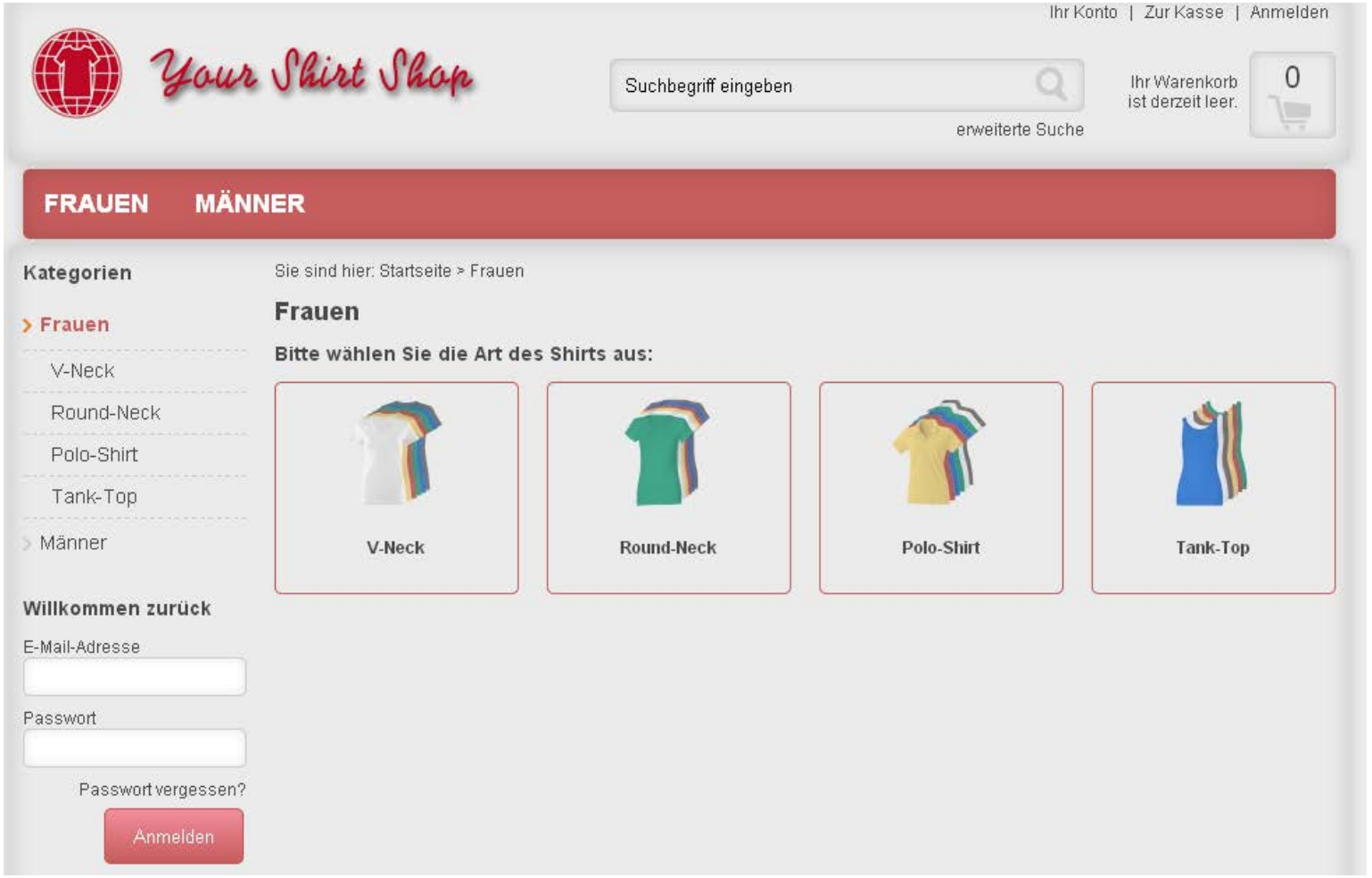
Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Der Online-Shop – Abfolge Seitenverlauf



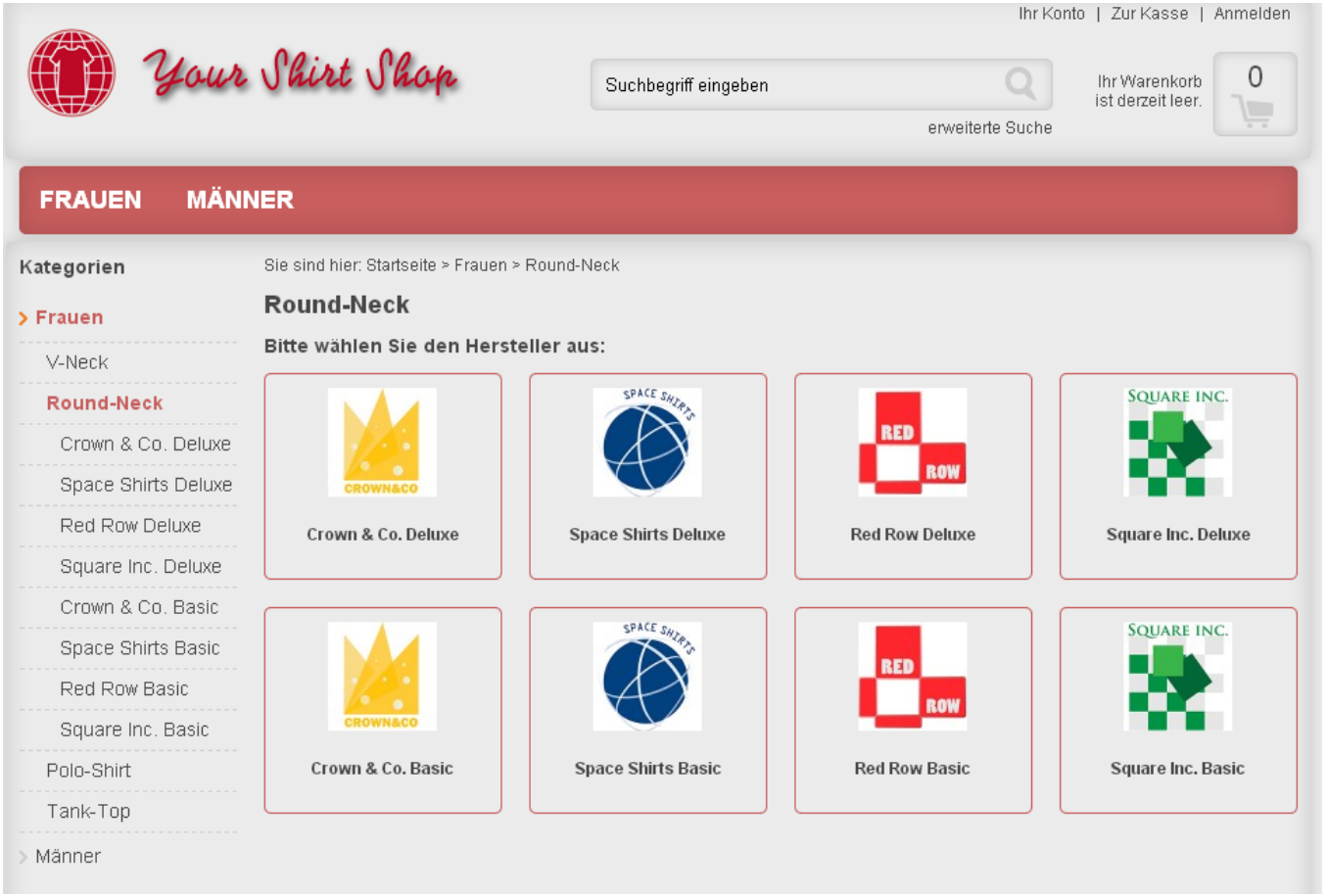
Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Der Online-Shop – Abfolge Seitenverlauf



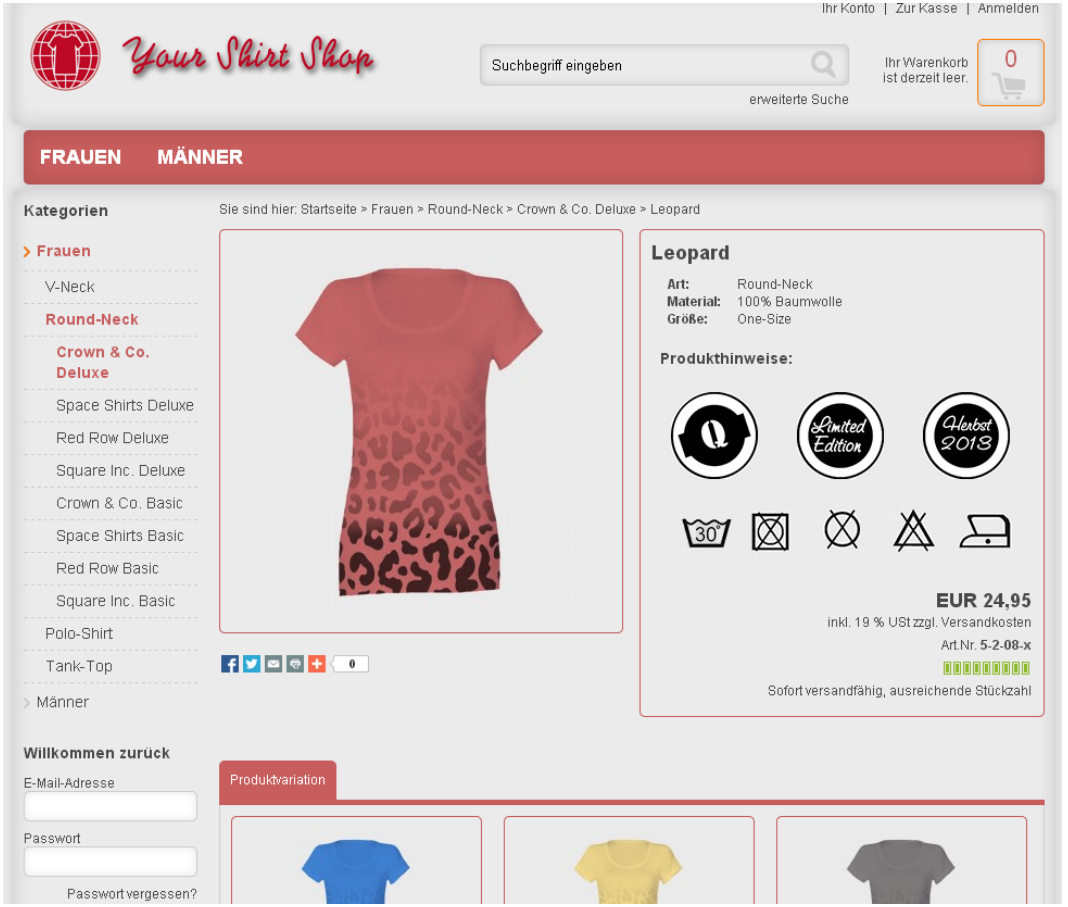
Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Der Online-Shop – Abfolge Seitenverlauf



Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Ablauf des Experimentes

(2) Während des Einkaufs im Online-Shop wurden die Blickbewegungen der VPn mittels eines Eyetracking-Gerätes aufgezeichnet.

(3) Nach dem Kauf eines T-Shirts wurden die VPn mit einem Fragebogen nach den demografischen Variablen, Werten, dem allgemeinen Konsumverhalten und dem Einkaufsverhalten im Shop befragt (Kognitive Nachbearbeitung).

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

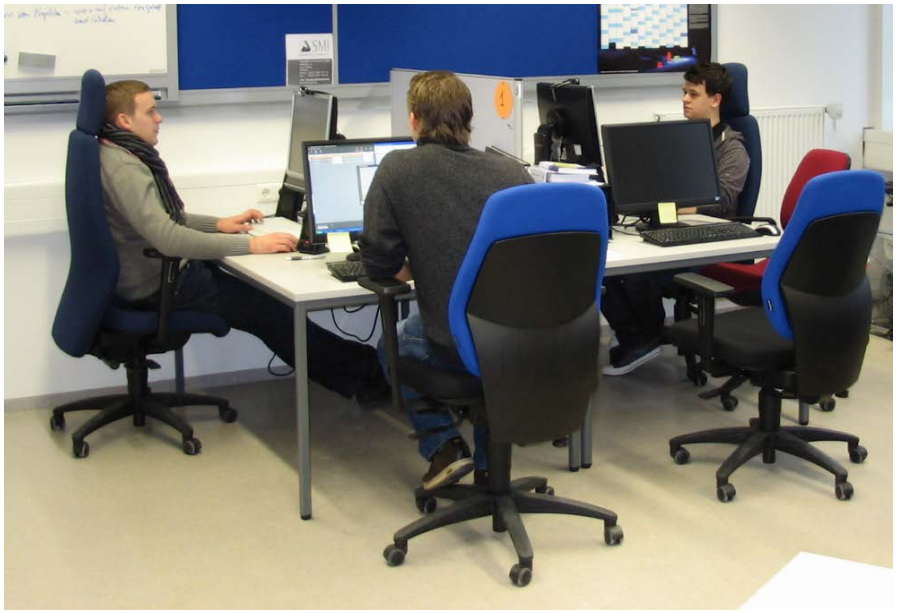
Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Ablauf des Experimentes

Mittels Eyetracking erfasst man die Augenbewegungen, die mit einer hohen Wahrscheinlichkeit mit einer kognitiven Verarbeitung verbunden sind, nämlich die Fixationen (Verweildauern) auf einem Bereich. Dabei wird erfasst, wohin eine Person ihren Blick richtet: Der Bereich des scharfen Sehens wird durch das Eyetracking erfasst.

Ausgewertet wurden alle Fixationen über 100 msec.



Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Die Versuchspersonen

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Charakteristika der Versuchspersonen

Geschlecht

	Häufigkeit	in %
weiblich	42	29,8
männlich	99	70,2
Gesamt	141	100,0

Alter

	Mittelwert	SD
weiblich	24,8	3,3
männlich	24,5	3,7
Gesamt	24,6	3,6

Bildung

Abschluss	in %
Realschulabschluss	2,8
Fachhochschulreife	22,7
Abitur	73,8

Untypische Alters- und Geschlechts-verteilung, da Studierende des Campus Süd in Krefeld befragt wurden (technische Studiengänge).

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

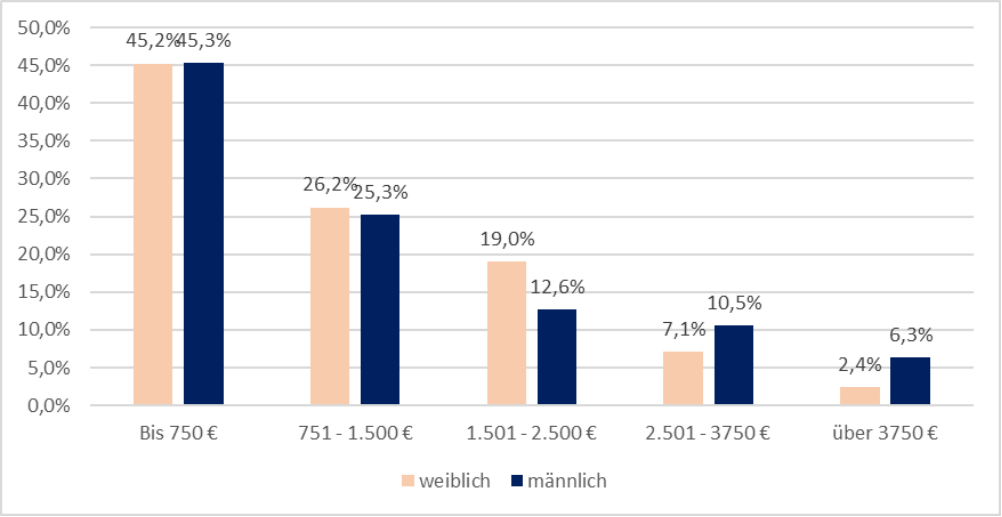
Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

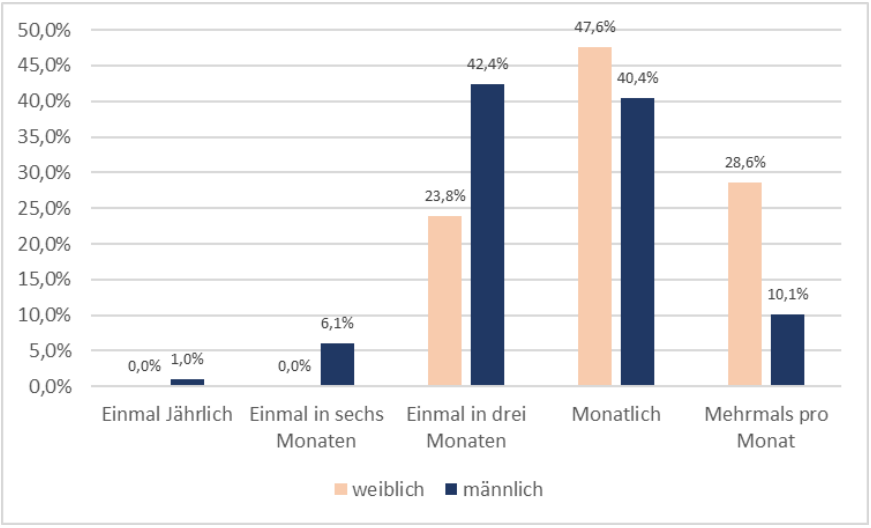
SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Charakteristika der Versuchspersonen

Einkommen



Kaufverhalten



	Wie häufig kaufen Sie Kleidung für sich selbst?				
Haushaltsnetto-einkommen pro Monat	Einmal Jährlich	Einmal in sechs Monaten	Einmal in drei Monaten	Monatlich	Mehrmals pro Monat
Bis 750 €	1,6%	6,5%	35,5%	40,3%	16,1%
751 - 1.500 €	0,0%	0,0%	34,3%	48,6%	17,1%
1.501 - 2.500 €	0,0%	0,0%	45,0%	30,0%	25,0%
2.501 - 3750 €	0,0%	0,0%	38,5%	53,8%	7,7%
über 3750 €	0,0%	28,6%	42,9%	28,6%	0,0%
Gesamt	,7%	4,4%	37,2%	41,6%	16,1%

Frauen kaufen deutlich häufiger Bekleidung als Männer. Es wird überwiegend ein- bis dreimonatlich eingekauft.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

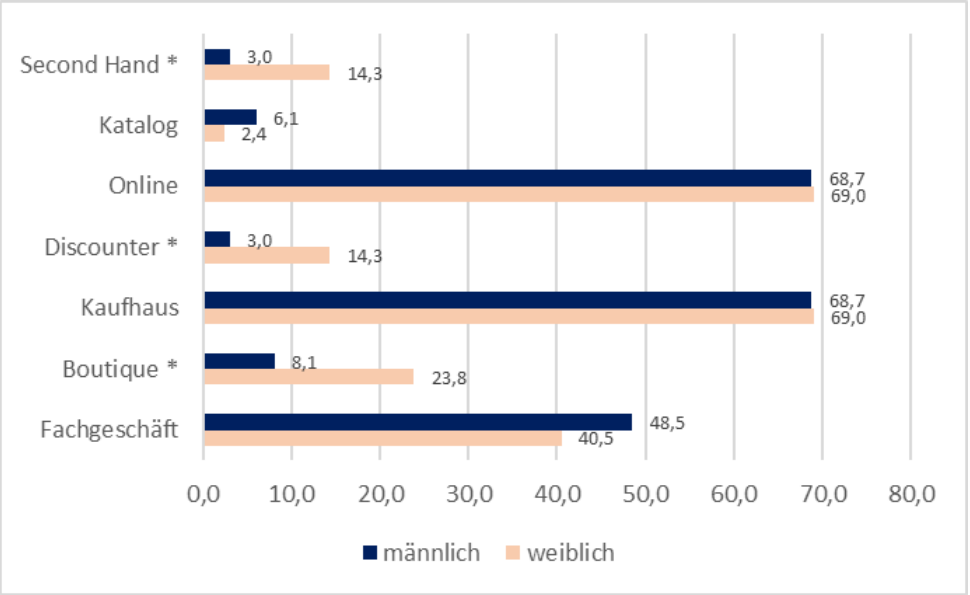
Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

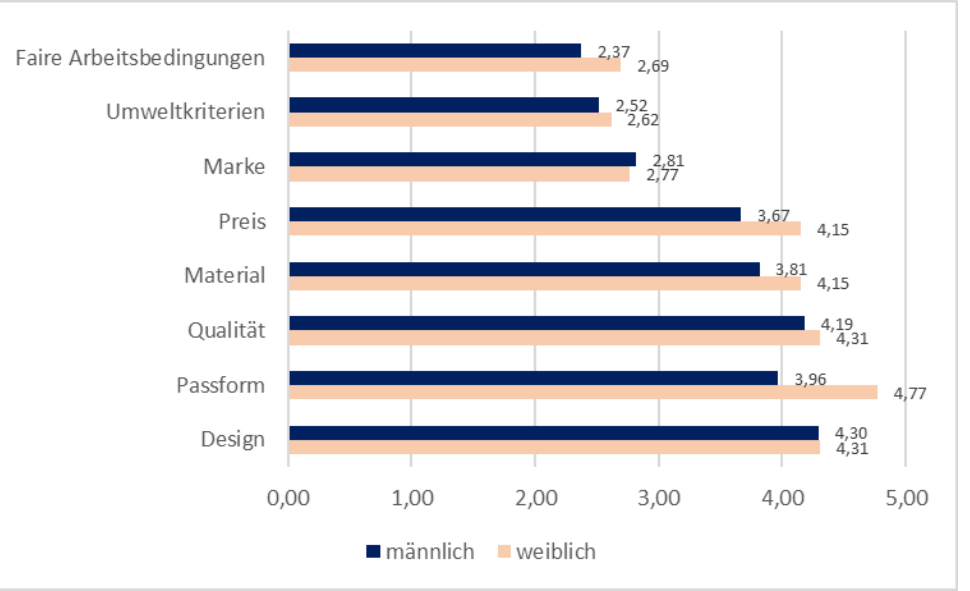
Charakteristika der Versuchspersonen

- Selbstbeschreibung -

Kauforte



Kaufkriterien



Online und im Kaufhaus wird von beiden Geschlechtern am häufigsten gekauft. Dabei sind Design und Passform gefolgt von Qualität die am höchsten bewerteten Kaufkriterien. Nachhaltigkeitskriterien werden am geringsten bewertet.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Qualitative Analyse:

- Die Befragten scheinen kaum nach Boutiquen, Kaufhäusern und Kaufhaus-Markenshops usw. zu unterscheiden. Die drei häufigsten Nennungen für Einkäufe waren H&M, Zara, Esprit.
- Im Onlinehandel werden Amazon und Zalando als wichtige Händler genannt, aber auch H&M.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

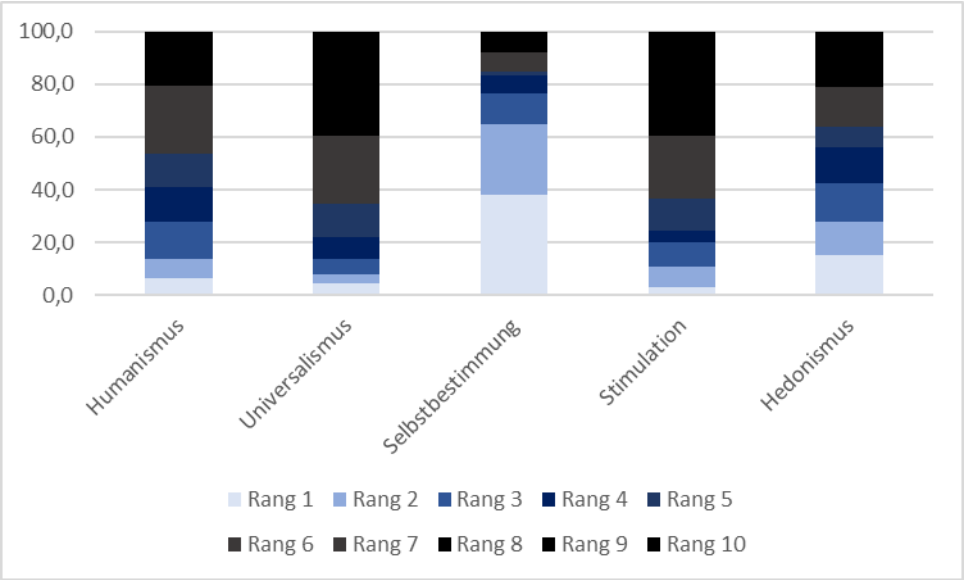
Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Charakteristika der Versuchspersonen

Leitende Werte (nach Schwartz)



Werte im Zusammenhang mit den Kaufkriterien (Spearmans Rho)

	Selbst-bestimmung	Hedonismus	Humanismus	Universalis-mus
Design	,005	,200	-,003	-,353*
Passform	-,121	,170	,056	,046
Qualität	-,025	-,267	,144	-,110
Material	-,154	-,266	,296	-,106
Preis	,095	-,027	-,101	-,055
Marke	-,262	-,108	,012	-,129
Umweltkriterien	-,252	-,203	,364*	,216
Faire Arbeits-bedingungen	-,158	-,193	,187	,373*

* Korrelation ist auf dem 0,05 Niveau signifikant (zweiseitig).

Selbstbestimmung und Hedonismus stellen die ranghöchsten Werte im Leben der Befragten dar. Nur die Werte Humanismus und Universalismus stehen in einem positiven Zusammenhang mit Nachhaltigkeitskriterien im Kaufprozess.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

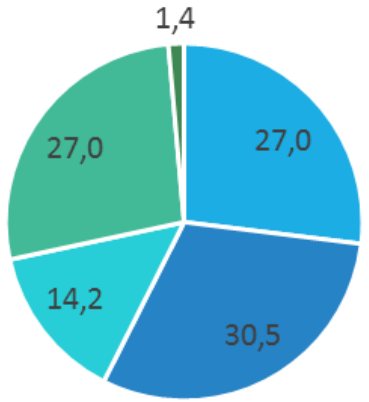
Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

Preisbereitschaft

Fallbeispiel**:**
Tim geht regelmäßig bei Cool-Clothing einkaufen. Die T-Shirts kosten dort ca. 15 EUR. Seit der letzten Saison führt Cool-Clothing auch eine neue Linie mit Produkten, die aus Bio-Baumwolle gefertigt sind. Tim sieht es aber nicht ein, 20 EUR für ein T-Shirt auszugeben.

Welche der unten stehenden Aussagen trifft auf Sie am ehesten zu?



- Ich stimme Tim zu. Ist doch alles nur Augenwischerei.
- Ich stimme Tim zu. Ich würde zwar gerne nachhaltige Produkte kaufen, kann mir aber die Preise nicht leisten.
- Ich stimme Tim nicht zu. Ich habe zwar noch nie Produkte aus Bio-Baumwolle gekauft, will dies aber in Zukunft öfters tun.
- Ich stimme Tim nicht zu. 5 EUR mehr für ein T-Shirt sollten für unsere Umwelt schon drin sein.
- keine Aussage

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

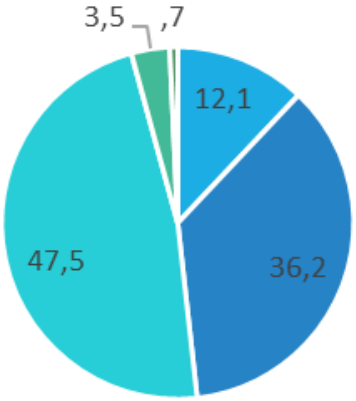
Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

Boykottbereitschaft

Paula ist seit Jahren zufriedene Kundin bei der Mode GmbH. In einem Nachrichtenartikel erfährt sie, dass das Unternehmen seine Bekleidung unter menschenunwürdigen Bedingungen für seine Arbeiterinnen und Arbeiter fertigt. Daraufhin beschließt Paula, dort nicht mehr einzukaufen.

Welche der unten stehenden Aussagen trifft auf Sie am ehesten zu?



- Ich würde nicht wie Paula handeln. Wichtig ist, dass die Kleidung passt und das Preisleistungsverhältnis stimmt.
- Ich würde nicht wie Paula handeln. Ich finde zwar nicht gut, was in den Herstellungsländern passiert, aber ein Boykott bringt doch eh nichts.
- Ich stimme Paula zu. Ein Unternehmen, das unter solchen Umständen produziert, sollte nicht unterstützt werden. Da verzichte ich auch mal dort einzukaufen.
- Ich stimme Paula zu. Ich informiere mich regelmäßig und gezielt und kaufe generell nur Kleidung, die unter menschenwürdigen Arbeitsbedingungen hergestellt wurde, auch wenn es deutlich mehr kostet
- keine Aussage

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Experimentelle Bedingungen zur Untersuchung der Wahrnehmung von Siegeln beim Einkauf

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Verwendete Firmenlogos, Preiskategorien und Siegel

			Fakesiegel			Bekannte Siegel		
Hersteller	Preissegment	Preis	Unterscheidungsmerkmale			Unterscheidungsmerkmale		
			Siegel 1	Siegel 2	Siegel 3	Siegel 1	Siegel 2	Siegel 3
Crown & Co.	Basic	19,95 €						
	Deluxe	24,95 €						
Space Shirts	Basic	19,95 €						
	Deluxe	24,95 €						
Red Row	Basic	19,95 €						
	Deluxe	24,95 €						
Square Inc.	Basic	19,95 €						
	Deluxe	24,95 €						

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

Mit Text hinterlegte Siegel – Beispiele

Dieses T-Shirt ist zu 100% aus Baumwolle gefertigt. Der hochwertige Druck ist im Digitaldruckverfahren aufgebracht.

Bitte bei 30°C auf links waschen. Nicht für den Wäschetrockner geeignet, nicht bleichen und nicht chemisch reinigen. Auf links bei niedriger Temperatur bügeln.

Dieses T-Shirt wurde umweltfreundlich mit Farben auf Wasserbasis hergestellt. Die Produktionsstätte wird nach internationalen Umweltrichtlinien überprüft.
Nur Textilprodukte, die mindestens aus 80% biologisch erzeugten Naturfasern bestehen, werden verarbeitet. Alle chemischen Zusätze sind toxikologisch auf ihre Unbedenklichkeit geprüft. Abwässer werden gereinigt und auf Normaltemperatur gekühlt wieder in den Wasserkreislauf zurückgeführt.

Dieses T-Shirt wurde in der Türkei von einer Frauen-Kooperative hergestellt und mit dem Siebdruckverfahren bedruckt. Die Produktionsstätte ist nach internationalen Arbeitsrichtlinien zertifiziert.
Das bedeutet konkret:
Es besteht das Verbot von Kinderarbeit und Zwangsarbeit, von Diskriminierung nach Herkunft, Geschlecht und sexueller Orientierung. Es gibt eine gewählte Arbeitnehmervertretung und Lohnverhandlungen. Außerdem ist die Möglichkeit zur Weiterbildung gegeben. Die Sicherheit am Arbeitsplatz und die Gesundheitsvorsorge sind gewährleistet.

Dieses T-Shirt ist zu 100% aus hochwertiger ägyptischer Baumwolle gefertigt. Die Merzerisation verleiht der Baumwollfaser eine erhöhte Reißfestigkeit, einen luxuriösen Glanz und einen butterweichen Griff. Der leichte Jersey-Stoff bietet optimale Bewegungsfreiheit und ein angenehmes Tragegefühl.
Der Druck ist mit modernster Technik im Digitaldruckverfahren aufgebracht.

Bitte bei 30°C auf links waschen. Nicht für den Wäschetrockner geeignet, nicht bleichen und nicht chemisch reinigen. Auf links bei niedriger Temperatur bügeln.

Dieses T-Shirt ist eines von 1000 Stück, bei dem du die Möglichkeit hast eine personalisierten Text auf den Nackenbereich drucken zu lassen. Gib dafür deinen Wunschtext nach dem Kauf in dem dafür bereitgestellten Formular an.

In unserer neuen Herbst Kollektion 2013 findest du eine große Auswahl von aktuellen Prints, frischen Farben und hochwertigen Stoffqualitäten.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Die experimentellen Bedingungen „Siegel“

Versuchs-bedingung	Fakesiegel Produktseite mit Zoom		Fakesiegel Produktseite*		bekannte Siegel Produktseite		Fakesiegel Produkt + Markenseite		bekannte Siegel Produkt +Markenseite	
Preiskategorien	19,95 €	24,95 €	19,95 €	24,95 €	19,95 €	24,95 €	19,95 €	24,95 €	19,95 €	24,95 €
Firmen										
Produkte	Designs für 8 Modetypen: wählbar als Tank-Top, Roundneck, V-Neck, Polo									
Produkt-darstellung	Zoom		statisch		statisch		statisch		statisch	
Label-anordnung	Produktseite		Produktseite		Produktseite		Produktseite + Markenseite		Produktseite + Markenseite	
Label sozial / ökologisch	Fake		Fake		GOTS, FAIRTRADE		Fake		GOTS, FAIRTRADE	
Anzahl Vpn	20		20		21		20		20	
	Kognitive Nachbearbeitung									

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Ausgewählte Ergebnisse – Versuchsbedingung Siegel

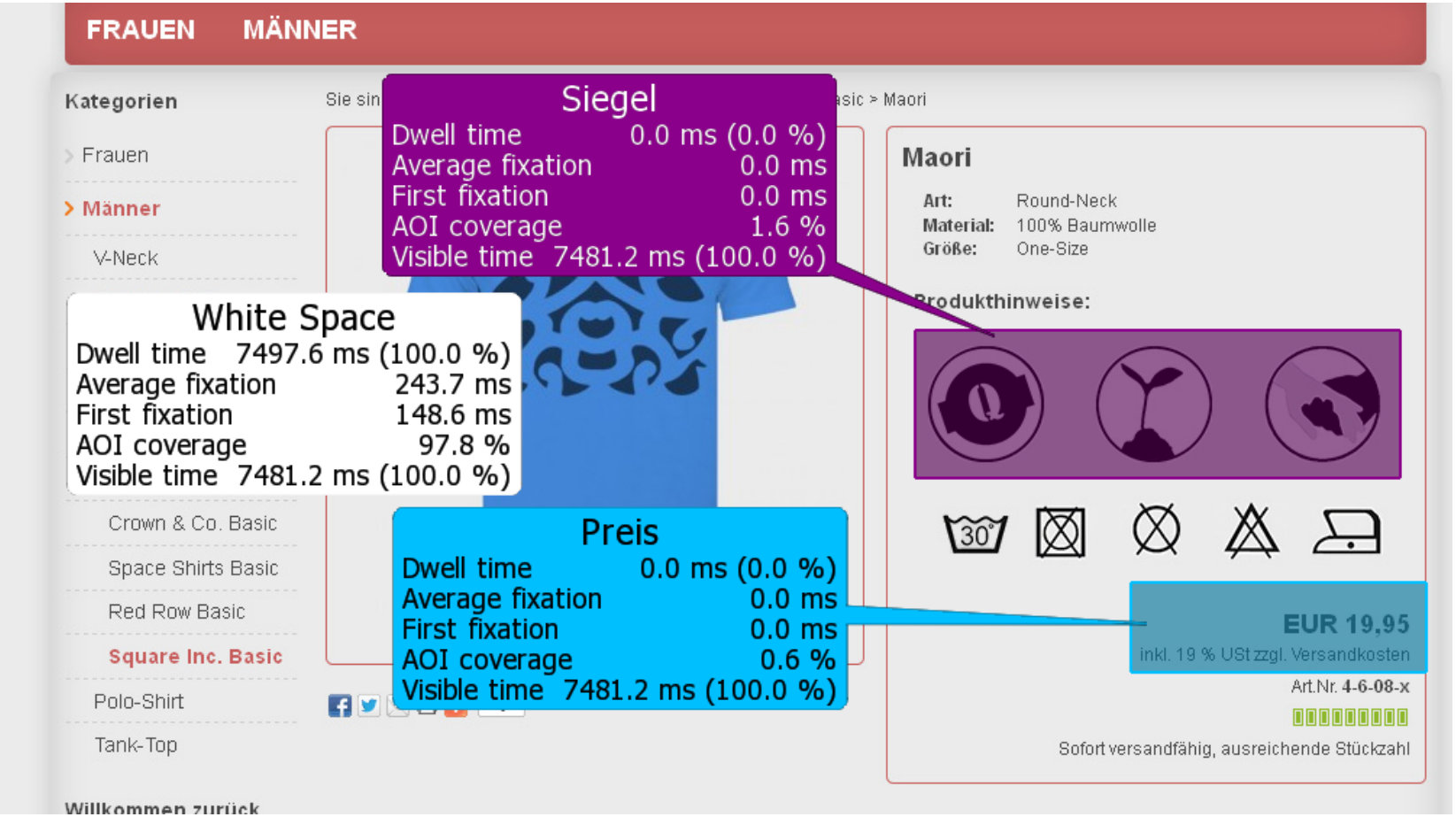
Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Beispiele für Areas of Interest (AOI)

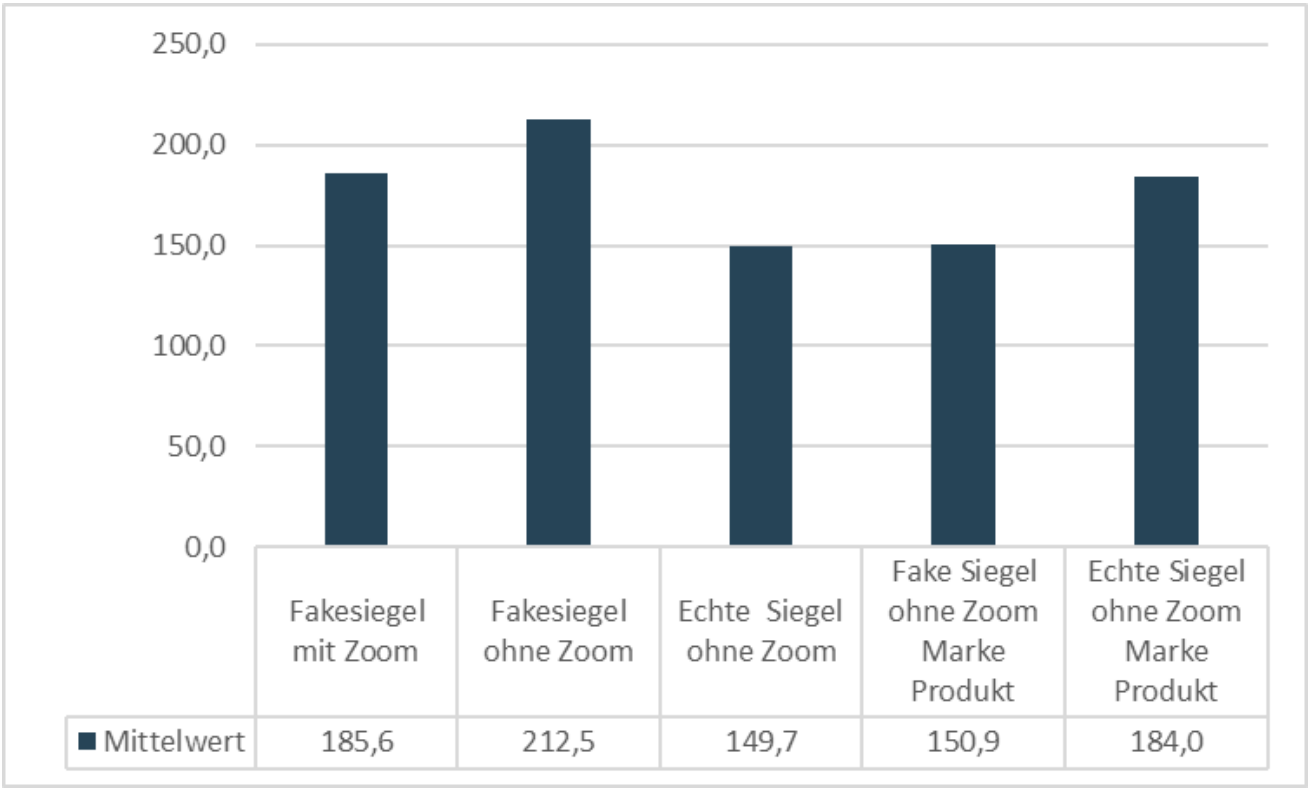


Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

Ausgewählte Ergebnisse
Gesamtverweildauer auf den Webshop-Seiten



Angaben in Sekunden

Es gibt keine statistisch bedeutsamen Unterschiede in den Verweildauern zwischen den Gruppen.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

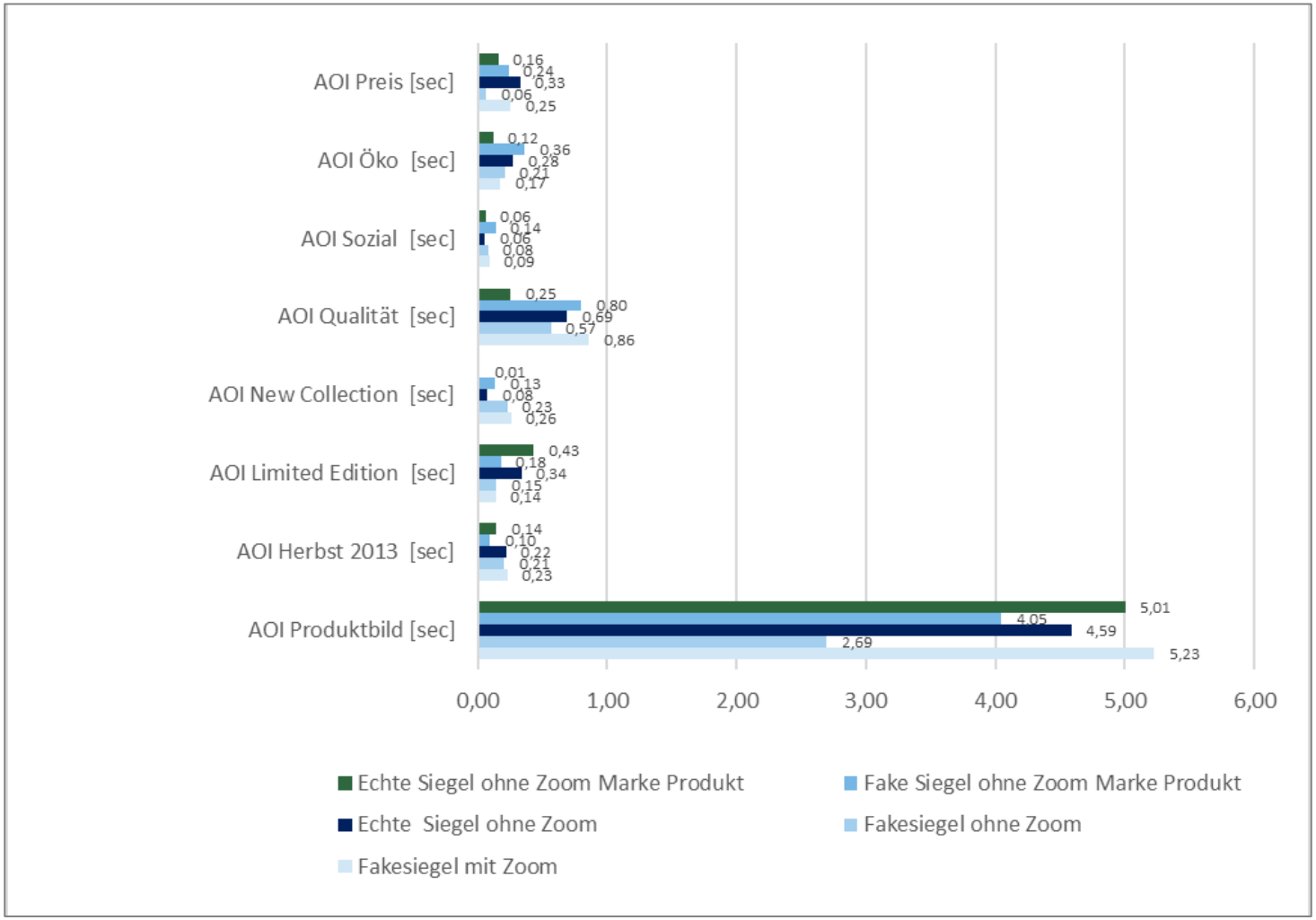
Ausgewählte Ergebnisse – Versuchsbedingung Siegel

Betrachtete AOIs auf Produktebene

Durchschnittliche Verweildauer

Der Schwerpunkt der Wahrnehmung liegt auf dem Produktbild.

Die Häufung bei Qualität verweist auf einen Positionseffekt (Sehen von links nach rechts). Das Siegel Qualität war in gleicher Position in jeder Versuchsbedingung vorhanden.



Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

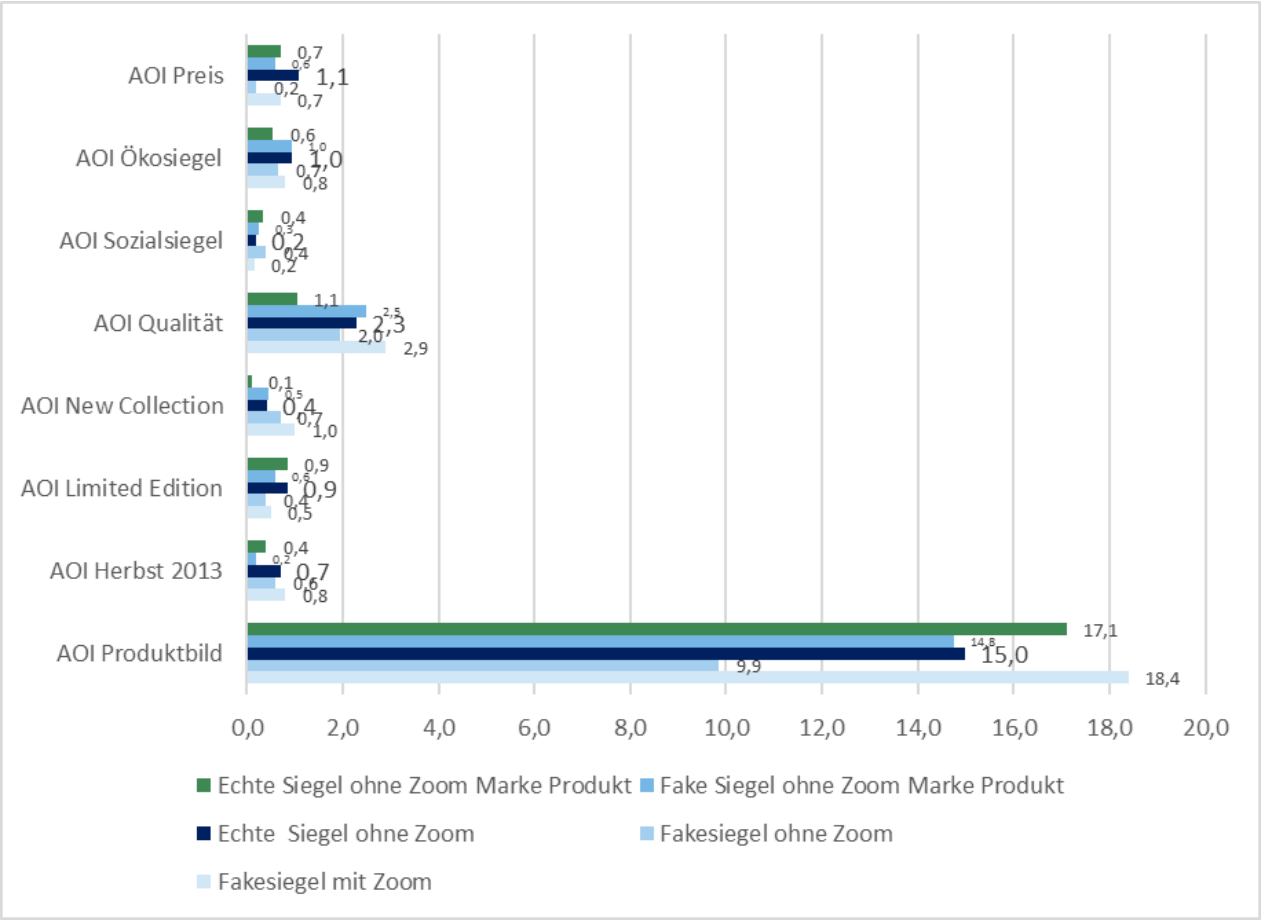
Ausgewählte Ergebnisse – Versuchsbedingung Siegel

Betrachtete AOIs auf Produktebene

Anzahl der Fixationen

Der Schwerpunkt der Wahrnehmung liegt auf dem Produktbild.

Die Häufung bei Qualität verweist auf einen Positionseffekt (Sehen von links nach rechts). Das Siegel Qualität war in gleicher Position in jeder Versuchsbedingung vorhanden.



Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

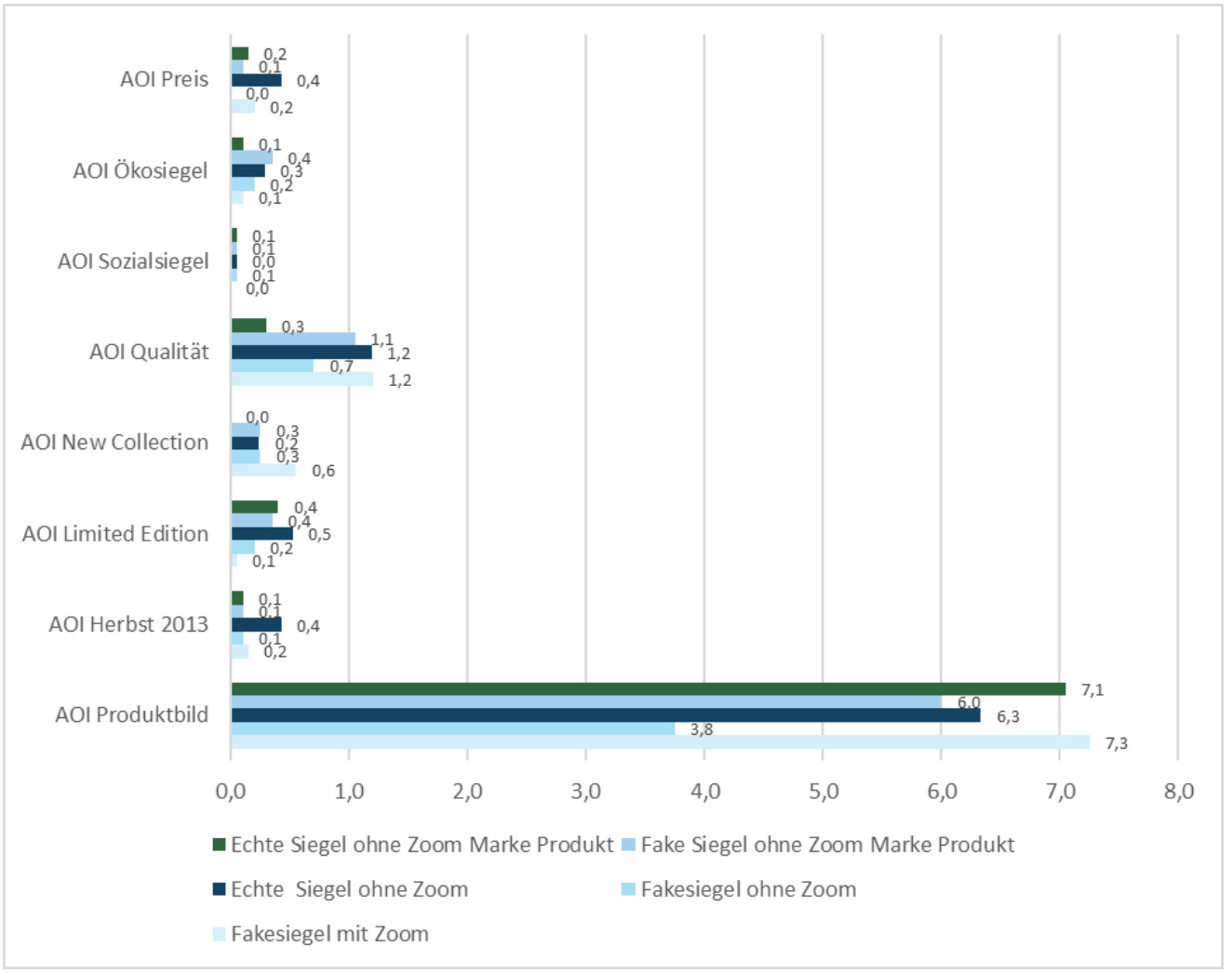
Ausgewählte Ergebnisse – Versuchsbedingung Siegel

Betrachtete AOIs auf Produktebene

Durchschnittliche Revisits

Der Schwerpunkt der Wahrnehmung liegt auf dem Produktbild.

Die Häufung bei Qualität verweist auf einen Positionseffekt (Sehen von links nach rechts). Das Siegel Qualität war in gleicher Position in jeder Versuchsbedingung vorhanden.



Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

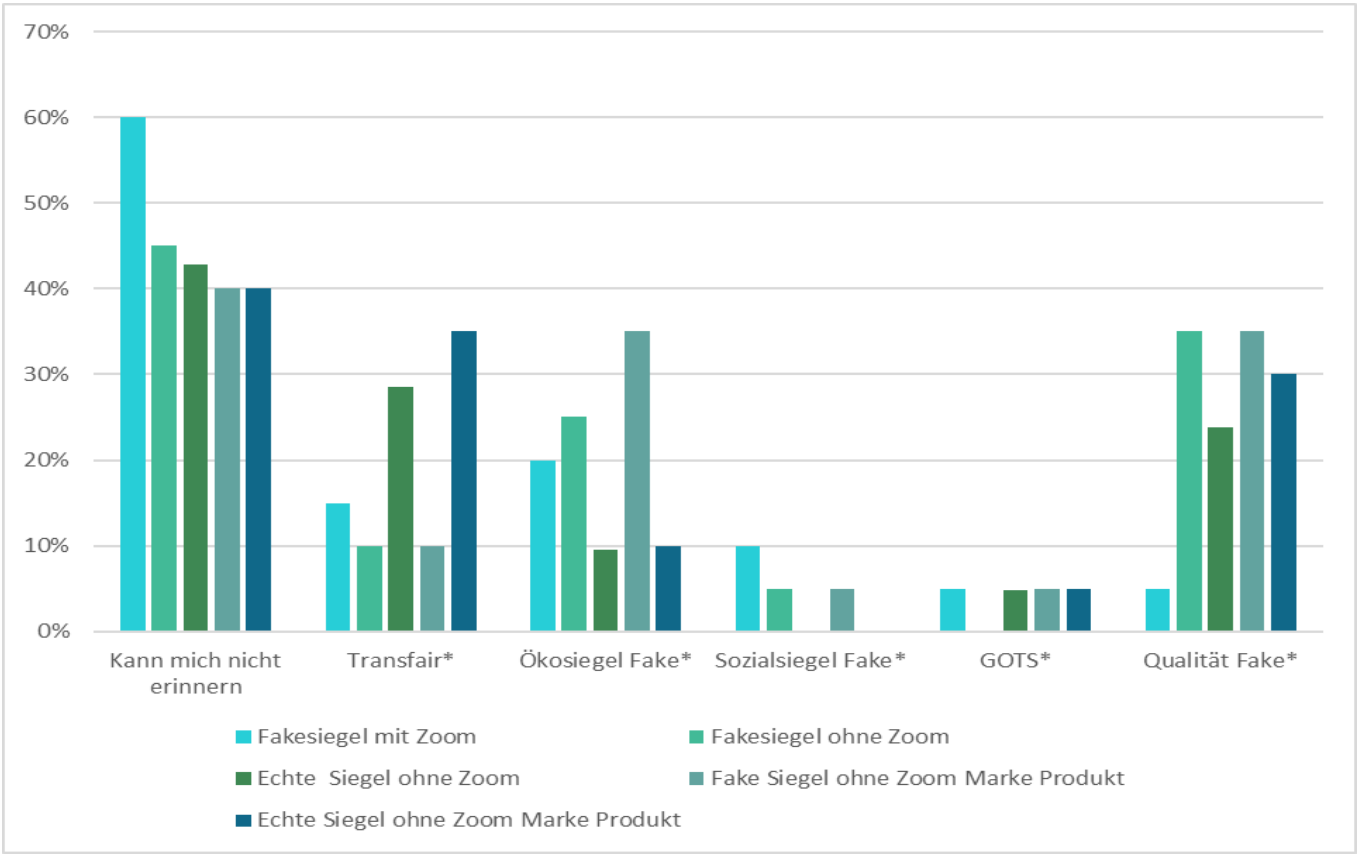
Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Kognitive Validierung: Versuchsbedingung Siegel

Wie häufig wurden Siegel richtig nach dem Einkauf erinnert?

Die Siegel scheinen abhängig von der Länge der Betrachtung (Qualität) und in Abhängigkeit von der Bekanntheit erinnert zu werden (Fairtrade). GOTS als weniger bekanntes Siegel wird weniger als das „Ökosiegel Fake“ sowie weniger als das Fairtrade-Siegel erinnert.



Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Kognitive Validierung: Versuchsbedingung Siegel

Welche Siegel wurden nach dem Einkauf erinnert?

Versuchsbedingung	Kann mich nicht erinnern	Transfair*	Ökosiegel Fake*	BCSI	EURO	Sozialsiegel Fake*	GOTS*	Ökotex	Qualität Fake*	Naturtextil
Fakesiegel mit Zoom	60%	15%	20%	10%	0%	10%	5%	10%	5%	5%
Fakesiegel ohne Zoom	45%	10%	25%	0%	5%	5%	0%	5%	35%	0%
Echte Siegel ohne Zoom	43%	29%	10%	10%	0%	0%	5%	10%	24%	10%
Fake Siegel ohne Zoom Marke Produkt	40%	10%	35%	10%	0%	5%	5%	5%	35%	0%
Echte Siegel ohne Zoom Marke Produkt	40%	35%	10%	15%	10%	0%	5%	15%	30%	15%

* Siegel im Shop vorhanden; die anderen Siegel wurden ergänzt, um keinen Bias zu erzeugen und das Raten zu quantifizieren.

Falscherinnerung bis 15% bei den Befragten vorhanden

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Ausgewählte Ergebnisse – Kaufverhalten

Versuchsbedingung Siegel

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

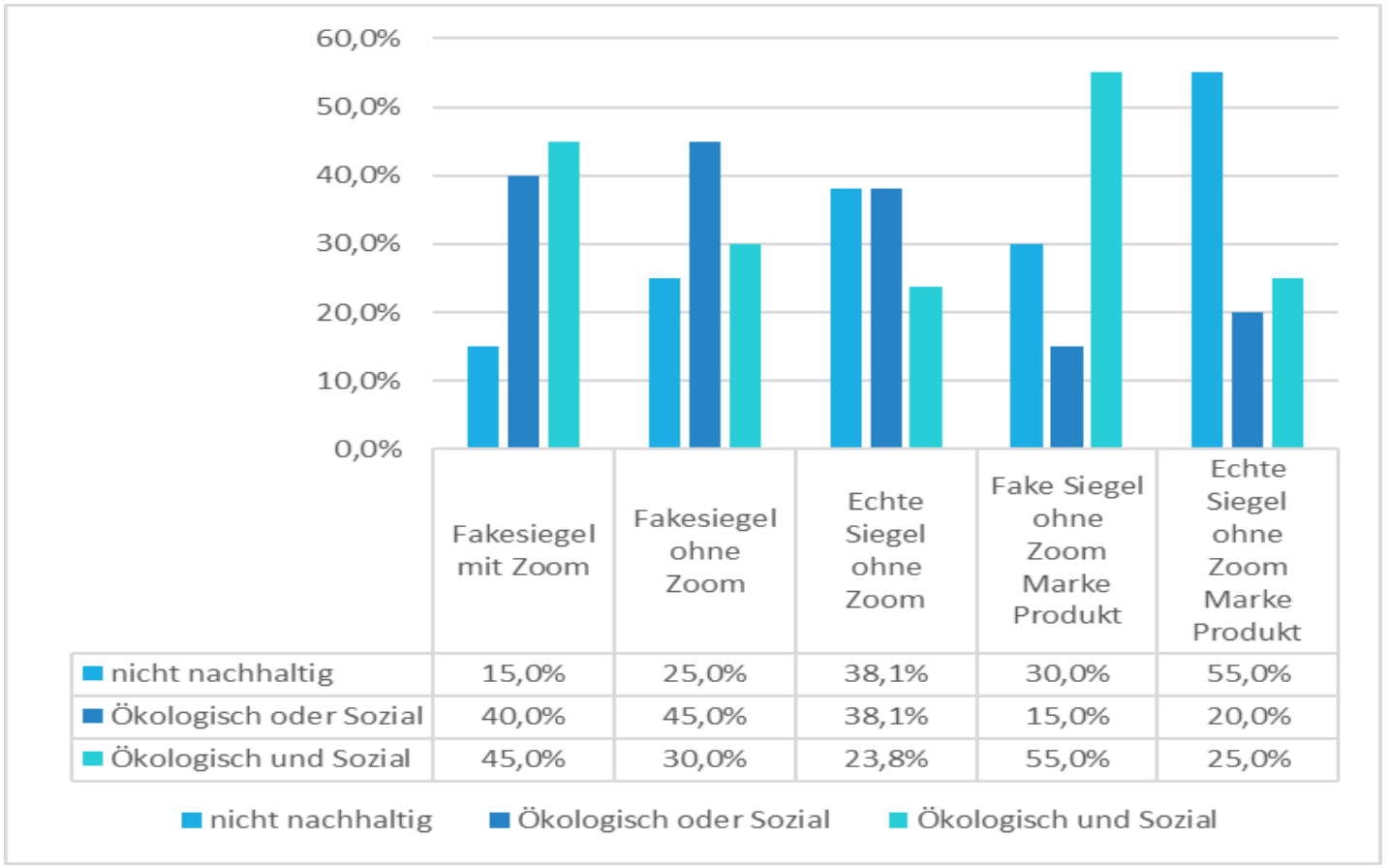
Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Ausgewählte Ergebnisse – Kaufverhalten

Versuchsbedingung Siegel

Wie nachhaltig wurde eingekauft?



	Fakesiegel mit Zoom	Fakesiegel ohne Zoom	Echte Siegel ohne Zoom	Fake Siegel ohne Zoom Marke Produkt	Echte Siegel ohne Zoom Marke Produkt
nicht nachhaltig	15,0%	25,0%	38,1%	30,0%	55,0%
Ökologisch oder Sozial	40,0%	45,0%	38,1%	15,0%	20,0%
Ökologisch und Sozial	45,0%	30,0%	23,8%	55,0%	25,0%

Die Entscheidungen für ein sozial und/oder ökologisch hergestelltes T-Shirt erscheinen zufällig, ohne einen systematischen Zusammenhang mit der Versuchsbedingung.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

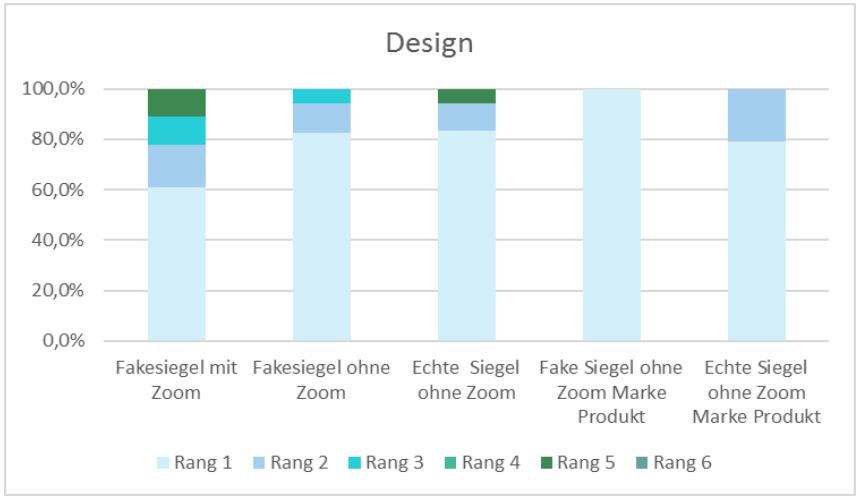
Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

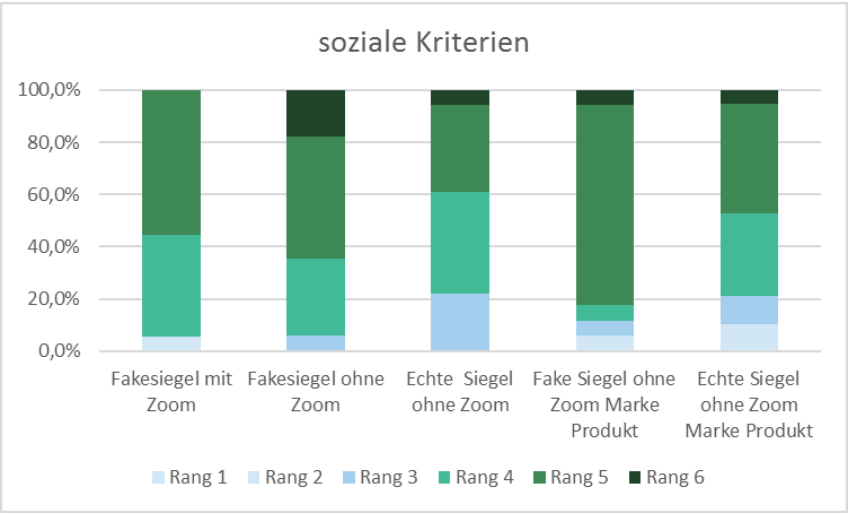
Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

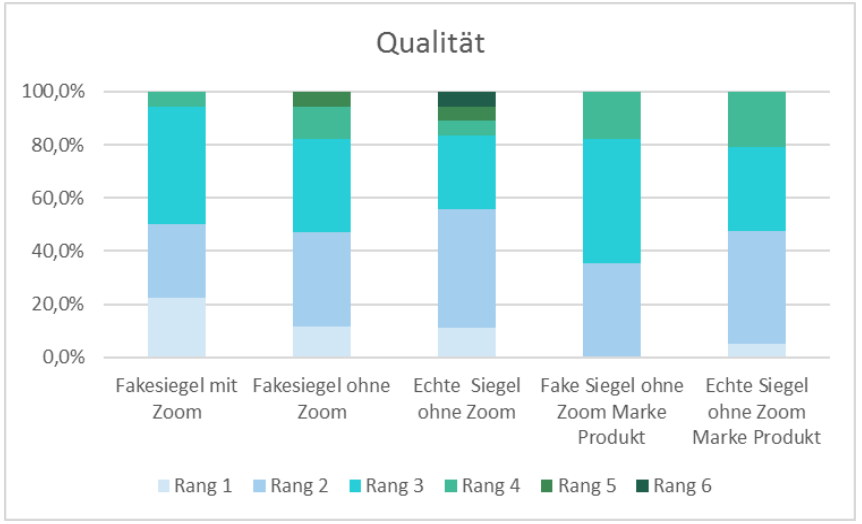
Ausgewählte Ergebnisse – Kaufverhalten

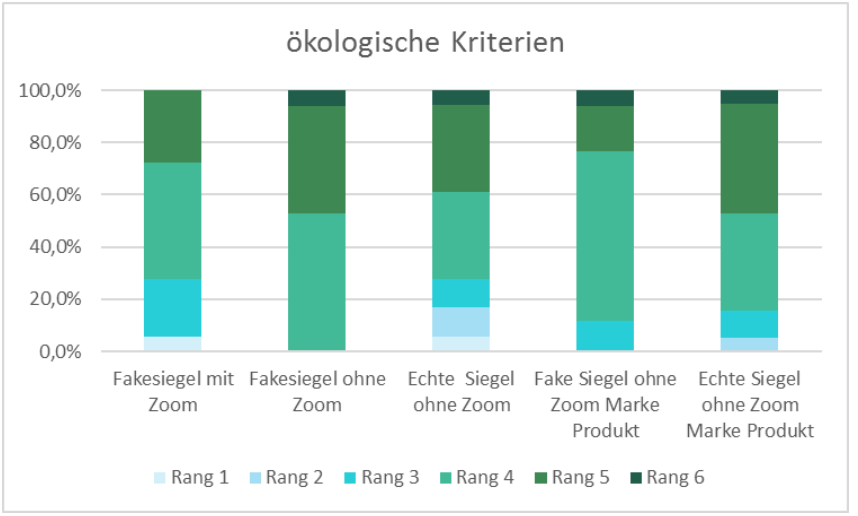
Aus welchen Gründen haben Sie sich für den Kauf gerade Ihres T-Shirts entschieden?

Nachhaltigkeitskriterien haben nahezu keine Bedeutung.









Ausgewählte Ergebnisse – Kaufverhalten

Versuchsbedingung Siegel

Spearmans Rho

N=81	Wie nachhaltig wurde eingekauft?	Wie häufig kaufen Sie Kleidung für sich selbst?
Selbstbestimmung	,080	,055
Hedonismus	,093	,050
Humanismus	,125	-,068
Universalismus	,056	-,033
Wie häufig kaufen Sie Kleidung für sich selbst?	,029	

Es gibt keinen nennenswerten Zusammenhang zwischen den Werten und dem Einkaufsverhalten im Onlineshop des Versuchs bzw. selbstberichteter Einkaufshäufigkeit.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Zur Verwendung von Filmen

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Die experimentellen Bedingungen mit Film

Versuchsbedingung	CSR-Video-Produkt **Präsentiert von einem Mann/Unternehmer**	CSR-Video-Produkt **Präsentiert von einer Frau/Unternehmerin**
CSR-Video-Platzierung	Produktseite	Produktseite
Anzahl VPn	20	20
Beobachtbare Zielgrößen	Video startet automatisch Verweildauer auf Produktseite Verweildauer Video	
Kognitive Nachbearbeitung	Erinnerung an Themen des Films	
	Kaufverhalten konnte aufgrund technischer Einschränkungen <u>nicht</u> modelliert werden!	

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Die experimentellen Bedingungen mit Film

Zwei Bedingungen: nur die Stimme und der Untertitel (Name) für die Geschäftsführer variierten.

Film weibliche Stimme Keine Siegel	Film männliche Stimme Keine Siegel

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

Ausgewählte Ergebnisse – Vergleich der Website mit Filmsequenzen mit einer Seite mit echten Siegeln

Durchschnittliche Verweildauer auf der Website

Versuchsbedingung	Mittelwert [sec]
Echte Siegel ohne Zoom Marke Produkt	184,0
Video weiblich	189,0
Video männlich	202,0

Die durchschnittlichen Verweildauern auf der Website sind nahezu identisch.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Ausgewählte Ergebnisse – Filmsequenzen

Vollständigkeit des Ansehens des Films

	Gesamt	Video männlich	Video weiblich
Ich habe das Video nicht gesehen	12	6	6
Ich habe das Video nur teilweise gesehen	18	9	9
Ich habe das Video von Anfang bis Ende gesehen	10	5	5
	40	20	20

Versuchsbedingung	Verweildauer AOI Film [sec]	Revisits auf das AOI Videofilm	Fixationen auf das AOI Videofilm
Video weiblich	17,13	16,00	46,05
Video männlich	22,33	16,75	52,35

In den beiden Versuchsbedingungen Film männlich/weiblich werden die Filmsequenzen gleich häufig betrachtet. Es tritt kein bedeutsamer Geschlechtseffekt auf.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Ausgewählte Ergebnisse – Vergleich der Website mit Filmsequenzen mit einer Seite mit echten Siegeln

Versuchsbedingung	Länge des Einkaufs [sec]	Verweildauer auf dem AOI "alle Siegel" [sec]	Verweildauer auf dem AOI Videofilm? [sec]
Echte Siegel ohne Zoom Marke Produkt	183,9800	1,2130	
Video weiblich	189,0350		17,1262
Video männlich	202,0265		22,3253

Ein Video erhält unabhängig vom Geschlecht der Sprecher eine deutlich höhere Aufmerksamkeit als ein statisches Bild mit Siegeln (Siegelbereich über drei Siegel), nämlich eine ca. 14 bis 20 mal höhere Aufmerksamkeit, in der Inhalte transportiert werden können.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Ausgewählte Ergebnisse – Vergleich der Website mit Filmsequenzen mit einer Seite mit echten Siegeln

Durchschnittliche Verweildauer auf dem Produktbild

Versuchsbedingung	AOI Produktbild [sec]
Echte Siegel ohne Zoom Marke Produkt	5,01
Video weiblich	3,55
Video männlich	6,44

Unterschiedlich ist der Anteil der Zeit, die dem Produktbild gewidmet wird. Hier fällt die Bedingung „Video weiblich“ nach unten ab. Das ist darauf zurückzuführen, dass in dieser Gruppe fast nur Männer vorhanden waren. Zwischen der Versuchsbedingung „Film männlich“ und „Siegel“ treten dagegen keine Unterschiede auf.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Welche Inhalte aus dem Film werden erinnert?

Kognitive Validierung:

Mit * gekennzeichnete Inhalte im Film wurden angesprochen, die anderen Inhalte dagegen nicht.

Inhalte „soziale Verantwortung“, „Biobaumwolle“ und „Nachhaltigkeit“ werden bei vollständigem Sehen des Films fast vollständig erinnert.

Auch bei teilweisem Sehen besteht immer noch eine Erinnerung von ca. 40% für den Begriff Nachhaltigkeit.

	Ich habe das Video nicht gesehen	Ich habe das Video nur teilweise gesehen	Ich habe das Video von Anfang bis Ende gesehen
N	12	18	10
T-Shirt-Fertigung in Europa*	1	4	4
Erfolgreiches Unternehmen	0	2	1
Biologisch angebaute Baumwolle*	1	5	10
Soziale Verantwortung*	0	2	8
Günstige Preise	1	2	0
Kundenorientierung	0	2	0
Discounter	0	1	0
Nachhaltigkeit*	0	7	9
Sommer-schlussverkauf	0	0	0
Luxusmarke	0	0	0
Sonderangebote	0	1	0
Standards für Sicherheit*	0	1	2

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Was bedeuten die Ergebnisse?

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Schlussfolgerungen

Das Experiment (Simulation) erzeugte „Verhalten“ im Kontext nachhaltiger Konsum. Da die Versuchspersonen für die Teilnahme bezahlt wurden, gab es **keinen Bias in Richtung „Selbstselektion**“ wie man es bei vielen Befragungen vermuten darf. Entsprechend fallen die Ergebnisse weitaus weniger optimistisch in Richtung nachhaltiger Konsum aus, als sonst sie sonst berichtet werden. Es zeigt sich, dass im Kaufprozess selbst kaum Aufmerksamkeit für das Thema Nachhaltigkeit herzustellen ist.

Dies könnte teilweise auf die Werte der jungen Versuchspersonen zurückzuführen sein: **Selbstbestimmung, Hedonismus** sind wichtigere Werte als **Universalismus** (z.B. globale Gerechtigkeit) und **Humanismus**.

- **Zusammenhänge zwischen spezifischen Werten** wie Humanismus, Universalismus und Verhaltensbereitschaft zu einer Verhaltensbereitschaft nachhaltigem Konsum sind schwach (berichteten Kaufkriterien), aber **theoriekonform**.
- **Zusammenhänge** zwischen spezifischen **Werten und tatsächlichem Kaufverhalten** sind jedoch **nicht vorhanden!** Es gibt auch hier einen Gap zwischen selbstberichteter Verhaltensbereitschaft und beobachtetem Verhalten.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Schlussfolgerungen

Wahrnehmungen im Eyetracking

Die Blickbewegungen im Experiment zeigen, dass die Siegel für Ökologisches und Soziales kaum wahrgenommen werden, dagegen aber das Siegel Qualität. Das Siegel Qualität stand im Experiment an erster Stelle der drei Siegel.

Das deutet auf einen **Positionseffekt** hin, der die Fixationen, Betrachtungsdauern und Revisits deutlich beeinflusst (die Leserichtung geht von links nach rechts!). Dies bestätigt sich, wenn man die Daten z.B. für das Siegel Limited Edition ansieht, das an der gleichen Position wie das Ökosiegel bzw. das Sozialsiegel steht.

Filme erhalten eine **hohe Aufmerksamkeit**, die sich für die Informations-vermittlung nutzen lässt.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Schlussfolgerungen

Erinnerungsleistungen an Siegel und Nachhaltigkeitsthemen

Die Erinnerungsleistungen im Versuch sind insgesamt schlecht. Im **Setting „Siegel“** meinen **40% bis 60%** der Personen, sich **nicht an Siegel** zu **erinnern. Bis zu 15% erinnern sich an Siegel, die nicht präsentiert wurden.**

Richtig erinnern sich bis 35% an das Siegel Qualität (erste Position der Siegel). Daraus lässt sich folgern, dass der Einsatz von Siegeln die Kunden wenig informiert. Die Versuchspersonen haben zudem die hinter den Siegeln liegende Information fast nie aktiv nachgelesen.

Die Personen in den **Versuchsbedingungen Film** erinnerten sich gut an die **Inhalte des Films**, wenn der Film tatsächlich gesehen wurde.

Um die Kunden für Nachhaltigkeitsinhalte und ein damit verbundenes Kaufverhalten zu motivieren, erscheinen daher umfängliche multimediale **Informations- und Kommunikationsstrategien notwendig.**

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Limitierungen der Studie und Ausblick

Der Webshop und die Durchführung mittels eines stationären Eyetracking beinhalten **keine echte Verkaufssituation**. Durch die Apparaturen können die Versuchspersonen irritiert sein, was möglicherweise Stress erzeugt und zu verkürzten Kaufprozessen und damit Wahrnehmungseffekten führt. Das Involvement gegenüber dem Produkt war eher gering.

Die **Geschlechtsverteilung** der Versuchspersonen entsprach nicht der Grundgesamtheit. Dies sollte zukünftig besser angepasst werden.

Die **aufwendige Technik bedingt geringe Versuchspersonenzahlen**, sodass Stichprobeneffekte nicht ausgeschlossen werden können. Doch die Ergebnisse scheinen valide, da sie die Erfahrungen aus den Unternehmen widerspiegeln (kommunikative Validierung).

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

Limitierungen der Studie und Ausblick

Positionseffekte wirken auf Wahrnehmungsleistungen. Diese sollten zukünftig kontrolliert und variiert werden. Positionseffekte können als **Nudges** genutzt werden und sollten systematischer untersucht werden.

Filme erhalten eine hohe Aufmerksamkeit, die sich für eine umfassende Informationsvermittlung nutzen lassen. Es konnte nicht untersucht werden, wie sich Filme auf die Kaufentscheidung auswirken, da dies aufgrund technischer Limitierungen nicht in diesem Setting möglich war. Hierfür sind neue experimentelle Settings zu entwickeln, um die Effekte auf Verhalten zu prüfen.

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

SEAM
SUSTAINABLE ETHICAL APPAREL MANAGEMENT

EthNa Kompetenzzentrum CSR
Hochschule Niederrhein

ethna@hs-niederrhein.de
www.hs-niederrhein.de/forschung/ethna

Besten Dank für Ihr Interesse !

Forschungsteam / Autoren der Studie

- **Prof. Dr. Monika Eigenstetter**
- **Adam Blaszk**
- **Dr. Milena Valeva**
- **Prof. Dr. Michael Schleusener**
- **Prof. Dr. Martin Wenke**
- **Prof. Dr. Rudolf Voller**

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

Diese Forschung an der Hochschule Niederrhein wird im Rahmen des Projekts „Ethisches Unternehmerhandeln im Spannungsfeld zwischen Kundenerwartungen und Lieferkettenmanagement“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfallen gefördert.

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences