

## Kaufverhalten zwischen Wunsch und Realität

Erich Schönleitner<sup>1\*</sup>

Wir wünschen uns Lebensmittel einer „heilen Welt“, in der die Tiere glücklich und artgerecht leben dürfen, in der auch Kleinbauern ausreichend ertragreich wirtschaften können, wir Bio-Qualität am Wochenmarkt einkaufen, Medikamente in der Tierhaltung nur dann eingesetzt werden, wenn diese wirklich nötig sind und vieles mehr.

Leider steht dieser Wunsch oft einer nicht so schönen Realität gegenüber.

Nutztiere vegetieren in Massentierhaltung unwürdig dahin, von den Schlachtmethode ganz zu schweigen. Die Bauern und Landwirte bekommen einen so geringen Anteil an der Wertschöpfungskette, dass eine artgerechte Tierhaltung oft einfach nicht möglich scheint. Bio-Qualität ist meist teurer und so greifen viele Konsumenten doch zu Aktionsware.

Wie kann hier ein Umdenken angestoßen werden? Wer hat hier die „Zügel“ in der Hand? Jeder Einzelne von uns. Jeder, der als Konsument Lebensmittel einkauft. Egal ob Online oder im Geschäft. Wir selber entscheiden, ob wir ein Produkt wählen, das dem Wunschdenken nahekommt oder nicht. Das ist der Moment der zählt, der Moment der Entscheidung, zu welchem Produkt wir greifen.

### Und welche Rolle spielt der Handel dabei?

Pfeiffer hat mit „F(L)AIR“ eine Vorreiterrolle eingenommen und bietet mit bislang zwei Produkten Leuchtturmartikel der anderen Art.

### Flair. Der Moment der zählt.

Im Schulterschluss mit heimischen Bauern und Lebensmittelproduzenten bringt Pfeiffer ausgewählte Produkte



auf den Markt, die dem fairen Ansatz, alle Stufen der Wertschöpfung gerecht zu entlohnen, entsprechen. Damit folgt Pfeiffer dem gesellschaftlichen Wunsch nach fairen, nachhaltigen Produkten.

- F(L)AIR steht für fairen Handel und Qualität in der heimischen Lebensmittelwirtschaft und Absicherung sowie Schaffung von Arbeitsplätzen!
- Nur wenn ein Produkt ein gutes Leben für alle garantiert, ist es ein wirklich gutes Lebensmittel!

Neben F(l)air fokussiert Pfeiffer mit Unimarkt und Nah&Frisch künftig noch stärker auf regionale und biologische Produkte. Auch Convenience-Sortimente werden Eckpfeiler unserer Positionierung.

Egal ob wir stationär einkaufen oder online. Der Moment, in dem wir ein Produkt auswählen, entscheidet über F(l)airness.



<sup>1</sup> Geschäftsführer der Pfeiffer HandelsgmbH, Egger-Lienz-Str. 15, A-4050 Traun

\* Ansprechpartner: Dr. Erich Schönleitner, Tina.Macho@pfeiffer.at



