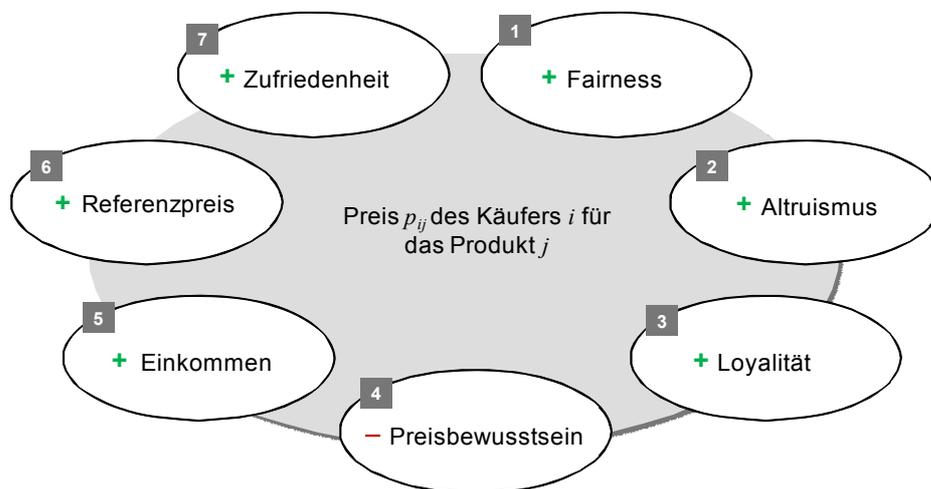


Vorgehen und Ergebnisse des Pay What You Want-Experiments:

Die Autostadt betreibt kontinuierlich Meinungsforschung zu ihren BesucherInnen. In diesem Rahmen wurde im November/Dezember 2014 eine Pay What You Want-Aktion (PWYW) im Restaurant La Coccinella durchgeführt und durch Interviews begleitet. Die Autostadt wollte sich so über die Wertschätzung der BesucherInnen für nachhaltige Ernährung informieren und erfahren, ob die biologische, regionale und saisonale Küche der Autostadt von den Gästen geschätzt wird.

Im Rahmen eines PWYW-Experiments sind die Teilnehmer aufgefordert, den Preis für das von ihnen konsumierte Gericht (anwendbar auch auf andere Produkte, hier lag der Fokus auf Lebensmitteln) selbst zu bestimmen. Dabei werden sie von verschiedenen Faktoren beeinflusst, u.a:



Im Rahmen des in der Autostadt durchgeführten PWYW-Experiments stand das Umweltbewusstsein im Vordergrund. Ziel des Experiments war es, zu prüfen, ob die Besucher eine höhere Zahlungsbereitschaft für Speisen mit größeren Umweltauswirkungen zeigen als für Speisen mit geringeren Auswirkungen auf die Umwelt. Dies wäre ein weiterer beeinflussender Faktor zu den oben genannten.

Das Experiment wurde in zwei Phasen durchgeführt:

1. In der ersten Phase bekamen die Besucher keine Information zu den Umweltauswirkungen ihrer Gerichte, sondern lediglich die Speisekarte ohne Preisangaben (Getränke waren dabei ausgenommen und waren mit den normalen Preisen versehen). Sie konnten die von ihnen gewünschten Gerichte auswählen und abschließend den von ihnen gewählten Preis bezahlen. Dabei wurden sie auch um das Ausfüllen eines kurzen Fragebogens mit sozio-demografischen Angaben, Umweltbewusstsein, Häufigkeit der Autostadt-Besuche u.a. gebeten.
2. In der zweiten Phase bekamen die Besucher zusätzlich zu der Speisekarte (ebenfalls ohne Preisangaben, identisch zu Phase 1) einen Informationszettel zum Konzept des Ökologischen Rucksacks und den Umweltauswirkungen von unterschiedlichen Lebensmitteln sowie eine Darstellung der Größe der Ökologischen Rucksäcke der angebotenen Speisen in der Speisekarte. Der Rest des Ablaufs war identisch zur ersten Phase.

Der ökologische Rucksack enthält alle Materialien, die für die Herstellung, Verarbeitung und den Transport von Gütern notwendig waren. Unterschiedliche Speisen haben unterschiedliche ökologische Rucksäcke. Während sich z.B. allein für Nudeln ein Rucksack von etwa 3 kg pro Portion ergibt, ist der Rucksack für eine Portion Pasta Bolognese mit etwa 7.5 kg mehr als doppelt so groß, da die Fleischproduktion sehr viele Ressourcen beansprucht.

Die Rucksäcke zeigen die „ökologische Wahrheit“: ein großer Rucksack bedeutet, dass ein Produkt die Umwelt stark beansprucht – also viele Umweltkosten verursacht. Umweltkosten sind nicht vollständig in den Preisen enthalten. Um die Umweltkosten zu berücksichtigen, müssten die Preise der Lebensmittel mit großen Rucksäcken entsprechend höher sein.

Ergebnisse

Die Ergebnisse beider Phasen des PWYW-Experiments haben gezeigt, dass die Besucher tendenziell ein hohes Umweltbewusstsein haben und bereit sind, für „schwerere“ Gerichte einen höheren Preis zu zahlen:

- **Kernbotschaft:** Die BesucherInnen sind bereit, für vitale Speisen mit einem höheren Ressourcenverbrauch im Vergleich zu vegetarischen und veganen Speisen mehr zu zahlen.
- Die PWYW-Aktion weist darauf hin, dass Gäste – unabhängig von Alter, Bildungsgrad oder Geschlecht – einen signifikant höheren PWYW-Preis (etwa 10% mehr) zahlen, wenn sie über den Ressourcenverbrauch (Ökologischen Rucksack) ihres Gerichtes informiert sind.
- Die Befunde müssen derzeit in weiteren Aktionen fundiert und geprüft werden, sind aber für die geprüfte Personengruppe zum gegebenen Zeitpunkt durchaus aussagekräftig.

Setting, wissenschaftliche Begleitung und Auswertung der Aktion:

- Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH: Prof. Dr. Christa Liedtke, Dr. Maria Welfens, Dr. Holger Berg, Julia Nordmann, Johannes Buhl
- Institut für Konsumforschung, Universität des Saarlandes, Saarbrücken: Prof. Dr. Andrea Gröppel-Klein, Friederike Kamm

Eckdaten der Aktion:

- Insgesamt 205 Teilnehmer. Der Mehrheit hat es gefallen, den Preis selbst zu bestimmen.
- Nahezu 50/50 Verteilung in Bezug auf Besucher / Autoabholer sowie männlich / weiblich
- Im Schnitt rund 49 Jahre alt
- Etwa die Hälfte der Teilnehmer waren in Familien dort.
- Die teilnehmenden Gäste zahlen im Schnitt etwa 10 % mehr, wenn der Ökologische Rucksack kommuniziert wird.

Fazit: Die Aktion hat das Interesse und Bewusstsein der BesucherInnen für eine gesunde und nachhaltige Ernährung aufgezeigt. Dies bestätigt das Vorgehen der Autostadt, als ein Ort, in dem Gastronomie eine große Rolle spielt, ihre BesucherInnen zu Möglichkeiten einer solchen Ernährung zu informieren. Es bestätigt auch die biologische, regionale und saisonale Versorgung der Autostadt in enger Zusammenarbeit mit Erzeugern aus der Umgebung von Wolfsburg und aus Niedersachsen.