

Gütesiegel unter der Lupe

Eine Studie im Rahmen des Seminars Marktpsychologie
unter der Leitung von Herrn Prof. Eberhard Wüst

Studiengang:
Werbung und Marktkommunikation
5. Semester, WS 01/02
Hochschule der Medien Stuttgart

Stuttgart, 12.Jan. 02

Gesamtbericht „Gütesiegel unter der Lupe!“

Aufgabenstellung

Die Theorie praxisnah erleben – das war unser Ziel im Rahmen des Seminars „Marktpsychologie“ bei Professor Eberhard Wüst. Wir, Studierende des fünften Semesters des Studiengangs „Werbung und Marktkommunikation“ an der Hochschule der Medien Stuttgart führten dazu eine Studie zum Thema „Gütesiegel unter der Lupe“ durch.

Hintergrund war der aktuelle Anlass der Einführung des „Bio-Siegel“ durch das Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft zum 1. Januar 2002, dessen Kriterien sich nach den aktuellen Bestimmungen der EG-Öko-Verordnung richten. Die Studierenden wollten der Frage auf die Spur kommen, ob sich ein neues Bio-Siegel in der bereits bestehenden Gütesiegel-Landschaft überhaupt durchsetzen und gesellschaftliche Akzeptanz finden kann.

Methodik

Nachdem das Thema gefunden war, versuchten wir uns in die verschiedenen Zielgruppen hineinzusetzen, indem wir die Motive, Einstellungen, das Rollenverhalten und das situative Umfeld analysierten. Anschließend wurden aus diesen Überlegungen Statements abgeleitet, die näher untersucht werden sollten. Für die Erstellung des Fragebogens wurden die aussagekräftigsten Statements selektiert und unter Berücksichtigung einer interviewgerechten Fragestellung formuliert. Es wurden zur Vervollständigung noch statistische und demographische Fragen hinzugefügt. Die Befragten äußerten ihren Standpunkt gegenüber den einzelnen Statements mit Hilfe einer 6er-Skala („trifft sehr zu“ bis „trifft nicht zu“, sowie „keine Aussage“).

Mittels eines standardisierten Fragebogen wurden 800 Personen in persönlichen Interviews befragt. Die Zielgruppen wurden nach Geschlecht und Altersgruppen (von 18 bis 99 Jahren, 74,3% Frauen, 25,4% Männer) differenziert.

Aufgrund der Tatsache, dass Frauen grundsätzlich stärker mit Gütesiegeln in Kontakt treten (insbesondere beim Einkauf für die Familie), wurde bewusst ein höherer Frauenanteil befragt.

Die Befragungsdaten wurden für eine computergestützte Auswertung aufbereitet und zunächst einer Grundauswertung unterzogen. Gleichzeitig wurden die Daten faktorenanalytisch betrachtet und 8 Beurteilungsfaktoren gewonnen, die im Umgang mit Gütesiegeln eine Bedeutung haben.

In darauf folgenden Auswertungsphase analysierten die Statements, indem sie diese der Korrelation unterzogen.

Aufgrund dieser Vorgehensweise hatten die angehenden Werber die Möglichkeit eine Marktstudie innerhalb eines Semesters von Anfang bis Ende eigenständig durchzuführen, und somit wertvolle Erfahrungen für die spätere Praxis zu sammeln.

Faktoren:

1. Vertrauen in Gütesiegel
2. Orientierung an ökologisch hergestellten Produkten – Öko-Freak
3. Verbraucher-Macht
4. Gesundheitsorientierung
5. Garantie durch Gütesiegel
6. gesunde Ernährung
7. Forderung nach einheitlichem Biosiegel
8. Preisakzeptanz für Lebensmittelqualität

(siehe Chart 2)

Ergebnisse im Detail

Vertrauen in Gütesiegel

Aufgrund der großen Anzahl an Gütesiegeln auf dem Markt fühlt sich der Verbraucher verunsichert. Das Vertrauen in Gütesiegel ist somit geschwächt, je größer der „Gütesiegel-salat“ ist.

Diese Vertrauenslücke weckt beim Verbraucher das Bedürfnis nach mehr Sicherheit, Transparenz und Information. So fordert eine große Mehrheit der Befragten (60,6%) ein einheitliches Biosiegel und befürwortet eine europaweite und einheitliche Norm (Chart 10) Jedoch erachtet der Verbraucher die deutschen Standards für die Regelung von Gütesiegeln als weitaus höher als die der EU.

Auffällig erschien uns die Meinung von 77,3% der Befragten, wonach die bisherigen Organisationen und Verbände die Regelungen und Kontrolle der Gütesiegel nicht zur vollen Zufriedenheit durchgeführt haben. Dies ist u.a. auf aktuelle Skandale (BSE, gespritztes Obst ect.) zurückzuführen, wo selbst mit Gütesiegeln gekennzeichnete Produkte verseucht waren. Vater Staat soll sich dieser Sache nun mit Gesetzen und stärkeren Kontrollen annehmen und so dem Verbraucher die gewünschte Sicherheit bieten.

Bei der Auswertung zweier Statements („Ich bin der Ansicht, dass die Bedingungen von Gütesiegeln staatlich geregelt und kontrolliert werden sollten.“ und „Auf ein von unserer Regierung eingeführtes Gütesiegel kann ich mich 100%-ig verlassen.“) beobachteten wir einen interessanten Zielkonflikt (Chart 9):

Der Verbraucher fordert eine staatliche Regelung, allerdings traut er diese Aufgabe der jetzigen Regierung nicht so recht zu.

Die Verwirrung durch den „Gütesiegel-salat“ und mangelndes Vertrauen in die Regierung wirft eine brisante Hypothese auf:

Ist es überhaupt noch möglich, das Vertrauen der Verbraucher mit dem neuen Bio-Siegel wieder herzustellen, insbesondere wenn sich die jetzige Regierung dieser Herausforderung annimmt.

Einfluss des Verbrauchers

Auf die Frage hin, ob man das Angebot durch sein Kaufverhalten beeinflussen könne, stimmte eine klare Mehrheit von 61% zu. Sie sind damit der Meinung, durch ihre gesteigerte Nachfrage nach ökologisch hergestellten Produkten, das Angebot gemäß ihren Ansprüchen steuern zu können (Chart 12).

Außerdem fordern 76,7%, von denen die glauben Einfluss nehmen zu können, eine artgerechte Tierhaltung (Chart 16).

Trotz diesen Forderungen ist aus unserer Sicht anzunehmen, dass das Angebot sich nicht grundsätzlich in diese Richtung verändern wird, weil die Einflussnahme der Verbraucher durch das Kaufverhalten allein zu schwach ist.

Preisakzeptanz

Unter dem Schwerpunkt Preis in Verbindung mit der Qualität von Lebensmitteln wurde folgendes festgestellt.

32% der Befragten kaufen ihre Lebensmittel so günstig wie möglich. Davon sind dennoch 40,4% bereit für gute Lebensmittelqualität einen höheren Preis zu zahlen (Chart 18).

Speziell wenn es um die Gesundheit geht, ist ihnen der Preis zweitrangig.

Daraus ergibt sich die Frage, ob die Konsumenten möglicherweise deshalb verstärkt auf günstige Angebote zurückgreifen, weil sie sich einer guten Qualität nicht sicher sind.

Würden sie bei einer durch ein Gütesiegel garantierten Qualität mehr ausgeben?

Bei näherer Untersuchung dieser Frage ergab, dass ein Großteil der Männer und Frauen zwar der Meinung sind Ökoprodukte seien qualitativ und geschmacklich besser, allerdings steht für ein nicht zu vernachlässigenden Teil (ca. ein Drittel) das Biosiegel nicht für qualitativ hochwertige Produkte (Chart 19).

Aus diesen Erkenntnissen lässt sich die Hypothese ableiten, dass das neue Biosiegel selbst in den Köpfen der Verbraucher nicht mit guter Qualität und gutem Geschmack assoziiert wird.

Fazit für die Zukunft ist: das Image des neuen Bio-Siegels zu bilden und zu stärken. Ziel dabei ist, die Bereitschaft der Verbraucher zu erhöhen, für gute Lebensmittelqualität und gesunde Kost mehr Geld auszugeben.

Einstellungen der ökologisch Bewußten

Für die Untersuchungen dieses Themas wurden zunächst die ökologisch sehr bewussten Personen bestimmt. Aus der Analyse ging ein relativ geringer Anteil von nur 9% Personen hervor.

Diese kleine Zielgruppe ist gekennzeichnet dadurch, dass sie sowohl in ländlichen Gebieten, wie auch in Städten ansässig ist. Bemerkenswert ist, dass sie sich mit rund 73% ausschließlich aus Personen ab 41 Jahren zusammensetzen (Chart 25). Betrachtet man deren Bildung, so fällt auf, dass die älteren ökologischen bewussten Verbraucher im Vergleich zu den Jüngeren über einen höheren Bildungsstand verfügen.

Bezüglich des Kaufverhaltens bzw. des Einkaufsort wurde die Erkenntnis gewonnen, dass die ökologisch Bewussten nicht nur dieselben Einkaufsmöglichkeiten wie die anderen Befragten nutzen, sondern sie stimmen auch bei der Vergabe der Rangfolge der Kauforte überein. Der am häufigsten genannte Einkaufsort (Supermarkt) ist bei beiden Gruppen ähnlich hoch (Chart 27).

Schlussfolgernd richten wir aufgrund dieser Tatsachen einen Apell an Hersteller und Händler, Gütesiegelprodukte nicht nur in gesonderten Einkaufsorten (Reformhaus, Wochenmarkt) anzubieten, sondern diese vermehrt im Supermarkt zu platzieren, wo doch hier die breite Masse sie aufzufinden wünscht.

Die Themen ökologische Anbauweise und umweltfreundliche Herstellung waren den ökologisch Bewussten im Vergleich zu den übrigen Befragten deutlich wichtiger. Ganz anders sieht es jedoch bei der Haltung zum Thema „artgerechte Tierhaltung“ aus. Hier herrscht unerwarteter Weise bei beiden Verbrauchergruppen große Übereinstimmung. Ist dieses Ergebnis möglicherweise auf die vergangenen Tierskandale, wie BSE und MKS zurückzuführen? Wir stellen jedoch die Vermutung an, dass sich nach einer gewissen Beruhigungsphase wieder ein durchgängiges, differenziertes Verhaltensbild der beiden Gruppen abzeichnen wird.

Gesundheitsbewußtsein

Die Auswertung ergab, dass von allen Befragten nur etwa ein Viertel (26%) angibt, sehr gesundheitsbewusst zu sein. Von diesen 26% ist wiederum nur ein ganz geringer Prozentsatz, nämlich 1,5%, der Ansicht, dass er über das neue Bio-Siegel von Seiten der Regierung gut informiert ist. Ist es nicht bedenklich, dass sich demnach die Mehrheit der Gesundheitsbewussten unzureichend informiert fühlt und eine bessere staatliche Regelung und Kontrolle von Gütesiegeln wünscht (Chart 20)?

Auch die Gütesiegel der übrigen Ökoverbände und Organisatoren (wie Demeter, alnatura, Naturland etc.) leiden unter einer geringen Bekanntheit (nur 22% aller Befragten). Lediglich 5% der Gesundheitsbewussten und die dieses Siegel kennen, haben kein Vertrauen in diese Gütesiegel. Die Mehrheit der Befragten verlässt sich folglich fast blind auf das, was Gütesiegel versprechen (Chart 21).

Weiter Ergebnisse erbrachten, dass eine gesundheitsbewusste Einstellung weitgehend unabhängig von der Schulbildung ist (Chart 22). Andererseits war erstaunlich, dass es

bezüglich des Gesundheitsbewusstseins bei ganztags berufstätigen und nicht berufstätigen Personen so gut wie keinen Unterschied gibt. Man kann also nicht sagen, dass die Personen, die ganztags arbeiten, eventuell aus Zeitgründen gleichgültiger im Hinblick auf gesunde Ernährung mit frischen Lebensmitteln sind. Der Manager isst somit nicht mehr oder weniger Fastfood als die Hausfrau (Chart 23).

Kindererziehung

Bei der näheren Betrachtung der Beziehung zwischen Kindererziehung und Gütesiegel konnten interessante Erkenntnisse gewonnen werden.

Personen mit Kindern sind eher bereit für gute Lebensmittelqualität einen höheren Preis zu zahlen (65%) als Kinderlose (50%) Daraus kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass kinderlose Personen weniger preisflexibel sind, bei größeren Preisveränderungen eher zu einem billigeren Anbieter wechseln und damit Einbussen in der Qualität hinnehmen (Chart 31).

Unsere Untersuchungen ergaben weiterhin, dass nur etwa 30% der Personen mit Kindern sich sehr gut informieren über die Herkunft der Lebensmittel. Das Informationsverhalten der Kinderlosen ist dagegen um ca. die Hälfte geringer. Diese Daten geben darüber Aufschluss, dass ein Großteil der Bevölkerung beim Einkauf eine gewissen Ignoranz über Herkunftsfragen an den Tag legt (Chart 32).

Insgesamt ist zu beobachten, dass das Ökologie- und Gesundheitsbewusstsein steigt, wenn erst mal die Verantwortung für Kinder da ist.

Ein untersuchter Zusammenhang bezog sich auf das Statement „Wer Kinder hat sollte verstärkt Öko-Produkte kaufen“. Diese Frage beantworten alle Teile der Bevölkerung fast gleichermaßen (48% der Befragten mit Kinder, 36% der Befragten ohne Kinder, Chart 35).

Dabei stellt sich für uns nun die Frage: Wenn Leute ohne Kinder die Ernährung umstellen würden, sobald erst mal Kinder da sind, warum achten sie nicht schon vorher auf ihre eigene Gesundheit?

Bei der Aufschlüsselung der Personen mit Kindern verschiedener Altersgruppen gab es folgende Ergebnisse:

Eltern mit Kindern über 10 Jahren sind eher dazu bereit, für gute Lebensmittelqualität einen höheren Preis zu zahlen, als Eltern mit jüngeren Kindern (Chart 36). Eine mögliche Erklärung für diese Abweichung liegt darin, dass Personen mit jüngeren Kindern zum Großteil selbst auch jünger sind. In jüngeren Jahren ist das Einkommen noch nicht so gefestigt und auch von geringerer Höhe. Die jüngeren Eltern können sich somit die teureren Produkte nicht leisten.

Es entwickelt sich daraus die Forderung, dass es äußerst wichtig ist, gute Lebensmittelqualität zu einem Preis anzubieten, den sich auch einkommensschwächere Familien leisten können.

Ein weiteres Ergebnis besagt, dass Eltern die Aufklärung ihrer Kinder über Vor- und Nachteile von Öko-Produkten erst ab einem Alter von 10 Jahren für sehr wichtig halten

(Chart 37). Diesem Phänomen könnte man entgegenwirken, indem der Aspekt des Ökologiebewusstseins bereits im Grundschulalter in die Erziehung miteinbezogen werde würde und die Eltern ihre Kinder spielerisch informieren würden. Dies ist gleichzeitig auch eine Herausforderung für Lehrer und Medien, die die Aufklärung der Kinder über gesundheitsbewusste Ernährung mittragen können.

Wenn es gelingt, Kinder schon sehr früh für ihre eigene Gesundheit zu sensibilisieren, werden diese später auch ohne eigene Kinder ein gesundheitsbewusstes Verhalten an den Tag legen.

Zusammenfassung & Empfehlungen

Geringe Bekanntheit und mangelndes Vertrauen des neuen Bio-Siegels der Regierung sind zurückzuführen auf die fehlende Transparenz im Gütesiegelsalat.

Wünschenswert aus Sicht des Verbrauchers wäre daher ein aktiveres Informationsverhalten seitens der Regierung.

Das noch junge Bio-Siegel muss heute seine Chance wahrnehmen, durch eine weitverbreitete Imagekampagne das Vertrauen der Gesellschaft zu gewinnen. Dabei müssen die Vorteile wie z.B. staatliche Regulierung, Kontrollen und einheitliche Standards im Vergleich zu den bereits bestehenden Gütesiegeln kommuniziert werden.

Die Studie ergab außerdem, dass das Siegel preispolitisch attraktiver gestaltet werden muss, damit Qualität für jedermann erhältlich wird. Diese Forderung geht einher mit einer Zielgruppenerweiterung. Das heißt, dass mit Gütesiegel ausgezeichnete Produkte nicht nur wie bisher von Familien mit Kindern und ökologisch Bewussten wahrgenommen werden soll, sondern auch eine breitere Masse angesprochen werden muss.

Gütesiegel unter der Lupe

Ergebnisse im Detail

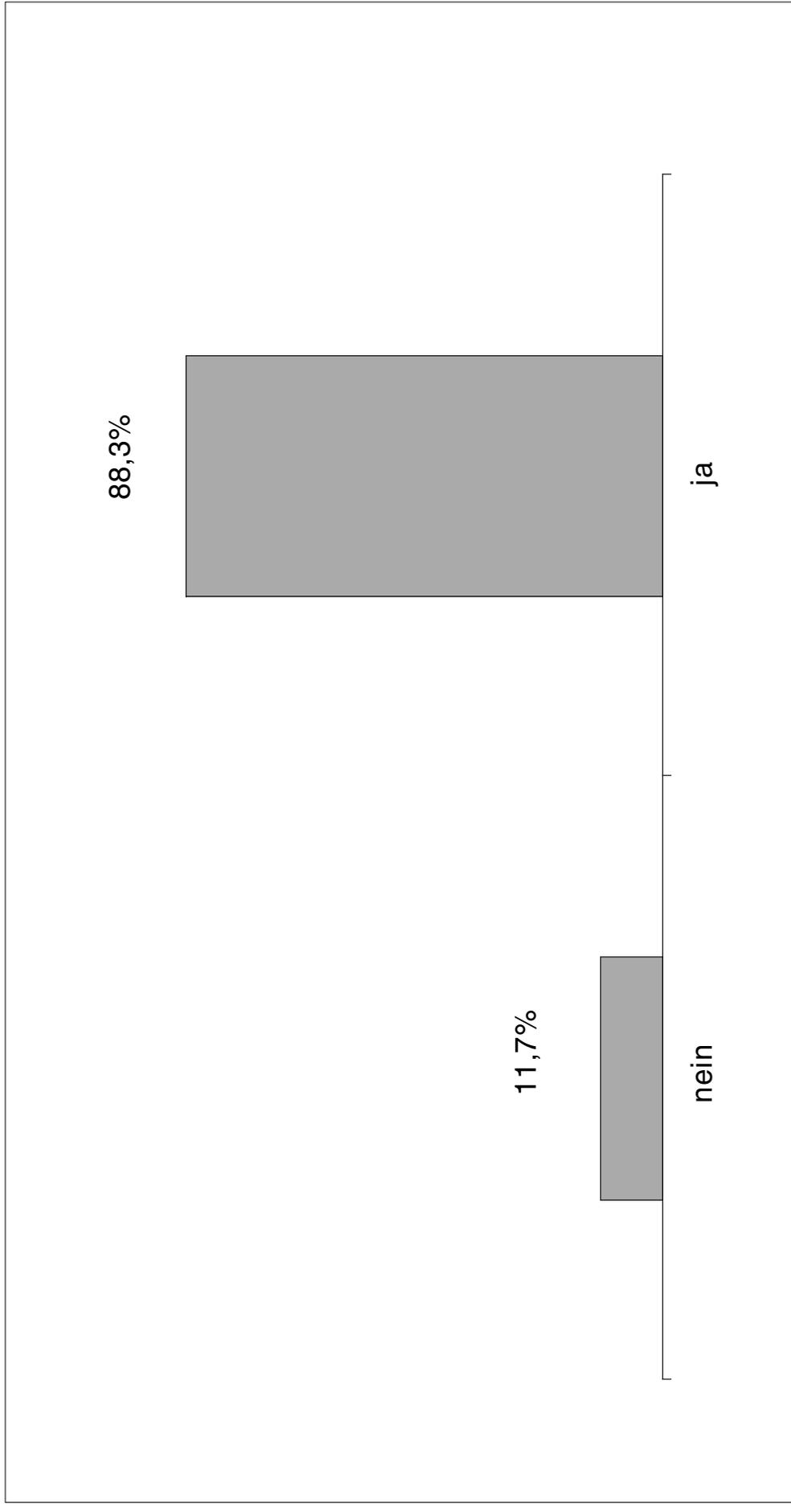
Grafische Darstellungen 1 - 52

Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Kaufen Sie Ihre Lebensmittel überwiegend selbst ein?

Basis : 778 Frauen und Männer

Statement :



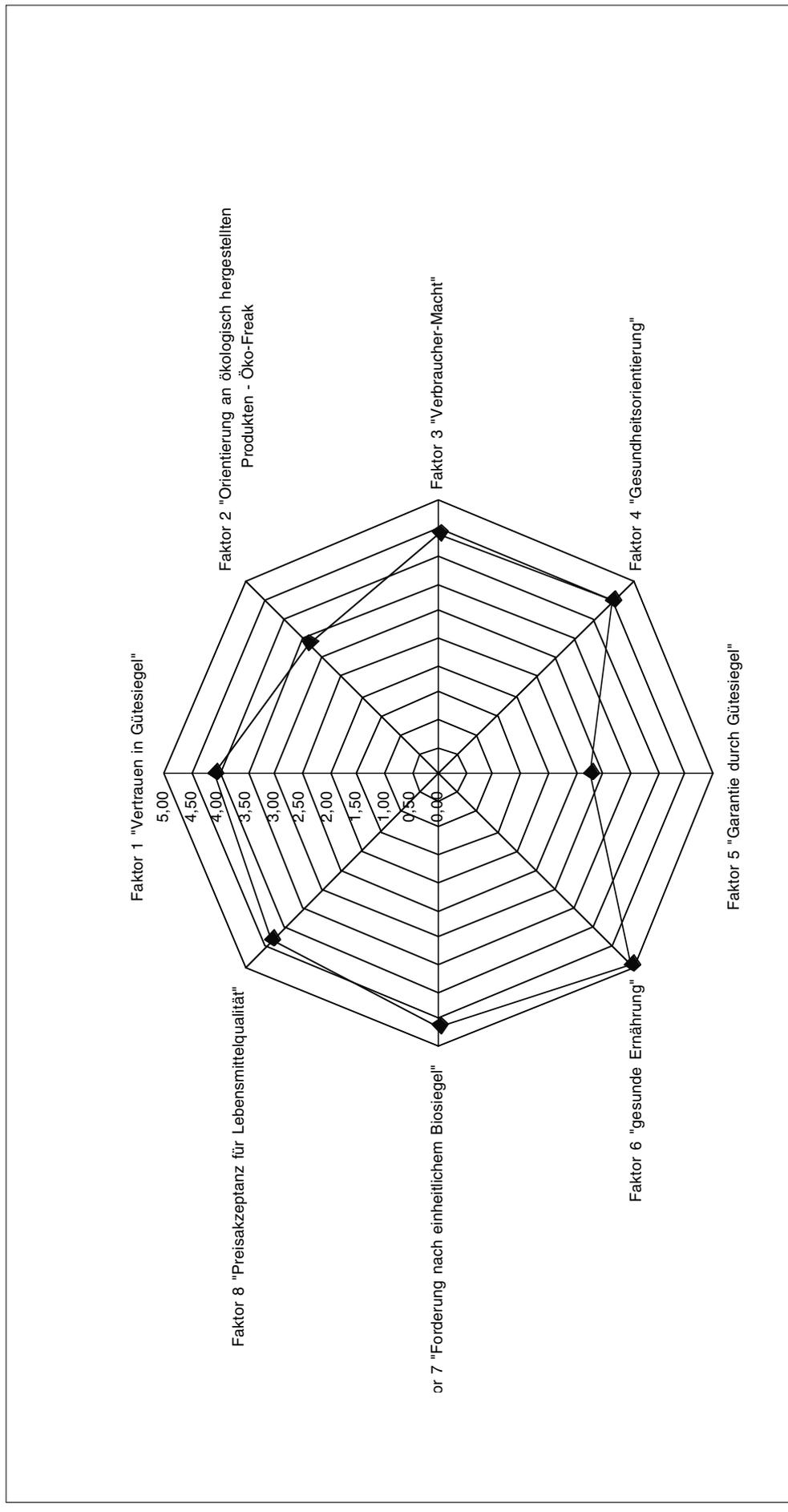
Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Beurteilungsfaktoren für Gütesiegel

Basis : 778 Frauen und Männer

Faktorenanalyse
Mittelwerte

Statement : 0,0 trifft nicht zu bis 6,0 trifft sehr zu



Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Einstellungen zu Gütesiegeln

- Teil 1 -

Basis : 778 Frauen und Männer

Beurteilung auf 6-stufiger Skala
1 trifft nicht zu bis 6 trifft sehr zu

Statement :

	1	2	3	4	5	6
Faktor 1: „Vertrauen in Gütesiegel“						
Das Biosiegel hat für mich keinerlei Wert *						4,0
Demeter genießt mein vollstes Vertrauen						4,7
Alnatura genießt mein vollstes Vertrauen						3,7
Naturland genießt mein vollstes Vertrauen						3,7
Füllhorn genießt mein vollstes Vertrauen						3,5
Biosiegel genießt mein vollstes Vertrauen						4,0
Naturkind genießt mein vollstes Vertrauen						3,8
Bioland genießt mein vollstes Vertrauen						4,7

	1	2	3	4	5	6
Faktor 2: Orientierung an ökologisch hergestellten Produkten - Öko-Freaks						
Wer Kinder hat, sollte verstärkt Öko-Produkte kaufen						4,2
Ich denke, dass Öko-Produkte qualitativ und geschmacklich besser sind						4,4
Über die Herstellung und Herkunft von Lebensmitteln informiere ich mich besonders gründlich						3,4
Ich suche auf der Verpackung verstärkt nach Gütesiegeln						3,1
Das neue Bio-Siegel hat keinerlei Einfluss auf mein Essverhalten *						3,2
Fast alle meine Freunde legen Wert auf eine gesunde Ernährung						3,5
Auch beim Kauf von anderen Produkten wie z.B. Möbel oder Kleidung achte ich immer auf ökologische Herstellung						2,6
Kinder sollten über Vor- und Nachteile von Öko-Produkten aufgeklärt werden						4,7
In allen meinen Lebensbereichen entscheide ich mich ökologisch bewusst						3,2
Ich kaufe ausschließlich Produkte aus ökologischem Anbau						2,5
Biologische Lebensmittel sind in meinem Freundeskreis ein aktuelles Gesprächsthema						2,5
Ich kaufe mit Gütesiegeln gekennzeichnete Produkte, um mich/meine Familie gesünder zu ernähren						3,7
Ich kaufe nur Produkte, von denen ich sicher bin, dass sie umweltfreundlich hergestellt sind						3,2

* Gespiegelt, weil negative Korrelation

Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Einstellungen zu Gütesiegeln

- Teil 2 -

Basis : 778 Frauen und Männer

Beurteilung auf 6-stufiger Skala
1 trifft nicht zu bis 6 trifft sehr zu

Statement :

	1	2	3	4	5	6	
Faktor 3: „Verbraucher Macht“							
Ich halte ein einheitliches Biosiegel für landwirtschaftliche Produkte für unbedingt erforderlich							4,6
Ich bin der Ansicht, dass die Bedingungen von Gütesiegeln staatlich geregelt und kontrolliert werden sollten							2,5
Mit dem Kauf von Bio-Siegel-Produkten setze ich in Punkto Verbraucherschutz ein wichtiges Zeichen							3,8
Durch das neue Bio-Siegel kann ich mehr Einfluss auf die Herkunft und Herstellung von Lebensmitteln nehmen							3,8
Ich bin bereit, für gute Lebensmittelqualität einen höheren Preis zu zahlen							4,5
Bio-Produkte müssen für mich auf den ersten Blick auf der Verpackung erkennbar sein							5,2
Ich kaufe mit Gütesiegeln gekennzeichnete Produkte, um mich/meine Familie gesünder zu ernähren							3,7
Ich wünsche mir ein europaweites, einheitliches Biosiegel							4,6
Durch den Kauf von Biosiegel-Produkten kann ich aktiv Einfluss auf das Angebot der Hersteller nehmen							4,0
Demeter genießt mein vollstes Vertrauen							4,7

	1	2	3	4	5	6	
Faktor 4: „Gesundheitsorientierung“							
Meine Gesundheit ist mir überaus wichtig							5,3
Wenn es um meine Gesundheit geht, ist der Preis zweitrangig							4,3
Gütesiegel sind für mich Ausdruck eines hohen Lebensstandards							3,6
Ich fühle mich nur dann richtig wohl, wenn ich mich gesund ernähre							4,4
Ich bin bereit, für gute Lebensmittelqualität einen höheren Preis zu zahlen							4,5
Gesunde Ernährung wird für mich immer wichtiger							4,8
Das Biosiegel steht für mich für qualitativ hochwertige Produkte							4,2
Herkunfts- und Qualitätszeichen Baden-Württemberg genießen mein vollstes Vertrauen							4,4

Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Einstellungen zu Gütesiegeln

- Teil 3 -

Basis : 778 Frauen und Männer

Beurteilung auf 6-stufiger Skala
1 trifft nicht zu bis 6 trifft sehr zu

Statement :

	1	2	3	4	5	6
Faktor 5: „Garantie durch Gütesiegel“						
Ich fühle mich gut über das Bio- Siegel des Bundesministeriums für Verbraucherschutz informiert						2,2
In allen meinen Lebensbereichen entscheide ich mich ökologisch bewußt						3,2
Ich bin der Ansicht, dass alle Gütesiegel hatten, was sie versprechen						2,5
Auf ein von unserer Regierung eingeführtes Gütesiegel kann ich mich 100%ig verlassen						3,1
Bei Gütesiegeln hatte ich die europäischen Standards im Vergleich zu deutschen Standards für unzureichend *						2,8

	1	2	3	4	5	6
Faktor 6: „gesunde Ernährung“						
Ich bin der Ansicht, dass die Bedingung von Gütesiegeln staatlich geregelt und kontrolliert werden sollte						5,1
Beim Kauf von tierischen Produkten achte ich auf die Herkunft artgerechter aus Tierhaltung						4,4
Mit gesunder Ernährung stärke ich meine Lebensfähigkeit						4,9
Bei Kindern sollte generell auf gesunde Ernährung geachtet werden						5,5
Ich kaufe überwiegend frische Produkte						4,7

* Gespiegelt, weil negative Korrelation

Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Einstellungen zu Gütesiegeln

- Teil 4 -

Basis : 778 Frauen und Männer

Beurteilung auf 6-stufiger Skala
1 trifft nicht zu bis 6 trifft sehr zu

Statement :

	1	2	3	4	5	6
Faktor 7: „Forderung nach einheitlichem Biosiegel“						
Wer Kinder hat, sollte verstärkt Ökoprodukte kaufen						4,2
Ich halte ein einheitliches Biosiegel für landwirtschaftliche Produkte für unbedingt erforderlich						4,6
Zu meiner gesunden Ernährung gehört vitaminreiche Kost						5,2
Mein Vertrauen in Gütesiegel wird geschwächt, je mehr es davon gibt						4,5

	1	2	3	4	5	6
Faktor 8: „Preisakzeptanz für Lebensmittelqualität“						
Ich kaufe meine Lebensmittel so günstig wie möglich *						3,3
Ich bin bereit, für gute Lebensmittelqualität einen höheren Preis zu zahlen						4,5
Ich kaufe überwiegend frische Produkte						4,7
Gesunde Ernährung ersetze ich durch andere Mittel (z.B. Vitamintabletten, etc.) *						4,7

* Gespiegelt, weil negative Korrelation

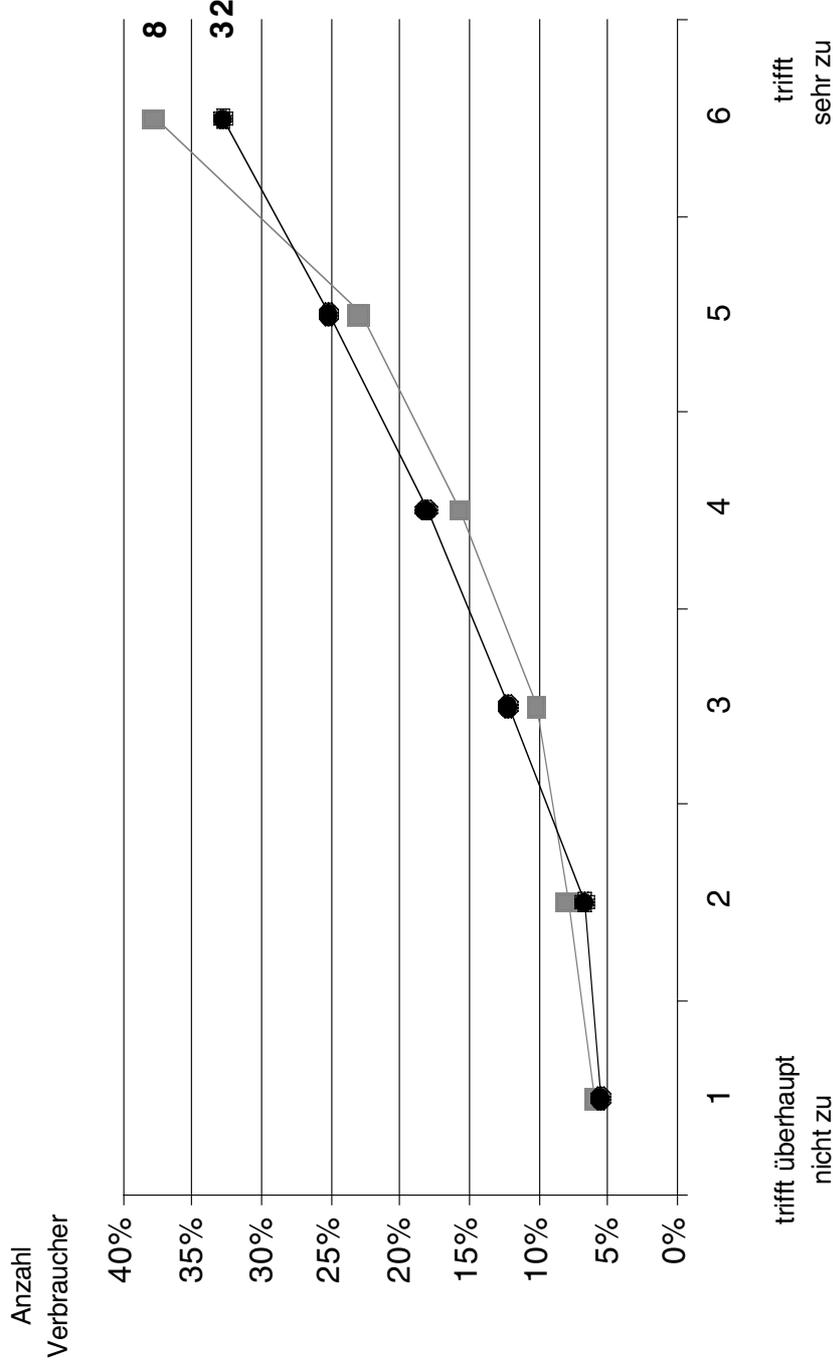
Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Gütesiegel-Überblick & -Einheitlichkeit

Basis : 735 (Statement 8); 727 (Statement 32);

Statement : Ich halte ein einheitliches Biosiegel für landwirtschaftl. Produkte für unbedingt erforderlich. (8)

Mein Vertrauen in Gütesiegel wird geschwächt, je mehr es davon gibt. (32)

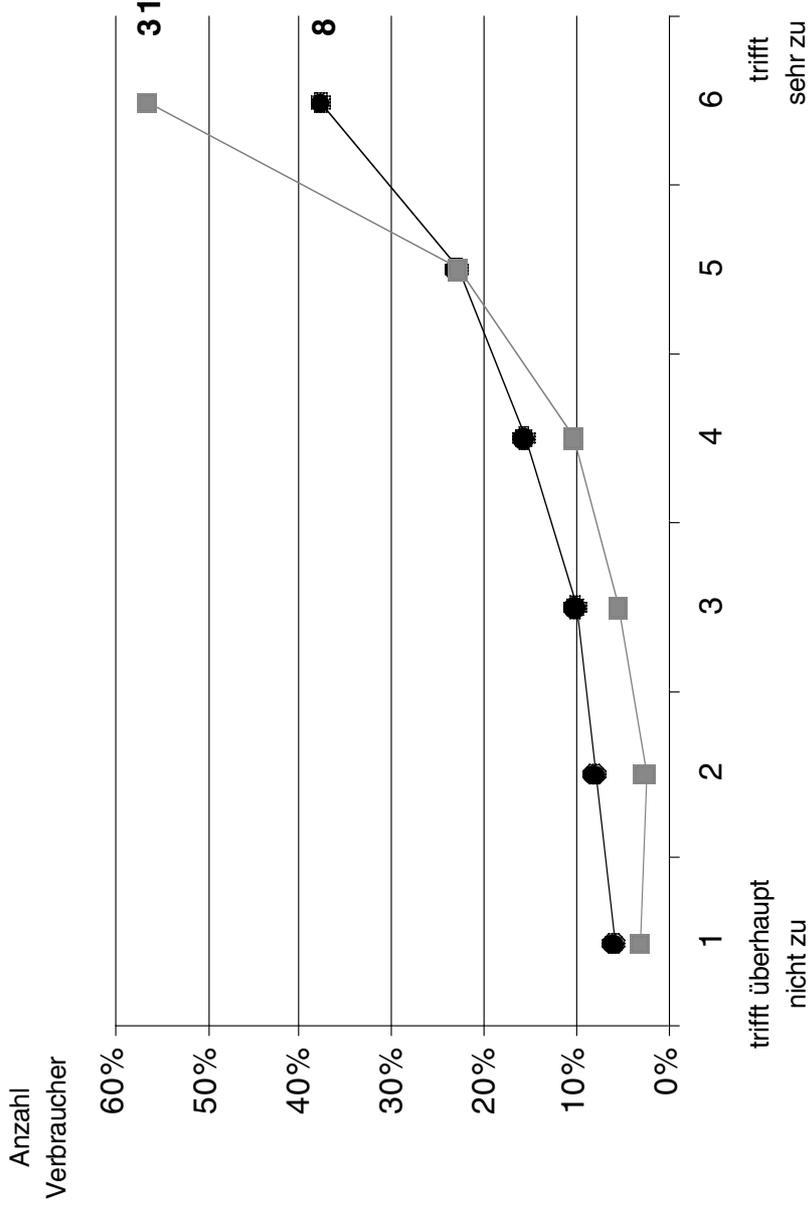


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Überblick und Information über Biosiegel

Basis : 735 (Statement 8); 759 (Statement 31);

Statement : Ich halte ein einheitliches Biosiegel für landwirtschaftl. Produkte für unbedingt erforderlich. (8)
Bioprodukte müssen für mich auf den ersten Blick auf der Verpackung erkennbar sein. (31)



Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

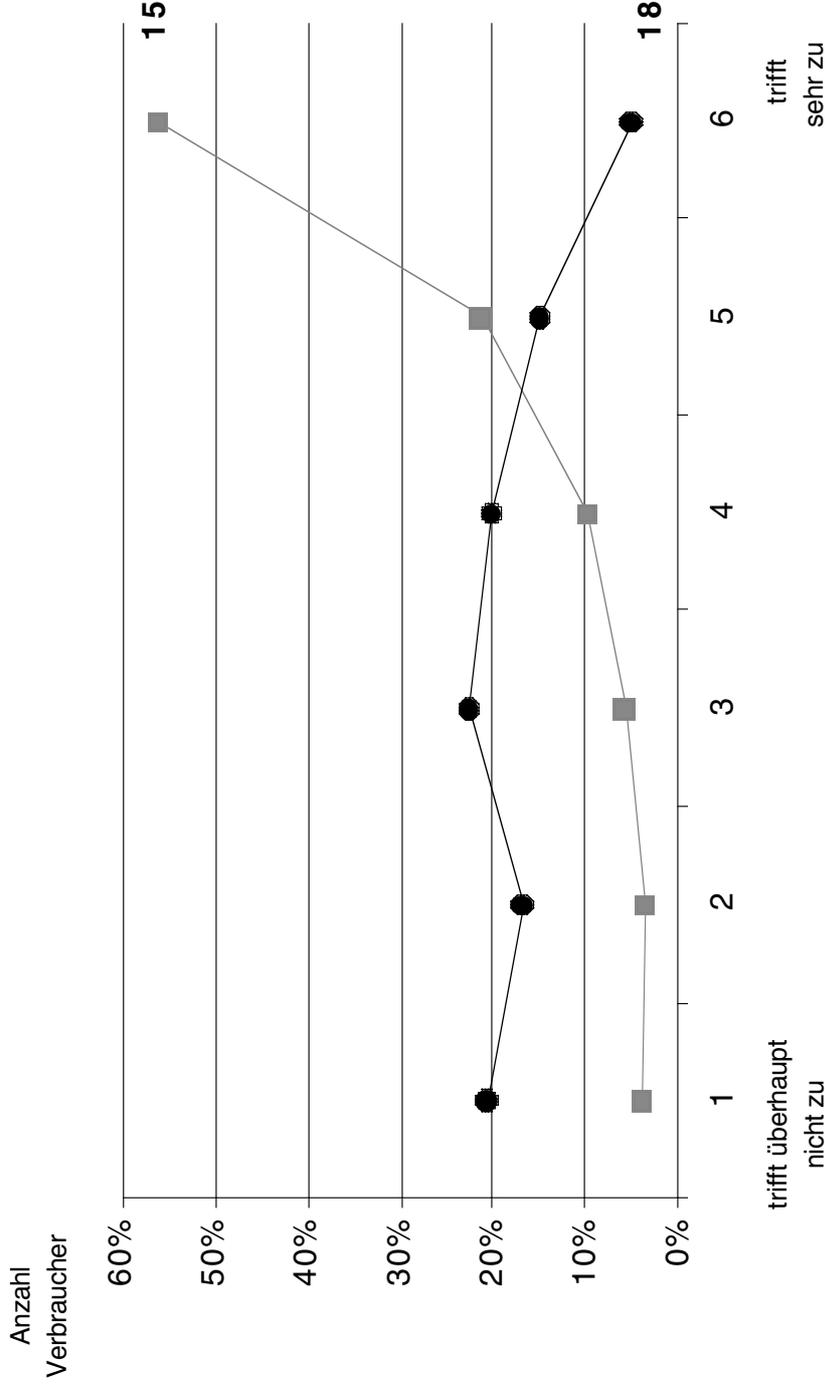
Vertrauen in staatliche Regelungen und in die Regierung

i. B. a. Gütesiegel

Basis : 745 (Statement 15); 710 (Statement 18);

Statement : Ich bin der Ansicht, dass die Bedingungen von Gütesiegeln staatlich geregelt und kontrolliert werden sollten. (15)

Auf ein von unserer Regierung eingeführtes Gütesiegel kann ich mich 100%-ig verlassen. (18)

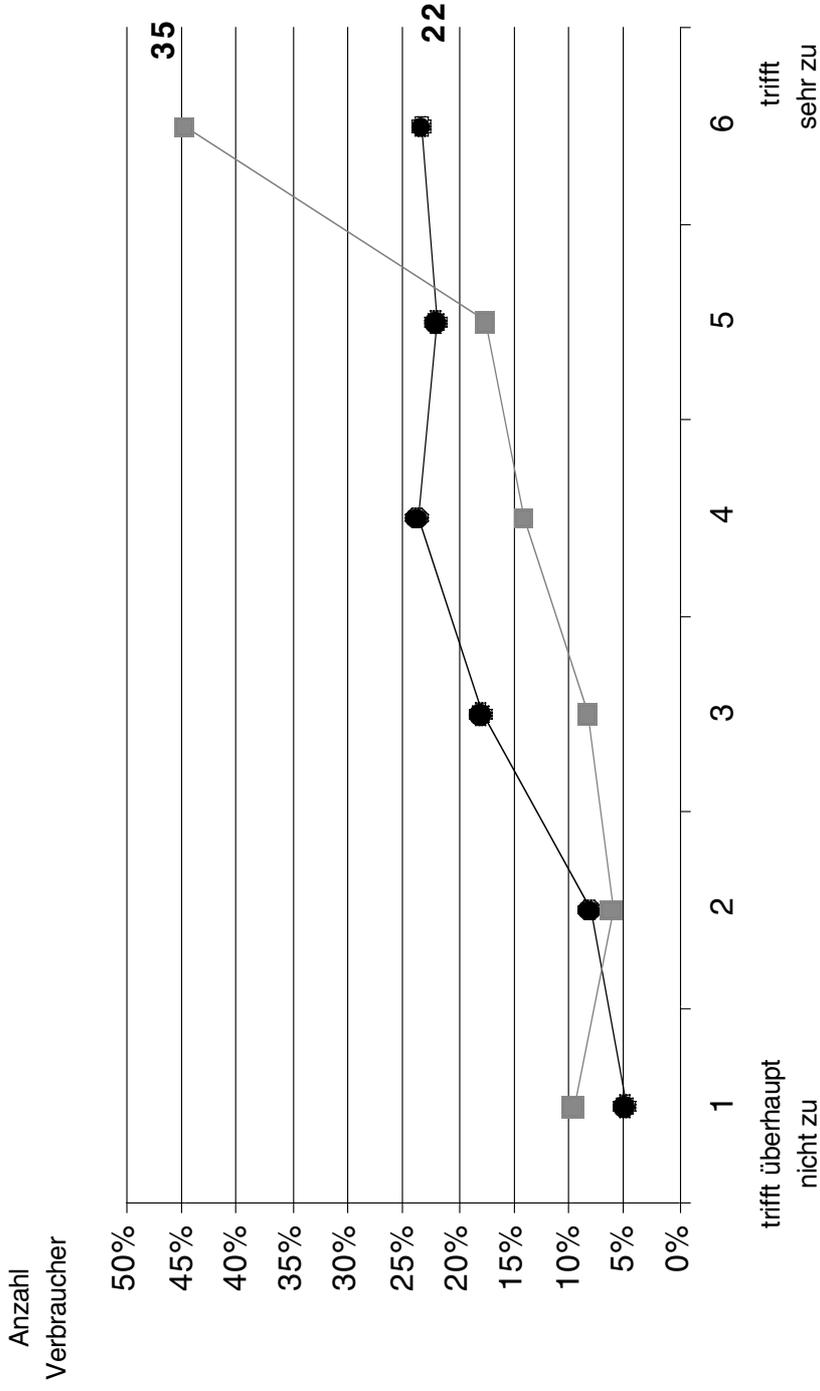


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Gütesiegel - Europa - Deutschland

Basis : 506 (Statement 22); 675 (Statement 35);

Statement :
Bei Gütesiegeln halte ich die europ. Standards im Vgl. zu dt. Standards für unzureichend. (22)
Ich wünsche mir ein europaweites, einheitliches Biosiegel. (35)

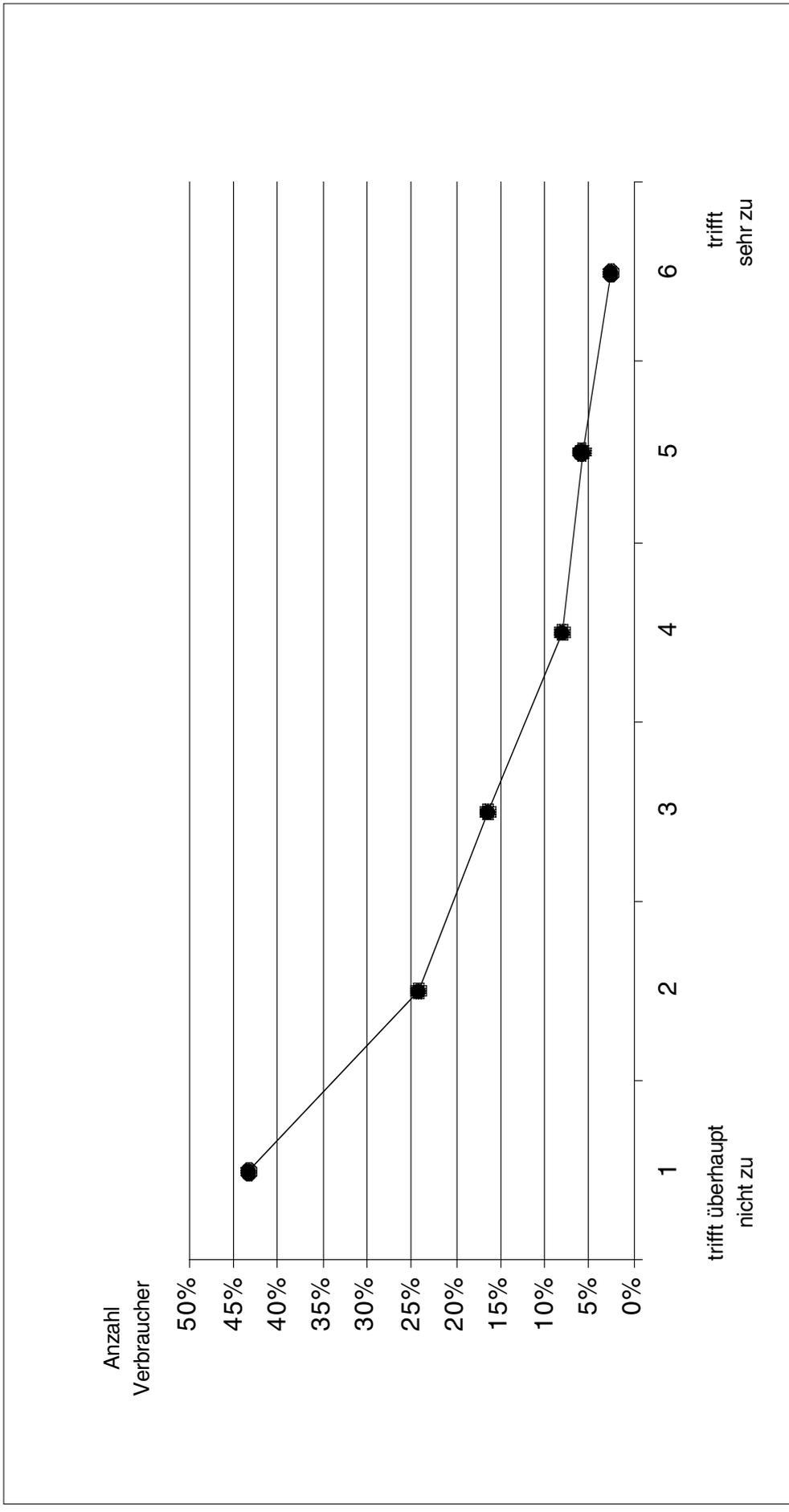


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Unzureichende Information über neues Bio-Siegel

Basis : 738

Statement : Ich fühle mich gut über das Bio-Siegel des Bundesministeriums für Verbraucherschutz informiert. (11)

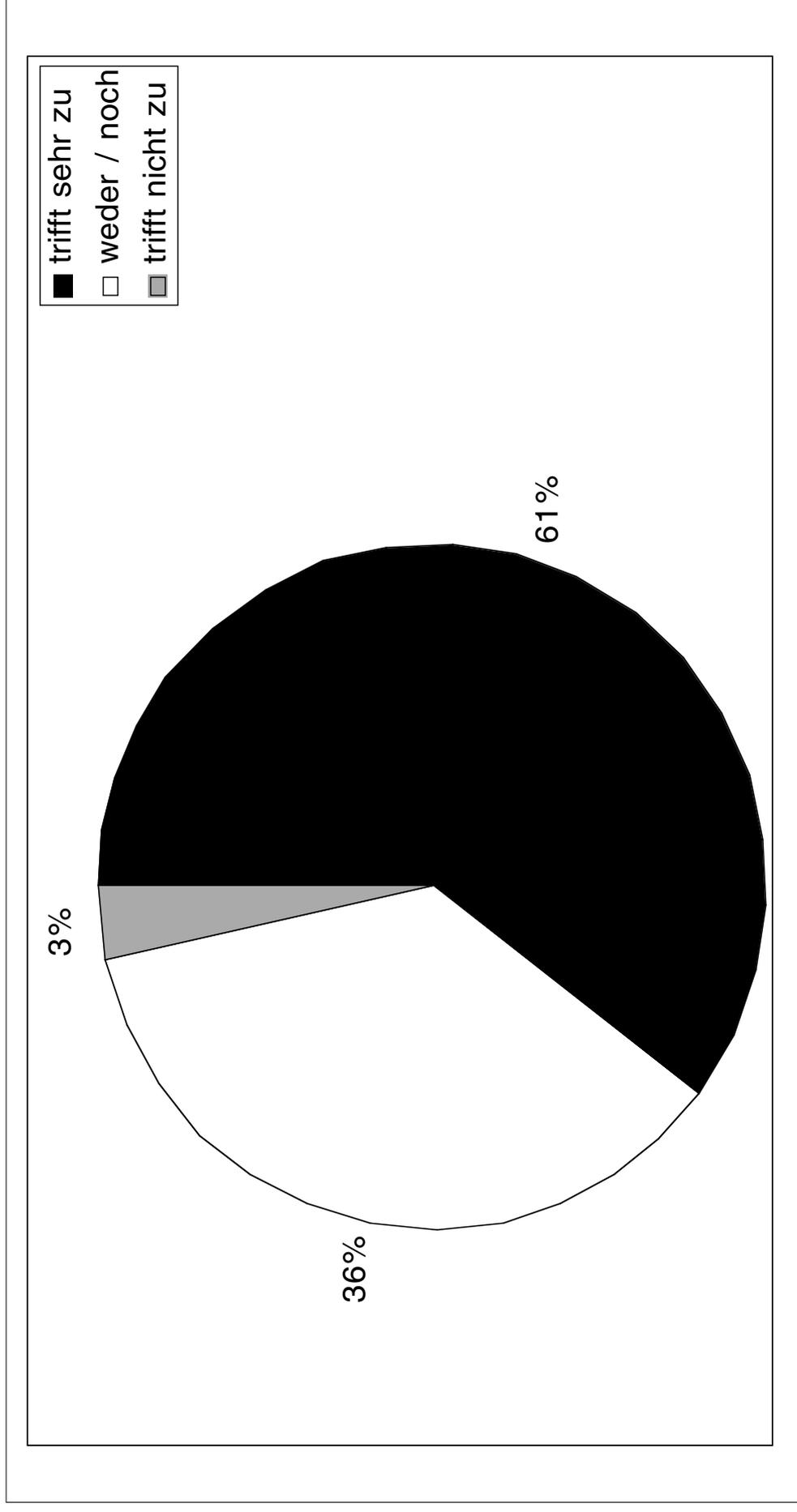


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Einfluss der Verbraucher auf das Angebot

Basis : 378 Männer und Frauen, Tabelle 99b

Statement :Durch mein Kaufverhalten habe ich Einfluss auf das Angebot..

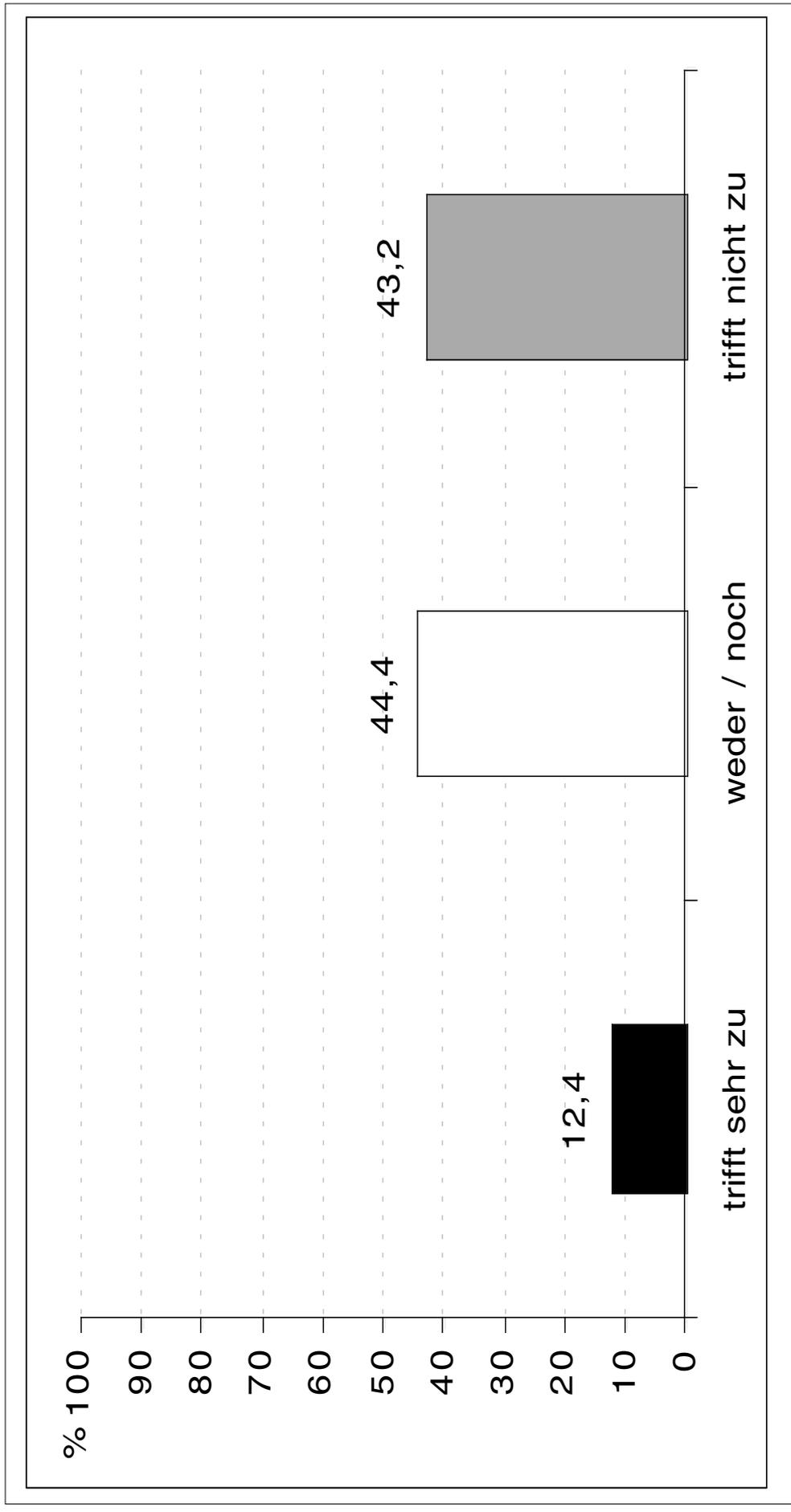


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Einfluss der Verbraucher auf das Angebot

Basis : 228 Männer & Frauen, die an einen Einfluss auf das Angebot glauben. Tabelle 98b

Statement :Ich bin der Ansicht, dass alle Gütesiegel halten was sie versprechen.

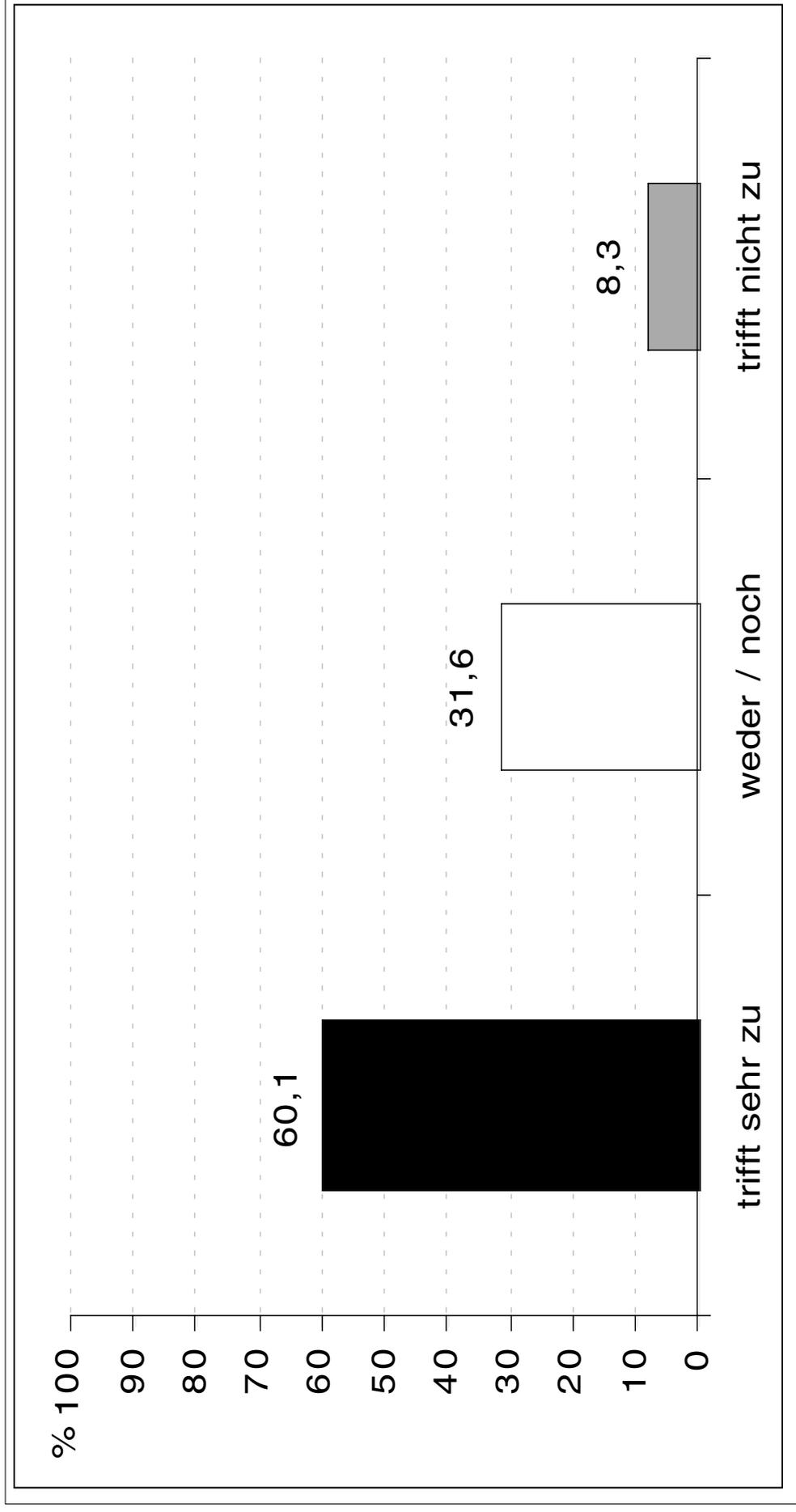


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Einfluss der Verbraucher auf das Angebot

Basis : 228 Männer & Frauen, die an einen Einfluss auf das Angebot glauben. Tabelle 101b

Statement : Mein Vertrauen in Gütesiegel wird geschwächt, je mehr es davon gibt.

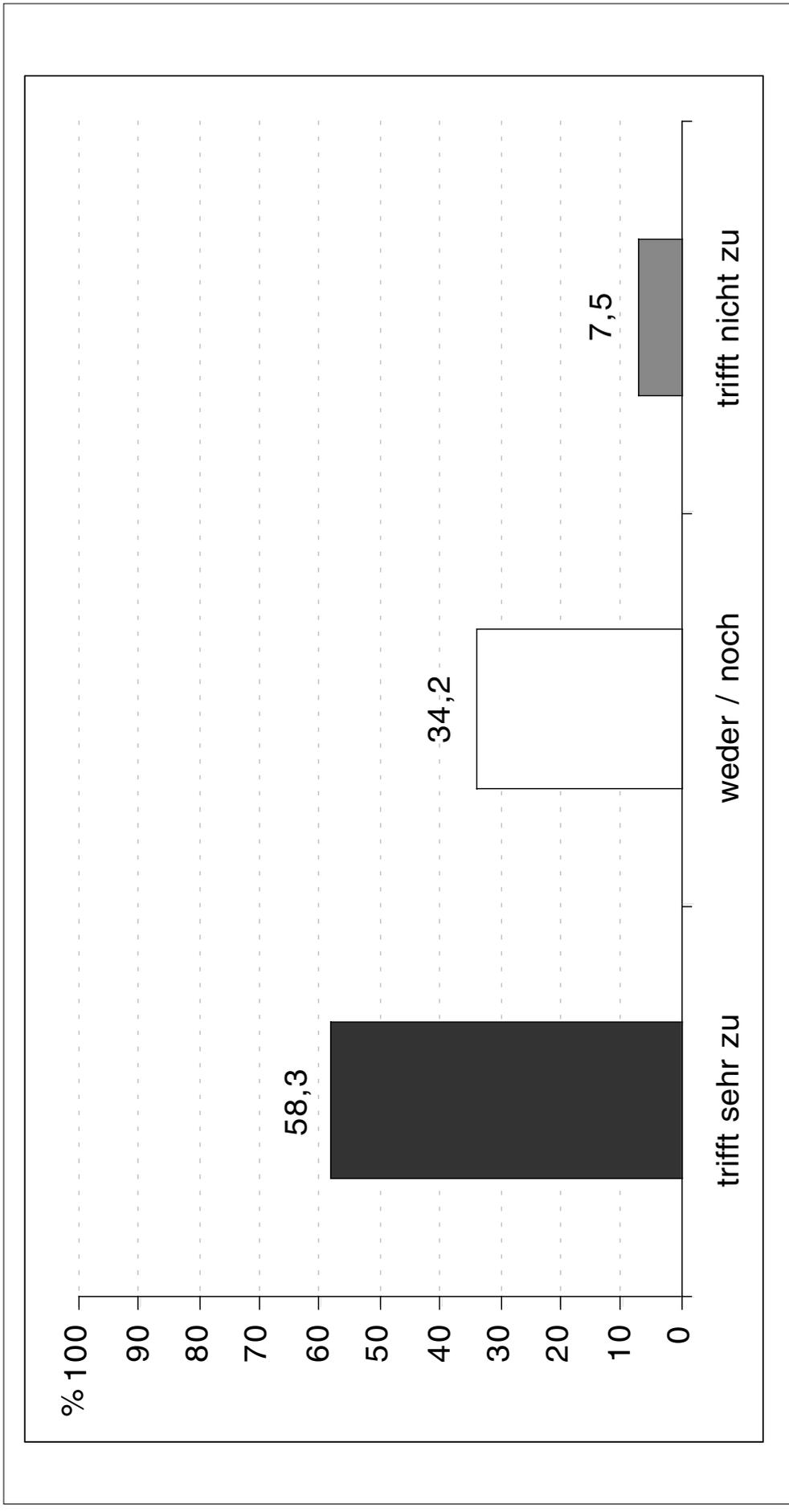


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Einfluss der Verbraucher auf das Angebot

Basis : 228 Männer & Frauen, die an einen Einfluss auf das Angebot glauben. Tabelle 99b (gespiegelt)

Statement : Das Bio-Siegel hat für mich großen Wert.

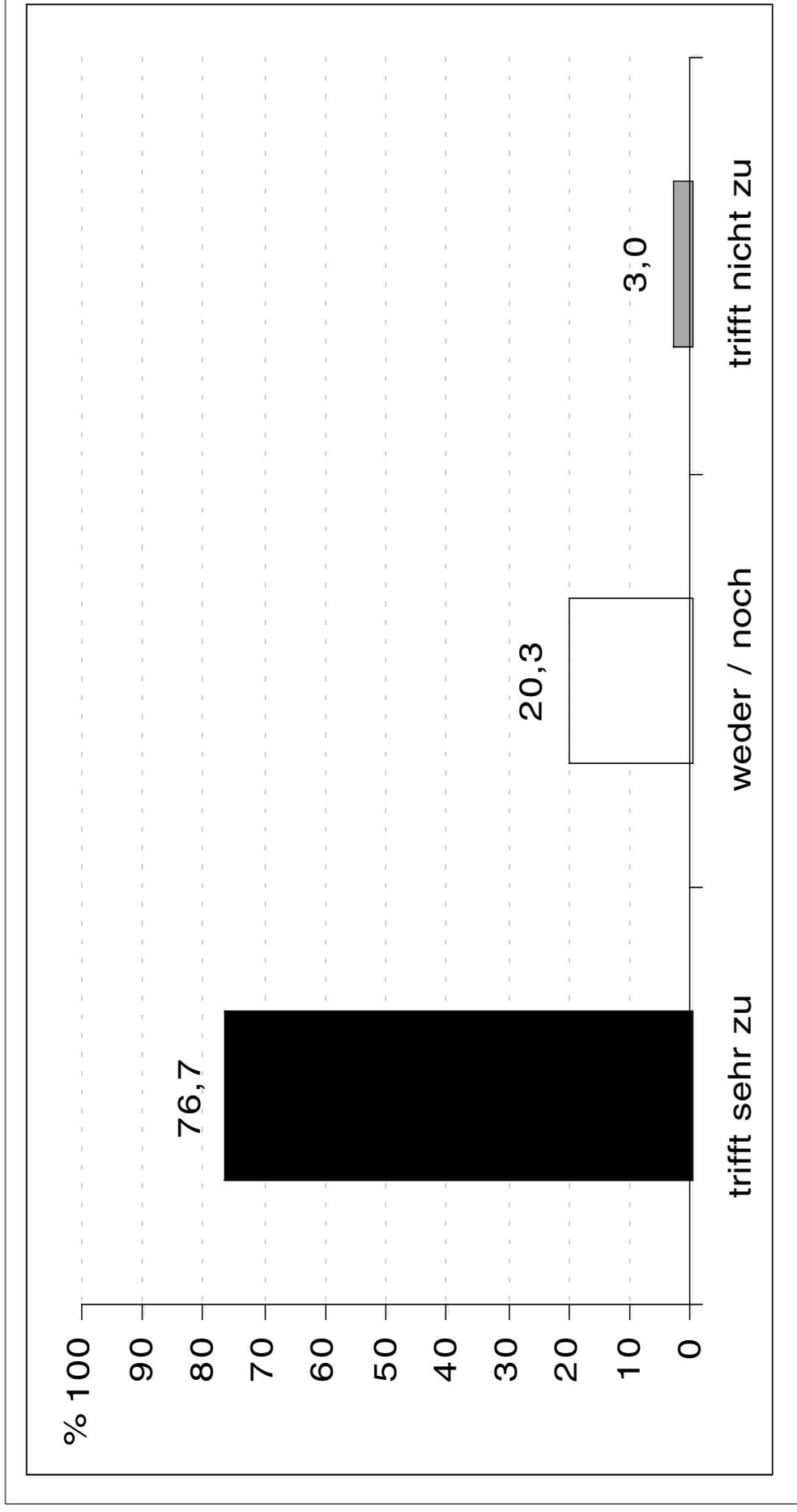


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Einfluss der Verbraucher auf das Angebot

Basis : 228 Männer & Frauen, die an einen Einfluss auf das Angebot glauben. Tabelle 100b

Statement :Beim Kauf von tierischen Produkten achte ich auf die Herkunft aus artgerechter Tierhaltung.

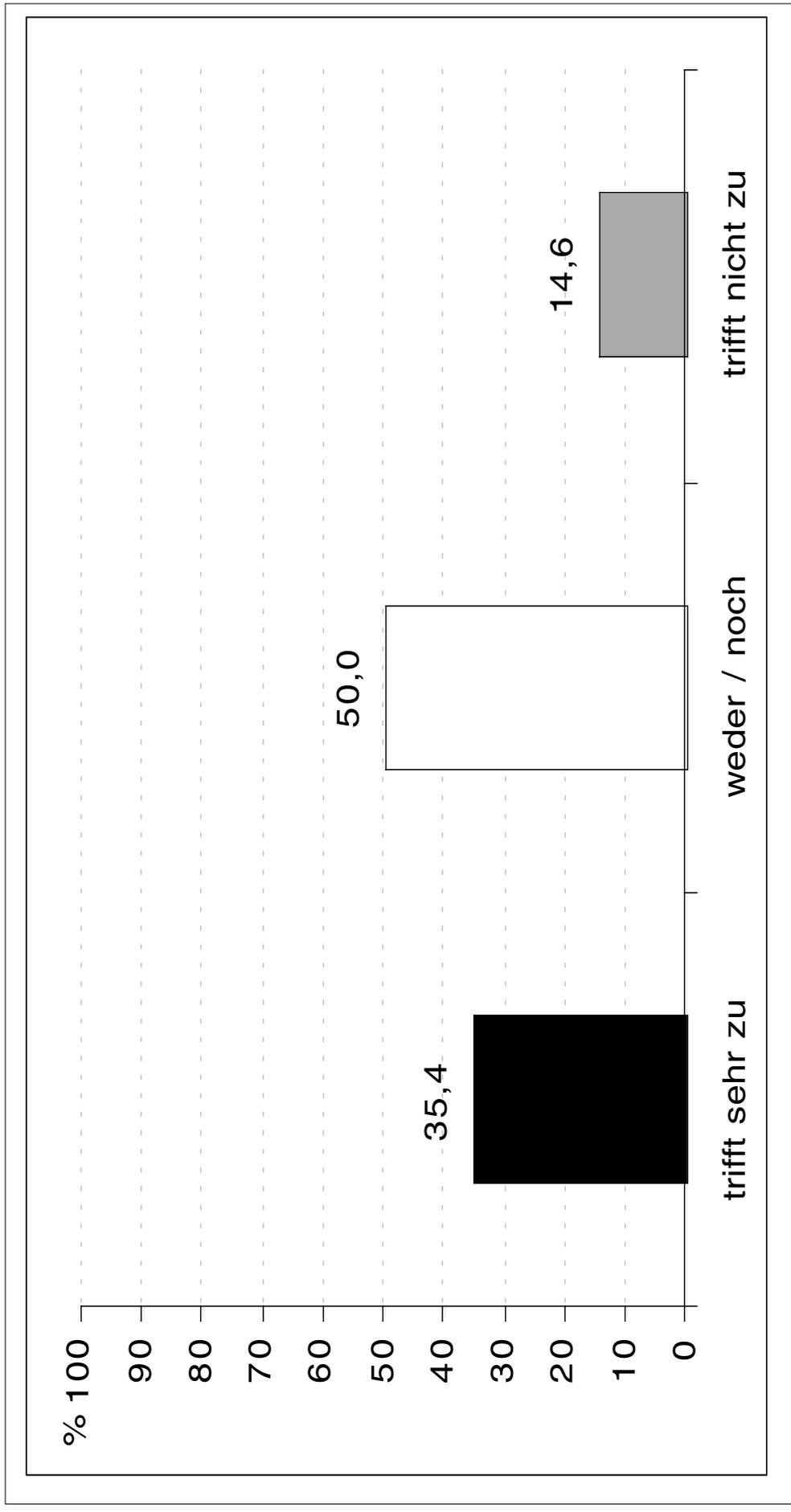


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Einfluss der Verbraucher auf das Angebot

Basis : 228 Männer & Frauen, die an einen Einfluss auf das Angebot glauben. Tabelle 102b

Statement : Ich kaufe nur Produkte, von denen ich sicher bin, dass sie umweltfreundlich hergestellt sind.

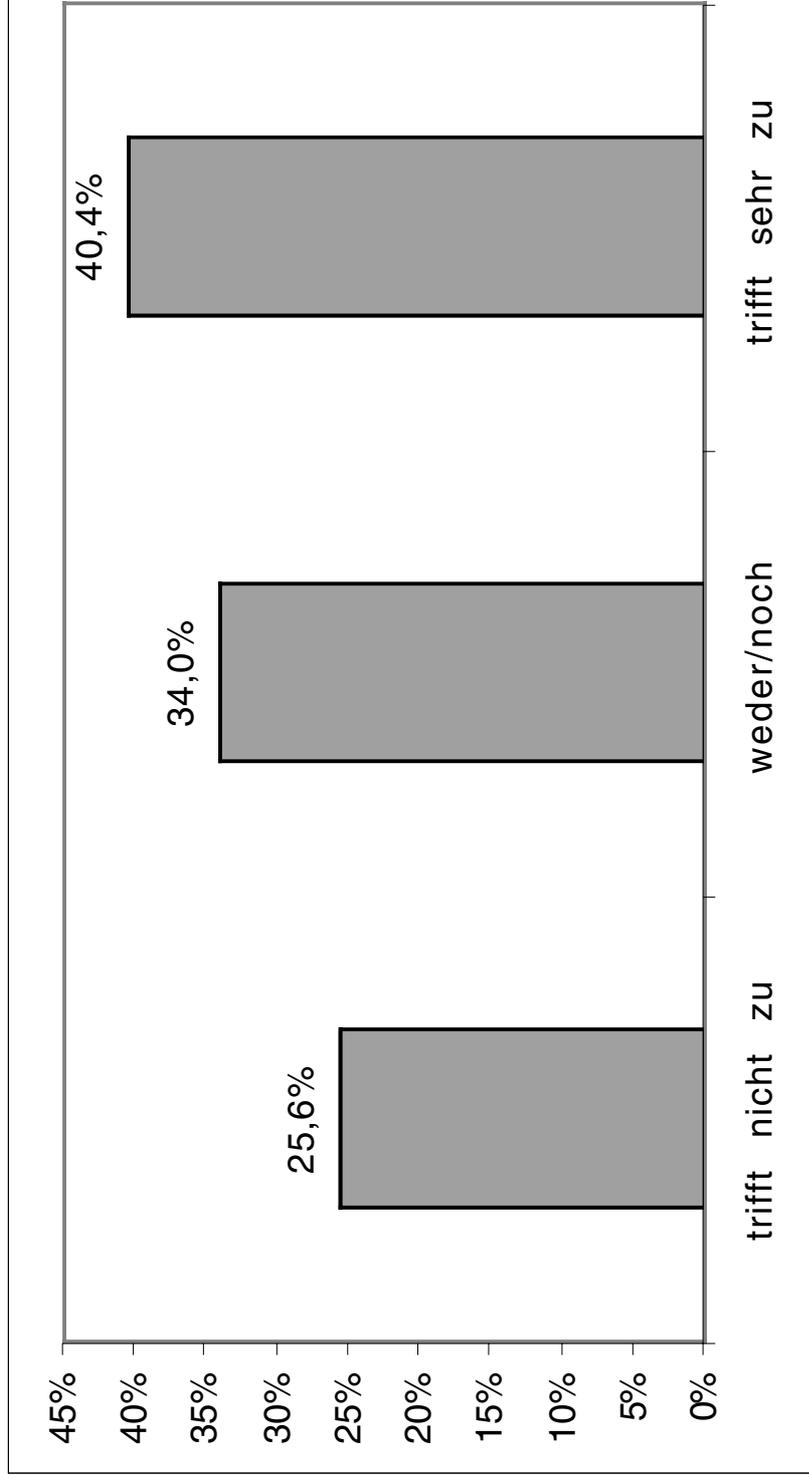


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Ich kaufe meine Lebensmittel so günstig wie möglich

Basis : 250 Frauen und Männer - Tabelle Nr. 107 b - Chart Nr. 18

Statement : Ich bin bereit, für gute Lebensmittelqualität einen höheren Preis zu zahlen

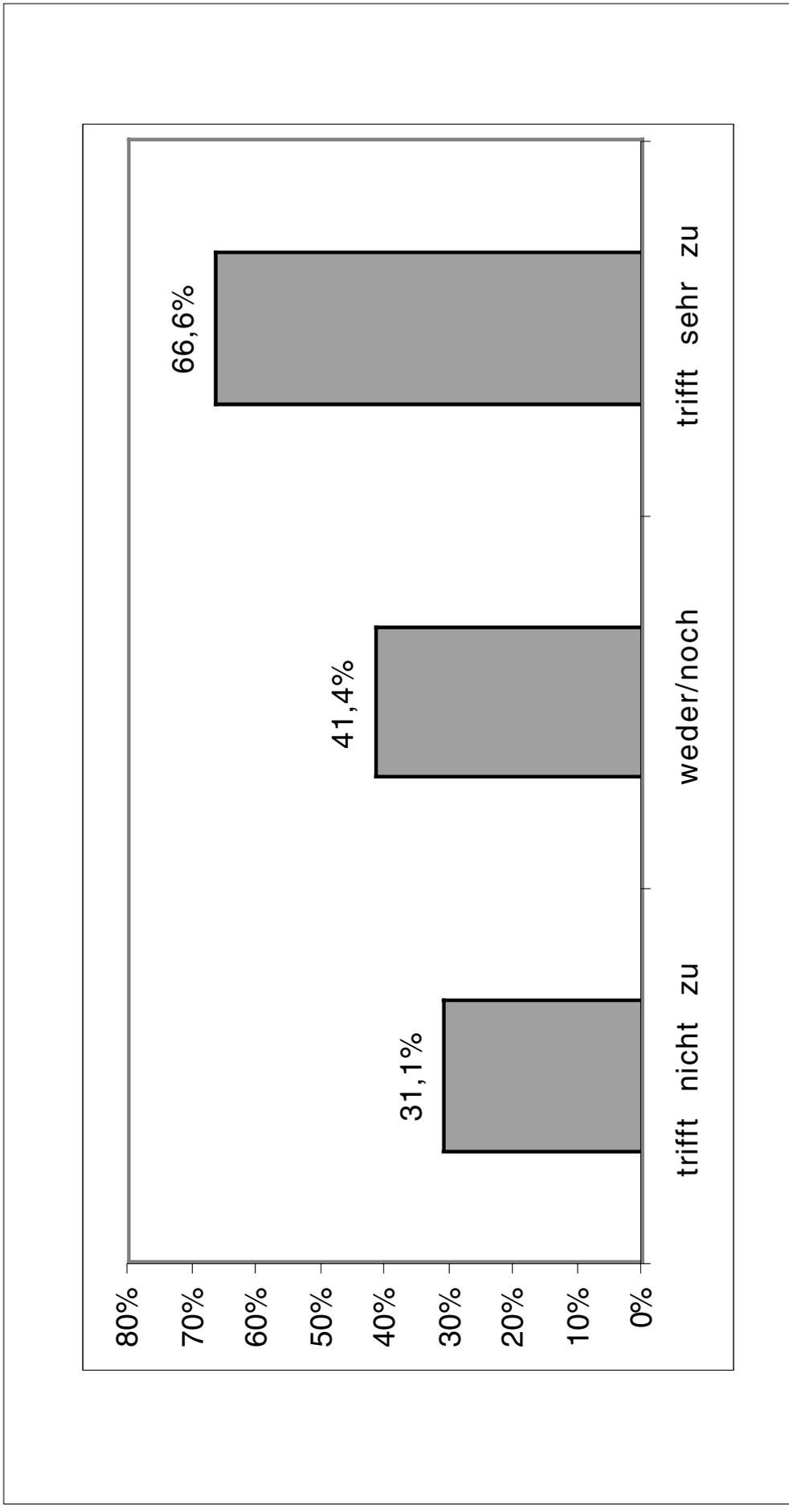


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Ich denke, dass Ökoprodukte qualitativ und geschmacklich besser sind

Basis : 361 Frauen und Männer - Tabelle Nr. 111 b - Chart Nr. 19

Statement : Das Biosiegel steht für mich für qualitativ hochwertige Produkte



Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Information über Gütesiegel und staatliche Regelung

Basis : 778 (Tabelle 97a und b)

Statement :

- von allen Befragten gibt nur etwa ein Viertel (26%) an, sehr gesundheitsbewusst zu leben
- von diesen 26% ist jedoch nur ein ganz geringer Prozentsatz (1,5%) der Ansicht, dass er über das neue Gütesiegel von Seiten der Regierung gut informiert ist

Fazit:

Die Mehrheit der Gesundheitsbewussten fühlt sich unzureichend informiert und wünscht eine bessere staatliche Regelung und Kontrolle von Gütesiegeln.

Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Bekanntheit von Gütesiegeln und Vertrauen in diese

Basis : 778 (Tabelle 93a und b)

Statement :

- von allen Befragten kennen nur 22,3% die im Fragebogen genannten Gütesiegel (demeter, Alnatura, Naturland, Füllhorn, Bio-Siegel, Naturkind und Bioland)
- unter diesen 22,3% finden sich lediglich 5%, die sehr gesundheitsbewusst sind, den Gütesiegeln jedoch nicht vertrauen

Fazit:

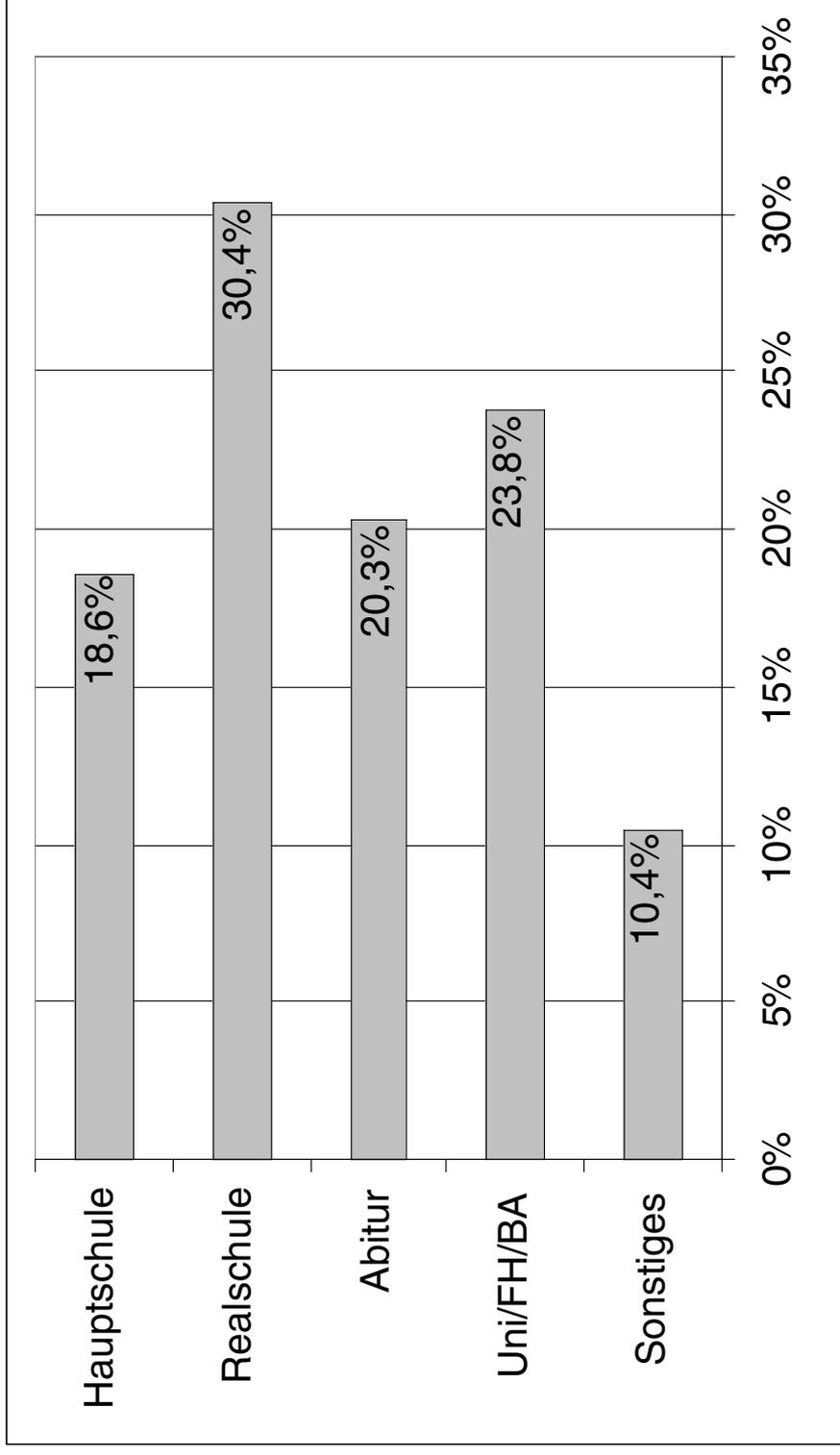
Dies lässt vermuten, dass sich die Mehrheit der Befragten fast blind auf das verlässt, was Gütesiegel versprechen.

Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Inwieweit hängt stark ausgeprägtes Gesundheitsbewusstsein von der Schulbildung ab?

Basis :

290 stark gesundheitsbewusste Personen von insgesamt 523 (Tabelle 94b)

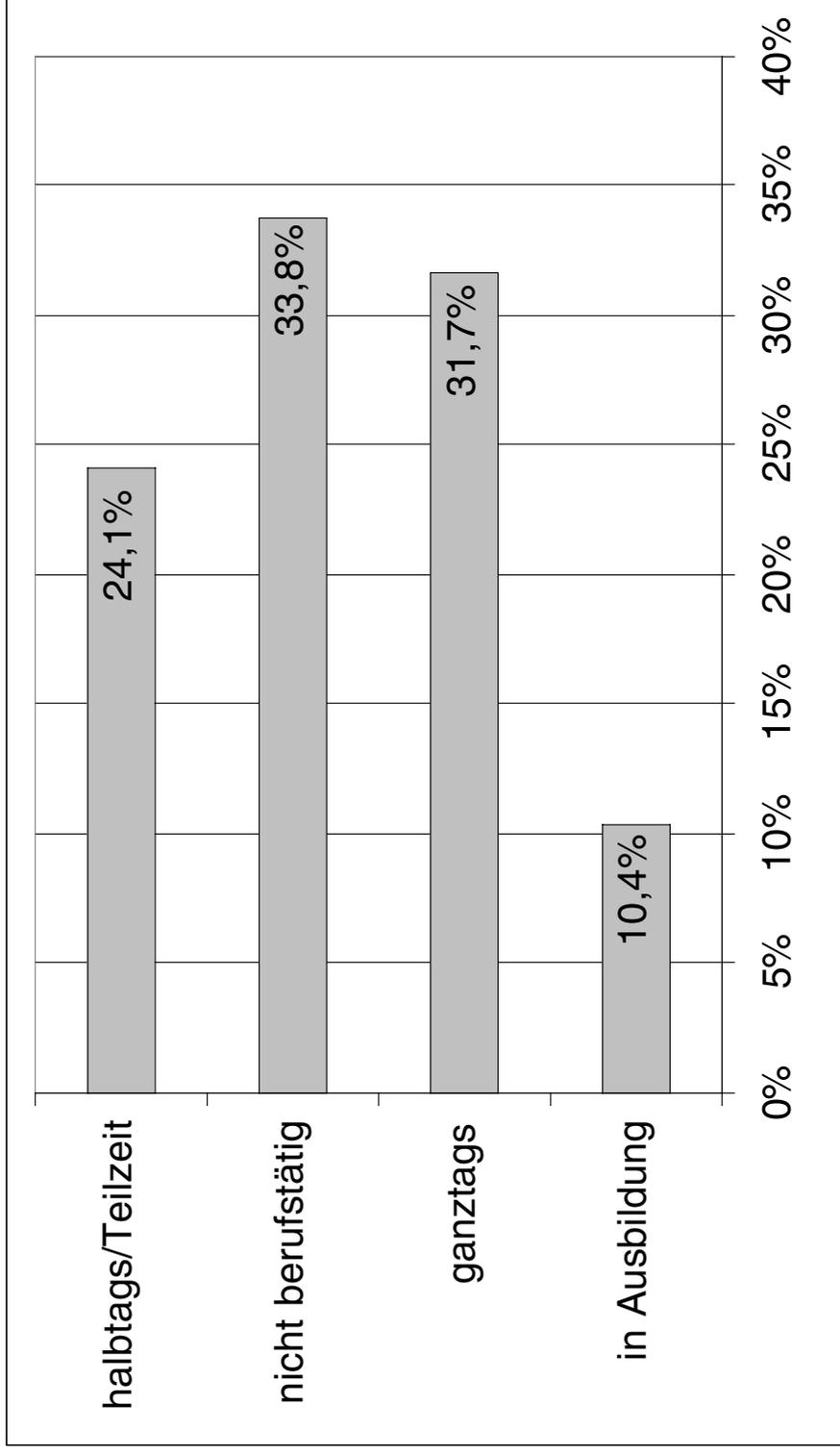


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Inwieweit hängt stark ausgeprägtes Gesundheitsbewusstsein von der Berufstätigkeit ab?

Basis :

290 stark gesundheitsbewusste Personen von insgesamt 524 (Tabelle 94c)

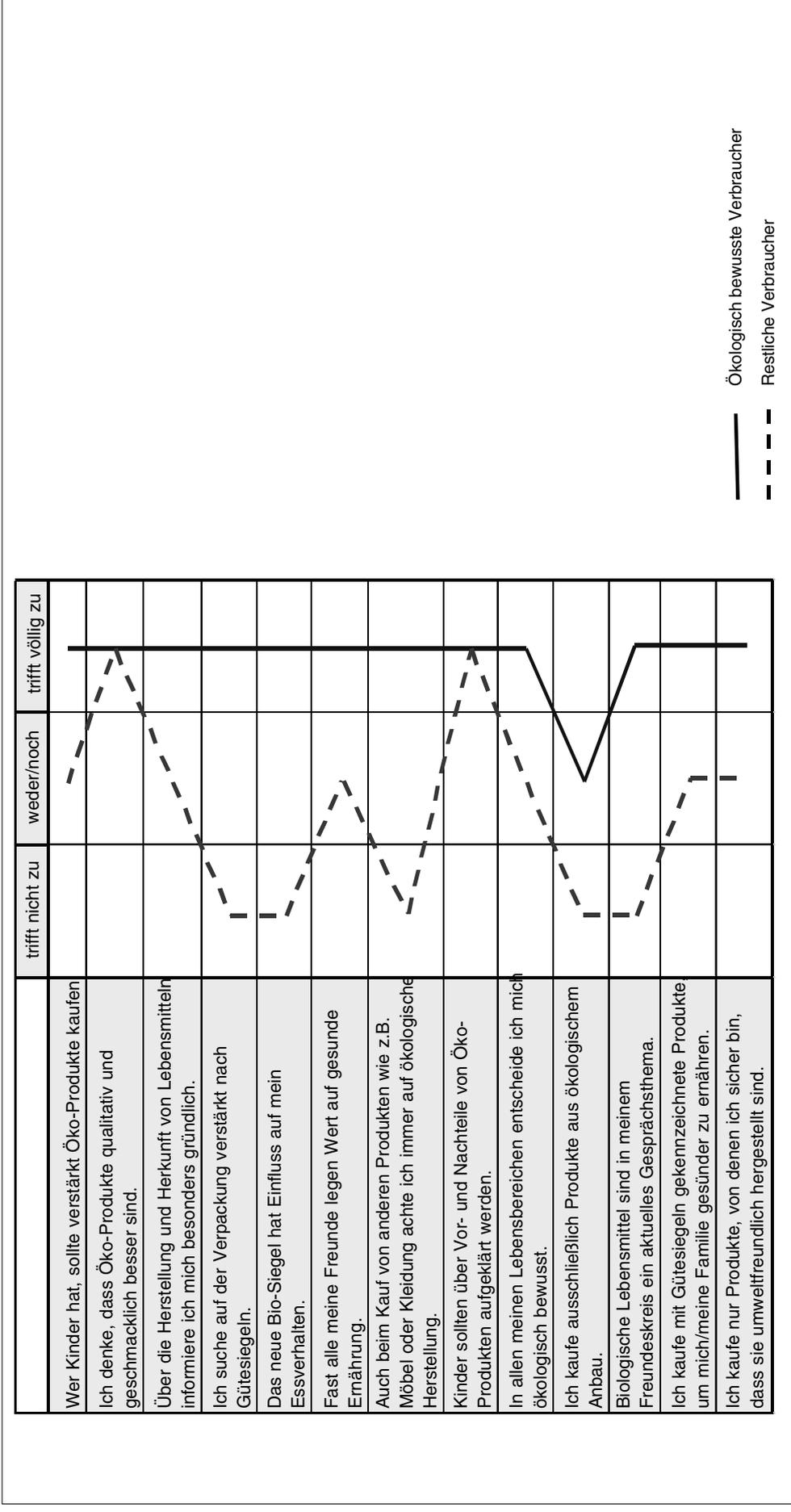


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Wie definieren sich die ökologisch bewussten Verbraucher?

Basis : 69 ökolog. bewusste Männer & Frauen (Tab.128-141) vgl. mit 709 Männern & Frauen (Tab.151-164)

Statement : 13 Statements siehe Tabelle

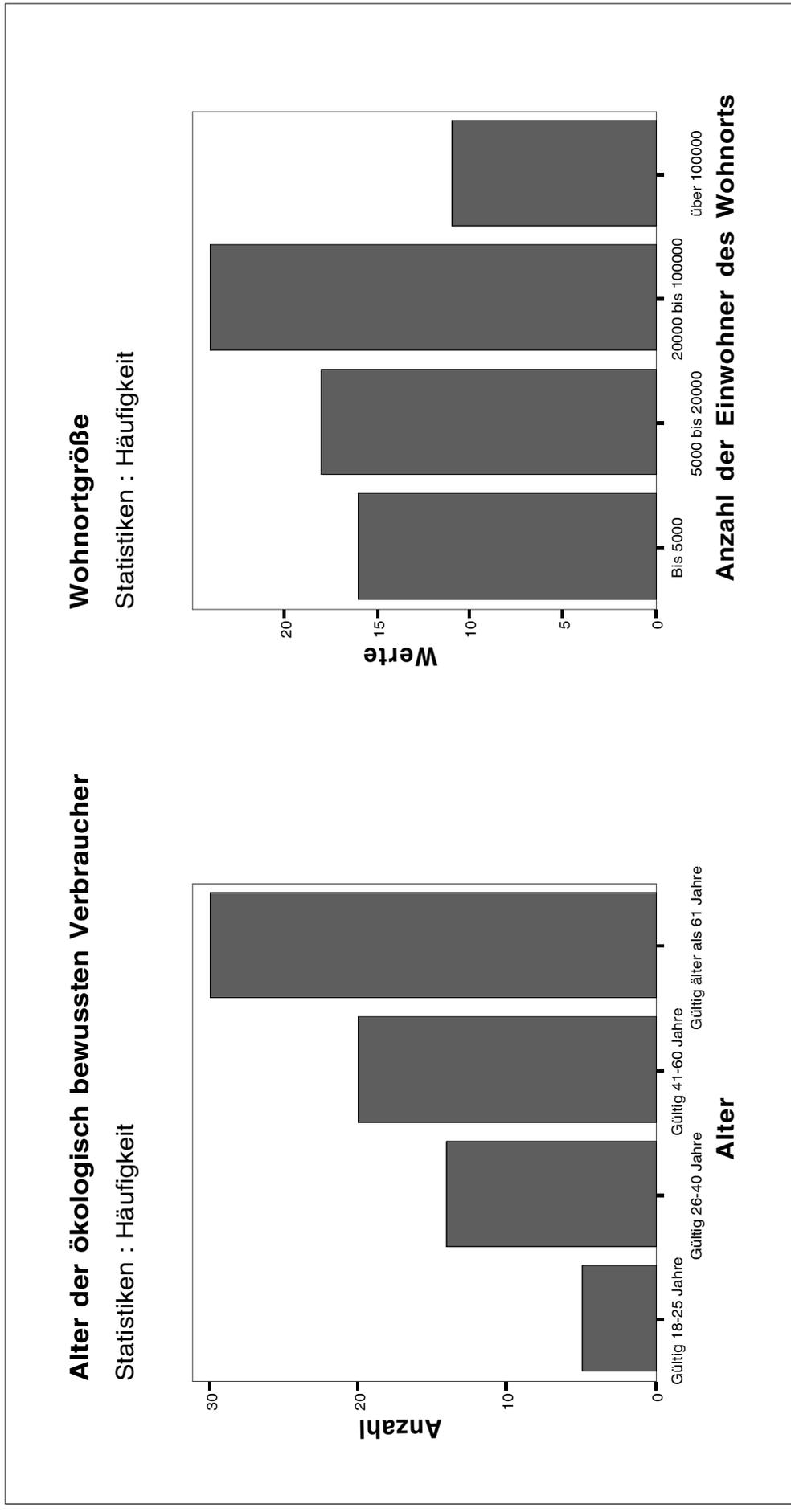


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Alter & Wohnortgröße der ökologisch bewussten Verbraucher

Basis : 69 Männer & Frauen, die ökologisch bewusst leben (Tab. 124 + 127)

Statement : Statistische Angaben

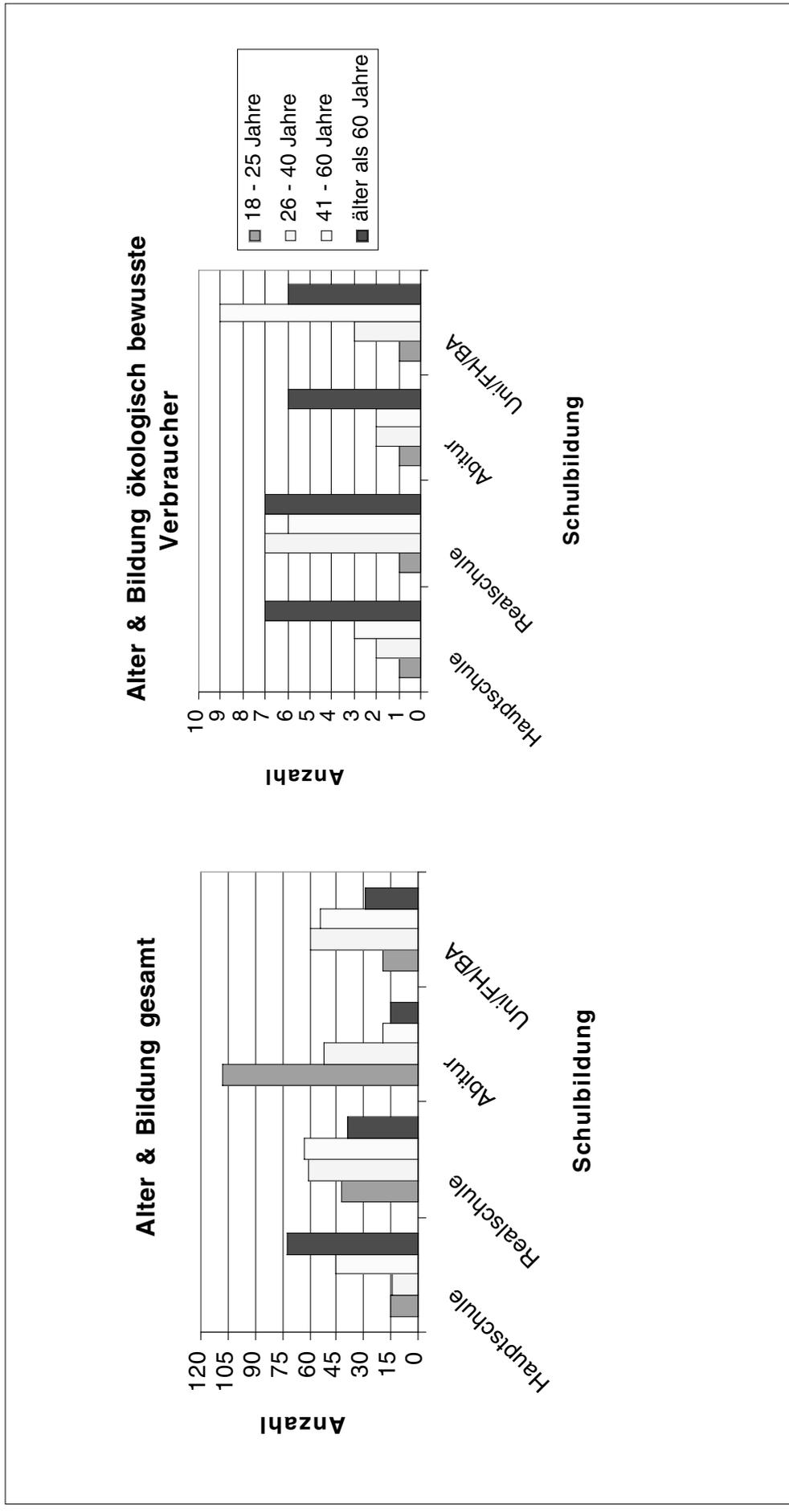


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Alter & Bildung der ökologisch bewussten Verbraucher

Basis : 69 ökolog. bewusste Männer & Frauen (Tab.181) vgl. mit allen 778 Männern & Frauen (Tab.180)

Statement : Statistische Angaben

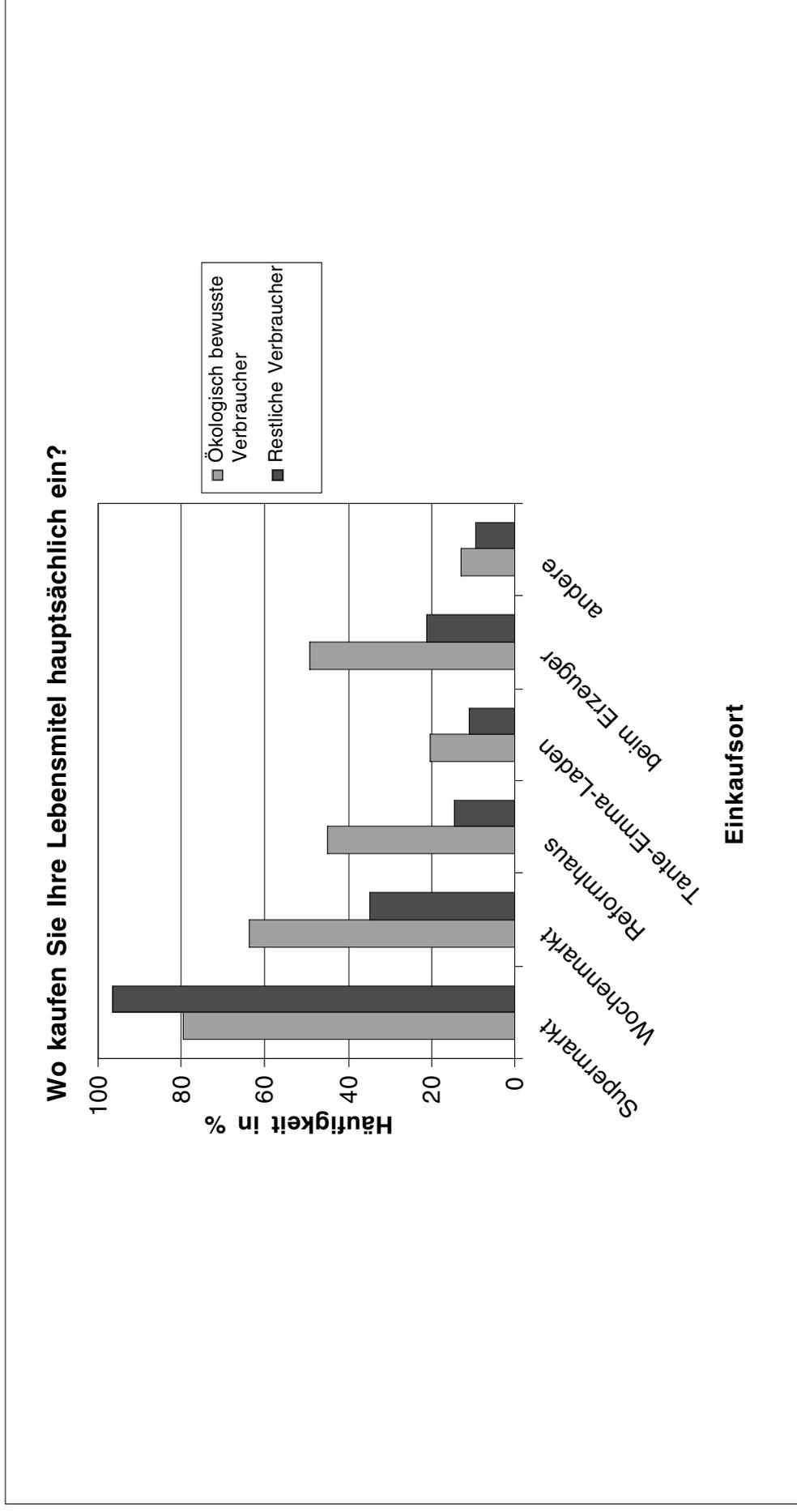


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Wo kaufen ökologisch bewusste Verbraucher ein?

Basis : 69 ökolog. bewusste Männer & Frauen (Tab.122) vgl.mit 709 Männern & Frauen (Tab.150)

Statement : Wo kaufen Sie Ihre Lebensmittel hauptsächlich ein?

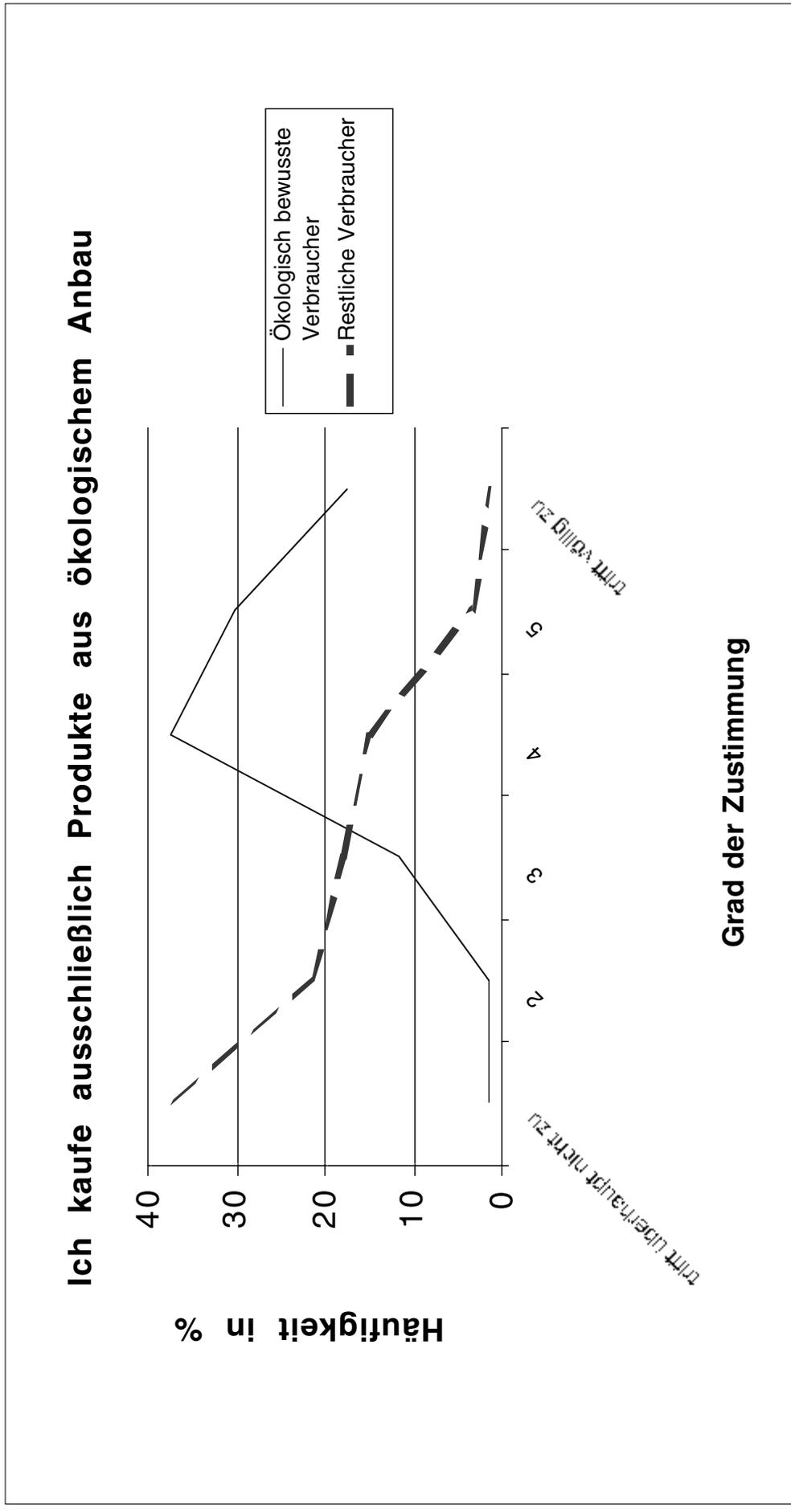


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Ökologischer Anbau

Basis : 69 ökolog. bewusste Männer & Frauen (Tab. 137) vgl. mit 709 Männern & Frauen (Tab.161)

Statement : Ich kaufe ausschließlich Produkte aus ökologischen Anbau

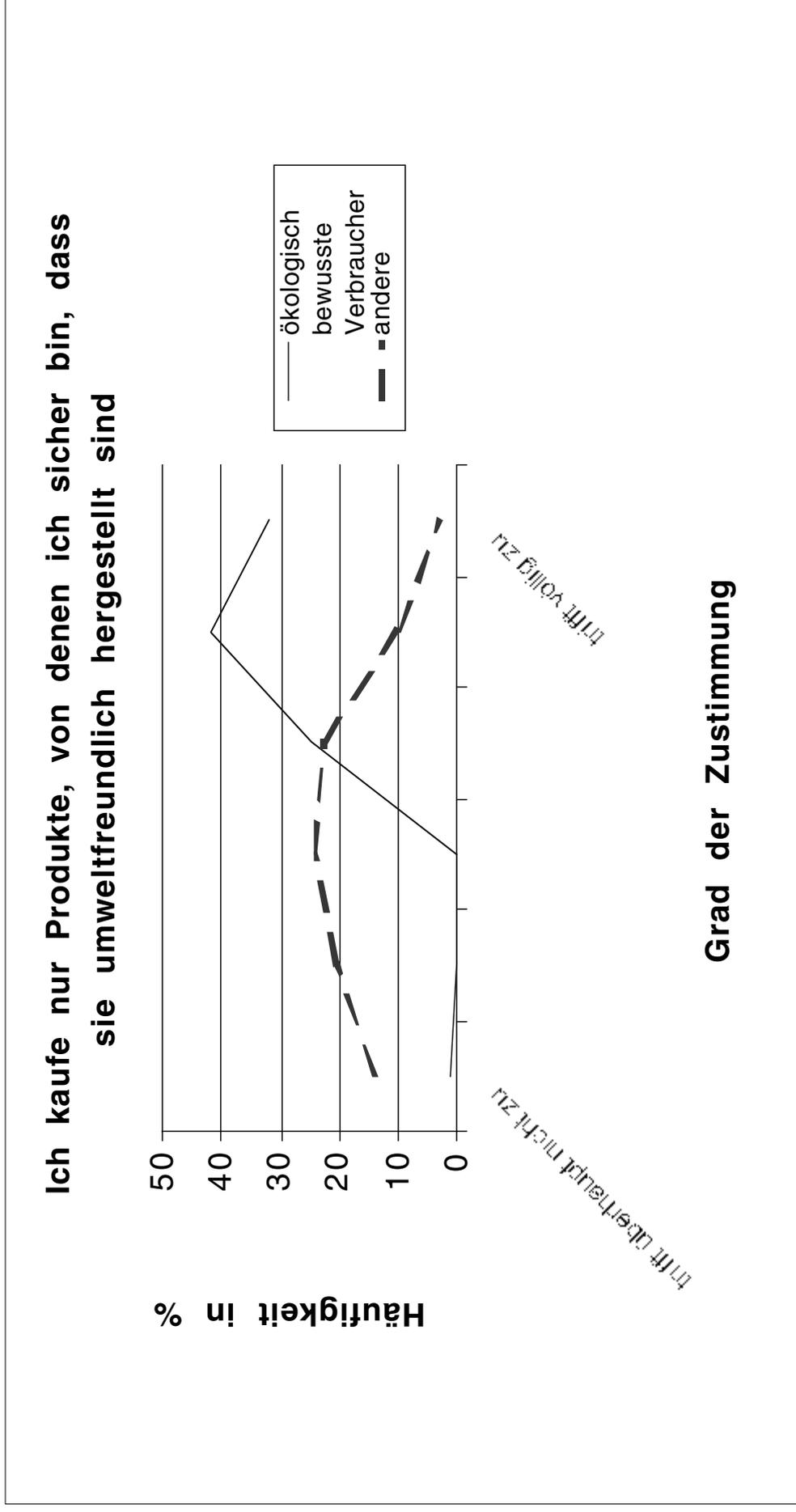


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Umweltschutz

Basis : 69 ökolog. bewusste Männer & Frauen (Tab. 141) vgl. mit 709 Männern & Frauen (Tab.164)

Statement : Ich kaufe nur Produkte, von denen ich sicher bin, dass sie umweltfreundlich hergestellt sind



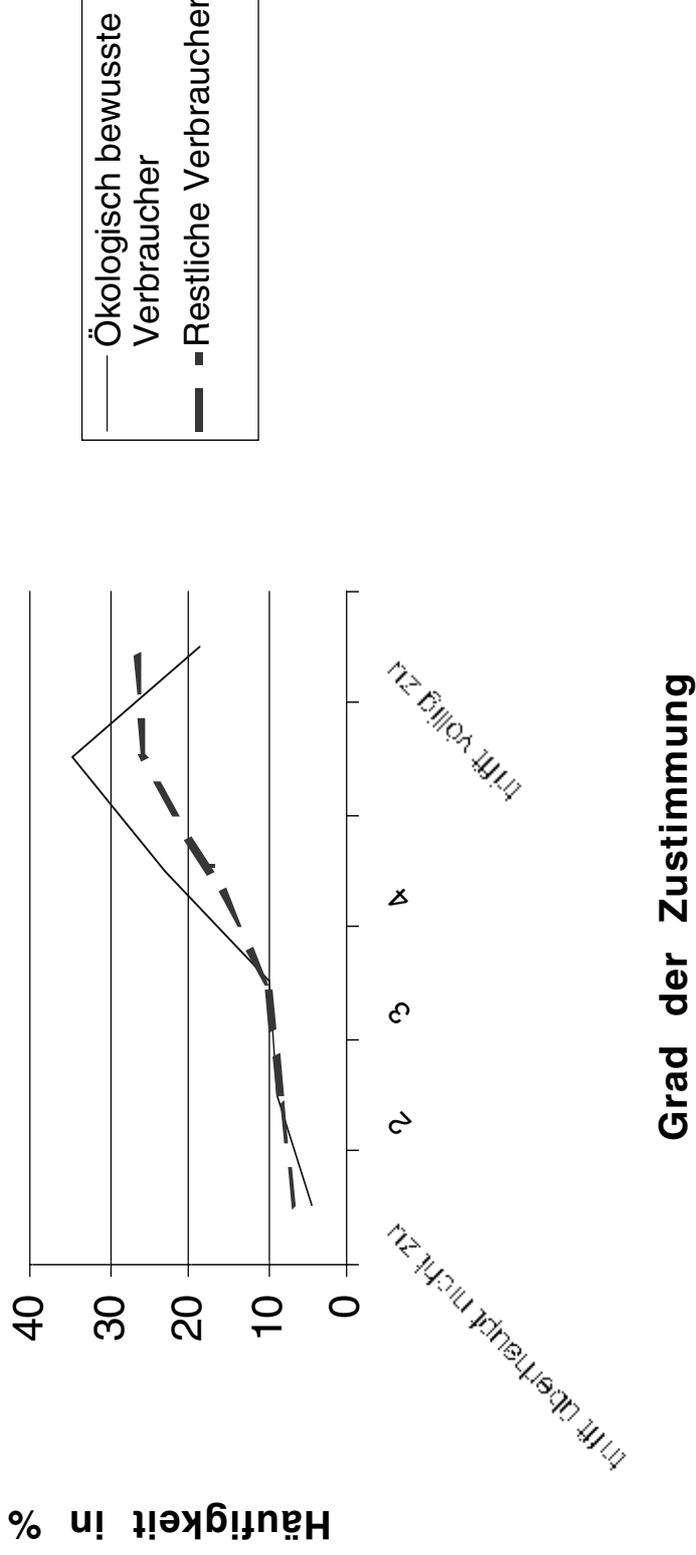
Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Artgerechte Tierhaltung

Basis : 69 Männer & Frauen (Tab.139) vgl. mit 709 Männer & Frauen (Tab.162)

Statement : Beim Kauf von tierischen Produkten achte ich auf die Herkunft aus artgerechte Tierhaltung

Beim Kauf von tierischen Produkten achte ich auf die Herkunft aus artgerechter Tierhaltung

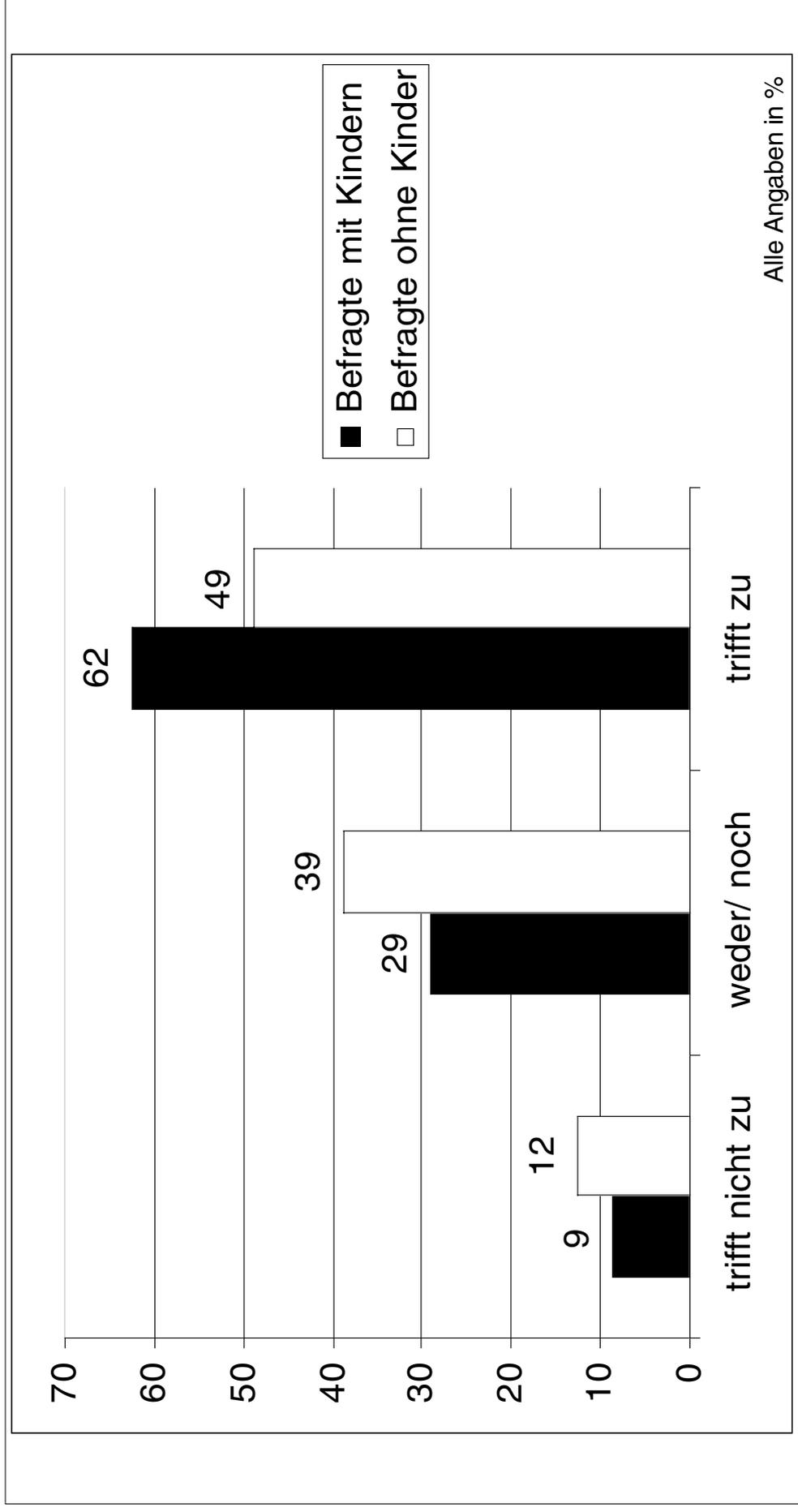


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Kindererziehung und Öko-Produkte

Basis : Befragte mit Kindern (420), Befragte ohne Kinder (345), Tabelle 114g

Statement : Ich bin bereit für eine gute Lebensmittelqualität einen höheren Preis zu zahlen

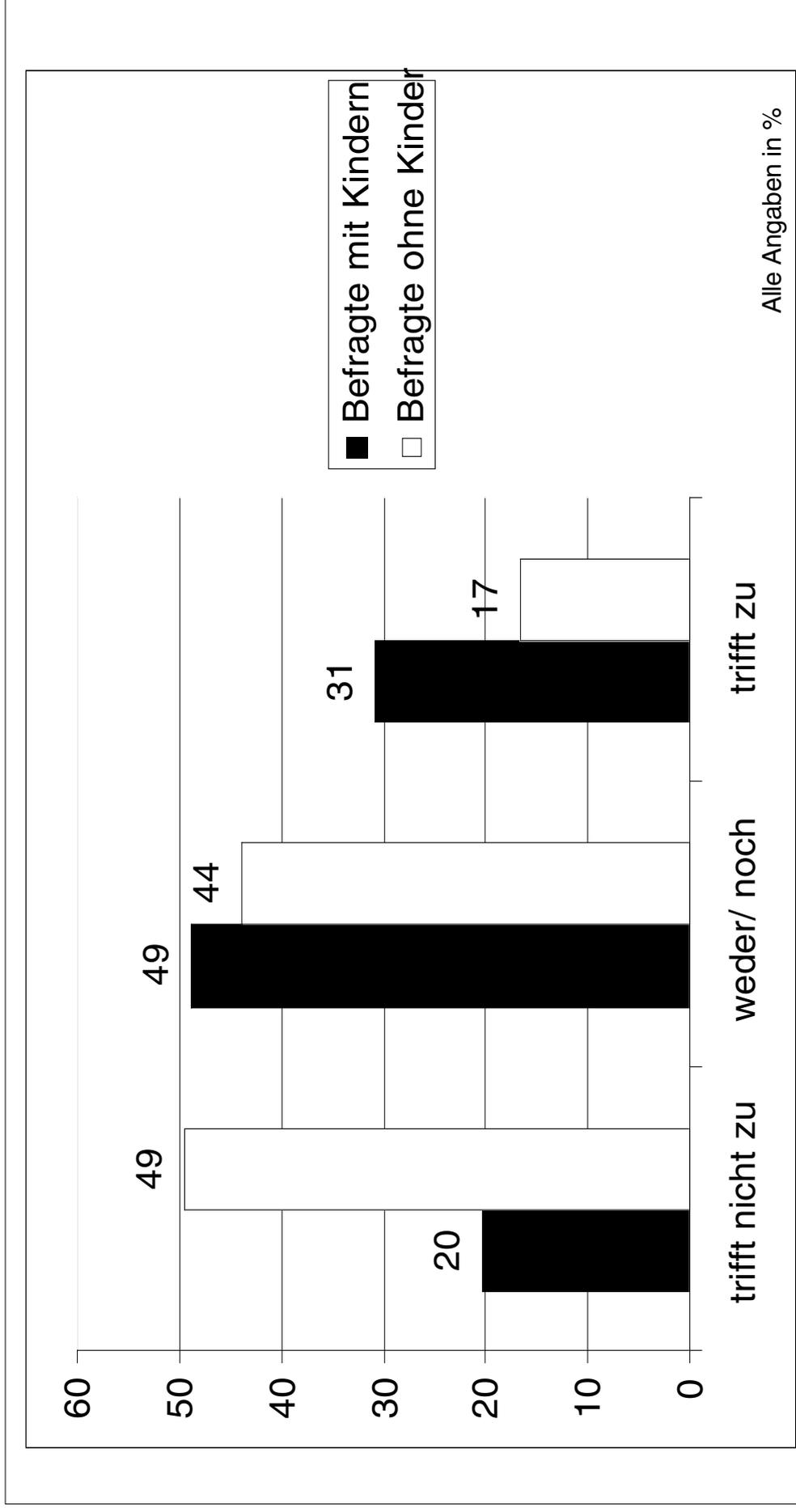


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Kindererziehung und Öko-Produkte

Basis : Befragte mit Kindern (413), Befragte ohne Kinder (350), Tabelle 114b

Statement :Über die Herstellung und Herkunft von Lebensmitteln informiere ich mich besonders gründlich

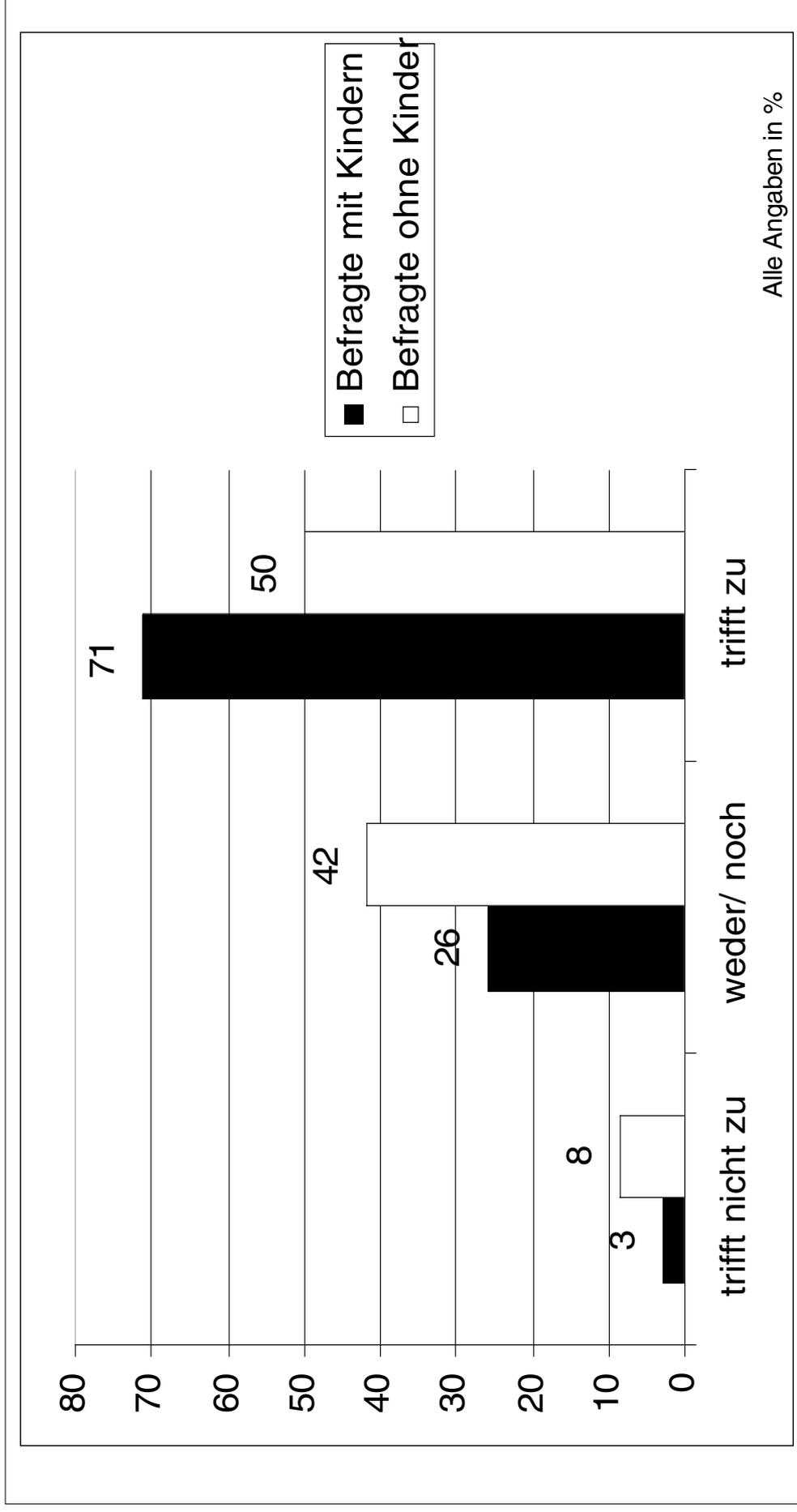


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Kindererziehung und Öko-Produkte

Basis : Befragte mit Kindern (411), Befragte ohne Kinder (348), Tabelle 114f

Statement : Ich kaufe überwiegend frische Produkte

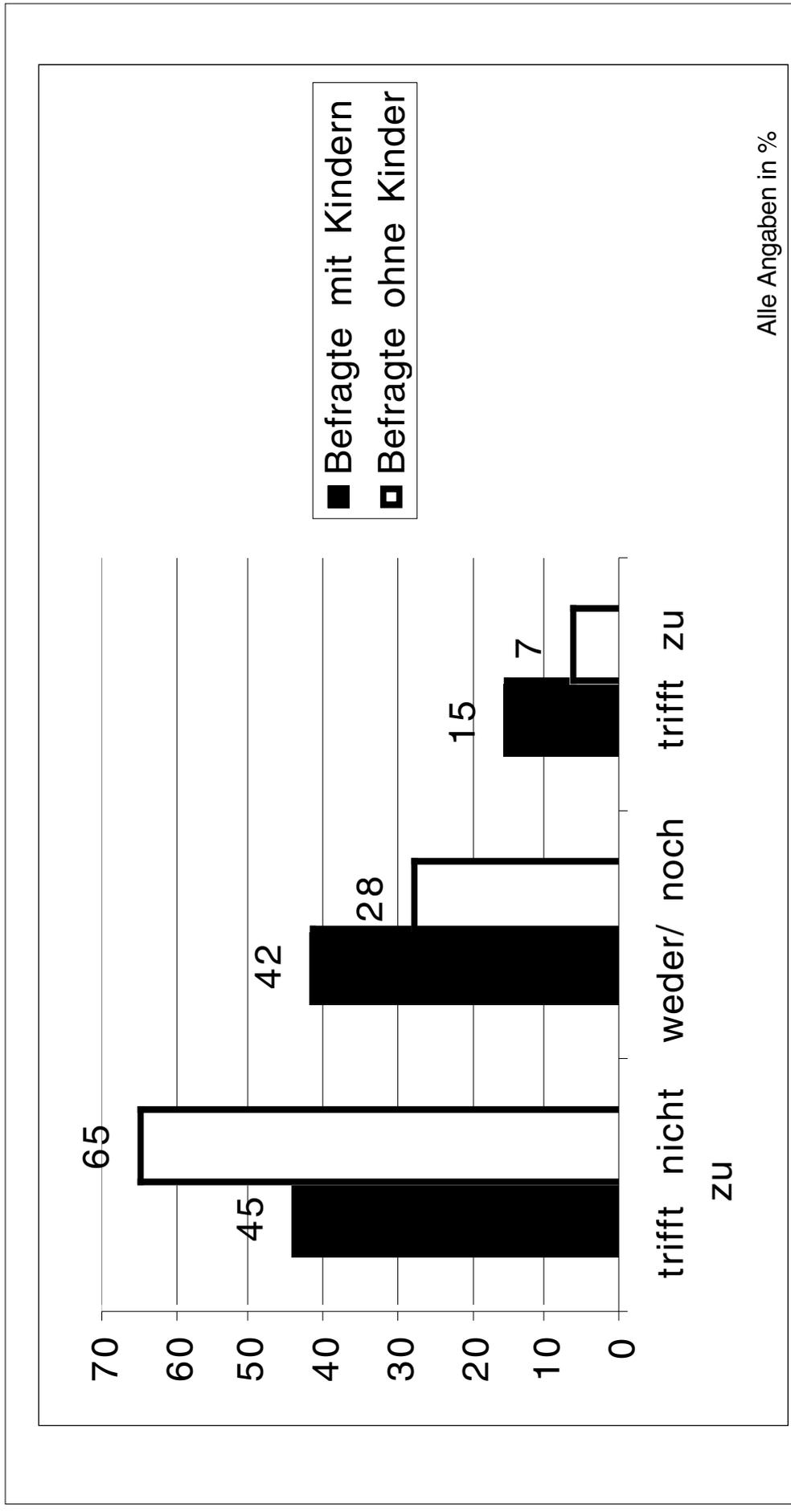


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Kindererziehung und Öko-Produkte

Basis : Befragte mit Kindern (416), Befragte ohne Kinder (348), Tabelle 114c

Statement :Auch beim Kauf von anderen Produkten wie z.B. Möbel und Kleidung achte ich auf ökolog.Herstellung

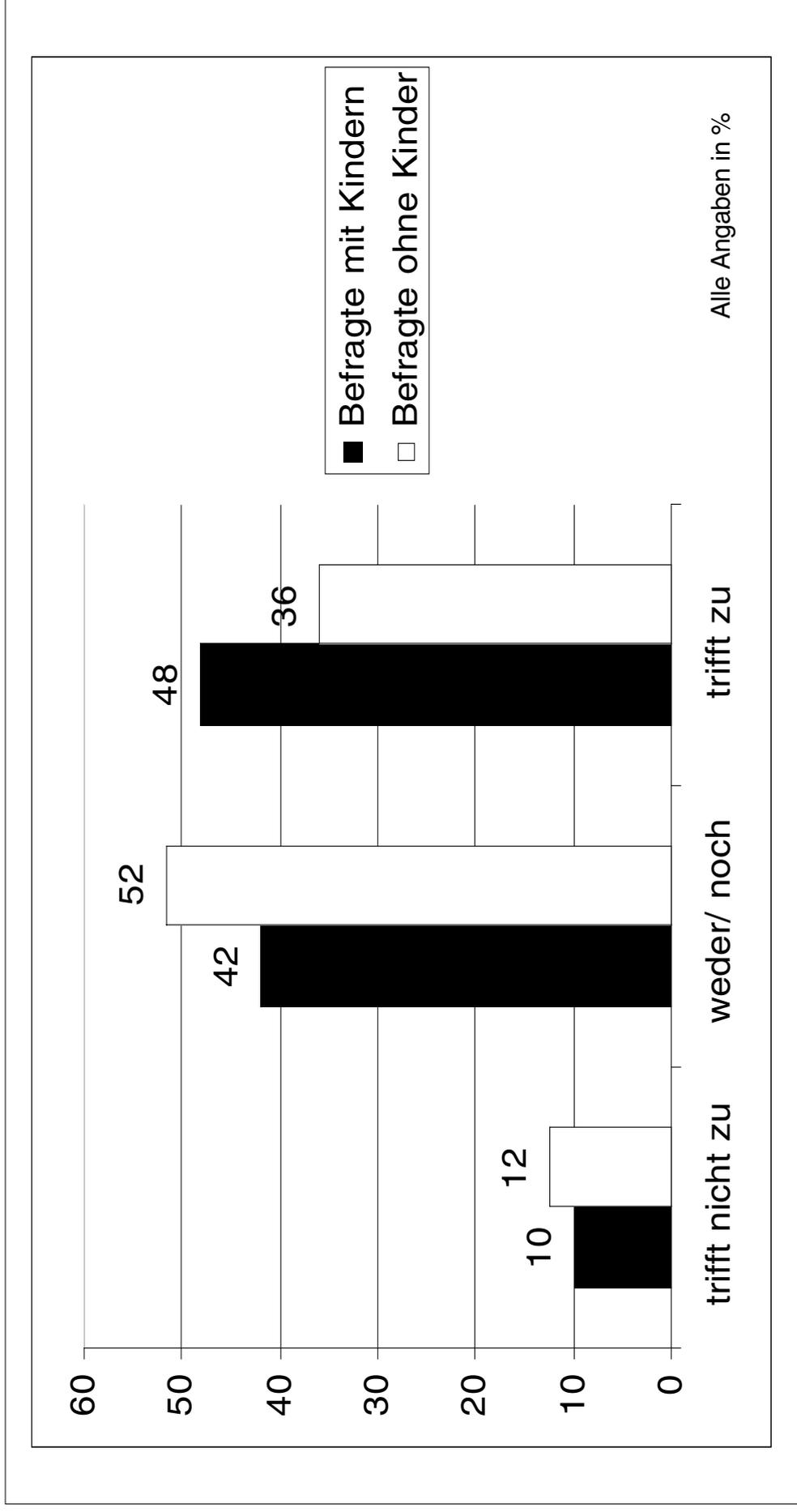


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Kindererziehung und Öko-Produkte

Basis : Befragte mit Kindern (405), Befragte ohne Kinder (329), Tabelle 114a

Statement : Wer Kinder hat sollte verstärkt Öko-Produkte kaufen

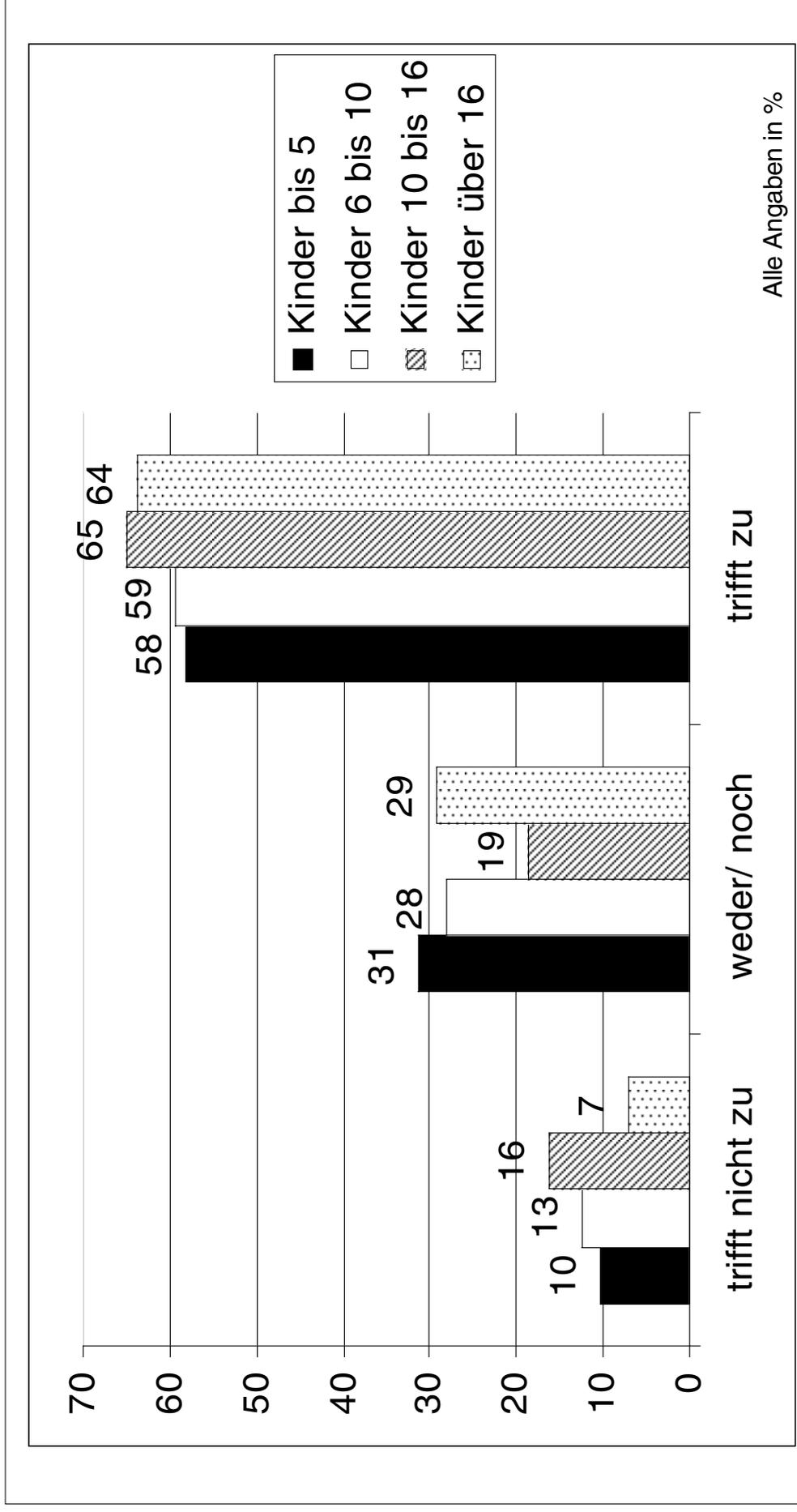


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Kindererziehung und Öko-Produkte

Basis : Befragte mit Kindern (420), aufgeteilt nach Alter der Kinder, Tabellen 115g, 116g, 117g, 118g

Statement : Ich bin bereit, für gute Lebensmittelqualität einen höheren Preis zu zahlen

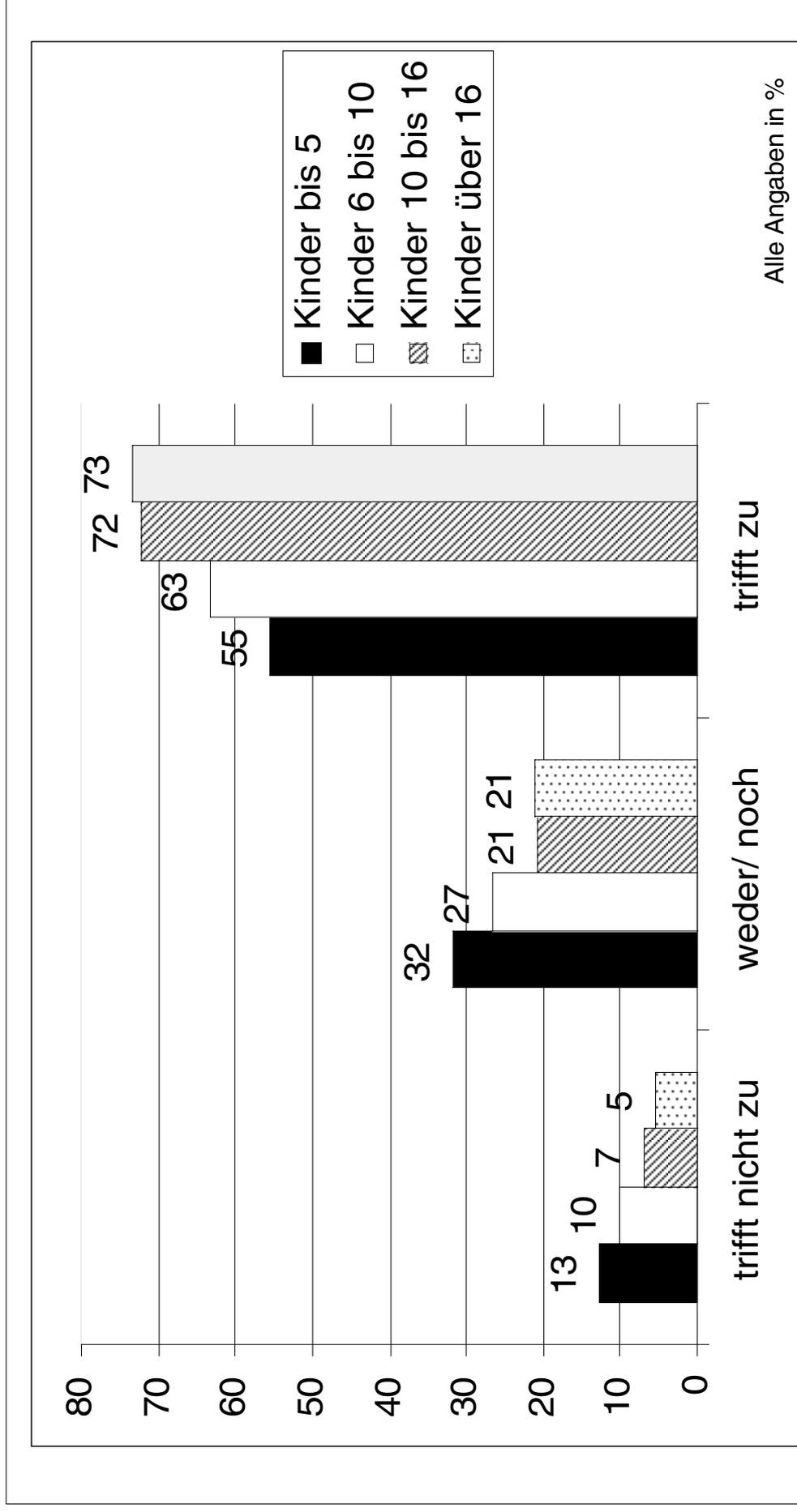


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Kindererziehung und Öko-Produkte

Basis : Befragte mit Kindern (407), aufgeteilt nach Alter der Kinder, Tabellen 115d, 116d, 117d, 118d

Statement : Kinder sollten über Vor- und Nachteile von Öko-Produkten aufgeklärt werden

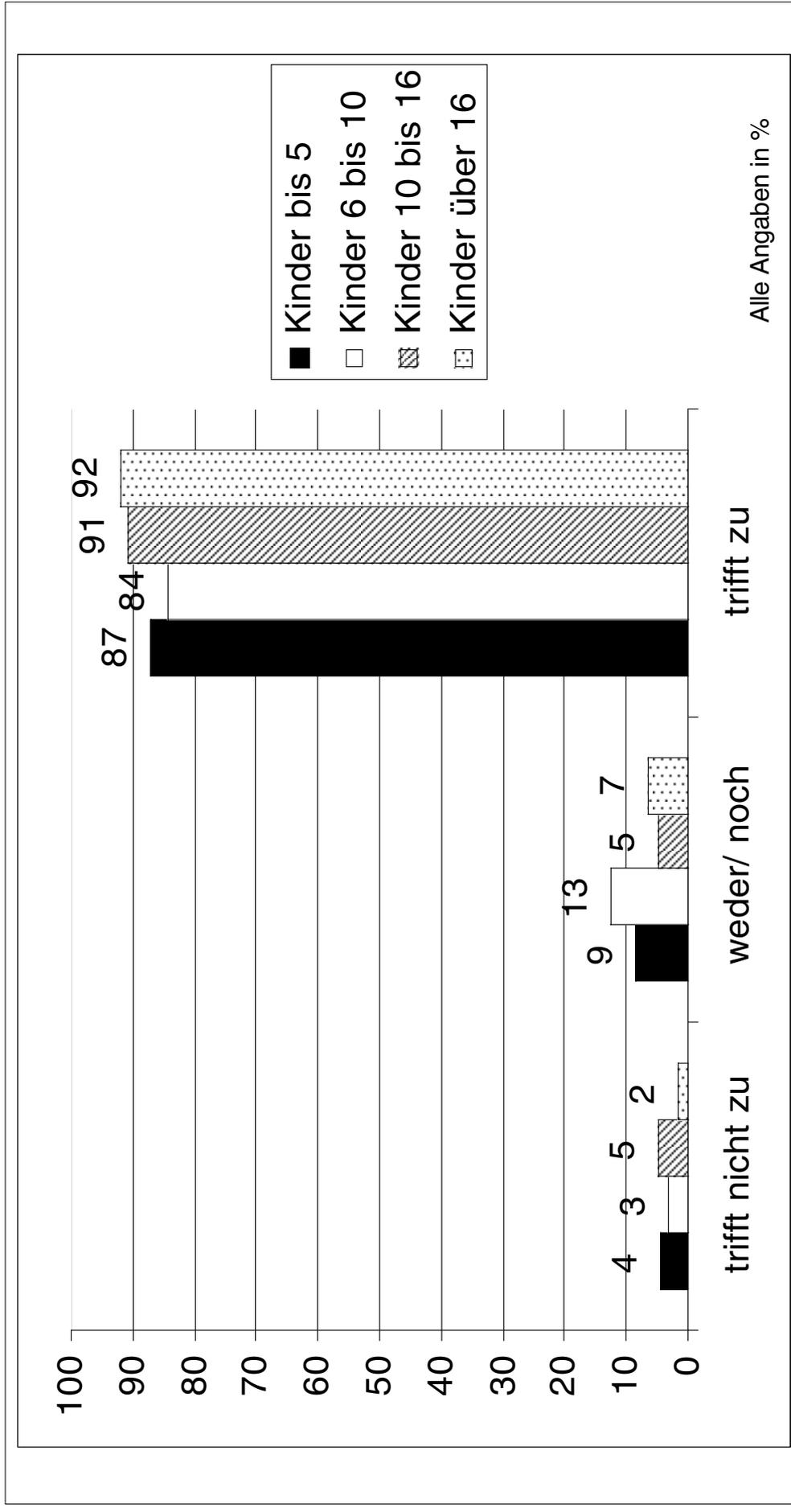


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Kindererziehung und Öko-Produkte

Basis : Befragte mit Kindern (418), aufgeteilt nach Alter der Kinder, Tabellen 115e, 116e, 117e, 118e

Statement : Bei Kindern sollte generell auf ausgewogene Ernährung geachtet werden

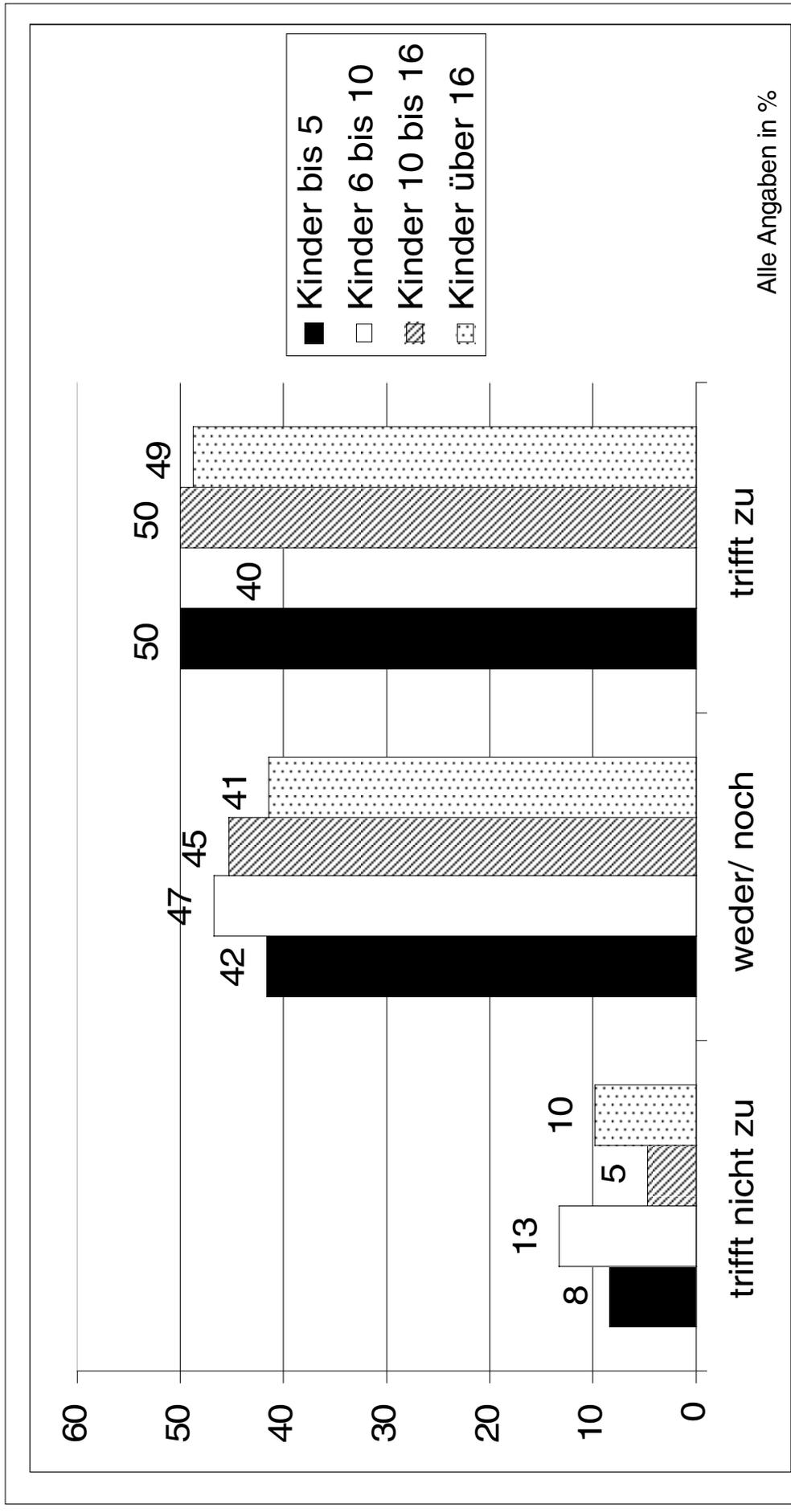


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Kindererziehung und Öko-Produkte

Basis : Befragte mit Kindern (405), aufgeteilt nach Alter der Kinder, Tabellen 115a, 116a, 117a, 118a

Statement : Wer Kinder hat, sollte verstärkt Öko-Produkte kaufen

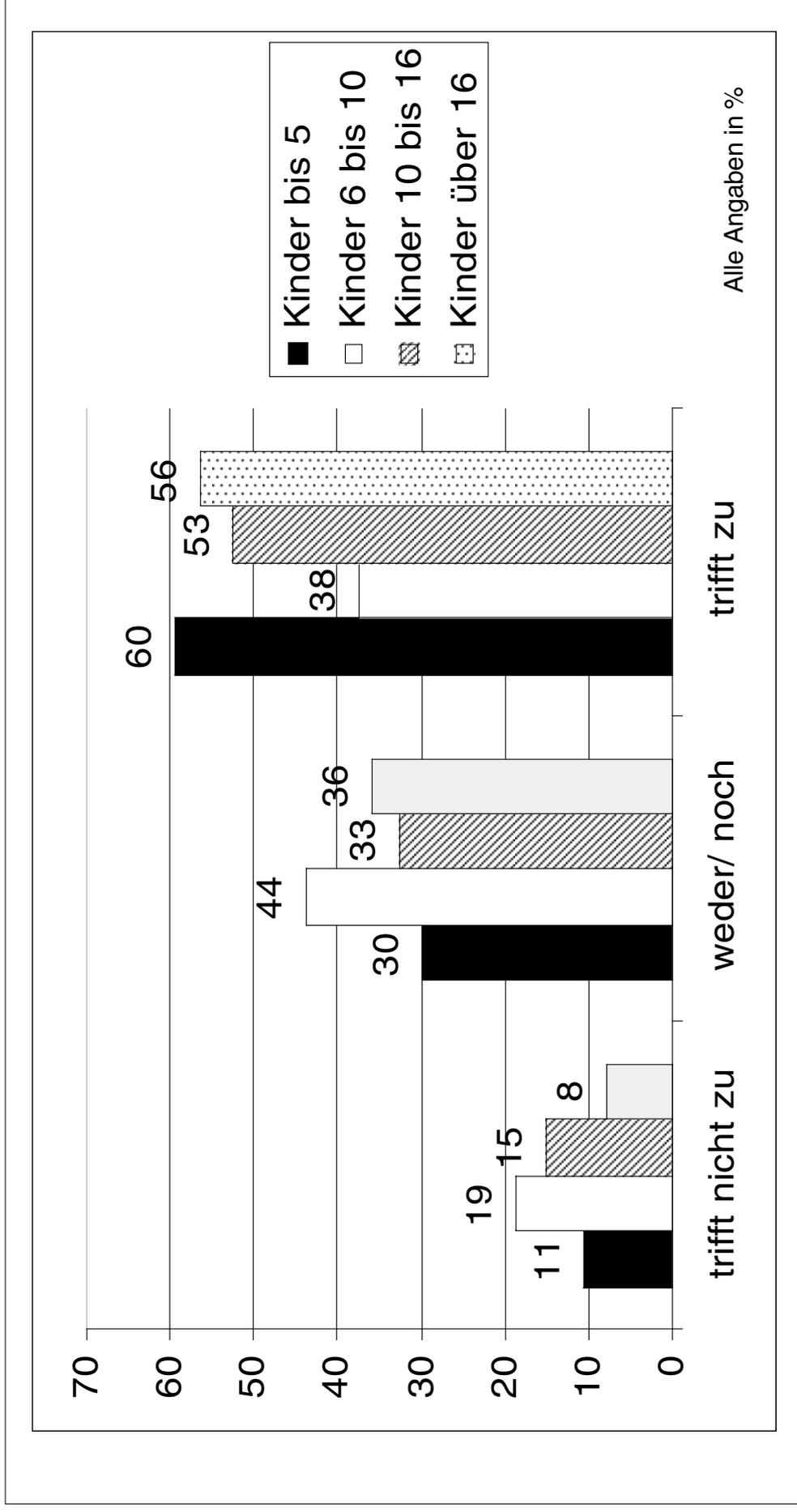


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Kindererziehung und Öko-Produkte

Basis : Befragte mit Kindern (418), aufgeteilt nach Alter der Kinder, Tabellen 115i, 116i, 117i, 118i

Statement : Wenn es um meine Gesundheit geht, ist der Preis zweitrangig



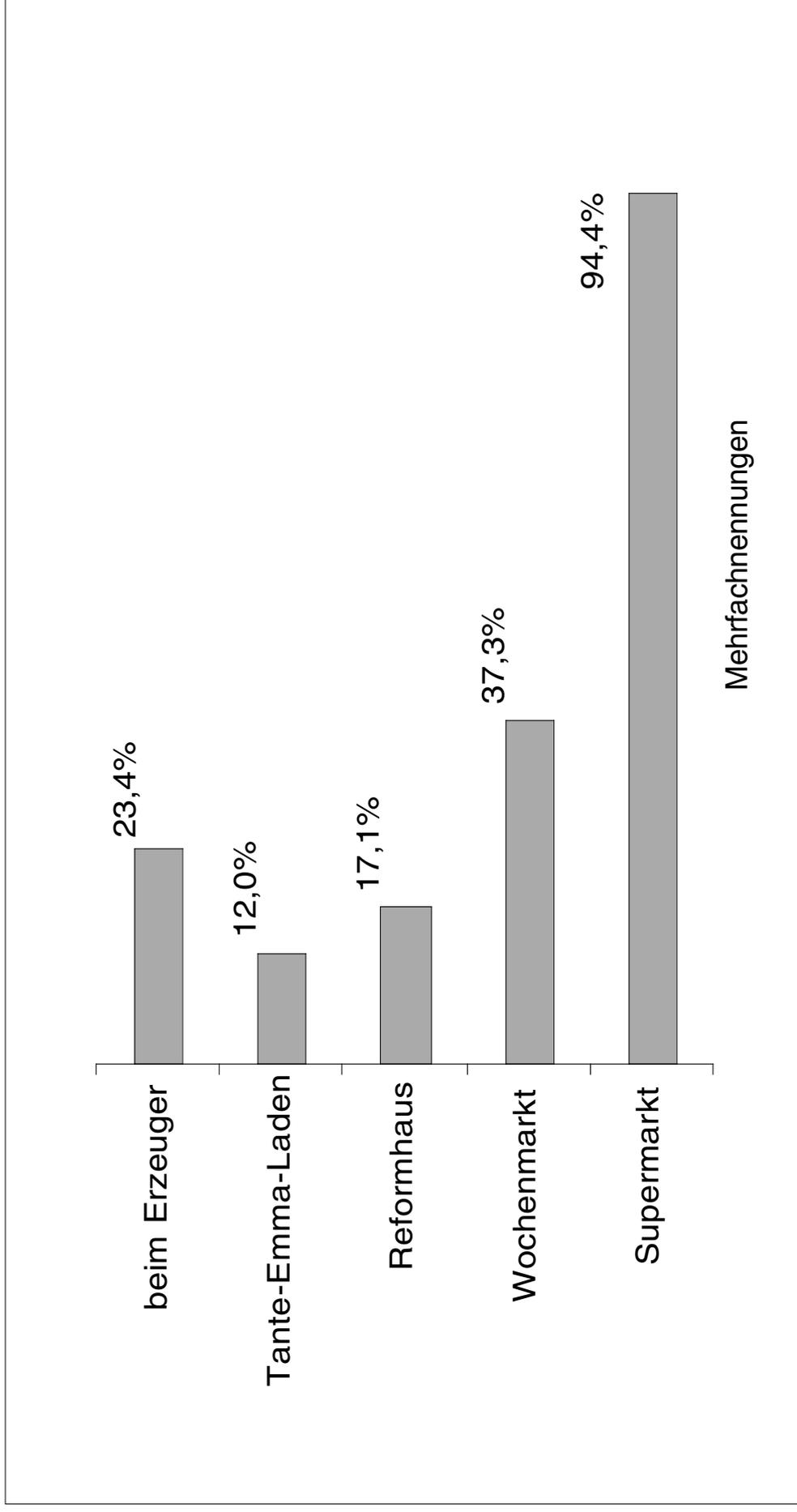
Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Wo kaufen Sie Ihre Lebensmittel überwiegend ein?

-Teil 1-

Basis : 778 Frauen und Männer

Statement :



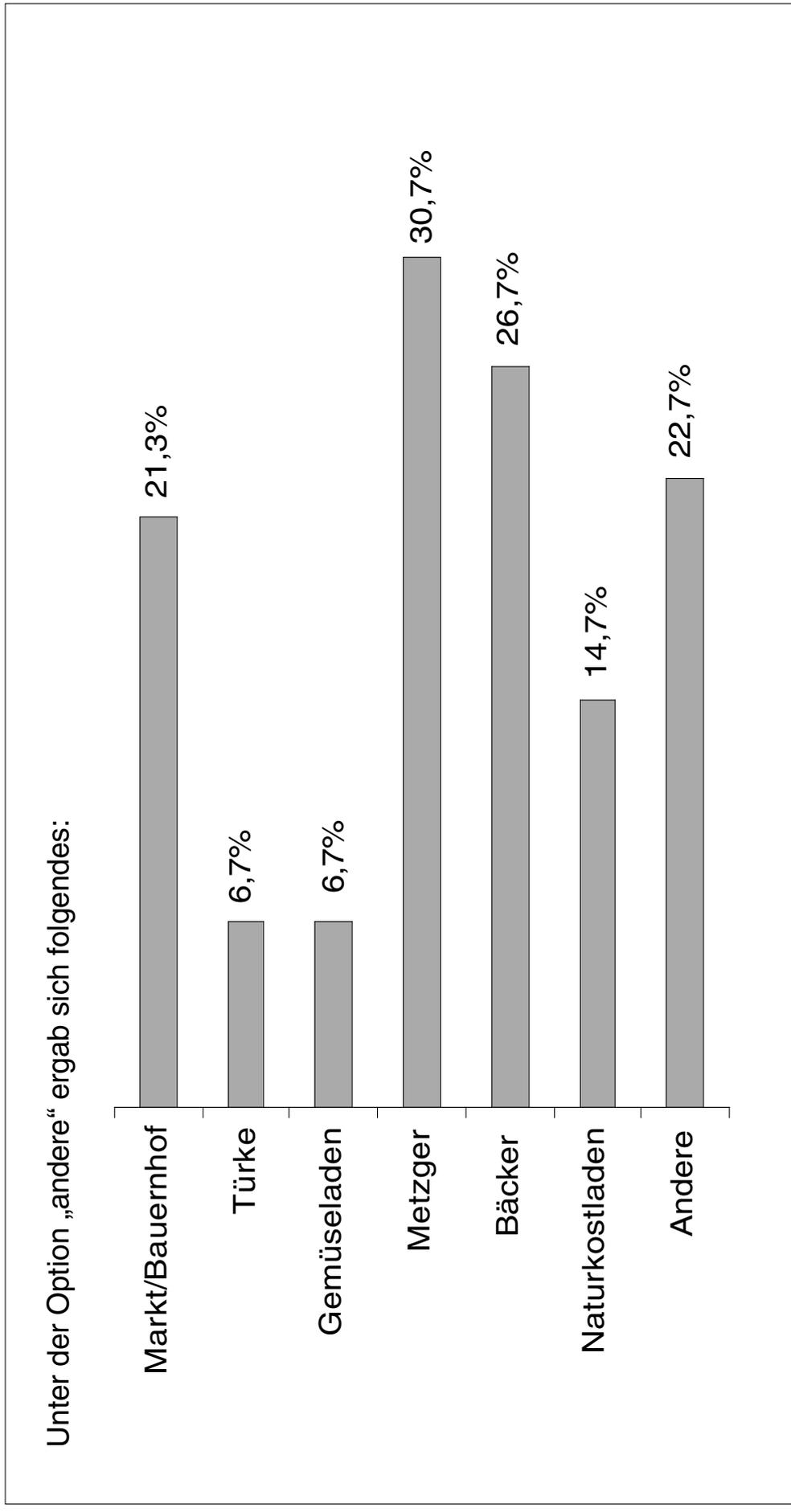
Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Wo kaufen Sie Ihre Lebensmittel überwiegend ein?

-Teil 2-

Basis : 75 Frauen und Männer

Statement :

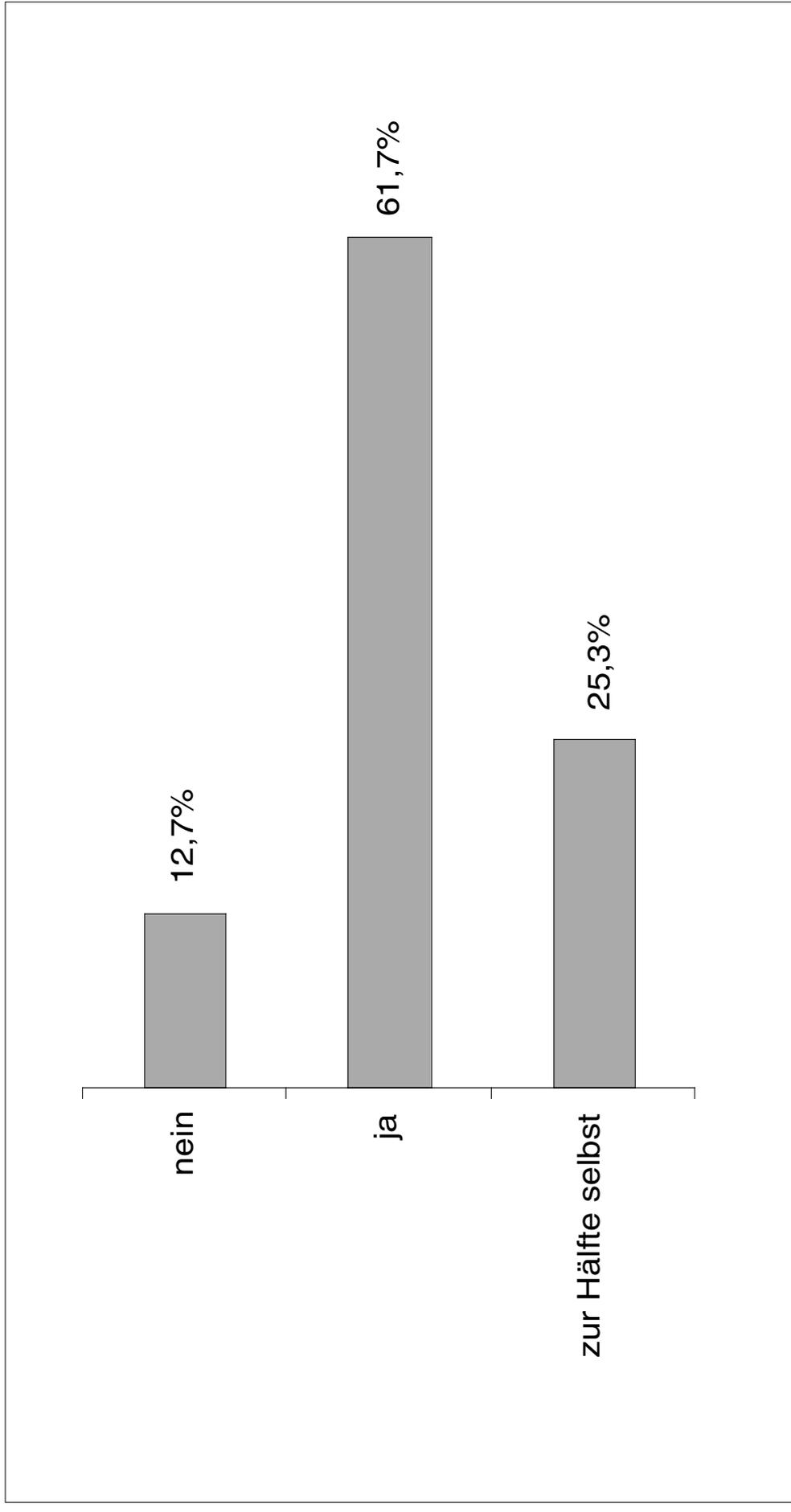


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Bereiten Sie Ihre Speisen überwiegend selbst zu?

Basis : 776 Frauen und Männer

Statement :

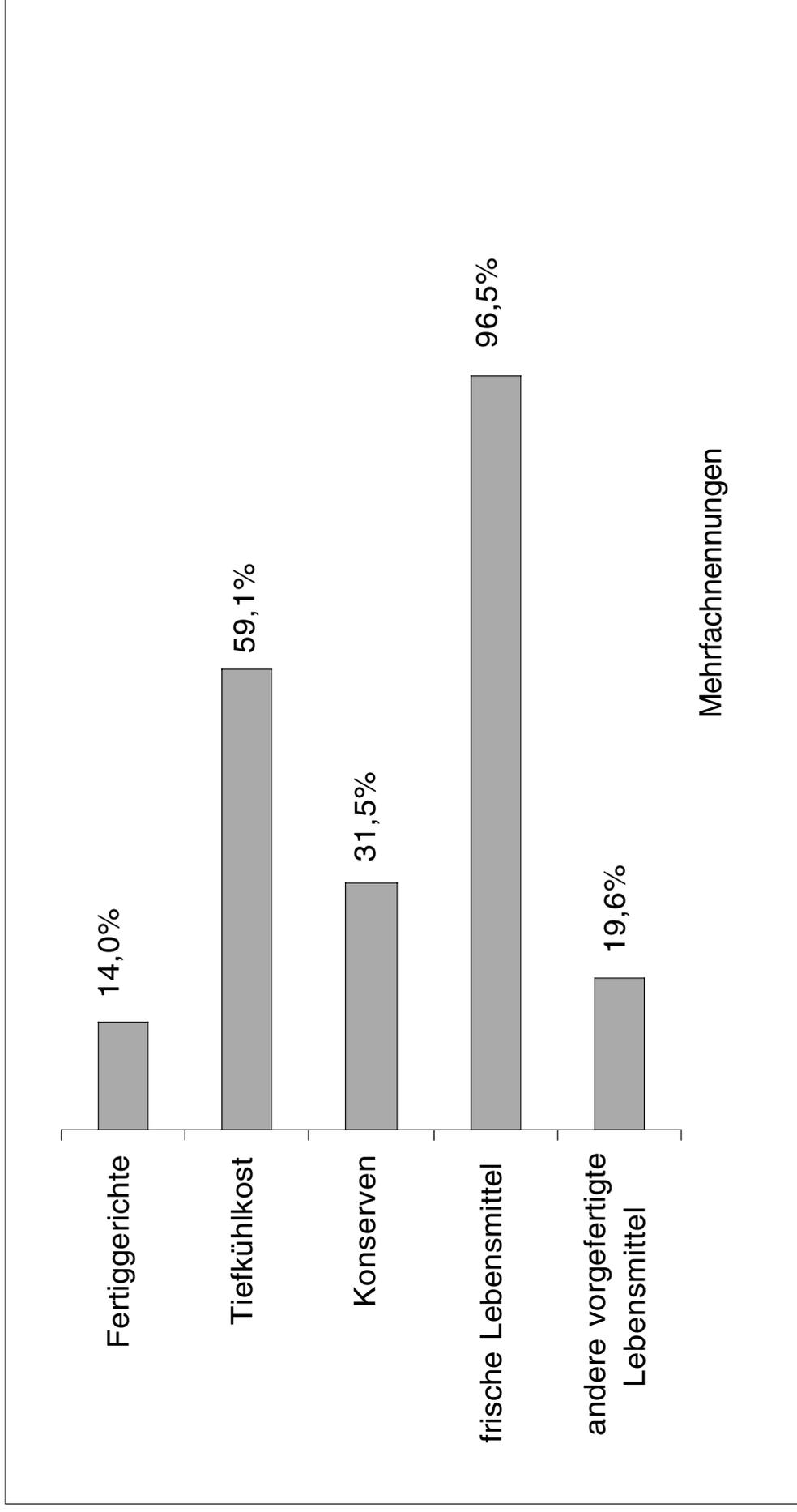


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Welche Zutaten bevorzugen Sie beim Kochen?

Basis : 677 Frauen und Männer

Statement :

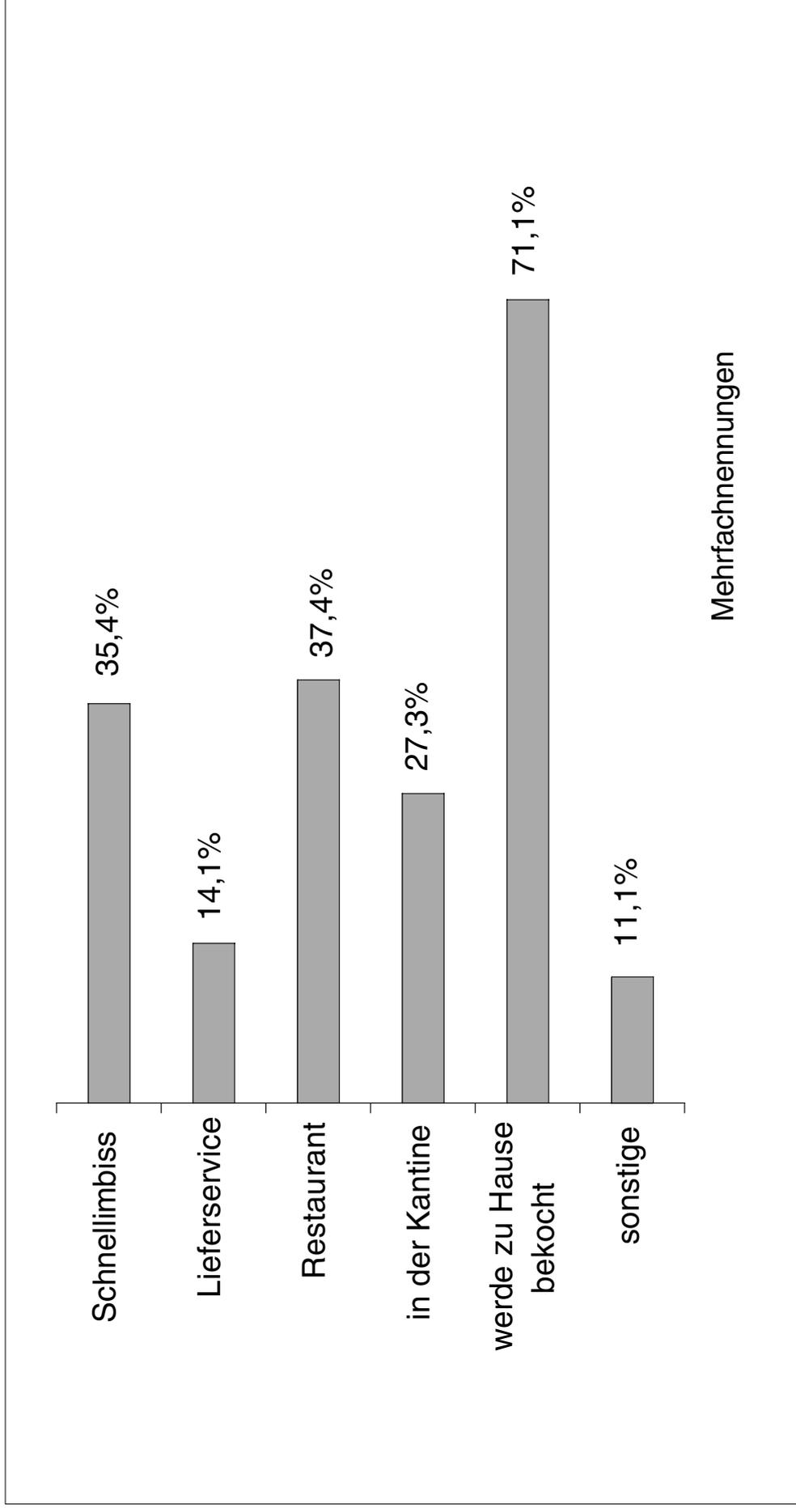


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Wo essen Sie überwiegend?

Basis : 98 Frauen und Männer

Statement :

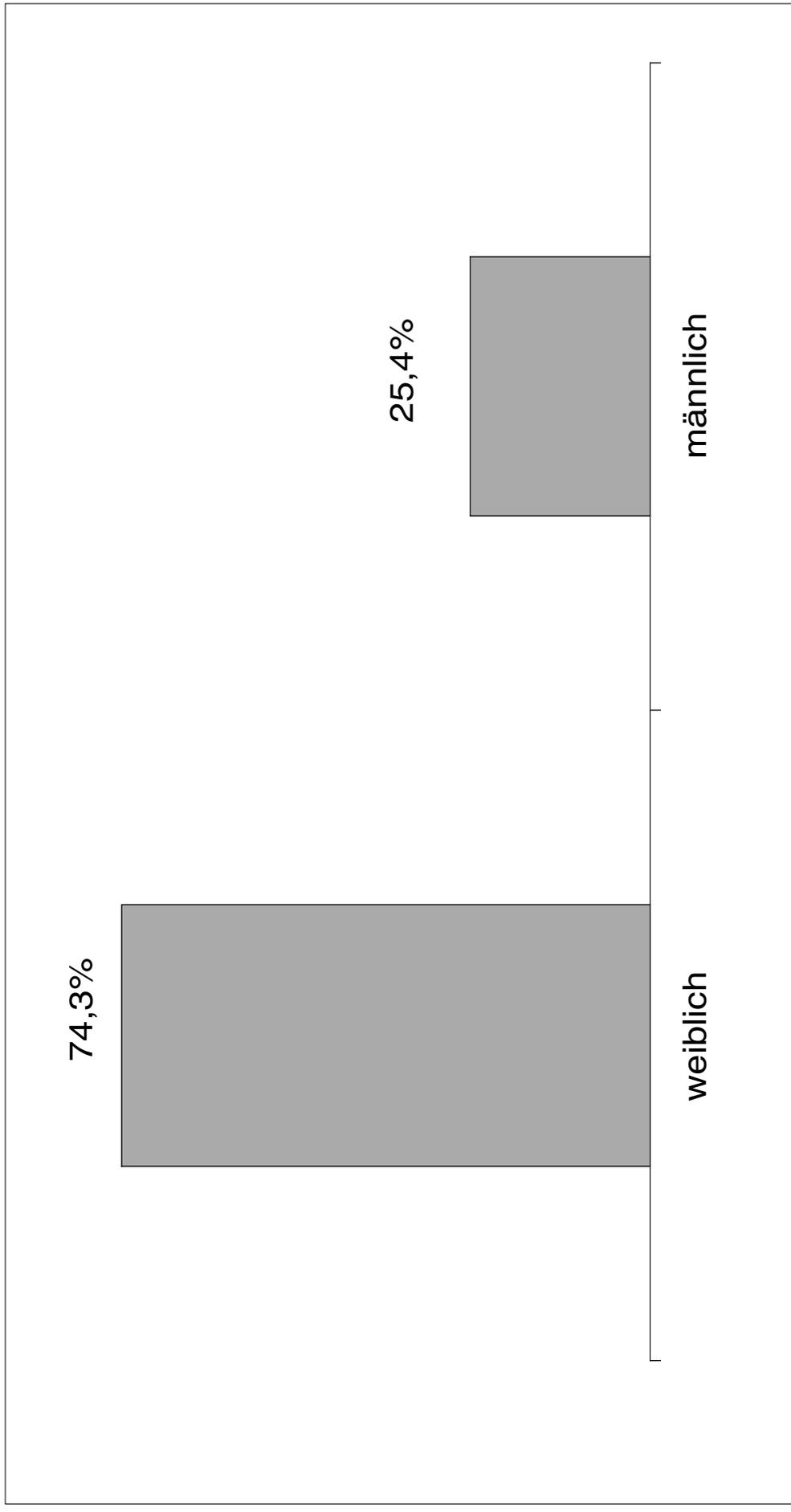


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Geschlecht

Basis : 778 Frauen und Männer

Statement :

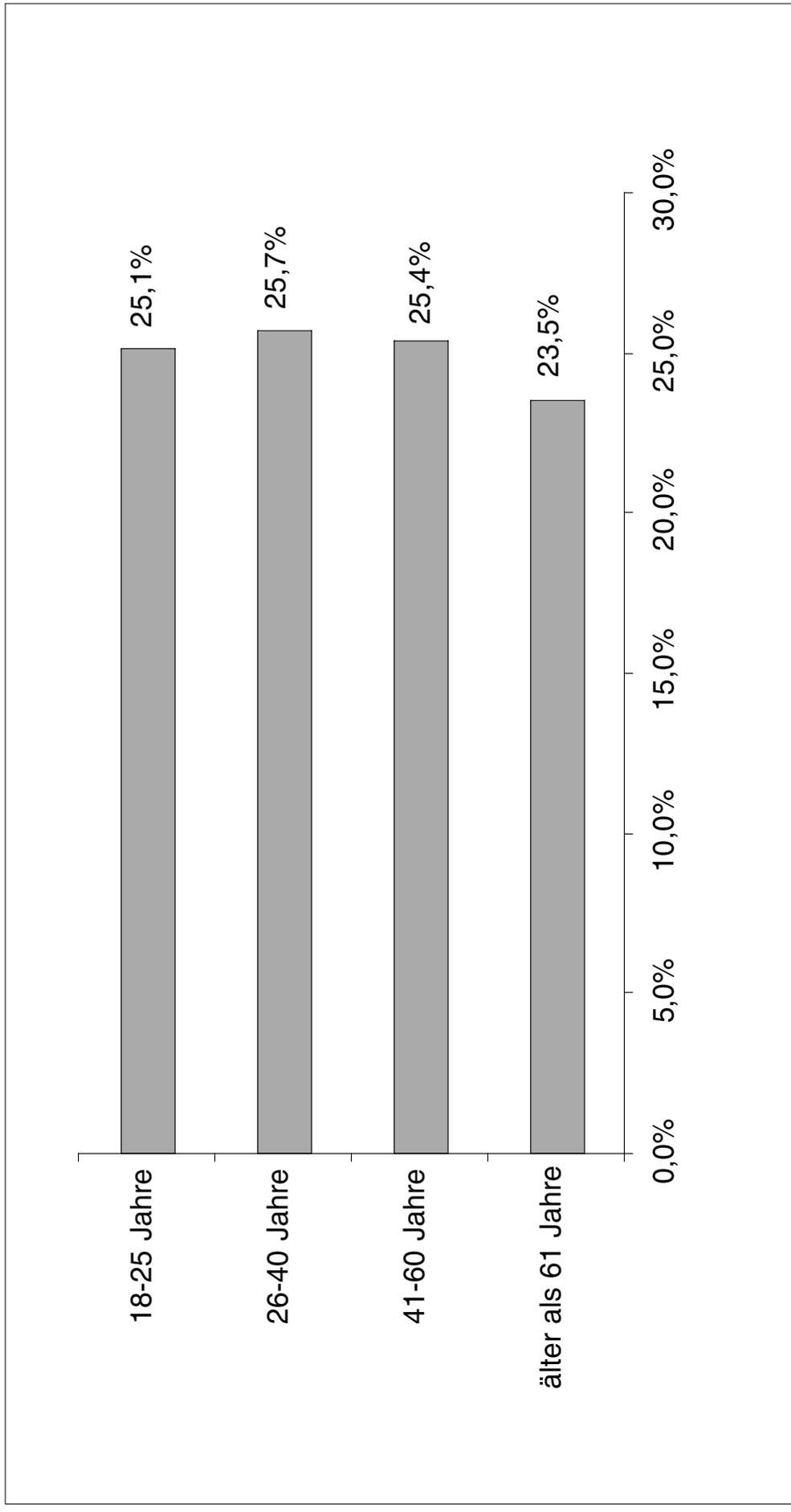


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Wie alt sind Sie?

Basis : 776 Frauen und Männer

Statement :

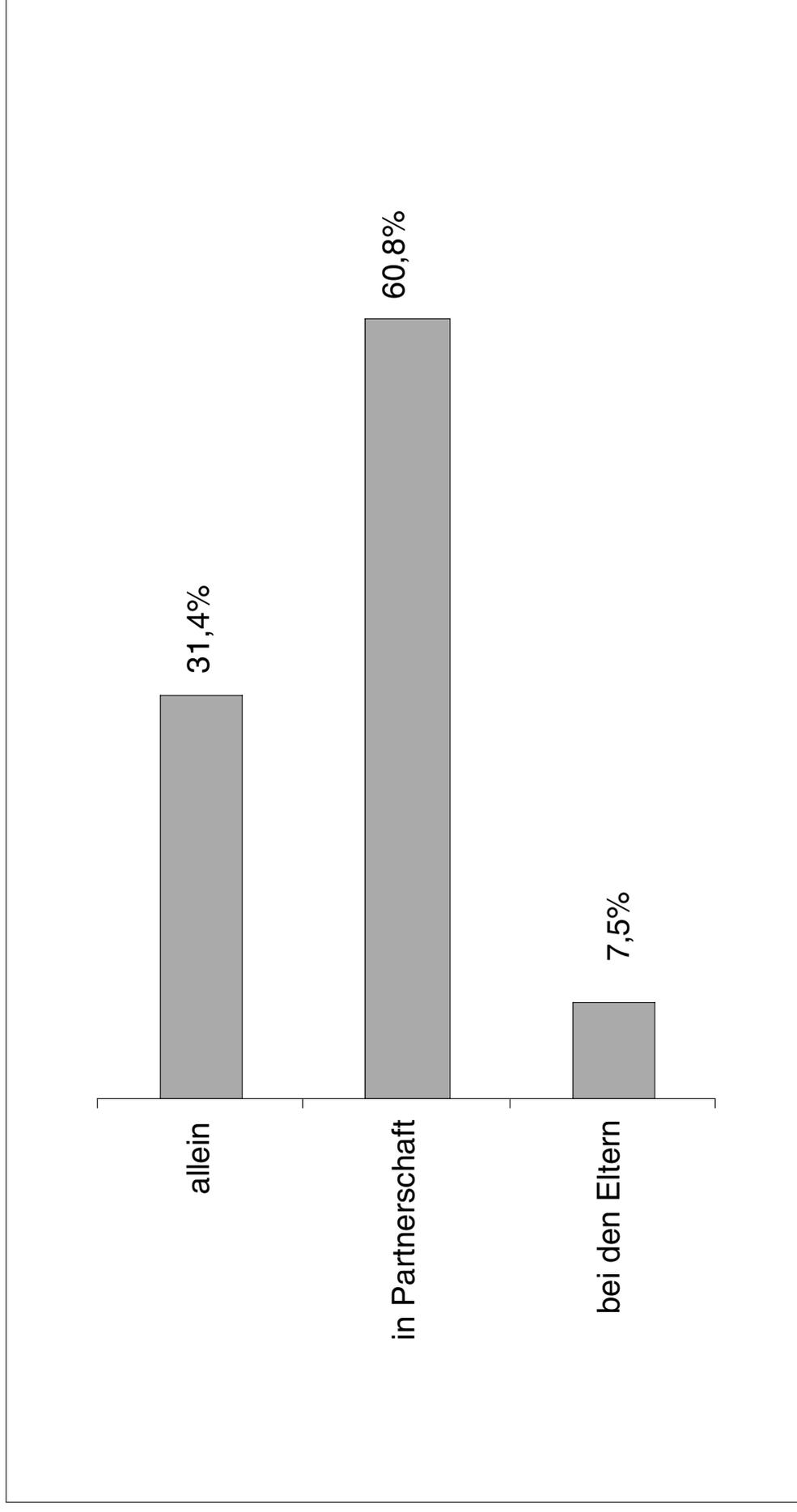


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Leben Sie alleine oder in Partnerschaft?

Basis : 775 Frauen und Männer

Statement :

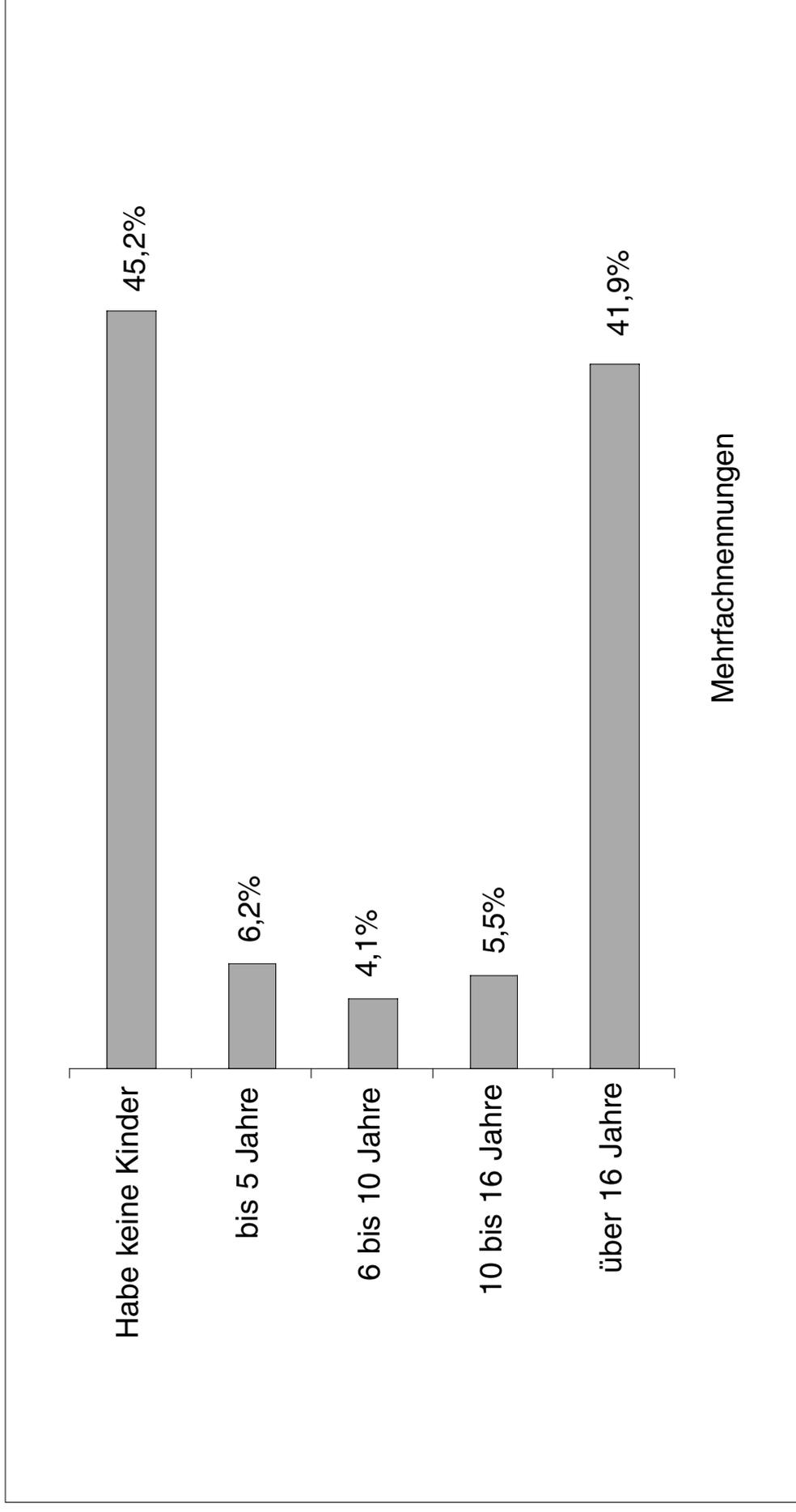


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Wie viele Kinder haben Sie?

Basis : 776 Frauen und Männer

Statement :

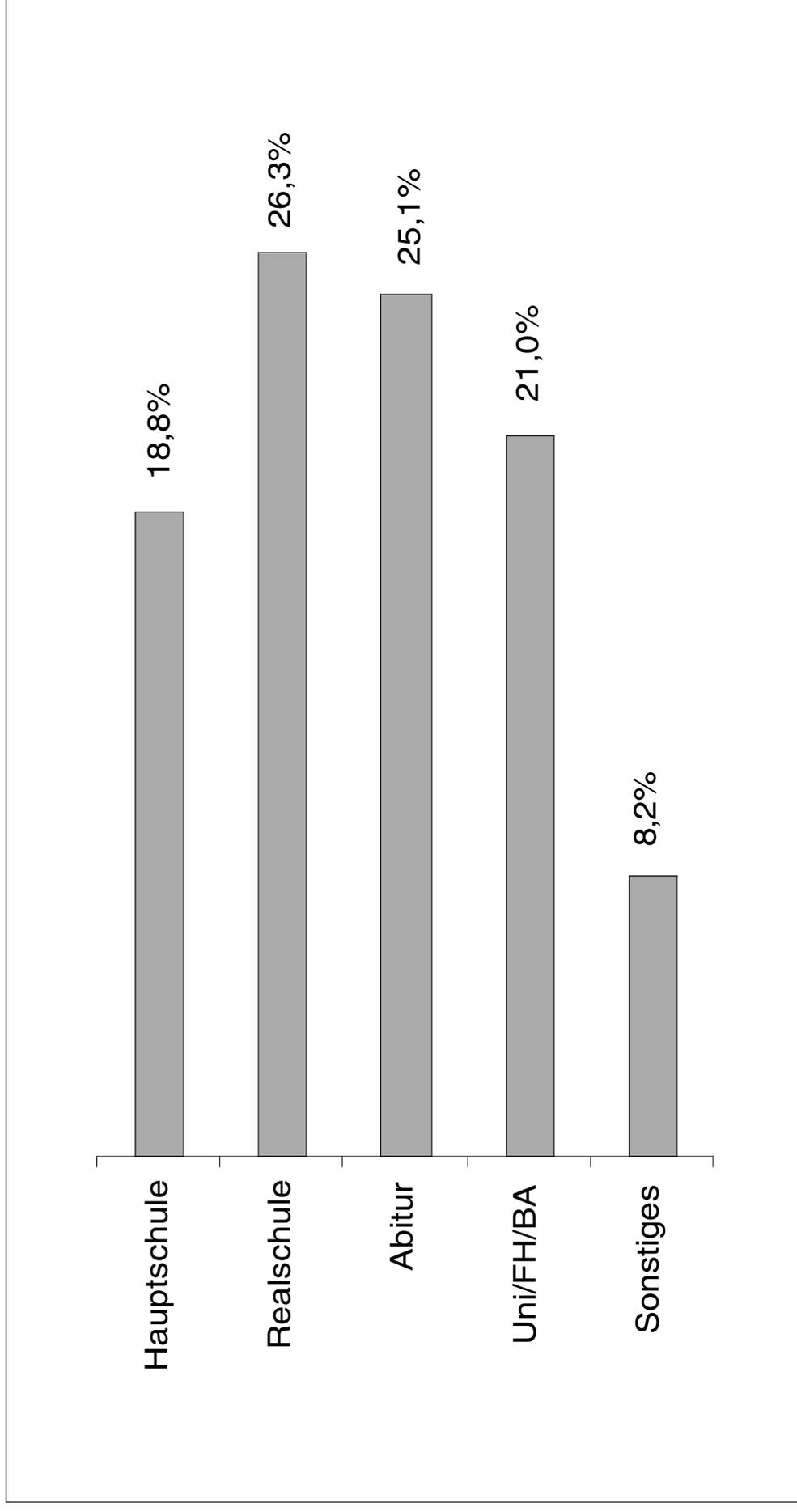


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Abgeschlossene Schulbildung

Basis : 773 Frauen und Männer

Statement :

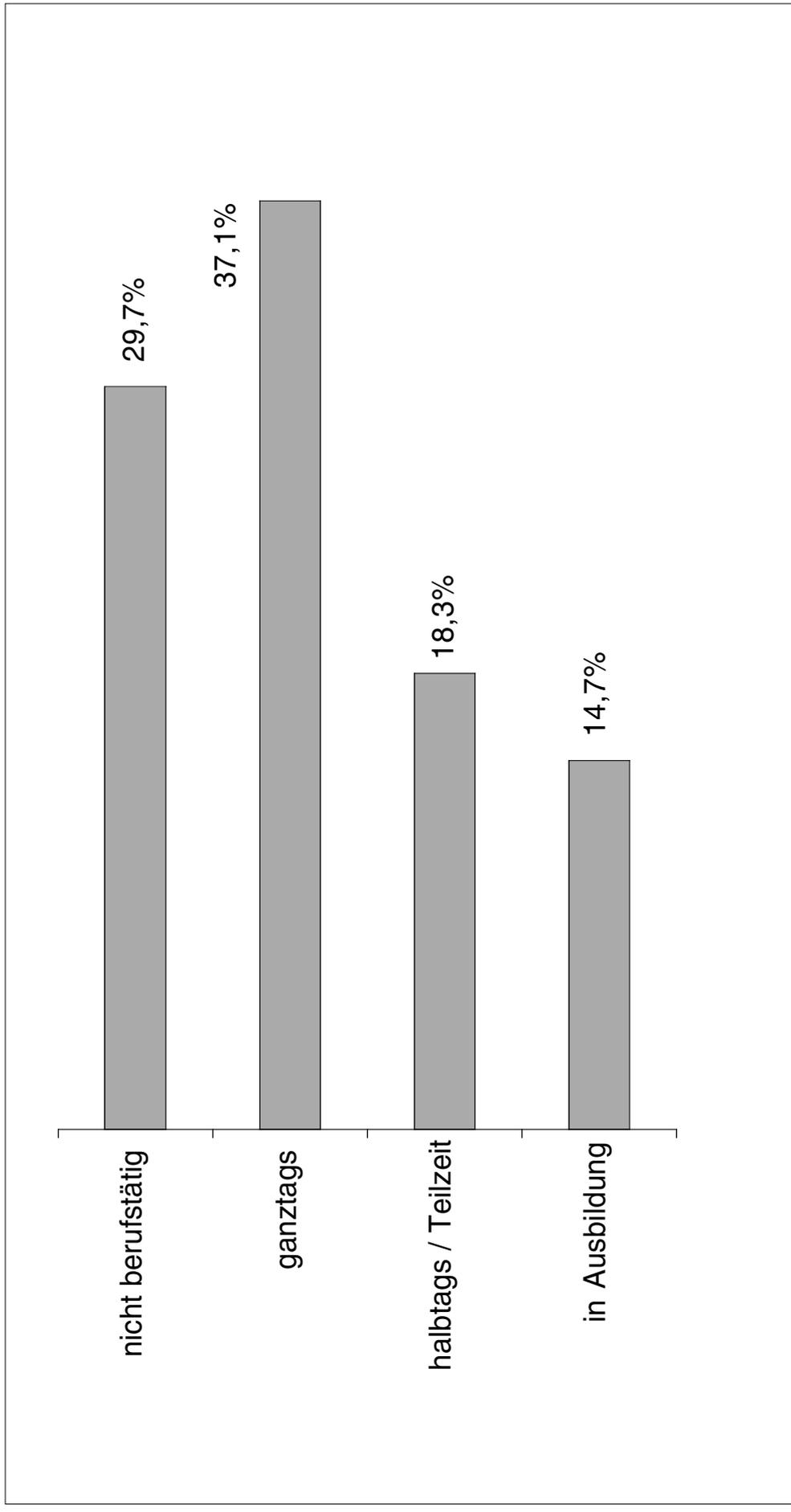


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Berufstätigkeit

Basis : 776 Frauen und Männer

Statement :

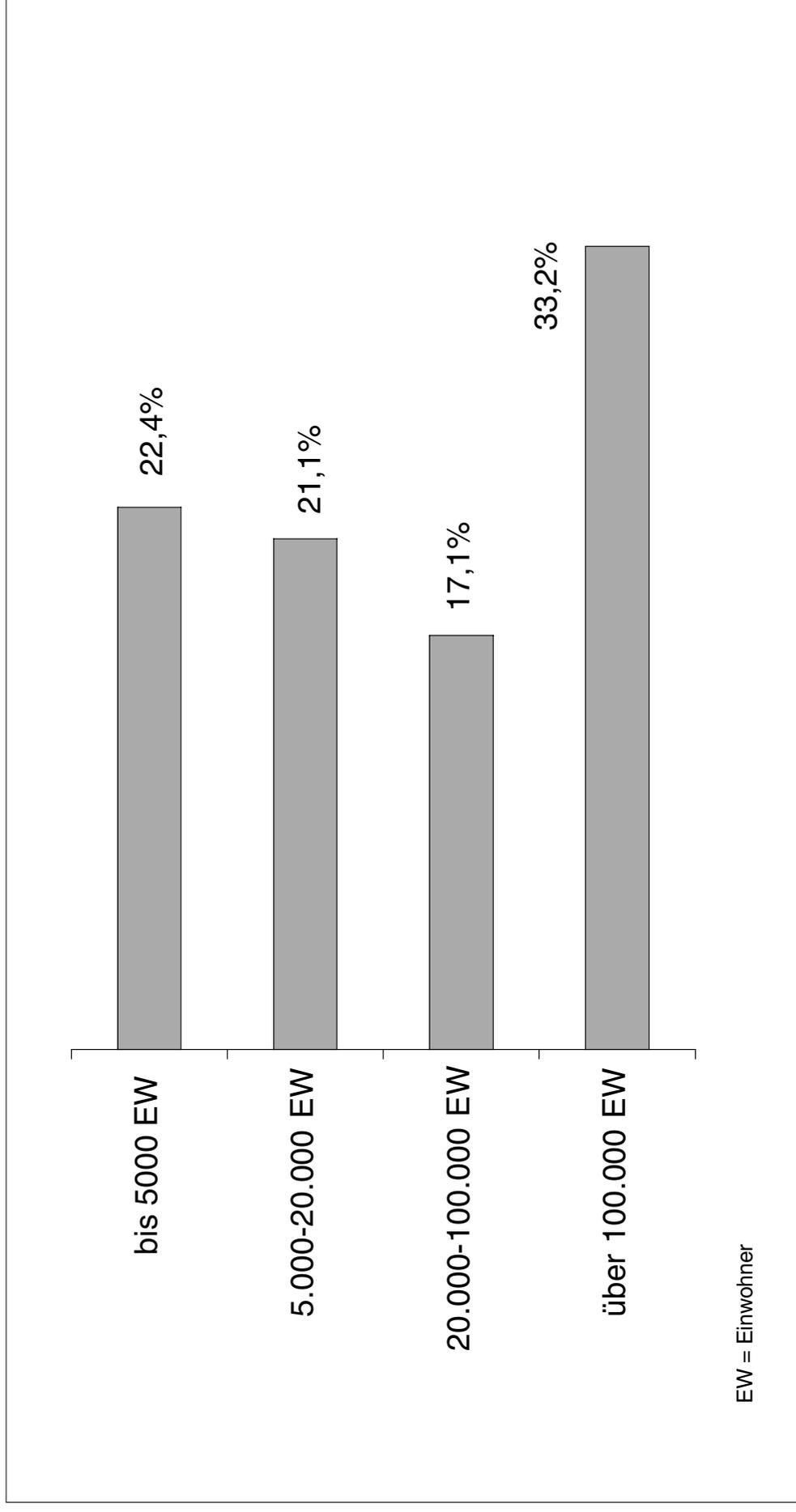


Marktstudie Gütesiegel unter der Lupe

Wohnortgröße

Basis : 775 Frauen und Männer

Statement :



Gütesiegel unter der Lupe

Fragebogen

Die Studierenden der Hochschule der Medien führen eine Befragung zum Thema „Lebensmittel und Gütesiegel“ durch. Sie haben sicherlich schon gehört, dass die Bundesregierung ein neues Bio-Siegel für Lebensmittel einführen will. Ihre Meinung hierzu und zu Lebensmittel-Gütesiegeln im Allgemeinen interessiert uns. Wir haben daher einige Fragen vorbereitet und möchten Sie bitten, diese alle zu beantworten. Selbstverständlich werden ihre Auskünfte anonym behandelt und ausgewertet. Vielen Dank für Ihre Mithilfe.

weiter
mit
Frage

1 Kaufen Sie Ihre Lebensmittel überwiegend selbst ein? ja nein 2

2 Wo kaufen Sie Ihre Lebensmittel hauptsächlich ein? (Mehrfachnennungen möglich) 3

Supermarkt (z. B. Aldi, Lidl, HL, Edeka, „Tante-Emma-Laden“
 Wochenmarkt direkt beim Erzeuger
 Reformhaus andere, welche ... _____

3 Im Folgenden finden Sie Aussagen, zu denen wir gerne Ihre Meinung erfahren möchten. Damit Sie Ihre Antwort möglichst genau angeben können, steht Ihnen eine Skala von 1 bis 6 zur Verfügung. 1 steht für „trifft überhaupt nicht zu“ und 6 heißt „trifft völlig zu“; dazwischen haben Sie 4 weitere Antwortmöglichkeiten. Sollten Sie zu einer Aussage keine Angabe machen können, kreuzen Sie bitte 0 an.

	trifft überhaupt nicht zu	1	2	3	4	5	trifft völlig zu	keine Aussage 0
Wer Kinder hat, sollte verstärkt Öko-Produkte kaufen.	1	2	3	4	5	6	0	
Ich denke, dass Öko-Produkte qualitativ und geschmacklich besser sind.	1	2	3	4	5	6	0	
Meine Gesundheit ist mir überaus wichtig.	1	2	3	4	5	6	0	
Über die Herstellung und Herkunft von Lebensmitteln informiere ich mich besonders gründlich.	1	2	3	4	5	6	0	
Ich suche auf der Verpackung verstärkt nach Gütesiegeln.	1	2	3	4	5	6	0	
Das neue Bio-Siegel hat keinerlei Einfluss auf mein Essverhalten.	1	2	3	4	5	6	0	
Fast alle meine Freunde legen Wert auf gesunde Ernährung.	1	2	3	4	5	6	0	
Ich halte ein einheitliches Bio-Siegel für landwirtschaftliche Produkte für unbedingt erforderlich.	1	2	3	4	5	6	0	
Wenn es um meine Gesundheit geht, ist der Preis zweitrangig.	1	2	3	4	5	6	0	
Auch beim Kauf von anderen Produkten wie z. B. Möbel oder Kleidung achte ich immer auf ökologische Herstellung.	1	2	3	4	5	6	0	
Ich fühle mich gut über das neue Bio-Siegel des Bundesministeriums für Verbraucherschutz informiert.	1	2	3	4	5	6	0	
Kinder sollten über Vor- und Nachteile von Ökoprodukten aufgeklärt werden. 0	1	2	3	4	5	6	0	
Gütesiegel sind für mich Ausdruck eines hohen Lebensstandards.	1	2	3	4	5	6	0	
In allen meinen Lebensbereichen entscheide ich mich ökologisch bewusst.	1	2	3	4	5	6	0	
Ich bin der Ansicht, dass die Bedingungen von Gütesiegeln staatlich geregelt und kontrolliert werden sollen.	1	2	3	4	5	6	0	
Ich kaufe ausschließlich Produkte aus ökologischem Anbau.	1	2	3	4	5	6	0	
Ich bin der Ansicht, dass alle Gütesiegel halten, was sie versprechen.	1	2	3	4	5	6	0	
Auf ein von unserer Regierung eingeführtes Gütesiegel kann ich mich hundertprozentig verlassen.	1	2	3	4	5	6	0	
Zu meiner gesunden Ernährung gehört vitaminreiche Kost.	1	2	3	4	5	6	0	
Mit dem Kauf von Bio-Siegel-Produkten setze ich in Punkto Verbraucherschutz ein wichtiges Zeichen.	1	2	3	4	5	6	0	

3
 Fortsetzun

		trifft überhaupt nicht zu	2	3	4	völlig zu	trifft	keine Aussage	
Das Bio-Siegel hat für mich keinerlei Wert.	1	2	3	4	5	6	0		
Bei Gütesiegeln halte ich die europäischen Standards im Vergleich zu deutschen Standards für unzureichend.	1	2	3	4	5	6	0		
Ich kaufe meine Lebensmittel so günstig wie möglich.	1	2	3	4	5	6	0		
Biologische Lebensmittel sind in meinem Freundeskreis ein aktuelles Gesprächsthema.	1	2	3	4	5	6	0		
Beim Kauf von tierischen Produkten achte ich auf die Herkunft aus artgerechter Tierhaltung.	1	2	3	4	5	6	0		
Ich fühle mich nur dann richtig wohl, wenn ich mich gesund ernähre.	1	2	3	4	5	6	0		
Durch das neue Bio-Siegel kann ich mehr Einfluss auf die Herstellung und Herkunft von Lebensmitteln nehmen.	1	2	3	4	5	6	0		
Mit gesunder Ernährung stärke ich meine Leistungsfähigkeit.	1	2	3	4	5	6	0		
Ich bin bereit, für gute Lebensmittelqualität einen höheren Preis zu zahlen.	1	2	3	4	5	6	0		
Bei Kindern sollte generell auf ausgewogene Ernährung geachtet werden.	1	2	3	4	5	6	0		
Bio-Produkte müssen für mich auf den ersten Blick auf der Verpackung erkennbar sein.	1	2	3	4	5	6	0		
Mein Vertrauen in Gütesiegel wird geschwächt, je mehr es davon gibt.	1	2	3	4	5	6	0		
Gesunde Ernährung wird für mich immer wichtiger.	1	2	3	4	5	6	0		
Ich kaufe mit Gütesiegeln gekennzeichnete Produkte, um mich/meine Familie gesünder zu ernähren.	1	2	3	4	5	6	0		
Ich wünsche mir ein europaweites einheitliches Bio-Siegel.	1	2	3	4	5	6	0		
Durch den Kauf von Bio-Siegel-Produkten kann ich aktiv Einfluss auf das Angebot der Hersteller nehmen.	1	2	3	4	5	6	0		
Ich kaufe überwiegend frische Produkte.	1	2	3	4	5	6	0		
Gesunde Ernährung ersetze ich durch andere Mittel (z. B. Vitamintabletten, Mineralien etc.).	1	2	3	4	5	6	0		
Das Bio-Siegel steht für mich für qualitativ hochwertige Produkte.	1	2	3	4	5	6	0		
Ich kaufe nur Produkte, von denen ich sicher bin, dass sie umweltfreundlich hergestellt sind.	1	2	3	4	5	6	0		
Die folgenden Gütesiegel genießen mein vollstes Vertrauen:									
demeter		1	2	3	4	5	6	0	
Alnatura		1	2	3	4	5	6	0	
Naturland		1	2	3	4	5	6	0	
Füllhorn		1	2	3	4	5	6	0	
Bio-Siegel		1	2	3	4	5	6	0	
Naturkind		1	2	3	4	5	6	0	
Bioland		1	2	3	4	5	6	0	
Herkunfts- und Qualitätszeichen Baden-Württemberg		1	2	3	4	5	6	0	

weiter
mit
Frage

4	Bereiten Sie Ihre Speisen überwiegend selbst zu? <div style="text-align: right;"> ja <input type="checkbox"/> (weiter mit Frage 5) —————> 5 zur Hälfte selbst, zur Hälfte nicht selbst <input type="checkbox"/> (weiter mit Frage 5) —————> 5 nein <input type="checkbox"/> (weiter mit Frage 6) —————> 6 </div>	weiter mit Frage
5	Werden dabei mehr frische oder andere Lebensmittel bevorzugt? (Mehrfachnennungen möglich) <input type="checkbox"/> frische Lebensmittel <input type="checkbox"/> Fertiggerichte <input type="checkbox"/> Konserven <input type="checkbox"/> andere vorgefertigte Lebensmittel / Halbfertigprodukte <input type="checkbox"/> Tiefkühlkost (weiter mit Frage 7) —————> 7	7
6	Wo essen Sie? (Mehrfachnennungen möglich) <input type="checkbox"/> ... werde zu Hause bekocht <input type="checkbox"/> ... lasse mir Essen bringen <input type="checkbox"/> ... esse in der Kantine <input type="checkbox"/> Schnellimbiss (Bratwurststand, McDonald's, Metzger, Bäcker) <input type="checkbox"/> ... gehe ins Restaurant <input type="checkbox"/> Sonstiges	7
Nun noch einige Fragen zur Statistik:		
7	Geschlecht männlich <input type="checkbox"/> weiblich <input type="checkbox"/>	8
8	Wie alt sind Sie? <input type="checkbox"/> 18 bis 25 Jahre <input type="checkbox"/> 26 bis 40 Jahre <input type="checkbox"/> 41 bis 60 Jahre <input type="checkbox"/> älter als 61 Jahre	9
9	Leben Sie allein oder in Partnerschaft? <input type="checkbox"/> allein <input type="checkbox"/> in Partnerschaft <input type="checkbox"/> bei den Eltern	10
10	Wie alt sind Ihre Kinder? (Mehrfachnennungen möglich) <input type="checkbox"/> ... habe keine Kinder <input type="checkbox"/> bis 5 Jahre <input type="checkbox"/> 6 bis 10 Jahre <input type="checkbox"/> 10 bis 16 Jahre <input type="checkbox"/> älter als 16 Jahre	11
11	Abgeschlossene Schulbildung <input type="checkbox"/> Hauptschule <input type="checkbox"/> Realschule <input type="checkbox"/> Sonstiges <input type="checkbox"/> Abitur <input type="checkbox"/> Uni / FH / BA	12
12	Berufstätigkeit <input type="checkbox"/> halbtags/ <input type="checkbox"/> nicht berufstätig <input type="checkbox"/> ganztags <input type="checkbox"/> in Ausbildung	13
13	Wohnortgröße <input type="checkbox"/> Gemeinde / Dorf (bis 5.000 Einwohner) <input type="checkbox"/> kleine Stadt (5.000 bis 20.000) <input type="checkbox"/> größere Stadt (20.000 bis 100.000) <input type="checkbox"/> Großstadt (über 100.000 Einwohner)	
VIELEN DANK!		