

## PRESSEINFORMATION

### **Das staatliche Biosiegel ist das bekannteste Ökosiegel in Deutschland**

#### **Aktuelle Umfrage von Konzept & Analyse zeigt: Das meiste Vertrauen schenken die Deutschen dem Urteil von Öko-Test**

Nürnberg, 24. Oktober 2008 – In Deutschland gibt es über 100 Biomarken und Öko- beziehungsweise Biosiegel. Sie kennzeichnen Erzeugnisse aus ökologischem Landbau oder geben Auskunft über die Umweltverträglichkeit eines Produktes. Im „Supermarktdschungel“ sind sie für Verbraucher eine wichtige Orientierungshilfe. Das bekannteste Ökosiegel ist das staatliche Biosiegel. 87 Prozent der deutschen Konsumenten kennen das sechseckige Symbol, mit dem Lebensmittel und andere Produkte gekennzeichnet werden, die den Kriterien der EG-Ökoverordnung genügen. Den zweiten Platz der bekanntesten Siegel teilen sich der Blaue Engel und Öko-Test mit jeweils 81 Prozent. Auf Platz drei und vier folgen Bioland (61 Prozent) und Textiles Vertrauen (51 Prozent). Das ergibt eine aktuelle Umfrage des Nürnberger Marktforschungsunternehmens Konzept & Analyse zu einer Auswahl von Bio- und Ökosiegeln sowie Biohandelsmarken. Die Befragung wurde gemeinsam mit dem Online-Panel-Betreiber Respondi AG unter 1.000 Deutschen zwischen 14 und 69 Jahren durchgeführt. Die Ergebnisse der Umfrage zeigen auch, dass sich Ökosiegel und Biohandelsmarken bei den 14- bis 49-Jährigen eines höheren Bekanntheitsgrades erfreuen als bei älteren Verbrauchern. So kennen beispielsweise in den Altersgruppen von 14 bis 49 Jahren durchschnittlich 93 Prozent der Befragten das staatliche Biosiegel. Bei den über 50-Jährigen ist das Siegel hingegen nur bei 67 Prozent der Befragungsteilnehmer bekannt. Ausnahmen: Die Biohandelsmarken Demeter, Bioland, Naturland und Biopark sind bei den über 50-jährigen Verbrauchern im Durchschnitt bekannter als bei jüngeren.

#### **Öko-Test: das Siegel, dem die Verbraucher vertrauen**

Obwohl immer wieder umstritten, vertrauen die Verbraucher dem Öko-Test-Siegel am meisten. Auf Platz zwei bis vier der vertrauenerweckendsten Siegel beziehungsweise Handelsmarken folgen das staatliche Biosiegel, der Blaue Engel und Demeter. Auffällig ist, dass das Vertrauen in Öko-Test bei Verbrauchern bis zu 39 Jahren deutlich höher ist (durchschnittlich 41 Prozent) als bei Verbrauchern ab 40 Jahren (durchschnittlich 34 Prozent).

## PRESSEINFORMATION

### Die Ergebnisse im Überblick:

Frage: Welches der gezeigten Siegel ist Ihnen bekannt/haben Sie schon einmal gesehen?

1. Staatliches Biosiegel nach EG Vereinbarung	87 Prozent
2. Blauer Engel	81 Prozent
3. Öko-Test	81 Prozent
4. Bioland	61 Prozent
5. Textiles Vertrauen	51 Prozent
6. BioBio	48 Prozent
7. demeter	36 Prozent
8. Bio	24 Prozent
9. Naturland	20 Prozent
10. Ökosiegel	10 Prozent
11. Biopark	7 Prozent
12. Ecovin	5 Prozent
13. Rainforest	4 Prozent
14. Biokreis	2 Prozent
15. Gäa	2 Prozent
16. Ecoland	2 Prozent
17. Biologische Landwirtschaft	2 Prozent
18. IFOAM	1 Prozent

Frage: Welchem Siegel vertrauen Sie am meisten?

1. Öko-Test	36 Prozent
2. Staatliche Biosiegel nach EG Vereinbarung	21 Prozent
3. Blauer Engel	19 Prozent
4. demeter	9 Prozent
5. Bioland	7 Prozent
6. Textiles Vertrauen	4 Prozent
7. BioBio	2 Prozent
8. Bio Wertkost	1 Prozent
9. Biopark	0 Prozent
10. Ökosiegel	0 Prozent
11. Rainforest	0 Prozent
12. Bio	0 Prozent
13. Naturland	0 Prozent
14. Ecovin	0 Prozent

## PRESSEINFORMATION

### Über Konzept & Analyse:

Konzept & Analyse gehört mit über 30 Mitarbeitern zu den führenden Unternehmen im Bereich der qualitativen Marktforschung und ist seit 20 Jahren für namhafte Markenartikler aus allen Branchen sowie für Verbände, Finanz- und Versicherungsdienstleister und Medienunternehmen tätig. Sie zählen zu den Experten im Bereich der BestAger Forschung. Alle Projekte werden von Marktforschungsspezialisten und erfahrenen Marketingexperten gemeinsam betreut. Einer der Schwerpunkte des Instituts liegt auf der Konsum- und Motivforschung. Auf der Basis des MarkenMonopol-Konzepts wurden Methoden wie das Psychodrama oder die MOT-Wirkungsanalyse entwickelt. Damit können die ursächlichen rationalen und emotionalen Gründe und Motive für das Kaufverhalten erhoben werden, an denen die Standardmarktforschung scheitert. Die Wirksamkeit der eigenen Methoden wurde in knapp 100 verschiedenen Märkten und Produktkategorien bewiesen.

### Über Respondi:

Die Respondi AG ist ein junges Unternehmen mit Sitz in Köln und als Feldinstitut im Bereich internetbasierter Marktforschung spezialisiert. Als Anbieterin internationaler Online-Access-Panels in acht europäischen Ländern führt die Respondi AG Online-Befragungen für namhafte nationale und internationale Marktforschungsinstitute durch. Die Respondi als eigenständige Aktiengesellschaft wurde 2005 gegründet.

### Weitere Informationen:

Ralph Ohnemus, CEO  
Konzept & Analyse AG  
Kinkelstraße 12 / 90482 Nürnberg  
Telefon 0911 9954-20  
ralph.ohnemus@konzept-analyse.de  
www.konzept-analyse.de

Tchoko Souga / Cornelia Müller  
Klenk & Hoursch Partner für Public Relations  
Hedderichstraße 108 / 60596 Frankfurt am Main  
Telefon 069 719168-19  
tchoko.souga@klenkhoursch.de