



Studie

Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln

Verbrauchereinstellungen, Bekanntheit und Einfluss auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Münster 2018

Hintergrund und Zielsetzung der vorliegenden Studie

Hintergrund der Studie:

Im Lebensmittelmarkt in Deutschland ist seit Jahren ein wachsendes Angebot an Produkten zu beobachten, welches Verbraucher oft vor komplexe Wahlentscheidungen stellt, welche der vielen angebotenen Produktvarianten einer Produktkategorie für sie die „richtige“ Wahl ist. Zeitgleich ist verbraucherseitig eine immer stärkere Ausdifferenzierung der Kundenbedürfnisse und der Ansprüche an Merkmale von Lebensmittelprodukten zu beobachten. Damit einhergehend sind innerhalb der einzelnen Lebensmittel-Produktkategorien diverse Nachfragesegmente wie „bio“, „vegan“, „convenience“, „koscher“, „regional“, „free from“ usw. entstanden, die seitens der Lebensmittel-Produzenten und -Händler eine zielgerichtete Ansprache im Markt erfordern.

In diesem Zusammenhang ist im Lebensmittelmarkt derzeit eine stetig wachsende Verbreitung der Nutzung von Prüf- und Gütesiegeln auf Lebensmitteln zu beobachten, die etwas über eine Eigenschaft, die Beschaffenheit oder die Herkunft eines Lebensmittelproduktes aussagen. Hersteller und Händler von Lebensmitteln verwenden Prüf- und Gütesiegel, um damit Verbrauchern das Vorhandensein bestimmter Eigenschaften eines Produktes zu signalisieren, bspw. ob es sich um ein Bio-Produkt handelt oder ob bestimmte Qualitätseigenschaften wie bspw. ein von Experten getesteter Geschmack vorhanden sind. Verbraucher nutzen diese Prüf- und Gütesiegel oftmals als Orientierung beim Lebensmittelkauf, um sich in der Fülle der angebotenen Produkte zurechtzufinden.

Mit der wachsenden Anzahl und Verbreitung von Prüf- und Gütesiegeln im Lebensmittelmarkt steigt einerseits die Gefahr, dass Verbraucher die einzelnen Prüf- und Gütesiegel und deren Aussagekraft im Markt nicht mehr richtig überblicken und für ihre Orientierung beim Kauf nutzen. Für die Hersteller und Händler von Lebensmittelprodukten steigt andererseits die Herausforderung, die Wahlentscheidung für oder gegen eine Verwendung von einzelnen Prüf- und Gütesiegeln auf ihren Lebensmitteln sowie deren Anwendung zu professionalisieren und optimieren, damit sich die Investitionen in Zertifizierungen und die Verwendung von Prüf- und Gütesiegeln auch auszahlen.

Hintergrund und Zielsetzung der vorliegenden Studie

Zielsetzung der Studie :

In dem zuvor genannten Kontext wurde eine Verbraucher-Befragung mit dem Ziel durchgeführt, Einblicke in die aktuellen Verbrauchereinstellungen zu Prüf- und Gütesiegeln auf Lebensmitteln, deren Bekanntheit sowie den Einfluss auf die Produktwahrnehmung und die Kauf- und Zahlungsbereitschaft zu gewinnen.

Folgende Kern-Fragen wurden dabei untersucht:

- Welche generelle Einstellung haben Verbraucher aktuell zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?
- Bei welchen Eigenschaften eines Lebensmittelproduktes finden Verbraucher das Vorhandensein von Prüf- und Gütesiegeln wichtig?
- Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?
- Welche Merkmale weisen Verbraucher auf, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?
- Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?
- Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?

Als Stichprobe wurden n= 1.039 repräsentativ ausgewählte Verbraucher befragt.

Kontakt / Hinweis

Der vorliegende Berichtsband gibt einen Überblick über die zentralen Ergebnisse der im Winter 2017/2018 durchgeführten Studie zum Thema „Prüf- und Gütesiegel auf Lebensmitteln: Verbrauchereinstellungen, Bekanntheit und Einfluss auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft“.

Bei Fragen erreichen Sie den Autor wie folgt:



Prof. Dr. Holger Buxel

Fachhochschule Münster
Prof. Dr. Holger Buxel
Corrensstr. 25
48149 Münster, Germany

Tel.: +49 (0) 251/ 83-65451
buxel@fh-muenster.de

Hinweis für Quellenangaben:

Buxel, Holger (2018): Prüf- und Gütesiegel auf Lebensmitteln: Verbrauchereinstellungen, Bekanntheit und Einfluss auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft. Münster 2018.

Gliederung

Zusammenfassung

Studiendesign und -aufbau

Ergebnisse

Zusammenfassung

Merkmale der Befragten

- An der Befragung nahmen insgesamt $n = 1.039$ Verbraucher aus Deutschland teil.
- Die Stichprobe ist repräsentativ für die erwachsene Bevölkerung in Deutschland mit Blick auf die Merkmale Alter, Geschlecht, Bildungshintergrund und Haushalts-Einkommen.

Ziel der Studie war es, die folgenden sechs Kern-Fragen zu untersuchen:

- Welche generelle Einstellung haben Verbraucher aktuell zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?
- Bei welchen Eigenschaften eines Lebensmittelproduktes finden Verbraucher das Vorhandensein von Prüf- und Gütesiegeln wichtig?
- Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?
- Welche Merkmale weisen Verbraucher auf, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?
- Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?
- Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?

Die Studienergebnisse zeichnen entlang der sechs Kernfragen das nachfolgende Bild.

Zusammenfassung

Generelle Einstellung von Verbrauchern zu Prüf- & Gütesiegeln bei Lebensmitteln?

Mit Blick auf die generellen Einstellungen von Verbrauchern zu Prüf- & Gütesiegeln bei Lebensmitteln kann zunächst festgehalten werden, dass solche Siegel von Verbrauchern überwiegend positiv gesehen werden.

- 71% der Befragten finden, dass Prüf- & Gütesiegel auf Lebensmitteln eine gute Sache sind, und 52% finden diese nützlich bei ihren Kaufentscheidungen.
- 49% der Befragten finden dabei, dass Lebensmittelprodukte mit einem Prüf- und Gütesiegel für sie meist besonders vertrauenswürdig sind, 46% empfinden diese sogar als vertrauenswürdiger als andere Produkte ohne Siegel.

Auch wenn Prüf- und Gütesiegel auf Lebensmitteln überwiegend positiv gesehen werden, ist die bewusste und aktive Nutzung als Orientierung beim Lebensmitteleinkauf in der Praxis offensichtlich begrenzt:

- Nur 30% der befragten Verbraucher geben an, dass sie beim Einkauf von Lebensmitteln aktiv darauf achten, ob Produkte ein Prüf- bzw. Gütesiegel tragen.
- Dies mag unter anderem damit zusammen hängen, dass nur 21% der Befragten angeben, sich gut mit den unterschiedlichen Prüf- bzw. Gütesiegeln auf Lebensmitteln auszukennen und zu wissen, was diese jeweils über das Produkt aussagen.
- Trotzdem sind Prüf- und Gütesiegel wohl oftmals auch ein bewusster Entscheidungsfaktor bei der Produktwahl. So sagen 49% der Befragten, dass sie sich bei einem Vergleich zwischen zwei Lebensmittelprodukten, die für sie ansonsten identisch wirkten, schon einmal bewusst für ein Produkt entschieden haben, weil dies mit einem Prüf- bzw. Gütesiegel gekennzeichnet war (und das andere nicht).

Zusammenfassung

Wichtigkeit des Vorhandenseins von Prüf- & Gütesiegeln bei unterschiedlichen Eigenschaften eines Lebensmittelproduktes

Im Lebensmittelmarkt existieren diverse Prüf- bzw. Gütesiegel, die das Vorhandensein von recht unterschiedlichen Eigenschaften beim besiegelten Lebensmittel attestieren. So existieren bspw. Prüf- bzw. Gütesiegel für Bio, vegan, regional, die allgemeine Qualität des Lebensmittels oder etwa dessen Geschmack.

Zur Klärung der Frage, wie wichtig das Vorhandensein von Prüf- & Gütesiegeln bei den unterschiedlichen Eigenschaften eines Lebensmittelproduktes eingestuft werden, wurden den Befragten insgesamt zwölf typische Eigenschaften vorgelegt, die durch Prüf- bzw. Gütesiegel abgedeckt werden können. Hier zeigt sich aus Verbrauchersicht, dass nicht alle Eigenschaften von Lebensmittelprodukten als gleich wichtig eingeschätzt werden wenn es darum geht, dass deren Vorhandensein durch ein Prüf- bzw. Gütesiegel nachgewiesen und signalisiert wird:

- Besonders wichtig finden Verbraucher Prüf- bzw. Gütesiegel wenn es darum geht, ob ein Lebensmittelprodukt frei von Gentechnik ist (63%), aus fairem Handel kommt (61%) oder aus der Region stammt (58%).
- Auch die Einhaltung hoher Tierwohlstandards (56%) und Bio (52%) spielen bei Prüf- bzw. Gütesiegeln bei Lebensmitteln eine bedeutsame Rolle.
- Weniger wichtig empfinden Verbraucher hingegen Prüf- bzw. Gütesiegel bei Themen wie frei von Gluten (23%) oder ob das Produkt gut schmeckt und von Experten geschmacklich weiter empfohlen werden kann (20%).

Es zeigt sich dabei insgesamt, dass Prüf- bzw. Gütesiegel bei jeder der zwölf vorgelegten Eigenschaften von mindestens 20% der Befragten als wichtig erachtet werden, was durchweg breiten Käuferschichten entspricht. Die Relevanz von Prüf- bzw. Gütesiegeln kann also bei allen betrachteten Eigenschaften von Lebensmitteln als signifikant angesehen werden.

Zusammenfassung

Einfluss von Prüf- & Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln

Verbraucher kaufen viele Lebensmittel oft habituell und impulsiv, der Kaufprozess wird dabei stark durch Kauf-Schemata und das Unterbewusstsein geprägt. Bewusste Äußerungen zum Kaufverhalten bei Lebensmitteln repräsentieren damit nicht unbedingt immer exakt auch das tatsächliche Verhalten.

Um zu überprüfen, welchen faktischen Einfluss Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft haben, wurde daher ein Experiment durchgeführt:

- Den Befragten wurde verdeckt eine Auswahl verschiedener Lebensmittel-Produkt-Dummys zu Käse und Wurst jeweils mit und ohne ein Prüf- und Gütesiegel auf den Dummys präsentiert.
- Zu den Wurst- und Käse-Produkt-Dummys wurden die Befragten gebeten, Aussagen zu ihrer Kaufbereitschaft, der vermuteten Qualität bzw. Geschmack des Produktes sowie der Zahlungsbereitschaft zu treffen.
- Einzelne Befragte sahen dabei bei einem Produkt entweder nur einen Dummy mit oder ohne Siegel, wodurch ein direkter Vergleich möglich ist, wie sich Verbraucherurteile verändern, wenn ein Prüf- bzw. Gütesiegel auf einem Produkt angebracht ist.
- Als exemplarische Siegelvertreter wurden für das Experiment die Prüf- bzw. Gütesiegel der DLG sowie der Stiftung Warentest herangezogen.



Zusammenfassung

(Fortsetzung)

Vergleicht man die Antworten der Befragten zu den Wurst- und Käse-Produkt-Dummys mit und ohne Siegel, zeigt sich, dass sich durch das Aufbringen der Prüf- bzw. Gütesiegel ein deutlicher positiver Effekt auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei den Lebensmitteln einstellt:

- Bei den Produkt-Dummys, bei denen ein Prüf- bzw. Gütesiegel angebracht wurde, ergibt sich im Durchschnitt eine Erhöhung des Anteils der Befragten mit einer positiven Kaufbereitschaft für das Produkt von 9,7% gegenüber den Produkt-Dummys ohne Prüf- bzw. Gütesiegel.
- Auch der Anteil der Befragten, die eine positive Einschätzung der Produkt-Dummys mit Blick auf deren erwarteten Geschmack bzw. deren Qualität haben, wird durch die Siegeldarbietung deutlich erhöht:
- Bei Stiftung Warentest liegt der Anteil der Befragten, die eine hohe Qualität des Wurst- bzw. Käse-Produktes vermuten, bei den Produkt-Dummys mit Siegel um 12,2% höher als bei den Dummys ohne Siegel.
- Bei der DLG liegt der Anteil der Befragten, die vermuten, dass das Wurst- bzw. Käse-Produkt gut schmeckt, bei den Dummys mit Siegel um 9,9% höher als bei den Dummys ohne Siegel.
- Nicht nur die Kaufbereitschaft und Wahrnehmung der Produkte, sondern auch die geäußerte Zahlungsbereitschaft für die Produkte werden durch die Siegel signifikant positiv beeinflusst.
 - Bei der Frage, welchen Preis die Befragten bereit sind für die gezeigten Produkte jeweils maximal zu zahlen, liegt der Anteil der Befragten, die einen höheren Preis akzeptieren, bei den Produkt-Dummys mit Siegeln im Durchschnitt um 7,9% höher als bei Dummys ohne Siegel.
 - Die durchschnittliche Erhöhung der maximalen Zahlungsbereitschaft je Person durch die Aufbringung eines Siegels liegt bei 3,6 Cent je 100g - was bei dem vergleichsweise niedrigen Grundpreis der gezeigten Waren einer deutlichen Mehrzahlungsbereitschaft entspricht.

Zusammenfassung

(Fortsetzung)

Die unterschiedlichen Antwortmuster der Befragten zu den präsentierten Lebensmittel-Produkt-Dummys mit und ohne Siegel wurden auch statistisch auf Mittelwertunterschiede getestet. Die Mittelwertunterschiede zwischen den Antworten zu Dummys mit und ohne Siegel in Summe sowie bei den beiden exemplarischen Siegelvertretern DLG und Stiftung Warentest sind jeweils signifikant.

Entsprechend kann festgehalten werden, dass sich sowohl durch das Siegel der Stiftung Warentest als auch durch das Siegel der DLG ein deutlicher positiver Einfluss auf die Verbraucherwahrnehmung ergibt, der sich in der Kauf- und Zahlungsbereitschaft niederschlägt. Eine entsprechende „Besiegelung“ mit diesen Siegeln kann also durchaus lohnenswert und betriebswirtschaftlich sinnvoll sein.

Zusammenfassung

Merkmale von Verbrauchern mit einer hohen Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln

Einige Verbrauchertypen weisen eher als andere eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln auf und beachten diese stärker. Auf Basis von Indikator-Fragen wurden daher drei Gruppen von Befragten voneinander unterschieden, Verbraucher mit einer hohen, mittleren und niedrigen Offenheit für Siegel. Es zeigt sich bei einer näheren Betrachtung:

- Der Anteil an Verbraucher, die eher eine hohe Offenheit gegenüber Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln aufweisen, liegt bei 52%. Diese Gruppe kann auch als Kernzielgruppe für die Ansprache mit Prüf- und Gütesiegel angesehen werden.
- Eine Betrachtung dieser Verbrauchergruppe entlang soziodemografischer Merkmale weist darauf hin, dass unter den Verbrauchern mit einer hohen Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln der Anteil der weiblichen, der älteren und der Personen mit einem höheren Bildungsabschluss und Haushaltseinkommen tendenziell höher ist als in der Gruppe der Verbraucher mit einer mittleren oder niedrigen Offenheit.

Im Lebensmittel-Markt existieren verschiedene Einstellungs- und/oder Konsummerkmale von Verbrauchern (bspw. Affinität zu fair gehandelten Produkten), die bei Lebensmittelprodukten oft als Grundlage für die Positionierung verwandt werden, um Zielgruppen im Markt spezifisch anzusprechen (bspw. Zielgruppe „Fairtrade-Käufer“). Der Fragebogen enthielt diverse Indikator-Fragen zu insgesamt 17 wichtigen Einstellungs- und/oder Konsummerkmalen von Verbrauchern, die beim Lebensmitteleinkauf und der Produktwahl aktuell eine Rolle spielen können.

- Bei einer Split-Auswertung der 17 Käufergruppen und deren Offenheit ggü. Prüf- und Gütesiegel zeigt sich, dass der Anteil der Verbraucher mit einer hohen Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln überdurchschnittlich hoch in den Gruppen der umweltorientierten und Bio-Käufer ist, ebenso bei Vegetariern und Flexitariern.
- Deutlich unterdurchschnittlich hoch ist der Anteil in den Gruppen der typischen Convenience- und der preisbewussten Käufer.

Entsprechend kann abgeleitet werden, dass je Positionierungsmerkmal, das zur Ansprache der Kunden verwandt werden soll, die Effizienz des Einsatzes von Prüf- und Gütesiegeln auf Lebensmittelprodukten unterschiedlich stark ausfallen dürfte.

Zusammenfassung

Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln

In der Untersuchung wurde auch die Bekanntheit zentraler Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln betrachtet. Den Befragten wurden dazu insgesamt 26 Prüf- und Gütesiegel vorgelegt und gefragt, welche sie davon schon einmal auf Lebensmitteln gesehen haben. Hier zeigt sich:

- Fünf der Siegel sind ca. 2/3 oder mehr der befragten Verbraucher bekannt. Das bekannteste Siegel in Deutschland ist dabei das Bio-Siegel (89%), gefolgt von Ökotest (82%) und Stiftung Warentest (81%), FairTrade (67%) und dem DLG-Siegel (65%).
- Andere im LEH oft genutzte Siegel weisen derzeit noch eine geringere Bekanntheit auf, bspw. das MSC-Siegel (43%), Institut Fresenius (36%) oder UTZ (35%).
- Von den in der Branche jüngst viel diskutierten „neueren“ Siegel weisen einige bislang oft nur eine sehr geringe Bekanntheit auf, bspw. das Regionalfenster (7%) oder das Tierschutz-Label (5%).

Die durchschnittliche Anzahl der bekannten Siegel aus der Liste der betrachteten 26 Prüf- und Gütesiegel liegt unter den Befragten bei 8,8 Siegeln. In der Regel sind also mehrere der Prüf- und Gütesiegel in breiten Verbraucherschichten zeitgleich bekannt. Dabei zeigt sich, dass weibliche Befragte im Durchschnitt mehr Siegel kennen als männliche Befragte.

Zusammenfassung

Wahrnehmung einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln

Aufbauend auf der Betrachtung der Bekanntheit wurden den Befragten zu den ihnen bekannten Prüf- und Gütesiegeln sieben Aussagen vorgelegt. Die Befragten sollten jeweils angeben, auf welche der ihnen bekannten Siegel die jeweiligen Aussagen zutreffen. Es zeigt sich:

- Bei der Aussage „Dieses Siegel hilft mir, beim Einkaufen die richtigen Lebensmittelprodukte für mich auszuwählen.“ liegt die durchschnittliche Zustimmung über alle bekannten Siegel hinweg bei 39%. Deutlich überdurchschnittlich schneiden dabei das MSC-Siegel (56%) sowie das Bio- und FairTrade-Siegel (beide 50%) ab.
- „Für Lebensmittel mit diesem Siegel bin ich bereit, auch etwas mehr zu zahlen.“ wird im Durchschnitt von 27% der Befragten als zutreffend bei den bekannten Siegeln eingestuft. Hier erhält das FairTade-Siegel die meiste Zustimmung (50%), beim iTQi-Siegel ist die Zustimmung mit nur 3% hingegen am niedrigsten.
- Bei der Aussage „Ich weiß, welche Eigenschaften bei einem Produkt überprüft wurden, wenn es dieses Siegel trägt.“ liegt die durchschnittliche Zustimmung über alle bekannten Siegel hinweg bei nur 30%. Die Mehrheit der Befragten kann entsprechend bei den meisten ihnen bekannten Siegeln in der Regel nicht genau zuordnen, welche Eigenschaften überprüft werden. Deutlich überdurchschnittlich schneiden hier das MSC-Siegel (50%) sowie das Bio-Siegel (50%) ab.
- Die Aussage „Beim Kauf von Lebensmitteln achte ich bewusst darauf, ob ein Produkt dieses Siegel trägt oder nicht.“ wird im Durchschnitt von 22% der Befragten als zutreffend bei den bekannten Siegeln eingestuft. Hier schneiden das MSC-Siegel (41%) und das FairTrade-Siegel (33%) am besten ab, dicht gefolgt vom Bio-Siegel (32%). Bei allen anderen Siegeln liegt der entsprechende Anteil der Befragten hingegen bei unter 30%.

Zusammenfassung

(Fortsetzung)

- Bei der Aussage „Wenn ein Lebensmittel dieses Siegel trägt, kaufe ich es bei gleichem Preis bevorzugt gegenüber einem ansonsten gleichen Produkt ohne dieses Siegel.“ liegt die durchschnittliche Zustimmung über alle bekannten Siegel hinweg bei 39%. Deutlich überdurchschnittlich schneiden dabei das FairTrade-Siegel (57%) sowie das MSC-Siegel (55%) ab. Auch das noch eher unbekannte Regionalfenster erreicht einen hohen Zustimmungswert von 49%.
- Der Aussage „Ich finde es gut, dass es dieses Siegel gibt.“ stimmen bei den ihnen bekannten Siegeln im Durchschnitt 52% der Befragten zu. Nur zwei Siegel erreichen hier Zustimmungswerte von unter 30%.
- Bei der Aussage „Ich vertraue dem Siegel, dass die Prüfung des Produktes neutral und korrekt erfolgt ist.“ liegt schließlich die durchschnittliche Zustimmung über alle bekannten Siegel hinweg bei 39%. Am höchsten schneidet dabei Stiftung Warentest ab (53%), dicht gefolgt von Fair-Trade (51%), MSC (50%) und Ökotest (49%).

Die Befragungsergebnisse zur Wahrnehmung der einzelnen Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln zeigen, dass zwischen den einzelnen Siegeln zum Teil erhebliche Unterschiede mit Blick auf ihre Akzeptanz und das in sie gesetzte Vertrauen existieren. Unternehmen, die Prüf- und Gütesiegel für ihre Produkte zu Kommunikationszwecken nutzen möchten, dürfte daher zu empfehlen sein, die Wahl eines Siegels sorgsam zu prüfen, denn aus Verbrauchersicht ist Siegel ist nicht gleich Siegel, auch dann nicht, wenn von zwei Siegeln ähnliche Eigenschaften des Produktes geprüft und deren Vorhandensein „attestiert“ werden. Es gibt merkbare Wirkunterschiede in der Effizienz der Siegel.

Zusammenfassung

Fazit und Ausblick

Zusammenfassend zeigen die Studienergebnisse, dass Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln aus Verbrauchersicht überwiegend positiv wahrgenommen werden. Ca. die Hälfte der Verbraucher in Deutschland weisen dabei eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln auf. Als besonders relevante Eigenschaften von Lebensmitteln, bei denen es Verbraucher wichtig finden, dass deren Vorhandensein durch ein Prüf- bzw. Gütesiegel bestätigt wird, sind dabei eine Freiheit von Gentechnik, eine Herkunft aus fairem Handel, eine Herkunft aus der Region sowie eine Einhaltung hoher Tierwohlstandards in den Erzeugerbetrieben einzustufen.

Die Studienergebnisse zum DLG-Siegel und dem Prüfzeichen der Stiftung Warentest zeigen ferner, dass durch Prüf- und Gütesiegel auf Lebensmitteln die Wahrnehmung, Qualitätsbeurteilung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft signifikant erhöht werden können. Damit sind Prüf- und Gütesiegel für Hersteller und Händler von Lebensmitteln als wirksame Instrumente einzustufen, mit deren Hilfe eine Produktakzeptanz konkret gesteigert werden kann. Die Ergebnisse zum Einfluss auf die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei den beiden betrachteten Prüf- und Gütesiegel legen nahe, dass Prüf- und Gütesiegel dabei nicht nur ein wirksames, sondern auch betriebswirtschaftlich durchaus lohnenswertes und sinnvolles Instrument sein können.

In wie weit die Akzeptanz eines Produktes über Prüf- und Gütesiegel positiv und gewinnbringend beeinflusst werden kann, dürfte dabei in der Praxis vor allem auch am konkreten Siegel hängen, das in der Kommunikation eingesetzt wird, denn nicht jedes Siegel dürfte zur Steigerung der Kundenakzeptanz gleich gut geeignet und wirksam sein. So weisen die betrachteten Siegel deutliche Unterschiede in ihrer Bekanntheit und Akzeptanz seitens der Verbraucher auf. Hersteller und Handel stehen damit vor der Herausforderung, die „richtige“ Wahl bei der Verwendung von Prüf- und Gütesiegeln zu treffen. Als hilfreichen Orientierungspunkt für diese Wahl können die Ergebnisse zur Bekanntheit und Wahrnehmung der 26 betrachteten Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln aus der vorliegenden Studie genutzt werden, zusammen mit den Auswertungen, in welcher Käufergruppe die Offenheit für Siegel wie hoch ausgeprägt ist.

Zusammenfassung

(Fortsetzung)

Mit Blick auf die Zukunft steht schließlich zu erwarten, dass in Zukunft auch noch weitere Prüf- und Gütesiegel für Lebensmittel in den Markt Eingang finden werden, insbesondere aus den Bereichen Tierwohl und Regionalität, wo derzeit von vielen Initiativen an neuen Siegel-Vorhaben gearbeitet wird. Damit werden sich für die Hersteller und den Handel neue Möglichkeiten ergeben, den Produkterfolg mittels Prüf- und Gütesiegel positiv zu beeinflussen. Für die Verbraucher wird daraus eine zusätzliche Orientierungsmöglichkeit beim Lebensmitteleinkauf erwachsen. Es steht damit zu erwarten, dass die Diskussion um die Chancen und die Nutzung von Prüf- und Gütesiegel auch in den kommenden Jahren einen zentralen Stellenwert in der Lebensmittelbranche einnehmen wird.

Gliederung

Zusammenfassung

Studiendesign und -aufbau

Ergebnisse

Studiendesign und -aufbau

Über das Studienkonzept

- Gegenstand der Studie war die Betrachtung von Verbrauchereinstellungen zu Prüf- und Gütesiegeln auf Lebensmitteln, deren Bekanntheit sowie der Einfluss auf die Produktwahrnehmung und Kauf- und Zahlungsbereitschaft entlang der folgenden Kern-Fragen:
 - Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- & Gütesiegeln bei Lebensmitteln?
 - Bei welchen Eigenschaften eines Lebensmittelproduktes finden Verbraucher das Vorhandensein von Prüf- & Gütesiegeln wichtig?
 - Welchen Einfluss haben Prüf- & Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?
 - Welche Merkmale weisen Verbraucher auf, die eine hohe Offenheit für Prüf- & Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?
 - Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- & Gütesiegel bei Lebensmitteln?
 - Wie werden einzelne Prüf- & Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?

Studiendesign und -aufbau

Studiendurchführung

- Erarbeitung von Fragebogeninhalten durch Prof. Dr. Holger Buxel (Fachhochschule Münster).
- Repräsentative, quotierte Online-Befragung im Zeitraum Oktober/November 2017, Stichprobenumfang $n = 1.039$ Befragungsteilnehmer.
- Stichprobe ist repräsentativ für die Bevölkerung in Deutschland mit Blick auf die Merkmale Alter, Geschlecht, Bildungshintergrund und Haushalts-Einkommen.

Hinweis

- Die Reihenfolge der Darstellung der Befragungsergebnisse entspricht aus didaktischen Gründen nicht der Reihenfolge der Fragen in der Befragung (die aus befragungstaktischen Gründen zum Teil anders gewählt wurde).
- Auf einigen der nachfolgend dargestellten Charts finden sich auch Auswertungen für bestimmte Käufertypen bei Lebensmitteln (bspw. „Bio-Käufer“). Eine Übersicht, wie diese Käufertypen definiert wurden, findet sich am Ende der Ergebnisdarstellung im Abschnitt Merkmale der Befragten / Käufertypen bei LM.

Studiendesign und -aufbau

Die betrachteten 26 Prüf- und Gütesiegel im Überblick

Bio-Siegel 	EU-Bio-Siegel 	Stiftung Warentest 	Ökotest 	Fresenius 	DLG 	MSC 
Demeter 	Bioland 	CMA 	QS 	UTZ 	Ohne Gentechnik 	Fairtrade 
Fair for Life 	EU-Herkunfts-Siegel 	Glutenfrei 	Rainforest Alliance 	Produkt des Jahres* 	V-Label 	Top-Marke* 
Regionalfenster 	Tierschutz-Label 	KAT 	CO2 	iTQi 	<p>* Keine originären Endverbrauchersiegel</p>	

Gliederung

Zusammenfassung

Studiendesign und -aufbau

Ergebnisse

Inhalte des Fragebogens

Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?

Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln

Relevanz unterschiedlicher
Prüfmerkmale/ Eigenschaften

Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?

Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?

Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?

Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln

Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel

Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?

Merkmale der Befragten

Alter

Geschlecht

Haushalts-Einkommen

Bildungshintergrund

Entscheider-Rolle
im Haushalt bei LM

Kaufhäufigkeit bei LM

Kauf- und Informations-
verhalten bei LM

Käufertypen bei LM

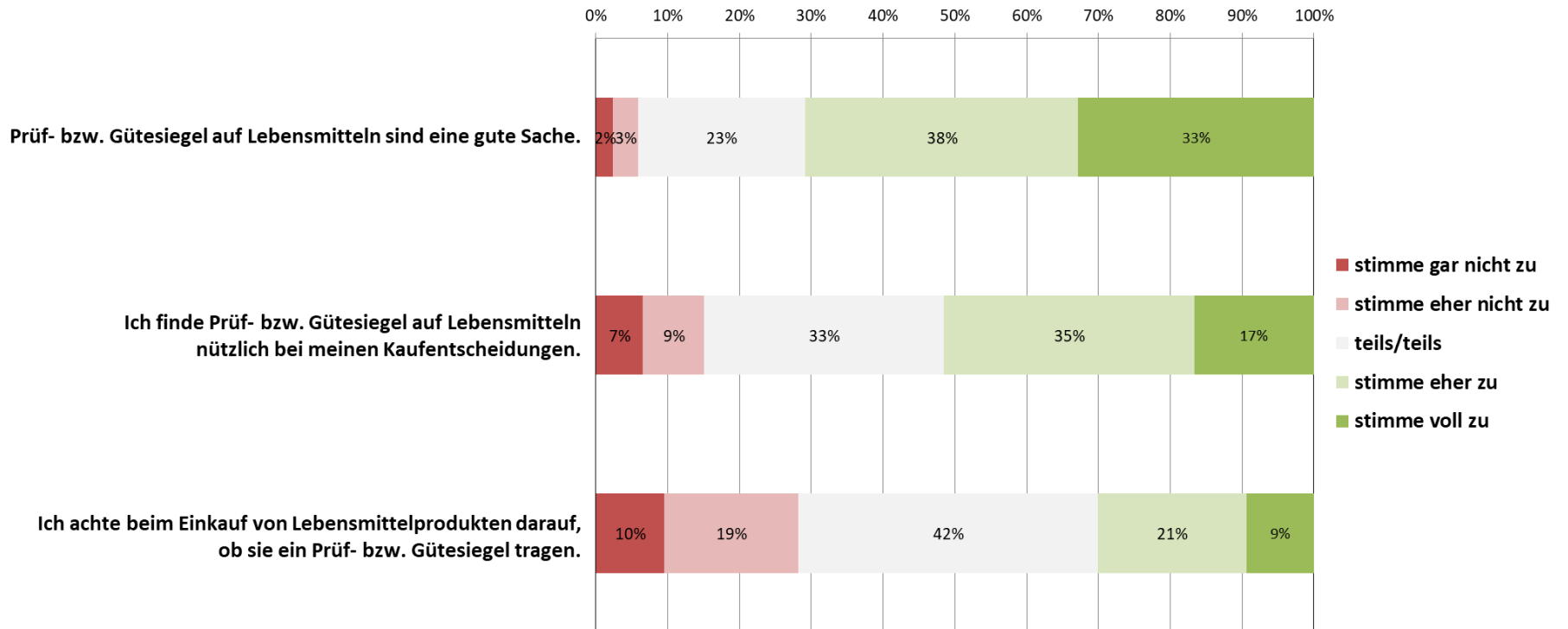
Inhalte des Fragebogens

Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln

Frage: Im Folgenden geht es um einige Aussagen über Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln.
In wie weit stimmen Sie diesen Aussagen zu?

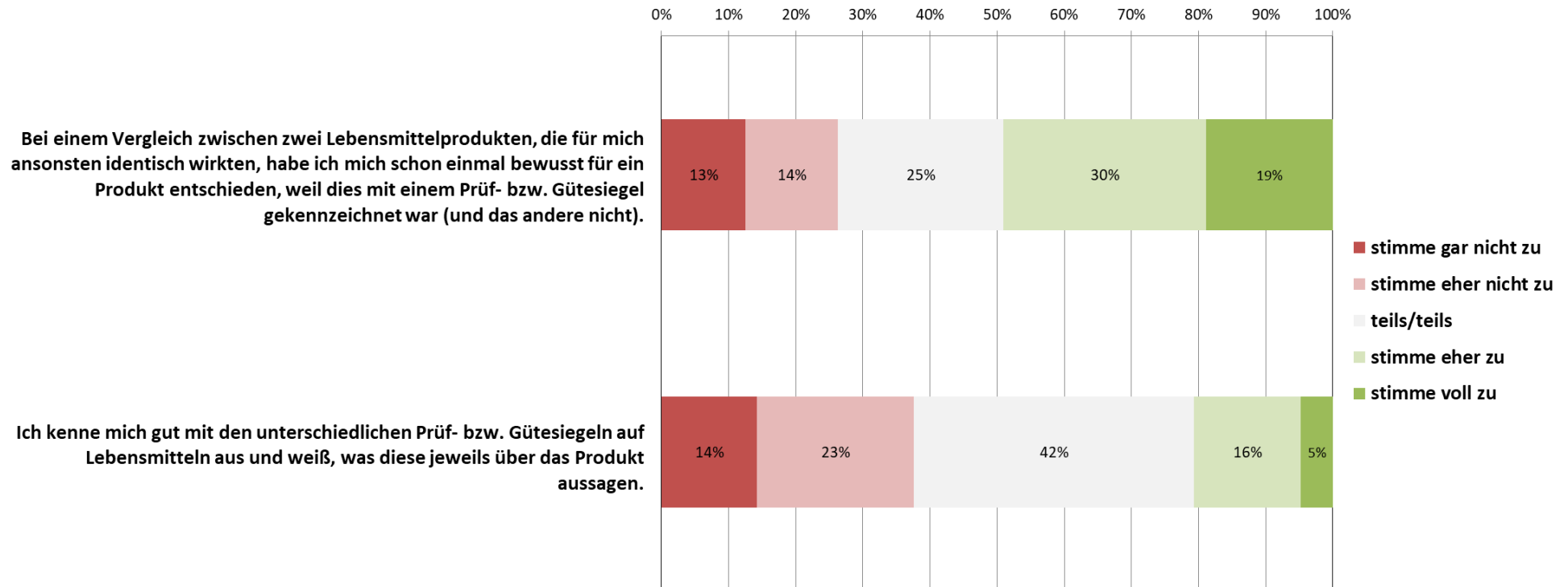
[Alle Befragten, n=1.039]



Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln

Frage: Im Folgenden geht es um einige Aussagen über Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln.
In wie weit stimmen Sie diesen Aussagen zu?

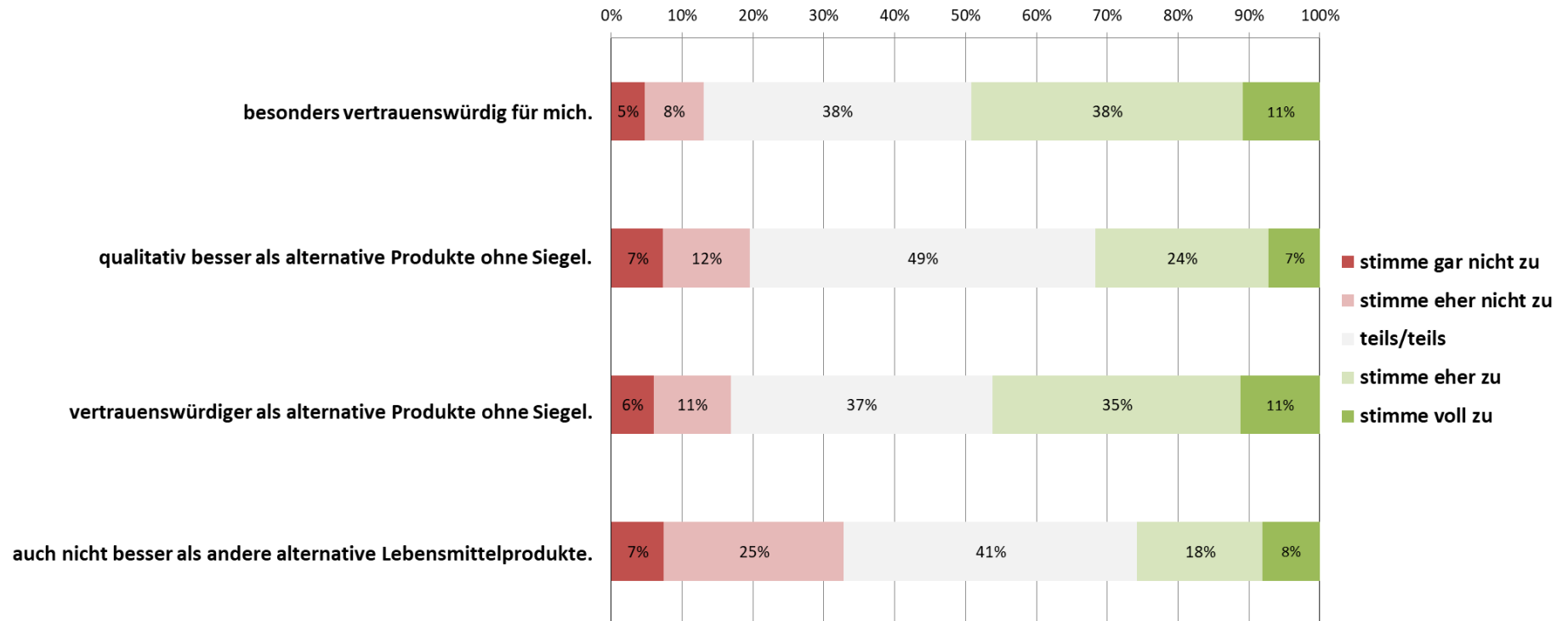
[Alle Befragten, n=1.039]



Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln

Frage: Und in wie weit stimmen Sie diesen Aussagen zu? Lebensmittelprodukte mit einem Prüf- bzw. Gütesiegel sind meist ...

[Alle Befragten, n=1.039]



Inhalte des Fragebogens

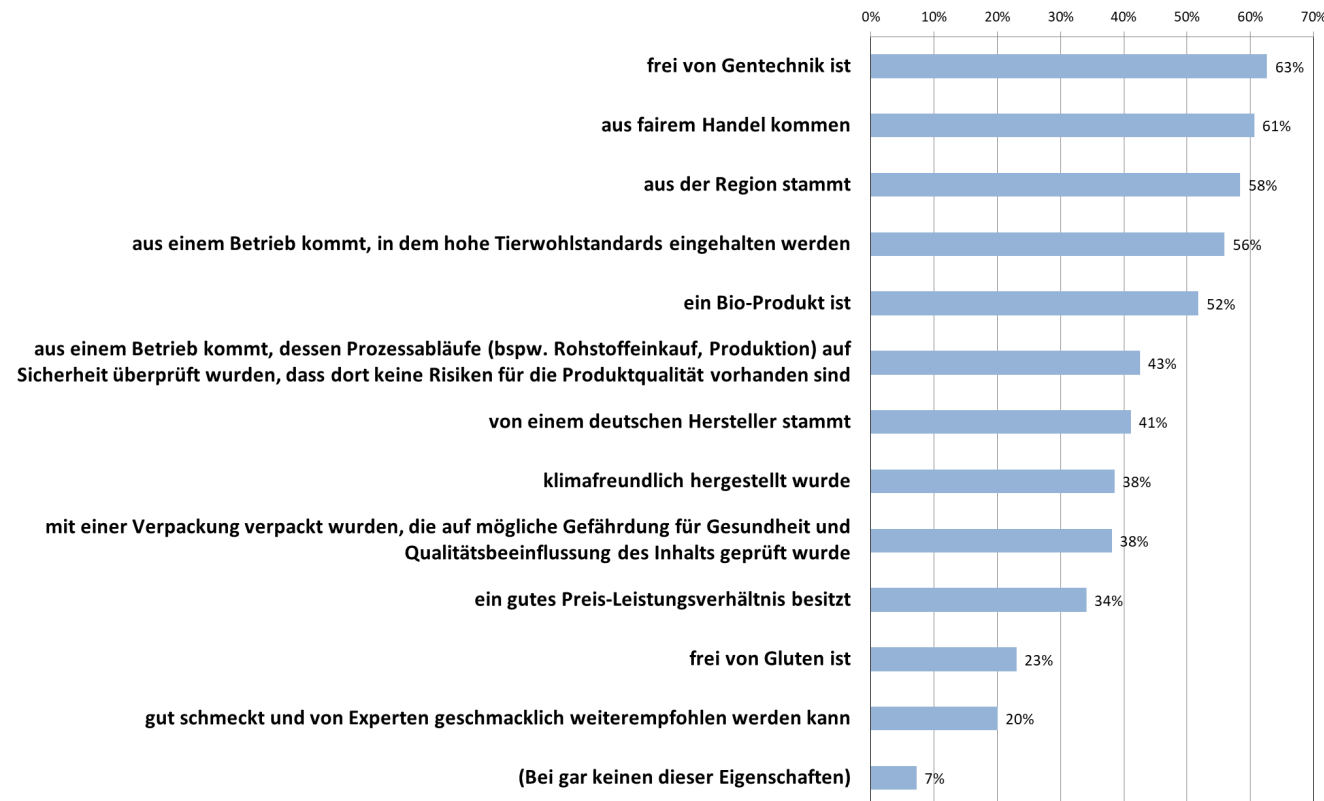
Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln

Im Folgenden geht es um einige Aussagen zu Eigenschaften eines Lebensmittelproduktes.

Frage: Bei welchen der Eigenschaften finden Sie es wichtig, dass durch ein Prüf- bzw. Gütesiegel bestätigt wird, dass das Produkt diese Eigenschaft erfüllt? Ich finde Prüf-/ Gütesiegel persönlich wichtig, wenn es darum geht, ob ein Lebensmittelprodukt ...

[Alle Befragten, n=1.039]



Inhalte des Fragebogens

Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Überprüfung des Einflusses von Prüf- und Gütesiegeln auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln: Untersuchungsaufbau

- Die Überprüfung des Einflusses von Prüf- und Gütesiegeln auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft erfolgte über die Präsentation von acht verschiedenen Produkt-Dummys. Es handelte sich um die vier Produkte Gouda, Emmentaler, Salami und Lyoner jeweils mit und/ohne einem Prüf- und Gütesiegel auf dem Dummy. Als exemplarische Siegelvertreter wurden DLG sowie Stiftung Warentest herangezogen:



- Zu diesen Dummys wurden die Befragten gebeten, Aussagen zu ihrer Kaufbereitschaft, vermuteter Qualität bzw. Geschmack des Produktes sowie Zahlungsbereitschaft zu treffen.

Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Überprüfung des Einflusses von Prüf- und Gütesiegeln auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln: Untersuchungsaufbau

Der Ablauf war wie folgt:

- Zunächst wurden über Filterfragen die generellen Nicht-Käufer der Käse- und Wurst-Produkte herausgefiltert - die Produkt-Dummys wurden also nur Befragten vorgelegt, die grundsätzlich auch Käufer der Produktgruppe (bspw. Gouda) sind.
- Jeder dieser Befragten sah anschließend je relevantes Produkt (bspw. Gouda) nur einen der beiden Dummys (entweder mit oder ohne Prüf- und Gütesiegel). Die Auswahl, welche Dummy-Variante vorgelegt wurde, wurde je Produkt per Zufallsgenerator bestimmt. Zu dem gezeigten Dummy wurde dann die Kaufbereitschaft, die Wahrnehmung von Qualität bzw. Geschmack sowie die Zahlungsbereitschaft abgefragt:

Stellen Sie sich vor, Sie möchten Emmentaler kaufen. Hier sehen Sie ein Emmentaler-Produkt.

	---				+/+				+++
Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Produkt kaufen würden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Was würden Sie erwarten, wie gut dieses Produkt schmeckt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Stellen Sie sich vor, Sie möchten Emmentaler kaufen. Hier sehen Sie ein Emmentaler-Produkt.

	1,09	1,19	1,29	1,39	1,49	1,59	1,69	1,79
Welchen Preis in EUR empfinden Sie für dieses Produkt als angemessen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Und welchen Preis sind Sie in EUR bereit, für dieses Produkt maximal zu zahlen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Links gezeigtes Beispiel: Emmentaler.
- Bei Salami und Gouda (Stiftung Warentest –Siegel) wurde die zweite Frage zum Geschmack wie folgt ausgetauscht „ Was würden Sie erwarten, wie hoch die Qualität dieses Produktes ist?“.
- Da die vier Produkte einen unterschiedlichen typischen durchschnittlichen Preis je 100g im LEH besitzen, wurde je Produkt eine andere Preis-Skala verwandt:

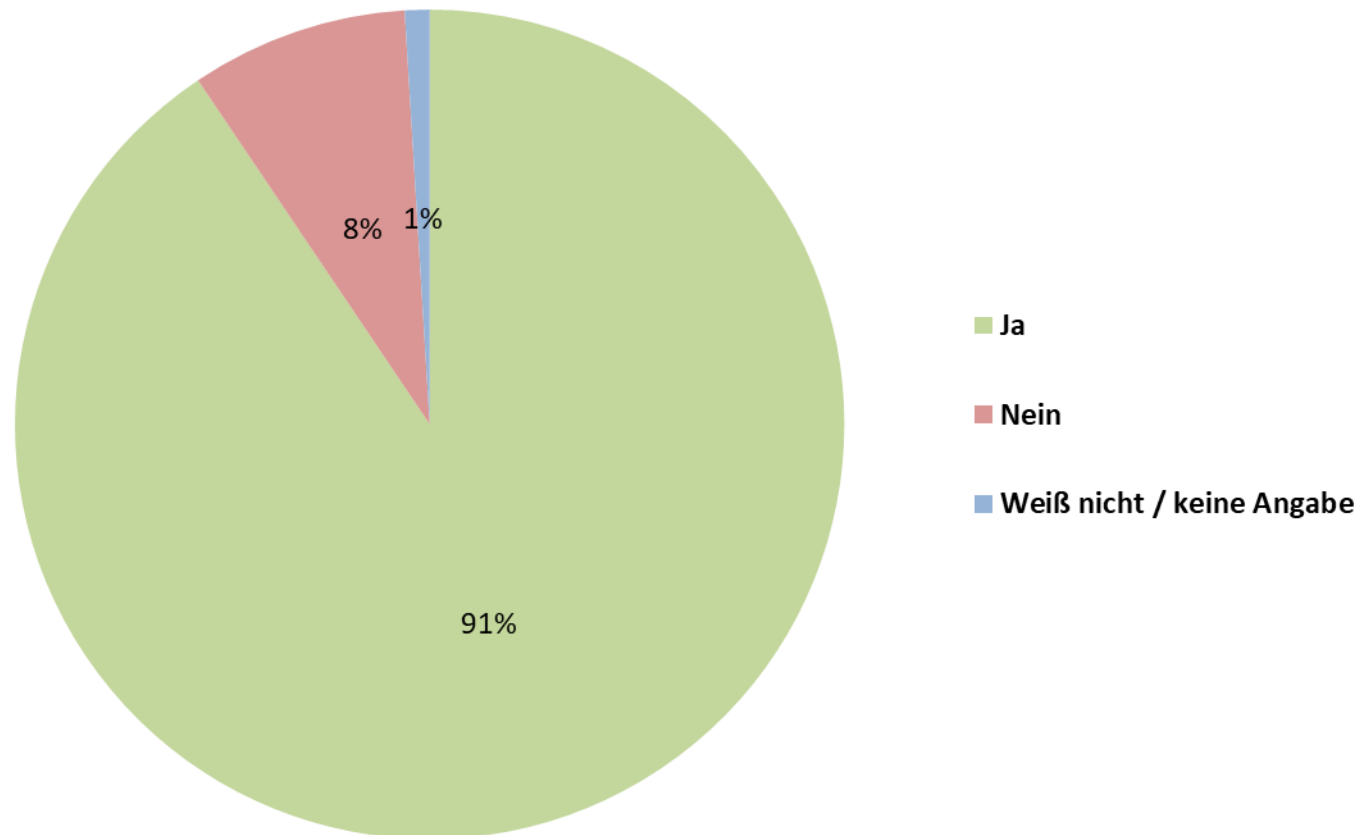
	Preis 1	Preis 2	Preis 3	Preis 4	Preis 5	Preis 6	Preis 7	Preis 8
Emmentaler	1,09	1,19	1,29	1,39	1,49	1,59	1,69	1,79
Gouda	0,89	0,99	1,09	1,19	1,29	1,39	1,49	1,59
Lyoner	0,69	0,79	0,89	0,99	1,09	1,19	1,29	1,39
Salami	0,79	0,89	0,99	1,09	1,19	1,29	1,39	1,49

- Die Befragten wussten zum Abfragezeitpunkt noch nicht, dass es in der Studie um Prüf- und Gütesiegel geht. Um keine Sensibilisierung der Aufmerksamkeit für das Vorhandensein eines Prüf- und Gütesiegels zu erzeugen, sah keiner der Befragten jeweils beide Dummys zu einem Produkt (bspw. Gouda). Die Antworten der beiden Befragtengruppen zum Produkt-Dummy mit bzw. ohne Siegel wurden anschließend miteinander verglichen.

Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Frage: Essen Sie grundsätzlich Käse wie bspw. Gouda oder Emmentaler?

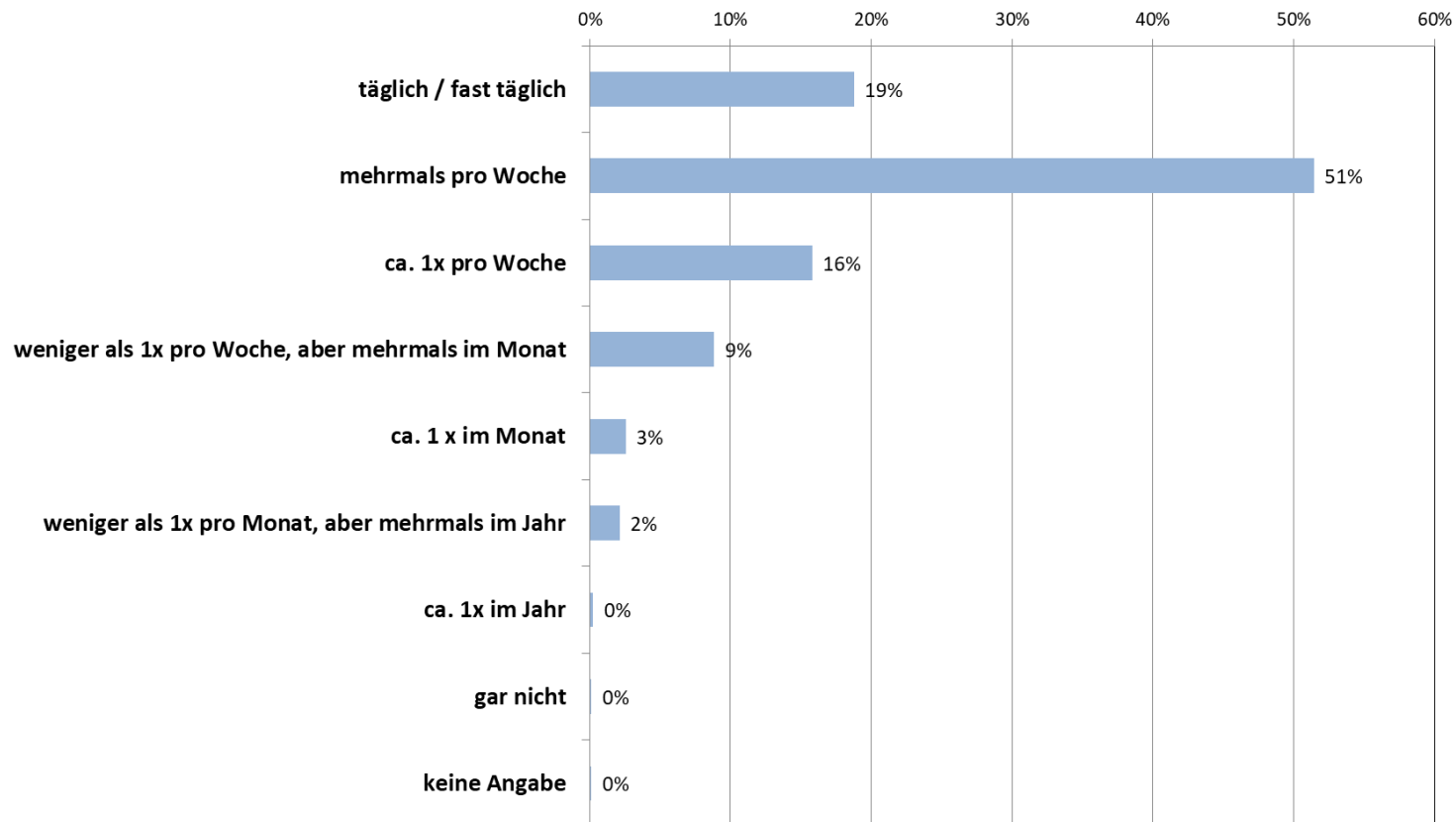
[Alle Befragten, n=1.039]



Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Frage: Und wie häufig haben Sie im letzten Jahr Käse-Produkt wie bspw. Gouda oder Emmentaler gegessen?

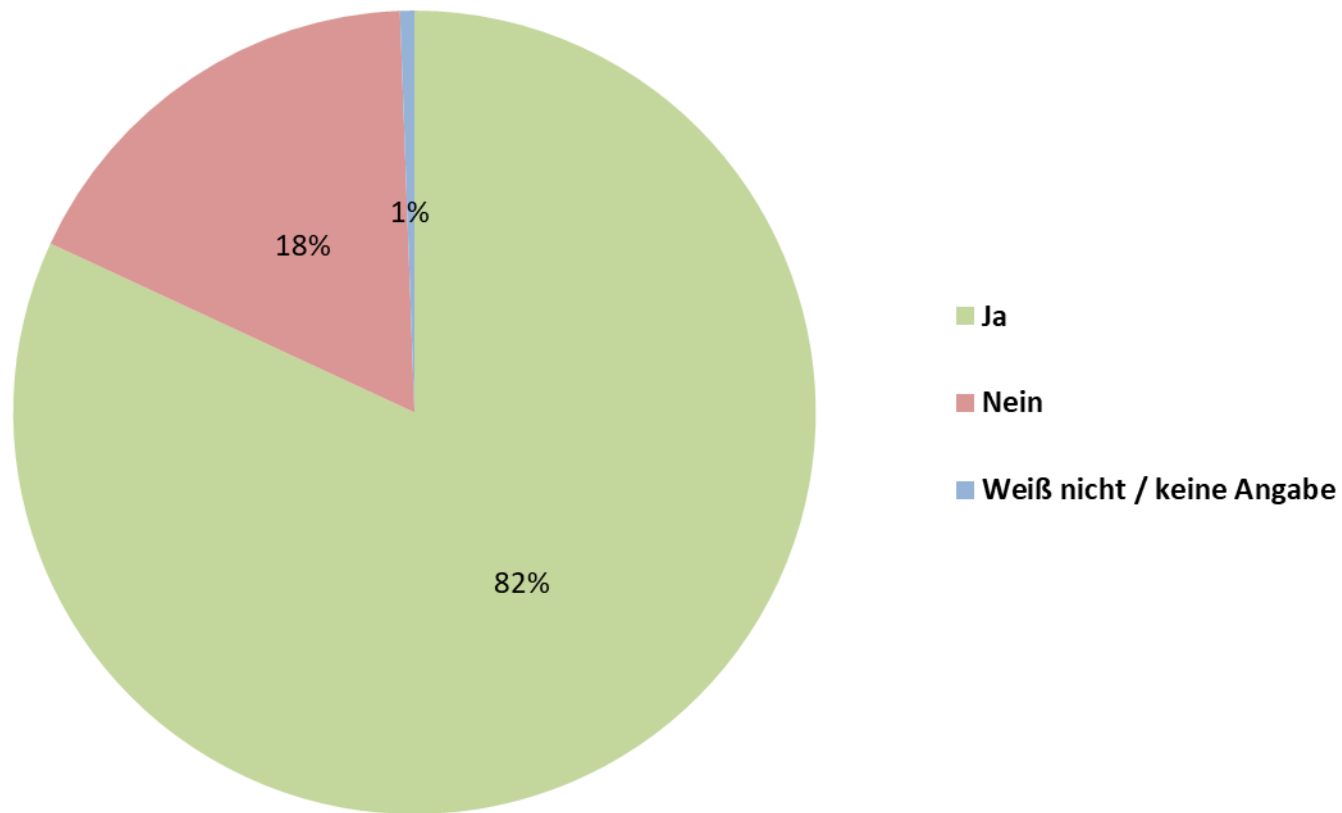
[Nur Befragte, die grundsätzlich Käse wie bspw. Gouda oder Emmentaler essen, n=941]



Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Frage: Essen Sie grundsätzlich Wurst wie bspw. Salami oder Lyoner/Kinderwurst?

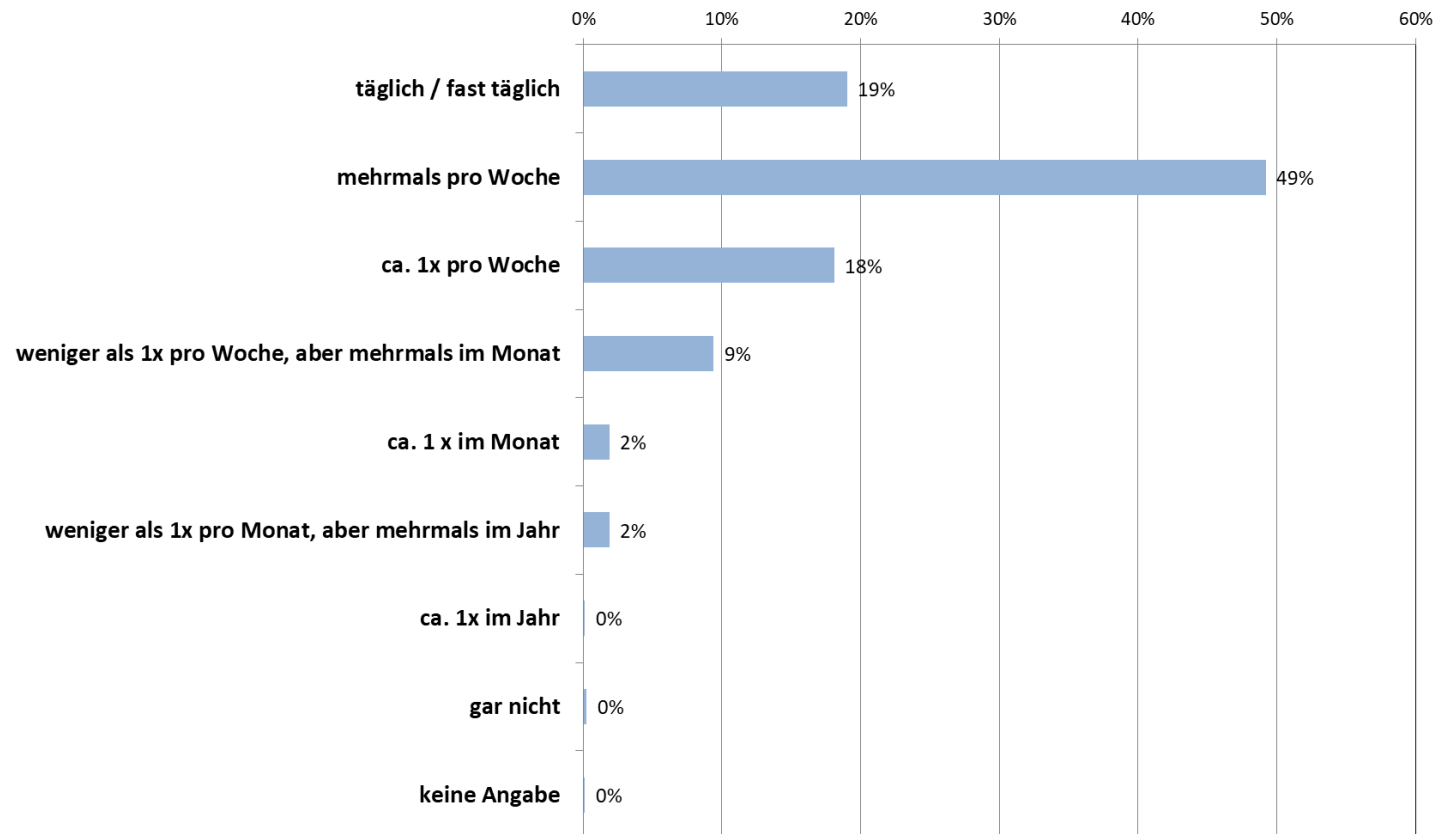
[Alle Befragten, n=1.039]



Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Frage: Und wie häufig haben Sie im letzten Jahr Wurst-Produkt wie bspw. Salami oder Lyoner/Kinderwurst gegessen?

[Nur Befragte, die grundsätzlich Wurst wie bspw. Salami oder Lyoner/Kinderwurst essen, n=851]



Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Die acht Produkt-Dummys (jeweils mit und ohne Siegel)

Käse

DLG



Stiftung Warentest



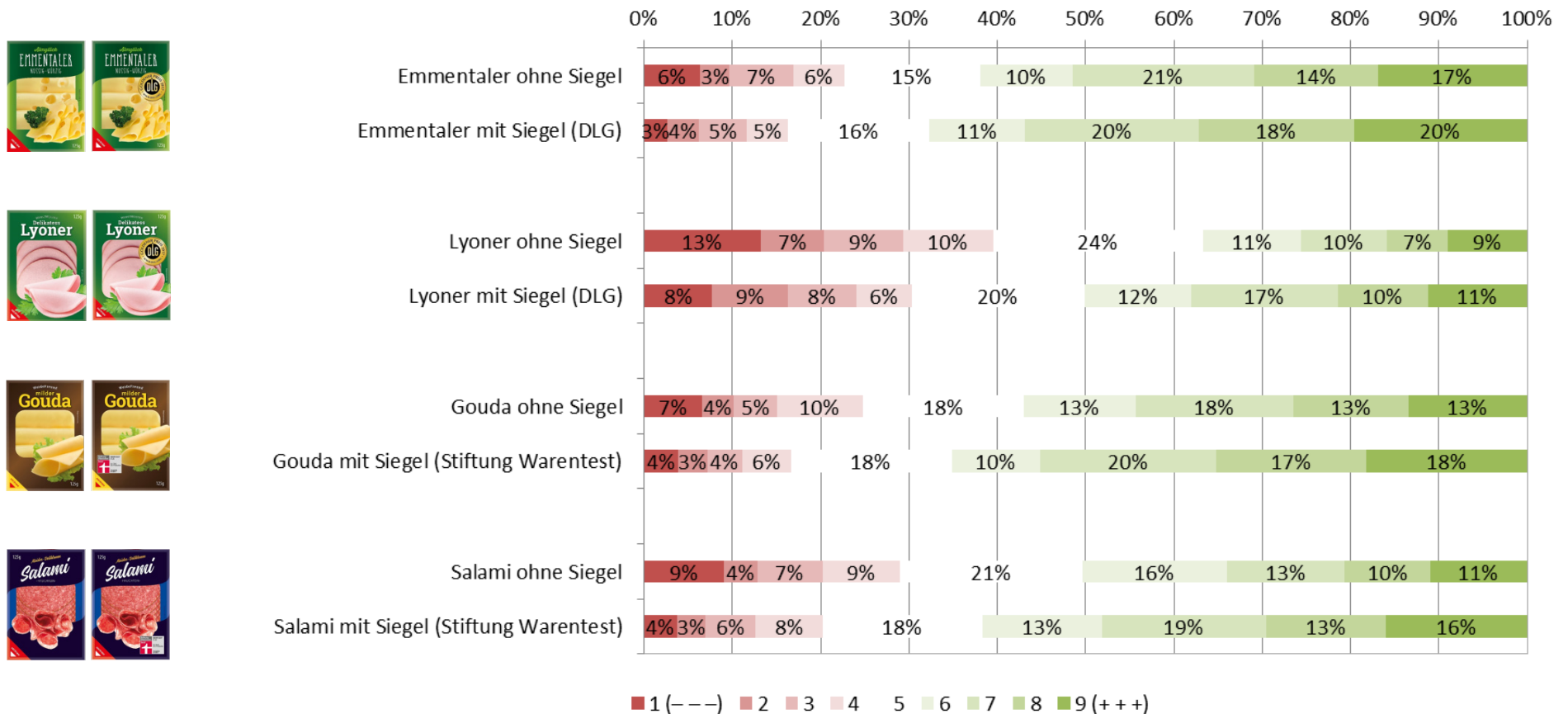
Wurst



Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Frage: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Produkt kaufen würden?

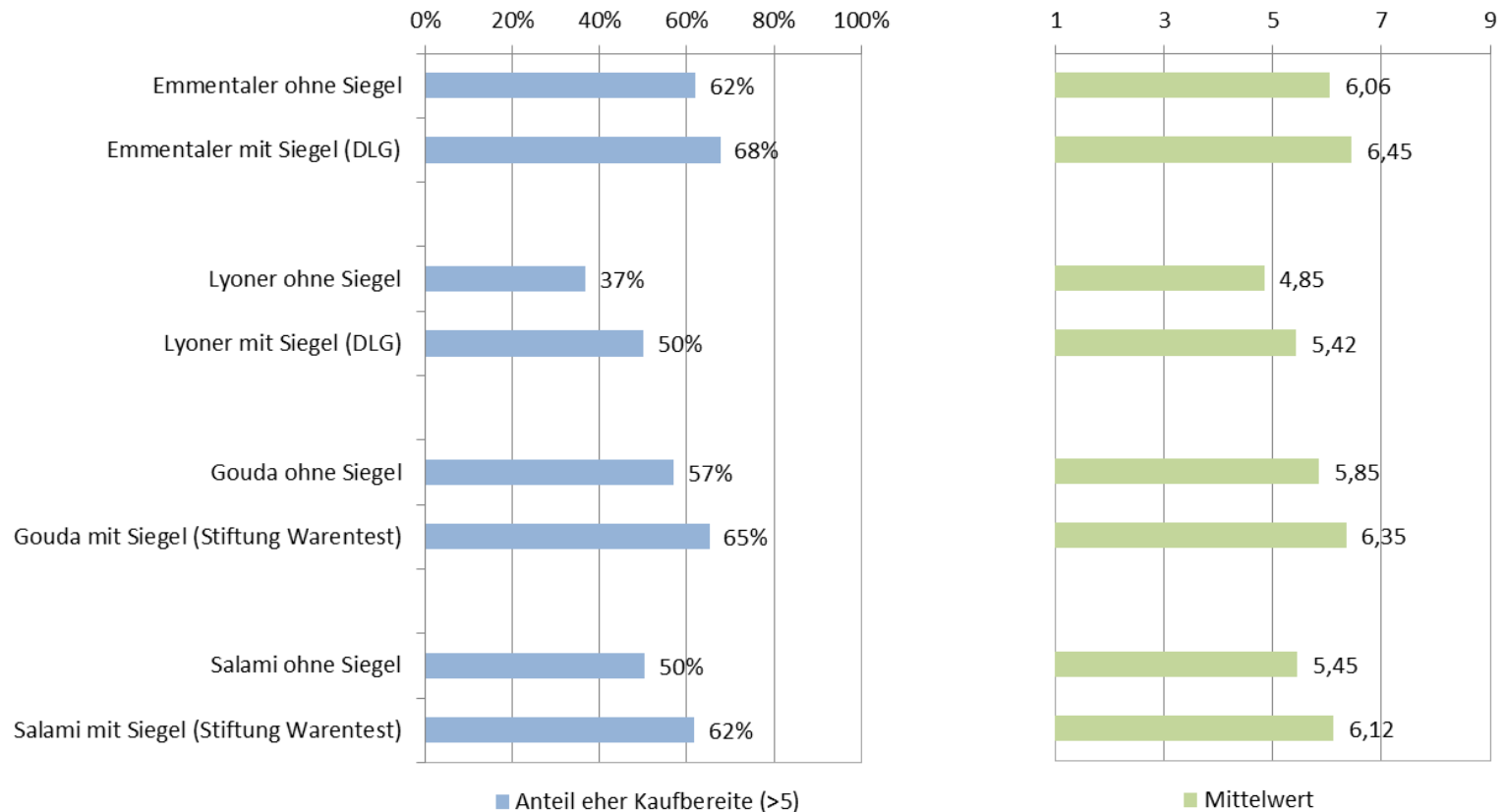
[Nur Befragte zu den Käse- bzw. Wurst-Dummys, die grundsätzlich auch Käse bzw. Wurst essen; Zufalls-Auswahl bei Dummy-Vorlage mit/ohne Siegel]



Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Frage: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Produkt kaufen würden?

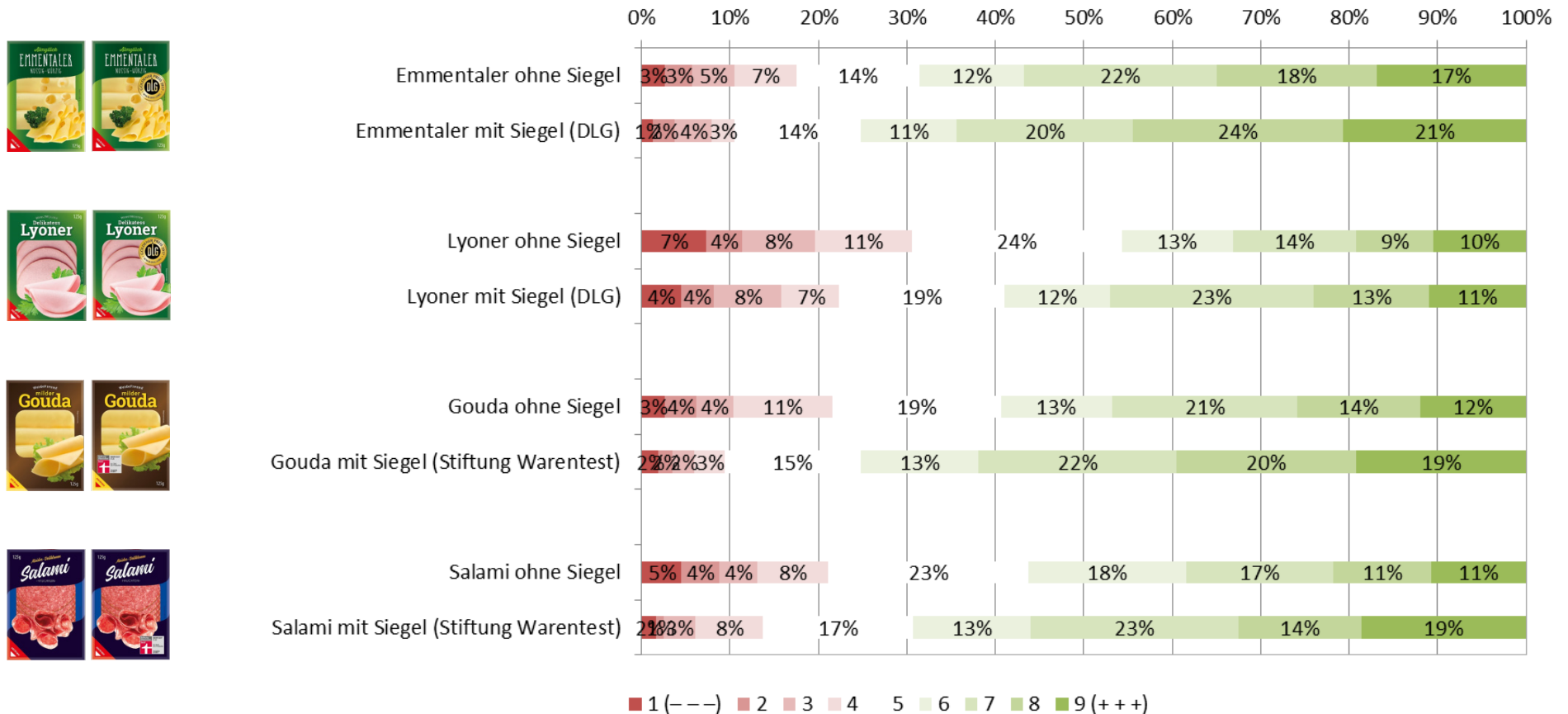
[Nur Befragte zu den Käse- bzw. Wurst-Dummys, die grundsätzlich auch Käse bzw. Wurst essen; Zufalls-Auswahl bei Dummy-Vorlage mit/ohne Siegel]



Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Frage: Was würden Sie erwarten, wie gut dieses Produkt schmeckt [DLG-Siegel] bzw. wie hoch die Qualität dieses Produktes ist [Stiftung Warentest-Siegel]?

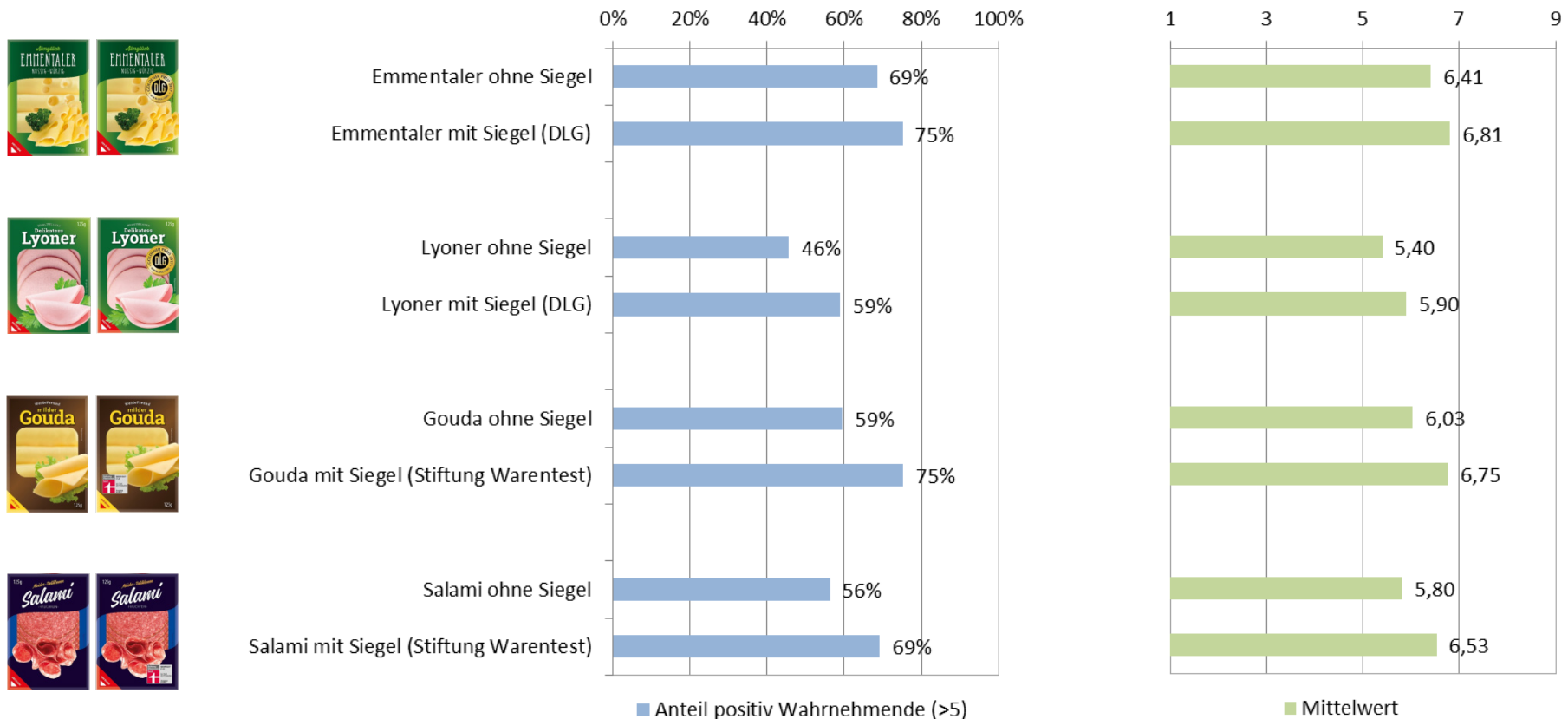
[Nur Befragte zu den Käse- bzw. Wurst-Dummys, die grundsätzlich auch Käse bzw. Wurst essen; Zufalls-Auswahl bei Dummy-Vorlage mit/ohne Siegel]



Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Frage: Was würden Sie erwarten, wie gut dieses Produkt schmeckt [DLG-Siegel] bzw. wie hoch die Qualität dieses Produktes ist [Stiftung Warentest-Siegel]?

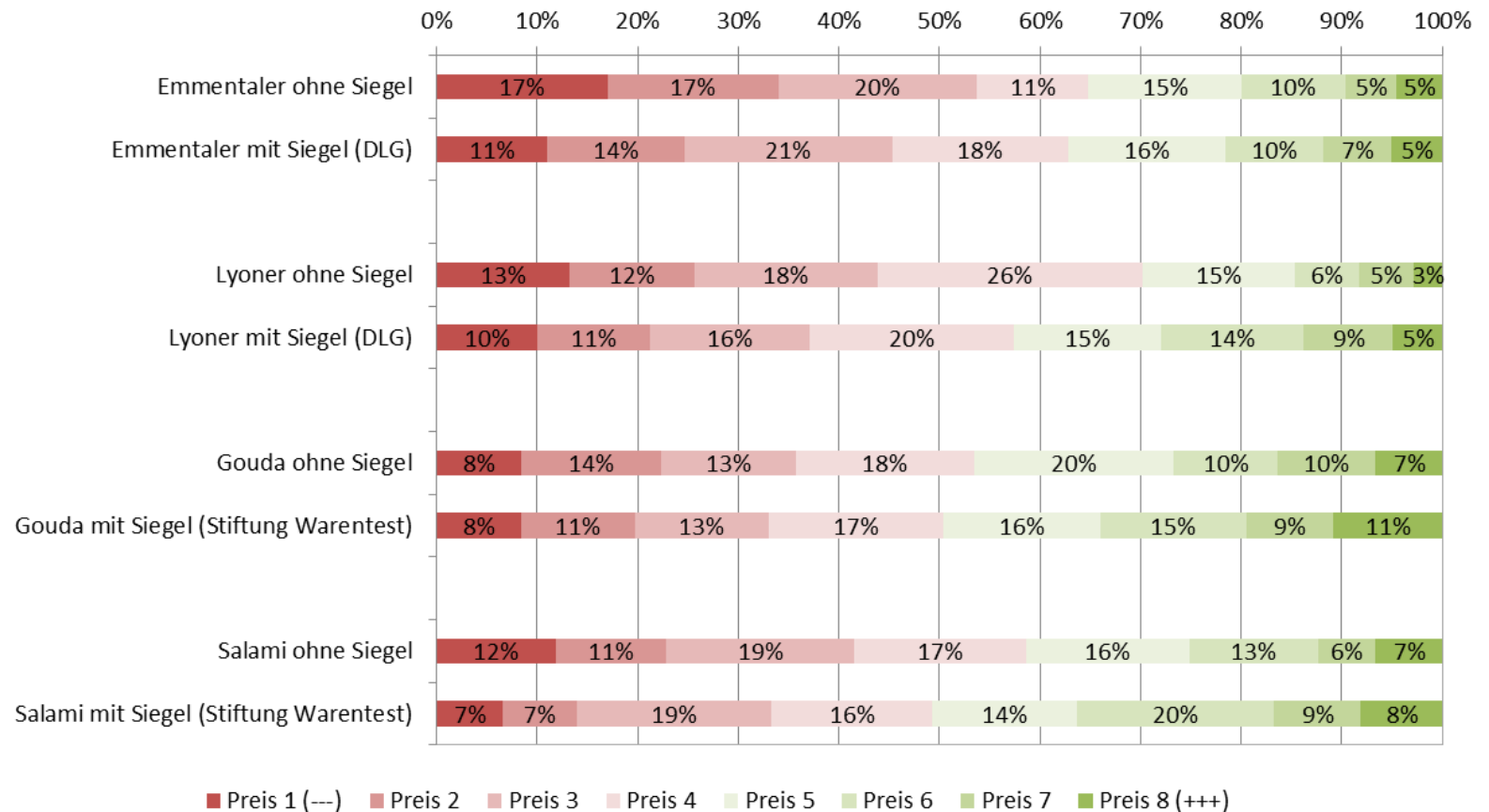
[Nur Befragte zu den Käse- bzw. Wurst-Dummys, die grundsätzlich auch Käse bzw. Wurst essen; Zufalls-Auswahl bei Dummy-Vorlage mit/ohne Siegel]



Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Frage: Welchen Preis in EUR empfinden Sie für dieses Produkt als angemessen?

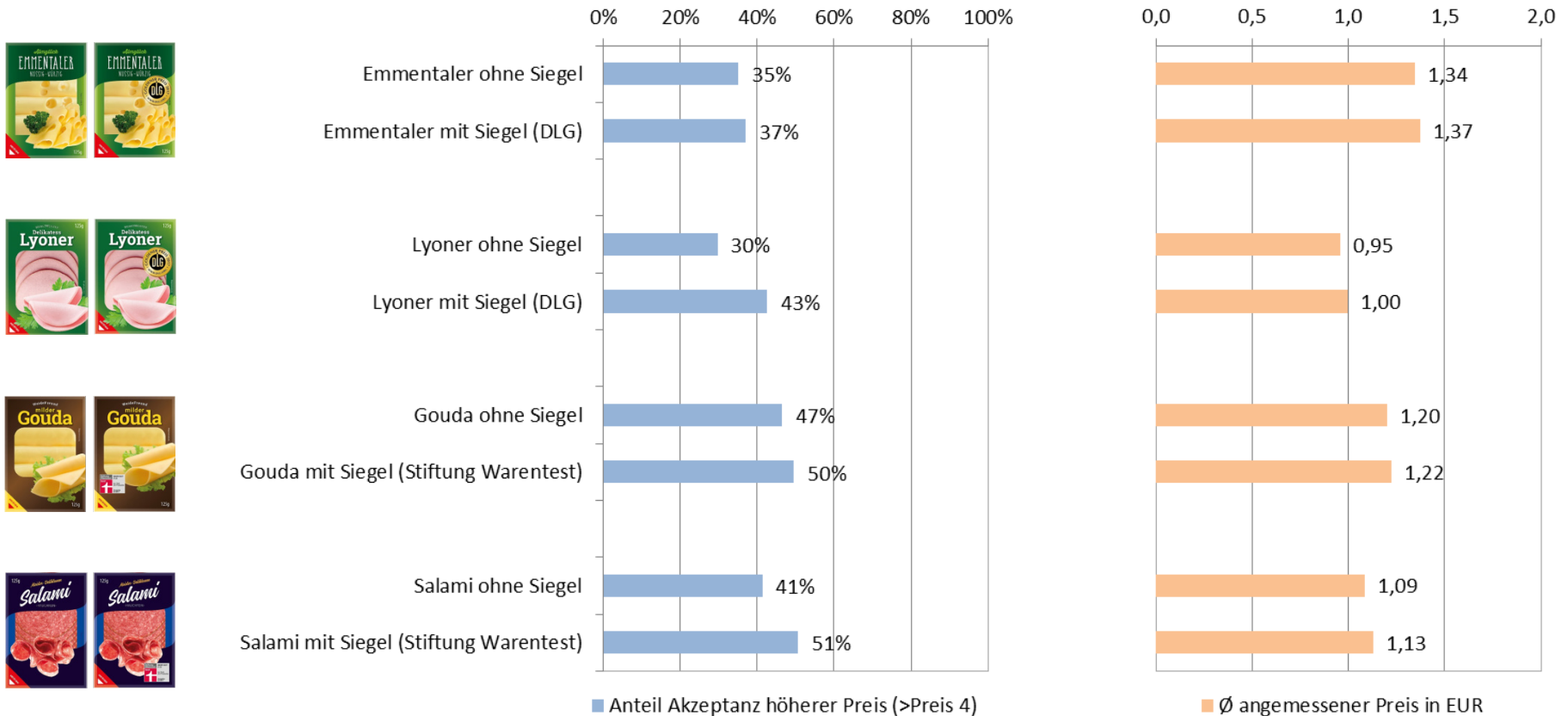
[Nur Befragte zu den Käse- bzw. Wurst-Dummys, die grundsätzlich auch Käse bzw. Wurst essen; Zufalls-Auswahl bei Dummy-Vorlage mit/ohne Siegel]



Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Frage: Welchen Preis in EUR empfinden Sie für dieses Produkt als angemessen?

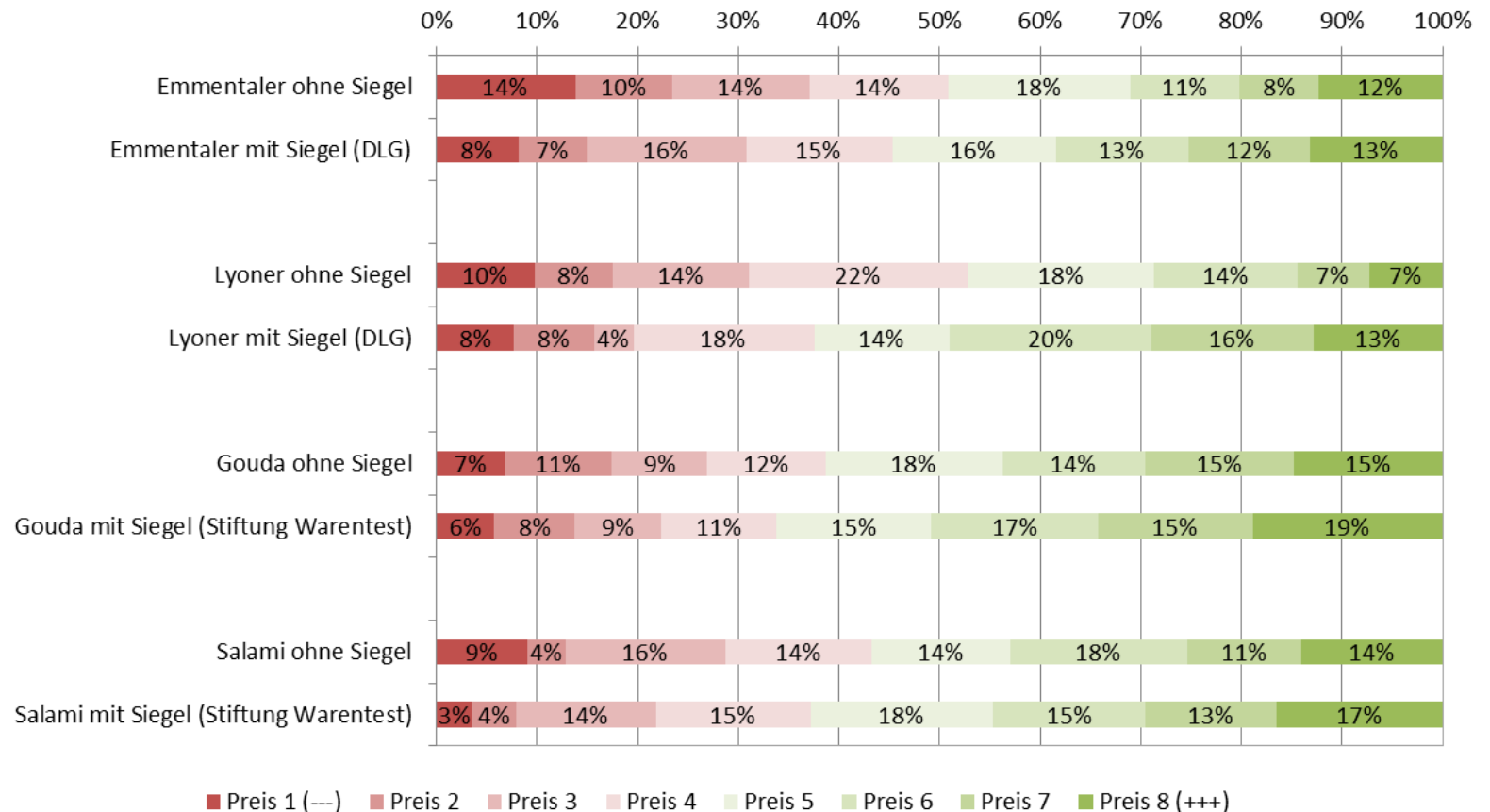
[Nur Befragte zu den Käse- bzw. Wurst-Dummys, die grundsätzlich auch Käse bzw. Wurst essen; Zufalls-Auswahl bei Dummy-Vorlage mit/ohne Siegel]



Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Frage: Und welchen Preis sind Sie in EUR bereit, für dieses Produkt maximal zu zahlen?

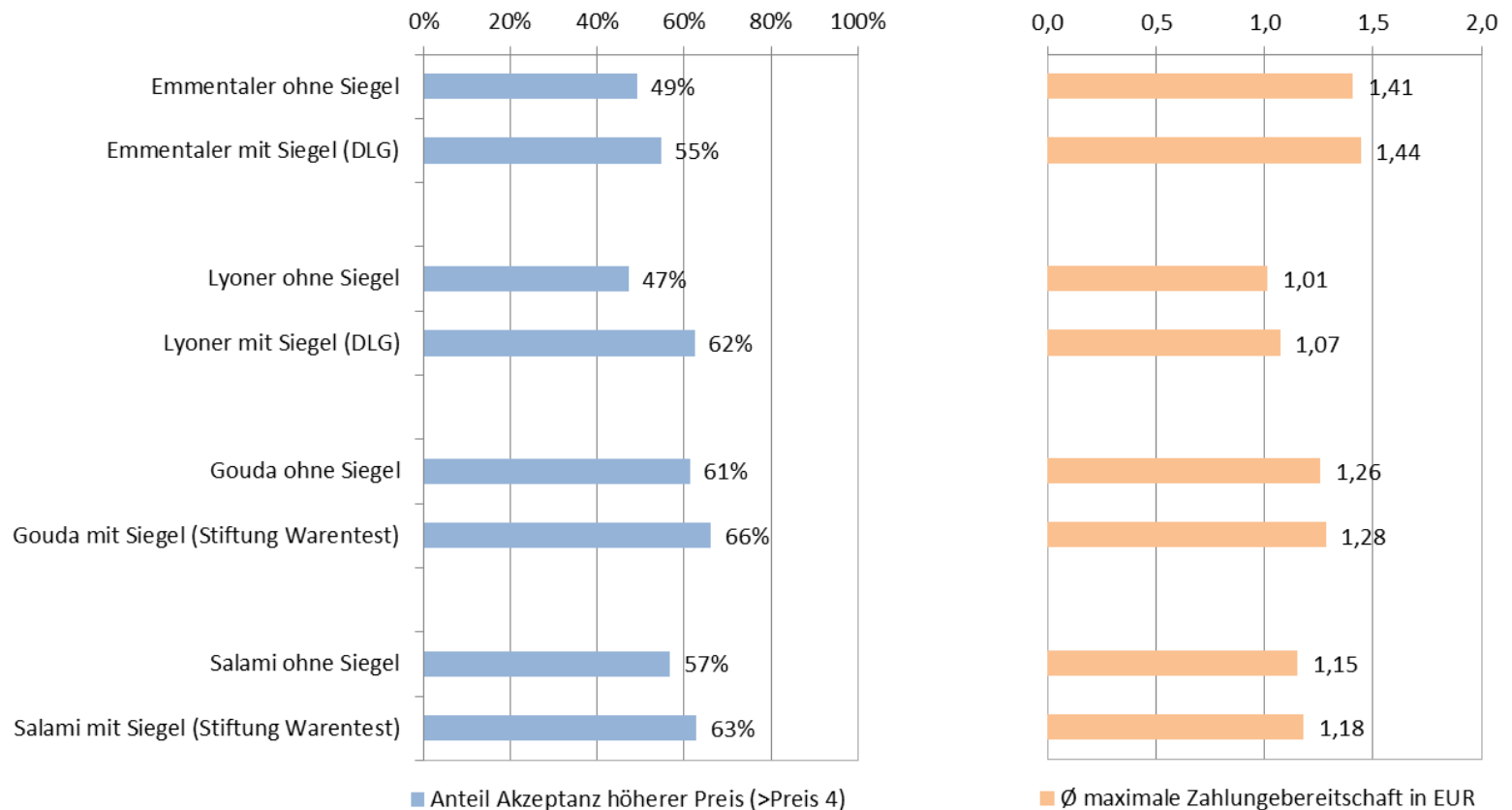
[Nur Befragte zu den Käse- bzw. Wurst-Dummys, die grundsätzlich auch Käse bzw. Wurst essen; Zufalls-Auswahl bei Dummy-Vorlage mit/ohne Siegel]



Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

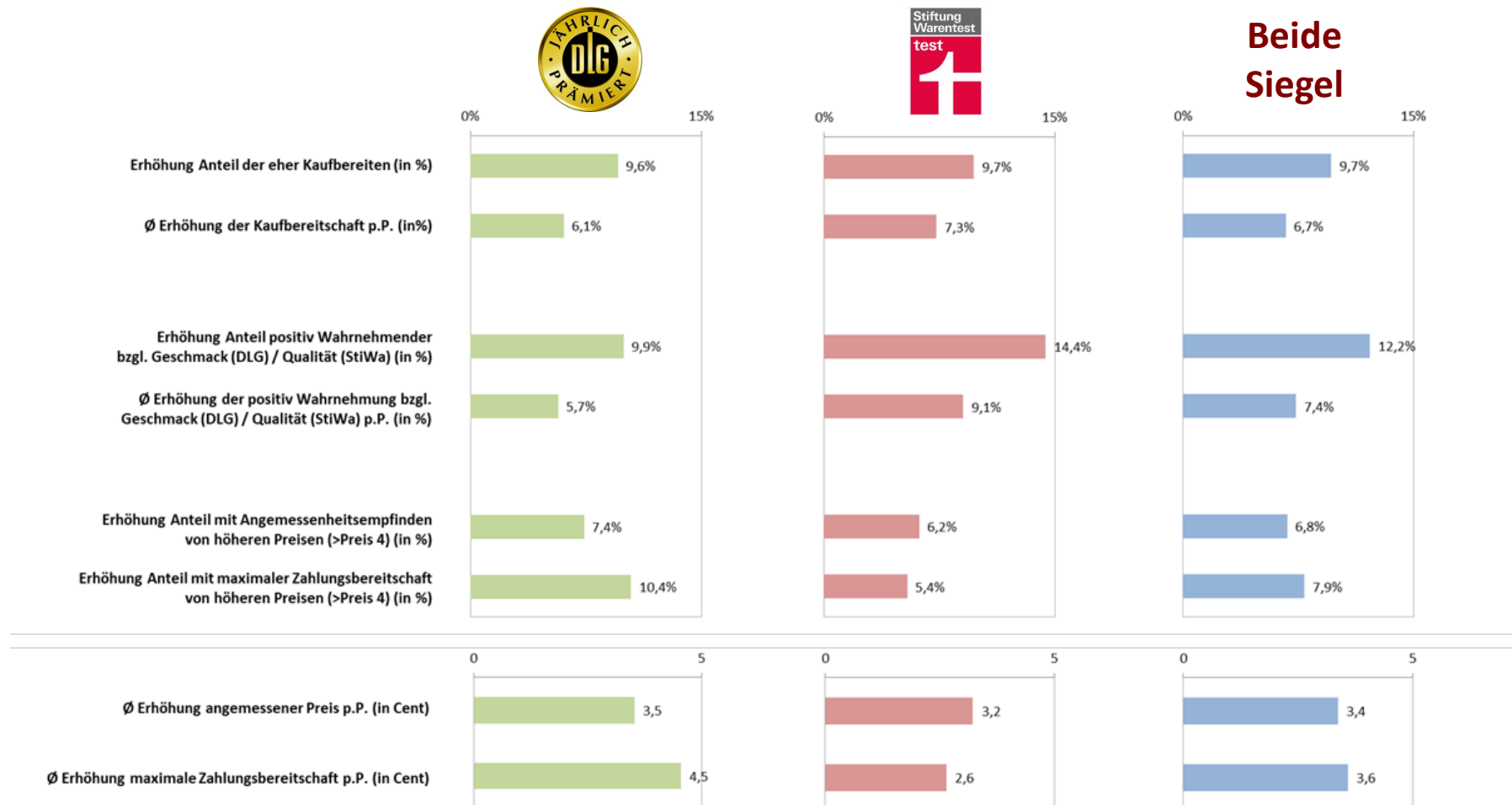
Frage: Und welchen Preis sind Sie in EUR bereit, für dieses Produkt maximal zu zahlen?

[Nur Befragte zu den Käse- bzw. Wurst-Dummys, die grundsätzlich auch Käse bzw. Wurst essen; Zufalls-Auswahl bei Dummy-Vorlage mit/ohne Siegel]



Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Gesamt-Betrachtung: Ø-Auswirkung der Siegel-Einspielung im Vergleich zu Dummies ohne Siegel



Einfluss auf Produktwahrnehmung, Kauf- und Zahlungsbereitschaft

Signifikanzbetrachtung der Ergebnisse

- Zur Überprüfung der Frage, ob die Mittelwertunterschiede bei den Aussagen zur Kaufbereitschaft, vermuteter Qualität bzw. Geschmack des Produktes sowie Zahlungsbereitschaft zwischen den Befragtengruppen zu den beiden Dummy-Varianten mit / ohne Siegel statistisch signifikant sind, wurde eine Varianzanalyse durchgeführt.
- Die Varianzanalyse ergibt folgende Signifikanzen für den Mittelwertunterschied bei den 4 Produkten:

	DLG		Stiftung Warentest	
	Emmentaler	Lyoner	Gouda	Salami
Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie dieses Produkt kaufen würden?	0,01	0,00	0,00	0,00
Was würden Sie erwarten, wie gut dieses Produkt schmeckt? / Was würden Sie erwarten, wie hoch die Qualität dieses Produktes ist?	0,00	0,00	0,00	0,00
Welchen Preis in EUR empfinden Sie für dieses Produkt als angemessen?	0,02	0,00	0,08	0,00
Und welchen Preis sind Sie in EUR bereit, für dieses Produkt maximal zu zahlen?	0,01	0,00	0,03	0,02

Sehr hoch signifikant (>99%)

Hoch signifikant (>95%)

Signifikant (>90%)

Nicht signifikant (<90%)



Inhalte des Fragebogens

Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Offenheit ggü. Prüf- und Gütesiegeln

Auf Basis von Zustimmungswerten zu Indikator-Fragen über die Offenheit ggü. Prüf- und Gütesiegeln auf Lebensmitteln wurden drei Gruppen von Befragten unterschieden:

[Alle Befragten, n=1.039]

[Der Frageblock enthielt u.a. folgende drei Statement-Fragen:]

In wie weit stimmen Sie den folgenden Aussage zu?

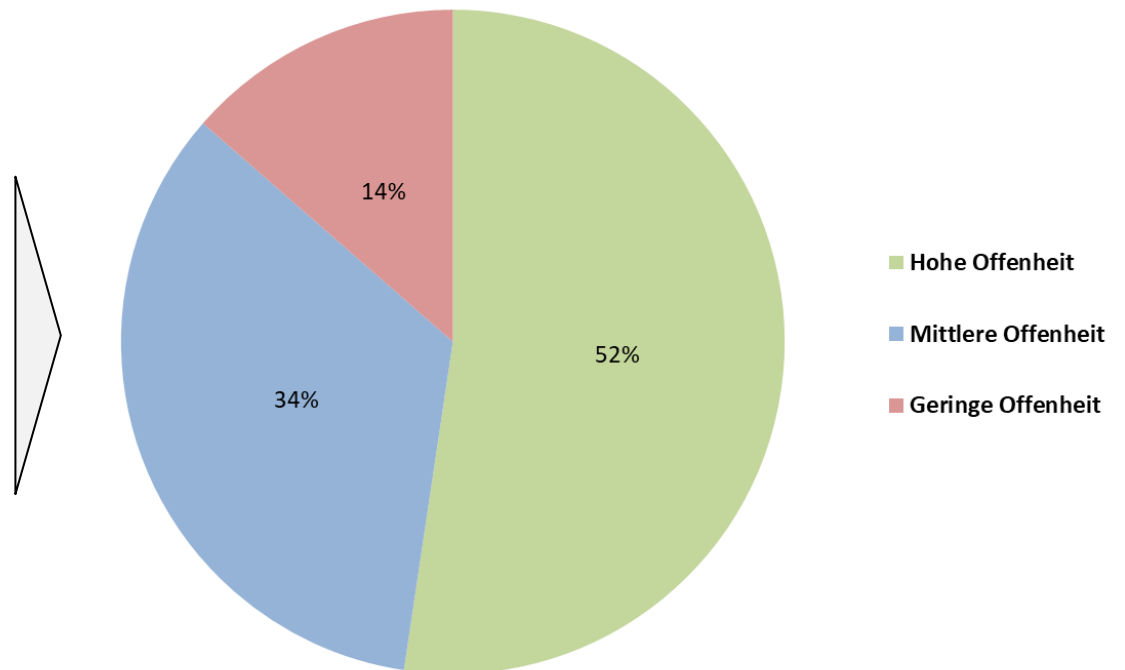
(-> 5er-Zustimmungsskala)

- Prüf- bzw. Gütesiegel auf Lebensmitteln sind eine gute Sache.
- Ich finde Prüf- bzw. Gütesiegel auf Lebensmitteln nützlich bei meinen Kaufentscheidungen.
- Ich achte beim Einkauf von Lebensmittelprodukten darauf, ob sie ein Prüf- bzw. Gütesiegel tragen.

Aus den Antworten zu den drei Statement-Fragen wurde ein Durchschnittswert bestimmt, der als Indikator für die generelle Offenheit der befragten Personen ggü. Prüf- und Gütesiegeln auf Lebensmitteln wie folgt interpretiert werden kann:

Durchschnittliche Zustimmung ...

- > 3,5 = hohe Offenheit
- zwischen 3,5 und 2,5 = mittlere Offenheit
- < 2,5 = geringe Offenheit

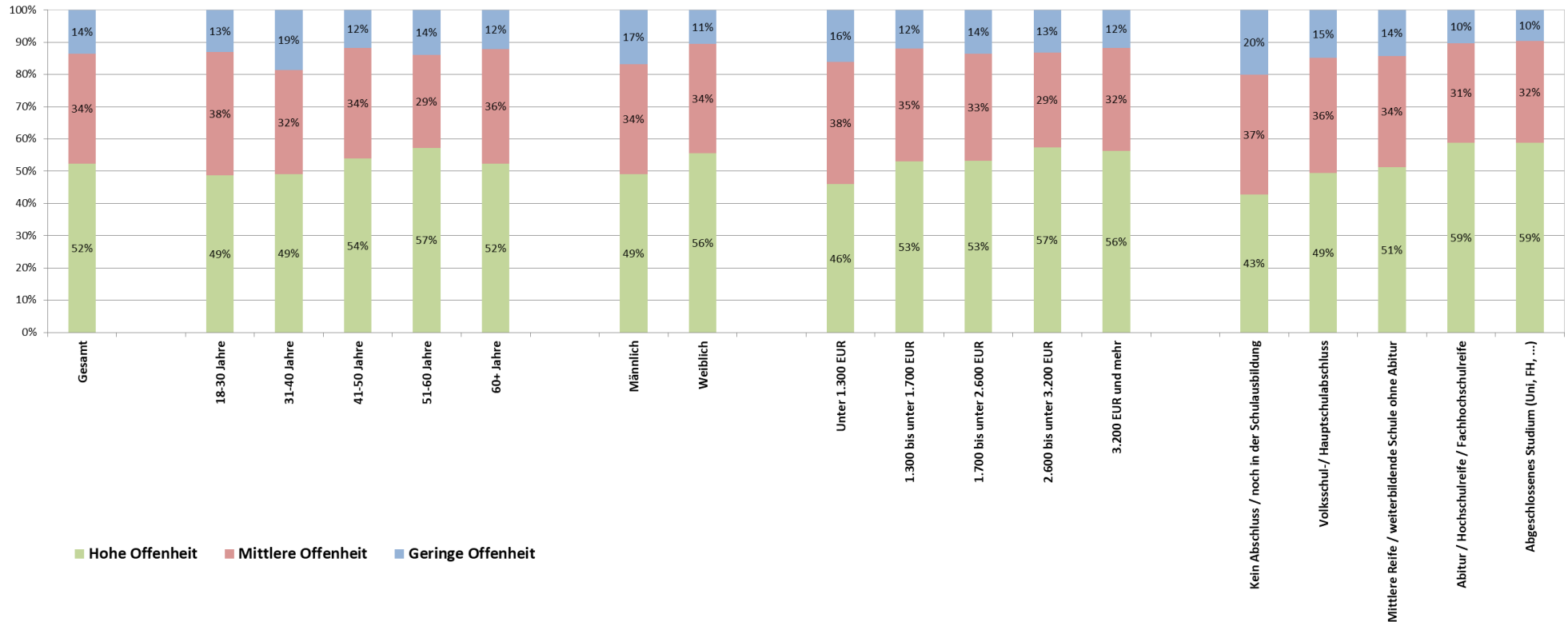


Offenheit ggü. Prüf- und Gütesiegeln

Eigenschaften von Befragten nach Offenheitsgruppen ggü. Prüf- und Gütesiegeln auf LM

[Anteile der Offenheitsgruppen gesamt sowie in jeweiliger Unter-Befragtengruppe]

[Alle Befragten, n=1.039]

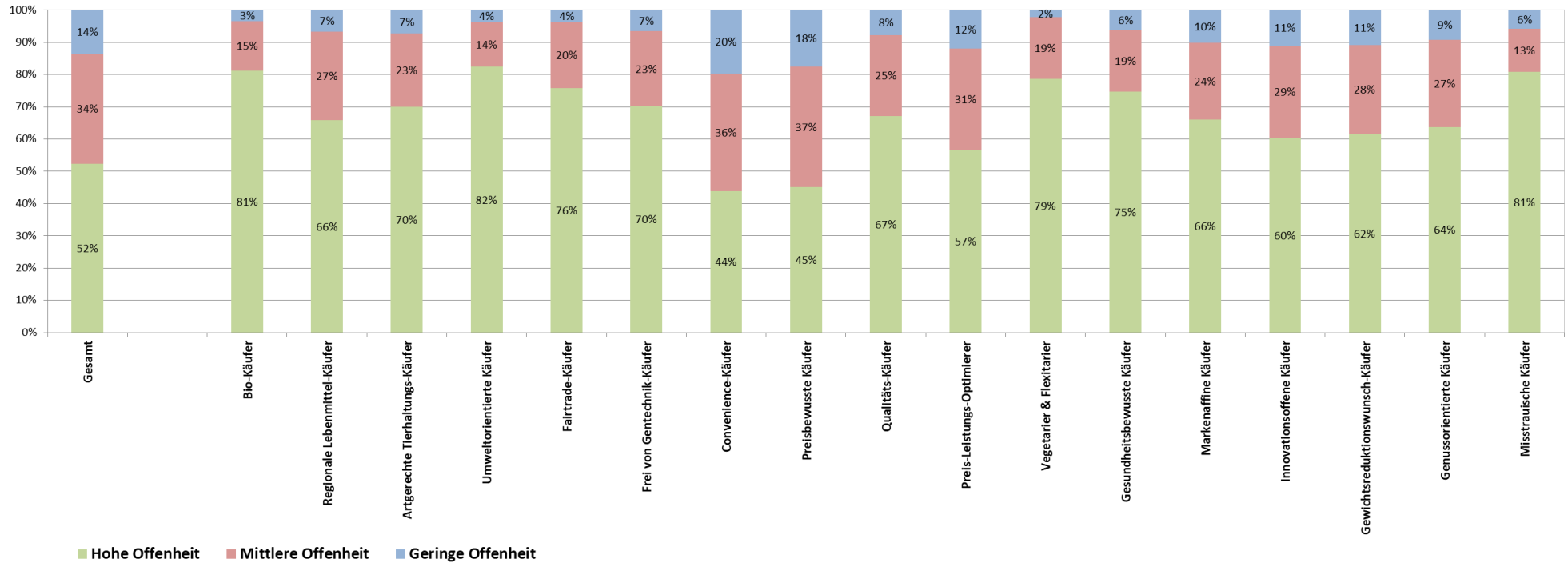


Offenheit ggü. Prüf- und Gütesiegeln

Eigenschaften von Befragten nach Offenheitsgruppen ggü. Prüf- und Gütesiegeln auf LM

[Anteile der Offenheitsgruppen gesamt sowie in jeweiliger Unter-Befragtengruppe]

[Alle Befragten, n=1.039]



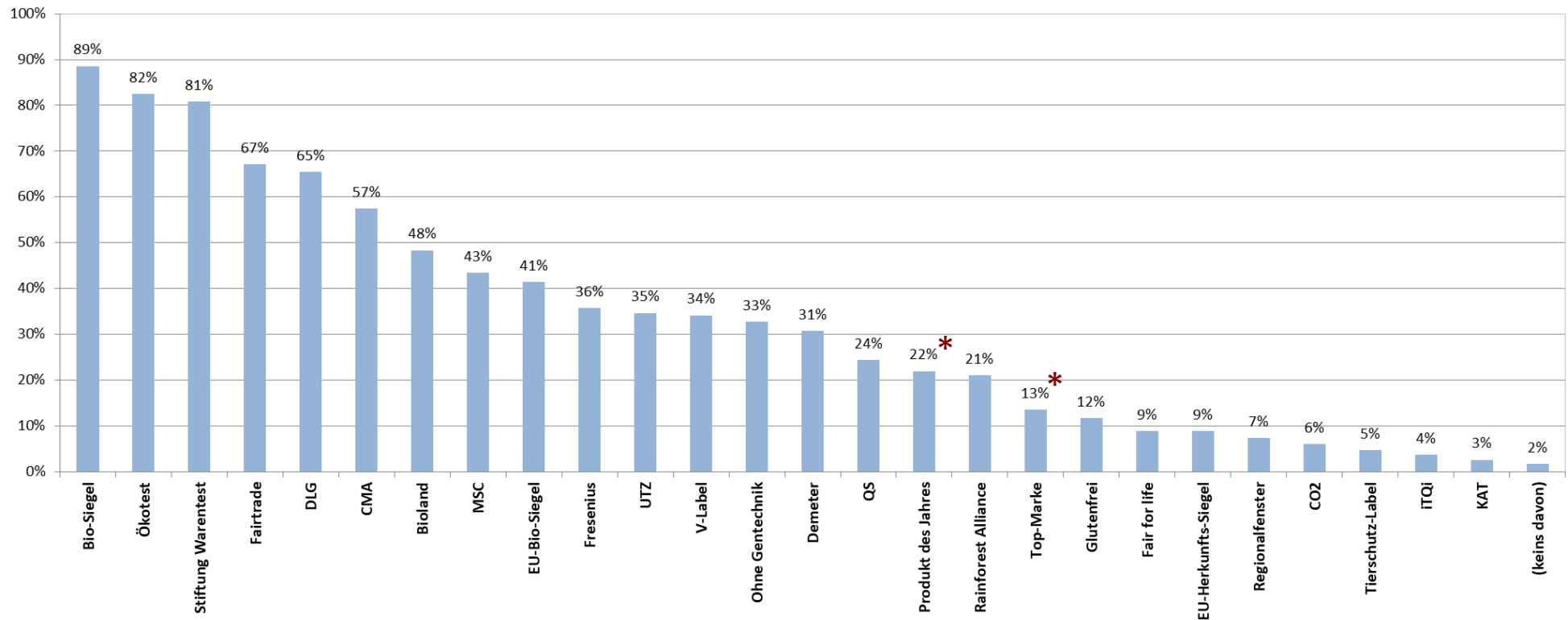
Inhalte des Fragebogens

Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Bekanntheit & Käuferreichweite

Frage: Hier sehen Sie einige Prüf- und Gütesiegel für Lebensmittel. Welche davon haben Sie vor dieser Untersuchung schon einmal auf Lebensmitteln gesehen? Bitte wählen Sie diese aus.

[Alle Befragten, n=1.039]



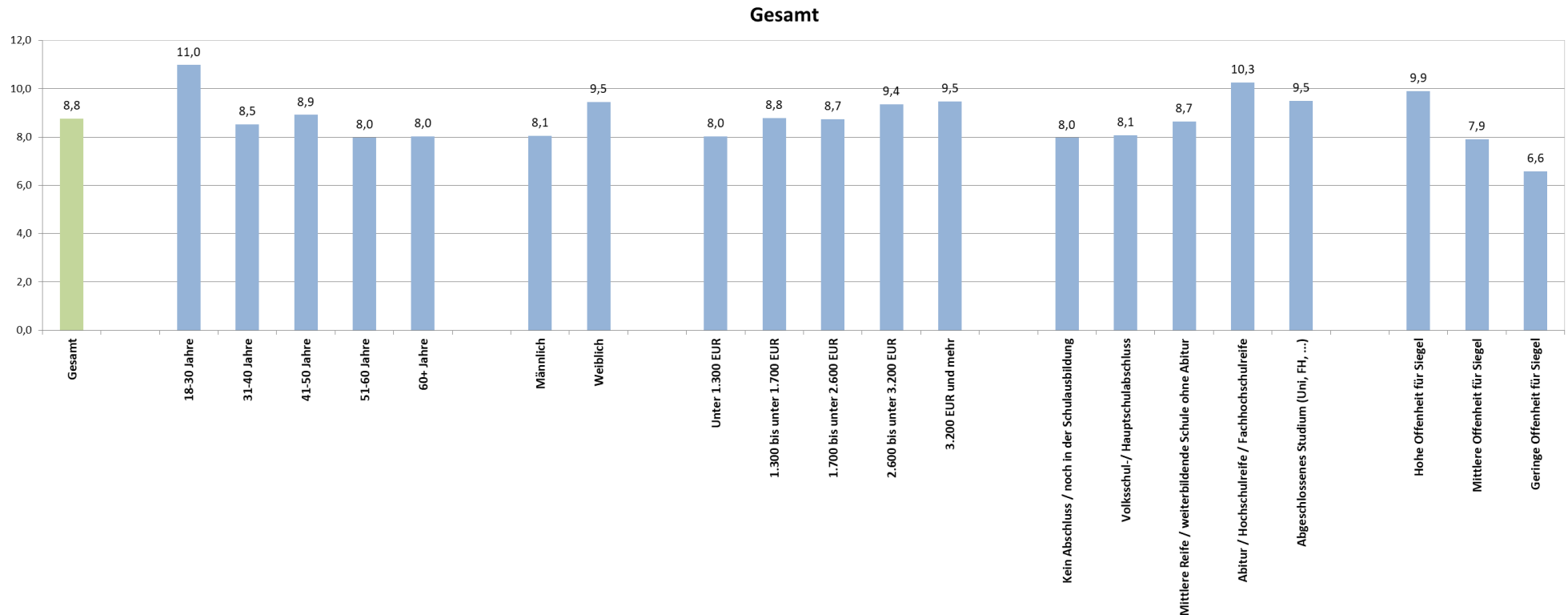
* keine originären Endverbrauchersiegel, daher nicht direkt vergleichbar

Bekanntheit & Käuferreichweite

Durchschnitt der Anzahl bekannter Prüf- und Güte-Siegel (von 26 präsentierten Siegeln) nach Merkmalen der Befragten

[Anzahl bekannter Siegel gesamt sowie in jeweiliger Unter-Befragtengruppe]

[Alle Befragten, n=1.039]

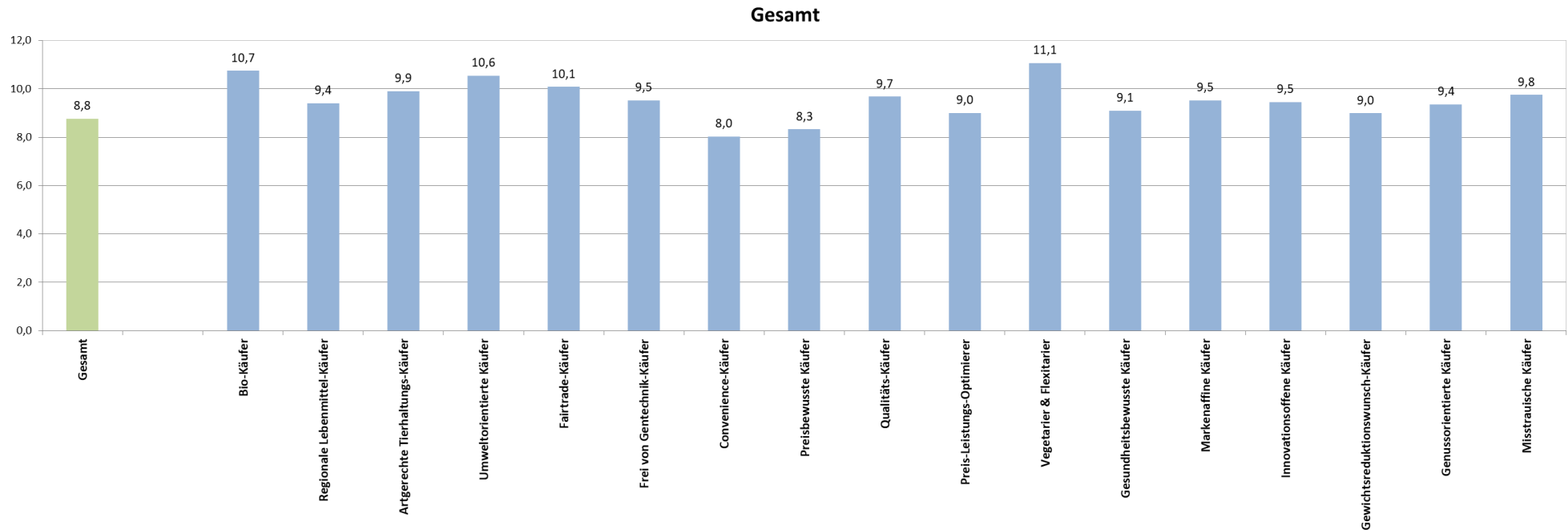


Bekanntheit & Käuferreichweite

Durchschnitt der Anzahl bekannter Prüf- und Güte-Siegel (von 26 präsentierten Siegeln) nach Merkmalen der Befragten

[Anzahl bekannter Siegel gesamt sowie in jeweiliger Unter-Befragtengruppe]

[Alle Befragten, n=1.039]



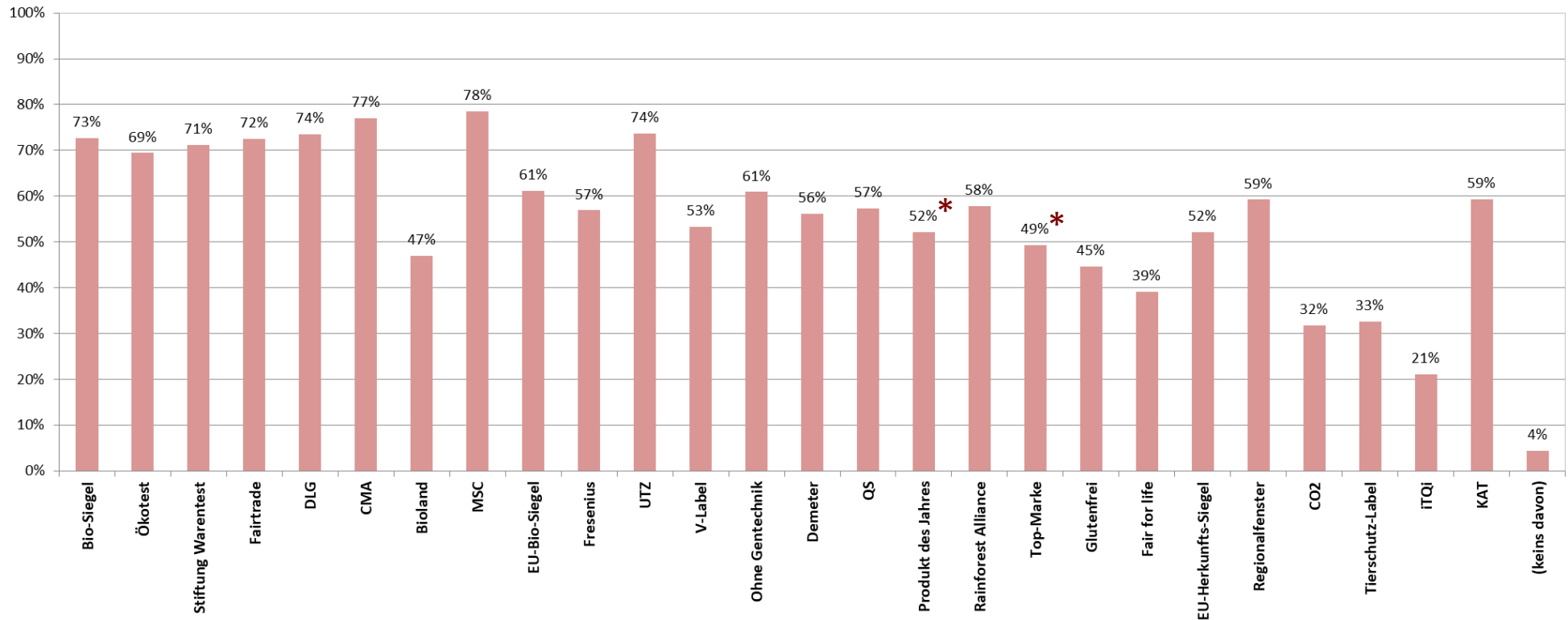
Inhalte des Fragebogens

Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Bekanntheit & Käuferreichweite

Frage: Und bei welchen dieser Prüf- und Gütesiegel trifft es zu, dass Sie schon einmal Lebensmittelprodukt gekauft haben, auf denen das Prüf- bzw. Gütesiegel darauf war?

[Befragte wurden hier nur zu den Siegeln befragt, die sie kennen -> ausgewiesene %-Werte sind analog bezogen nur auf Befragte, die das Siegel auch kennen]

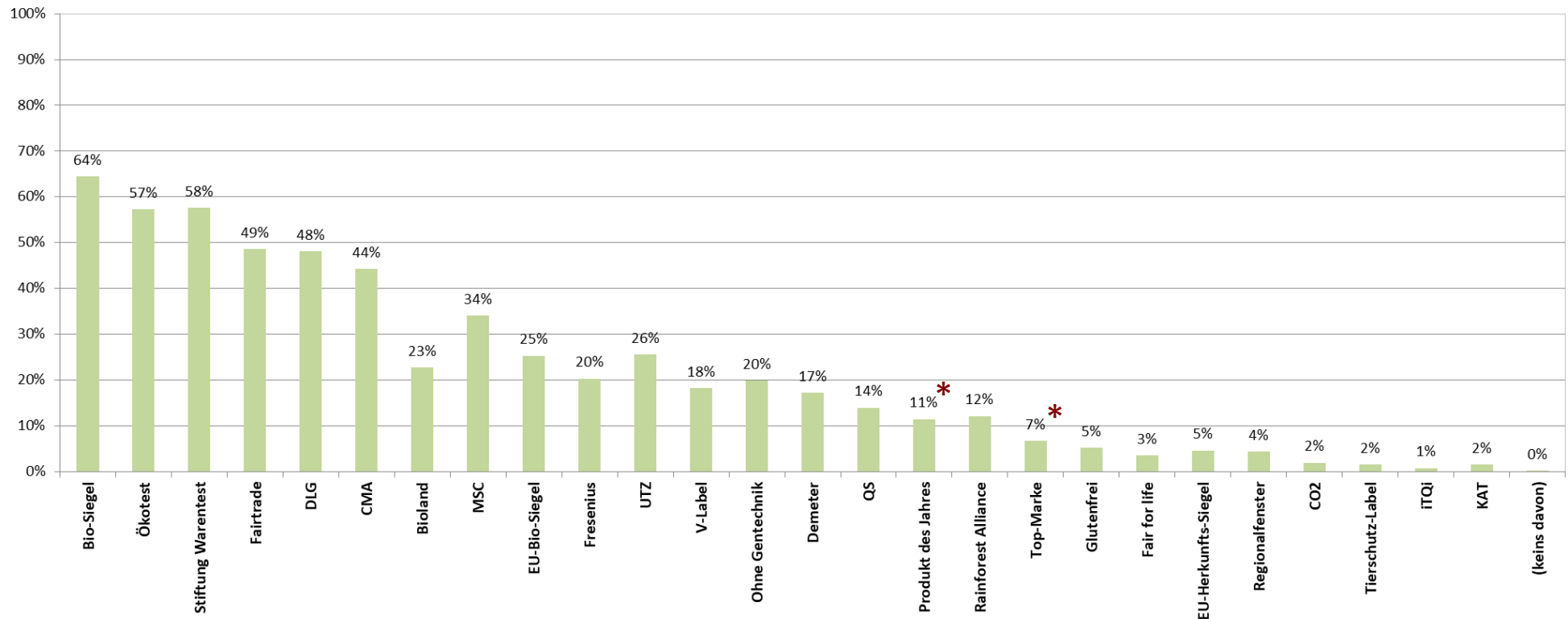


* keine originären Endverbrauchersiegel, daher nicht direkt vergleichbar

Bekanntheit & Käuferreichweite

„Bewusste Käuferreichweite“: Anteil „Schon mal gesehen“ x Anteil „schon mal gekauft“

[Alle Befragten, n=1.039]



* keine originären Endverbrauchersiegel, daher nicht direkt vergleichbar

Inhalte des Fragebogens

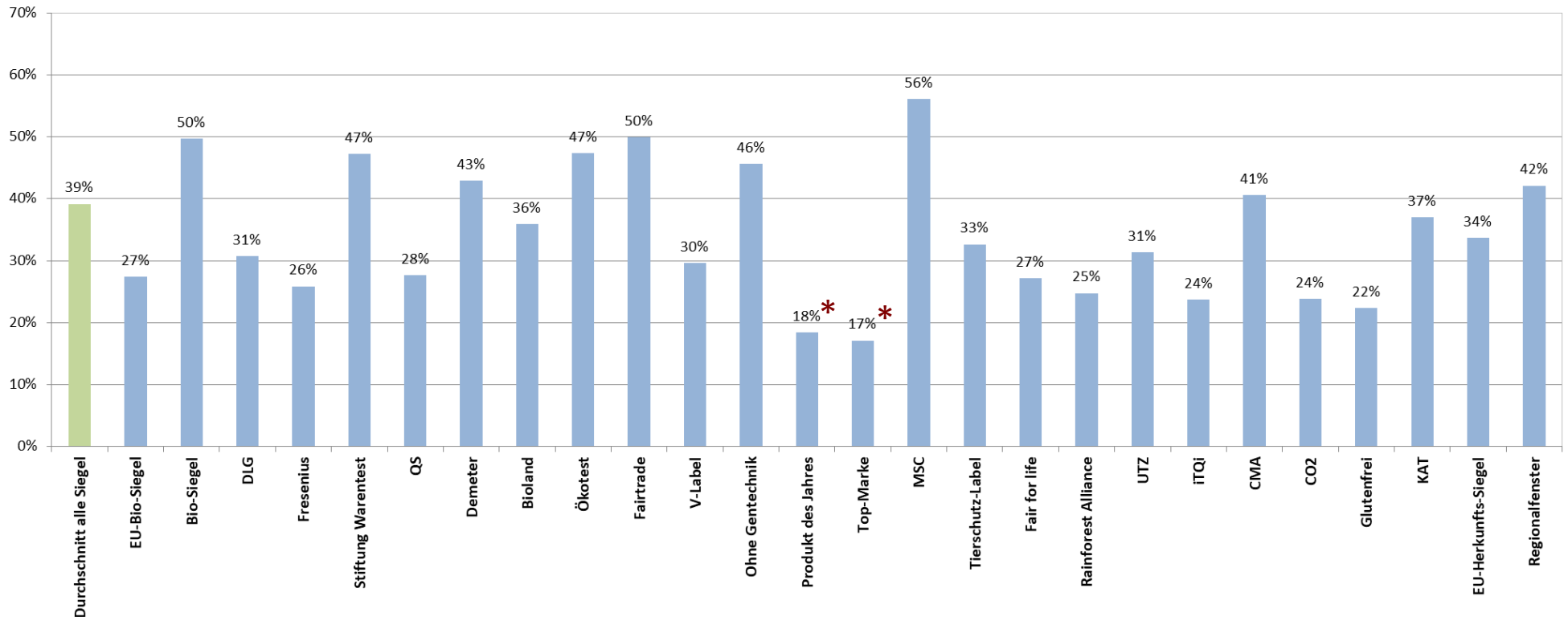
Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Wahrnehmung einzelner Prüf- und Gütesiegel

Im Folgenden zeigen wir Ihnen insgesamt sieben Aussagen. Dazu sehen Sie noch einmal die die Ihnen bekannten Prüf- und Gütesiegel. Auf welche der Siegel trifft die folgende Aussage zu?

Frage: Dieses Siegel hilft mir, beim Einkaufen die richtigen Lebensmittelprodukte für mich auszuwählen.

[Befragte wurden hier nur zu den Siegeln befragt, die sie kennen -> ausgewiesene %-Werte sind analog bezogen nur auf Befragte, die das Siegel auch kennen]



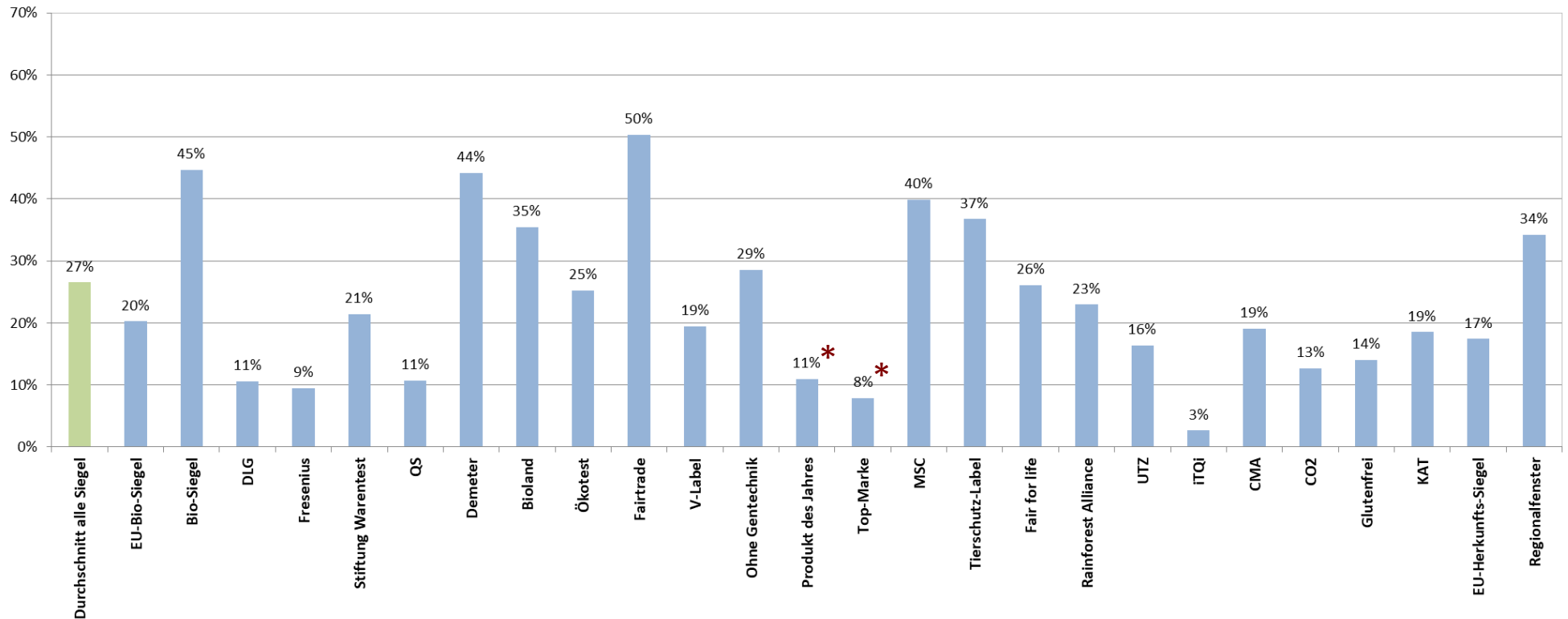
* keine originären Endverbrauchersiegel, daher nicht direkt vergleichbar

Wahrnehmung einzelner Prüf- und Gütesiegel

Im Folgenden zeigen wir Ihnen insgesamt sieben Aussagen. Dazu sehen Sie noch einmal die die Ihnen bekannten Prüf- und Gütesiegel. Auf welche der Siegel trifft die folgende Aussage zu?

Frage: Für Lebensmittel mit diesem Siegel bin ich bereit, auch etwas mehr zu zahlen.

[Befragte wurden hier nur zu den Siegeln befragt, die sie kennen -> ausgewiesene %-Werte sind analog bezogen nur auf Befragte, die das Siegel auch kennen]



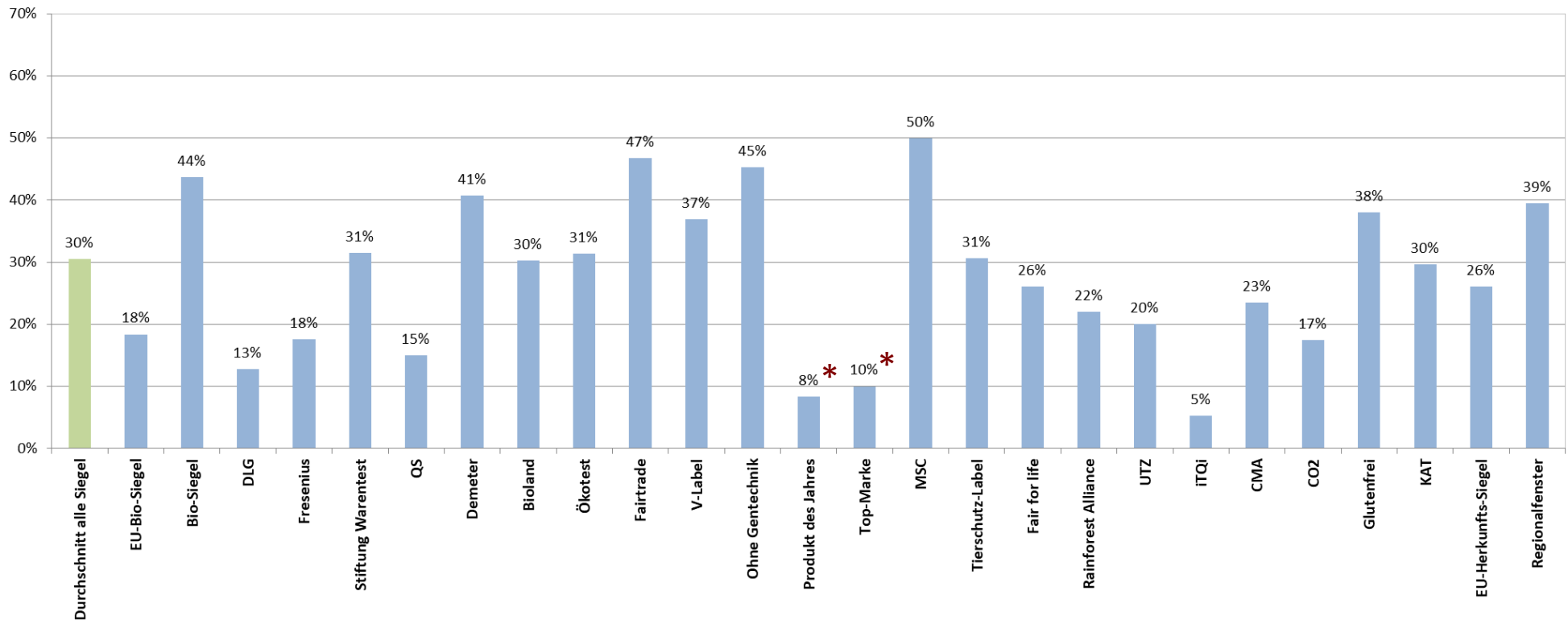
* keine originären Endverbrauchersiegel, daher nicht direkt vergleichbar

Wahrnehmung einzelner Prüf- und Gütesiegel

Im Folgenden zeigen wir Ihnen insgesamt sieben Aussagen. Dazu sehen Sie noch einmal die die Ihnen bekannten Prüf- und Gütesiegel. Auf welche der Siegel trifft die folgende Aussage zu?

Frage: Ich weiß, welche Eigenschaften bei einem Produkt überprüft wurden, wenn es dieses Siegel trägt.

[Befragte wurden hier nur zu den Siegeln befragt, die sie kennen -> ausgewiesene %-Werte sind analog bezogen nur auf Befragte, die das Siegel auch kennen]



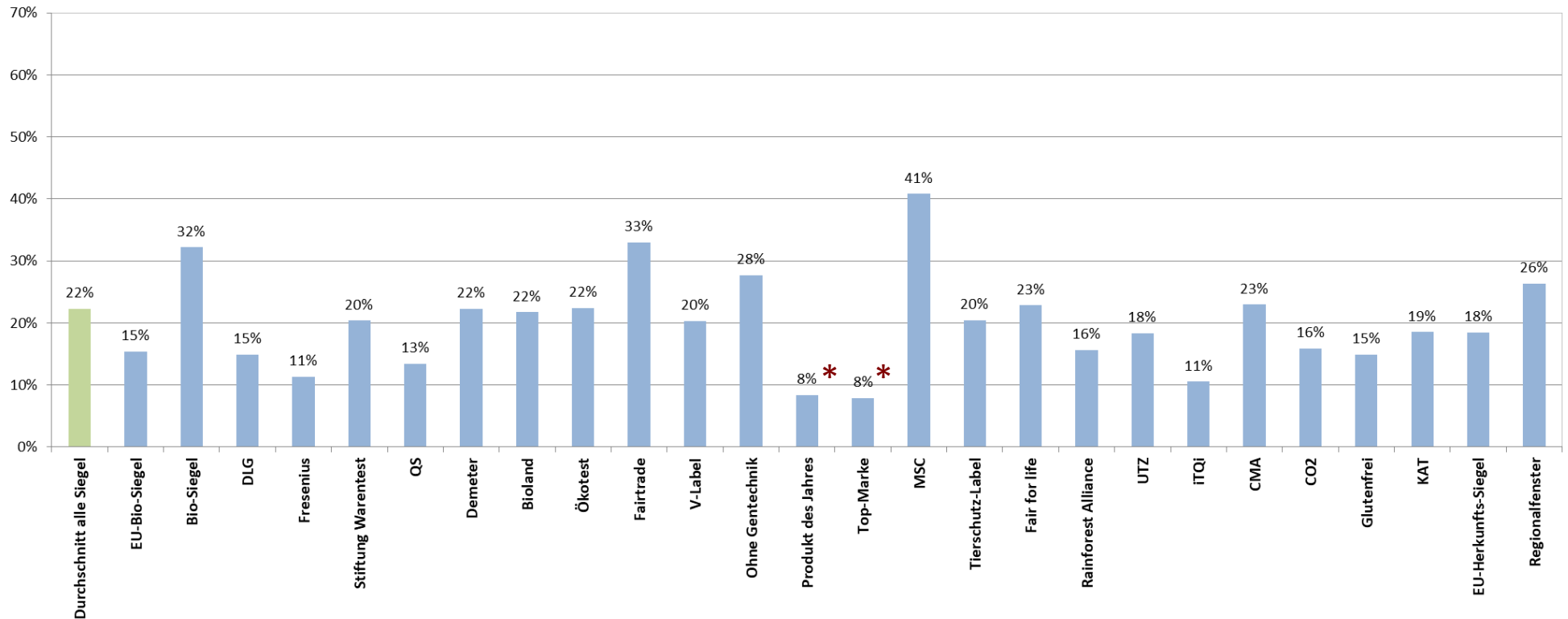
* keine originären Endverbrauchersiegel, daher nicht direkt vergleichbar

Wahrnehmung einzelner Prüf- und Gütesiegel

Im Folgenden zeigen wir Ihnen insgesamt sieben Aussagen. Dazu sehen Sie noch einmal die die Ihnen bekannten Prüf- und Gütesiegel. Auf welche der Siegel trifft die folgende Aussage zu?

Frage: Beim Kauf von Lebensmitteln achte ich bewusst darauf, ob ein Produkt dieses Siegel trägt oder nicht.

[Befragte wurden hier nur zu den Siegeln befragt, die sie kennen -> ausgewiesene %-Werte sind analog bezogen nur auf Befragte, die das Siegel auch kennen]



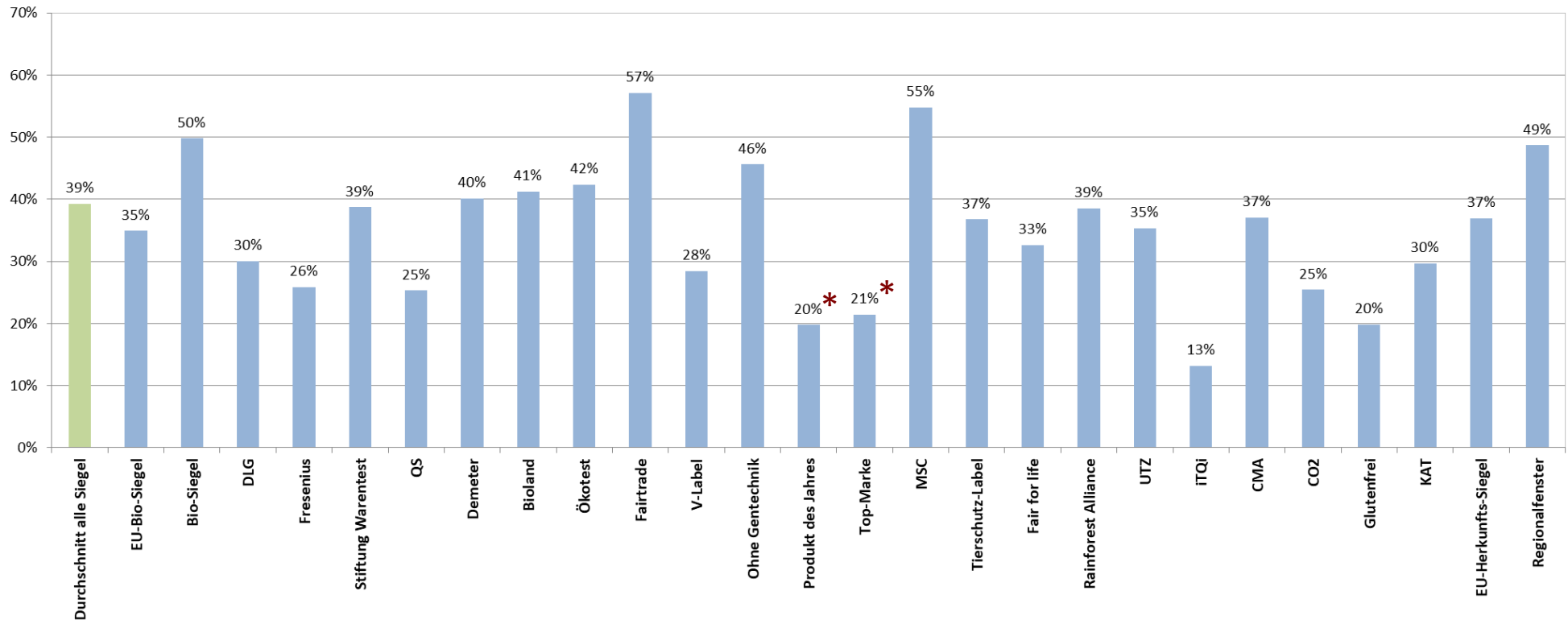
* keine originären Endverbrauchersiegel, daher nicht direkt vergleichbar

Wahrnehmung einzelner Prüf- und Gütesiegel

Im Folgenden zeigen wir Ihnen insgesamt sieben Aussagen. Dazu sehen Sie noch einmal die die Ihnen bekannten Prüf- und Gütesiegel. Auf welche der Siegel trifft die folgende Aussage zu?

Frage: Wenn ein Lebensmittel dieses Siegel trägt, kaufe ich es bei gleichem Preis bevorzugt gegenüber einem ansonsten gleichen Produkt ohne dieses Siegel.

[Befragte wurden hier nur zu den Siegeln befragt, die sie kennen -> ausgewiesene %-Werte sind analog bezogen nur auf Befragte, die das Siegel auch kennen]



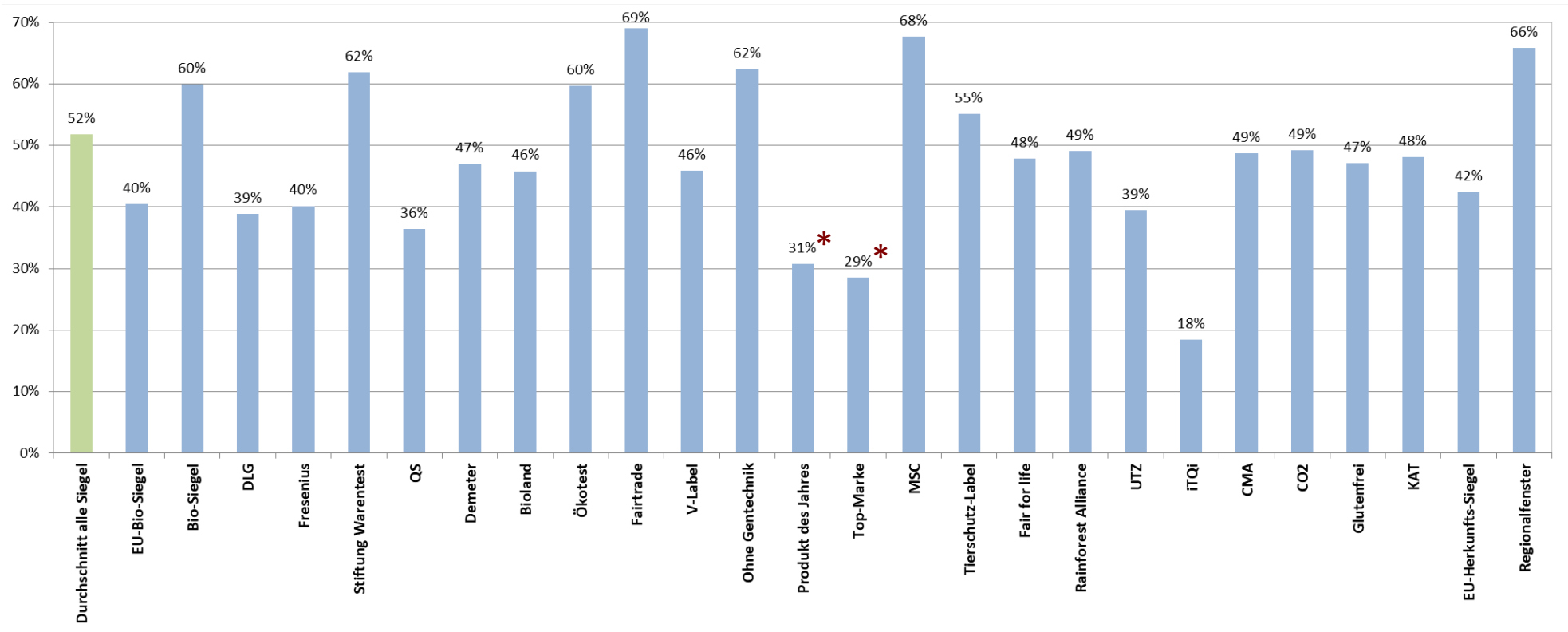
* keine originären Endverbrauchersiegel, daher nicht direkt vergleichbar

Wahrnehmung einzelner Prüf- und Gütesiegel

Im Folgenden zeigen wir Ihnen insgesamt sieben Aussagen. Dazu sehen Sie noch einmal die die Ihnen bekannten Prüf- und Gütesiegel. Auf welche der Siegel trifft die folgende Aussage zu?

Frage: Ich finde es gut, dass es dieses Siegel gibt.

[Befragte wurden hier nur zu den Siegeln befragt, die sie kennen -> ausgewiesene %-Werte sind analog bezogen nur auf Befragte, die das Siegel auch kennen]



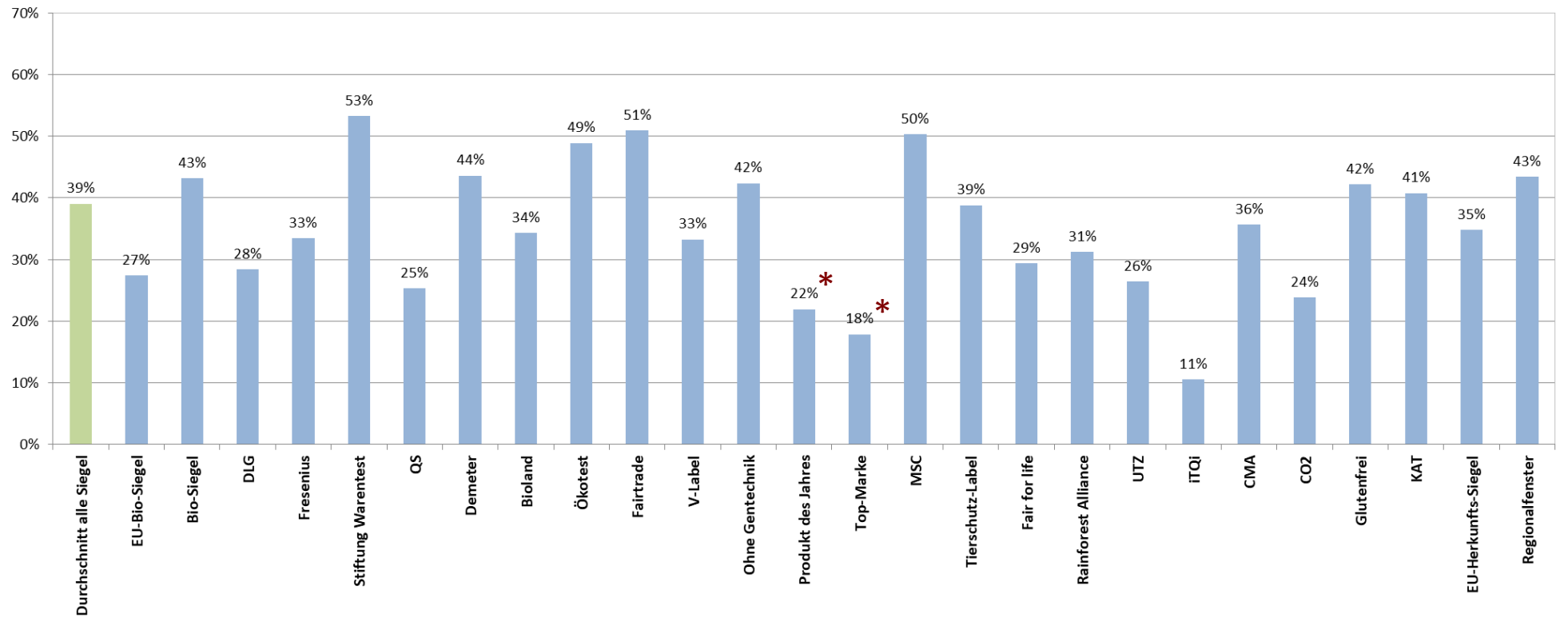
* keine originären Endverbrauchersiegel, daher nicht direkt vergleichbar

Wahrnehmung einzelner Prüf- und Gütesiegel

Im Folgenden zeigen wir Ihnen insgesamt sieben Aussagen. Dazu sehen Sie noch einmal die die Ihnen bekannten Prüf- und Gütesiegel. Auf welche der Siegel trifft die folgende Aussage zu?

Frage: Ich vertraue dem Siegel, dass die Prüfung des Produktes neutral und korrekt erfolgt ist.

[Befragte wurden hier nur zu den Siegeln befragt, die sie kennen -> ausgewiesene %-Werte sind analog bezogen nur auf Befragte, die das Siegel auch kennen]



* keine originären Endverbrauchersiegel, daher nicht direkt vergleichbar

Wahrnehmung einzelner Prüf- und Gütesiegel

Zusammenfassender Überblick - Hinweis

- Auf der nachfolgenden Seite findet sich für alle betrachteten Prüf- und Gütesiegel eine Tabelle mit dem Bekanntheits- und Wahrnehmungsprofil.
- Beim Bekanntheitswert handelt es sich um die gestützte Bekanntheit des Siegels auf Basis aller Befragter.
- Diejenigen Siegel, die einem Befragten bekannt waren, wurden erneut vorgelegt. Zu diesen Siegeln wurden die Befragten entlang von Wahrnehmungs-Merkmale dann befragt, welche davon jeweils auf die Siegel zutreffen:

Im Folgenden zeigen wir Ihnen insgesamt sieben Aussagen. Dazu sehen Sie noch einmal die Ihnen bekannten Prüf- und Gütesiegel. Auf welche der Siegel trifft die folgende Aussage zu?	
[Merkmalsbereich]	[Statement]
[Positive Grund-Wahrnehmung]	Ich finde es gut, dass es dieses Siegel gibt.
[Vorhandenes Wissen über Prüfgegenstand]	Ich weiß, welche Eigenschaften bei einem Produkt überprüft wurden, wenn es dieses Siegel trägt.
[Vertrauen in Neutralität der Prüfung]	Ich vertraue dem Siegel, dass die Prüfung des Produktes neutral und korrekt erfolgt ist.
[Empfindung als Auswahlhilfe beim Einkauf]	Dieses Siegel hilft mir, beim Einkaufen die richtigen Lebensmittelprodukte für mich auszuwählen.
[Aktive Beachtung beim Einkauf]	Beim Kauf von Lebensmitteln achte ich bewusst darauf, ob ein Produkt dieses Siegel trägt oder nicht.
[Erhöhung der Kaufbereitschaft]	Wenn ein Lebensmittel dieses Siegel trägt, kaufe ich es bei gleichem Preis bevorzugt gegenüber einem ansonsten gleichen Produkt ohne dieses Siegel.
[Erhöhung der Zahlungsbereitschaft]	Für Lebensmittel mit diesem Siegel bin ich bereit, auch etwas mehr zu zahlen.

- Entsprechend bildet die Basis bei den Angaben zum Wahrnehmungsprofil je Siegel jeweils (nur) die Befragtengruppe, die das entsprechende Siegel kennt.

Wahrnehmung einzelner Prüf- und Gütesiegel

Zusammenfassender Überblick - Werte

[Alle Befragten]		[Nur Befragte, die das Siegel kennen; %-Werte analog nur bezogen auf Befragte, die das Siegel auch kennen]						
Prüf- bzw. Gütesiegel	Bekanntheit	Positive Grund-Wahrnehmung	Vorhandenes Wissen über Prüfgegenstand	Vertrauen in Neutralität der Prüfung	Einstufung als Auswahlhilfe beim Einkauf	Aktive Beachtung beim Einkauf	Erzeugung einer Mehrkauf-bereitschaft	Erzeugung einer Mehrzahlungs-bereitschaft
Ø alle betrachteten Siegel	34%	52%	30%	39%	39%	22%	39%	27%
Bio-Siegel	89%	60%	44%	43%	50%	32%	50%	45%
Ökotest	83%	60%	31%	49%	47%	22%	42%	25%
Stiftung Warentest	81%	62%	31%	53%	47%	20%	39%	21%
Fairtrade	67%	69%	47%	51%	50%	33%	57%	50%
DLG	65%	39%	13%	28%	31%	15%	30%	11%
CMA	58%	49%	23%	36%	41%	23%	37%	19%
Bioland	48%	46%	30%	34%	36%	22%	41%	35%
MSC	43%	68%	50%	50%	56%	41%	55%	40%
EU-Bio-Siegel	41%	40%	18%	27%	27%	15%	35%	20%
Fresenius	36%	40%	18%	33%	26%	11%	26%	9%
UTZ	35%	39%	20%	26%	31%	18%	35%	16%
V-Label	34%	46%	37%	33%	30%	20%	28%	19%
Ohne Gentechnik	33%	62%	45%	42%	46%	28%	46%	29%
Demeter	31%	47%	41%	44%	43%	22%	40%	44%
QS	24%	36%	15%	25%	28%	13%	25%	11%
Produkt des Jahres*	22%	31%	8%	22%	18%	8%	20%	11%
Rainforest Alliance	21%	49%	22%	31%	25%	16%	39%	23%
Top-Marke*	14%	29%	10%	18%	17%	8%	21%	8%
Glutenfrei	12%	47%	38%	42%	22%	15%	20%	14%
Fair for life	9%	48%	26%	29%	27%	23%	33%	26%
EU-Herkunfts-Siegel	9%	42%	26%	35%	34%	18%	37%	17%
Regionalfenster	7%	66%	39%	43%	42%	26%	49%	34%
CO2	6%	49%	17%	24%	24%	16%	25%	13%
Tierschutz-Label	5%	55%	31%	39%	33%	20%	37%	37%
iTQi	4%	18%	5%	11%	24%	11%	13%	3%
KAT	3%	48%	30%	41%	37%	19%	30%	19%
* keine originären Endverbrauchersiegel, daher nicht direkt vergleichbar								

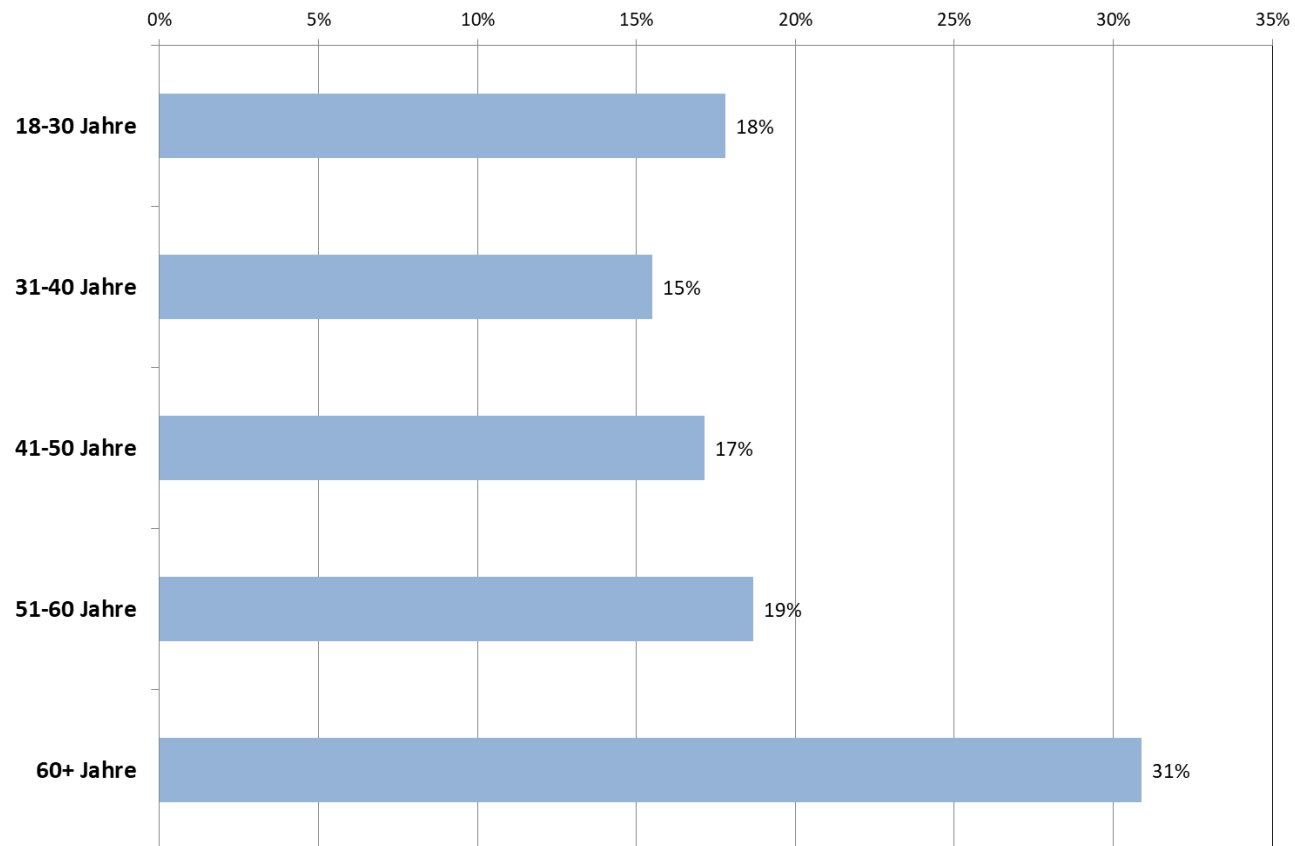
Inhalte des Fragebogens

Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Merkmale der Befragten

Frage: Wie alt sind Sie

[Alle Befragten, n=1.039]



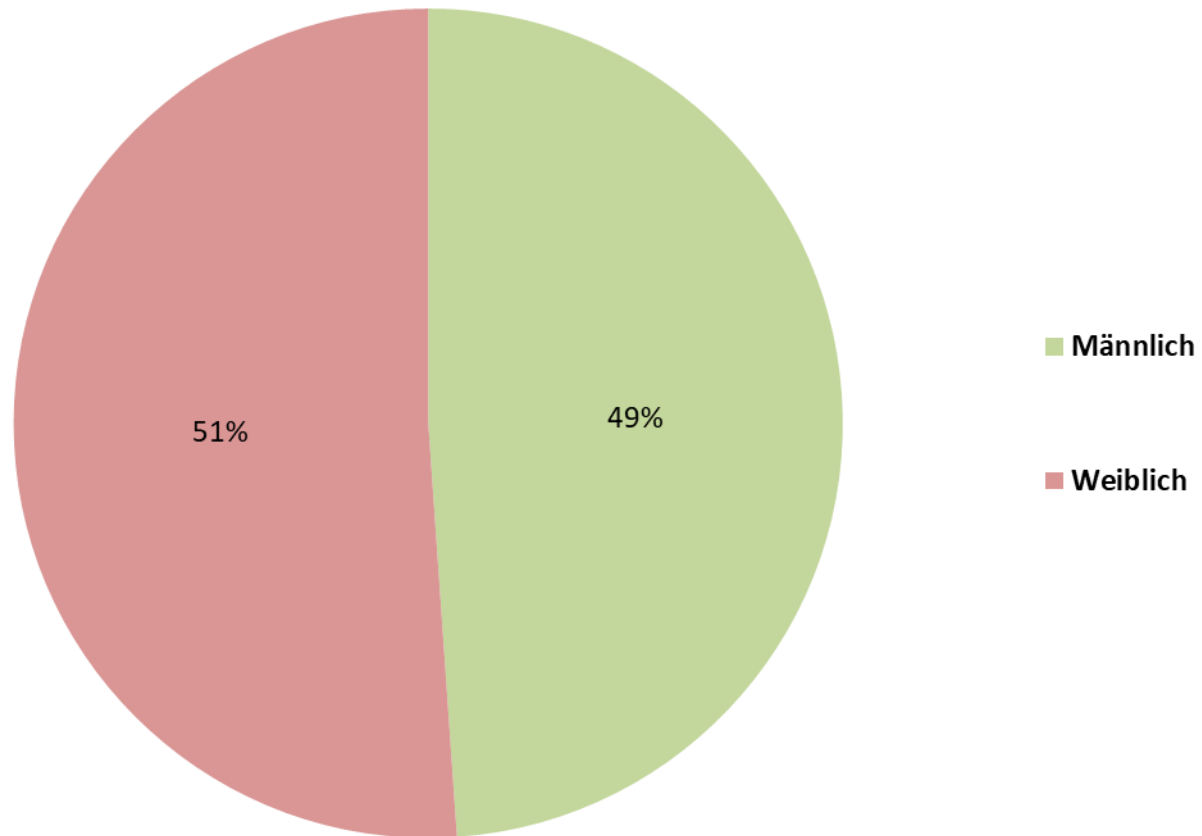
Inhalte des Fragebogens

Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Merkmale der Befragten

Frage: Ihr Geschlecht?

[Alle Befragten, n=1.039]



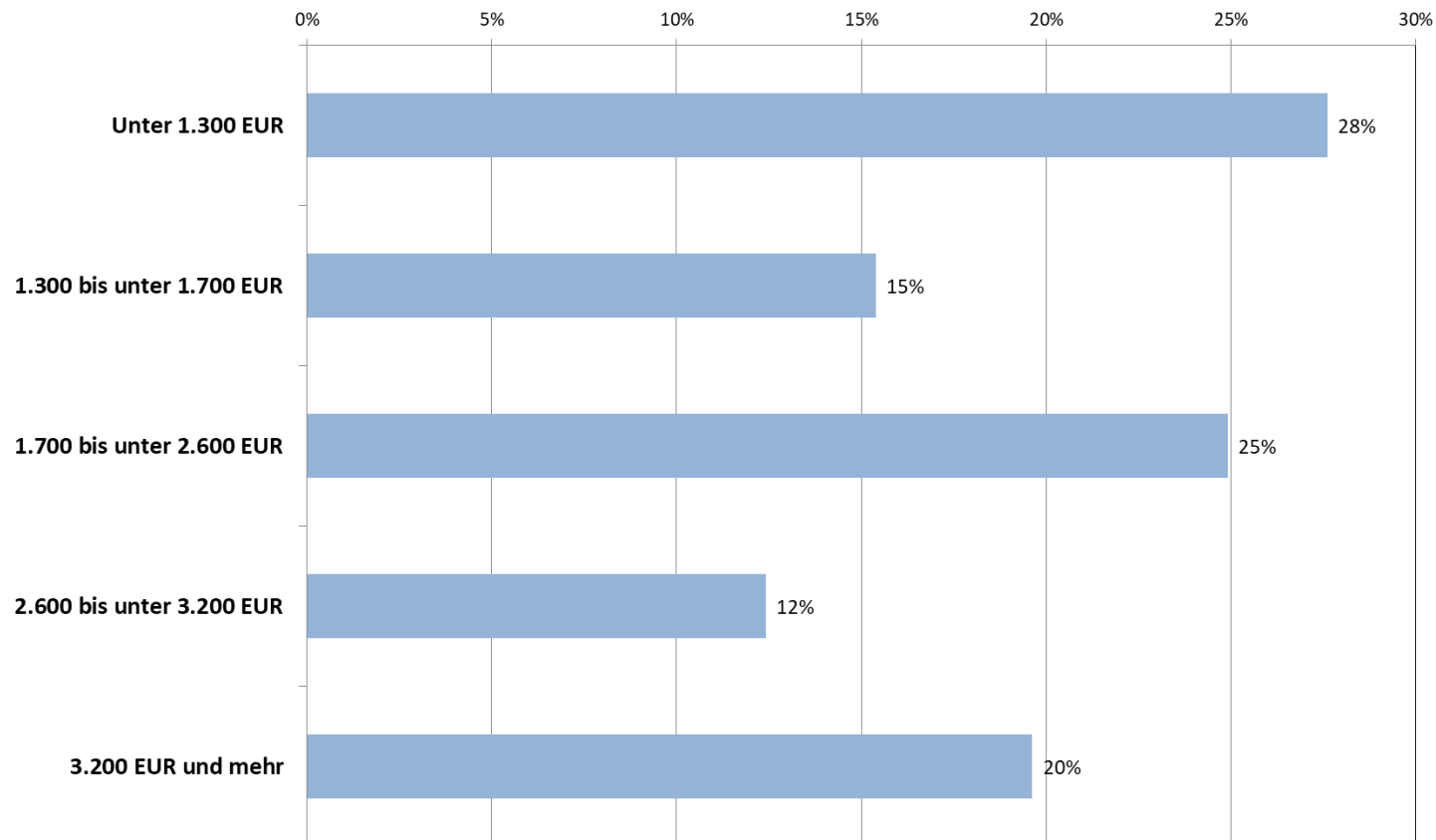
Inhalte des Fragebogens

Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Merkmale der Befragten

Frage: Wie hoch ist in etwa Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen (alle Haushaltsmitglieder zusammen)?

[Alle Befragten, n=1.039]



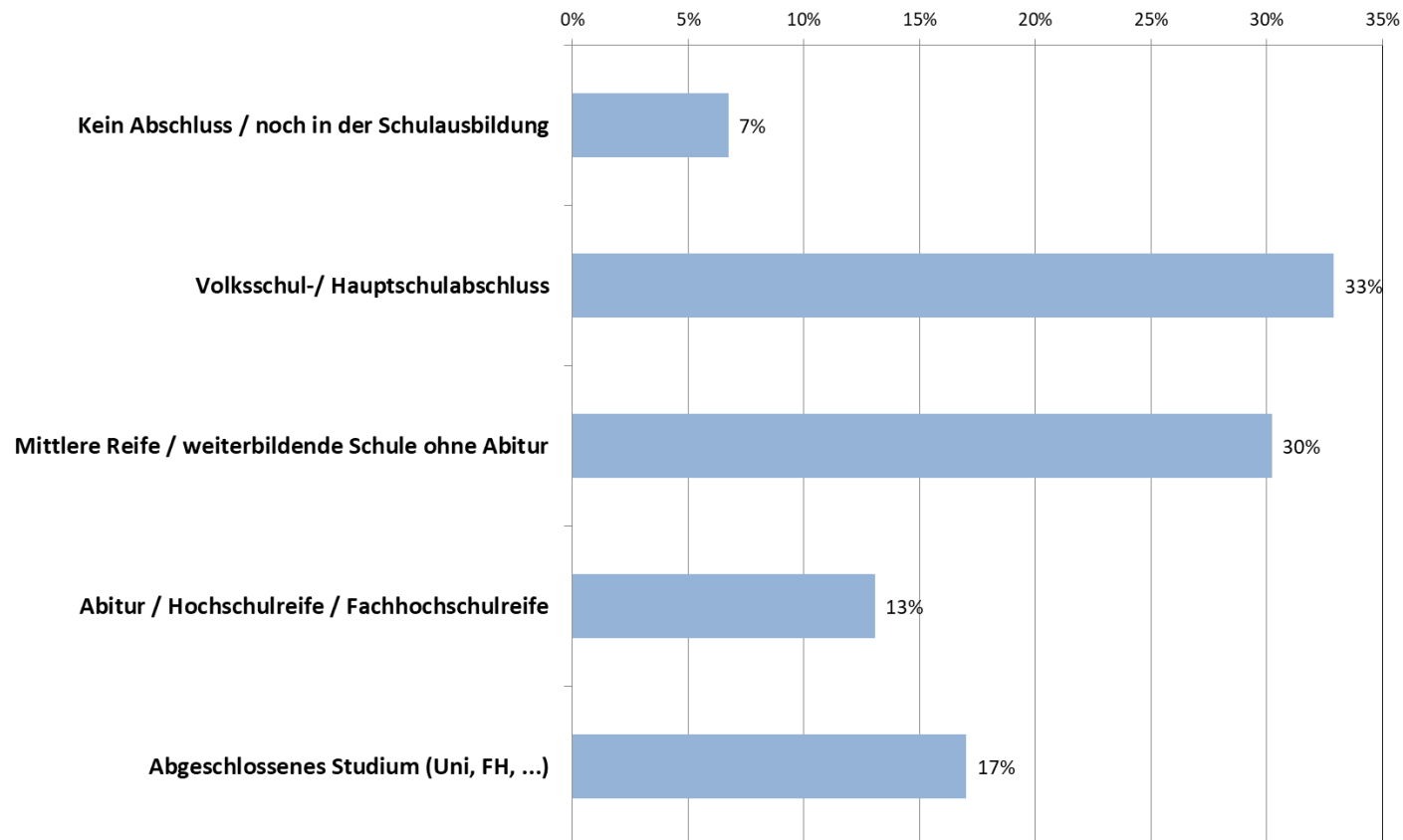
Inhalte des Fragebogens

Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Merkmale der Befragten

Frage: Welchen Schul- oder Hochschulabschluss haben Sie? Bitte geben Sie Ihren bisherigen höchsten Schul-/Ausbildungsabschluss an.

[Alle Befragten, n=1.039]



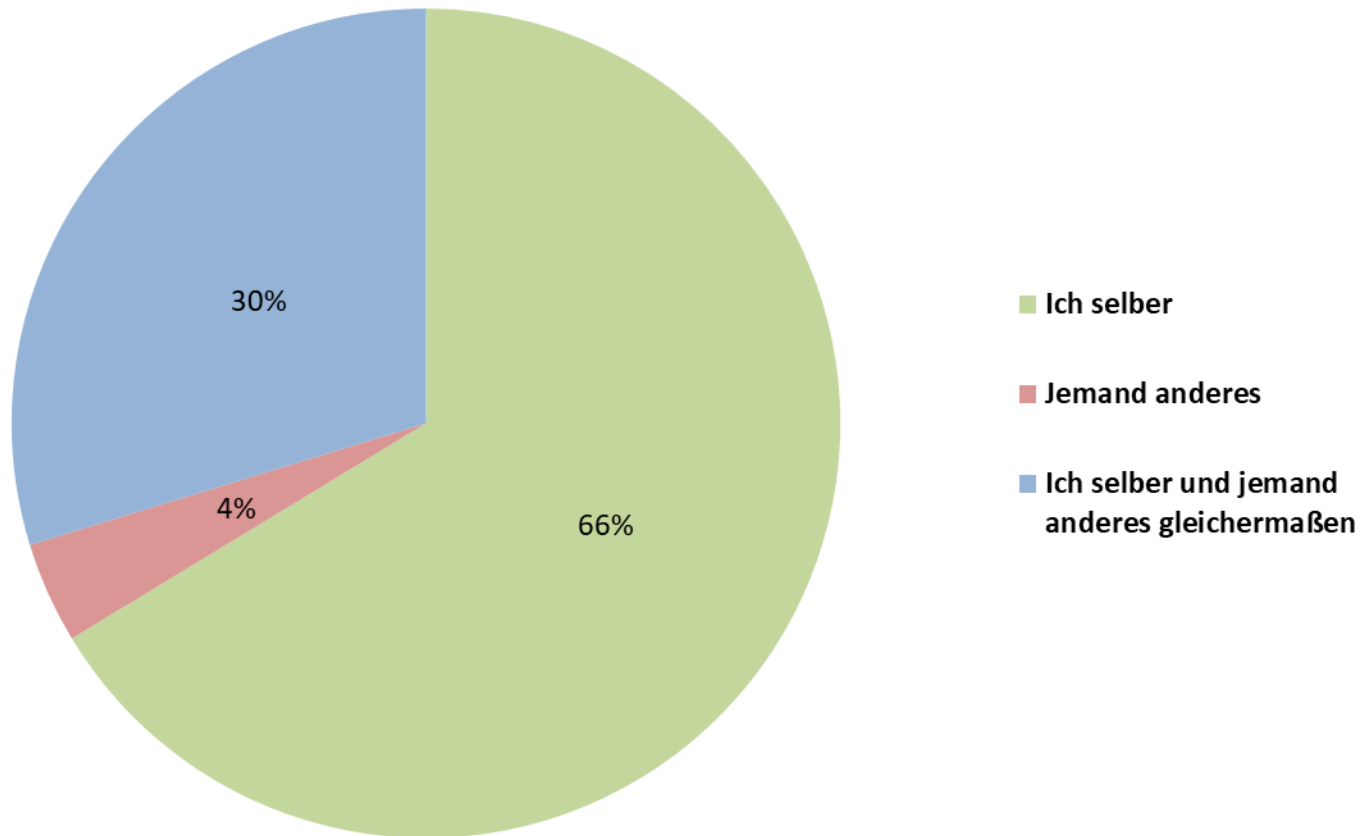
Inhalte des Fragebogens

Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Merkmale der Befragten

Frage: Wer ist bei Ihnen im Haushalt hauptsächlich für den Lebensmitteleinkauf zuständig?

[Alle Befragten, n=1.039]



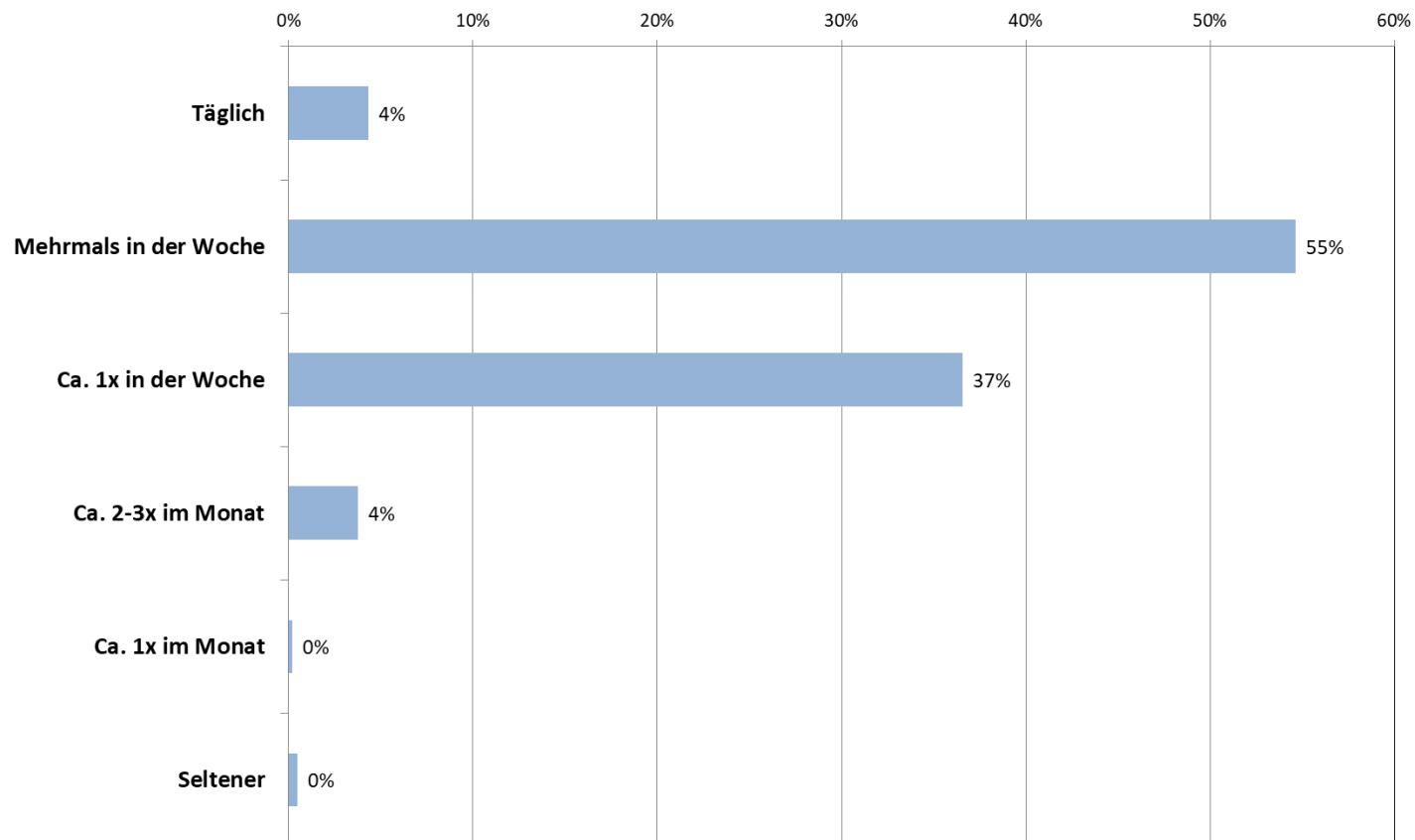
Inhalte des Fragebogens

Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Merkmale der Befragten

Frage: Wie häufig kaufen Sie durchschnittlich pro Woche Lebensmittel ein? Damit sind sowohl Großeinkäufe als auch der Kauf von einzelnen Produkten gemeint.

[Alle Befragten, n=1.039]



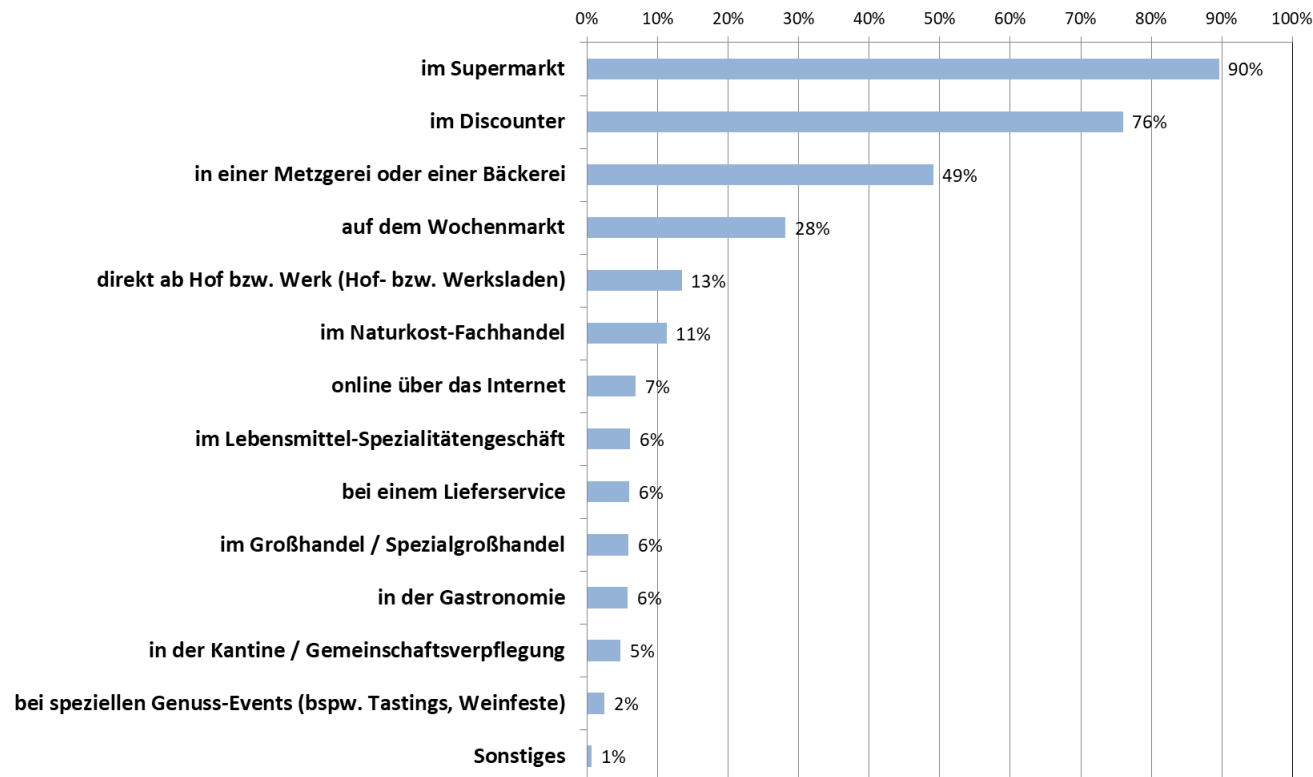
Inhalte des Fragebogens

Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Merkmale der Befragten

Frage: Wenn Sie einmal an den Kauf Ihrer Lebensmittel im letzten Monat denken. Wo haben Sie diese Lebensmittel überall eingekauft?

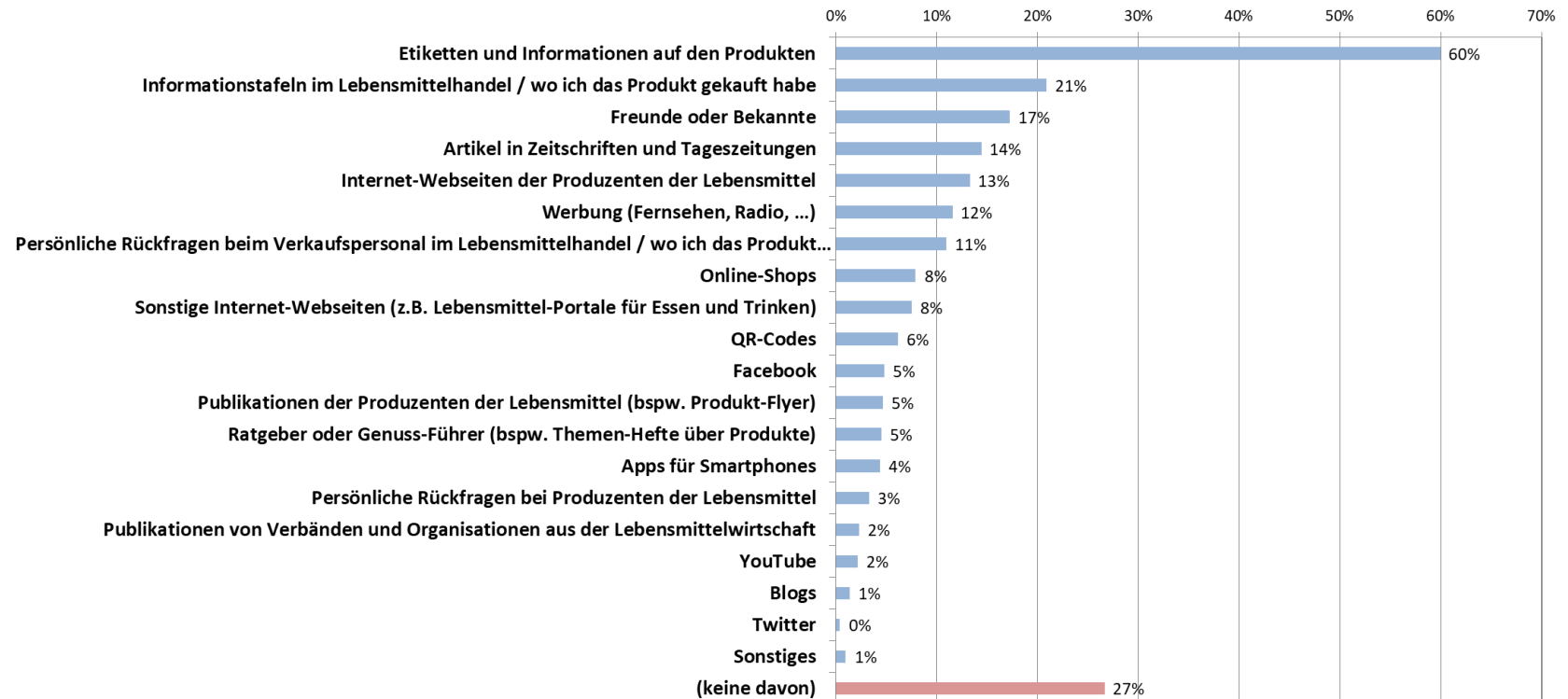
[Alle Befragten, n=1.039]



Merkmale der Befragten

Frage: Welche der folgenden Informationsquellen haben Sie im letzten Monat genutzt, um sich über Lebensmittelprodukte oder deren Eigenschaften zu informieren?

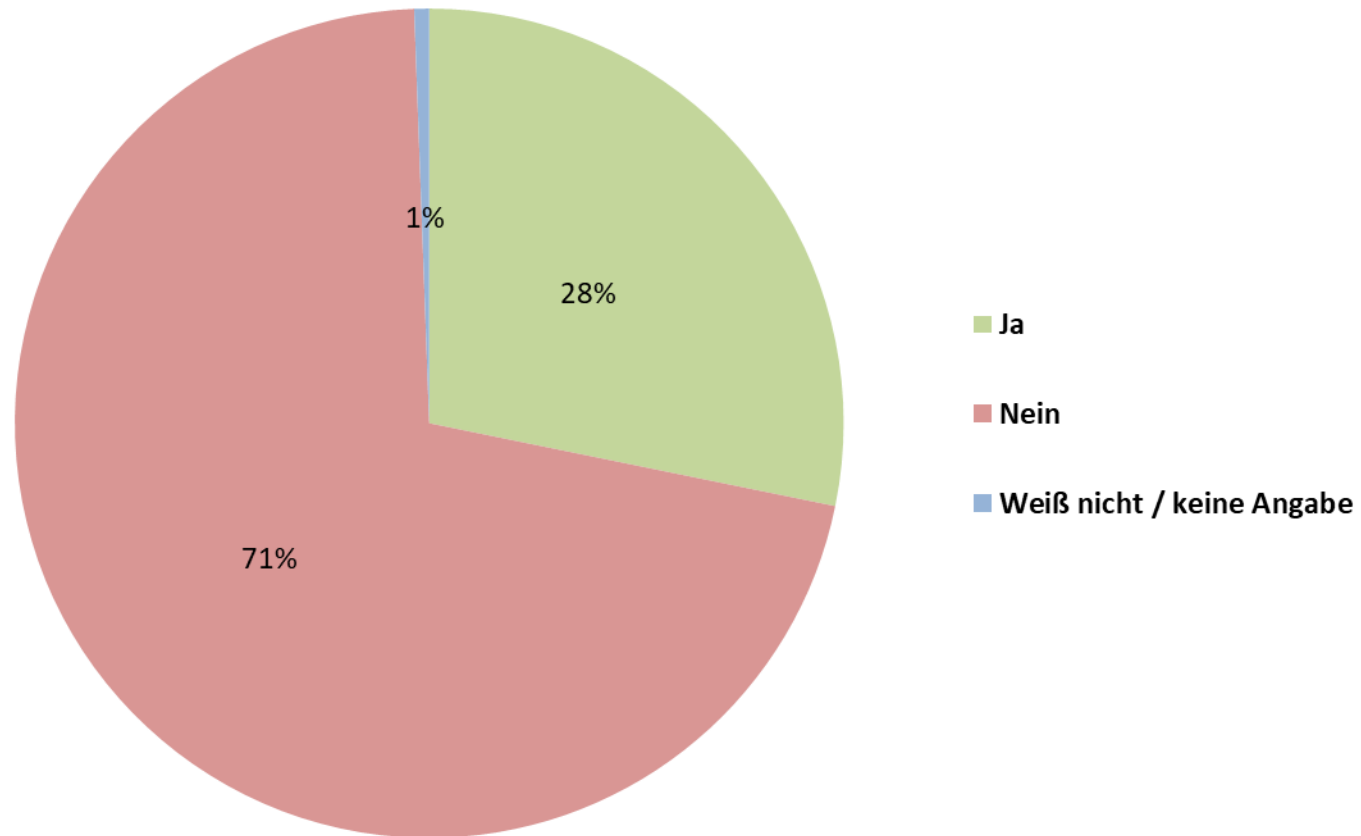
[Alle Befragten, n=1.039]



Merkmale der Befragten

Frage: Haben Sie schon einmal im Internet Lebensmittel gekauft?

[Alle Befragten, n=1.039]



Inhalte des Fragebogens

Welche generelle Einstellung haben Verbraucher zu Prüf- und Gütesiegeln bei Lebensmitteln?			
Allgemeine Einstellung zu Prüf- und Gütesiegeln		Relevanz unterschiedlicher Prüfmerkmale/ Eigenschaften	
Welchen Einfluss haben Prüf- und Gütesiegel auf die Produktwahrnehmung sowie die Kauf- und Zahlungsbereitschaft bei Lebensmitteln?			
Welche Merkmale haben Verbraucher, die eine hohe Offenheit für Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln haben?			
Wie hoch ist die Bekanntheit und Käuferreichweite einzelner Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln?			
Gestützte Bekanntheit von Prüf- und Gütesiegeln		Bewusste Käuferreichweite von Prüf- und Gütesiegel	
Wie werden einzelne Prüf- und Gütesiegel bei Lebensmitteln von Verbrauchern wahrgenommen?			
Merkmale der Befragten			
Alter	Geschlecht	Haushalts-Einkommen	Bildungshintergrund
Entscheider-Rolle im Haushalt bei LM	Kaufhäufigkeit bei LM	Kauf- und Informationsverhalten bei LM	Käufertypen bei LM

Merkmale der Befragten

Käufertypen: Hintergrund

- Im Lebensmittel-Markt existieren verschiedene Einstellungs- und/oder Konsummerkmale von Verbrauchern (bspw. Affinität zu fair gehandelten Produkten), die bei Lebensmittelprodukten oft als Grundlage für die Positionierung verwandt werden, um Zielgruppen im Markt spezifisch anzusprechen (bspw. Zielgruppe „Fairtrade-Käufer“).
- Der Fragebogen enthielt diverse Indikator-Fragen zu insgesamt 17 oft wichtigen Einstellungs- und/oder Konsummerkmalen von Verbrauchern, die beim Lebensmitteleinkauf und der Produktwahl eine Rolle spielen können.
- Diejenigen Kunden, die eine hohe Affinität zu einem Einstellungs- und/oder Konsummerkmal aufweisen (bspw. Affinität zu fair gehandelten Produkten) wurden analog als Käufertyp für das Merkmal zugeordnet (bspw. „Fairtrade-Käufer“).

[Beispiel]	stimme gar nicht zu	stimme eher nicht zu	teils/ teils	stimme eher zu	stimme voll zu
Ich achte beim Einkaufen darauf, dass die Produkte aus fairem Handel (Fair Trade) stammen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

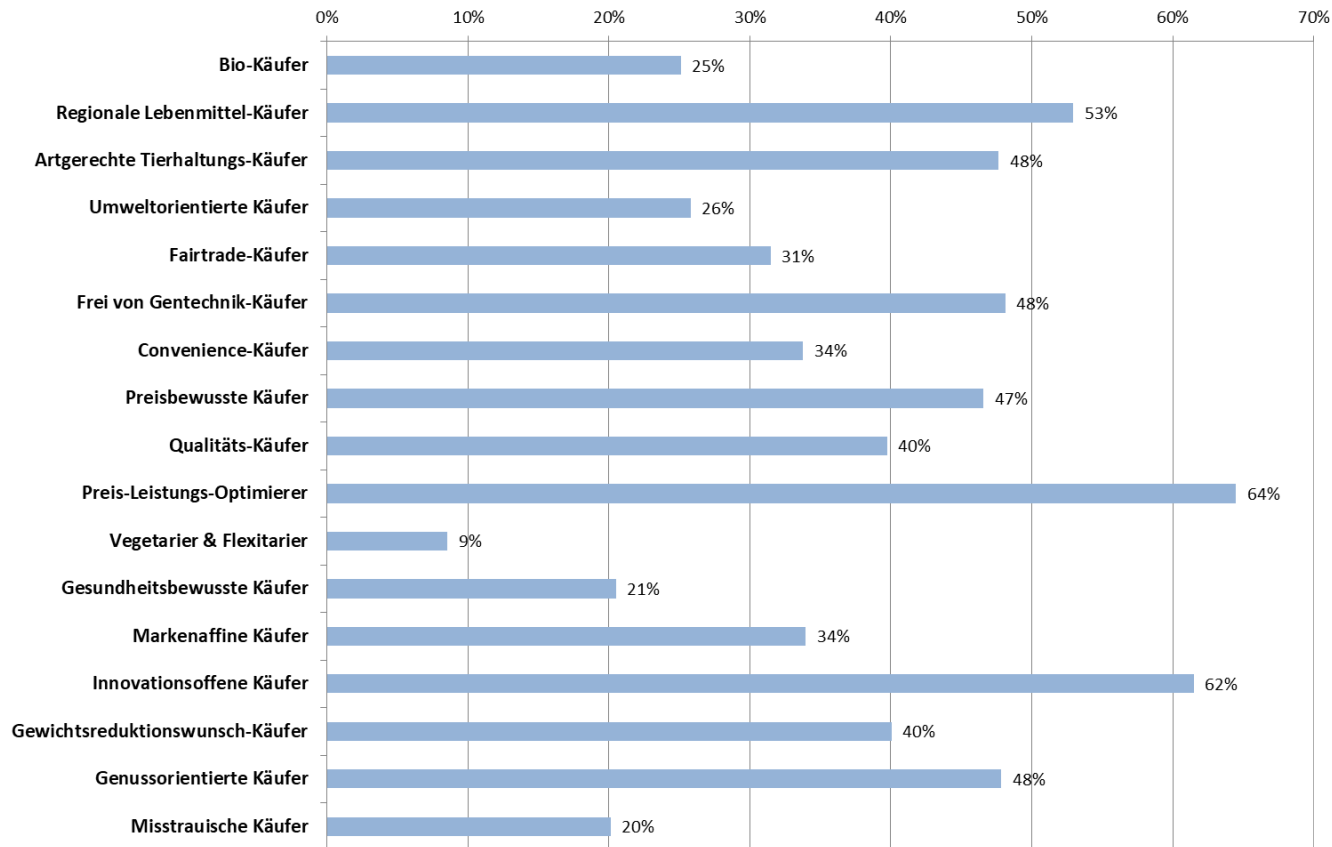

Fairtrade-Käufer

- Mit Hilfe der Käufertypen lassen die Ergebnisse der Studie auch Aussagen zu spezifischen Zielgruppen bei Lebensmitteln zu. Ein Käufertyp kann als Zielgruppe für die Ansprache über das Einstellungs-/Konsummerkmal betrachtet werden.
- Die Käufertypen sind nicht überschneidungsfrei. Ein einzelner Verbraucher kann zeitlich mehreren Käufertypen angehören.

Merkmale der Befragten

Käufertypen: Käufertypen und Anteile an den Befragten

[Basis alle Befragten, n=1.039]

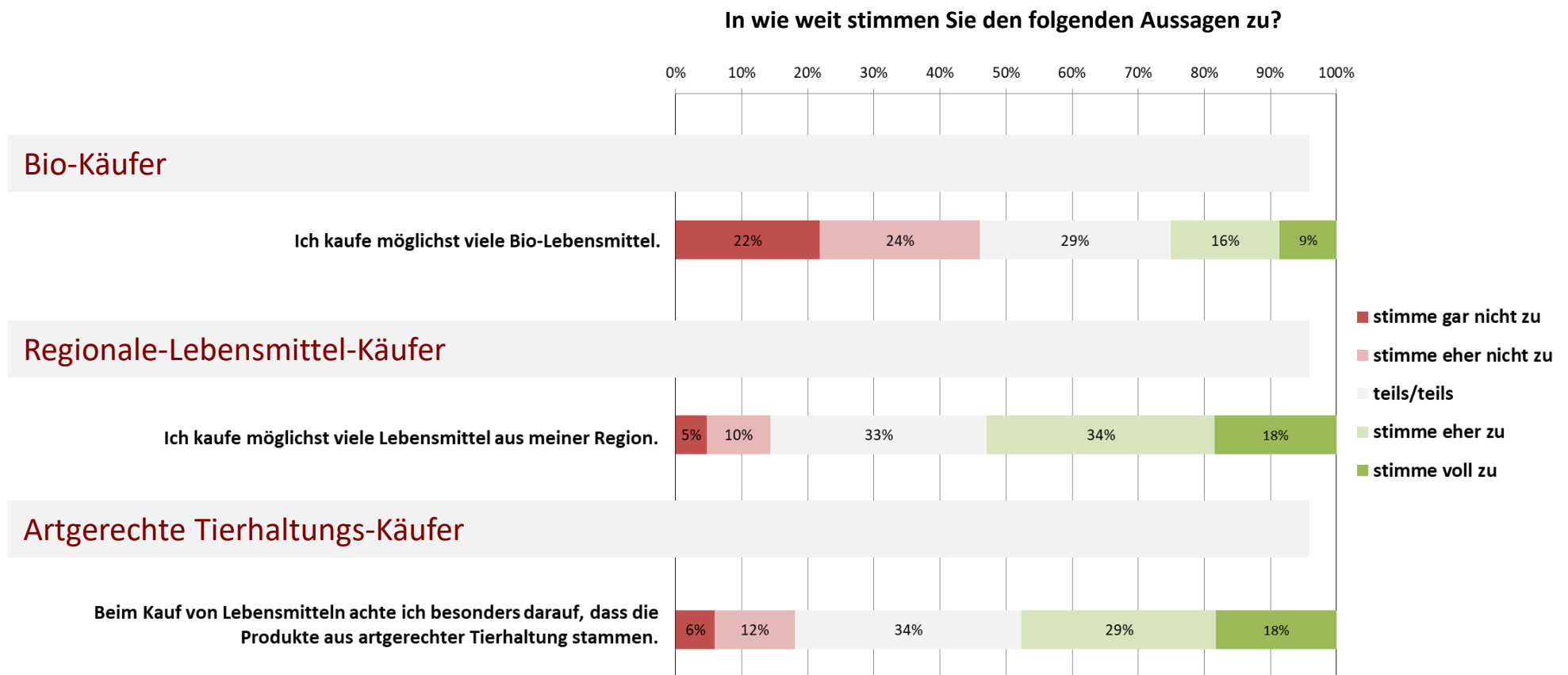


Merkmale der Befragten

Käufertypen: Übersicht der Statements, die als Grundlage der Typen-Bildung verwandt wurden

[Befragte, die dem Statement (oder Statement-Block bei mehreren Statements) zustimmten, wurden dem Käufertyp entsprechend zugeordnet]

[Alle Befragten, n=1.039]

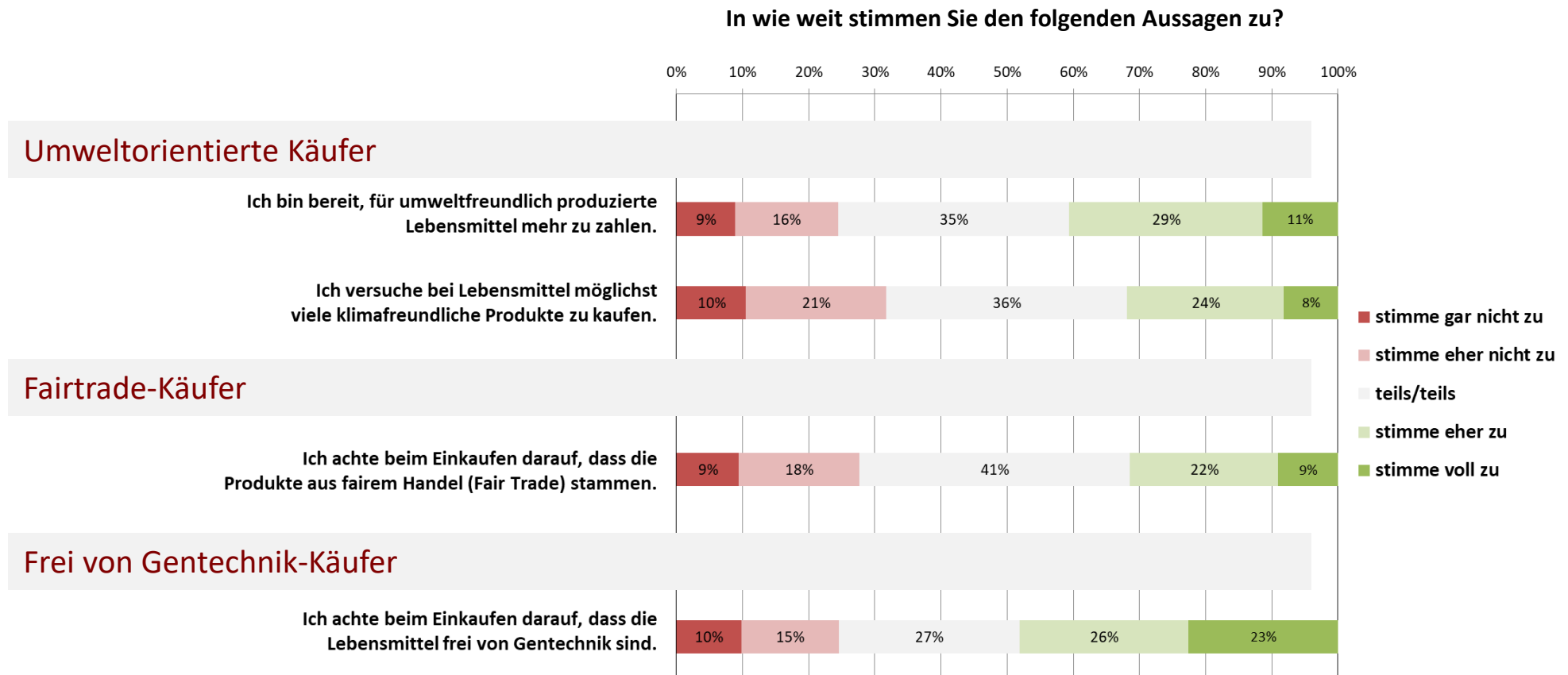


Merkmale der Befragten

Käufertypen: Übersicht der Statements, die als Grundlage der Typen-Bildung verwandt wurden

[Befragte, die dem Statement (oder Statement-Block bei mehreren Statements) zustimmten, wurden dem Käufertyp entsprechend zugeordnet]

[Alle Befragten, n=1.039]



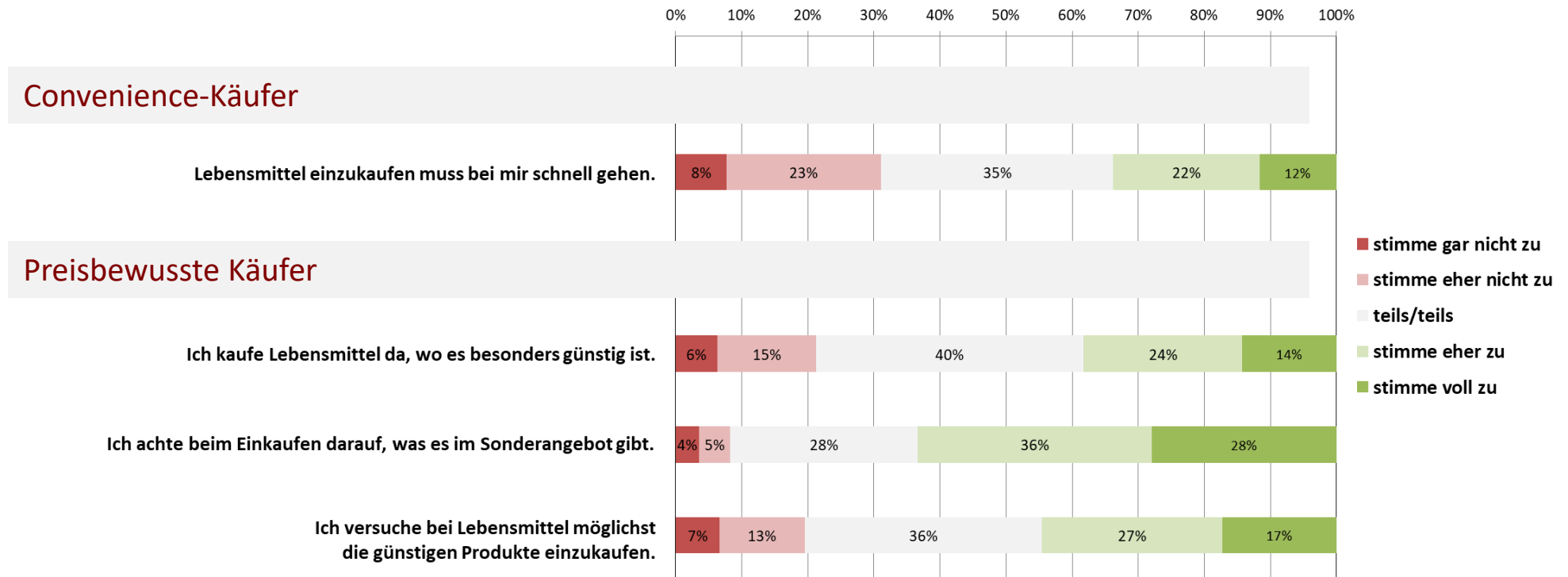
Merkmale der Befragten

Käufertypen: Übersicht der Statements, die als Grundlage der Typen-Bildung verwandt wurden

[Befragte, die dem Statement (oder Statement-Block bei mehreren Statements) zustimmten, wurden dem Käufertyp entsprechend zugeordnet]

[Alle Befragten, n=1.039]

In wie weit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

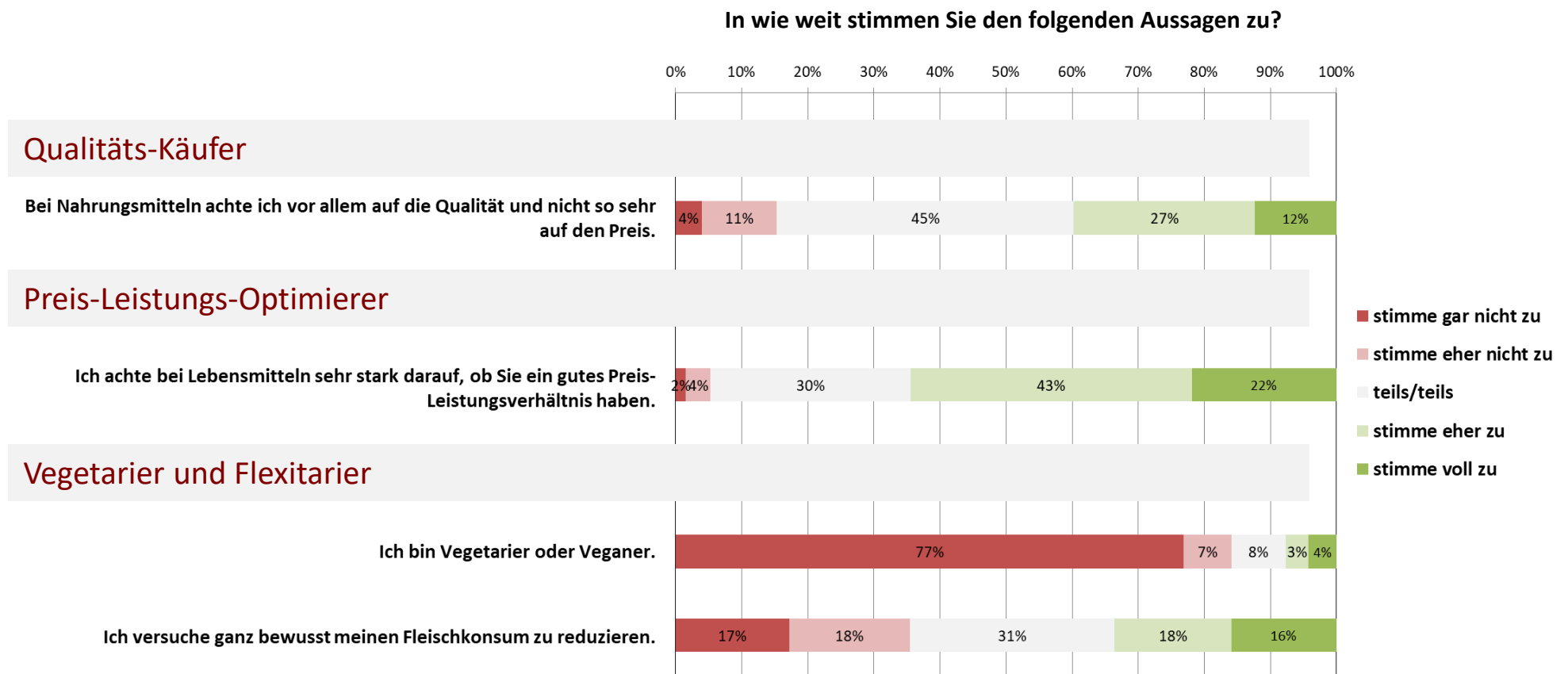


Merkmale der Befragten

Käufertypen: Übersicht der Statements, die als Grundlage der Typen-Bildung verwandt wurden

[Befragte, die dem Statement (oder Statement-Block bei mehreren Statements) zustimmten, wurden dem Käufertyp entsprechend zugeordnet]

[Alle Befragten, n=1.039]

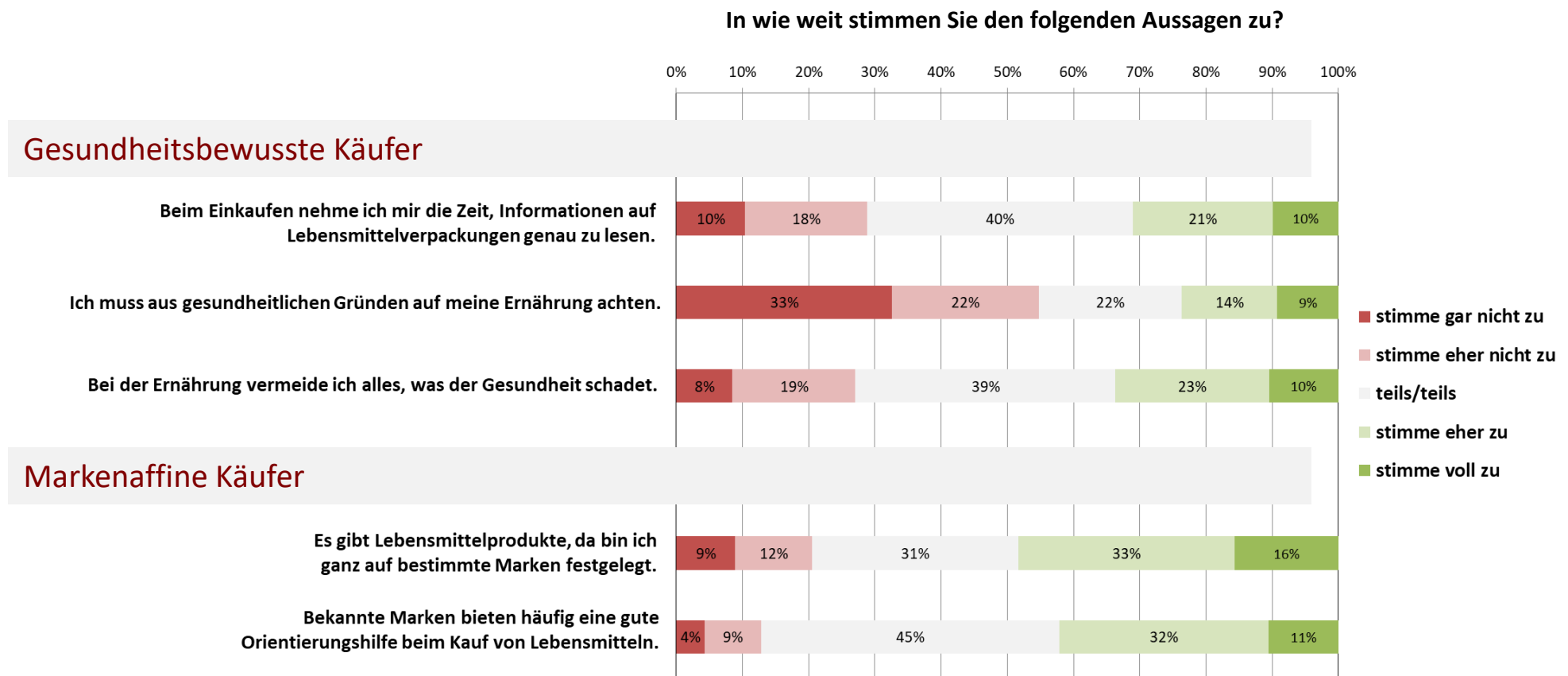


Merkmale der Befragten

Käufertypen: Übersicht der Statements, die als Grundlage der Typen-Bildung verwandt wurden

[Befragte, die dem Statement (oder Statement-Block bei mehreren Statements) zustimmten, wurden dem Käufertyp entsprechend zugeordnet]

[Alle Befragten, n=1.039]

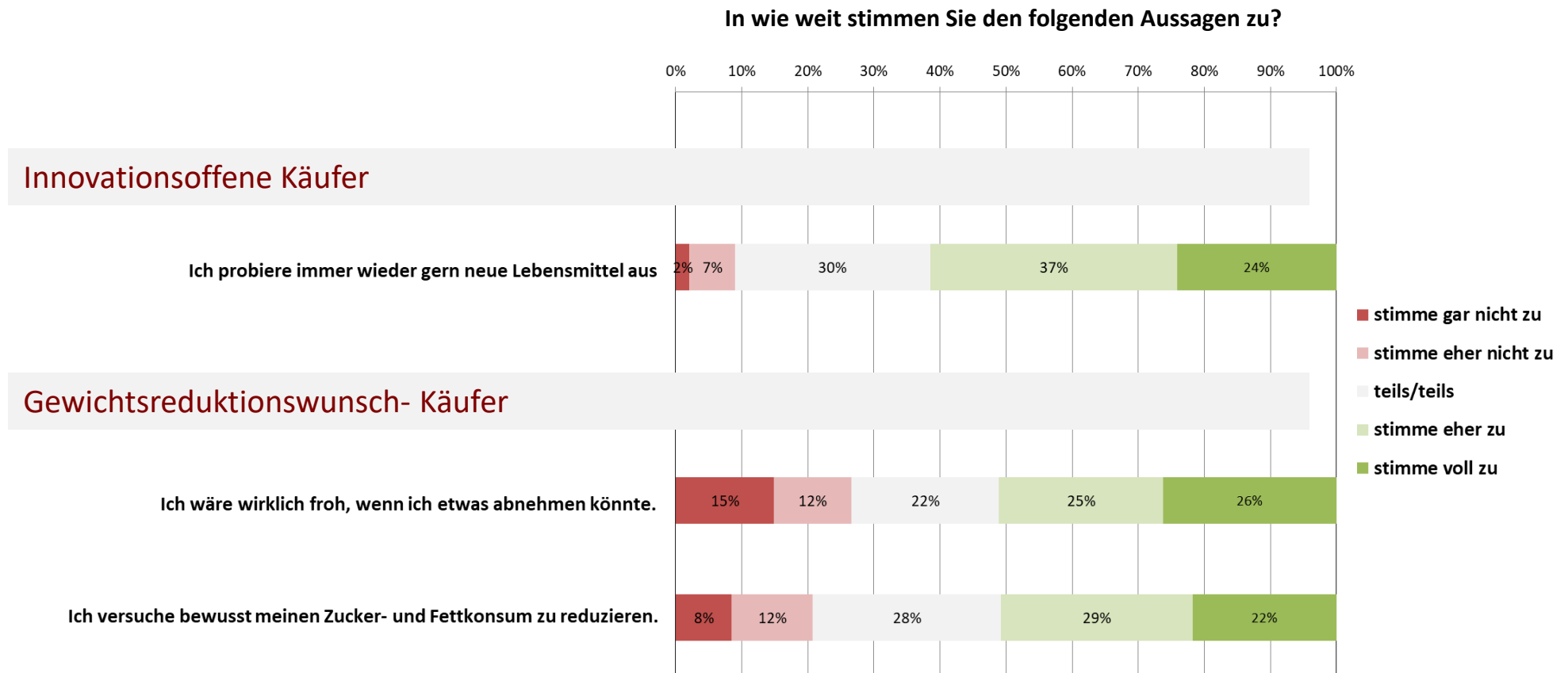


Merkmale der Befragten

Käufertypen: Übersicht der Statements, die als Grundlage der Typen-Bildung verwandt wurden

[Befragte, die dem Statement (oder Statement-Block bei mehreren Statements) zustimmten, wurden dem Käufertyp entsprechend zugeordnet]

[Alle Befragten, n=1.039]



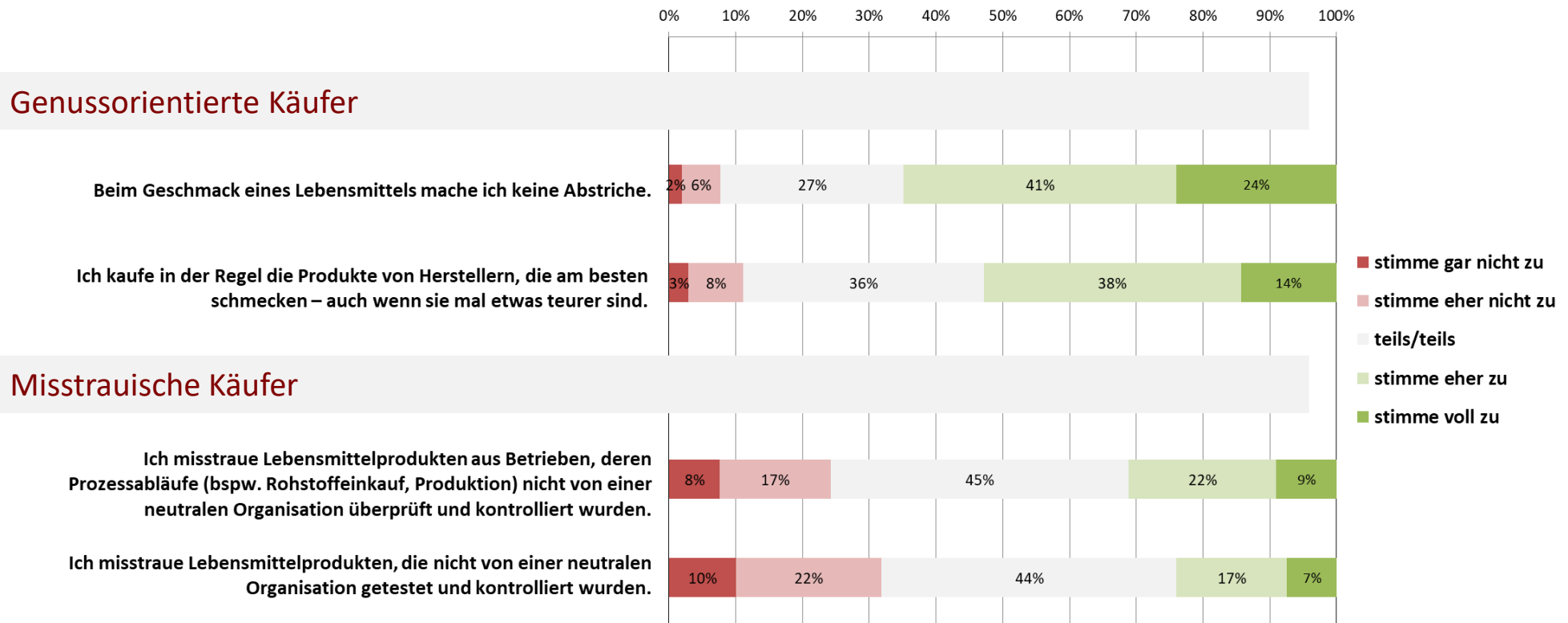
Merkmale der Befragten

Käufertypen: Übersicht der Statements, die als Grundlage der Typen-Bildung verwandt wurden

[Befragte, die dem Statement (oder Statement-Block bei mehreren Statements) zustimmten, wurden dem Käufertyp entsprechend zugeordnet]

[Alle Befragten, n=1.039]

In wie weit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



ENDE