

## **Handelsmarken: Verbraucher akzeptieren höhere Preise für verantwortungsvolle Herstellung**

Hamburg, 12. September 2017. Die Deutschen sind bereit, für sozial und ökologisch verantwortlich hergestellte Handelsmarken etwas tiefer in die Tasche zu greifen. Knapp die Hälfte (46%) der im Rahmen des Handelsmarkenmonitors befragten Konsumenten sind bereit, dafür etwas mehr auszugeben. Vor allem jüngere Verbraucher zwischen 18 und 39 Jahren würden für nachhaltig produzierte Waren einen höheren Preis zahlen (56%). Der Handelsmarkenmonitor wird jährlich erhoben von Ipsos und der Lebensmittel Zeitung, die in der dfv-Mediengruppe Deutschen Fachverlag GmbH, Frankfurt, erscheint.

### **Verbraucher vertrauen Bio-Handelsmarken**

Handelsmarkenprodukten aus dem Bio-Segment wird stetig mehr Vertrauen entgegengebracht: Während 2016 noch 41 Prozent der deutschen Verbraucher den Bio-Handelsmarken vertrauten, sind es in diesem Jahr bereits 44 Prozent (vgl. 2015: 38%). Auch die Qualität der Ware schätzen stetig mehr Konsumenten als hoch ein (45% vs. 2016/2015: 40%/38%). Mehr als die Hälfte (52%) der Verbraucher stimmt zu, dass Handelsmarken Bio-Produkte erschwinglicher gemacht haben. Im Vergleich zu 2015 (46%) und 2016 (47%) sehen dies deutlich mehr Verbraucher so.

### **Regionale Handelsmarken gewinnen an Bedeutung**

Regional produzierte Handelsmarkenprodukte gewinnen beim Verbraucher zunehmend an Bedeutung. Es nehmen nicht nur mehr Verbraucher als in den letzten Jahren öfter einen regionalen Bezug von Handelsmarken wahr (47% vs. je 42% 2016 und 2015), sondern sie achten beim Kauf auch auf die Herkunft (57%). Mehr als ein Drittel der Verbraucher (35%) sucht beim Einkauf sogar gezielt nach Handelsmarken aus der Region. Vor allem Frauen (77%) sind überzeugt davon, mit ihrem Kauf der entsprechenden Produkte etwas für die regionale Wirtschaft tun zu können, unter den männlichen Konsumenten teilen 68 Prozent diese Ansicht. Vier von zehn (39%) Verbrauchern sind zudem bereit für regional erzeugte Handelsmarkenprodukte etwas mehr zu zahlen.

### **Methodensteckbrief:**

Diese Ergebnisse stammen aus einer Kooperationsstudie von Ipsos und der Lebensmittel Zeitung. Der Handelsmarkenmonitor wurde 2015 das erste Mal von Ipsos erhoben und erfasst die Wahrnehmung und Einstellungen der Deutschen zu Handels- und Herstellermarken. 2017 wurden für die repräsentative Studie 1.005 haushaltsführende Personen ab 18 Jahren befragt. Die Online-Umfrage wurde zwischen dem 24. und 30. März 2017 durchgeführt.

## Handelsmarken: verantwortungsvolle Herstellung darf kosten

### Handelsmarkenstudie von Ipsos und Lebensmittel Zeitung

#### » KONSUMENTEN BEZAHLEN MEHR FÜR HANDELSMARKEN AUS...



...SOZIAL UND ÖKOLOGISCH  
VERANTWORTUNGSVOLLER  
HERSTELLUNG «

46 %



...DER REGION «

39 %

#### » REGIONALITÄT VON HANDELSMARKEN GEWINNT AN BEDEUTUNG «



47 %

NEHMEN VERMEHRT DEN  
REGIONALEN BEZUG WAHR

57 %

ACHTEN AUF DIE HERKUNFT  
VON PRODUKTEN

35 %

SUCHEN GEZIELT NACH  
REGIONALEN PRODUKTEN

#### » VERTRAUEN IN BIO-HANDELSMARKEN UND DEREN QUALITÄT WÄCHST «



Quelle: Eine Kooperationsstudie von Ipsos und der Lebensmittel Zeitung.  
Feldzeit: 24. – 30.03.2017. Stichprobe: 1.000 haushaltführende Personen über 18  
Jahren in Deutschland, national repräsentativ gewichtet.  
Methode: online über das Ipsos Access Panel.

GAME CHANGERS



### Über Ipsos:

Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Markt- und Meinungsforschungsinstitut. In einer sich immer schneller verändernden Welt ist es unsere Aufgabe, unsere Kunden mit präzisen und umsetzbaren Analysen bei ihrer Veränderung zu unterstützen, dabei orientieren wir uns an den „4S“: Security, Simplicity, Speed und Substance. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in fünf Forschungsbereichen spezialisiert. So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Und das in 88 Ländern auf allen Kontinenten. In Deutschland beschäftigen wir über 600 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Frankfurt und Berlin.  
We are GAME CHANGERS.



**Kontakt Ipsos Pressestelle**  
Gudrun Witt  
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6  
20097 Hamburg  
Tel. 040 80096 4179