

PRESSE-INFORMATION

Konsumenten vertrauen auch bei Handelsmarken auf Bio-Qualität

- **Jeder Zweite hält Handelsmarken-Bio-Produkte für qualitativ hochwertig**
- **Qualitätssiegel wird als besondere Auszeichnung empfunden**

Hamburg, 25. November 2019 – Etwa jeder zweite Konsument (44%) nimmt Bio-Produkte von Handelsmarken als qualitativ hochwertig wahr, etwa ebenso viele (46%) vertrauen diesen Produkten. Das ermittelte der „Handelsmarkenmonitor 2019“, den das Marktforschungsunternehmen Ipsos und die Lebensmittel Zeitung, die in der dfv-Mediengruppe Deutschen Fachverlag GmbH Frankfurt erscheint, bereits im fünften Jahr gemeinsam durchgeführt haben. Die Anzahl der Befragten, die bei Bio-Produkten von Handelsmarken keine hohe Qualität sehen und ihnen nicht vertrauen, ist mit 10 bzw. 11 Prozent relativ gering.

Vertrauen in Bio-Produkte und Qualität bleibt auf hohem Niveau

Damit bleibt die Überzeugung von der Qualität und das Vertrauen in diesem Segment auf einem ähnlich hohen Niveau wie die vergangenen drei Jahre und deutlich höher als noch 2015, wo jeweils 38 Prozent den Bio-Handelsmarken eine hohe Qualität bescheinigten und ihnen vertrauten. Besonders ausgeprägt ist dieses Vertrauen mit 54 Prozent bei Haushalten in den höheren Einkommensklassen (mehr als 3.000€ Haushaltsnettoeinkommen).

Qualitätssiegel wird als besondere Auszeichnung empfunden

Im Handelsmarkenmonitor 2019 wurden die Konsumenten erstmals auch zum Thema Qualitätssiegel befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass knapp die Hälfte (47%) die Siegel von Anbauverbänden wie Bioland oder Demeter als besondere Qualitätsauszeichnung empfindet. Allerdings achtet nur knapp jeder Dritte (29%) auf eine entsprechende Kennzeichnung der Bio-Produkte von Handelsmarken. Bei Personen mit einem geringen Haushaltsnettoeinkommen (weniger als 1.500€) achtet nur jeder Fünfte (20%) auf Siegel von Anbauverbänden und nimmt diese auch generell weniger stark als

PRESSE-INFORMATION

Qualitätsauszeichnung wahr (40% im Vergleich zu allen Befragten mit 47%). Diejenigen, die das Siegel als Qualitätskennzeichnung ablehnen, sind mit 15 Prozent in der Minderheit. Relativ groß ist dagegen der Anteil der neutralen Bewertungen (38%).

Für mehr als ein Drittel der Befragten (36%) ist ein Qualitätssiegel zudem eine Rechtfertigung für einen höheren Preis. Die gesteigerte Preisbereitschaft zeigt sich bei Haushalten mit mittleren und höheren Einkommen (mindestens 1.500€ Haushaltsnettoeinkommen) stärker ausgeprägt, wohingegen die älteren Zielgruppen (60 Jahre und älter) weniger oft bereit sind, wegen eines Siegels mehr für die Bio-Produkte von Handelsmarken zu bezahlen (nur 30%).

Konsumenten vertrauen Bio-Produkten von Handelsmarken und deren Qualität

Ipsos

Handelsmarken haben Bio-Produkte erschwinglicher gemacht.



52%

46%

Bio-Produkten von Handelsmarken kann man vertrauen.



46%

38%

Bio-Produkte von Handelsmarken sind von hoher Qualität.



44%

38%

■ 2019
■ 2015

Basis: je n=1.000 haushaltführende Personen ab 18 Jahren;
Online Befragung, Feldzeit: 11.-17.02.2019 sowie 4.-10.03.2015

GAME CHANGERS



PRESSE-INFORMATION

Über die Studie

Seit 2015 führen die Lebensmittel Zeitung und das Marktforschungsinstitut Ipsos jährlich eine Studie durch, die die Sicht der Verbraucher auf die Handelsmarken auslotet. Ziel der repräsentativen Untersuchung, für die 1.000 Online-Interviews mit haushaltsführenden Personen ab 18 Jahren in Deutschland geführt wurden, ist es, die Wahrnehmung von Handelsmarken in Deutschland zu messen. Der diesjährige Handelsmarkenmonitor liefert wieder eine Reihe interessanter Ergebnisse und verdeutlicht das weiterhin wachsende Potenzial der Handelsmarken, besonders auch im diesjährig erstmals betrachteten Bereich der Convenience-Produkte.

Über Ipsos

Ipsos ist die Nummer 3 weltweit in der Marktforschungsbranche mit mehr als 18.000 Mitarbeitern und starker Präsenz in 90 Ländern. Unsere Forschungsexperten, Analysten und Wissenschaftler verfügen über das breite Know-How von Multi-Spezialisten, das tiefe Insights in Handlungen, Meinungen und Motivationen von Bürgern, Konsumenten, Patienten, Käufern oder Mitarbeitern ermöglicht. Wir haben die große Bandbreite unserer Lösungsansätze in 18 Service Lines zusammengefasst und unterstützen damit über 5000 Kunden weltweit.

1975 in Paris gegründet, wird Ipsos bis heute von Forschern geführt. In Deutschland sind wir mit ca. 700 Mitarbeitern an sechs Standorten präsent: Hamburg, Mölln, Berlin, Frankfurt, Nürnberg und München.

Ipsos ist seit dem 1. Juli 1999 an der Euronext in Paris notiert. Das Unternehmen ist Teil des SBF 120 und des Mid-60 Index und hat Anspruch auf den Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.de | www.ipsos.com