

Siegel & Nachhaltigkeit bei Verpackungen

g/d/p Eigenstudie

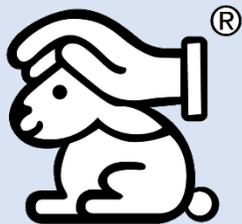


Zusammenfassung

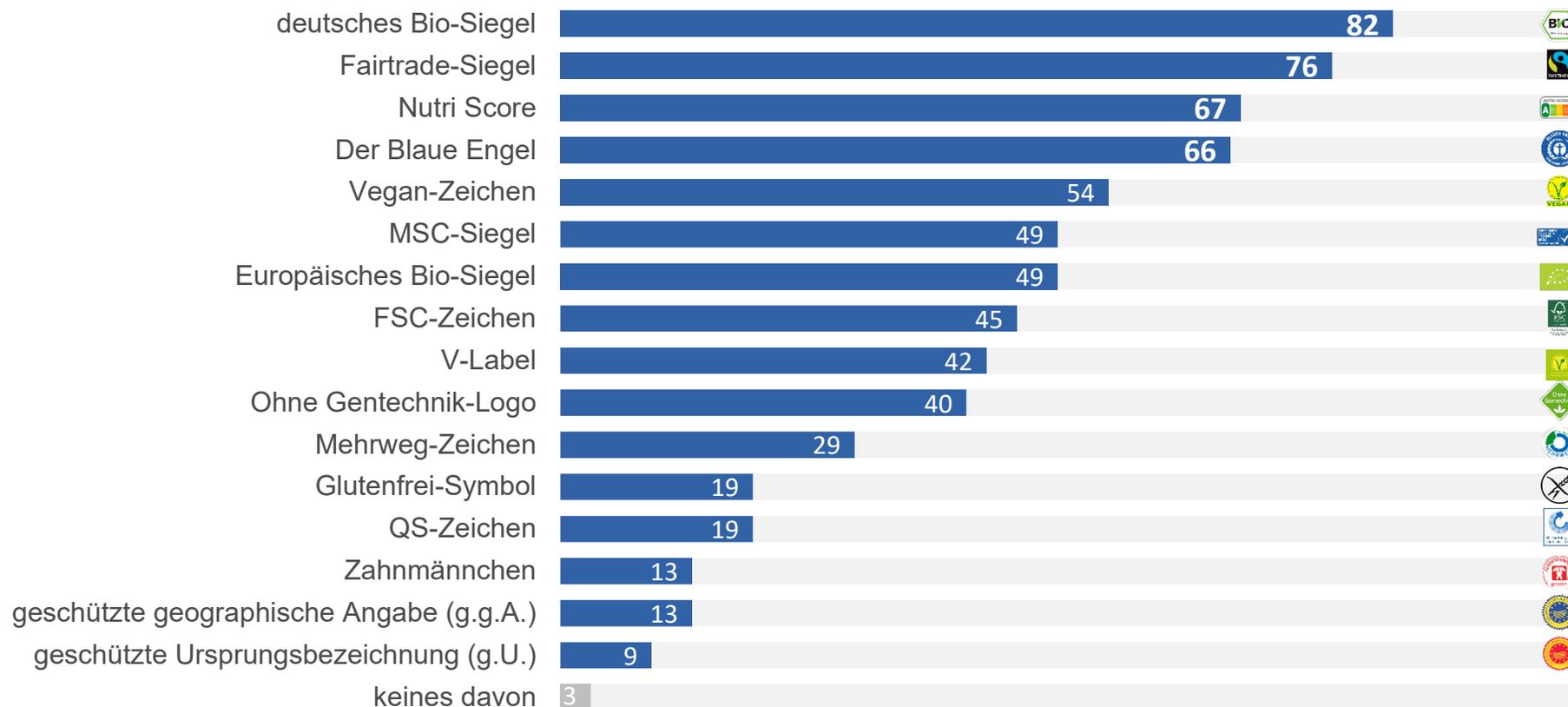
- Wie es um das Interesse der deutschen Konsumierenden an Siegeln und nachhaltigen Verpackungen steht und wie sehr sie das Thema Nachhaltigkeit in ihren persönlichen Einkauf integrieren, das hat die Forschungsgruppe g/d/p anhand einer Teilstichprobe einer repräsentativ gewichteten Online-Befragung mit 1200 Haushaltsführenden untersucht.
- Das deutsche Bio-Siegel ist bei über 80% der Haushaltsführenden bekannt, Fairtrade-Siegel, Nutri-Score und der Blaue Engel weisen ebenfalls hohe Bekanntheitsgrade auf. Gut jeder dritte Siegel-Kenner achtet zudem beim Einkauf von Lebensmitteln auf Nutri-Score, Fairtrade-Siegel oder deutsches Bio-Siegel.
- Beim Einkauf von Drogerieartikeln fallen vor allem das Fairtrade-Siegel und der Blaue Engel auf. Jeder vierte Kenner des jeweiligen Siegels achtet zudem beim Einkauf von Drogerieartikeln auf den Blauen Engel oder das Fairtrade-Siegel.
- Alle Siegel werden als glaubwürdig wahrgenommen, vor allem die Mehrweg und Glutenfrei Symbole.
- Mehr als die Hälfte achtet beim Kauf auf nachhaltige Verpackungen. Frauen mehr als Männer, Jüngere stärker als Ältere. Am häufigsten achten die Shoppenden auf Mehrweg-Verpackungen (mit Pfand).
- Nur ein knappes Drittel der auf Nachhaltigkeit achtenden Shopper ist mit den bisherigen Bemühungen ihrer Haupteinkaufsstätte zur Reduzierung von Verpackungen zufrieden; mehr als die Hälfte dieser Befragten sieht Steigerungspotenzial.

Siegel

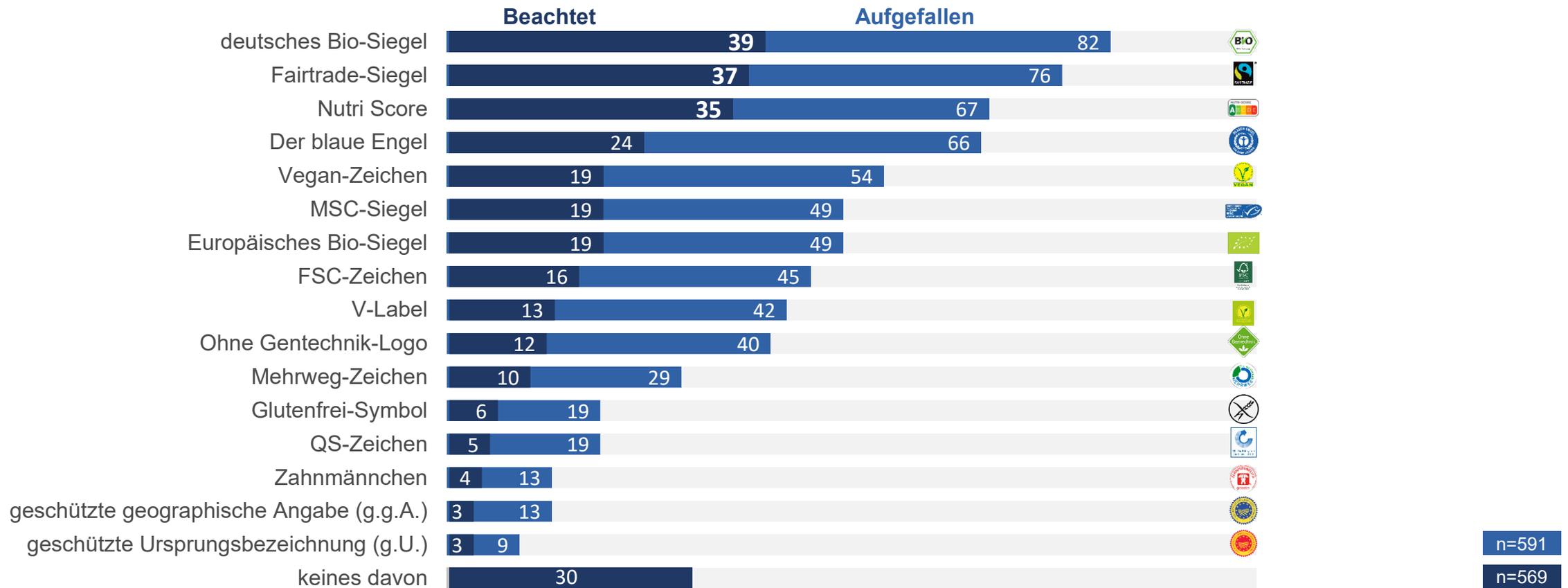
Untersuchte Siegel



Deutsches Bio-Siegel bei über 80% bekannt, Fairtrade-Siegel, Nutri-Score und der Blaue Engel ebenfalls mit hohen Bekanntheitsgraden



Falls bekannt, achtet mehr als jeder dritte Shopper beim Einkauf auf das deutsche Bio-Siegel, das Fairtrade-Siegel und den Nutri-Score



Frage 30: Welche der nachfolgenden Siegel und Kennzeichen sind Ihnen schon einmal beim Einkauf und auf Verpackungen von Lebensmitteln aufgefallen?

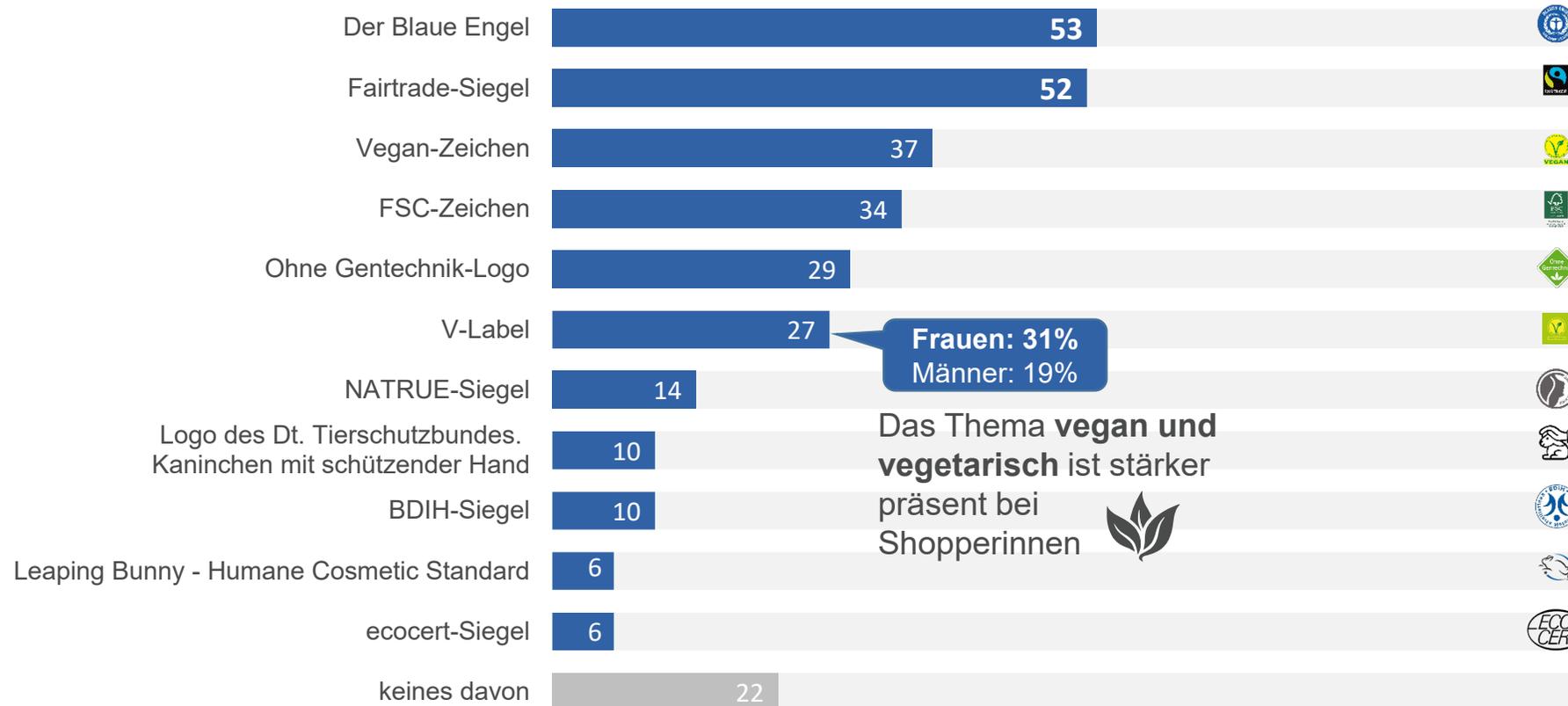
Falls bekannt: Frage 32a: Und auf welche Zeichen achten Sie persönlich beim Einkauf von Lebensmitteln?

Angaben in %

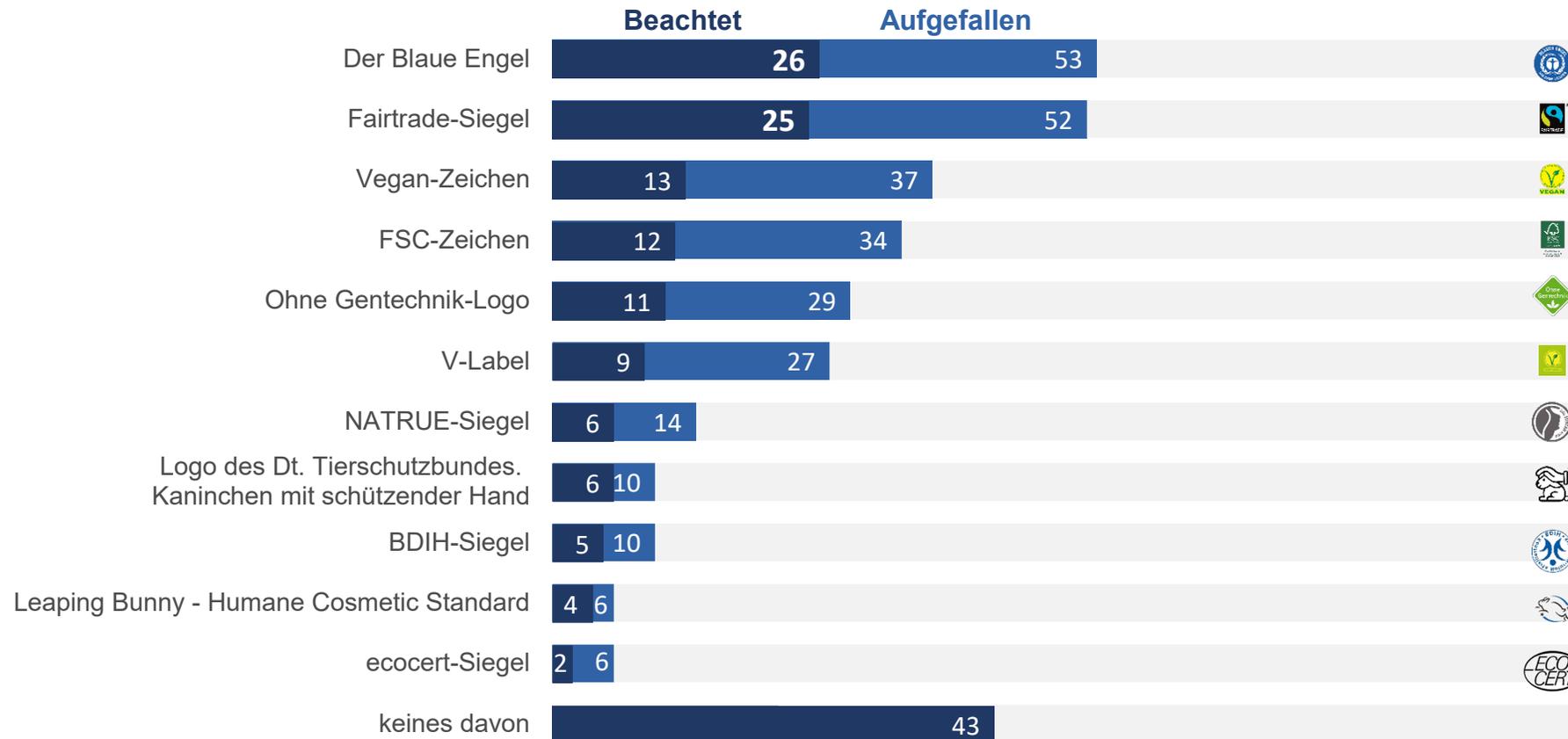
n=591

n=569

Beim Einkauf von Drogerieartikeln fallen vor allem der Blaue Engel und das Fairtrade-Siegel auf



Jeder vierte Shopper achtet beim Einkauf von Drogerieartikeln auf den Blauen Engel oder das Fairtrade-Siegel, sofern bekannt



n=591

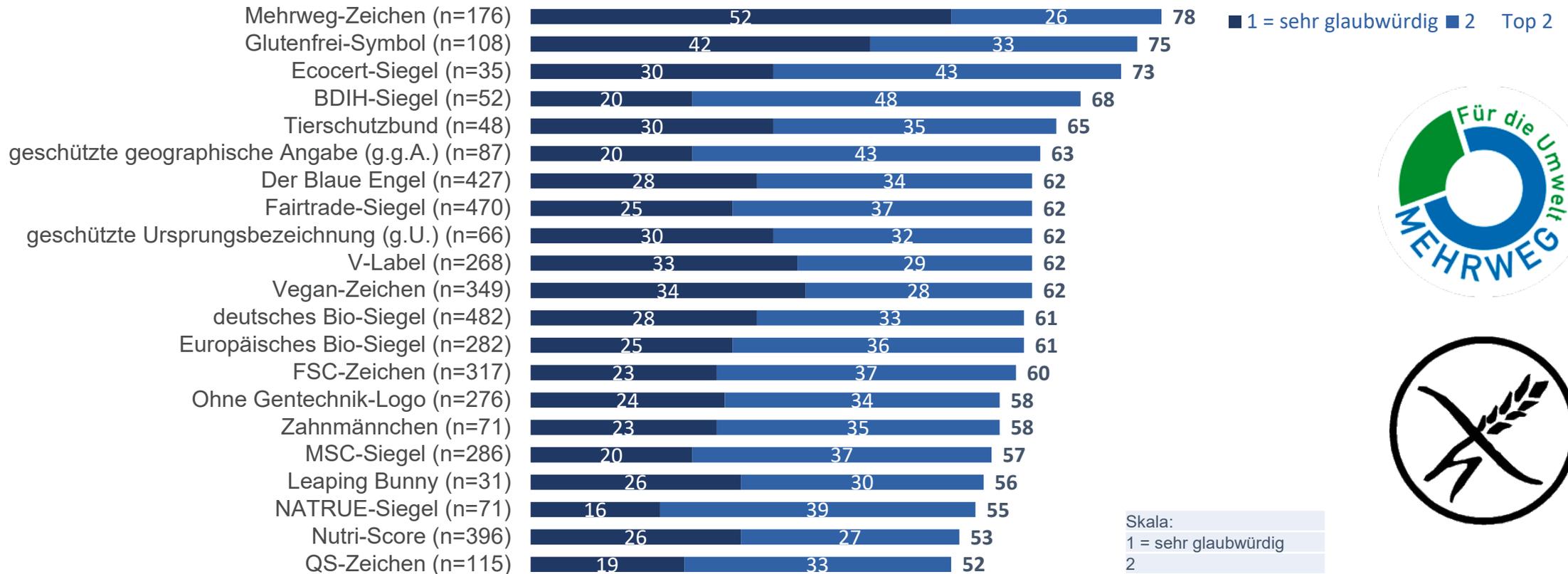
n=472

Frage 31: Welche der nachfolgenden Siegel und Kennzeichen sind Ihnen schon einmal beim Einkaufen und auf Verpackungen von Drogerieprodukten aufgefallen?

Falls bekannt: Frage 32b: Und auf welche Zeichen achten Sie persönlich beim Einkauf von Drogerieprodukten?

Angaben in %

Mehr als die Hälfte der Shoppenden nimmt die ihnen bekannten Siegel als glaubwürdig wahr



Skala:
 1 = sehr glaubwürdig
 2
 3
 4
 5 = nicht glaubwürdig

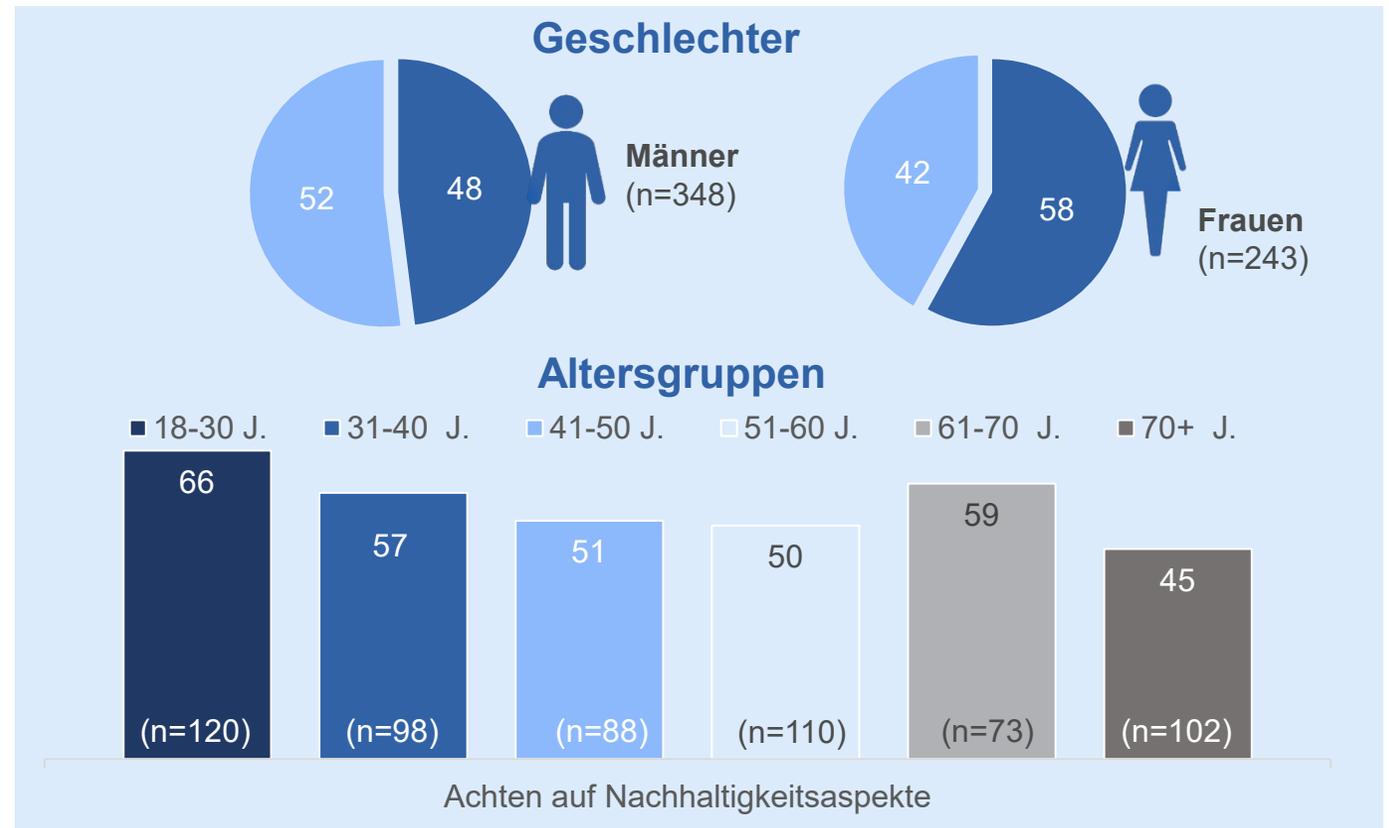
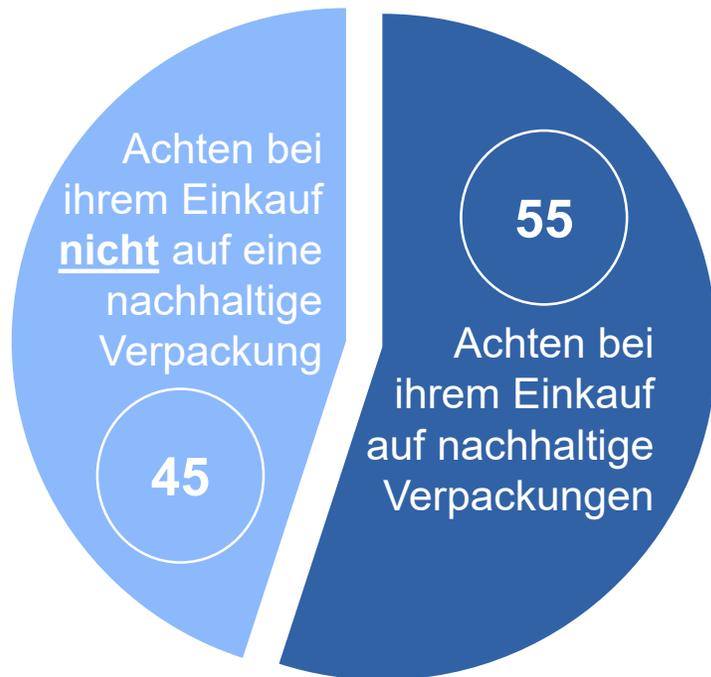
Falls das jeweilige Siegel bekannt ist lt. F30/F31:

Frage 33: Wie glaubwürdig schätzen Sie die verschiedenen nachfolgend gezeigten Siegel ein?

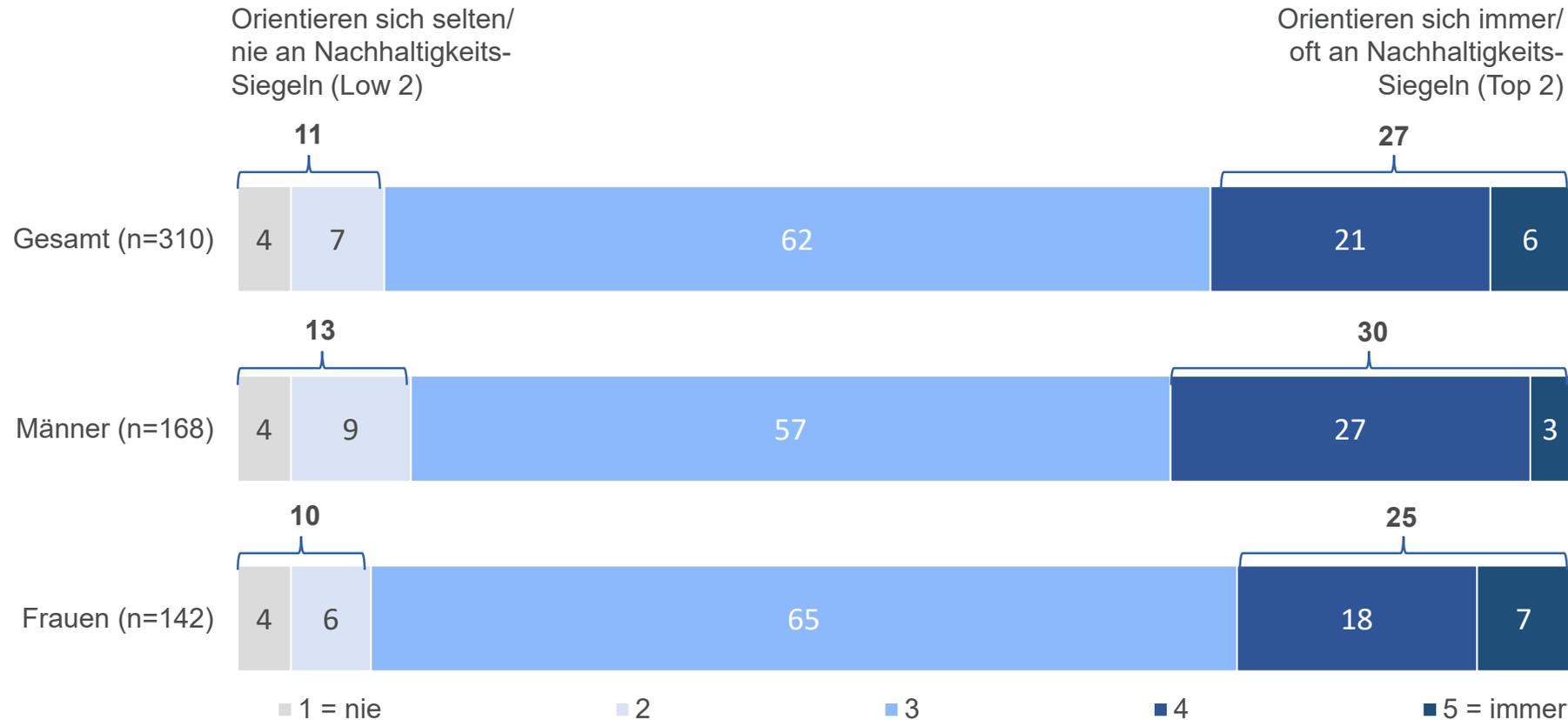
Angaben in %

Nachhaltigkeit bei Verpackungen

Mehr als die Hälfte der Shopper achtet beim Kauf auf Nachhaltigkeitsaspekte bei den Verpackungen



Nur ein Viertel der Shopper, die auf Nachhaltigkeitssiegel achten, orientiert sich auch an ihnen bei der Produktwahl

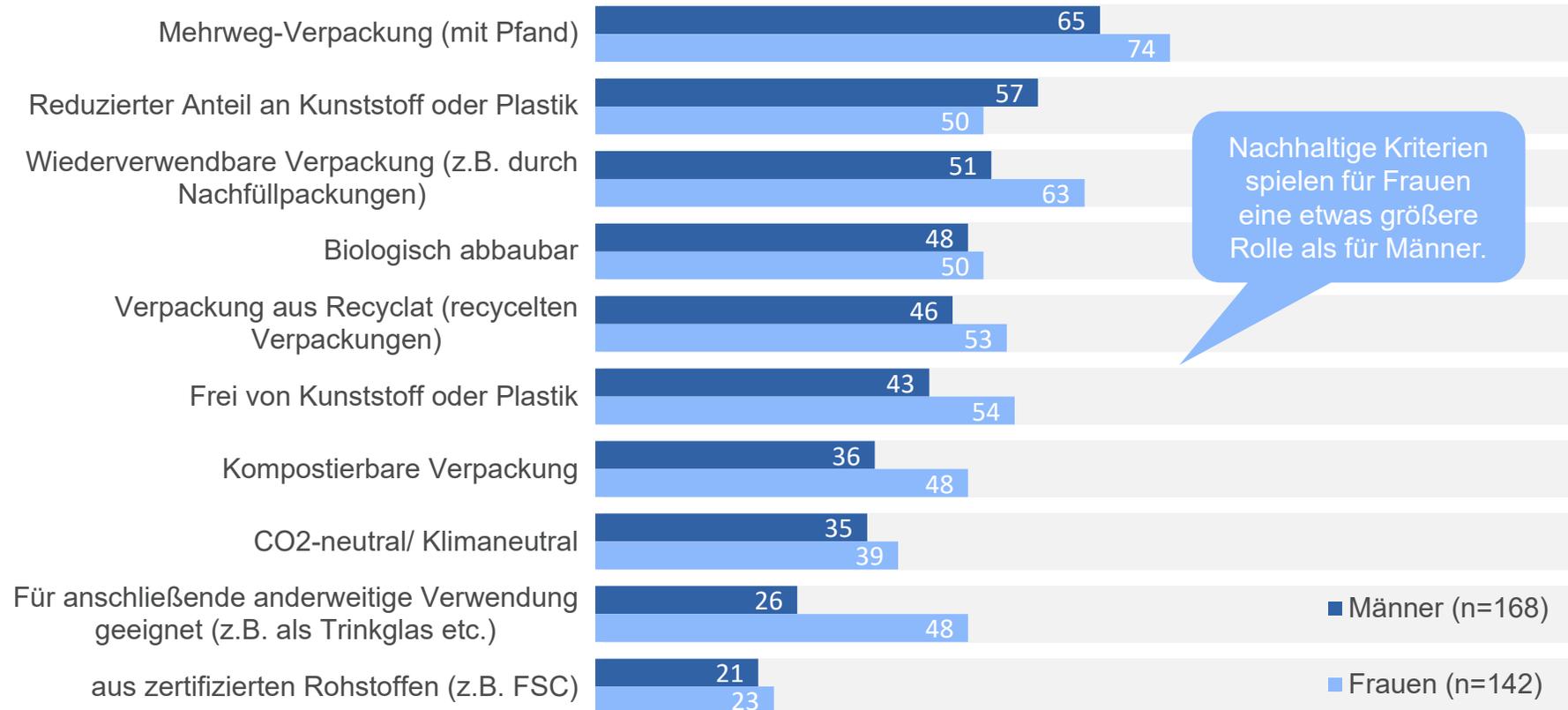


In der Altersklasse 41-50 spielen Nachhaltigkeits-Siegel die größte Rolle

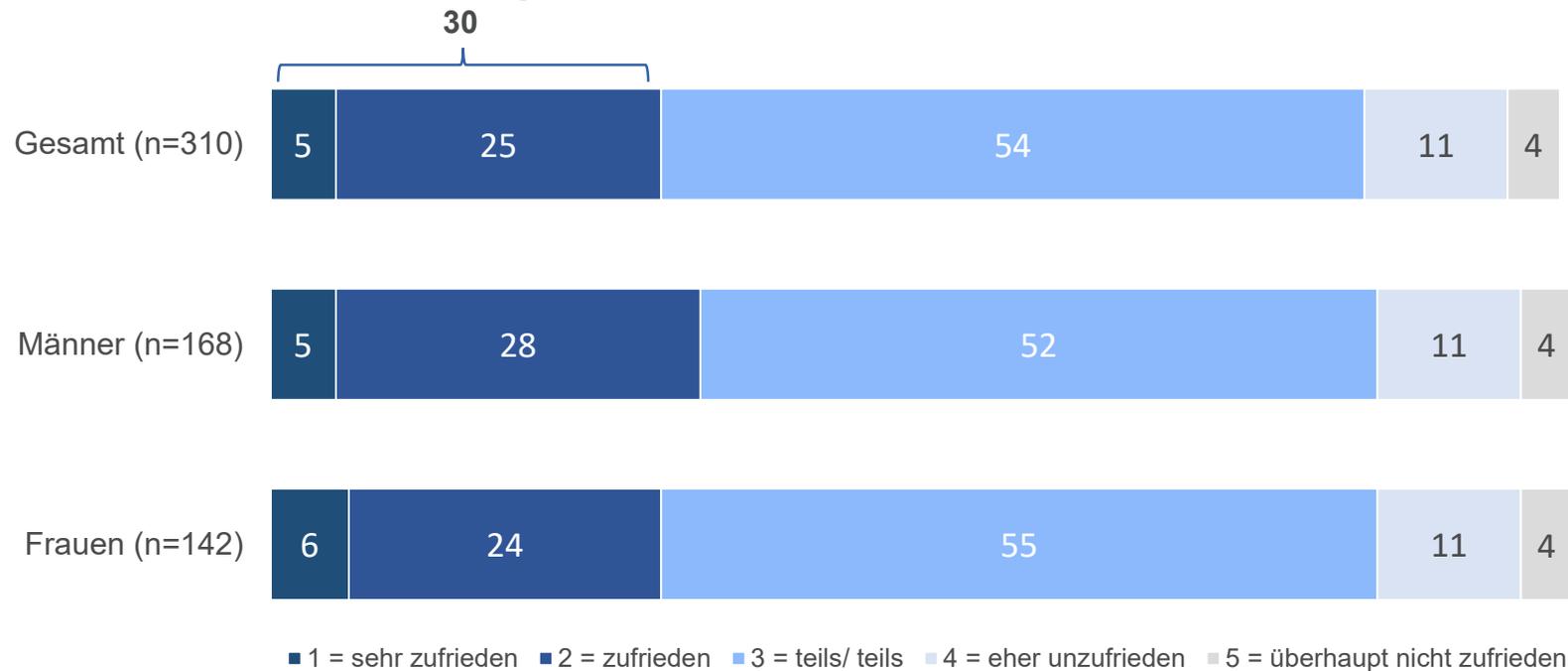
18-30 J.	20
31-40 J.	31
41-50 J.	38
51-60 J.	22
61-70 J.	27
70+ J.	28

Hier dargestellt: Top2
Basen siehe Folie 12

Für Shopper, die beim Einkauf auf Nachhaltigkeit achten, sind Mehrweg-Verpackungen (mit Pfand) am relevantesten



Nur 30 Prozent, der auf Nachhaltigkeit achtenden Shopper, sind mit den Bemühungen der bevorzugten Einkaufsstätte zur Reduzierung von Verpackungen zufrieden



Falls beim Einkauf von Verpackungen auf Nachhaltigkeitsaspekte geachtet wird lt. F34:

Frage 38: Wenn Sie an Ihre bevorzugte Einkaufsstätte für Dinge des alltäglichen Bedarfs denken: Wie zufrieden sind Sie mit den Bemühungen Ihrer Stammeinkaufsstätte für Dinge des alltäglichen Bedarfs bei deren Reduzierung von Verpackungen?

Angaben in %

Untersuchungssteckbrief



Untersuchungsmethode: Online Befragung



Untersuchungszeitraum: November 2021



Befragungsgebiet: Bundesweite Befragung



Stichprobe: n=591 aus gewichteter Stichprobe mit n=1200 Personen



Zielpersonen: Haushaltsführende Personen ab 18 Jahren



Geschlecht: Gewichtet: Frauen (70%), Männer (30%)



Alter: Gewichtet: 18-30 Jahre (18%), 31-40 Jahre (15%), 41-50 Jahre (15%), 51-60 Jahre (19%), 61-70 (14%), 70+ (18%)



Projektmanagement: Forschungsgruppe g/d/p



Marie-Susann Burger
Research Consultant

Tel: +49 (0) 40 - 298 76-226
Mail: Burger@gdp-group.com



Katharina Labohm
Junior Research Consultant

Tel: +49 (0) 40 - 298 76-204
Mail: Labohm@gdp-group.com

g/d/p Marktanalysen GmbH
Ein Unternehmen der
Forschungsgruppe g/d/p
Richardstraße 18
22081 Hamburg
<https://www.gdp-group.com>