

+++ Pressemitteilung vom 19. März 2010 +++

## **Bio-Siegel der EU**

### **Mehrheit der Deutschen begrüßt europaweite Einheitlichkeit, Vergabekriterien sind aber weiter unklar**

**Köln, 19. März 2010.** Die Lebensmittelregale der Bundesrepublik werden am 01. Juli 2010 um ein weiteres Gütesiegel reicher: das europäische Bio-Siegel. Grundsätzlich eine gute Idee finden die Deutschen: 81 Prozent begrüßen einer aktuellen Umfrage der YouGovPsychonomics AG zufolge die Idee eines europaweit einheitlichen Bio-Siegels. Das Problem dabei ist allerdings: 79 Prozent der befragten Bundesbürger geben gleichzeitig an, „eher nicht“ oder „überhaupt nicht“ zu verstehen, nach welchen Kriterien das Bio-Siegel der Europäischen Union eigentlich vergeben wird.

*„In unserer Studie ‚Bio, Öko, fairer Handel – was zählt und wer zahlt?‘ konnten wir feststellen, dass die Begriffe Bio, Regionalität und Nachhaltigkeit für den Konsumenten zusammenhängen und oftmals vermischt werden“, kommentiert Studienleiterin Bettina Willmann. „So wird Bio-Lebensmitteln der Aspekt der Klimafreundlichkeit häufig zugeschrieben, obwohl diese oftmals ebenfalls lange Transportwege zurücklegen.“*

#### **Bio-Siegel in den Medien: 70 Prozent schalten ab**

Ein Grund für die Unwissenheit liegt offenbar darin, dass aktuell 70 Prozent aller Befragten angeben, sich derart mit dem Thema Bio-Siegel überfrachtet zu fühlen, dass die Medienberichterstattung zu diesem Thema nicht mehr aufmerksam verfolgt werde. Diesen Eindruck unterstützen auch aktuelle Daten der Studie „Bio, Öko, fairer Handel – was zählt und wer zahlt?“. 85 Prozent der befragten Verbraucher geben demnach an, dass sie in der Vielzahl an Siegeln inzwischen schlicht den Überblick verloren haben. Dementsprechend verwundert es wenig, dass aktuell etwa jeder Zweite (53 Prozent) der Meinung ist, das neue Siegel sei überflüssig, da es bereits eine ausreichende Anzahl an Bio-Siegeln gebe.

## **Wunsch nach Regionalität: EU-Siegel genießt weniger Vertrauen als das deutsche**

Schwierigkeiten haben die Deutschen zudem mit der Vertrauenswürdigkeit des EU-Siegels. Mehr als Knapp zwei Drittel der Befragten (59 Prozent) schenken einem europäischen Siegel aktuell weniger Vertrauen als dem deutschen. Diese Vorliebe für den räumlich nahen Verantwortlichen zeigte sich bereits in der Einschätzung von Lebensmitteln im Allgemeinen - das Vertrauen der Bürger stößt offenbar schnell an (nationale) Grenzen. Wie die Ergebnisse der Studie „Bio, Öko, fairer Handel – was zählt und wer zahlt?“ belegen, beeinflusst die regionale Herkunft von Lebensmitteln bei der Mehrzahl der Befragten die Entscheidung für oder gegen ein Produkt deutlich stärker als jede Bio-Zertifizierung. Ein deutlicher Abfall der Attraktivität von Lebensmitteln lässt sich darüber hinaus feststellen, sobald diese außerhalb Deutschlands produziert wurden.

Studienleiterin Bettina Willmann kommentiert: *„Die selbe Denkweise scheint auch bei der Beurteilung des Bio-Siegel aus Brüssel Anwendung zu finden. Es ist offensichtlich leichter, einer nationalen Vergabestelle Vertrauen zu schenken, als einem internationalen Gremium, das sich durch unterschiedliche kulturelle Mentalitäten und unterschiedliche Maßstäbe auszeichnet.“*

+++ +++ +++

### **Über YouGovPsychonomics:**

Die YouGovPsychonomics AG ist ein international tätiges Institut für Marktforschung, Organisationsforschung und Beratung mit Hauptsitz in Köln und Niederlassungen in Berlin und Wien.

Mit psychologisch fundierter Marktforschung und Organisationsforschung liefern wir unseren Auftraggebern hochwertiges Entscheidungswissen für Marketing, Vertriebssteuerung und Organisationsentwicklung. YouGovPsychonomics gehört zu den Top 10 der umsatzstärksten Marktforschungsinstitute Deutschlands. Zu unseren Auftraggebern zählen viele namhafte nationale wie internationale Unternehmen aus den Bereichen Dienstleistung, Handel und Industrie. Derzeit beschäftigen wir über 120 hoch qualifizierte Forscher und Berater. Unsere Geschäftstätigkeit erstreckt sich über den gesamten deutschsprachigen wie den zentral- und osteuropäischen Raum. Seit September 2007 ist YouGovPsychonomics Mitglied der internationalen YouGov Gruppe mit Sitz in London.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.psychonomics.de](http://www.psychonomics.de).

### **Pressekontakt:**

YouGovPsychonomics AG  
Simon Wolf  
Berrenrather Straße 154-156  
D-50937 Köln

Tel.: +49 0221 / 42061 - 596  
E-Mail: [simon.wolf@psychonomics.de](mailto:simon.wolf@psychonomics.de)