

Düsseldorf, 23. Februar 2006

Discounter sorgen für Aufwärtstrend bei Bio-Marken.

Das Düsseldorfer Marktforschungsinstitut INNOFACT AG hat im Februar 1.020 Verbraucher zur Wahrnehmung, Bekanntheit und Nutzung von Bio-Marken befragt. Die Studie zeigt, dass besonders Handelsmarken von Discountern derzeit das Biolebensmittel-Segment dominieren. Insbesondere der Lebensmittel-discounter „Plus“ ist bei den Verbrauchern mit seinen beiden Marken „BioBio“ und „Viva Vital“ sehr bekannt. Erstaunlich ist diese Entwicklung besonders, da die Marke „Viva Vital“ noch sehr neu am Markt ist, aber aufgrund einer offensiven Werbekampagne schon jetzt eine hohe Bekanntheit genießt.

Die Markenprodukte Bioland, Demeter und Füllhorn sowie die Handelsmarken Alnatura (u.a. DM Markt) und Naturkost Grünes Land (Metro) sind den befragten Verbrauchern ebenfalls geläufig, wobei insgesamt die Bekanntheit bei Frauen deutlich höher ist als bei Männern.

Verbraucher kaufen ihre Bio-Produkte überwiegend in Supermärkten (48,7%) und in Discountern (36,3%), wobei bei den Discountern besonders die hauseigenen Produkte von Aldi (30,2%) und Plus (28,9%) ausprobiert werden.

Weiterführende Informationen zur Befragung erhalten Sie bei der INNOFACT AG.

Ansprechpartnerin:

Karin Hagemann, Senior Projektleiterin/Consultant
INNOFACT AG Research & Consulting
Neuer Zollhof 3
D-40221 Düsseldorf
Tel: 0211 / 86 20 29 - 0
Fax: 0211 / 86 20 29 - 10
k.hagemann@innofact.com

Über die INNOFACT AG:

Die INNOFACT AG ist ein Full-Service Marktforschungsinstitut und verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit hoher methodischer Expertise und den innovativen Möglichkeiten des Online-Research. Neben der Kompetenz zu Offline-Befragungen verfügt INNOFACT seit 1998 über verschiedene eigene Onlinepanel aus dem Consumer- und B2B-Bereich. Im B2B-Bereich hat INNOFACT beispielsweise Zugriff auf Ärzte, IT-Entscheider oder High-Potentials. Außerdem wird das Consumerpanel www.meinungsplatz.de von der INNOFACT AG genutzt. Damit gehört das Institut zu den führenden europäischen Anbietern von Online-Marktforschung. INNOFACT arbeitet für Auftraggeber aus allen relevanten Branchen, z.B. für Markenartikler, den Einzelhandel, Telekommunikationsunternehmen, Banken, Consultants oder Medien.

www.INNOFACT.com; www.netexpress48.de; www.international-samples.de