

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

Total Nielsengebiete BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)

I    II    IIIa    IIIb    IV    Va+Vb    VI    VII    b. u. 5    5 b. u. 20    20 b. u. 100    100 b. u. 500    500 und mehr

**dass es ein großes Sortiment an Bio-Lebensmitteln und Produkten aus der Region gibt**

Basis (=100%)	1006 %	164 %	227 %	132 %	127 %	154 %	44 %	80 %	78 %	47 %	82 %	219 %	301 %	358 %
besonders wichtig	75	72	74	78	72	77	82	76	76	80	83	68	75	77
nicht besonders wichtig	25	28	26	22	28	23	18	24	23	20	17	32	25	23
weiß nicht, keine Angabe	0	1	-	0	-	0	-	0	1	0	-	0	1	0
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total	Berufstätigkeit des Befragten		Personen im Haushalt				Haushaltsnettoeinkommen (Euro)				
		ja	nein	1 Per-son	2 Per-sonen	3 Per-sonen	4+ Per-sonen	- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 +
<b><i>dass es ein großes Sortiment an Bio-Lebensmitteln und Produkten aus der Region gibt</i></b>												
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>555</b> %	<b>451</b> %	<b>222</b> %	<b>390</b> %	<b>183</b> %	<b>212</b> %	<b>104</b> %	<b>127</b> %	<b>141</b> %	<b>135</b> %	<b>314</b> %
besonders wichtig	75	75	75	73	79	73	71	71	68	70	80	78
nicht besonders wichtig	25	24	25	26	21	27	28	28	32	30	19	22
weiß nicht, keine Angabe	0	0	0	1	0	-	1	1	0	-	1	0
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total		Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten					
	West	Ost	M	W	14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks ohne Lehre	Volks mit Lehre	mittl. Bild. Absch.	Abi, Uni	noch Schüler	
<b>dass der Händler insbesondere für umweltfreundliche Produkte wirbt und den Kauf durch Sonderangebote attraktiver macht</b>															
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>831</b> %	<b>175</b> %	<b>490</b> %	<b>516</b> %	<b>201</b> %	<b>143</b> %	<b>200</b> %	<b>162</b> %	<b>300</b> %	<b>75</b> %	<b>334</b> %	<b>287</b> %	<b>269</b> %	<b>41</b> %
besonders wichtig	66	67	62	66	67	56	61	63	65	78	74	78	67	51	45
nicht besonders wichtig	33	32	36	33	32	44	39	36	35	18	23	20	32	48	55
weiß nicht, keine Angabe	1	1	1	1	2	1	-	1	-	3	3	2	1	1	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
	I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr	
<b>dass der Händler insbesondere für umweltfreundliche Produkte wirbt und den Kauf durch Sonderangebote attraktiver macht</b>														
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>164</b> %	<b>227</b> %	<b>132</b> %	<b>127</b> %	<b>154</b> %	<b>44</b> %	<b>80</b> %	<b>78</b> %	<b>47</b> %	<b>82</b> %	<b>219</b> %	<b>301</b> %	<b>358</b> %
besonders wichtig	66	66	68	66	60	74	72	55	64	80	64	64	68	65
nicht besonders wichtig	33	33	29	34	39	26	27	42	36	17	36	34	32	34
weiß nicht, keine Angabe	1	1	3	-	2	0	1	2	-	2	0	2	0	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total	Berufstätigkeit des Befragten		Personen im Haushalt				Haushaltsnettoeinkommen (Euro)				
		ja	nein	1 Per-son	2 Per-sonen	3 Per-sonen	4+ Per-sonen	- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 +
<b><i>dass der Händler insbesondere für umweltfreundliche Produkte wirbt und den Kauf durch Sonderangebote attraktiver macht</i></b>												
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>555</b> %	<b>451</b> %	<b>222</b> %	<b>390</b> %	<b>183</b> %	<b>212</b> %	<b>104</b> %	<b>127</b> %	<b>141</b> %	<b>135</b> %	<b>314</b> %
besonders wichtig	66	63	70	73	67	68	55	67	81	71	65	61
nicht besonders wichtig	33	37	27	26	31	31	44	33	17	28	34	38
weiß nicht, keine Angabe	1	0	2	1	2	1	1	-	2	1	1	0
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total		Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten					
	West	Ost	M	W	14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks ohne Lehre	Volks mit Lehre	mittl. Bild. Absch.	Abi, Uni	noch Schüler	
<b>dass es im Laden Ansprechpartner gibt, die meine Fragen zum Thema 'Umweltfreundlichkeit der Waren' beantworten können</b>															
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>831</b> %	<b>175</b> %	<b>490</b> %	<b>516</b> %	<b>201</b> %	<b>143</b> %	<b>200</b> %	<b>162</b> %	<b>300</b> %	<b>75</b> %	<b>334</b> %	<b>287</b> %	<b>269</b> %	<b>41</b> %
besonders wichtig	67	68	63	64	71	67	54	59	71	78	73	78	69	51	64
nicht besonders wichtig	32	31	36	36	28	32	45	40	29	20	21	21	31	48	36
weiß nicht, keine Angabe	1	1	1	1	1	0	1	1	-	2	6	1	0	1	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

Total Nielsengebiete BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)  
I II IIIa IIIb IV Va+Vb VI VII b. u. 5 5 b. u. 20 20 b. u. 100 100 b. u. 500 500 und mehr

**dass es im Laden Ansprechpartner gibt, die meine Fragen zum Thema 'Umweltfreundlichkeit der Waren' beantworten können**

Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>164</b> %	<b>227</b> %	<b>132</b> %	<b>127</b> %	<b>154</b> %	<b>44</b> %	<b>80</b> %	<b>78</b> %	<b>47</b> %	<b>82</b> %	<b>219</b> %	<b>301</b> %	<b>358</b> %
besonders wichtig	67	57	72	66	68	75	86	59	62	82	67	64	70	65
nicht besonders wichtig	32	41	27	34	32	25	12	40	37	16	33	35	29	33
weiß nicht, keine Angabe	1	2	1	-	-	1	2	0	1	2	-	0	1	2
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total	Berufstätigkeit des Befragten		Personen im Haushalt				Haushaltsnettoeinkommen (Euro)				
		ja	nein	1 Per-son	2 Per-sonen	3 Per-sonen	4+ Per-sonen	- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 +
<b>dass es im Laden Ansprechpartner gibt, die meine Fragen zum Thema 'Umweltfreundlichkeit der Waren' beantworten können</b>												
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>555</b> %	<b>451</b> %	<b>222</b> %	<b>390</b> %	<b>183</b> %	<b>212</b> %	<b>104</b> %	<b>127</b> %	<b>141</b> %	<b>135</b> %	<b>314</b> %
besonders wichtig	67	61	76	74	67	64	63	76	83	66	62	63
nicht besonders wichtig	32	39	23	25	31	35	36	24	17	32	37	36
weiß nicht, keine Angabe	1	1	1	1	2	0	0	-	-	2	1	0
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total		Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten					
	West	Ost	M	W	14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks ohne Lehre	Volks mit Lehre	mittl. Bild. Absch.	Abi, Uni	noch Schüler	
<b>dass im Laden für mich klar erkennbar ist, was ein umweltfreundliches Produkt ist und was nicht</b>															
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>831</b> %	<b>175</b> %	<b>490</b> %	<b>516</b> %	<b>201</b> %	<b>143</b> %	<b>200</b> %	<b>162</b> %	<b>300</b> %	<b>75</b> %	<b>334</b> %	<b>287</b> %	<b>269</b> %	<b>41</b> %
besonders wichtig	89	90	89	88	90	89	89	85	86	94	85	93	86	90	92
nicht besonders wichtig	10	10	11	12	9	11	10	14	14	5	12	7	14	10	8
weiß nicht, keine Angabe	1	1	0	0	1	0	0	1	-	1	3	1	0	0	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
	I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr	
<b>dass im Laden für mich klar erkennbar ist, was ein umweltfreundliches Produkt ist und was nicht</b>														
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>164</b> %	<b>227</b> %	<b>132</b> %	<b>127</b> %	<b>154</b> %	<b>44</b> %	<b>80</b> %	<b>78</b> %	<b>47</b> %	<b>82</b> %	<b>219</b> %	<b>301</b> %	<b>358</b> %
besonders wichtig	89	90	88	91	84	94	95	91	85	91	85	86	90	91
nicht besonders wichtig	10	10	11	9	16	6	4	9	15	9	14	13	10	8
weiß nicht, keine Angabe	1	-	2	-	-	1	0	-	0	-	1	1	-	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total	Berufstätigkeit des Befragten		Personen im Haushalt				Haushaltsnettoeinkommen (Euro)				
		ja	nein	1 Per-son	2 Per-sonen	3 Per-sonen	4+ Per-sonen	- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 +
<b><i>dass im Laden für mich klar erkennbar ist, was ein umweltfreundliches Produkt ist und was nicht</i></b>												
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>555</b> %	<b>451</b> %	<b>222</b> %	<b>390</b> %	<b>183</b> %	<b>212</b> %	<b>104</b> %	<b>127</b> %	<b>141</b> %	<b>135</b> %	<b>314</b> %
besonders wichtig	89	86	93	93	93	85	84	95	97	88	91	86
nicht besonders wichtig	10	13	6	6	7	15	16	5	3	12	8	14
weiß nicht, keine Angabe	1	0	1	1	1	-	0	-	-	0	1	0
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total		Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten					
	West	Ost	M	W	14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks ohne Lehre	Volks mit Lehre	mittl. Bild. Absch.	Abi, Uni	noch Schüler	
<b>dass der Händler dafür sorgt, dass auch seine Lieferanten ökologische Standards einhalten</b>															
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>831</b> %	<b>175</b> %	<b>490</b> %	<b>516</b> %	<b>201</b> %	<b>143</b> %	<b>200</b> %	<b>162</b> %	<b>300</b> %	<b>75</b> %	<b>334</b> %	<b>287</b> %	<b>269</b> %	<b>41</b> %
besonders wichtig	85	86	84	83	87	81	83	88	83	89	65	90	84	88	80
nicht besonders wichtig	14	14	15	16	12	19	17	11	17	9	32	9	16	11	20
weiß nicht, keine Angabe	1	1	1	1	1	0	1	1	-	2	3	1	0	1	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

Total Nielsengebiete BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)

I    II    IIIa    IIIb    IV    Va+Vb    VI    VII    b. u. 5    5 b. u. 20    20 b. u. 100    100 b. u. 500    500 und mehr

**dass der Händler dafür sorgt, dass auch seine Lieferanten ökologische Standards einhalten**

Basis (=100%)	1006 %	164 %	227 %	132 %	127 %	154 %	44 %	80 %	78 %	47 %	82 %	219 %	301 %	358 %
besonders wichtig	85	84	83	83	88	91	89	86	82	90	81	79	85	90
nicht besonders wichtig	14	15	16	17	12	8	9	14	17	8	19	21	14	9
weiß nicht, keine Angabe	1	1	2	-	0	1	2	0	1	2	-	1	0	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total	Berufstätigkeit des Befragten		Personen im Haushalt				Haushaltsnettoeinkommen (Euro)				
		ja	nein	1 Per-son	2 Per-sonen	3 Per-sonen	4+ Per-sonen	- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 +
<b><i>dass der Händler dafür sorgt, dass auch seine Lieferanten ökologische Standards einhalten</i></b>												
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>555</b> %	<b>451</b> %	<b>222</b> %	<b>390</b> %	<b>183</b> %	<b>212</b> %	<b>104</b> %	<b>127</b> %	<b>141</b> %	<b>135</b> %	<b>314</b> %
besonders wichtig	85	86	84	83	89	86	81	81	89	78	87	87
nicht besonders wichtig	14	13	15	15	11	14	19	18	11	20	10	13
weiß nicht, keine Angabe	1	1	1	2	1	0	0	1	-	1	2	0
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total		Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten					
	West	Ost	M	W	14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks ohne Lehre	Volks mit Lehre	mittl. Bild. Absch.	Abi, Uni	noch Schüler	
<b>dass der Händler Ökostrom bezieht und Maßnahmen ergreift, um den Verbrauch an Energie zu senken</b>															
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>831</b> %	<b>175</b> %	<b>490</b> %	<b>516</b> %	<b>201</b> %	<b>143</b> %	<b>200</b> %	<b>162</b> %	<b>300</b> %	<b>75</b> %	<b>334</b> %	<b>287</b> %	<b>269</b> %	<b>41</b> %
besonders wichtig	62	63	57	54	69	55	56	66	61	66	76	71	58	51	58
nicht besonders wichtig	35	35	39	44	28	44	43	32	38	27	22	25	40	47	40
weiß nicht, keine Angabe	3	3	4	3	3	0	1	2	1	7	2	4	2	2	2
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
	I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr	
<b>dass der Händler Ökostrom bezieht und Maßnahmen ergreift, um den Verbrauch an Energie zu senken</b>														
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>164</b> %	<b>227</b> %	<b>132</b> %	<b>127</b> %	<b>154</b> %	<b>44</b> %	<b>80</b> %	<b>78</b> %	<b>47</b> %	<b>82</b> %	<b>219</b> %	<b>301</b> %	<b>358</b> %
besonders wichtig	62	61	65	55	63	64	85	59	48	61	56	64	62	62
nicht besonders wichtig	35	37	32	40	35	34	12	38	48	38	42	33	34	36
weiß nicht, keine Angabe	3	2	3	5	1	2	3	3	4	2	2	3	4	2
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total	Berufstätigkeit des Befragten		Personen im Haushalt				Haushaltsnettoeinkommen (Euro)				
		ja	nein	1 Per-son	2 Per-sonen	3 Per-sonen	4+ Per-sonen	- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 +
<b><i>dass der Händler Ökostrom bezieht und Maßnahmen ergreift, um den Verbrauch an Energie zu senken</i></b>												
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>555</b> %	<b>451</b> %	<b>222</b> %	<b>390</b> %	<b>183</b> %	<b>212</b> %	<b>104</b> %	<b>127</b> %	<b>141</b> %	<b>135</b> %	<b>314</b> %
besonders wichtig	62	60	63	61	61	65	60	64	81	59	58	56
nicht besonders wichtig	35	38	32	34	36	32	38	34	19	34	39	43
weiß nicht, keine Angabe	3	1	5	5	2	3	2	2	1	7	3	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6a: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel (Übersicht: Anteile "besonders wichtig")  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total		Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten					
	West	Ost	M	W	14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks ohne Lehre	Volks mit Lehre	mittl. Bild. Absch.	Abi, Uni	noch Schüler	
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>831</b> %	<b>175</b> %	<b>490</b> %	<b>516</b> %	<b>201</b> %	<b>143</b> %	<b>200</b> %	<b>162</b> %	<b>300</b> %	<b>75</b> %	<b>334</b> %	<b>287</b> %	<b>269</b> %	<b>41</b> %
dass im Laden für mich klar erkennbar ist, was ein umweltfreundliches Produkt ist und was nicht	89	90	89	88	90	89	89	85	86	94	85	93	86	90	92
dass der Händler dafür sorgt, dass auch seine Lieferanten ökologische Standards einhalten	85	86	84	83	87	81	83	88	83	89	65	90	84	88	80
dass es ein großes Sortiment an Bio-Lebensmitteln und Produkten aus der Region gibt	75	75	77	72	78	70	78	73	78	77	49	76	74	83	74
dass es im Laden Ansprechpartner gibt, die meine Fragen zum Thema 'Umweltfreundlichkeit der Waren' beantworten können	67	68	63	64	71	67	54	59	71	78	73	78	69	51	64
dass der Händler insbesondere für umweltfreundliche Produkte wirbt und den Kauf durch Sonderangebote attraktiver macht	66	67	62	66	67	56	61	63	65	78	74	78	67	51	45
dass der Händler Ökostrom bezieht und Maßnahmen ergreift, um den Verbrauch an Energie zu senken	62	63	57	54	69	55	56	66	61	66	76	71	58	51	58

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6a: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel (Übersicht: Anteile "besonders wichtig")  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>164</b> %	<b>227</b> %	<b>132</b> %	<b>127</b> %	<b>154</b> %	<b>44</b> %	<b>80</b> %	<b>78</b> %	<b>47</b> %	<b>82</b> %	<b>219</b> %	<b>301</b> %	<b>358</b> %
dass im Laden für mich klar erkennbar ist, was ein umweltfreundliches Produkt ist und was nicht	89	90	88	91	84	94	95	91	85	91	85	86	90	91
dass der Händler dafür sorgt, dass auch seine Lieferanten ökologische Standards einhalten	85	84	83	83	88	91	89	86	82	90	81	79	85	90
dass es ein großes Sortiment an Bio-Lebensmitteln und Produkten aus der Region gibt	75	72	74	78	72	77	82	76	76	80	83	68	75	77
dass es im Laden Ansprechpartner gibt, die meine Fragen zum Thema 'Umweltfreundlichkeit der Waren' beantworten können	67	57	72	66	68	75	86	59	62	82	67	64	70	65
dass der Händler insbesondere für umweltfreundliche Produkte wirbt und den Kauf durch Sonderangebote attraktiver macht	66	66	68	66	60	74	72	55	64	80	64	64	68	65
dass der Händler Ökostrom bezieht und Maßnahmen ergreift, um den Verbrauch an Energie zu senken	62	61	65	55	63	64	85	59	48	61	56	64	62	62

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013

Tabelle 6a: Wichtigkeit verschiedener Aspekte für einen umweltfreundlichen Lebensmittelhandel (Übersicht: Anteile "besonders wichtig")  
 Wenn Sie an einen umweltfreundlichen Lebensmittelhändler denken, was ist Ihnen dann besonders wichtig?

	Total	Berufstätigkeit des Befragten		Personen im Haushalt				Haushaltsnettoeinkommen (Euro)				
		ja	nein	1 Per-son	2 Per-sonen	3 Per-sonen	4+ Per-sonen	- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 +
Basis (=100%)	<b>1006</b> %	<b>555</b> %	<b>451</b> %	<b>222</b> %	<b>390</b> %	<b>183</b> %	<b>212</b> %	<b>104</b> %	<b>127</b> %	<b>141</b> %	<b>135</b> %	<b>314</b> %
dass im Laden für mich klar erkennbar ist, was ein umweltfreundliches Produkt ist und was nicht	89	86	93	93	93	85	84	95	97	88	91	86
dass der Händler dafür sorgt, dass auch seine Lieferanten ökologische Standards einhalten	85	86	84	83	89	86	81	81	89	78	87	87
dass es ein großes Sortiment an Bio-Lebensmitteln und Produkten aus der Region gibt	75	75	75	73	79	73	71	71	68	70	80	78
dass es im Laden Ansprechpartner gibt, die meine Fragen zum Thema 'Umweltfreundlichkeit der Waren' beantworten können	67	61	76	74	67	64	63	76	83	66	62	63
dass der Händler insbesondere für umweltfreundliche Produkte wirbt und den Kauf durch Sonderangebote attraktiver macht	66	63	70	73	67	68	55	67	81	71	65	61
dass der Händler Ökostrom bezieht und Maßnahmen ergreift, um den Verbrauch an Energie zu senken	62	60	63	61	61	65	60	64	81	59	58	56

Befragungszeitraum: 16.07.-18.07.2013