

"Berliner Bio-Barometer 2007"

31.07.2007, 13:07 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Bio Company*

Herzen der Berliner Bio-Käufer schlagen für regionale Lebensmittel

- Verbraucherstudie "Berliner Bio-Barometer 2007": Rund 70 Prozent der Berliner kaufen Bio-Lebensmittel
- Berliner Bio-Supermarktkunden ist die regionale Herkunft der Bio-Produkte am wichtigsten
- Der Bio-Supermarkt "Bio Company" hat die treuesten Kunden

Berlin, 31. Juli 2007 - Bio-Lebensmittel aus der Region stehen bei Berlinerinnen und Berlinern hoch im Kurs. Kunden von Bio-Supermärkten bevorzugen qualitativ hochwertige Lebensmittel - auch wenn diese etwas mehr kosten. Dies zeigt eine aktuelle repräsentative Verbraucherstudie vom Juni 2007 in Zusammenarbeit von forsa und Freier Universität Berlin im Auftrag der Bio Company GmbH unter rund 1.000 Berlinern.

Bio-Lebensmittel stehen auch in der Hauptstadt oben auf den Einkaufszetteln der Verbraucher: Rund 70 Prozent der Einwohner Berlins kaufen gelegentlich bis häufig Bio-Produkte. Dabei ist die regionale Herkunft der Bio-Produkte nach Angabe der Berliner Bio-Supermarktkunden für 46 Prozent sehr wichtig. Bio-Produkte preisgünstig einzukaufen, spielt im Vergleich dazu eine geringere, dennoch wichtige Rolle. 37 Prozent der Berliner Bio-Supermarktkunden antworteten auf die Frage "Wie wichtig ist Ihnen der Preis?", dass sie beim Einkauf besonders darauf achteten.

Mit 30 Bio-Supermärkten gilt Berlin derzeit deutschlandweit als Nummer eins im Bio-Einzelhandel. Mit einem Bekanntheitswert von 43 Prozent führt die Berliner Bio Company die Liste der bekanntesten Bio-Supermärkte der Hauptstadt an. Mit deutlichem Abstand folgen andere Anbieter auf dem Berliner Markt: LPG (29 Prozent), viv (20 Prozent) oder basic (10 Prozent).

Die Studie belegt zudem, dass eine ökologisch verantwortliche und nachhaltige Unternehmenspolitik mit überdurchschnittlicher Kundentreue belohnt wird. Acht von zehn Kunden der Bio Company kaufen ausschließlich bei der Bio Company ein, wohingegen andere Anbieter im Durchschnitt nur knapp jeden zweiten Kunden dauerhaft an sich binden können.

"Die Ergebnisse des Berliner Bio-Barometers bestärken uns in unserer Philosophie, unseren Kunden die besten Bio-Produkte aus der Region Berlin/Brandenburg zu günstigen Preisen anzubieten", so der Geschäftsführer der Bio Company GmbH Georg Kaiser. "Wir freuen uns, dass unser besonderes Engagement für die Region von unseren Kunden sehr geschätzt wird", ergänzt der zweite Geschäftsführer Hubert Bopp.

"Mit dem repräsentativen Berliner Bio-Barometer 2007 stehen erstmals verlässliche Bio-Verbraucherdaten für Berlin zur Verfügung", sagt forsa-Geschäftsführer Prof. Manfred Güllner. Wissenschaftlich begleitet wurde die Verbraucherbefragung vom Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin.

Portrait

BIO COMPANY wurde 1999 von der anthroposophischen Krankenschwester Undine Paul mit der ersten Filiale in Berlin-Charlottenburg gegründet und wird seit 2002 von Georg Kaiser und Hubert Bopp geführt. Mit zehn Filialen ist das inhabergeführte Unternehmen bereits in Berlin vertreten und damit Marktführer in der Hauptstadt. Zudem ist die Bio Company seit März 2007 mit einer Filiale in Braunschweig vertreten. Für August 2007 ist die Eröffnung eines weiteren Geschäfts in Tempelhof und im September 2007 in Potsdam geplant. Bio Company im Internet: www.biocompany.de

News-ID: 149339 • Views: 2415 (Stand: 07.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/149339/Berliner-Bio-Barometer-2007.html>