



Europäische
Kommission

Flash-Eurobarometer 535

Das EU-Umweltzeichen

Bericht



Feldwork:

**Dezember
2023**

Publication:

Oktober 2023

Umfrage im Auftrag der Europäischen Kommission, Generaldirektion Umwelt und
koordiniert von der Generaldirektion Kommunikation

Dieses Dokument gibt nicht den Standpunkt der Europäischen Kommission wieder.

Die darin enthaltenen Interpretationen und Meinungen sind ausschließlich die der Autoren.

Flash Eurobarometer 535 – Ipsos Europäische öffentliche Angelegenheiten



*Eŭropo
Demokratio
Esperanto*

Dokument erstellt von Pierre Dieumegard für [Europokune](#)- Europa Gemeinsam - and [Europe Democracy Esperanto](#).

Ziel dieses "vorläufigen" Dokuments ist es, mehr Menschen in der Europäischen Union in die Lage zu versetzen, sich der von der Europäischen Union erstellten (und durch ihre Steuern finanzierten) Dokumente bewusst zu werden.

Wenn es keine Übersetzungen gibt, werden die Bürgerinnen und Bürger von der Debatte ausgeschlossen.

Dieses Dokument „Eurobarometer“ existierte nur in englischer Sprache in einer PDF-Datei. Aus der ersten Datei haben wir eine odt-Datei erstellt, die von der Libre Office-Software für die maschinelle Übersetzung in andere Sprachen erstellt wurde. Die Ergebnisse liegen nun in allen Amtssprachen vor.

Es ist wünschenswert, dass die EU-Verwaltung die Übersetzung wichtiger Dokumente übernimmt. „Wichtige Dokumente“ sind nicht nur Gesetze und Verordnungen, sondern auch die wichtigen Informationen, die erforderlich sind, um gemeinsam fundierte Entscheidungen zu treffen.

Um unsere gemeinsame Zukunft gemeinsam zu diskutieren und zuverlässige Übersetzungen zu ermöglichen, wäre die internationale Sprache Esperanto aufgrund ihrer Einfachheit, Regelmäßigkeit und Genauigkeit sehr nützlich.

Kontaktieren Sie uns :

[Kontaktu nin-Ek ! GmbH Eŭropo kune !](#)

<https://e-d-e.org/-Kontakti-EDE>

Flash-Eurobarometer 535

Das EU-Umweltzeichen

Bericht

September 2023

Umfrage von Ipsos European Public Affairs auf Ersuchen der Europäischen Kommission,
Generaldirektion Umwelt
Von der Europäischen Kommission, Generaldirektion Kommunikation, koordinierte Umfrage
(Referat der GD COMM „Medienbeobachtung und Eurobarometer“)

Bezeichnung des Projekts	Flash-Eurobarometer 535 – EU-Umweltzeichen – September 2023 Bericht
Sprachfassung	DE
Katalognummer	KH-03-23-410-DE-N
ISBN	978-92-68-08062-7
© Europäische Union, 2023	doi:10.2779/463334

<https://europa.eu/eurobarometer>

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	1
Wichtigste Feststellungen.....	3
Der umweltfreundliche Verbraucher.....	3
Bekanntheit des EU-Umweltzeichens.....	3
Vertrauen in das EU-Umweltzeichen.....	4
Kauf von Produkten mit dem EU-Umweltzeichen.....	4
Umweltzeichen und -aussagen.....	5
Abschnitt 1. Der umweltfreundliche Verbraucher.....	6
1.1. Bedeutung von Preis, Qualität und Marke gegenüber Umweltauswirkungen.....	6
1.2. Kauf von Produkten mit geringerer Umweltbelastung.....	11
Abschnitt 2. Bekanntheit des EU-Umweltzeichens.....	16
2.1. Bekanntheit des EU-Umweltzeichens.....	16
2.2. Allgemeine Kenntnisse des EU-Umweltzeichens.....	17
2.3. Vertrauen in das EU-Umweltzeichen.....	23
Abschnitt 3. Kauf von Produkten mit dem EU-Umweltzeichen.....	24
3.1. Kaufhäufigkeit von Produkten mit Umweltzeichen.....	24
3.2. Häufig gekaufte Produkte mit EU-Umweltzeichen.....	30
3.3. Mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen anbieten.....	37
3.4. Kauf von Produkten mit dem EU-Umweltzeichen in Supermärkten, Bioshops und online...43	
3.5. Gründe, keine Produkte mit dem EU-Umweltzeichen zu kaufen.....	46
Abschnitt 4. Umweltzeichen und -aussagen.....	50
Technische Spezifikationen.....	54
Datenanhang.....	62

Einleitung

Das EU-Umweltzeichen ist ein weltweit anerkanntes, freiwilliges Programm zur Förderung von Waren und Dienstleistungen, das auf der Grundlage standardisierter Verfahren und wissenschaftlicher Erkenntnisse eindeutig ökologische Exzellenz unter Beweis stellt. Es wurde 1992 ins Leben gerufen, um Verbrauchern, Einzelhändlern und Unternehmen zu helfen, wirklich nachhaltige Entscheidungen zu treffen. Heute ist es eines der größten und bekanntesten Programme in vielen EU-Ländern. Ob Papier, Reinigungsmittel, Kosmetika, Kleidung, Do-it-yourself-Materialien oder Hotels, es gibt eine wachsende Liste grüner Produktgruppen, die nun zertifiziert werden können.¹



30 Jahre nach der Einführung des EU-Umweltzeichens wurde von der Generaldirektion Umwelt der Europäischen Kommission eine Flash-Eurobarometer-Umfrage in Auftrag gegeben, um das Bewusstsein der EU-Bürger für das EU-Umweltzeichen sowie ihre Einstellung zur Umweltkennzeichnung im Allgemeinen zu bewerten.

Ipsos European Public Affairs befragte eine repräsentative Stichprobe von Bürgerinnen und Bürgern ab 15 Jahren in jedem der 27 Mitgliedstaaten der Europäischen Union. Zwischen dem 5. September 2023 und dem 13. September 2023 wurden 26 635 Interviews über computergestützte Webinterviews (CAWI) unter Verwendung von Ipsos-Online-Panels und ihres Partnernetzwerks durchgeführt.

Die in diesem Bericht vorgestellten Umfragedaten werden nach bekannten Bevölkerungsanteilen gewichtet. Die Durchschnittswerte der EU-27 werden nach der Größe der über 15-Bevölkerung jedes EU-Mitgliedstaats gewichtet. Die Prozentsätze dürfen sich nicht auf 100 % summieren, da sie auf den nächsten Prozentpunkt gerundet werden. Aufgrund von Rundungen kann es vorkommen, dass die Prozentsätze für separate Antwortoptionen, die in den Diagrammen angezeigt werden, nicht genau zu den im Text genannten Summen addieren. Die Antwortprozentsätze übersteigen 100 %, wenn die Frage es den Befragten ermöglichte, mehrere Antworten auszuwählen. In diesem Bericht werden die Länder mit ihrer offiziellen Abkürzung bezeichnet. Die in diesem Bericht verwendeten Abkürzungen entsprechen:

BE	Belgien	FR	Frankreich	NL	Niederlande
BG	Bulgarien	Persone	Kroatien	AT	Österreich
CZ	Tschechien	IT	Italien	PL	Polen
DK	Dänemark	CY	Rep. von Zypern	PT	Portugal
DE	Deutschland	LV	Lettland	RO	Rumänien
EE	Estland	LT	Litauen	SI	Slowenien
IE	Irland	LU	Luxemburg	SK	Slowakei
EL	Griechenlan	HU	Ungarn	FI	Finnland

¹ Quelle: https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/about-eu-ecolabel_de

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

d
ES Spanien MT Malta SE Schweden

* Zypern als Ganzes ist einer der 27 EU-Mitgliedstaaten. Der „gemeinschaftliche Besitzstand“ wurde jedoch in dem Teil des Landes ausgesetzt, der nicht von der Regierung der Republik Zypern kontrolliert wird. Aus praktischen Gründen werden Befragungen nur in dem Teil des Landes durchgeführt, der von der Regierung der Republik Zypern kontrolliert wird.

Wichtigste Feststellungen

Der umweltfreundliche Verbraucher

- Qualität und Preis des Produkts sind die beiden wichtigsten Aspekte bei den Kaufentscheidungen der Verbraucher. 97 % der Befragten gaben an, dass die Qualität des Produkts für sie „sehr“ oder „eher wichtig“ sei, und 94 % antworteten in Bezug auf den Preis eines Produkts. Im Vergleich dazu halten 73 % der Befragten die Auswirkungen des Produkts auf die Umwelt für „sehr“ oder „eher wichtig“, wenn sie Entscheidungen darüber treffen, welche Produkte sie kaufen sollen. Die Marke des Produkts wird als weniger wichtig angesehen, 61% halten es für "sehr" oder "eher wichtig".
- Obwohl die Mehrheit der Befragten in allen Mitgliedstaaten der Meinung ist, dass die Umweltauswirkungen eines Produkts bei ihren Kaufentscheidungen "sehr" oder "eher wichtig" sind, gibt es große Unterschiede in der Größe dieser Mehrheiten (von 53 % in Estland bis 85 % in Portugal).
- Insgesamt sind sich etwa acht von zehn Befragten einig, dass der Kauf von Produkten mit geringeren Umweltauswirkungen einen Unterschied für die Umwelt macht (33% "stimme voll und ganz zu" und 48% "stimme etwas zu"). Ein kleinerer Anteil – aber immer noch eine Mehrheit – stimmt zu, dass sie Produkte speziell wegen ihrer geringeren Umweltauswirkungen gekauft haben (18 % „stimme voll und ganz zu“ und 42 % „stimme etwas zu“).

Bekanntheit des EU-Umweltzeichens

- Den Befragten wurde das Logo des EU-Umweltzeichens gezeigt und sie wurden gefragt, ob sie das Logo schon einmal gesehen hätten. Ein geringerer Prozentsatz der Befragten in der gesamten EU (38 %) gibt an, das Logo zuvor gesehen zu haben als diejenigen, die angeben, es nicht gesehen zu haben (48 %). Etwa jeder siebte Befragte (14%) antwortet, dass er nicht weiß, ob er das Logo schon einmal gesehen hat.
- Frankreich (61 %) ist das einzige Land, in dem mehr als die Hälfte der Befragten angeben, das EU-Umweltzeichen gesehen zu haben. In den anderen Mitgliedstaaten liegt der Anteil der Befragten, die mit „Ja“ antworten, zwischen 20 % (in Irland) und 49 % (in Dänemark, Estland und Italien).
- Den Befragten wurden als nächstes vier Fakten – und eine falsche Aussage – über das EU-Umweltzeichen vorgelegt und sie wurden gefragt, ob diese wahr oder falsch seien.
 - Präsentiert mit der Aussage „Um das EU-Umweltzeichen zu erhalten, müssen Produkte strenge Umweltkriterien erfüllen“, geben 69 % der Befragten die richtige Antwort und antworten, dass die Aussage wahr ist.
 - 60 % antworten, dass die Aussage, dass „das EU-Umweltzeichen für Produkte mit geringeren Umweltauswirkungen als vergleichbare Produkte auf dem Markt vergeben wird“, zutrifft.
 - Mehr als die Hälfte der Befragten (56 %) bestätigt, dass das EU-Umweltzeichen das Umweltzeichen der Europäischen Union ist.



- 50% antworten, dass die Aussage „Das EU-Umweltzeichen ist ein unabhängig geprüftes Etikett, das Unternehmen auf ihren Produkten ausstellen können, um zu zeigen, dass sie umweltfreundlich sind“ wahr ist.
- 41 % antworten, dass die Aussage „Das EU-Umweltzeichen wird für ökologische/biologische Lebensmittel und Getränke vergeben“ wahr ist, obwohl diese Aussage falsch ist, da es derzeit keine Produktgruppe für Lebens- oder Futtermittel im Rahmen des EU-Umweltzeichensystems gibt.

Vertrauen in das EU-Umweltzeichen

- Im EU-Durchschnitt sind sich insgesamt drei Viertel der Befragten einig, dass sie darauf vertrauen, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen tatsächlich geringere Umweltauswirkungen haben als ähnliche Produkte auf dem Markt (28% "stimme voll und ganz zu" und 46% "stimme etwas zu").
- Auf der Ebene der einzelnen Länder schwankt der Grad der Zustimmung zu dieser Erklärung zwischen 66 % in Tschechien und 88 % in Rumänien.

Kauf von Produkten mit dem EU-Umweltzeichen

- Mehr als sechs von zehn Befragten geben an, dass sie Produkte mit Umweltzeichen entweder "oft" (16 %) oder "manchmal" (47 %) kaufen. Im Vergleich dazu geben etwa vier von zehn Befragten an, dass sie "oft" (8 %) oder "manchmal" (30 %) Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kaufen.
- Der Anteil der Befragten, die "oft" Produkte mit dem EU-Siegel kaufen, ist in Rumänien (20 %) am höchsten, gefolgt von Italien (14 %). In Rumänien (41 %), Italien (37 %), Frankreich (37 %) und Belgien (35 %) kauft mehr als ein Drittel der Befragten „manchmal“ Produkte mit dem EU-Umweltzeichen.
- Der Anteil der Befragten, die mindestens einige Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft haben, liegt nach wie vor bei oder unter einem Viertel für alle von der Erhebung erfassten Produktkategorien. So hat etwa ein Viertel der Befragten (23 %), die in den letzten 12 Monaten „Reinigungsmittel/Reinigungsprodukte“ gekauft haben, zumindest einige mit dem EU-Umweltzeichen gekauft. Der Anteil der Befragten, die zumindest einige Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft haben, ist mit 11 % bei Beherbergungsdienstleistungen (Hotels/Campingplätze) am niedrigsten.
- Für alle in der Umfrage erfassten Produktkategorien sind die Befragten, die mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen finden möchten, weitaus größer als die Befragten, die das Gegenteil sagen. Der Anteil, der mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen finden möchte, variiert zwischen 46 % für Bodenbeläge/Fliesen und 71 % für Textilien, Kleidung/Schuhe.
- Von den Befragten, die Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kaufen, geben 66 % an, dass sie solche Produkte am häufigsten in Supermärkten kaufen. Etwa ein Viertel der Befragten (24 %) kauft Produkte mit dem EU-Umweltzeichen am häufigsten in Bioshops; Derselbe Anteil (24 %) kauft Produkte mit dem EU-Umweltzeichen am häufigsten online.
- Die Befragten, die noch nie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft haben, wurden nach den Gründen für ihre Entscheidung gefragt. Der am häufigsten gewählte Grund ist „Ich suche nicht nach Umweltzeichen auf den Produkten, die ich kaufe“ (40 %). „Ich bin nicht besorgt über Umweltfragen“ wird von 14% der Befragten ausgewählt. Drei von zehn Befragten (30 %) antworten, dass sie dort, wo sie einkaufen, keine Produkte mit dem EU-Umweltzeichen finden. gefolgt von 23 %, die als Grund dafür gewählt haben, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen zu teuer sind.

Umweltzeichen und -aussagen

- Im EU-Durchschnitt stimmen insgesamt etwa acht von zehn Befragten zu, dass Unternehmen häufig irreführende Umweltaussagen machen, was die Kunden zu der Annahme veranlasst, dass ihr Produkt oder ihre Dienstleistung umweltfreundlich ist (die Vereinbarung schwankt zwischen 68 % in Tschechien und 90 % in Kroatien).
- Gleichzeitig sind sich fast neun von zehn Befragten einig, dass ein Umweltzeichen von einer unabhängigen Organisation überprüft werden muss, um glaubwürdig zu sein (die Vereinbarung schwankt zwischen 81 % in Dänemark und 93 % in Rumänien).

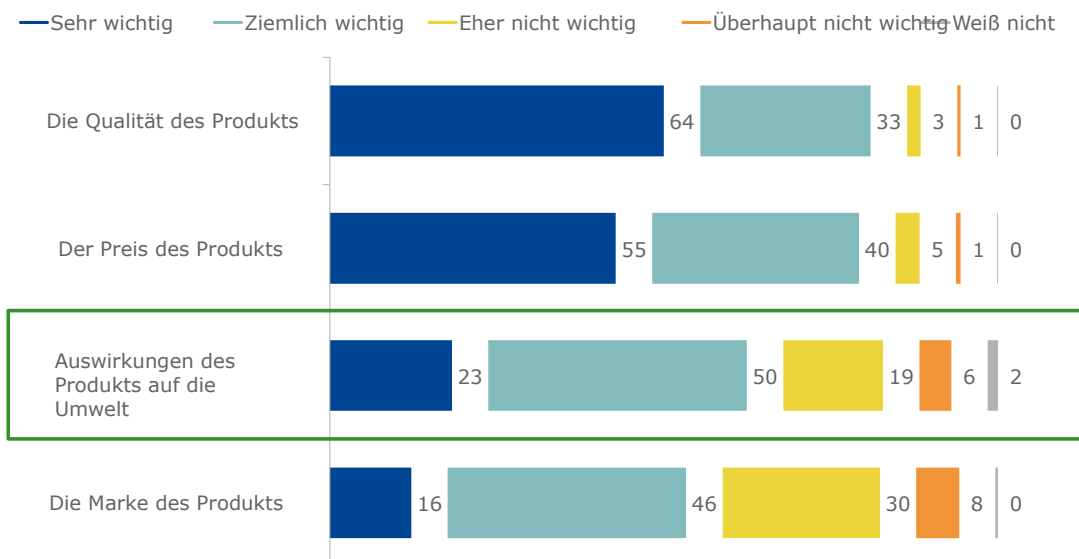
Abschnitt 1. Der umweltfreundliche Verbraucher

1.1. Bedeutung von Preis, Qualität und Marke gegenüber Umweltauswirkungen

Die Befragten wurden zunächst nach der Bedeutung gefragt, die sie dem Preis, der Qualität, der Marke und den Umweltauswirkungen eines Produkts bei der Entscheidung über die zu kaufenden Produkte (Waren oder Dienstleistungen) beimessen.

Qualität und Preis des Produkts sind die beiden wichtigsten Aspekte bei den Kaufentscheidungen der Verbraucher. 97 % der Befragten gaben an, dass die Qualität des Produkts für sie „sehr“ oder „eher wichtig“ sei, und 94 % antworteten in Bezug auf den Preis eines Produkts. Im Vergleich dazu halten 73% der Befragten die Auswirkungen des Produkts auf die Umwelt für "sehr" oder "eher wichtig", wenn sie Entscheidungen darüber treffen, welche Produkte sie kaufen sollen. Die Marke des Produkts wird als weniger wichtig angesehen, 61% halten es für "sehr" oder "eher wichtig".²

DX1 Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Entscheidung darüber, welche Produkte (Waren oder Dienstleistungen) gekauft werden sollen? (in % der EU-27)



Basis: alle Befragten (n=26635)

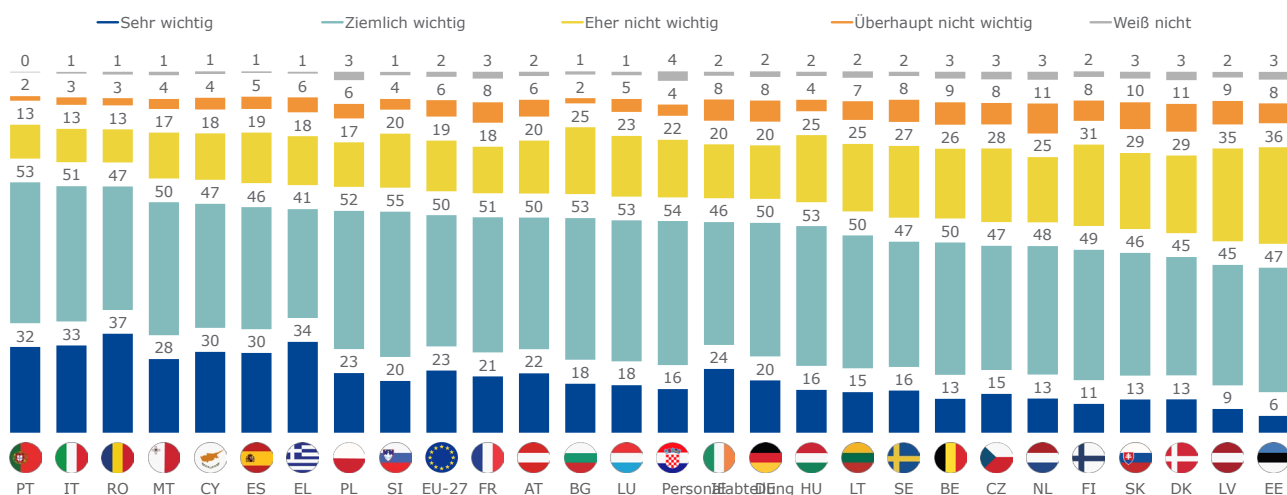
² Aufgrund von Rundungen summieren sich die Prozentsätze für separate Antwortoptionen, die in den Diagrammen angezeigt werden, nicht immer genau zu den im Text genannten Summen.

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Obwohl die Mehrheit der Befragten in allen Mitgliedstaaten antwortet, dass die Umweltauswirkungen eines Produkts bei ihren Kaufentscheidungen "sehr" oder "eher wichtig" sind, gibt es große Unterschiede in der Größe dieser Mehrheiten. Die Umweltauswirkungen des Produkts werden von mehr als acht von zehn Befragten in Portugal (85 %), Italien (84 %) und Rumänien (84 %) als „sehr“ oder „eher wichtig“ bei Kaufentscheidungen angesehen, aber von nicht viel mehr als fünf von zehn Befragten in Estland (53 %) und Lettland (54 %). Obwohl zwischen 41 % und 55 % der Befragten in allen Mitgliedstaaten der Meinung sind, dass die Umweltauswirkungen eines Produkts bei ihren Kaufentscheidungen „eher wichtig“ sind, ist der Anteil, der darauf antwortet, bei ihren Kaufentscheidungen „sehr wichtig“ in allen Mitgliedstaaten viel geringer (zwischen 6 % in Estland und 37 % in Rumänien).

DX1_1 Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Entscheidung, welche Produkte (Waren oder Dienstleistungen) gekauft werden sollen?

Auswirkungen des Produkts auf die Umwelt (in % nach Ländern)



Basis: alle Befragten (n=26635)

Im Einklang mit den Ergebnissen des EU-Durchschnitts sind Qualität und Preis des Produkts in allen Mitgliedstaaten die beiden wichtigsten Aspekte bei den Kaufentscheidungen der Verbraucher (siehe Tabelle auf der nächsten Seite). Der Gesamtanteil der Befragten, die antworteten, dass die Qualität des Produkts ein wichtiger Aspekt bei der Entscheidung darüber ist, welche Produkte gekauft werden sollen, reicht von 94 % in Schweden bis 99 % in Bulgarien und Malta. Für den Preis des Erzeugnisses schwankt dieser Anteil zwischen 86 % in Luxemburg und 98 % in Portugal.

Darüber hinaus geben die Befragten in allen Mitgliedstaaten, wie auch aus den Ergebnissen des EU-Durchschnitts hervorgeht, an, dass die Umweltauswirkungen eines Produkts bei ihren Kaufentscheidungen „sehr“ oder „eher wichtig“ sind, und übertreffen diejenigen, die in Bezug auf die Marke des Produkts die gleichen Antworten geben. Die Marke des Produkts wird von 40 % der Befragten in Estland und Finnland und 83 % in Rumänien als wichtiger Aspekt angesehen.

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

DX1 Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Entscheidung, welche Produkte (Waren oder Dienstleistungen) gekauft werden sollen? (% Gesamt 'Wichtig' nach Land)

	Die Qualität des Produkts	Der Preis des Produkts	Die Umweltauswirkungen des Produkts	Die Marke des Produkts
EU-27	97	94	73	61
BE	96	95	63	51
BG	99	93	72	64
CZ	96	95	61	55
DK	95	92	57	42
DE	96	92	70	48
EE	96	94	53	40
IE	97	95	70	55
EL	98	96	75	61
ES	97	96	76	73
FR	95	94	72	61
Personalabteilung	97	96	71	52
IT	98	94	84	74
CY	98	96	77	63
LV	96	94	54	43
LT	98	96	65	52
LU	97	86	71	51
HU	96	95	69	45
MT	99	96	78	61
NL	97	95	61	53
AT	97	93	72	47
PL	97	97	75	77
PT	98	98	85	62
RO	97	97	84	83
SI	97	94	74	54
SK	95	95	59	50
FI	95	93	60	40
SE	94	92	63	56

Basis: alle Befragten (n=26 635)

Soziodemografische Erwägungen

Frauen (77%) antworten eher als Männer (69%), dass die Auswirkungen eines Produkts auf die Umwelt "sehr" oder "eher wichtig" sind, wenn sie Entscheidungen darüber treffen, welche Produkte sie kaufen sollen. Im Gegensatz dazu sind Männer (64%) eher als Frauen (59%) der Ansicht, dass die Marke des Produkts wichtig ist.

Ältere Befragte antworten eher als jüngere Befragte, dass die Umweltauswirkungen eines Produkts bei ihren Kaufentscheidungen "sehr" oder "eher wichtig" sind (von 69 % für die 15- bis 24-Jährigen bis 76 % für die 55-Jährigen und älter); Bei der Qualität und dem Preis des Produkts zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. Die Befragten im Alter von 25 bis 54 Jahren sind dagegen eher als jüngere und ältere Befragten der Ansicht, dass die Marke des Produkts ein wichtiger Aspekt ist (64 % bis 65 % gegenüber 58 % bis 59 %).

Befragte, die die Schule vor dem 16. Lebensjahr verlassen haben, antworten seltener als höher gebildete Befragte, dass der Preis (88% vs. 95%-96%) und die Qualität des Produkts (88% vs. 98%) wichtige Aspekte bei ihren Kaufentscheidungen sind. Es gibt keine signifikanten Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen in Bezug auf die Umweltauswirkungen oder die Marke des Produkts.

Handarbeiter antworten in geringerem Maße als die Befragten in anderen Berufsgruppen, dass die Auswirkungen eines Produkts auf die Umwelt (67% vs. 72%-74%) und die Produktqualität (91% vs. 94%-98%) wichtige Aspekte bei der Entscheidung darüber sind, welche Produkte zu kaufen sind. Die Befragten, die nicht arbeiten, antworten eher, dass der Preis des Produkts "sehr" oder "eher wichtig" ist (96 % gegenüber 90 %-94 %), aber sie antworten seltener dasselbe über die Marke des Produkts (59 % gegenüber 64 %-65 %).

Schließlich ist der Anteil der Befragten, die die Marke des Produkts für einen wichtigen Aspekt halten, bei den Befragten, die in Großstädten (64 %) und kleinen und mittleren Städten (63 %) leben, höher als bei den Befragten, die in ländlichen Gebieten leben (56 %).

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

DX1 Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Entscheidung, welche Produkte (Waren oder Dienstleistungen) gekauft werden sollen? (% Gesamt „Wichtig“ nach Soziodemografie)

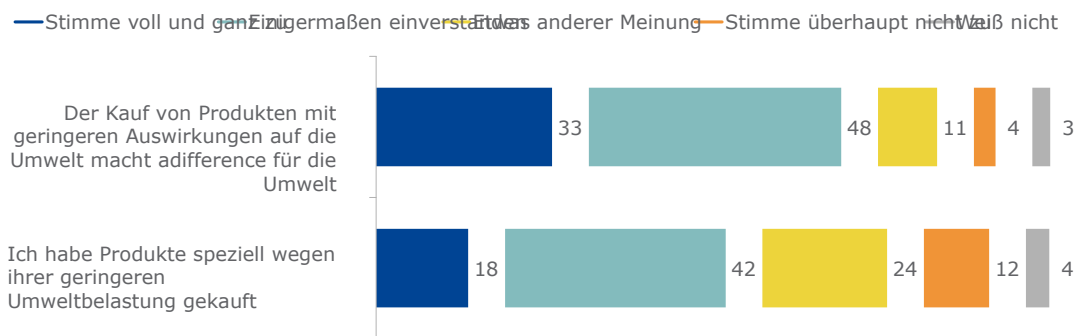
	Die Qualität des Produkts	Der Preis des Produkts	Die Umweltauswirkungen des Produkts	Die Marke des Produkts
EU-27	97	94	73	61
Geschlecht				
Männer	96	94	69	64
Frauen	97	95	77	59
Alter				
15-24	91	89	69	58
25-39	95	93	71	64
40-54	98	96	72	65
>=55	99	96	76	59
Ausbildung (Alter nach Abschluss)				
Bis zu 15 Jahre	88	88	75	63
16-19 Jahre	98	96	72	61
20+ Jahre	98	95	74	62
Nach wie vor studieren	94	92	68	59
Beruf				
Selbständige	94	91	73	64
Arbeitnehmer	97	94	72	64
Handarbeitskräfte	91	90	67	65
Nicht funktionstüchtig	98	96	74	59
Urbanisierung				
Ländlicher Raum	96	93	71	56
Kleine/ mittelgroße Stadt	96	95	73	63
Große Stadt / Stadt	98	95	74	64

Basis: alle Befragten (n=26 635)

1.2. Kauf von Produkten mit geringerer Umweltbelastung

Etwa acht von zehn Befragten sind sich insgesamt einig, dass der Kauf von Produkten mit geringeren Umweltauswirkungen einen Unterschied für die Umwelt macht (33% "stimme voll und ganz zu" und 48% "stimme etwas zu"). Ein kleinerer Anteil – aber immer noch eine Mehrheit – stimmt zu, dass sie Produkte speziell wegen ihrer geringeren Umweltauswirkungen gekauft haben (18 % „stimme voll und ganz zu“ und 42 % „stimme etwas zu“).

DX2 Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Entscheidung, welche Produkte (Waren oder Dienstleistungen) gekauft werden sollen? (in % der EU-27)



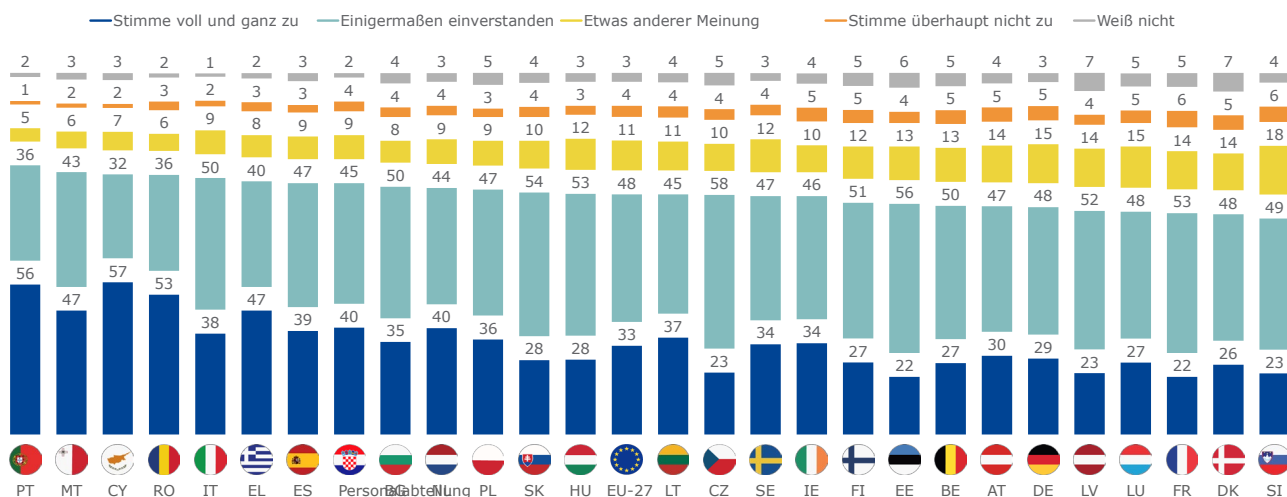
Basis: alle Befragten (n=26 635)

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

In allen Mitgliedstaaten sind sich insgesamt mehr als sieben von zehn Befragten einig, dass der Kauf von Produkten mit geringeren Umweltauswirkungen einen Unterschied für die Umwelt macht. Die höchsten Anteile an der Zustimmung finden sich in Malta (90 %) und Portugal (92 %), die niedrigsten in Slowenien (72 %), Frankreich und Dänemark (beide 74 %).

DX2_1 Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Entscheidung, welche Produkte (Waren oder Dienstleistungen) gekauft werden sollen? (in % nach Ländern)

Der Kauf von Produkten mit geringerer Umweltbelastung macht einen Unterschied für die Umwelt



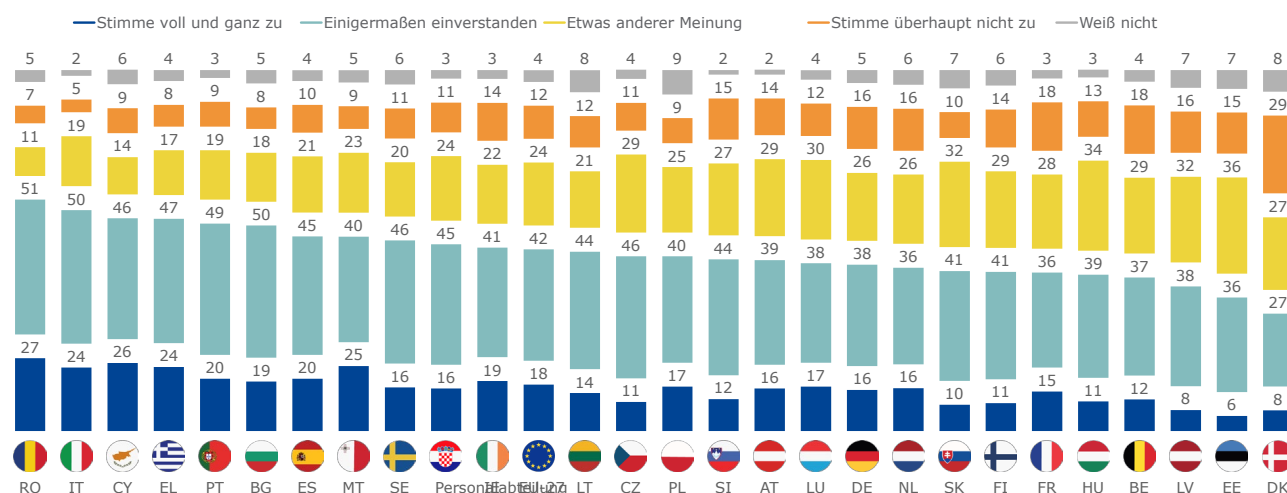
Basis: alle Befragten (n=26 635)

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

In 23 Mitgliedstaaten ist mindestens die Hälfte der Befragten "stark" oder "etwas einverstanden", dass sie Produkte speziell wegen ihrer geringeren Umweltauswirkungen gekauft haben. In Rumänien (78 %) und Italien (74 %) stimmen etwa drei Viertel oder mehr der Befragten dieser Aussage zu. Weniger als die Hälfte der Befragten stimmt dagegen in Dänemark (35 %), Estland (41 %), Lettland (46 %) und Belgien (49 %) zu.

DX2_2 Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Entscheidung, welche Produkte (Waren oder Dienstleistungen) gekauft werden sollen? (in % nach Ländern)

Ich habe Produkte speziell wegen ihrer geringeren Umweltbelastung gekauft



Soziodemografische Erwägungen

Frauen stimmen eher als Männer zu, dass der Kauf von Produkten mit geringeren Umweltauswirkungen einen Unterschied für die Umwelt macht (84 % gegenüber 79 %) und dass sie Produkte speziell wegen ihrer geringeren Umweltauswirkungen gekauft haben (61 % gegenüber 58 %).

Der Anteil, der zustimmt, dass der Kauf von Produkten mit geringeren Umweltauswirkungen einen Unterschied für die Umwelt macht, ist bei den Befragten über 40 Jahre etwas höher (82% gegenüber 79%-80%), während die Befragten im Alter von 25-54 Jahren etwas häufiger zustimmen, dass sie Produkte speziell wegen ihrer geringeren Umweltauswirkungen gekauft haben (61% gegenüber 57%-59%).

Die Befragten, die ihre Ausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter abgeschlossen haben, stimmen etwas eher zu, dass der Kauf von Produkten mit geringeren Umweltauswirkungen einen Unterschied für die Umwelt macht (83% gegenüber 80%-81%). Die Übereinstimmung mit der Aussage „Ich habe Produkte speziell wegen ihrer geringeren Umweltauswirkungen gekauft“ ist bei den Befragten, die ihre Ausbildung im Alter von 16 bis 19 Jahren abgeschlossen haben, etwas geringer (57 % gegenüber 62 %).

Arbeiter sind sich am wenigsten einig, dass der Kauf von Produkten mit geringeren Umweltauswirkungen einen Unterschied für die Umwelt macht (75% gegenüber 81%-83% in den anderen Berufsgruppen) und dass sie Produkte speziell wegen ihrer geringeren Umweltauswirkungen gekauft haben (55% gegenüber 58%-62%).

Schließlich stimmen die Befragten, die in ländlichen Gebieten leben, seltener zu als die Befragten, die in städtischen Gebieten leben, dass der Kauf von Produkten mit geringeren Umweltauswirkungen einen Unterschied für die Umwelt macht (79% gegenüber 83%-82%) und

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

dass sie Produkte speziell wegen ihrer geringeren Umweltauswirkungen gekauft haben (56% gegenüber 60%-62%).

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

DX2 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (% Gesamt „Zustimmung“ nach Soziodemografie)

	Der Kauf von Produkten mit geringerer Umweltbelastung macht einen Unterschied für die Umwelt	Ich habe Produkte speziell wegen ihrer geringeren Umweltbelastung gekauft
EU-27	81	59
Geschlecht		
Männer	79	58
Frauen	84	61
Alter		
15-24	79	57
25-39	80	61
40-54	82	61
>=55	82	59
Ausbildung (Alter nach Abschluss)		
Bis zu 15 Jahre	80	62
16-19 Jahre	81	57
20+ Jahre	83	62
Nach wie vor studieren	81	59
Beruf		
Selbständige	82	62
Arbeitnehmer	81	61
Handarbeitskräfte	75	55
Nicht funktionstüchtig	83	58
Urbanisierung		
Ländlicher Raum	79	56
Kleine/mittelgroße Stadt	82	60
Große Stadt / Stadt	83	62
Basis: alle Befragten (n=26 635)		

Abschnitt 2. Bekanntheit des EU-Umweltzeichens

2.1. Bekanntheit des EU-Umweltzeichens

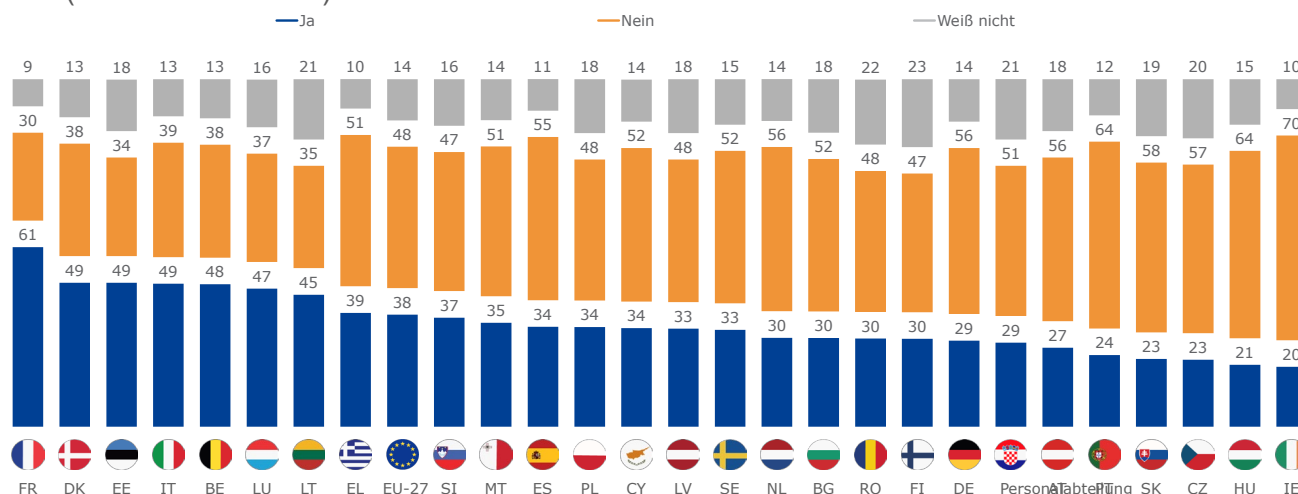


Den Befragten wurde das Logo des EU-Umweltzeichens gezeigt und sie wurden gefragt, ob sie das Logo schon einmal gesehen hätten. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass ein höherer Prozentsatz der Befragten in der gesamten EU (48 %) angibt, das Logo zuvor nicht gesehen zu haben, verglichen mit denen, die angeben, es gesehen zu haben (38 %). Darüber hinaus antwortet etwa jeder siebte Befragte (14 %), dass er nicht weiß, ob er das Logo schon einmal gesehen hat.

Frankreich (61 %) ist das einzige Land, in dem mehr als die Hälfte der Befragten angeben, das EU-Umweltzeichen gesehen zu haben. In den anderen Mitgliedstaaten reicht der Anteil der Befragten, die mit „Ja“ antworten, von etwa einem Fünftel der Befragten in Irland (20 %) und Ungarn (15 %) bis zu fast der

Hälfte der Befragten in Belgien (48 %), Dänemark, Estland und Italien (alle 49 %).

Q1 Bitte schauen Sie sich das unten abgebildete Logo genau an. Haben Sie dieses Logo schon einmal gesehen?
(in % nach Ländern)



Basis: alle Befragten (n=26 635)

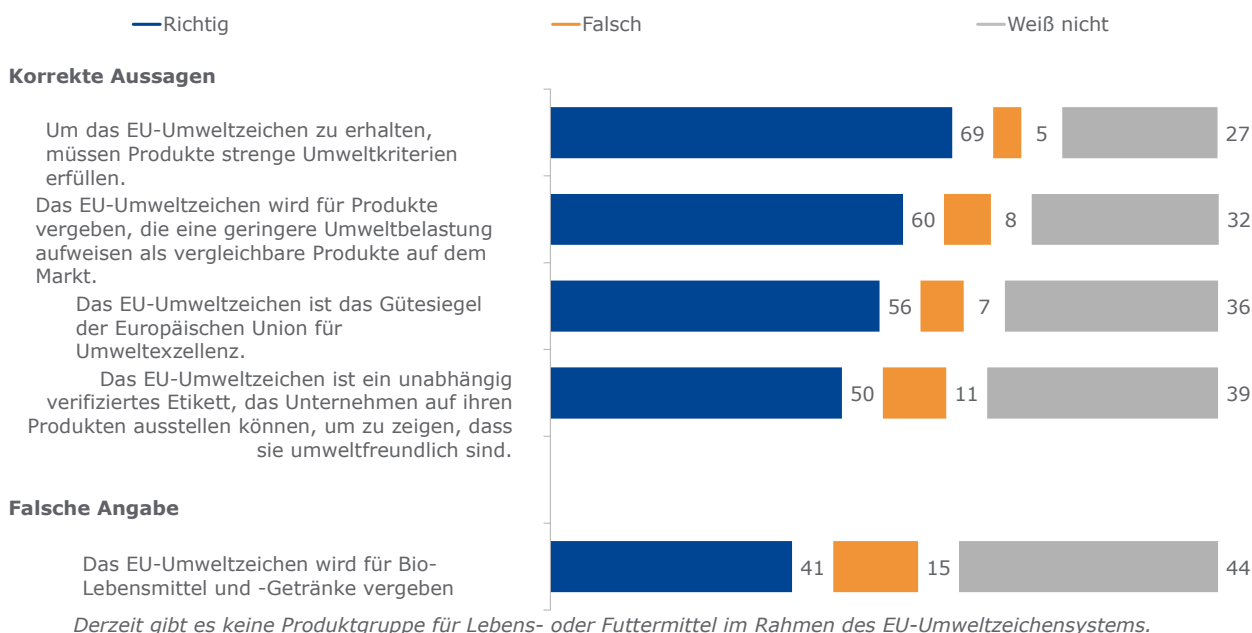
Der Anteil der Befragten, die das EU-Umweltzeichen gesehen haben, ist am niedrigsten bei den 55-Jährigen und über 55-Jährigen (33 % gegenüber 39 % bei den 40- bis 54-Jährigen und 43 % bis 44 % bei den 15- bis 39-Jährigen) und bei den nicht erwerbstätigen Befragten (33 % gegenüber 48 % bei den selbstständigen Befragten). Von den Befragten, die antworteten, dass die Umweltauswirkungen eines Produkts bei ihren Kaufentscheidungen wichtig sind, gaben 43 % an, das Logo des EU-Umweltzeichens gesehen zu haben; Diese Zahl beträgt 26 % für diejenigen, die sich nicht um die Umweltauswirkungen der von ihnen gekauften Produkte kümmern.

2.2. Allgemeine Kenntnisse des EU-Umweltzeichens

Den Befragten wurden als nächstes vier Fakten – und eine falsche Aussage – über das EU-Umweltzeichen vorgelegt und sie wurden gefragt, ob diese wahr oder falsch seien. Präsentiert mit der Aussage „Um das EU-Umweltzeichen zu erhalten, müssen Produkte strenge Umweltkriterien erfüllen“, geben 69 % der Befragten die richtige Antwort und antworten, dass die Aussage wahr ist, verglichen mit 5 %, die diese Aussage für falsch halten, und 27 %, die zugeben, nicht zu wissen, ob die Aussage wahr oder falsch ist. Sechs von zehn Befragten (60 %) antworten, dass die Aussage, dass „das EU-Umweltzeichen für Produkte mit geringeren Umweltauswirkungen als vergleichbare Produkte auf dem Markt vergeben wird“, zutrifft. Im Vergleich dazu antworten 8 %, dass diese Aussage falsch ist, und 32 % „weiß nicht“. Mehr als die Hälfte der Befragten (56 %) bestätigen, dass das EU-Umweltzeichen das Gütesiegel der Europäischen Union für Umweltexzellenz ist, während 7 % antworten, dass diese Aussage falsch ist und 36 % „weiß nicht“. Jeder zweite Befragte antwortet, dass die Aussage „Das EU-Umweltzeichen ist ein unabhängig geprüftes Etikett, das Unternehmen auf ihren Produkten ausstellen können, um zu zeigen, dass sie umweltfreundlich sind“ wahr ist; 11% antworten, dass die Aussage falsch ist und 39% "weiß nicht".

Etwa vier von zehn Befragten (41 %) antworten, dass die Aussage „Das EU-Umweltzeichen wird für ökologische/biologische Lebensmittel und Getränke vergeben“ wahr ist, obwohl diese Aussage falsch ist, da es derzeit keine Produktgruppe für Lebens- oder Futtermittel im Rahmen des EU-Umweltzeichensystems gibt. Etwa jeder siebte Befragte (15 %) gibt die richtige Antwort und antwortet, dass die Aussage falsch ist. Mehr als vier von zehn Befragten (44%) wissen nicht, ob die Aussage wahr oder falsch ist.

Q2 Das abgebildete Logo ist das des EU-Umweltzeichens. Welche der folgenden Aussagen zum EU-Umweltzeichen sind Ihrer Meinung nach wahr oder falsch? (in % der EU-27)



Basis: alle Befragten (n=26 635)

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

In allen Mitgliedstaaten ist die Mehrheit der Befragten der Ansicht, dass die Aussagen „um das EU-Umweltzeichen zu erhalten, müssen Produkte strenge Umweltkriterien erfüllen“ zutreffen (von 53 % in den Niederlanden bis 85 % in Rumänien). In den meisten Ländern entgegnet ein etwas geringerer Anteil, dass die Aussage, dass „das EU-Umweltzeichen für Produkte mit geringeren Umweltauswirkungen als vergleichbare Produkte auf dem Markt vergeben wird“, zutrifft (zwischen 47 % in Deutschland und 72 % in Kroatien). Der Anteil der Befragten, die antworteten, dass die Aussage „Das EU-Umweltzeichen ist das Umweltzeichen der Europäischen Union“ wahr sei, ist in Kroatien (71 %), Dänemark (69 %) und Bulgarien (68 %) am höchsten und in den Niederlanden (37 %) und Tschechien (39 %) am niedrigsten. Ebenso sind 38 % der Befragten in Ungarn und 63 % in Rumänien der Ansicht, dass die Aussage „Das EU-Umweltzeichen ist ein unabhängig geprüftes Etikett, das Unternehmen auf ihren Produkten ausstellen können, um zu zeigen, dass sie umweltfreundlich sind“ wahr ist.

In allen Ländern weiß nicht mehr als jeder fünfte Befragte, dass die Aussage, dass „das EU-Umweltzeichen für ökologische/biologische Lebensmittel und Getränke vergeben wird“, falsch ist – von 6 % in Litauen, 7 % in Polen und 8 % in Bulgarien und Rumänien bis zu 18 % in Deutschland und Malta, 19 % in Dänemark und Frankreich und 20 % in Italien.

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q2 Das abgebildete Logo ist das des EU-Umweltzeichens. Welche der folgenden Aussagen zum EU-Umweltzeichen sind Ihrer Meinung nach wahr oder falsch? (% korrekte Antworten nach Ländern)

		Richtig		Falsch	
	Um das EU-Umweltzeichen zu erhalten, müssen Produkte strenge Umweltkriterien erfüllen.	Das EU-Umweltzeichen wird für Produkte vergeben, die eine geringere Umweltbelastung aufweisen als vergleichbare Produkte auf dem Markt.	Das EU-Umweltzeichen ist das Gütesiegel der Europäischen Union für Umweltexzellenz.	Das EU-Umweltzeichen ist ein unabhängig verifiziertes Etikett, das Unternehmen auf ihren Produkten ausstellen können, um zu zeigen, dass sie umweltfreundlich sind.	Das EU-Umweltzeichen wird für Bio-Lebensmittel und -Getränke vergeben
EU-27	69	60	56	50	15
BE	67	60	49	49	15
BG	71	61	68	57	8
CZ	63	56	39	47	10
DK	67	62	69	43	19
DE	61	47	55	40	18
EE	63	54	48	40	11
IE	61	55	54	49	11
EL	74	64	55	52	11
ES	70	63	64	54	13
FR	73	71	54	53	19
Personalabteilung	79	72	71	53	10
IT	73	67	57	55	20
CY	79	60	54	51	11
LV	62	54	46	45	10
LT	71	70	59	39	6
LU	69	65	53	49	16
HU	66	61	57	38	16
MT	77	66	66	57	18
NL	53	51	37	43	15
AT	67	53	60	48	13
PL	70	59	57	53	7
PT	74	62	65	52	10
RO	85	68	62	63	8
SI	72	68	64	59	10
SK	64	55	51	47	9
FI	64	60	59	57	9
SE	64	56	56	43	9

Basis: alle Befragten (n=26 635)

Soziodemografische Erwägungen

Die Unterschiede in den Anteilen der Befragten, die die vier Fakten über das EU-Umweltzeichen korrekt identifizieren, sind in der Regel gering. Der Anteil, der darauf antwortet, dass die Aussage „Das EU-Umweltzeichen wird für ökologische/biologische Lebensmittel und Getränke vergeben“ falsch ist, ist bei jüngeren Befragten höher (von 12 % für Personen im Alter von 55 Jahren und älter auf 20 % für Personen im Alter von 15 bis 24 Jahren), bei weniger gebildeten Befragten (20 % gegenüber 14 % derjenigen, die ihre Ausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter abgeschlossen haben) und bei Befragten, die das EU-Umweltzeichen gesehen haben (20 % gegenüber 12 % derjenigen, die das Logo nicht gesehen haben).

Q2 Das abgebildete Logo ist das des EU-Umweltzeichens. Welche der folgenden Aussagen zum EU-Umweltzeichen sind Ihrer Meinung nach wahr oder falsch? (% korrekte Antworten nach Soziodemografie)

		Richtig		Falsch	
	Um das EU-Umweltzeichen zu erhalten, müssen Produkte strenge Umweltkriterien erfüllen.	Das EU-Umweltzeichen wird für Produkte vergeben, die eine geringere Umweltbelastung aufweisen als vergleichbare Produkte auf dem Markt.	Das EU-Umweltzeichen ist das Gütesiegel der Europäischen Union für Umweltexzellenz.	Das EU-Umweltzeichen ist ein unabhängig verifiziertes Etikett, das Unternehmen auf ihren Produkten ausstellen können, um zu zeigen, dass sie umweltfreundlich sind.	Das EU-Umweltzeichen wird für Bio-Lebensmittel und -Getränke vergeben
EU-27	69	60	56	50	15
Geschlecht					
Männer	68	60	57	51	15
Frauen	70	60	56	49	14
Alter					
15-24	67	58	56	50	20
25-39	68	61	57	51	17
40-54	70	63	57	52	15
>=55	69	59	55	48	12
Ausbildung (Alter nach Abschluss)					
Bis zu 15 Jahre	66	56	56	52	20
16-19 Jahre	69	59	56	47	20
20+ Jahre	71	63	58	52	14
Nach wie vor studieren	68	59	55	52	18
Beruf					
Selbständige	69	62	58	54	16
Arbeitnehmer	69	62	58	52	16
Handarbeitskräfte	68	58	58	49	16
Nicht funktionstüchtig	69	59	55	48	13
Urbanisierung					
Ländlicher Raum	67	57	55	49	15
Kleine/ mittelgroße Stadt	69	61	56	50	15
Große Stadt / Stadt	70	62	58	51	14

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Bedeutung der Umweltauswirkungen eines Produkts bei Kaufentscheidungen					
„Wichtig“ insgesamt	74	65	61	54	14
Insgesamt „Nicht wichtig“	56	49	44	39	17
EU-Umweltzeichen früher gesehen					
Ja	83	77	72	65	20
Nein	58	48	45	40	12
Basis: alle Befragten (n=26 635)					

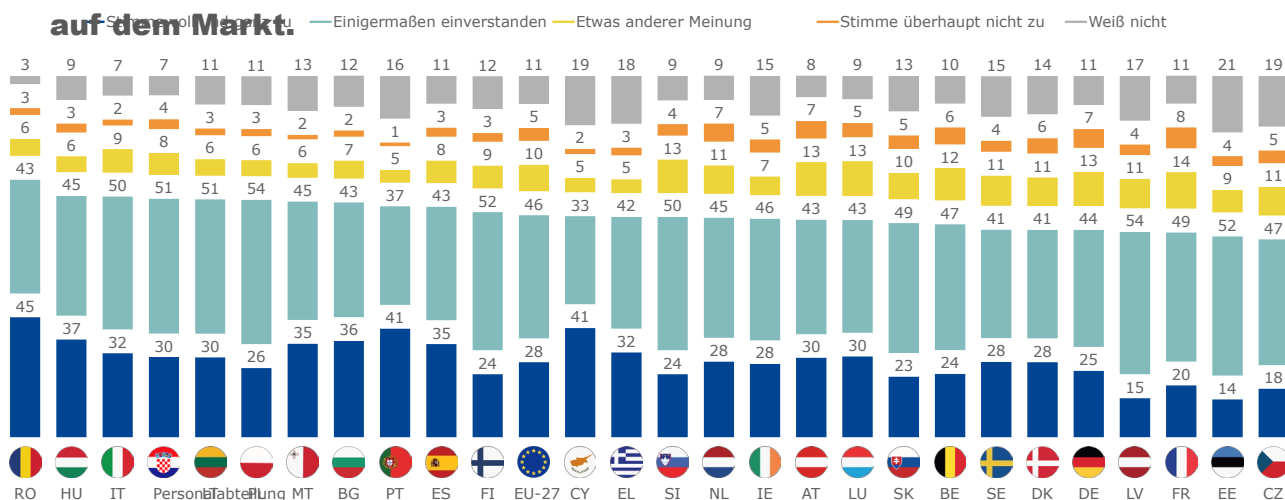
2.3. Vertrauen in das EU-Umweltzeichen

Im EU-Durchschnitt sind sich insgesamt drei Viertel der Befragten einig, dass sie darauf vertrauen, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen tatsächlich geringere Umweltauswirkungen haben als ähnliche Produkte auf dem Markt (28 % „stimmt voll und ganz zu“ und 46 % „stimmt³ etwas zu“).

In Rumänien sind 88 % der Befragten "stark" oder "einigermaßen einverstanden", dass sie darauf vertrauen, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen tatsächlich geringere Umweltauswirkungen haben als ähnliche Produkte auf dem Markt. In Tschechien (66%) und Estland (67%), Frankreich (68%) und Lettland (68%).⁴ Der Anteil der „starken Zustimmung“ schwankt zwischen 14 % in Estland und 45 % in Rumänien.

F7_1 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (in % nach Ländern)

Ich vertraue darauf, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen tatsächlich geringere Umweltauswirkungen haben als ähnliche Produkte auf dem Markt.



Basis: alle Befragten (n=26 635)

Es gibt nur wenige Unterschiede zwischen den soziodemografischen Gruppen, was das Vertrauen in das EU-Umweltzeichen betrifft. Frauen (77 %) stimmen der Aussage „Ich vertraue darauf, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen tatsächlich geringere Umweltauswirkungen haben als ähnliche Produkte auf dem Markt“ eher zu als Männer (73 %).

3 Nachdem die Befragten gefragt wurden, ob sie das EU-Umweltzeichen schon einmal gesehen haben (Q1) und welche Aussagen über das EU-Umweltzeichen wahr oder falsch sind (Q2), wurde eine kurze Erklärung zum EU-Umweltzeichen gegeben. Nach Erhalt dieser Informationen wurden den Befragten verschiedene Folgefragen gestellt, z. B. ob sie darauf vertrauen, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen tatsächlich geringere Umweltauswirkungen haben.

4 Aufgrund von Rundungen summieren sich die Prozentsätze für separate Antwortoptionen, die in den Diagrammen angezeigt werden, nicht immer genau zu den im Text genannten Summen.

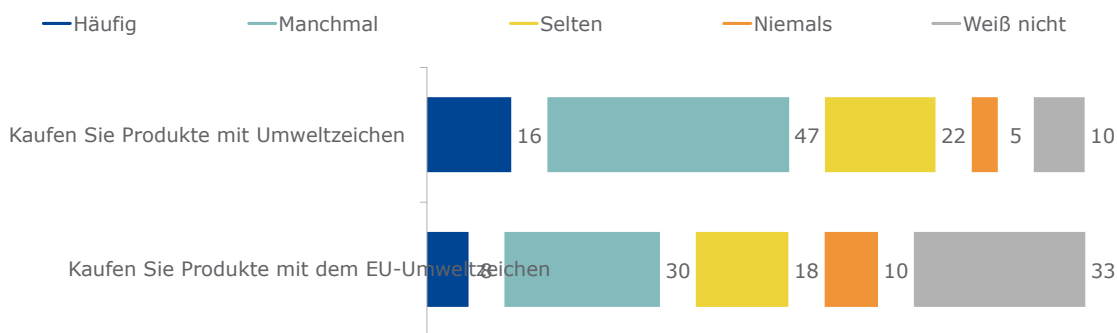
Abschnitt 3. Kauf von Produkten mit dem EU-Umweltzeichen

3.1. Kaufhäufigkeit von Produkten mit Umweltzeichen

Mehr als sechs von zehn Befragten geben an, dass sie Produkte mit Umweltzeichen entweder "oft" (16 %) oder "manchmal" (47 %) kaufen. Im Gegensatz dazu kauft etwa jeder fünfte Befragte (22 %) selten Produkte mit Umweltzeichen und 5 % kaufen nie Produkte mit Umweltzeichen. Jeder zehnte Befragte (10 %) ist sich nicht sicher, ob einige der von ihm gekauften Produkte ein Umweltzeichen tragen.

Die Befragten wurden auch gefragt, wie oft sie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kaufen. Auf diese Frage antworten etwa vier von zehn Befragten, dass sie "oft" (8 %) oder "manchmal" (30 %) Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kaufen. Etwa jeder sechste Befragte (18 %) gibt an, dass er selten Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kauft, und 10 %, dass er nie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kauft. Im Einklang mit dem relativ hohen Anteil der Befragten, die das EU-Umweltzeichen noch nie gesehen haben, „wissen“ 33 % der Befragten nicht, ob sie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kaufen oder nicht.

Q3 Wie oft...? (in % der EU-27)

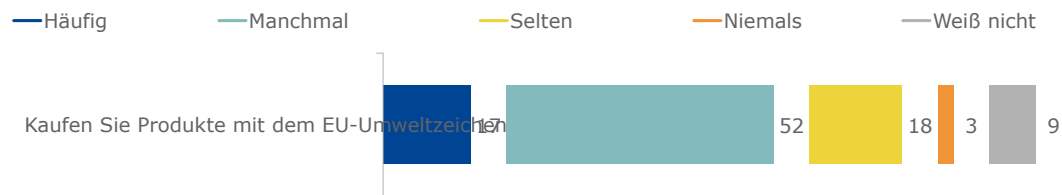


Basis: alle Befragten (n=26 635)

Von den Befragten, die angaben, das EU-Umweltzeichen schon einmal gesehen zu haben, gaben etwa sieben von zehn an, dass sie Produkte mit dem Label entweder "oft" (17 %) oder "manchmal" (52 %) kaufen. Etwa jeder sechste Befragte (18 %) gibt an, dass er selten Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kauft, und 3 %, dass er nie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kauft. Ungefähr eins zu zehn (9%) "weiß es nicht".

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Frage 3 Wie oft...? (in % der EU-27)



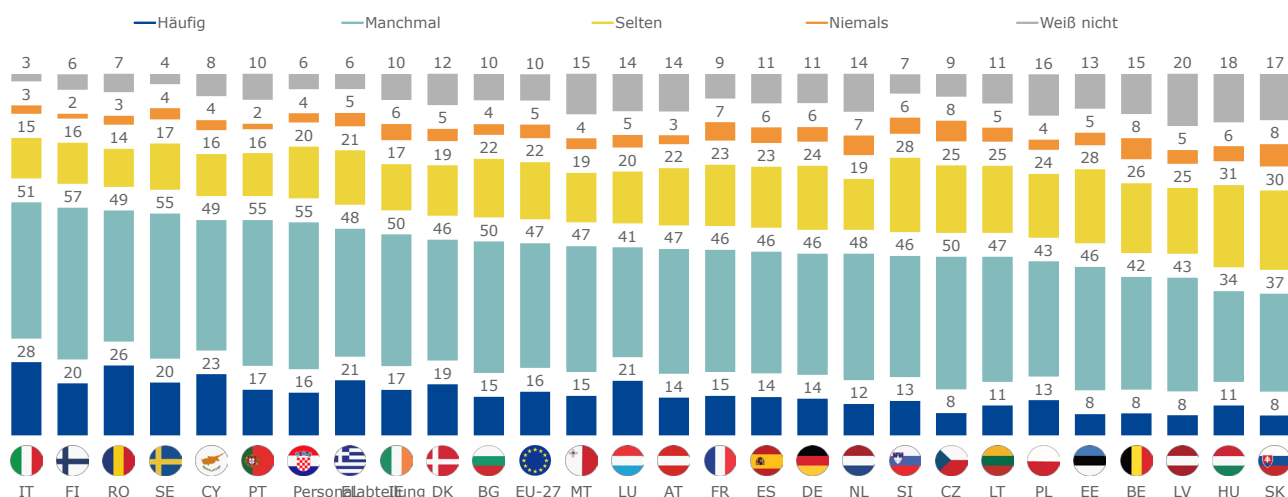
Bemessungsgrundlage: Befragte, die angeben, das EU-Umweltzeichen gesehen zu haben (n=9 482)

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

In Italien (28 %), Rumänien (26 %) und Zypern (23 %) geben etwa ein Viertel – oder mehr – der Befragten an, dass sie „oft“ Produkte mit Umweltzeichen kaufen, während dies in Belgien, Tschechien, Estland, Lettland und der Slowakei bei 8 % der Befragten der Fall ist. Der Anteil der Befragten, die „manchmal“ Produkte mit Umweltzeichen kaufen, liegt in Finnland (57 %), Kroatien, Portugal und Schweden (alle 55 %) sowie Italien (51 %) über 50 %. Im Vergleich dazu antwortet etwa ein Drittel (34%) in Ungarn gleich.

Q3_1 Wie oft...? (in % nach Ländern)

Kaufen Sie Produkte mit Umweltzeichen



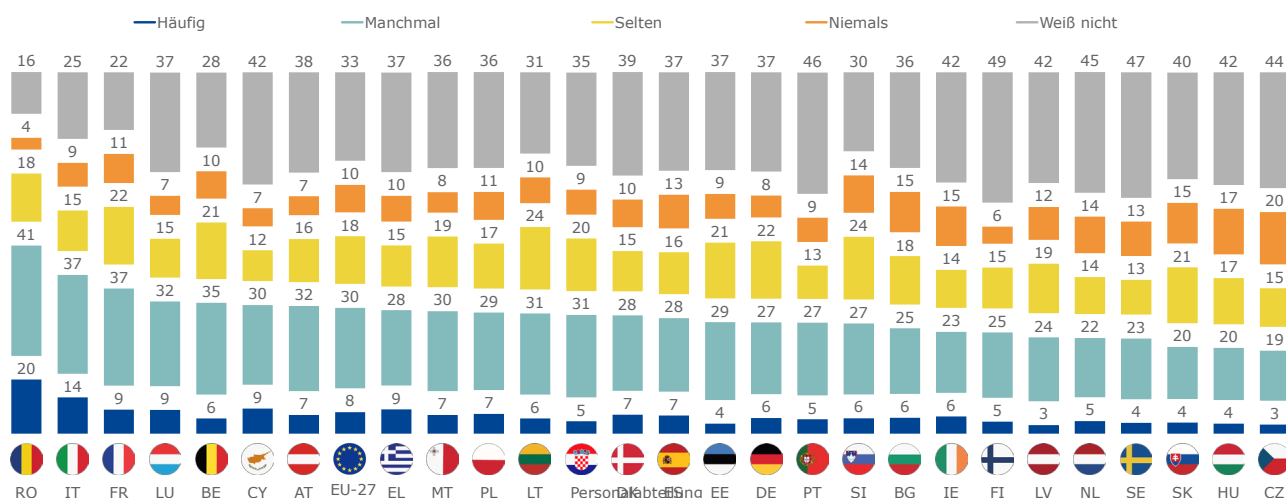
Basis: alle Befragten (n=26 635)

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Der Anteil der Befragten, die „oft“ Produkte mit dem EU-Siegel kaufen, ist in Rumänien (20 %) am höchsten, gefolgt von Italien (14 %), während er in Tschechien und Lettland (jeweils 3 %) am niedrigsten ist. In Rumänien (41 %), Italien (37 %), Frankreich (37 %) und Belgien (35 %) kauft mehr als ein Drittel der Befragten „manchmal“ Produkte mit dem EU-Umweltzeichen, während etwa jeder fünfte Befragte in Tschechien (19 %), Ungarn (20 %) und der Slowakei (20 %) dasselbe antwortet.⁵ In allen Mitgliedstaaten antwortet ein erheblicher Teil der Befragten, dass sie nicht wissen, wie oft sie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kaufen (von 16 % in Rumänien bis 49 % in Finnland).

Q3_2 Wie oft...? (in % nach Ländern)

Kaufen Sie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen



Basis: alle Befragten (n=26 635)

⁵ In Rumänien ist der Anteil, der das Logo des EU-Umweltzeichens gesehen hat, niedriger als der Anteil, der "oft" oder "manchmal" Produkte des EU-Umweltzeichens kauft. Auch in den anderen Ländern gibt eine kleine Anzahl von Befragten, die das EU-Umweltzeichen noch nie gesehen haben, an, Produkte mit dem EU-Umweltzeichen "manchmal" zu kaufen. Es kann sein, dass die Befragten davon ausgegangen sind, dass einige von ihnen das EU-Umweltzeichen erhalten haben könnten, da sie Produkte mit Umweltzeichen kaufen. Ein weiterer Grund kann sein, dass es Verwirrung zwischen verschiedenen Umweltzeichen gibt.

Soziodemografische Erwägungen

Frauen (66%) geben häufiger als Männer (61%) an, dass sie "oft" oder "manchmal" Produkte mit Umweltzeichen kaufen; Bei der Häufigkeit des Kaufs von Produkten mit dem EU-Umweltzeichen ist jedoch kein Unterschied festzustellen.

In ähnlicher Weise geben besser ausgebildete Befragte eher an, dass sie "oft" oder "manchmal" Produkte mit Umweltzeichen kaufen (von 59 % für diejenigen, die ihre Ausbildung im Alter von 15 Jahren oder jünger abgeschlossen haben, bis 66 % für diejenigen, die ihre Ausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter abgeschlossen haben); Dieses Muster zeigt sich jedoch nicht beim Kauf von Produkten mit dem EU-Umweltzeichen.

Obwohl der Anteil der Befragten, die „oft“ oder „manchmal“ Produkte mit Umweltzeichen kaufen, mit dem Alter etwas ansteigt (von 60 % für 15- bis 24-Jährige auf 65 % für Personen ab 55 Jahren), ist der Anteil, die Produkte mit EU-Umweltzeichen „oft“ oder „manchmal“ kaufen, unter den 55- und über-Jährigen am niedrigsten (33 % gegenüber 40 % bis 42 % für 15- bis 54-Jährige).

Q3 Wie oft kaufen Sie Produkte mit Umweltzeichen? (% 'Oft' + 'Manchmal' nach Soziodemografie)

	Produkte mit Umweltzeichen	Produkte mit dem EU-Umweltzeichen
EU-27	63	38
Geschlecht		
Männer	61	39
Frauen	66	38
Alter		
15-24	60	40
25-39	62	42
40-54	64	40
>=55	65	35
Ausbildung (Alter nach Abschluss)		
Bis zu 15 Jahre	59	40
16-19 Jahre	62	36
20+ Jahre	66	40
Nach wie vor studieren	63	38
Beruf		
Selbständige	68	47
Arbeitnehmer	65	42
Handarbeitskräfte	58	38
Nicht funktionstüchtig	62	34
Urbanisierung		
Ländlicher Raum	61	37
Kleine/mittelgroße Stadt	64	39
Große Stadt / Stadt	65	39
Bedeutung der Umweltauswirkungen eines Produkts bei Kaufentscheidungen		

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

„Wichtig“ insgesamt	76	47
Insgesamt „Nicht wichtig“	31	15
Basis: alle Befragten (n=26 635)		

Arbeiter sind weniger wahrscheinlich als ihre Kollegen in anderen Berufsgruppen, um "oft" oder "manchmal" Produkte mit Umweltzeichen zu kaufen (58% vs. 62%-68%); Zusammen mit den Nichterwerbstätigen ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kaufen, geringer (38 % für Arbeiter und 34 % für Nichterwerbstätige, gegenüber 42 % für Arbeitnehmer und 47 % für Selbständige).

Die Befragten, die angeben, dass die Umweltauswirkungen eines Produkts bei ihren Kaufentscheidungen wichtig sind, kaufen zwei- bis dreimal häufiger Produkte mit Umweltzeichen (76 % gegenüber 31 % derjenigen, die die Umweltauswirkungen nicht für wichtig halten) und Produkte mit dem EU-Umweltzeichen (47 % gegenüber 18 %).

3.2. Häufig gekaufte Produkte mit EU-Umweltzeichen

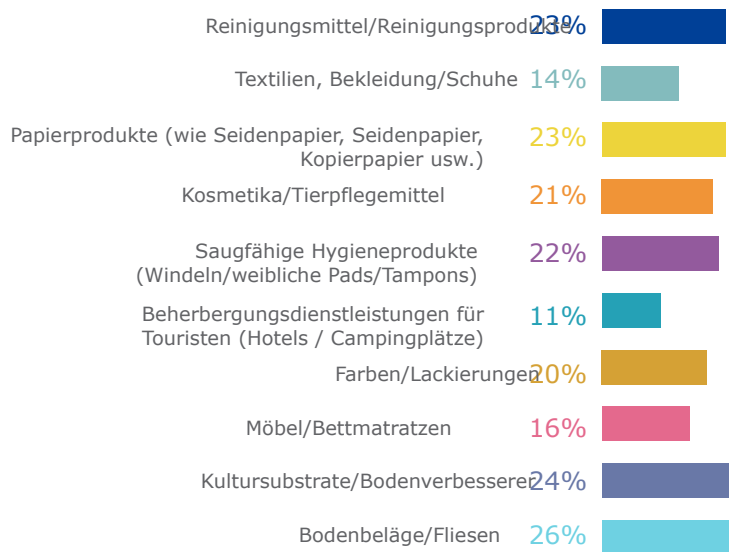
Um zu untersuchen, welche Kategorien von Produkten mit dem EU-Umweltzeichen am häufigsten gekauft werden, wurde den Befragten zunächst eine Liste der Produkte zur Verfügung gestellt und sie wurden gefragt, welche dieser Produkte sie in den letzten 12 Monaten gekauft haben. Für die Produkte, die sie in den letzten 12 Monaten gekauft haben, wurden sie gefragt, ob eines dieser Produkte das EU-Umweltzeichen trägt. Es sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Einklang mit den im vorherigen Abschnitt erörterten Ergebnissen etwa jeder zweite Befragte in der gesamten EU (48 %) antwortet, dass er nicht weiß, ob eines der von ihm gekauften Produkte das EU-Umweltzeichen hatte.

In der Abbildung auf der nächsten Seite liegt der Fokus für jede Produktkategorie auf den Befragten, die in den letzten 12 Monaten ein Produkt in dieser spezifischen Produktkategorie gekauft haben. Daher zeigt die Abbildung für jede Produktkategorie, welcher Anteil der "Käufer" angibt, zumindest einige Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft zu haben.

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Insgesamt ist festzustellen, dass der Anteil der Befragten, die zumindest einige Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft haben, bei allen Produktkategorien bei oder unter einem Viertel liegt. So antwortete etwa ein Viertel der Befragten (23 %), die in den letzten 12 Monaten „Reinigungsmittel/Reinigungsprodukte“ gekauft haben, nachdem sie zumindest einige mit dem EU-Umweltzeichen gekauft hatten. Der Anteil der Befragten, die zumindest einige Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft haben, ist mit 11 % bei Beherbergungsdienstleistungen (Hotels/Campingplätze) am niedrigsten. Es scheint am höchsten für wachsende Medien/Bodenverbesserungsmittel und Bodenbeläge/Fliesen zu sein, aber bei der Interpretation dieser Zahlen ist Vorsicht geboten, da nur eine Minderheit der Befragten in den letzten 12 Monaten Produkte in diesen Kategorien gekauft hatte.

F4b Haben Sie in den letzten 12 Monaten eines der folgenden Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft? Wählen Sie alles aus, was zutrifft. (in % der EU-27)



Basis: von n=2 758 (Bodenbelag/Fliesen) bis n=21 141 (Reinigungsmittel/Reinigungsprodukte) – Basis variiert je nach Produkt, wobei der Schwerpunkt auf den Befragten liegt, die angegeben haben, dass sie die Produktkategorie in den letzten 12 Monaten gekauft haben

Die Tabelle auf der nächsten Seite zeigt die länderübergreifenden Ergebnisse, wobei der Schwerpunkt für jede Produktkategorie weiterhin auf den Befragten liegt, die diese spezifische Produktkategorie in den letzten 12 Monaten gekauft haben. Zur Erinnerung: Diese Abbildung zeigt für jede Produktkategorie, wie hoch der Anteil der "Käufer" ist, die zumindest einige Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft haben.

Im Einklang mit den Ergebnissen des EU-Durchschnitts liegt der Anteil der Befragten, die zumindest einige Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft haben, in den meisten Ländern bei oder unter einem Viertel für alle Produktkategorien. Beispielsweise schwankt dieser Anteil zwischen 4 % bei Beherbergungsbetrieben (Hotels/Campingplätze) und 22 % bei Reinigungsmitteln/Reinigungsmitteln in Slowenien und zwischen 8 % bei Beherbergungsbetrieben (Hotels/Campingplätze) und 22 % bei Kosmetika/Tierpflegeprodukten in Spanien. In einigen wenigen Ländern (z. B. Frankreich, Italien und Rumänien) liegt der Anteil der Befragten, die zumindest einige Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft haben, bei vielen Produktkategorien über einem Viertel. In Frankreich beispielsweise schwankt dieser Anteil zwischen 15 % für Beherbergungsdienstleistungen (Hotels/Campingplätze) und 33 % für saugfähige Hygieneprodukte (Windeln/weibliche Pads/Tampons) – die entsprechende Zahl beträgt

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

44 % für Bodenbeläge/Fliesen, bei der Interpretation dieser Zahl ist jedoch Vorsicht geboten, da in den letzten 12 Monaten nur wenige Befragte diese Art von Produkt gekauft haben.

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

F4b Haben Sie in den letzten 12 Monaten eines der folgenden Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft?

Wählen Sie alles aus, was zutrifft. (in % nach Ländern)

	Wasc h- und Reinig ungsmittel	Textilien, Bekleidu ng/Schu he	Papiererzeugni sse (z. B. Seidenpapier, Seidenpapier, Kopierpapier usw.)	Kosmetika/ Tierpflege mittel	Saugfähig e Hygienep rodukte (Windeln/ weibliche Pads/Tam pons)	Beherber gungsbetr iebe (Hotels/C ampingpl ätze)	Farbe n/ Lackie rungen	Möbel/ Bettmatrat zen	Kultursub strate/ Bodenver besserun gsmittel*	Bodenbel äge/ Fliesen*
EU-27	23	14	23	21	22	11	19	16	24	26
BE	26	12	20	18	16	12	17	18	31	24
BG	19	12	22	19	17	6	13	11	20	15
CZ	16	7	15	16	14	6	12	9	11	16
DK	21	12	15	13	12	10	10	13	14	20
DE	19	13	21	17	17	10	21	14	29	22
EE	23	8	18	18	16	6	11	10	11	10
IE	17	10	16	12	14	8	11	15	16	14
EL	29	13	25	24	20	10	18	21	24	22
ES	19	13	21	22	20	8	20	11	19	22
FR	29	19	29	28	33	15	26	24	32	44
Personalabteilung	18	11	18	18	12	4	9	8	14	5
IT	30	17	32	24	24	15	22	20	28	28
CY	25	12	25	20	16	10	26	13	26	12
LV	19	5	17	12	11	6	10	11	12	17
LT	30	11	20	20	20	9	17	13	18	17
LU	28	12	25	17	15	7	11	6	10	0
HU	17	9	18	11	13	8	9	8	19	10
MT	24	10	20	16	18	9	14	11	17	10
NL	16	10	14	12	11	8	10	13	27	22
AT	20	11	17	19	17	8	17	14	17	16
PL	21	12	21	22	20	9	16	15	27	23
PT	21	10	19	19	15	10	13	11	19	10
RO	42	33	39	39	40	18	30	33	43	40
SI	22	10	21	15	16	4	13	15	19	13
SK	15	10	16	15	11	7	13	13	15	15
FI	13	7	12	10	12	6	13	11	11	27
SE	18	12	13	13	16	11	18	12	14	26

* Vorsicht: kleine
Grundgrößen auf
Länderebene
(<150)

Basis: von n=2
758

(Bodenbelag/Flie
sen) bis n=21 141
(Reinigungsmittel/
Reinigungsprodu
kte) – Basis
variiert je nach

Produkt mit
Schwerpunkt auf
Befragten, die
angegeben

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

haben, dass sie
die
Produktkategorie
in den letzten 12
Monaten gekauft
haben

Soziodemografische Erwägungen

Die Befragten im Alter von 55 Jahren und darüber geben in der Regel weniger häufig als ihre jüngeren Kollegen an, Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in den verschiedenen Produktkategorien zu kaufen. So geben beispielsweise unter den Befragten, die Papierprodukte kaufen, 18 % der über 54-Jährigen an, Produkte mit dem EU-Umweltzeichen zu kaufen, und diese Zahl steigt bei den 15- bis 24-Jährigen auf 28 % und bei den 25- bis 39-Jährigen auf 29 %.

Selbstständige Befragte geben insgesamt am ehesten und nicht erwerbstätige Befragte am wenigsten an, dass sie in jeder Produktkategorie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kaufen. So geben 31 % der Befragten, die Detergenzien/Reinigungsprodukte kaufen, an, zumindest einige dieser Produkte mit dem EU-Umweltzeichen zu kaufen. Diese Zahl sinkt bei den Befragten, die nicht arbeiten, auf 19 %.

Es gibt auch einige Unterschiede nach Geschlecht und Bildungsgruppen. So geben beispielsweise 23 % der Befragten, die Kosmetika/Tierpflegeprodukte kaufen, an, dass sie diese Art von Produkten mit dem EU-Umweltzeichen gekauft haben, verglichen mit 15 % der Befragten, die ihre Ausbildung im Alter von 15 Jahren oder jünger abgeschlossen haben.

F4b Haben Sie in den letzten 12 Monaten eines der folgenden Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft?

Wählen Sie alles aus, was zutrifft. (in % nach Soziodemografie)

	Wasch- und Reinigungsmittel	Textilien, Bekleidung/Schuhe	Papiererzeugnisse (z. B. Seidenpapier, Kopierpapier usw.)	Kosmetika/Tierpflegemittel	Saugfähige Hygieneprodukte (Windeln/weibliche Pads/Tamppons)	Beherbergungsbetriebe (Hotels/Campingplätze)	Farben/Lackierungen	Möbel/Bettmatratzen	Kultursubstrate/Bodenverbeläge/Fliesen * Kulturstrategie/Bodenbeläge/Fliesen * Kulturstrategie/Bodenbeläge/Fliesen *	Bodenbeläge/Fliesen *
EU-27	23	14	23	21	22	11	19	16	24	26
Geschlecht										
Männer	23	16	24	22	28	12	22	18	27	29
Frauen	23	13	22	20	18	9	16	14	20	22
Alter										
15-24	26	20	28	24	26	15	27	22	38	35
25-39	28	19	29	25	26	15	25	21	35	32
40-54	25	14	23	22	20	10	17	13	20	22
>=55	19	10	18	16	17	7	16	12	13	16
Ausbildung (Alter nach Abschluss)										
Bis zu 15 Jahre	23	17	26	15	29	16	17	19	31	27
16-19 Jahre	20	11	21	17	19	8	16	13	19	21
20+ Jahre	25	15	23	23	22	10	21	16	23	26
Nach wie vor studieren	26	17	27	23	23	17	21	19	31	32
Beruf										
Selbstständige	31	23	32	29	31	19	29	25	31	39
Arbeitnehmer	27	17	26	24	25	13	22	18	28	25
Handarbeitskräfte	24	14	26	20	25	13	17	17	28	33
Nicht funktionstüchtig	19	10	18	16	16	6	15	11	16	19

Basis: von n=2 758 (Bodenbelag/Fliesen) bis n=21 141 (Reinigungsmittel/Reinigungsprodukte) – Basis variiert je nach

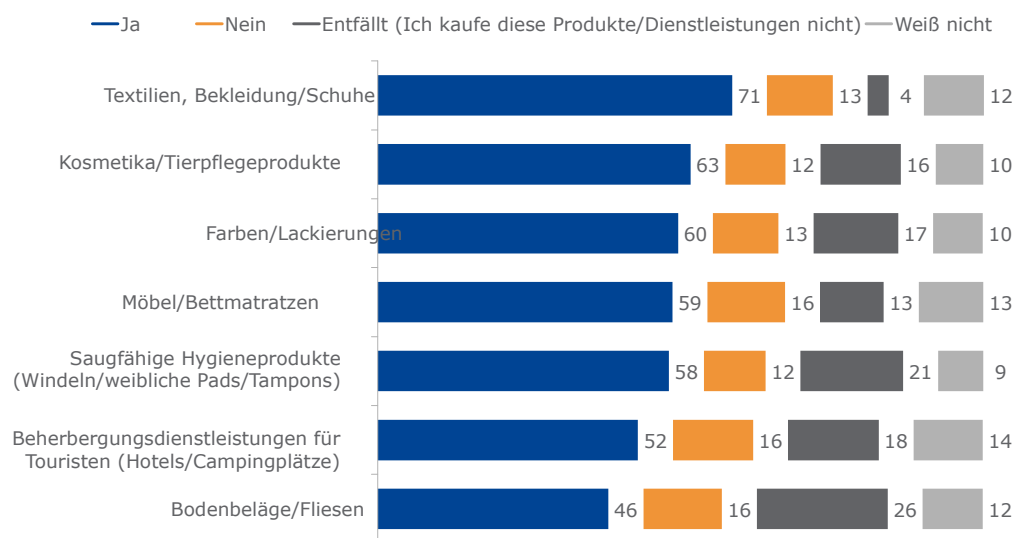
Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Produkt, wobei der Schwerpunkt auf den Befragten liegt, die angegeben haben, dass sie die Produktkategorie in den letzten 12 Monaten gekauft haben

3.3. Mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen anbieten

Für jede Kategorie von Produkten mit dem EU-Umweltzeichen wurden die Befragten gefragt, ob sie mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen finden möchten. Für alle Kategorien sind die Befragten, die mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen finden möchten, weitaus größer als diejenigen, die das Gegenteil sagen. Zum Beispiel antworten 71 %, dass sie mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in Textilien, Kleidung/Schuhen finden möchten, verglichen mit 13 %, die nicht mehr Produkte finden möchten, 4 %, die angeben, dass sie diese Art von Produkten nicht kaufen, und 12 %, die es nicht wissen. Bei den anderen Kategorien liegt der Anteil derjenigen, die mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen finden möchten, zwischen 46 % für Bodenbeläge/Fliesen und 63 % für Kosmetika/Tierpflegeprodukte.

F6 Möchten Sie weitere Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in einer der folgenden Kategorien finden? (in % der EU-27)



Basis: alle Befragten (n=26 635)

In allen Ländern gibt die Mehrheit der Befragten an, dass sie mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in der Kategorie Textilien, Bekleidung/Schuhe finden möchten (von 54 % in Tschechien auf 83 % in Portugal und Rumänien). Ein ähnliches Bild ist bei Kosmetika und Tierpflegeprodukten zu beobachten, wobei mehr als die Hälfte der Befragten in allen Ländern den Wunsch äußert, innerhalb dieser Kategorie mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen zu finden (von 51 % in Tschechien bis 75 % in Crotia).

Der Anteil der Befragten, die mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in der Kategorie Farben/Lackierungen finden möchten, ist der höchste in Bulgarien (72 %), Griechenland (71 %) und Spanien (70 %) und der niedrigste in Finnland (43 %), Lettland (46 %), Estland (47 %), Tschechien und Dänemark (beide 48 %).

In 20 Mitgliedstaaten gibt mindestens die Hälfte der Befragten an, dass sie mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in der Kategorie Möbel/Bettmatratzen finden möchten. Der Anteil der Befragten, die darauf antworten, reicht von 43 % in Estland bis 73 % in Portugal.

Etwa sieben von zehn Befragten in Zypern (72 %), Portugal (71 %), Griechenland (71 %), Bulgarien (70 %), Spanien (70 %), Italien (69 %) und Rumänien (68 %) geben an, dass sie mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in der Kategorie saugfähige Hygieneprodukte finden möchten. Dagegen geben weniger als die Hälfte der Befragten in Dänemark (42 %), Estland (44 %), Deutschland (46 %), den Niederlanden (46 %) und Belgien (49 %) dasselbe an.

Mehr als zwei Drittel der Befragten in Portugal (69 %), Spanien (68 %) und Zypern (67 %) geben an, dass sie mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in der Kategorie Beherbergungsdienstleistungen finden möchten. In Tschechien antwortet etwa ein Drittel der Befragten (35 %) gleich.

Bulgarien (61 %), Spanien (59 %), Italien (57 %), Portugal (54 %), Griechenland und Rumänien (53 %) sind die einzigen Länder, in denen mehr als die Hälfte der Befragten antworten, dass sie mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in der Kategorie Bodenbeläge/Fliesen finden möchten. Im Vergleich dazu gibt weniger als ein Drittel der Befragten in Dänemark (28 %) und Estland (32 %) die gleiche Antwort.

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

F6 Möchten Sie weitere Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in einer der folgenden Kategorien finden? (% 'Ja' nach Ländern)

	Textilien, Bekleidung /Schuhe	Kosmetika/ Tierpflegem ittel	Farben/ Lackierun gen	Möbel/ Bettmatratz en	Saugfähige Hygienepro dukte	Beherbergungs dienstleistung n für Touristen	Bodenbelä ge / Fliesen
EU-27	71	63	60	59	58	52	46
BE	63	57	50	46	49	43	35
BG	78	71	72	67	70	62	61
CZ	54	51	48	45	50	35	33
DK	60	52	48	44	42	36	28
DE	65	57	53	52	46	42	37
EE	56	54	47	43	44	35	32
IE	72	66	61	59	59	58	47
EL	76	68	71	69	71	63	53
ES	76	69	70	70	70	68	59
FR	71	63	61	61	59	54	46
Personal abteilung	79	75	68	65	64	52	46
IT	77	68	67	68	69	59	57
CY	77	73	66	72	72	67	49
LV	58	56	46	49	51	37	38
LT	62	61	52	49	52	41	42
LU	70	60	54	51	54	47	36
HU	65	66	52	50	55	45	39
MT	78	71	66	61	66	61	46
NL	61	56	54	47	46	43	41
AT	68	66	51	53	56	47	37
PL	73	56	61	53	58	48	47
PT	83	73	68	73	71	69	54
RO	83	68	65	67	68	61	53
SI	66	63	55	51	51	47	35
SK	67	62	58	51	57	44	36
FI	66	60	43	51	46	47	33
SE	67	57	53	56	52	46	37

Basis: alle Befragten (n=26 635)

Soziodemografische Erwägungen

Frauen antworten eher als Männer, dass sie mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in den Kategorien Textilien, Kleidung/Schuhe (74 % gegenüber 67 %), Kosmetika/Tierpflegeprodukte (68 % gegenüber 57 %) und saugfähige Hygieneprodukte (65 % gegenüber 51 %) finden möchten.

Die Befragten ab 55 Jahren geben seltener an, dass sie mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in Kosmetika/Tierpflegeprodukten (59 % gegenüber 65 % in jüngeren Altersgruppen), saugfähigen Hygieneprodukten (51 % gegenüber 61 % bis 65 %) und Beherbergungsdienstleistungen (48 % gegenüber 52 % bis 56 %) finden möchten. Im Gegensatz dazu tendieren die Befragten im Alter von 15 bis 24 Jahren weniger dazu, zu antworten, dass sie mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in den Kategorien „Farben/Lackierungen“ (52 % gegenüber 64 % bis 59 %) und „Möbel-/Bettmatratzen“ (54 % gegenüber 62 % bis 59 %) wünschen.

Befragte mit einem höheren Bildungsniveau antworten in der Regel eher, dass sie mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen wünschen. Dies gilt beispielsweise für Textilien, Bekleidung und Schuhe, bei denen 74 % der Befragten, die ihre Ausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter abgeschlossen haben, mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen finden möchten, verglichen mit 71 % der Befragten, die ihre Ausbildung im Alter von 16 bis 19 Jahren abgeschlossen haben, und 61 % der Befragten, die ihre Ausbildung vor dem Alter von 16 Jahren abgebrochen haben.

Die Beschäftigten geben in größerem Maße als die Befragten in anderen Berufsgruppen an, dass sie mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in den Kategorien saugfähige Hygieneprodukte (63% vs. 55%-58%), Farben/Lackierungen (63% vs. 56%-59%) und Möbel-/Bettmatratzen (61% vs. 53%-58%).

Das Leben in einem städtischen Gebiet korreliert im Allgemeinen mit dem stärkeren Wunsch, mehr Produkte zu finden, die mit dem EU-Umweltzeichen gekennzeichnet sind. So geben 74 % der Befragten, die in einer Großstadt leben, an, dass sie mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in der Kategorie Textilien, Kleidung/Schuhe finden möchten, im Gegensatz zu 70 % der Befragten, die in einer kleinen/mittelgroßen Stadt leben, und 69 % der Befragten, die in einem ländlichen Gebiet leben.

Befragte, die der Meinung sind, dass die Umweltauswirkungen ein wichtiger Aspekt der Kaufentscheidung für ein Produkt sind, und Befragte, die das EU-Umweltzeichen bereits gesehen haben, möchten in allen Produktkategorien mehr Produkte mit dem EU-Umweltzeichen finden.

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

F6 Möchten Sie weitere Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in einer der folgenden Kategorien finden? (% Gesamt „Ja“ nach Soziodemografie)

	Textilien, Bekleidungs- schuhe	Kosmetika/ Tierpflegemittel	Farben/ Lackierungen	Möbel/ Bettmatratzen	Saugfähige Hygieneprodukte (Windeln/weibliche Pads/Tampons)	Beherbergungsdienstleistungen für Touristen	Bodenbeläge/ Fliesen
EU-27	71	63	60	59	58	52	46
Geschlecht							
Männer	67	57	60	58	51	52	46
Frauen	74	68	60	60	65	52	46
Alter							
15-24	67	65	52	54	61	52	42
25-39	68	65	59	59	65	55	48
40-54	72	65	64	62	63	56	51
>=55	73	59	61	59	51	48	43
Ausbildung (Alter nach Abschluss)							
Bis zu 15 Jahre	61	53	50	52	52	44	37
16-19 Jahre	71	61	60	59	56	49	45
20+ Jahre	74	66	64	62	62	57	50
Nach wie vor studieren	71	68	56	58	61	55	45
Beruf							
Selbständige	65	63	59	58	58	54	51
Arbeitnehmer	72	66	63	61	63	57	50
Handarbeitskräfte	64	56	56	53	55	48	43
Nicht funktionstüchtig	72	61	59	58	55	48	43
Urbanisierung							
Ländlicher Raum	69	61	59	56	56	48	43
Kleine/mittelgroße Stadt	70	62	59	59	58	52	46
Große Stadt / Stadt	74	64	62	61	61	56	48
Bedeutung der Umweltauswirkungen eines Produkts bei Kaufentscheidungen							
„Wichtig“ insgesamt	80	70	67	67	66	60	53
Insgesamt	47	42	40	36	39	31	27

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

„Nicht wichtig“

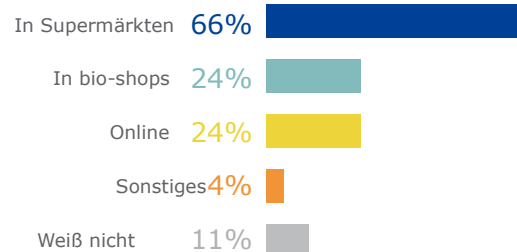
EU-Umweltzeichen früher gesehen

Ja	79	72	70	69	68	62	56
Nein	64	55	52	51	51	45	40

Basis: alle Befragten (n=26 635)

3.4. Kauf von Produkten mit dem EU-Umweltzeichen in

F5 Wo kaufen Sie am häufigsten Produkte mit dem EU-Umweltzeichen? (Mehrere Antworten möglich) (% EU27)



Basis: Befragte, die Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft haben (n=14 194)

Supermärkten, Bioshops und online

Die Befragten, die Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft haben, wurden gefragt, wo sie diese Produkte am häufigsten kaufen. Der weitaus größte Anteil (66 %) antwortet, dass sie am häufigsten Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in Supermärkten kaufen. Etwa ein Viertel der Befragten (24 %) gibt an, dass sie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen am häufigsten in Bioshops kaufen; Derselbe Anteil (24 %) antwortet, dass sie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen am häufigsten online kaufen.

In allen Mitgliedstaaten gibt etwa die Hälfte – oder mehr – der Befragten an, dass sie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen am häufigsten in Supermärkten kaufen (von 47 % in Schweden bis 80 % in Frankreich). Der Anteil, der Produkte mit dem EU-Umweltzeichen am häufigsten in Bioshops kauft, schwankt zwischen 12 % in Dänemark und 39 % in Bulgarien. Online-Shops werden von 5 % der Befragten in Portugal und 37 % in Polen genannt.

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

F5 Wo kaufen Sie am häufigsten Produkte mit dem EU-Umweltzeichen? (Mehrere Antworten möglich) (% nach Ländern)

	In Supermärkten	In bio-shops	Online	Sonstiges	Weiß nicht
EU-27	66	24	24	4	11
BE	69	22	20	2	13
BG	56	39	21	6	12
CZ	55	21	36	4	12
DK	67	12	18	3	18
DE	60	22	26	8	15
EE	64	19	15	3	17
IE	65	19	20	2	17
EL	67	29	20	1	9
ES	62	28	25	3	9
FR	80	24	19	3	7
Personalabteilung	58	30	12	6	17
IT	64	28	27	3	10
CY	73	27	14	1	11
LV	62	16	20	3	16
LT	69	17	21	3	12
LU	71	31	13	3	14
HU	56	22	22	7	14
MT	67	20	13	3	21
NL	62	18	22	8	17
AT	65	26	25	6	12
PL	64	25	37	5	11
PT	70	30	5	2	14
RO	79	23	25	5	5
SI	62	19	19	4	17
SK	56	22	24	6	15
FI	67	13	14	3	21
SE	47	22	33	7	16

Basis: Befragte, die Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft haben (n=14 194)

Soziodemografische Erwägungen

Die soziodemografische Analyse zeigt, dass Männer (26 %) eher als Frauen (23 %) Produkte mit dem EU-Umweltzeichen online kaufen. Darüber hinaus kaufen die Befragten im Alter von 25 bis 39 Jahren (35 %) am häufigsten Produkte mit dem EU-Umweltzeichen online, während die Befragten im Alter von 55 Jahren (16 %) und darüber am wenigsten dazu neigen. Die Befragten im Alter von 25-39 Jahren (31 %) sowie die 15- bis 24-Jährigen (29 %) erwähnen auch eher Bioshops (im Vergleich zu 23 % der 40- bis 54-Jährigen und 19 % der über 55-Jährigen). Der Anteil der am häufigsten gekauften Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in Supermärkten steigt mit zunehmendem Alter (von 58 % bei den 15- bis 24-Jährigen auf 69 % bei den über 55-Jährigen).

Der größte Unterschied zwischen den Bildungsgruppen zeigt sich bei dem Anteil, der Produkte mit dem EU-Umweltzeichen am häufigsten in Supermärkten kauft. Während 56 % der Befragten, die ihre Ausbildung im Alter von 15 Jahren oder jünger abgeschlossen haben, "in Supermärkten" wählen, steigt diese Zahl für diejenigen, die ihre Ausbildung im Alter von 20 Jahren oder älter abgeschlossen haben, auf 69 %.

F5 Wo kaufen Sie am häufigsten Produkte mit dem EU-Umweltzeichen? (in % nach Soziodemografie)

	In Supermärkten	In bio-shops	Online	Sonstiges	Weiß nicht
EU-27	66	24	24	4	11
Geschlecht					
Männer	67	24	26	4	11
Frauen	66	25	23	5	11
Alter					
15-24	58	29	28	5	9
25-39	65	31	35	5	8
40-54	68	23	25	4	10
>=55	69	19	16	5	14
Ausbildung (Alter nach Abschluss)					
Bis zu 15 Jahre	56	25	23	8	12
16-19 Jahre	67	20	21	4	13
20+ Jahre	69	27	27	5	10
Nach wie vor studieren	64	29	25	3	7
Beruf					
Selbständige	64	33	31	5	7
Arbeitnehmer	66	29	29	5	9
Handarbeitskräfte	57	23	28	5	10
Nicht funktionstüchtig	69	18	18	4	13
Urbanisierung					
Ländlicher Raum	65	22	23	4	11
Kleine/mittelgroße Stadt	67	24	24	4	11
Große Stadt / Stadt	66	27	26	6	11

Basis: alle Befragten (n=14 194)

Der Anteil der Befragten, die sich für „in Bioshops“ entscheiden, ist der höchste unter den Selbstständigen (33 % gegenüber z. B. 18 % der nicht erwerbstätigen Befragten), während der Anteil der Befragten, die „in Supermärkten“ angeben, der niedrigste unter den Arbeitern ist (57 % gegenüber 69 % der nicht erwerbstätigen Befragten). Nicht erwerbstätige Befragte erwähnen

seltener den Online-Kauf von Produkten mit dem EU-Umweltzeichen (18 % gegenüber 28 % bis 31 % in den anderen Berufsgruppen).

Der Kauf von Produkten mit dem EU-Umweltzeichen in Bioshops ist auch bei den Befragten, die in Großstädten leben, etwas häufiger (27%) als bei den Befragten, die in ländlicheren Gebieten leben (22%-24%).

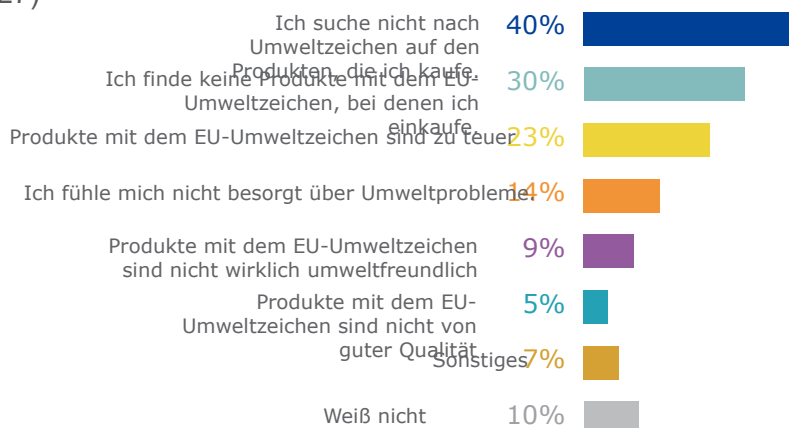
3.5. Gründe, keine Produkte mit dem EU-Umweltzeichen zu kaufen

Die Befragten, die noch nie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft haben, wurden nach den Gründen für ihre Entscheidung gefragt. Sie könnten aus einer vordefinierten Liste von Gründen wählen und mehrere Antworten geben.⁶

Der von diesen Befragten am häufigsten gewählte Grund ist „Ich suche nicht nach Umweltzeichen auf den Produkten, die ich kaufe“ (ausgewählt um 40 %). "Ich bin nicht besorgt über Umweltfragen" wird von 14% der Befragten ausgewählt. Insgesamt wählen 48 % der Befragten einen oder beide der oben genannten Gründe aus.

Drei von zehn Befragten (30 %) antworten, dass sie dort, wo sie einkaufen, keine Produkte mit dem EU-Umweltzeichen finden. Es folgen 23 %, die sich dafür entscheiden, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen zu teuer sind. Kleinere Zahlen entscheiden sich dafür, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen nicht wirklich umweltfreundlich (9 %) oder nicht von guter Qualität (5 %) sind.

Q8 Warum kaufen Sie keine Produkte mit dem EU-Umweltzeichen?
(in % der EU-27)



Basis: Befragte, die niemals Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kaufen
(n=2 882)

⁶ Grundgröße zu klein (n<150), um die Ergebnisse auf Länderebene darzustellen.

Soziodemografische Erwägungen

Auf die Frage, warum sie keine Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kaufen, antworten Männer eher als Frauen mit „Ich fühle mich nicht besorgt über Umweltprobleme“ (21 % gegenüber 8 %), „Produkte mit dem EU-Umweltzeichen sind nicht wirklich umweltfreundlich“ (13 % gegenüber 6 %) und „Produkte mit dem EU-Umweltzeichen sind nicht von guter Qualität“ (6 % gegenüber 3 %). Befragte im Alter von 15 bis 24 Jahren (9 %) geben auch häufiger als Befragte über 40 Jahren (3 % bis 4 %) Letzteres an – d. h., dass „Produkte mit dem EU-Umweltzeichen nicht von guter Qualität sind“. Ein weiterer Unterschied zwischen den Altersgruppen besteht beispielsweise darin, dass Befragte im Alter von 15 bis 24 Jahren häufiger angeben, dass sie keine Produkte mit dem EU-Umweltzeichen dort finden, wo sie einkaufen (36 % gegenüber 27 % bis 30 % in den älteren Altersgruppen).

Der größte Unterschied zwischen den Bildungsgruppen zeigt sich beim Anteil der Befragten, die „Produkte mit dem EU-Umweltzeichen sind nicht wirklich umweltfreundlich“ wählen, was der höchste unter den Befragten ist, die ihre Ausbildung vor dem 16. Lebensjahr abgebrochen haben (18 % gegenüber 8 % bis 9 % bei Befragten mit höherem Bildungsabschluss).

Q8 Warum kaufen Sie keine Produkte mit dem EU-Umweltzeichen? (in % nach Soziodemografie)

	Ich suche nicht nach Umweltzeichen auf den Produkten, die ich kaufe.	Ich finde keine Produkte mit dem EU-Umweltzeichen, bei denen ich einkaufe.	Produkte mit dem EU-Umweltzeichen sind zu teuer	Ich fühle mich nicht besorgt über Umweltprobleme.	Produkte mit dem EU-Umweltzeichen sind nicht wirklich umweltfreundlich	Produkte mit dem EU-Umweltzeichen sind nicht von guter Qualität
EU-27	40	30	23	14	9	5
Geschlecht						
Männer	42	28	21	21	13	6
Frauen	38	32	25	8	6	3
Alter						
15-24	40	36	24	14	10	9
25-39	41	28	24	16	12	6
40-54	34	27	23	16	8	4
>=55	43	30	23	11	8	3
Ausbildung (Alter nach Abschluss)						
Bis zu 15 Jahre	38	32	25	11	18	7
16-19 Jahre	38	30	23	14	8	4
20+ Jahre	41	30	24	15	9	4
Nach wie vor studieren	45	37	26	11	6	6
Beruf						
Selbständige	42	23	21	25	15	12
Arbeitnehmer	38	27	24	15	11	6
Handarbeitskräfte	45	29	27	21	15	8
Nicht funktionstüchtig	40	33	23	10	6	2
Urbanisierung						
Ländlicher Raum	42	28	25	12	10	5
Kleine/ mittelgroße Stadt	39	29	24	16	9	5
Große Stadt / Stadt	39	32	21	13	9	4

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Basis: alle Befragten (n=2 882)

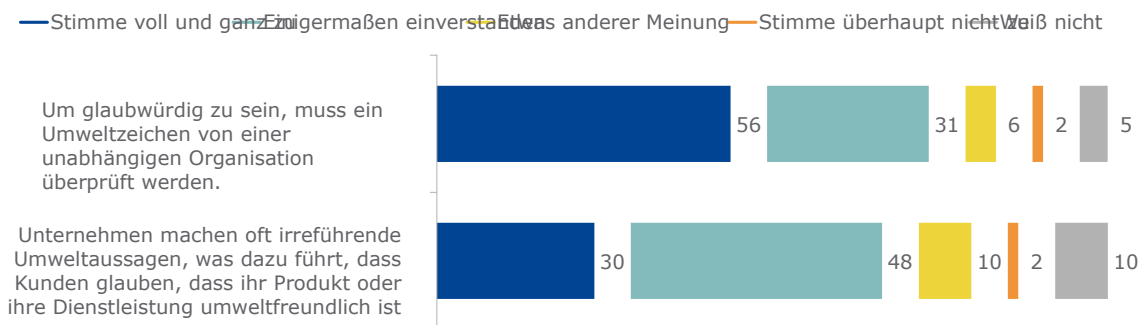
Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Selbstständige Befragte (25 %) und Arbeiter (21 %) sind häufiger als Arbeitnehmer (15 %) und diejenigen, die nicht arbeiten (10 %), nicht bereit, Produkte mit dem EU-Umweltzeichen zu kaufen, weil sie sich nicht von Umweltproblemen betroffen fühlen; Ein ähnliches Muster zeigt sich bei „Ich suche nicht nach Umweltzeichen auf den Produkten, die ich kaufe“ und „Produkte mit dem EU-Umweltzeichen sind nicht wirklich umweltfreundlich“. Auch handwerkliche Mitarbeiter zitieren etwas häufiger, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen zu teuer sind (27 % gegenüber z. B. 21 % der selbstständigen Befragten). Diejenigen, die nicht arbeiten, geben eher an, dass sie keine Produkte mit dem EU-Umweltzeichen dort finden, wo sie einkaufen (33 % gegenüber z. B. 23 % der Selbstständigen).

Abschnitt 4. Umweltzeichen und -aussagen

Im EU-Durchschnitt sind sich insgesamt etwa acht von zehn Befragten einig, dass Unternehmen häufig irreführende Umweltaussagen machen, was die Kunden zu der Annahme veranlasst, dass ihr Produkt oder ihre Dienstleistung umweltfreundlich ist (30 % „stimme voll und ganz zu“ und 48 % „stimme irgendwie zu“). Gleichzeitig stimmen fast neun von zehn Befragten zu, dass ein Umweltzeichen von einer unabhängigen Organisation überprüft werden muss, um glaubwürdig zu sein (56 % stimmen dem ausdrücklich zu und 31 % stimmen dem zu).

F7 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (in % der EU-27)

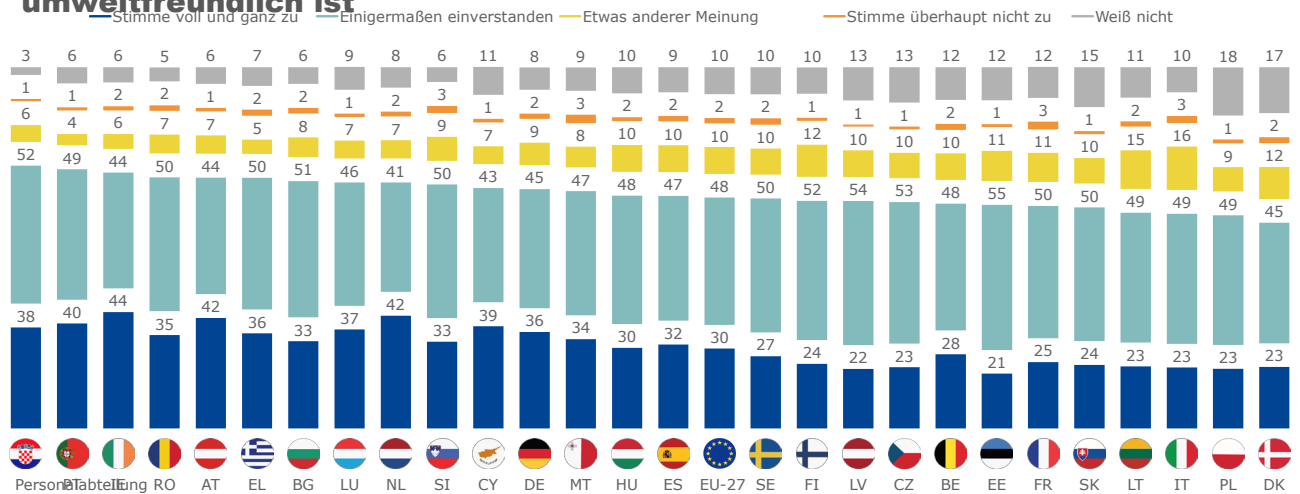


Basis: alle Befragten (n=26 635)

In allen Mitgliedstaaten sind mindestens zwei Drittel der Befragten "stark" oder "etwas einverstanden", dass Unternehmen oft irreführende Umweltaussagen machen, was die Kunden zu der Annahme veranlasst, dass ihr Produkt oder ihre Dienstleistung umweltfreundlich ist. Das Ausmaß der Einigung reicht von 68 % in Tschechien bis zu etwa 89 % in Portugal und 90 % in Kroatien.

F7_3 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (in % nach Ländern)

Unternehmen machen oft irreführende Umweltaussagen, was dazu führt, dass Kunden glauben, dass ihr Produkt oder ihre Dienstleistung umweltfreundlich ist

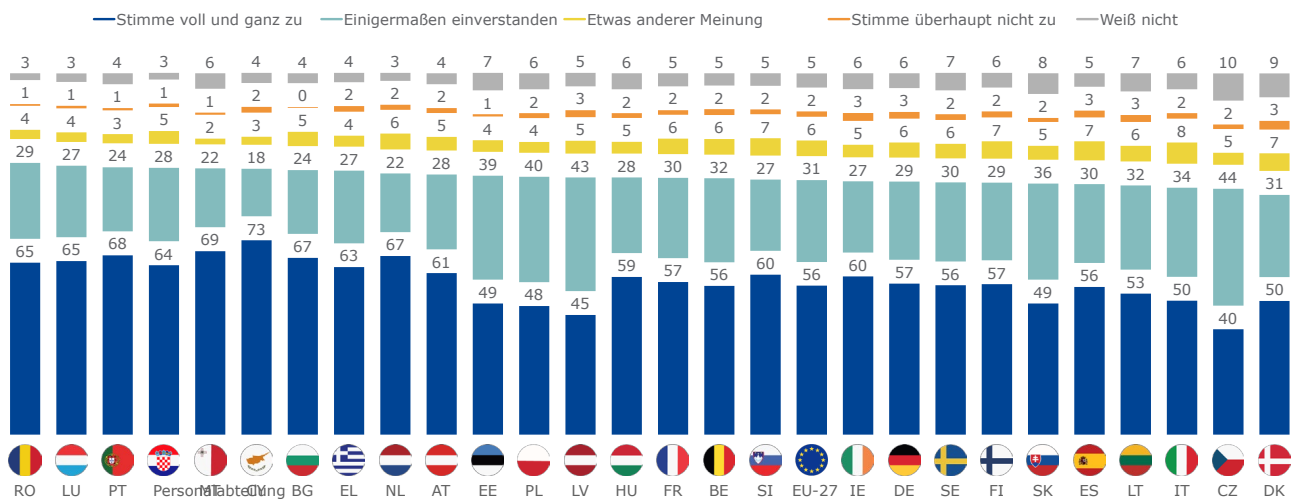


Basis: alle Befragten (n=26 635)

Der Gesamtanteil, der zustimmt, dass ein Umweltzeichen von einer unabhängigen Organisation überprüft werden muss, um glaubwürdig zu sein, ist der höchste in Rumänien (93 %), Luxemburg und Portugal (jeweils 92 %), Kroatien, Bulgarien, Zypern und Malta (alle 91 %).⁷ Das niedrigste – aber immer noch sehr hohe – Maß an Übereinstimmung ist in Dänemark zu beobachten (81 %). Darüber hinaus stimmt die Mehrheit der Befragten in der überwiegenden Mehrheit der Mitgliedstaaten der Auffassung zu, dass ein Umweltzeichen von einer unabhängigen Organisation überprüft werden muss, um glaubwürdig zu sein (z. B. 73 % in Zypern, 69 % in Malta und 68 % in Portugal).

F7_2 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (in % nach Ländern)

Um glaubwürdig zu sein, muss ein Umweltzeichen von einer unabhängigen Organisation überprüft werden.



Basis: alle Befragten (n=26 635)

Soziodemografische Erwägungen

Der Gesamtanteil, der zustimmt, dass ein Umweltzeichen von einer unabhängigen Organisation überprüft werden muss, um glaubwürdig zu sein, steigt mit zunehmendem Alter von 78 % bei den Befragten im Alter von 15 bis 24 Jahren auf 91 % bei den Befragten im Alter von 55 Jahren und darüber. Die Zustimmung zu dieser Aussage ist auch bei den Befragten, die ihre Ausbildung im Alter von 16 Jahren oder älter abgeschlossen haben (89 %-90 %), höher als bei den Befragten, die die Schule im Alter von 15 Jahren oder jünger verlassen haben (76 %). Geringqualifizierte Befragte sind auch weniger wahrscheinlich, dass sie "stark" oder "etwas zustimmen", dass Unternehmen oft irreführende Umweltaussagen machen, was die Kunden zu der Annahme veranlasst, dass ihr Produkt oder ihre Dienstleistung umweltfreundlich ist (74% gegenüber 78% -80%).

Befragte, die nicht erwerbstätig sind (89%) und Beschäftigte (87%), stimmen eher als Selbstständige (83%) und Arbeiter (80%) "stark" oder "etwas zu", dass ein Umweltzeichen von einer unabhängigen Organisation überprüft werden muss, um glaubwürdig zu sein. Darüber hinaus stimmen die Arbeitnehmer (76 %) der Aussage „Ich vertraue darauf, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen tatsächlich geringere Umweltauswirkungen haben als ähnliche Produkte auf dem Markt“ stärker zu als die Befragten in anderen Berufsgruppen (71 %–74 %).

⁷ Aufgrund von Rundungen summieren sich die Prozentsätze für separate Antwortoptionen, die in den Diagrammen angezeigt werden, nicht immer genau zu den im Text genannten Summen.

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Befragte, die in Großstädten leben (89 %), stimmen eher als Befragte, die in ländlicheren Gebieten leben (85-86 %) zu, dass ein Umweltzeichen von einer unabhängigen Organisation überprüft werden muss, um glaubwürdig zu sein.

Befragte, die der Ansicht sind, dass die Auswirkungen eines Produkts auf die Umwelt ein wichtiger Aspekt beim Kauf eines Produkts sind, stimmen eher beiden Aussagen zu. Schließlich stimmen die Befragten, die das EU-Umweltzeichen schon einmal gesehen haben, eher den Aussagen zu, „um glaubwürdig zu sein, muss ein Umweltzeichen von einer unabhängigen Organisation überprüft werden“ (90 % gegenüber 84 %) und „Ich vertraue darauf, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen tatsächlich geringere Umweltauswirkungen haben als ähnliche Produkte auf dem Markt“ (84 % gegenüber 67 %).

F7 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (% Gesamt „Einverstanden nach Soziodemografien)

	Unternehmen machen oft irreführende Umweltaussagen, was dazu führt, dass Kunden glauben, dass ihr Produkt oder ihre Dienstleistung umweltfreundlich ist	Um glaubwürdig zu sein, muss ein Umweltzeichen von einer unabhängigen Organisation überprüft werden.
EU-27	78	87
Geschlecht		
Männer	79	87
Frauen	77	87
Alter		
15-24	75	78
25-39	77	83
40-54	78	87
>=55	79	91
Ausbildung (Alter nach Abschluss)		
Bis zu 15 Jahre	74	76
16-19 Jahre	78	89
20+ Jahre	80	90
Nach wie vor studieren	76	82
Beruf		
Selbständige	79	83
Arbeitnehmer	79	87
Handarbeitskräfte	76	80
Nicht funktionstüchtig	77	89
Urbanisierung		
Ländlicher Raum	78	85
Kleine/mittelgroße Stadt	77	86
Große Stadt / Stadt	79	89
Bedeutung der Umweltauswirkungen eines Produkts bei Kaufentscheidungen		
„Wichtig“ insgesamt	79	90
Insgesamt „Nicht wichtig“	76	80

Basis: alle Befragten (n=26 635)

Technische Spezifikationen

Zwischen dem 5. und 13. September 2023 führte Ipsos European Public Affairs auf Ersuchen der Europäischen Kommission, Generaldirektion Umwelt, Flash Eurobarometer 535 durch. Es handelt sich um eine allgemeine öffentliche Umfrage, die vom Referat „Medienbeobachtung und Eurobarometer“ der Generaldirektion Kommunikation koordiniert wird. Die Flash-Eurobarometer-Umfrage 535 erfasst die Bevölkerung von EU-Bürgern, die in einem der 27 Mitgliedstaaten ansässig sind und mindestens 15 Jahre alt sind.

Alle Interviews wurden mit einem Computer-Assisted Web Interviewing (CAWI) durchgeführt, wobei Ipsos Online-Panels und ihr Partnernetzwerk verwendet wurden. Die Befragten wurden aus Online-Zugangsgremien ausgewählt, Gruppen von vorrekrutierten Personen, die sich bereit erklärt haben, an der Forschung teilzunehmen. Die Stichprobenquote wurde auf der Grundlage des Alters (15-24, 18-24 Jahre, 25-34 Jahre, 35-44 Jahre, 45-54 Jahre, 55-64 Jahre und 65+ Jahre), des Geschlechts und der geografischen Region (NUTS1, NUTS2 oder NUTS 3, abhängig von der Größe des Landes und der Anzahl der NUTS-Regionen) festgelegt.

Fehlermarge

Die Erhebungsergebnisse unterliegen Stichprobentoleranzen. Die „Fehlermarge“ quantifiziert die Unsicherheit in Bezug auf (oder das Vertrauen in) ein Umfrageergebnis. In der Regel gilt: Je mehr Befragungen durchgeführt werden (Stichprobengröße), desto geringer ist die Fehlermarge. Eine Stichprobe von 500 ergibt eine Fehlermarge von nicht mehr als 4,4 Prozentpunkten, und eine Stichprobe von 1 000 ergibt eine Fehlermarge von nicht mehr als 3,1 Prozentpunkten.

Statistische Margen aufgrund von Stichprobentoleranzen

(bei einem Konfidenzniveau von 95 %)

Verschiedene Stichprobengrößen sind in Reihen	Verschiedene beobachtete Ergebnisse sind in Spalten						
	5,00 %	10,00 %	25,00 %	50,00 %	75,00 %	90,00 %	95,00 %
n=50	±6,0	±8,3	±12,0	±13,9	±12,0	±8,3	±6,0
n=100	±4,3	±5,9	±8,5	±9,8	±8,5	±5,9	±4,3
n=200	±3,0	±4,2	±6,0	±6,9	±6,0	±4,2	±3,0
n=500	±1,9	±2,6	±3,8	±4,4	±3,8	±2,6	±1,9
n=1000	±1,4	±1,9	±2,7	±3,1	±2,7	±1,9	±1,4
n=1500	±1,1	±1,5	±2,2	±2,5	±2,2	±1,5	±1,1
n=2000	±1,0	±1,3	±1,9	±2,2	±1,9	±1,3	±1,0

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

	Anzahl der Interviews	Daten der Feldarbeit	Bevölkerung 15+ (absolute Zahl)	Bevölkerung 15+ (in % der Bevölkerung der EU-27)
EU-27	26635	5.9.2023-13.9.2023	379815189	100,00 %
BE	1037	5.9.2023-11.9.2023	9685972	2,55 %
BG	1017	5.9.2023-11.9.2023	5845872	1,54 %
CZ	1010	5.9.2023-12.9.2023	8823299	2,32 %
DK	1096	5.9.2023-12.9.2023	4927589	1,30 %
DE	1049	5.9.2023-12.9.2023	71630189	18,86 %
EE	1045	5.9.2023-13.9.2023	1113997	0,29 %
IE	1044	5.9.2023-13.9.2023	4063488	1,07 %
EL	1078	5.9.2023-13.9.2023	9030796	2,38 %
ES	1001	5.9.2023-11.9.2023	40804956	10,74 %
FR	1034	5.9.2023-11.9.2023	55994788	14,74 %
Personalabteilung	1018	5.9.2023-12.9.2023	3310094	0,87 %
IT	1049	5.9.2023-11.9.2023	51540338	13,57 %
CY	513	5.9.2023-12.9.2023	759421	0,20 %
LV	1022	5.9.2023-13.9.2023	1575765	0,41 %
LT	1066	5.9.2023-12.9.2023	2388299	0,63 %
LU	518	5.9.2023-12.9.2023	542724	0,14 %
HU	1017	5.9.2023-12.9.2023	8278842	2,18 %
MT	547	5.9.2023-13.9.2023	450987	0,12 %
NL	1034	5.9.2023-12.9.2023	14878211	3,92 %
AT	1078	5.9.2023-12.9.2023	7687340	2,02 %
PL	1052	5.9.2023-12.9.2023	31840803	8,38 %
PT	1037	5.9.2023-12.9.2023	9027159	2,38 %
RO	1051	5.9.2023-12.9.2023	15953432	4,20 %
SI	1023	5.9.2023-12.9.2023	1789242	0,47 %
SK	1077	5.9.2023-12.9.2023	4561916	1,20 %
FI	1070	5.9.2023-12.9.2023	4696447	1,24 %
SE	1052	5.9.2023-11.9.2023	8613223	2,27 %

Fragebogen

ALLE AUFFORDERUNGEN

DX1 Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Entscheidung, welche Produkte (Waren oder Dienstleistungen) gekauft werden sollen?

(EIN ANTWORT PRO LINIE - RANDOMISE 1-4)

DX1_1 Die Auswirkungen des Produkts auf die Umwelt

DX1_2 Der Preis des Produkts

DX1_3 Die Qualität des Produkts

DX1_4 Die Marke des Produkts

RESPONSE SCALE

Sehr wichtig 1 Rather important 2 Rather not important 3 Not at all important 4 Weiß nicht 998

ALLE AUFFORDERUNGEN

DX2 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

(EIN ANTWORT PRO LINIE - RANDOMISE 1-4)

DX2_1 Der Kauf von Produkten mit geringerer Umweltbelastung macht einen Unterschied für die Umwelt

DX2_2 Ich habe bought Produkte speziell wegen ihrer geringeren Umweltbelastung

RESPONSE SCALE

Stimme voll und ganz zu 1 Also somewhat agree 2 Also somewhat disagree 3 Stimme voll und ganz nicht zu 4 Weiß nicht 998

ALLE AUFFORDERUNGEN

Q1 Bitte schauen Sie sich das unten abgebildete Logo genau an. Haben Sie dieses Logo schon einmal gesehen?

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen



(EINHEITLICHE ANTWORT)

Ja 1 Nein 2 Nicht kno w 998

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

ALLE AUFFORDERUNGEN

Q2 Das abgebildete Logo ist das des EU-Umweltzeichens. Welche der folgenden Aussagen zum EU-Umweltzeichen sind Ihrer Meinung nach wahr oder falsch?

(EIN ANTWORT PRO LINIE – RANDOMISE 1-5)

Q2_1 Das EU-Umweltzeichen wird für Produkte vergeben, die eine geringere Umweltbelastung aufweisen als vergleichbare Produkte auf dem Markt

Q2_2 Das EU-Umweltzeichen ist ein unabhängig verifiziertes Etikett, das Unternehmen auf ihren Produkten ausstellen können, um zu zeigen, dass sie umweltfreundlich sind

Q2_3 Das EU-Umweltzeichen wird an Bio-Lebensmittel und -Getränke vergeben

Q2_4 Das EU-Umweltzeichen ist das Umweltzeichen der Europäischen Union

Q2_5 Um das EU-Umweltzeichen zu erhalten, müssen Produkte strenge Umweltkriterien erfüllen

RESPONSE SCALE

True 1 False 2 Weiß nicht 998

ALLES ANZEIGEN

Es gibt viele Produkte auf dem Markt mit Umweltzeichen, dh Etiketten, die sich auf die Umwelteigenschaften des Produkts beziehen.

Das EU-Umweltzeichen ist das offizielle freiwillige Umweltzeichen der Europäischen Union, das für Waren und Dienstleistungen mit nachweislich geringeren Umweltauswirkungen im Vergleich zu ähnlichen Produkten auf dem Markt vergeben wird. Es dient auch als Garantie für hohe Qualität. Um das EU-Umweltzeichen zu erhalten, müssen Produkte strenge Umwelt- und Qualitätskriterien erfüllen. Die Einhaltung der Kriterien wird von einem unabhängigen Dritten überprüft.

ALLE AUFFORDERUNGEN

Q3 Wie oft...

(EINE ANTWORT PRO LINIE)

Q3_1 Kaufen Sie Produkte mit Umweltzeichen

Q3_2 Kaufen Sie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen

RESPONSE SCALE

Oftmals 1 Some times 2 Rarely 3 Never 4 Don't know 998

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

ALLE AUFFORDERUNGEN

Q4a Welche der folgenden Produkte haben Sie in den letzten 12 Monaten gekauft? Alles auswählen, was zutrifft

(MULTIPLE ANTWORTEN ZUGELASSEN – RANDOMISE 1-10)

Reinigungsmittel/Reinigungsprodukte 1 Papierprodukte (wie Seidenpapier, Seidenpapier, Kopierpapier usw.) 2 Textilien, Kleidung/Schuhe 3 Fliesen oder Parkett/Fliesen 4 Kosmetika/Arzneimittel-Pflegeprodukte 5 saugfähige Hygiene-Produkte (Windeln/weibliche P-Anzeigen/Tampons) 6 Farben/Lackierungen 7 Möbel/Bettmatratzen 8 Kultursubstrate/Bodenverbesserungsmittel 9 Beherbergungsdienstleistungen (Hotels/Campingplätze) 10 Keine dieser 11 Weiß nicht 998

ASK WENN Q4a ne 11 oder 998

F4b Haben Sie in den letzten 12 Monaten eines der folgenden Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft? Wählen Sie alles aus, was zutrifft.

(MULTIPLE ANTWORTEN ZUGELASSEN – ARTIKEL IN DER gleichen BESTELLUNG wie in Q4a)

Reinigungsmittel/Reinigungsprodukte 1 Papierprodukte (wie Seidenpapier, Seidenpapier, Kopierpapier usw.) 2 Textilien, Kleidung/Schuhe 3 Fliesen oder Parkett/Fliesen 4 Kosmetika/Arzneimittel-Pflegeprodukte 5 saugfähige Hygiene-Produkte (Windeln/weibliche P-Anzeigen/Tampons) 6 Farben/Lackierungen 7 Möbel/Bettmatratzen 8 Kultursubstrate/Bodenverbesserungsmittel 9 Beherbergungsdienstleistungen (Hotels/Campingplätze) 10 Keine dieser 11 Weiß nicht 998

ASK WENN Q3_2=1,2,3

F5 Wo kaufen Sie am häufigsten Produkte mit dem EU-Umweltzeichen?

[MULTIPLE ANTWORTEN]

In Supermärkten 1 In Bio-Shops 2 Online 3 Sonstige 4 Weiß nicht 998

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

ALLE AUFFORDERUNGEN

F6 Möchten Sie weitere Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in einer der folgenden Kategorien finden?

(EIN ANTWORT PRO LINIE - RANDOMISE 1-7)

Q6_1 Textilien, Bekleidung/Schuhe

Q6_2 Bodenbeläge/Fliesen

Q6_3 Kosmetika/Tierpflegemittel

Q6_4 Saugfähige Hygieneprodukte (Windeln/weibliche Pads/Tampons)

Q6_5 Farben/Lackierungen

Q6_6 Möbel/Bettmatratzen

Q6_7 Touristische Beherbergungsdienstleistungen (Hotels/Campingplätze)

RESPONSE SCALE

Ja 1

Nr. 2 Entfällt (Ich kaufe diese Produkte/Dienstleistungen nicht) 9 97 Weiß nicht 998

ALLE AUFFORDERUNGEN

F7 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (EIN ANTWORT PRO LINIE - RANDOMISE 1-3)

Q7_1 Ich vertraue darauf, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen tatsächlich geringere Umweltauswirkungen haben als ähnliche Produkte auf dem Markt

Q7_2 Unternehmen machen oft irreführende Umweltaussagen, was dazu führt, dass Kunden glauben, dass ihr Produkt oder ihre Dienstleistung umweltfreundlich ist

Q7_3 Um glaubwürdig zu sein, muss ein Umweltzeichen von einer unabhängigen Organisation überprüft werden.

RESPONSE SCALE

Strongly agree 1 Somewhat agree 2 Somewhat disagree 3 Strongly disagree 4 Weiß nicht 998

ASK WENN Q3_2=4

Q8 Warum kaufen Sie keine Produkte mit dem EU-Umweltzeichen?

(MULTIPLE ANTWORTEN - RANDOMISE 1-6 ABER KEP-PUNKTE 4-6 GEMEINSAM)

Ich suche nicht nach Umweltzeichen auf den Produkten, die ich kaufe 1 Ich bin nicht besorgt über Umweltprobleme 2 Ich finde keine Kanäle mit dem EU-Umweltzeichen, bei denen ich einkaufe 3 Produkte

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

mit dem EU-Umweltzeichen 1 sind nicht wirklich umweltfreundlich 4 Produkte mit dem EU-Umweltzeichen sind zu teuer 5 Produkte mit dem EU-Umweltzeichen sind nicht von guter Qualität 6 Andere 7 Weiß nicht 998

Datenanhang

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

DX1_1 Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Entscheidung, welche Produkte (Waren oder Dienstleistungen) gekauft werden sollen? Auswirkungen des Produkts auf die Umwelt

	Sehr wichtig	Ziemlich wichtig	Eher nicht wichtig	Überhaupt nicht wichtig	Weiß nicht
EU-27	23	50	19	6	2
BE	13	50	26	9	3
BG	18	53	25	2	1
CZ	15	47	28	8	3
DK	13	45	29	11	3
DE	20	50	20	8	2
EE	6	47	36	8	3
IE	24	46	20	8	2
EL	34	41	18	6	1
ES	30	46	19	5	1
FR	21	51	18	8	3
Personalabteilung	16	54	22	4	4
IT	33	51	13	3	1
CY	30	47	18	4	1
LV	9	45	35	9	2
LT	15	50	25	7	2
LU	18	53	23	5	1
HU	16	53	25	4	2
MT	28	50	17	4	1
NL	13	48	25	11	3
AT	22	50	20	6	2
PL	23	52	17	6	3
PT	32	53	13	2	0
RO	37	47	13	3	1
SI	20	55	20	4	1
SK	13	46	29	10	3
FI	11	49	31	8	2
SE	16	47	27	8	2

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

DX1_2 Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Entscheidung, welche Produkte (Waren oder Dienstleistungen) gekauft werden sollen? Der Preis des Produkts

	Sehr wichtig	Ziemlich wichtig	Eher nicht wichtig	Überhaupt nicht wichtig	Weiß nicht
EU-27	55	40	5	1	0
BE	50	44	5	1	0
BG	48	45	7	0	0
CZ	55	40	4	1	0
DK	44	48	7	1	0
DE	45	46	7	1	0
EE	41	52	5	1	0
IE	58	37	4	1	0
EL	76	20	4	1	0
ES	66	30	4	0	0
FR	54	40	4	1	0
Personalabteilung	50	46	3	0	0
IT	52	42	5	1	0
CY	67	29	3	1	0
LV	51	44	4	1	0
LT	56	40	4	0	0
LU	36	49	13	2	0
HU	57	38	4	1	0
MT	57	39	3	1	0
NL	49	46	4	1	0
AT	53	41	6	1	0
PL	63	34	2	1	0
PT	66	33	1	1	0
RO	68	29	2	0	0
SI	49	45	5	1	0
SK	58	38	4	1	0
FI	44	49	6	1	0
SE	43	49	6	2	0

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

DX1_3 Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Entscheidung, welche Produkte (Waren oder Dienstleistungen) gekauft werden sollen? Die Qualität des Produkts

	Sehr wichtig	Ziemlich wichtig	Eher nicht wichtig	Überhaupt nicht wichtig	Weiß nicht
EU-27	64	33	3	1	0
BE	58	38	4	1	0
BG	68	30	1	0	0
CZ	59	38	3	1	0
DK	47	48	5	0	0
DE	59	37	3	1	0
EE	44	52	3	1	0
IE	68	28	2	1	0
EL	75	23	1	1	0
ES	78	20	2	1	0
FR	56	40	3	1	0
Personalabteilung	48	49	2	1	0
IT	70	28	2	0	0
CY	79	19	1	1	0
LV	57	39	3	1	0
LT	61	36	2	1	0
LU	66	32	3	0	0
HU	51	45	3	0	1
MT	75	24	1	0	0
NL	58	39	2	1	0
AT	69	28	3	1	0
PL	70	28	2	1	0
PT	68	30	1	1	0
RO	82	16	2	1	0
SI	57	39	3	0	0
SK	60	35	3	1	0
FI	49	46	3	1	0
SE	50	44	5	1	0

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

DX1_4 Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Entscheidung, welche Produkte (Waren oder Dienstleistungen) gekauft werden sollen? Die Marke des Produkts

	Sehr wichtig	Ziemlich wichtig	Eher nicht wichtig	Überhaupt nicht wichtig	Weiß nicht
EU-27	16	46	30	8	0
BE	8	43	35	12	1
BG	17	47	33	3	0
CZ	13	42	35	10	0
DK	6	36	38	17	3
DE	12	36	39	13	0
EE	5	34	49	11	1
IE	16	39	33	11	1
EL	20	41	30	9	0
ES	19	54	24	3	0
FR	13	48	29	10	0
Personalabteilung	10	42	40	8	1
IT	23	50	23	3	0
CY	18	45	29	8	0
LV	5	38	47	10	1
LT	10	42	38	9	1
LU	7	43	37	12	0
HU	7	38	43	12	1
MT	18	43	28	11	0
NL	9	44	32	14	1
AT	11	36	40	12	1
PL	22	55	19	4	1
PT	15	47	34	4	0
RO	27	56	13	5	0
SI	11	43	37	9	0
SK	11	39	41	9	0
FI	6	34	46	15	0
SE	11	44	34	10	1

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

DX2_1 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Der Kauf von Produkten mit geringerer Umweltbelastung macht einen Unterschied für die Umwelt

	Stimme voll und ganz zu	Einigermaßen einverstanden	Etwas anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
EU-27	33	48	11	4	3
BE	27	50	13	5	5
BG	35	50	8	4	4
CZ	23	58	10	4	5
DK	26	48	14	5	7
DE	29	48	15	5	3
EE	22	56	13	4	6
IE	34	46	10	5	4
EL	47	40	8	3	2
ES	39	47	9	3	3
FR	22	53	14	6	5
Personalabteilung	40	45	9	4	2
IT	38	50	9	2	1
CY	57	32	7	2	3
LV	23	52	14	4	7
LT	37	45	11	4	4
LU	27	48	15	5	5
HU	28	53	12	3	3
MT	47	43	6	2	3
NL	40	44	9	4	3
AT	30	47	14	5	4
PL	36	47	9	3	5
PT	56	36	5	1	2
RO	53	36	6	3	2
SI	23	49	18	6	4
SK	28	54	10	4	4
FI	27	51	12	5	5
SE	34	47	12	4	3

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

DX2_2 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Ich habe Produkte speziell wegen ihrer geringeren Umweltbelastung gekauft

	Stimme voll und ganz zu	Einigermaßen verstanden	Etwas anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
EU-27	18	42	24	12	4
BE	12	37	29	18	4
BG	19	50	18	8	5
CZ	11	46	29	11	4
DK	8	27	27	29	8
DE	16	38	26	16	5
EE	6	36	36	15	7
IE	19	41	22	14	3
EL	24	47	17	8	4
ES	20	45	21	10	4
FR	15	36	28	18	3
Personalabteilung	16	45	24	11	3
IT	24	50	19	5	2
CY	26	46	14	9	6
LV	8	38	32	16	7
LT	14	44	21	12	8
LU	17	38	30	12	4
HU	11	39	34	13	3
MT	25	40	23	9	5
NL	16	36	26	16	6
AT	16	39	29	14	2
PL	17	40	25	9	9
PT	20	49	19	9	3
RO	27	51	11	7	5
SI	12	44	27	15	2
SK	10	41	32	10	7
FI	11	41	29	14	6
SE	16	46	20	11	6

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q1 Bitte schauen Sie sich das unten abgebildete Logo genau an. Haben Sie dieses Logo schon einmal gesehen?

	Ja	Nein	Weiß nicht
EU-27	38	48	14
BE	48	38	13
BG	30	52	18
CZ	23	57	20
DK	49	38	13
DE	29	56	14
EE	49	34	18
IE	20	70	10
EL	39	51	10
ES	34	55	11
FR	61	30	9
Personalabteilung	29	51	21
IT	49	39	13
CY	34	52	14
LV	33	48	18
LT	45	35	21
LU	47	37	16
HU	21	64	15
MT	35	51	14
NL	30	56	14
AT	27	56	18
PL	34	48	18
PT	24	64	12
RO	30	48	22
SI	37	47	16
SK	23	58	19
FI	30	47	23
SE	33	52	15

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen



Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q2_1 Das abgebildete Logo ist das des EU-Umweltzeichens. Welche der folgenden Aussagen zum EU-Umweltzeichen sind Ihrer Meinung nach wahr oder falsch? Das EU-Umweltzeichen wird für Produkte vergeben, die eine geringere Umweltbelastung aufweisen als vergleichbare Produkte auf dem Markt (richtig)

	Richtig	Falsch	Weiß nicht
EU-27	60	8	32
BE	60	7	33
BG	61	7	32
CZ	56	7	38
DK	62	8	30
DE	47	12	42
EE	54	7	39
IE	55	7	38
EL	64	5	31
ES	63	7	30
FR	71	6	24
Personalabteilung	72	5	23
IT	67	7	26
CY	60	10	29
LV	54	7	40
LT	70	6	24
LU	65	7	28
HU	61	6	33
MT	66	10	25
NL	51	8	41
AT	53	10	37
PL	59	8	33
PT	62	6	33
RO	68	10	22
SI	68	7	25
SK	55	8	37
FI	60	7	33
SE	56	10	34

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q2_2 Das abgebildete Logo ist das des EU-Umweltzeichens. Welche der folgenden Aussagen zum EU-Umweltzeichen sind Ihrer Meinung nach wahr oder falsch? Das EU-Umweltzeichen ist ein unabhängig verifiziertes Etikett, das Unternehmen auf ihren Produkten ausstellen können, um zu zeigen, dass sie umweltfreundlich sind (korrekt)

	Richtig	Falsch	Weiß nicht
EU-27	50	11	39
BE	49	9	42
BG	57	4	39
CZ	47	9	44
DK	43	20	37
DE	40	13	47
EE	40	16	44
IE	49	8	44
EL	52	9	39
ES	54	7	39
FR	53	11	36
Personalabteilung	53	13	35
IT	55	11	34
CY	51	10	40
LV	45	8	47
LT	39	19	42
LU	49	11	40
HU	38	21	42
MT	57	11	32
NL	43	10	48
AT	48	13	39
PL	53	10	37
PT	52	10	38
RO	63	8	29
SI	59	10	32
SK	47	10	42
FI	57	5	37
SE	43	15	42

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q2_3 Das abgebildete Logo ist das des EU-Umweltzeichens. Welche der folgenden Aussagen zum EU-Umweltzeichen sind Ihrer Meinung nach wahr oder falsch? Das EU-Umweltzeichen wird an Bio-Lebensmittel und -Getränke vergeben (nicht korrekt)

	Richtig	Falsch	Weiß nicht
EU-27	41	15	44
BE	37	15	48
BG	48	8	45
CZ	39	10	52
DK	42	19	39
DE	33	18	49
EE	39	11	51
IE	37	11	53
EL	47	11	43
ES	41	13	47
FR	40	19	42
Personalabteilung	46	10	44
IT	39	20	42
CY	45	11	45
LV	43	10	47
LT	64	6	30
LU	40	16	44
HU	31	16	52
MT	34	18	48
NL	30	15	54
AT	42	13	45
PL	60	7	34
PT	40	10	50
RO	67	8	25
SI	54	10	36
SK	36	9	55
FI	36	9	55
SE	48	9	44

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q2_4 Das abgebildete Logo ist das des EU-Umweltzeichens. Welche der folgenden Aussagen zum EU-Umweltzeichen sind Ihrer Meinung nach wahr oder falsch? Das EU-Umweltzeichen ist das Umweltzeichen der Europäischen Union (korrekt)

	Richtig	Falsch	Weiß nicht
EU-27	56	7	36
BE	49	10	41
BG	68	3	29
CZ	39	12	49
DK	69	6	25
DE	55	7	39
EE	48	4	48
IE	54	4	42
EL	55	6	39
ES	64	5	31
FR	54	11	36
Personalabteilung	71	3	26
IT	57	8	35
CY	54	6	39
LV	46	8	46
LT	59	6	36
LU	53	9	38
HU	57	7	36
MT	66	4	31
NL	37	11	52
AT	60	5	35
PL	57	6	37
PT	65	3	32
RO	62	9	29
SI	64	6	30
SK	51	9	41
FI	59	5	36
SE	56	6	38

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q2_5 Das abgebildete Logo ist das des EU-Umweltzeichens. Welche der folgenden Aussagen zum EU-Umweltzeichen sind Ihrer Meinung nach wahr oder falsch? Um das EU-Umweltzeichen zu erhalten, müssen Produkte strenge Umweltkriterien erfüllen (korrekt)

	Richtig	Falsch	Weiß nicht
EU-27	69	5	27
BE	67	5	28
BG	71	3	26
CZ	63	5	32
DK	67	6	27
DE	61	5	34
EE	63	4	34
IE	61	5	34
EL	74	3	23
ES	70	5	25
FR	73	6	21
Personalabteilung	79	2	19
IT	73	6	22
CY	79	2	19
LV	62	5	33
LT	71	4	25
LU	69	6	26
HU	66	5	29
MT	77	2	21
NL	53	7	40
AT	67	4	28
PL	70	4	26
PT	74	2	25
RO	85	2	13
SI	72	5	24
SK	64	5	31
FI	64	5	31
SE	64	6	31

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q3_1 Wie oft... Kaufen Sie Produkte mit Umweltzeichen

	Häufig	Manchmal	Selten	Niemals	Weiß nicht
EU-27	16	47	22	5	10
BE	8	42	26	8	15
BG	15	50	22	4	10
CZ	8	50	25	8	9
DK	19	46	19	5	12
DE	14	46	24	6	11
EE	8	46	28	5	13
IE	17	50	17	6	10
EL	21	48	21	5	6
ES	14	46	23	6	11
FR	15	46	23	7	9
Personalabteilung	16	55	20	4	6
IT	28	51	15	3	3
CY	23	49	16	4	8
LV	8	43	25	5	20
LT	11	47	25	5	11
LU	21	41	20	5	14
HU	11	34	31	6	18
MT	15	47	19	4	15
NL	12	48	19	7	14
AT	14	47	22	3	14
PL	13	43	24	4	16
PT	17	55	16	2	10
RO	26	49	14	3	7
SI	13	46	28	6	7
SK	8	37	30	8	17
FI	20	57	16	2	6
SE	20	55	17	4	4

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q3_2 Wie oft kaufen Sie Produkte mit dem EU-Umweltzeichen?

	Häufig	Manchmal	Selten	Niemals	Weiß nicht
EU-27	8	30	18	10	33
BE	6	35	21	10	28
BG	6	25	18	15	36
CZ	3	19	15	20	44
DK	7	28	15	10	39
DE	6	27	22	8	37
EE	4	29	21	9	37
IE	6	23	14	15	42
EL	9	28	15	10	37
ES	7	28	16	13	37
FR	9	37	22	11	22
Personalabteilung	5	31	20	9	35
IT	14	37	15	9	25
CY	9	30	12	7	42
LV	3	24	19	12	42
LT	6	31	24	10	31
LU	9	32	15	7	37
HU	4	20	17	17	42
MT	7	30	19	8	36
NL	5	22	14	14	45
AT	7	32	16	7	38
PL	7	29	17	11	36
PT	5	27	13	9	46
RO	20	41	18	4	16
SI	6	27	24	14	30
SK	4	20	21	15	40
FI	5	25	15	6	49
SE	4	23	13	13	47

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q4a Welche der folgenden Produkte haben Sie in den letzten 12 Monaten gekauft? Wählen Sie alles aus, was zutrifft.
[MULTIPLE ANTWORTEN]

	Reinigungsmittel/ Reinigungsprodukte	Papierprodukte (wie Seidenpapier, Seidenpapier, Kopierpapier usw.)	Textilien, Bekleidung/Schuhe	Bodenbeläge/ Fliesen	Kosmetika/ Tierpflegemittel	Saugfähige Hygiene produkte (Windeln /weibliche Pads/Tampons)	Farben/ Lackierungen	Möbel/ Bettmatratzen	Kulturstroben/ Bodenverbesserer	Beherbergungsbetriebe (Hotels/Campingplätze)	Keiner von diesen	Weiß nicht
EU-27	79	72	72	10	44	40	27	23	14	32	2	1
BE	73	75	71	8	40	34	24	18	7	31	3	2
BG	81	63	66	17	42	40	31	21	29	38	2	1
CZ	81	84	73	10	43	42	34	23	33	33	1	1
DK	77	56	77	7	42	36	26	25	12	27	3	2
DE	81	78	71	10	50	31	25	25	8	35	2	1
EE	77	78	71	10	42	36	26	21	19	28	3	2
IE	77	79	76	14	51	43	39	26	24	46	2	1
EL	86	84	64	6	43	47	30	19	15	29	2	1
ES	82	59	78	8	36	48	25	26	17	41	2	1
FR	73	79	71	10	38	42	27	22	10	33	2	2
Pers onal abteilung	87	85	77	11	66	46	37	26	18	26	1	1
IT	82	54	70	9	40	44	25	18	10	24	1	2
CY	84	79	63	7	45	47	28	16	15	35	3	2
LV	79	68	63	10	43	38	23	19	28	22	3	1
LT	60	55	62	8	53	34	23	16	23	20	5	3
LU	82	83	78	8	40	38	24	23	8	28	3	1
HU	83	84	66	10	58	39	29	16	20	27	2	1
MT	84	85	73	12	47	46	34	24	26	36	1	2
NL	76	81	78	11	48	34	25	23	9	43	3	1
AT	82	78	75	9	61	34	21	25	11	32	2	1
PL	74	79	74	15	40	43	39	25	23	30	2	2
PT	89	77	73	6	44	54	24	16	8	34	1	1
RO	86	63	76	10	44	47	30	23	14	30	2	1
SI	78	72	70	11	52	35	25	23	16	36	4	1
SK	76	78	74	10	49	37	31	22	18	26	2	2
FI	79	88	79	8	58	38	24	26	26	42	1	0
SE	81	60	75	8	43	34	24	28	30	31	2	1

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

F4b Haben Sie in den letzten 12 Monaten eines der folgenden Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft? Wählen Sie alles aus, was zutrifft. [MULTIPLE ANTWORTEN]

	Reinigungsmittel/ Reinigungsprodukte	Papierprodukte (wie Seidenpapier, Seidenpapier, Kopierpapier usw.)	Textilien, Bekleidung/Sc huhe	Bodenbeläge/ Fliesen	Kosmetika / Tierpflegemittel	Saugfähige Hygieneprodukte (Windeln/ weibliche Pads/Tampons)	Farben/ Lackierungen	Möbel/ Bettmatratzen	Kultursubstrate/ Bodenverbesserer	Beherbergungsbetriebe (Hotels/Campingplätze)	Keiner von diesen	Weiß nicht
EU-27	19	17	11	3	9	9	6	4	3	4	14	48
BE	20	16	9	2	8	6	4	3	2	4	14	49
BG	15	14	8	3	8	7	4	2	6	2	16	52
CZ	13	13	6	2	7	6	4	2	4	2	19	53
DK	17	9	10	2	6	5	3	4	2	3	19	51
DE	16	16	9	2	9	6	5	4	3	4	16	51
EE	18	15	6	1	8	6	3	2	2	2	16	51
IE	13	13	8	2	7	6	4	4	4	4	15	56
EL	26	21	8	2	11	10	6	4	4	3	15	43
ES	16	13	11	2	8	10	5	3	3	4	10	54
FR	22	24	14	4	11	14	8	5	3	5	17	37
Pers onal abteilung	16	16	9	1	12	6	4	2	3	1	13	54
IT	25	18	12	3	10	11	6	4	3	4	12	41
CY	22	21	8	1	10	8	8	2	4	4	8	53
LV	16	12	3	2	5	4	2	2	4	1	20	51
LT	19	12	7	2	12	7	4	2	4	2	21	40
LU	24	21	10	0	7	6	3	1	1	2	13	52
HU	14	15	6	1	7	5	3	1	4	2	15	55
MT	21	17	8	1	8	8	5	3	5	3	16	53
NL	13	12	8	2	6	4	3	3	3	4	14	60
AT	17	14	8	1	12	6	4	4	2	3	13	56
PL	16	17	9	4	9	9	7	4	6	3	10	53
PT	19	15	8	1	9	8	3	2	2	4	13	57
RO	37	25	26	4	18	19	9	8	6	6	12	28
SI	18	16	7	2	8	6	4	4	3	2	18	49
SK	11	13	8	2	8	4	4	3	3	2	14	58
FI	10	11	5	2	6	5	3	3	3	2	16	61
SE	15	8	10	2	6	6	4	4	4	4	13	57

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

F5 Wo kaufen Sie am häufigsten Produkte mit dem EU-Umweltzeichen?
[MULTIPLE ANTWORTEN]

	In Supermärkte n	In bio-shops	Online	Sonstiges	Weiß nicht
EU-27	66	24	24	4	11
BE	69	22	20	2	13
BG	56	39	21	6	12
CZ	55	21	36	4	12
DK	67	12	18	3	18
DE	60	22	26	8	15
EE	64	19	15	3	17
IE	65	19	20	2	17
EL	67	29	20	1	9
ES	62	28	25	3	9
FR	80	24	19	3	7
Personalabteilung	58	30	12	6	17
IT	64	28	27	3	10
CY	73	27	14	1	11
LV	62	16	20	3	16
LT	69	17	21	3	12
LU	71	31	13	3	14
HU	56	22	22	7	14
MT	67	20	13	3	21
NL	62	18	22	8	17
AT	65	26	25	6	12
PL	64	25	37	5	11
PT	70	30	5	2	14
RO	79	23	25	5	5
SI	62	19	19	4	17
SK	56	22	24	6	15
FI	67	13	14	3	21
SE	47	22	33	7	16

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=14 191 – Befragte, die Produkte mit dem EU-Umweltzeichen gekauft haben

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q6_1 Möchten Sie weitere Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in einer der folgenden Kategorien finden? Textilien, Bekleidung/Schuhe

	Ja	Nein	Entfällt (Ich kaufe diese Produkte/Dienstleistungen nicht)	Weiß nicht
EU-27	71	13	4	12
BE	63	19	5	13
BG	78	9	4	9
CZ	54	19	7	19
DK	60	19	5	17
DE	65	15	4	17
EE	56	16	7	21
IE	72	14	4	9
EL	76	12	4	8
ES	76	9	5	9
FR	71	15	5	10
Personalabteilung	79	10	3	8
IT	77	8	4	11
CY	77	10	3	11
LV	58	13	8	22
LT	62	11	6	20
LU	70	15	3	12
HU	65	14	8	14
MT	78	9	3	10
NL	61	19	4	16
AT	68	16	3	13
PL	73	17	3	8
PT	83	5	2	10
RO	83	10	3	4
SI	66	18	6	9
SK	67	13	4	16
FI	66	13	6	15
SE	67	13	4	16

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q6_2 Möchten Sie weitere Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in einer der folgenden Kategorien finden? Bodenbeläge/Fliesen

	Ja	Nein	Entfällt (Ich kaufe diese Produkte/Dienstleistungen nicht)	Weiß nicht
EU-27	46	16	26	12
BE	35	22	30	13
BG	61	11	16	11
CZ	33	21	29	17
DK	28	19	35	18
DE	37	18	31	14
EE	32	15	33	20
IE	47	20	21	12
EL	53	14	23	10
ES	59	10	21	9
FR	46	17	27	10
Personalabteilung	46	19	25	11
IT	57	8	25	11
CY	49	11	25	15
LV	38	14	26	22
LT	42	14	25	19
LU	36	15	31	18
HU	39	17	32	13
MT	46	9	31	14
NL	41	20	22	17
AT	37	19	28	17
PL	47	20	22	11
PT	54	7	27	12
RO	53	22	20	5
SI	35	30	27	8
SK	36	20	28	16
FI	33	13	40	14
SE	37	15	31	17

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q6_3 Möchten Sie weitere Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in einer der folgenden Kategorien finden? Kosmetika/Tierpflegemittel

	Ja	Nein	Entfällt (Ich kaufe diese Produkte/Dienstleistungen nicht)	Weiß nicht
EU-27	63	12	16	10
BE	57	15	18	10
BG	71	8	14	7
CZ	51	13	22	14
DK	52	16	19	14
DE	57	14	15	14
EE	54	12	20	14
IE	66	13	12	9
EL	68	10	16	6
ES	69	7	17	7
FR	63	13	17	7
Personalabteilung	75	8	10	7
IT	68	8	16	8
CY	73	6	12	9
LV	56	10	18	16
LT	61	13	11	15
LU	60	12	18	10
HU	66	11	12	11
MT	71	4	18	7
NL	56	16	15	13
AT	66	12	10	12
PL	56	17	20	7
PT	73	5	14	8
RO	68	15	13	4
SI	63	16	14	7
SK	62	14	14	10
FI	60	12	16	13
SE	57	12	19	12

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit:
5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q6_4 Möchten Sie weitere Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in einer der folgenden Kategorien finden? Saugfähige Hygieneprodukte (Windeln/weibliche Pads/Tampons)

	Ja	Nein	Entfällt (Ich kaufe diese Produkte/Dienstleistungen nicht)	Weiß nicht
EU-27	58	12	21	9
BE	49	16	26	10
BG	70	7	16	7
CZ	50	13	23	13
DK	42	16	30	12
DE	46	15	26	13
EE	44	12	30	14
IE	59	13	20	8
EL	71	8	14	7
ES	70	8	15	7
FR	59	13	21	7
Personalabteilung	64	11	17	7
IT	69	7	17	8
CY	72	7	12	9
LV	51	11	22	16
LT	52	13	21	14
LU	54	14	23	9
HU	55	13	23	10
MT	66	6	21	8
NL	46	17	26	12
AT	56	12	22	10
PL	58	18	18	6
PT	71	5	15	9
RO	68	14	14	4
SI	51	18	22	9
SK	57	13	19	12
FI	46	11	30	14
SE	52	12	25	12

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q6_5 Möchten Sie weitere Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in einer der folgenden Kategorien finden? Farben/Lackierungen

	Ja	Nein	Entfällt (Ich kaufe diese Produkte/Dienstleistungen nicht)	Weiß nicht
EU-27	60	13	17	10
BE	50	18	20	11
BG	72	9	11	9
CZ	48	17	21	14
DK	48	17	21	14
DE	53	14	21	12
EE	47	13	23	17
IE	61	15	14	10
EL	71	9	13	7
ES	70	9	13	8
FR	61	14	16	10
Personalabteilung	68	12	13	7
IT	67	9	15	9
CY	66	8	15	10
LV	46	14	21	19
LT	52	12	19	16
LU	54	14	21	11
HU	52	12	24	12
MT	66	8	19	8
NL	54	17	17	13
AT	51	15	22	12
PL	61	19	13	8
PT	68	5	18	9
RO	65	17	13	5
SI	55	20	18	8
SK	58	15	16	12
FI	43	13	31	14
SE	53	13	21	13

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q6_6 Möchten Sie weitere Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in einer der folgenden Kategorien finden? Möbel/Bettmatratzen

	Ja	Nein	Entfällt (Ich kaufe diese Produkte/Dienstleistungen nicht)	Weiß nicht
EU-27	59	16	13	13
BE	46	22	17	16
BG	67	10	12	11
CZ	45	19	19	18
DK	44	19	17	20
DE	52	17	14	17
EE	43	17	21	20
IE	59	16	14	10
EL	69	12	11	9
ES	70	12	8	10
FR	61	16	11	12
Personalabteilung	65	14	12	9
IT	68	10	12	11
CY	72	9	10	10
LV	49	13	18	21
LT	49	15	17	19
LU	51	17	17	15
HU	50	15	22	13
MT	61	11	15	13
NL	47	22	14	17
AT	53	18	14	16
PL	53	22	15	10
PT	73	6	10	11
RO	67	18	10	5
SI	51	22	16	11
SK	51	17	15	17
FI	51	15	16	18
SE	56	15	11	18

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q6_7 Möchten Sie weitere Produkte mit dem EU-Umweltzeichen in einer der folgenden Kategorien finden? Beherbergungsbetriebe (Hotels/Campingplätze)

	Ja	Nein	Entfällt (Ich kaufe diese Produkte/Dienstleistungen nicht)	Weiß nicht
EU-27	52	16	18	14
BE	43	23	20	14
BG	62	10	15	13
CZ	35	21	25	20
DK	36	20	23	21
DE	42	20	20	18
EE	35	18	23	23
IE	58	19	10	13
EL	63	13	14	10
ES	68	10	12	10
FR	54	16	18	13
Personalabteilung	52	16	22	10
IT	59	8	20	13
CY	67	9	11	14
LV	37	16	25	22
LT	41	16	20	23
LU	47	18	22	14
HU	45	16	26	14
MT	61	9	20	10
NL	43	24	16	17
AT	47	18	17	18
PL	48	22	21	9
PT	69	6	14	11
RO	61	20	14	6
SI	47	25	18	11
SK	44	18	23	16
FI	47	15	20	18
SE	46	16	19	20

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

F7_1 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Ich vertraue darauf, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen tatsächlich geringere Umweltauswirkungen haben als ähnliche Produkte auf dem Markt.

	Stimme voll und ganz zu	Einigermaßen einverstanden	Etwas anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
EU-27	28	46	10	5	11
BE	24	47	12	6	10
BG	36	43	7	2	12
CZ	18	47	11	5	19
DK	28	41	11	6	14
DE	25	44	13	7	11
EE	14	52	9	4	21
IE	28	46	7	5	15
EL	32	42	5	3	18
ES	35	43	8	3	11
FR	20	49	14	8	11
Personalabteilung	30	51	8	4	7
IT	32	50	9	2	7
CY	41	33	5	2	19
LV	15	54	11	4	17
LT	30	51	6	3	11
LU	30	43	13	5	9
HU	37	45	6	3	9
MT	35	45	6	2	13
NL	28	45	11	7	9
AT	30	43	13	7	8
PL	26	54	6	3	11
PT	41	37	5	1	16
RO	45	43	6	3	3
SI	24	50	13	4	9
SK	23	49	10	5	13
FI	24	52	9	3	12
SE	28	41	11	4	15

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle antworten ts

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

F7_2 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Unternehmen machen oft irreführende Umweltaussagen, was dazu führt, dass Kunden glauben, dass ihr Produkt oder ihre Dienstleistung umweltfreundlich ist

	Stimme voll und ganz zu	Einigermaßen einverstanden	Etwas anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
EU-27	30	48	10	2	10
BE	28	48	10	2	12
BG	33	51	8	2	6
CZ	23	53	10	1	13
DK	23	45	12	2	17
DE	36	45	9	2	8
EE	21	55	11	1	12
IE	44	44	6	2	6
EL	36	50	5	2	7
ES	32	47	10	2	9
FR	25	50	11	3	12
Personalabteilung	38	52	6	1	3
IT	23	49	16	3	10
CY	39	43	7	1	11
LV	22	54	10	1	13
LT	23	49	15	2	11
LU	37	46	7	1	9
HU	30	48	10	2	10
MT	34	47	8	3	9
NL	42	41	7	2	8
AT	42	44	7	1	6
PL	23	49	9	1	18
PT	40	49	4	1	6
RO	35	50	7	2	5
SI	33	50	9	3	6
SK	24	50	10	1	15
FI	24	52	12	1	10
SE	27	50	10	2	10

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Basis: n=26 635 - Alle antworten ts

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

F7_3 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Um glaubwürdig zu sein, muss ein Umweltzeichen von einer unabhängigen Organisation überprüft werden.

	Stimme voll und ganz zu	Einigermaße n einverstande n	Etwas anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
EU-27	56	31	6	2	5
BE	56	32	6	2	5
BG	67	24	5	0	4
CZ	40	44	5	2	10
DK	50	31	7	3	9
DE	57	29	6	3	6
EE	49	39	4	1	7
IE	60	27	5	3	6
EL	63	27	4	2	4
ES	56	30	7	3	5
FR	57	30	6	2	5
Personalabt eilung	64	28	5	1	3
IT	50	34	8	2	6
CY	73	18	3	2	4
LV	45	43	5	3	5
LT	53	32	6	3	7
LU	65	27	4	1	3
HU	59	28	5	2	6
MT	69	22	2	1	6
NL	67	22	6	2	3
AT	61	28	5	2	4
PL	48	40	4	2	6
PT	68	24	3	1	4
RO	65	29	4	1	3
SI	60	27	7	2	5
SK	49	36	5	2	8
FI	57	29	7	2	6
SE	56	30	6	2	7

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023
(%) Bemessungsgrundlage: n=26 635 - Alle Befragten

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

Q8 Warum kaufen Sie keine Produkte mit dem EU-Umweltzeichen? [MULTIPLE ANTWORTEN]

	Ich suche nicht nach Umweltzeichen auf den Produkten, die ich kaufe.	Ich fühle mich nicht besorgt über Umweltprobleme.	Ich finde keine Produkte mit dem EU-Umweltzeichen, bei denen ich einkaufe.	Produkte mit dem EU-Umweltzeichen sind nicht wirklich umweltfreundlich	Produkte mit dem EU-Umweltzeichen sind zu teuer	Produkte mit dem EU-Umweltzeichen sind nicht von guter Qualität	Sonstiges	Weiß nicht
EU-27	40	14	30	9	23	5	7	10
BE	41	31	17	10	29	5	0	10
BG	33	7	44	10	20	9	4	11
CZ	48	19	39	6	21	2	5	7
DK	45	19	17	13	11	7	12	16
DE	41	16	18	12	19	4	12	12
EE	51	19	44	12	31	4	2	3
IE	29	8	46	6	13	5	10	7
EL	40	10	40	14	32	6	1	9
ES	32	14	27	2	20	3	7	15
FR	46	12	21	15	39	5	2	8
Personalarabteilung	32	17	41	11	20	3	7	6
IT	32	11	36	4	14	5	6	14
CY	44	22	37	11	12	18	5	15
LV	35	13	37	5	13	8	7	10
LT	43	7	38	7	20	5	5	9
LU	39	20	21	18	37	11	14	6
HU	42	4	51	6	16	2	7	10
MT	51	7	46	7	21	6	3	3
NL	37	22	23	6	25	5	11	8
AT	50	26	28	24	40	12	9	3
PL	48	11	43	11	23	3	5	4
PT	33	6	42	6	19	4	6	10
RO	34	14	16	25	43	14	12	3
SI	38	4	35	12	19	3	7	15
SK	40	14	36	14	27	9	4	10
FI	29	26	33	7	29	5	4	10
SE	39	27	30	9	11	5	8	12

Anmerkung: Vorsicht, kleine Grundgröße (n<150) für einzelne Länderergebnisse

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen / Feldarbeit: 5/9-13/9/2023

(%) Bemessungsgrundlage: n=2 882 – Befragte, die niemals Produkte mit dem EU-Umweltzeichen kaufen

Flash Eurobarometer 535 - Das EU-Umweltzeichen

