

PRESSEMITTEILUNG

Vorbild Bio-Siegel: Große Mehrheit der Deutschen befürwortet Einführung eines Sozial-Siegels

Repräsentativumfrage des Wirtschaftsmagazins „enorm“: 74 Prozent aller Deutschen halten ein Sozial-Siegel zur Kennzeichnung von Produkten für „wichtig“ oder „sehr wichtig“ / Ausschluss von Kinderarbeit meistgenannte Voraussetzung für die Zuerkennung

Hamburg, 08. Juni 2010 – Die große Mehrheit der Deutschen (74 Prozent) hält die Einführung eines Sozial-Siegels für „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Das ist das Ergebnis einer bevölkerungsrepräsentativen Umfrage in der neuen Ausgabe des Wirtschaftsmagazins „enorm“, die am Donnerstag (EVT 10.06.2010) erscheint. Nach Vorbild der Bio-Siegel soll ein Sozial-Siegel den Käufern signalisieren, dass der Hersteller eines Produktes im Umgang mit seinen Angestellten und Zulieferern angemessene soziale Standards einhält. Die Kennzeichnung soll es ermöglichen, dass sich Konsumenten bewusst für Waren entscheiden können, die beispielsweise nicht in Kinderarbeit oder unter Missachtung von Arbeitsschutzmaßnahmen hergestellt wurden.

Den Ausschluss von Kinderarbeit auch in den ausländischen Produktionsstätten (65 Prozent), gleiche Gehälter für Mann und Frau bei identischen Aufgaben (60 Prozent) sowie marktübliche Gehälter (54 Prozent) sind die am häufigsten genannten Voraussetzungen, damit ein Produkt ein Sozial-Siegel tragen dürfte.

Eine Mehrheit der Deutschen wäre auch bereit, für ein Produkt, das nachweislich unter fairen Bedingungen produziert wurde, tiefer in die Tasche zu greifen. So würde ein Drittel (33 Prozent) der Befragten für ein Paar Turnschuhe, das regulär 60 Euro kostet, bis zu fünf Euro mehr zahlen, wenn die Schuhe das Sozial-Siegel tragen und qualitativ gleichwertig sind. 39 Prozent würden sogar zehn Euro oder mehr drauf zahlen.

Über die Ergebnisse der „enorm“-Umfrage berichtet das Magazin in seiner Print-Ausgabe Nr. 2/2010. Durchgeführt wurde die Online-Studie vom 10.-12. Mai 2010 vom Kölner Institut YouGov Psychonomics (www.psychonomics.de) unter insgesamt 1.013 Teilnehmern.

Über „enorm“

Das neue Wirtschaftsmagazin „enorm“ stellt die Themen Social Entrepreneurship, ethisches Wirtschaften und ökosoziale Marktwirtschaft in den Mittelpunkt. Die Zeitschrift erscheint viermal im Jahr auf Deutsch und Englisch. „enorm“ wird vom Social Publish Verlag herausgegeben, einem Hamburger Verlags-StartUp, das selbst nach Social-Business-Grundsätzen arbeitet (www.enorm-magazin.de).

Für Rückfragen:

Frank Plümer | Pressesprecher „enorm“ | c/o plümer)communications
Tel. 040 35 70 13 50 | E-Mail: presse@enorm-magazin.de