

# Social Claims

Tabellenband

**forsa** Gesellschaft für  
Sozialforschung und  
statistische Analysen mbH

Gutenbergstraße 2  
10587 Berlin

**Telefon** 030 62882-0

**E-Mail** [info@forsa.de](mailto:info@forsa.de)

## Daten zur Untersuchung

---

Projekttitel:	Social Claims
---------------	---------------

---

Auftraggeber:	Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
---------------	--

---

Durchführung:	forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
---------------	--

---

Grundgesamtheit:	Die in Privathaushalten in Deutschland lebenden deutschsprachigen Personen ab 18 Jahre.
------------------	---

---

Auswahlverfahren:	Systematische Zufallsauswahl (mehrstufige geschichtete Stichprobe)
-------------------	--

---

Stichprobengröße:	1.001 Befragte
-------------------	----------------

---

Erhebungsmethode:	Einschaltung eines Fragenkomplexes in forsa.Omnitel, die telefonische Mehrthemenumfrage von forsa.  Computergestützte Telefoninterviews (CATI) anhand eines strukturierten Fragebogens auf Basis einer Dual-Frame Stichprobe (Mobilfunk und Festnetz).
-------------------	--

---

Befragungszeitraum:	30. April bis 6. Mai 2024
---------------------	---------------------------

---

Gewichtung:	Gewichtung der Personenstichprobe nach Region, Alter, Geschlecht und Bildung sowie Dual-Frame Gewicht.
-------------	--

---

Statistische Fehlertoleranz:	+/- 3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe
------------------------------	---

---

forsa.

*Social Claims***Frage 1:**

**Es gibt Werbeversprechen auf Lebensmittelverpackungen, die sozialverträgliche Aussagen, wie z. B. 'faire Löhne' oder 'ohne Kinderarbeit', enthalten. Halten Sie solche Aussagen grundsätzlich für glaubwürdig?**

	Gesamt	Region				Geschlecht		Alter				Kinder im Haushalt		Bildung		
		Nord (A)	West (B)	Süd (C)	Ost (D)	Männer (E)	Frauen (F)	18-29 Jahre (G)	30-44 Jahre (H)	45-59 Jahre (I)	60 Jahre und älter (J)	ja (K)	nein (L)	niedrig (M)	mittel (N)	hoch (O)
Basis ungewichtet	1001	159	359	309	174	566	435	70	150	262	519	199	789	138	270	564
Basis (100%)	1001	162*	351	292	196*	489	512	159*	234*	253	355	247*	742	282*	319	356
ja	18%	17%	17%	19%	21%	17%	20%	23%	24% <b>J</b>	20% <b>J</b>	12%	19%	18%	11%	19%	24% <b>M</b>
nein	77%	77%	79%	77%	75%	79%	76%	72%	72%	79%	83% <b>H</b>	77%	78%	83%	77%	74%
weiß nicht	3%	3%	4%	4%	3%	3%	4%	2%	5%	1%	5% <b>I</b>	4%	3%	6%	2%	2%
keine Angabe	1%	3%	*	*	-	1%	-	3%	-	-	*	*	1%	-	2%	*
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

**Social Claims****Frage 2:**

**Sozialverträgliche Werbung auf Lebensmittelverpackungen, wie z. B. 'superfair' oder 'soziale Bedingungen verbessert', ist nicht gesetzlich geregelt. Es gibt momentan keine staatlichen Vorgaben, wie solche Aussagen formuliert werden dürfen und wie Anbieter nachweisen müssen, dass ihre Produkte tatsächlich fair hergestellt worden sind. Sind Sie grundsätzlich für oder gegen eine staatliche Regulierung solcher Aussagen?**

	Gesamt	Region				Geschlecht		Alter				Kinder im Haushalt		Bildung		
		Nord (A)	West (B)	Süd (C)	Ost (D)	Männer (E)	Frauen (F)	18-29 Jahre (G)	30-44 Jahre (H)	45-59 Jahre (I)	60 Jahre und älter (J)	ja (K)	nein (L)	niedrig (M)	mittel (N)	hoch (O)
Basis ungewichtet	1001	159	359	309	174	566	435	70	150	262	519	199	789	138	270	564
Basis (100%)	1001	162*	351	292	196*	489	512	159*	234*	253	355	247*	742	282*	319	356
ich bin dafür	77%	79%	79%	73%	78%	72%	82%E	83%	80%	80%J	71%	81%	76%	76%	80%	77%
ich bin dagegen	19%	15%	19%	21%	19%	24%F	14%	17%	15%	17%	24%	15%	20%	18%	17%	21%
weiß nicht	4%	5%	3%	5%	2%	4%	3%	-	5%	2%	5%	4%	4%	6%	3%	2%
keine Angabe	*	*	*	1%	*	*	*	1%	-	*	*	*	*	-	*	1%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

Social Claims

Region

	Gesamt	Region				Geschlecht		Alter				Kinder im Haushalt		Bildung		
		Nord (A)	West (B)	Süd (C)	Ost (D)	Männer (E)	Frauen (F)	18-29 Jahre (G)	30-44 Jahre (H)	45-59 Jahre (I)	60 Jahre und älter (J)	ja (K)	nein (L)	niedrig (M)	mittel (N)	hoch (O)
Basis ungewichtet	1001	159	359	309	174	566	435	70	150	262	519	199	789	138	270	564
Basis (100%)	1001	162*	351	292	196*	489	512	159*	234*	253	355	247*	742	282*	319	356
Nord	16%	100%BCD	-	-	-	18%	15%	18%	16%	15%	16%	14%	17%	22%O	15%	12%
West	35%	-	100%ACD	-	-	31%	39%	36%	33%	37%	34%	38%	34%	35%	30%	39%
Süd	29%	-	-	100%ABD	-	30%	28%	31%	30%	27%	29%	30%	29%	34%	24%	29%
Ost	20%	-	-	-	100%ABC	21%	18%	14%	20%	20%	21%	18%	20%	9%	30%M	20%M
keine Angabe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

Social Claims

## Geschlecht des Befragten

	Gesamt	Region				Geschlecht		Alter				Kinder im Haushalt		Bildung		
		Nord (A)	West (B)	Süd (C)	Ost (D)	Männer (E)	Frauen (F)	18-29 Jahre (G)	30-44 Jahre (H)	45-59 Jahre (I)	60 Jahre und älter (J)	ja (K)	nein (L)	niedrig (M)	mittel (N)	hoch (O)
Basis ungewichtet	1001	159	359	309	174	566	435	70	150	262	519	199	789	138	270	564
Basis (100%)	1001	162*	351	292	196*	489	512	159*	234*	253	355	247*	742	282*	319	356
männlich	49%	54%	43%	50%	53%	100% <b>F</b>	-	52%	51%	50%	45%	41%	51%	51%	47%	47%
weiblich	51%	46%	57%	50%	47%	-	100% <b>E</b>	48%	49%	50%	55%	59%	49%	49%	53%	53%
keine Angabe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

Social Claims

## Alter des Befragten

	Gesamt	Region				Geschlecht		Alter				Kinder im Haushalt		Bildung		
		Nord (A)	West (B)	Süd (C)	Ost (D)	Männer (E)	Frauen (F)	18-29 Jahre (G)	30-44 Jahre (H)	45-59 Jahre (I)	60 Jahre und älter (J)	ja (K)	nein (L)	niedrig (M)	mittel (N)	hoch (O)
Basis ungewichtet	1001	159	359	309	174	566	435	70	150	262	519	199	789	138	270	564
Basis (100%)	1001	162*	351	292	196*	489	512	159*	234*	253	355	247*	742	282*	319	356
18-29 Jahre	16%	18%	16%	17%	12%	17%	15%	100%HIJ	-	-	-	13%	17%	5%	15%M	19%M
30-44 Jahre	23%	23%	22%	24%	24%	24%	22%	-	100%GIJ	-	-	55%L	13%	16%	16%	36%MN
45-59 Jahre	25%	24%	27%	24%	25%	26%	25%	-	-	100%GHJ	-	29%	23%	18%	35%M	25%
60 Jahre und älter	35%	34%	35%	35%	39%	33%	38%	-	-	-	100%GHI	4%	46%K	61%NO	34%O	20%
keine Angabe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

Social Claims

## Anzahl Kinder unter 18 im Haushalt

	Gesamt	Region				Geschlecht		Alter				Kinder im Haushalt		Bildung		
		Nord (A)	West (B)	Süd (C)	Ost (D)	Männer (E)	Frauen (F)	18-29 Jahre (G)	30-44 Jahre (H)	45-59 Jahre (I)	60 Jahre und älter (J)	ja (K)	nein (L)	niedrig (M)	mittel (N)	hoch (O)
Basis ungewichtet	1001	159	359	309	174	566	435	70	150	262	519	199	789	138	270	564
Basis (100%)	1001	162*	351	292	196*	489	512	159*	234*	253	355	247*	742	282*	319	356
keine Kinder	74%	78%	72%	73%	75%	78%	71%	80% <b>H</b>	42%	68% <b>H</b>	97% <b>GHI</b>	-	100% <b>K</b>	84% <b>O</b>	81% <b>O</b>	61%
1 Kind	11%	6%	9%	13%	13%	9%	11%	10% <b>J</b>	20% <b>J</b>	14% <b>J</b>	2%	43% <b>L</b>	-	3%	10% <b>M</b>	17% <b>M</b>
2 Kinder	10%	15%	11%	10%	6%	9%	12%	4%	28% <b>GIJ</b>	11% <b>J</b>	1%	42% <b>L</b>	-	5%	8%	16% <b>MN</b>
3 Kinder	3%	*	3%	3%	3%	2%	3%	1%	8% <b>IJ</b>	2%	-	11% <b>L</b>	-	3%	1%	4%
4 Kinder und mehr	1%	*	3%	*	*	*	2%	5% <b>J</b>	1%	*	-	5% <b>L</b>	-	3%	-	1%
keine Angabe	1%	-	1%	1%	2%	2%	1%	*	*	3%	1%	-	-	2%	1%	1%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%



forsa.

Social Claims**Bildung**

Filter: Schulbildung beendet

	Gesamt	Region				Geschlecht		Alter				Kinder im Haushalt		Bildung		
		Nord (A)	West (B)	Süd (C)	Ost (D)	Männer (E)	Frauen (F)	18-29 Jahre (G)	30-44 Jahre (H)	45-59 Jahre (I)	60 Jahre und älter (J)	ja (K)	nein (L)	niedrig (M)	mittel (N)	hoch (O)
Basis ungewichtet	993	158	356	305	174	562	431	62	150	262	519	194	786	138	270	564
Basis (100%)	977	158*	341	282	196*	477	500	135*	234*	253	355	235*	730	282*	319	356
niedrig	29%	39%D	29%D	34%D	14%	30%	27%	10%	19%	20%	48%GHI	17%	33%K	100%NO	-	-
mittel	33%	31%	28%	28%	49%ABC	31%	34%	36%	22%	44%HJ	30%	24%	35%	-	100%MO	-
hoch	36%	26%	41%A	37%	37%	35%	38%	50%J	55%IJ	35%J	20%	57%L	30%	-	-	100%MN
anderer Schulabschluss	2%	4%	2%	1%	1%	3%	1%	3%	3%	1%	1%	1%	2%	-	-	-
keine Angabe	*	*	*	*	-	*	*	-	-	-	1%	-	*	-	-	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%