

Regionalvermarkter Hi-Land hat hohen Bekanntheitsgrad

Umfrage mit gutem Ergebnis – Mit Einschränkung durch den Befragungsort

HILDESHEIM. Eine Studie der Universität Hildesheim bescheinigt dem Regionalvermarkter Hi-Land einen hohen Bekanntheitswert. Danach kaufen zwei Drittel der befragten Hildesheimer Öko-Produkte und fast 40 Prozent von ihnen haben schon etwas von Hi-Land gehört.

35 Studenten der Universität Hildesheim haben unter Anleitung von Dr. Kim Philip Schumacher vom Institut für Geografie im Rahmen eines Kooperationsprojekts mit Hi-Land die Umfrage gemacht. „Dass die befragten Hildesheimer den Produkten aus biologisch-ökologischem Landbau gegenüber so aufgeschlossen sind, hat mich doch überrascht“, gab Schumacher bei der Präsentation der Ergebnisse zu.

Allerdings kann der Befragungsort zu einer gewissen Verzerrung beigetragen haben, das räumte Schumacher ein. Denn die 179 Passanten,



Hi-Land-Vereinschef Alfred Müller (links) ist erfreut über die Ergebnisse, die eine Umfrage von Dr. Kim Philip Schumacher ergeben hat.

Foto: Hohmann

deren Antworten in die Umfrageauswertung eingeflossen sind, wurden im Sommer 2009 vorwiegend auf den Wochenmärkten am Marienburger Platz und in der Hildesheimer Innenstadt angesprochen. Ein Drittel von ih-

nen waren Rentner. Zudem sei der Anteil derer, die einen höheren Bildungsgrad hatten, relativ hoch gewesen. „Hätten wir als Befragungsstandort auch einen Parkplatz eines Lebensmittel-Discounters ausgewählt, wären

die Ergebnisse sicher etwas anders ausgefallen“, sagte der Wissenschaftler, der sich hauptsächlich mit Kulturlandschaftsentwicklung und Nachhaltigkeit beschäftigt.

Für Hi-Land-Vereinschef Alfred Müller hat die Befragung dennoch entscheidende Erkenntnisse gebracht. Dass der Bekanntheitsgrad von Hi-Land auf fast 40 Prozent gestiegen sei (2002 lag das Ergebnis bei 25 Prozent) mache ihn stolz. „Allerdings heißt das auch, dass uns 60 Prozent noch nicht kennen, daran müssen wir arbeiten“, sagte Müller. Überrascht habe ihn, dass die meisten Befragten angaben, Hi-Land aus der Presse zu kennen. Er selbst habe die Mund-zu-Mund-Propaganda höher bewertet. Dass die regionalen Produkte außer auf den Wochenmärkten vor allem aus den Bio-Regalen im Supermarkt Absatz fänden, sei hingegen schon bekannt gewesen. lyh