



IMAGE 2024 BAROMETER

DLG-Image Barometer 2023/2024: Nutzungsbestimmungen für das Label



1. Das DLG-ImageBarometer im Profil

Für das DLG-ImageBarometer befragt die DLG e.V., Eschborner Landstraße 122, 60489 Frankfurt am Main (im Folgenden „DLG“) seit Mitte der 1990er Jahre jährlich ein Panel von rund 700 Landwirten und Landwirtinnen zu Markenbekanntheit, -loyalität, -performance und -image von für die Agrarbranche relevanten Unternehmen in folgenden sieben Produktkategorien:

- Landtechnik
- Tierhaltungstechnik
- Betriebsmittel für die Tierhaltung (z.B. Hersteller von Mineralfutter für Mastrinder oder Hersteller von Tränken für Rinder und Schweine)
- Agrarchemie und Saatgut (z.B. Hersteller von Silomais zur Milchvieh- und Rinderfütterung)
- Handel und Dienstleistungen (z.B. Händler von Produkten für den Stallbau oder Hersteller von Tanks & Behälter. Für den Bereich Dienstleistung: z.B. Deutscher Wetterdienst)
- Banken und Versicherungen (z.B. Banken zur Finanzierung landwirtschaftlicher Projekte)
- Erneuerbare Energie (z.B. Energieerzeuger aus Biogasanlagen)

Ziel des DLG-ImageBarometers ist die Effektivität und Wirksamkeit von unternehmerischen Marketingmaßnahmen – insbesondere zur Markenbildung – zu ermitteln und darzustellen. Für jede der sieben Kategorien wird eine TOP 10 erstellt. Eine Platzierung in den Rankings bietet Unternehmen Orientierung und Unterstützung in der Kommunikation mit Partner, Kunden sowie Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen.

Die DLG spielt dabei die Rolle des Plattformgebers und zeichnet besonders herausragende Unternehmen aus.

Das Label sieht wie folgt aus:

(Beispiel Label 2024, Kategorie: Agrarchemie, Pflanzenschutz und Saatgut)



2. Ermittlung der Ergebnisse

Für das DLG-Imagebarometer 2023/24 wurden im Auftrag der DLG von Oktober 2023 bis Januar 2024 insgesamt 679 Landwirte durch das Meinungsforschungsinstitut Kynetec befragt. Insgesamt betrug die Stichprobengröße in den verschiedenen Bereichen:

Landtechnik n = 352

Tierhaltungstechnik n = 351

Futtermittel n = 351

Agrarchemie, Pflanzenschutz und Saatgut n = 352

Banken & Versicherungen n = 351

Handel & Dienstleister n = 352

Erneuerbare Energien n = 151

Die Markenwertanalyse im DLG-Imagebarometer wird über die Berechnungsmethode des „Brand Index“ durchgeführt. Die Landwirten werden über vier unterschiedliche Teilindices vom Markenindex befragt:

Markenwissensindex (Bekanntheit)

Markenloyalitätsindex (Aktuelle und zukünftige Nutzung)

Markenperformanceindex (Zufriedenheit und Präferenzen)

Markenimageindex (Allgemeines Image, Innovation und Kommunikation)

Die Maximalpunktzahl von 100 Punkten teilt sich in jeweils maximal 25 erreichbare Punkte pro Teilindex auf. Fragen nach Unternehmen- bzw. Markennamen werden zunächst ungestützt, d. h. ohne eine vorherige Auswahl von Antworten gestellt.

3. Veröffentlichung der Ergebnisse

Im Rahmen des DLG-Marketing Day am 18. April 2024 werden wir die TOP 10 Unternehmen der unterschiedlichen Kategorien der ImageBarometer – Umfrage mit einer Urkunde ausgezeichnet. Bereits zuvor werden die Ergebnisse im Internet, auf der Homepage der DLG (www.dlg.org), in Sonderpublikationen der DLG (Print, Newsletter, Social Media) und in Form von Pressemitteilungen veröffentlicht.

4. Vertragsschluss

Alle Unternehmen, die in den Top 10-Listen platziert sind, haben die Möglichkeit das Label „DLG-ImageBarometer – TOP 10-Marke“ für die jeweilige Kategorie zu erwerben.

Der Vertrag kommt durch Zugang des ausgefüllten und unterzeichneten Angebotsformulars bei der DLG zustande. Die Nutzungsbedingungen werden dem Unternehmen vor Vertragsabschluss zur Verfügung gestellt und sind zudem auf der Homepage der DLG einsehbar.

5. Nutzungsgebühr Label

Für die Nutzung des Labels „DLG-ImageBarometer – TOP 10-Marke“ fällt eine einmalige Gebühr von 599,00 Euro zzgl. MwSt. an.

Die Nutzung der Urkunde zu Werbezwecken und die Werbung mit der Prämierung in Textform ist kostenfrei.

6. Zahlungsmodalität

Die Zahlung der Nutzungsgebühr (Ziffer 5) erfolgt nach Rechnungsstellung durch die DLG auf das in der Rechnung angegebene Konto. Der Rechnungsbetrag ist, soweit auf der Rechnung nichts anderes angegeben ist, sofort fällig. Das Unternehmen erklärt sich mit der Übermittlung der Rechnung auf elektronischem Wege an die im Angebotsformular angegebene E-Mail-Adresse einverstanden. Auf Wunsch kann bei DLG eine Rechnung in Papierform angefordert werden.

7. Nutzungsdauer Label

Die Nutzungsdauer des Labels beträgt zwölf Monate nach Vertragsabschluss für den Erwerb des DLG-ImageBarometer-Labels

8. Werbung mit prämierten Produkten / Konzepten

Die Werbung mit prämierten Produkten / Konzepten ist freiwillig und zulässig

- mit der Urkunde
- mit textlichen Hinweisen auf die Prämierung (z.B. in Pressetexten, Anzeigen; Internetauftritten, Social Media)
- sowie mit dem von der DLG im Vorfeld definierten und für Werbung freigegebenen Aktionslabels

8.1. Eindeutigkeit der Werbebestimmung

Die Werbung mit Label und textlichen Hinweisen auf die Prämierung darf nur in Bezug auf die jeweilige TOP 10-Kategorie verwendet werden. Dies muss klar erkennbar sein. Das Jahr der Prämierung ist anzugeben. Die Entwicklung eigener Zeichen in Anlehnung an das DLG-ImageBarometer-Label oder mit Bezug auf das DLG-ImageBarometer-Label ist unzulässig.

8.2. Zulässige Arten des Einsatzes

Urkunde und Label dürfen in allen Größen abgebildet werden, wobei das Verhältnis von Breite und Höhe gleich bleiben muss. Veränderungen des Labels (z.B. Text, Farben) sind nicht zulässig. Ausnahmeregelungen aus drucktechnischen Gründen bedürfen der Absprache mit der DLG.

Die Herstellung von Duplikaten der Urkunde und des Labels ist nicht zulässig

8.3. Irreführungsverbot

Bei den Werbemaßnahmen ist darauf zu achten, dass alles vermieden wird, was zu irreführenden Auffassungen Anlass geben kann. Alle Angaben müssen dem Wettbewerbsrecht entsprechen. Die Verantwortung hierfür trägt allein der Teilnehmer oder dessen Rechtsnachfolger.

9. Aberkennung der Prämierung

Die DLG behält sich vor, eine Prämierung nach zuvor erfolgter Abmahnung abzuerkennen, wenn der Preisträger wiederholt gegen die unter Ziffer 5 genannten Werbebedingungen verstößt.

10. Datenschutz

Die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen und der Schutz personenbezogener Daten hat für die DLG große Bedeutung. Es ist erforderlich, dass im Rahmen der Vertragsbearbeitung und Rechnungsstellung personenbezogene Daten (wie z.B. Vorname, Name, E-Mail-Adresse) erhoben und verarbeitet werden.

Im Falle der Werbeeinwilligung, darf die DLG die auf dem Vertragsformular angegebenen Daten verwenden. Die Einwilligung ist jederzeit widerrufbar. Der Widerruf ist zu richten per E-Mail an datenschutz@dlg.org oder per Post an DLG e.V. – Datenschutzbeauftragter – Eschborner Landstraße 122, 60489 Frankfurt am Main.

11. Schlussbestimmungen

Änderungen, Ergänzungen und die Aufhebung dieser Nutzungsbedingungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Nebenabreden wurden nicht getroffen. Es gilt ausschließlich deutsches Recht. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Frankfurt am Main.