

## **Kontakt – Presse - Archiv**

Das Zahnmännchen wird immer bekannter

Seit 1990 lässt die Aktion zahnfreundlich e.V. den Bekanntheitsgrad und die Bedeutung des beschirmten Zahnmännchens regelmäßig von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), Nürnberg, überprüfen – 1999 mit einem ausgesprochen erfreulichen Ergebnis: Mehr als Dreiviertel (76,4 %) der Jugendlichen zwischen 14 und 15 Jahren kennen das freundliche Signet der Aktion und knapp 60 % wissen auch, dass zahnfreundliche Süßwaren damit gekennzeichnet sind.

Aber auch bei den "älteren" Befragten zwischen 16 und 29 bzw. zwischen 30 und 39 ist das Zahnmännchen keineswegs unbekannt: 61 % der ersten Gruppe und mehr als die Hälfte (52 %) der zweiten erkannten das Symbol spontan und 47,9 % bzw. 43,1 %, wussten was es bedeutet.

Diese Ergebnisse eruierte das bekannte Marktforschungsinstitut GfK in einer repräsentativen Bevölkerungstichprobe von mehr als 2.500 Personen. Die Untersuchung umfasste Männer und Frauen im Alter ab 14 Jahren. Sie wurde Mitte Januar 1999 durchgeführt.

Seit der ersten Befragung 1990 zeigt sich auch, dass Familien mit höherem Einkommen offensichtlich auch ein höheres Gesundheits- und Zahnbewusstsein entwickelten:

In 25,3 % der Haushalte mit einem Monatseinkommen zwischen 2.500 DM und 3.000 DM war das Zahnmännchen vor neun Jahren bekannt, heute sind es bereits 36,8 %. Bei Familien mit einem Monatseinkommen zwischen 4.000 DM und 5.000 DM stieg der Bekanntheitsgrad von zunächst nur 19,3 % auf mehr als das Doppelte: auf 45,7 %.