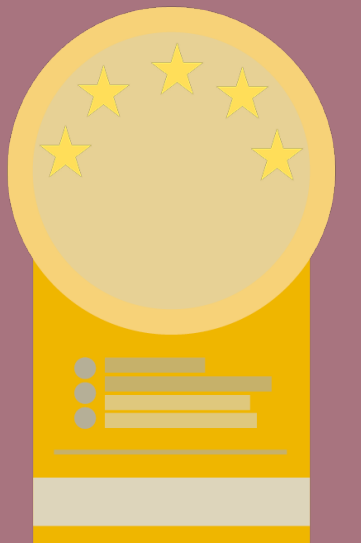


- Trendstudie
- **Wirkung von Gütesiegeln auf Entscheidungen im B2B**
- Vertrauen als Erfolgsfaktor 2025



01 | Einleitung:

Die Bedeutung von Testsiegeln im B2B-Bereich

Siegel als Zeichen für Qualität und Innovation – auch im B2B-Kontext

Im Wettbewerb der Unternehmen spielen Testsiegel eine immer stärkere Rolle – auch zwischen Geschäftspartnern. Sie dienen nicht nur als Orientierungshilfe für Endverbraucher, sondern auch als wichtige Qualitäts- und Vertrauensbeweise für Unternehmen, die mit Geschäftspartnern, Lieferanten oder Kunden interagieren.

Gerade im Bereich unternehmerischer Leistungen und Innovationskraft steigern Siegel die Glaubwürdigkeit und fördern Geschäftspartnerschaften. Sie helfen Unternehmen, ihre Expertise hervorzuheben, sich von Mitbewerbern zu differenzieren und Vertrauen in anspruchsvollen Märkten aufzubauen.

Diese Studie des Deutschen Innovationsinstituts (diind) zeigt die Wirkung von Testsiegeln und Servicesiegeln auf Entscheider – mit Fokus auf der Übertragbarkeit der Erkenntnisse in Business-to-Business-Kontexte.

Mithilfe einer repräsentativen Analyse untersuchen wir, wie Siegel die Wahrnehmung, Glaubwürdigkeit und Entscheidungsmuster zwischen Unternehmen beeinflussen.

Ines Woermann

Ines Woermann
Geschäftsführerin diind



02	04	06	08	10	11
Einleitung	Akzeptanz und Relevanz von Testsiegeln	Wirkung von Servicesiegeln auf Unternehmenspartnerschaften	Wirkung von Gütesiegeln in der Geschäftswerbung	Fazit & Handlungsempfehlungen	Studiendesign & Herausgeber

02 | Akzeptanz und Relevanz von Testsiegeln

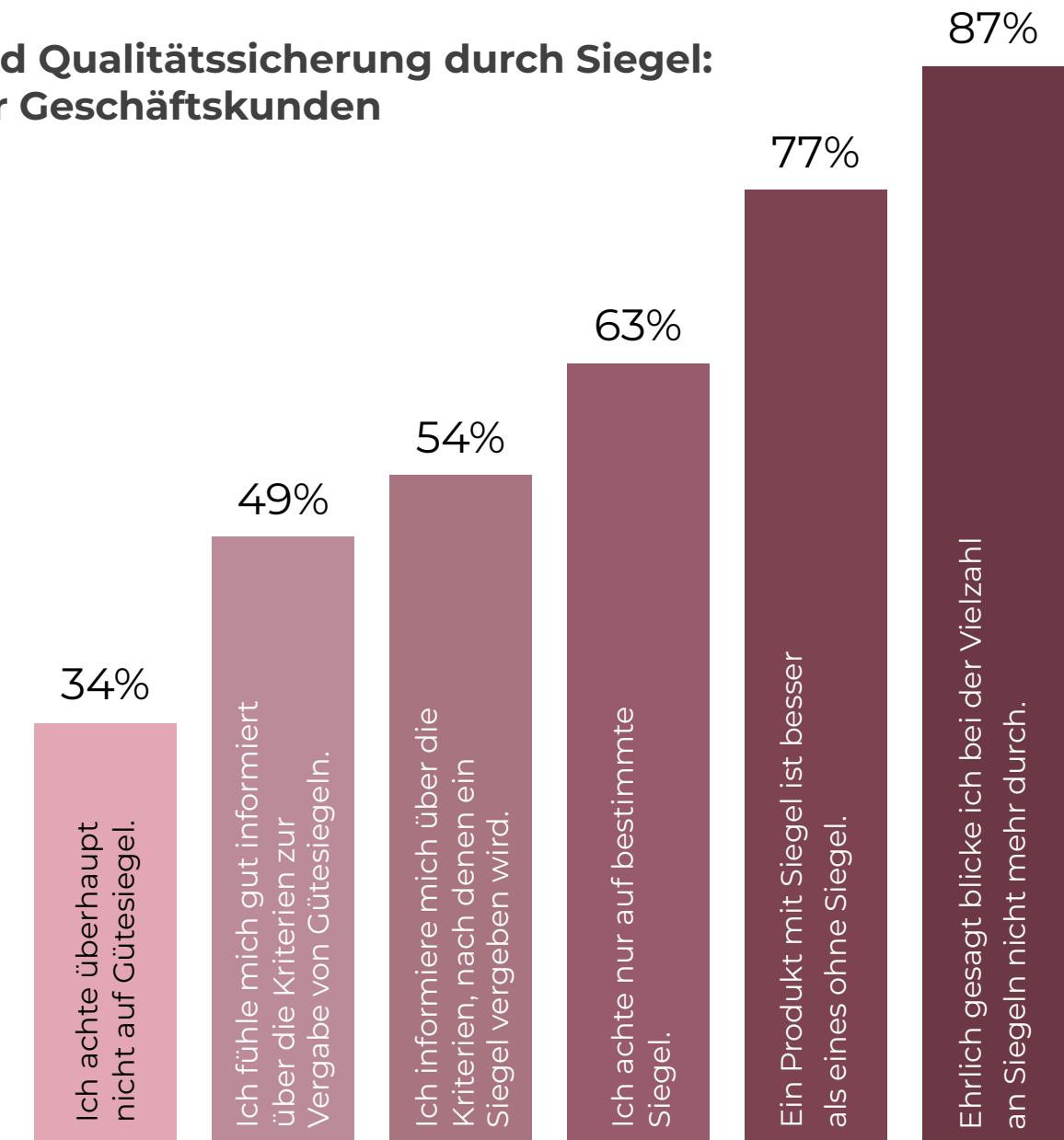
Wahrnehmung von Siegeln – Orientierung auch unter Geschäftspartnern

Eine bevölkerungsrepräsentative Befragung zeigt, dass sich Testsiegel auch in der Geschäftswelt als zentrale Orientierungshilfe etablieren. Kaufentscheidungen, Partnerauswahl und die Wahrnehmung von Qualität werden maßgeblich durch die Präsenz glaubwürdiger Siegel geprägt.

87 % der Befragten gaben an, dass die Vielzahl an Siegeln zu einer komplizierten Orientierung führt – ein Phänomen, das auch im B2B-Bereich existiert. Dennoch bevorzugt eine klare Mehrheit (77 %) Produkte und Services, die ein Prüfsiegel tragen. Unternehmen achten zunehmend auf Siegel mit spezifischen Kriterien (63 %), die ihre Branche, Qualität und Leistungsprofil gezielt abbilden.

Gut die Hälfte der Teilnehmer (54 %) informiert sich aktiv über Prüfkriterien, um Entscheidungen fundiert zu treffen, während 49 % angeben, ausreichend über Siegel und ihre Bedeutung informiert zu sein. Diese Zahlen zeigen, dass Transparenz und Klarheit essenziell sind – auch bei der Zertifizierung von unternehmerischer Leistung und Innovationskraft.

Orientierung und Qualitätssicherung durch Siegel: Erkenntnisse für Geschäftskunden



Mehrfachantwort möglich

03 | Wirkung von Servicesiegeln auf Unternehmenspartnerschaften

Servicesiegel als Vertrauensanker für die Geschäftsbeziehung

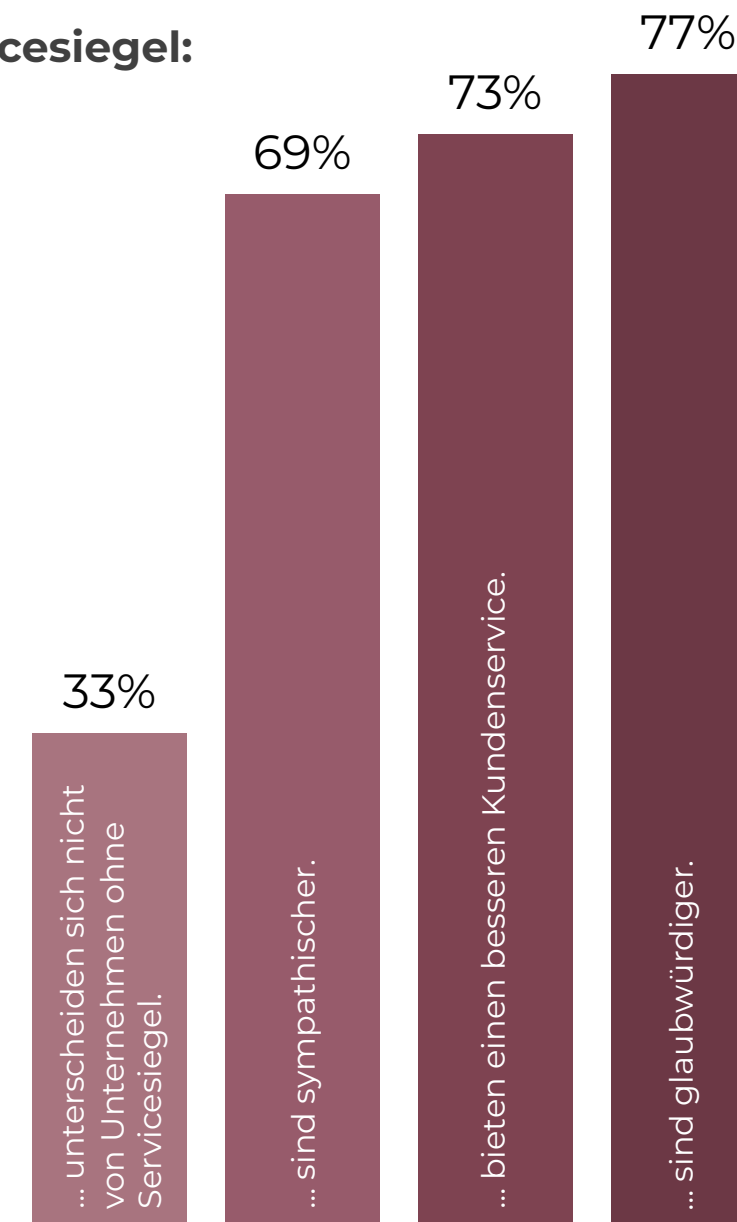
Unsere Analyse zeigt, dass Servicesiegel für Unternehmen auch im Rahmen von B2B-Beziehungen für die Bewertung von Geschäftspartnern relevant sind. Zertifizierte Unternehmen werden nicht nur von Endkunden als glaubwürdiger wahrgenommen, sondern auch von Geschäftspartnern:

- 77 % der Befragten geben an, dass Unternehmen mit einem Siegel vertrauenswürdiger wirken – eine wichtige Grundlage für langfristige Partnerschaften.
- 72 % bestätigen, dass Servicesiegel als Beleg für Kundenorientierung gelten – ein entscheidender Faktor für Kooperationen und gemeinsame Projekte.
- 69 % empfinden Unternehmen mit Siegel als sympathischer und besser greifbar – eine oft unterschätzte Komponente für erfolgreiche Geschäftsanbahnungen.

Interessant ist, dass 33 % der Befragten keinen Unterschied zwischen zertifizierten und nicht zertifizierten Unternehmen sehen. Das zeigt: Unternehmen sollten ihre Geschäftspraktiken transparenter darstellen und Servicesiegel haben in zahlreichen Branchen noch größeres Potenzial.

Partnerschaften stärken durch Servicesiegel: Übertragbare Erkenntnisse für B2B-Beziehungen

Unternehmen, deren Servicequalität durch ein Servicesiegel ausgezeichnet wurde, ...



Mehrfachantwort möglich

04 | Wirkung von Gütesiegeln in der Geschäftswerbung

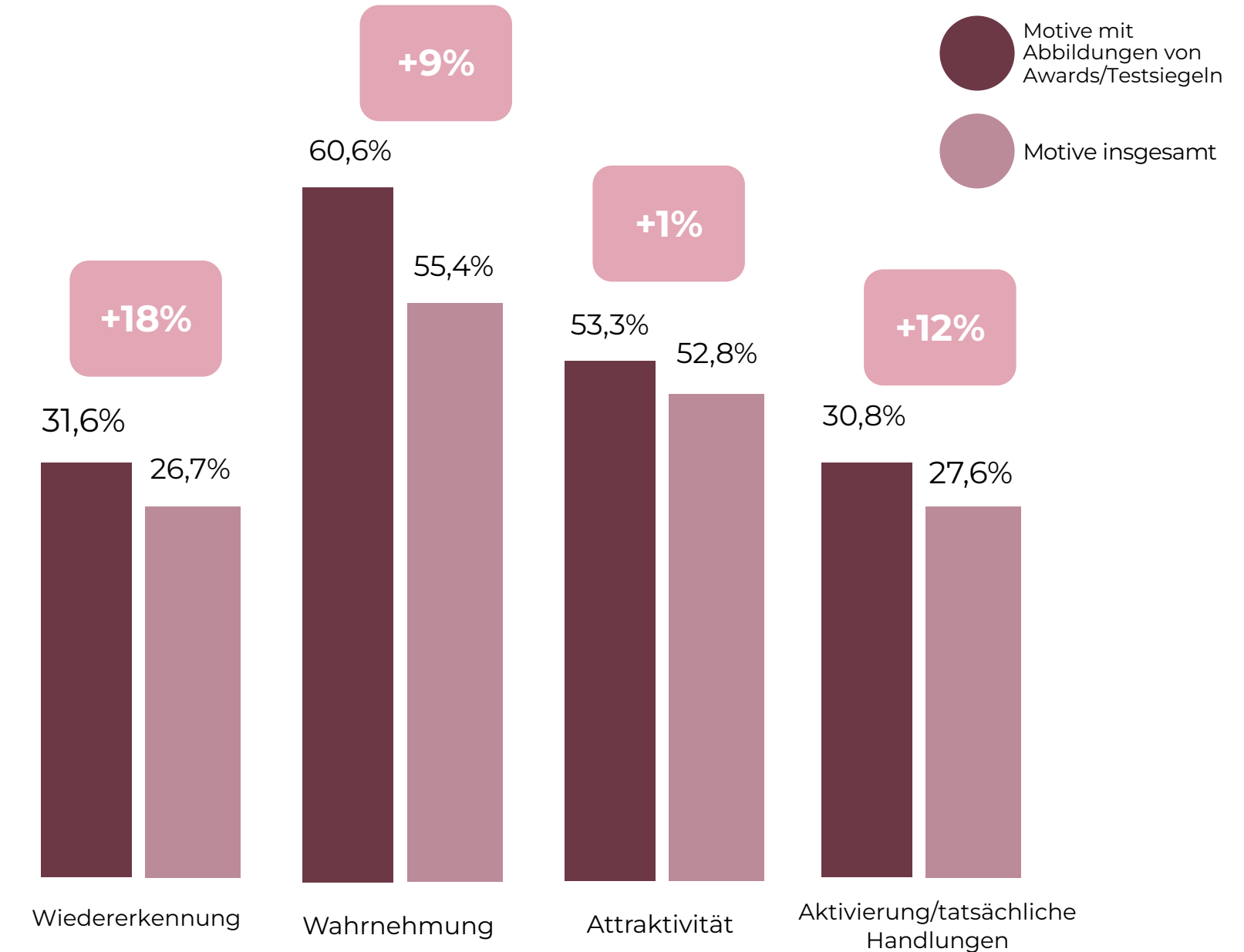
Bessere Markenwahrnehmung in Business-Werbung durch Testsiegel

Die repräsentativen Daten zeigen, dass Testsiegel und Awards in der Geschäftskommunikation direkt auf die Wahrnehmung und Handlungsmuster von Geschäftskunden wirken. Anzeigen mit Siegeln erzielen:

- +9 % stärkere Wahrnehmung der Marke und des Absenders
- +12 % intensivere Aktivierung durch motivierende Handlungen
- +18 % höhere Wiedererkennung der Marke

Diese Werte verdeutlichen, dass Siegel nicht nur Vertrauen aufbauen, sondern auch aktiv geschäftliche Interaktionsmuster fördern. Unternehmen können von der Einbindung von Qualitätssiegeln in ihre B2B-Marketingstrategien profitieren – sei es in Form von Printanzeigen, digitaler Werbung oder anderen Markenkommunikationsstrategien.

Gütesiegel als Vertrauenstreiber: Stärkung von Markenkommunikation in B2B-Kampagnen



05 | Fazit & Handlungsempfehlungen

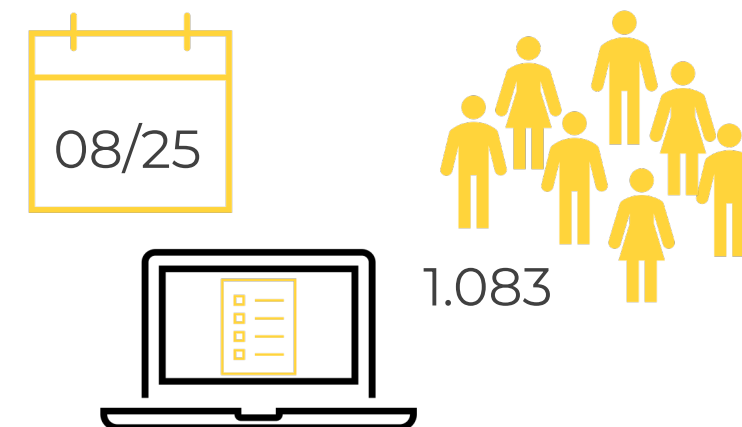
Testsiegel sind nicht nur für Konsumenten entscheidungsrelevant, sondern auch für Unternehmen im B2B-Bereich. Sie wirken als Vertrauensanker, stärken Partnerschaften und verbessern die Wahrnehmung in geschäftlichen Interaktionen. Unternehmen sollten gezielt auf glaubwürdige Auszeichnungen setzen und diese transparent kommunizieren, um Wettbewerbsvorteile zu sichern.



06 | Studiendesign & Herausgeber

Die Ergebnisse basieren auf einer bevölkerungsrepräsentativen Online-Befragung, die im August 2025 durchgeführt wurde. Insgesamt nahmen 1.083 Personen an der Studie teil. Die Datenerhebung erfolgte über das Bilendi-Online-Panel im Auftrag der JDB Holding.

Die Erhebung ermöglicht repräsentative Einblicke in die Meinungen und Einstellungen der Befragten. Dieses methodische Vorgehen gewährleistet eine hohe Datenqualität und stellt sicher, dass die Ergebnisse auf die Gesamtbevölkerung übertragbar sind.



Das **Deutsche Innovationsinstitut diind** ist eine zentrale Anlaufstelle für Unternehmen, die nachhaltige und digitale Innovationen vorantreiben möchten. Als Institut verbindet das diind wissenschaftliche Expertise mit praxisorientierter Unterstützung, um Organisationen zu befähigen, ihre Innovationskraft zu stärken und nachhaltige Ziele zu erreichen.

Ein weiterer Schwerpunkt des diind liegt auf der Künstlichen Intelligenz (KI). Es fördert deren Einsatz gezielt in Unternehmen, unterstützt durch Schulungen und Workshops die Weiterbildung von Fachkräften und liefert mit seinen Trendstudien fundierte Einblicke in zukunftsweisende Entwicklungen. Gemeinsam mit führenden Experten aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik treibt das diind innovative Ansätze voran, die echten Mehrwert schaffen.

www.diind.de

WISSENSCHAFT FÜR WIRTSCHAFT

● diind
● Deutsches
● Innovationsinstitut

