

## 1.2.2 Gesellschaft

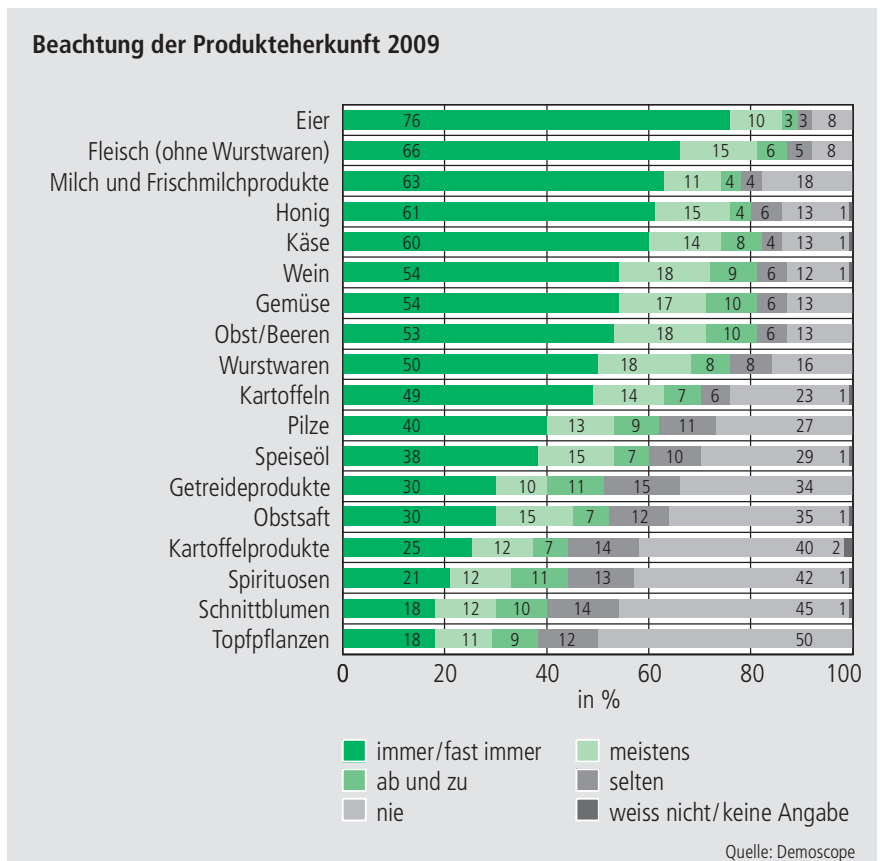
### Einkaufsverhalten von Konsumentinnen und Konsumenten

Das Marktforschungsinstitut Demoscope hat im Februar 2009 im Auftrag der BLW eine repräsentative telefonische Umfrage bei 513 Personen zum Thema Einkaufsverhalten durchgeführt. Ziel der Befragung war es, mehr über das Verhalten von Konsumentinnen und Konsumenten bei der Auswahl und beim Kauf von Nahrungsmitteln zu erfahren.

Bei der Befragung wurde eine Liste mit verschiedenen Produkten vorgelesen. Ziel war herauszufinden, welches dieser Produkte in den letzten 12 Monaten eingekauft wurden, bei welchen auf die Herkunft geachtet wird und bei welchen die Schweizer Produkte bevorzugt werden. Ausserdem wurde nach den Vorteilen von Schweizer Produkten gefragt und versucht herauszufinden, wie die Eigenschaften der Schweizer Landwirtschaft beurteilt werden. Nachfolgend werden die Ergebnisse aufgeführt.

■ **Produkteherkunft wichtiger bei tierischen Produkten**

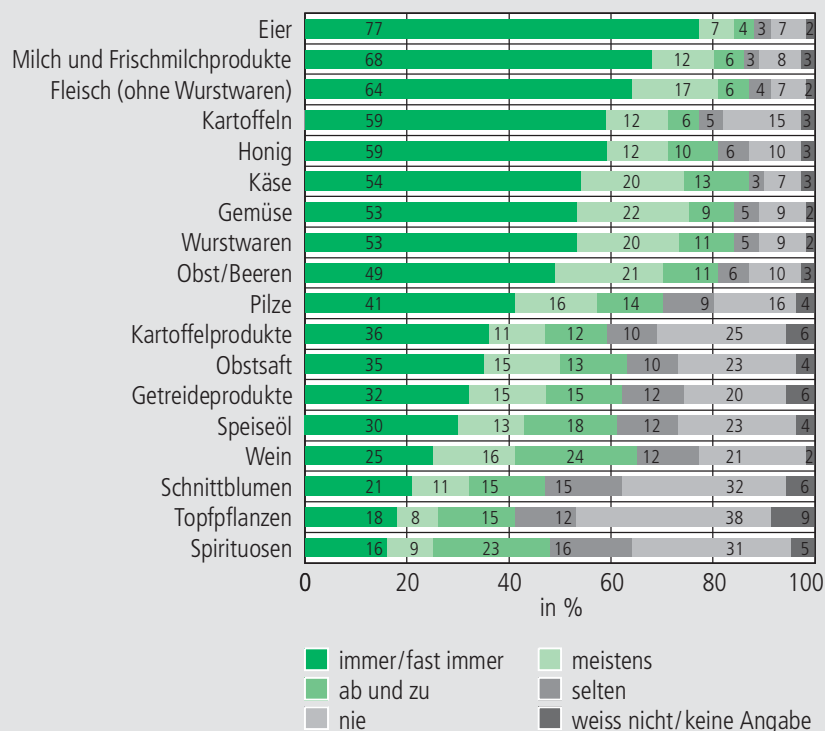
Die Beachtung der Produkteherkunft spielt insbesondere bei tierischen Produkten eine Rolle. Bei den Eiern wird von 76% der befragten Personen darauf geachtet, woher sie kommen, gefolgt von Fleisch ohne Wurstwaren (66%) sowie Milch und Frischmilchprodukte (63%).





Auch bei der Fragestellung über die Bevorzugung von Schweizer Produkten stehen die tierischen Produkte im Vordergrund: Insbesondere bei Eiern (77%), Milch und Frischmilchprodukten (68%) sowie Fleisch ohne Wurstwaren (64%) werden die Schweizer Produkte bevorzugt.

### Bevorzugung von Schweizer Produkten 2009



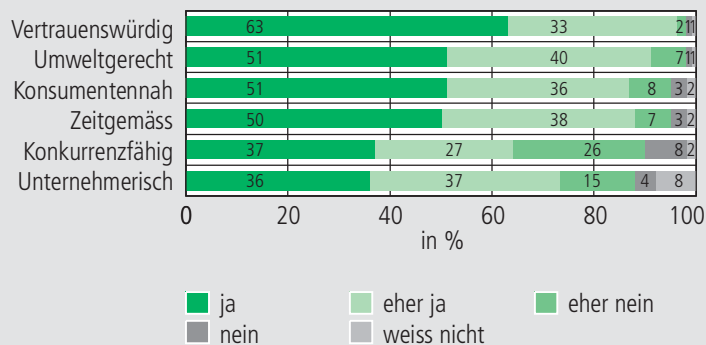
Basis: Zahlen in Klammern

Quelle: Demoscope

### ■ Schweizer Landwirtschaft ist vertrauenswürdig

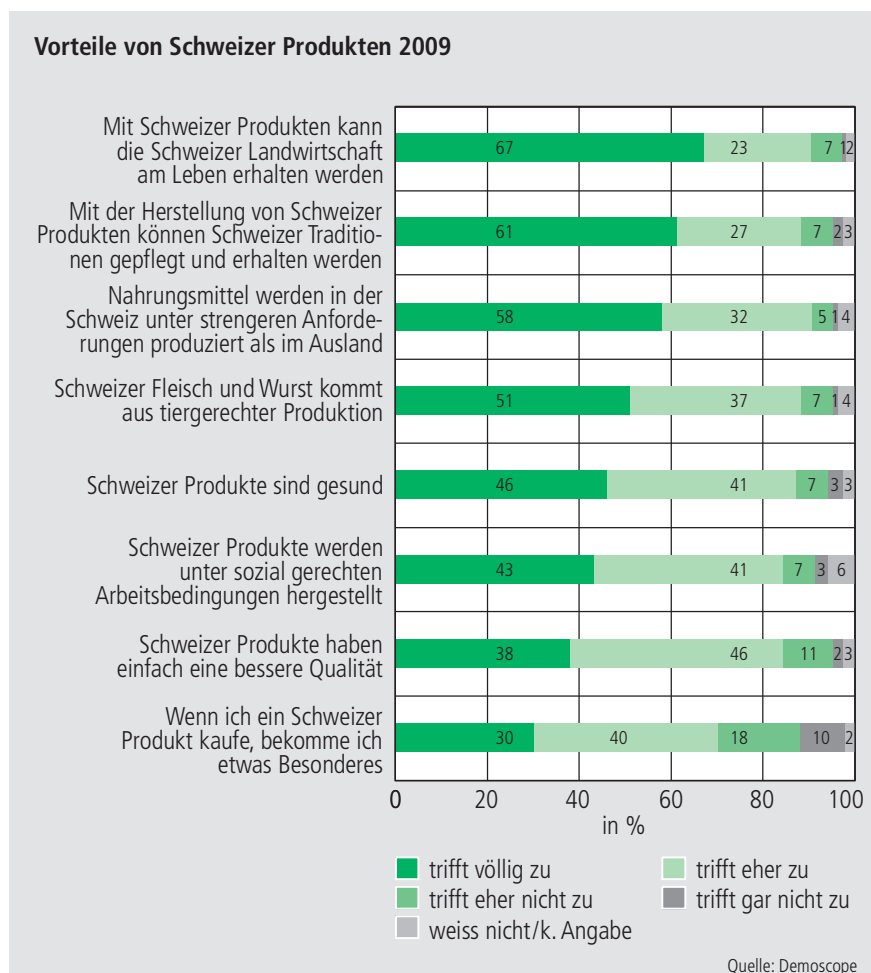
63% der Befragten erachten die Schweizer Landwirtschaft als «vertrauenswürdig», gefolgt von «umweltgerecht» und «konsumentennah» mit je 51%. Am wenigsten Bestimmung erhalten «konkurrenzfähig» (37%) und «unternehmerisch» (36%).

### Eigenschaften der Schweizer Landwirtschaft 2009



Quelle: Demoscope

Unter der Thematik «Vorteile von Schweizer Landwirtschaftsprodukten» wurden verschiedene Behauptungen vorgelesen. Am meisten Zustimmung erhielt die Aussage: Mit Schweizer Produkten kann die Schweizer Landwirtschaft am Leben erhalten werden (67%: trifft völlig zu). Hingegen sind nur 3% der Meinung, dass sie mit einem Schweizer Produkt etwas Besonderes bekommen.



**Fazit**

Ziel der Demoscope-Befragung war es, mehr über das Verhalten von Konsumentinnen und Konsumenten bei der Auswahl und beim Kauf von Nahrungsmitteln zu erfahren. Die Ergebnisse zeigen, dass insbesondere beim Kauf von tierischen Produkten auf die Herkunft geachtet wird und dabei auch Schweizer Produkte bevorzugt werden.

Zwei Drittel der Befragten geben an, dass sie durch den Kauf von Schweizer Produkten die Schweizer Landwirtschaft am Leben erhalten und Schweizer Traditionen aufrechterhalten wollen. Knapp zwei Drittel erachten die Schweizer Landwirtschaft als vertrauenswürdig, etwas mehr als die Hälfte als umweltgerecht und konsumentennah sowie ein Drittel als konkurrenzfähig resp. unternehmerisch.