

24. Markt- und Konsumentenbarometer

Präsentation 25. August 2021

Studien-Nr. 40113

Petra Merino



Studiendesign



Universum / Zielgruppe

Sprachassimilierte Wohnbevölkerung der Deutsch- und Westschweiz, im Alter ab 15 Jahren, mit Internet-Zugang

Stichprobengrösse

1'823 Interviews
quotiert nach Geschlecht und Alter, mit repräsentativer Verteilung in den Sprachgebieten



Befragungszeitraum

Dienstag, 16. bis Mittwoch, 31. März 2021

Die Feldzeit wurde absichtlich mit genügend Vorlauf zu den Medienberichten/Abstimmungskampf bezüglich Abstimmung vom 13.06.21 vorverlegt (Trinkwasserinitiative, Pestizidverbot)

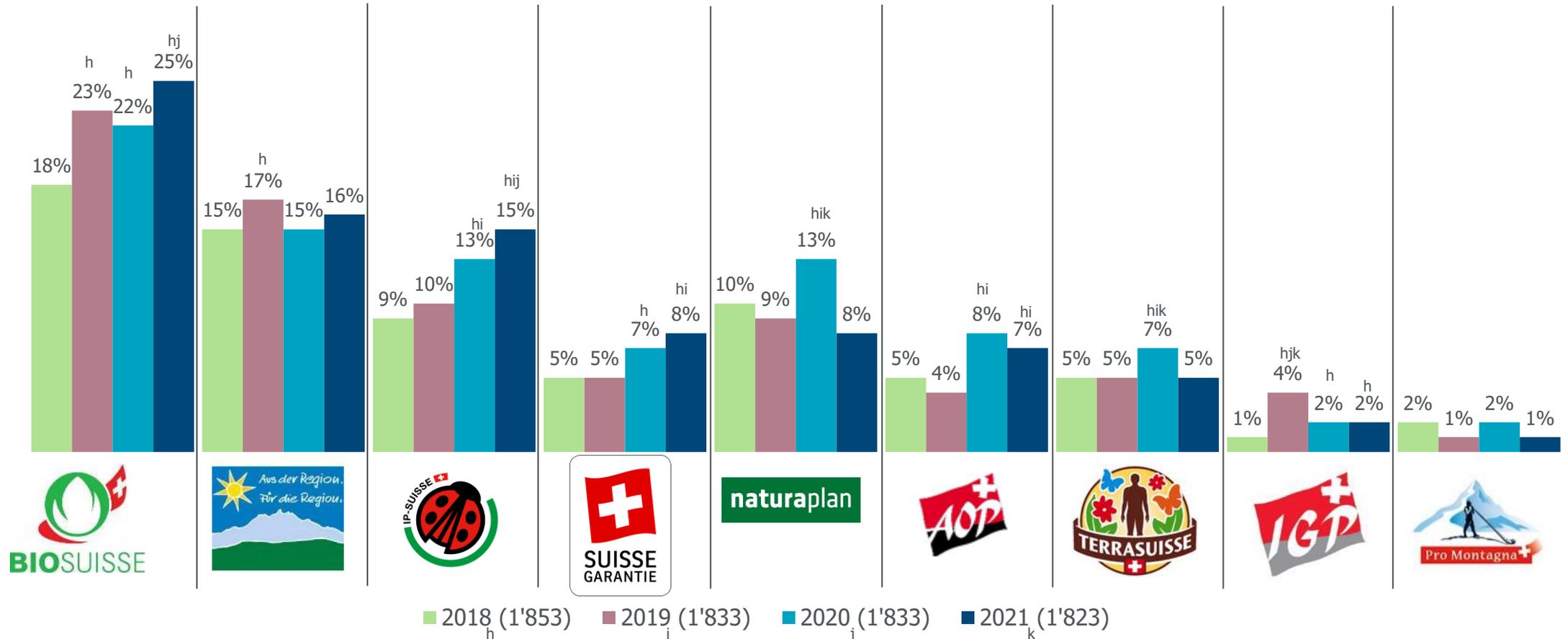
Erhebungsmethode

Online Befragung



Spontane Bekanntheit von Produkte-Labels seit 2018

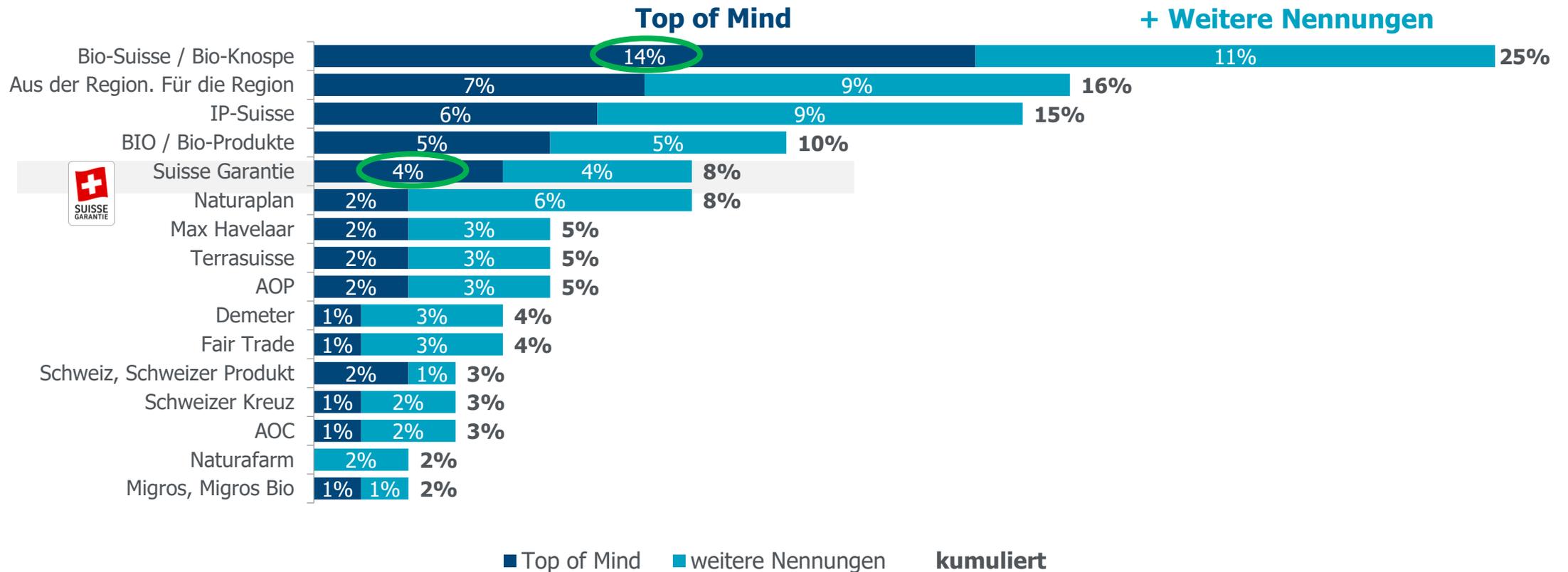
Q17: Es gibt bei Lebensmitteln verschiedene Label, welche die Herkunft des Produkts bezeichnen. Kennen Sie Zeichen, welche die Herkunft des Lebensmittels ausweisen?



Basis: Zahlen in Klammern

Top of Mind / Spontane Bekanntheit Produkte-Labels

Bio Suisse ist auch bei Top of Mind an erster Stelle mit einem Anteil von 14%.
Suisse Garantie wird von 4% als erstes genannt.



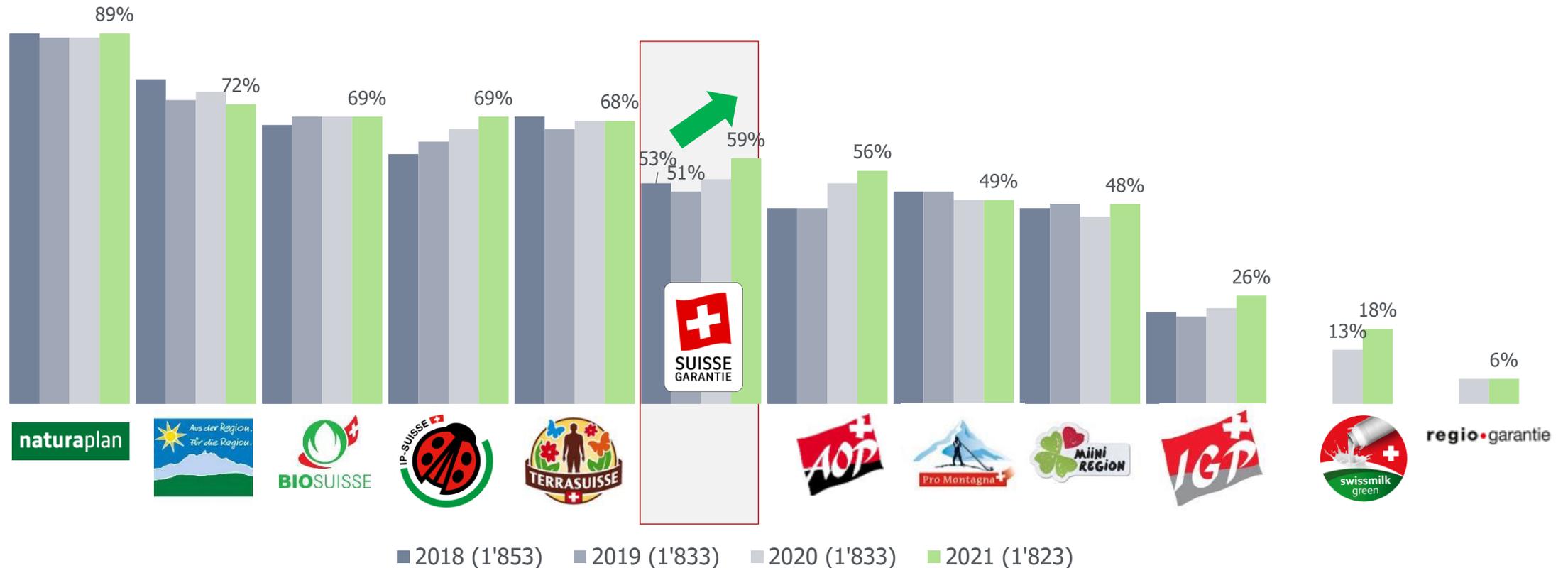
**Q17: Es gibt bei Lebensmitteln verschiedene Label, welche die Herkunft des Produkts bezeichnen.
Kennen Sie Zeichen, welche die Herkunft des Lebensmittels ausweisen?**

Basis: 1'823 Befragte

4 | 24. Markt- und Konsumentenbarometer

Gestützte Bekanntheit von Qualitäts-Labels/Gütesiegeln – Name erkannt

Suisse Garantie konnte auch bei der gestützten Bekanntheit den Wert auf 59% steigern.
Obwohl Bio Suisse die höchste spontane Bekanntheit erreicht, liegt das Label gestützt nur auf dem dritten Platz. Naturaplan erreicht mit 89% die höchste Bekanntheit gefolgt von AdR mit 72%.



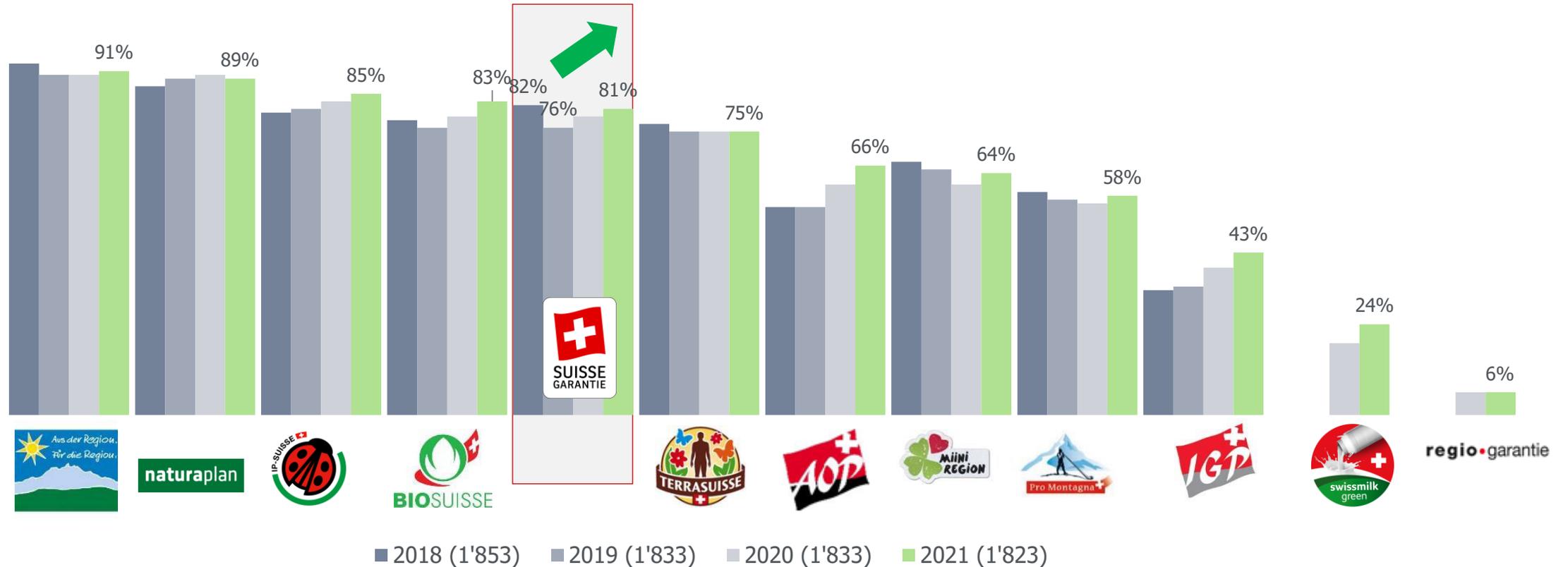
Q18: Welche der folgenden Qualitäts-Labels, Gütesiegel, Herkunftszeichen oder Garantiemarken kennen Sie? (Name eingeblendet)

Basis: Zahlen in Klammern

5 | 24. Markt- und Konsumentenbarometer

Gestützte Bekanntheit von Logos bei Qualitäts-Labels/Gütesiegeln – Logo eingeblendert

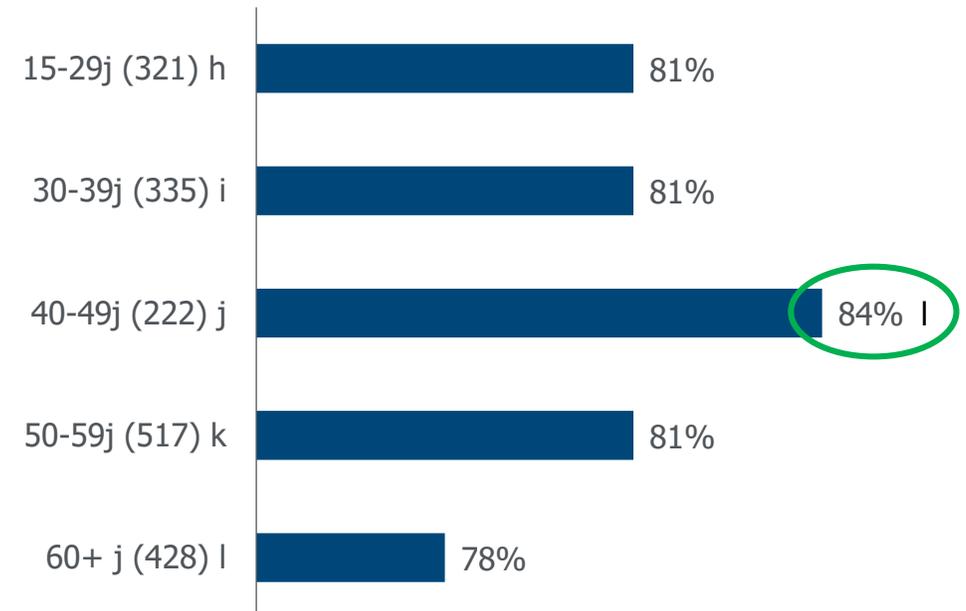
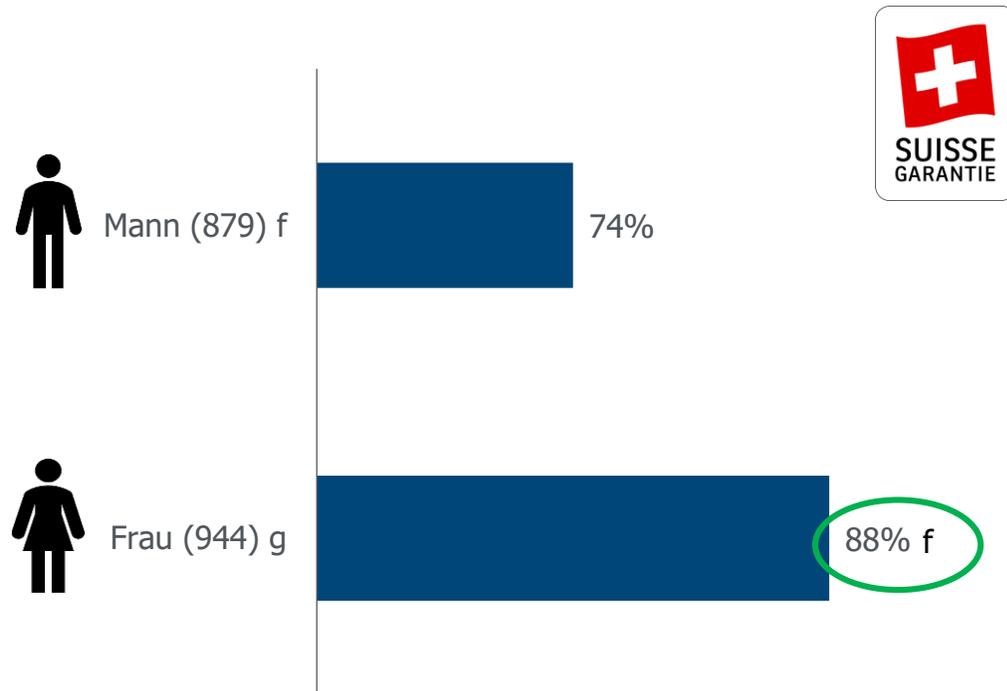
Bei den Logos ist das AdR Label der Migros mit 91% am bekanntesten. Naturaplan folgt mit 89% an zweiter Stelle. Das Suisse Garantie Logo kennen 81%, dies ist eine weitere Steigerung im Vergleich zu den beiden Vorjahren.



Q19: Welche der folgenden Qualitäts-Label, Gütesiegel, Herkunftszeichen oder Garantiemarken kennen Sie? (Logo eingeblendert)

Gestützte Bekanntheit Suisse Garantie 2021

Frauen kennen zu 88% das Suisse Garantie Label, wohingegen Männer mit 74% signifikant schlechter abschneiden. Bei den 40-49 Jährigen ist das Label mit 84% am bekanntesten - Signifikanz zu den 60+ Jährigen bei welchen das Label am wenigsten bekannt ist.



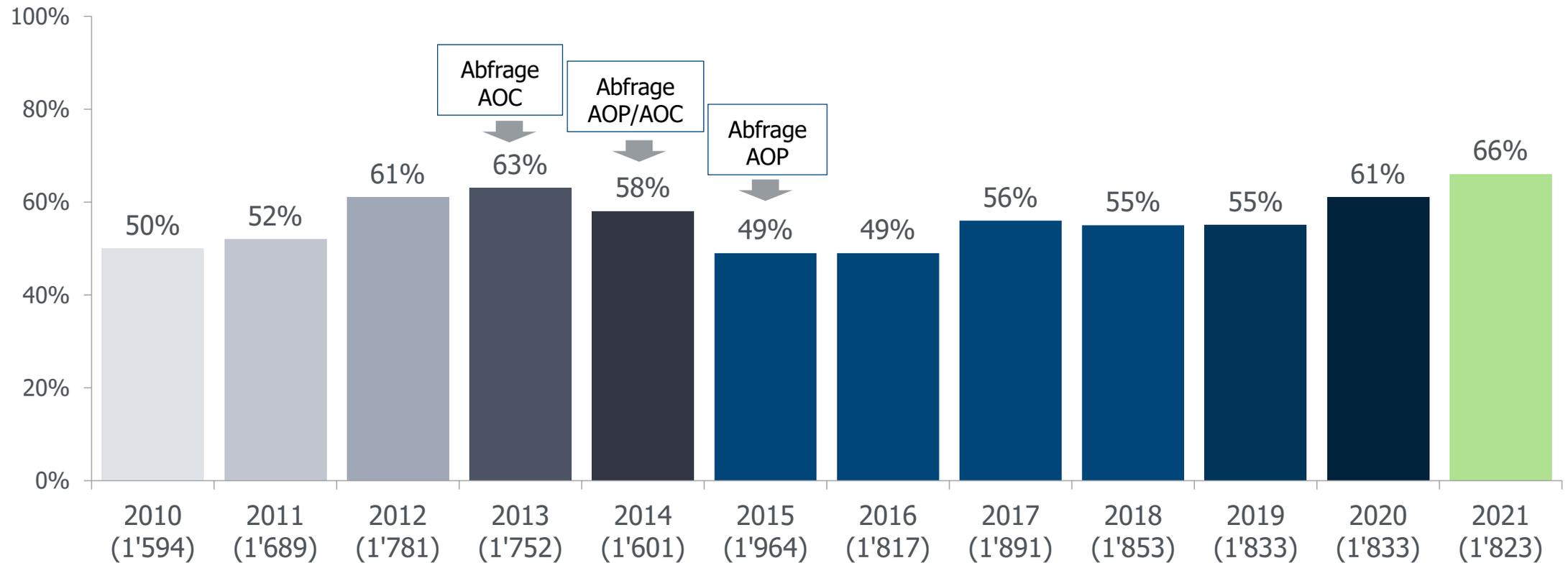
Q19: Welche der folgenden Qualitäts-Label, Gütesiegel, Herkunftszeichen oder Garantiemarken kennen Sie? (Logo eingeblendet)

Basis: Zahlen in Klammern

7 | 24. Markt- und Konsumentenbarometer

Gestützte Bekanntheit AOP

Q19: Welche der folgenden Qualitäts-Label, Gütesiegel, Herkunftszeichen oder Garantimarken kennen Sie?

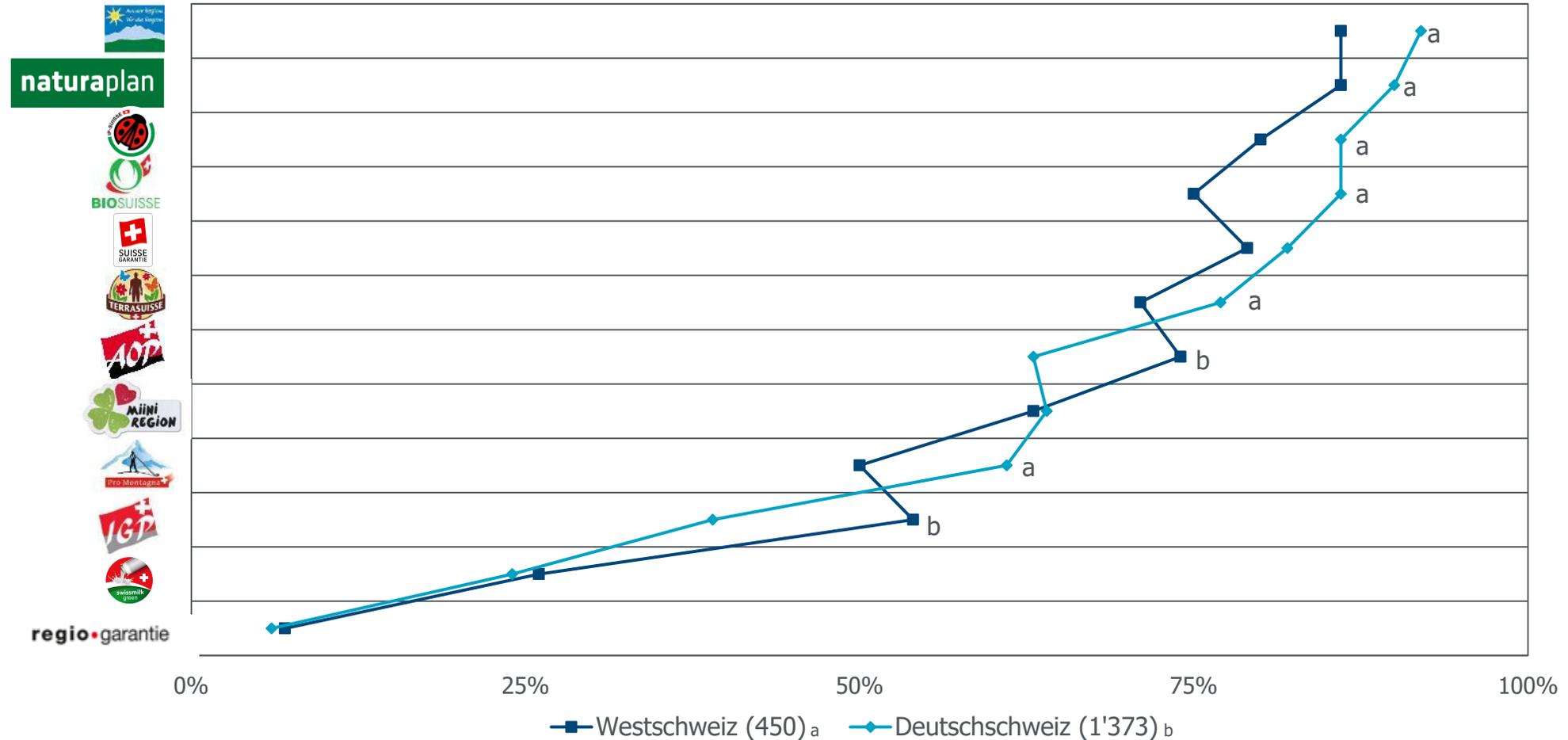


Basis: Zahlen in Klammern

8 | 24. Markt- und Konsumentenbarometer

Bekanntheit Logos gestützt 2021

Q19: Welche der folgenden Qualitäts-Label, Gütesiegel, Herkunftszeichen oder Garantimarken kennen Sie?

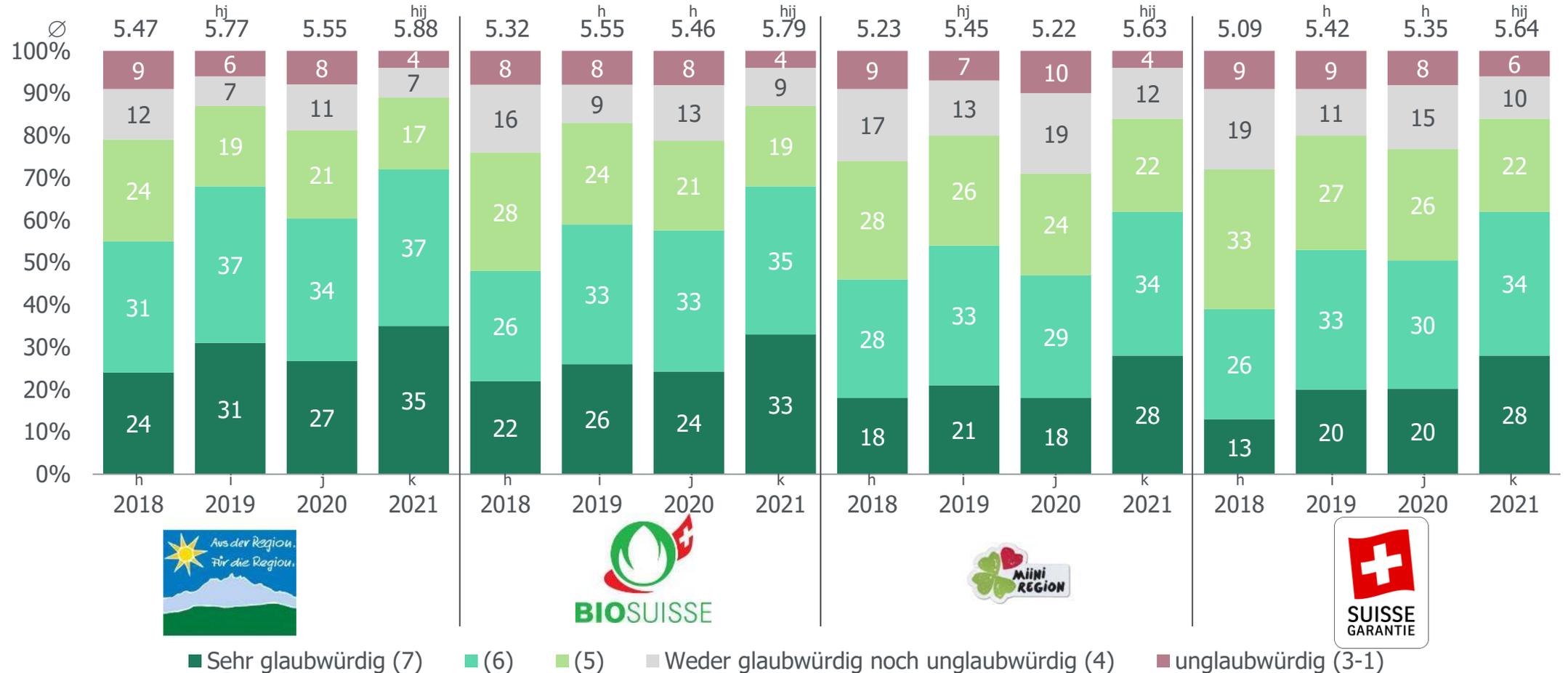


Basis: Zahlen in Klammern

9 | 24. Markt- und Konsumentenbarometer

Glaubwürdigkeit von Qualitäts-Labels / Herkunftszeichen - I

Q20: Als wie glaubwürdig erachten Sie diese Qualitäts-Labels oder Herkunftszeichen in der Hinsicht, dass die entsprechenden Versprechen und Richtlinien auch tatsächlich eingehalten werden?

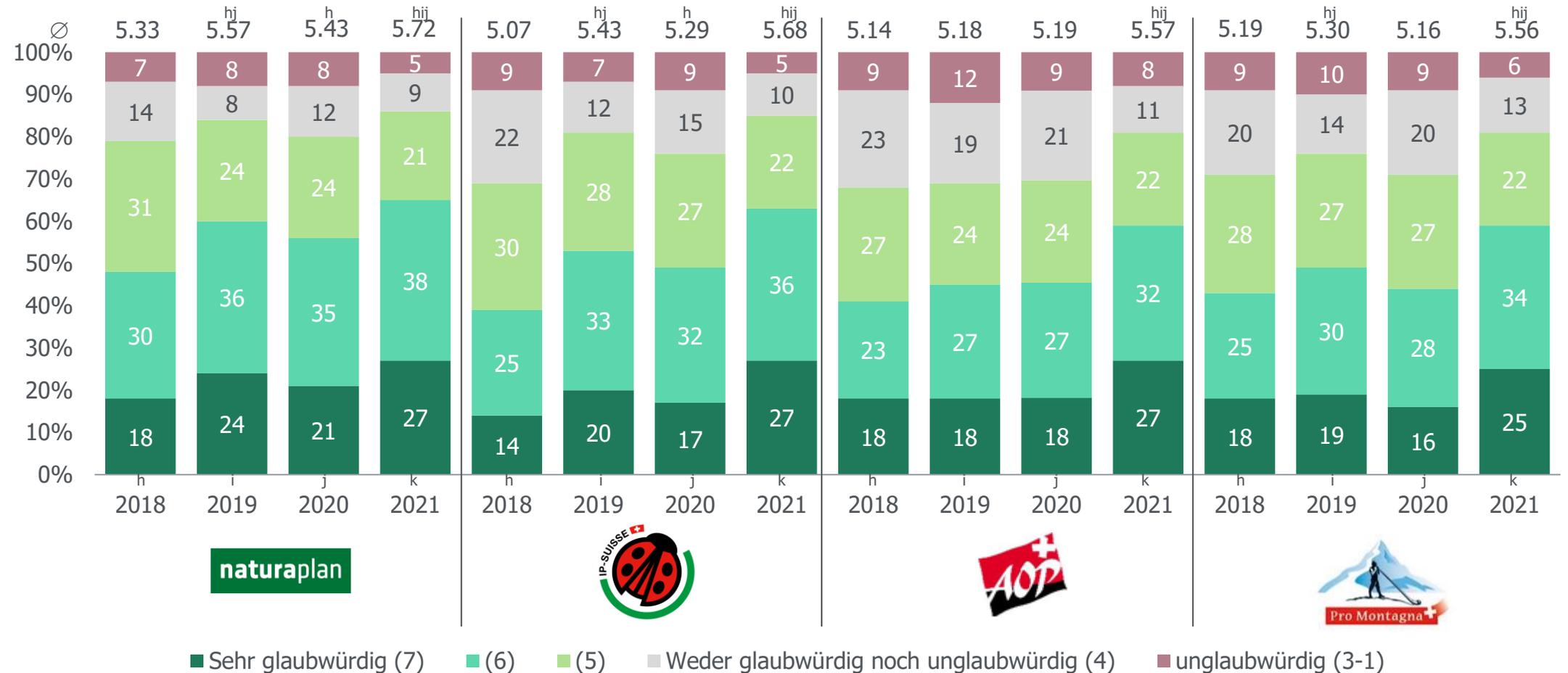


Basis: 2021: 1'823 / 2020: 1'833 / 2019: 1'833 / 2018: 1'853 Befragte

10 | 24. Markt- und Konsumentenbarometer

Glaubwürdigkeit von Qualitäts-Labels / Herkunftszeichen - II

Q20: Als wie glaubwürdig erachten Sie diese Qualitäts-Labels oder Herkunftszeichen in der Hinsicht, dass die entsprechenden Versprechen und Richtlinien auch tatsächlich eingehalten werden?

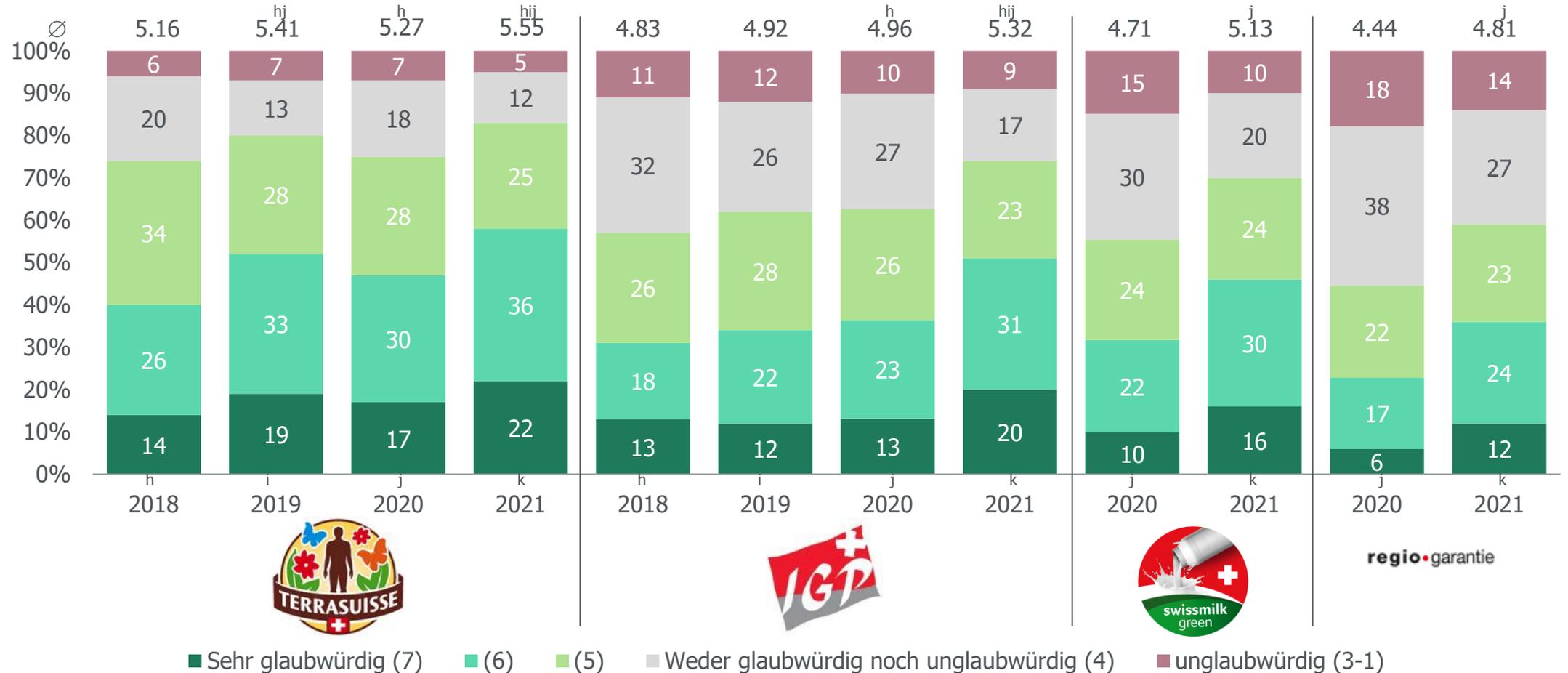


Basis: 2021: 1'823 / 2020: 1'833 / 2019: 1'833 / 2018: 1'853 Befragte

11 | 24. Markt- und Konsumentenbarometer

Glaubwürdigkeit von Qualitäts-Labels / Herkunftszeichen - III

Q20: Als wie glaubwürdig erachten Sie diese Qualitäts-Labels oder Herkunftszeichen in der Hinsicht, dass die entsprechenden Versprechen und Richtlinien auch tatsächlich eingehalten werden?

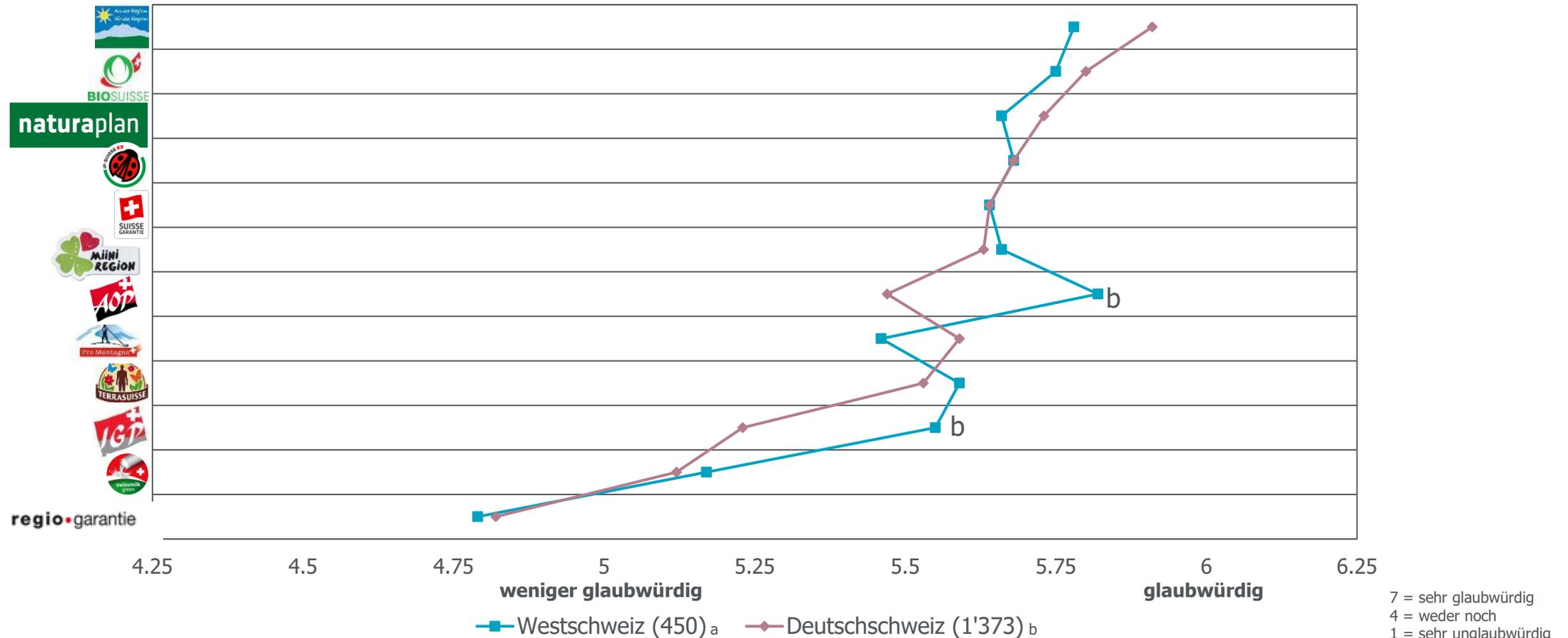


Basis: 2021: 1'823 / 2020: 1'833 / 2019: 1'833 / 2018: 1'853 Befragte

12 | 24. Markt- und Konsumentenbarometer

Glaubwürdigkeit von Qualitäts-Labels / Herkunftszeichen 2021 - Region

Q20: Als wie glaubwürdig erachten Sie diese Qualitäts-Labels oder Herkunftszeichen in der Hinsicht, dass die entsprechenden Versprechen und Richtlinien auch tatsächlich eingehalten werden?

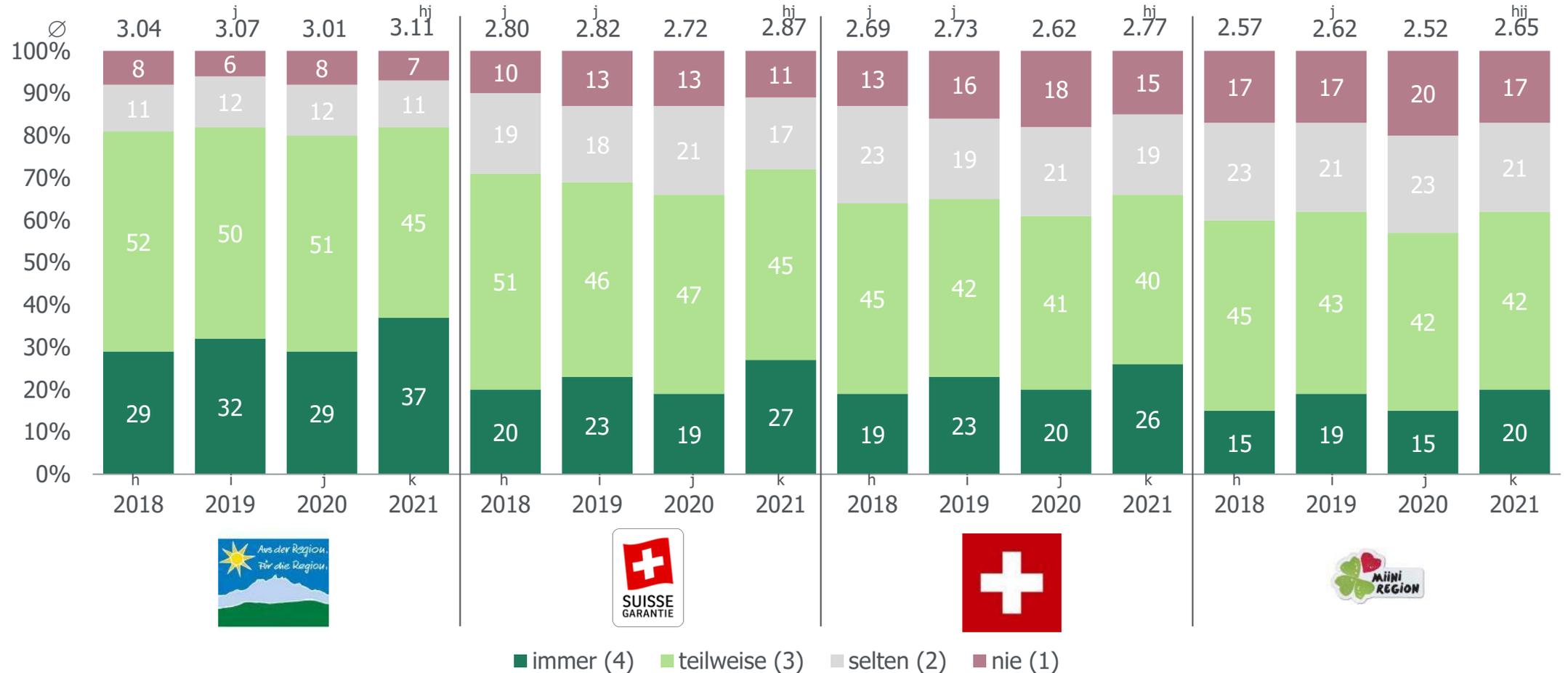


Basis: Zahlen in Klammern, Mittelwerte

13 | 24. Markt- und Konsumentenbarometer

Beachtungshäufigkeit von Herkunftszeichen beim Einkaufen - I

Q21: Auf welches der folgenden Herkunftszeichen achten Sie beim Einkaufen?

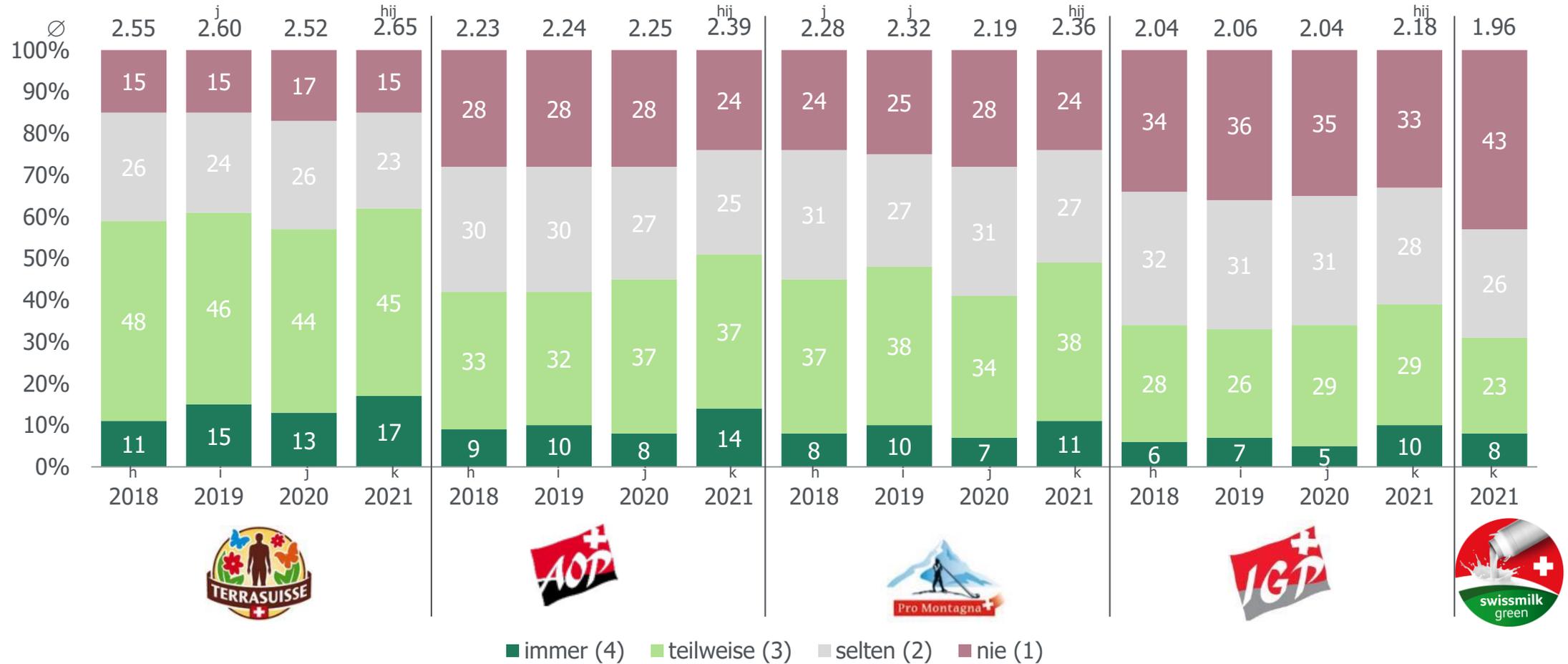


Basis: 2021: 1'823 / 2020: 1'833 / 2019: 1'833 / 2018: 1'853 Befragte

14 | 24. Markt- und Konsumentenbarometer

Beachtungshäufigkeit von Herkunftszeichen beim Einkaufen - II

Q21: Auf welches der folgenden Herkunftszeichen achten Sie beim Einkaufen?

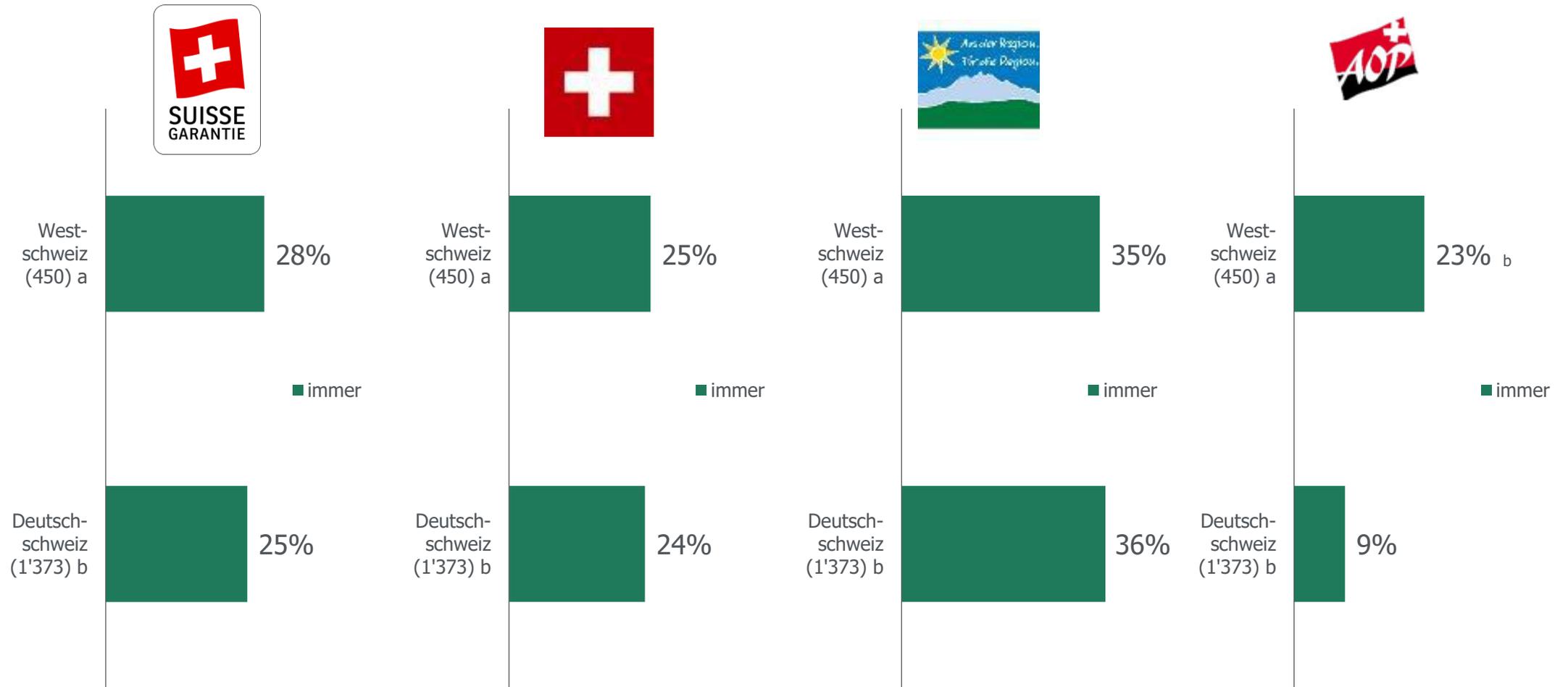


Basis: 2021: 1'823 / 2020: 1'833 / 2019: 1'833 / 2018: 1'853 Befragte

15 | 24. Markt- und Konsumentenbarometer

Beachtungshäufigkeit von Herkunftszeichen beim Einkaufen 2021 - Sprachregion

Q21: Auf welches der folgenden Herkunftszeichen achten Sie beim Einkaufen?



Basis: Zahlen in Klammern

16 | 24. Markt- und Konsumentenbarometer