



**SBV** Schweizerischer Bauernverband **USP** Union Suisse des Paysans **USC** Unione Svizzera dei Contadini **UPS** Unión Purila Svizra

*AMS Agro-Marketing Suisse, Medienmitteilung, 07.06.02*

## **Konsumenten bevorzugen Schweizer Lebensmittel**

Schweizer Nahrungsmittel werden immer beliebter. Gütesiegel, welche die Herkunft auszeichnen, liefern dabei wertvolle Orientierungshilfe. Dies sind die wichtigsten Resultate einer im Auftrag der AMS Agro-Marketing Suisse durchgeführten repräsentativen Befragung bei Konsumentinnen und Konsumenten aus der Schweiz. Rund zwei Drittel achten beim Einkauf auf Labels, für 75 Prozent ist die Schweizer Herkunft bei der Auswahl wichtig, und gar 89 Prozent würden ein Gütesiegel für Schweizer Landwirtschaftsprodukte befürworten.

Die AMS Agro-Marketing Suisse, ein Zusammenschluss der wichtigsten landwirtschaftlichen Organisationen der Schweiz, hat im Mai 2002 vom Marktforschungsinstitut Demoscope eine Repräsentativbefragung bei rund 1000 Konsumentinnen und Konsumenten aus der Schweiz durchführen lassen, um die Bedeutung der Herkunft von Nahrungsmitteln und die Beachtung von Produktelabels zu untersuchen. Es zeigte sich, dass über 70 Prozent der Befragten wissen möchten, woher die von ihnen gekauften Lebensmittel stammen. 75 Prozent bevorzugen Schweizer Nahrungsmittel, wobei die Herkunft bei Grundnahrungsmitteln wie Fleisch, Eier, Milch oder Geflügel besonders wichtig ist. Lebensmittel aus Schweizer Produktion gelten als besonders hochwertig - Frische, Natürlichkeit, strenge Produktionsvorschriften, Sicherheit und kurze Transportwege werden als Qualitätsmerkmale vor allem geschätzt. 75 Prozent der Konsumenten wählen beim Einkauf oft oder immer Schweizer Produkte, 66 Prozent achten auf Produktelabels. Gar 89 Prozent befürworten ein Gütesiegel, das klar auf die Schweizer Herkunft des Produktes hinweist. Die Herkunft der eingekauften Lebensmittel, die Bevorzugung einheimischer Produkte und die Beachtung von Labels sind für die Konsumenten aus allen Landesgegenden und unabhängig von der Nationalität der Befragten sehr wichtig, wobei die Bedeutung in der Deutschschweiz etwas höher ist als in der Westschweiz.

Im Verein AMS Agro-Marketing Suisse haben sich 1997 die wichtigsten landwirtschaftlichen Organisationen der Schweiz zusammengeschlossen, um Synergien im Bereich der Marketing-Kommunikation zu nutzen. Die rund 40 Mitglieder führen gemeinsam zahlreiche Massnahmen in den Bereichen der Basiswerbung, der Öffentlichkeitsarbeit, der Verkaufsförderung und der Marketingforschung durch. Die AMS optimiert dadurch das Verhältnis von Kosten und Nutzen der Marketing-Aktivitäten und trägt durch ein koordiniertes Auftreten wesentlich zu einem schlagkräftigeren Marktauftritt von Schweizer Landwirtschaftsprodukten bei.

Auskünfte:

Barbara Paulsen Gysin, Telefon 031 359 57 51, [barbara.paulsen@swissmilk.ch](mailto:barbara.paulsen@swissmilk.ch)

AMS Agro-Marketing Suisse  
Brunnmattstrasse 21  
3007 Bern