

18. Markt- und Konsumentenbarometer 2015 der AMS

Vom 2. bis 28. April 2015 wurden 1'964 computergestützte online-Interviews in der Deutsch- und Westschweiz unter anderem zu Rahmenbedingungen der Landwirtschaft und Vermarktung von landwirtschaftlichen Produkten durchgeführt. Im Marktlagebericht von Juni 2015 sind interessante Erkenntnisse auf vier Seiten zusammengefasst. Nachstehend zwei weitere Graphiken zu Landwirtschaftsthemen und eine zum möglichen Kaufverhalten von Konsumenten aus der Schweiz nach Aufgabe des Euro Franken Mindestkurses.

Weststrasse 10
 Postfach
 CH-3000 Bern 6

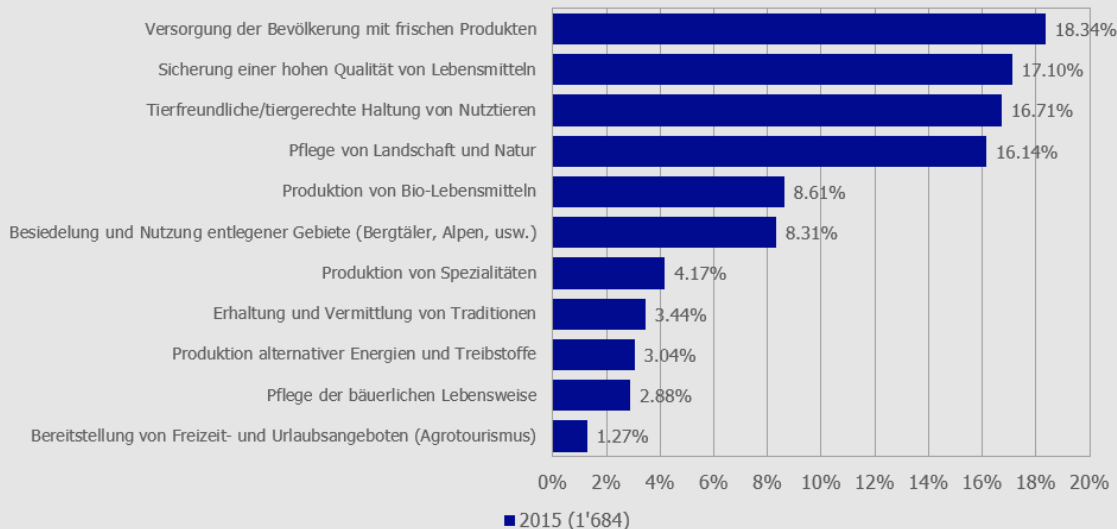
Telefon 031 359 51 11
 Telefax 031 359 58 51
 smp@swissmilk.ch
 www.swissmilk.ch

swissmilk

Leistungspotenziale der Schweizer Landwirtschaft

Q05: Sie sehen jetzt mögliche Leistungen, welche die Schweizer Landwirtschaft im Dienste der Bevölkerung auch noch erbringt. Bitte wählen Sie aus den vier Tätigkeiten jeweils die wichtigste und die unwichtigste aus.

Filter: wenn zur Aussage zustimmt

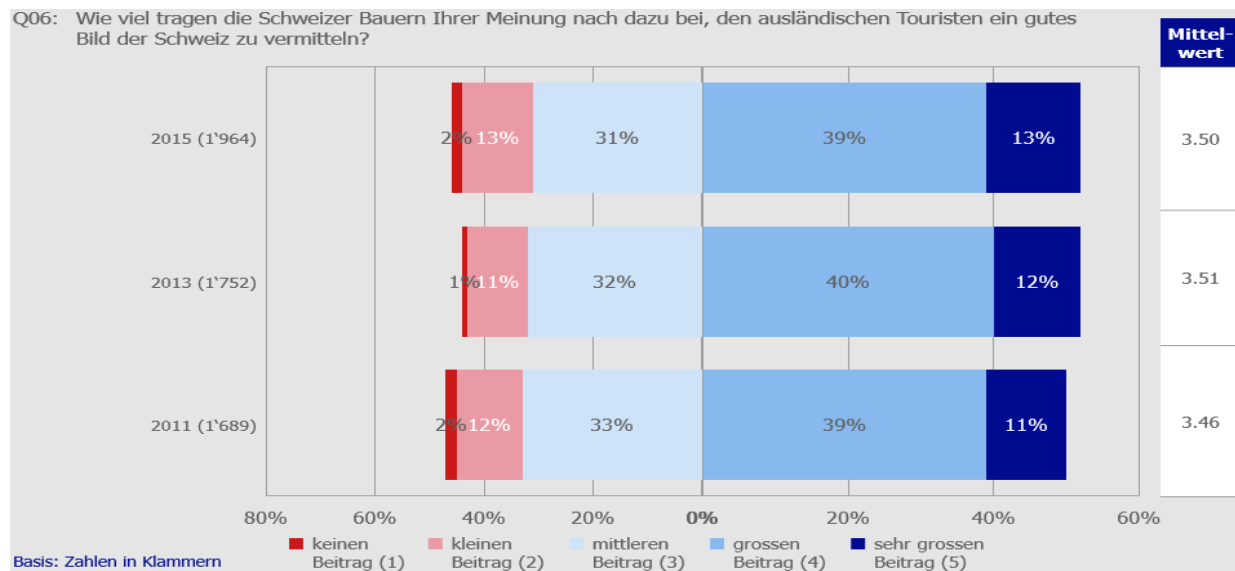


Basis: Zahlen in Klammern

Befragte sehen die Potenziale für Schweizer Landwirte in erster Linie in der Versorgung mit frischen und qualitativ hochstehenden Produkten mittels tiergerechter Tierhaltung und Pflege der Naturlandschaft.

Westschweizer, Frauen und ältere Personen sind gegenüber der Landwirtschaft positiver eingestellt als der Rest der Bevölkerung.

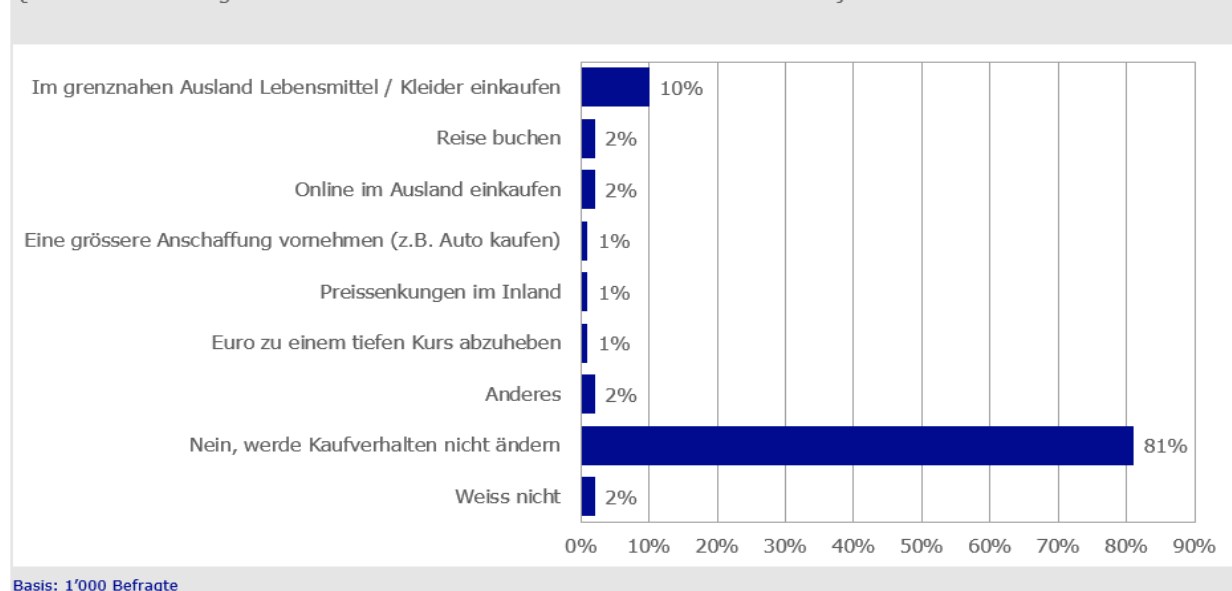
Beitrag der Schweizer Landwirtschaft am Tourismus



Über 50 Prozent der Befragten sind seit vier Jahren konstant davon überzeugt, dass die Landwirtschaft einen grossen Beitrag leistet, ausländischen Touristen ein gutes Bild der Schweiz zu vermitteln. Diese Meinung vertreten stärker die Westschweizer, Haushalte mit Kindern und die ländliche Bevölkerung.

Aufhebung Euro Mindestkurs – Konsequenzen im Kaufverhalten

Q04: Werden Sie aufgrund des stärkeren Franken Ihr Kaufverhalten ändern und wenn ja wie?



81 Prozent wollen aufgrund der Aufhebung des Euro-Mindestkurses in ihrer Einkaufshäufigkeit im Ausland nichts ändern. Die Bevölkerung in den Agglomerationen und in den Städten sowie mit tiefem Einkommen, insbesondere die Konsumentengruppe im Alter zwischen 15 und 29 Jahren, kauft häufiger im Ausland ein.



Es gibt keine spezifischen Produktgruppen, die im Ausland überproportional häufiger oder mehr eingekauft werden.

Martin Rügsegger
Schweizer Milchproduzenten SMP

Quellen: AMS Agro-Marketing Suisse ; Präsentation, 18. Markt- und Konsumentenbarometer vom 17. Juni 2015

