



## SMP INFO-EXPRESS: Basismarketing für Milch



# Kaufgrund Schweiz

Eine neue SMP/Swissmilk-Studie zeigt die Chancen und Risiken für Schweizer Milch auf dem Markt. Schweizerinnen und Schweizer kaufen zunehmend im nahen Ausland ein. Das führt auch bei Milch und Milchprodukten zu Einbussen. Günstige ausländische Konkurrenzprodukte verstärken den Druck im Inland zusätzlich.

Wie können Konsumentinnen und Konsumenten davon überzeugt werden, möglichst häufig Schweizer Milch und Milchprodukte einzukaufen? Welchen Nutzen beziehungsweise Mehrwert verbinden sie mit den einheimischen Milchprodukten? Swissmilk hat Anfang 2016 eine repräsentative Online-Studie zu allgemeinen Einstellungen und zum Konsumverhalten bei 2000 Personen durchgeführt. Befragt wurden Frauen und Männer zwischen 15 und 75 Jahren aus der Deutsch- und Westschweiz.

**Offen und selbstbewusst**  
Bei den allgemeinen Eigenschaften, welche die Befragten mit Schweizer Charakteristiken verbinden, werden Pünktlichkeit, Qualitätsbewusstsein und Leistungsorientiertheit am häufigsten genannt. Bei jüngeren Personen und jungen Eltern haben «Offenheit gegenüber Neuem» und «Selbstbewusstsein» einen deutlich höheren Stellenwert als bei den älteren Befragten, dies zu Lasten von Ordnlichkeit und Sparsamkeit.

### Schweiz bevorzugt

Die Resultate der Studie zeigen, dass Schweizer Lebensmittel grundsätzlich grosses Vertrauen geniessen. Die Mehrheit der Konsumentinnen und Konsumenten achtet beim Einkauf auf Schweizer Herkunft, Frauen mehr als Männer und ältere Personen stärker als jüngere. Nicht überraschend ist, dass Ausländer die Schweizer Herkunft von Lebensmitteln deutlich weniger gewichten als Schweizerinnen und Schweizer.

### Frisch und regional

Die Befragung macht es deutlich: Beim Einkauf wird auf möglichst frische Lebensmittel Wert gelegt, die vorzugsweise aus der Schweiz oder der Region stammen sollen. Beim Fleisch wird auf eine besonders tier-

freundliche Haltung geachtet und bei Gemüse und Obst auf die Saisonalität. Grundsätzlich haben alle diese Einkaufskriterien, mit Ausnahme vom Preis, bei den Frauen eine höhere Bedeutung als bei den Männern.

### Verarbeitungsgrad entscheidend

Interessantes zeigt die Studie zur Frage nach dem Stellenwert der Schweizer Herkunft bei verschiedenen Lebensmitteln: Bei stärker verarbeiteten Produkten wie Milchmischgetränken oder Dessertprodukten aus Milch ist die Herkunft weniger wichtig als bei Konsummilch, Eiern und Frischfleisch.

### Tierwohl am wichtigsten

Konsumentinnen und Konsumenten wissen, weshalb sie Schweizer Milch und Milchprodukte bevorzugen. Es ist keineswegs der «bessere Geschmack von Schweizer Produkten», diese Aussage landete bei der Befragung auf dem letzten Platz. Viel wichtiger sind sowohl wirtschaftliche und patrioti-

sche als auch tierwohl- und umweltbezogene Gründe. Sie wurden besonders häufig genannt. Im Vergleich verschiedener Argumente wurde am häufigsten angegeben, dass durch die kürzeren Transportwege die Umwelt weniger belastet wird, dass die Schweizer Produktion besser auf das Tierwohl und die artgerechte Haltung achtet und besser kontrolliert wird.

### Heimische Wirtschaft stützen

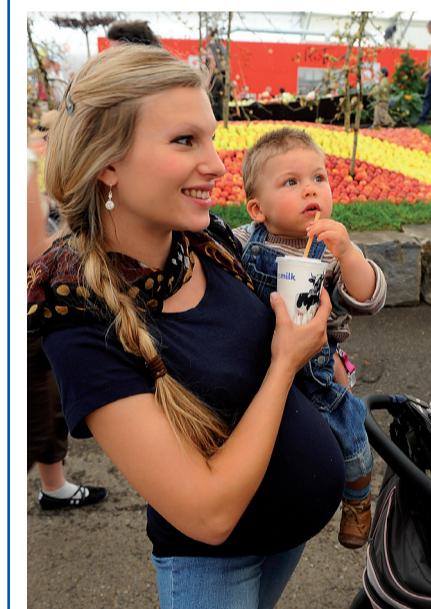
Die Gründe für den Kauf von Schweizer Milchprodukten gehen noch tiefer. Bei der Befragung wurde ebenso häufig ausgewählt, dass man damit die Schweizer Wirtschaft unterstützt beziehungsweise zur Erhaltung der Schweizer Landwirtschaft beiträgt. Ganz allgemein weiss man als Konsument auch, woher die Produkte stammen. Bei der gleichen Frage nach Schweizer Fleisch und Eiern kommt dem Argument «die Schweizer Produktion achtet besser auf das Tierwohl beziehungsweise die artgerechte Haltung» eine noch stärkere Bedeutung zu als bei der Milch.

## Gemeinsam Stärke zeigen

Milchproduzenten und Swissmilk können einiges dazu beitragen, um die Bevölkerung darin zu bestärken, auch weiterhin Schweizer Milch und Milchprodukte zu kaufen.

### Bauern liefern Top-Qualität...

Die Swissmilk-Studie zeigt, dass die Bevölkerung die Qualität der Schweizer Landwirtschaft honoriert: Sie schätzt den sorgsamen Umgang mit den Tieren, die Pflege der Landschaft, die modernen Familienbetriebe, die Nähe und Regionalität. Die Schweizer Bauern arbeiten täglich hart dafür, dass dieses weiterhin belohnt und bestärkt wird. Es ist deshalb wichtig, dass die gesamte Landwirtschaft diesen Schlüsselfaktoren auch in Zukunft höchste Priorität einräumt. Nur so wird sie die Chancen und Potenziale der Schweizer Milch ausschöpfen können.



Schweizer Bevölkerung achtet beim Einkaufen auf die Herkunft.

### ... Swissmilk unterstützt mit professionellem Marketing

Wir fördern den Absatz einheimischer Milch nach Kräften. Denn das Swissmilk-Marketing lobt bei allen Aktivitäten die Schweizer Herkunft mit ihren besonderen Stärken konsequent aus. So läuft aktuell die Jogurt-Sammelpromotion «Swiss milk inside», mit der wir direkt auf die Verkäufe einwirken. Mit unserer Rezeptdatenbank, der grössten der Schweiz, stärken wir die Verwendung von einheimischen Grundnahrungsmitteln und stehen mit unseren zahlreichen Aktivitäten in einem kontinuierlichen Dialog mit den verschiedenen Zielgruppen.



Konsumenten stehen hinter den Schweizer Landwirtschaftsprodukten.

