11.04.2018 – 08:00 Uhr

Worauf Schweizer beim Einkaufen achten / Hoher Stellenwert von Umwelt und Gesundheit

Zürich (ots) -

Die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten verlangen mit grosser Mehrheit Nachhaltigkeit, ergibt die "Trusted Brands 2018"-Umfrage von Reader's Digest. Regionale Erzeugnisse erhalten den Vorzug. Gewünscht werden ausserdem klar erkennbare Packungsinformationen über den Inhalt.

Die umweltbezogenen Forderungen sind ausgeprägt. In der "Trusted Brands 2018"-Studie von Reader's Digest fordern 74 Prozent der Befragten, dass deutlich mehr Produkte nachhaltig hergestellt werden sollten. Besonders ausgebildet ist der Wunsch bei den über 60-Jährigen (78 Prozent) und bei den Romands (79 Prozent). Weit mehr als die Hälfte der Umfrageteilneh-mer vertreten die Meinung, es gebe bestimmte Produkte, bei denen sich Bio-Qualität lohne. Frauen stimmen der Aussage mit 63 Prozent wesentlich stärker zu als Männer mit 52 Prozent. Bei den Altersgruppen zeigen sich wenig Unterschiede: 60 Prozent der 18 bis 29-Jährigen und 57 Prozent der über 60-Jährigen finden zumindest einzelne Bio-Produkte attraktiv.

Qualität vor Preis

Die Konsumentinnen und Konsumenten sind für ihre Anliegen zu höheren Ausgaben bereit: 57 Prozent der Umfrageteilnehmer geben an, für nachhaltig produzierte Waren etwas mehr bezahlen zu wollen. Deutlicher noch ist der Wille, für regionale Produkte einen Zuschlag zu entrichten (62 Prozent). Bei den Bio-Produkten ist die Bereitschaft, tiefer in die Tasche zu greifen, weniger ausgeprägt. Hier sagen 43 Prozent der Befragten Ja zu einem höheren Entgelt. Auffällig ist ein Nebenaspekt: 55 Prozent der Befragten sind der Meinung, Bio-Produkte seien weniger mit Pestiziden belastet als konventionelle, doch nur 40 Prozent der Teilnehmer denkt dabei an die eigene Gesundheit.

Gesundheitsbewusst

Mehr als zwei Drittel der Konsumentinnen und Konsumenten haben die Zuträglichkeit der Nahrungsmittel im Auge. 68 Prozent der Befragten verlangen deutliche Angaben, wieviel Zucker, Salz und Kalorien ein Produkt enthält. Das Bedürfnis nach übersichtlichen Inhaltsdeklarationen steigt mit dem Alter an. 79 Prozent der über 60-Jährigen, aber nur 59 Prozent der 18 bis 29-Jährigen bestehen auf entsprechenden Vermerken. Der Wunsch nach klaren Informationen schlägt sich auch in der Kritik von 61 Prozent der Umfrageteilnehmer nieder, die Auflistung der Zutaten von industriell gefertigten Produkten sei häufig schlecht verständlich.

Zur Studie "Trusted Brands" von Reader's Digest

"Trusted Brands" ist eine unabhängige Studie und misst seit 2001 jährlich das Markenvertrauen von Konsumenten. Sie zählt zu den etabliertesten und grössten Konsumentenstudien, ist Vorreiterin für andere Studien dieser Art und als Markenmonitor anerkannt. Einzigartig bleibt der Ansatz, die Markenfrage ungestützt, also ohne jegliche Markenvorgabe zu stellen. Die Konsumenten allein geben preis, welche Vertrauensmarke bei ihnen ganz oben steht. Die 2300 Personen, die Reader's Digest dieses Jahr in der Schweiz befragte, nannten insgesamt 2348 verschiedene Marken, die sie persönlich für besonders vertrauenswürdig halten. Die Studie wurde dieses Jahr im Auftrag von Reader's Digest vom Marktforschungsinstitut Dialego durchgeführt.

Bei Verwendung bitte Quelle angeben:
© 2018 Trusted Brands by Reader's Digest

Service für Medienschaffende:

Weitere Ergebnisse und Informationen stehen auf http://readersdigest-verlag.com/ch/presse für Sie bereit.

Nachhaltigkeit vs. Preis http://ots.ch/ypzrPQ

Verpackungsinformationen http://ots.ch/5I81MK

Ihre Kontaktperson bei Fragen zu der Studie:

Martin Voigt, Reader's Digest Schweiz
Telefon: 044 455 71 61
E-Mail: martin.voigt@readersdigest.ch

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100005069/100814236 abgerufen werden.