MEDIENMITTEILUNG Zollikofen, 5. Juli 2018

Schweizer Label-Rindfleisch mit hoher Glaubwürdigkeit bei Konsumentinnen und Konsumenten

Schweizer Label-Rindfleisch geniesst bei Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten grosse Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Die Produktionsstandards Tierwohl, Ökologie, Weidhaltung und grasbasierte Fütterung sind entscheidende Kaufkriterien. Dies zeigen die Ergebnisse einer neuen Studie der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften HAFL der Berner Fachhochschule BFH.

Eine Marktanalyse der BFH-HAFL im Auftrag des Vereins Mutterkuh Schweiz bei über 750 Konsumentinnen und Konsumenten aus den grössten Städten der Deutsch- und Westschweiz zeigt, dass Schweizer Label-Rindfleisch sehr gefragt ist. Voraussetzung für den Konsum von hochwertigem Rindfleisch sind die tierfreundliche und ökologische Produktionsweise sowie die Bekanntheit und Glaubwürdigkeit der entsprechenden Markenprodukte. Die Marktforschungsergebnisse der BFH-HAFL zeigen, dass Schweizer Label-Rindfleisch von bestimmten Konsumsegmenten häufiger konsumiert wird, wenn hohe Produktionsstandards wie Tierwohl, Ökologie, Weidehaltung sowie Fütterung vorwiegend mit Gras eingehalten werden. Label-Rindfleisch aus solcher Produktion geniesst auf dem Schweizer Markt höheres Vertrauen und die Zahlungsbereitschaft ist dabei im Vergleich zu anderen Rindfleischlabels höher. In Bezug auf die Label-Bekanntheit können bedeutende Unterschiede zwischen den Sprachregionen identifiziert werden. Der gestützte Bekanntheitsgrad der Labels «Natura-Beef» und «Natura-Beef Bio» ist zwar in beiden Regionen hoch. Beide Labels sind bei Konsumentinnen und Konsumenten aus der Deutschschweiz aber deutlich bekannter als in der Romandie. Die Marktforschungsergebnisse sind für über 40 Prozent (3,5 Mio.) der Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten repräsentativ.

Natura-Beef und Natura-Beef Bio mit hohem Bekanntheitsgrad

Bei der Erhebungsfrage nach der gestützten Bekanntheit wurden folgende Markenlogos visualisiert: «Baltic Grassland-Beef», «Natura-Beef», «Natura-Veal», «SwissPrimGour-met» und «Natura-Beef Bio». Baltic Grassland-Beef ist ein Rindfleischproduktionsprogramm mit Mutterkuhhaltung, das in den Baltischen Staaten Estland, Lettland und Litauen auf Initiative von Coop betrieben wird. Die Edelstücke werden in die Schweiz importiert und in Coop Filialen vertrieben. Die Marke Baltic Grassland-Beef ist bei den Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten jedoch wenig bekannt (siehe Abbildung). Mit einem Bekanntheitsgrad von rund 16 bzw. 17 Prozent sind die beiden Marken Natura-Veal und SwissPrimGourmet ebenfalls relativ wenig bekannt. Einen deutlich höheren Bekanntheitsgrad erreichen die beiden Marken Natura-Beef und Natura-Beef Bio mit rund 61 bzw. 55 Prozent. In Bezug auf die Bekanntheit nach Sprachregion fallen vor allem die Unterschiede bei den Labels Natura-Beef und Natura-Beef Bio auf. Beide Labels sind in der Romandie deutlich weniger bekannt als in der Deutschschweiz (siehe Abbildung).

Bekannte Rindfleisch-Labels werden häufiger gekauft

Hinsichtlich Konsum ausgewählter Labels gaben die befragten Konsumentinnen und Konsumenten an, wie häufig sie diese Labels kaufen. Die Ergebnisse zeigen generell, dass bekanntere Labels auch häufiger gekauft werden. Am häufigsten gekauft werden Labels wie Natura-Beef, Bio Natura-Beef, Naturafarm, Naturaplan und IP-Suisse. Die Labels Weide-Beef und Bio Weide-Beef werden im Vergleich dazu weniger gekauft. Kaum gekauft werden hingegen die relativ unbekannten oder Nischenlabels Ojo de Agua und Baltic Grassland-Beef.

Auskünfte für Medienschaffende:
BFH-HAFL, Dr. Andreas Hochuli, Tel. +41 31 910 21 66, Mobile +41 79 666 26 05, andreas.hochuli@bfh.ch.
Mutterkuh Schweiz, Daniel Flückiger, Tel. +41 56 462 33 51, Mobil +41 79 226 52 76, daniel.flueckiger@mutterkuh.ch

Rinderherde mit Mutterkühen und Jungtieren

Bildquelle: Mutterkuh Schweiz