

LINK
Baslerstrasse 60
Postfach
8048 Zürich
+41 41 367 73 73
link.ch

Pressemitteilung

So steht es 2022 um regionale Produkte in der Schweiz

Zürich, 05. Mai 2022 - Schweizerinnen und Schweizer mögen regionale Produkte und sind bereit, für diese mehr zu bezahlen als für herkömmliche oder sogar Bioprodukte. Doch wie kommt diese Wahrnehmung von Regionalprodukten zustande, und welche bisher unbedeckten Potenziale liegen in diesem Segment noch brach? Antworten liefert die Studie «Regionalprodukte 2022» der htp St. Gallen und LINK in Zusammenarbeit mit der Hochschule für Wirtschaft Zürich.

Seit 2017 hat sich die positive Wahrnehmung von Regionalprodukten verstärkt. Beispielsweise werden diese heute von 37 % der Bevölkerung als sehr positiv wahrgenommen, während es vor fünf Jahren erst 24 % waren. Inzwischen kaufen ausserdem zwei von fünf Schweizer/innen bei praktisch jedem Einkauf regionale Produkte – 2017 war dies erst eine von vier Personen. Grundsätzlich lässt sich sagen, dass Regionalprodukte aus der Nische herausgewachsen sind und von der Mehrheit der Bevölkerung bspw. gegenüber Bioprodukten bevorzugt werden.

Regionalprodukte werden in vielen Aspekten attraktiver wahrgenommen als Bioprodukte

Betrachtet man die Käuferschaft im Detail, so zeigt sich, dass Frauen, ältere Leute (im Vergleich zu jüngeren), in der Deutschschweiz wohnhafte und Personen mit hohem Einkommen eine stärkere Tendenz haben, Regionalprodukte zu kaufen. Regionale Produkte werden in den Assoziationsfeldern «Attraktivität», «Nachhaltigkeit & Fairness» sowie «Soziales» höher eingestuft als herkömmliche und sogar Bioprodukte – lediglich beim Assoziationsfeld «Ökologie» liegen Regional- und Bioprodukte gleichauf.

Des Weiteren zeigt die Studie auf, wie Konsument/innen die verschiedenen Retailer hinsichtlich «Regionalität» wahrnehmen, was die konkreten Treiber für den Kauf regionaler Produkte sind oder wie sich die Regionalität verschiedener Produktgruppen auf die Mehrpreisbereitschaft der Schweizerinnen und Schweizer auswirkt

Die vollständigen Ergebnisse der Studie im Überblick

- Regionalprodukte sind aus der Nische herausgewachsen. Sie sind für viele Konsumenten attraktiver als Labelprodukte, wie z.B. Bioprodukte.

- Regionalprodukte sind soziale Produkte: Regionalprodukte werden vor allem unter den Aspekten Fairness und Nachhaltigkeit gekauft. Die Nachhaltigkeit umfasst auch ökologische Aspekte, aber im Vergleich zu Bioprodukten spielen soziale Aspekte eine verhältnismässig grosse Rolle. Kunden kaufen Regionalprodukte damit bewusst, um der Gesellschaft etwas Gutes zu tun. Die Erwartungshaltung bzgl. Nachhaltigkeit der Kunden ist ebenfalls hoch.
- Es gibt eine relevant erhöhte Zahlungsbereitschaft von 10 - 45 % für Regionalprodukte.
- Regionalprodukte werden vorwiegend im Detailhandel gekauft. Es etablieren sich aber auch zunehmend lokale Handels- und Lieferstrukturen.
- Das Argument «von hier» gewinnt gegenüber «regionale Spezialität» leicht an Bedeutung.
- Gute Bedingungen bzgl. Tierwohl und faire Produzentenpreise werden bei Regionalprodukten erwartet und unterstellt.

Chancen und Anforderungen für die Anbieter und den Handel

- Es ist im Einzelfall der richtige Perimeter (Grösse und Grenzen einer Region) als Kompromiss zwischen Glaubwürdigkeit und Wirtschaftlichkeit zu definieren.
- Anbieter von Regionalprodukten müssen für eine glaubwürdige Positionierung ein klares Versprechen bzgl. der konkreten Herkunft und der gelebter Nachhaltigkeit abgeben.
- National tätige Hersteller und Händler können sich ebenfalls mit regionalen Aussagen positionieren, müssen diese aber glaubwürdig erfüllen.
- Anbieter müssen den Konsumenten den Kauf von authentischen Regionalprodukten möglichst einfach und bequem machen.
- Erfolgreiche Logistik- oder Plattformmodelle können wirtschaftlich und ökologisch sinnvoll betrieben werden. Hierfür müssen verschiedenn Akteure zusammenarbeiten.

Die Studie wird kostenlos abgegeben unter <https://www.link.ch/studie-regionalprodukte-2022/>.

Für die Studie wurden im Februar 2022 1'321 Personen in der Deutschschweiz, Romandie und im Tessin befragt.

Für weiterführende Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

LINK Marketing Services AG
Marianne Altgeld
Head of Retail & FMCG Research
+41 41 367 72 67
marianne.altgeld@link.ch
www.link.ch

htp St. Gallen Managementberatung AG
Dr. Stephan Feige
Partner und Geschäftsführer
+41 44 542 49 97
sfeige@htp-sg.ch
www.htp-sg.ch

LINK

LINK Marketing Services AG mit Sitz in Luzern wurde 1981 gegründet. Heute ist LINK eines der grössten Full Service Markt- und Sozialforschungsinstitute im deutschsprachigen Raum und Schweizer Marktleader. Das LINK Online-Panel ist das grösste und qualitativ beste Schweizer Panel mit 115'000 Mitgliedern. An den drei Standorten Luzern, Zürich und Lausanne beschäftigt das Unternehmen rund 100 Mitarbeiter/innen sowie etwa 500 Interviewer/innen auf Teilzeitbasis. Für ihre Kund/innen führt die LINK jedes Jahr rund 800 Forschungsprojekte aus, wobei höchste Qualität und stetige Innovation im Zentrum stehen. Seit Dezember 2021 gehört LINK zu YouGov, einem internationalen Unternehmen für Markt- und Sozialforschung, Datenprodukte und Datenanalysen, welches am Alternative Investment Market der London Stock Exchange kotiert ist.

htp St.Gallen

htp St. Gallen Managementberatung AG ist ein auf strategische Marketingberatung spezialisierter Spin-off der Universität St. Gallen. Durch die enge Verbindung zur Universität und die über 20-jährige Beratungserfahrung mit mehr als 300 Projekten verbindet die sie neueste wissenschaftliche Erkenntnisse mit professionellen Beratungstools zu «Marketing-Know-how aus St. Gallen».

htp St. Gallen arbeitet schwergewichtig für Konsumgüterhersteller, Dienstleister und Händler an Marketing- und Wachstumsstrategien. Die regionale oder nationale (Swissness) Herkunft stellt dabei vielfach eine attraktive Positionierungschance dar. Seit 2007 veranstaltet die htp St. Gallen mit Partnern den Schweizer Markenkongress (www.marken-kongress.ch). Seit 2009 ist sie Mitherausgeberin des Schweizer Markenplakats (www.markenplakat.ch) und seit 2020 führt sie jährlich an der HWZ die Fachtagung Regionalprodukte durch. www.htp-sg.ch

HWZ

Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich ist Mitglied der Zürcher Fachhochschule (ZFH).

Mit rund 2'500 Studierenden ist die HWZ die grösste Hochschule mit ausschliesslich berufsbegleitenden Studiengängen im Bereich Wirtschaft der Schweiz. Sie offeriert ein breites Angebot an Studiengängen auf Bachelor- und Master-Stufe sowie, über 100 Diplom- und Zertifikatslehrgänge, die Möglichkeit zum Doktorat sowie massgeschneiderte Firmentrainings. Die HWZ wurde 2016 als erste Hochschulinstitution nach neuem HFKG institutionell akkreditiert. fh-hwz.ch