



Konsumentenforum kf

SVT-Tagung: 13. April 2010

Welche Qualität erwarten die Konsumenten?



Ein Thema geht nie aus...

Der Konsument ist der ewige Säugling, der nach der Flasche schreit.

Erich Fromm (1900-80), amerik. Psychoanalytiker dt. Herkunft



Kurzportrait

Das kf wurde am **1. Dezember 1961** gegründet.

Die **parteilos unabhängig** Konsumentenorganisation der deutschen Schweiz

Verein nach Art. 60 ff ZGB und Dachverband von

- eigenständigen Sektionen
- Kollektivmitgliedern
- Verbänden und Organisationen

Das kf vertritt **500'000** Konsumentinnen und Konsumenten

Hauptaufgabe

Information und Beratung

Vertretung der Interessen
der Konsumenten
gegenüber Politik,
Industrie, Landwirtschaft
und Wirtschaft



Strategie

- Information statt Bevormundung
- Beratung statt Belehrung
- Dialog statt Konfrontation



Ziele

- Mündige Konsumenten, die
Eigenverantwortung wahrnehmen können
- Gegenseitig Vertrauen schaffen



Der Schweizer Konsument

Konsument heute – kein Otto Normalverbraucher

- Wirtschaftlich schlecht gestellte
- Schnäppchenjäger
- Die Umwelt- und Sozialbewussten
- Die Vertreter der Preis-spielt-keine-Rolle-Gruppe
- Sowohl als auch Konsumenten



Der Schweizer Konsument

Wünsche der Konsumenten

- Qualitativ gute Produkte
- Preiswerte Produkte
- Frische Produkte
- Convenience Produkte
- Produkte, von denen sie wissen, woher sie kommen
- Überschaubares Angebot
- Freundliche und effiziente Bedienung



Swissness

Der Konsument ist bereit für ein Produkt mit Schweizer Kreuz oder Herkunftsbezeichnung 15-20% mehr zu bezahlen.



Swissness

- „Dank“ Skandalen im Ausland (Gammelfleisch, Umweltzerstörung und asoziale Praktiken etc.) mehr Vertrauen in Schweizer Produkte
- Bereitschaft für sozial- und tiergerechte Produktion Mehrpreis zu bezahlen
- Trend zu nachhaltig produzierten Produkten
- Suisse garantie



Fortschrittliche Tiergesetzgebung

Tiergerechte Produktion

- Ferkelkastration (keine Massentierhaltung, mit Auslauf)
- Hühnerhaltung (75% kaufen keine Käfighaltung)



Fortschrittliche Tiergesetzgebung

- Fleisch negative Schlagzeilen (Hormone, BSE, Antibiotika, Vogelgrippe) – Interesse der Konsumenten auf Information: „From stable to table“
- Biologische Produktion, Fütterung, Herkunft
- Tiergerechte Haltung RAUS (Verordnung über den regelmässigen Auslauf von Nutztieren im Freien), Verordnung über besonders tierfreundliche Stallhaltungssysteme (BTS)

- Information:
 - Transparenz und Rückverfolgbarkeit
 - Label-Anforderungen klar verständlich
- Pflichtenheft: bekannt, klar, glaubwürdig
- Ausgewiesene Vorteile gegenüber Standardprodukt
- Kontrolle durch neutrale, externe, anerkannte Institution

Wünsche der Konsumenten

- Konsumenten Anliegen berücksichtigen
- Übernahme internationaler Labels
- Zusammenarbeit aller beteiligten Kreise bei der Schaffung von Labels
- Nur ein Label pro Bereich – kein Labelsalat

Labels sind für die Konsumenten eine wichtige Einkaufshilfe, müssen aber den Konsumenten auch zugänglich sein.



Labels

- Natura-Beef: Mutter- und Ammenkuhhaltung, weiden, im Winter freier Auslauf; Rauhfutter, Kuhmilch
- Kagfreiland: Tiere von biologisch bewirtschafteten Höfen, Anforderungen übersteigen jene der Biobetriebe
- Fidelio: Fleisch von Betrieben, die nach den Anforderungen von Bio-Suisse geführt werden.



Ein Blick in die Zukunft

Konsumtrends und Einkaufsverhalten in Zukunft

- Durch Globalisierung Rückzug im Privaten auf einheimische Marken (Swissness)
- Zeitdruck, Dinge „on the Go“ erledigen
- Gesteigertes Gesundheitsbewusstsein
- Gesteigertes Wohlfühlbedürfnis
- Nachfrage zu Top-Produkten
- Gutes Geld für gute Leistung-Mentalität



Fazit

- Qualität und günstige Preise schliessen sich nicht aus
- Auch in der Schweiz gibt es regional unterschiedliche Preise
- Labels werden beachtet
- Glaubwürdigkeit spielt wichtige Rolle
- Höherer Preis wird nur bezahlt, wenn „Mehrwert“ auf allen Stufen nachvollzogen werden kann
- Transparente Kontrollen und offene Kommunikation schaffen Vertrauen

Konsumenten sind Zünglein an der Waage

Danke für Ihre
Aufmerksamkeit!

Dr. phil.
Muriel Uebelhart
Geschäftsführerin
m.uebelhart@konsum.ch
Tel. 031 380 50 33


