

Bundesamt für Umwelt

Zwischenauswertung Umfrage Schweizer Pärke 2015



DemoSCOPE

Inhalt

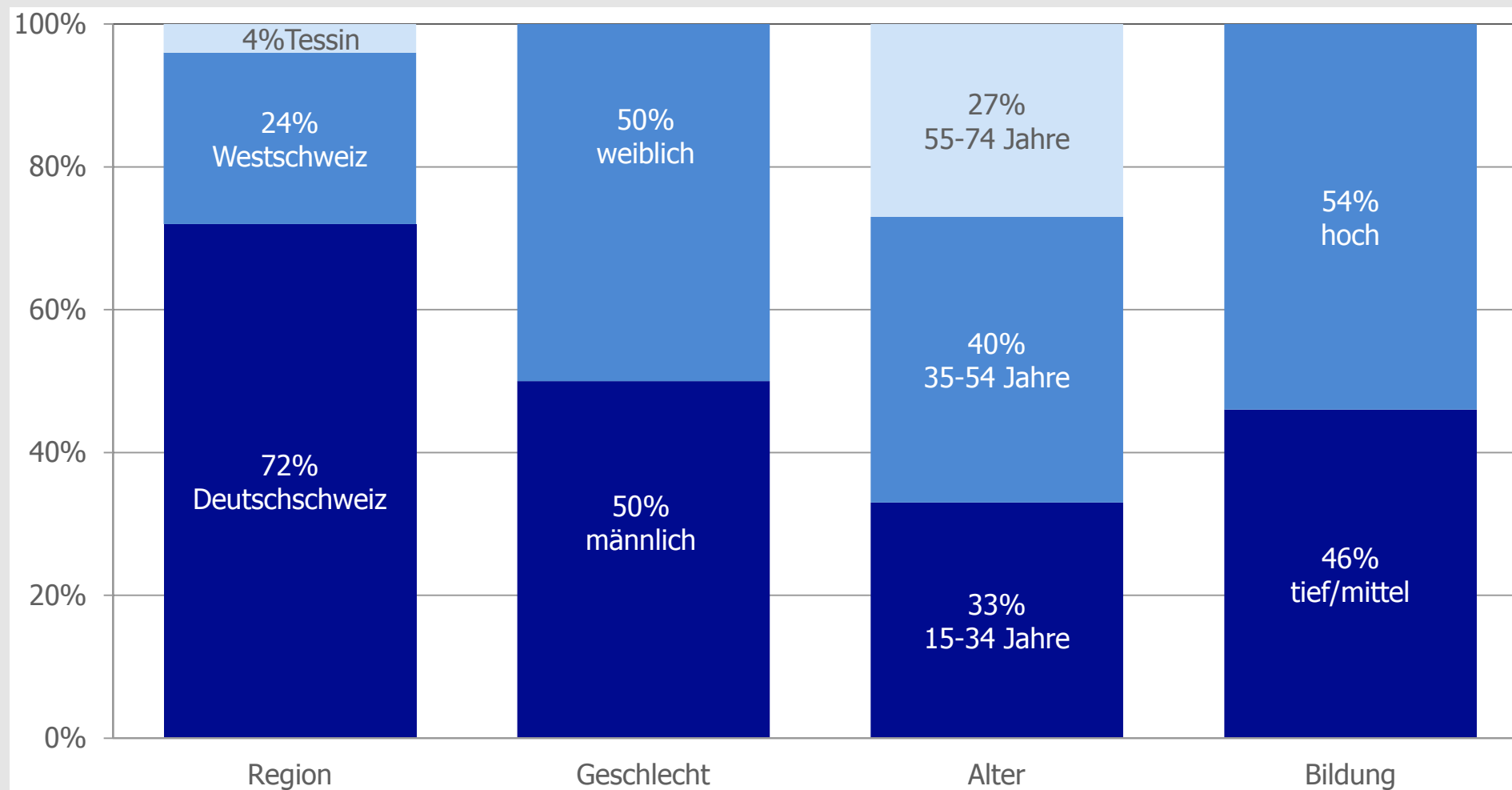
1. Studiendesign und statistische Struktur der Befragten	3–4
2. Bekanntheit und Wahrnehmung Logo «Schweizer Pärke»	5–6
3. Wahrnehmung von Werbung für «Schweizer Pärke»	7–13

Studiendesign

Auftraggeber	Bundesamt für Umwelt, Christoph Grosjean-Sommer, Kommunikationsverantwortlicher Schweizer Pärke
Zielsetzung	Zwischenmessung (dritte Kontrollmessung nach 2013 und 2014), um die Wirkung der Kommunikationsmassnahmen hinsichtlich der gesetzten Ziele zu messen. Die Nullmessung fand 2011 statt.
Grundgesamtheit	sprachassimierte, internetnutzende Wohnbevölkerung der deutsch-, französisch und italienischsprachigen Schweiz im Alter von 15 bis 74 Jahren.
Stichprobengrösse	n=1'100 (Messgenauigkeit bei max. +/- 3.0% bei 95% Sicherheit)
Quoten	Alter, Geschlecht und Region
Methode	computergestützte Online-Interviews (CAWI), Teil der Mehrthemenbefragung «Omnibus Suisse»
Befragungszeitraum	25. Juni bis 13. Juli 2015



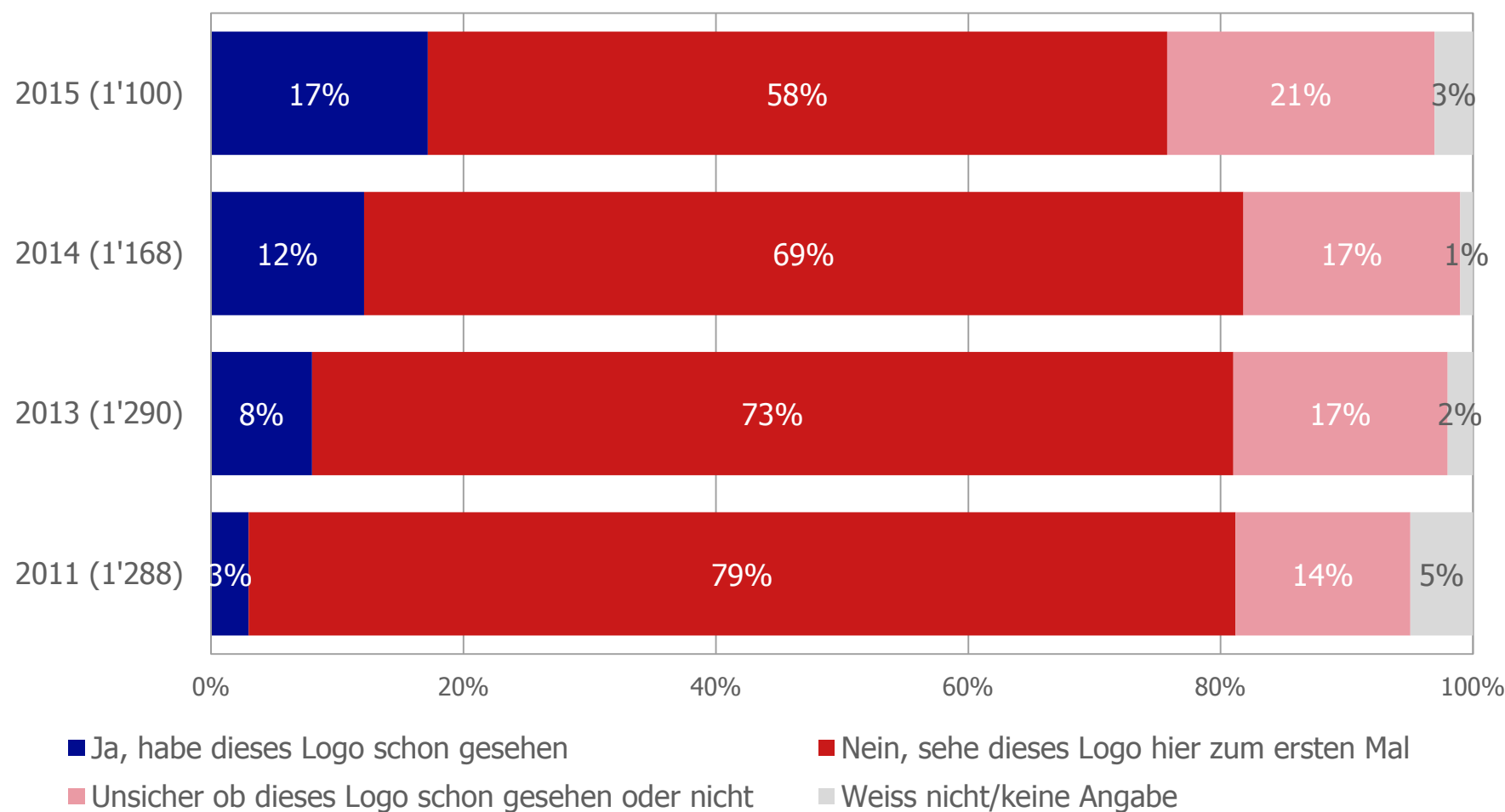
Statistische Struktur der Befragten



Bekanntheit Logo «Schweizer Pärke»



Q01: Haben Sie das Logo "Schweizer Pärke" schon einmal gesehen?

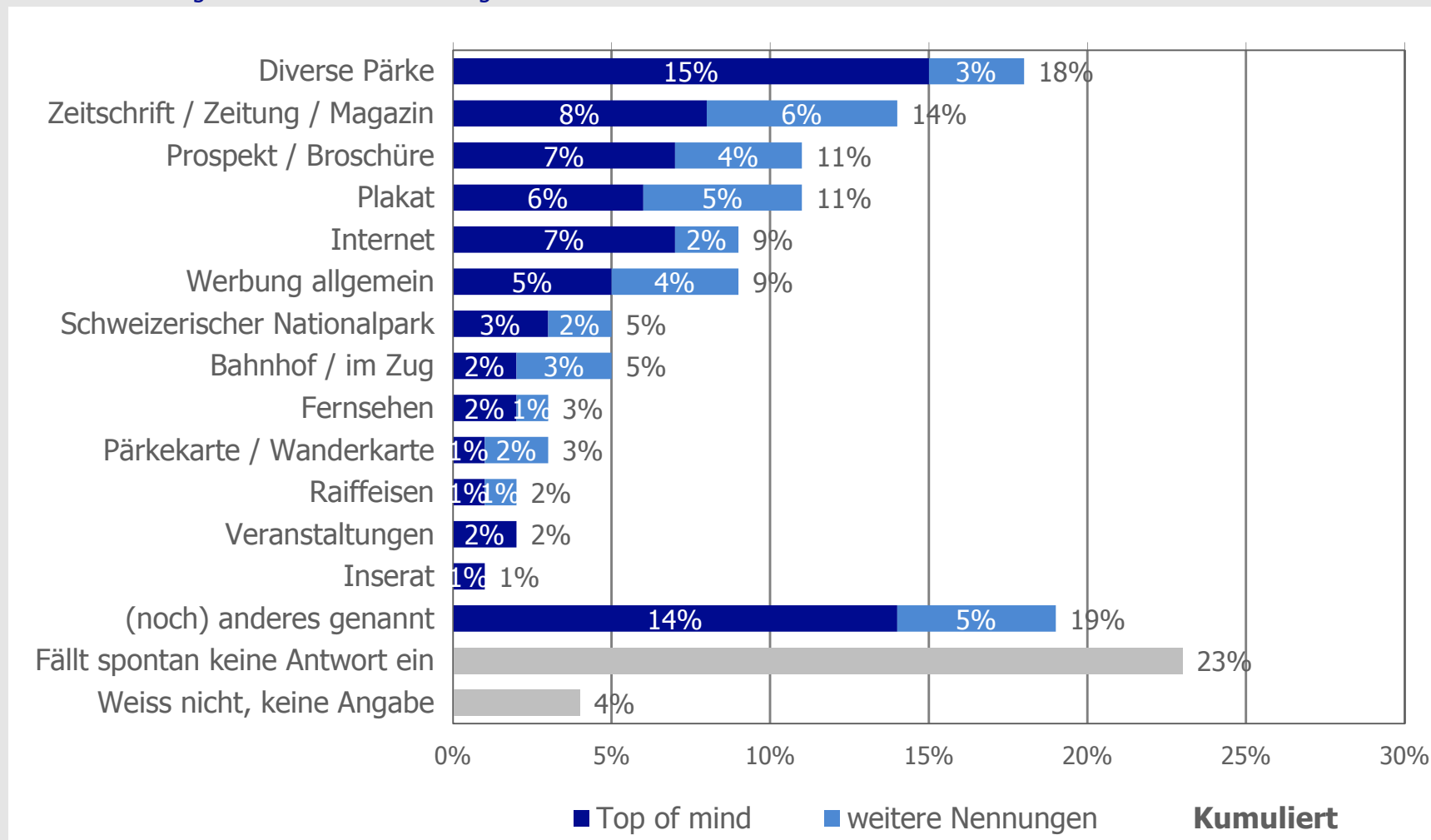


Basis: Zahlen in Klammern

Wahrnehmung Logo «Schweizer Pärke»

Q02: Wo überall haben Sie das Logo "Schweizer Pärke" schon gesehen?

Filter: Wenn Logo Schweizer Pärke schon gesehen



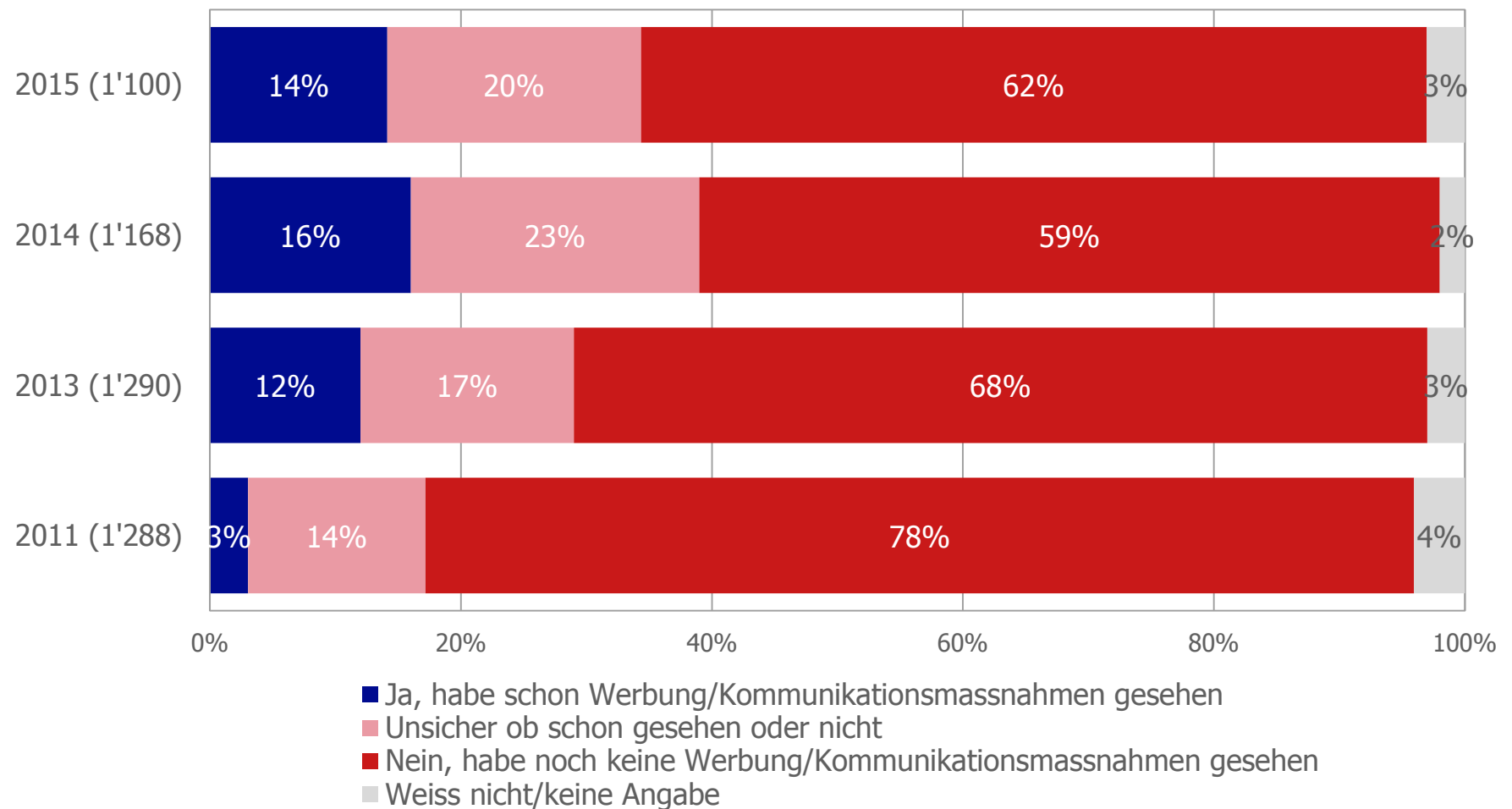
2013	2014
-	-
16%	20%
9%	16%
24%	15%
10%	11%
4%	4%
8%	12%
6%	4%
5%	3%
-	-
9%	1%
-	-
2%	3%
10%	23%
15%	25%
8%	7%

Wahrnehmung von Werbung für «Schweizer Pärke»



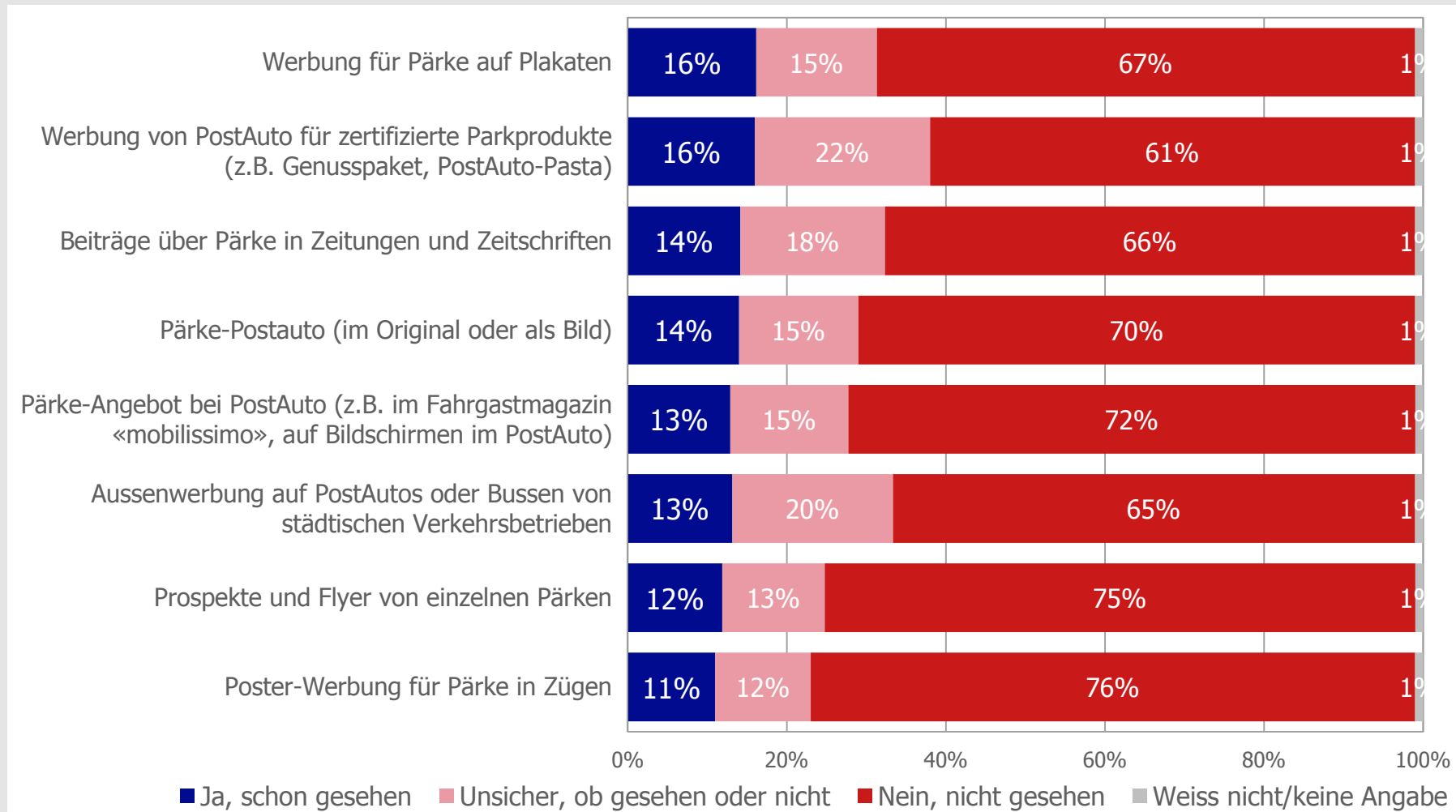
Allgemeine Wahrnehmung von Werbung für «Schweizer Pärke»

Q03: Sind Ihnen in letzter Zeit Werbung oder sonstige Kommunikationsmassnahmen für die Schweizer Pärke aufgefallen?



Spezifische Wahrnehmung von Werbung für «Schweizer Pärke»

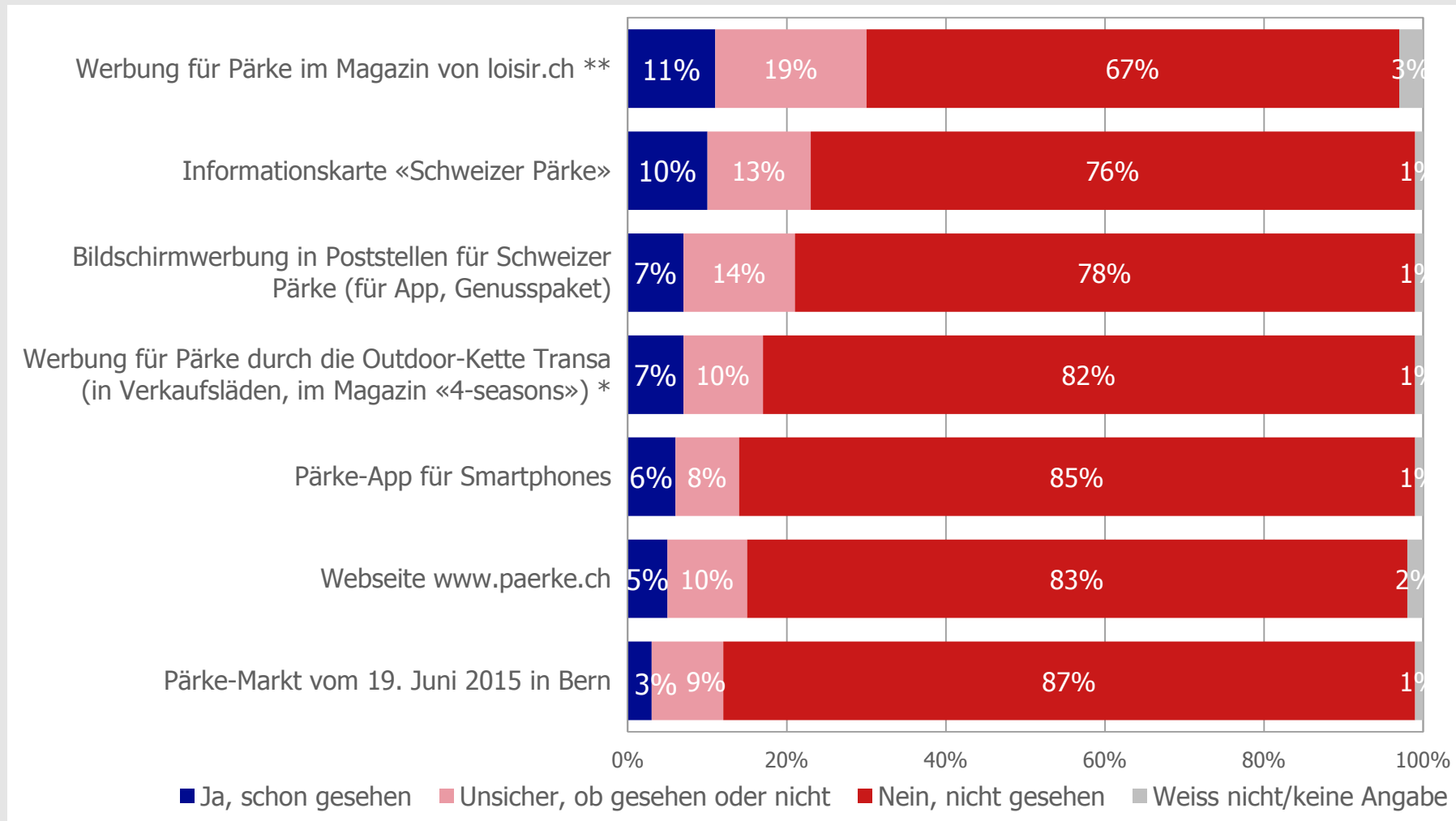
Q04: Für Schweizer Pärke werden verschiedene Kommunikationsmassnahmen umgesetzt.
Haben Sie diese schon gesehen?



2013	2014
15%	21%
-	-
-	24%
-	11%
-	13%
-	-
9%	15%
8%	16%

Spezifische Wahrnehmung von Werbung für «Schweizer Pärke»

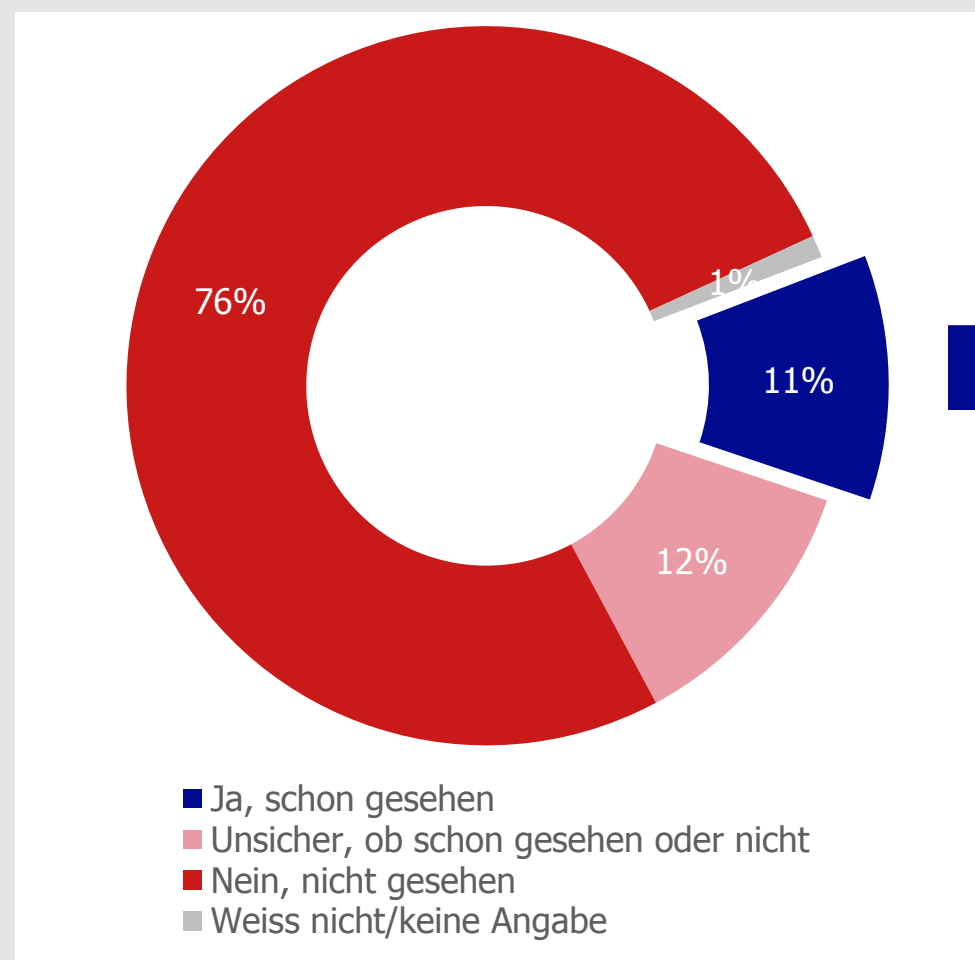
Q04: Für Schweizer Pärke werden verschiedene Kommunikationsmassnahmen umgesetzt.
Haben Sie diese schon gesehen?



2013	2014
-	-
7%	11%
-	-
-	-
3%	3%
4%	6%
-	-

Poster-Werbung für Pärke in Zügen

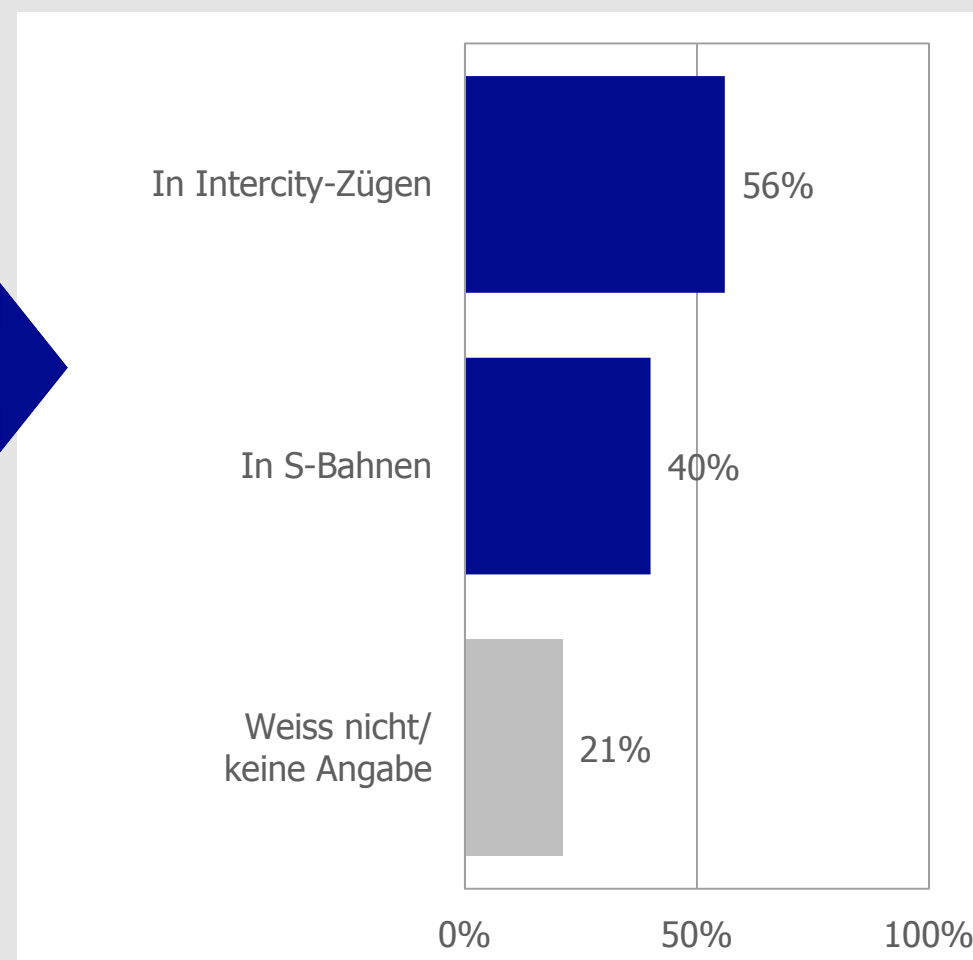
Q04: Für Schweizer Pärke werden verschiedene Kommunikationsmassnahmen umgesetzt. Haben Sie Poster-Werbung für Pärke in Zügen schon gesehen?



Basis: 1'100 Befragte

Q04c: Wo haben Sie Poster-Werbung für Pärke gesehen?

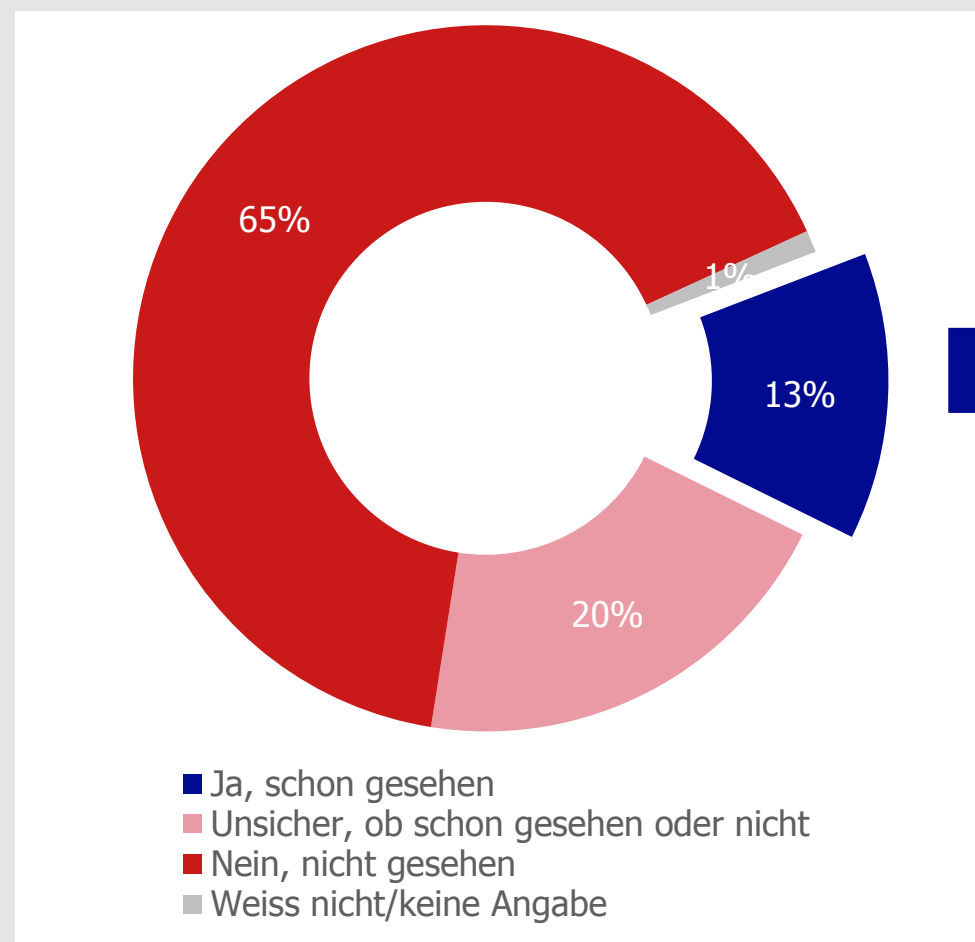
Filter: Wenn Poster-Werbung für Pärke in Zügen gesehen



Basis: 120 Befragte (gewichtet)

Aussenwerbung auf PostAutos oder Bussen von städtischen Verkehrsbetrieben

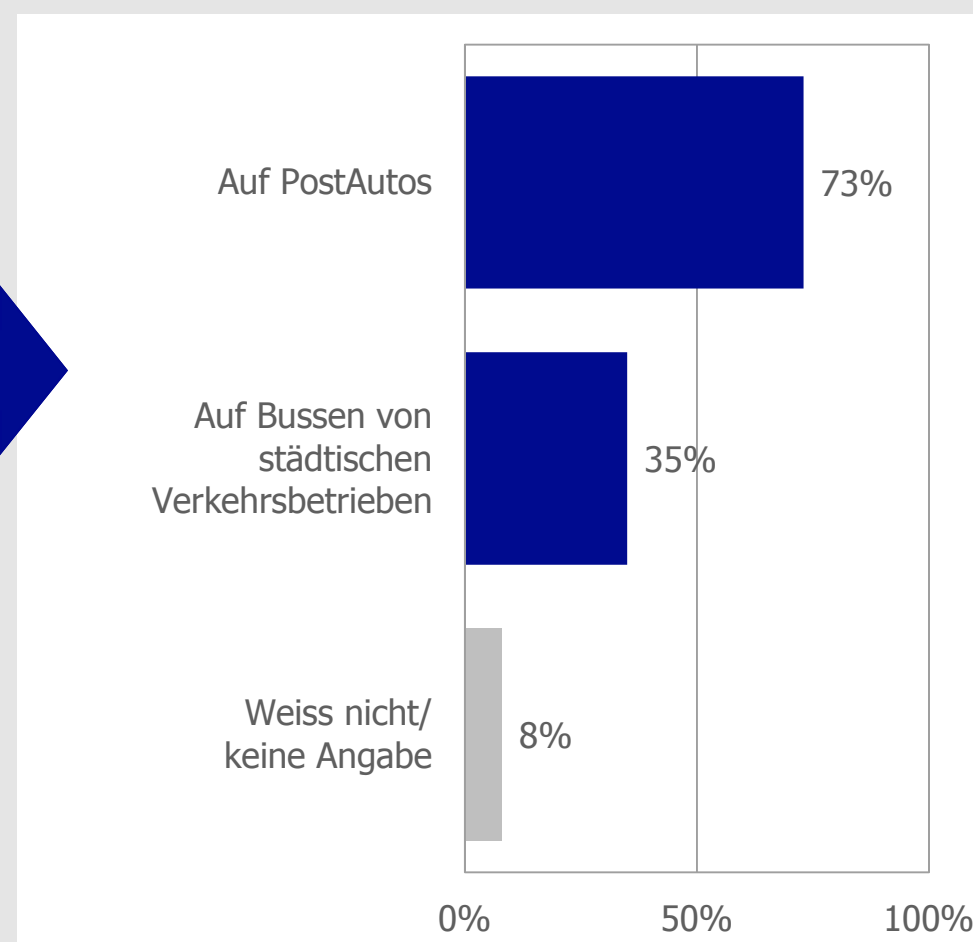
Q04: Für Schweizer Pärke werden verschiedene Kommunikationsmassnahmen umgesetzt. Haben Sie Aussenwerbung auf PostAutos oder Bussen von städtischen Verkehrsbetrieben gesehen?



Basis: 1'100 Befragte

Q04h: Wo haben Sie Aussenwerbung gesehen?

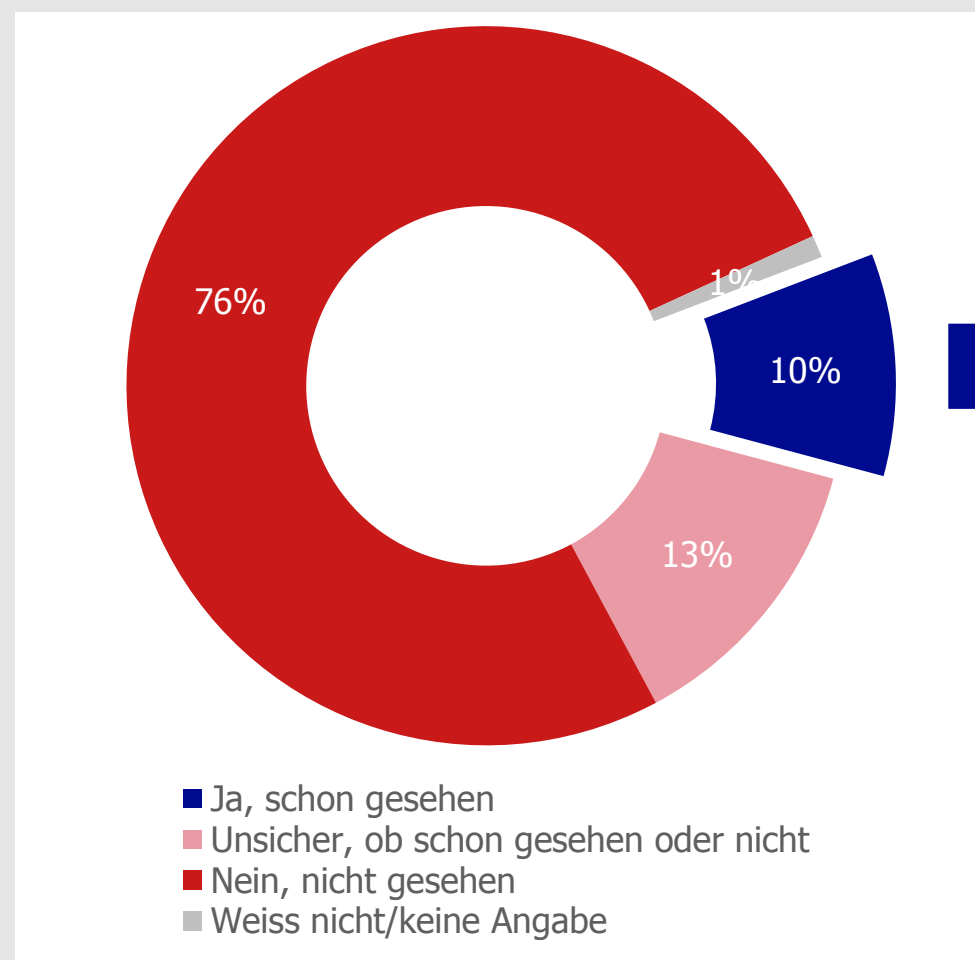
Filter: Wenn Aussenwerbung auf PostAuto oder Bussen gesehen



Basis: 141 Befragte (gewichtet)

Informationskarte «Schweizer Pärke»

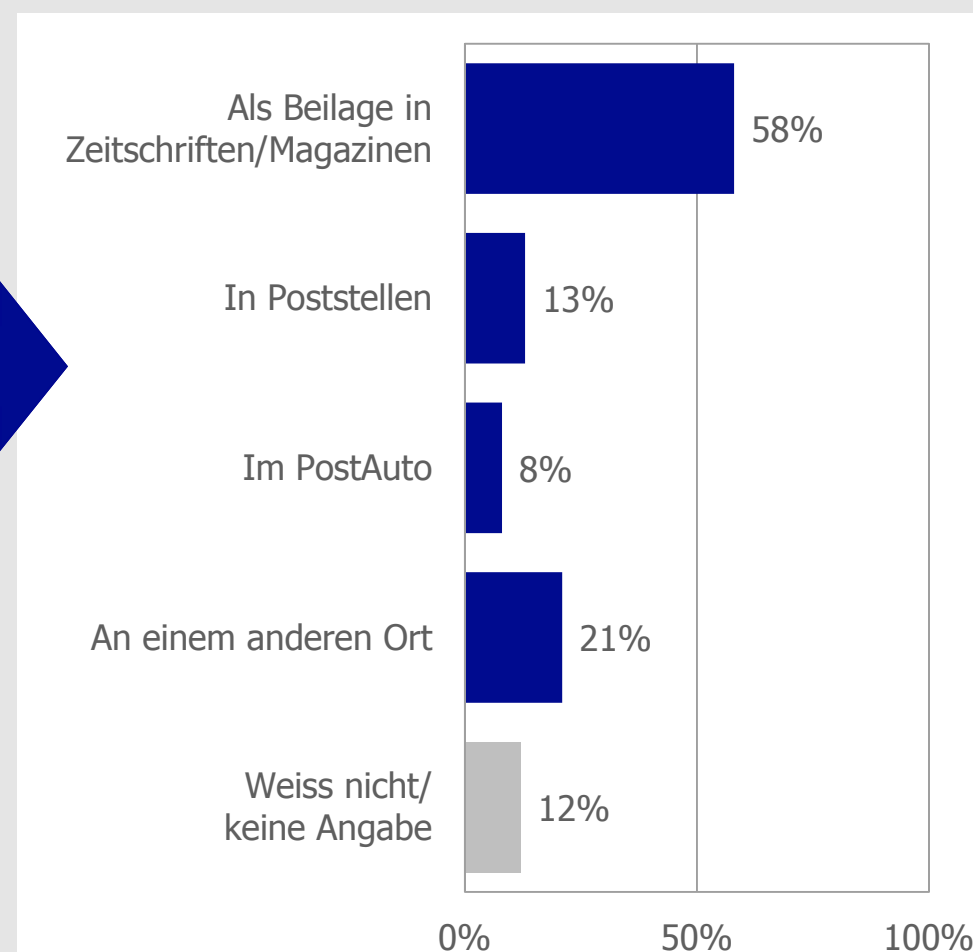
Q04: Für Schweizer Pärke werden verschiedene Kommunikationsmassnahmen umgesetzt. Haben Sie die Informationskarte «Schweizer Pärke» gesehen?



Basis: 1'100 Befragte

Q04i: Wo haben Sie Aussenwerbung gesehen?

Filter: Wenn Informationskarte «Schweizer Pärke» gesehen



Basis: 112 Befragte (gewichtet)



Vielen Dank für Ihren Auftrag

Crisanto Farese

Leiter Marktorganisation

crisanto.farese@demoscope.ch

Direktwahl 0041 41 375 44 14

Dominik Fröhli

Projektleiter

dominik.froehli@demoscope.ch

Direktwahl 0041 41 375 44 50

Demo SCOPE AG

Klusenstrasse 17/18

CH-6043 Adligenswil

demoscope@demoscope.ch

DemoSCOPE