

MRBP AG / Bundesamt für Umwelt BAFU

Schweizer Pärke 2018 – Wahrnehmung, Bekanntheit, Kampagne



DemoSCOPE

Agenda

1. Studiendesign und statistische Struktur der Befragten

2. Kommunikationsmassnahmen

3. Kampagne «Kleine Weltwunder»

4. Bekanntheit, Image und Aufenthalt

5. Zertifizierte Parkprodukte

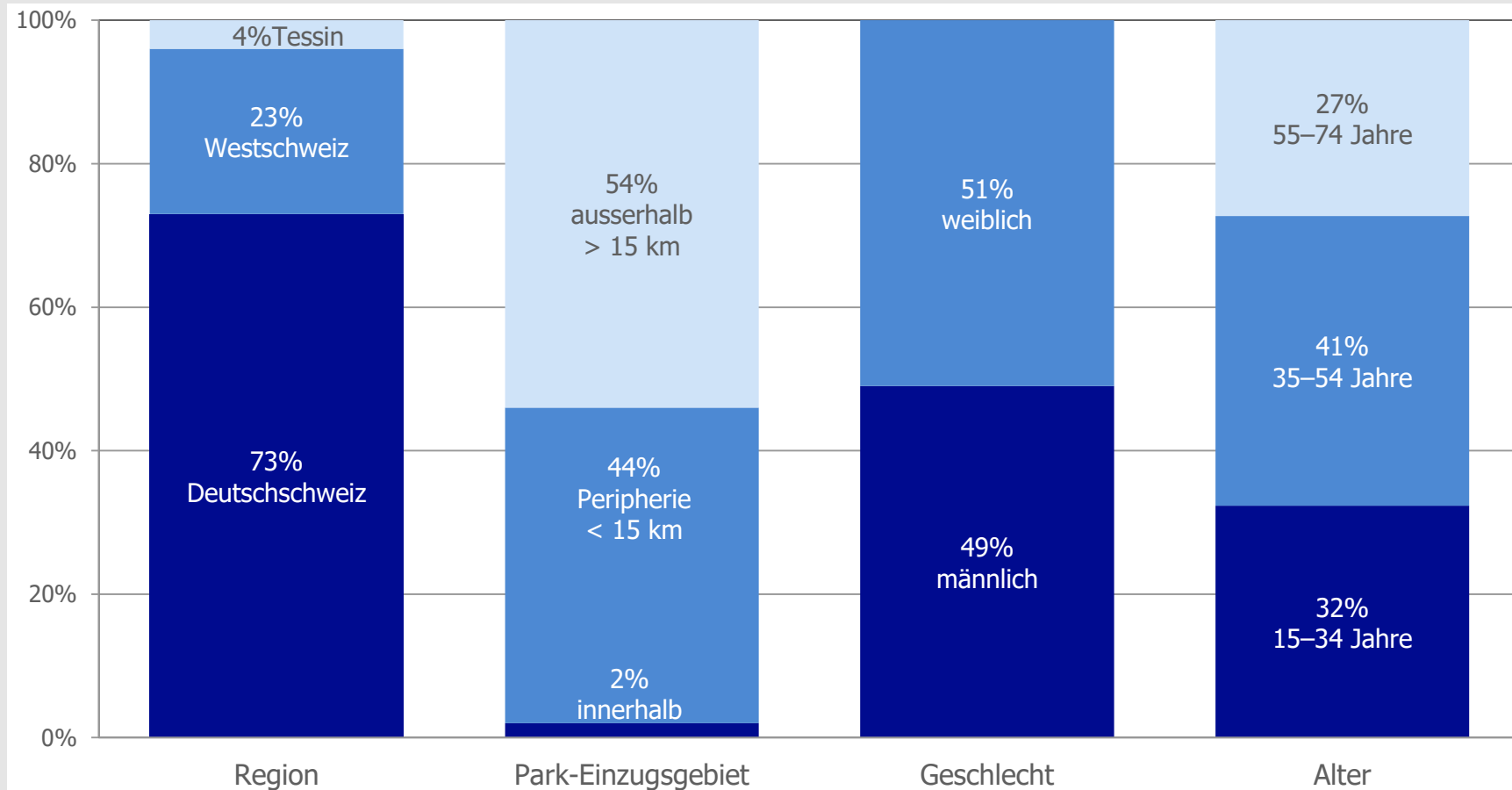
6. Fazit und Diskussion

Studiendesign

Auftraggeber	Metzger Rottmann Bürge Partner AG, Silvan Metzger Bundesamt für Umwelt BAFU, Christoph Grosjean-Sommer
Zielsetzung	Achte Messung (seit 2011) um die Wirkung der Kommunikationsmassnahmen hinsichtlich der gesetzten Ziele zu messen.
Grundgesamtheit	Sprachassimierte, internetnutzende Schweizer Wohnbevölkerung im Alter von 15 bis 74 Jahren.
Stichprobengrösse	n=1'121 (Messgenauigkeit bei max. +/- 2.9% bei 95% Sicherheit)
Quoten	Alter, Geschlecht und Region
Methode	Computergestützte Online-Interviews (CAWI), Teil der Mehrthemenbefragung «Omnibus Suisse»
Befragungszeitraum	29. August bis 20. September 2018



Statistische Struktur der Befragten (gewichtet)



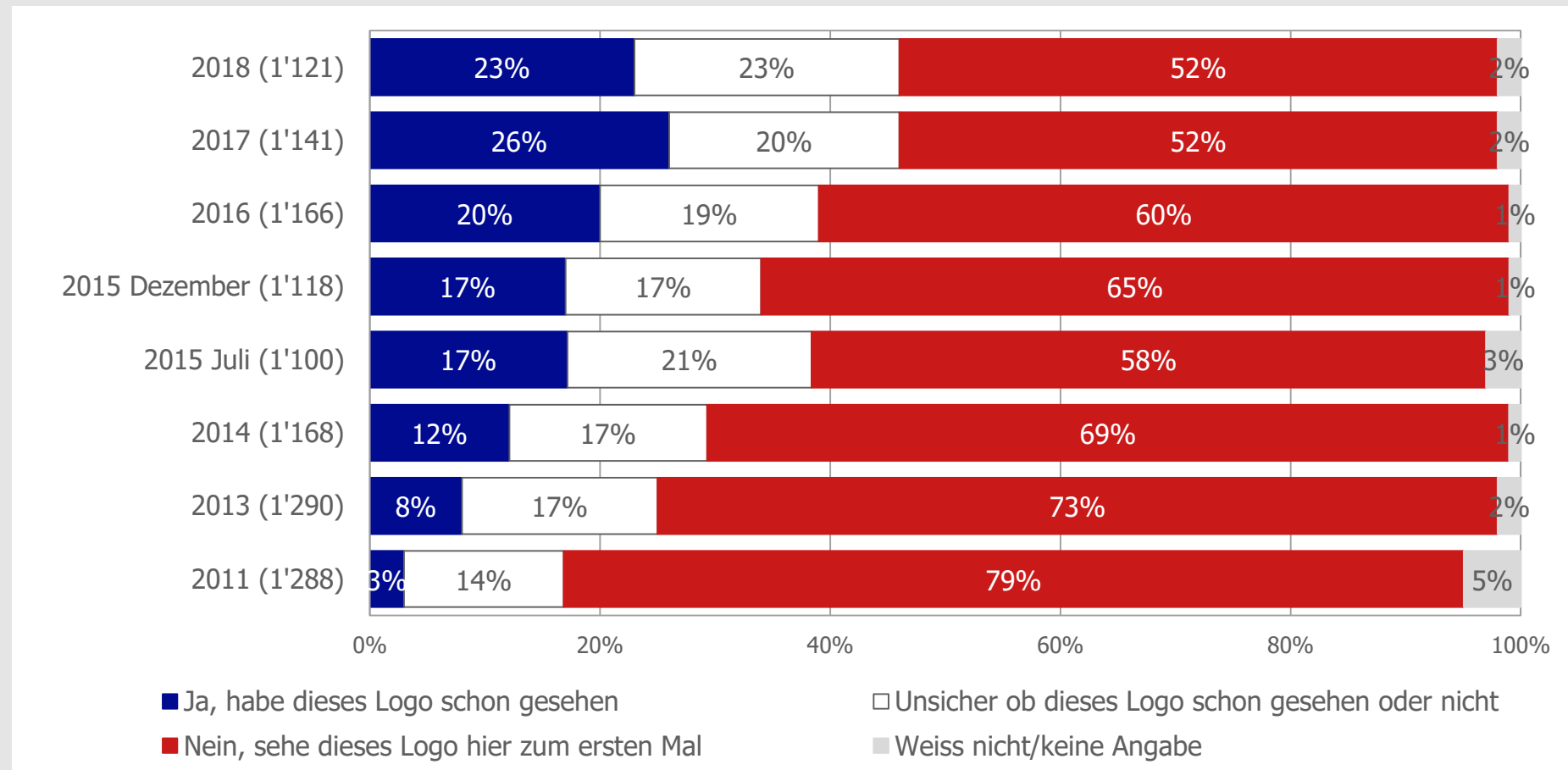
Kommunikationsmassnahmen



DemoSCOPE

Bekanntheit Logo «Schweizer Pärke»

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

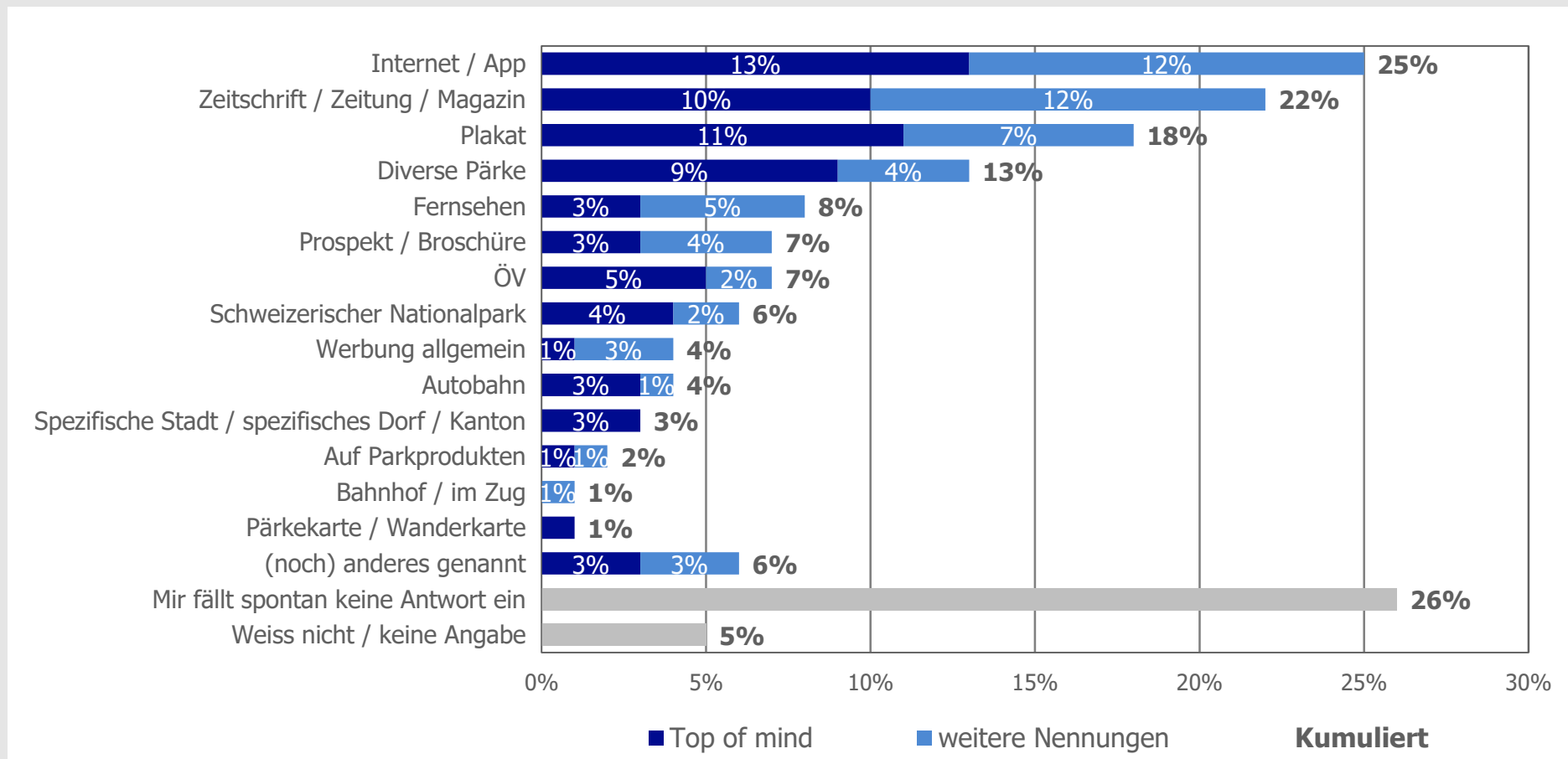


Basis: Zahlen in Klammern

Wahrnehmung Logo «Schweizer Pärke»

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

Filter: Wenn Logo Schweizer Pärke schon gesehen

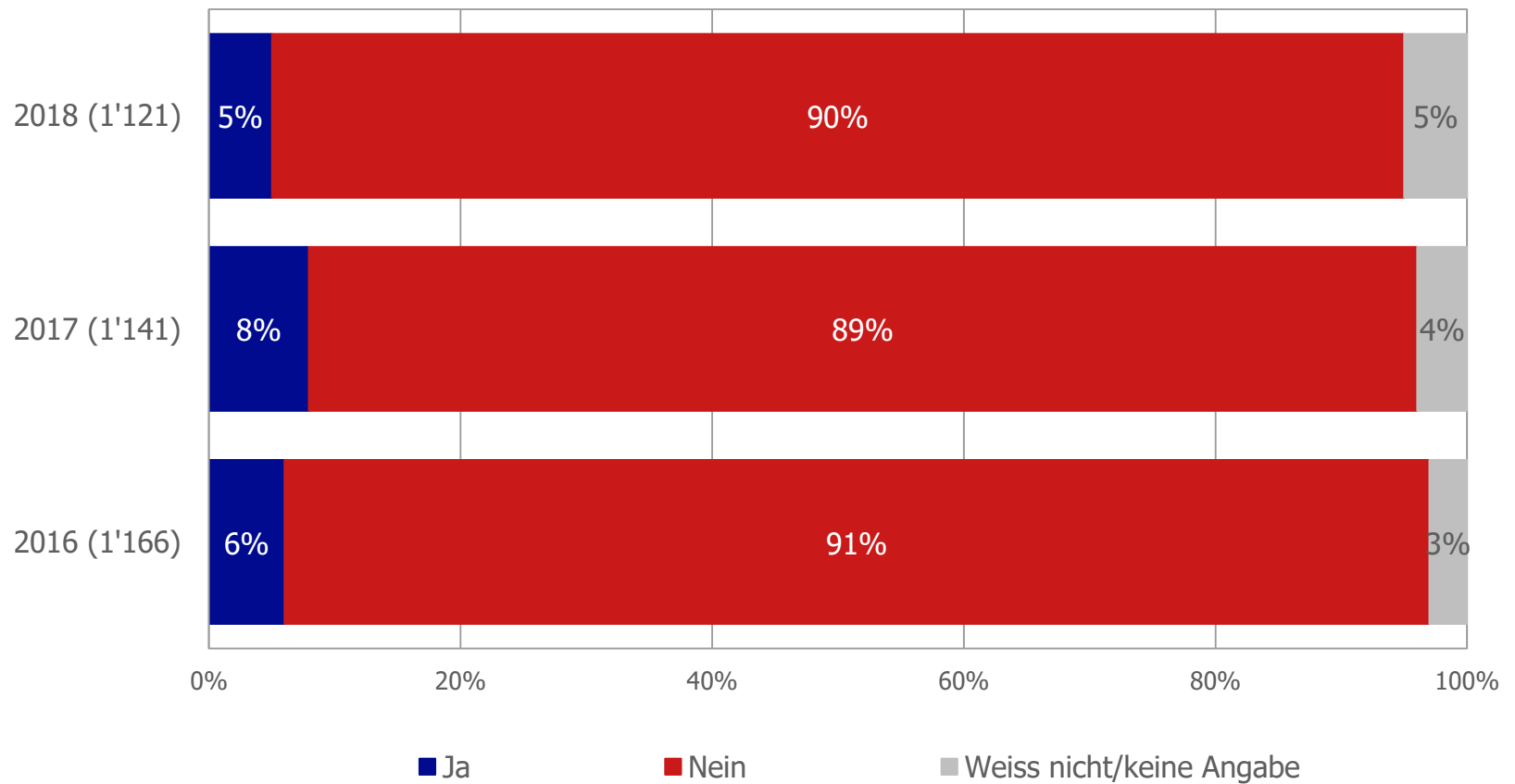


Basis: 262 Befragte

(Spontane) Bekanntheit Slogan «Schweizer Pärke»

8

Q03: Kennen Sie den Slogan, mit dem die Schweizer Pärke werben?

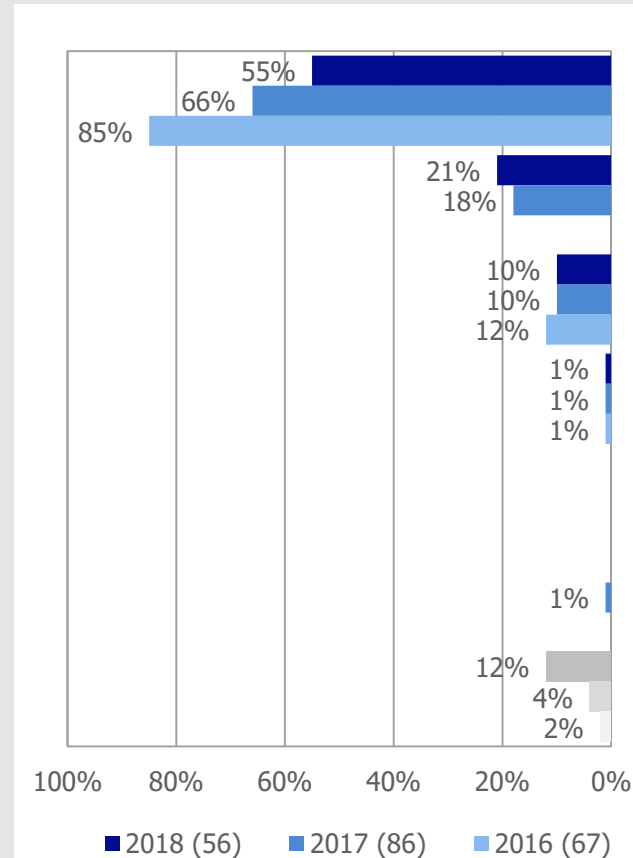


Basis: Zahlen in Klammern

Gestützte Bekanntheit Slogan «Schweizer Pärke»

Q04: Sie kennen den Slogan, mit dem die Schweizer Pärke werben. Bitte wählen Sie den richtigen Slogan aus.

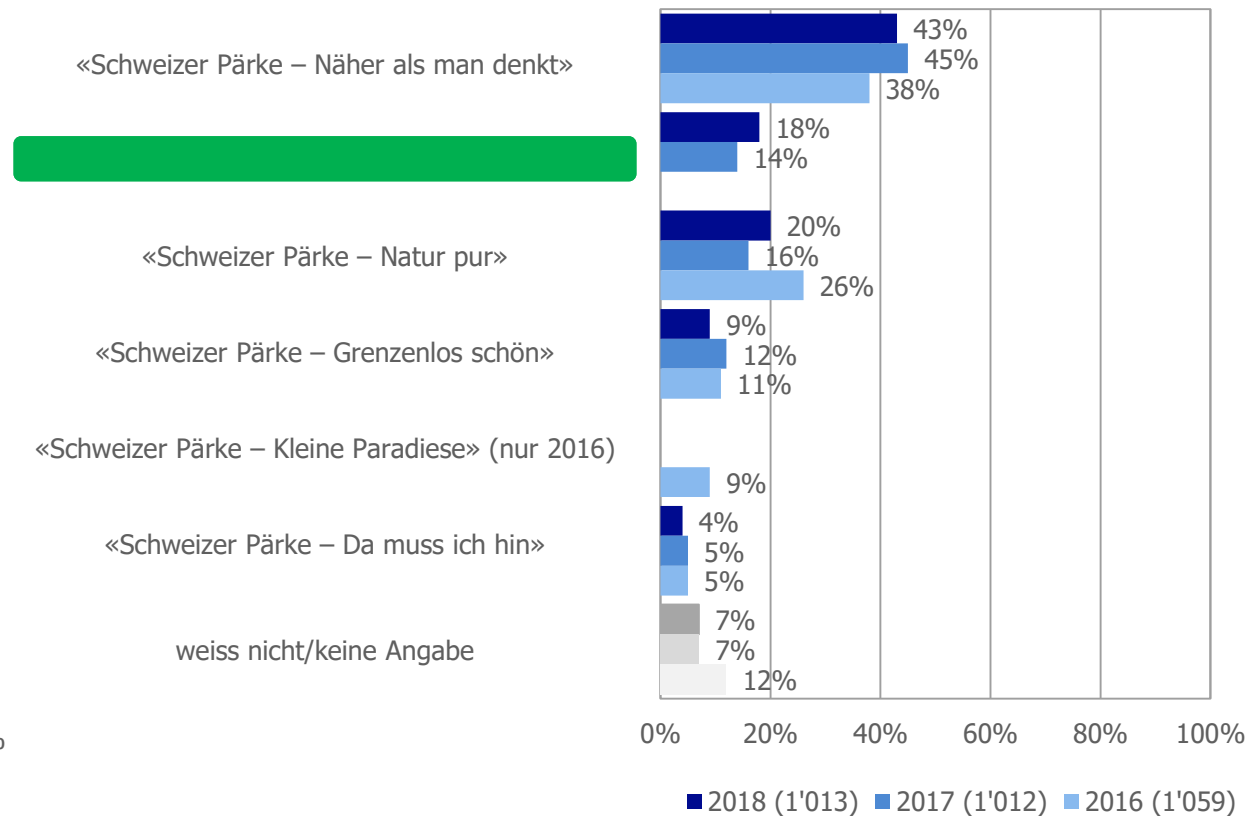
Filter: Wenn Slogan bekannt



Basis: Zahlen in Klammern

Q04: Sie kennen den Slogan nicht, mit dem die Schweizer Pärke werben. Mit welchem der nachfolgenden Slogans könnte dieses Jahr für die Schweizer Pärke Werbung gemacht werden?

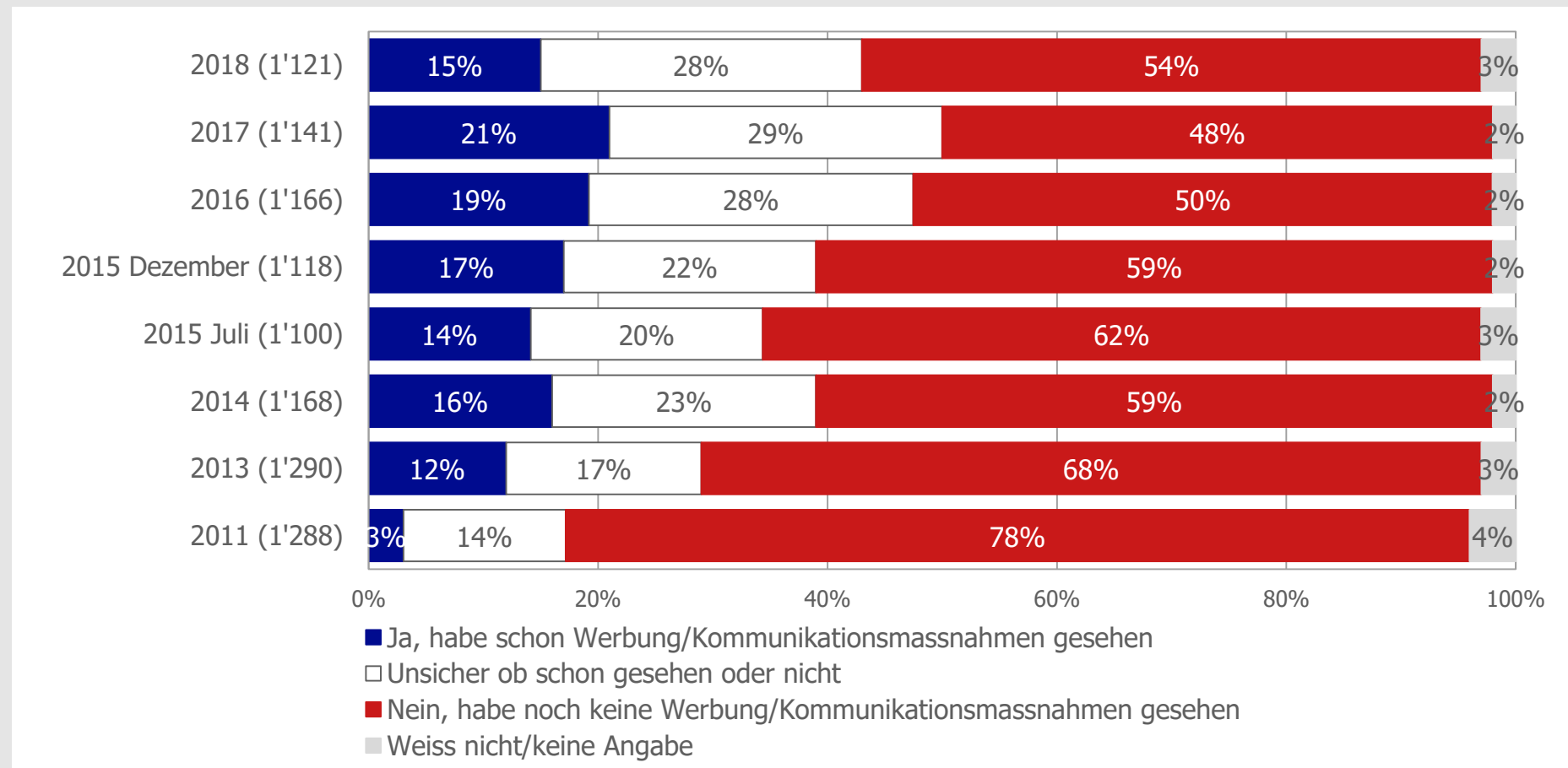
Filter: Wenn Slogan nicht bekannt



Basis: Zahlen in Klammern

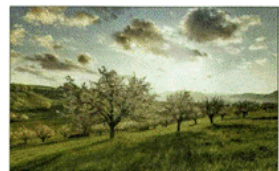
Allgemeine Wahrnehmung von Werbung für «Schweizer Pärke»

Q05: Sind Ihnen in letzter Zeit Werbung oder sonstige Kommunikationsmassnahmen für die Schweizer Pärke aufgefallen?



Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Beiträge über Pärke in Zeitungen und Zeitschriften



Jurapark stösst auf positive Resonanz

(cr/cn) Von Mitte März bis Mitte Mai 2018 führte der Jurapark Aargau eine Umfrage durch, um den Puls in der Parkbevölkerung und bei interessierten Parkbesuchern zu fühlen. Der Rücklauf ist mit

meisten Befragten noch bei Nach sechs Jahren in der zweiten Hälfte ist ideal, um vorzunehmen, f

erhalten und fördern 86 Prozent der

Bekanntheitsgrad und Sichtbarkeit verbessern

Als Hauptmedium zur Information dienen die Website, die Jurapark-Zyklus und die lokalen Medien. 70 Prozent der Befragten kennen den Park zudem mittel bis gut und über die Hälfte haben schon konkrete Angebote genutzt. Allerdings sind diese noch zu wenig sichtbar: Aus der Umfrage geht hervor, dass der Park seine Sichtbarkeit und Bekanntheit verbessern kann. 81 Prozent aller Parkbesucher haben ein positives Bild vom Jurapark Aargau: Sie sind von den begünstigenden Einflüssen des Parks auf die Qualität des Wohnumfelds, die Freizeitgestaltung, die touristische Attraktivität der Region, die lokale Landwirtschaft sowie das lokale Gewerbe überzeugt.

Mehrheit der Parkbevölkerung für den Jurapark fünfster Die allgemeine Wertschätzung zeigt sich auch bei der finanzi-

Erleben Sie das schöne Diemtigtal im Berner Oberland

Beste Erholung im Naturpark

Das Diemtigtal liegt im Berner Oberland, südwestlich vom Thunersee und südlich vom Simmental. Mit einer Grösse von 130 Quadratkilometern bietet das Tal eine herrliche Landschaft von nationaler Bedeutung mit Bergen, Wandermöglichkeiten und intakter Fauna und Flora. Im Diemtigtal wird die Landwirtschaft gross geschrieben. Bis zu 4'000 Stück Vieh beweidet im Sommer die gutgrün-

Festival der Natur 2018

Der Pfynwald und seine Reichtümer

OBERWALLIS | Das Festival der Natur ist ein nationaler Event und findet in diesem Jahr vom 25. bis 27. Mai statt. Zum vierten Mal in Folge beteiligt sich die kantonale Dienststelle für Wald, Flussbau und Landschaft am Festival und lädt am 27. Mai zum Besuch des Tschudagandes, einem der Schätze des Pfynwalds, ein.

Die Veranstaltung ist dieses Jahr neu zweisprachig und wird gemeinsam mit dem Park Pfyn-Fingis organisiert. Die Dienststelle auf der Route der diesjährigen Ausgabe des Festivals Tur können gleichzeit

bahn erläutern. Die Dienststelle für Landschaft (DLW) informiert die Öffentlichkeit über die Förderung der biologischen Vielfalt in den Kulturen.

Tschudaga im Schutzgebiet des Pfynwalds befindet sich auf dem Gemeindegebiet von Salgesch, Varen und Leuk. Das Festival dauert von 10.00 bis 17.00 Uhr. Eine Anmeldung ist nicht nötig. [w]



Das Adula-Gebiet: Blick vom Piz Terri auf die Capanna Motteraccio und den Stausee Lago di Luczone.

Adieu, neuer Nationalpark

Die Gegner ziehen Wirtschaftlichkeit und Reglementierung in Zweifel

Die beiden geschilderten

Projekte in der Region Locarno und im Adula-Gebiet zeigen: Ein zweiter Nationalpark wird wohl noch lange nicht Wirklichkeit. Chancen haben aber Regionalparks.

PETER JANKOVSKY
Die Natur schützen und nachhaltige Wirtschaft fördern

Naturparks sowie Naturerlebnisparke erregen der Bevölkerung in der betroffenen Region wenige Beschränkungen auf. Im Vergleich dazu sind in der Kernzone eines Nationalparks etliche Restriktionen zugunsten des Naturschutzes vorgesehen.

Unterschiedliche Dimensionen

In den letzten zwei Jahrzehnten war viel von der Notwendigkeit die Rede, nebst

konsultative Abstimmung in den betreffenden Gemeinden stattfinden konnte. In beiden Fällen sagte das Stimmvolk Nein. Dieses Monats haben sechs von acht Tessiner Gemeinden den «Parco Nazionale del Locarnese» abgelehnt. Zuvor hatten im November 2016 acht von siebzehn Gemeinden im Grenzgebiet der Kantone Graubünden und Tessin den geplanten «Parco Adula» abgelehnt – mindestens dreizehn Gemeinden hätten zustimmen müssen.

Parc Ela: Bergkartoffeln aus Filisur

Familie Marcel und Sabine Heinrich aus Filisur bauen seit Jahren Kartoffeln an, zurzeit sind es 45 Sorten, zum Teil sehr alte, auf 3,8 Hektaren. Der Ertrag liegt bei 70 bis 80 Tonnen pro Jahr. Heute sind diese Kartoffeln sowohl bei Gastronomen wie auch privaten Abnehmern sehr begehrt.

Vrena Cramer-Daeppen

Jeden Sommer startet der Parc Ela im Juli und August ein spezielles Programm. Dieses Jahr heisst das Motto Tera culinaria. Auf ausgewählten Landwirte haben

Spuren-Detektive im Gurnigelgebiet

NATURPARK GANTRISCH
Fussspuren, Feilreste, Kot: Jedes Tier hinterlässt im Schnee Spuren. Daraus lässt sich ganz schön viel herauslesen – zum Beispiel der Speisegeschmack. Das haben die Teilnehmer einer Exkursion gestern hautnah miterlebt.

Dieses Wochenende war es noch einmal besonders kalt. Doch während der Rest der Schweiz bibberte, machte sich eine Schar unverfrorenen Winterfans am Sonntag auf zur Schneeschuhwanderung bei der Sierenhütte Gurnigel im Naturpark Gantersch. Das Ziel? Spuren finden. Mit dabei: Exkursionsleiter

nitarbeiter Tierpark

Etwa alle 15 Minuten hält Stefan Strati an, weist auf eine Hasen- oder Lärche und weist auf seine Rucksack erscheinen.

Bei Spuren denken wir meistens an Fussspuren, dabei kann man so viel mehr erkennen.

Stefan Strati
Exkursionsleiter



Blau Spuren im Schnee. Mindestens so Winterschlaf, aber die Spuren

Vom Viehstall zur Herberge im Herzen des Naturparks

Dank des Projekts Regionaler Entwicklung Beverin ist auf der Anarosa-Alp Nardun am Scharnberg ein Agrotourismus-Betrieb mit Beiz und 25 Schlafplätzen entstanden. Ein Angenehm vor der Zerstörung, die ruhigen Morgenstunden für die Ziegenproduktion. Noch warm werden die kleinen runden Laibe am Mittag auf den Tisch kommen. Niedrig ist eine Mutterkuh und Gälvieh-Alp, auf der Weide bei den Alpehunden grasen aber auch zwei Kühe von Alpiner Werner Frati. Sie liefern die Milch, die auf Nardun gebraucht wird – Herberge für Wanderer, Biker, Familien und Schulklassen geworden.

von Jono Felice Paljara

In Vormitag Ende Juni, Alp Nardun im Talkessel von Anarosa hoch über Wengisch. In einer grossen Planie auf dem Speck-Maisfeld dampft die Milch, der Käse kann eingeliefert werden. Melanie Gfeller, Alpinist und dieses Jahr erstmals auch Gastgeberin auf Nardun, nutzt



RÜSCHEGG Der Seilpark im Naturpark Gantersch schliesst in diesem Jahr geschlossen. Derweilen werden die Aufbaupläne angepasst – auch für einen neuen Kinderspielfeld.

Das Sturmtief Bardun hat die Einrichtungen der Seilparks Gantersch fast vollständig beschädigt, aber auch Kampfeit

Seilparkgäste zuversichtlich gegen. «Wir haben zwar Masse von Ausflüglern, aber unsere Gäste (trotzdem) die Wirtin) Angst und ist überzu werden trotzdem weiten. Auch in ihrem Kopf schon lange die Idee ein Spielplatzes herum. A existiert neben der Restaurants bereits ein

Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Prospekte und Flyer von einzelnen Pärken



Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Pärke-Angebot bei PostAuto (z.B. im Fahrgastmagazin «mobilissimo», auf Bildschirmen im PostAuto)

mobilissimo
Das PostAuto-Magazin | Sommer/Herbst 2018 | www.postauto.ch

Mittendrin
Mit PostAuto direkt in die Schweizer Pärke fahren und so einiges erleben

Exklusive Wander- und Ausflugsidées

Mythen-Angebote in den Schweizer Pärken

Mit PostAuto durch die Schweizer Pärke

Ob kulinarisch am 4. Nationalen Pärke-Markt oder direkt vor Ort: Die Schweizer Pärke haben jede Menge Perlen zu bieten.

Am Freitag, 31. August 2018, kommen die Schweizer Pärke in die Stadt Bern und laden auf dem Kunstmuseum am 4. Nationalen Pärke-Markt zu Geniessen und Entdecken ein. Alle 18 Pärke sind mit regionalen Spezialitäten versehen, werden das Gerede aus den Köchen und das Lachen aus den Herzen der Besucher. Bei PostAuto / CarPostal / AutoPostale / PostBus sind Sie herzlich willkommen. Die Schweizer Pärke sind ein tolles Erlebnis für die ganze Familie. Sie werden sich für die Natur und die Kultur der Schweiz begeistern. Die Schweizer Pärke sind ein tolles Erlebnis für die ganze Familie. Sie werden sich für die Natur und die Kultur der Schweiz begeistern.

Das Beste: Dank unserer Partnerschaft können Sie die Schweizer Pärke besuchen.

Stromberg
- 10.00 CHF 4.50 statt CHF 9.00
- 8.00 CHF 10.00 statt CHF 20.00
- 10.00 CHF 15.00 statt CHF 25.00

Meeresspiegel
- 10.00 CHF 4.50 statt CHF 9.00
- 8.00 CHF 10.00 statt CHF 20.00
- 10.00 CHF 15.00 statt CHF 25.00

Mehr Informationen und Gutscheine auf postauto.ch/paerke

PostAuto / CarPostal / AutoPostale / PostBus
Gesponsert

Die geführte Halbtagestour im Naturpark Beverin (GR) führt dich vom Schamsberg in den Lebensraum der Steinbockkolonie Salfer-Rheinwald. Während der Tour kannst du mit etwas Glück den majestätischen Steinbock beobachten. Profitiere jetzt von 50% Rabatt auf diese Exkursion von PostAuto und den Schweizer Pärken.

postauto.ch Naturpark Beverin (GR)
Jetzt von 50% Rabatt profitieren!

MEHR DAZU

Gefällt mir Kommentieren Teilen

9

Trottinett-Plausch im Naturpark Diemtigtal (BE) für die ganze Familie

50% Rabatt!

www.postauto.ch/paerke

Mit PostAuto in die Schweizer Pärke

Bis zu 50% Rabatt

Exklusive Angebote und Vergünstigungen von PostAuto und den Schweizer Pärken postauto.ch/paerke

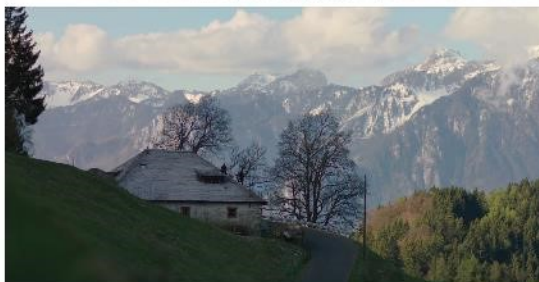
Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Pärke-PostAuto (im Original oder als Bild)



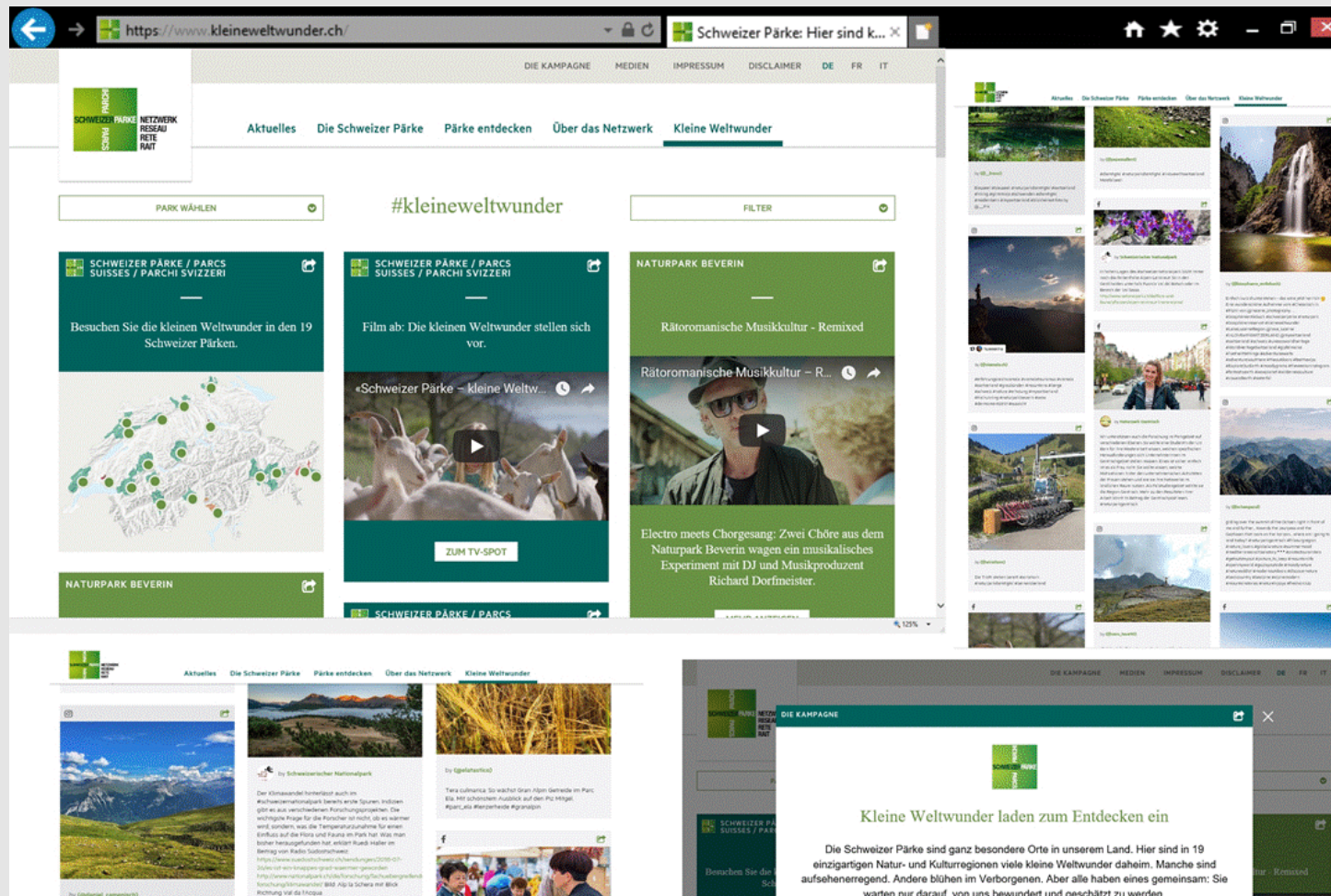
Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

TV-Spot «Kleine Weltwunder»



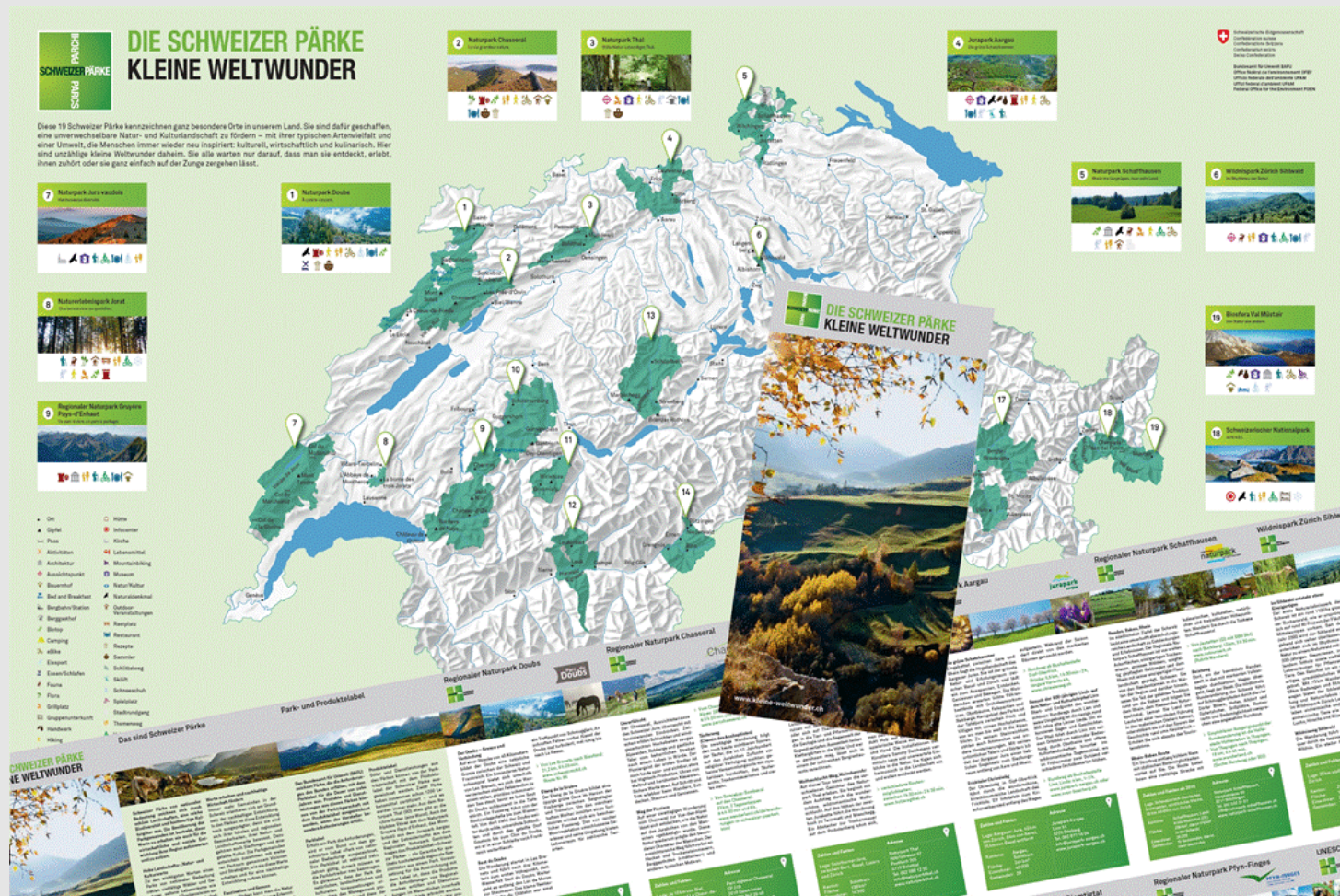
Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Website www.kleinelweltwunder.ch



Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Informationskarte «Schweizer Pärke»



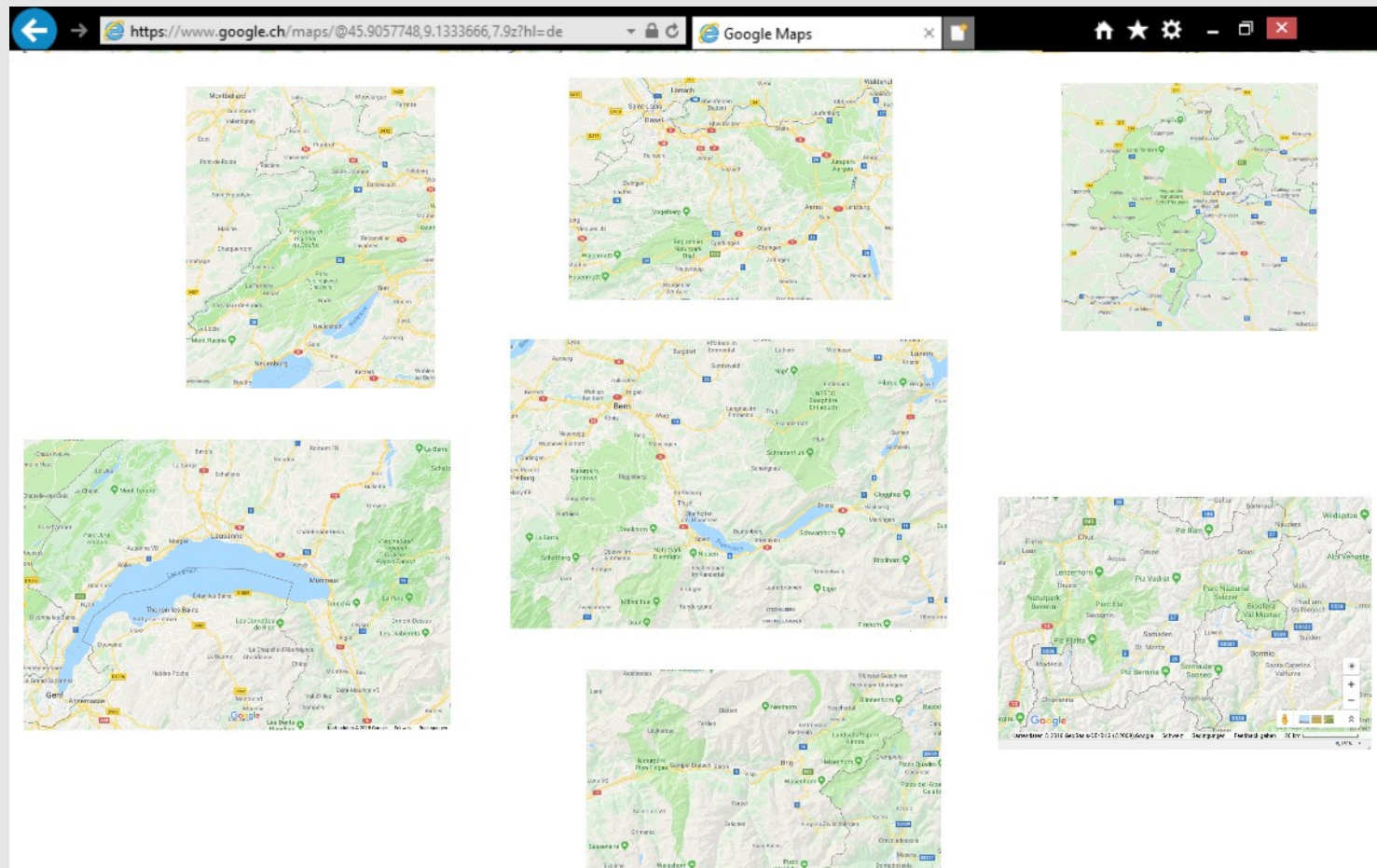
Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Willkommens- und Informationstafeln der Pärke an Strassen, Plätzen, Sehenswürdigkeiten



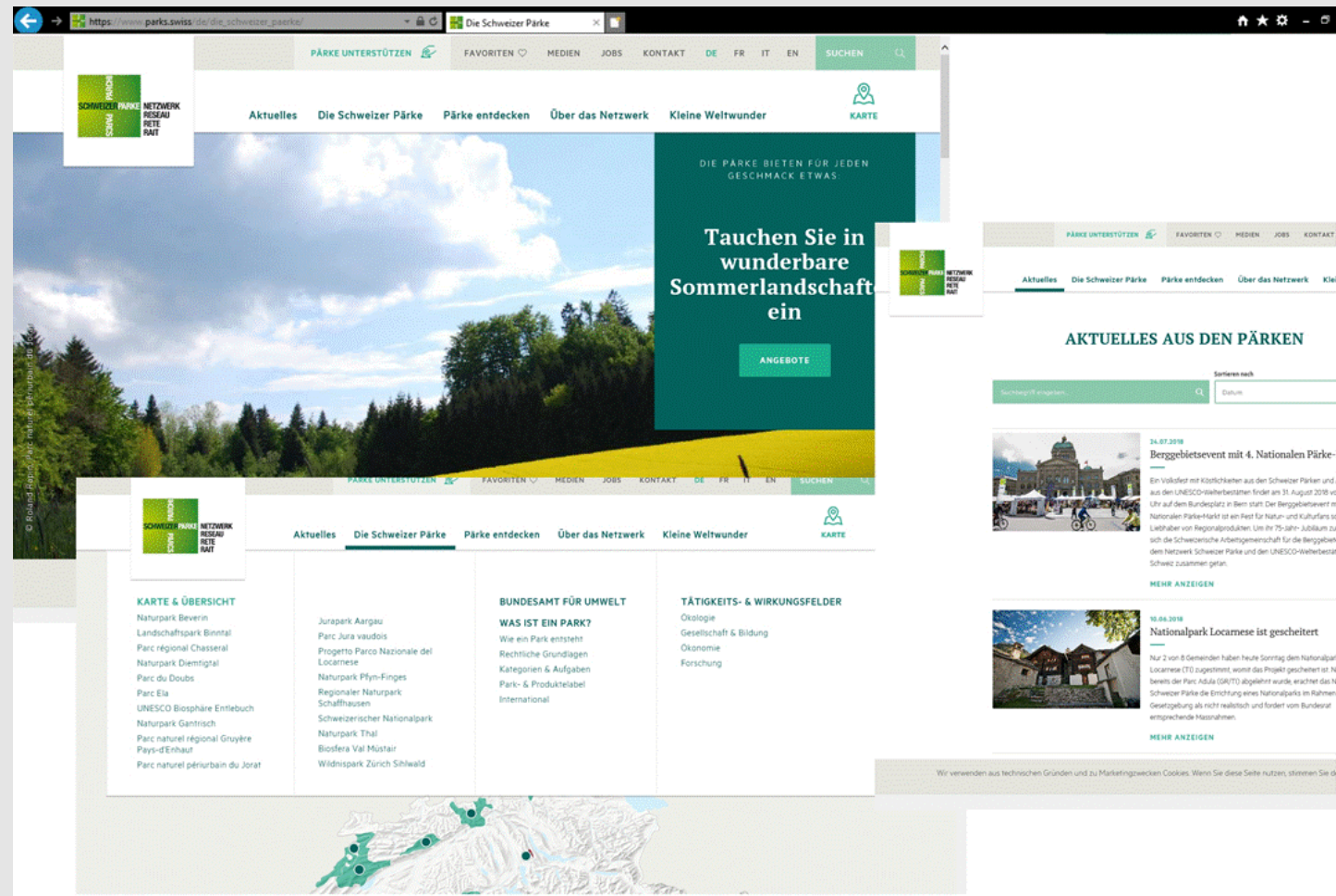
Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Parkfläche auf Google Maps



Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Website www.parks.swiss (zuvor www.paerke.ch)



Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Jährlicher Pärke-Markt auf dem Bundesplatz in Bern



Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Pärke-App für Smartphones



[illegible]

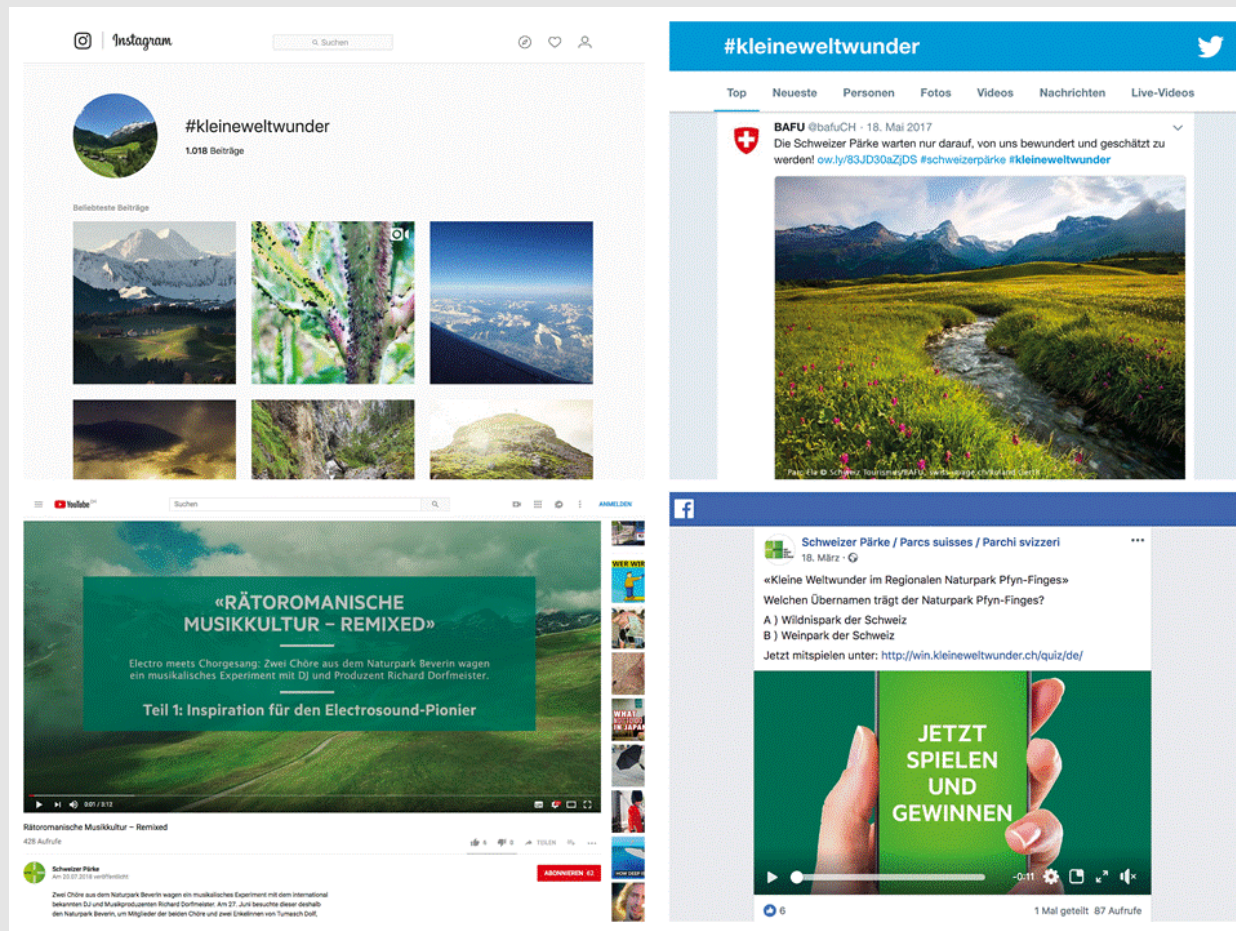
Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Pärke-Angebote bei Schweiz Tourismus (MySwitzerland.com)

The screenshot displays the MySwitzerland.com website, specifically the 'Schweizer Pärke' (Swiss Parks) section. The page features a navigation bar with categories like REISEZIELE, UNTERKUNFT, TRANSPORT, ERLEBNISSE, ÜBER DIE SCHWEIZ, and AKTUELLES. A large banner at the top shows a mountain landscape. Below it, there are sections for 'Schweizer Pärke' with images of various parks like Naturpark Jura vaudois, Naturpark Schaffhausen, and Naturpark Beverin. A sidebar on the left lists 'La Route Verte – Schätze des Jurabogens' with a description about cycling through six regional natural parks. The main content area on the right highlights 'Ganz langsam durchs Diemtigtal' (Slowly through the Diemtigtal) with a close-up of a snail and a list of offers including a Panorama-Bergwanderung and a 1-night stay for CHF 97.-. A sidebar on the right provides 'Lokale Informationen' (Local Information) with links to Diemtigtal, weather, local services, brochure orders, and online maps.

Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Beiträge über Pärke in sozialen Medien (wie z.B. Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, etc.)



Beiträge über Pärke im SBB-Magazin «via»



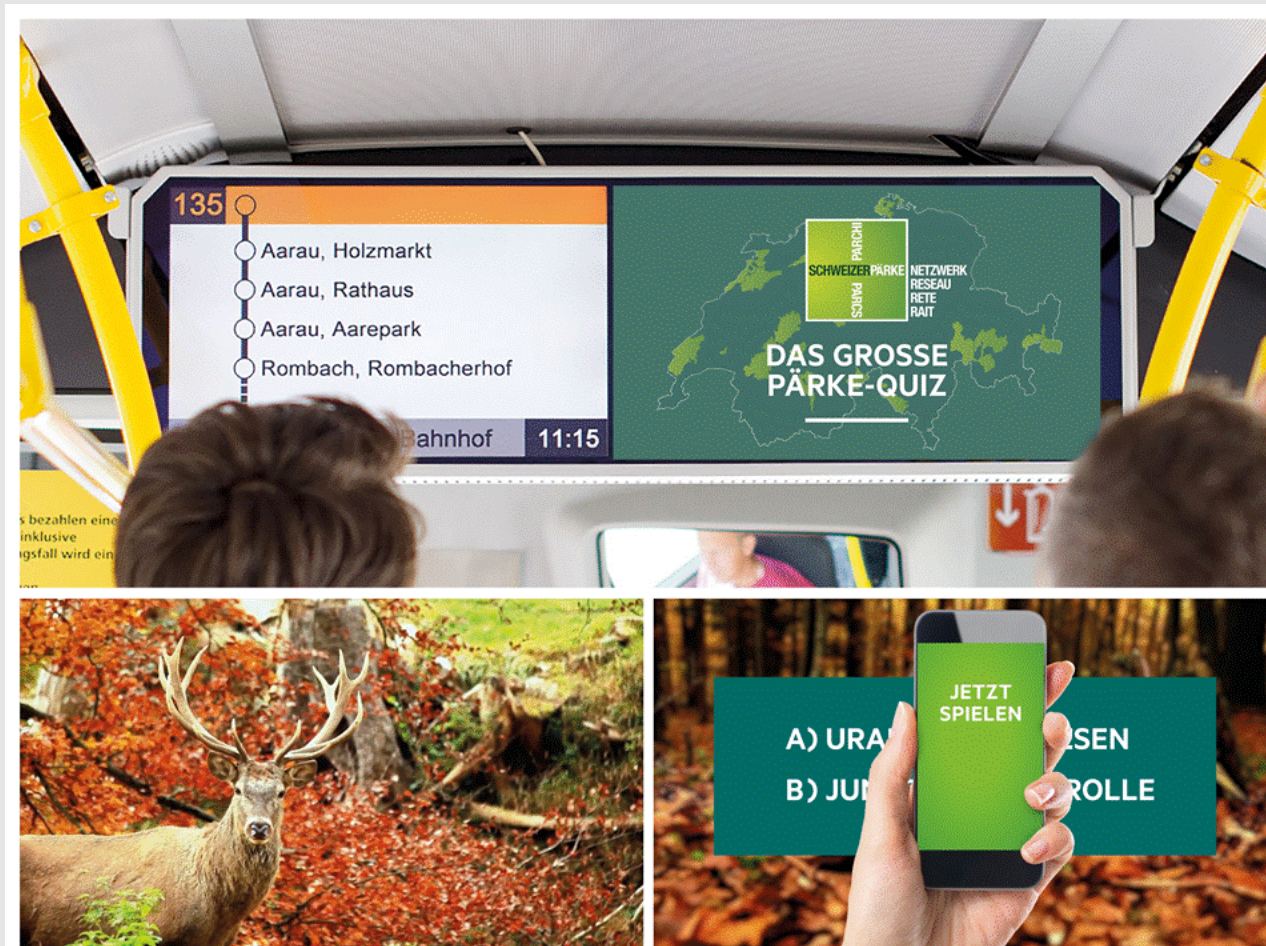
Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Pärke-Auftritt an Messen (z.B. Slow Food Market Zürich, Salon des Goûts et Terroirs Bulle, etc.)



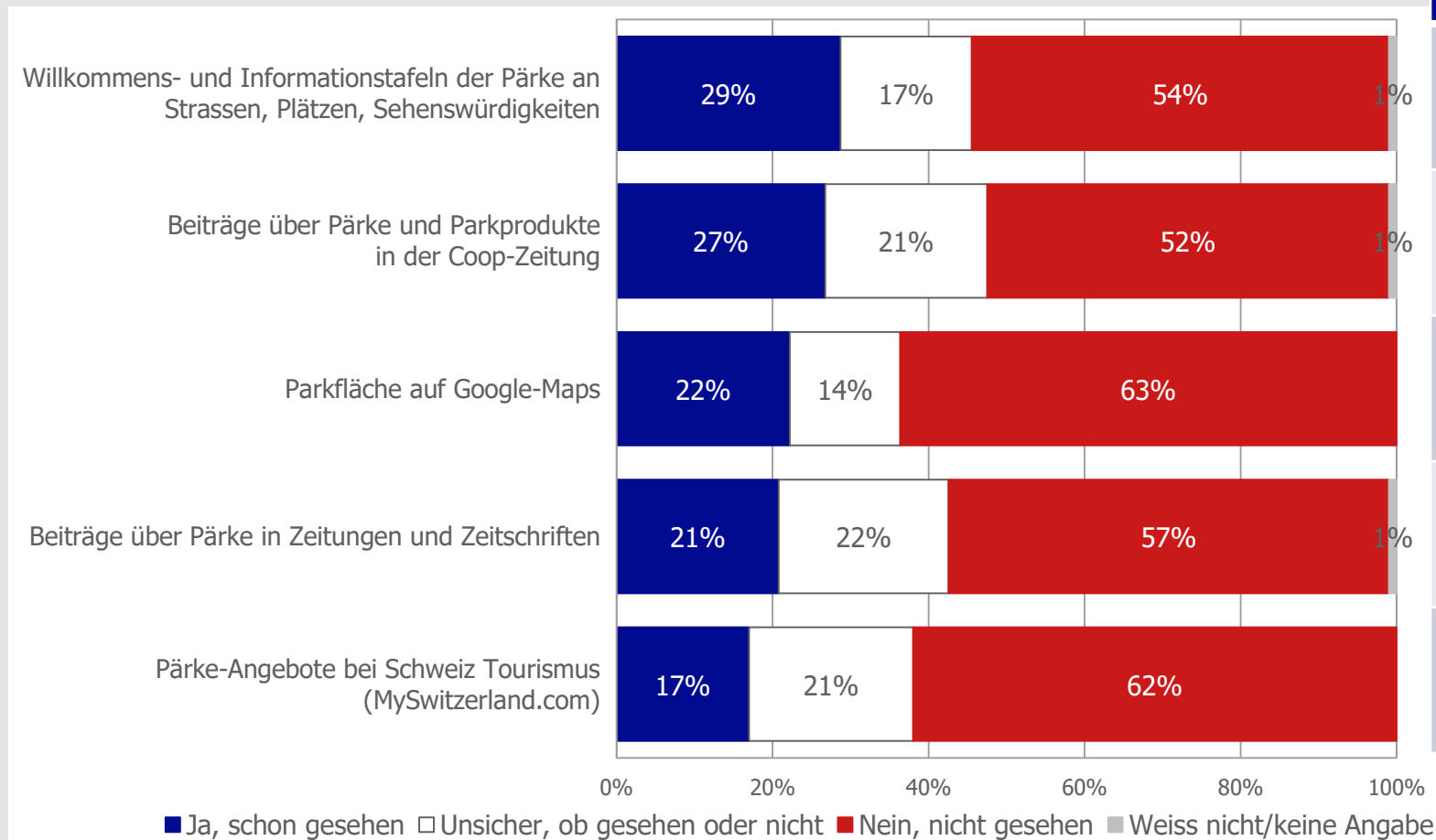
Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Das grosse Pärke-Quiz, welches auf Bildschirmen im PostAuto beworben wurde



Spezifische Wahrnehmung von Werbung für «Schweizer Pärke» – Top 5

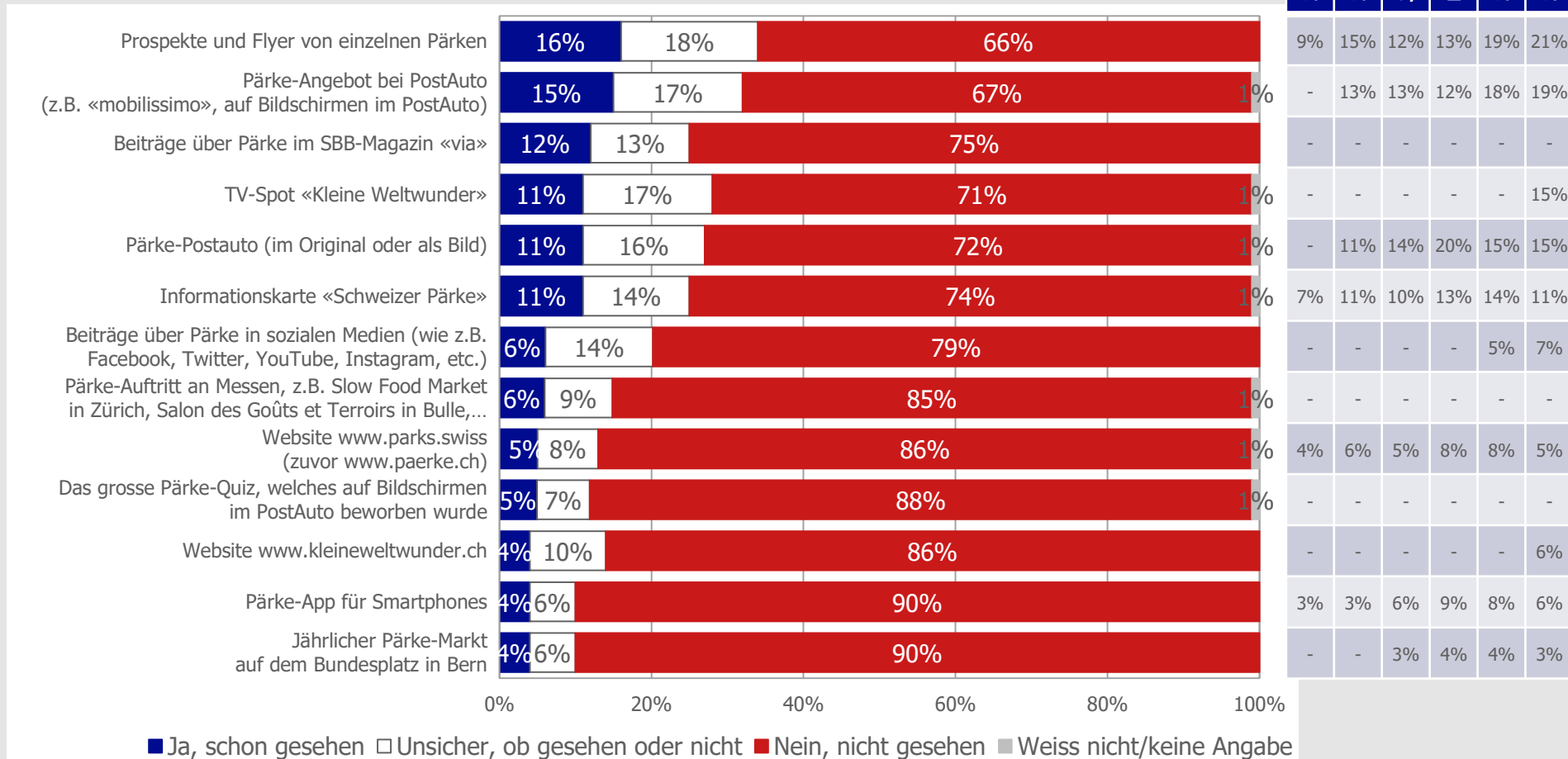
Q06: Für Schweizer Pärke werden verschiedene Kommunikationsmassnahmen umgesetzt.
Haben Sie diese schon gesehen?



2013	2014	Juli '15	Dez. '15	2016	2017
-	-	-	19%	27%	23%
-	-	-	25%	30%	19%
-	-	-	-	-	-
-	24%	14%	16%	19%	18%
-	-	-	-	-	15%

Spezifische Wahrnehmung von Werbung für «Schweizer Pärke» – weitere

Q06: Für Schweizer Pärke werden verschiedene Kommunikationsmassnahmen umgesetzt. Haben Sie diese schon gesehen?

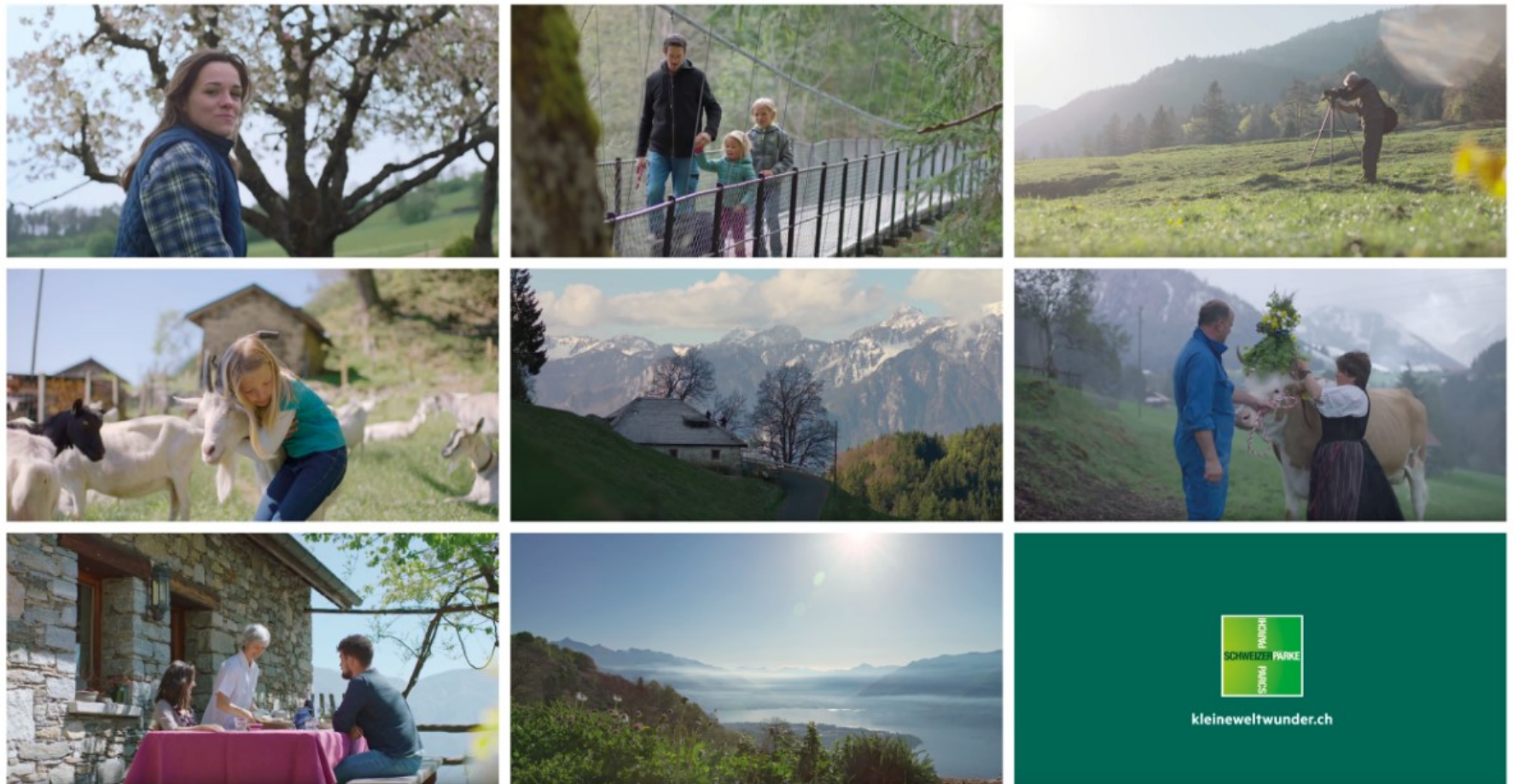


Kampagne «Kleine Weltwunder»



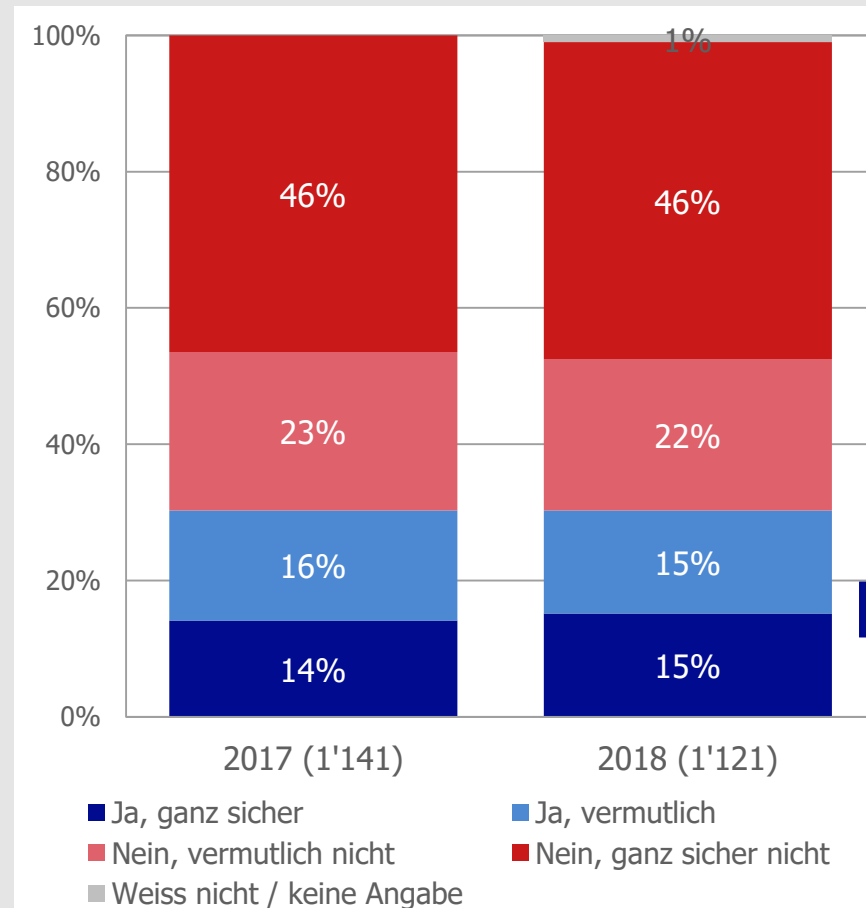
Kampagne – TV-Spot

32



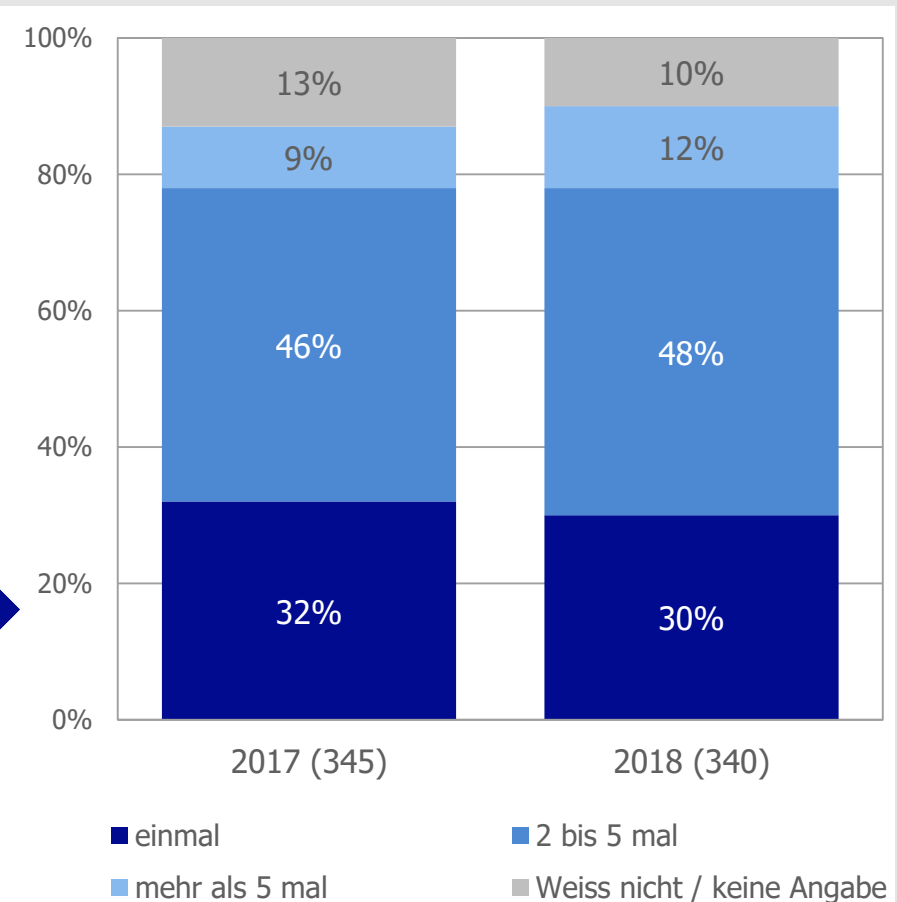
Kampagne – Wahrnehmung und Wahrnehmungshäufigkeit

Q08: Haben Sie diesen TV-Spot zur aktuellen Kampagne für Schweizer Pärke bereits schon mal gesehen?



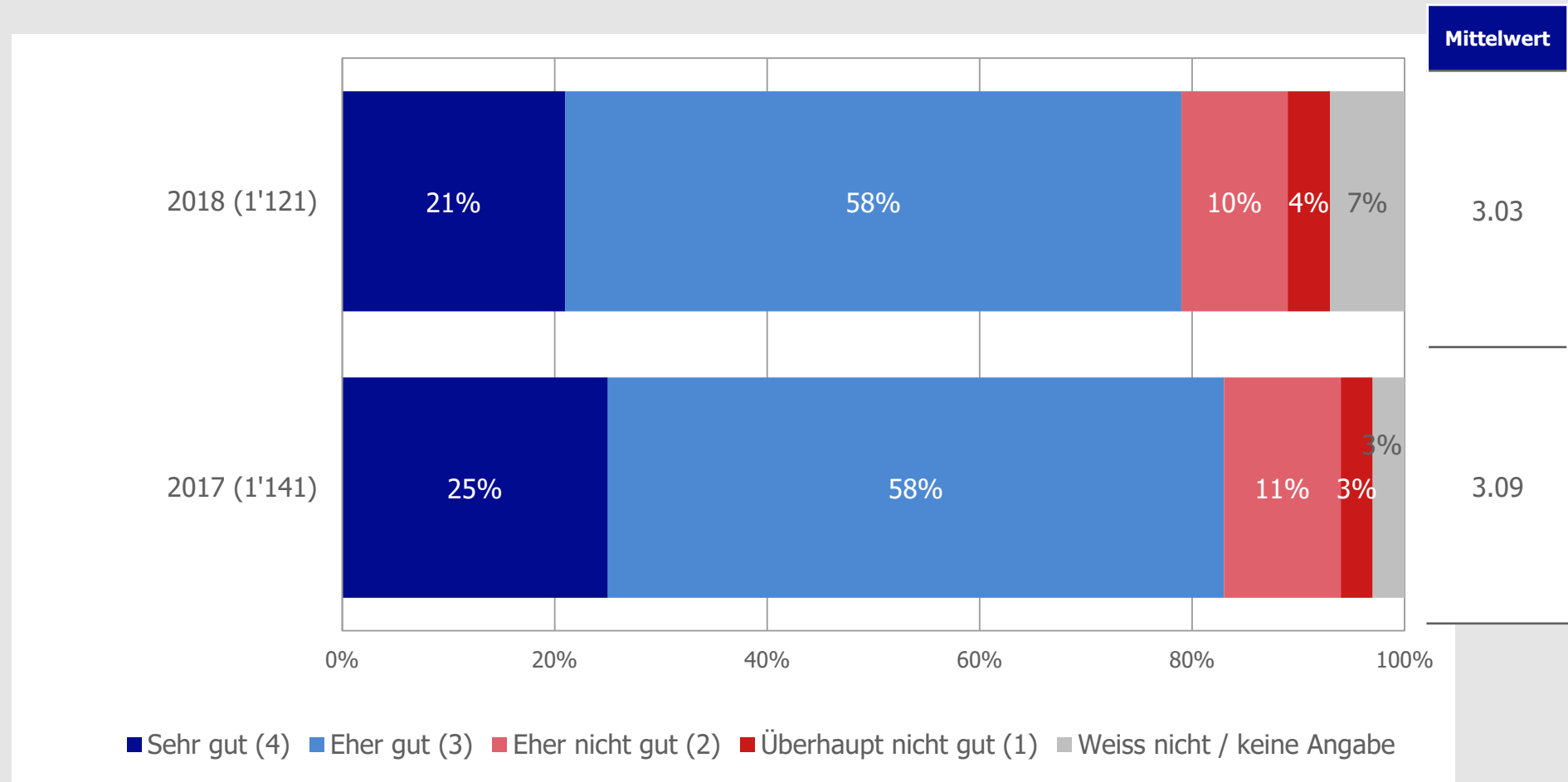
Q09: Wie oft haben Sie den TV-Spot bereits gesehen?

Filter: Falls TV-Spot sicher oder vermutlich gesehen



Kampagne – Bewertung

Q10: Wie gut gefällt Ihnen der TV-Spot insgesamt?



Basis: Anzahl Befragte in Klammern

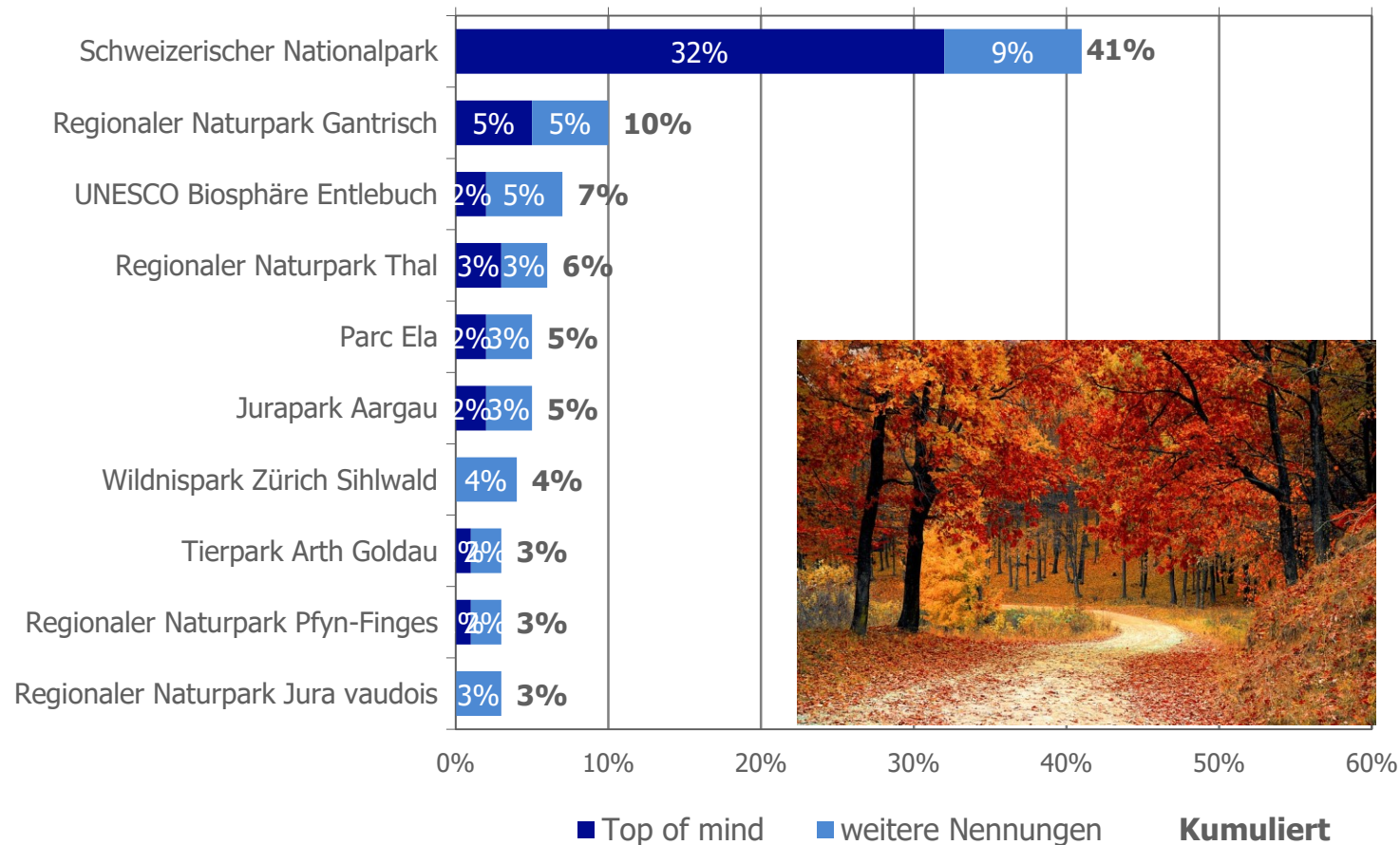
Bekanntheit, Image und Aufenthalt



DemoSCOPE

Spontane Bekanntheit von «Schweizer Pärken» – Top 10 Antworten

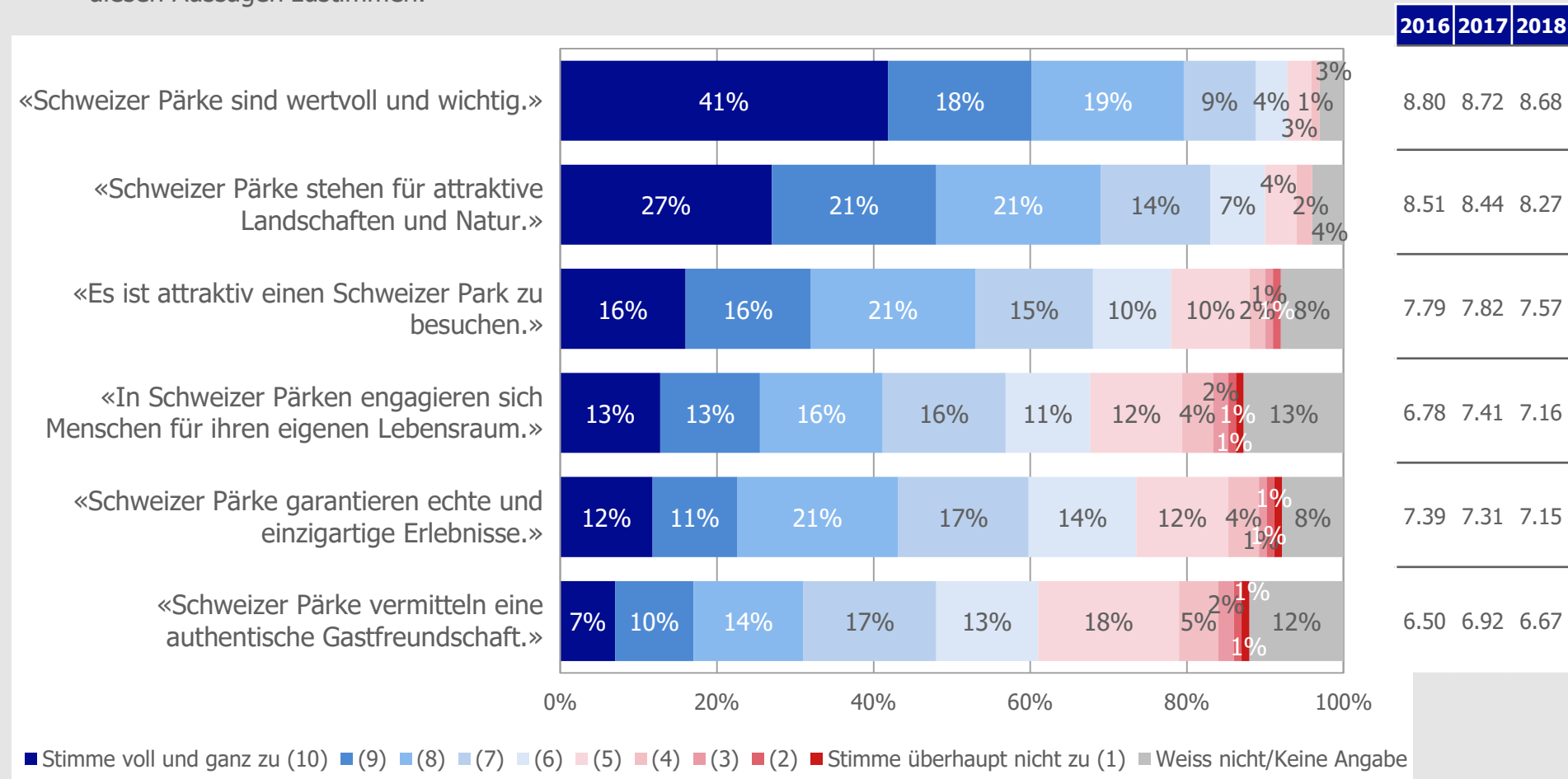
Q11: Welche Schweizer Pärke (Nationalpärke, regionale Naturpärke, Naturerlebnispärke) kennen Sie?



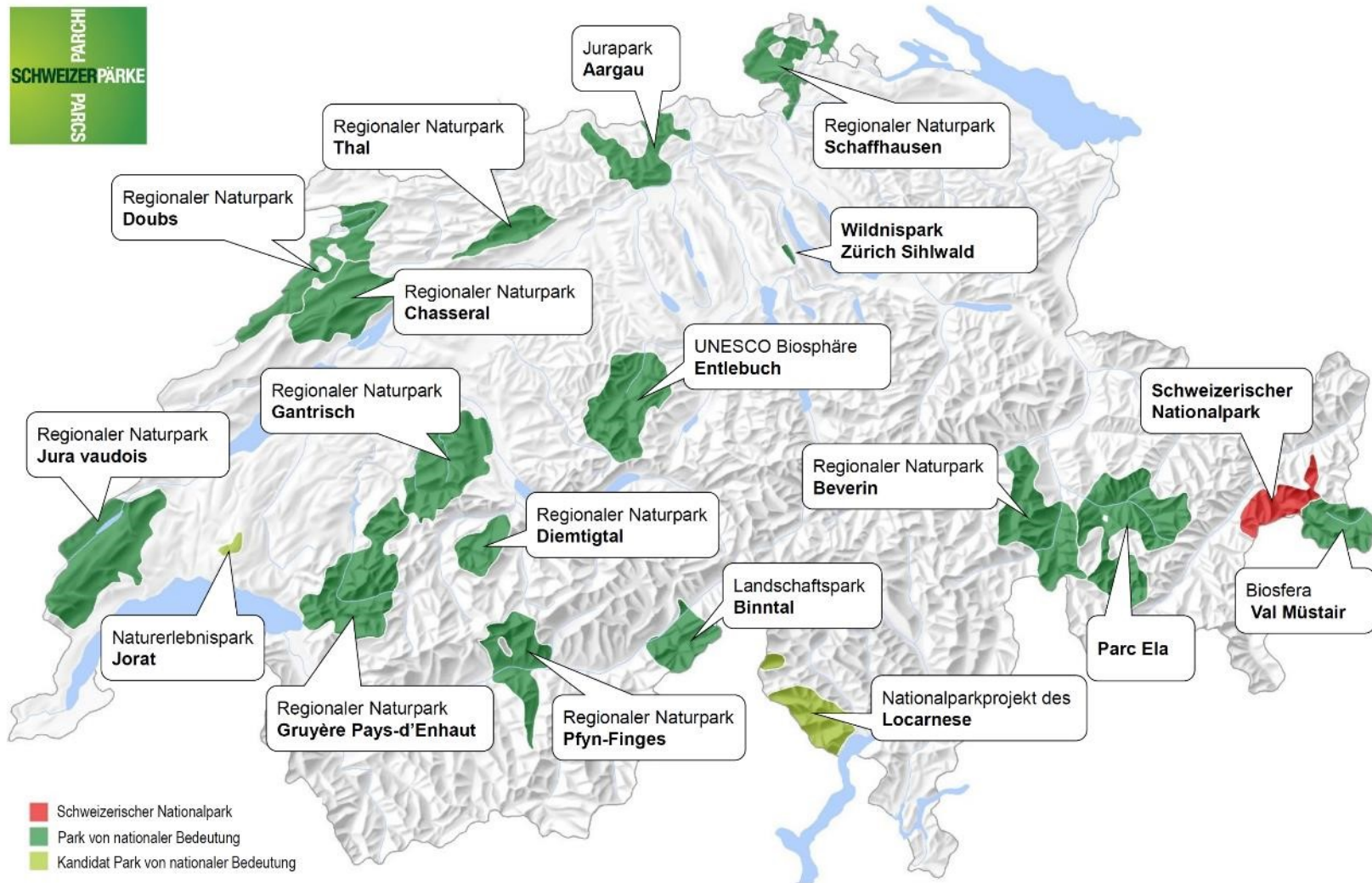
'11	'13	'14	'15	'16	'17
38%	47%	59%	41%	51%	44%
1%	4%	5%	9%	12%	10%
2%	10%	15%	11%	6%	7%
1%	1%	3%	3%	5%	5%
2%	4%	5%	5%	5%	6%
1%	3%	4%	3%	4%	4%
1%	4%	3%	3%	4%	5%
-	7%	8%	7%	4%	4%
-	-	3%	2%	3%	3%
-	1%	1%	1%	2%	1%

Aussagen über «Schweizer Pärke»

Q12: Im Folgenden sind einige Aussagen zu Schweizer Pärken aufgeführt. Bitte geben Sie mittels Schieberegler an, wie stark Sie diesen Aussagen zustimmen.

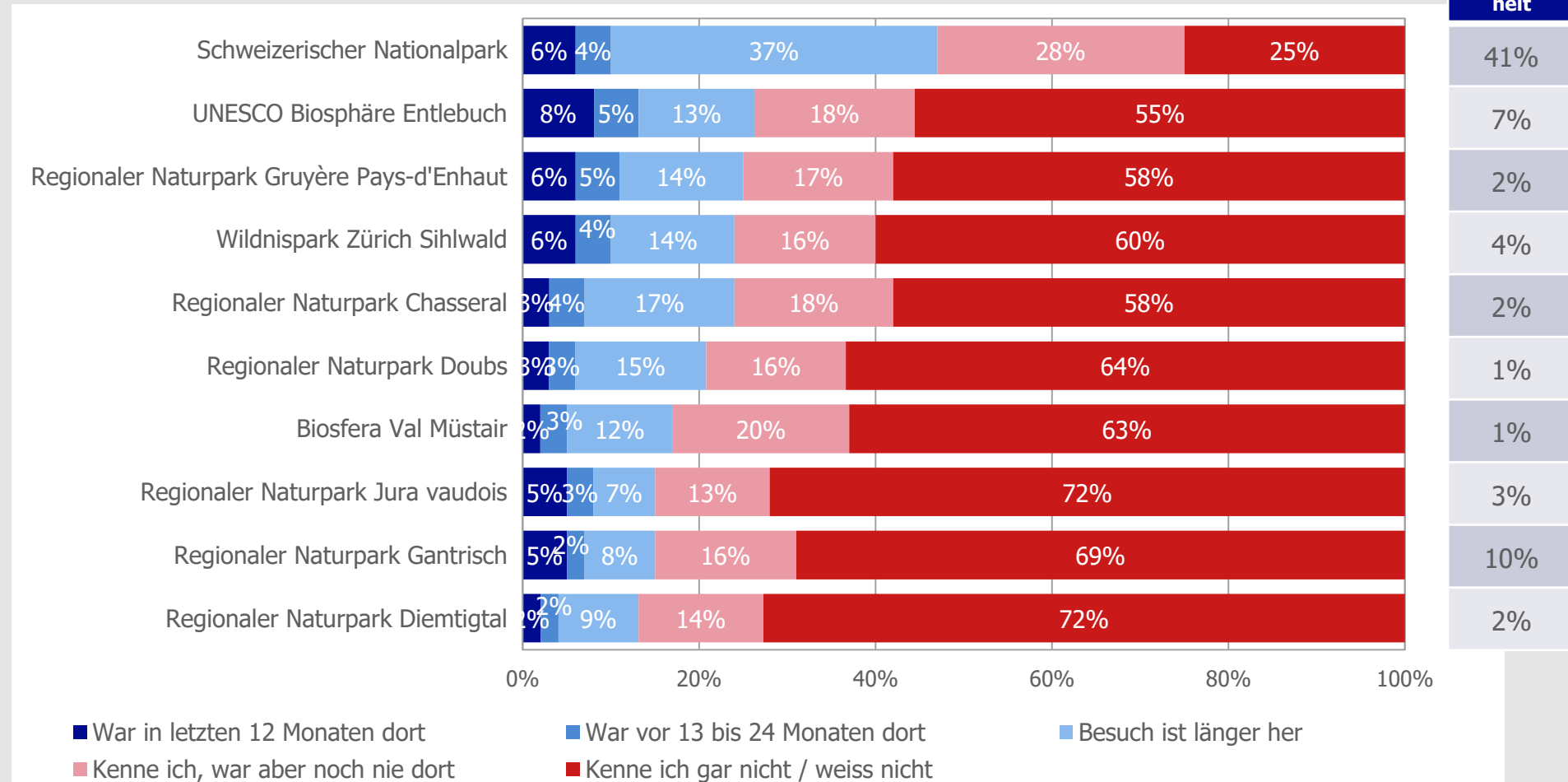


Übersichtskarte «Schweizer Pärke»



Aufenthalt in «Schweizer Pärken»

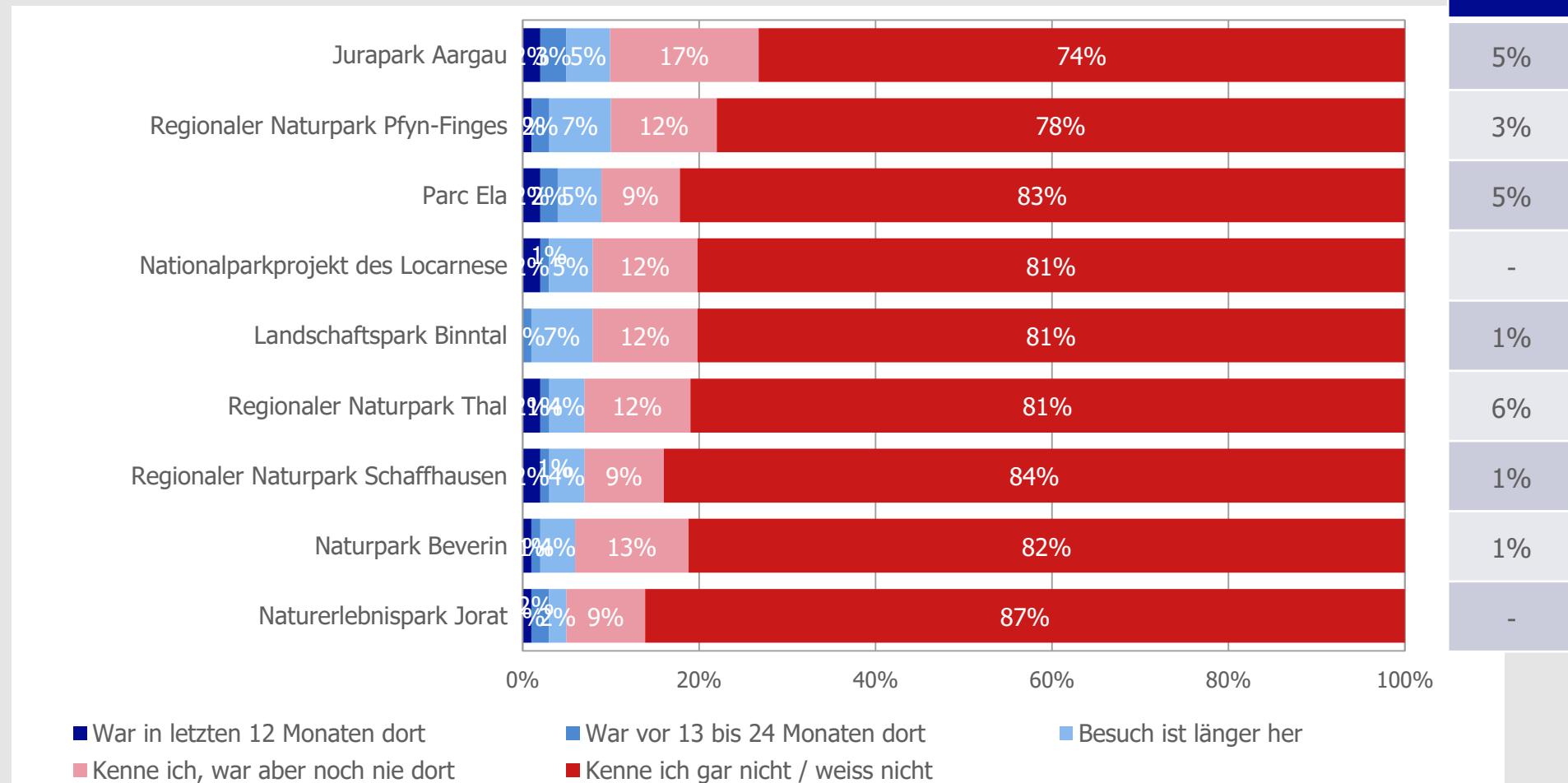
Q13: Sie sehen hier eine Karte mit den «Schweizer Pärken». In welchen von diesen waren Sie schon mal?



Basis: 1'121 Befragte

Aufenthalt in «Schweizer Pärken»

Q13: Sie sehen hier eine Karte mit den „Schweizer Pärken“. In welchen von diesen waren Sie schon mal?



Basis: 1'121 Befragte

Anzahl Fälle pro Park für Fragen-Loop

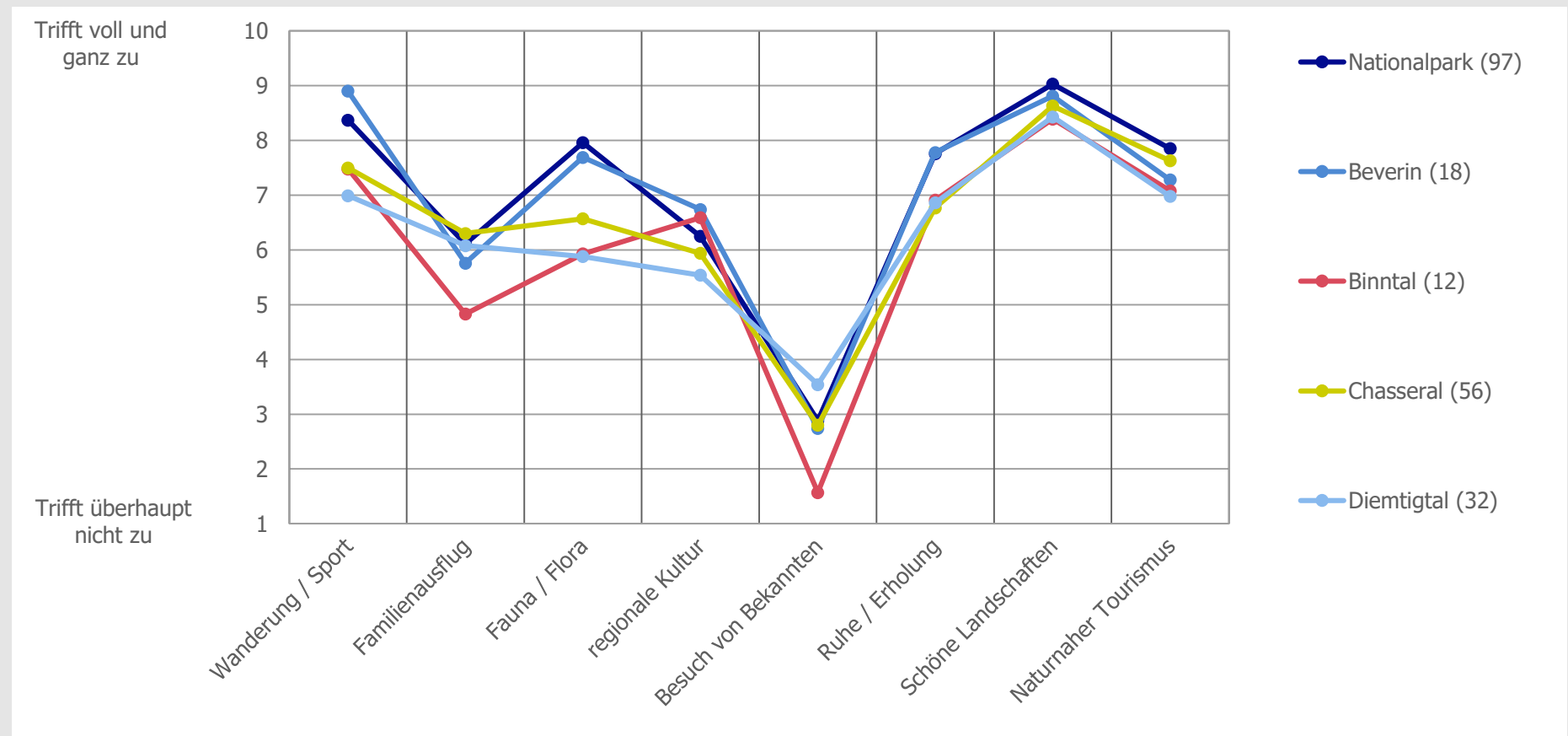
Park	Fälle (gewichtet)
UNESCO Biosphäre Entlebuch	132
Wildnispark Zürich Sihlwald	107
Regionaler Naturpark Gruyère Pays-d'Enhaut	99
Schweizerischer Nationalpark	97
Regionaler Naturpark Jura vaudois	73
Regionaler Naturpark Gantrisch	67
Regionaler Naturpark Chasseral	56
Regionaler Naturpark Doubs	51
Jurapark Aargau	41
Biosfera Val Müstair	40
Parc Ela	36
Regionaler Naturpark Diemtigtal	32
Regionaler Naturpark Pfyn-Finges	29
Regionaler Naturpark Schaffhausen	29
Regionaler Naturpark Thal	28
Nationalparkprojekt des Locarnese	25
Naturerlebnispark Jorat	21
Naturpark Beverin	18
Landschaftspark Binntal	12



Gründe gestützt für Parkbesuch

Q14.1: Aus welchen Gründen haben Sie in der jüngeren Vergangenheit diesen Park besucht? Bitte geben Sie mittels Schieberegler an, wie zutreffend der eingblendete Grund ist.

Filter: Nur Personen, die in den letzten 24 Monaten mind. einen Park besucht haben (Auskunft für max. 3 Pärke)



Basis: Anzahl Befragte in Klammern (gewichtet)

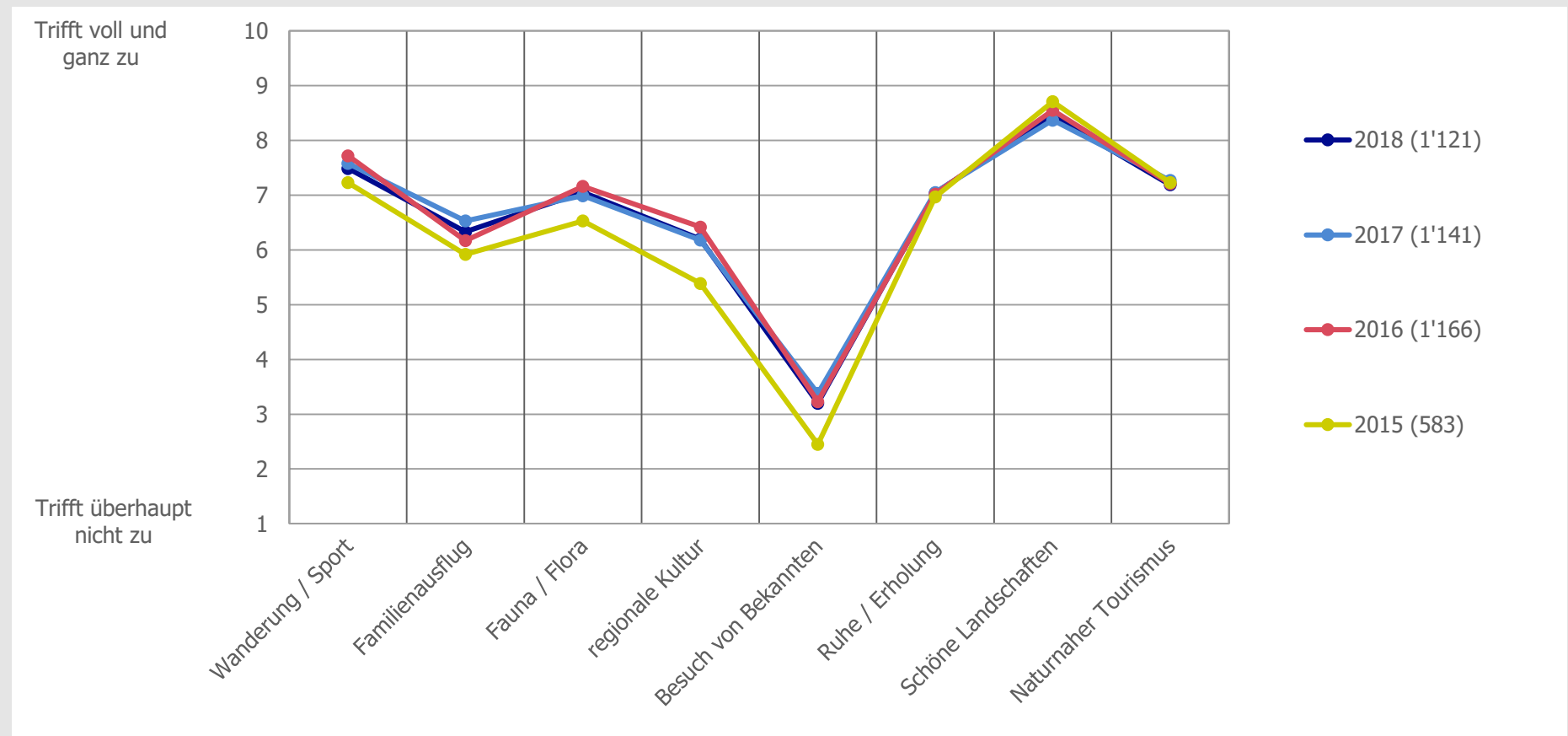
Achtung: Diagrammfilter

Gründe gestützt für Parkbesuch 2015 bis 2018

Mittelwert über alle Pärke

Q14.1: Aus welchen Gründen haben Sie in der jüngeren Vergangenheit diesen Park besucht? Bitte geben Sie mittels Schieberegler an, wie zutreffend der eingeblendete Grund ist.

Filter: Nur Personen, die in den letzten 24 Monaten mind. einen Park besucht haben (Auskunft für max. 3 Pärke)

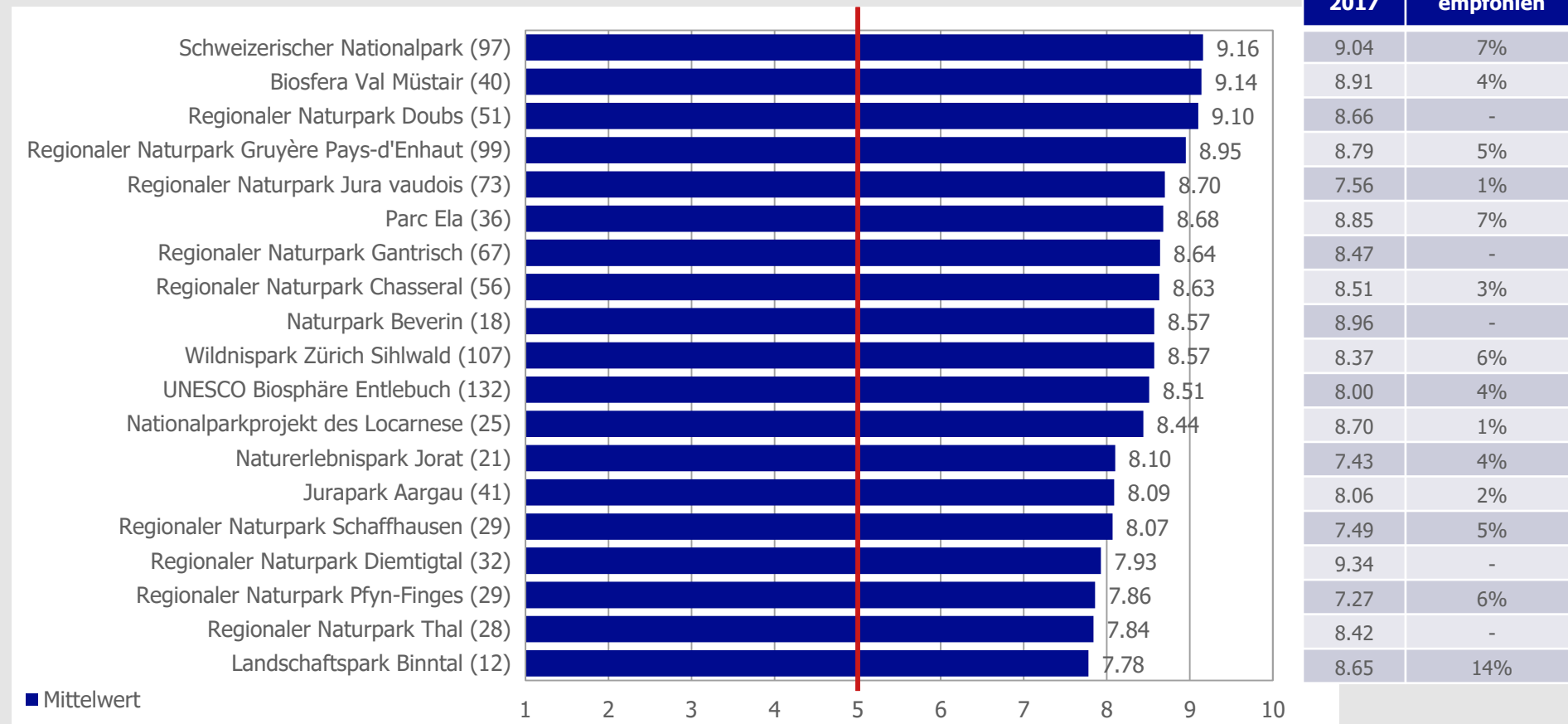


Basis: Anzahl Befragte in Klammern (gewichtet)

Weiterempfehlungswahrscheinlichkeit

Q14.2: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diesen Park Kolleginnen und Kollegen weiterempfehlen würden? Geben Sie bitte auch an, falls Sie den Park bereits weiterempfohlen haben.

Filter: Nur Personen, die in den letzten 24 Monaten mind. einen Park besucht haben (Auskunft für max. 3 Pärke)



Basis: Anzahl Befragte in Klammern (gewichtet)

Gründe für Nicht-Weiterempfehlung

Q14.3: Warum würden Sie Park X (eher) nicht weiterempfehlen?

Filter: Falls besuchter Park (eher) nicht weiterempfehlen (Wert von 1 bis 5)

«Wir waren einfach in dem Gebiet, es ist schön, aber man merkt nichts von einem Park.»

Parc Ela

«Nicht sehr umwerfend.»

UNESCO Biosphäre
Entlebuch

«Zu viele Menschen.»

Naturpark Beverin

«Relativ unspektakulär.»

Wildnispark Zürich
Sihlwald

«Banaler Ort im Jura, war viel im Militär dort, komische Gegend mit komischen Leuten.»

Jurapark Aargau

«Thal ist nur Wald und Wiese, wenig Kultur und Gastronomie.»

Regionaler Naturpark Thal

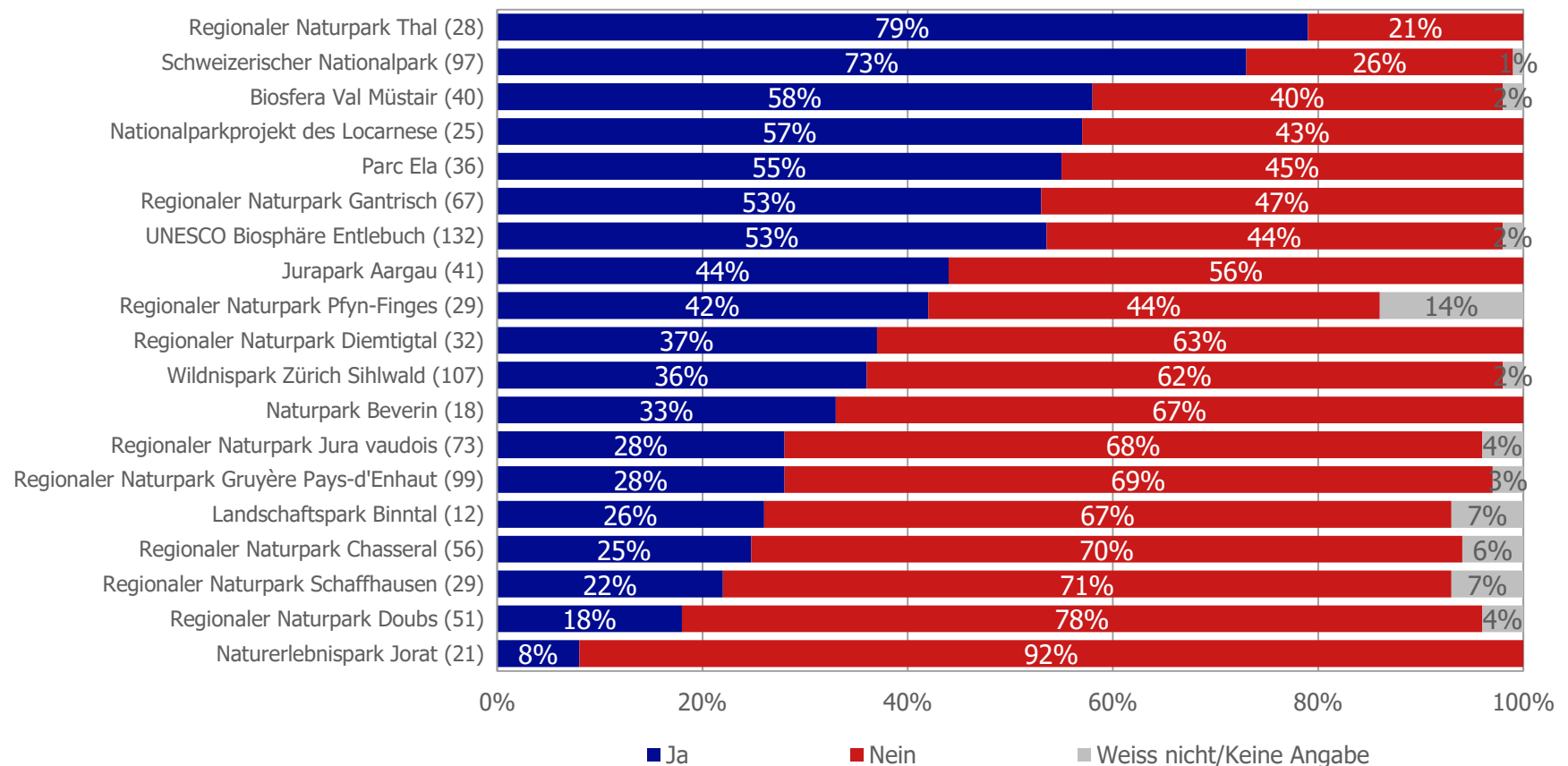
«Andere Orte in der Schweiz haben mich mehr angesprochen.»

Biosfera Val Müstair

Bewusste Wahrnehmung als Besuch eines Schweizer Parks mit Parklabel

Q14.4: Waren Sie sich vor/während des Besuchs in diesem Park bewusst, dass es sich um einen «Schweizer Park» mit entsprechendem Parklabel handelt?

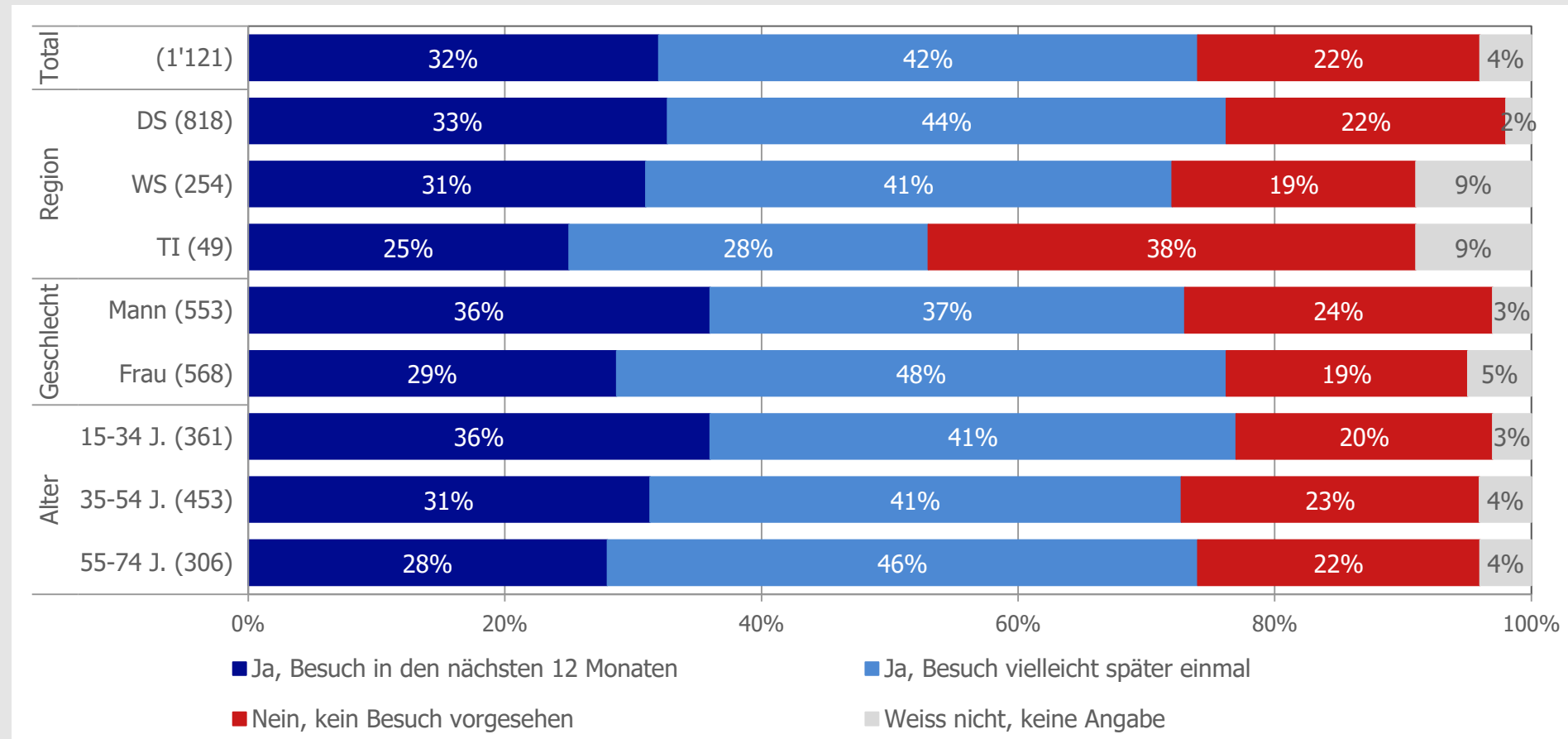
Filter: Nur Personen, die in den letzten 24 Monaten mind. einen Park besucht haben (Auskunft für max. 3 Pärke)



Basis: Anzahl Befragte in Klammern (gewichtet)

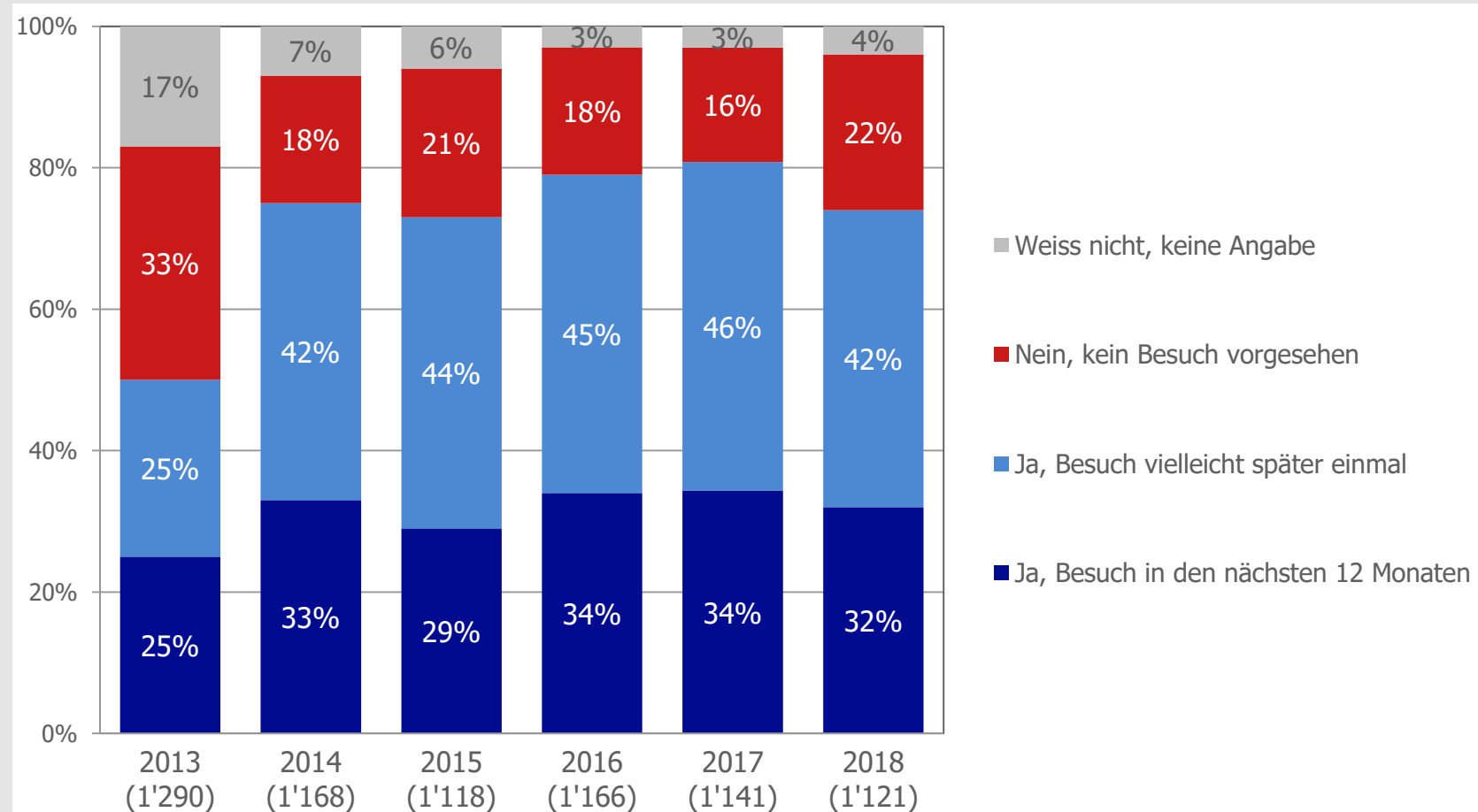
Allgemeine Besuchsabsicht «Schweizer Pärke»

Q15: Haben Sie vor, in Zukunft einen oder mehrere der Schweizer Pärke zu besuchen?



Allgemeine Besuchsabsicht «Schweizer Pärke»

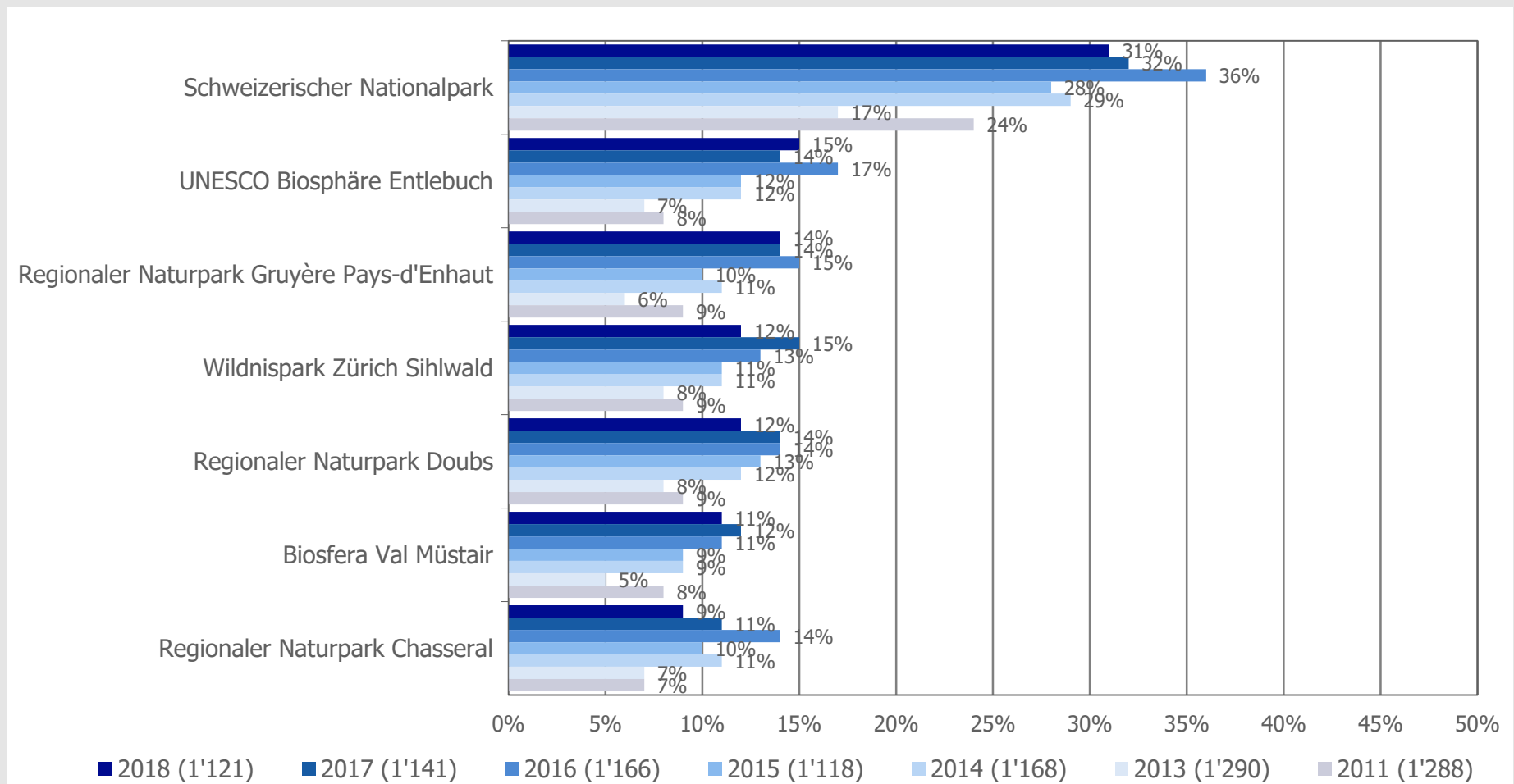
Q15: Haben Sie vor, in Zukunft einen oder mehrere der Schweizer Pärke zu besuchen?



Basis: Zahlen in Klammern

Spezifische Besuchsabsicht «Schweizer Pärke»

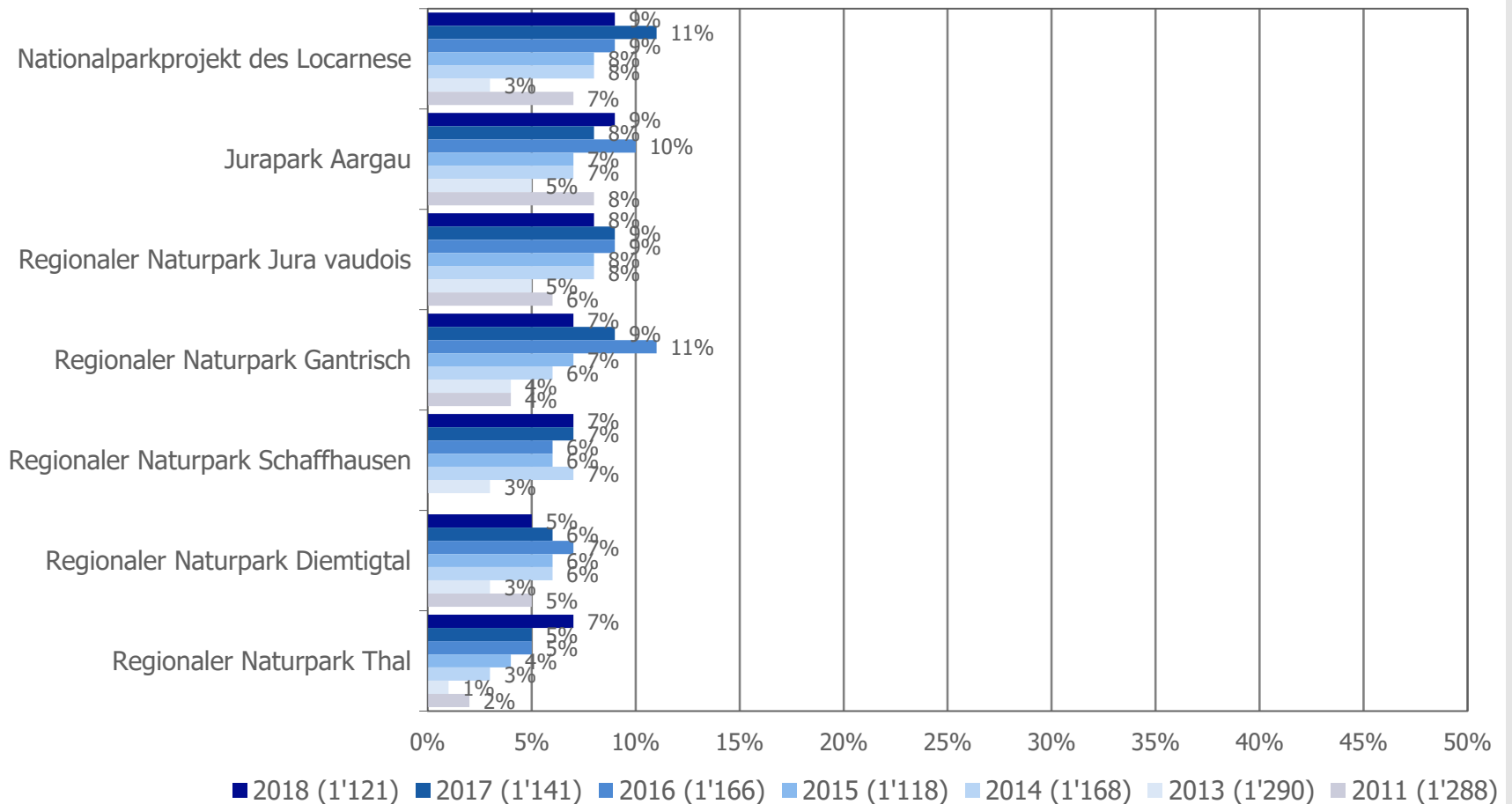
Q16: Welche Schweizer Pärke beabsichtigen Sie zu besuchen?



Basis: Zahlen in Klammern

Spezifische Besuchsabsicht «Schweizer Pärke»

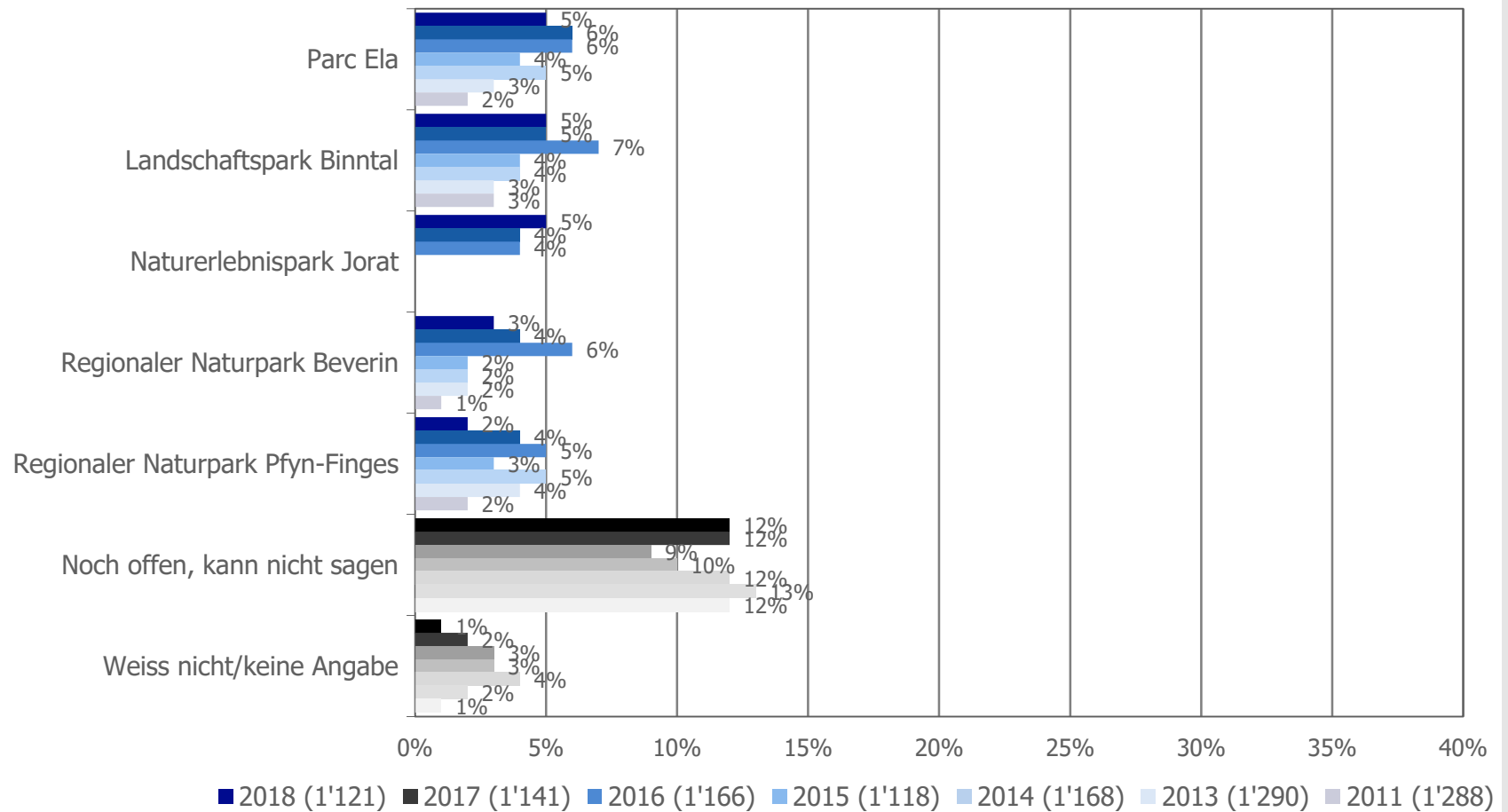
Q16: Welche Schweizer Pärke beabsichtigen Sie zu besuchen?



Basis: Zahlen in Klammern

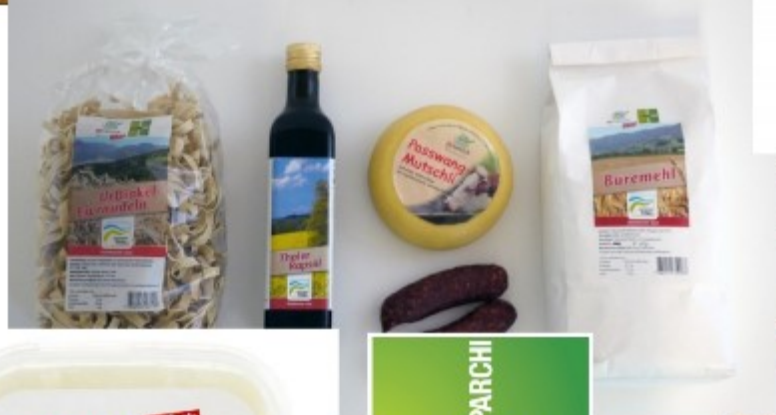
Spezifische Besuchsabsicht «Schweizer Pärke»

Q16: Welche Schweizer Pärke beabsichtigen Sie zu besuchen?



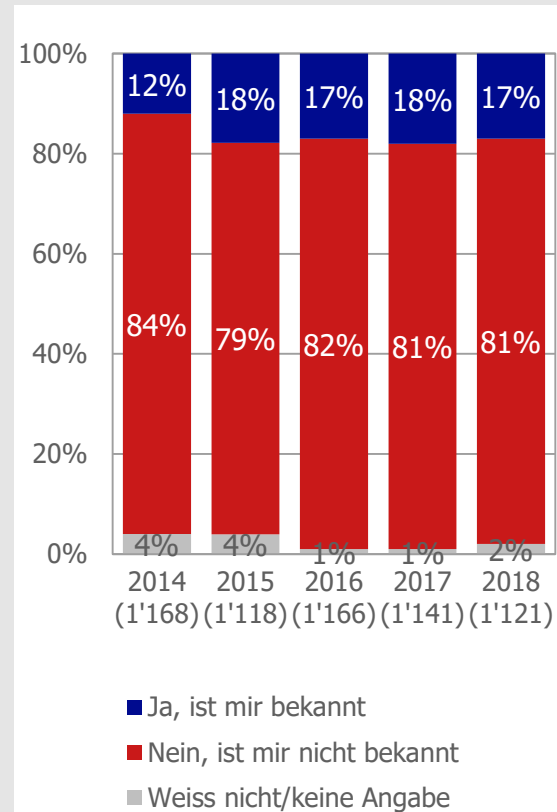
Basis: Zahlen in Klammern

Zertifizierte Parkprodukte



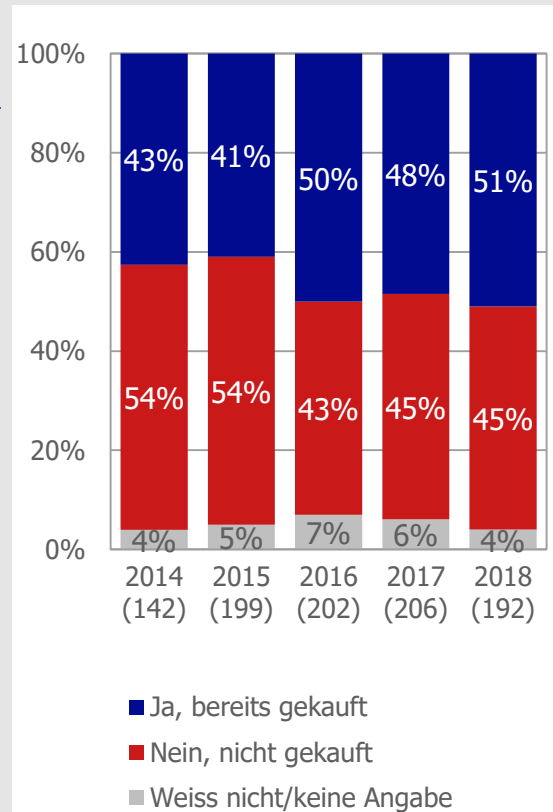
Bekanntheit und Kauf zertifizierte Parkprodukte

Q17: Die Schweizer Pärke bieten eine Vielfalt an regionalen Spezialitäten (Esswaren, Getränke), die mit dem Label «Schweizer Pärke» zertifiziert sind. Ist Ihnen bekannt, dass es zertifizierte Parkprodukte unter dem Label Schweizer Pärke gibt?



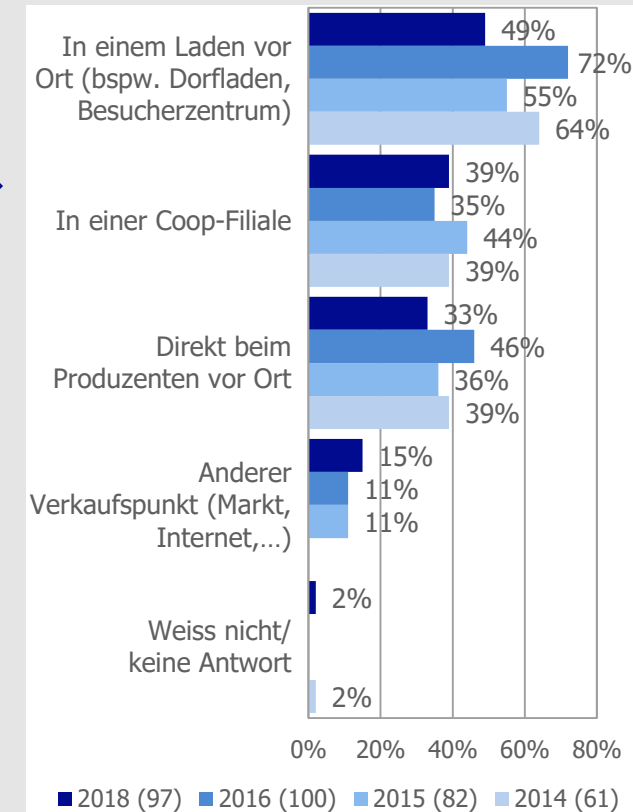
Q18: Haben Sie schon mal zertifizierte Parkprodukte gekauft?

Filter: Falls Parkprodukte bekannt



Q19: Wo haben Sie diese Parkprodukte gekauft?

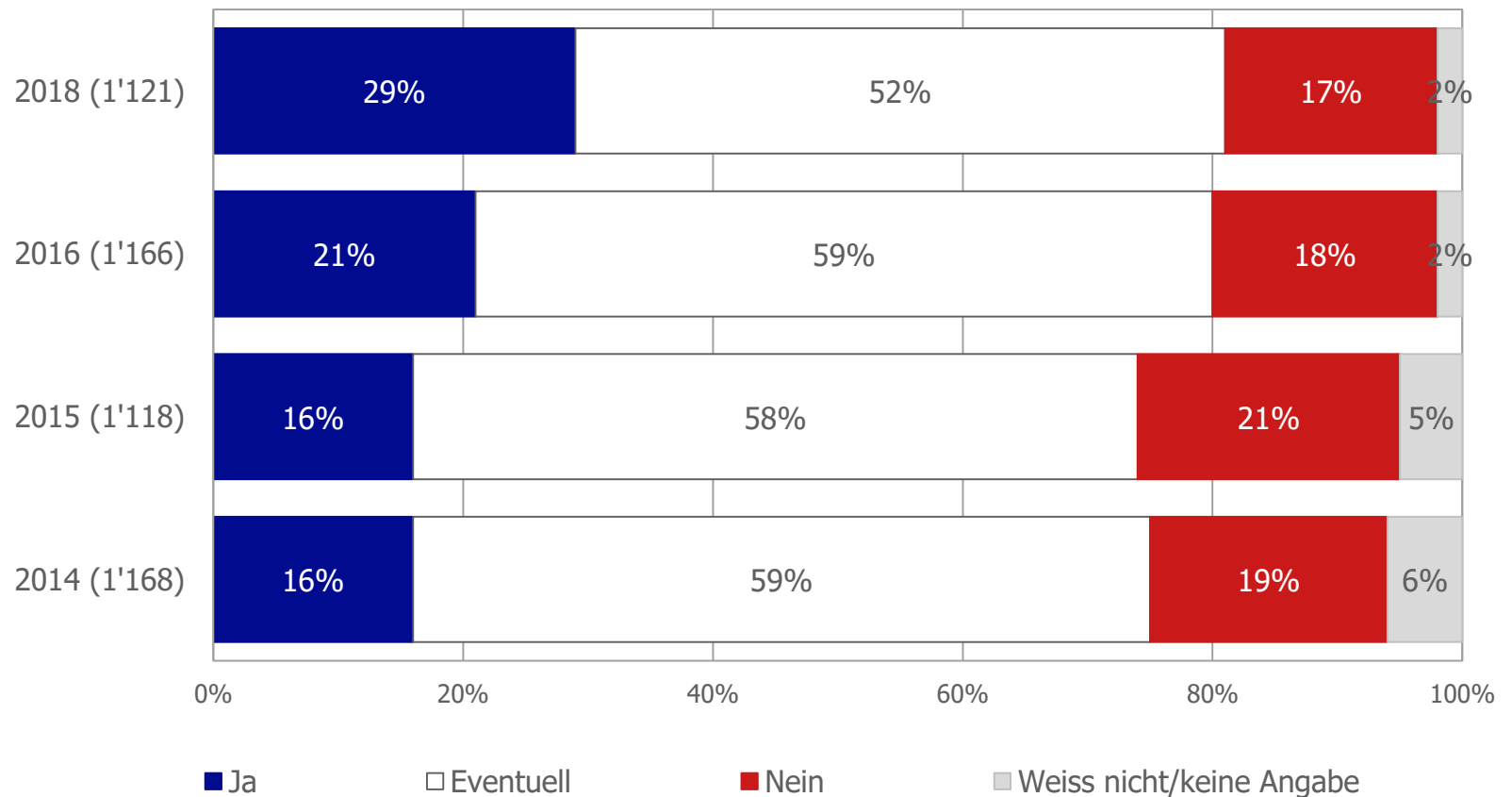
Filter: Falls Parkprodukte gekauft



Basis: Zahlen in Klammern (gewichtet)

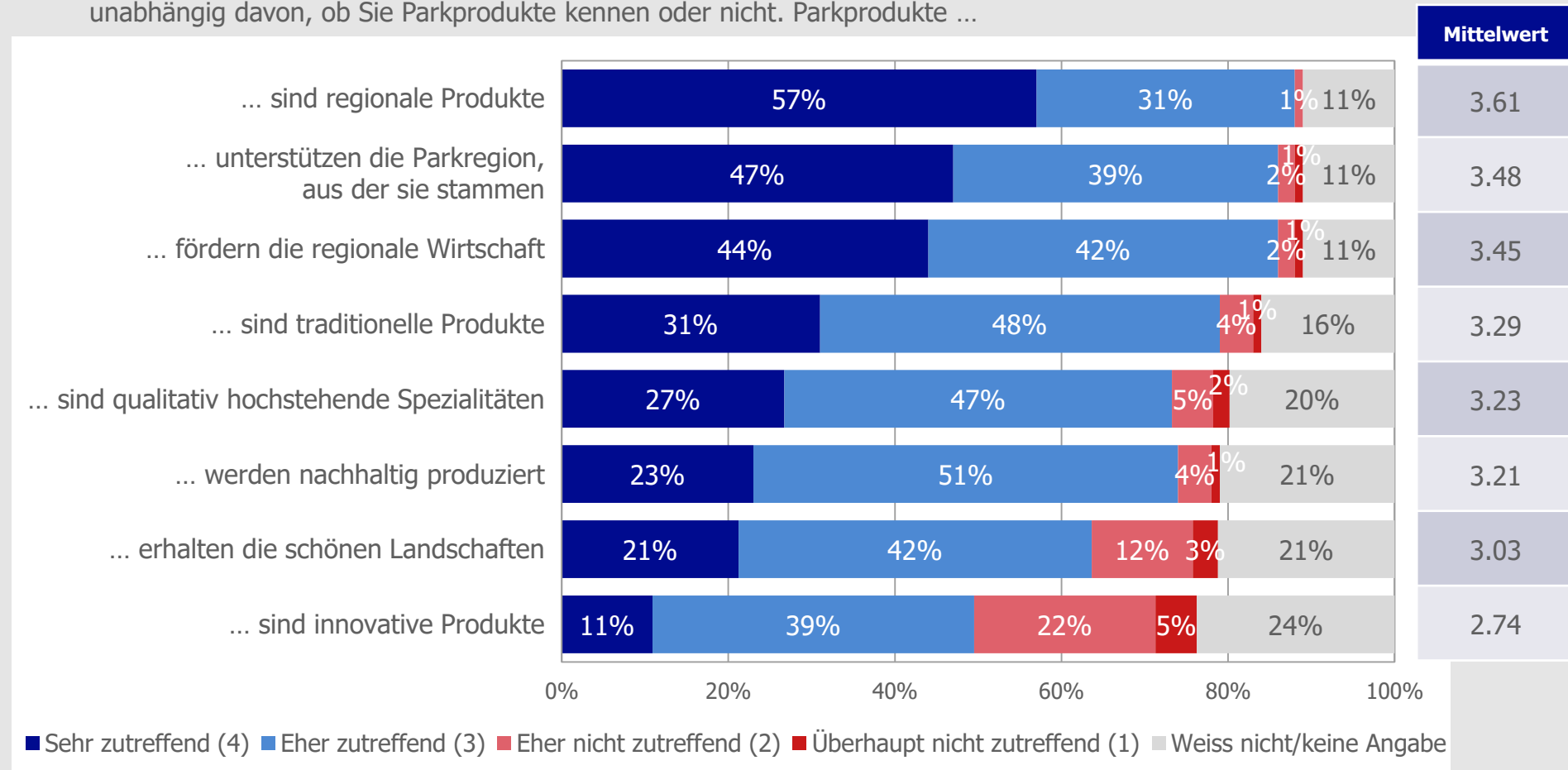
Kaufabsicht zertifizierte Parkprodukte

Q20: Werden Sie in Zukunft wieder zertifizierte Parkprodukte kaufen? / Sind Sie daran interessiert, in Zukunft zertifizierte Parkprodukte zu kaufen?



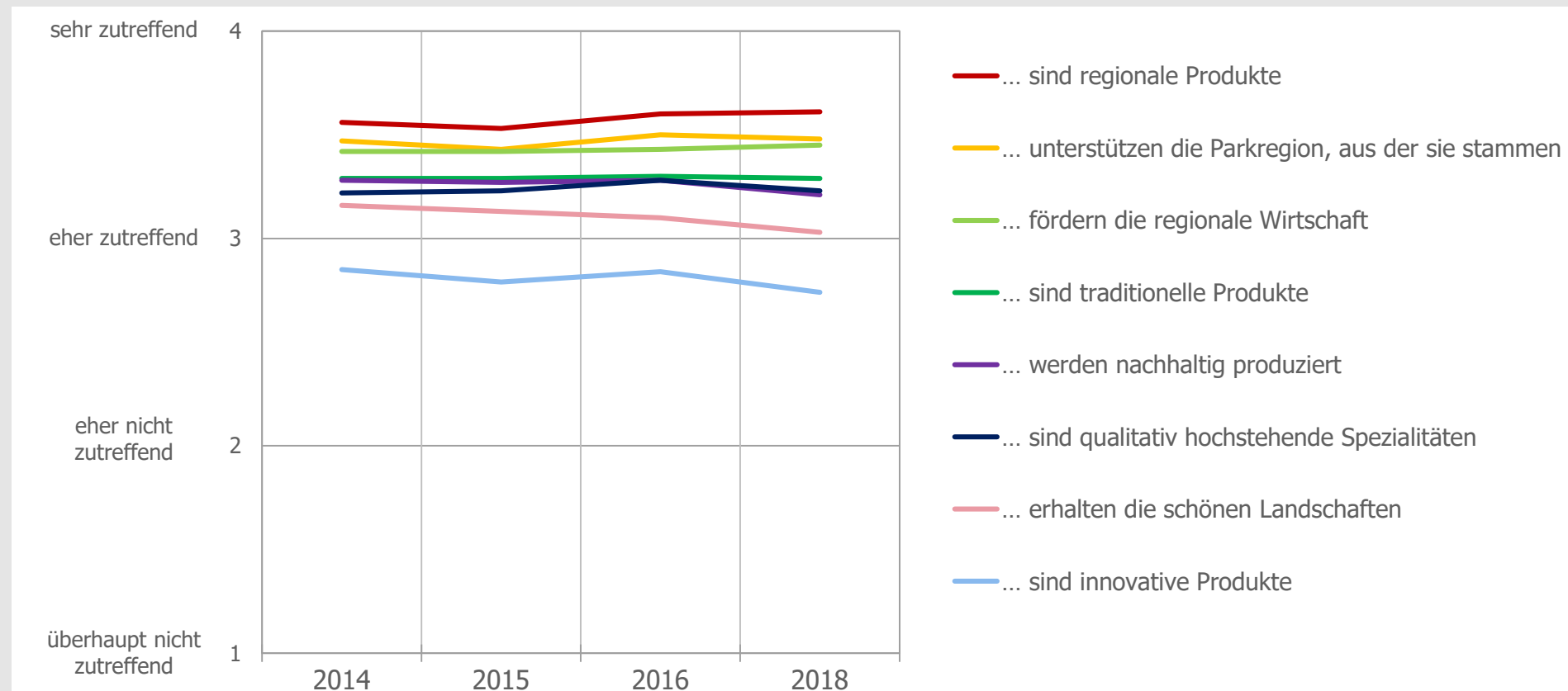
Attribute zertifizierte Parkprodukte

Q21: Abschliessend werden einige Aussagen zu zertifizierten Parkprodukten aufgeführt. Geben Sie bitte für jede Aussage an, ob sie Ihrer Meinung nach sehr zutrifft, eher zutrifft, eher nicht zutrifft oder überhaupt nicht zutrifft. Ihre Meinung zählt, unabhängig davon, ob Sie Parkprodukte kennen oder nicht. Parkprodukte ...



Attribute zertifizierte Parkprodukte (Jahresvergleich)

Q17: Im Folgenden werden einige Aussagen zu zertifizierten Parkprodukten aufgeführt. Geben Sie bitte für jede Aussage an, ob sie Ihrer Meinung nach sehr zutrifft, eher zutrifft, eher nicht zutrifft oder überhaupt nicht zutrifft. Ihre Meinung zählt, unabhängig davon, ob Sie Parkprodukte kennen oder nicht. Parkprodukte ...





Kommunikationsmassnahmen

- Bei den diversen Kommunikationsmassnahmen zeigt sich ein unterschiedliches Bild: die spontane Bekanntheit ist gegenüber der vorangegangenen Messung geringer ausgefallen, die gestützte Bekanntheit stabil geblieben oder angestiegen.
- Die gestützte Bekanntheit des neuen Slogans («Kleine Weltwunder») ist moderat angestiegen. Der Vorgänger-Slogan («Näher als man denkt») ist nach wie vor am stärksten verankert, jedoch mit abnehmender Tendenz.
- Die allgemeine Erinnerung an Werbe-/Kommunikationsmassnahmen ist auffallend stark zurückgegangen. Dieser Befund widerspiegelt sich jedoch nicht bei der Detailabfrage der einzelnen Massnahmen. Willkommens- und Informationstafeln, Beiträge in Zeitschriften (v.a. Coop-Zeitung) sowie Parkflächen auf Google-Maps haben hier die grösste Reichweite.

Kampagnenwahrnehmung

- Hinsichtlich Wahrnehmung, Wahrnehmungshäufigkeit und Bewertung des TV-Spots gibt es keine Verschiebungen gegenüber dem Vorjahr.
- In den Segmenten fällt auf, dass Frauen und generell Personen in der Deutschschweiz den TV-Spot vergleichsweise positiver bewerten.

Bekanntheit, Image und Aufenthalt

- Hinsichtlich Bekanntheitswerten und Besuchen gibt es keine nennenswerten Verschiebungen gegenüber den vorangegangenen Befragungen.
- Die Zustimmung zu den gestützt abgefragten Aussagen zu Schweizer Pärken ist moderat tiefer, insgesamt aber nach wie vor klar positiv und in analoger Rangierung wie in den Vorjahren.
- Das Erleben von schönen Landschaften ist nach wie vor der Hauptgrund für den Besuch von Schweizer Pärken. Die sportliche Betätigung (v.a. Wandern) sowie das Interesse an Fauna und Flora sind gegenüber der Vormessung wichtiger geworden.

Zertifizierte Parkprodukte

- Die Bekanntheit der mit dem Label «Schweizer Pärke» zertifizierten Produkte verbleibt auf einem stabilen Niveau. Gleiches gilt für die Bewertung der diversen Parkprodukt-Attribute.
- Auffallend stark ansteigend ist die generelle Absicht und das Interesse, künftig Parkprodukte zu kaufen. Bisherige Käufer äussern eine sehr hohe Absicht, künftig wieder Parkprodukte zu kaufen.



Diskussion



DemoSCOPE



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Dominik Fröhli

Leiter Sozialforschung

dominik.froehli@demoscope.ch

Direktwahl 041 375 44 50

Demo SCOPE AG
Klusenstrasse 17/18
CH-6043 Adligenswil

demoscope@demoscope.ch



DemoSCOPE