

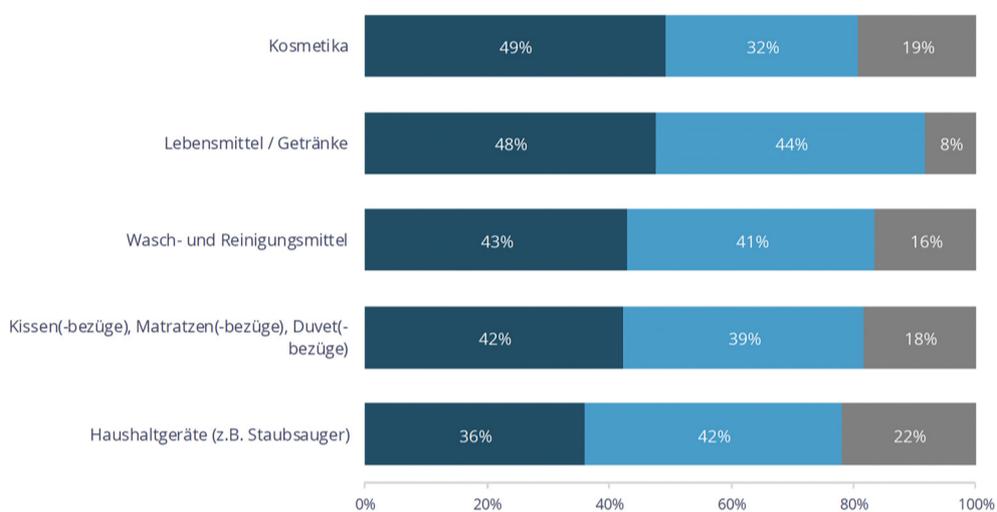


Zwei Drittel der Schweizer Bevölkerung kennen das Allergie-Gütesiegel

Um den Nutzen und die Wahrnehmung des Allergie-Gütesiegels besser zu verstehen, haben wir eine Marktforschung durchgeführt. Dabei wurden 1 000 Personen im Alter von 18 bis 79 Jahren aus der ganzen Schweiz befragt. Ziel der Umfrage war es, herauszufinden, ob das Allergie-Gütesiegel die Kaufentscheidung von Betroffenen und deren Angehörigen beeinflusst. Die wichtigsten Ergebnisse der Umfrage:

Das Allergie-Gütesiegel hilft beim Kaufentscheid

Personen, die gezielt auf Kennzeichnungen achten, legen bei Kosmetika besonderen Wert auf Gütesiegel. Bei Lebensmitteln und Getränken sind sowohl Gütesiegel als auch produktspezifische Hinweise der Hersteller von grosser Bedeutung.



■ Für mich sind zertifizierte Labels (Gütesiegel) wichtig ■ Für mich reichen Hinweise des Produzenten ■ Ich achte bei dieser Produktkategorie nicht auf ein Label

Wie bekannt ist das Allergie-Gütesiegel

- Das Allergie-Gütesiegel ist besonders bei Frauen, jüngeren Personen und Betroffenen bekannt.
- Etwa die Hälfte der Schweizer Bevölkerung hat bereits Produkte mit dem Allergie-Gütesiegel konsumiert; bei Betroffenen liegt dieser Anteil erwartungsgemäss höher.
- Rund ein Drittel der Konsumentinnen und Konsumenten achtet beim Kauf bewusst auf das Allergie-Gütesiegel.
- Das Allergie-Gütesiegel genießt einen Ruf als vertrauenswürdige und geprüfte Kennzeichnung.
- Am häufigsten wird das Allergie-Gütesiegel mit Lebensmitteln (85 %) assoziiert, gefolgt von Kosmetika (41 %) und Reinigungsmitteln (32 %).

Wie wird das Allergie-Gütesiegel wahrgenommen

Personen, die mit der Bedeutung des Allergie-Gütesiegels vertraut sind, bewerten es als besonders vertrauenswürdig und zuverlässig. Sie erkennen darin einen höheren Mehrwert, verbinden es mit Qualität und schätzen den Nutzen des Gütesiegels entsprechend stärker ein.

