

25. August 2021

Zusammenfassung Umfrage¹

„Nachhaltigkeit in der Schweizer Gastronomie“

Die wichtigsten Ergebnisse zusammengefasst in vier Kapiteln

- 1) Generelle Aspekte der Nachhaltigkeit
- 2) Wichtigkeit verschiedener ökologischer Aspekte für den Betrieb
- 3) Wichtigkeit verschiedener Aspekte in Bezug auf Nachhaltigkeit beim Getränkeanbieter
- 4) Ökologische Aspekte beim Bestellprozess und der Lieferung
- 5) Stichprobenszusammensetzung

Studiensteckbrief

Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI). **Instrument:** Adressstamm-Befragung. **Respondenten:** Gastronomiekunden von Feldschlösschen in der Deutsch- und Westschweiz. **Sample-Grösse:** n=314 Netto-Interviews. **Erhebungszeitraum:** 26.7. bis 9.8.2021.
Durchführung durch: marketagent. im Auftrag des Unternehmens Feldschlösschen.

1) Generelle Aspekte der Nachhaltigkeit

- Grundsätzlich achtet eine Mehrheit der befragten Betriebe auf **ökologische Aspekte** – auch wenn das Thema im Vergleich zu sozialen Aspekten einen geringeren Stellenwert einnimmt. Fast alle Befragten achten zumindest eher auf solche Aspekte (Top-2-Wert soziale Aspekte: 98%, ökologische Aspekte 94 %). Die Analyse der Top-Box zeigt jedoch, dass ökologische Aspekte wie z.B. Energiesparen und Vermeidung von Abfällen einen kleineren Stellenwert in den Betrieben einnehmen als die sozialen Aspekte (wird sehr darauf geachtet: soziale Aspekte: 75 %; ökologische Aspekte: nur 54 %).
- Fast zwei von fünf Befragten (39 %) sind denn auch der Ansicht, dass das Thema **Nachhaltigkeit in ihrem Betrieb zukünftig auf jeden Fall mehr Gewicht** erhalten sollte. Betriebe in der Stadt sind diesbezüglich stärker sensibilisiert als Betriebe auf dem Land (Stadt: 49 %; Land 33 %).
- Fast ein Drittel (32 %) denkt, dass ökologische Aspekte ein **sehr wichtiges Verkaufsargument bei der Gewinnung von Gästen** für den Betrieb sind oder sein könnten. Drei von vier Befragten sind zumindest teilweise dieser Ansicht (top 2 Wert: **78 %**).

¹ Detaillierte Ergebnisse auf Anfrage erhältlich bei Corporate Communications Feldschlösschen.

2) Wichtigkeit verschiedener ökologischer Aspekte für den Betrieb

- Dabei signalisieren die Resultate, dass den befragten Unternehmen vor allem Nachhaltigkeit beim **Einkaufsprozess** sowie Nachhaltigkeit bei der **Entsorgung** wichtig sind. Am wichtigsten ist den befragten Kunden von Feldschlösschen die **Vermeidung von Lebensmittelabfällen** (sehr wichtig: 74 %). Auf Platz 2 folgt die **korrekte Mülltrennung** mit einem Anteil „sehr wichtig“ von 71 %. Ebenfalls sehr wichtig ist die optimale Planung des Einkaufs / der Bestellung (68 %).
Wichtig sind aber auch **rezyklierbares Gebinde**, respektive rezyklierbare Verpackung sowie die **Reduktion von Verpackung und Vermeidung von Plastik**. Auf eine **Vermeidung von häufigen Lieferungen** wird stärker geachtet als auf die Art der Gebinde.

3) Wichtigkeit verschiedener Aspekte in Bezug auf Nachhaltigkeit beim Getränkelieteranten

- Entsprechend ist den Befragten beim **Getränkelieteranten** das Angebot für Recycling, Leergutrücknahme und Entsorgung am wichtigsten. Drei von vier Befragten (75 %) erachten dies als sehr wichtig. Dieser Wert ist über alle untersuchten Segmente hoch.
- An weiterer Stelle rangieren in Bezug auf Nachhaltigkeit beim Getränkelieteranten Aspekte im Zusammenhang mit der **Regionalität**. Für 65 % respektive 62 % ist es sehr wichtig, dass der Lieferant regional oder in der Schweiz produzierte Getränke im Angebot hat und / oder dass es sich um einen lokalen, regionalen Lieferanten handelt.
- Eine eigene **nachhaltige Produktion** des Lieferanten oder eine eigene **nachhaltige Logistik** wird von 44 % respektive 39 % als wichtig eingestuft.

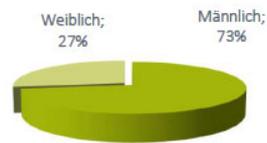
4) Ökologische Aspekte beim Bestellprozess und der Lieferung

- Das **Potential** für eine **CO₂-neutrale Getränkebelieferung** (Lieferung, bei der kein CO₂ ausgestossen wird, respektive wo der CO₂-Ausstoss kompensiert wird) **liegt bei insgesamt 51 %**, d.h. rund die Hälfte der befragten Kunden nutzt bereits eine CO₂-neutrale Getränkebelieferung (17%) oder möchte dies in naher Zukunft nutzen (34 %).
Das Bedürfnis für eine solche Getränkebelieferung ist in der Westschweiz etwas grösser als in der Deutschschweiz, wobei die Westschweizer aktuell dieses Angebot noch weniger nutzen, es jedoch in naher Zukunft nutzen wollen (Westschweiz: Nutzung 12 %; Consideration 47 %; Deutschschweiz: Nutzung 18 %; Consideration 31 %).
Das Motiv für eine CO₂-neutrale Belieferung liegt weniger bei einer ökologischen Positionierung des eigenen Betriebes, sondern eher bei der Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft.
- Bei gleichbleibenden Kosten würde rund **jeder zweite Befragte eine ökologische Getränkebelieferung bevorzugen**. 31 % würden für ihren Betrieb eine **Getränkebelieferung mit Elektro-LKW (oder anderem alternativem Antrieb) bevorzugen**, 21 % ziehen die **Kombination Zug / Elektro-LKW** vor. Jeder dritte Befragte (32%) hätte diesbezüglich keine Präferenzen.
- Die Resultate signalisieren, dass Betriebe aus dem Bereich «Travel» (Hotel, Airport, Tankstelle etc.) den ökologischen Aspekten grundsätzlich einen höheren Stellenwert einräumen als andere Betriebe.

5) Stichprobenzusammensetzung

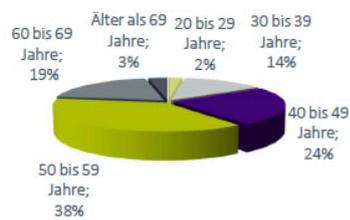
Geschlecht

(n = 314)



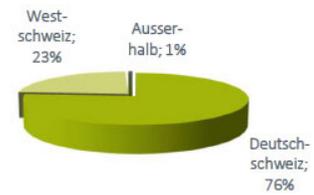
Alter

(n = 314)



Region

(n = 314)



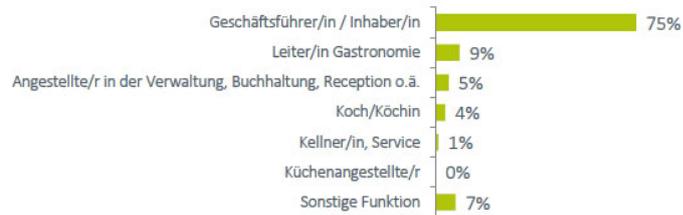
Stadt / Land

(n = 314)



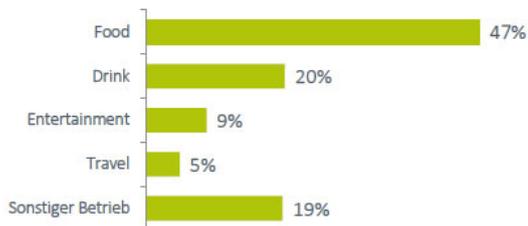
Funktion

(n = 314)



Betriebsart

(n = 314)



Unternehmensgrösse

(n = 314)



Sitzplätze

(n = 314)

