

Metzger Rottmann Bürge Partner AG

**Schweizer Pärke 2022 –
Wahrnehmung, Bekanntheit, Kampagne**

Juli 2022





Inhalt

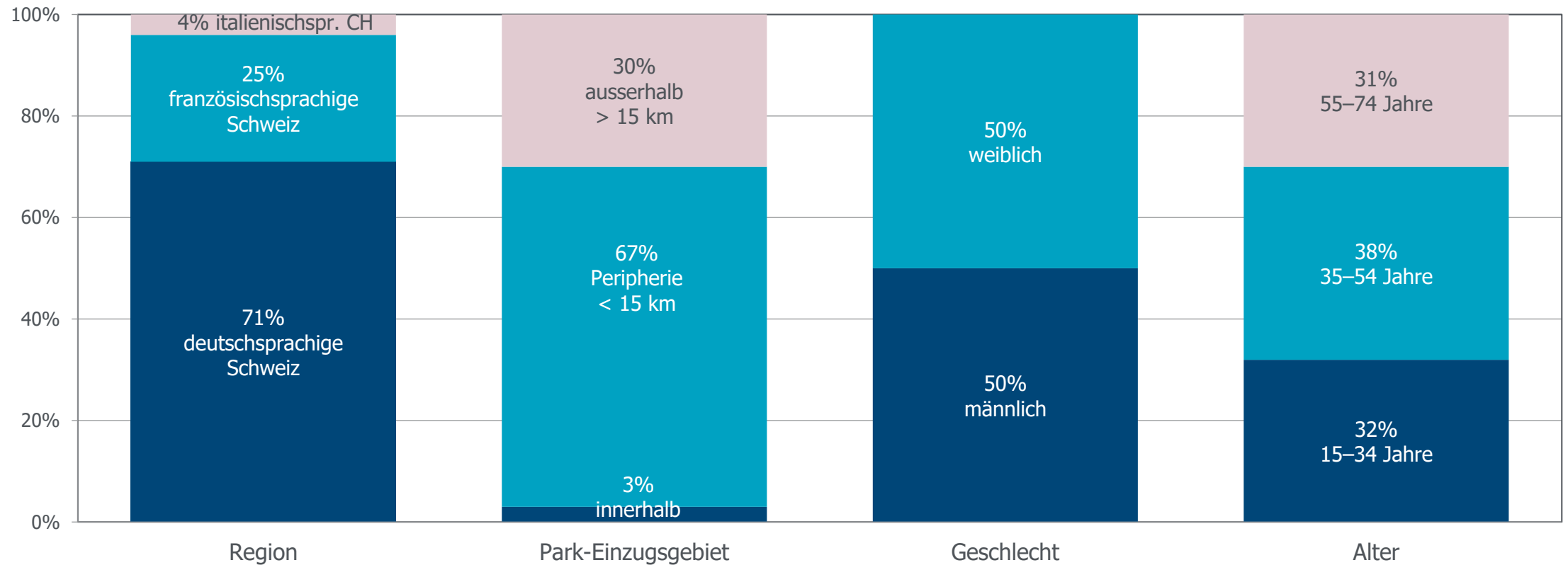
1. **Studiendesign und statistische Struktur der Befragten**
2. **Kommunikationsmassnahmen**
3. **Kampagne «Kleine Weltwunder»**
4. **Bekanntheit, Image und Aufenthalt**
5. **Zertifizierte Parkprodukte**

Studiendesign

Auftraggeber	Metzger Rottmann Bürge Partner AG, Sebastian Lorez
Zielsetzung	Zwölfte Messung (seit 2011) um die Wirkung der Kommunikationsmassnahmen hinsichtlich der gesetzten Ziele zu messen. Zusätzliche Messung zu Bekanntheit des Logos «Schweizer Pärke»
Grundgesamtheit	Sprachassimierte, internetnutzende Schweizer Wohnbevölkerung im Alter von 15 bis 74 Jahren
Methode	Computergestützte Online-Interviews (CAWI), Teil der Mehrthemenbefragung «Quick Survey»
Adressquelle	Online-Panel DemoSCOPE Community
Auswahlrahmen	Zufallsstichprobe mit Quotensteuerung für Sprachregion, Alter und Geschlecht
Stichprobengrösse	n = 1'168 (Messgenauigkeit bei max. +/- 2.9% bei 95% Sicherheit)
Befragungszeitraum	23. Juni bis 4. Juli 2022



Statistische Struktur der Befragten (gewichtet)



Basis: 1'168 Befragte

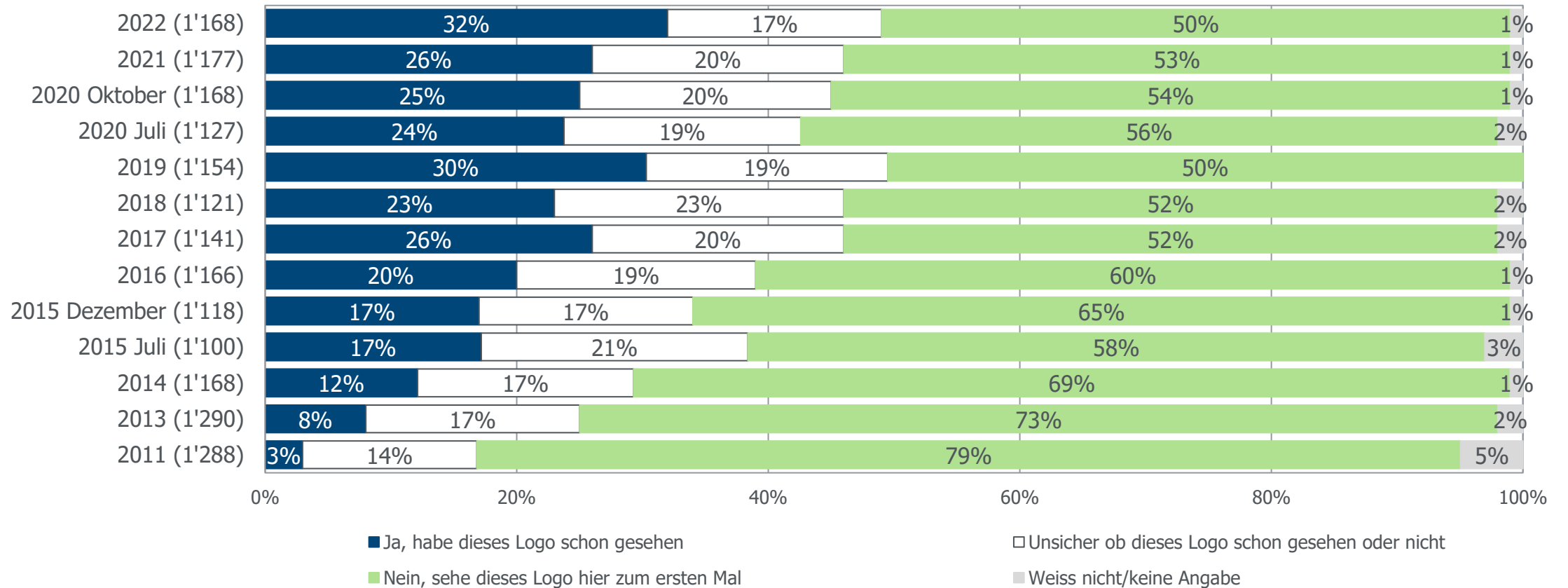
Inhalt



1. **Studiendesign und statistische Struktur der Befragten**
2. **Kommunikationsmassnahmen**
3. **Kampagne «Kleine Weltwunder»**
4. **Bekanntheit, Image und Aufenthalt**
5. **Zertifizierte Parkprodukte**

Bekanntheit Logo «Schweizer Pärke»

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

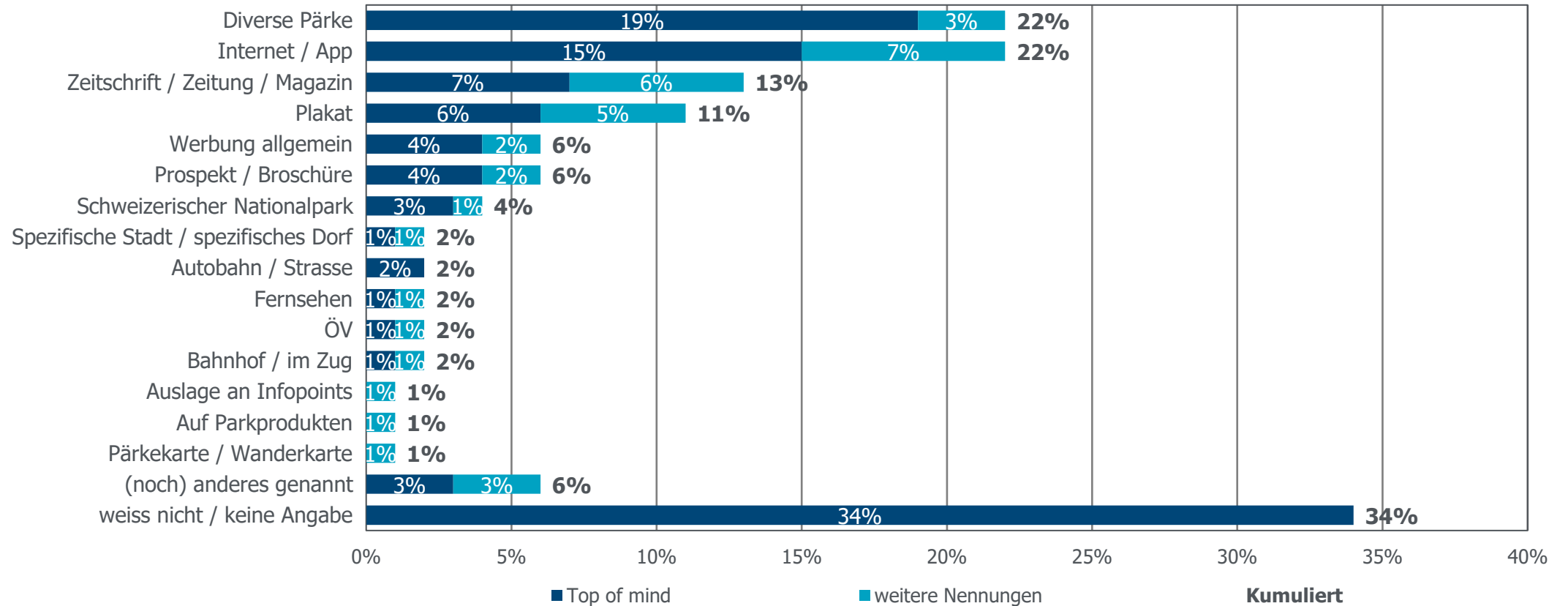


Basis: Zahlen in Klammern

Wahrnehmung Logo «Schweizer Pärke»

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

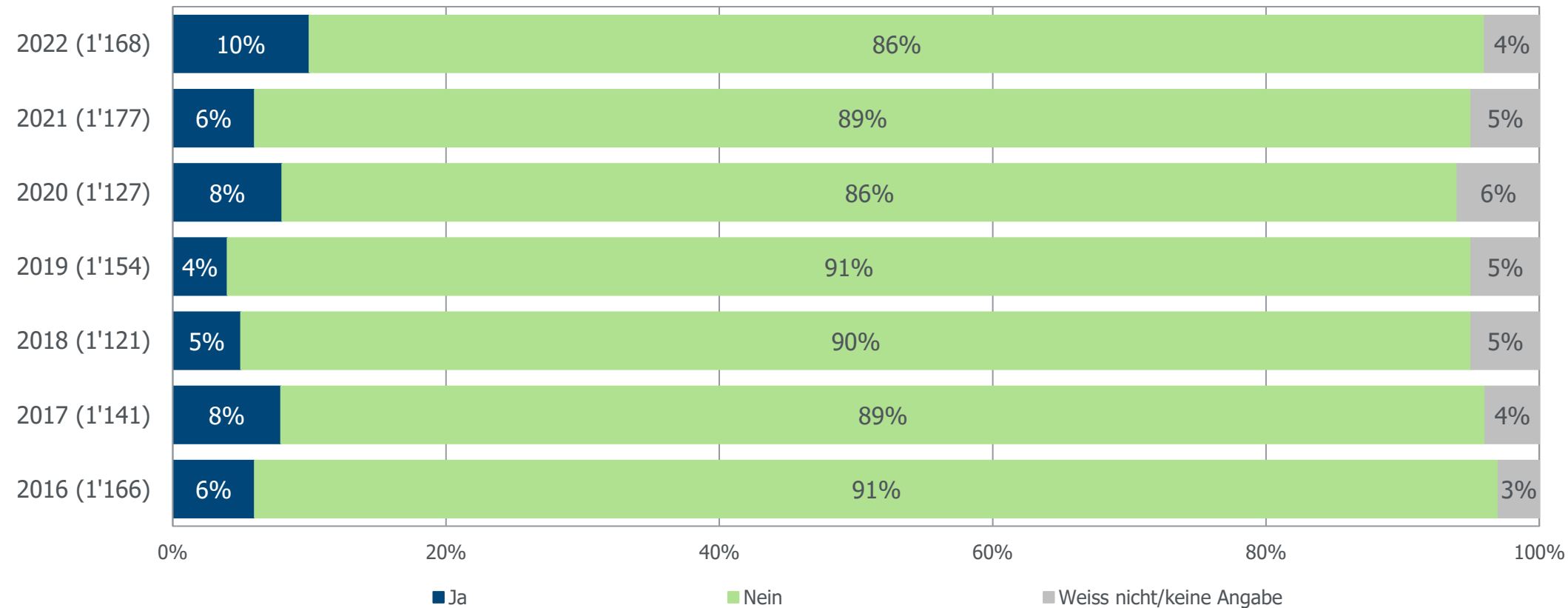
Filter: Wenn Logo Schweizer Pärke schon gesehen



Basis: 371 Befragte

Quasi-spontane Bekanntheit Slogan «Schweizer Pärke»

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

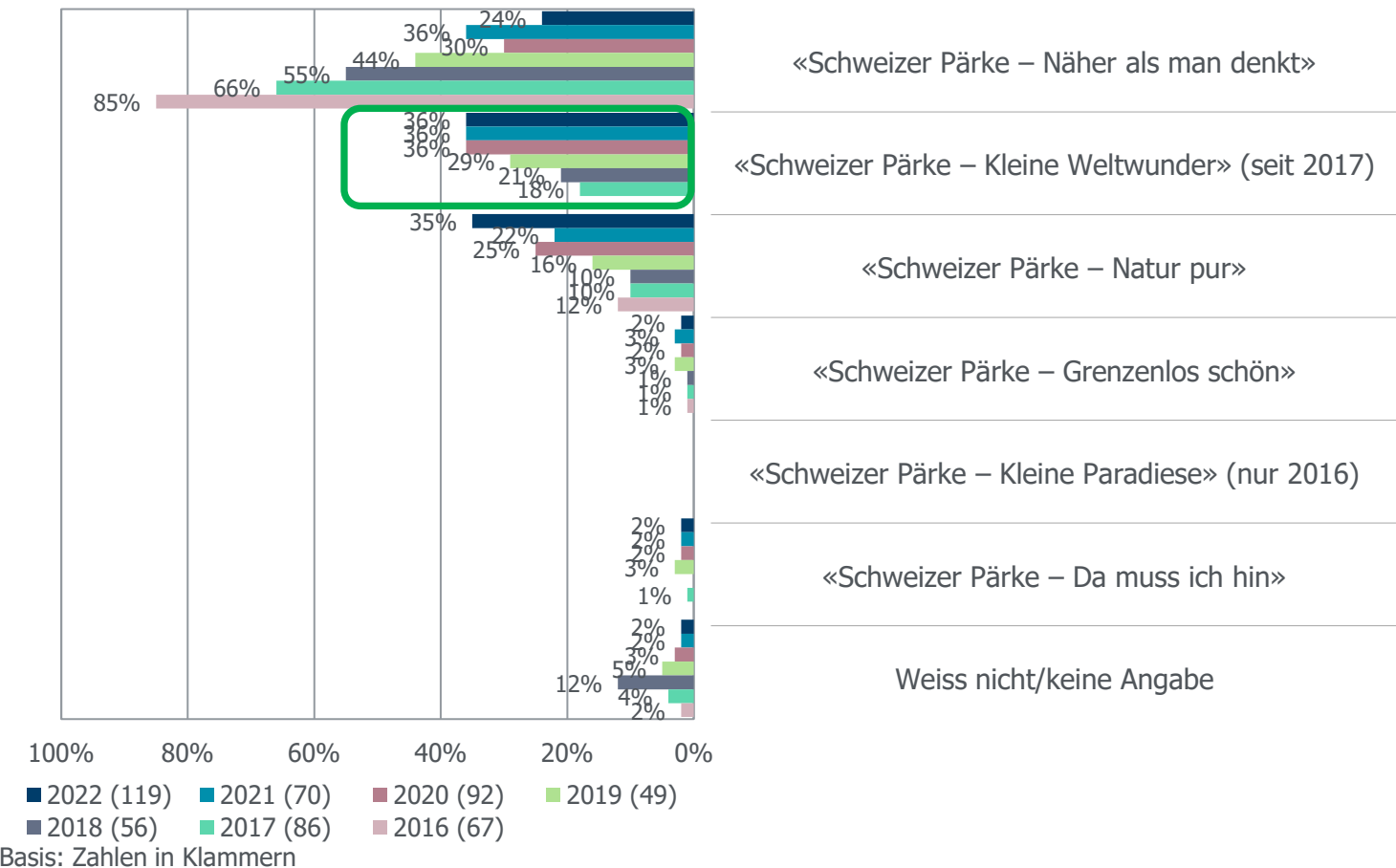


Basis: Zahlen in Klammern

Gestützte Bekanntheit Slogan «Schweizer Pärke»

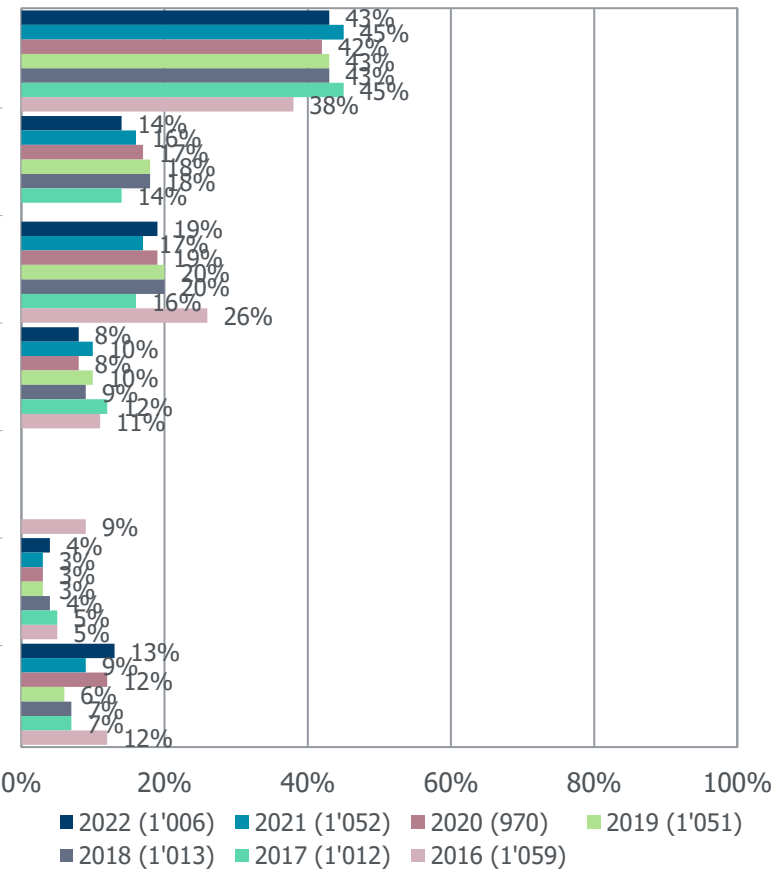
Q04: Sie kennen den Slogan, mit dem die Schweizer Pärke werben. Bitte wählen Sie den richtigen Slogan aus.

Filter: Wenn Slogan bekannt



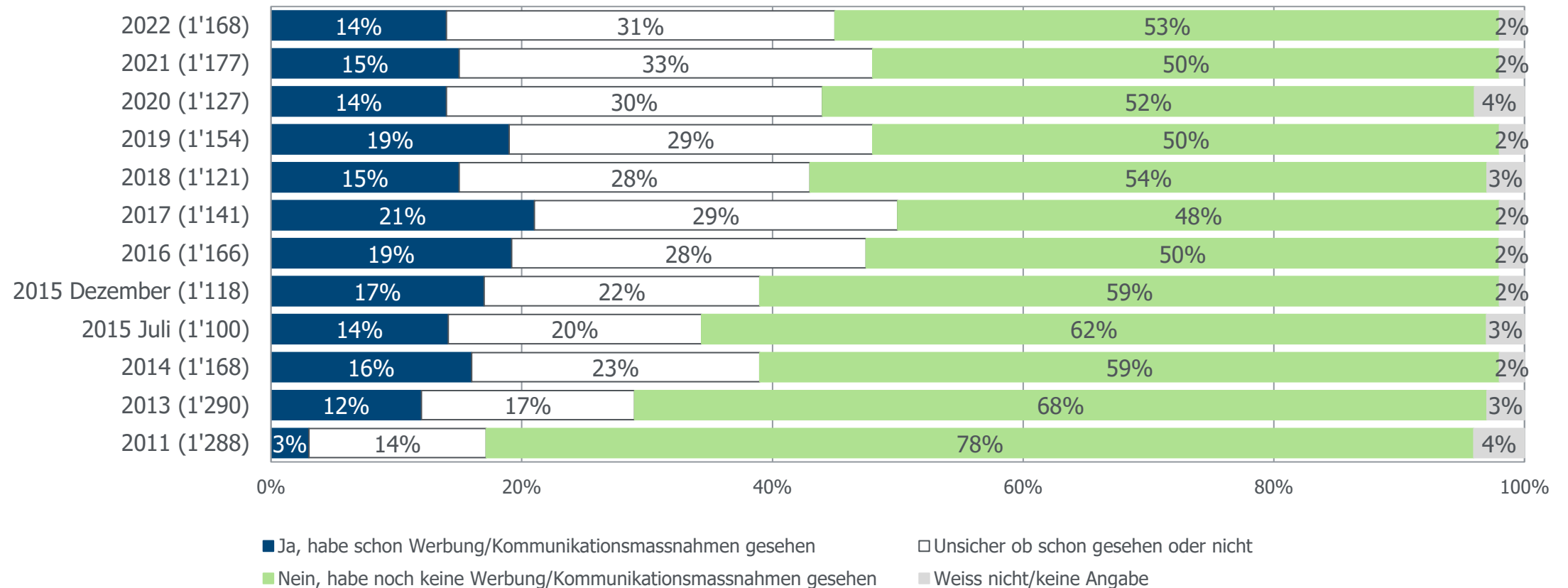
Q04: Sie kennen den Slogan nicht, mit dem die Schweizer Pärke werben. Mit welchem der nachfolgenden Slogans könnte dieses Jahr für die Schweizer Pärke Werbung gemacht werden?

Filter: Wenn Slogan nicht bekannt



Allgemeine Wahrnehmung von Werbung für «Schweizer Pärke»

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



Basis: Zahlen in Klammern

Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Beiträge über Pärke in Zeitungen und Zeitschriften

Von Park zu Park stromern

AUSFLUGSTIPP. Mit dem E-Bike auf der Route Verte von Schaffhausen bis Genf: durch die reizvollen Landschaften des Juraobgens und sechs Naturparks. Wir sagen, wo es sich lohnt, einen Stopp einzulegen.

TEXT: JULIA HOFER | ILLUSTRATIONEN: ANNE SEISER UND ANDREA KLAISER



Sihlwald bleibt Naturerlebnispark

Label Der Naturwald Sihlwald erhält für weitere zehn Jahre das nationale Label «Naturerlebnispark». Der Wildnispark Zürich Sihlwald ist schweizweit der erste und bisher einzige Park dieser Art. Das Bundesamt für Umwelt verlieh der Stiftung das Label gestern.

Ein Naturerlebnispark bietet Tieren und Pflanzen in Stadtnähe ungestörte Lebensräume und den Besuchenden die Möglichkeit, eine intakte Natur zu erleben, schreibt die Stiftung Wildnispark Zürich in einer Mitteilung. Dadurch, dass der Park mitten im Ballungsraum Zürich liegt, ist er für rund zwei Millionen Menschen gut zu erreichen.

Ein Naturerlebnispark besteht immer aus zwei Zonen: In der

g rund um das Jura-park-Dorf Herzach kombiniert Genuss. Das Picknick wurde am Vortrag be-
netzt.
führt ins Dorf des ehemaligen Bergwerks, nach
Aarau und Frick her gut erreichbar ist. Angekom-
men, heisst es: Auf zum «Genuss vo dore! Beim Beck
wird das vorbereitete Picknick abgeholt. Eine Fla-
schkenskopeck und Dörbieren – alles zertifizierte

Natura Aargau das Wegenstetter «Trotte-
huus», ein ehemaliges Gast- und Bauern-

«Die Fledermäuse sind ein
Schatz. Darauf können die
Bewohner des Wegenstettertals
stolz sein.»

ANNA HOYER PROJEKTLITERIN JURAPARK AARGAU

Naturpark Thal zählt auf seine Gastronomen

Zwischen Aedermannsdorf
und Welschenrohr/SO
verstärken Gastronomen
ihre Zusammenarbeit
mit der lokalen Wirtschaft.

Seit Jahren geht der solothurni-
sche Naturpark Thal Partner-
schaften mit ausgewählten Res-
taurants ein. Nun wurde die Ver-
einbarung zwischen den Partnern
überarbeitet und neu aufgestellt.
In Zukunft verpflichten sich die
Gastronomen, bei mehreren Klein-
unternehmen aus dem Naturpark
Produkte für Eigenkreationen zu

dem fördern man Austausch und
Verzierung unter den Gastro-
nomiebetrieben, heisst es in ei-
ner Medienmitteilung des Natur-
parks Thal.

Die Neuerung blieb nicht ohne
Folgen: Zwei Gastronome haben
die Partnerschaft beendet, drei
sind neu dazugekommen. Im
westlichen Teil des Naturparks
zählt neben dem Bergdorf Mont-
pelon neu auch das Restaurant
Oberdörler zu den Gastpart-
nern. Schon länger dabei sind die
Restaurants Krone in Laupers-
dorf, Eintracht in Balsthal sowie
der Landgasthof Ochsen und das
Berggasthaus Obere Wechten in



Die Spezialitäten des Jura-parks Aargau können auf einem «FoodTrail» entdeckt werden.

Eine Schnitzeljagd zum Geniessen

Die Fricktaler Chiesi-Landschaft kann neu auf einer genussvollen
Schnitzeljagd entdeckt werden. Wir haben den «FoodTrail» im Jura-park Aargau entlang
von Kirschbäumen und kulinarischen Zwischenstopps für Sie getestet.
deshalb hier. w

dem Bike den Naturpark Gantrisch entdecken

Im «Panorama Bike» führt von Bas über den Gantrischpass bis nach Schwarzen und bietet dabei viel Fährnisse ein herrliches Panorama. Von der malerisch gelegenen
Bau geht es nach einem Abstecher zum Dilligen und der Schenke Dilligen in Längenbühl hoch in Richtung Gantrischpass in die urtümliche Vorparklandschaft
über. Oben auf dem Gantrischpass und die Gipfel der Gantrischkette zum Greifen nah. Ausstrahlende Engländer führen weiter in die Freiburger Vorparks zum Schwarzen.



Im Schwarzen inmitten der Bergkette.



Ausstrahlende Mountainbike-Tour durch den Naturpark Gantrisch, Obere Mühle

nt sich, sich Zeit zu nehmen und einen Route». Mit relativ wenigen Höhenmetern, welche
m Absteiger nach Längenbühl zu machen: zwischen 1470 und 1600 m. ü.M. misstig steil auf- und
Beuch der ersten Schenke der Schweiz abwärts führen, wird die Route ihrem Namen Panora-
: Gäste alles über die Verarbeitung von Ge-
weg mehr als gerecht. Zudem beinhalten diese Route
wegens zum grössten Teil sind
oder Kienwege, aber auch an-
über rockenklare Singeltrails



Wandern im Natur
Natur pur, es gelten



DER NATIONALPARK-PANORAMAWEG

Bergseen, Schluch
Chamanna Cluo

Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Prospekte und Flyer von einzelnen Pärken



Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Pärke-Angebote bei PostAuto (z.B. auf der Website und Newsletter)

PostAuto

Schweizer Pärke

Entdecken Sie kleine Weltwunder!

Entdecken Sie mit dem Postauto, mit dem Velo oder zu Fuss die Schönheit der Schweizer National-, Natur- und Naturerlebnisparks. Wir haben für Sie einige Highlights ausgesucht. PostAuto ist Transportpartner des Netzwerkes Schweizer Pärke. Weitere Informationen finden Sie unter: www.paeke.ch

© Foto: PostAuto AG, Netzwerk Schweizer Pärke, BAFU, Schweiz Tourismus

Naturparkerlebnisse mit PostAuto

Im Postauto reisen Sie ebenso bequem wie aussichtsreich zu den Schweizer Naturparks. Für die kommende Ausflugsaison haben wir acht Tipps aus verschiedener Regionen zusammengestellt. Auf geht's! Weitere Informationen zu den Ausflügen und Wanderungen finden Sie unter: postauto.ch/ausflugstipps

In Zusammenarbeit mit:

Jetzt Gutschein bestellen unter postauto.ch/paerke

50% Rabatt

Fahrplan ausgebaut

Naturpark Thal

Mit PostAuto in die Schweizer Pärke

Bis zu 50% Rabatt

Naturpark Reventin (GR)
Wintertour im Schanberg (GR) auf einer gelassenen Holzgasse erleben Sie das Unterholz der Edelweiss-Lärchen-Pflanzung. Profitieren Sie von 50% Rabatt auf einen Einzelfahrt. Finden Sie im Juli und im August jeden Donnerstag um 15.00 Uhr mit Start ab Wengenstrasse. Anmeldung erforderlich bis spätestens 17.00 Uhr. Gültig bis 31. August 2022.
CHF 15.00 (statt CHF 30.00)

Schweizerischer Nationalpark
Gefühls- und Naturerlebnis für Kinder und Erwachsene. Entdecken Sie die Natur des Nationalparks. Die Einzelfahrt umfasst einen ganztägigen Parkbesuch in den Nationalparks der Alpen. Fahrplan: 21. und 28. August sowie 4. und 11. November 2022. (nur ab Wengenstrasse)

Naturpark Thal

Mit dem NaturparkBus auf die 2. Jurakette

Der NaturparkBus fährt Sie vom 1. Mai bis zum 1. November jeweils an Sonn- und Feiertagen zum Wanderparadies im Herzen des Naturpark Thal.

Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Plakate «Kleine Weltwunder»



Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Website www.kleneweltwunder.ch



Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Website www.parks.swiss



PÄRKE ENTDECKEN

DIE VIELFÄLTIGEN ANGEBOTE DER SCHWEIZER PÄRKE

Pärke bieten den Besucherinnen und Besuchern echte Naturerlebnisse, faszinierende Geschichten, Kontakte zur Bevölkerung und den Genuss regionaler Spezialitäten.



Winteraktivitäten

Auch im Winter bieten Ihnen die Schweizer Pärke vielfältige Möglichkeiten. Überzeugen Sie sich selbst!

WINTERAKTIVITÄTEN



Sommeraktivitäten

Velofahren, wandern, staunen - entdecken Sie die Schweizer Pärke.

SOMMERAKTIVITÄTEN



Buchbare Angebote

Ferien-Packages, spannende Mehrtagesangebote, sowie geführte Exkursionen warten darauf, entdeckt zu werden.

BUCHBARE ANGEBOTE

Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Pärke-App für Smartphones

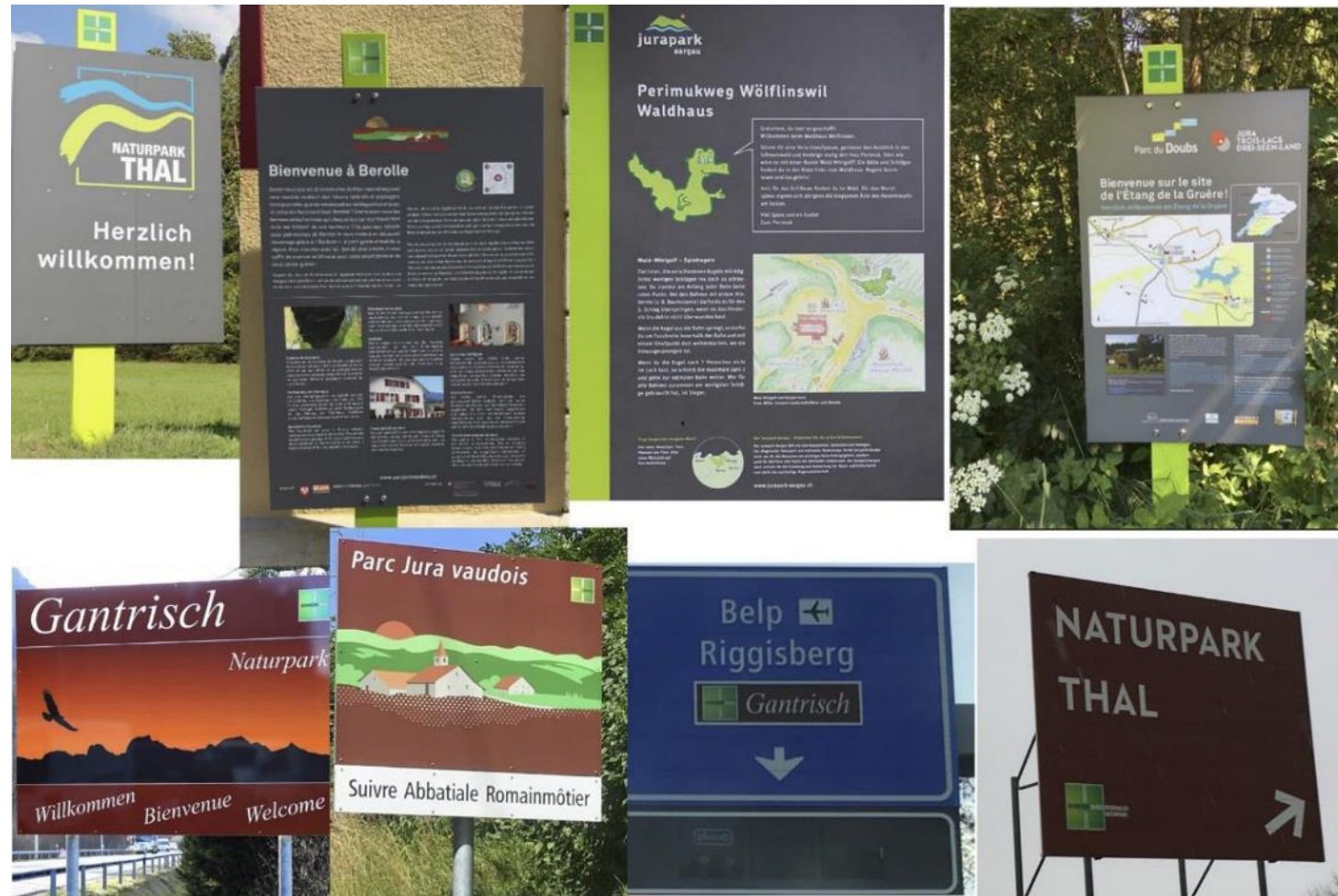


Informationskarte «Schweizer Pärke»



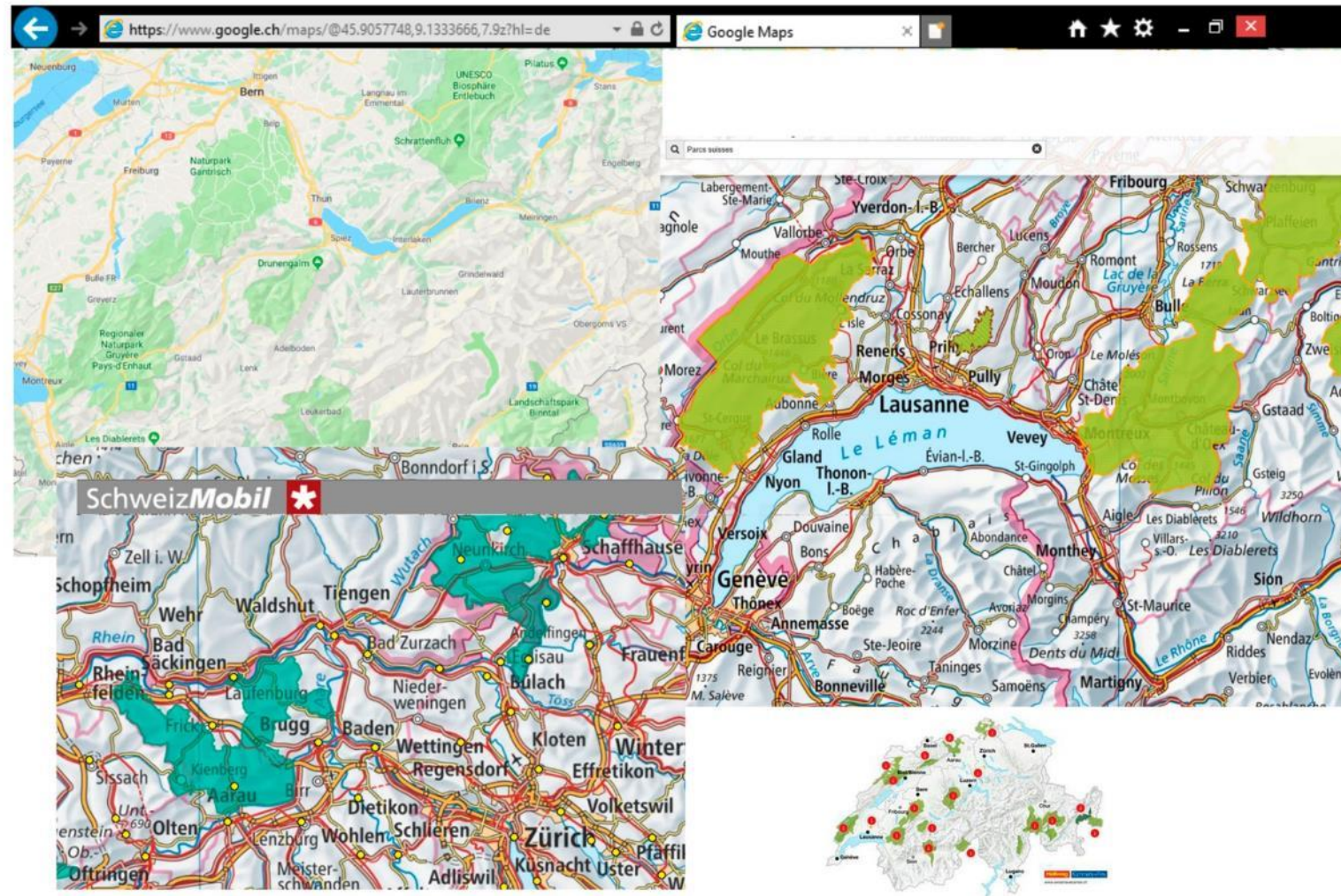
Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

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



Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Parkfläche auf digitalen Karten (Google-Maps, Schweiz Mobil etc.)



Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Jährlicher Pärke-Markt auf dem Bundesplatz in Bern



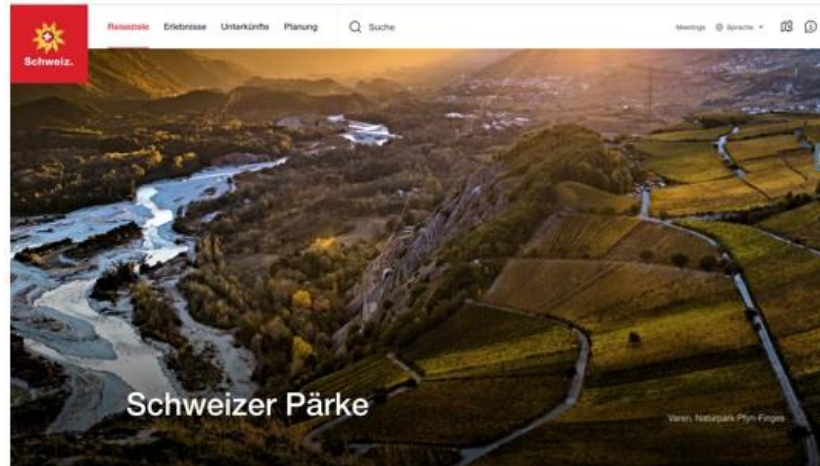
Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Pärke-Auftritt an Messen, z.B. Markt und Wettbewerb der Schweizer Regionalprodukte in Courtemelon, BEA, Salon des Goûts et Terroirs in Bulle, ...



Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Pärke bei Schweiz Tourismus (MySwitzerland.com)

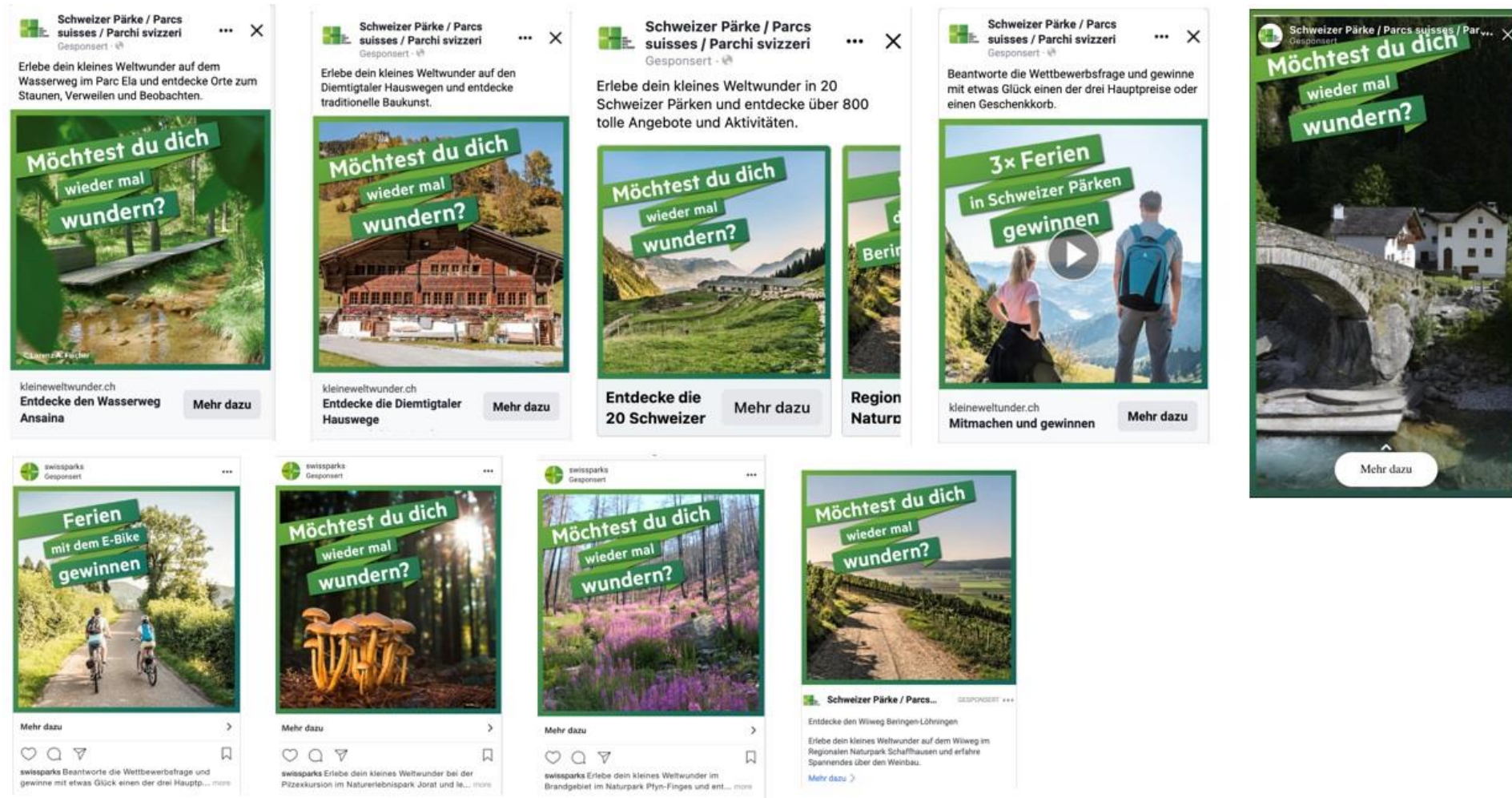


Biosfera Val Müstair



Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

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



Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Beiträge über Pärke und Parkprodukte in der Coop-Zeitung



TATEN
statt
WÖRTE

TAT NR. 107

Coop verbindet eine enge Partnerschaft mit dem **Naturpark Schweizer Pärke**. In den Supermärkten ist eine Vielzahl regionaler und lokal produzierter Spezialitäten aus den Pärken erhältlich. Durch diesen Verkauf unterstützt Coop die Pärke in der Erhaltung ihrer natürlichen Landschaften und stärkt die Regionalwirtschaft.

www.coop.ch/verpackt/107



Gärtnern für die Solothurner Vielfalt

Am 21. Mai 2022 findet zum dritten Mal der «Tag der guten Tat» statt. Schweizweit werden dabei Aktionen durchgeführt, die Gutes bewirken. So pflanzt etwa Patrick Zellweger zusammen mit Freiwilligen im **Naturpark Thal** einen nachhaltigen Schaugarten an.

TEXT: ANJA WEINGARTNER, FOTO: IVAN STEINER

9 Jahre sind Coop und «Schweizer Pärke» schon Partner.

200 Park-Produkte sind bereits in Coop-Läden erhältlich.

5231 Quadratkilometer umfasst die Fläche der Schweizer Pärke.

Kern der Sache

Gemäss dem Motto «No Food Waste» verarbeiten Partnerbetriebe des Naturparks Pfyn-Finges VS nicht nur Trauben, sondern auch deren Kerne.

TEXT: ANDREAS EUGSTER

Schon der Dichter Johann Wolfgang von Goethe (1749–1832) meinte: «Für Sorgen sorgt das liebe Leben. Und Sorgenbrecher sind die Lebewesen.» Weinbauern, Weinherstellerinnen und -liebhaber werden einig nicken. Doch lassen sich aus der Kulturpflanze nicht nur edle Tropfen keltern – Verwendung finden mittlerweile auch deren Kerne.

«Im Regionalen Naturpark Pfyn-Finges haben einige unserer Partnerunternehmen eine Wertschöpfungskette rund um die Traubenkerne aufgebaut. Mehrere Weingrobenbetriebe liefern eine lokale Bäckerei mit diesen. Das daraus gewonnene Traubenkernmehl wird wiederum zur Herstellung regionaler Backwaren und Kosmetikprodukte verwendet», erklärt

Andreas Götting (37), Fachbereichsleiter nachhaltige Regionalentwicklung im Naturpark. «Solche innovativen Engagements leisten wertvolle Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung in den Schweizer Pärken, die von Coop durch gemeinsame Projekte unterstützt werden.» Wer sich vor Ort von diesem Nachhaltigkeitsengagement überzeugen will, dem sei das Projekt Savarando des Naturparks Schweizer Pärke ans Herz gelegt – eine kulinarische Schatzsuche, die einen ins Innere der Naturparks führt. Dabei lösen interessante spannende Rätsel und entdecken Spezialitäten lokaler Produzenten (Bild). Das Projekt wird von Coop und dem Staatssekretariat für Wirtschaft Sekt unterstützt. »

www.savarando.ch



Die Vielfalt der Schweizer Pärke entdecken

17.05.2022 • Coop-Zeitung / Region Bern-Emmental-Freiburg

Über den Bundesplatz schlendern und dabei Spezialitäten aus der ganzen Schweiz geniessen – das ist am 6. Nationalen Pärke-Markt möglich. Er ist ein fester Programmpunkt in manch einer Agenda: Der Nationale Pärke-Markt auf dem Bundesplatz in Bern. Diesen Freitag, 20. Mai 2022, ist es wieder so weit. Die Schweizer Pärke präsentieren sich und ihre Regionalprodukte von 10 bis 19 Uhr an Ständen und gewähren einen Einblick in vielfältige Handwerkskunst und Traditionen. Heuer findet zudem auf dem Gelände erstmals eine kleine Ausführung der kulinarischen Schatzsuche Savarando statt. Auf spielerische Art und Weise lässt sich so die Vielfalt der Schweizer Pärke entdecken. Im grossen Stil gibt es Savarando in den folgenden Naturparks: Pfyn-Finges, Parc régional Chasseraud, Unesco Biosphäre Entlebuch, Biosfera Val



Auch Joe und Astrid Brändler bieten diesen Freitag und Samstag im Tägipark Wettingen ihre Produkte zur Degustation an.

Produkte aus dem Jurapark Aargau

28 Gemeinden umfasst das Gebiet des Juraparks Aargau. Der regionale Naturpark setzt sich gemeinsam mit den Parkbewohnern für den Erhalt der natürlichen und kulturellen Schätze und einen respektvollen Umgang damit ein. Zudem wird eine nachhaltige Entwicklung der regionalen Wirtschaft gefördert. Zu diesem Zweck arbeitet der Jurapark Aargau auch mit verschiedenen regionalen Produzenten zusammen. Am Freitag und Samstag, 26. und 27. April, jeweils von 10 bis 20 Uhr, bieten im Tägipark in Wettingen die Produzenten Metzgerei Schwyzerhüsi, Obstbau Brändler, Söhrenhof Bösen und der Ziegenhof Ehligen ihre Köstlichkeiten zur Degustation und zum Kauf an. So gibt es unter anderem Flösserswürste, Vollfruchtessige, Ziegenfrischkäse oder Sirups zum Probieren.

Weiter werden die edlen Tropfen von Besserstein Wein, Weinbau Peter Zimmermann, Weingut Büchli sowie der Weinbaugenossenschaft Schinznach und der Wiler Trotte zur Verkostung angeboten. Beim Sensorik-Wettbewerb können die Besucher ihren Geschmackssinn auf die Probe stellen. An beiden Tagen sind alle Jurapark-Produkte mit 20 Prozent Rabatt erhältlich.

KCN



Krokusse auf dem Gurnigel

Im April bedeckt ein Meer von Krokussen die Wiesen auf dem Gurnigel BE. Der Höhenzug im Naturpark Gantersch war und ist ein beliebter Aussichtspunkt – unter anderem mit tollem Blick auf den Gantersch.

TEXT: THOMAS COMPAGNON, FOTO: ANDREAS GERHARD

Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Bannerwerbung auf Newsplattformen oder im Internet

Abmelden Login

JEDER BEKOMMT SEIN PÄRKE. DER PÄRKE, DER DAS SCHÖNE LÄNDLEIN MIT DER GANZEN Sommer- und Herbstsaison göltig, erschliesst die einmalige Jungfrau-Region im Berner Oberland. Damit man sich ein attraktives Programm zusammenstellen kann, bieten die Jungfrau-Region die «Must see Tour» an mit 16 Top-Highlights. Darunter findet sich unter anderem die Schynige Platte.

ADVERTISEMENT



Für die Vielfalt der Kulinarik

Während der Bahnfahrt zeigt sich die Natur in ihrer ganzen Pracht: kühle Wälder und saftige Alpweiden, steile Blumenwiesen und immer wieder grandiose Ausblicke auf Thuner- und Brienzensee. An der Bergstation geben wir uns der Aussicht hin: Auf der einen Seite die Region Interlaken mit den Seen, auf der anderen, weit unten, das Lütischental, vom gigantischen Drei-

Ausflugstipp
des Tages:



Begib dich auf eine
faszinierende Erlebnisreise

Ausflugstipp
des Tages:



Entdecke jetzt
19 Schweizer Pärke

Für die Vielfalt der Kultur
pflegen wir
die kleinen Weltwunder
in den 19 Schweizer Pärken.



Für die Vielfalt der Kultur
pflegen wir



die kleinen Weltwunder
in den 19 Schweizer Pärken.



19 Schweizer Pärke



Jetzt entdecken

Ausflugstipp
des Tages:



Reise zu den Wurzeln magischer
Sagen und Geschichten

Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Briefmarken Schweizer Pärke



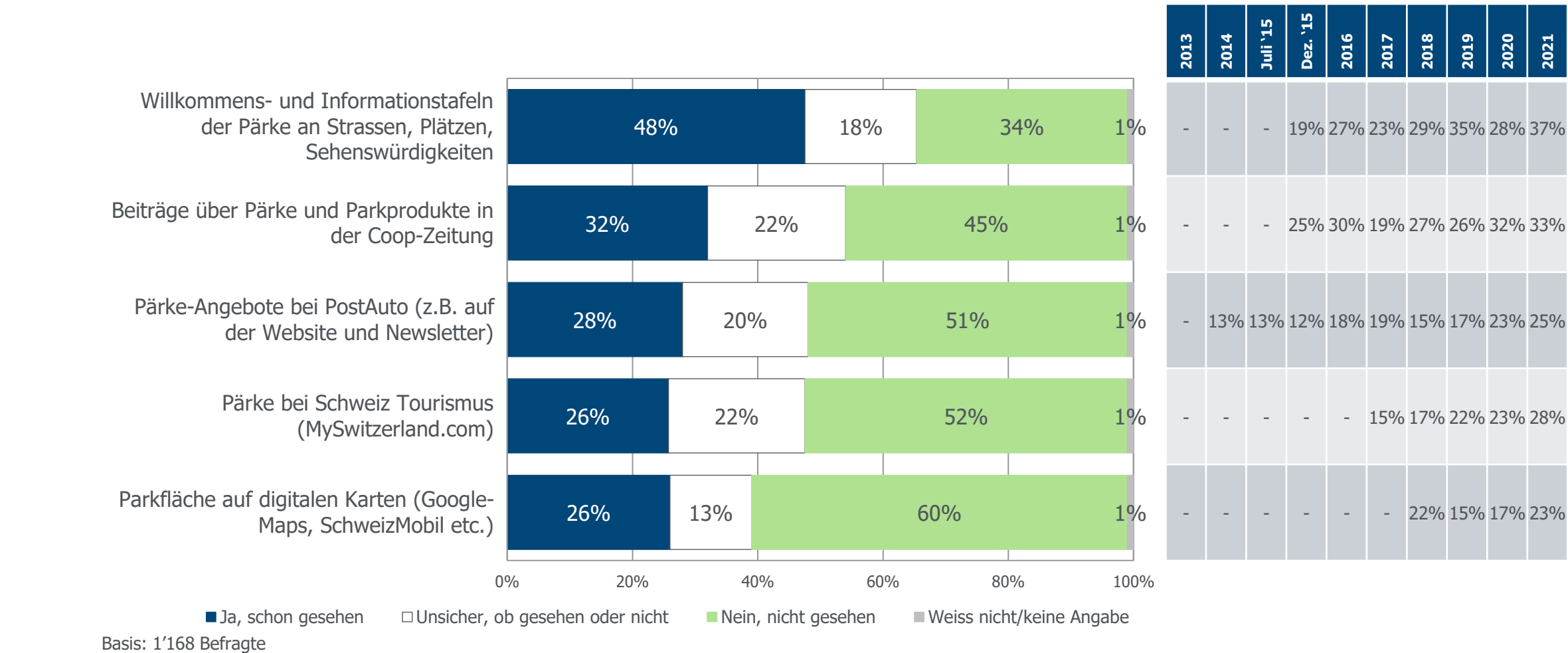
Kommunikationsmassnahmen für «Schweizer Pärke»

Werbung in den Berner Bussen und Trams zum Pärke-Markt (Visuals in der Keynote)



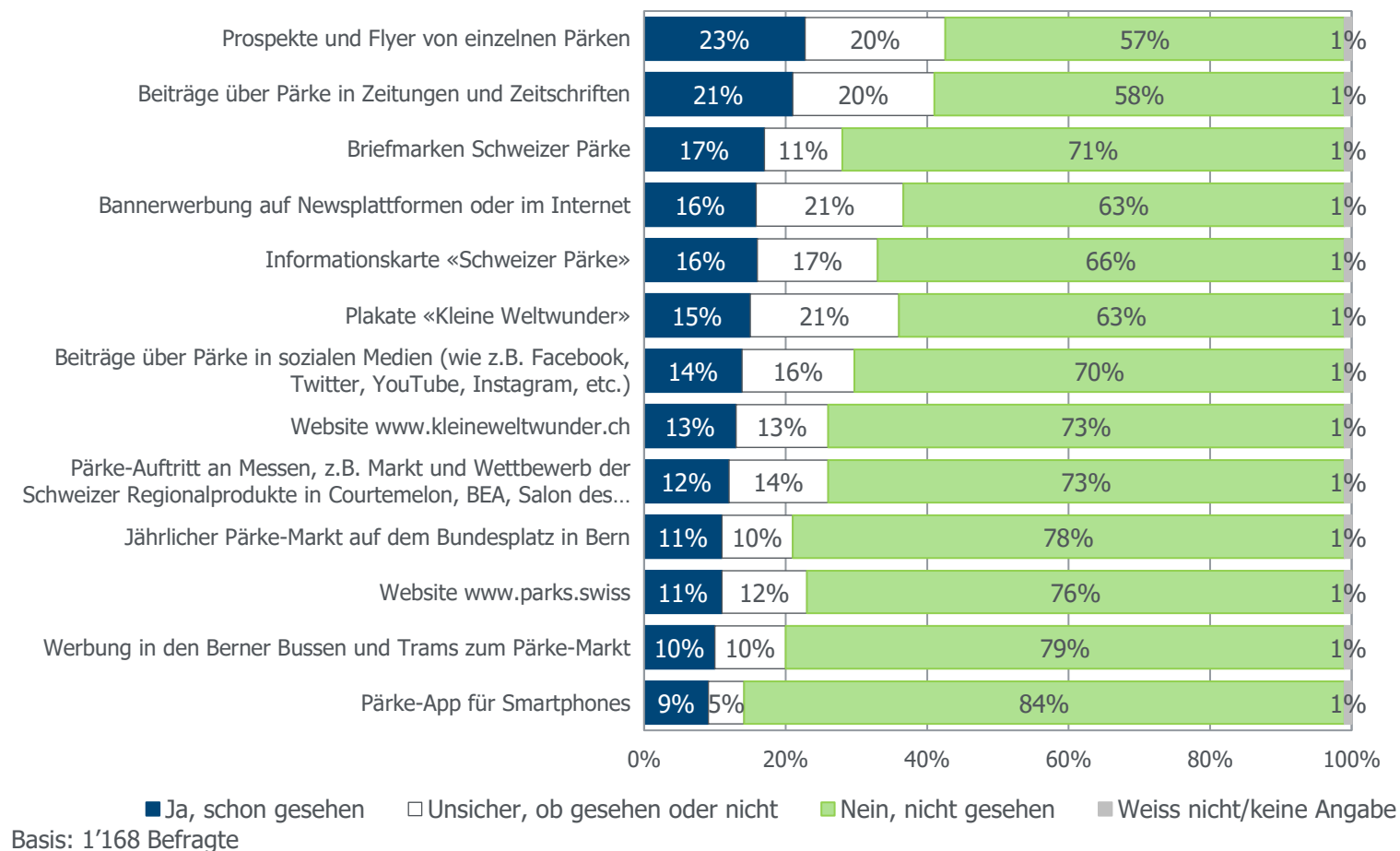
Spezifische Wahrnehmung von Werbung für «Schweizer Pärke» – Top 5

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



Spezifische Wahrnehmung von Werbung für «Schweizer Pärke» – weitere

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



2013	2014	Juli '15	Dez. '15	2016	2017	2018	2019	2020	2021
9%	15%	12%	13%	19%	21%	16%	18%	17%	20%
-	24%	14%	16%	19%	18%	21%	14%	15%	17%
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	12%	15%
7%	11%	10%	13%	14%	11%	11%	14%	16%	14%
-	-	-	-	-	-	-	-	14%	15%
-	-	-	-	5%	7%	6%	9%	12%	13%
-	-	-	-	-	6%	4%	4%	11%	7%
-	-	-	-	-	-	6%	9%	9%	7%
-	-	3%	4%	4%	3%	4%	4%	9%	7%
4%	6%	5%	8%	8%	5%	5%	9%	12%	7%
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3%	3%	6%	9%	8%	6%	4%	3%	5%	5%

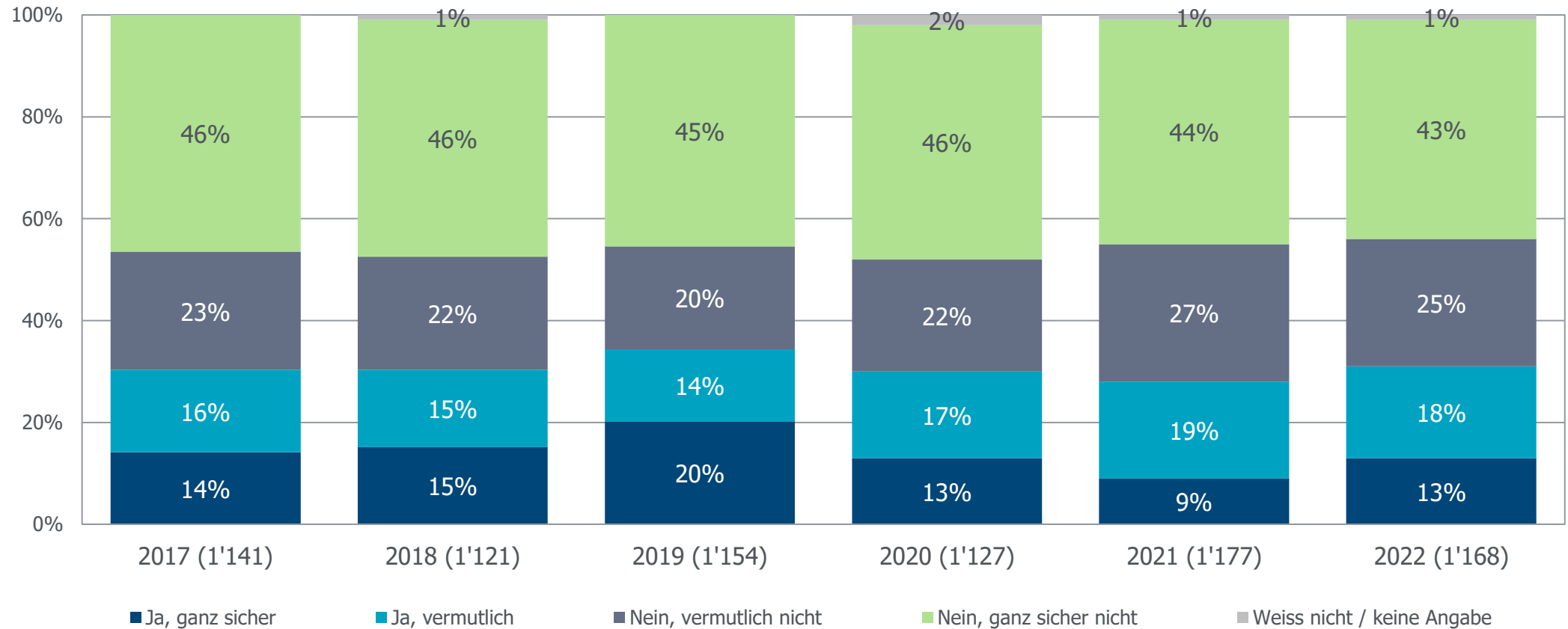
Inhalt



1. **Studiendesign und statistische Struktur der Befragten**
2. **Kommunikationsmassnahmen**
3. **Kampagne «Kleine Weltwunder»**
4. **Bekanntheit, Image und Aufenthalt**
5. **Zertifizierte Parkprodukte**

Kampagne – Wahrnehmung und Wahrnehmungshäufigkeit

Q07: Haben Sie diesen TV-Spot zur aktuellen Kampagne für Schweizer Pärke bereits schon mal gesehen?



Basis: Zahlen in Klammern

Kampagne – Aussage und Wissensvermittlung

Q08: Was sind Ihrer Meinung nach die Schweizer Pärke? Bitte beschreiben Sie mit eigenen Worten in 2 bis 3 Sätzen, was Sie unter einem Schweizer Park verstehen.

«In erster Linie verbinde ich ein Park mit Natur, das heisst Pflanzenwelt, Tierwelt und Naturphänomene, die man bewundern, geniessen, entdecken kann. Jedoch kann ein Schweizer Park auch einen historischen, kulturellen oder technischen Wert haben, jedoch steht bei diesen Parks dann das Thema Erholung weniger im Zentrum als bei einem "Naturpark".»

«Gegenden, die speziell geschützt sind, touristisch genutzt werden, etwas Spezielles zu bieten haben.»

«Wichtige Natur- und Kulturdenkmäler»

«Grünfläche mit vielen verschiedenen Blumen, ein Wasserspiel und diverse Bänke.»

«De merveilleux endroits où la faune, la biodiversité et la nature sont protégés et conservés. A l'abri des dégradations. Nécessaire à la vie pour nous ressourcer dans le calme et la sérénité.»

«Eine Fläche (meistens in Städten) mit Rasen, Bäumen und Blumen, welcher in der Schweiz liegt. Bei dem auch Wert auf Sauberkeit und Sicherheit gelegt wird.»

**«Natur pur,
Tradition,
Innovation.»**

«Natura, Preservazione.»

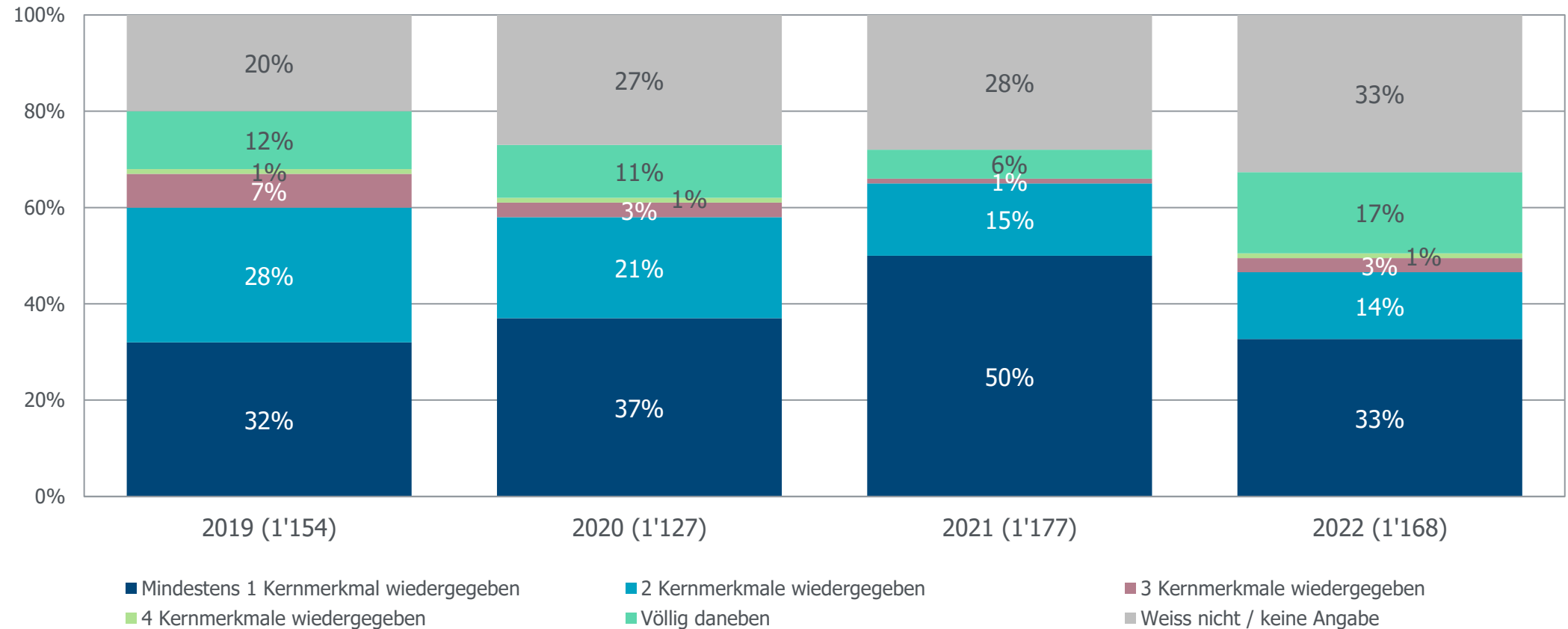
«Unterschiedliche Pärke, die alle auf Naturschutz aber auch öffentliche Kommunikation und Umweltbildung ausgelegt sind. In den Parks erwarte ich eine gewisse Infrastruktur (Wanderwege, Routen, Ausschilderung) damit man sich darin bewegen kann.»



Basis: 1'168 Befragte

Kampagne – Aussage und Wissensvermittlung

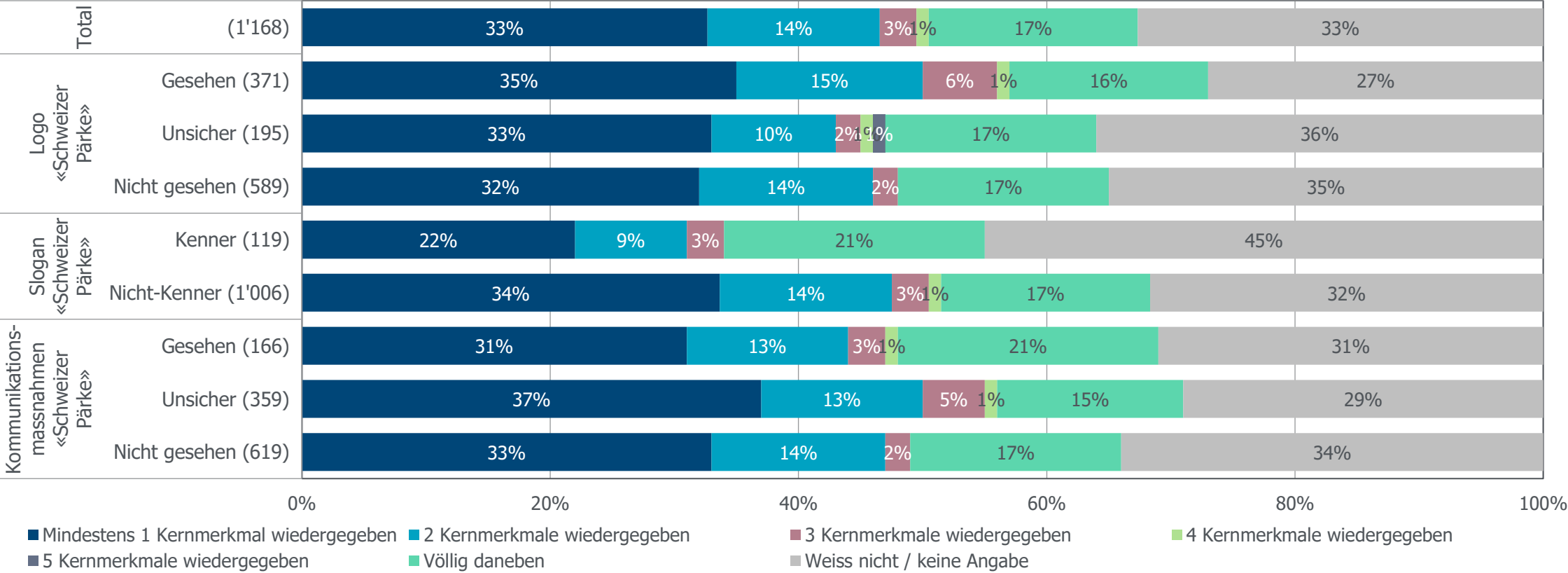
Q08: Was sind Ihrer Meinung nach die Schweizer Pärke? Bitte beschreiben Sie mit eigenen Worten in 2 bis 3 Sätzen, was Sie unter einem Schweizer Park verstehen.



Basis: Zahlen in Klammern

Kampagne – Aussage und Wissensvermittlung

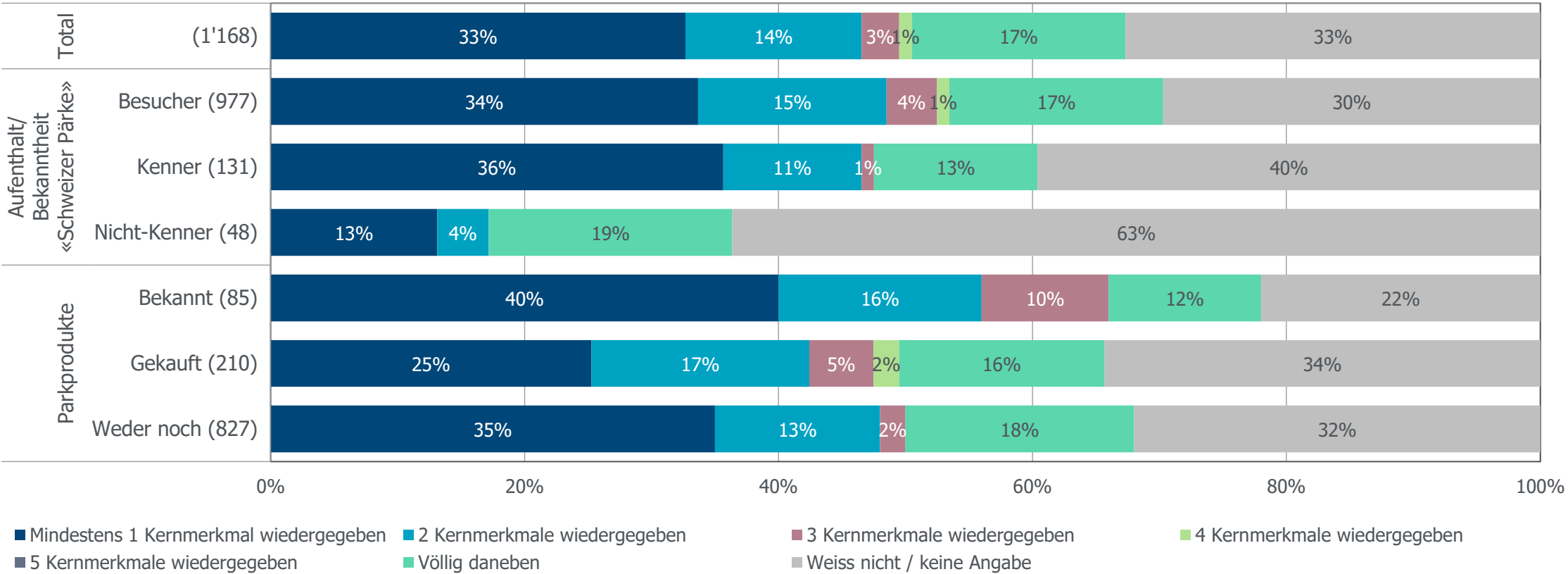
Q08: Was sind Ihrer Meinung nach die Schweizer Pärke? Bitte beschreiben Sie mit eigenen Worten in 2 bis 3 Sätzen, was Sie unter einem Schweizer Park verstehen.



Basis: Zahlen in Klammern / Gruppiert nach Anzahl Kernmerkmale, welche in der Antwort genannt wurden

Kampagne – Aussage und Wissensvermittlung

Q08: Was sind Ihrer Meinung nach die Schweizer Pärke? Bitte beschreiben Sie mit eigenen Worten in 2 bis 3 Sätzen, was Sie unter einem Schweizer Park verstehen.

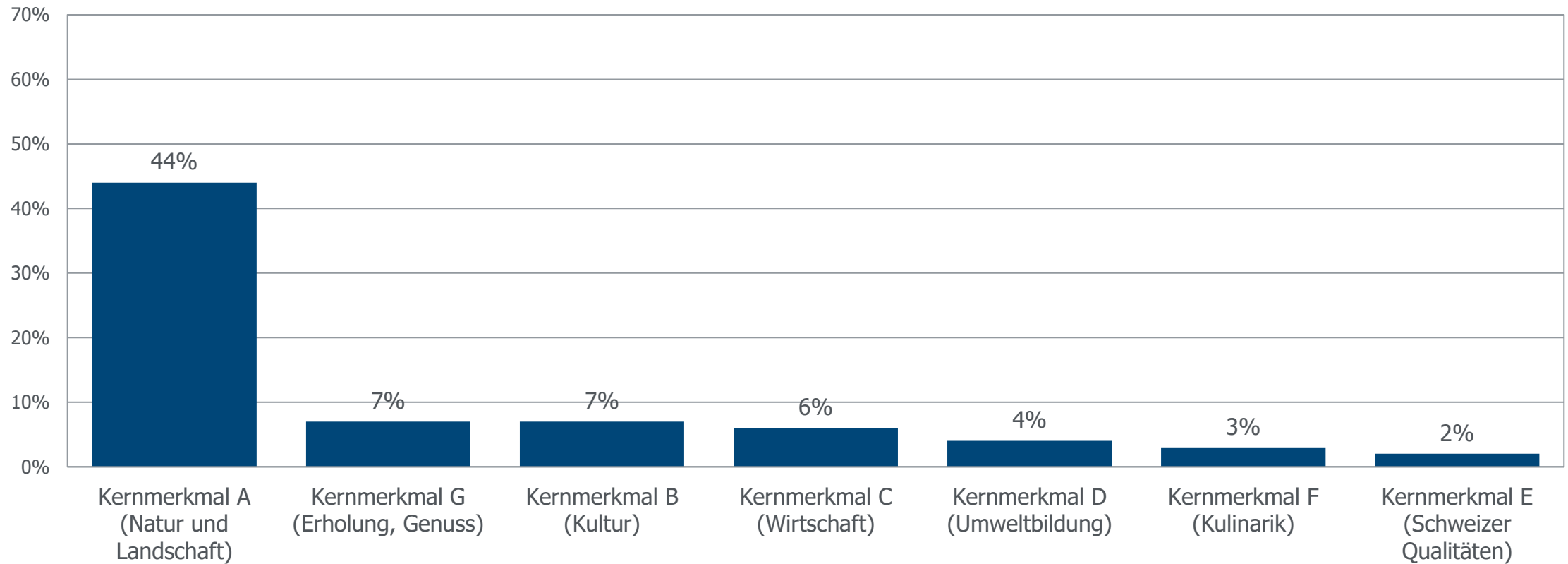


Basis: Zahlen in Klammern / Gruppiert nach Anzahl Kernmerkmale, welche in der Antwort genannt wurden

Kampagne – Aussage und Wissensvermittlung

Q08: Was sind Ihrer Meinung nach die Schweizer Pärke? Bitte beschreiben Sie mit eigenen Worten in 2 bis 3 Sätzen, was Sie unter einem Schweizer Park verstehen.

Häufigkeit der genannten Kernmerkmale



Basis: 1'168 Befragte

Kampagne – Aussage und Wissensvermittlung

Q08: Was sind Ihrer Meinung nach die Schweizer Pärke? Bitte beschreiben Sie mit eigenen Worten in 2 bis 3 Sätzen, was Sie unter einem Schweizer Park verstehen.

	Total (1'168)	Logo «Schweizer Pärke»			Slogan «Schweizer Pärke»		Kommunikationsmassnahmen «Schweizer Pärke»		
		Gesehen (371)	Unsicher (195)	Nicht gesehen (589)	Kenner (119)	Nicht-Kenner (1'006)	Gesehen (166)	Unsicher (359)	Nicht gesehen (619)
Kernmerkmal A (Natur und Landschaft)	44%	50%	39%	42%	26%	45%	42%	49%	43%
Kernmerkmal B (Kultur)	7%	10%	6%	4%	8%	6%	8%	9%	5%
Kernmerkmal C (Wirtschaft)	6%	11%	8%	2%	5%	6%	8%	8%	4%
Kernmerkmal D (Umweltbildung)	4%	4%	5%	4%	2%	4%	2%	4%	5%
Kernmerkmal E (Schweizer Qualitäten)	2%	1%	2%	2%	1%	2%	2%	2%	2%
Kernmerkmal F (Kulinarik)	3%	4%	3%	2%	2%	3%	4%	4%	1%
Kernmerkmal G (Erholung, Genuss)	7%	6%	6%	8%	5%	7%	7%	7%	8%
Weiss nicht / keine Angabe	33%	27%	36%	35%	45%	32%	31%	29%	34%

Basis: Zahlen in Klammern

Kampagne – Aussage und Wissensvermittlung

Q08: Was sind Ihrer Meinung nach die Schweizer Pärke? Bitte beschreiben Sie mit eigenen Worten in 2 bis 3 Sätzen, was Sie unter einem Schweizer Park verstehen.

	Total (1'168)	Aufenthalt/ Bekanntheit «Schweizer Pärke»			Parkprodukte		
		Besucher (977)	Kenner (131)	Nicht-Kenner (48)	Bekannt (85)	Gekauft (210)	Weder noch (827)
Kernmerkmal A (Natur und Landschaft)	44%	46%	42%	18%	56%	40%	45%
Kernmerkmal B (Kultur)	7%	7%	4%	-%	14%	9%	5%
Kernmerkmal C (Wirtschaft)	6%	7%	2%	2%	18%	11%	3%
Kernmerkmal D (Umweltbildung)	4%	5%	3%	-%	4%	7%	4%
Kernmerkmal E (Schweizer Qualitäten)	2%	2%	2%	-%	3%	1%	2%
Kernmerkmal F (Kulinarik)	3%	3%	1%	-%	4%	7%	2%
Kernmerkmal G (Erholung, Genuss)	7%	8%	5%	2%	4%	9%	8%
Weiss nicht / keine Angabe	33%	30%	40%	63%	22%	34%	32%

Basis: Zahlen in Klammern

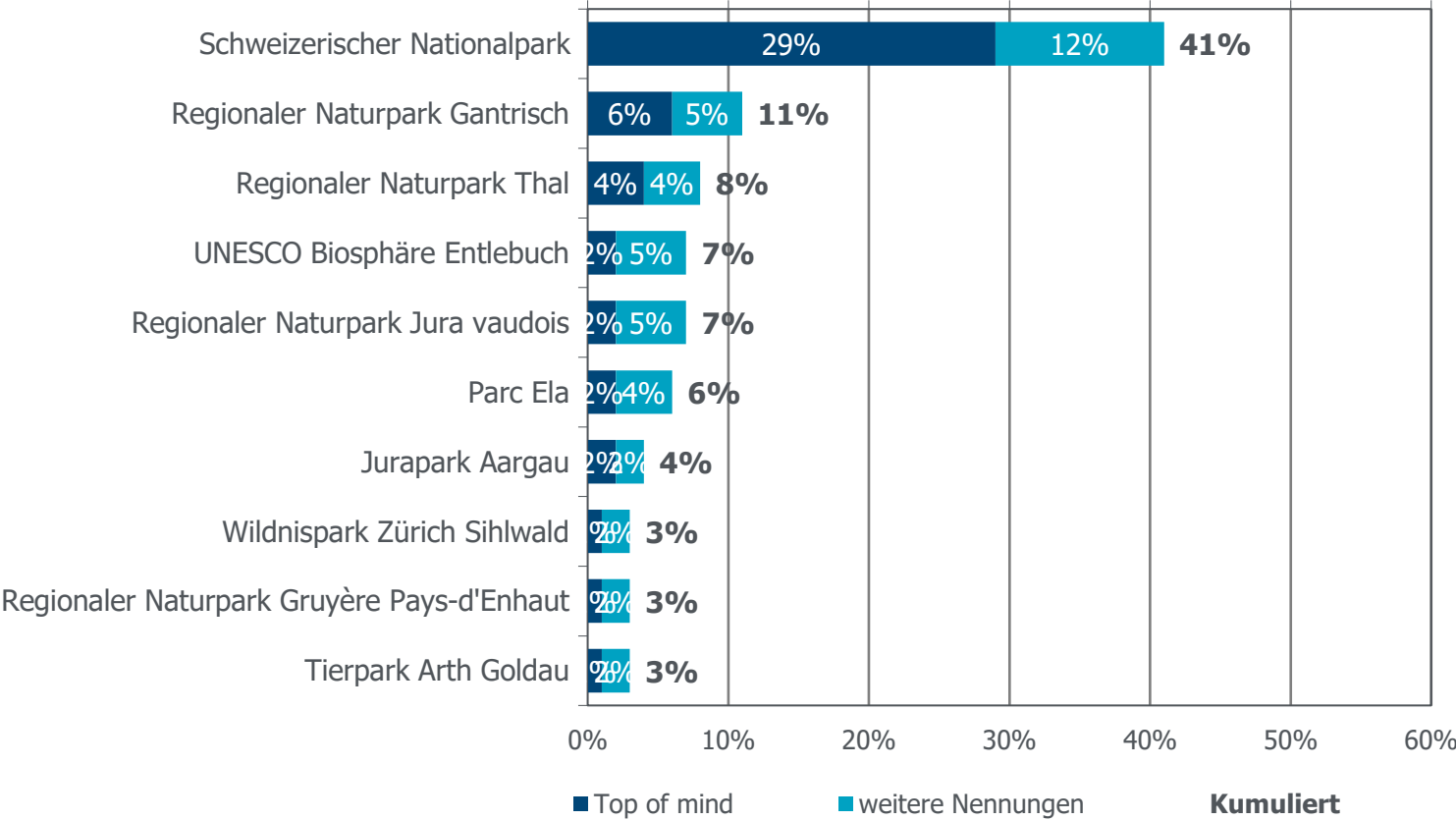


Inhalt

1. **Studiendesign und statistische Struktur der Befragten**
2. **Kommunikationsmassnahmen**
3. **Kampagne «Kleine Weltwunder»**
4. **Bekanntheit, Image und Aufenthalt**
5. **Zertifizierte Parkprodukte**

Spontane Bekanntheit von «Schweizer Pärken» – Top 10 Antworten

Q09: Welche Schweizer Pärke (Nationalpärke, regionale Naturpärke, Naturerlebnispärke) kennen Sie?

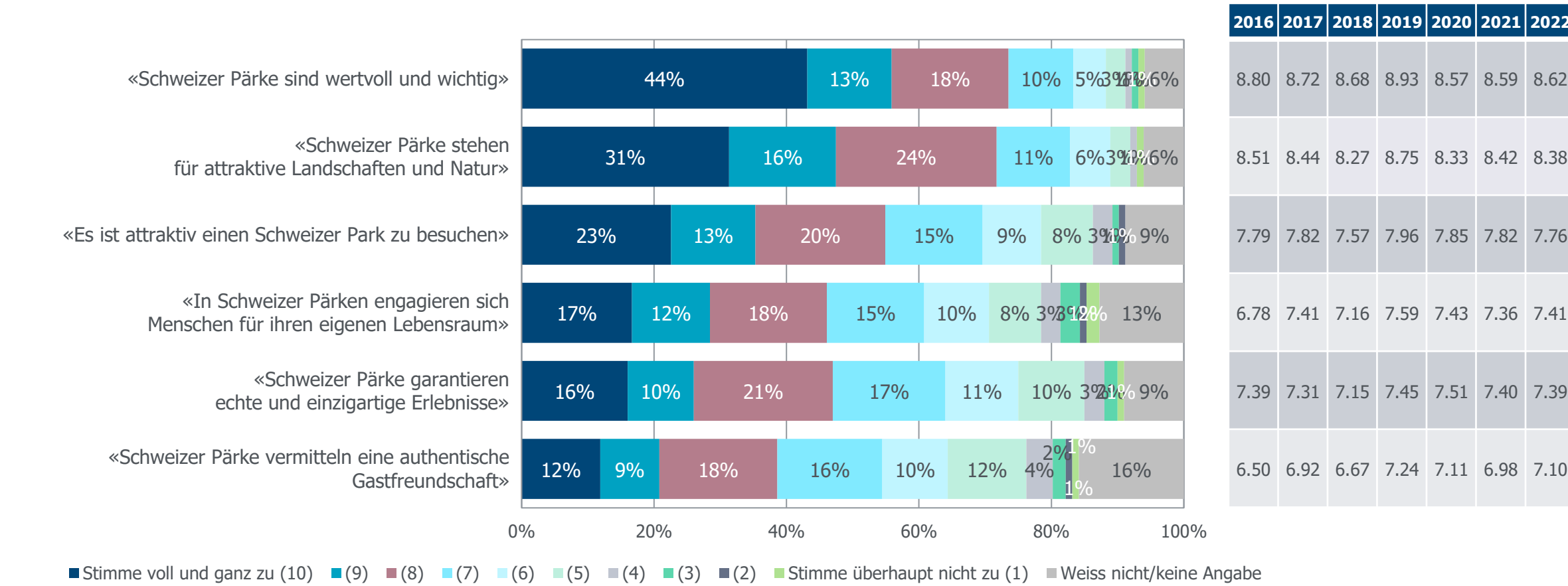


2011	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
38%	47%	59%	41%	51%	44%	41%	44%	37%	43%
1%	4%	5%	9%	12%	10%	10%	14%	13%	16%
1%	1%	3%	3%	5%	5%	6%	9%	5%	7%
2%	10%	15%	11%	6%	7%	7%	6%	6%	8%
-	1%	1%	1%	2%	1%	3%	2%	5%	3%
2%	4%	5%	5%	5%	6%	5%	6%	5%	6%
1%	3%	4%	3%	4%	4%	5%	5%	4%	8%
1%	4%	3%	3%	4%	5%	4%	4%	4%	3%
-	1%	3%	-	2%	1%	2%	2%	3%	3%
-	7%	8%	7%	4%	4%	3%	3%	3%	3%

Basis: 1'168 Befragte

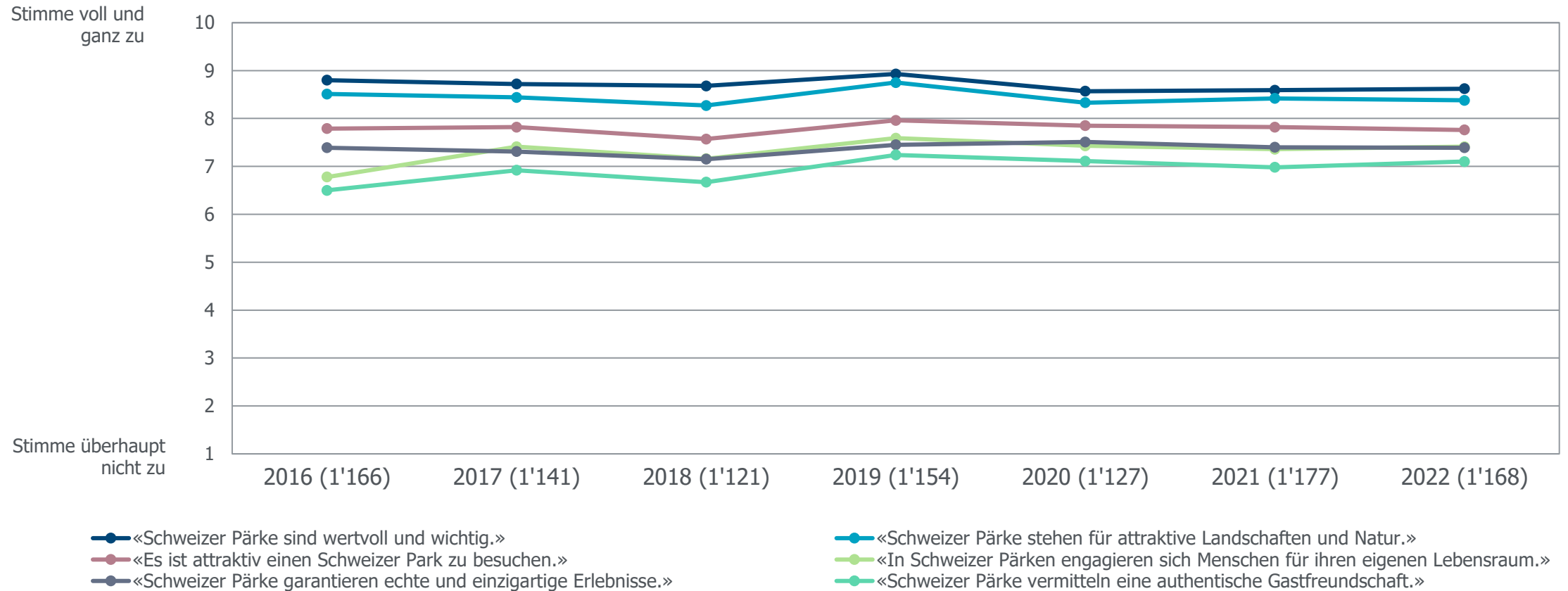
Aussagen über «Schweizer Pärke»

Q10: Im Folgenden sind einige Aussagen zu Schweizer Pärken aufgeführt. Bitte geben Sie mittels Schieberegler an, wie stark Sie diesen Aussagen zustimmen.



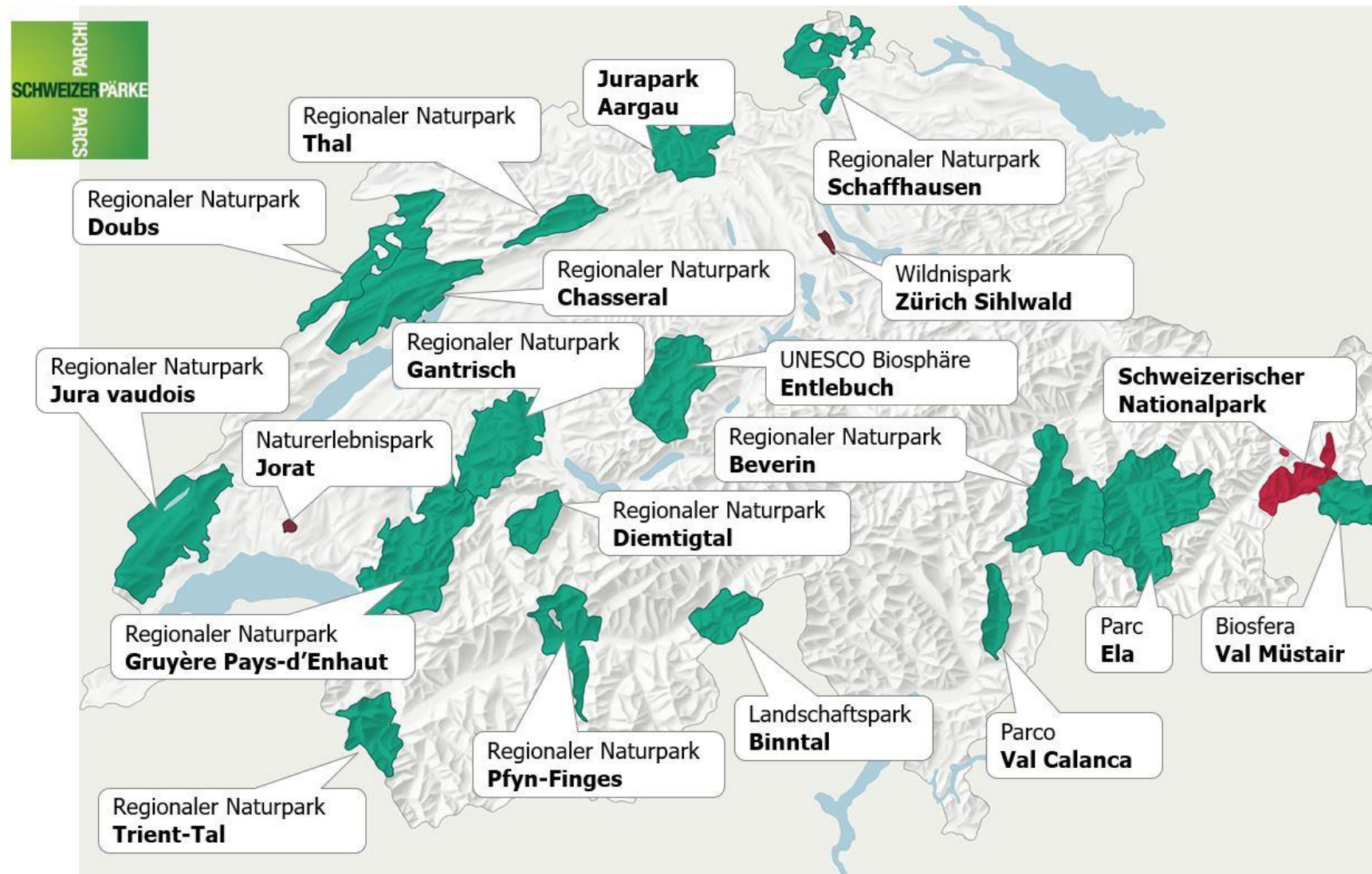
Aussagen über «Schweizer Pärke» (Jahresvergleich)

Q10: Im Folgenden sind einige Aussagen zu Schweizer Pärken aufgeführt. Bitte geben Sie mittels Schieberegler an, wie stark Sie diesen Aussagen zustimmen.



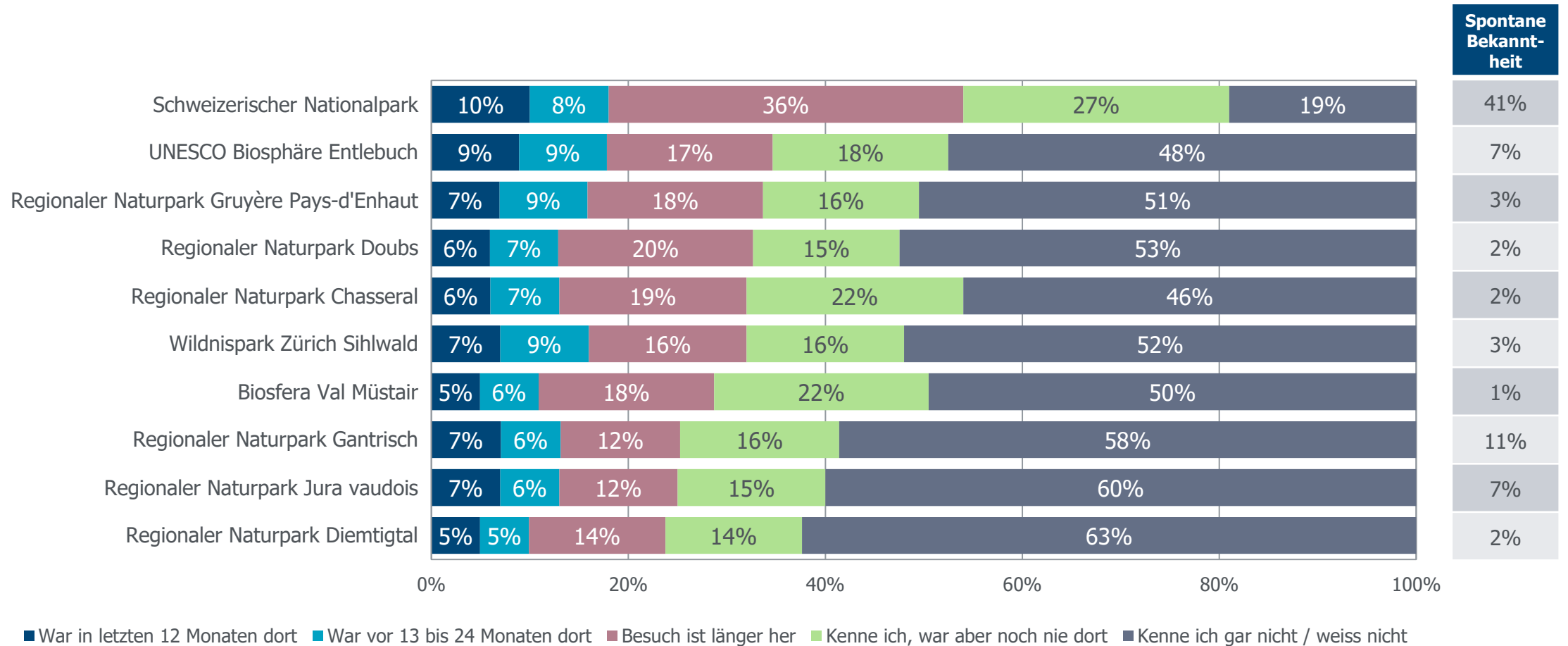
Basis: Zahlen in Klammern

Übersichtskarte «Schweizer Pärke»



Aufenthalt in «Schweizer Pärken»

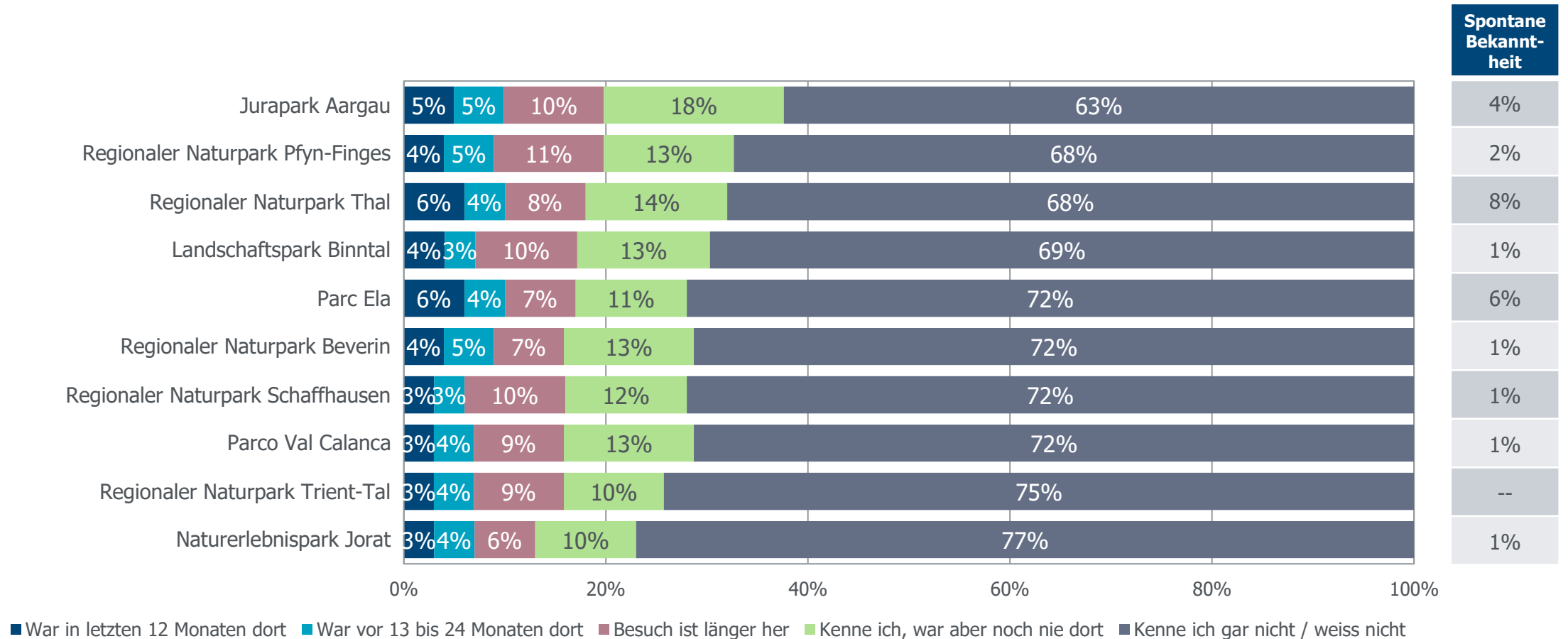
Q11: Sie sehen hier eine Karte mit den «Schweizer Pärken». In welchen von diesen waren Sie schon mal?



Basis: 1'168 Befragte

Aufenthalt in «Schweizer Pärken»

Q11: Sie sehen hier eine Karte mit den «Schweizer Pärken». In welchen von diesen waren Sie schon mal?

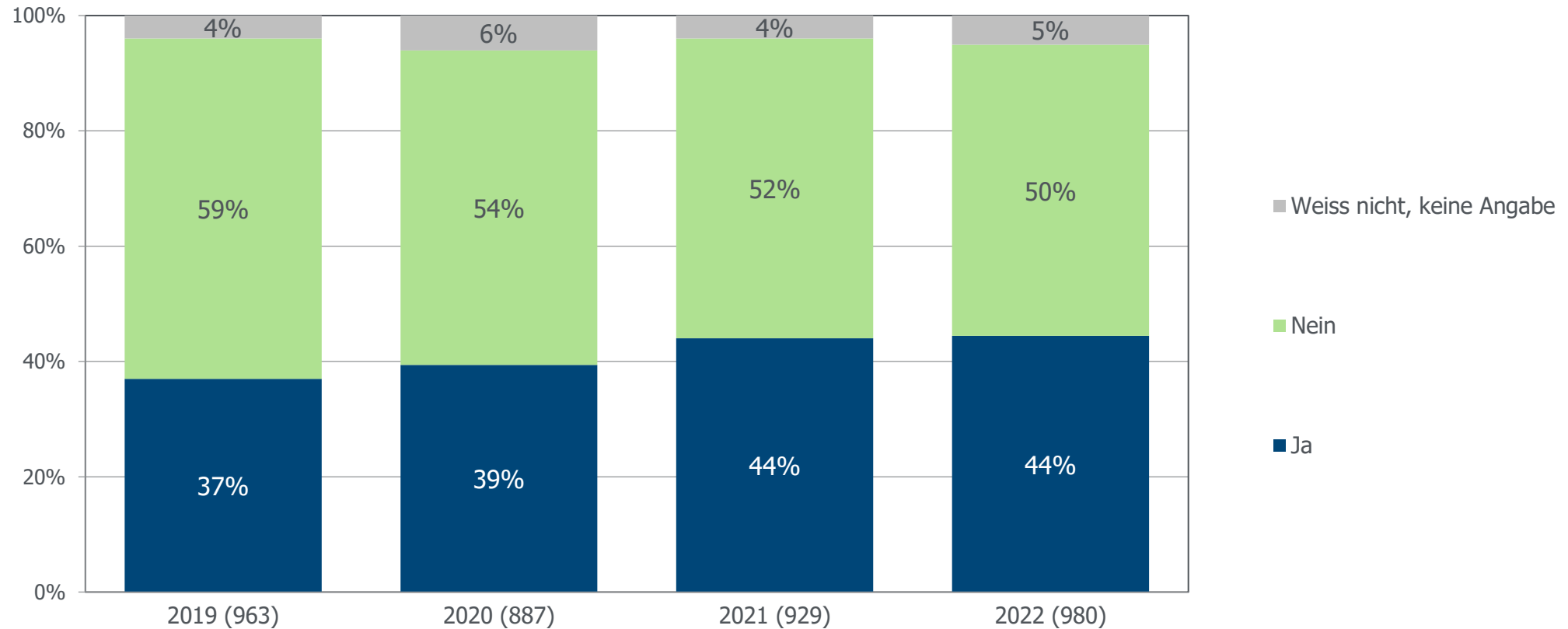


Basis: 1'168 Befragte

Weiterempfehlung

Q12: Haben Sie jemandem den Besuch eines Schweizer Parks empfohlen und/oder von Ihrem Parkbesuch erzählt?

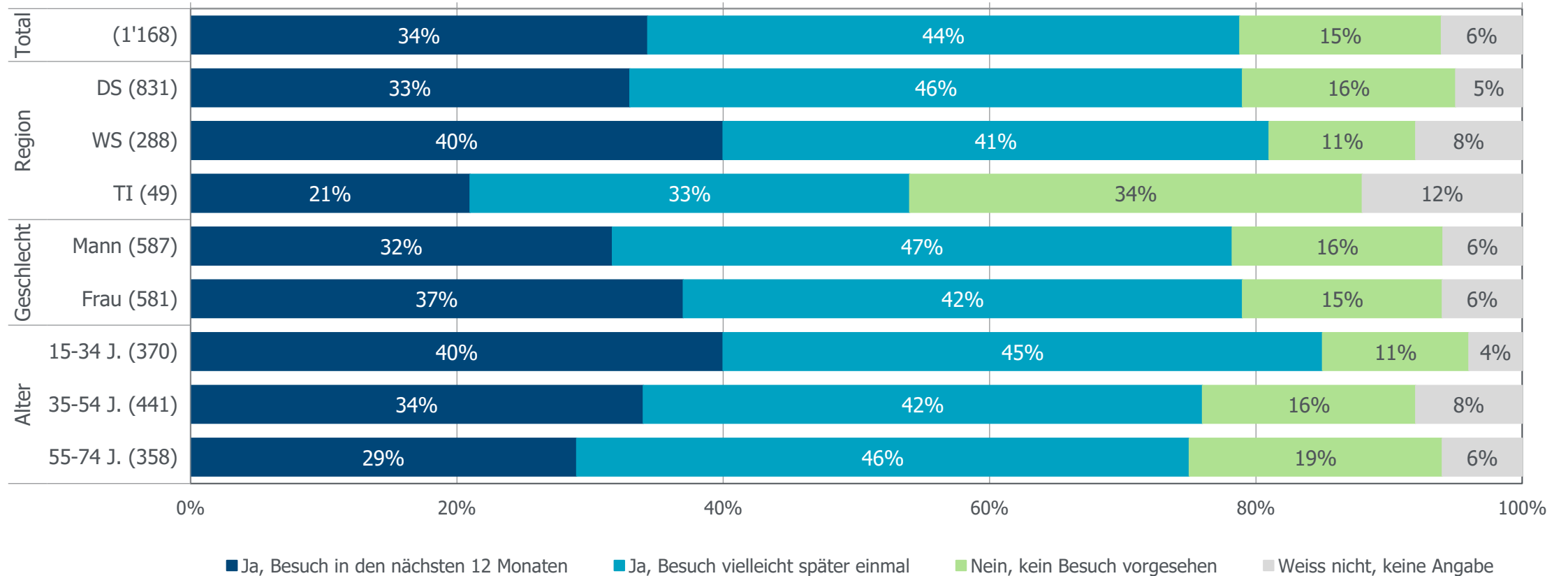
Filter: Mindestens einen Park besucht



Basis: Anzahl Befragte in Klammern

Allgemeine Besuchsabsicht «Schweizer Pärke»

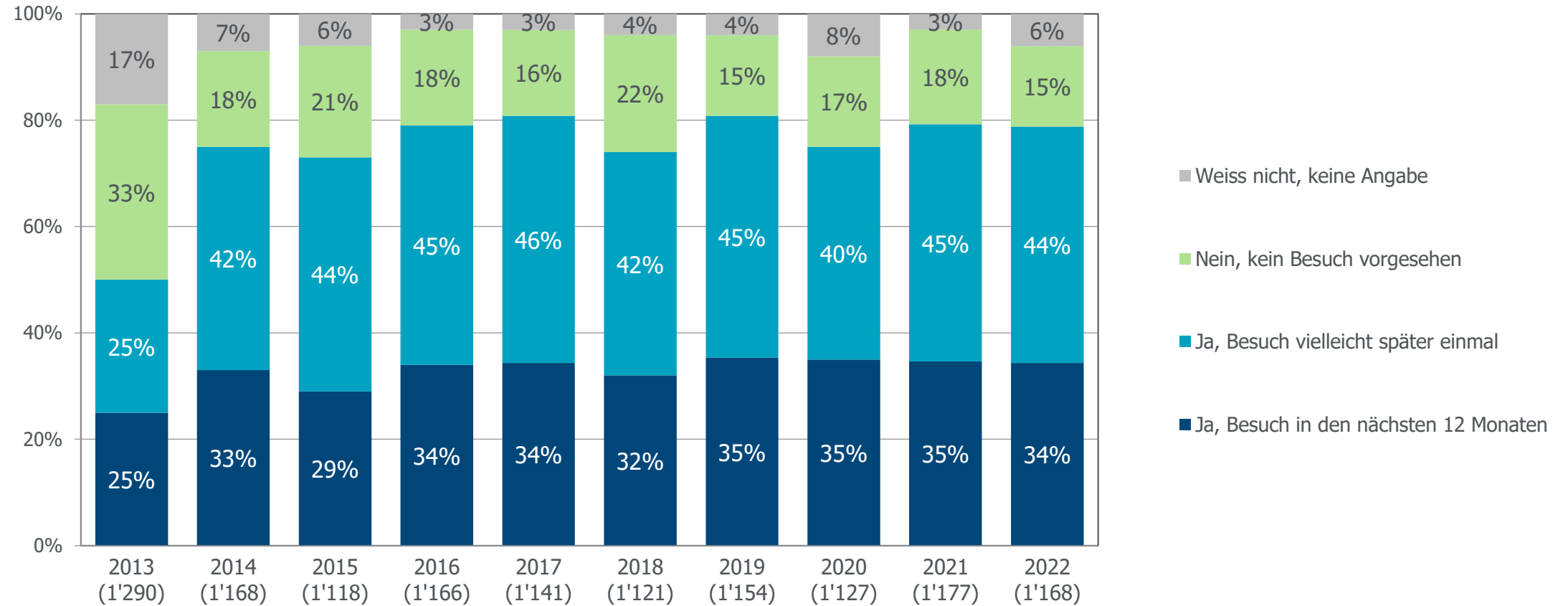
Q13: Haben Sie vor, in Zukunft einen oder mehrere der Schweizer Pärke zu besuchen?



Basis: Zahlen in Klammern

Allgemeine Besuchsabsicht «Schweizer Pärke»

Q13: Haben Sie vor, in Zukunft einen oder mehrere der Schweizer Pärke zu besuchen?



Basis: Zahlen in Klammern

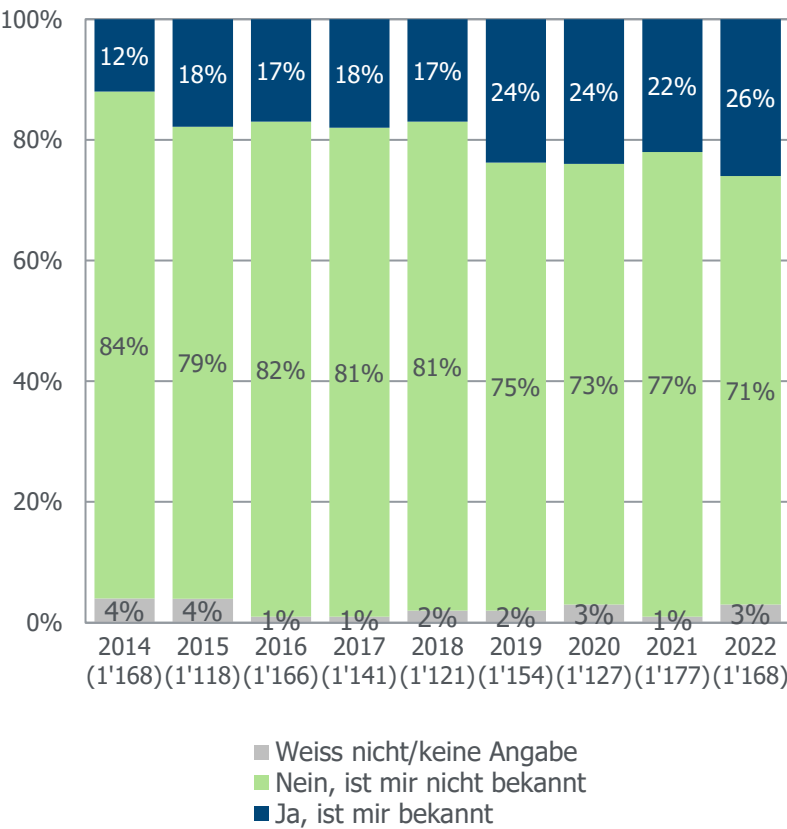


Inhalt

1. **Studiendesign und statistische Struktur der Befragten**
2. **Kommunikationsmassnahmen**
3. **Kampagne «Kleine Weltwunder»**
4. **Bekanntheit, Image und Aufenthalt**
5. **Zertifizierte Parkprodukte**

Bekanntheit und Kauf zertifizierte Parkprodukte

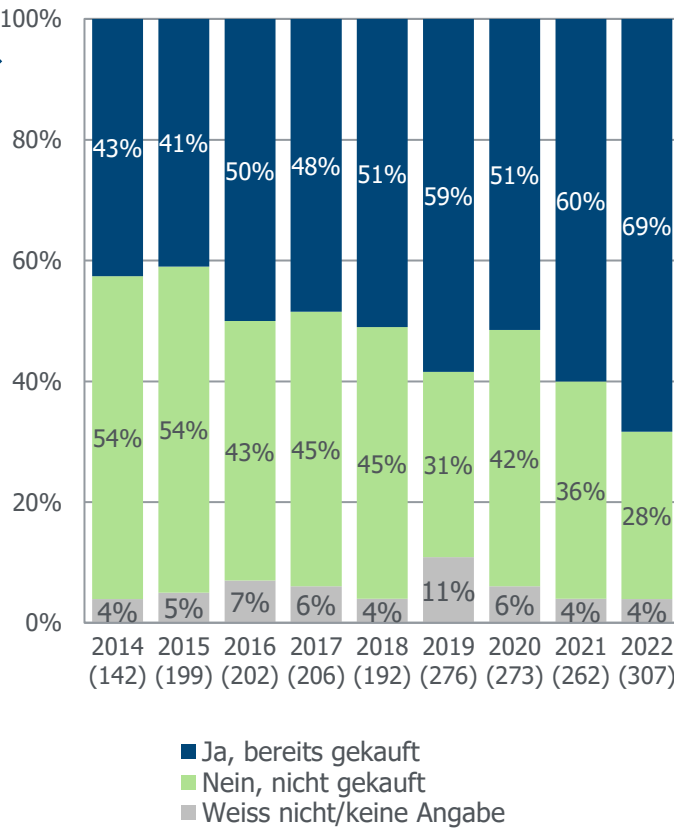
Q14: Die Schweizer Pärke bieten eine Vielfalt an regionalen Spezialitäten (Esswaren, Getränke), die mit dem Label «Schweizer Pärke» zertifiziert sind. Ist Ihnen bekannt, dass es zertifizierte Parkprodukte unter dem Label Schweizer Pärke gibt?



Basis: Zahlen in Klammern

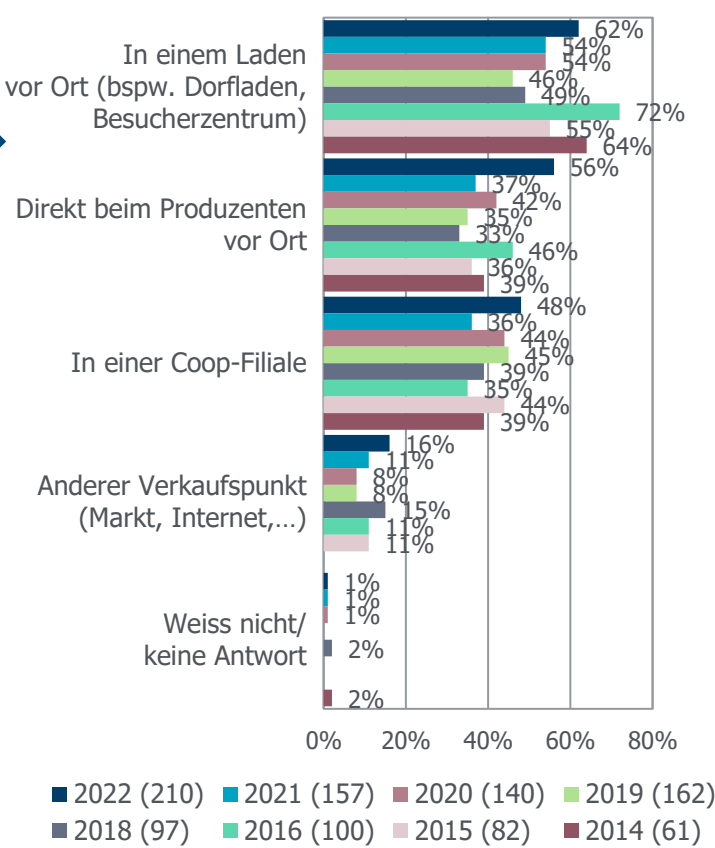
Q15: Haben Sie schon mal zertifizierte Parkprodukte gekauft?

Filter: Falls Parkprodukte bekannt



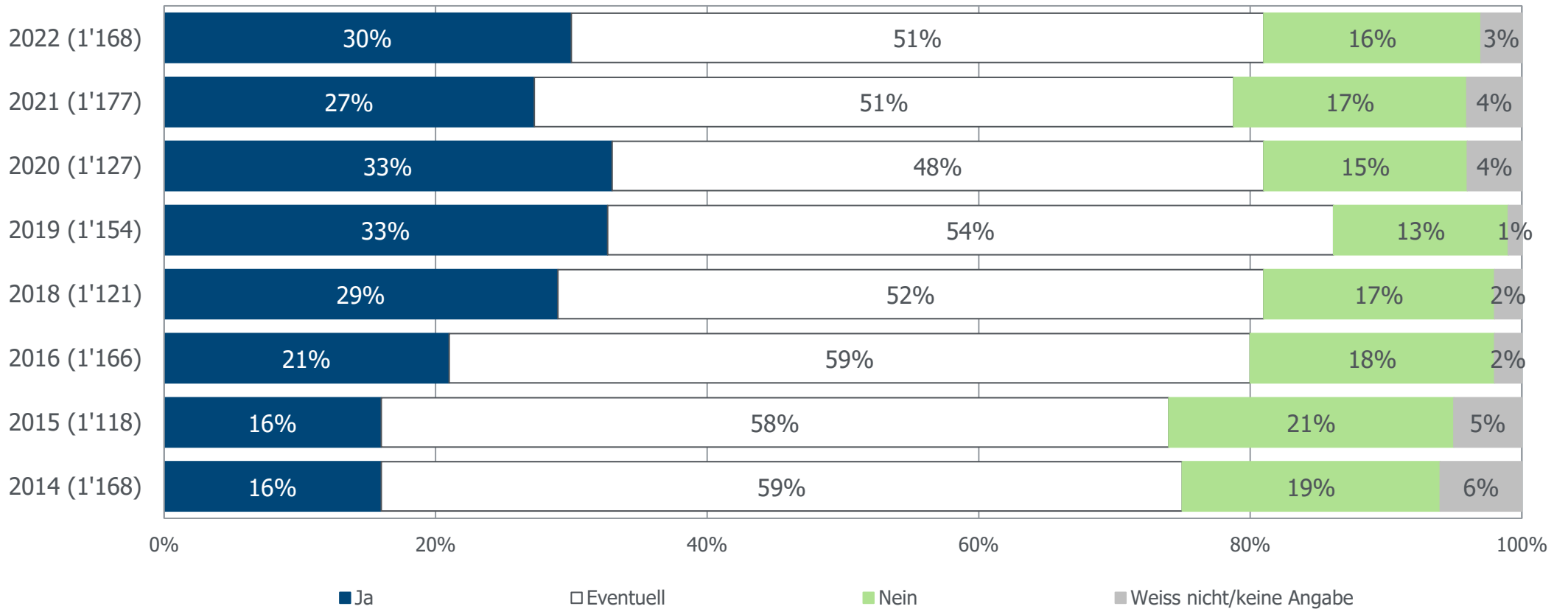
Q16: Wo haben Sie diese Parkprodukte gekauft?

Filter: Falls Parkprodukte gekauft



Kaufabsicht zertifizierte Parkprodukte

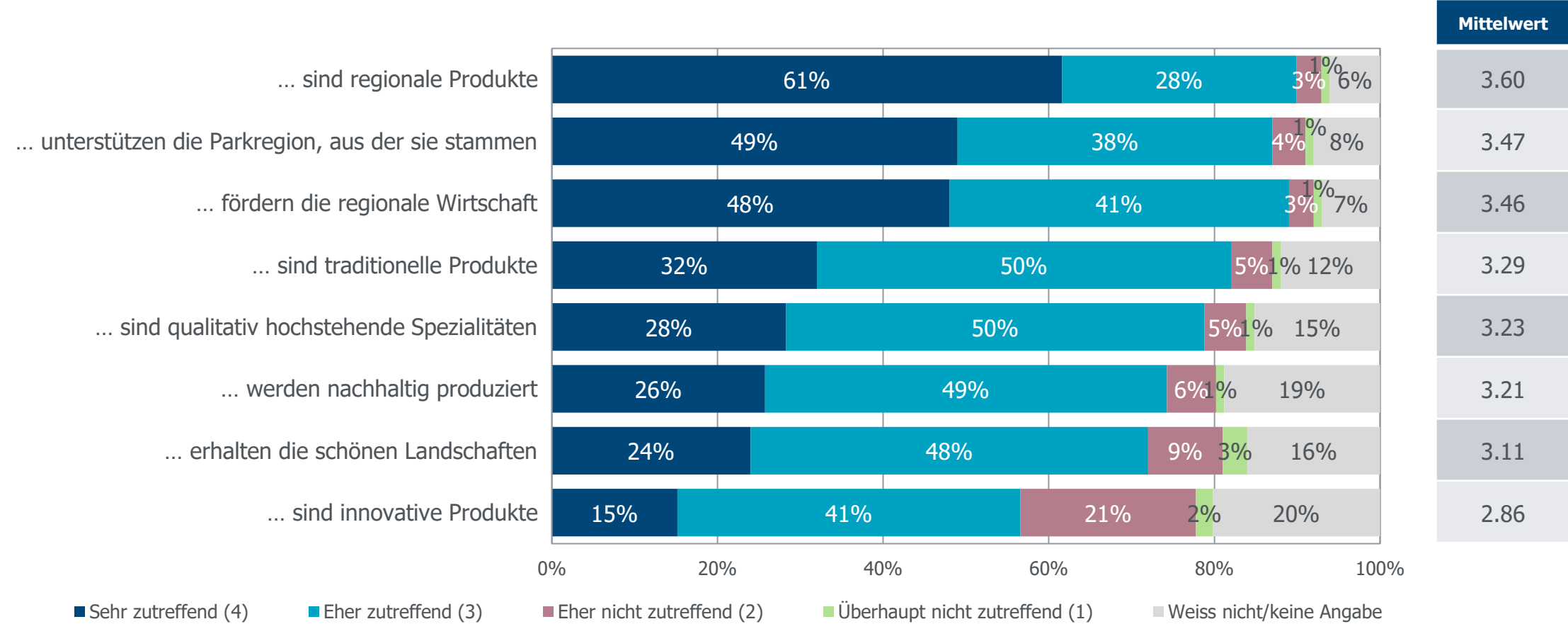
Q17: Werden Sie in Zukunft wieder zertifizierte Parkprodukte kaufen? / Sind Sie daran interessiert, in Zukunft zertifizierte Parkprodukte zu kaufen?



Basis: Zahlen in Klammern

Attribute zertifizierte Parkprodukte

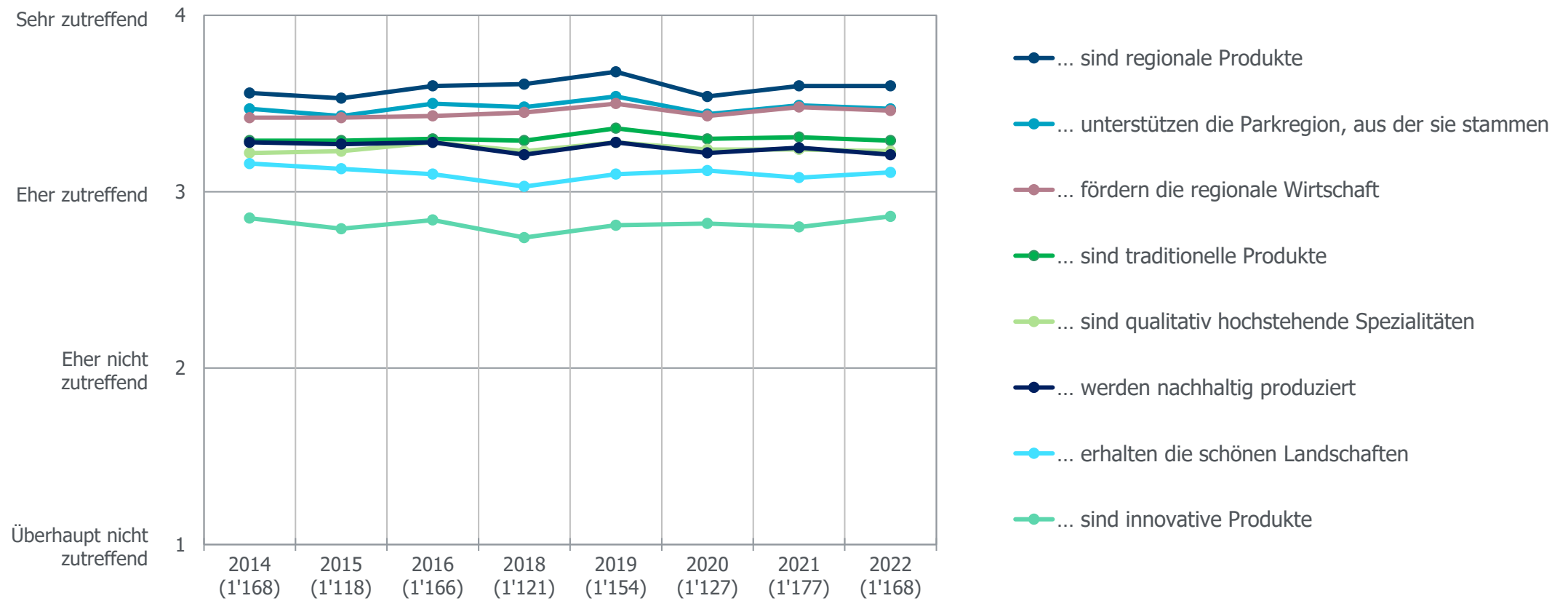
Q18: Abschliessend werden einige Aussagen zu zertifizierten Parkprodukten aufgeführt. Geben Sie bitte für jede Aussage an, ob sie Ihrer Meinung nach sehr zutrifft, eher zutrifft, eher nicht zutrifft oder überhaupt nicht zutrifft. Ihre Meinung zählt, unabhängig davon, ob Sie Parkprodukte kennen oder nicht. Parkprodukte ...



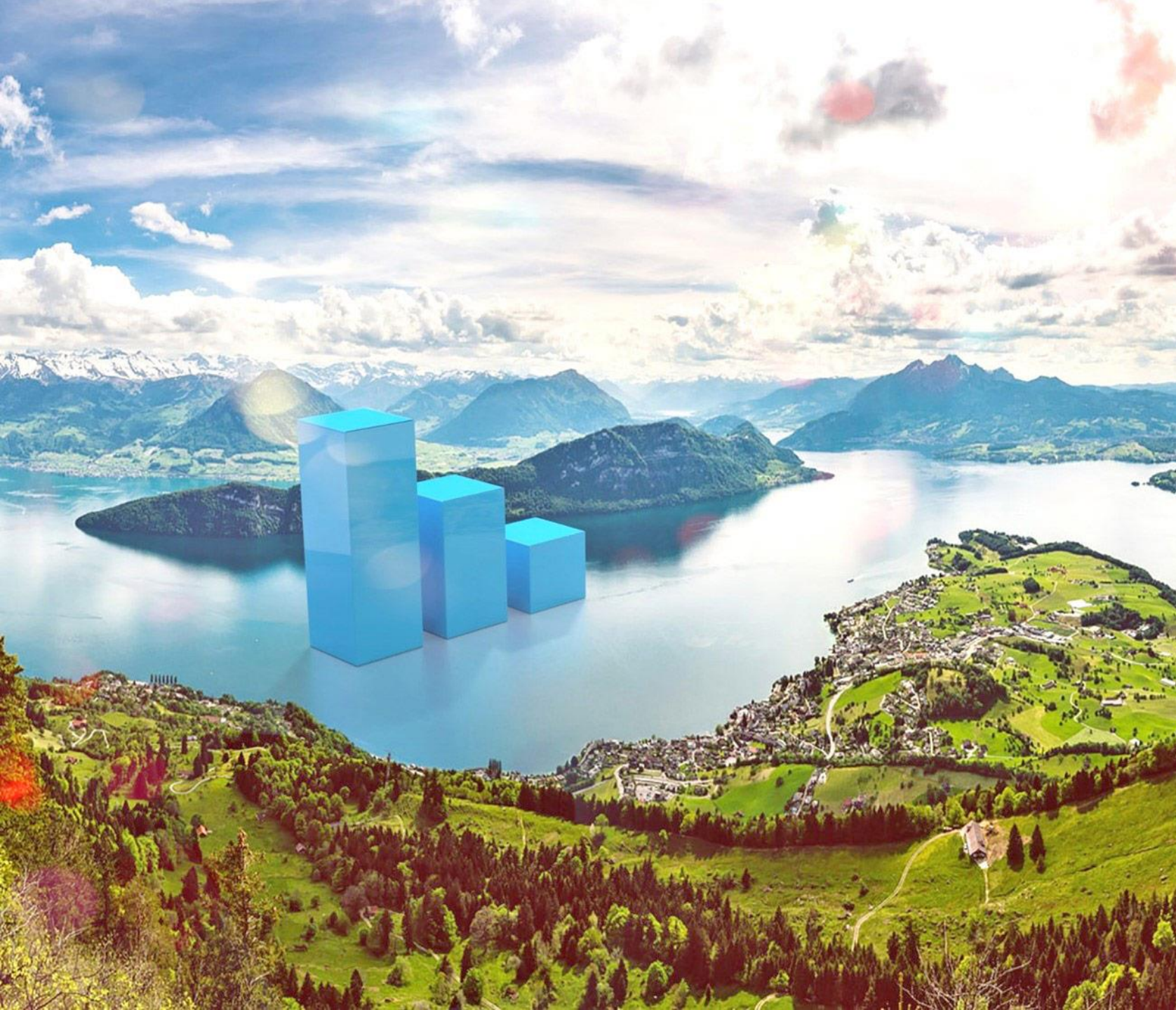
Basis: 1'168 Befragte

Attribute zertifizierte Parkprodukte (Jahresvergleich)

Q18: 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 ...



Basis: Zahlen in Klammern



Hauptsitz Adligenswil

Demo SCOPE AG
Klusenstrasse 17
6043 Adligenswil

T 041 375 40 00

E demoscope@demoscope.ch

Dominik Fröhli

Leiter Sozialforschung

dominik.froehli@demoscope.ch

Direktwahl 041 375 44 50