



DVN's forbrugerundersøgelse

Af Professor Suzanne C. Beckmann, Handelshøjskolen i København og salgsdirektør Morten Schrøder, Wilke Markedsanalyse A/S

I oktober 2002 igangsatte Dansk Varefakta Nævn (DVN) en omfattende forbrugerundersøgelse med det formål at belyse forbrugernes holdninger til varer med og uden Varefakta. Desuden skulle kendskabet til Varefakta undersøges, samt dets image hos forbrugerne og deres syn på de virksomheder, der bruger Varefakta.

Undersøgelsen

Undersøgelsen blev gennemført i de første to uger i november. For dataindsamlingen stod Wilke Markedsanalyse A/S og de 1000 deltagende respondenter repræsenterede en landsdækkende repræsentativ stikprøve i aldersgruppen 15 - 59 år. Spørgerammen var internet-baseret.

Den første del af spørgerammen fokuserer på forbrugernes præferencer mht. Varefakta. Der vises billeder af både fødevarer og nonfoodvarer - med og uden Varefakta. Eksemplerne er udarbejdet sådan, at en deklaration uden Varefakta for fødevarers vedkommende lever op til lovgivningen - og ikke mere. For nonfoodvarer er der tale om eksisterende eksempler hentet i detailhandelen. Respondenterne bliver bedt om at vælge, hvilken vare de helst vil købe. Den næste del af spørgerammen koncentrerer sig om forbrugernes kendskab til 3 forskellige mærkningsordninger Ø-mærket, Svanemærket og så Varefakta, mens den tredje del afdækker graden af betydning, som forbrugerne tillægger produkternes forsyning med Varefakta. Her bliver der også spurgt efter grunde for betydningen. Afslutningsvis afdækkes forbrugernes syn på virksomheder, der bruger Varefakta og graden af troværdighed af DVN og andre forbrugerorganisationer.

Resultater

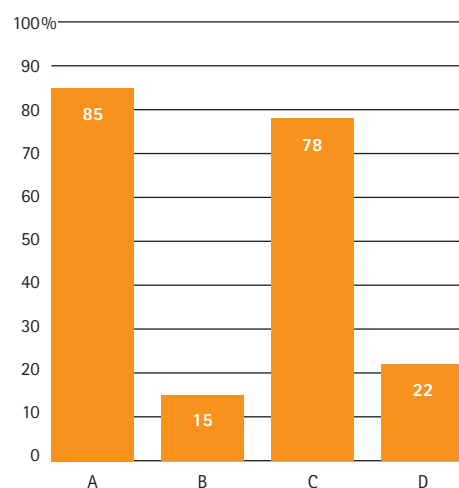
Forbrugerne vælger Varefakta-deklarationer

Når forbrugerne i denne undersøgelse skal vælge mellem to varer; Vare A med Varefakta og Vare B med varedeklaration, men uden Varefakta er det tydeligt, at forbrugerne foretrækker varerne med Varefakta. Afhængig af produkttype er det mellem 70% (opvaskemiddel) og 89% (kyllingeunderlår og -overlår) af respondenterne, der foretrækker den med Varefakta. For de fleste varer er den vigtigste uopfordrede begrundelse herfor bedre/flere oplysninger. Mange forbrugere er også opmærksomme på Varefakta og fortæller, at det er pga. Varefakta-mærket, at de vælger den

pågældende vare. Varen opvaskemiddel er interessant, fordi hele 64% af de, der foretrækker Varefakta-deklarationen eksplicit fortæller, at det er på grund af Varefaktamærket.

Illustrationen viser den gennemsnitlige andel af forbrugerne, der vælger varer henholdsvis med og uden Varefakta.

Vil vælge/foretrækker - gennemsnit af viste eksempler

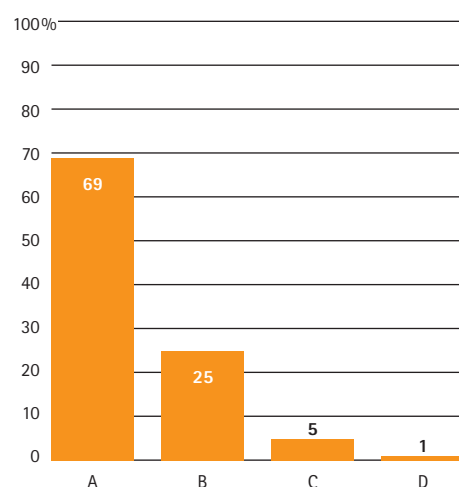


- A Fødevarer med Varefakta
- B Fødevarer uden Varefakta
- C Nonfoodvarer med Varefakta
- D Nonfoodvarer uden Varefakta

Forbrugerne ønsker kontrollerede varedeklarationer

Der er et udpræget ønske fra forbrugerne om kontrollerede varedeklarationer:

Hvem bør kontrollere de varedeklarationer du bruger?



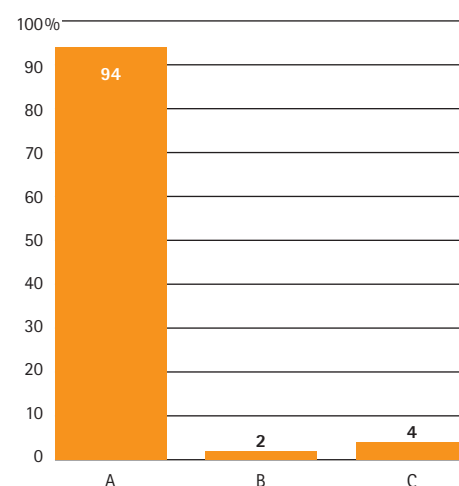
- A Varedeklarationer bør kontrolleres af en uvildig instans
- B En statslig myndighed burde kontrollere samtlige varedeklarationer
- C Jeg har tillid til at virksomhederne selv kontrollerer egne deklarationer
- D Jeg læser aldrig varedeklarationer; så jeg er ligeglad

Når forbrugerne får fortalt, at virksomheder, der ikke bruger Varefakta, i mange tilfælde selv kontrollerer deres varedeklarationer, og at de sjældent kontrolleres af eksterne parter, svarer kun knap 5%, at de har tillid til dette. 69% mener at varedeklarationer bør kontrolleres af en uvildig/neutral instans, mens 25% synes, at en statslig myndighed burde kontrollere samtlige varedeklarationer.

Stort kendskab til Varefakta

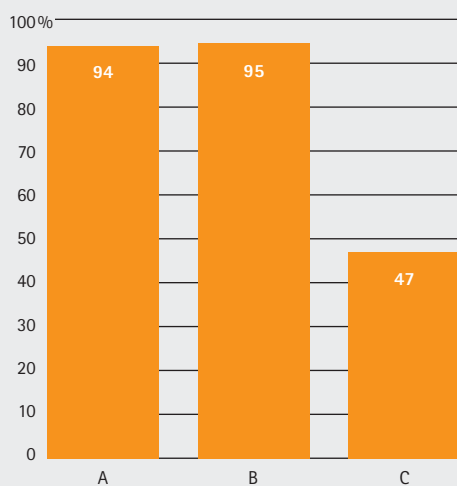
94% svarer ja til at kende Varefakta når de får vist logoet - sammenlignet med den sidste undersøgelse gennemført i 1995 er det en stigning på hele 7%.

Kender du dette mærke?



- A Ja
- B Nej
- C Ved ikke

95% siger, at de kender Ø-mærket (sammenlignet fandt en repræsentativ undersøgelse fra december 1999 at 81% bekræftede at kende Ø-mærket *). Til gengæld nikker kun knap 47% af respondenterne genkendende til Svanemærket.



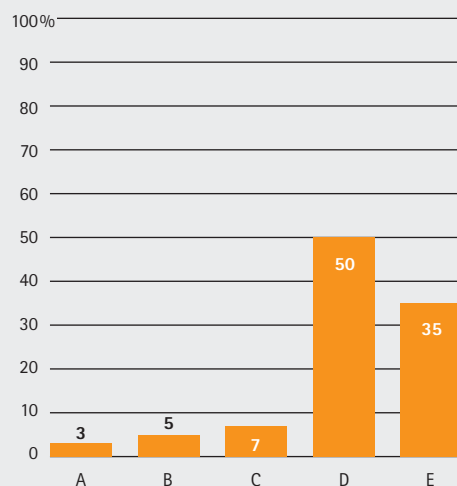
- A Varefakta
- B Ø-mærket
- C Svanemærket

Og så forbinder knap 80% Varefakta med kontrollerede produkter, hvilket er et højt tal, som også viser at mange forbrugere ved, hvad mærket står for.

Mærkning med Varefakta er vigtig

Når forbrugerne først er blevet gjort opmærksomme på, at alle varedeklarerationer ikke nødvendigvis er kontrollerede, bliver de meget interesserede i Varefakta. Som forventet involverer forbrugerne sig mere i nogle varer end i andre, og dette afspejles i interessen for Varefakta. Således er det vigtigere for forbrugeren, at en barnevogn er forsynet med Varefakta, end at stearinlys er det. Interessen for Varefakta på fødevarer er generelt høj.

Betydning af mærkning med Varefakta, fødevarer generelt

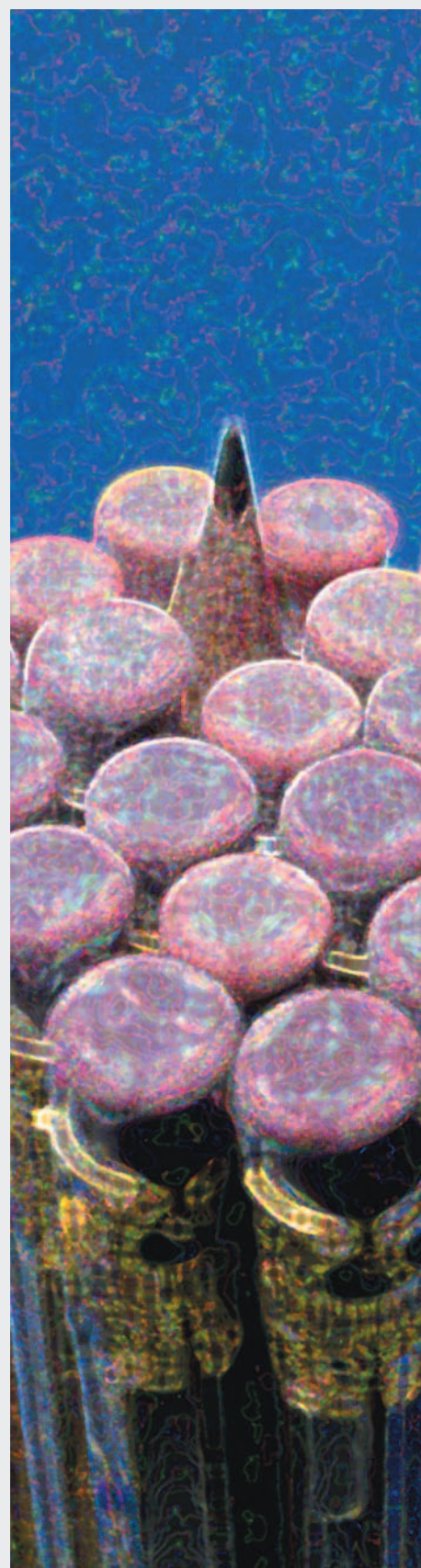
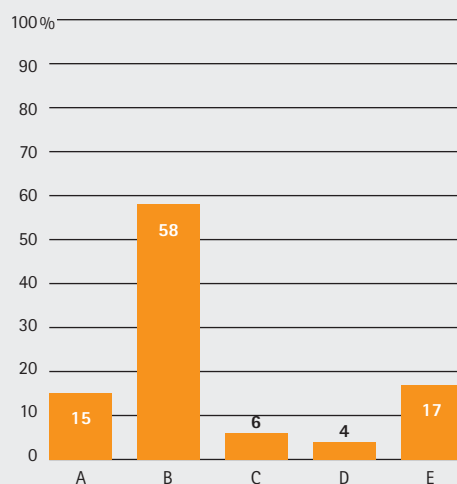


- A Slet ingen betydning
- B Ingen særlig betydning
- C Ligeglad
- D Nogen betydning
- E Afgørende betydning

50% svarer, at det har nogen betydning, at fødevarer er forsynet med en Varefakta-deklaration, mens 35% svarer, at det har afgørende betydning. Når forbrugerne bliver spurgt hvorfor, er den vigtigste begrundelse, at de så ved, at oplysningerne er kontrollerede. En vigtig begrundelse er også, at man nemt kan finde de oplysninger, man søger om varen.

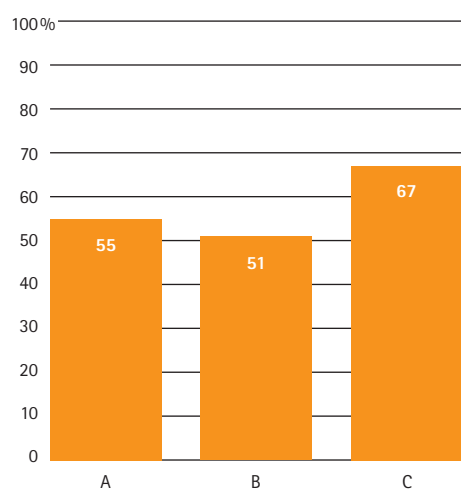
Alle virksomheder burde anvende Varefakta

Hvilken betydning har det for dit forhold til de virksomheder der producerer de varer du køber at de forsyner varerne med Varefakta?



- A Det har stor betydning
- B Det har nogen betydning
- C Det har ingen betydning
- D Det har overhovedet ingen betydning
- E Hverken eller

58% svarer, at det har nogen betydning for deres forhold til de virksomheder, der producerer de varer de køber, at de forsyner varerne med Varefakta, mens 15% svarer, at det har stor betydning.



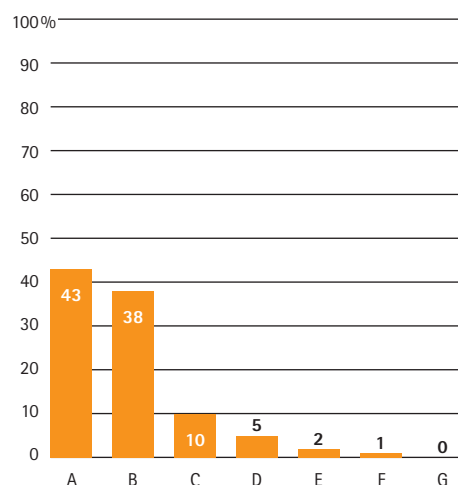
- A Virksomheder der anvender Varefakta har respekt for deres kunder
- B Virksomheder der anvender Varefakta har jeg tillid til
- C Alle virksomheder burde anvende Varefakta

55% af forbrugerne mener, at virksomheder ved at anvende Varefakta signalerer respekt for deres kunder. 51% siger, at de har tillid til virksomheder, der anvender Varefakta. Og ikke færre end 67% af forbrugerne siger, at alle virksomheder burde anvende Varefakta.

Dansk Varefakta Nævn er troværdig

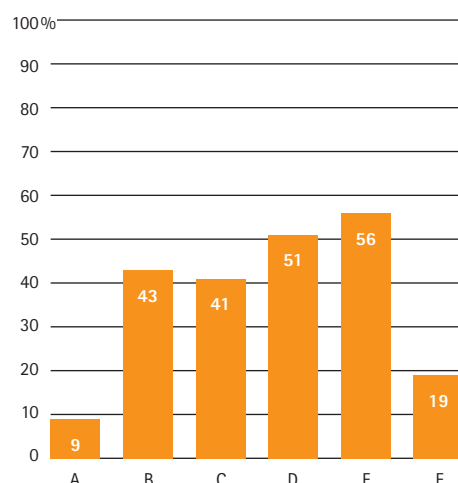
Forbrugerne vurderer Dansk Varefakta Nævn som værende troværdig. På en skala mellem 1 og 7, hvor 1 er meget troværdig, giver 43% af forbrugerne Dansk Varefakta Nævn en topkarakter.

Hvor troværdig er Dansk Varefakta Nævn



- A Meget troværdig
- B Troværdig
- C Nogenlunde troværdig
- D Hverken eller
- E Lidt troværdig
- F Utroværdig
- G Meget utroværdig

Til sammenligning får Danmarks Aktive Forbrugere topkarakter af knap 9% af respondenterne, Forbrugerinformationen af 41%, Forbrugerrådet af 51%, Forbrugerstyrelsen af 56% og Grøn Information af 19%.



Konklusioner

De vigtigste konklusioner af denne undersøgelse er således:

Forbrugernes kendskab til Varefakta er meget højt.

Forbrugerne foretrækker klart varer med Varefakta frem for varer uden (selv om de også er forsynet med varedeklaration).

Forbrugerne ved, at varer med Varefakta er kontrollerede/opfylder krav fra DVN.

Forbrugerne ønsker, at deklARATIONER kontrolleres af en uvildig og dermed neutral instans.

DVN betragtes som meget troværdig.

Producenternes troværdighed øges i høj grad ved at benytte Varefakta på deres produkter.

Forbrugerne mener, at alle virksomheder bør anvende Varefakta.

Vi kan altså konkludere, at Varefakta er en succeshistorie og en uundværlig bestanddel af de fleste forbrugeres købsbeslutninger. Årsagerne til det synes bl.a. at være, at DVN har formået at skabe en enestående position som en seriøs og uvildig instans med en tårnhøj troværdighed, og at DVN kontrollerer alle Varefakta-deklARATIONER, netop som forbrugerne ønsker det – ligesom de ønsker, at alle virksomheder bruger Varefakta.

* Beckmann, Suzanne C. med Susanne Brokmose & Robert L. Lind (2001).

Danske forbrugere og økologiske fødevarer. København: Handelshøjskolen Forlag.

- A Danmarks Aktive Forbrugere
- B Dansk Varefakta Nævn
- C Forbrugerinformationen
- D Forbrugerrådet
- E Forbrugerstyrelsen
- F Grøn Information