

25. maj 2012

Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000 E info@lf.dk
F +45 3339 4141 W www.lf.dk

Fairtrade-mærket har et højt kendskab og der er gode vækstmuligheder for øget salg i fremtiden.

Highlights

- Kendskabet til Fairtrade-mærket er meget stort, og det er kun Ø-mærket som forbrugerne kender bedre blandt de undersøgte mærker.
- Der er en relativ høj troværdighed omkring Fairtrade-mærket også sammenlignet med andre mærker. Troværdigheden kan øges, hvis der er bedre dokumentation for, at bønderne har bedre vilkår.
- Forbrugerne køber Fairtrade-mærkede produkter for at støtte bønderne og for at det giver det god samvittighed.
- Flest forbrugere køber deres Fairtrade-mærkede produkter i Netto.
- Der er gode muligheder for øget vækst i salget i de kommende år, hvis dokumentationen for bedre vilkår for bønderne øges. Priserne har også en betydning for salget fremover. De fleste forbrugere er kun villige til at betale en lille merpris for Fairtrade-mærkede produkter.
- De største vækstmuligheder for øget salg ligger indenfor de kendte kategorier såsom frugt og grøntsager.

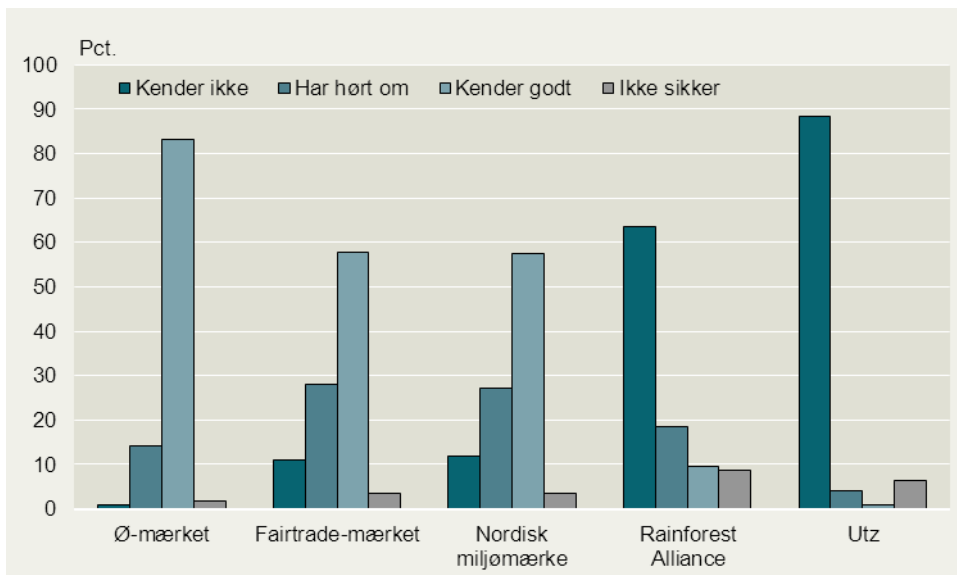
Kendskabet til Fairtrade-mærket er stor

Fairtrade-mærket er alment kendt blandt forbrugerne

Der er et meget stort kendskab til Fairtrade-mærket blandt forbrugerne. Der er 58 pct., som kender Fairtrade-mærket, mens 28 pct. har hørt om mærket. Det er kun 11 pct., som ikke har hørt om Fairtrade-mærket. Sammenlignet med andre mærker, så er det kun Ø-mærket, som har et større kendskab, hvor 83 pct. kender mærket.

Forbrugerne kender Fairtrade-mærket fra mange forskellige steder. Der er 58 pct., som peger på, at de kender mærket fra selve produktet. 33 pct. peger på, at de har hørt om det gennem medierne, mens 32 pct. har set det i reklamer. Det er kun få, som kender mærket fra arbejdet, facebook og skolen.

Figur 1
Hvilke af nedenstående mærker kender du eller har du hørt om?



Kilde: Userneeds, april 2012 for Landbrug & Fødevarer

Kun få stiller spørgsmålstejn ved Fairtrade-mærket

Høj troværdighed omkring Fairtrade-mærket

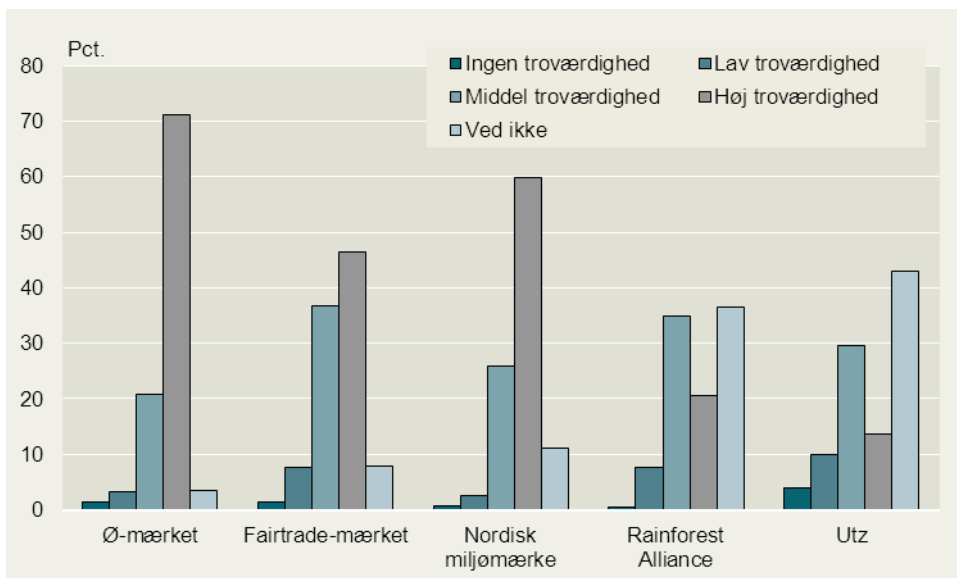
Der er en høj grad af troværdighed omkring Fairtrade-mærket. Der er 46 pct., som mener, at det har en høj troværdighed, mens 37 pct. peger på en middel troværdighed. Det er kun 9 pct., som peger på, at Fairtrade-mærket har lav eller ingen troværdighed.

Sammenlignet med andre mærker, så vurderes Ø-mærket samt nordisk miljømærke at have en højere troværdighed.

Bedre dokumentation vil øge troværdigheden

Fairtrade-mærkets troværdighed vil kunne øges, hvis dokumentationen omkring at bønderne har bedre vilkår var bedre. Dokumentationen er dog allerede i dag meget stor.

Figur 2
Hvor troværdige finder du følgende mærker?



Kilde: Userneeds, april 2012 for Landbrug & Fødevarer

Fairtrade købes for at støtte u-landene

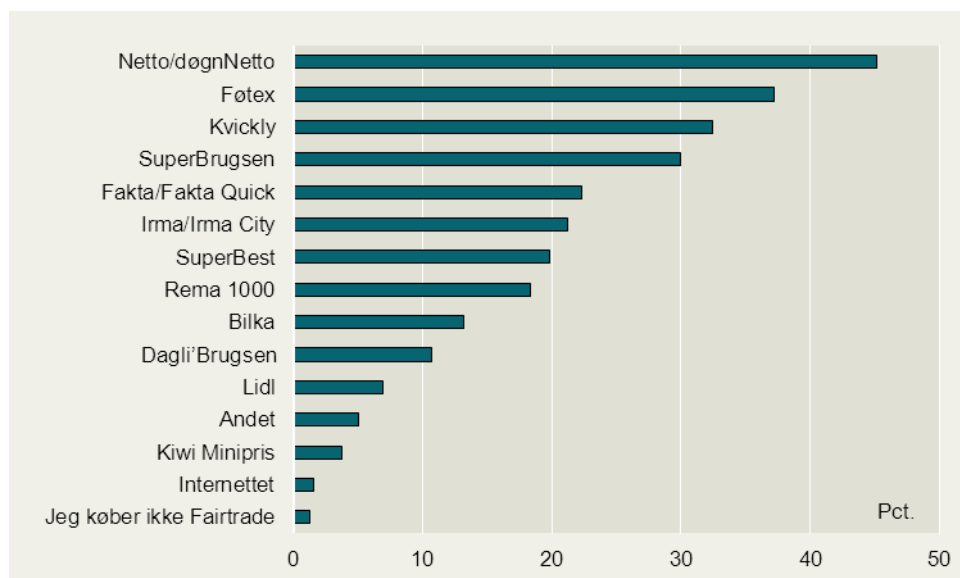
Fairtrade-mærkede produkter købes i Netto

Motivationen for at købe Fairtrade-mærkede produkter er i høj grad ønsket om at støtte u-landene. Der er 53 pct., som netop peger på støtten til u-landene som baggrund for købet af Fairtrade-mærkede produkter. En stor del – 36 pct. – siger, at det er tilfældigt, at de har købt Fairtrade-mærkede produkter. Der er 29 pct., som peger på, at det giver dem god samvittighed at købe Fairtrade.

Netto har størst salg af Fairtrade

En anden årsag til at Fairtrade-mærket oplever stigende salg i Danmark er også den store tilgængelighed af produkterne. Fairtrade-mærkede varer sælges primært i de traditionelle supermarkeder. Flest peger på, at de køber deres Fairtrade-mærkede produkter i Netto. Som på mange andre områder, så er Netto en stor driver på markedet. Det er de dagligvarekæder med de største markedsandele, som også har det største salg af Fairtrade.

*Figur 3
Hvor køber du dine Fairtrade-mærkede dagligvarer?
(flere svar mulig)*



Kilde: Userneeds, april 2012 for Landbrug & Fødevarer

Fremtidsperspektiverne for Fairtrade-mærkede produkter

Fairtrade-mærkede produkter har allerede godt fat i det danske marked. Der blev i 2010 solgt for omkring 460 mio. kr. i Danmark, hvilket både omfatter fødevarer, blomster, tøj, m.m. Salget er stigende, og de danske forbrugere er nogle af de mest købelystne målt pr. indbygger.

Bedre dokumentation for bedre vilkår til bønderne kan øge salget

De danske forbrugere er villige til at købe flere Fairtrade-mærkede produkter i fremtiden. Der er 40 pct. af forbrugerne, som peger på at bedre dokumentation for, at bønderne har bedre vilkår vil få dem til at købe flere Fairtrade-mærkede produkter. Der er 27 pct., som peger på, at hvis produkterne også er økologiske, så vil de købe flere.

Forbrugerne vil kun betale en lille merpris

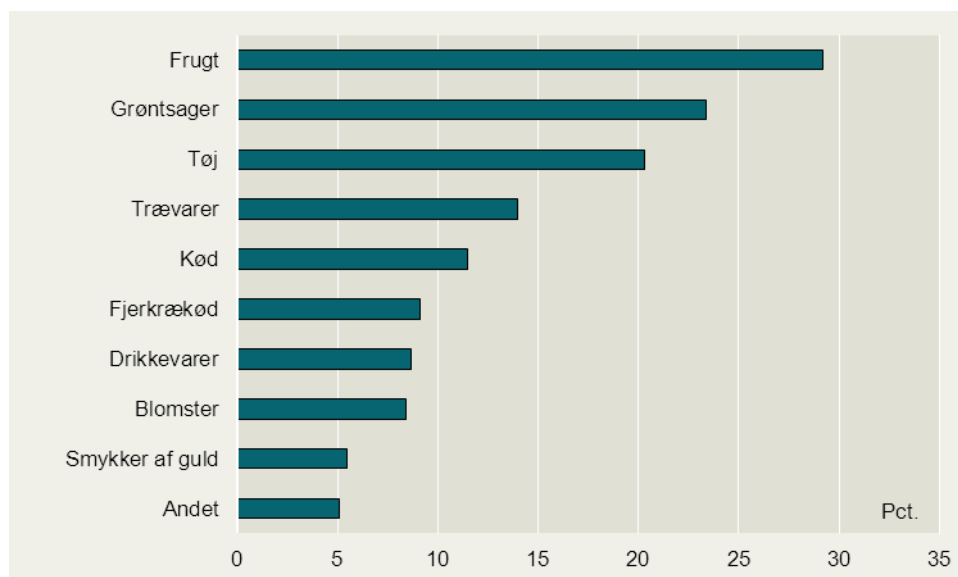
Det økonomiske aspekt ser også ud til at spille en betydelig rolle. Der er en vis betalingsvillighed i forhold til at købe Fairtrade-mærkede produkter, men den ser ikke ud til at være voldsom stor. 44 pct. af forbrugerne ønsker ikke at betale mere, mens 45 pct. gerne vil betale op til 10 pct. mere for de Fairtrade-mærkede produkter. Det er kun 8 pct., som er villige til at betale en merpris på over 10 pct.

Der er 26 pct. af forbrugerne, som peger på, at billigere varer vil få dem til at købe flere, mens 23 pct. peger på at en stigende indkomst vil betyde, at de køber flere Fairtrade-mærkede varer.

Frugt og grøntsager vil være de varer, som forbrugerne gerne vil købe i fremtiden

Det ser ud til, at der er visse muligheder for øget salg i de kommende år. Men det ser hovedsageligt ud til, at det er mersalg indenfor de allerede kendte produkter, som i dag sælges i Danmark. Frugt og grøntsager er det to produktgrupper, som flest peger på, som de gerne vil købe flere af i fremtiden. Der er selvfølgelig rig mulighed for at øge sortimentet indenfor de to kategorier. Tøj og trævarer er også områder, hvor der kunne være vækstmuligheder. Der er også nogle som peger på, at kød kunne være noget, som de ville købe i fremtiden, hvis de var i køledisken.

Figur 4
Hvilke af følgende varer vil du i fremtiden gerne købe som Fairtrade-mærkede produkter?



Kilde: Userneeds, april 2012 for Landbrug & Fødevarer

Fakta om Fairtrade-mærket



Fairtrade skaber i dag fremskridt for over 1,15 millioner bønder og plantagearbejdere i Asien, Afrika og Syd- og Mellemerika. Bønderne får en mere fair betaling for deres råvarer og de får penge til uddannelse, sundhed og bedre produktionsforhold. Fairtrade betyder også, at miljøet skånes. Læs mere på fairtrade-maerket.dk

Metode

Landbrug & Fødevarer har bedt Userneeds gennemføre en repræsentativ undersøgelse omkring danskernes holdning til Fairtrade-mærkede produkter. Undersøgelsen er blevet gennemført i marts 2012 blandt 1.002 deltagere.



Landbrug & Fødevarer

Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000
F +45 3339 4141

E info@lf.dk
W www.lf.dk

Yderligere kontakt

Klaus Jørgensen

3339 4263 klj@lf.dk