

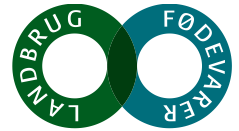
Sandheden om indkøbskurven

Sandheden om indkøbskurven

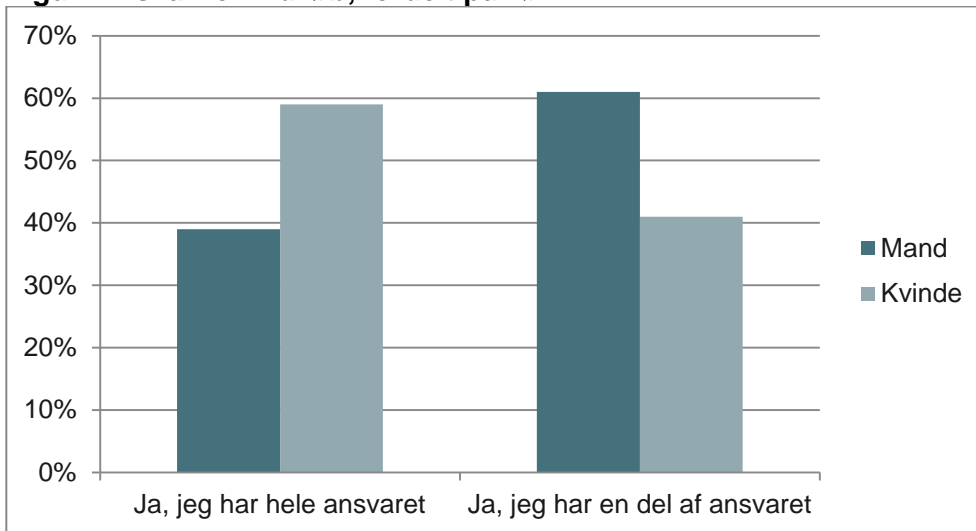
High lights

- Næsten 40 pct. af de mænd, der tager del i dagligvareindkøb, påtager sig hele ansvaret.
- Pris er den faktor der er vigtigst for flest, når danskerne køber fødevarer. Herefter kommer kvalitet.
- Der er lokale variationer i prioriteter ved køb af fødevarer – i København prioriterer flest kvalitet, og i Midtjylland er andelen der prioriterer at varerne er dansk produceret størst.
- Halvt så mange unge som ældre prioriterer at fødevarerne er dansk producerede.
- 45 pct. handler primært i discountbutikker, mens 54 pct. handler i almindelig supermarkeder. Andelen der handler discount er lige stor for dem med størst husstandsindkomst og dem med lavest.
- 2 ud af 3 oplever ikke at forbrugerne har størst indflydelse på hvad der udbydes i butikkerne, men 4 ud af 5 mener at det i fremtiden skal være forbrugerne, der har størst indflydelse på dette.
- Langt færre unge end gennemsnittet mener at det i fremtiden skal være forbrugerne der skal have størst indflydelse på butikkernes vareudbud. Til gengæld er andelen af unge, der mener at det i fremtiden skal være myndigheder/politikere der har størst indflydelse på butikkernes vareudbud, er større end gennemsnittet.
- Et flertal mener at varesortimentet er større i udenlandske butikker end i danske.
- Danskerne er helt gennemgående tilfredse med vareuddet i butikkerne – mænd er dog lidt mindre tilfredse end kvinder og københavnere lidt mindre tilfredse end Nordjyder.

Undersøgelsen er foretaget blandt 1007 danskere, der alle helt eller delvist har ansvar for husholdningens indkøb. Af de der har ansvar for indkøb er det cirka fifty-fifty hvorvidt man har *hele* ansvaret for indkøb af dagligvarer eller man har et medansvar. Københavnerne er bedst til at deles om ansvaret. Her svarer 46 pct. at de alene har indkøbsansvar, hvorimod det er 56 pct. af midtjyderne, der står med ansvar for alt dagligvarer indkøb. Ikke overraskende er det flest kvinder, der står med hele ansvaret for indkøb, men faktisk svarer 40 pct. af mændene at de har det fulde indkøbsansvar.



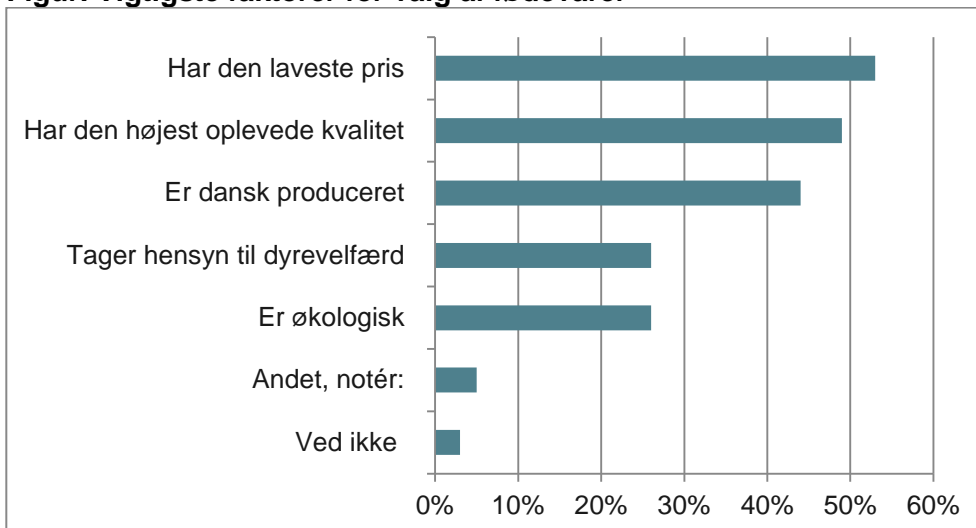
Figur. Ansvar for indkøb, fordelt på køn



Køber danskerne ind med hjerte eller pengepung?

Når danskerne handler fødevarer, så er pris den primære faktor, der påvirker danskernes valg af produkter. 53 pct. svarer at pris er blandt største faktor for hvilke fødevarer, man vælger.

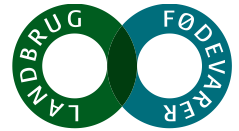
Figur. Vigtigste faktorer for valg af fødevarer



Anm.: Respondenterne har kunnet angive flere muligheder, hvorfor figuren ikke summer til 100

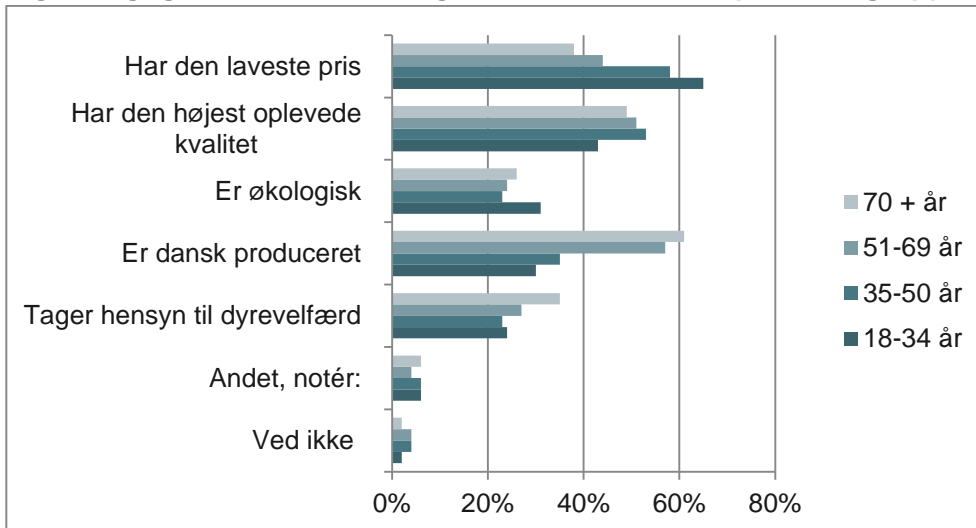
Efter pris kommer kvalitet og hvorvidt produkterne er dansk produceret. Pris og kvalitet er vigtigt for flere mænd end kvinder, hvorimod flere kvinderne går op i økologi og dyrevelfærd.

Faktorer der påvirker fødevalget varierer også afhængig af alder. Hvor 65 pct. de 18-34 årige prioriterer pris, så er det 44 pct. for de 51-69 årige og 38 pct. af dem over 70 år. Dansk produktion er til gengæld langt højere vægtet i det ældre segment. Omkring 60 pct. af dem over 50 år vægter at produkterne er dansk produceret. Det er dobbelt så mange som blandt de unge, hvor 30 pct. prioriterer



dansk produktion. Til gengæld er de unge den gruppe med den største andel, der prioriterer økologi.

Figur. Vigtigste faktorer for valg af fødevarer fordelt på aldersgrupper

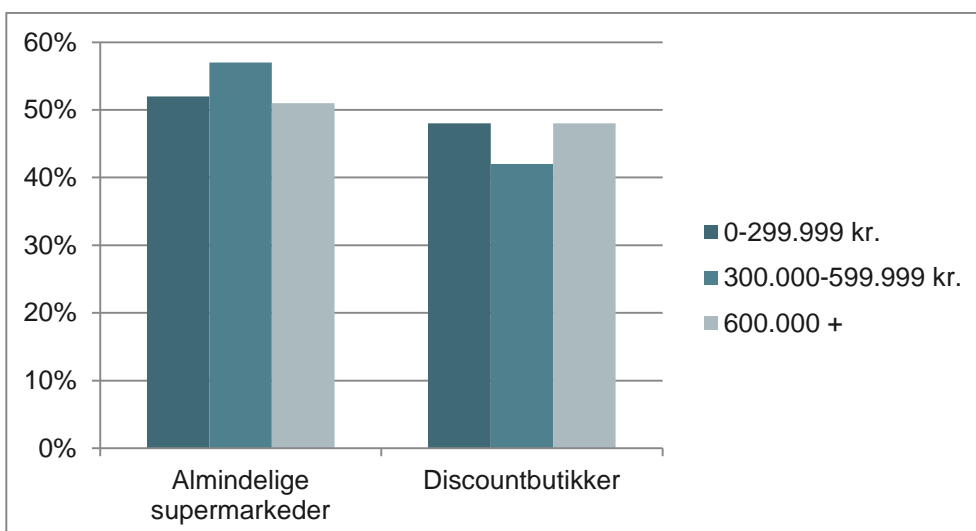


Der er også mindre regionale variationer i hvilke faktorer, der påvirker fødevalget. Pris er generelt vigtigt, men i København angiver flere kvalitet som faktor for valg, mens der i Midtjylland er flest, der peger på det at varerne skal være produceret i Danmark.

Hvor svinges indkøbskurven?

Ifølge undersøgelsen foretrækker flest danskere, 54 pct., at gøre deres primære dagligvareindkøb i almindelige supermarkeder, mens 44 pct. primært køber ind i discountbutikker. 1 pct. handler primært på internettet.

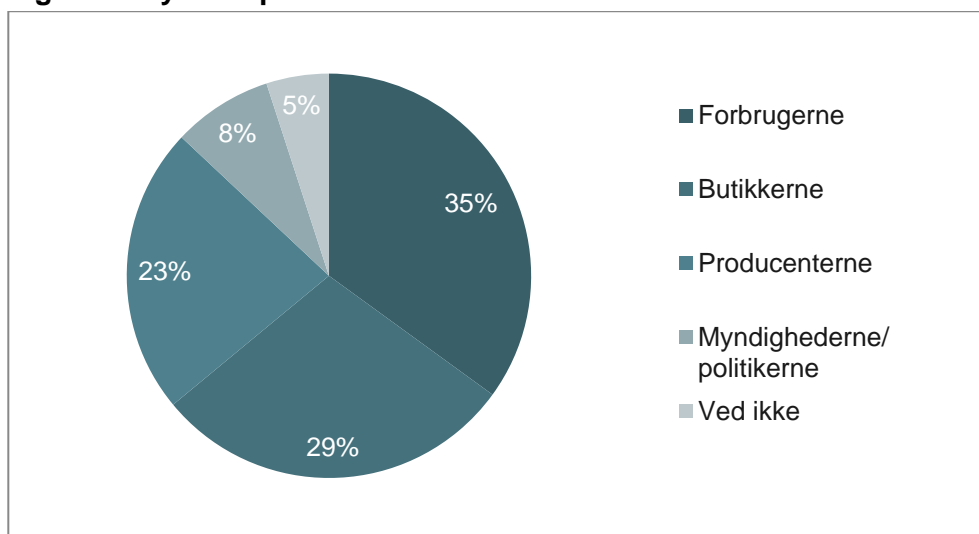
Andelen der primært handler i discount butik er lige stor uanset om hustandsindkomsten er under 300.000 eller over 600.000, dvs. 48 pct. – det er blandt midtergruppen færrest handler i discountbutikker.



Hvem bestemmer butikkernes udbud?

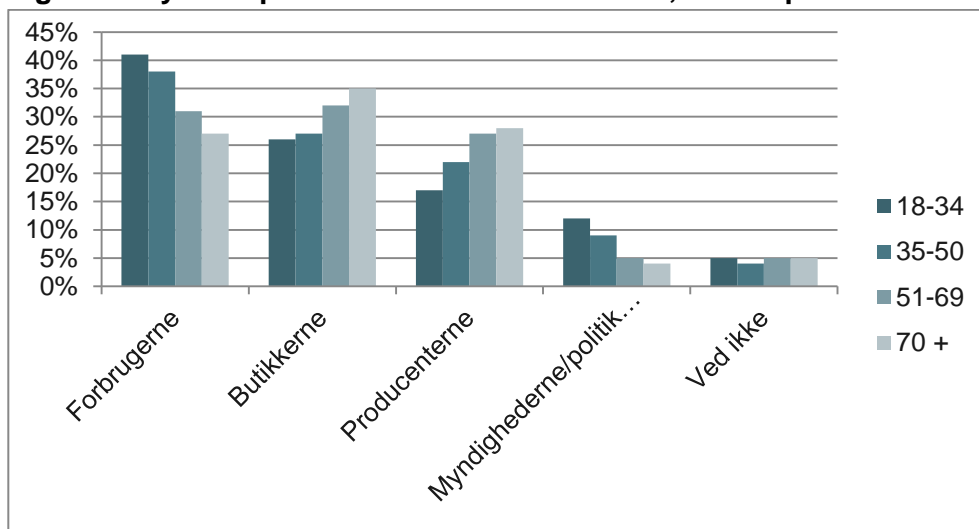
Når danskerne spørges til hvem der har størst indflydelse på butikkernes vareudbud, svarer én ud af tre forbrugerne selv. 29 pct. mener detailhandlen har størst indflydelse, mens 23 pct. siger det er producenterne. Myndigheder / politikere er gruppen færrest peger på har størst indflydelse på butikkernes udbud. Samlet set mener to ud af tre dermed ikke, at forbrugerne har størst indflydelse på hvad de finder i butikkerne.

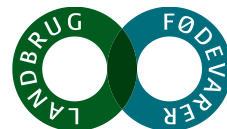
Figur. Indflydelse på vareudbuddet i butikkerne



Om man tillægger forbrugerne, butikkerne eller producenterne størst indflydelse hænger sammen med alder. En større andel af de 18-34 årige svarer at forbrugerne har størst indflydelse sammenlignet med de øvrige aldersgrupper, mens flere blandt de ældste aldersgrupper svarer, at butikkerne og producenterne har størst indflydelse.

Figur. Indflydelse på vareudbuddet i butikkerne, fordelt på alder

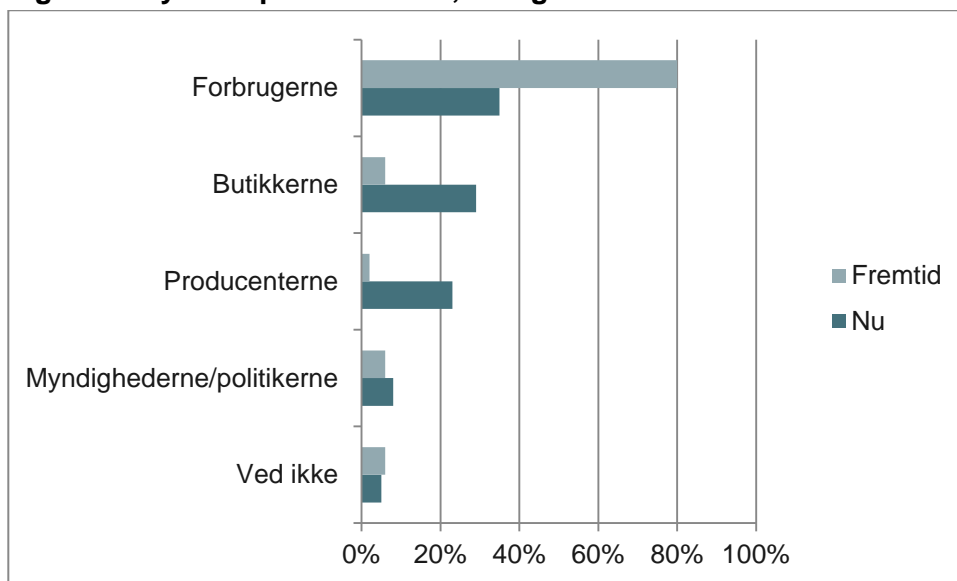




Forbrugerne ønsker sig indflydelse i fremtiden

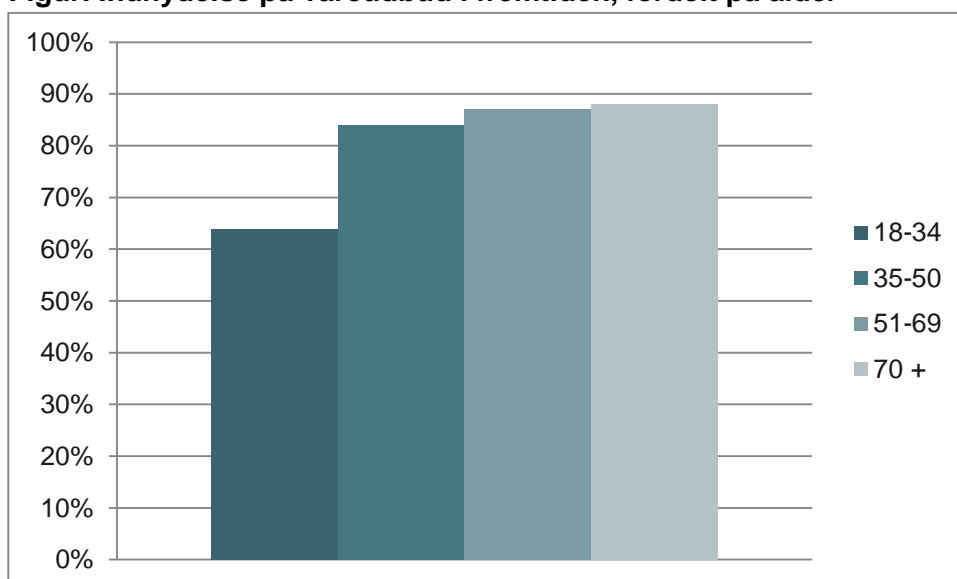
Som nævnt mener hver tredje at forbrugerne har størst indflydelse på hvad man kan finde i butikken. Sådan ønsker danskerne ikke det skal være i fremtiden. 80 pct. svarer, at de mener, at i fremtiden bør forbrugerne have størst indflydelse på butikkernes udbud af varer.

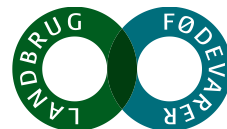
Figur. Indflydelse på vareudbud, nu og i fremtiden



Der er generel enighed om at forbrugerne skal have størst indflydelse på butikkernes vareudbud fremadrettet. I øjnefaldende er det dog at der blandt de unge er en markant mindre andel, der svarer at forbrugerne skal have størst indflydelse. 64 pct. af de unge mener at forbrugerne skal have størst indflydelse, hvor andelen for de øvrige aldersgrupper er over 80 pct.

Figur. Indflydelse på vareudbud i fremtiden, fordelt på alder



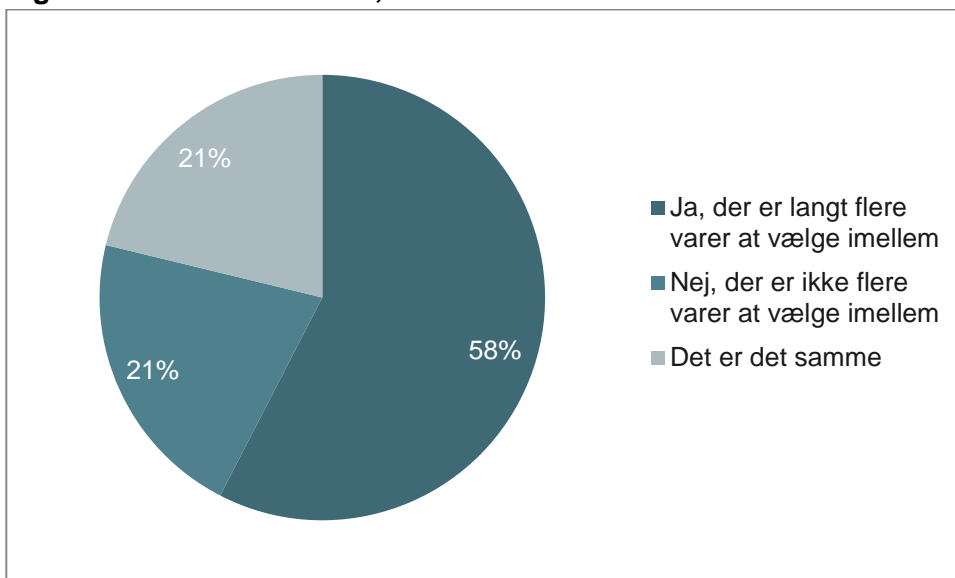


Kigges på faggruppen lærling/elev/studerende – som må formodes at være endnu yngre end gennemsnittet af de 18-34 årige – ses at endnu færre, nemlig 56 pct., mener at forbrugerne skal have størst indflydelse. Til gengæld mener markant flere af de unge, at myndigheder/politikere skal have størst indflydelse på butikkernes udbud i fremtiden, 13 pct. mod ca. 3 pct. for den øvrige befolkning.

Flere varer at vælge imellem i udlandet

Respondenterne er også blevet bedt om at forholde sig til hvorvidt de oplever der er færre eller flere varer i de udenlandske butikker end i de danske. En tredjedel angiver, at de ikke kan besvare dette, men af de resterende respondenter, oplever 58 pct. at der i butikkerne i udlandet er et større varesortiment at vælge i mellem. 21 pct. oplever at det er det samme som i Danmark, mens 21 pct. oplever udvalget som mindre.

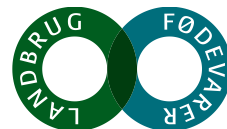
Figur. Forskel i vareudbud, udenlandske vs. danske butikker



Anm.: Besvarelsen "ved ikke" er kodet fra. n=665

Er danskerne tilfredse?

Selvom mange finder at der er et mere snævert vareudbud i de danske butikker sammenlignet med udlandet, så er danskerne helt overordnet set tilfredse med udbuddet. 90 pct. svarer at det er enten "tilfredse" eller "meget tilfredse" med udbuddet af varer i butikkerne. Der forekommer mindre variationer i tilfredsheden. Lidt flere mænd end kvinder finder vareudbuddet utilfredsstillende. Ligeledes finder man blandt de unge også en større andel, der ikke finder vareudvalget tilfredsstillende, og som det fremgår af figuren herunder, så er tilfredsheden med vareudbuddet også større i Jylland end den er i hovedstaden. Der er ikke tvivl om at tilfredsheden gennemgående er stor, men 86 pct. af københavnere er meget tilfredse eller tilfredse med vareudbuddet i butikkerne, mens den tilsvarende andel for Nordjylland er 94 pct.



Figur. Tilfredshed med vareudbud, fordelt på regioner

