

Notat

Befolkningsundersøgelse om bæredygtige produkter

Til:

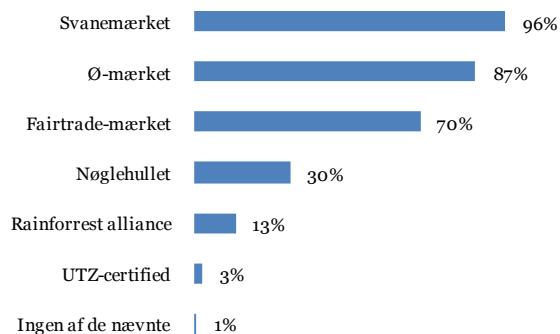
Fra: Dansk Erhverv, LBU

Capacent har på vegne af Dansk Erhverv gennemført en spørgeskemaundersøgelse blandt befolkningen på 18 år eller derover. Undersøgelsen omhandler bæredygtige produkter og er foretaget i januar 2010.

Stort kendskab til Svanemærket, Ø-mærket og Fairtrade-mærket

Befolkningen har et meget omfattende kendskab til det nordiske miljømærke Svanemærket. Også det danske kontrolmærke på økologiske produkter, Ø-mærket, nyder meget stor genkendelse. Desuden kender syv ud af 10 danskere over 18 år det internationale Fairtrade-mærke.

Angiv venligst hvilke af disse mærker du kender eller har hørt om.



Note: Det har været muligt at angive flere svar.
n= 1153

Som nedenstående tabel viser, er det især kvinderne, de unge og de veluddannede, der kender Fairtrade-mærket.

Kendskab til fairtrade-mærket, fordelt på køn, alder og uddannelse

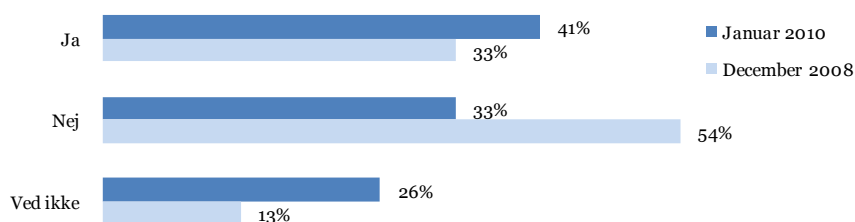
Køn	Antal	Procent
Kvinder	454	77%
Mænd	357	63%
Alder		
18-34 år	248	84%
35-55 år	290	68%
56 år+	250	63%
Uddannelse		
Grundskole	194	62%
Gymnasie mv.	77	75%
Erhvervsfaglig uddannelse	289	68%
Videregående uddannelse	251	80%

Flere køber fairtrade

Fire ud af 10 danskere over 18 år har ifølge undersøgelsen købt fairtrade-mærkede varer inden for de seneste tre måneder. Sammenlignet med en tilsvarende undersøgelse fra december 2008 er der sket en stigning. Resultatet bør dog tolkes varsomt, da respondenter har en tilbøjelighed til at overestimere deres forbrug i den slags spørgsmål, og derfor er det faktiske tal formentligt lavere.

Det bemærkes, at dobbelt så mange som i 2008 ikke ved, om de har købt fairtrade-mærkede varer. En forklaring på dette kan være, at da spørgsmålet blev stillet i 2008, var det efterfulgt en eksemplificerende parentes.

Har du købt Fairtrade-mærkede varer inden for de seneste tre måneder?



Note: n= 1153 i januar 2010 og n= 1091 i december 2008.

Som tabellen herunder viser, er kvinder mere tilbøjelige til at købe fairtrade end mænd, og det er desuden mere udbredt blandt unge end blandt ældre. At interessen er større blandt kvinder og unge, underbygger den ovenfor omtalte større genkendelse af fairtrade-mærket hos disse grupper.

Geografisk set er det mest udbredt at købe fairtrade i Hovedstadsområdet. Derudover er køb af fairtrade-mærkede varer afhængigt af ens indkomstniveau: Jo større husstandsindkomst, jo mere udbredt er det at købe fairtrade.

Endelig er valget af fairtrade også ideologisk betinget: S-SF-R-EL-vælgerne ("rød blok") køber mere fairtrade end V-K-O-vælgerne ("blå blok").

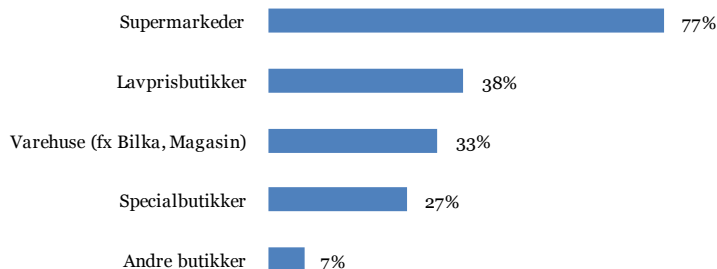
Har købt fairtrade inden for de seneste tre måneder, fordelt på køn, geografi, indkomst og politisk tilhørsforhold

Køn	<i>Antal</i>	<i>Procent</i>
Kvinder	273	47%
Mænd	198	35%
Region		
Hovedstaden	167	47%
Sjælland	75	44%
Syddanmark	83	33%
Midtjylland	105	41%
Nordjylland	41	33%
Husstandsindkomst		
Under 300.000 kr.	90	38%
300.000-499.999 kr.	106	37%
500.000-699.999 kr.	109	41%
700.000 kr. +	117	53%
Politisk tilhørsforhold		
V-K-O	164	33%
S-SF-R-EL	271	49%

Fairtrade købes primært i supermarkedet

Det er langt mest udbredt at købe fairtrade-mærkede varer i supermarkedet. 77 % af dem, der har købt fairtrade inden for de seneste tre måneder, har købt det i et supermarked. Godt hver tredje køber fairtrade i lavprisbutikker og/eller i varehuse. Omkring hver fjerde går i specialbutikker.

Hvor køber du Fairtrade-mærkede varer?



*Note: Det har været muligt at angive flere svar.
Kun besvaret af dem, der har købt fairtrade inden for de seneste tre måneder.
n= 857*

Ældre er mere tilbøjelige til at købe deres fairtrade-produkter i supermarkedet, mens unge i højere grad køber dem i lavprisbutikker og specialbutikker. Ikke overraskende er det mere udbredt at gå i specialbutikker i hovedstadsområdet, hvor koncentrationen af denne butikstype er størst. I Region Sjælland og Syddanmark er man mere tilbøjelig til at bruge lavprisbutikker, når man køber bæredygtige varer.

Indkøbssteder for bæredygtige produkter, fordelt på alder og region

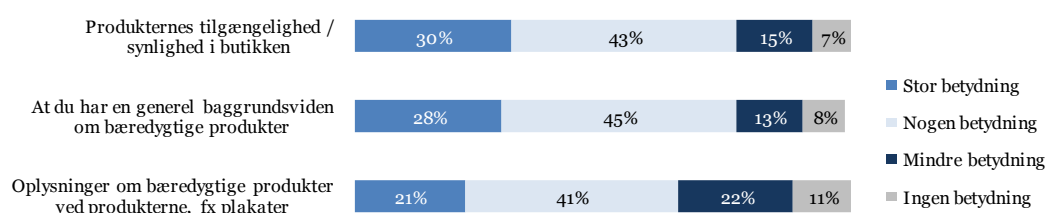
	Supermarked		Lavprisbutik		Varehus		Specialbutik	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Alder								
18-34 år	91	68%	63	48%	52	39%	49	37%
35-55 år	138	79%	68	39%	55	31%	46	26%
56 år+	119	81%	42	28%	48	32%	30	20%
Region								
Hovedstaden	139	83%	53	31%	50	30%	58	35%
Sjælland	62	83%	36	48%	23	31%	18	24%
Syddanmark	59	72%	42	51%	32	39%	21	26%
Midtjylland	68	65%	36	34%	35	33%	23	22%
Nordjylland	33	81%	11	27%	15	38%	9	21%

Baggrundsviden og tilgængelighed betyder mere end produktoplysninger

Når danskerne skal vælge bæredygtige produkter som for eksempel fairtrade, har tilgængeligheden i butikken stor eller nogen betydning for tre ud af fire. En generel baggrundsviden om bæredygtige produkter har en tilsvarende betydning.

At der er oplysninger om de bæredygtige produkter ved selve produkterne, betyder mindre, men har dog stadig stor eller nogen betydning for 62 %.

Hvor stor betydning har følgende forhold for, at du vælger – eller ville overveje at vælge – bæredygtige produkter som fx Fairtrade?



Note: Figuren viser ikke svar i kategorien "Ved ikke".
n= 1153

Alle tre forhold – tilgængelighed, baggrundsviden og oplysninger ved produkterne – betyder mere for kvinder end for mænd. Desuden har generel baggrundsviden og tilgængelighed større betydning for de unge. Det er således de grupper, der i forvejen er mere tilbøjelige til at købe bæredygtige produkter, der tillægger købsfremmende forhold størst betydning.

Betydning for valg af bæredygtige produkter, fordelt på køn og alder

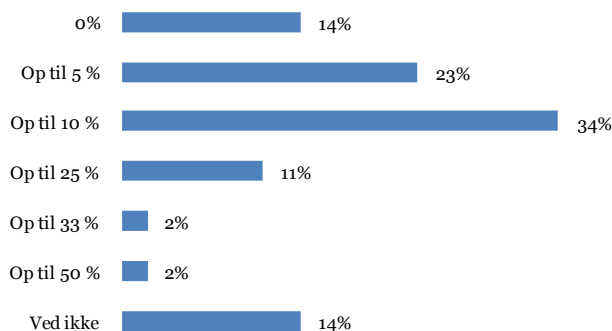
	Tilgængelighed		Baggrundsviden		Oplysning ved produkterne	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Køn						
Kvinder	463	79%	466	80%	381	65%
Mænd	375	66%	375	66%	331	58%
Alder						
18-34 år	240	82%	245	84%	186	63%
35-55 år	293	69%	290	68%	246	57%
56 år+	284	71%	286	72%	261	65%

Note: Tabellen viser den andel, der har svaret stor eller nogen betydning.

Bæredygtige varer bør højst koste 10 % mere

Hver syvende dansker er ikke villig til at betale mere for bæredygtige produkter. Blandt de øvrige går betalingsvilligheden for størstedelens vedkommende op til 10 % oven i prisen, sammenlignet med almindelige produkter. Blot 15 % er villige til at betale mere end 10 % oven i prisen.

Hvor meget mere er du villig til at betale for bæredygtige produkter end for almindelige produkter?



Note: n= 1153

Betalingsvilligheden falder med alderen, hvilket hænger sammen med den lavere interesse for bæredygtige produkter hos den ældre del af befolkningen. Omvendt vokser betalingsvilligheden med indkomstniveauet. Den er desuden ideologisk betinget, idet den er større hos ”rød blok” end hos ”blå blok”.

Betalingsvillighed i procent, fordelt på alder, husstandsindkomst og politisk tilhørsforhold

	0 % mere		Op til 5 % mere		Op til 10 % mere		Over 10 % mere	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Alder								
18-34 år	29	10%	69	23%	94	32%	146	25%
35-55 år	61	14%	118	28%	135	32%	45	10%
56 år+	63	16%	72	18%	161	40%	52	12%
Husstandsindkomst								
Under 300.000 kr.	45	19%	74	31%	68	28%	30	13%
300.000-499.999 kr.	43	15%	68	23%	111	38%	31	11%
500.000-699.999 kr.	35	13%	46	17%	92	35%	50	20%
700.000 kr. +	23	10%	40	18%	92	41%	43	19%
Politisk tilhørsforhold								
V-K-O	106	21%	105	21%	166	33%	51	11%
S-SF-R-EL	38	7%	135	25%	193	35%	117	20%

Fakta om undersøgelsen

Spørgeskemaundersøgelsen er gennemført af Capacent på vegne af Dansk Erhverv i januar 2010. Resultaterne bygger på internetbaserede interview med 1161 repræsentativt udvalgte danskere på 18 år og derover.

Data er, hvor det skønnes relevant, analyseret for sammenhænge med køn, alder, geografi, uddannelse, husstandsindkomst og politisk tilhørsforhold.

Resultaterne må kun offentliggøres med kildeangivelsen: ”Capacent for Dansk Erhverv”.