

"Prisen på krisen" er vigtigere end mærker i 2022

I 2018 lagde 64 pct. af forbrugerne vægt på mærker og certificeringer. Det tal er faldet til 54 pct. i 2022. Et fald, som i høj grad kan skyldes inflationen men også, at mærkerne ikke dækker forbrugernes præferencer ved indkøb.

Lavere opbakning til mærkningsordninger i 2022 sammenlignet med 2018

Der kan være flere grunde til faldet i opbakningen til mærkningsordningerne. Herunder er tre af de mulige forklaringer listet:

- Prisen betyder mere end mærkningsordningen
- Varens indhold betyder mere end mærker og certificeringer. Det tyder på, at sidstnævnte ikke opfylder forbrugernes informationsbehov, og forbrugerne har generelt ikke kendskab nok til de forskellige mærker
- Hver fjerde angiver, at de mangler tillid til, at mærkerne holder, hvad de lover.

Sundhed og miljø er vigtigst ved prioritering af mærker

For de forbrugere som tillægger mærkerne betydning, når de handler ind, er det især sundhed og miljø, der fylder mest (mere end 60 pct.). Dernæst kommer hensyn til klimaet og dyrevelfærd, som betyder noget for forbrugeren, når der købes ind (mere end 40 pct.).

I nogle varegrupper vægtes mærker højere

Når danskerne køber ind er der stor forskel på, i hvilke varegrupper mærkerne har betydning. Når der handles fødevarer og hygiejneprodukter har mærker betydning for mere end 40% af de adspurgte. Anderledes er det med fx køkkenudstyr og boligtekstiler, hvor under 20% tillægger mærker nogen betydning.

Størst kendskab til offentlige mærker

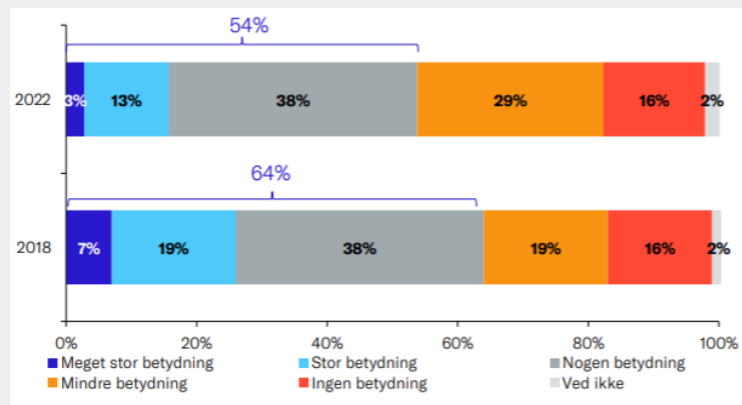
Kendskabsgraden er højest for offentlige mærker sammenlignet med private mærkningsordninger. Offentlige mærker tæller bl.a. Ø-mærket, Svane-mærket og Nøglehulsmærket, som desuden er de tre mærker, der har den højeste kendskabsgrad hos de adspurgte.

Derudover har forbrugerne i højere grad kendskab til de danske mærkningsordninger sammenlignet med de internationale mærkningsordninger.

Mærkernes troværdighed følger kendskabet

Der ses en tydelig sammenhæng mellem danskernes kendskab og tillid til de forskellige mærkningsordninger. Generelt nyder de mærker, som har en høj kendskabsgrad større troværdighed, mens de mærker, der har en lav grad af kendskab anses som mindre troværdige.

Hvor stor betydning har mærker generelt på dine indkøb?



Kilde: Norstat for Dansk Erhverv, 2022 og 2018.

Note: n (2022) = 1.005, n (2018) = 1.008.

Certificeringer og mærkninger

Dansk Erhverv har certificeringer og mærkninger på agendaen. På følgende side kan der læses mere om hvad Dansk Erhverv arbejder for:

[Certificeringer og mærkninger](#)

Derudover kan selve analyserapporten læses her:

[I 2022 var 'prisen på krisen' vigtigere end mærker](#)