



Reumatikerförbundet

Upplevelse av förpackningar för
dagligvaror

T-112011

Reumatikerförbundet:

Katarina Cenner

Leif Hansson

TEMO AB:

Gun Pettersson

Datum:

2005-10-18

Innehållsförteckning

Inledning med bakgrund och syfte	3
Temo Direkt	7
Kort sammanfattning	10
Resultat	12
Konsultens kommentarer	22
Bilagor	
Formulär	

Inledning

Bakgrund och syfte

Reumatikerförbundet samarbetar med med Handikappförbundens Samarbetsorgan (HSO), Sveriges Pensionärsförbund (SPF), Pensionärernas Riksorganisation (PRO) samt Sveriges Konsumentråd, för att livsmedelsproducenter ska tillverka lättöppnade förpackningar. I samband med detta arbete vill man veta i vilken utsträckning svenska folket anser att förpackningar för dagligvaror upplevs som svåra att öppna eller ej.

Reumatikerförbundet bad därför Temo om hjälp att undersöka om hur konsumenterna upplever förpackningar för dagligvaror.

Undersökningen har genomförts via Temos telefonomnibuss Temo Direkt.

När vi i rapporten pratar om "förpackningar", menar vi förpackningar för dagligvaror.

Genomförande

I Temo Direkt intervjuas varje vecka 1000 svenskar över 16 år. Urvalet är riksrepresentativt och intervjuerna genomförs måndag – torsdag, klockan 17-21. Intervjuerna genomfördes på Temos fältavdelning i Karlskrona.

Fältarbetet påbörjades den 3 oktober och avslutades den 6 oktober. Totalt har 1013 intervjuer genomförts.

I undersökningen tittar vi på följande bakgrundsvariabler: kön, ålder, geografi, hushållsstorlek och hushållsinkomst

Vi har följande definition vad gäller geografin:

Storstäder: Stockholm, Göteborg och Malmö

Städer: Orter med minst 3000 invånare

Glesbygd: Orter, platser med färre än 3000 invånare

Databearbetning

Data har bearbetats av Temos datakonsulter. I de bifogade tabellerna förekommer plus och minus tecken som anger om ett värde är på ett statistiskt signifikant sätt avviker från värdet på samma rad som i totalkolumnen. Signifikansmättet som används är CHI2, 95% nivån.

Felmarginalen i denna undersökning ligger på +/- 3,2% vid fördelningen 50/50 och +/- 2,5% vid fördelningen 20/80



TEMO DIREKT

Teknisk beskrivning

Omnibusundersökning

TEMO Direkt är en regelbundet återkommande telefontomnibus bland den svenska allmänheten. "Omnibus" innebär att frågeformuläret delas mellan olika uppdragsgivare. Undersökningen genomförs på identiskt lika sätt vid varje tillfälle. Detta möjliggör jämförelser över tiden. Undersökningen genomförs som en dagsbuss med separat urval. Varje dag genomförs 250 intervjuer.

Urval

Urvalet är representativt för den svenska allmänheten, 16 år och äldre. För varje omgång dras ett nytt urval. Urvalet dras med hjälp av TEMOs modell för telefonnummerbaserade befolkningsurval. I hushållet väljs slumpmässigt intervjuperson med hjälp av en fråga om vem i hushållet som senast hade födelsedag.

Kontaktform

Telefonintervjuer, hemtelefonnummer.



TEMO DIREKT

Teknisk beskrivning

Fältarbete

Intervjuerna genomförs från TEMO:s telefoncentraler av utbildade intervjuare. Intervjuerna genomförs under eftermiddag- och kvällstid.

Vägning

Insamlad data poststratifieras. Eftersom urvalet är hushållsbaserat skulle t.ex. enpersonshushåll utan denna vägning kunna vara överrepresenterade i det insamlade materialet. Vägningen görs simultant med alla fyra variablerna kön, ålder, hushållsstorlek och bostadsort.

Dataredovisning

Resultaten redovisas som vertikal procent med "chisquare" där procenttalen uppifrån och ned kolumnvis summerar till 100% eller mera. Via plus- eller minustecken anges vilka värden som signifikant avviker från motsvarande värde i totalkolumnen. Plus (+) anger att värdet är signifikant högre, minus (-) att värdet är signifikant lägre.



TEMO DIREKT

Teknisk beskrivning

Tillförlitlighet

Tabellen nedan redovisar felmarginalen för uppmätta procenttal vid olika stickprovsstorlekar. Det sanna procenttalet ligger med 95 procents sannolikhet inom intervallet +/- det antal procentenheter som anges i tabellen.

Urvalets omfång (= bastalet)	Felets storlek när svaren fördelar sig på följande sätt:									
	5-95 %	10-90 %	15-85 %	20-80 %	25-75 %	30-70 %	35-65 %	40-60 %	45-55 %	50-50 %
30 intervjuer	± 8.0	± 10.0	± 13.0	± 14.6	± 15.8	± 16.7	± 17.4	± 17.9	± 18.2	± 18.3
50 intervjuer	6.2	8.5	10.1	11.3	12.2	13.0	13.5	13.9	14.0	14.1
74 intervjuer	5.0	6.9	8.2	9.2	10.0	10.6	11.0	11.3	11.5	11.5
100 intervjuer	4.4	6.0	7.1	8.0	8.7	9.2	9.5	9.8	9.9	10.0
200 intervjuer	3.1	4.2	5.1	5.6	6.1	6.5	6.8	6.9	7.0	7.1
250 intervjuer	2.8	3.8	4.5	5.1	5.5	5.8	6.0	6.2	6.3	6.3
400 intervjuer	2.2	3.0	3.6	4.0	4.3	4.6	4.8	4.9	5.0	5.0
500 intervjuer	2.0	2.7	3.2	3.6	3.9	4.1	4.3	4.4	4.5	4.5
1.000 intervjuer	1.4	1.9	2.3	2.5	2.7	2.9	3.0	3.1	3.1	3.2

Om t.ex. 69% svarat "JA" på en fråga och 500 personer har besvarat denna fråga blir felmarginalen ca 4%. Vi kan då med 95% sannolikhet säga att det sanna värdet ligger mellan 65% och 73%.

Kort sammanfattning

Punktvis sammanfattning av resultaten

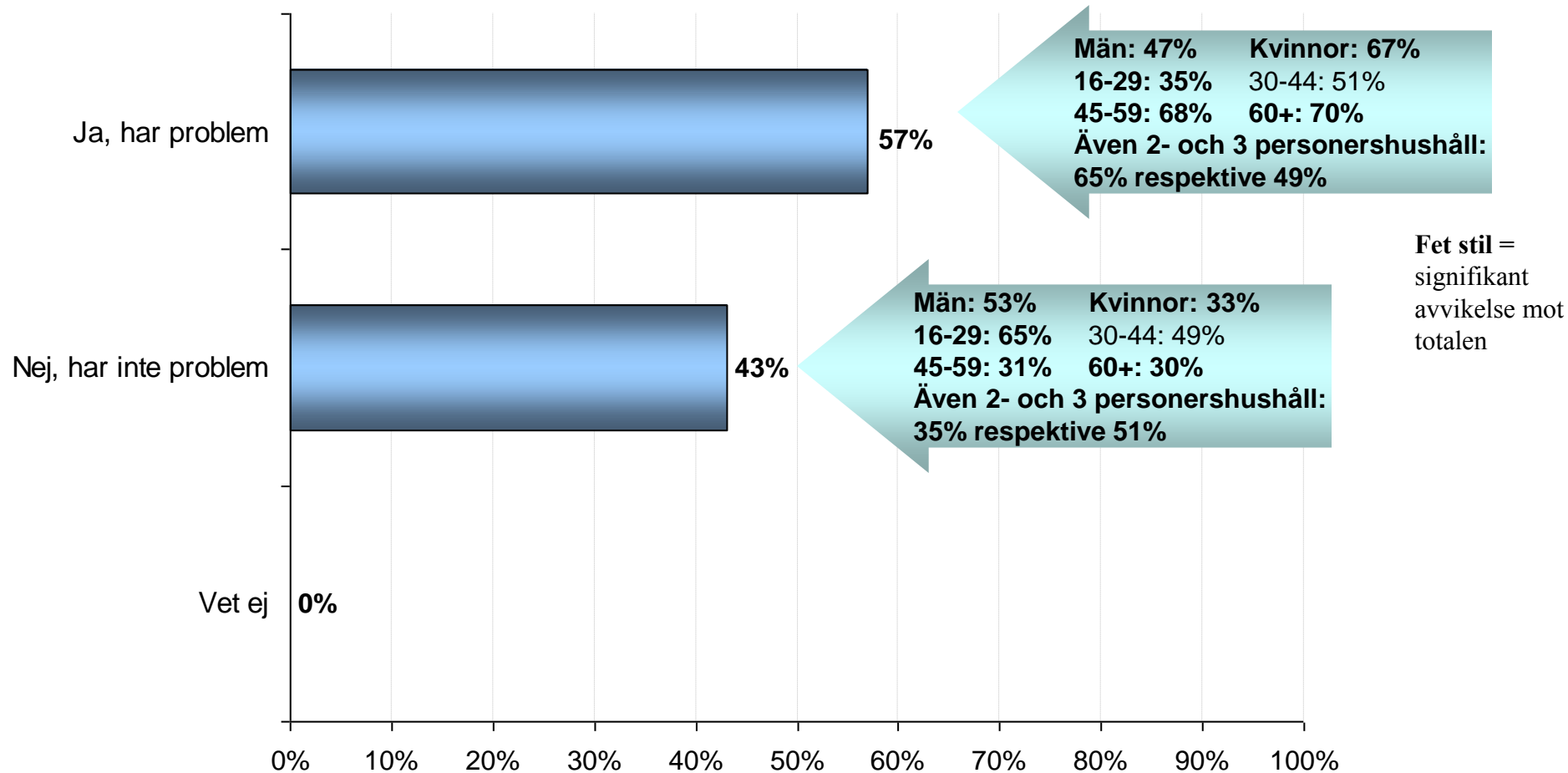
Svenska folket.....

- Över hälften, 57 procent, uppger att det händer att de har problem att hantera förpackningar för dagligvaror. För kvinnorna är motsvarande siffra 67 procent, och för de över 60 år är motsvarande siffra 70 procent.
- Av dessa 57 procent uppger 43 procent att de har problem flera gånger per vecka. Omräknat till totalen blir det 24 procent av svenskarna
- När man har problem med en förpackning använder man framförallt ett redskap som hjälp
- Var femte svensk (20 procent) blir irriterade flera gånger per vecka när de ska öppna eller hantera en förpackning
- Den viktigaste egenskapen hos en förpackning, enligt svenska folket, är att den är lätt att öppna och att det är lätt att återförsluta och tömma förpackningen
- Två av tre svenskar är villiga att betala mer för en produkt som har en lätthanterlig förpackning.
- När det gäller själva upplevelsen ”problem – inte problem med förpackningar”, ser vi de största skillnaderna mellan yngre och äldre

Resultat

Nästan sex av tio har någon gång problem att hantera förpackningar

.....Om du tänker på när du ska öppna en förpackning för dagligvaror....händer det att du har problem med att hantera dessa förpackningar?



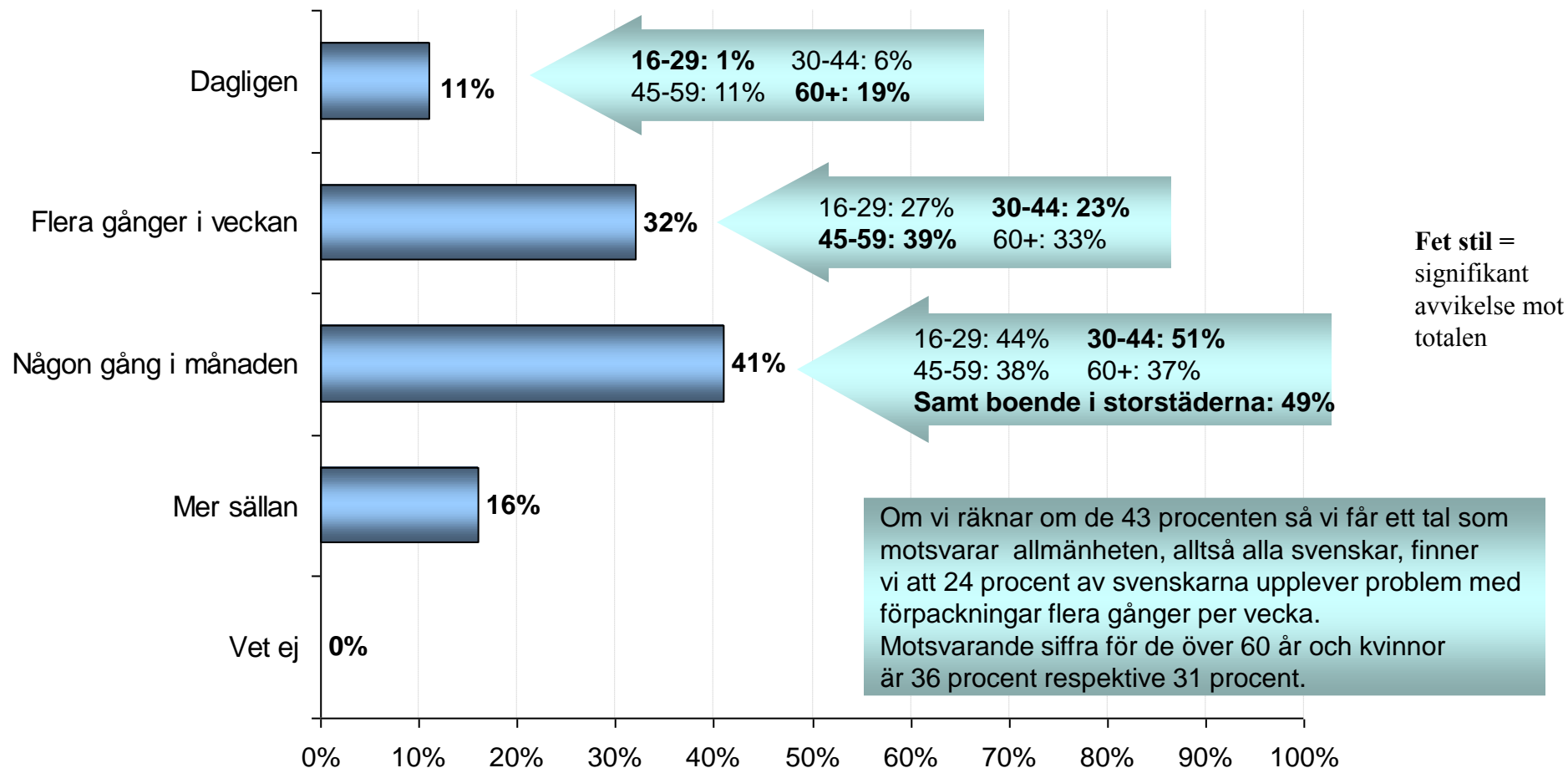
Bas: Samtliga 1013respondenter

T-112011

© TEMO AB 2005

Var sjunde över 60 år har dagligen problem att hantera förpackningar

OM JA PROBLEM....Hur ofta upplever du dessa problem?



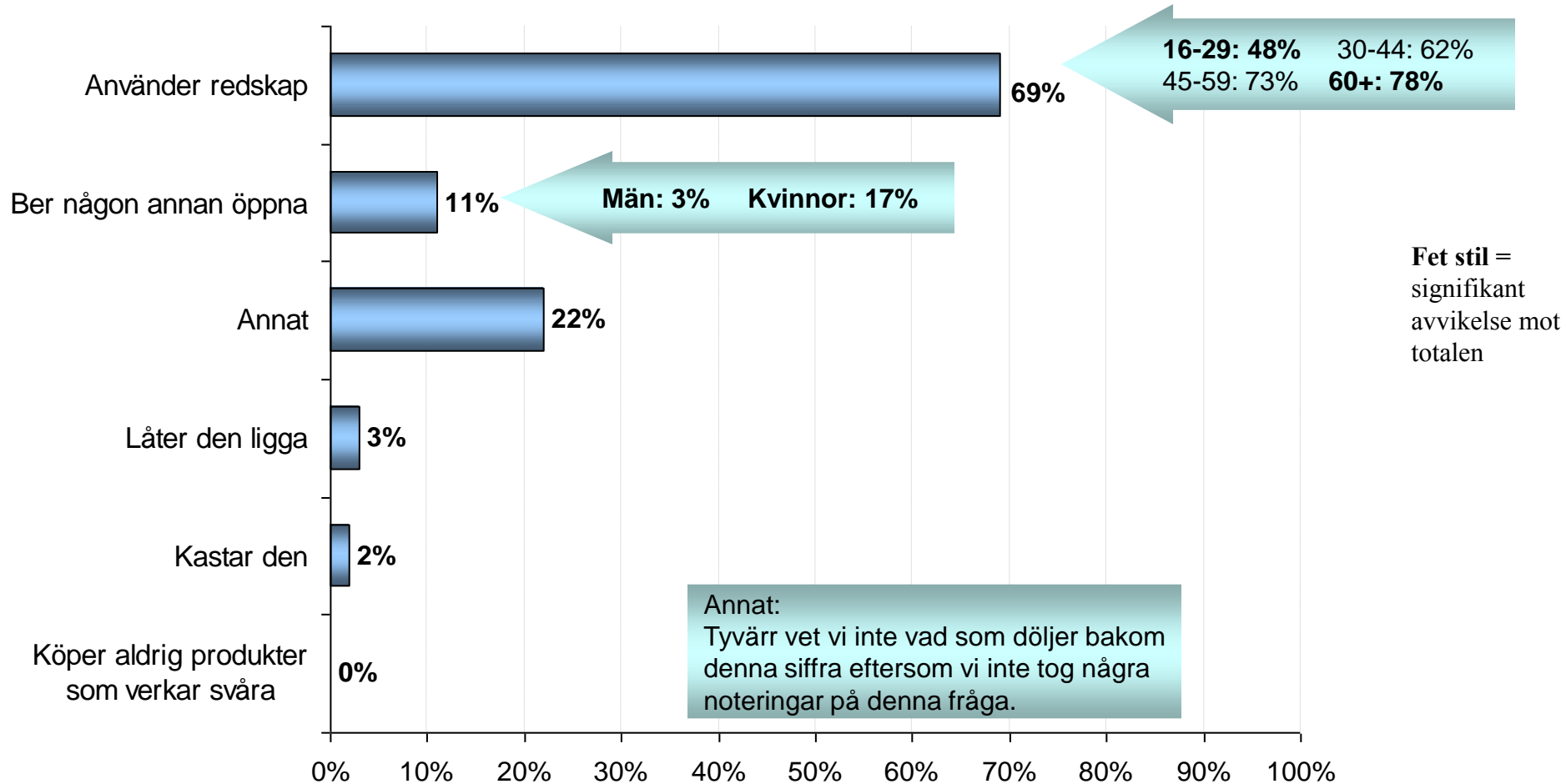
Bas: Har problem, 576 respondenter

T-112011

© TEMO AB 2005

En majoritet använder ett redskap när de har problem med en förpackning

OM JA PROBLEM....När du står med en förpackning i handen som du har problem med, vad gör du?



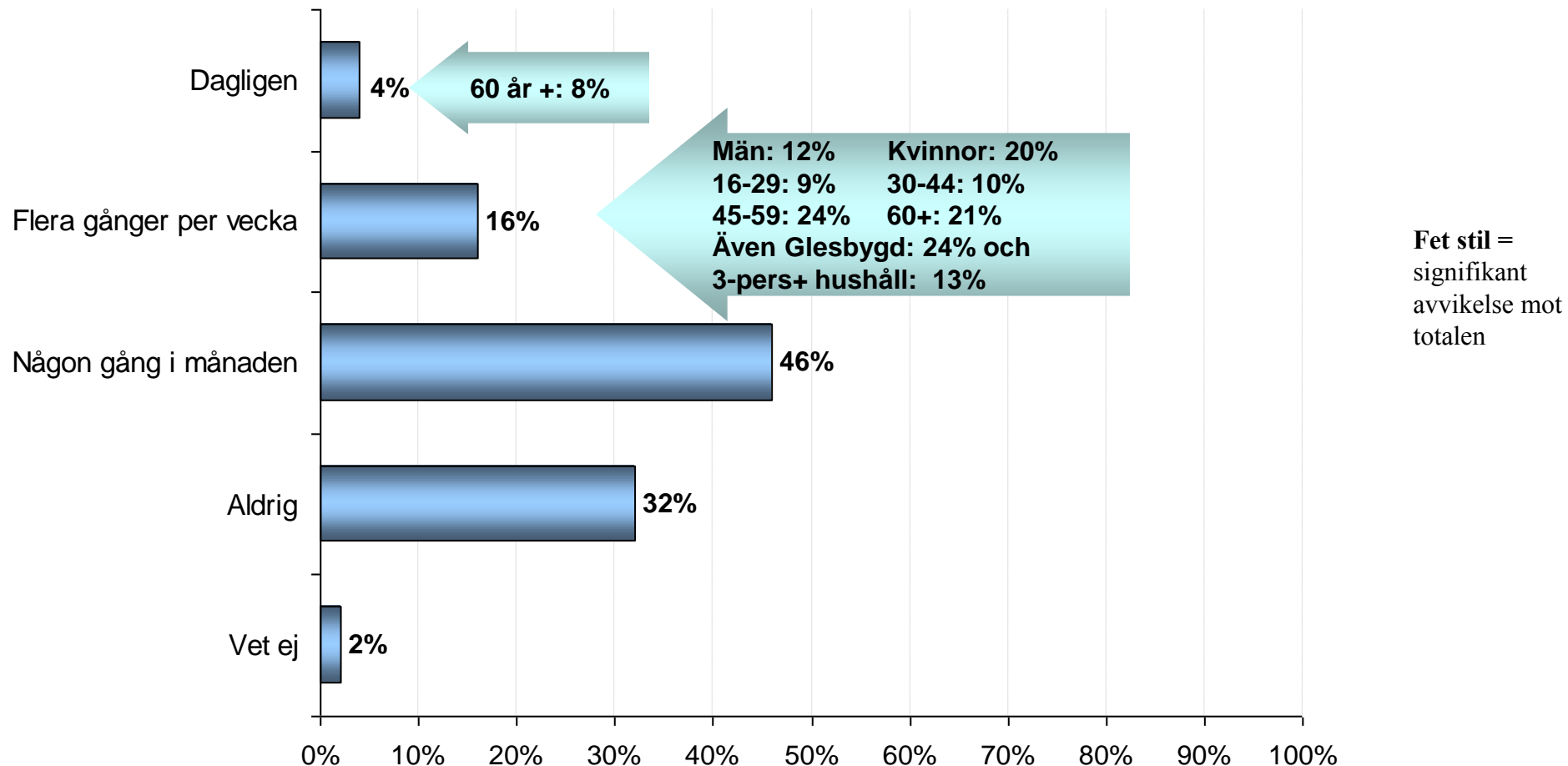
Bas: Har problem, 576 respondenter

T-112011

© TEMO AB 2005

Var femte svensk blir irriterad flera gånger per vecka när han/hon ska öppna en förpackning

Ibland blir man irriterad när man ska öppna eller hantera en förpackning. Hur ofta händer det dig?



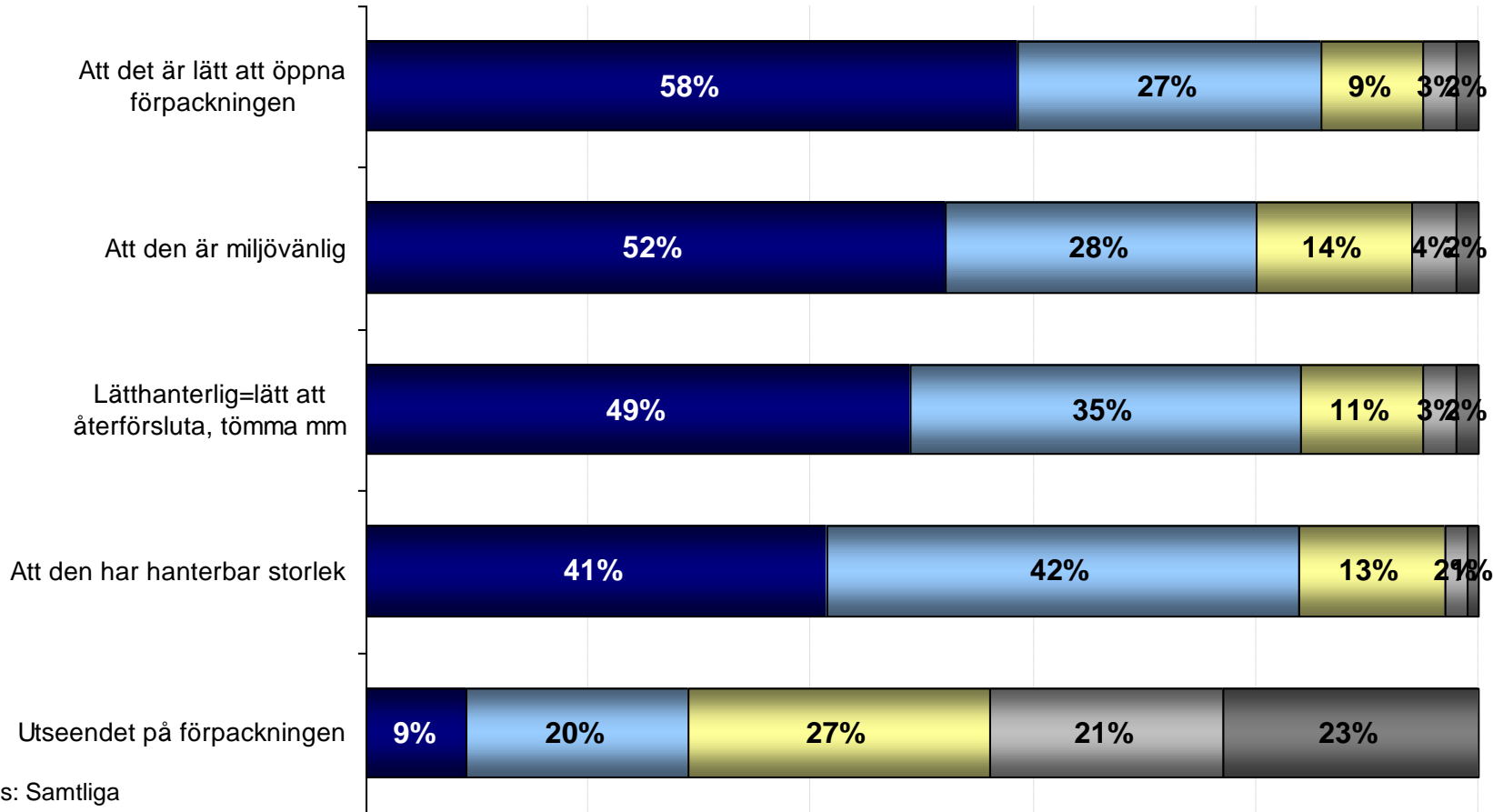
Bas: Samtliga 1013respondenter

T-112011

© TEMO AB 2005

Åtta av tio anser att det är viktigt att en förpackning är lätt att öppna

.....Ta ställning till om följande egenskaper på förpackningar är viktiga eller oviktiga.....



För dessa påståenden ser vi framförallt skillnader vad gäller ålder.

58 procent anser att det är mycket viktigt att förpackningen är lätt att öppna. Motsvarande siffra för "miljövänlig" är 52 procent. Denna skillnad ligger mycket nära en signifikant avvikelse.

Bas: Samtliga
1013 respondenter

■ Mycket viktigt 5 ■ Ganska viktigt ■ Varken viktigt eller oviktigt ■ Ganska oviktigt ■ Mycket oviktigt 1

Störst skillnader mellan yngre och äldre

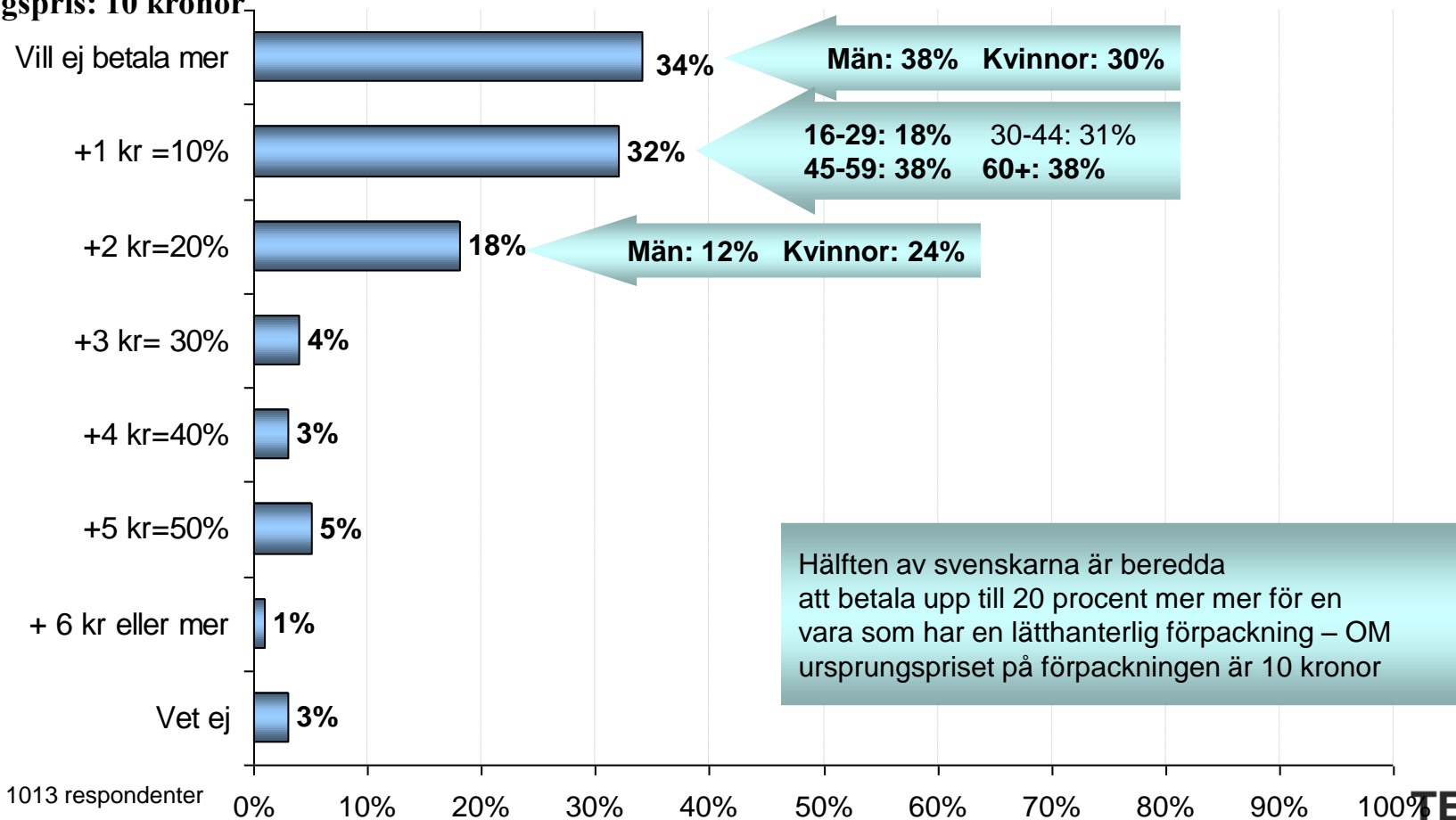
	16-29 år	30-44 år	45-59 år	60år +	Män	Kvinnor
Utseendet						
Mycket viktigt (9%)	15%	8%	7%	6%	9%	8%
Ganska viktigt (20%)	30%	21%	16%	15%	18%	22%
Lätt att öppna						
Mycket viktigt (58%)	47%	54%	65%	64%	50%	65%
Ganska viktigt (27%)	34%	30%	23%	21%	31%	23%
Hanterbar storlek						
Mycket viktigt (41%)	32%	38%	50%	43%	34%	47%
Ganska viktigt (42%)	46%	45%	34%	42%	44%	40%
Hantera...återförsluta, tömma....						
Mycket viktigt (49%)	43%	46%	55%	50%	44%	54%
Ganska viktigt (35%)	36%	37%	32%	35%	36%	34%
Miljövänlig						
Mycket viktigt (52%)	42%	46%	58%	59%	47%	59%
Ganska viktigt (28%)	35%	30%	22%	27%	36%	34%

Fet stil =
signifikant
avvikelse mot
totalen

Två av tre är beredda att betala mer för en lätthanterlig förpackning när varan kostar 10 kronor

Vi har frågat i vilken utsträckning man är villig att betala mer för en lätthanterlig förpackning

Utgångspreis: 10 kronor

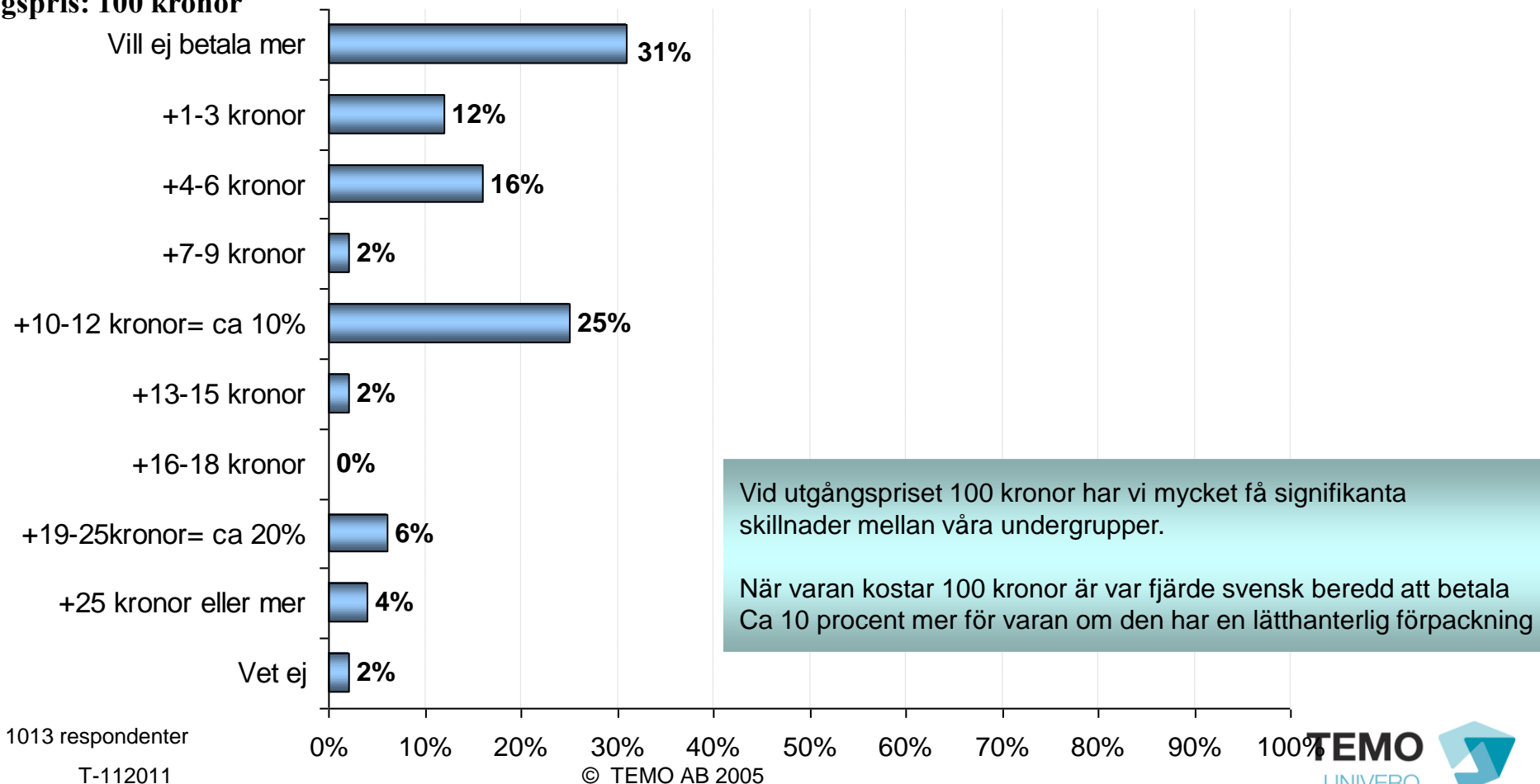


Fet stil =
signifikant
avvikelse mot
totalen

Sju av tio är villiga att betala något mer för en lätthanterlig förpackning när varan kostar 100 kronor

Vi har frågat i vilken utsträckning man är villig att betala mer för en lätthanterlig förpackning

Utgångspris: 100 kronor



Bas: Alla, 1013 respondenter

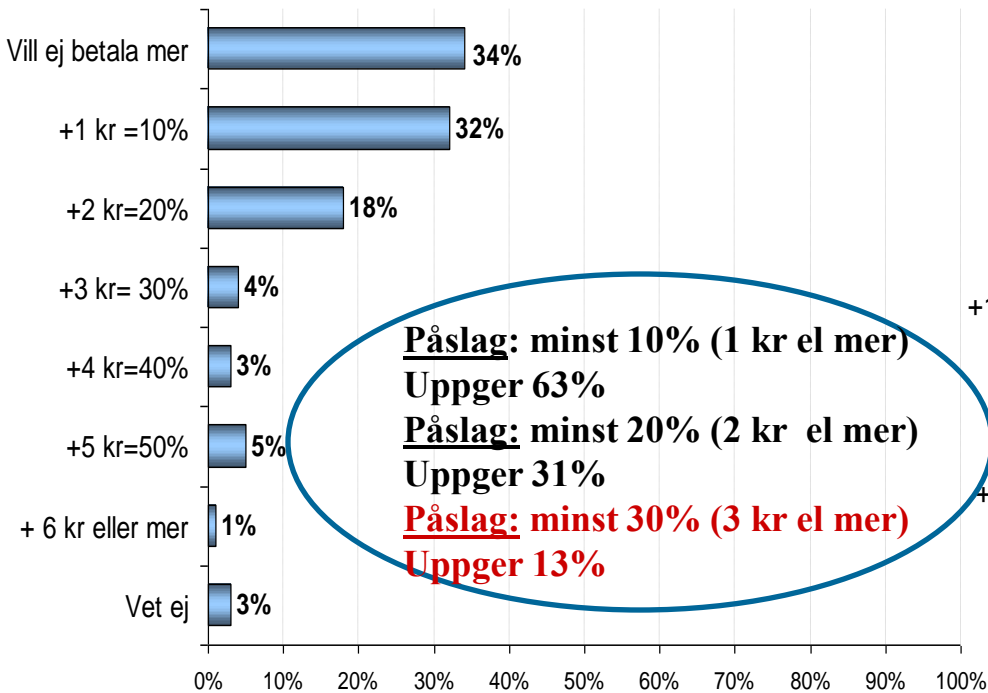
T-112011

© TEMO AB 2005

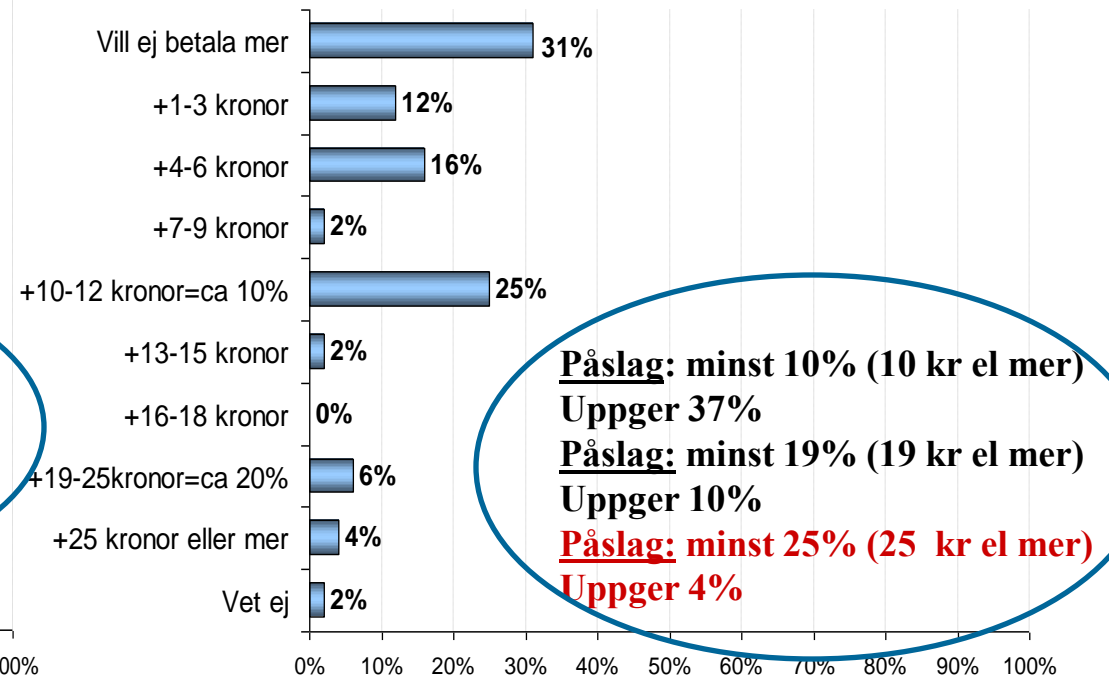
Prisnivån påverkar viljan att betala mer för en lätthanterlig förpackning

Vi har frågat i vilken utsträckning man är villig att betala mer för en lätthanterlig förpackning

Utgångspris: 10 kronor



Utgångspris: 100 kronor



Konsultens kommentarer

Kommentarer

Över hälften av svenskarna uppger att det händer att de har problem med att hantera förpackningar för dagligvaror. Detta är dessutom något som händer relativt ofta. Var fjärde svensk uppger att de har problem med förpackningar flera gånger varje vecka. Inte nog med det, var femte svensk blir dessutom irriterad på svårhanterliga förpackningar flera gånger per vecka.

Den bild vi ser är att ca 1,8 miljoner svenskar har problem med förpackningar flera gånger per vecka (24 procent av 7,4 miljoner svenskar). Dessutom blir ca 1,5 miljoner svenskar irriterade på svårhanterliga förpackningar flera gånger per vecka. Det är m a o en hel svenskar som upplever att förpackningar är problematiska.

De variabler som främst påverkar om man har problem eller ej är kön och ålder. Både kvinnor och de över 60 år uppger i större utsträckning, än övriga, att de har problem med förpackningar för dagligvaror.

Kommentarer (2)

Det man gör när man har problem med en förpackning, är att använda ett redskap, hela 69 procent uppger att redskap är lösningen på problemen.

Vi har i undersökningen frågat om hur viktiga ett antal egenskaper är när det gäller förpackningar. Den viktigaste egenskapen var att den är lätt att öppna. Hela 58 procent anger att detta är en "mycket viktig" egenskap. Att egenskaperna Lätt att öppna, Miljövänlig, Lätthanterlig och Hanterbar storlek är viktiga, är man mycket överens om, oberoende av kön och ålder. Dock ser vi att det skiljer sig åt om man valt alternativet "mycket" eller "ganska" viktigt. Kvinnor och äldre tenderar att säga "mycket viktig" oftare än övriga

Av de egenskaper vi frågat om är utseendet minst viktigt. Förhållandevis få, nio procent, anger att utseendet är "mycket viktigt".

Vi ser också att det finns en tendens till att svenska folket anser det är viktigare att en förpackning är lätt att öppna, än att den är miljövänlig.

Kommentarer (3)

Vi frågade också om man var villig att betala mer för en lätthanterlig förpackning. Denna fråga ska dock tolkas med försiktighet eftersom man har lätt att överskatta viljan att betala extra för olika egenskaper. Det vi dock kan konstatera är att ca var tredje svensk inte kan tänka sig att betala något extra för en lätthanterlig förpackning. Två av tre kan möjligen tänka sig att betala åtminstone något extra för en lätthanterlig förpackning.

Med kunskaperna från denna undersökning kan vi konstatera att det finns en relativt stor förbättringspotential när det gäller förpackningar för dagligvaror.



TEMO

i oktober 2005

Presentation 2005-10-18