



Detailhandelens forbrugertyper og deres "værdikøb"

v/ Chefkonsulent
Gustaf Bock

7. oktober 2013

Gothenborg

Gothenborgvej 3, Them

Ministeriet for Fødevarer,
Landbrug og Fiskeri



Den Europæiske
Landbrugsfond for Udvikling
af Landdistrikterne

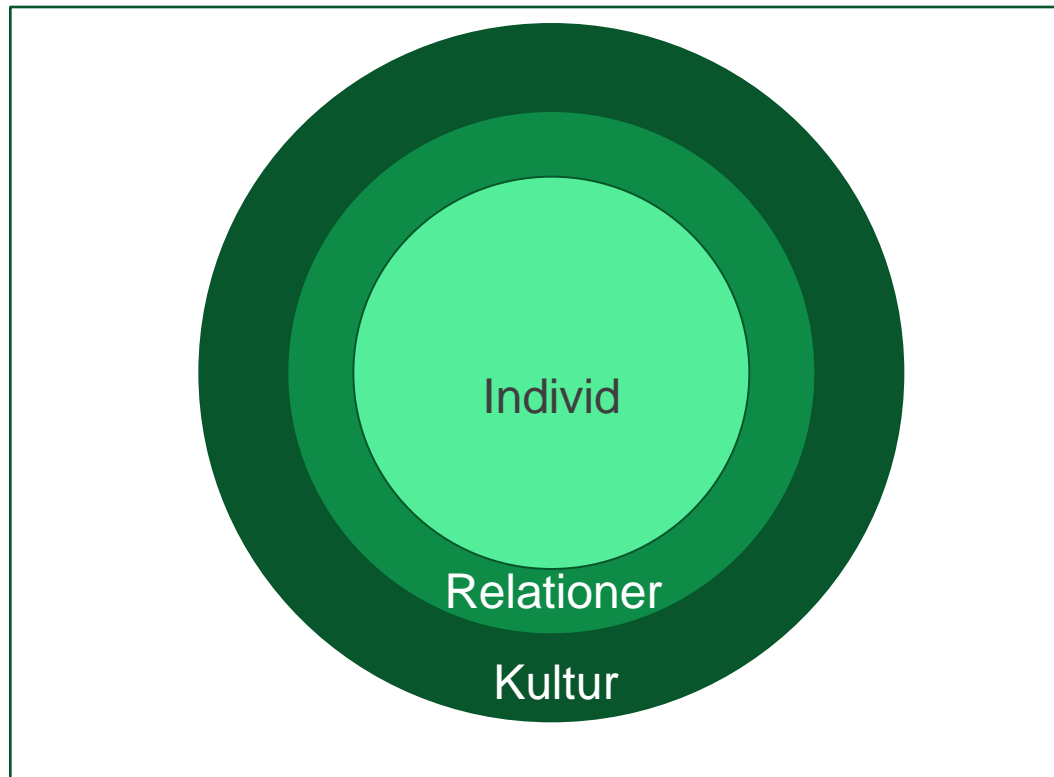


Naturerhverv.dk



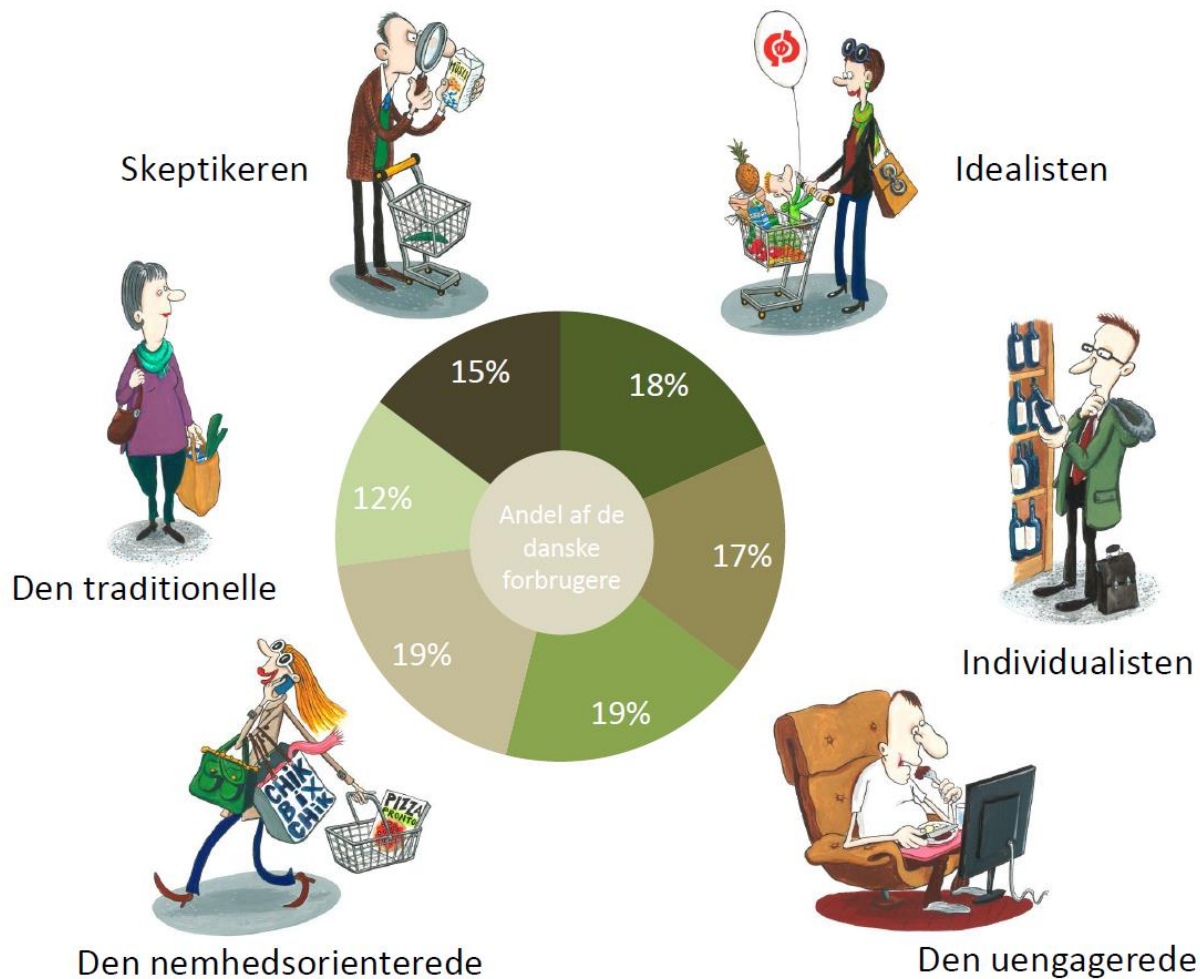
Danmark og Europa investerer i landdistrikterne

Det oplevende individ



Strukturelle rammer

Detailhandelsforbrugere - arketyper



Skeptikeren



- Negativ overfor økologi og andre mærker
- Danske varer
- Sundhed
- Smag og kvalitet

Den traditionelle



- + danske varer, + de "gode gamle dage", + sundhed, + varer med historie om hvor produktet kommer fra, og hvem der har produceret varen
- ÷ tilsætningsstoffer

Den uengagerede



- Tilbudssøgende
- Ingen holdning til mærker og økologi m.v.
- Laver mad fra bunden
- Traditionelle rettet

Den nemhedsorienterede



- Vil gerne købe mere økologi, men synes det er for dyrt
- Vil gerne købe lokalt men for besværligt
- Hurtigt og nemt
- Færdigretter
- Kendte mærker

Individualisten



- Dyre fødevarer af høj kvalitet
- Økologi vigtigt
- Mad og livsglæde
- handle direkte hos landmand, specialbutikker

Idealisten



- Økologi = højere kvalitet
- Økologi = sundhed
- Naturen, klima, dyrevelfærd, GMO, danske fødevarer
- Madinteresseret

En ny (økologisk) forbruger?

Den engagerede, fællesskab, Terapi orienterede forbruger (probruger)



Detailhandelsforbrugere - arketyper



Skeptikeren



Den traditionelle



Den nemhedsorienterede



Den uengagerede



Individualisten



Idealisten



Den fællesskabsorienterede,
engagerede forbruger