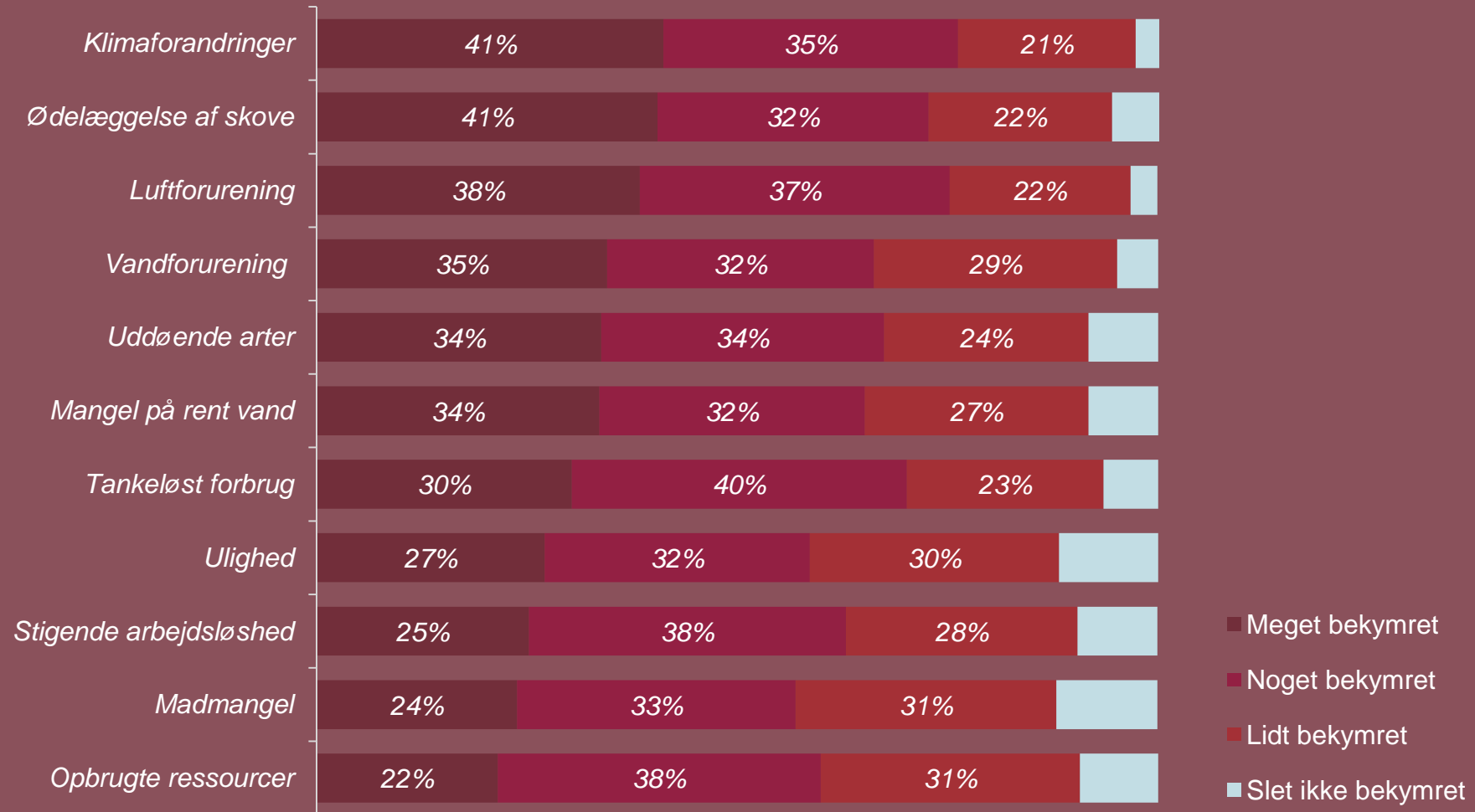


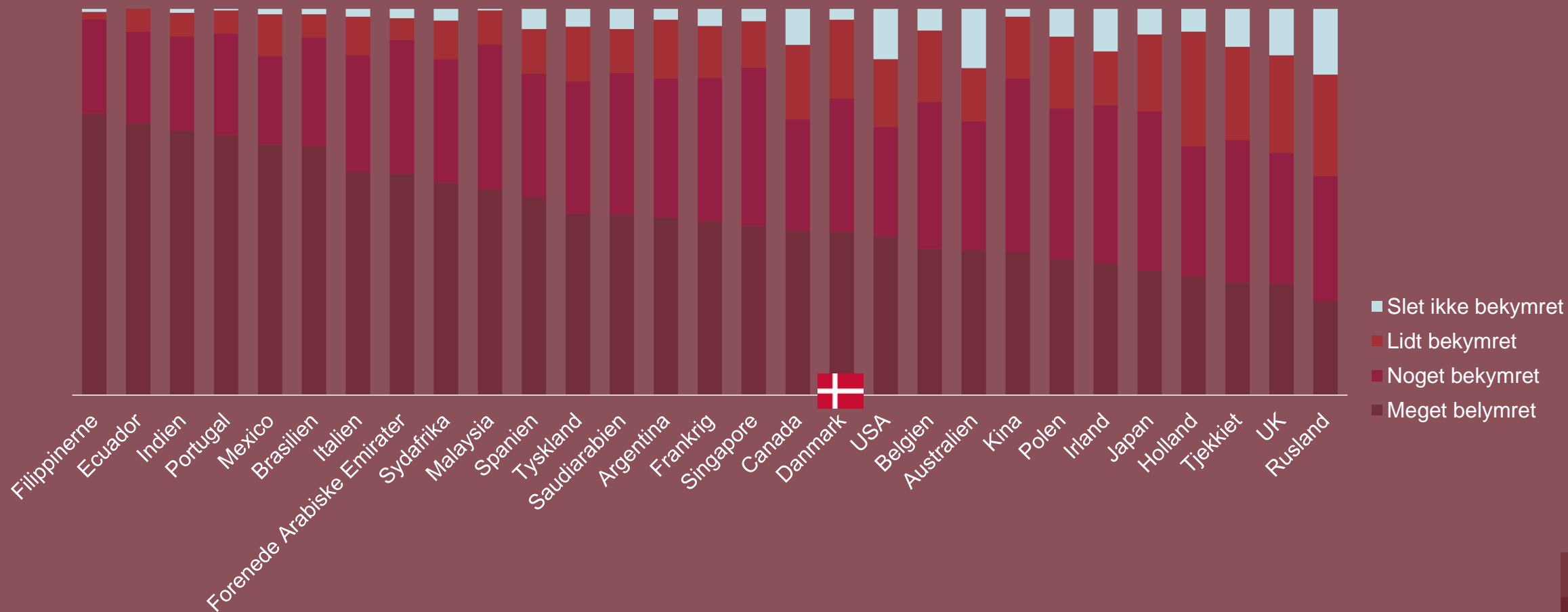
Fremtidens forbruger søger mening

Hvad bekymrer vi danskere os om?



... Er det en global bekymring?

Hvor bekymret er du for hvert af følgende: Klimaforandringer



Vores magt som forbrugere

45%

*mener, at de har større indflydelse
på samfundet som forbruger
end som politisk vælger.*

ENIG: 45%

*Jeg har større indflydelse
på samfundet som forbruger
end som politisk vælger.*

UENIG: 13%



Store forventninger til brands

60% / 48%
PROSUMERS / MAINSTREAM

Jeg mener, at firmaer i dag har en vigtigere rolle end staten for at skabe en bedre fremtid

90% / 65%
PROSUMERS / MAINSTREAM

Jeg mener, at de mest succesfulde virksomheder i fremtiden bliver dem, der er bæredygtige

71% / 50%
PROSUMERS / MAINSTREAM

Jeg foretrækker at købe hos firmaer, der ikke bare vil tjene penge til sig selv



Mange tager sagen i egen hånd

75% / 63%
PROSUMERS / MAINSTREAM

*Jeg gør en bevidst indsats for at reducere min
negative påvirkning på planeten/miljøet*

Især prosumers gør en indsats for at reducere deres negative påvirkning på miljøet.

Noget tyder derfor på, at vi i fremtiden vil være mere opmærksomme på, hvordan vi selv kan gøre en forskel.



En del af den indsats ligger i at forbruge mindre

66%

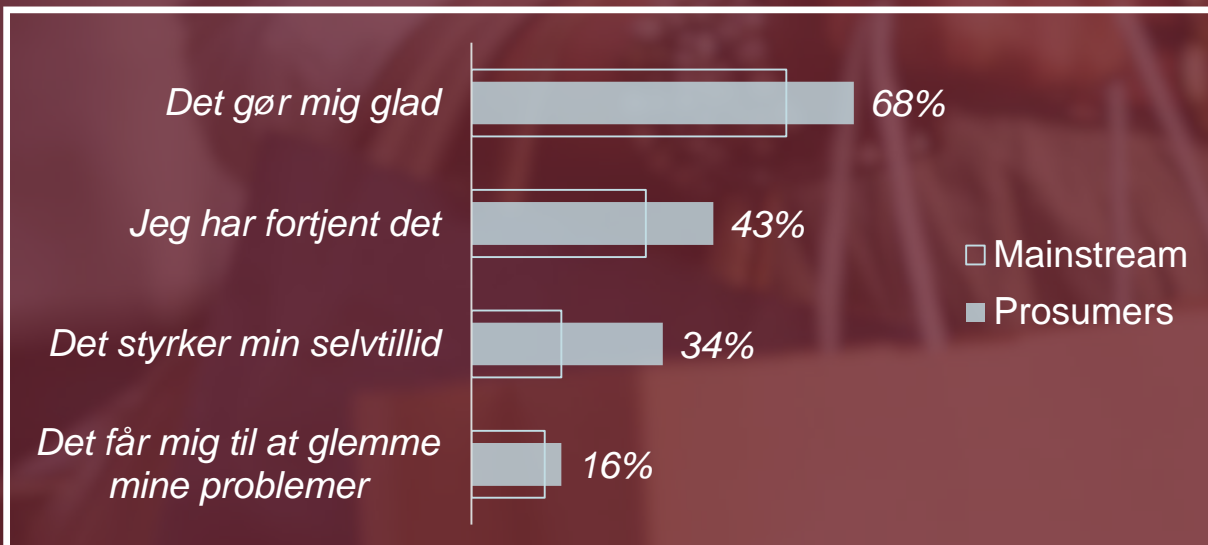
*mener, at den bedste måde
at redde planeten på
er ved at forbruge mindre*



66%

gør en indsats for at forbruge mindre





47% / 22%
PROSUMERS / MAINSTREAM
Shopping er en af mine yndlingsbeskæftigelser

9% / 19%
PROSUMERS / MAINSTREAM
Jeg bryder mig ikke om at købe nye ting

Jeg kan godt lide at købe nye ting fordi:

- GLÆDE
- SELVFORKÆLELSE
- BELØNNING
- SELVTILLID



Hvad siger det om mig?

VI ER, HVAD VI KØBER

Vores produktvalg er en afspejling af vores identitet og hjælper os med at vise, hvem vi er som mennesker.

60% / 42%
PROSUMERS / MAINSTREAM

Det, jeg køber, siger meget om den person, jeg er



NÅR VI ALLIGEVEL IKKE KAN MODSTÅ FRISTELSEN...

47% / 35%

PROSUMERS / MAINSTREAM

*Nogle gange får jeg dårlig samvittighed
over de ting, jeg køber*

34% / 18%

PROSUMERS / MAINSTREAM

*Nogle gange lyver jeg om, hvor meget jeg
har betalt for noget (fortæller, at
jeg har betalt mindre)*



The mindful consumption dilemma

IDENTITET
GLÆDE
BELØNNING
SELVFORKÆLELSE
SELVTILLID



SKAM
BEKYMRINGER
DÅRLIG SAMVITTIGHED

HVORDAN KAN BRANDS HJÆLPE FORBRUGERNE MED AT FINDE MENING I DERES FORBRUG?



FOR FLERE INDSIGTER KONTAKT:

Manja Stærk

Head of Consumer Insights & Analytics

Manja.staerk@havas.com

Følg med på

