

## Notat

### Forbrugerredøgørelse 2009 fra Forbrugerstyrelsen

#### Baggrund

Forbrugerstyrelsen udarbejder årligt en Forbrugerredøgørelse. Den indeholder et forbrugerforholdsindeks (FFI) og i år ét temakapitel om rådgivning i forbindelse med forbrugernes køb af forbrugerelektronik. Til brug for temakapitlet er der gennemført en survey-undersøgelse af 500 forbrugere, der inden for de sidste tolv måneder har købt forbrugerelektronik. Dertil kommer en mystery shopping undersøgelse af 141 danske elektronik forhandlere.

#### Gode forbrugerforhold i Danmark

Forbrugerforholdsindekset viser, at forbrugerforholdene set under et er blevet bedre siden sidste år. Samtidig ligger alle undersøgte markeder i den bedste halvdel af skalaen.

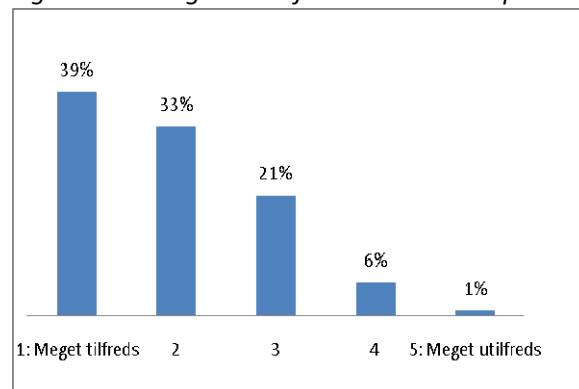
#### Højere gennemsigtighed på marked for elektronik end på andre markeder

Ifølge Forbrugerforholdsindekset FFI vurderer forbrugerne, at muligheden for at sammenligne pris og kvalitet på markedet for elektronik er bedre end gennemsnittet for alle markeder. Ligeledes er adgangen til at få oplysninger om en vare eller ydelses pris inden et køb bedre for hele elektronikmarkedet end for alle markederne under ét. Også konkurrencen på elektronikmarkedet i forhold til at sikre en fair pris, er også bedre end gennemsnittet for de samlede markeder.

#### Stort flertal af forbrugerne er tilfredse med ekspedientens rådgivning

Et stort flertal af forbrugerne vurderer at de er tilfredse med ekspedientens rådgivning. Således er 72 pct. tilfredse med den rådgivning de modtog mens 7 pct. ikke er tilfredse.

Figur 1. Forbrugernes tilfredshed med ekspedientens rådgivning



Kilde: Forbrugerredøgørelsen 2009, Forbrugerstyrelsen

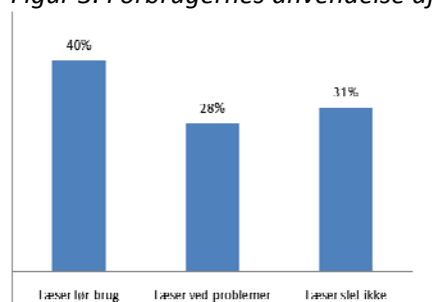
### 9 ud af 10 fik den annoncevare, de gik efter

Ifølge surveyen går over en tredjedel af forbrugerne (37 pct.) efter en vare, som de har set i en reklame. 9 ud af 10 af denne gruppe forbrugere oplevede, at butikken havde den pågældende vare. Årsagen til at nogen går forgæves er der ikke spurgt til. Det kan skyldes, at varen var udsolgt eller at tilbudsperioden var overskredet, forhold den erhvervsdrivende ikke kan drages til ansvar herfor.

### Flertallet af forbrugerne læser ikke brugsanvis- ningen

Ifølge surveyen er der 60 pct. af forbrugerne, der slet ikke læser brugsanvisningen inden de tager deres elektronikprodukt i brug. Det er problematisk, da elektronikprodukter ofte er komplicerede produkter og der derved er risiko for, at forbrugeren anvender produktet forkert og i værste fald kommer til at ødelægge det.

Figur 3. Forbrugernes anvendelse af brugsanvisningen

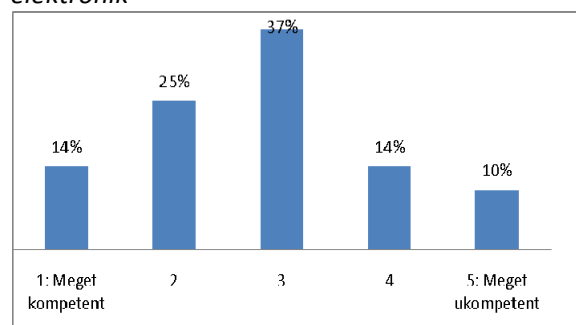


Kilde: Forbrugerredegørelsen 2009, Forbrugerstyrelsen

### Forbrugerne – og særligt mænd - overvurderer deres egne kompetencer

Over to tredjedele vurderer, at deres kompetencer med hensyn til elektronik ligger over middel. Undersøgelsen tyder derfor på, at forbrugerne overvurderer deres egne evner, hvilket kan medføre forkert brug af det elektroniske udstyr. Dobbelt så mange mænd som kvinder vurderer, at de er "meget kompetente".

Figur 4. Forbrugernes vurdering af egne kompetencer med hensyn til elektronik

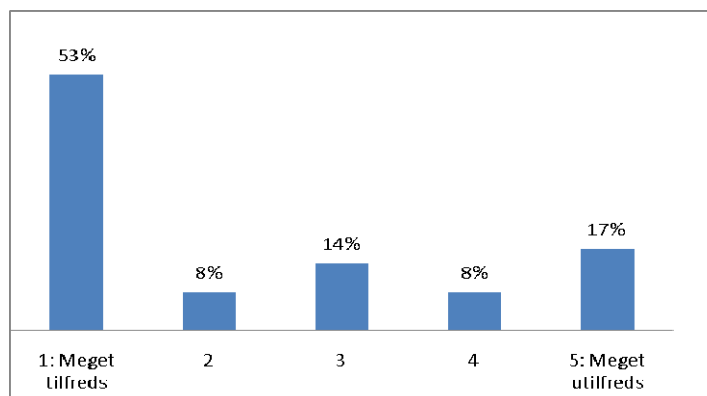


Kilde: Forbrugerredegørelsen 2009, Forbrugerstyrelsen

### Over halvdelen er "meget tilfredse" reklamerations- behandlingen

Det er altid ærgerligt, når der opstår problemer med produktet. Men surveyen viser, at de forbrugere, der har klaget, overordnet set er godt tilfredse med behandlingen. 60 pct. er tilfredse og heraf svarer 53 pct., at de er "meget tilfredse". Hver 4. er utilfreds.

Figur 2. Forbrugernes tilfredshed med reklamerationsbehandlingen



Kilde: Forbrugerredøgørelsen 2009, Forbrugerstyrelsen

### Flere undlader at klage – hver 4. fordi fejlen er selvforskyldt

Hver 10. forbruger svarer, at de har oplevet problemer med det elektronik, de har købt. Der er ikke spurgt om årsagen til problemet, så det vides ikke, om problemet skyldes fejl på produktet eller selvforskyldte fejl. Surveyen viser, at to ud af fem forbrugere, der har oplevet problemer, har undladt at reklamere over dem. Cirka hver fjerde, der ikke har klaget oplyser, at det årsagen er at problemet er selvforskyldt.

### Rådgivning om tillægsforsikringer kan forbedres

Forbrugerredøgørelsen viser, at behovsafdækningen i forbindelse med køb af tillægsforsikringer kan forbedres. 37 pct. blev tilbudt en tillægsforsikring heraf blev 10 pct. tilbudt en forsikring til et produkt, der kostede under 900 kr. eller derunder.

Dansk Erhverv har sammen med de store elektronikkedere gennemført en række initiativer, der skal sikre at tillægsforsikringer sælges på en god måde, senest ved et nyt e-læringsværktøj, der skal uddanne sælgerne. Mette Reissmann fra Allinfect har været kritisk konsulent på uddannelsesværktøjet.

Tillægsforsikringer er typisk relevante for dyrere produkter i situationer, hvor købeloven ikke dækker, f.eks. selvforskyldte skader og skader der ligger udover 24 måneder. Forbrugerstyrelsen har ikke undersøgt hvor mange der rent faktisk får behov for en tillægsforsikring. Men en analyse fra Forbrugerrådet fra 200 viste, at af forbrugere, der havde købt en tillægsforsikring fik ca. hver tredje brug for den og heraf var 94 pct. meget tilfredse. S

### Dansk Erhvervs indsats for at forbedre forbrugerforholdene på markedet for forbrugerelektronik.

Forbrugerredøgørelsen nævner en række initiativer fra Dansk Erhverv, som har været med til at styrke forbrugerforholdene. Det gælder bl.a. e-læringsværktøj der uddanner sælgerne om købeloven som er lavet i samarbejde med Forbrugerstyrelsen og HK-Handel. Det gælder [e-læringsværktøjet](#) om tillægsforsikringer. Det gælder "gode råd hvis uheldet skulle være ude" som er godkendt af Forbrugerstyrelsen. Derudover kan nævnes "principper for undersøgelsesgebyrer" og samarbejdet med Forbrugerstyrelsen om "Velkommen til markedet" kampagnen, der skal hjælpe de erhvervsdrivende med at efterkomme loven på forbrugerområdet.