*”Når du velger gaveinnpakning - hvem har du i tankene? Den som gir eller den som får?* ”

**Gleden ved å gi er større enn gleden ved å få**

**En undersøkelse gjennomført av Ipsos på vegne av Serviteur – Norges ledende leverandør på innpakningsemballasje – viser at forbrukerne synes gaveinnpakningen er viktig! Det er viktigere for forbrukerne at gaver de skal gi bort har en fin innpakning, enn at gaver de mottar har en fin innpakning.**

Nær 2 av 3 synes det er viktig at gaver de skal gi bort har en fin innpakning, og blant kvinner mener hele 77 prosent at det er viktig.

- Undersøkelsen vi har gjennomført viser at spesielt kvinner og de litt eldre, som faktisk står for størstedelen av gaveinnkjøpene\*, synes det er viktig at gaver de skal gi bort har en fin innpakning. Langt færre synes imidlertid det er viktig at gaver de mottar har en fin innpakning, sier Tone Kjørven, markedsansvarlig i Serviteur. - Forbrukerne svarer rasjonelt, men i virkeligheten handler gaveinnpakning om følelser. Selv om man kanskje ikke vil innrømme det blir nok de fleste mer glad for en gave som ser dyr ut enn for en gave som ser billig ut – og gaveinnpakningen har jo betydning for oppfattelsen av gavens verdi.

**Forventningen blir ofte til skuffelse**

Nordmenn bruker 49,3 milliarder\* på gaver hvert år, og 1 av 3 mener at gaveinnpakningen de får i butikken ikke innfrir verken når det gjelder selve innpakningen eller materialene som brukes.

- Hele en av fem kvinner pakker ofte gaver pakket inn i butikk inn på nytt når de kommer hjem. Når forbrukerne blir bedt om å rangere ulike bransjer etter hvor gode de er på innpakning, skårer gave- og interiørbutikkene midt på treet. Forbrukerne sier at gaveinnpakningen i stor grad reflekterer butikkenes profil, det vil si at valg av gaveinnpakning og poser har betydning for kundenes oppfatning av butikken, sier Kjørven.

At man kan havne i den gruppen butikker hvor forbrukerne velger å pakke inn gavene på nytt fordi de ikke liker gaveinnpakningen, kan være direkte ulønnsomt. Da blir gaveinnpakningen en kostnad som også gir misfornøyde kunder.

**Hvor flinke er dine ansatte til å pakke inn gaver?**

Kun halvparten av forbrukerne mener at butikkansatte er flinkere enn folk flest til å pakke inn gaver. 1 av 5 forbrukere (1 av 4 kvinner) foretrekker å handle i butikker som tilbyr fin innpakning.

- Her har butikken muligheter for å utvikle et konkurransefortrinn fremfor nettbutikkene – å tilby service som kundene kommer tilbake for å få, sier Kjørven.

**Fra kostnad til inntekt *og* fornøyde kunder**

Det viser seg at annenhver kunde synes det er helt greit å betale for innpakning, forutsatt at de ser hva de betaler for og at gaveinnpakningen de betaler for faktisk er ekstra fin.

- Kundene er nok ikke villige til å betale for den innpakningen butikkene tilbyr i dag, men det ligger en mulighet for butikkene i å ta seg betalt for en ekstra fin gaveinnpakning. Kanskje skal de gjøre begge deler - tilby gratis innpakning (med butikkens logo) OG en ekstra fin innpakning (utens butikkens logo), som de tar seg betalt for, foreslår Kjørven.

**Første gang kundene blir spurt**

- Så vidt vi vet er dette den første undersøkelsen som er gjort for å avdekke forbrukernes holdning til butikkemballasje og da med fokus på gaveinnpakning, poser og blomsteremballasje. Det har gitt et resultat som mange innkjøpere vil ha interesse av, sier markedsansvarlig i Serviteur, Tone Kjørven.

Undersøkelsen ble gjennomført i juni 2014.

\* \* \*

**For mer informasjon**

Tone Kjørven, markedsansvarlig, tlf 22 80 11 22, e-post [tone.kjorven@serviteur.no](mailto:tone.kjorven@serviteur.no)

**Bakgrunn for undersøkelsen**

Vi ønsket å gjennomføre en forbrukerundersøkelse om butikkemballasje (med fokus på gaveinnpakning, poser og blomsterinnpakning) for å kunne tilby faktabasert rådgivning til våre kunder. Mens det finnes masse dokumentasjon på betydningen av produktemballasje finnes det ingen informasjon om betydningen av poser og innpakning for butikker. Og vi fikk et svært spennende resultat.

**Om Serviteur**

Serviteur ble etablert i 1958 og er markedsleder innen butikkemballasje, og produserer og distribuerer emballasje og konseptløsninger til hele det skandinaviske markedet. Sortimentet er bredt innen gavepapir, silkepapir, bånd, bæreposer, blomsteremballasje og en rekke andre produkter. Serviteur har en egen designavdeling som kan bistå med emballasjedesign og totalpakker for profilering.

I Norge er Serviteur en av de størst i sitt segment. Bedriften eies av Tenvig, har ca 30 ansatte og en omsetning på rundt 130 millioner. Hovedkontoret er på Økern i Oslo, med salgsavdelinger i Sverige og Danmark.

\*Undersøkelse gjennomført av Nordea 10. - 22. februar 2011