**Hvor gode er egentlig sportsbutikkene på gaveinnpakning?**

**I en undersøkelse gjennomført av Ipsos på vegne av Serviteur – en av Norges ledende leverandører av gaveinnpakning og profilemballasje – har forbrukerne rangert ulike bransjer** **etter hvor flinke de er på gaveinnpakning. Gullsmedbutikkene får ikke overraskende ros for innpakningen, mens sportsbutikkene havner nederst på listen.**

Vi ser av undersøkelsen at kundene er minst fornøyd med innpakningen sportsbutikkene tilbyr, noe som kan ha sammenheng med at denne bransjen er den som oftest bruker logo på innpakningspapir og poser – mens de fleste forbrukerne foretrekker nøytral innpakning. Her er det muligheter for de som tenker annerledes, det skal ikke så mye til å skille seg ut og bli best i bransjen, sier Tone Kjørven, markedsansvarlig i Serviteur.

**Gaveinnpakning – en kostnad eller investering?**

Nær to av tre 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. Samtidig mener en av tre at gaveinnpakningen de får i butikk ikke innfrir verken når det gjelder selve innpakningen eller materialene som brukes, og hele en av fem kvinner pakker ofte gaver pakket inn i butikk på nytt når de kommer hjem.

- 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. Når forbrukerne blir bedt om å rangere ulike bransjer etter hvor gode de er på innpakning, skårer sportsbutikkene dårligst. 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.

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

Sportsbutikkene tilbyr ofte kundene å pakke inn gavene selv i pakkedisker med gavepapir som er valgt ut med tanke på profilering av butikken – dvs. gavepapir med butikkens logo. Undersøkelsen viser imidlertid at forbrukerne synes det er viktig at gaver er pakket fint inn, og de aller fleste foretrekker nøytral innpakning.

Vi ser at annenhver kunde synes det er helt greit å betale for innpakningen, forutsatt at de ser hva de betaler for og at gaveinnpakningen de betaler for faktisk er ekstra fin, sier Kjørven. Langt de fleste kjøper inn gavepapir for å pakke inn gaver selv minst 1-2 ganger i året – mange gjør det oftere, så om vi kan få frem noen av mulighetene som ligger i gjør-det-selv-løsninger tror jeg dette kan være interessant for butikkene.

**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, profil- 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