



Tweedehands kleding

SWOKA, 1990. Tweedehands kledingmarkt en de consument. P. Smolders en A.H. Scholten. Rapport nr. 86.

Dit onderzoek heeft tot doel een bijdrage te leveren aan het beter functioneren van de tweedehands markt in het algemeen en de tweedehands kledingmarkt in het bijzonder. SWOKA deed eerder onderzoek naar hergebruik en duurzaamheid van producten zoals wasmachines.

Het onderzoek bestaat uit een literatuuronderzoek, een advertentie-onderzoek, expert-interviews en een onderzoek onder consumenten. Literatuur op dit terrein is schaars. Het enige theoretische werk waarop teruggegrepen kan worden gaat over de tweedehands automarkt in de Verenigde Staten en dateert uit 1955. Uit het advertentie-onderzoek blijkt dat de kledingmarkt voornamelijk aangewezen is op de regionale en plaatselijke bladen, in tegenstelling tot bijvoorbeeld de tweedehands auto-markt. Het expertonderzoek levert vragen op voor het consumenten-onderzoek.

Uit het consumentenonderzoek blijkt dat slechts 3% van de kleding terecht komt op de formele tweedehands markt. Een kwart van de huishoudens heeft tweedehands kleding in huis, maar dat is grotendeels afkomstig van familie (informele circuit). Onder deze huishoudens zijn lagere inkomens en jongere gezinnen met kleinere kinderen oververtegenwoordigd. Bij de huishoudens waar geen tweedehands kleding aanwezig is (75% van de ondervraagden), heeft tweedehands kleding over het algemeen een slecht imago. Het imago zou volgens de onderzoekers verbeterd kunnen (moeten) worden door onder andere de verkoopomstandigheden te wijzigen, zoals: meer bekendheid, meer verkooppunten, betere mogelijkheden tot passen van de kleding. Is men in staat de aantrekkelijkheid inderdaad te verhogen, dan is de groeiomgankelijkheid van de tweedehandskledingmarkt groot. Er wordt hierbij een vergelijking gemaakt met de tweedehands automarkt waar diverse kwaliteitsegaranties de aantrekkelijkheid verhogen.

Vervolgonderzoek is op allerlei manieren mo-

gelijk, naar tweedehandsmarkten in het algemeen of naar die van kleding in het bijzonder. Dit laatste kan onderzoek inhouden naar de kopers, hetzij met diepte-interviews hetzij met enquêtes op grotere schaal, of naar de verkopers en de aanbodzijde.(EF)

Gezondheidstoestand

SWOKA, 1990. Sociaal-economische status en gezondheid. M.E. Homan e.a. SWOKA-ter-nr.12

Tussen de sociaal-economische status van een individu en zijn of haar gezondheid bestaat een wederkerige samenhang. Niet alleen betekent een hogere sociaal-economische status een betere gezondheid, maar ook leidt een goede gezondheid op termijn tot een hogere sociaal-economische status. Dit is de belangrijkste conclusie uit een eind 1988 gehouden enquête onder ongeveer 1000 huishoudens die als representatief voor de Nederlandse bevolking kunnen worden beschouwd. Het onderzoek is uitgevoerd door SWOKA, in samenwerking met het Econometrisch Instituut van de Erasmus Universiteit Rotterdam. De indicator voor de sociaal-economische status was het inkomen. De gezondheidstoestand is beschreven met drie indicatoren.

Verwachte uitkomsten waren dat inkomen en leeftijd belangrijke determinanten zijn van de gezondheidstoestand. Een opvallende bevinding was het gemeten (lange termijn) negatieve effect van chronische aandoeningen op het inkomen. Dit impliceert dat de aanwezigheid van chronische aandoeningen leidt tot een lager inkomen.(JG)

Klagende consumenten

SWOKA, 1990. Consumer dissatisfaction and complaining behavior: a decision process approach. J.C. de Ruyter. Rapport nr. 98.

Een consumentenklacht is zo gek nog niet. Dat is de belangrijkste conclusie van een literatuuronderzoek over ontevredenheid en klachtgedrag van consumenten, uitgevoerd door SWOKA. Niet alleen de consument blijkt baat te hebben bij een klacht, ook de producent vaart er wel bij.

sterk dat
evelingen
huis wer-
t mij zeer
vernieu-
ijn in de
beleids-
in dit rap-
een beter

1990. Ba-
praktische
uitvoeren
den. ISBN

in dit ba-
en beslis-
tenschap-
het boek
aan de
oofdstuk-
tie van de
nnen, de
atie en de
serveren,

an zijn om
verhande-
emen niet
de begin-
onderzoe-
informatie
k geschikt
iaal-weten-
ages, etc.
systema-
ruiker het
Een goede
n.
is dit boek

Ontevredenheid over aangekochte produkten of diensten blijkt een veelvoorkomend consumentenprobleem te zijn. Toch onderneemt het merendeel van de consumenten niet of nauwelijks actie bij ontevredenheid. Wel actie ondernemen betekent negatieve mond-tot-mondreclame verspreiden, van merk of leverancier veranderen of een klacht indienen.

Aan deze laatste vorm van actie heeft de producent het meest. De organisatie heeft zo de mogelijkheid de getroffen klant en mogelijk andere (ook potentiële) klanten te behouden. Bovendien verschaft een klacht informatie over hoe soortgelijke klachten in de toekomst vermeden kunnen worden.

Het rapport analyseert uitvoerig de eigenschappen van markten, produkten en consumenten in relatie tot klachten. Zo blijken bijvoorbeeld de prijs van een produkt en het aantal aanbieders op een markt bepalend te zijn voor het aantal klachten dat wordt ingediend. Daarnaast spelen de houding van de consument ten opzichte van het klagen en de ervaring met klagen een rol.

Consumenten die klagen zijn vaak jonger en hoger opgeleid dan consumenten die niet klagen. Er wordt meer geklaagd over duurzame produkten dan over niet-duurzame. Klachten worden meestal mondeling geuit: een kleine meerderheid van ontevreden consumenten blijkt telefonisch te klagen. Klagen gebeurt meestal rechtstreeks. Slechts enkelen maken hun ontevredenheid kenbaar aan een derde, onafhankelijke partij, zoals een consumentenorganisatie.

De wijze waarop een organisatie klachten behandelt en de (on)tevredenheid van de consument hierover is van groot belang. Consumenten met goede ervaringen blijven namelijk vaak zeer trouwe klanten. Een goede klachtbehandeling voorkomt tevens dat consumenten negatieve mond-tot-mondreclame gaan verspreiden. Het is daarom zowel in het belang van het bedrijfsleven als van de consument om aan klachtenmanagement te doen.(JG)

Genoeg van vet

SWOKA, 1990. Genoeg van vet. M.H. Feenstra. Rapport nr. 100.

Om consumenten ervan te overtuigen dat zij te vet eten, is het beter om hen te confronteren met hun eigen (hoge) vetconsumptie. Dat zal ook meer effect hebben dan algemene aanbevelingen, als het er om gaat consumenten ertoe te bewegen minder vet te eten. Dat is de belangrijkste conclusie van een onderzoek dat SWOKA begin 1990 heeft uitgevoerd

voor de Stuurgroep Project Goede Voeding ten behoeve van een campagne die in het voorjaar van 1991 van start zal gaan. De campagne is erop gericht de hoeveelheid vet van de Nederlanders te verminderen. Bij deze campagne wordt het bedrijfsleven (handel, horeca en industrie) actief betrokken.

De Nederlandse consumenten staan in het algemeen positief tegenover het matig gebruiken van vet in de voeding; zij zijn zich bewust dat je op vet moet letten en ze kennen de risico's van veel vet eten. Voor meer informatie hierover hebben zij dan ook weinig belangstelling. Meer belangstelling bestaat er voor informatie over bereidingswijzen en de hoeveelheid vet in verschillende produkten. De kennis van consumenten op dit laatste punt blijkt, als het om wat meer details gaat, ook niet groot te zijn.

Maar de belangrijkste vraag is hoe de Nederlandse consument overtuigd kan worden dat hij of zij zelf te vet eet (dit geldt voor ongeveer 80% van de bevolking). Een goede manier hiervoor lijkt een confrontatie met de eigen vetconsumptie (hoeveel vet zit er nu in de eigen dagelijkse voeding) of een directe (medische) confrontatie met de gevolgen van veel vet eten. Aan de consumenten die ervan overtuigd zijn geraakt dat zij minder vet moeten eten en die ook daadwerkelijk moeite willen doen om hun vetconsumptie te verminderen, kan de campagne hulp bieden in de vorm van informatie en door het aanbieden van produkten met minder vet.(JG)

Incasso in kaart

SWOKA, 1990. Incasso in kaart. P.R. Rodrigues en G.J. Schep. Rapport nr. 102.

Het innen van schuldvorderingen roept bij slechts weinigen positieve associaties op. Voor een schuldeiser betekent incasso dat hij zijn wanbetalende klant achter de voden moet zitten. Bij de debiteur roept het woord incasso veelal een sfeer van intimidatie en kosten op. Degenen die van incasso hun beroep of bedrijf hebben gemaakt -de incassanten- zullen daarentegen incasso als een interessante broodwinning zien. De afgelopen jaren zijn er in de pers verschillende misstanden rond incasso gesignaleerd. Het meest in het oog springend waren zaken als gebrek aan medewerking bij hulpverlening aan consumenten in een problematische schuldsituatie, afsluiting van gas en licht in de winter, frauduleus en crimineel handelen door incassobureaus, intimidatie, geweld en schending van de privacy.

Voeding die in het i. De cam- id vet van Bij deze (handel, n.

an in het matig ge- zijn zich ze kennen eer infor- veinig be- bestaat er zen en de rodukten. it laatste tails gaat,

de Neder- orden dat ongeveer le manier de eigen nu in de ecte (me- n van veel rvan over- et moeten ite willen minderen, vorm van in produk-

R. Rodri- 2.

roept bij aties op. sso dat hij e vodden het woord idatie en o hun be- incassan- een inte- afgelopen e misstan- t meest in ls gebrek aan con- chuldsitu- de winter, oor incas- schending

Om te bezien in hoeverre deze problemen inderdaad gangbare incassopraktijk zijn, heeft SWOKA in opdracht van het Ministerie van Economische Zaken getracht de gang van zaken bij incasso in kaart te brengen. Uitgangspunt bij deze studie is de incasso op consumenten in een problematische schuld-situatie. Het onderzoek is een eerste overzichtsstudie op dit terrein en biedt inzicht in structurele knelpunten bij incasso.

Een opvallende uitkomst van het onderzoek is dat het veel gehoorde gebruik van geweld, of dreiging daarmee, in de consumentenpraktijk geen rol van betekenis speelt. Daarentegen is een van de meest pregnante problemen de schending van de privacy van de debiteur. *Inbreuk op de privacy komt in een achttal incassopraktijken voor.*

De incassobureaus vormen een probleem apart. De ondernomen pogingen tot zelfregulering in de branche van incassobureaus schieten tekort om de gesignaleerde problemen het hoofd te kunnen bieden. Overheidsingrijpen op dit terrein lijkt derhalve onvermijdelijk. (JG)

Informatie over veiligheid

SWOKA, 1990. Produktinformatie ter preventie van ongevallen in de privé sfeer. Gevaars- en veiligheidsinformatie in handleidingen van gebruiksproducten. A. Venema. Rapport nr. 95.

De informatie in handleidingen over mogelijke gevaren en risico's bij onveilig gebruik en de instructies voor veilig gebruik laten te wensen over. Dit blijkt uit een onderzoek waarin is nagegaan wat de kwaliteit en effectiviteit is van gevaars- en veiligheidsinformatie, die voorkomt in handleidingen van gebruiksproducten, zoals huishoudelijke apparaten, elektrisch gereedschap en trappen en ladders. De informatie is bedoeld om ongevallen tijdens het gebruik te voorkomen en het veilig omgaan met de producten te bevorderen.

Uit het onderzoek blijkt, dat de hoeveelheid gevaars- en veiligheidsinformatie die in handleidingen wordt gepresenteerd groot is. De presentatie is in het algemeen goed te noemen. Het is voor consumenten echter niet te voorspellen waar in een handleiding de gevaars- en veiligheidsinformatie kan worden gevonden. Om diverse soorten lezers ('lezers' en 'zoekers') te bereiken, verdient het aanbeveling de informatie zowel voor in de handleiding op te nemen, als bij de gebruiksaanwijzingen waarbij de veiligheid in het geding is.

Opvallend is verder dat producenten de infor-

matie veelal beperken tot wat de gebruiker wel of niet moet doen om veilig met het produkt te kunnen werken. De aanwijzingen zijn meestal duidelijk en uitvoerbaar en in alle-daagse taal gesteld. Wat ontbreekt is informatie over de aard en omvang van de gevaren en over de consequenties van onveilig gebruik. Hiervoor worden veiligheidsaanbevelingen niet altijd als zodanig herkend, waardoor gevaren en risico's verkeerd worden geschat.

Uit het onderzoek is gebleken dat de gevaars- en veiligheidsinformatie bij handleidingen van gebruiksproducten verbeterd kan worden. Tevens is gebleken dat consumenten meer aandacht aan deze informatie zouden moeten besteden. Door consumentenvoorlichting via andere media dient bereikt te worden, dat de bekendheid en het belang van gevaars- en veiligheidsinformatie bij consumenten worden vergroot en het gebruik van deze informatie gestimuleerd. De veiligheid van het produkt zelf zal uiteraard altijd zo goed mogelijk moeten zijn. (JG)

Geld en eten

SWOKA, 1990. Minder geld, minder eten? M.H.Feenstra. Rapport nr. 91.

Eet iemand die moet bezuinigen ongezonder? Deze vraag is weer actueel sinds de economische recessie in de tachtiger jaren de inkomensituatie van een aantal groepen deed verslechteren. In het rapport Minder geld, minder eten? wordt de aard van bezuinigingen van huishoudens met lage inkomens vergeleken met die van hogere inkomens. Uit een vooronderzoek was reeds gebleken dat problemen met de voeding het eerst verwacht kunnen worden bij grotere huishoudens (zes personen of meer) met lage inkomens. Zulke grote huishoudens vertegenwoordigden slechts 3% van de steekproef. Vandaar dat de onderzoeksgroep in het vervolgonderzoek toch ruimer is.

Het was de bedoeling, zou de uitkomst van dit onderzoek wijzen in de richting van ongezone voedselbezuinigingen bij bepaalde risicogroepen, een derde onderzoek naar de voedselconsumptie aan te bevelen. Onder gezond wordt verstaan: 1) minder brood, melkproducten, fruit, aardappelen, rijst, macaroni e.d., 2) goedkoper merk of soort boter/margarine, hartig beleg of vlees, 3) de combinatie minder verse groente en minder blikgroente.

Het blijkt echter dat de vraag "Is er sprake van ongezond voedingsgedrag door bezuiniging?" niet eenvoudig te beantwoorden is. Ongevenste veranderingen in de voeding komen

wel voor, ook meer bij de lagere inkomens en bij inkomensachteruitgang, maar er is nergens sprake van 'concentratie van ongezond gedrag'. Het blijft met name onduidelijk in hoeverre juist lage-inkomen-huishoudens op voeding bezuinigen. Het is mogelijk dat daar, in arme gezinnen dus, de voeding juist een zekere prioriteit heeft. Ook kan het zijn dat men er daar niet verder op kan bezuinigen. Verder bemoeilijken begripsverschillen over bezuinigen (wat is zuinig?) en de meting van het inkomen het onderzoek.

De eigenlijke conclusies staan vermeld onder het kopje "discussie". Dat weerspiegelt de onduidelijkheden waarin het onderzoek is blijven steken. Verder onderzoek (naar voedselconsumptie in huishoudens met lage inkomens) wordt aanbevolen bij een grotere steekproef.(EF)

Welvaartsindicatoren

SWOKA, 1990. De consumptieverdeling. M.E. Homan. Rapport nr. 87.

Het inkomen is de meest gebruikte welvaarts-indicator, maar niet de beste. Iemand die uit vrije wil besluit minder betaald te gaan werken, wordt niet vermogender, maar misschien wel welvarender.

Recent onderzoek gaf aanleiding tot het heropenen van de discussie hierover. Wanneer we de welvaart rechtvaardig willen verdelen, wat dit ook moge betekenen, moeten we niet naar het inkomen kijken, maar naar de consumptie. De praktische en theoretische problemen hiervan hebben de toepassing van dit idee altijd in de weg gestaan. Ook in dit rapport geeft niet het verlossende woord. Dat is geen reden het zoeken naar een betere welvaartsindicator dan het inkomen bij voorbaat te staken, zo betoogt de auteur.

Drie soorten alternatieve welvaartsindicatoren worden onderzocht:

1. de consumptieve bestedingen of het verbruik;
2. het volledig inkomen en de verdien capaciteit;
3. de in geld uitgedrukte som van consumptie van goederen en diensten afkomstig van de markt, huishoudelijke produktie en quasi-collectieve sector, dat zijn voorzieningen op het gebied van o.a. volkshuisvesting, onderwijs, openbaar vervoer, cultuur, etc.

Consumptie van vrije tijd blijft bij alledrie buiten beschouwing.

Bij de empirische invulling van deze begrippen bleek dat de cijfers van bestaande onderzoeken nauwelijks vergelijkbaar zijn, ten eerste doordat categorieën elkaar niet dekken

en elkaar ook niet uitsluiten, (het ene onderzoek gaat uit van een gezin zonder kinderen, het volgende van tweeverdieners, etc.), ten tweede doordat inkomensbegrippen (nog steeds) niet eenduidig gedefinieerd zijn.

De auteur heeft desondanks enige verbruiksgegevens (zie 1) weten te destilleren en komt tot de alarmerende conclusie dat de zeven eerste inkomensdecielen (dat is 70 % van de Nederlandse huishoudens) meer uitgeven dan zij verdienen. Bij het eerste deciel (10% van de bevolking met laagste inkomens) overschrijdt het verbruik de inkomsten gemiddeld met f4600,- per jaar. Een volledige verklaring is daarvoor niet. De auteur beveelt aan, mede omdat deze verbruikscijfers vrij eenvoudig te verzamelen zijn, de analyse ervan voortaan een rol te laten spelen bij het inkomensbeleid.

Daar beleidsmakers het gezinsinkomen als indicator van de welvaart nemen, kan dit leiden tot beslissingen ten nadele van tweeverdieners. Het verschil in welvaart tussen één- en tweeverdieners blijkt bij de empirische invulling van de verdien capaciteit en het volledig inkomen (zie 2) namelijk aanzienlijk kleiner te zijn dan wanneer alleen gekeken wordt naar het inkomen. Overigens merkt de auteur op dat de analyse met deze indicatoren wel nieuwe inzichten levert, maar dat niet vaststaat dat deze indicatoren ook echt beter zijn dan het inkomen.

Bij de derde indicator (zie 3) waarbij consumptie breed opgevat wordt, vormt de operationalisering en met name het optellen van de verschillende componenten een essentieel probleem. Bedoeling is alles uit te drukken in geldelijke waarde, maar er is geen eenduidigheid over de methode voor het vaststellen van de prijs van de componenten. Van de methoden om de waarde van huishoudelijke arbeid vast te stellen geeft de opportunity-cost-methode waarschijnlijk een iets realistischer beeld dan de market-cost-methode. Bij beide methoden bestaat het probleem dat de tijd die aan huishoudelijke produktie besteed wordt, moeilijk meetbaar is en verschillen in intensiteit en efficiëntie van de huishoudelijke arbeid er niet in tot uitdrukking komen. Daar alle componenten niet even vrij besteedbaar zijn, stelt de auteur bovendien voor een wegingsfactor te gebruiken voor de verschillende componenten, wat het geheel er niet eenvoudiger op maakt.

Tot besluit volgt een bespreking van het Nederlandse inkomensbeleid. Volgens de auteur zijn maatregelen in de consumptieve sfeer, waarbij dus invloed wordt uitgeoefend op de tijdsbesteding of consumptie slechts in enkele gevallen een aan te bevelen alternatief voor het huidige beleid.(EF)