

Stockholm

Undersökning visar:

Videokameran - Svenskens sämsta köp

Prisjämförelsesajten PriceRunner har låtit göra en undersökning bland svenskar om hur ofta de använder sig av produkter de skaffat till hemmet eller för personligt bruk. I relation till inköpspriset visar det sig att videokameran är den pryl som kostar mest per användning, 183 kronor per gång. Undersökningen visar också att det är stora regionala skillnader i hur ofta produkterna används. Skåningen använder sin näshårstrimmer 64 gånger per år jämfört med stockholmarens 20 och göteborgarens 18.

Det är andra gången PriceRunner, Sveriges ledande konsumentguide för pris- och produktjämförelser, genomför undersökningen "Svenskens sämsta köp". År 2006, intog fonduesetet den föga smickrande förstaplatsen som svenskens sämsta inköp och då hamnade videokameran på andra plats. I år är det ombytta roller.

- Eftersom videokameran är relativt dyr i inköp (ett snittpris på 5 896 kronor) och panelen svarat att de använder den 32 gånger per år blir det den produkt som hamnar högst upp på listan över svenskens sämsta köp, säger Victor Dahlborg, marknadschef på PriceRunner. Men svensken är fortfarande dålig på att använda sitt fondueset och sin GPS, fortsätter Victor.

En annan intressant iakttagelse är de regionala skillnaderna. Undersökningen visar att skåningen är mycket flitigare användare av sina prylar i jämförelse med göteborgaren och stockholmaren.

Mest slående är användandet av näshårstrimmern; Skåningen använder sin 64 gånger per år jämfört med stockholmarens 20 och göteborgarens 18... Skåningarna har också mer användning av sina elgrillar, 60 gånger per år används en sådan i Skåne jämfört med 18 gånger i Stockholm och 16 i Göteborg.

Men stockholmarna och göteborgarna är bättre på att använda teknikprodukter – det är stor skillnad i användande av DVD-, och mp3-spelare samt spelkonsol.

- Undersökningen visar också att nyhetens behag är stort. Till exempel används motionscykeln hela 13 gånger första månaden sedan bara 4.6 gånger per månad, säger Victor Dahlborg.

Det är förvånansvärt likt mellan könen, dock visar undersökningen att männen gillar att använda sina prylar mer än vad kvinnorna gör. Männen använder sin eltandborste oftare (286 gånger per år mot kvinnornas 252 gånger), männen är de som använder videokameran mest (39 gånger jämfört med 24). Männen använder även elgrillen och äggkokaren mer än kvinnorna.

För mer information kontakta;

Victor Dahlborg, marknadschef Pricerunner

Mobil: 0709-25 35 95

E-post: victor.dahlborg@pricerunner.com

PriceRunners Sämsta-köp-undersökning 2009

De fem produkterna med högst kostnad per användningstillfälle:

	Produkt	Pris	Användande ggr/år	Kostnad/användning
1	Videokamera	5 896 kr	32	183 kr
2	Fondueset	1 092 kr	12	81 kr
3	Hushållsmaskin	2 209 kr	41	53 kr
4	Motionscykel	2 535 kr	55	46 kr
5	Digitalkamera	4 479 kr	98	45 kr

De fem produkterna med lägst kostnad per användningstillfälle:

	Produkt	Pris	Användande ggr/år	Kostnad/användning
1	Äggkokare	209 kr	58	4 kr
2	Elektrisk tandborste	855 kr	270	3 kr
3	Vattenkokare	631 kr	230	3 kr
4	Mjölkvisp för latte, elektrisk	134 kr	58	2 kr
5	Stegräknare	176 kr	79	2 kr

Se hela listan från undersökningen på <http://nyhetsrum.pricerunner.se/>

Du kan även själv räkna ut ditt sämsta köp med hjälp av en tabell som finns här:
<http://www.pricerunner.se/mittsamstakop>

Om PriceRunner

PriceRunner har verksamhet i Sverige, Storbritannien, Tyskland, Frankrike, Danmark, Österrike och USA. Ungefär sex miljoner unika användare utnyttjar varje månad PriceRunners tjänst. Företaget grundades 1999 och har sitt huvudkontor i Stockholm. PriceRunner förvärvades i augusti 2004 av det amerikanska online-marknadsföringsbolaget ValueClick, Inc. (Nasdaq: VCLK). För ytterligare information, vänligen besök www.pricerunner.se.

Den här releasen kan innehålla uttalanden och spekulationer om framtida utveckling som kan komma skilja sig från verkligheten. För detaljerad beskrivning se Forward looking statement disclaimer på <http://nyhetsrum.pricerunner.se/kontakt/forward-looking-disclaimer-statement/>.

Om undersökningen

Undersökningen är gjord av Nepa, ett oberoende marknadsundersökningsföretag, och är baserad på en rikstäckande webbenkät med 750 slumpvist utvalda personer i åldrarna 15-74 år. Underlaget är demografiskt representativt för populationen och resultaten baseras på statistiskt säkerställda svar.

Snittpriset per produkt är baserat på medelvärdet på de 5-10 mest sökta produkterna inom varje kategori på www.pricerunner.se eller från andra informationskällor.