

Forbrugerne fokuserer på smagen, når de handler dagligvarer

Oktober 2019

Markedsanalyse, Forbrugerøkonomi & Statistik

Noget at leve af. Noget at leve for.



15. oktober 2019

Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000 E info@lf.dk
F +45 3339 4141 W www.lf.dk

Forbrugerne fokuserer på smagen, når de handler dagligvarer

Landbrug & Fødevarer har igen undersøgt, hvad danskerne lægger særligt vægt på ved valg af dagligvarer. Her ser vi, at flere end tidligere nævner faktorer som god smag, økologi, dyrevelfærd og bæredygtighed.

Resumé:

- Når danskerne køber dagligvarer, er det tre ud af fire, der lægger særligt vægt på, om det smager godt. På anden- og tredjepladsen finder vi pris og kvalitet.
- Sammenlignet med samme måling i 2016 lægger signifikant flere danskere i 2019 særligt vægt på kriterierne 'god smag', 'god pris', 'god kvalitet', 'økologisk', 'dyrevelfærd' og 'bæredygtighed'.
- Dyrevelfærd er det parameter, der har oplevet størst stigning på tre år. Således er der i 2019 hele 9 procentpoint flere, der svarer, at det er noget, de tænker over ved valg af dagligvarer.

'Dansk produceret' er i den nyeste måling noget, som 46 pct. lægger særligt vægt på. Her ses en tendens til, at det oftere er danskere over 50 år, der tænker over det, mens den gruppe også oftere end andre kigger efter 'god kvalitet'. Omvendt ser vi, at det oftere er yngre danskere, der lægger vægt på 'god pris', 'miljørigtig', 'etisk forsvarligt' og om det, de køber, er 'anbefalet af andre'.

- De hyppigst nævnte årsager til at købe dansk producerede fødevarer er 'kortere transport af fødevarer', 'bedre for klimaet', 'højt niveau af fødevarerisikkerhed' samt 'bedre for miljøet'.

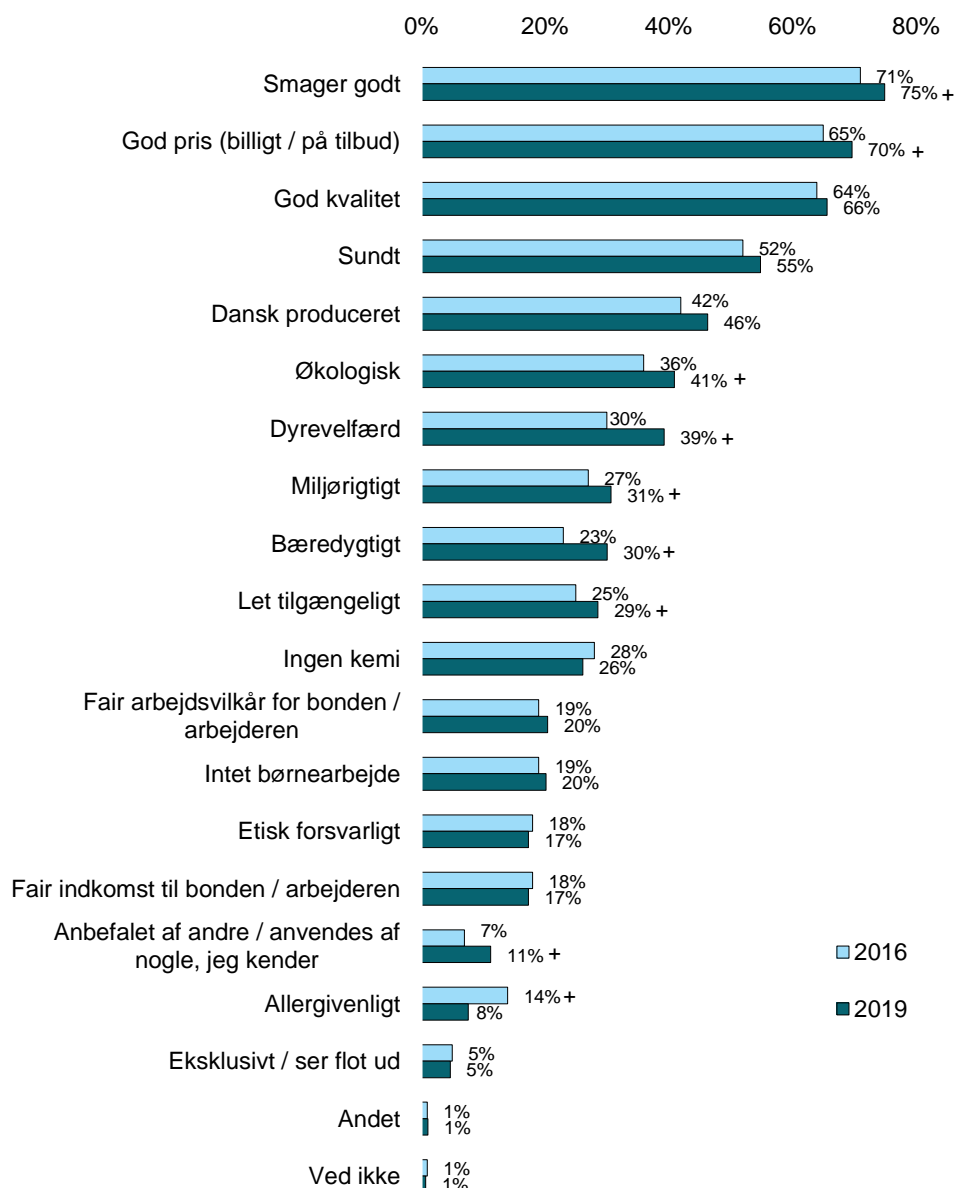
Tre ud af fire lægger særligt vægt på god smag ved køb af dagligvarer

Danskerne bliver hver dag bombarderet med tilbud. Dagens tilbud, ugens tilbud, fødselsdagstilbud eller noget helt fjerde. Men hvilke indkøbskriterier og værdier har danskerne med i overvejelserne, når de handler dagligvarer? I Landbrug & Fødevarers nye undersøgelse har vi spurgt deltagerne, hvilke faktorer de lægger særligt vægt på ved valg af fødevarer. Her har det været muligt at vælge frit blandt alle de 18 faktorer på listen, som kunne være relevante. Derfor skal det ikke ses som en decideret prioritering af, hvilken faktor

der er den absolut vigtigste for valg af dagligvarer. Det er derimod et indblik i, hvilke forskellige ting, som danskerne kigger efter og har med på deres 'tjekliste', når de handler fødevarer og andre dagligvarer, og hvilke ting der omvendt i mindre grad eller slet ikke er med i overvejelserne.

Her ser vi, at 'top 3' udgøres af smag, pris og kvalitet. Førstepladsen indtages af 'god smag', som 75 pct. har med 'på radaren' ved valg af dagligvarer. Dernæst kommer 'god pris', som nævnes af 70 pct., mens tredjepladsen indtages af 'god kvalitet', der nævnes af 66 pct.. Vi har gennemført samme måling i 2016, hvor vi så samme top 3. Interessant er det dog, at der nu ses signifikant flere, der svarer, at de lægger særligt vægt på kriteriet 'god smag'. Ligeledes ser vi signifikant flere, der lægger vægt på 'god pris', mens andelene, der lægger særligt vægt på 'god kvalitet' omvendt er forholdsvis stabil.

Figur 1:
Spørgsmål: Hvilke af disse emner lægger du særligt vægt på, når du køber dagligvarer?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer i hhv. maj 2016 og maj 2019. Base 2016 (1028) og 2019 (1029). NB: Mulighed for flere svar. '+' viser en signifikant stigning inden for et 95%-konfidensinterval.

Økologi, bæredygtighed og dyrevelfærd er oftere 'på radareren'

Siden 2016 har emner som økologi, dyrevelfærd og bæredygtighed været meget diskuteret i medier og ved middagsborde. Ikke overraskende ses der da også en signifikant stigning i de kriterier, når danskerne skal svare på, hvad de lægger særligt vægt på, når de køber dagligvarer. Spændende er det især at bemærke, at der for kriteriet dyrevelfærd er hele 9 procentpoint flere, der i 2019 har det 'på radaren' ved køb af dagligvarer sammenlignet med samme måling i 2016. Det er særligt kvinder, der trækker det gennemsnit op. Kvinder svarer oftere end mænd 'dyrevelfærd', 'økologisk' og 'miljørigtigt', mens mænd oftere end kvinder nævner 'god kvalitet'.

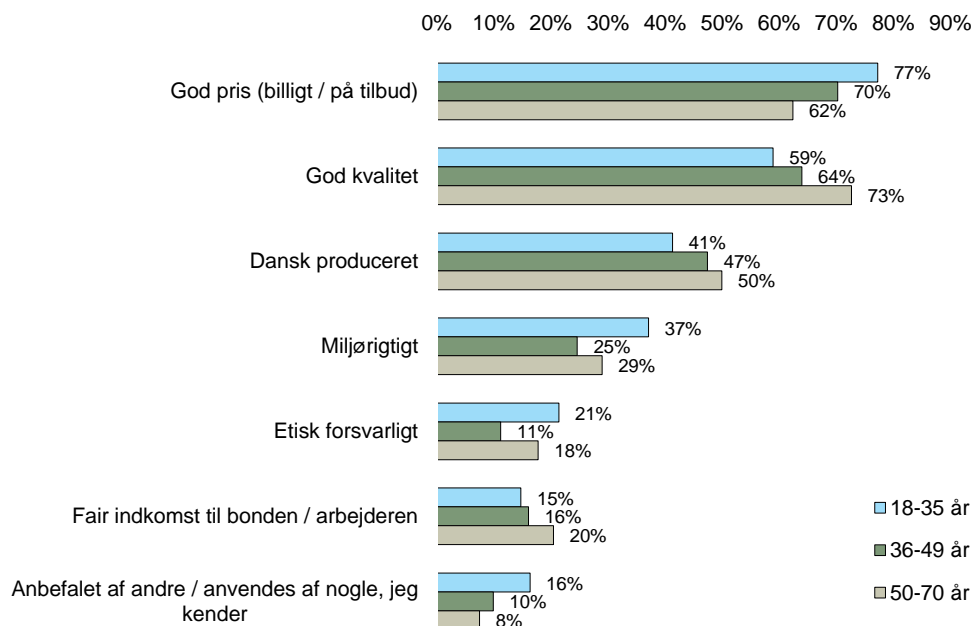
Kriteriet 'dansk produceret' er noget, som 46 pct. lægger særligt vægt på. Det er en stigning på fire procentpoint i forhold til maj 2016, der dog ikke er høj nok til, at vi med 95 pct. sikkerhed kan sige, at der er flere end tidligere, der lægger vægt på dansk. Med andre ord kan forskellen i de to målinger være en statistisk tilfældighed.

'God kvalitet' og 'dansk produceret' fylder mere, jo ældre man er

Unge og ældre prioriterer tilsyneladende lidt forskelligt, når de køber dagligvarer. Der ses her en tendens til, at jo yngre man er, jo oftere kigges der på prisen, når man køber dagligvarer. Længere nede på listen finder vi også, at yngre oftere end ældre danskere lægger vægt på, om det er anbefalet af andre eller anvendes af nogle, man kender. Omvendt ser vi, at jo ældre man er, jo oftere har man god kvalitet og dansk produceret med på listen over det, man kigger efter, når man køber dagligvarer. Det er blandt de 50-70-årige hele 50 pct., der kigger på, om varen er dansk produceret, mens det blandt 18-35-årige er 41 pct..

Figur 2:

Spørgsmål: Hvilke af disse emner lægger du særligt vægt på, når du køber dagligvarer? Udvalgte svar, hvor der ses forskel mellem aldersgrupper.



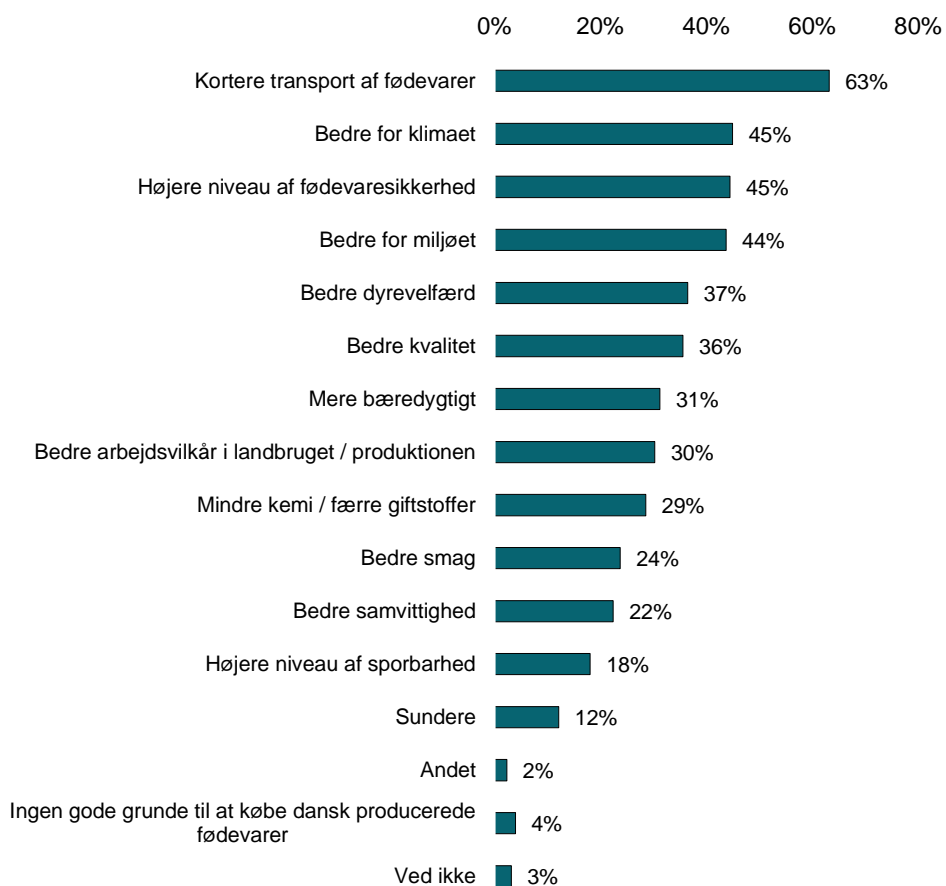
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, maj 2019. Base (1029), heraf 18-35 år (360), 36-49 år (266), 50-70 år (403). NB: Udvalgte svar, hvor der ses en signifikant forskel mellem aldersgrupperes besvarelser.

Bemærk samtidig, at signifikant flere blandt 18-35-årige lægger vægt på, at det er miljørigtigt og/eller etisk forsvarligt sammenlignet med aldersgruppen lige ovenover – nemlig de 36-49-årige.

Kortere transport af fødevarer er den vigtigste årsag til at købe dansk

Knap halvdelen af danskerne kigger efter, om de dagligvarer, de kommer i indkøbskurven, er dansk produceret. Det kan der være mange forskellige grunde til. Spørger vi danskerne, hvilke årsager, der er til at købe dansk producerede fødevarer, svarer størstedelen af danskerne 'kortere transport af fødevarer'. Konkret mener 63 pct. af danskerne, at det er den vigtigste årsag, mens 45 pct. nævner hhv. 'bedre for klimaet' og 'højere niveau af fødevarsikkerhed'. Længere nede på listen finder vi 'bedre dyrevelfærd' og 'bedre kvalitet', noget som lidt flere end hver tredje nævner som en grund til at købe dansk producerede fødevarer. Det er kun 4 pct. blandt de adspurgte, der svarer, at der ikke er nogle gode grunde til at købe dansk producerede fødevarer, og 3 pct., der svarer 'ved ikke'.

Figur 3:
Spørgsmål: Hvad er efter din mening de vigtigste grunde til at købe dansk producerede fødevarer?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, maj 2019, base (1029). NB: Mulighed for flere svar.

Kvinder forbinder oftere dansk med, at det er bedre for miljø og klima

Kigger vi lidt nærmere på tallene, ser vi, at kvinder oftere end mænd nævner, at dansk producerede fødevarer er bedre for miljø og klima samt mere bæredygtigt. Konkret er det 51 pct. blandt kvinderne, der mener, at det er bedre for miljøet, mens det er 37 pct. blandt mænd. Ligeledes er det 50 pct. blandt kvinder, der mener, at det er bedre for klimaet, mens det samme gælder blandt 40 pct. mænd. Modsat har mænd oftere end kvinder fokus på begrundelsen om, at det er bedre kvalitet, samt at der er et højere niveau af sporbarhed ved danske fødevarer. Hele 40 pct. blandt mænd peger fx på, at det er af bedre kvalitet, mens det samme gælder 31 pct. blandt kvinder.

Samtidig ser vi, at unge oftere end ældre begrundet køb af dansk producerede varer med, at det er bedre for miljøet, bedre for klimaet, at det er mere bæredygtigt og at der er bedre arbejdsvilkår i landbruget/produktionen – sidstnævnte nævnes også signifikant oftere af de 50-70-årige, for begge aldersgrupper er det omkring hver tredje, der nævner dette, mens det for de 36-49-årige er blot 22 pct..

Interessant er det samtidig, at når vi kigger specifikt på svarfordelingen for de danskere, der har svaret, at de lægger særligt vægt på, at dagligvaren er dansk produceret, nævner den gruppe signifikant oftere end gennemsnittet *alle* begrundelser for at vælge dansk producerede fødevarer. Konkret er der tale om mindst 7 procentpoints forskel i andelen på samtlige begrundelser. 'Kortere transport af fødevarer', 'bedre for klimaet' og 'højere niveau af fødevareresikkerhed' er de begrundelser med størst forskel i procentpoint, alle med en forskel på 12 pct. mellem gennemsnittet og den gruppe, der har svaret, at dansk produceret er noget, de tænker over, når de køber dagligvarer.

Smag, bæredygtighed, økologi og dyrevelfærd fylder mere end tidligere

Samlet set tegner der sig et billede af, at flere end tidligere har faktorer som god smag, økologi, bæredygtighed og dyrevelfærd 'på radaren', når de handler dagligvarer. For især dyrevelfærd er der sket en stor udvikling, hvor andelen på tre år er steget med hele 9 procentpoint. Men også for kriterier som fx 'miljørigtigt' og 'økologisk' er der sket en udvikling, hvor flere nu lægger særligt vægt på det i forhold til for tre år siden. Den udvikling er tilsyneladende især drevet af kvinder, der signifikant oftere nævner både 'økologisk', 'miljørigtigt' og 'god dyrevelfærd' som noget, de tænker over ved køb af dagligvarer. Mænd lægger omvendt oftere end kvinder vægt på 'god kvalitet' – noget, som for nogle forbrugere kan rumme ovenstående parametre, men også dække over andre faktorer som fx tilberedningsmetoder, råvarernes oprindelse eller fravær af e-numre.

Det er lidt under halvdelen, der i indkøbssituationen lægger særligt vægt på, at det er dansk produceret. Dansk producerede fødevarer forbindes her med mange forskellige værdier i befolkningen. Den primære begrundelse for at købe dansk producerede fødevarer er 'kortere transport af fødevarer', som seks ud af ti nævner. Af andre begrundelser nævnes 'højere niveau af fødevareresikkerhed', 'bedre for klimaet', 'bedre for miljøet', som lidt under halvdelen nævner, samt 'bedre dyrevelfærd', som lidt flere end hver tredje nævner. Med tanke på, at netop emner som 'miljørigtig' og 'god dyrevelfærd' er kommet mere på radaren hos danske forbrugere i forhold til for tre år siden, kunne det indikere et potentiale i den retning for dansk producerede fødevarer.

Om analysen:

Analysen er baseret på data indsamlet af Norstat for Landbrug & Fødevarer blandt 1029 repræsentativt udvalgte danskere i alderen 18-70 år. Undersøgelsen er gennemført i maj måned 2019.

Der er ligeledes medtaget data fra samme undersøgelse gennemført af Norstat for Landbrug & Fødevarer i maj 2016, hvor der deltog 1028 repræsentativt udvalgte danskere.

Billedet på forsiden er fra colourbox.dk, hvor Landbrug & Fødevarer har licens.



Landbrug & Fødevarer

Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000
F +45 3339 4141

E info@lf.dk
W www.lf.dk

Yderligere kontakt

Nina Preus
Per Vesterbæk

3339 4674 npre@lf.dk
3339 4677 peve@lf.dk