A person wearing a brown sweater and a white tote bag is standing in a grocery store aisle. They are holding a pink bottle in their right hand and a green plastic shopping basket in their left hand. The shelves are stocked with various products, and the scene is brightly lit.

Forbrugerne fokuserer på smagen, når de handler dagligvarer

Juni 2023

1. juni 2023

Forbrugerne fokuserer på smagen, når de handler dagligvarer

Landbrug & Fødevarer har igen undersøgt, hvad danskerne lægger særligt vægt på ved valg af dagligvarer. De vigtigste indsigter er:

- Selv om pris kan være afgørende for mange forbrugere, er 'god smag' alligevel dét, som flest lægger vægt på i indkøbssituationen. Når danskerne køber dagligvarer, er det knap syv ud af ti, der lægger særligt vægt på, om det smager godt. På anden-, tredje- og fjerdepladsen finder vi faktorerne "lav pris", "værdi for pengene" og "god kvalitet". Alle disse faktorer er noget, som flere end halvdelen lægger vægt på, når de handler dagligvarer.
- Danskernes fokus i indkøbssituationen varierer lidt alt efter, hvilken alder man har. Lav pris er oftest et fokus blandt de yngste deltagere, mens dansk produceret oftest er et fokus blandt de ældste deltagere. Faktorer som økologi og god dyrevelfærd er oftere et fokus blandt 30-39-årige. Det er samtidig oftere blandt de 30-60-årige, at vi finder 'god smag' som valgkriterium.
- I købsituationen kan det være svært for forbrugerne at vurdere den forventede smag på en fødevarer, medmindre man kender den i forvejen. Smagsbeskrivelser kan være sjældne, og i stedet vurderes der ud fra emballagens udseende og funktionelle valgkriterier som pris og ingredienser, evt. kombineret med mærkningsordninger, der kan fortælle om produktets kvalitet, produktionsforhold eller oprindelse.
- Skal man som fødevarerproducent lancere et nyt produkt, kan det anbefales at beskrive de sensoriske oplevelser som smag og tekstur i langt højere grad, end hvad sker i dag. Gøres fortællinger om sanseoplevelser til en del af fortællingen om produkternes kvalitet, kan det potentielt være med til at skabe lyst til at prøve produktet.

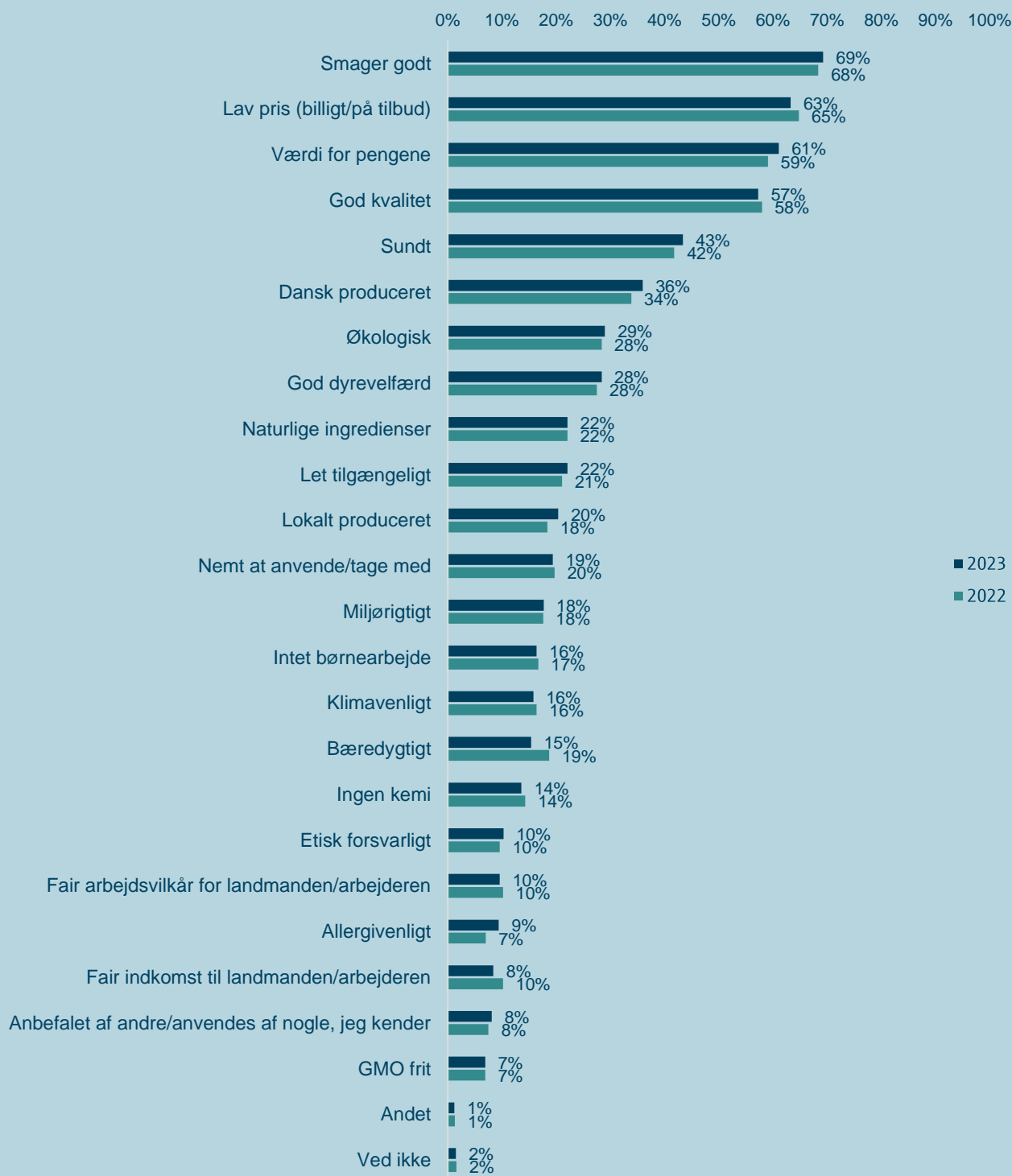
Smag kommer på førstepladsen over det, som forbrugerne kigger efter

Når danskerne skal vælge dagligvarer, står de over for et hav af muligheder: økologiske vs. almindelige fødevarer, danske vs. udenlandske og meget, meget mere. Men hvad er det allervigtigste, når det skal besluttes, hvilken vare, der lægges i indkøbskurven? Landbrug & Fødevarer har i en ny undersøgelse endnu en gang spurgt danskerne, hvad de lægger vægt på, når de køber dagligvarer og her præsenteret deltagerne for en række faktorer, der kan være et valgkriterium i købsøjeblikket.

Når danskerne handler dagligvarer, er det især faktorer som god smag, lav pris, værdi for pengene og god kvalitet som danskerne lægger vægt på. Sammenligner vi med samme måling foretaget i maj 2022, er der her ingen forskelle. Det er fortsat knap syv ud af ti, der har "smager godt" på deres liste over, hvad de kigger efter ved valg af dagligvarer, mens det er 63 pct., der kigger efter "lav pris" og 61 pct., der kigger efter "værdi for pengene". Så, på trods af det seneste lidt barske år økonomisk,

hvor stigende priser på bl.a. fødevarer og energi har tvunget mange danskere til at kigge kritisk på forbrug og spild, ser vi stadig, at smag er det allervigtigste for mange – og stadig overgår faktorer som pris og værdi for pengene i tilslutning.

Figur 1: Hvilke af disse emner lægger du vægt på, når du køber dagligvarer? Du må gerne angive flere svar.



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2023 n=1001 og maj 2022 n=1005. Begge undersøgelser er repræsentative på køn, alder region og uddannelse. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmuligheder (undtagen "Andet" og "Ved ikke").

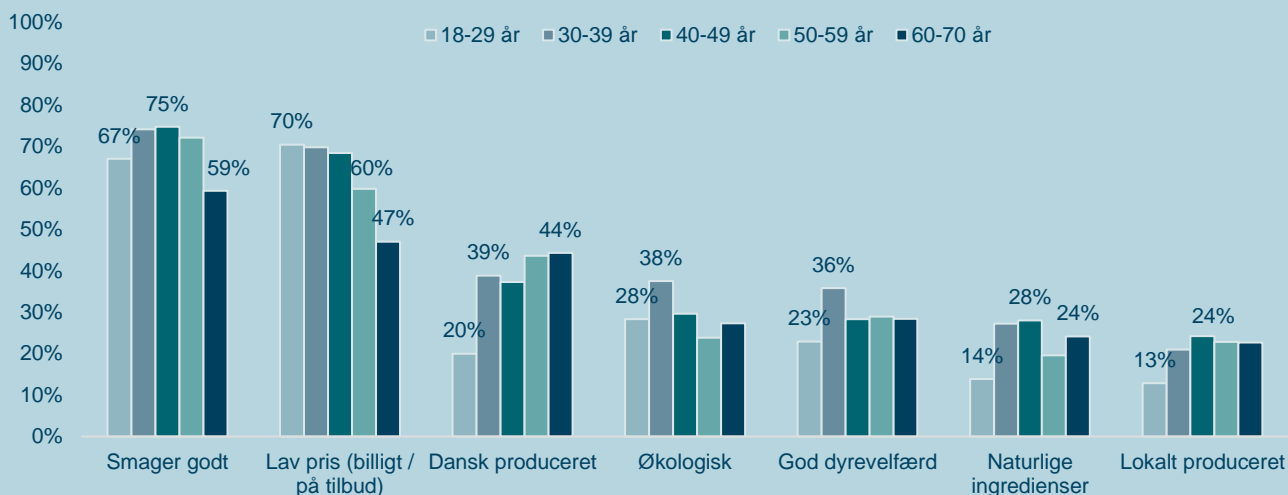
På femtepladsen finder vi kriteriet 'sundt', som 43 pct. lægger vægt på, når de køber ind, mens 36 pct. kigger efter, om en vare er danskproduceret. Lidt mere end hver fjerde kigger efter økologi og god dyrevelfærd i indkøbssituationen, og faktorer som 'miljørigtig', 'klimavenligt' og 'bæredygtigt' får i denne sammenhæng tilslutning af hhv. 18, 16 og 15 pct., og får således lidt mindre prioritet hos flertallet, når de optræder på lige fod med mange andre indkøbskriterier, der kan have betydning for forbrugerne i dagligdagen.

Danskernes fokus og prioriteter varierer med alderen

Ser vi lidt nærmere på forskelle mellem forskellige demografiske grupperinger, er økologi og god dyrevelfærd lidt oftere på radaren blandt kvinder i undersøgelsen, mens mænd i højere grad end kvinder prioriterer valgkriterierne 'god kvalitet' og 'værdi for pengene'. Vi ser også, at unge og ældre tilsyneladende prioriterer lidt forskelligt, når de køber dagligvarer. For undersøgelsens topscorer 'smager godt', er det i mindre grad de yngste og ældste deltagere i undersøgelsen, der har dette med på listen, når de handler dagligvarer. Hvor det fx er hele 75 pct. blandt 40-49-årige, der kigger efter god smag, når de handler, er det kun 59 pct. blandt 60-70-årige, der gør det samme.

Ser vi derefter nærmere på 'lav pris', der indtager andenpladsen i undersøgelsen, ses der her en tendens til, at jo yngre man er, jo oftere kigges der på prisen, når man køber dagligvarer. Blandt 18-29-årige er det hele 70 pct., der har 'lav pris' på radaren, når de handler, hvor det modsat kun er 47 pct. blandt 60-70-årige. Men ellers er tendensen, at de yngste deltagere i undersøgelsen i lidt mindre grad end andre deltagere lægger vægt på faktorer som fx dansk produceret, god dyrevelfærd, lokalt produceret eller om varen indeholder naturlige ingredienser. De 30-39-årige er i denne sammenhæng også en interessant gruppe, da de oftere end andre svarer, at de lægger vægt på økologi og god dyrevelfærd, når de handler dagligvarer.

Figur 2: Hvilke af disse emner lægger du vægt på, når du køber dagligvarer? Udvalgte svarmuligheder, hvor der ses forskel på aldersgrupper:



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2023 n=1001, heraf 18-29 år n=240, 30-39 år n=170, 40-49 år n=200, 50-59 år n=200 og 60-70 år n=190. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse.

Sæt sensoriske oplevelser i fokus

Skal man som fødevarereproducent udvikle nye produkter til de danske forbrugere, kan man med fordel skele til de trends, der udspringer i forbrugernes behov for sundhed, bæredygtighed og convenience. Der har gennem de seneste år været et øget fokus på at forbruge ansvarligt og undgå spild af vigtige ressourcer som mad, vand, energi mm. Flere har overvejelser om, hvordan maden produceres, samtidig med at den skal bidrage til sundhed og velvære – og også helst være nem at gå til især i hverdagen.

Bag ved disse ønsker og valgkriterier ligger dog et meget grundlæggende kriterium om, at fødevaren også samtidig skal smage godt. Det giver sig selv, at det i ønsket om at tiltrække nye forbrugere ikke nytter at fremhæve argumenter som god dyrevelfærd, økologisk, eller nem tilberedning midt i ulvetimen, hvis smagsoplevelsen bagefter ikke stemmer overens med forbrugernes forventninger og præferencer.

I købsituationen kan det dog være svært for forbrugere at vurdere den forventede smag på en fødevarer, medmindre man kender den i forvejen. Smagsbeskrivelser kan være sjældne og produkter vurderes og sammenlignes i stedet ud fra emballagens udseende og funktionelle valgkriterier som pris, mængde, fedtprocent og sukkerindhold, evt. kombineret med mærkningsordninger eller andet, der kan fortælle om fx produktionsforhold og oprindelse.

Skal et nyt produkt lanceres, kan det derfor anbefales at beskrive de sensoriske oplevelser som smag og tekstur i langt højere grad, end hvad sker i dag. Gøres fortællinger om sanseoplevelser til en del af fortællingen om produkternes kvalitet, skabes muligheden for tilvalg baseret på forventningens glæde. Et bedre indtryk af de mad-oplevelser, der venter forude, kan dermed potentielt være med til inspirere til købelyst, og i sidste ende hæve den oplevede værdi af fødevaren.

Om analysen

Analysen er baseret på en undersøgelse gennemført af Norstat for Landbrug & Fødevarer i maj 2023 blandt 1001 danskere ml. 18-70 år. I analysen medtages fund fra tilsvarende undersøgelse ligeledes gennemført af Norstat for Landbrug & Fødevarer i maj 2022 blandt 1005 danskere ml. 18-70 år. Begge undersøgelser er nationalt repræsentative på køn, alder, region og uddannelse. Billedet på forsiden er fra pexels.com, fotograf Kevin Malik