

4. marts 2014

Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

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

Mejeri rimer på økologi, men også på pris

Landbrug & Fødevarer har i en undersøgelse, spurgt danskerne hvad de lægger mest vægt på, når de køber mejeriprodukter. Økologi, pris og friskhed er de faktorer, som flest af respondenterne angiver. Mange lægger imidlertid også vægt på, om produktet er dansk produceret, samt om det er sundt.

Highlights:

- Økologi, pris og friskhed er de vigtigste parametre, når danskerne vælger mejeriprodukter.
- 22 pct. af respondenterne lægger mest vægt på økologi, når de køber mejeriprodukter.
- Ca. 26 pct. af danske kvinder lægger mest vægt på økologi - ca. 18 pct. af mændene gør det samme.
- Omkring 25 pct. af danske mænd lægger mest vægt på prisen det samme gælder for ca. 16 pct. af kvinderne.
- Tre gange så mange af de 18-34 årige lægger mest vægt på prisen sammenlignet med de 50-70 årige, når de køber mejeriprodukter.
- Mere end dobbelt så mange af de 50-70 årige, sammenlignet med de 18-34 årige, lægger mest vægt på, at mejeriproduktet er dansk produceret.
- Økologi er blevet vigtigere blandt de yngre og mindre vigtigt blandt de ældre.

Økologi, pris og friskhed

De tre parametre, som flest respondenter i Landbrug & Fødevarers undersøgelse, vægter tungest, når de vælger mejeriprodukter er økologi, pris og friskhed.

Ca. 22 pct. lægger mest vægt på økologi

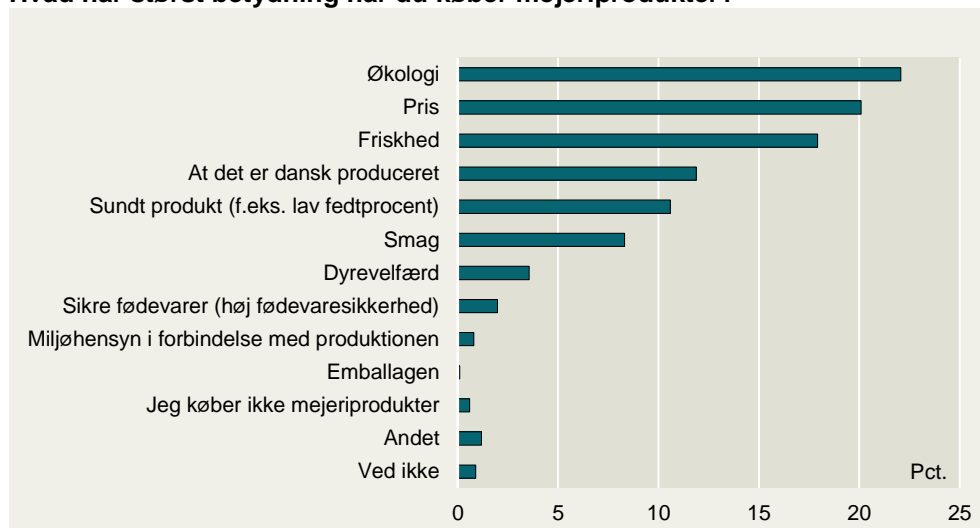
Lidt over hver femte (ca. 22 pct.) af respondenterne går først og fremmest efter økologiske varer, når de køber mejeriprodukter. Til sammenligning er økologi den vigtigste parameter for omkring hver tiende dansker, når de køber fødevarer generelt.

Økologi betyder mere i forhold til mejeriprodukter end for fødevarer generelt

For næsten lige så mange (ca. 20 pct.) er prisen det vigtigste ved valg af mejeriprodukter. Mens økologi spiller en større rolle i forhold til mejeriprodukter end for fødevarer generelt, er prisens betydning omtrent den samme for både mejeriprodukter og fødevarer generelt.

Produktets friskhed er også et væsentligt parameter, når danskerne vælger mejeriprodukter. Ca. 18 pct. angiver friskhed som den vigtigste parameter. Hvilket er ca. 5 pct.-point mere end for fødevarer generelt.

Hvad har størst betydning når du køber mejeriprodukter?



Kilde: Landbrug & Fødevarer

Mænd vil ha' billigt og kvinder vil ha' økologi

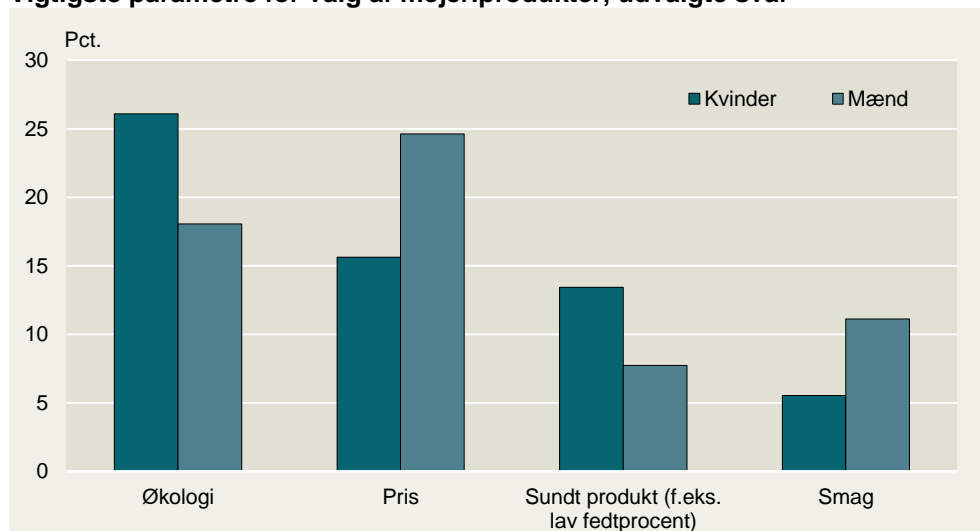
Der er signifikant flere mænd end kvinder, som lægger mest vægt på prisen, når der skal vælges mælk, yoghurt eller ost, mens der er signifikant flere kvinder end mænd, som lægger vægt på økologi.

Ca. 25 pct. af mænd lægger mest vægt på prisen

Ca. 25 pct. af de mandlige respondenter i Landbrug & Fødevarers undersøgelse angiver prisen, som den vigtigste parameter, mens andelen blandt de kvindelige respondenter er ca. 16 pct. Samtidigt angiver ca. 26 pct. af kvinderne, mod ca. 18 pct. af mændene, økologi som den vigtigste parameter.

Der er ligeledes signifikant flere mænd (ca. 11 pct.) end kvinder (ca. 6 pct.), som lægger mest vægt på mejeriproduktets smag, mens ca. 13 pct. af kvinderne og ca. 8 pct. af mændene lægger mest vægt på, at produktet er sundt.

Vigtigste parametre for valg af mejeriprodukter, udvalgte svar



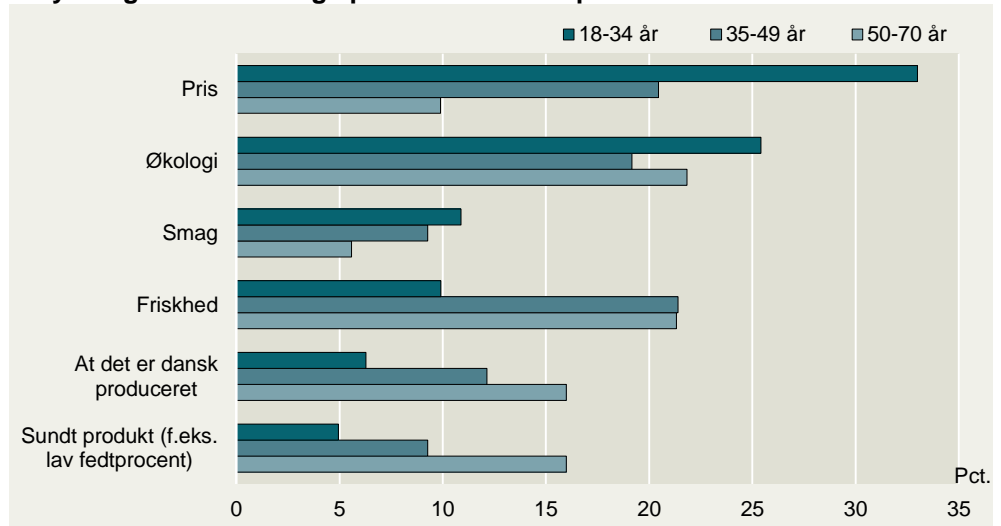
Anm.: der er alene medtaget parametre med signifikante forskelle mellem kønnene på 0,05 niveau.

Kilde: Landbrug & Fødevarer

De yngre vælger pris og økologi, de ældre friskhed, sundt og dansk

Undersøgelsen viser, at der er signifikante forskelle på, hvad forskellige aldersgrupper lægger mest vægt på, når de vælger mejeriprodukter. Mens flere blandt de 18-34 årige lægger mest vægt på pris, økologi og smag, lægger flere blandt de 35-70 årige vægt på om produktet er friskt, sundt samt om det er dansk produceret.

Betydningen af forskellige parametre fordelt på alder



Anm.: Økologi er ikke-signifikante forskelle mellem aldersgrupperne
Kilde: Landbrug & Fødevarer

Ca. 33 pct. af de 18-35 årige vælger ud fra pris

For ca. 33 pct. af de 18-35 årige er prisen den vigtigste parameter, når de køber mejeriprodukter, mens det samme gør sig gældende for ca. 20 pct. af 35-49 årige og ca. 10 pct. af de 50-70 årige. Derimod lægger ca. 21 pct. af de 35-39 årige og 50-70 årige mest vægt på mejeriproduktets friskhed, mens andelen af de 18-34 årige, der gør det samme er ca. 10 pct. Det er begge signifikante forskelle mellem aldersgrupperne.

De ældste vægter sundhed tungest

Ser man på betydningen af, om produktet er sundt, er dette vigtigst for flest blandt de 50-70 årige (ca. 16 pct.), ca. 9 pct. af de 35-49 årige og ca. 5 pct. af de 18-34 årige. Der er ligeledes ca. 16 pct. af de 50-70 årige, som lægger mest vægt på om produktet er dansk, mens andelen blandt de 35-49 årige er ca. 12 pct. og ca. 6 pct. for de 18-34 årige.

Udvikling i mellem aldersgrupperne

Landbrug & Fødevarer har også i 2011 og 2012 foretaget undersøgelser om forbrugernes valg af mejeriprodukter. Der har i alle undersøgelserne været forskel på, hvad forskellige aldersgrupper lagde vægt på i deres valg af mejeriprodukter, men der er tilsyneladende også en udvikling i hvordan aldersgrupperne prioriterer.

Udviklingen i betydningen af produktets sundhed, fordelt på aldersgrupper



Kilde: Landbrug & Fødevarer

45 pct. færre af de 18-34 årige lægger mest vægt på sundhed

Blandt de 18-34 årige ses et signifikant fald fra 2011 til 2013 i andelen som lægger mest vægt på om mejeriproduktet er sundt fra ca. 9 pct. til ca. 5 pct. Betydningen af sundhed blandt de 35-49 årige viser en tendens til fald, med ca. 3 procentpoint, mens der i perioden ses en tendens til stigning med ca. 3 procentpoint hos de 50-70 årige.

Regionelle forskelle i præferencer

Ser man på, hvad respondenterne fra de forskellige regioner lægger mest vægt på, når de vælger mejeriprodukter, er der også her forskelle i svarene. Signifikant flere indbyggerne i Region Hovedstaden lægger mere vægt på økologi end indbyggerne i de jyske regioner, mens andelen som lægger mest vægt på, om produktet er dansk produceret, er signifikant større i Region Nordjylland end i de sjællandske regioner.

Ca. 31 pct. i Region Hovedstaden lægger mest vægt på økologi

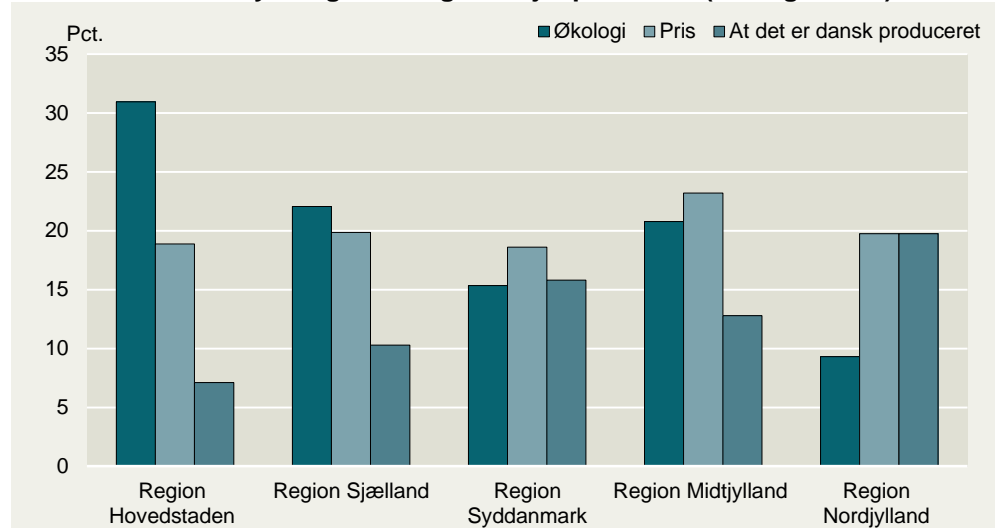
Ca. 31 pct. af indbyggerne i Region Hovedstaden tænker først og fremmest på økologi, når de vælger mejeriprodukter. De to regioner hvor næst flest vægter økologien tungest, er med ca. 21 pct. Region Sjælland og Region Midtjylland. Ca. 15 og 9 pct. af indbyggerne i henholdsvis Region Syddanmark og Region Nordjylland lægger mest vægt på økologi ved valg af mejeriprodukter.

20 pct. i Region Nordjylland vælger ud fra om produktet er dansk

Om mælken, osten eller smør er dansk produceret, er vigtigst for flest af indbyggerne i Region Nordjylland og Region Syddanmark. Ca. 20 pct. af indbyggerne i Region Nordjylland og ca. 16 pct. i Region Syddanmark lægger mest vægt på, om mejeriprodukterne er dansk produceret. Region Hovedstaden er den region, hvor færrest lægger mest vægt på, om produktet er dansk produceret, her er andelen ca. 7 pct. Økologi er dog vigtigst for flere end dansk produktion er i fire af de fem regioner.

Prisparameteren er nogenlunde lige vigtig på tværs af regioner her er ingen signifikante forskelle og der er ca. hver femte der mener at prisen er vigtigst når de handler mejeriprodukter.

Hvad har størst betydning ved valg af mejeriprodukter (udvalgte svar)



Kilde: Landbrug & Fødevarer

Metode

Undersøgelsen er foretaget af Userneeds blandt 1010 repræsentativt udvalgte danskere i perioden 12. november til den 19. november 2013.



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

Malika Buhr Pedersen
Rasmus Vesterlund

3339 4030 Mpe@lf.dk
3339 4015 Rve@lf.dk