

Forbrugerne går op i bæredygtighed

Mange forbrugere tænker over bæredygtighed i forbindelse med fødevarer. Landbrug & Fødevarer har derfor spurgt forbrugerne, hvordan de konkret vurderer bæredygtigheden af fødevarer og hvilken adfærd, de selv har for at forbruge mere bæredygtigt.

Highlights:

- Over halvdelen tænker i høj eller nogen grad over bæredygtighed ved køb af mad og drikke.
- Tre ud af fire udtrykker bekymring over ophobning af plastic i naturen, mens forurening og global opvarmning ligeledes bekymrer mange.
- At undgå madspild, bruge egne indkøbsposer og spise efter sæson er top 3 på listen over den adfærd, som forbrugerne mener, er med til at bidrage til et mere bæredygtigt fødevarerforbrug.
- Lokale fødevarer opleves som mere bæredygtige, og tre ud af fire forbrugere mener, at transport over store afstande går ud over bæredygtigheden.
- Forbrugerne vil gerne tage ansvar og med deres forbrugsvalg gøre en forskel. Hver fjerde peger på forbrugerne selv, som de, der bærer det største ansvar for at sikre en bæredygtig fødevarerproduktion.
- Forbrugerne har svært ved at gennemskue bæredygtigheden ved fødevarer, og peger på manglende tydelighed som væsentlig forhindring for at foretage bæredygtige valg. Der er derfor stort potentiale i at afklare bæredygtighed som begreb og fortælle de gode historier om bæredygtighed i fødevarerproduktionen.

Mange forbrugere tænker over bæredygtighed

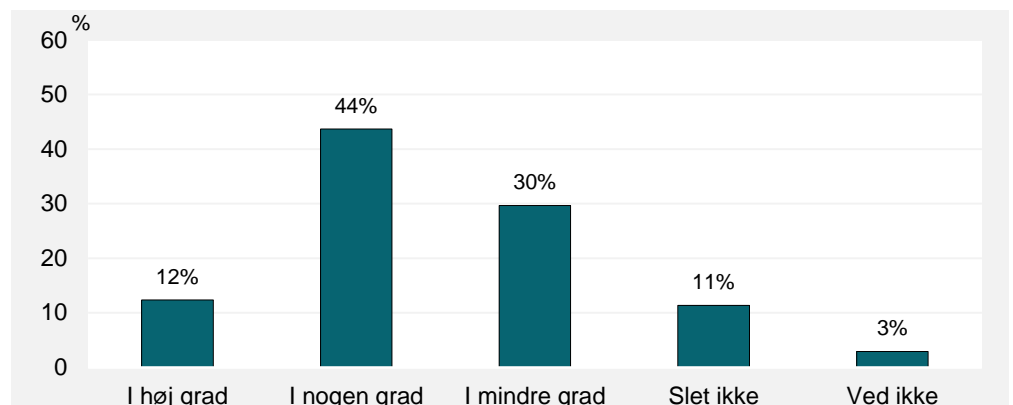
Bæredygtighed indenfor fødevarer er et bredt begreb, der kan handle om flere forskellige aspekter, hvis man spørger forbrugerne. Lige fra den måde fødevarerne er produceret på ude hos landmanden til de forbrugs- og indkøbsvaner, som forbrugerne selv har. Sidst men ikke mindst handler det også om forbrugernes syn på verdens store udfordringer på fødevarerområdet. Hvordan skal vi brødføde næsten 10 milliarder mennesker i 2050 og samtidig holde den globale opvarmning i ro?

Generelt kan man sige, at bæredygtighed er meget oppe i tiden, og at meget desuden tyder på, at interessen kun vil stige fremover. Men hvilke fødevarer

og produktionsformer, der er mest bæredygtige og hvordan interessen for bæredygtighed bedst kommer til udtryk i det personlige forbrug, synes der til gengæld at være delte meninger om. Derfor har Landbrug & Fødevarer i en ny undersøgelse spurgt forbrugerne, i hvor høj grad de tænker over bæredygtighed, og hvad de selv forstår ved 'et bæredygtigt forbrug'. Undersøgelsen har desuden spurgt ind til, hvad forbrugerne oplever som motivation og forhindring for at forbruge bæredygtigt.

Her viser undersøgelsen, at bæredygtighed er noget, som over halvdelen af forbrugerne tænker over, når de køber mad og drikke. Konkret svarer 12 pct., at de *i høj grad* tænker over bæredygtighed, mens 44 pct. *i nogen grad* tænker over det.

Figur 1:
I hvor høj grad tænker forbrugeren over bæredygtighed ved køb af mad og drikke?

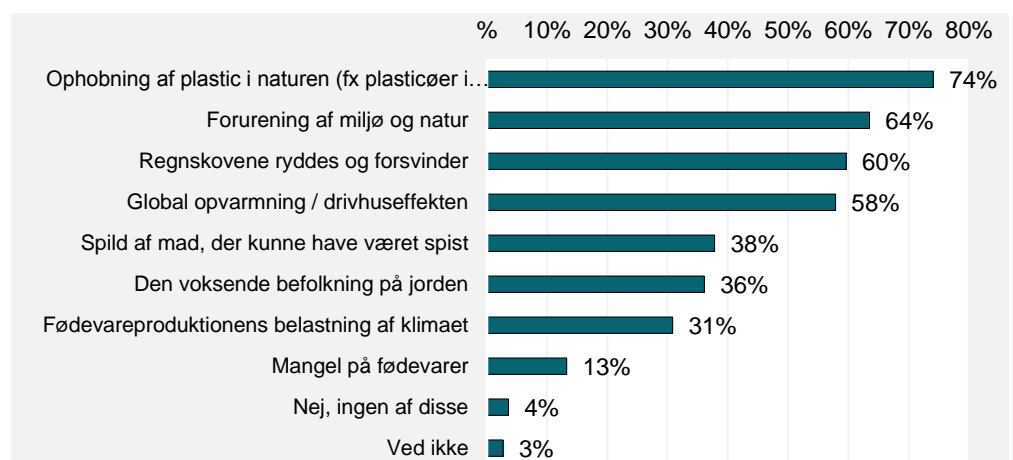


Kilde: KANTAR Gallup for Landbrug & Fødevarer 2017. Base 1.018. Spørgsmål: I hvor høj grad tænker du over bæredygtighed, når du køber mad og drikke? Kun ét svar.

Det er især ophobning af plastic i naturen, der bekymrer

Meget tyder på, at bekymringer om aspekter som global opvarmning, unfair produktionsvilkår, uhensigtsmæssig miljøpåvirkning og manglende dyrevelfærd er noget, der fylder hos forbrugerne i forhold til fødevarer. I denne undersøgelse ser vi, at det især er bekymringer omkring ophobningen af plastic i naturen, der ligger mange forbrugere på sinde. Ligeledes giver over halvdelen af forbrugerne udtryk for bekymringer omkring forurening af miljø og natur, rydning af regnskove og global opvarmning.

Figur 2:
Hvad bekymrer forbrugerne sig om?



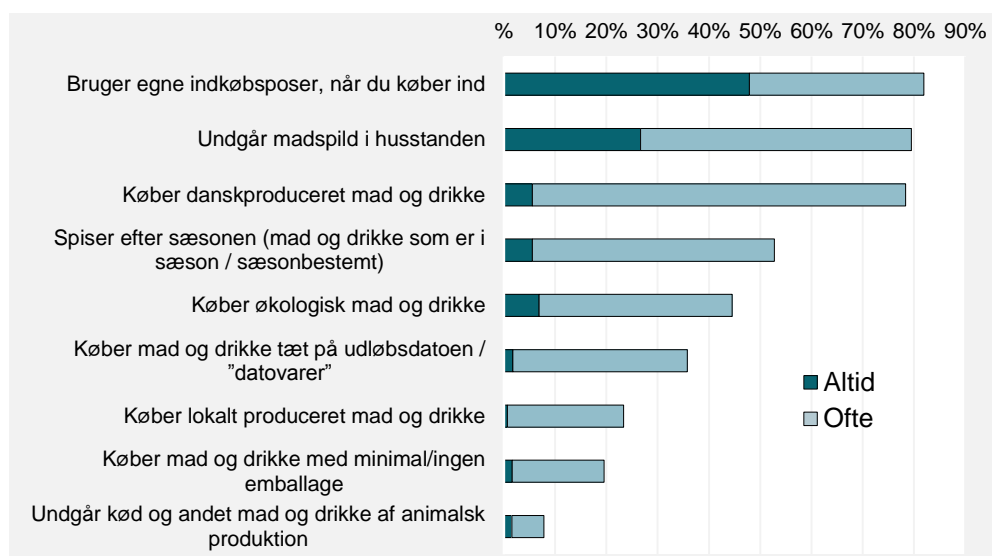
Kilde: KANTAR Gallup for Landbrug & Fødevarer 2017. Base 1.018. Spørgsmål: Nogle vil mene, at verden kan stå overfor nedenstående udfordringer de næste 10-15 år. Er der nogle af disse, som du selv er særligt bekymret over? Mulighed for flere svar.

En noget mindre men stadig væsentlig bekymring er madspild, hvilket også har store konsekvenser for miljø og klima. Omvendt fylder fremtidig fødevareremangel relativt lidt på listen over globale udfordringer, som forbrugerne bekymrer sig over.

Forbrugerne bruger egne indkøbsposer og undgår madspild

Én ting er de globale udfordringer, men det er også interessant at stille skarpt på, hvilke livsstilsvalg forbrugerne træffer. Her ser vi, at det især er dét at bruge sine egne indkøbsposer, når man handler ind, som mange forbrugere altid eller ofte gør i dag. Dette er ikke overraskende set i lyset af, at bekymring over ophobning af plastic i naturen fylder meget hos forbrugerne. Næst efter at bruge egne indkøbsposer kommer at undgå madspild og købe danskproduceret mad og drikke. Dette er noget, som otte ud af ti forbrugerne gør enten ofte eller altid i dag.

Figur 3:
Hvilken adfærd har forbrugerne i dag?



Kilde: KANTAR Gallup for Landbrug & Fødevarer 2017. Base 1.018.
Spørgsmål: Hvor ofte gør du følgende? Mulighed for flere svar.

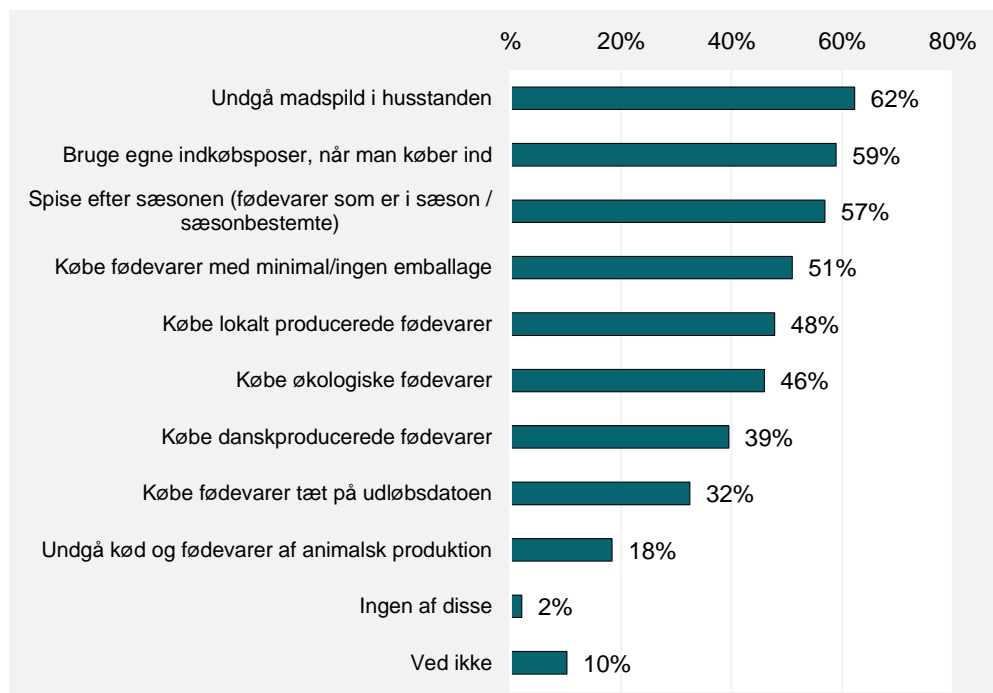
At så mange har fokus på at undgå madspild falder godt i tråd med tidligere analyser, der også har vist en stigende interesse for at undgå madspild blandt danske forbrugere. Madspild er spild af mad, der kunne være spist af mennesker, og det anslås, at en tredjedel af al mad, der bliver produceret på verdensplan, hvert år ender som madspild. Madspild er en stor udfordring globalt og i Danmark. CO₂ aftrykket fra madspild i Danmark udgør årligt 2,2 mio. tons CO₂Eq¹. Det er derfor positivt, at så mange forbrugere udpeger netop dette som noget, de har fokus på i dag.

Madspild er mindre bæredygtigt

Noget tyder på, at forbrugerne også selv har godt fat i betydningen af at undgå madspild. Skal forbrugerne pege på adfærd, der er med til at karakterisere *et mere bæredygtigt fødevarerforbrug*, peger hele 62 pct. nemlig på at undgå madspild i husstanden. Dette aspekt indtager dermed 1. pladsen. Af andre aspekter, som et flertal mener, er med til at kendetegne et mere bæ-

redygtigt forbrug, finder vi at bruge egne indkøbsposer, spise efter sæson og købe fødevarer med minimal emballage.

Figur 4:
Forbrugernes
definition af et mere
bæredygtigt
fødevarerforbrug



Kilde: KANTAR Gallup for Landbrug & Fødevarer 2017. Base 1.018. Spørgsmål: Hvilke af disse typer adfærd mener du er noget, der karakteriserer et mere bæredygtigt fødevarerforbrug? Mulighed for flere svar.

Bemærk her, at blot hver tredje paradoksalt nok mener, at aspektet at købe fødevarer tæt på udløbsdatoen er med til at karakterisere et mere bæredygtigt forbrug. Ser vi isoleret på de, der har svaret, at de i høj grad tænker over bæredygtighed, når de køber mad og drikke, ses der heller ikke her et større fokus på at købe 'datovarer'. Dette afspejler, at forbrugerne har tendens til at foretrække de allermest friske varer på hylderne, på trods af at varer med en lidt ældre dato intet fejler hverken sundheds- eller smagsmæssigt.

Interessant er det samtidig, at 46 pct. blandt danskerne betragter dét at købe økologisk som noget, der definerer et mere bæredygtigt forbrug, selvom økologi-mærket ikke er et direkte bæredygtigheds-mærke. Vi har valgt at have 'købe økologiske fødevarer' med i denne undersøgelse om bæredygtighed pga. de forudgående kvalitative dybdeinterview. Her fortolkes økologi af forbrugerne som noget, der er mere bæredygtigt.

Lokale fødevarer opleves mere bæredygtige

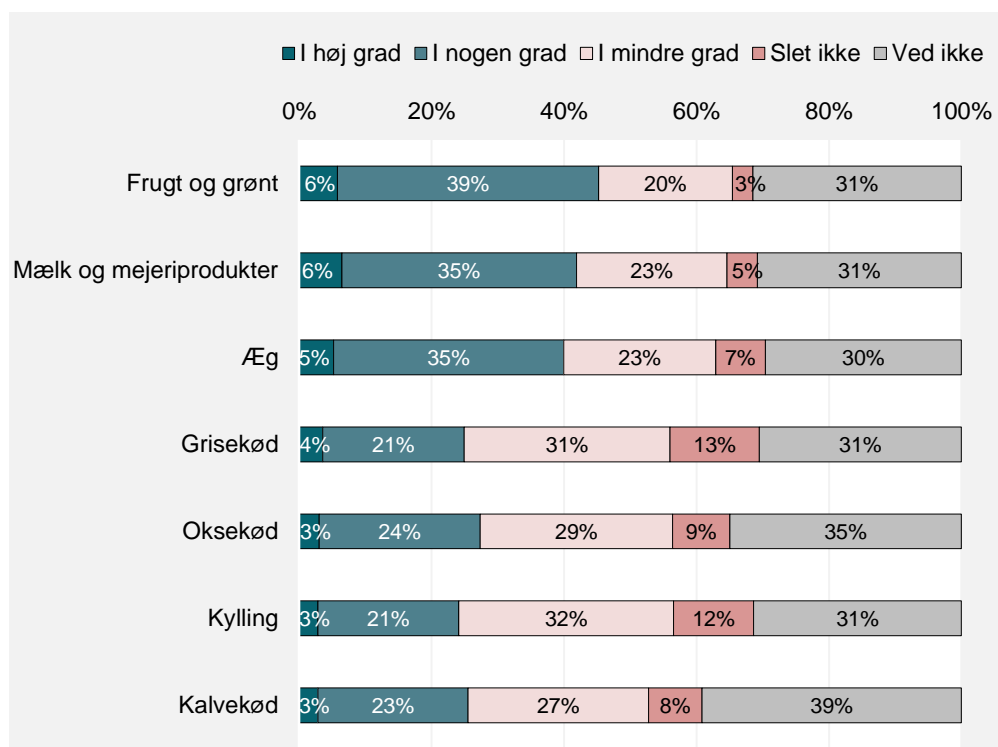
På 5. pladsen med en tilslutning fra lidt under halvdelen finder vi at købe lokalt producerede fødevarer, mens at købe danske fødevarer er noget, som 39 pct. mener, er med til at definere et mere bæredygtigt forbrug. Sættes det imidlertid på spidsen er 53 pct. enige eller helt enige i udsagnet "Det er mere bæredygtigt, jo mere lokalt fødevarer er produceret". Samtidig er hele 74 pct. enige eller helt enige i udsagnet "Transport over store afstande er med til at gøre produkter mindre bæredygtige". Dette peger på, at danskproduce-

rede fødevarer af forbrugerne betragtes som mere bæredygtige bl.a. pga. den kortere transport i forhold til fødevarer, der er importeret fra udlandet.

Der er forskel på, hvor bæredygtigt forskellige kategorier opleves

Skal forbrugerne vurdere bæredygtigheden ved forskellige fødevarer kategorier i den almindelige produktion i Danmark, er det tydeligt, at nogle kategorier opleves som mere bæredygtigt produceret end andre. Således er der flere, der mener, at frugt og grønt, mælk og mejeriprodukter samt æg i høj eller nogen grad er produceret på bæredygtig vis i Danmark sammenlignet med de forskellige kødkategorier. Det er dog samtidig slående, at hver tredje forbruger til dette spørgsmål svarer 'ved ikke'. Det peger på, at der er stor tvivl og usikkerhed om, i hvor høj grad der tages hensyn til bæredygtighed i fødevarereproduktionen i dag. Og dette peger igen på et stort potentiale for at fortælle om de gode historier i fødevarereproduktionen.

Figur 5:
I hvor høj grad synes forbrugerne, at der tages der hensyn til bæredygtighed i konventionel produktion?



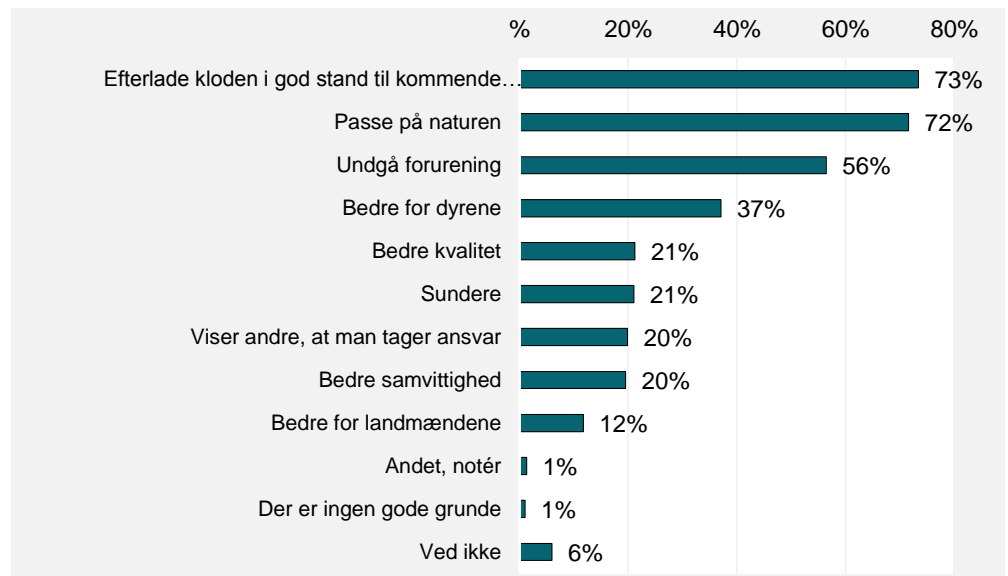
Kilde: KANTAR Gallup for Landbrug & Fødevarer 2017. Base 1.018. Spørgsmål: Hvis du tænker på den konventionelle fødevarereproduktion i Danmark, i hvor høj grad tages der efter din mening hensyn til bæredygtighed i produktionen af >kategori<? Kun ét svar pr. kategori.

Fokus på bæredygtighed sikrer kloden til kommende generationer

Bæredygtighed fylder meget i medierne, specielt med fokus på bekymringer over global opvarmning og overforbrug af jordens ressourcer. Dette afspejles naturligvis også indenfor fødevarerområdet. Resultaterne i undersøgelsen viser da også, at hele 81 pct. er enige eller helt enige i udsagnet "Fokus på bæredygtighed sikrer, at kloden er et godt sted at leve nu og i fremtiden". Og det er da også at 'efterlade kloden i god stand til de kommende generationer', som samtidig er det motiv, som flest nævner som begrundelse for at købe mad og drikke, der er mere bæredygtigt produceret, mens 'passe på naturen' og 'undgå forurening' kommer ind på 2. og 3. pladsen. Bemærk samtidig her, at begrundelsen 'bedre for dyrene' nævnes af 37 pct., hvilket

peger på, at bæredygtighed for nogle forbrugere hænger tæt sammen med god dyrevelfærd.

Figur 6:
Hvad er de vigtigste grunde til at købe bæredygtig mad og drikke?

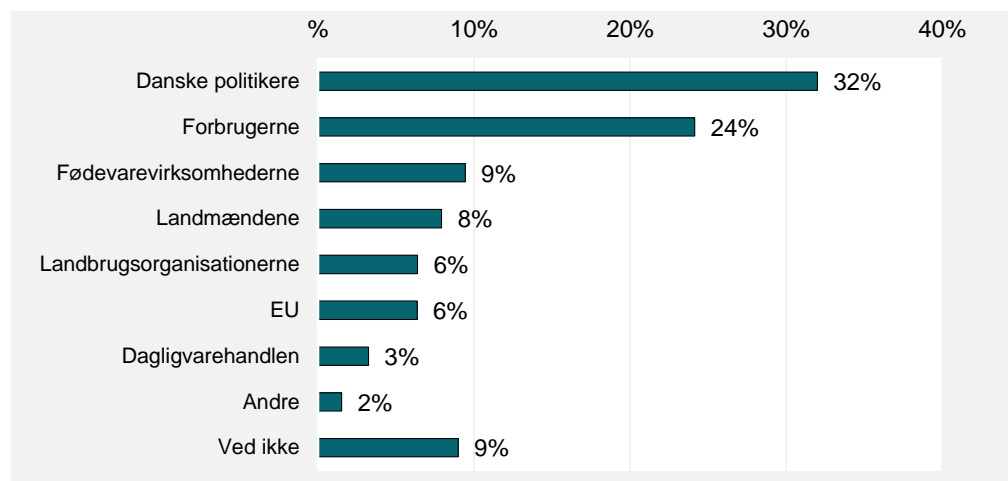


Kilde: KANTAR Gallup for Landbrug & Fødevarer 2017. Base 1.018. Spørgsmål: Hvad er efter din mening de vigtigste grunde til at købe mad og drikke, der er mere bæredygtigt produceret? Mulighed for flere svar.

Forbrugerne vil gerne tage ansvar

Meget tyder på, at forbrugerne gerne vil tage et aktivt ansvar med deres forbrugsvalg, så de gennem deres forbrug er med til at gøre en forskel. Man efterspørger samtidig, at politikere såvel som producenter og detailhandel viser samme stillingtagen og ansvarlighed. Når forbrugerne skal svare på, hvem de mener, der bærer det største ansvar for at sikre en bæredygtig fødevarerproduktion i Danmark, peger hver tredje dansker på politikerne, mens hver fjerde dansker peger på, at det er forbrugerne selv, der bærer det største ansvar. Dermed ses stor tillid til, at man med sine forbrugsvalg selv kan være med til at gøre en indsats for, at fødevarer produceres bæredygtigt.

Figur 7:
Hvem har det største ansvar for at sikre en bæredygtig fødevarerproduktion?

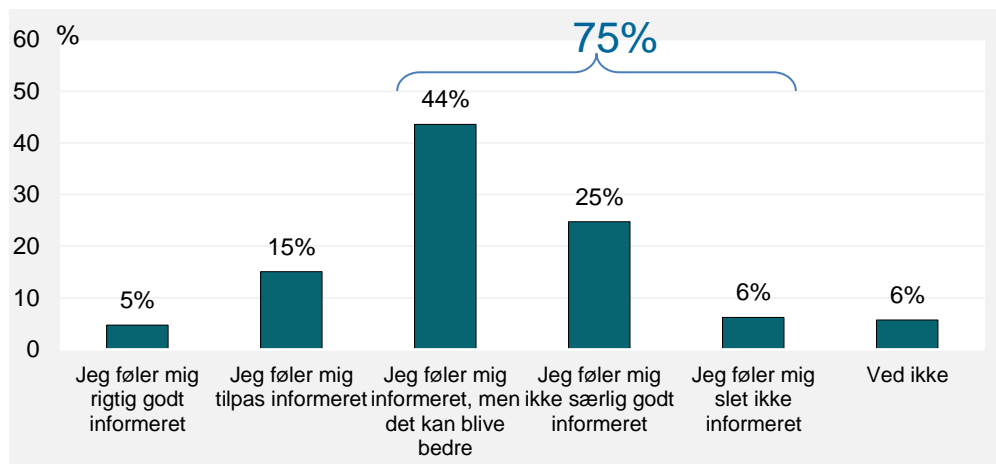


Kilde: KANTAR Gallup for Landbrug & Fødevarer 2017. Base 1.018. Spørgsmål: Hvem mener du har det største ansvar for at sikre en bæredygtig fødevarerproduktion i Danmark? Kun ét svar.

Mangel på viden og tydelighed er væsentlige forhindringer

Men når nu over halvdelen tænker over bæredygtighed ved køb af mad og drikke, og der virker til at være mange gode grunde til at købe mad og drikke, der er mere bæredygtigt produceret, hvorfor handler forbrugerne så ikke bare altid bæredygtigt? Her peger undersøgelsen på, at manglende viden blandt forbrugerne er en væsentlig forhindring. Tre ud af fire forbrugere giver nemlig udtryk for, at de i én eller anden grad mangler information om bæredygtighed i forhold til mad og drikke.

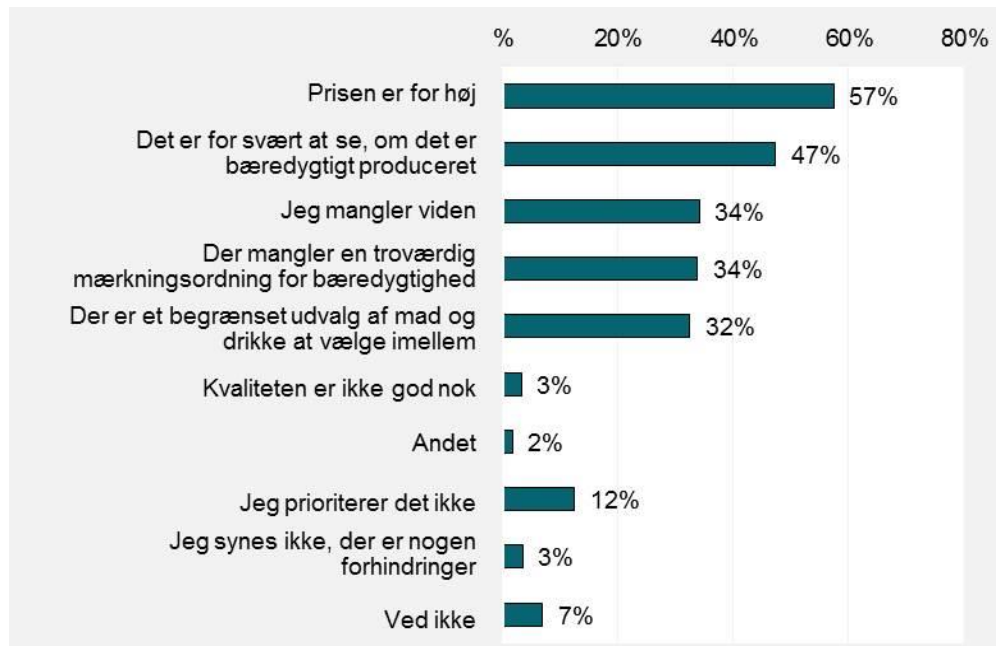
Figur 8:
Hvor godt informeret om bæredygtighed føler forbrugeren sig?



Kilde: KANTAR Gallup for Landbrug & Fødevarer 2017. Base 1.018. Spørgsmål: Hvor godt informeret føler du dig om bæredygtighed i forhold til mad og drikke? Kun ét svar.

Samtidig er det knap halvdelen, der giver udtryk for, at en forhindring for at købe bæredygtig mad og drikke er, at det kan være svært at se på en fødevarer, om den er bæredygtigt produceret. Og i tråd med dette peger hver tredje på, at de mangler viden, og at der mangler en troværdig mærkningsordning for bæredygtighed.

Figur 9:
Hvad forhindrer forbrugerne i at handle bæredygtigt?



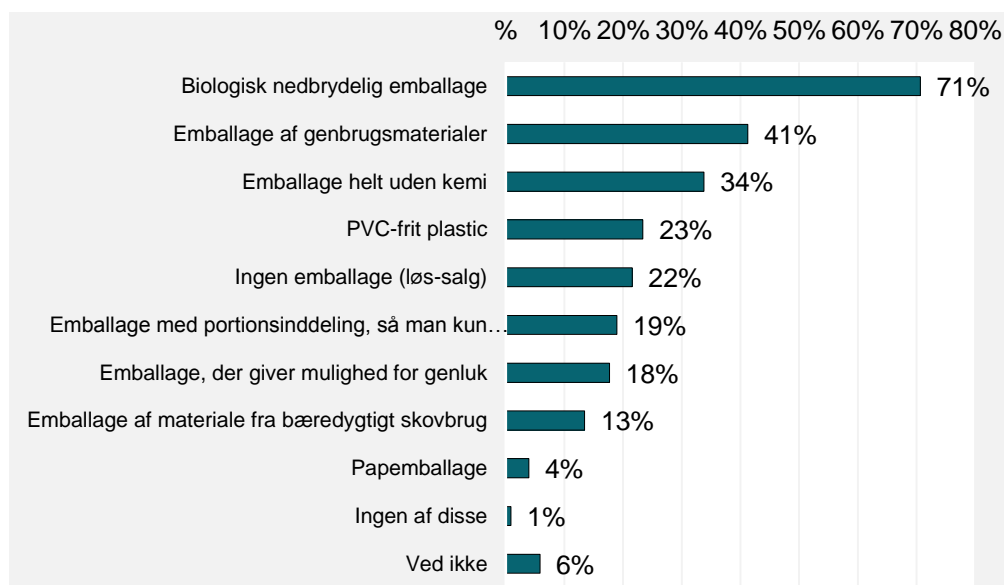
Kilde: KANTAR Gallup for Landbrug & Fødevarer 2017. Base 1.018. Spørgsmål: Hvad er efter din mening de vigtigste forhindringer for at købe mad og drikke, der er mere bæredygtigt produceret? Mulighed for flere svar.

Dette peger på et stort behov for at tydeliggøre bæredygtigheden ved fødevarer gennem information og åbenhed om produktionsmetoder. Det er også vigtigt at fortælle om, hvordan der kontinuerligt arbejdes på at forbedre bæredygtighed. En tydelig fortælling vil være med til at mindske bekymringen hos forbrugerne og gøre dem bedre i stand til at træffe bæredygtige valg.

Mere fokus på biologisk nedbrydelig emballage, tak!

Emballageforbruget er til diskussion, og der er flere steder – bl.a. i Danmark – skudt emballagefrie madmarkeder frem. Ophobning af plastic i naturen er nr. 1 bekymring hos forbrugerne, og derfor er det heller ikke overraskende, at der er markant stor tilslutning til, at fødevarerivirksomheder og detailhandel fremadrettet bør fokusere mere på biologisk nedbrydelig emballage. Med en andel på 71 pct. indtager dette en klar 1. plads. Emballage lavet af genbrugsmaterialer ligger på 2. pladsen, hvilket ligeledes afspejler bekymringer om ophobning af affald og plastic i naturen.

Figur 10:
Hvilke typer emballage skal der mere fokus på?



Kilde: KANTAR Gallup for Landbrug & Fødevarer 2017. Base 1.018. Spørgsmål: Hvilke af nedenstående emballager bør fødevarerivirksomheder og butikker efter din mening fokusere mere på? Mulighed for flere svar.

Læg dog samtidig her mærke til, at et større fokus på emballage med portionsinddeling og emballage med mulighed for genluk blot får tilslutning af under hver femte dansker. Dette på trods af, at netop disse to emballageformer kan bidrage til et mere bæredygtigt forbrug ved at være med til at undgå madspild. Ligeledes får et fokus på emballage fra bæredygtigt skovbrug den laveste tilslutning med kun 4 pct.

Bæredygtighed vil få større betydning for forbrugerne

Undersøgelsen om danskernes holdninger til bæredygtighed har også inddraget en gruppe af trendsættere, som er de forbrugere, der sætter scenen for fremtidens fødevarer efterspørgsel. Gruppen af trendsættere er kendetegnet ved bl.a. at holde meget af at udforske nye tendenser for mad- og drikkevarer på markedet og aktivt at fortælle andre om nye og spændende pro-

dukter på markedet, som de selv er blevet glade for. Dermed er de med til at forme fremtidens efterspørgsel blandt danskere.

Et kig på trendsætternes adfærd og holdninger og værdier giver et fingerpeg om, at bæredygtighed fremadrettet vil få større betydning for forbrugerne, end det har i dag. I undersøgelsen svarer 29 pct. blandt trendsætterne, at de *i høj grad* tænker over bæredygtighed, når de køber mad og drikke, mens 50 pct. *i nogen grad* tænker over det. Samlet set er andelen af trendsættere, der i høj eller nogen grad tænker over bæredygtighed dermed væsentligt højere end blandt hele befolkningen som helhed. Som motiv for at have et bæredygtigt forbrug nævner trendsætterne oftere 'passe på naturen' og 'bedre for dyrene'. Dette peger på, at god dyrevelfærd også fremadrettet vil blive forbundet med bæredygtighed. Som vigtigste forhindring for at købe bæredygtig mad og drikke nævner trendsætterne oftere, at det er et begrænset udvalg, der er den største stopklods. Alt i alt indikerer dette, at vigtigheden af bæredygtige fødevarer og forbrugsvaner kun vil stige fremadrettet.

Brug for åbenhed, dialog og afklaring om bæredygtighed

Bæredygtighed optager forbrugerne og dette påvirker naturligt nok også deres holdninger til og forbrug af fødevarer. En del forbrugere betragter ydermere sig selv som hovedansvarlige for at sikre en bæredygtig fødevarereproduktion i Danmark. Dette peger sammenlagt på, at der er et godt udgangspunkt for at sikre endnu større bæredygtighed i fødevarerforbruget. Et af de vigtigste steder at sætte ind for et mere bæredygtigt fødevarerforbrug er at undgå madspild, der er en stor klima-synder. Derfor er det også glædeligt, at dette netop karakteriseres af flest forbrugere som værende led i et bæredygtigt fødevarerforbrug.

Hos forbrugerne er bæredygtighed et bredt begreb, der rummer mange aspekter. Fødevareerhvervet kan hjælpe forbrugerne ved i endnu højere grad at give dem indsigt i hvordan fødevarerne kan indgå i et bæredygtigt forbrug. Fødevareerhvervet har f.eks. påtaget et ansvar for at arbejde med at mindske madspildet i Danmark. Dette gøres på mange måder, f.eks. via donation til fødevarerbanker, forbrugervenlige app's, elektroniske madplaner og salg af datovarer. Forbrugerne kan også hjælpes ved i højere grad at blive givet et indblik i, hvordan fødevarersektoren bliver ved med at udforske nye løsninger, der gør den mere effektiv og bæredygtig. Men fordi begrebet bæredygtighed er så bredt, er der behov for mere dialog og afklaring omkring fødevarerforbrug og bæredygtighed.

Om analysen:

- Analysen er baseret på en undersøgelse om danskernes holdninger til bæredygtighed, der består af to dele:
 1. 36 forbrugere udvalgt til et personligt dybdeinterview, hvor deres opfattelse af bæredygtighed blev afdækket.
 2. Kvantitativ undersøgelse blandt 1.018 danskere. Indsigter fra dybdeinterviewene blev brugt til at udforme spørgeskemaet.
- Hvor formålet med den indledende kvalitative fase var at udforske og forstå forbrugernes begrebsverden mht. bæredygtighed, havde den kvantitative undersøgelse til formål at kortlægge udbredelsen af de holdninger, som fremkom under dybdeinterviewene.
- De 36 dybdeinterview og efterfølgende repræsentative undersøgelse blandt 1.018 danskere blev gennemført KANTAR Gallup på vegne af Landbrug & Fødevarer. Undersøgelsen blev gennemført i perioden februar-april 2017. For at deltage i undersøgelsen skulle man være mellem 18-70 år og ansvarlig eller medansvarlig for husstandens indkøb.
- I den kvantitative undersøgelse blev der først blevet spurgt ind til forbrugernes adfærd i dag, og hvilken type adfærd, de ønskede at gøre mere af. Dernæst blev der fokuseret på bæredygtighed, hvor forbrugerne først blev bedt om at give deres egen tolkning af 'bæredygtighed' i et åbent svar, og dernæst tage stilling til, om en række aspekter efter deres mening er med til at definere noget som mere bæredygtigt end noget andet. Sidst i undersøgelsen er forbrugerne blevet spurgt om, hvem der i deres optik bærer ansvaret for en mere bæredygtig fødevarerproduktion.

ⁱ <http://mst.dk/media/91625/davide-tonini-dtu.pdf>



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
Marianne Gregersen

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