

A photograph of various fresh vegetables and jars of preserved food arranged on a concrete surface. On the left, there is a white mesh basket filled with red cherry tomatoes and a single green zucchini. In the center and right, there are several glass jars containing different types of preserved food, including yellow cornflakes, sliced carrots, and other vegetables. To the right, there is a bunch of fresh orange carrots with green tops. The background is a light-colored, textured concrete surface.

Forbrugerbarometret om mad og bæredygtighed

Forbrugerrådet Tænk

Wilke, Oktober 2021





Indledning

Fokus i denne undersøgelse er at tegne et billede af de danske forbrugere i supermarkedet – herunder, hvad der påvirker deres valg, og hvad der er vigtigt for dem i indkøbssituationen.

Undersøgelsen er opdelt i 2 dele, der har hvert deres fokus og deltagerpanel, der dog begge er repræsentative på alder, køn og region.

1: Generel indkøbsadfærd, økologi, klima, madspild og holdbarhedsmærkning.

2: Økologi, klima og plantebaserede kødalternativer.

Tanken med undersøgelsen er, at en udvalgt kerne af spørgsmålene, som stilles i denne undersøgelse, skal gentages med passende intervaller for at følge en udvikling over tid. År 2021 er første år for Forbrugerbarometret for mad og bæredygtighed.



Konklusioner – Forbrugerbarometret om mad og bæredygtighed del 1

1

Smag og friskhed har størst betydning for indkøb af fødevarer

Flertallet af forbrugerne handler ind i et fysisk supermarked minimum ugentligt. Når der købes ind, har smag og kvalitet samt friskhed størst betydning for valget af fødevarer. I den anden ende er økologi, klima og arbejdsvilkår, for dem der har produceret maden, som har mindst betydning.

2

Dansk produceret har større betydning end økologisk

49% af forbrugerne synes, at dansk produceret er vigtigere end økologisk produceret, mens kun 14% mener det omvendte. Grøntsager og dernæst mejeriprodukter er de fødevarer, som flest forbrugere køber økologisk. Men det er ikke vigtigere, end at de køber den konventionelle version, hvis ikke de kan få den økologisk. Det danske Ø-mærke er det mærke, flest forbrugere bruger til at orientere sig efter.

3

Forbrugerne tænker over deres klimapåvirkning, men mangler information

62% af forbrugerne tænker i nogen eller høj grad over, hvordan deres indkøbs- og madvaner påvirker klimaet. De væsentligste barrierer for at handle klimavenligt er, at det er svært at gennemskue (36%) og manglende information og vejledning (24%). Kun 12% synes, at information og mærkning på fødevarernes emballage hjælper dem til at handle klimavenligt.

4

Forbrugerne tænker meget over madspild, men hver fjerde smider ugentlig aftensmadsrester ud

Omkring hver fjerde forbruger smider ugentlig rester fra aftensmaden (27%) eller brød (25%) ud. Samtidigt tænker hver anden dansker meget over madspild i forbindelse med madindkøb og madlavning, og det er den vane, som flest (52%) er villig til at ændre for at tage hensyn til klimaet. Den største barriere for at undgå madspild er, at man glemmer, at man har det i køleskabet.

5

Forbrugerne har godt styr på "Bedst før", men ikke så godt styr på "Sidste anvendelsesdato"

95% af forbrugerne ved, hvad "Bedst før" betyder, mens det kun er 39%, der ved, hvad "Sidste anvendelsesdato" betyder.

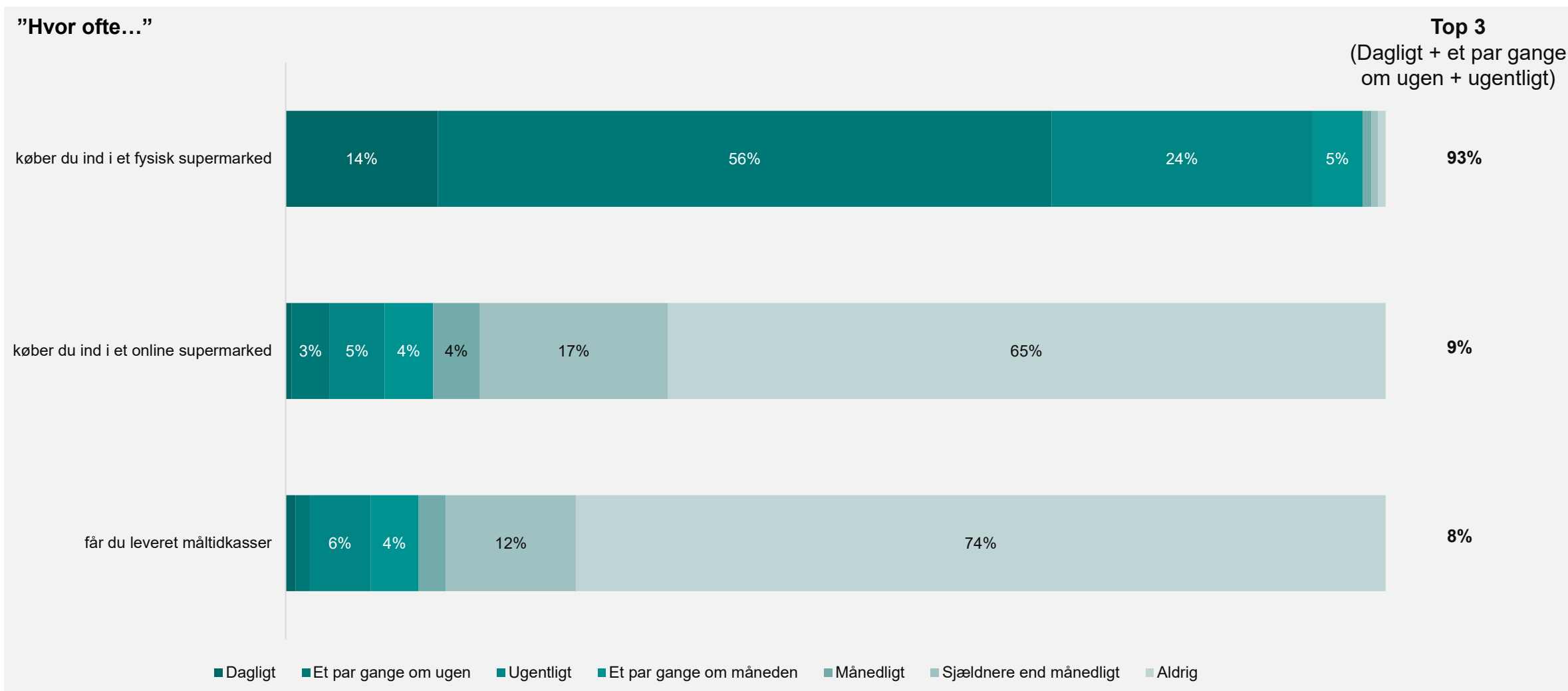




Resultater del 1

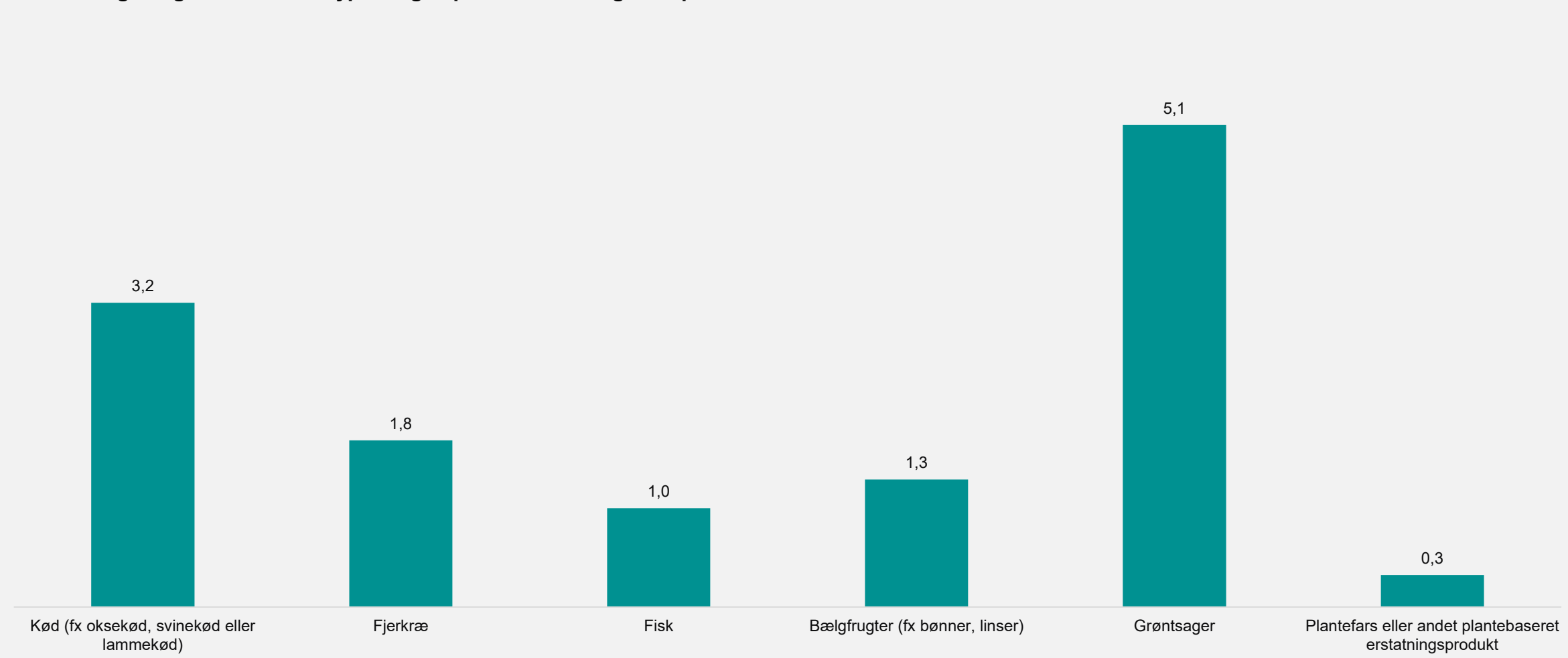
Generel indkøbsadfærd

Måltidskasser er næsten ligeså brugt som onlineindkøb, men indkøb i supermarkedet er det langt mest almindelige.



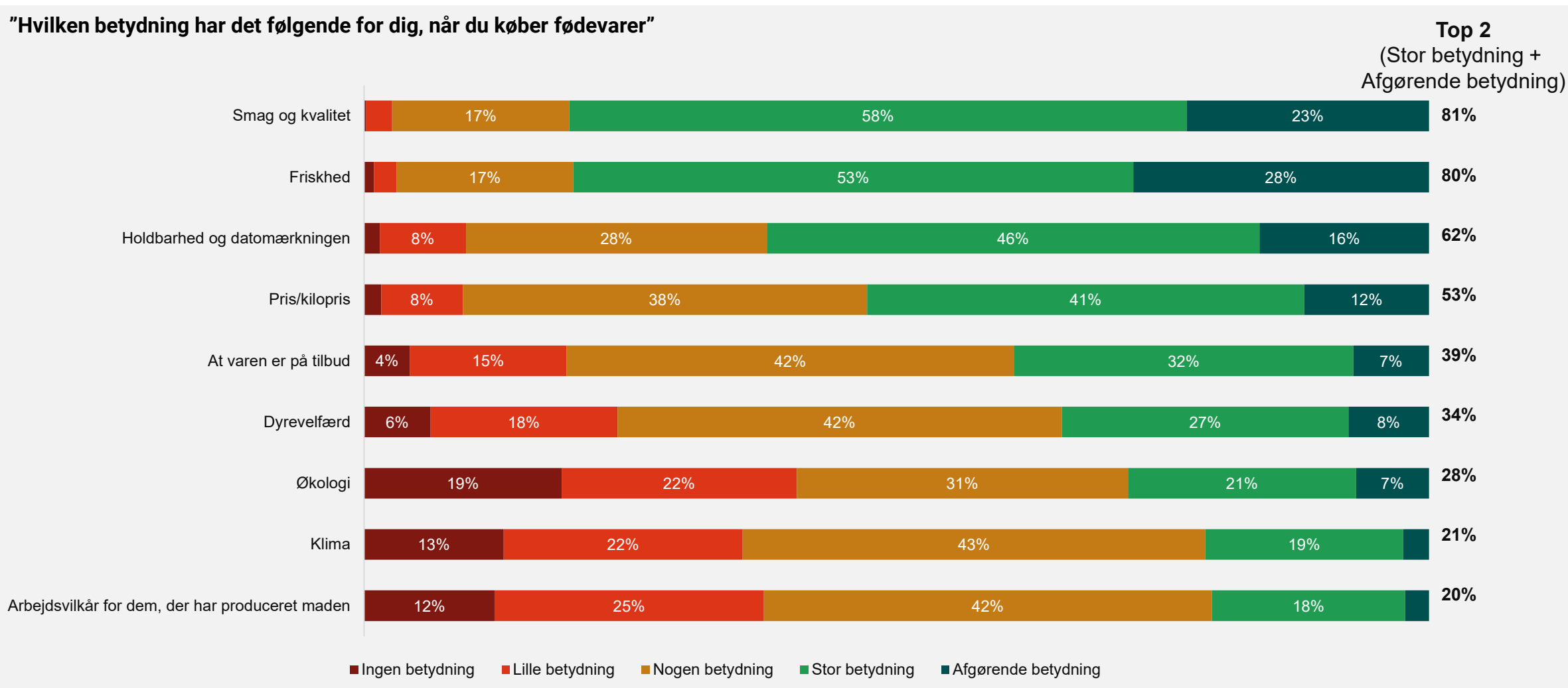
Grøntsager er typisk en del af aftensmåltidet og spises ca. fem dage i løbet af en typisk uge

”Hvor mange dage i løbet af en typisk uge spiser du/l de følgende produkter til aftensmåltidet” Gennemsnit



Smag og kvalitet samt friskhed har størst betydning for køb af fødevarer

Økologi, klima og arbejdsforhold har mindst betydning

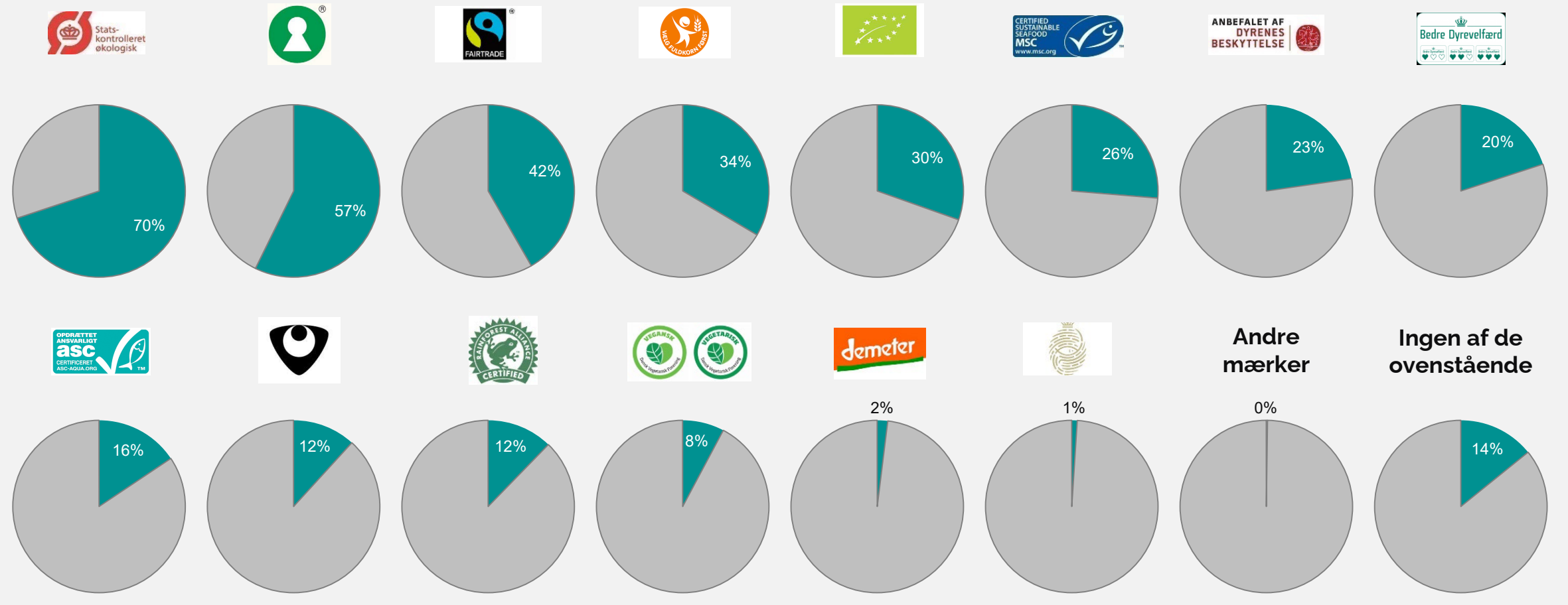


Note: procentsatser under 3% er fjernet fra grafen for at lette læsningen



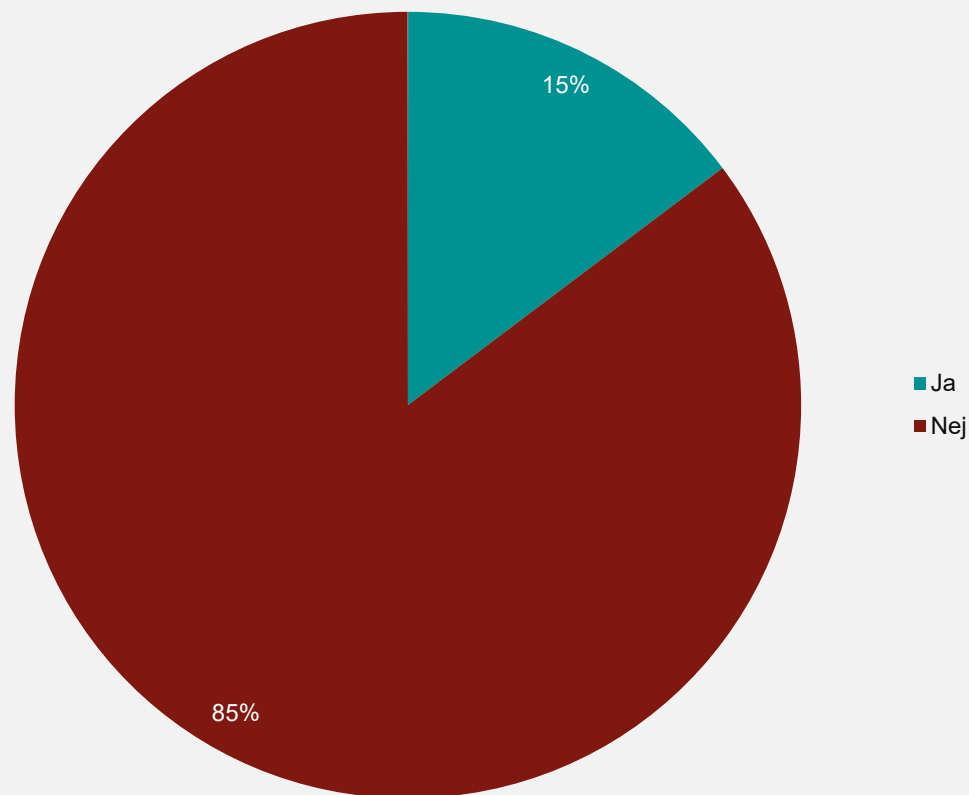
Ø-mærket er det mærke, flest forbrugere orienterer sig efter, når de køber fødevarer – Men 14% bruger ikke mærker

”Hvilke mærker bruger du til at orientere dig efter, når du køber fødevarer?”



15% af forbrugerne har oplevet at blive vildledt af en fødevarers indpakning

”Har du inden for de seneste 6 måneder oplevet, at du er blevet vildledt af en fødevarers indpakning/emballage ved, at der stod noget på indpakningen/emballagen, som du efterfølgende oplevede, ikke var sandt?”



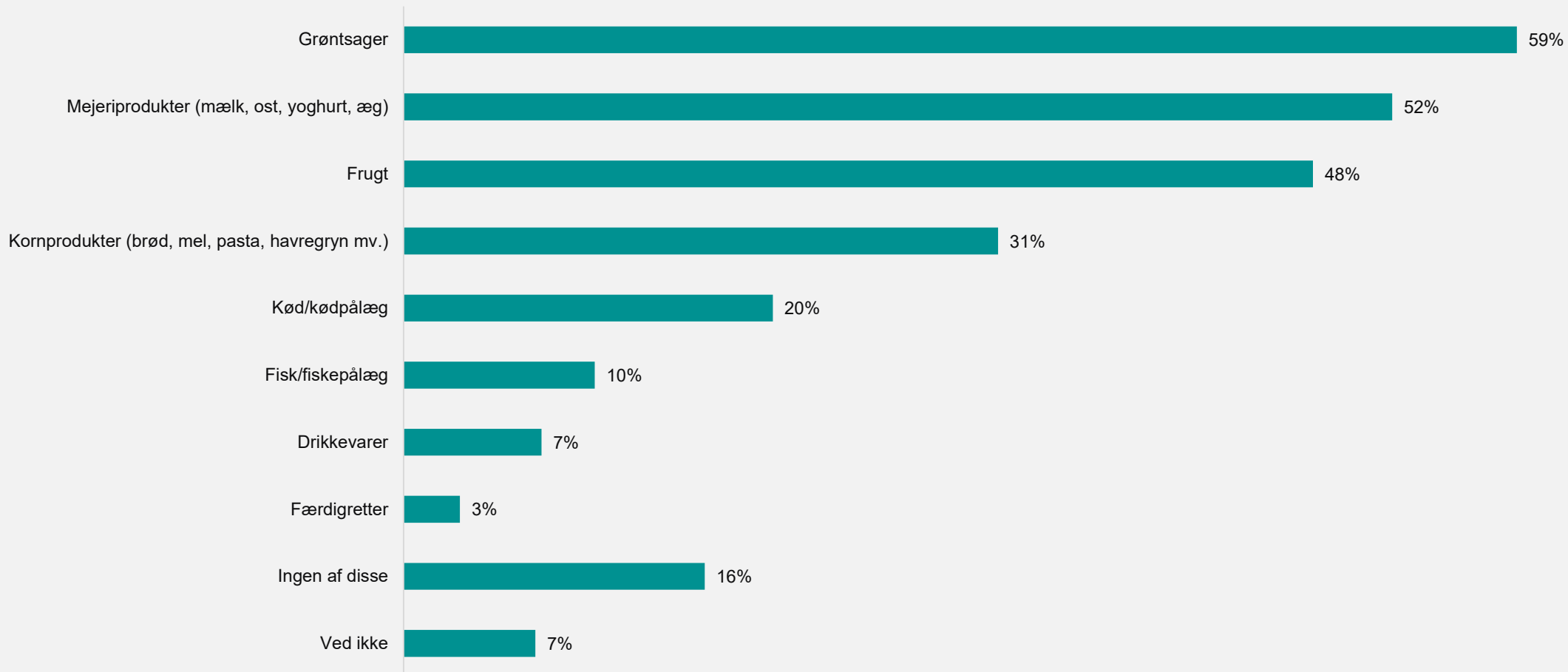
Resultater del 1

Økologi



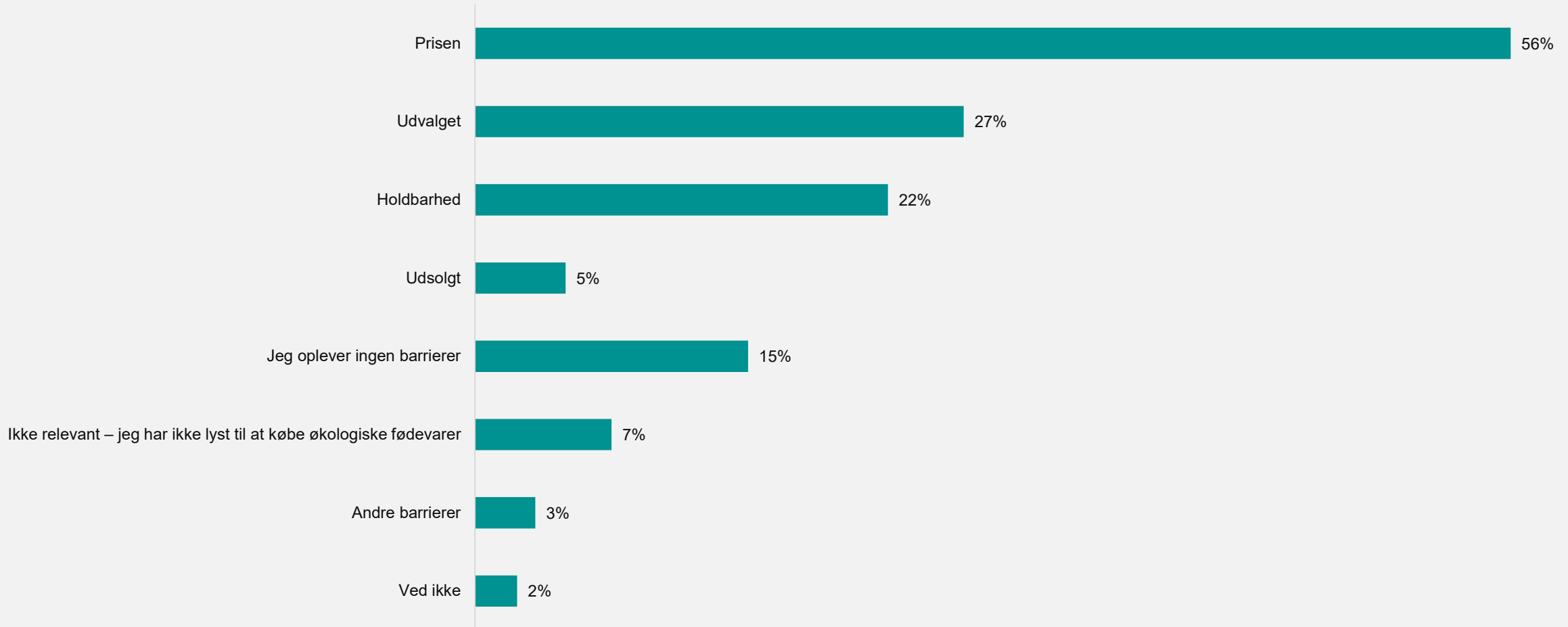
Især grøntsager købes for det meste økologisk, mens det i mindre grad gælder for drikkevarer og færdigretter

"Hvilke varer køber du for det meste økologisk?"



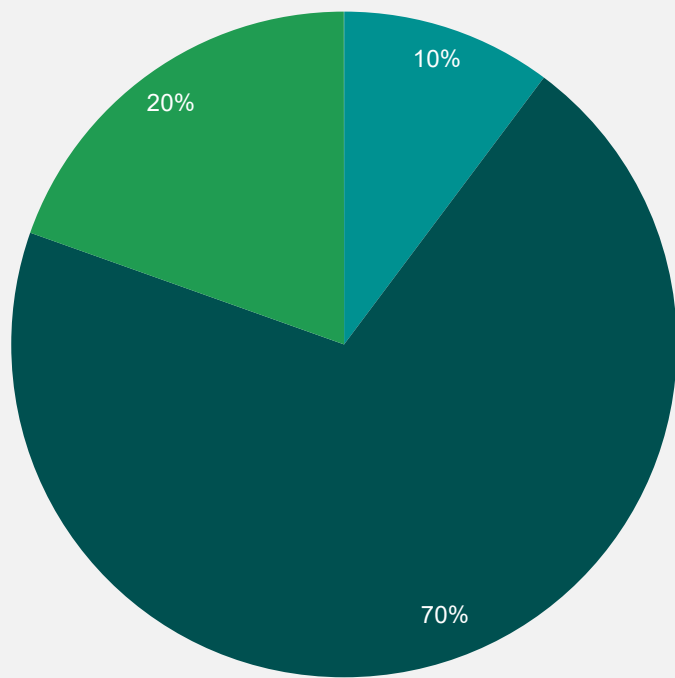
Pris, efterfulgt af udvalget, er de største barrierer for at købe økologiske fødevarer.

"Hvad oplever du som de væsentligste barrierer for at købe økologiske fødevarer?"



Hvis ikke varen kan købes økologisk, så vælges den ikke-økologiske variant

"Hvis du ønskede at købe en vare økologisk, men den ikke var i det supermarked, hvor du købte ind, hvad ville du så gøre?"



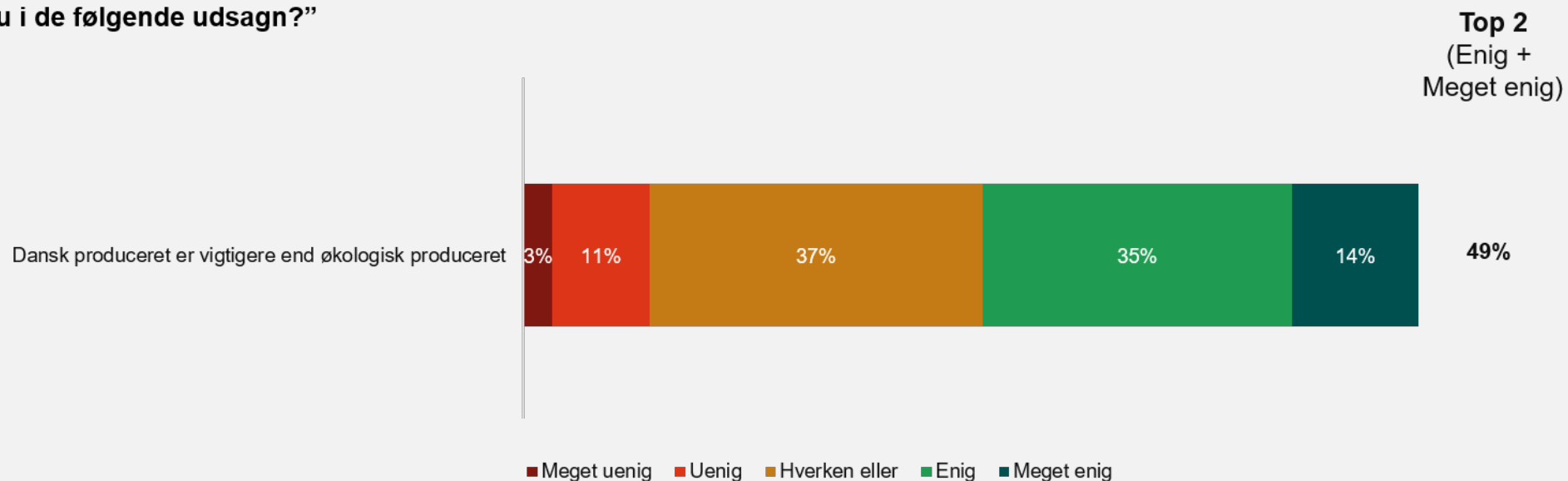
- Jeg ville ikke købe den vare, hvis ikke jeg kunne få den økologisk
- Jeg ville købe den ikke-økologiske variant af varen.
- Det kommer an på, hvilken varegruppe der er tale om.

Varer, man ikke ville købe, hvis ikke man kan få dem økologisk



Flest mener, at dansk produceret er vigtigere end økologisk produceret

”Hvor enig eller uenig er du i de følgende udsagn?”



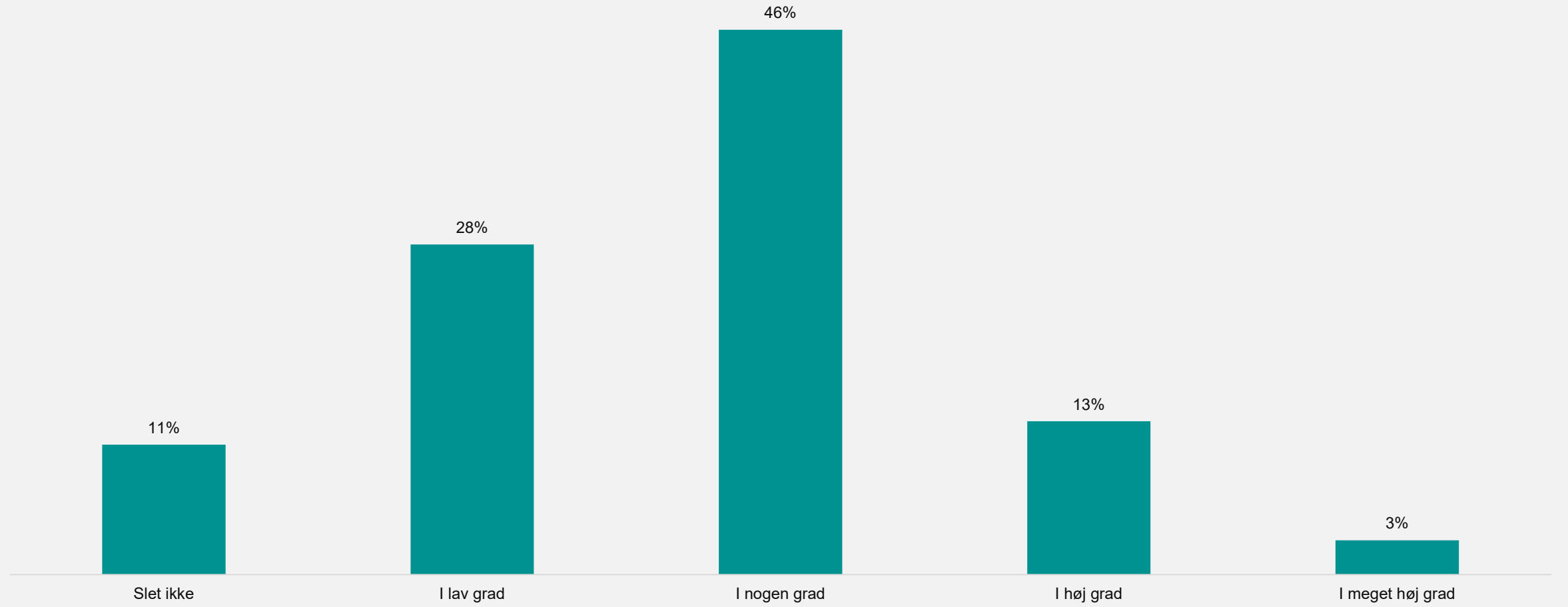


Resultater del 1

Klima og madspild

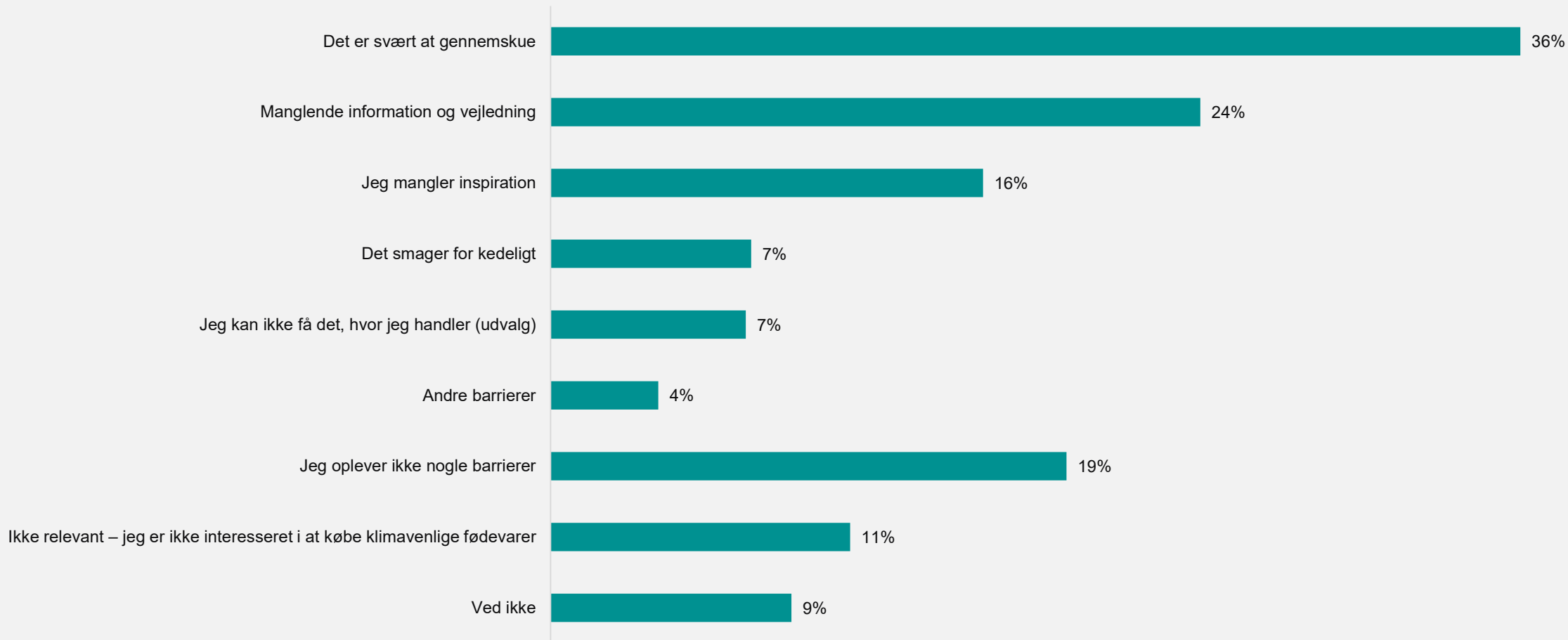
Hver sjette tænker i høj eller i meget høj grad over, hvordan deres indkøbs- og madvaner påvirker klimaet

"I hvilken grad tænker du over, at dine indkøbs- og madvaner påvirker klimaet?"



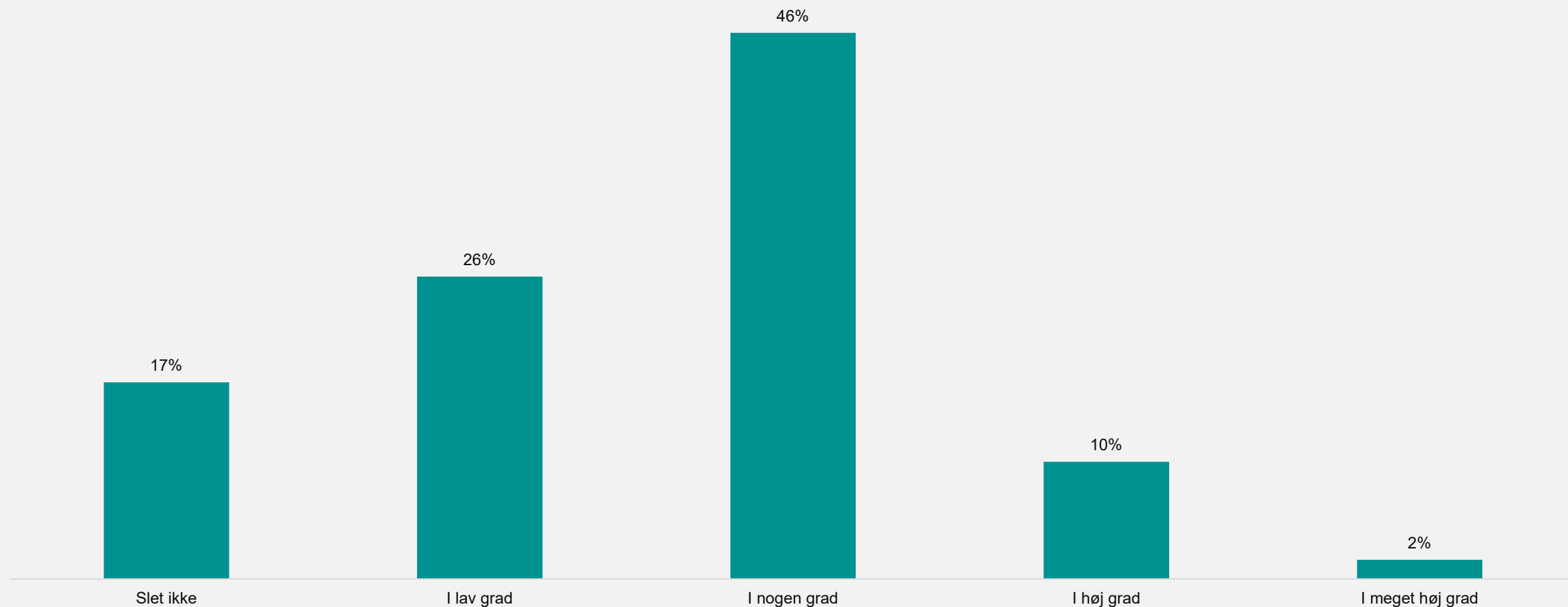
Den største barriere for at købe klimavenlige fødevarer er, at det er svært at gennemskue

”Hvad oplever du som de væsentligste barrierer for at købe klimavenlige fødevarer?”



Kun 12% af forbrugerne oplever, at information og mærkning på fødevarernes indpakning hjælper dem til at vælge klimavenlige fødevarer

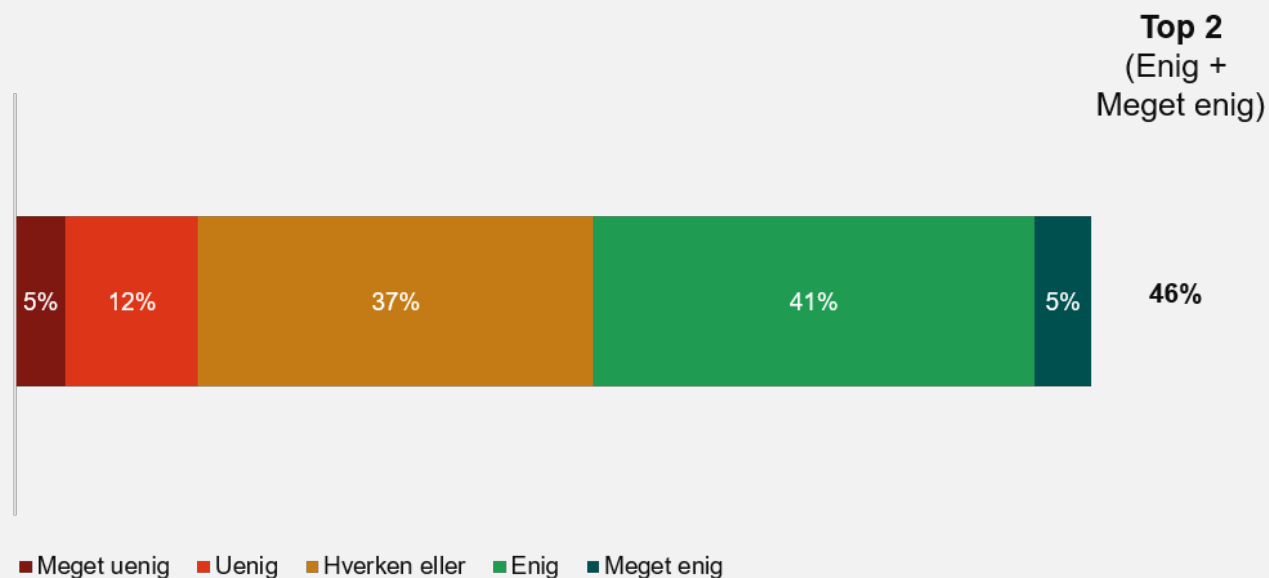
"I hvilken grad oplever du, at information og mærkning på fødevarernes indpakning hjælper dig til at vælge klimavenlige fødevarer?"



Forbrugerne har generelt tillid til, at fødevarevirksomhedernes bæredygtige budskaber er sande – hver sjette er skeptisk.

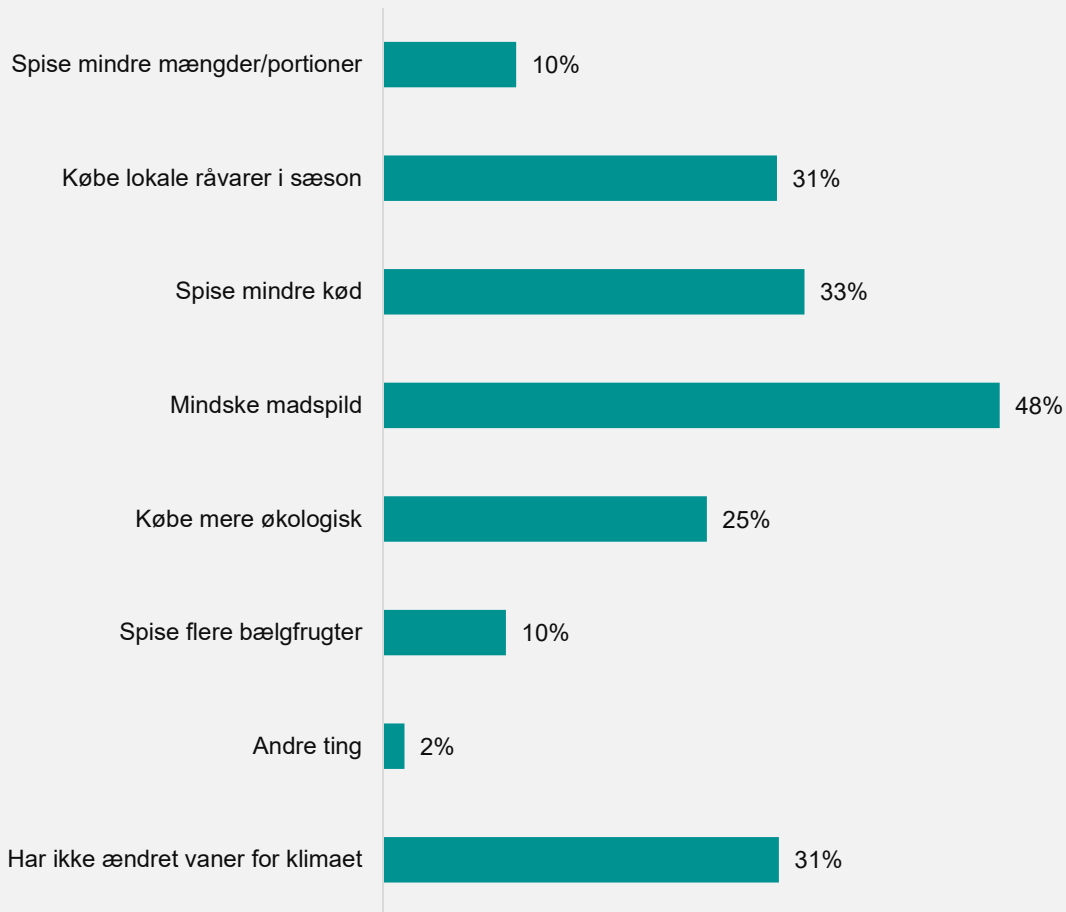
”Hvor enig eller uenig er du i de følgende udsagn?”

Jeg har tillid til, at fødevarevirksomhedernes bæredygtige budskaber er sande (fx budskaber på fødevareemballagen og markedsføring af klimavenlige tiltag)

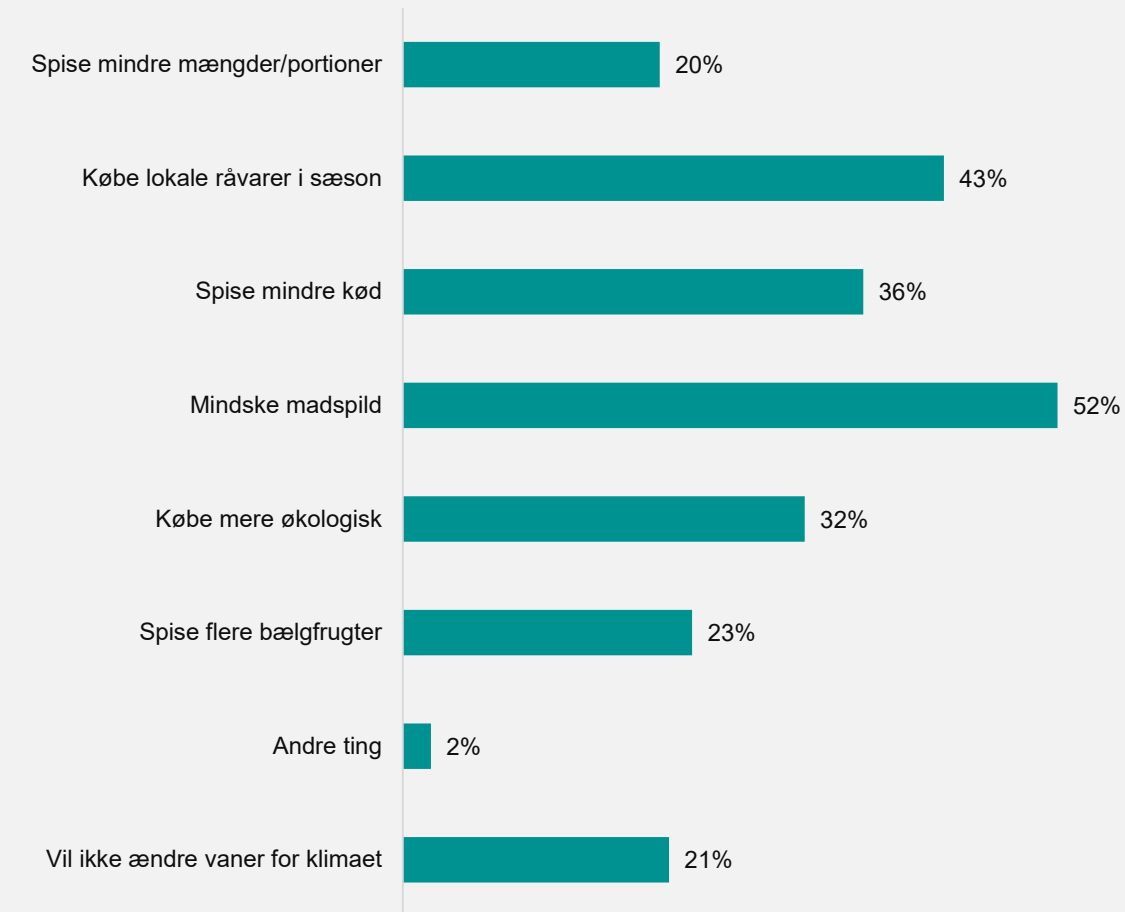


At mindske madspild er den vane, som flest har ændret og vil ændre fremadrettet – hver femte ønsker ikke at ændre vaner.

"Har du ændret for at tage hensyn til klimaet?"

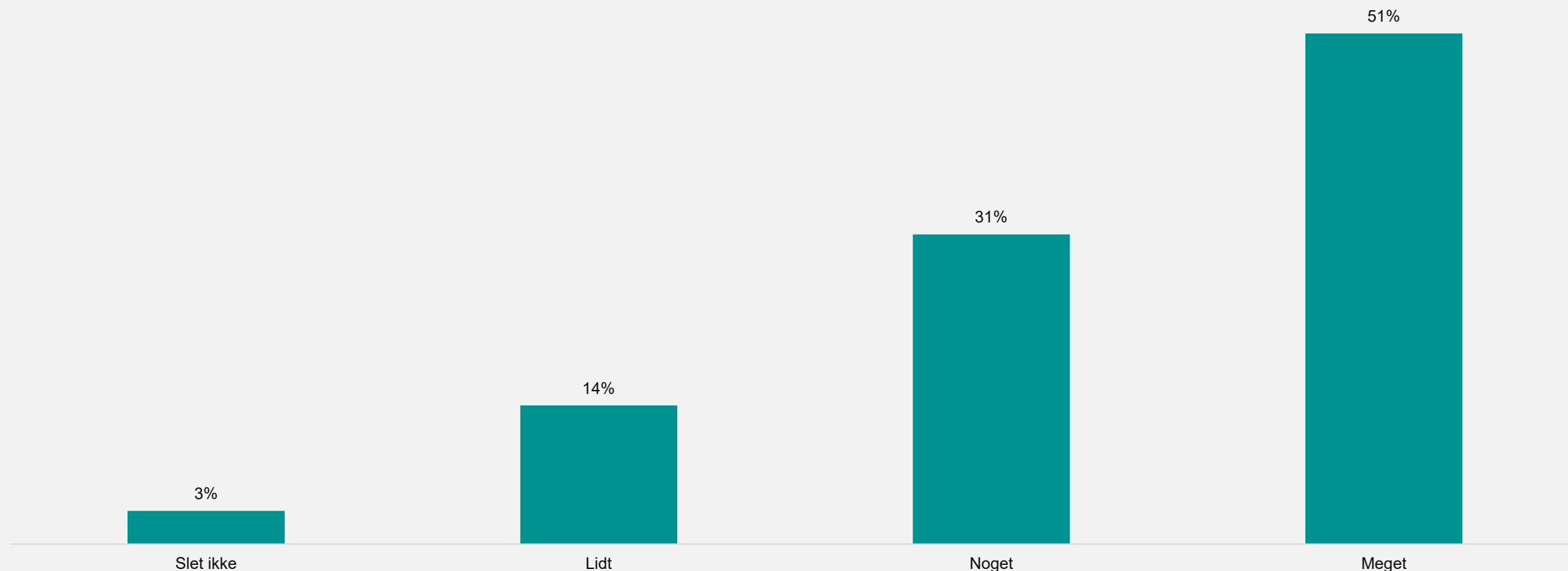


"Vil du være villig til at ændre for at tage hensyn til klimaet?"

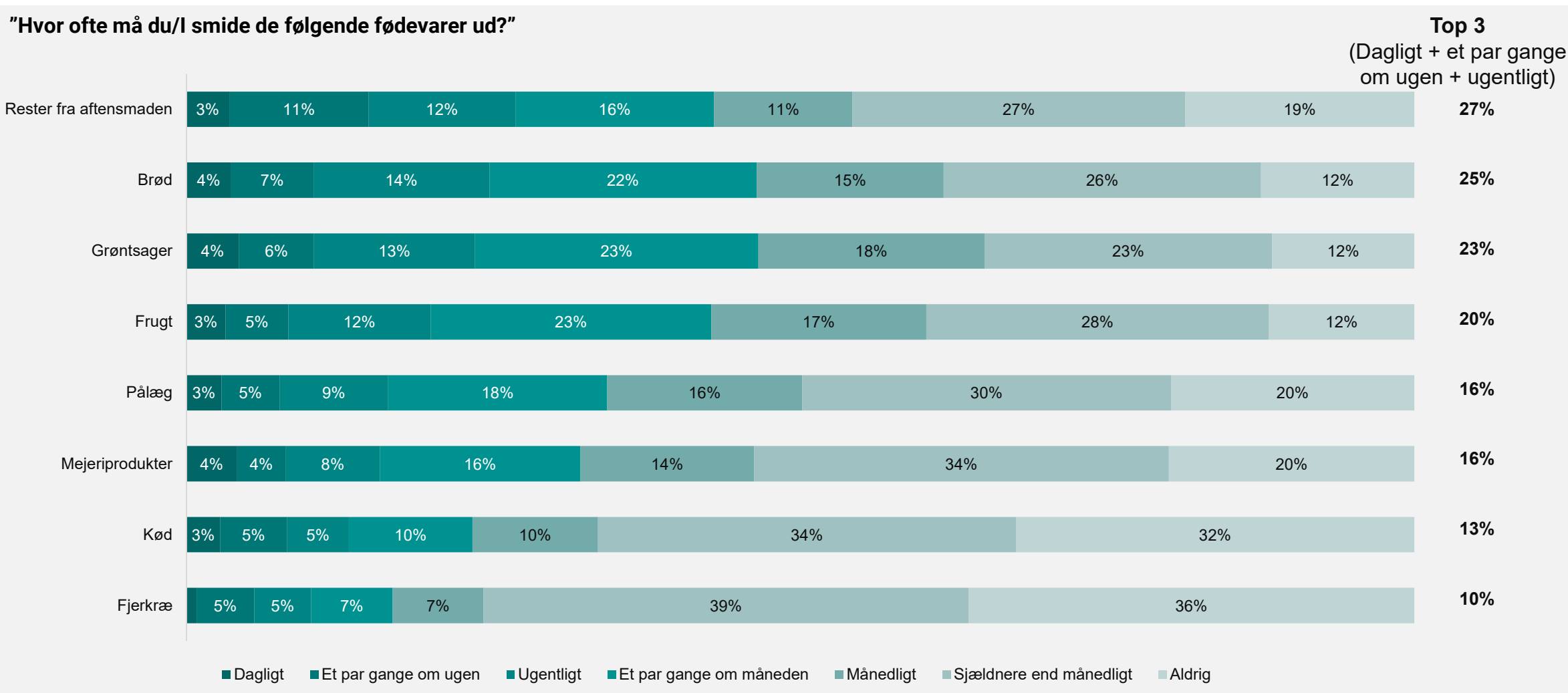


Hver anden tænker meget over madspild derhjemme i forbindelse med madindkøb og madlavning

”Hvor lidt eller meget tænker du/I over madspild hjemme hos dig/jer i forbindelse med madindkøb og madlavningen?”



Rester fra aftensmaden smides ofte ud minimum ugentligt, mens fjerkræ er det, der sjældent eller aldrig bliver smidt ud

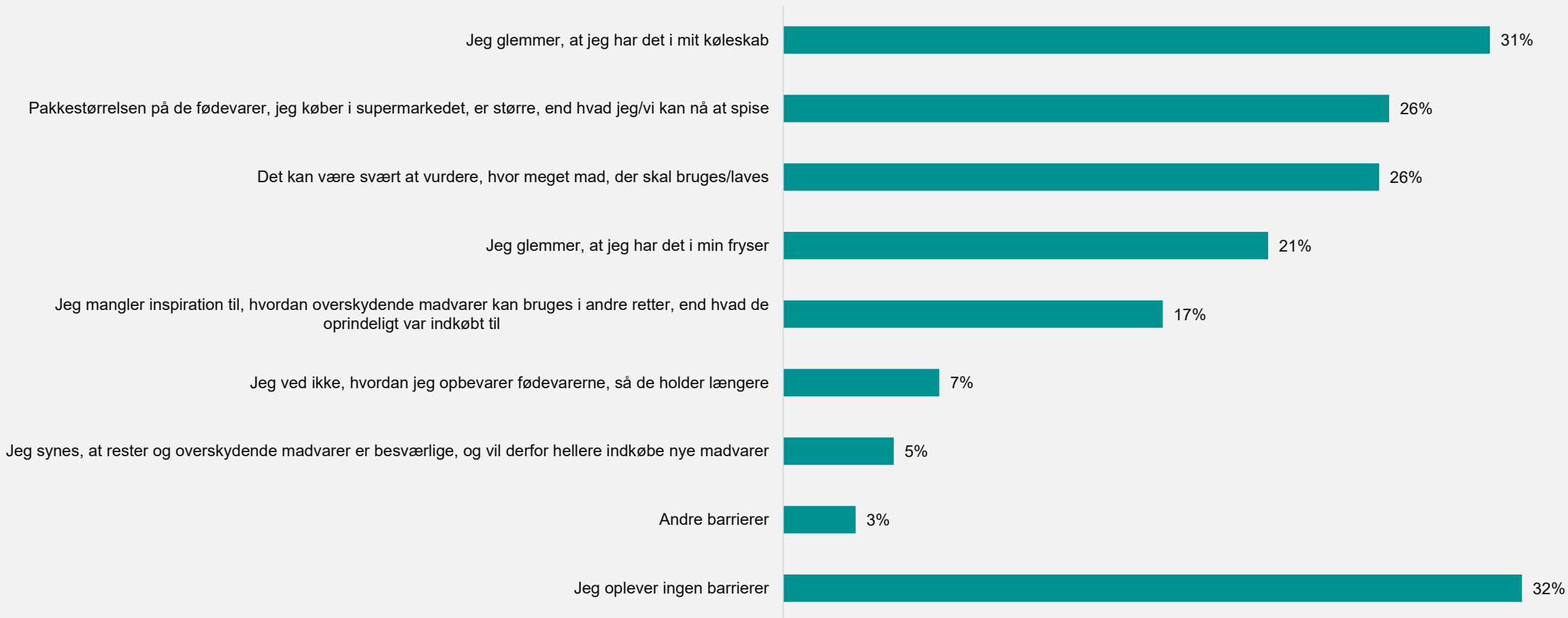


Note: procentsatser under 3% er fjernet fra grafen for at lette læsningen



Den største opfattede barriere for at undgå madspild er, at man glemmer, at man har maden i køleskabet

"Hvilke barrierer oplever du i forhold til at undgå madspild?"





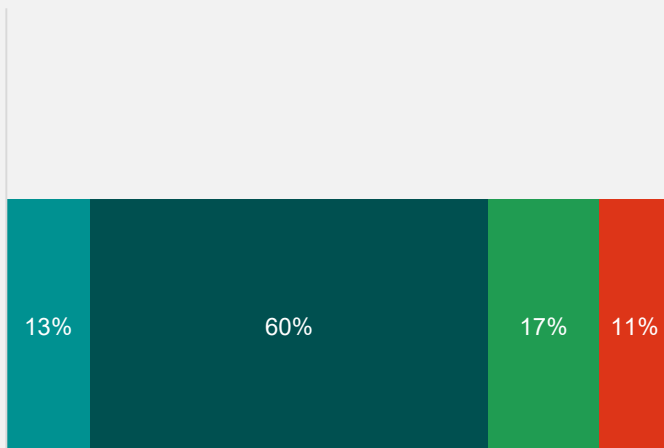
Resultater del 1

Holdbarhedsmærkning

Kun 17% smider madvaren ud, hvis "Sidste anvendelsesdato" er overskredet.

"Hvad gør du, hvis 'Sidste anvendelsesdato' datomærkningen er overskredet på en madvare?"

Hvad gør du, hvis 'Sidste anvendelsesdato' datomærkningen er overskredet på en madvare?"



- Hvis datoen kun er lidt overskredet, så spiser jeg madvaren.
- Jeg undersøger madvaren med mine sanser, og hvis den er i orden, spiser jeg den alligevel.
- Jeg smider madvaren ud.
- Det afhænger af hvilken madvare, det drejer sig om.

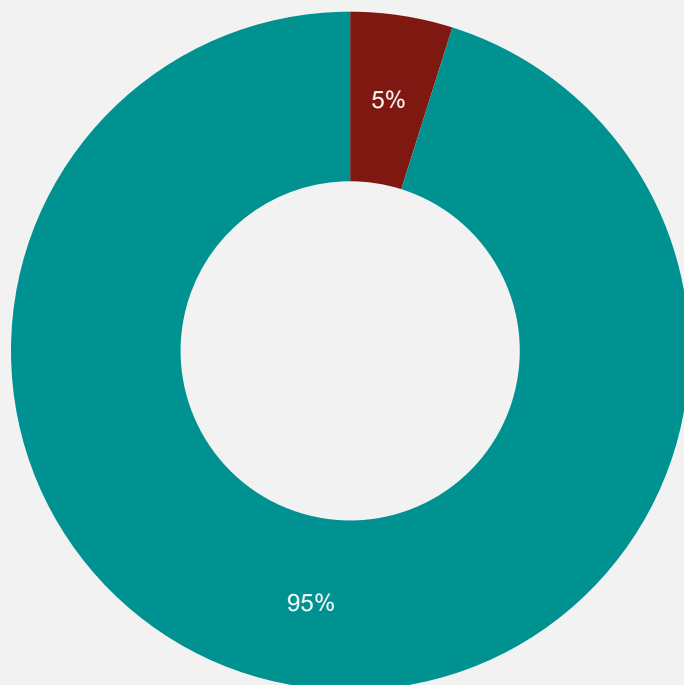
Disse varer vil forbrugerne spise alligevel, selvom "Sidste anvendelsesdato" er overskredet



De fleste ved, hvad "Bedst før" betyder, men færre ved, hvad "Sidste anvendelsesdato" betyder.

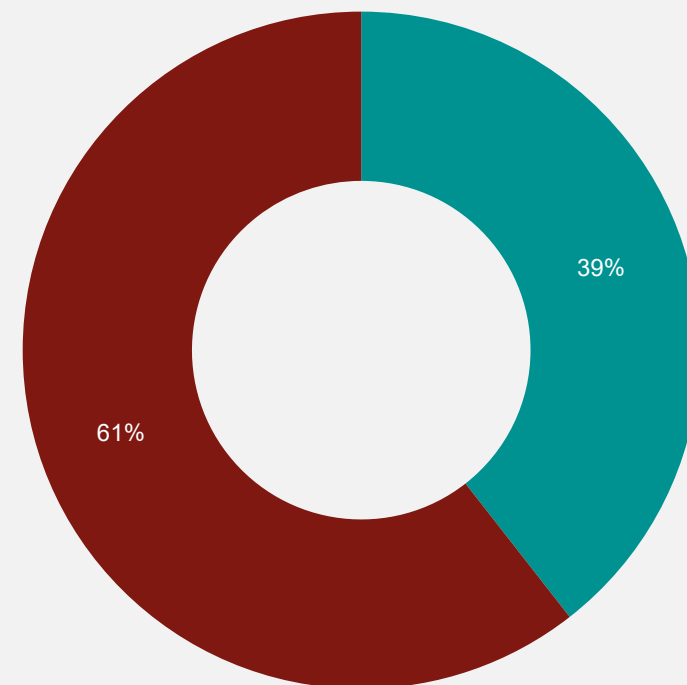
"Hvilket udsagn er korrekt?"

■ Korrekt svar
■ Forkert svar



■ "Bedst før" betyder, at maden ikke skal spises efter den dato, da man kan blive syg

■ "Bedst før" betyder, at madens kvalitet kan være forringet efter den dato, men sagtens kan spises, så længe maden syner, lugter og smager, som den plejer



■ "Sidste anvendelsesdato" betyder, at maden ikke skal spises efter den dato, da man kan blive syg

■ "Sidste anvendelsesdato" betyder, at madens kvalitet kan være forringet efter den dato, men sagtens kan spises, så længe maden syner, lugter og smager, som den plejer

Spørgsmål: Q34. Hvilket udsagn er korrekt? base n = 1607

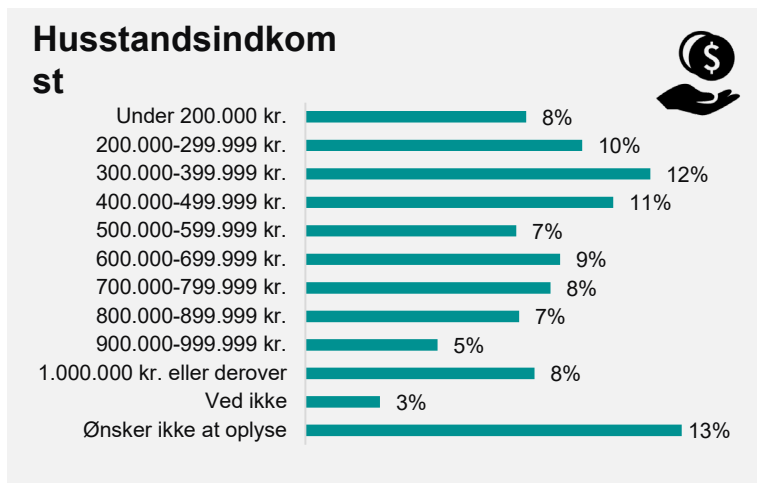
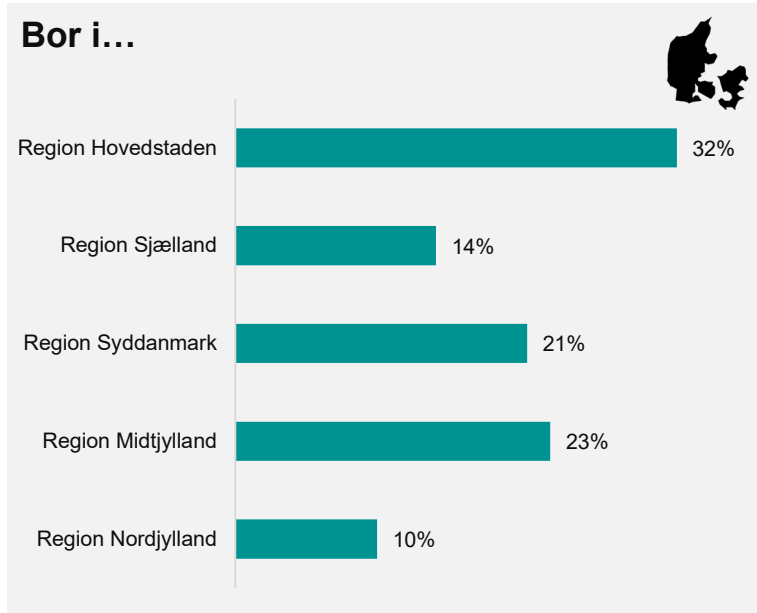
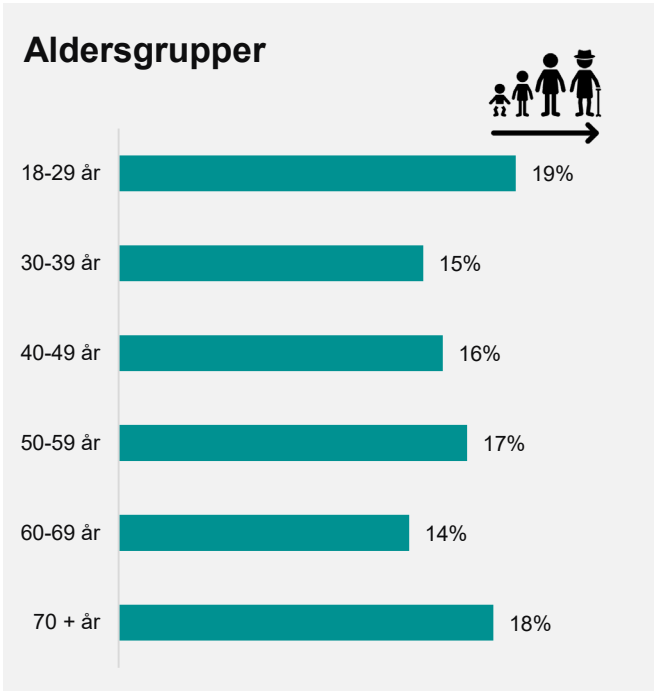
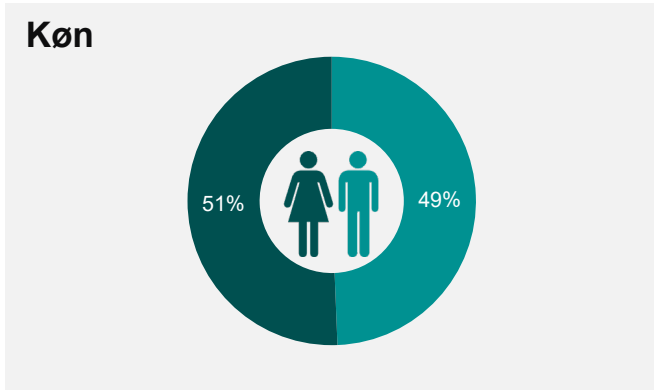
© 2021 – Side 27 Spørgsmål: Q36. Hvilket udsagn er korrekt? base n = 1607



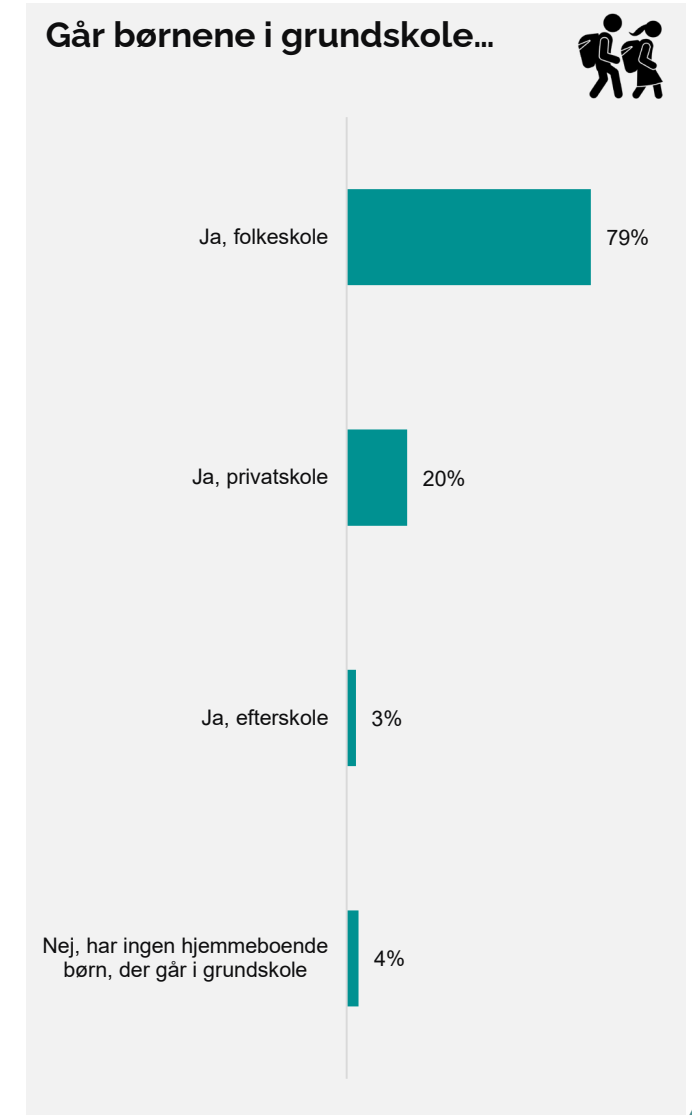
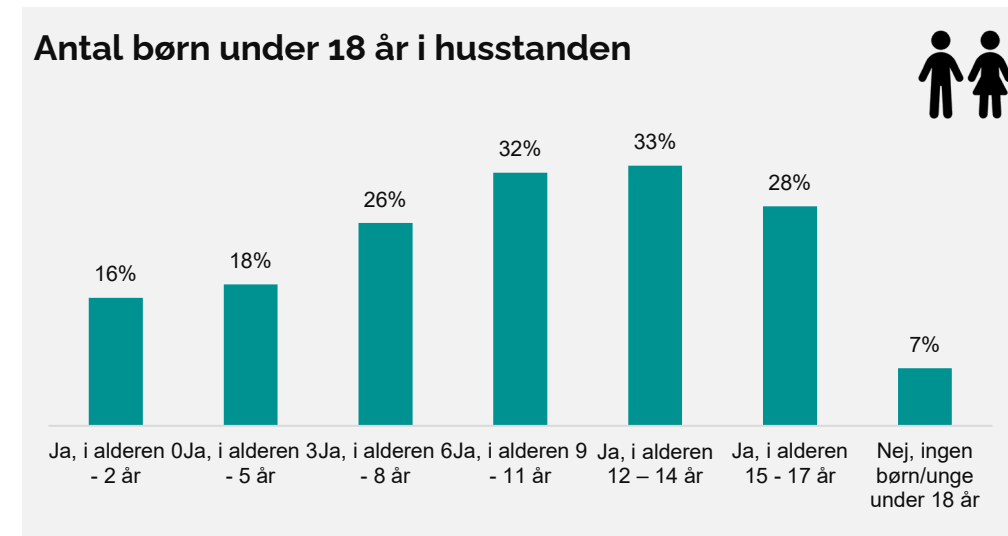
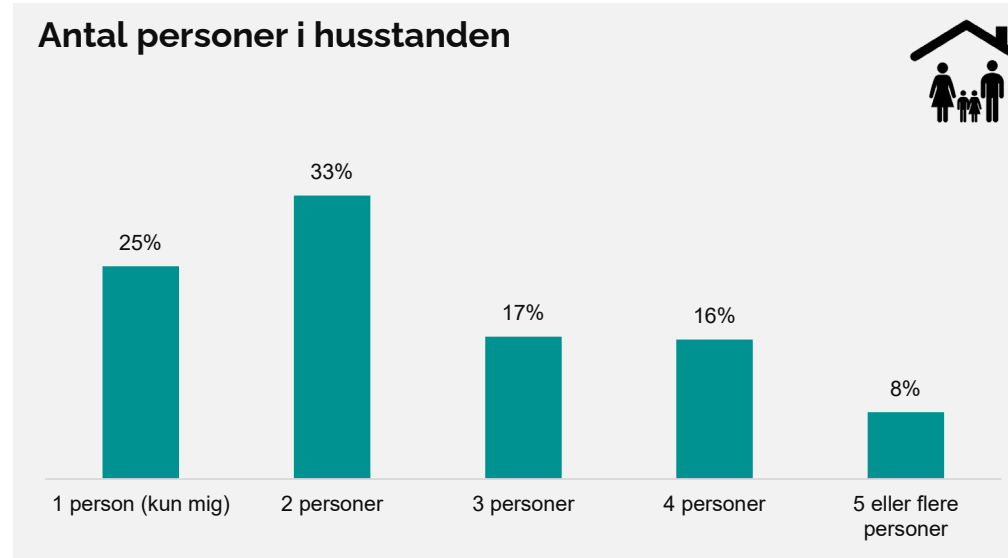
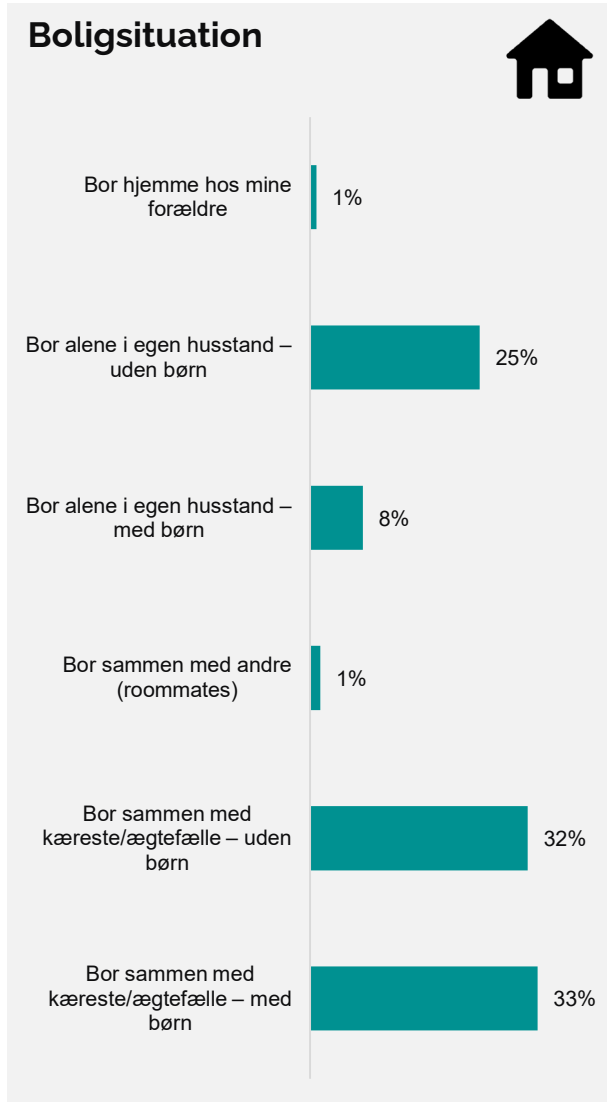
Demografi del 1



Demografi



Demografi



METODE DEL 1

Metode

SURVEY

Dataindsamlingsmetode

Undersøgelsen er gennemført som onlineinterview (CAWI).

Målgruppe

Undersøgelsens målgruppe er den voksne befolkning (18+ år).

Antal gennemførte interviews

Total n =1.607

Feltperiode

Interviewene er gennemført i perioden fra den 14. juni og frem til den 4. juli 2021 samt fra den 27. september til 3. oktober 2021.

Vejning af data

Data er vejnet brutto repræsentativt på køn, alder og region



Konklusioner - Forbrugerbarometret om mad og bæredygtighed del 2



1

Klimavenlig mad associeres ofte med økologi

Klimavenlig mad associeres med lokalt produceret mad, mindre/neutral CO2 og økologi. Økologi forbindes ofte med ingen sprøjtemidler, sundhed og bedre dyrevelfærd.

2

2 ud af 1144 kender den rigtige rækkefølge af madvarers klimabelastning

De produkter som flest kunne placere korrekt, var roastbeef pålæg som mest klimabelastende, og gulerod som mindst klimabelastende, mens de mellemliggende fødevarer var sværere at rangere. Alligevel var det mindre end halvdelen af danskerne som kunne placere både roastbeef pålæg og gulerod korrekt, kun 2 ud af 1144 kunne placerer alle rigtigt.

3

Det er svært at gennemskue fødevarernes klimaaftryk

75% angiver, at de synes, det er svært at gennemskue, hvilket klimaaftryk fødevarerne har. Flertallet mener ikke, at klimavenlig mad er det samme som kødfri mad.





Resultater del 2

Økologi, klima og
plantebaserede alternativer

Godt halvdelen af danskerne spiser kød hver dag

"Hvilket udsagn passer bedst på dig?"

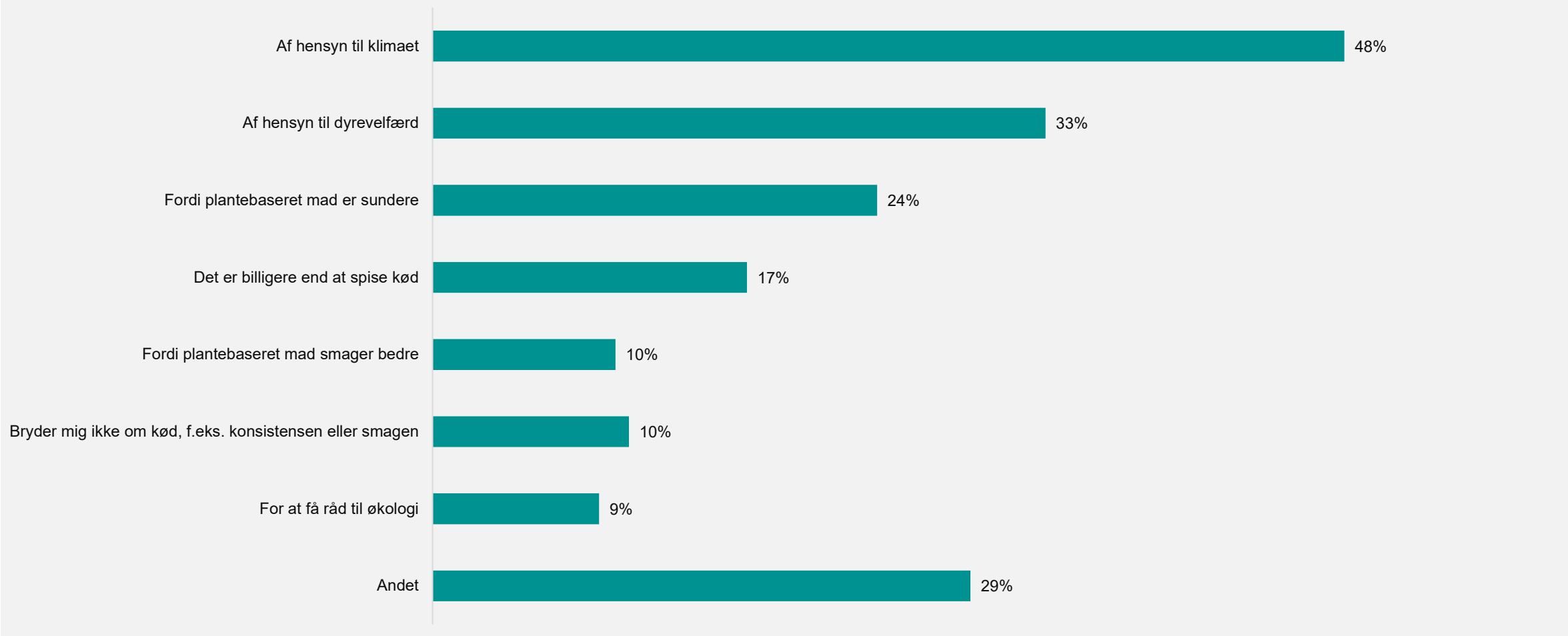


- Jeg spiser udelukkende vegansk mad (ingen animalske produkter)
- Jeg spiser vegetarisk
- Jeg er pescetar og spiser derfor ikke kød men fisk
- Jeg har 3-6 kødfrie dage om ugen, men spiser kød og fisk
- Jeg har 1-2 kødfrie dage om ugen, men spiser kød og fisk
- Jeg spiser kød dagligt



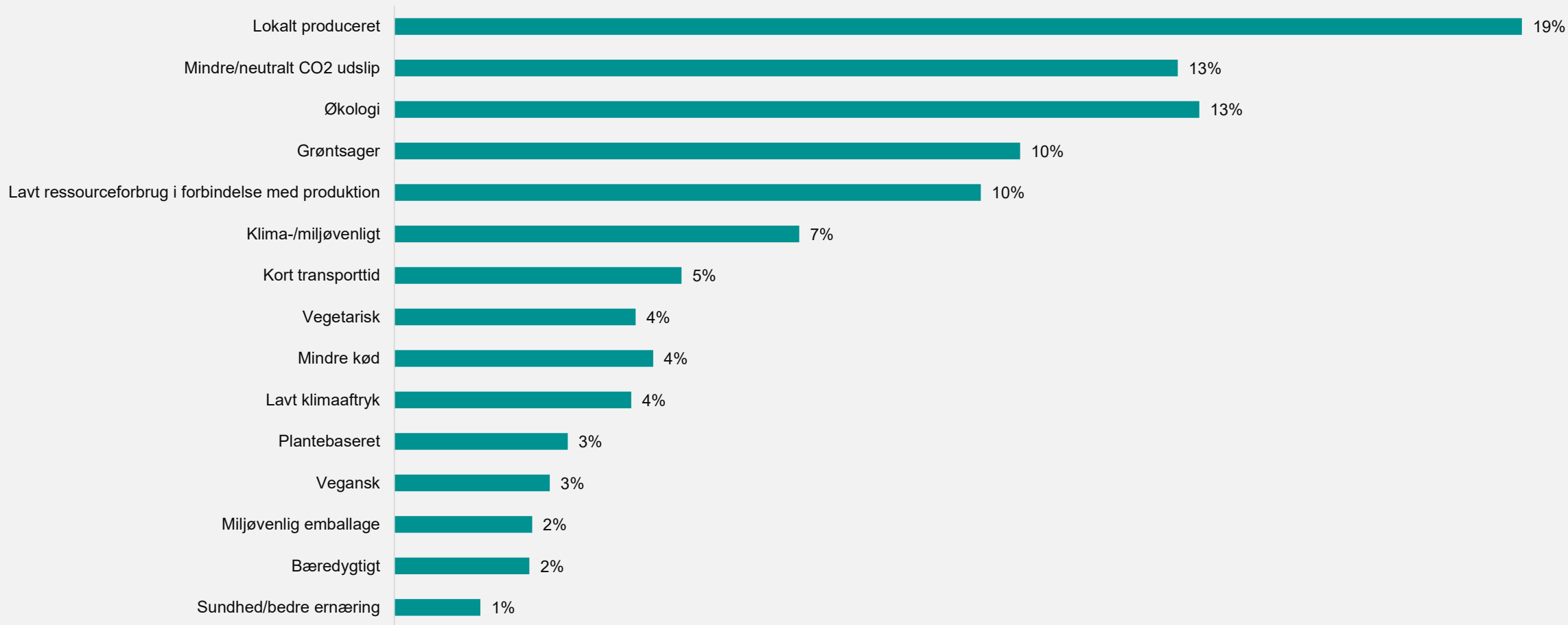
De primære årsager til at spise helt eller delvist plantebaseret er klimahensyn, dyrevelfærd og at det er sundere end at spise kød

"Hvilke årsager er der til, at du helt eller delvist spiser plantebaserede måltider?"



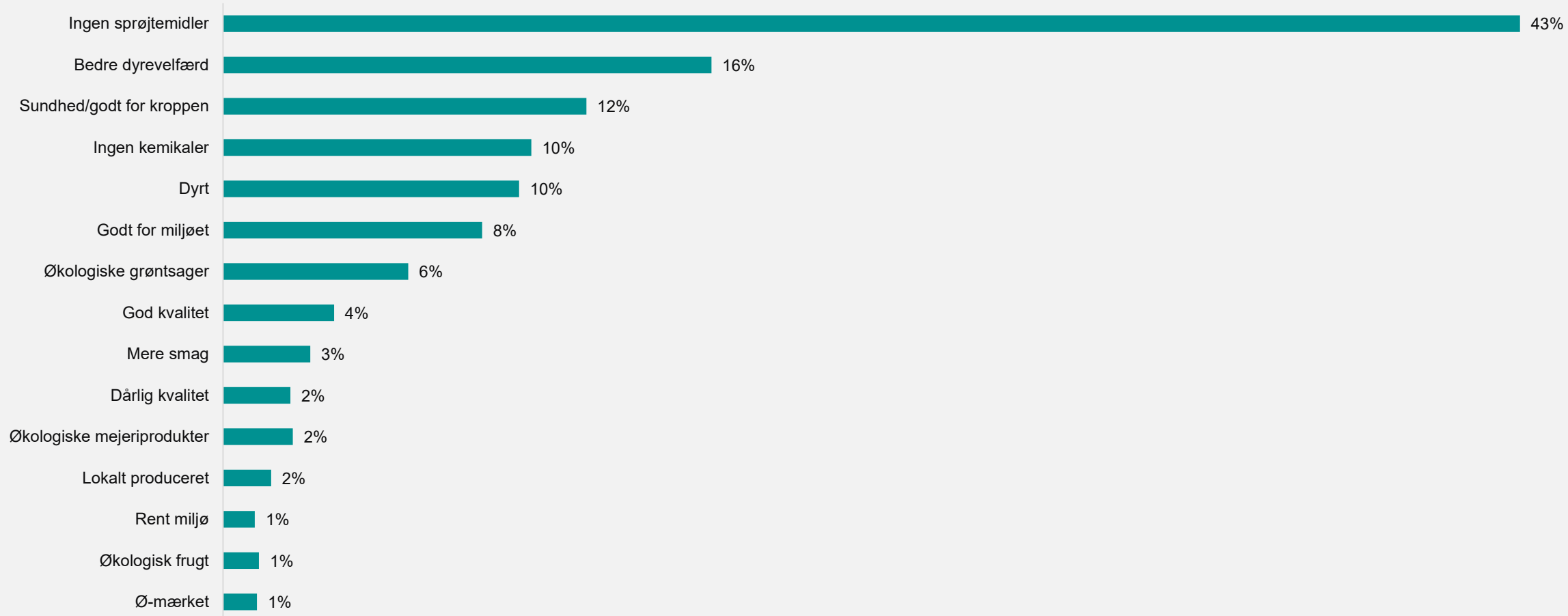
Klimavenlig mad forbindes med lokalt produceret, mindre/neutralt CO₂ udslip og økologi.

”Hvad forbinder du med klimavenlig mad?” (Åbent spørgsmål som efterfølgende er blevet kategoriseret, top 15)



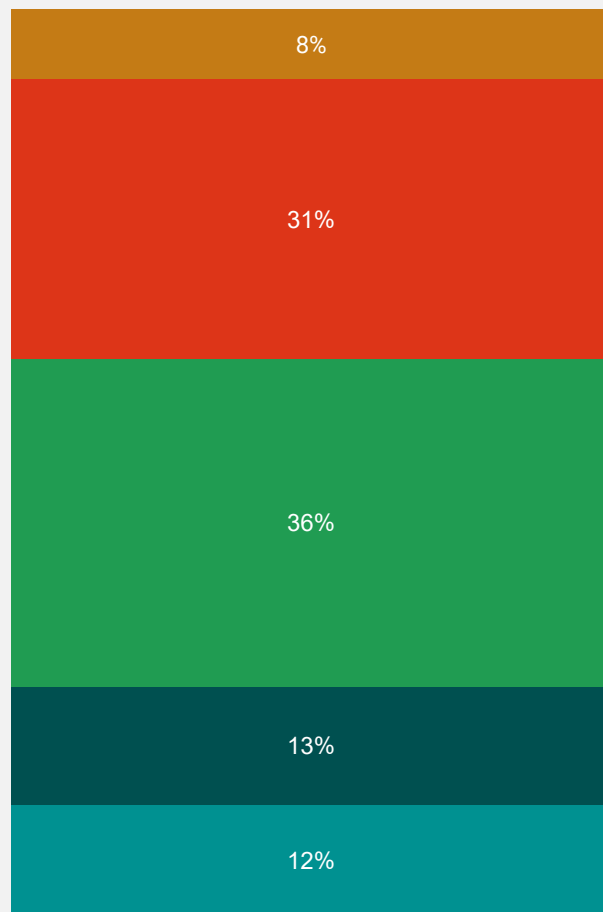
Økologiske fødevarer forbindes med ingen sprøjtemidler, bedre dyrevelfærd og sundhed

"Hvad forbinder du økologiske fødevarer med?" (Åbent spørgsmål som efterfølgende er blevet kategoriseret, top 15)



Hver tredje ville ikke spise burger, hvis ikke det kunne blive med oksekødsbøf. Resten er villige til at finde klimavenligere alternativer.

”Forestil dig, at du skal lave en burger, men gerne vil lave en mere klimavenlig version af bøffen, og derfor skal erstatte oksekødet. Hvad ville du gøre?”



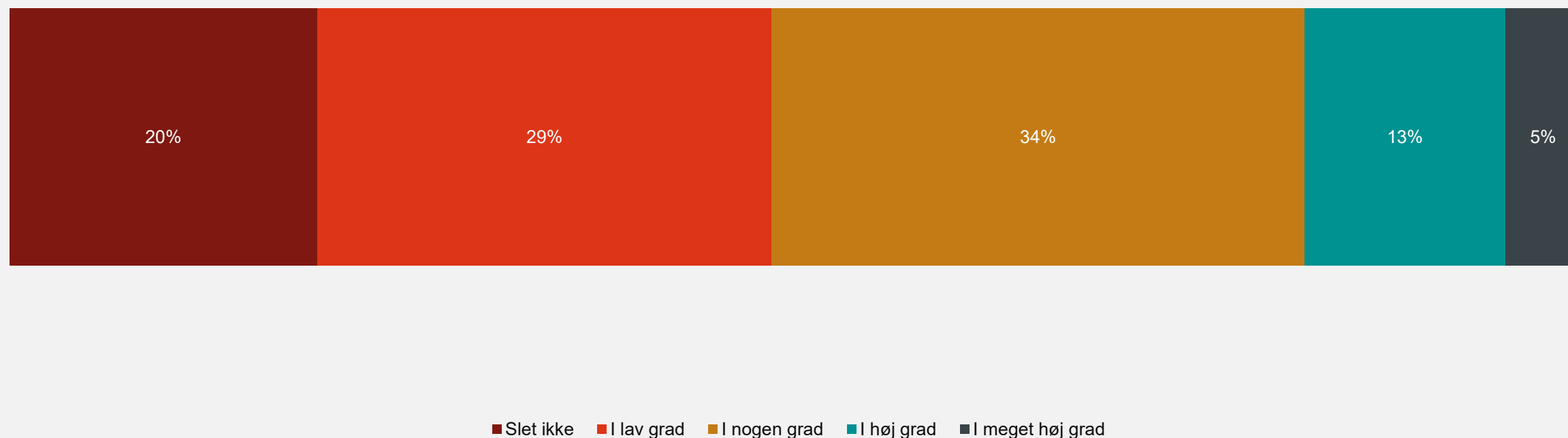
- Jeg laver aldrig/spiser ikke burger.
- Jeg ville slet ikke lave en burger uden en bøf af oksekød.
- Jeg ville købe hakket kylling eller kyllingebryst og lave en kyllingeburger
- Jeg ville købe plantebaseret fars/bøffer.
- Jeg ville lave min egen vegetabiliske bøf ud fra råvarer, fx linser, rodfrugter, svampe.

Note: procentsatser under 3% er fjernet fra grafen for at lette læsningen



Blandt dem, der vil købe/lave en plantebaseret burger, savner godt halvdelen i nogen eller høj grad muligheden for at købe økologiske plantebaserede erstatningsprodukter

"I hvilken grad savner du muligheden for at købe økologiske varianter af plantebaseret erstatningsprodukter?"



Blandt alle danskere ,savner hver femte i nogen eller høj grad muligheden for at købe økologiske varianter af plantebaserede erstatningsprodukter.

”I hvilken grad savner du muligheden for at købe økologiske varianter af plantebaseret erstatningsprodukter?”



■ Slet ikke ■ I lav grad ■ I nogen grad ■ I høj grad ■ I meget høj grad

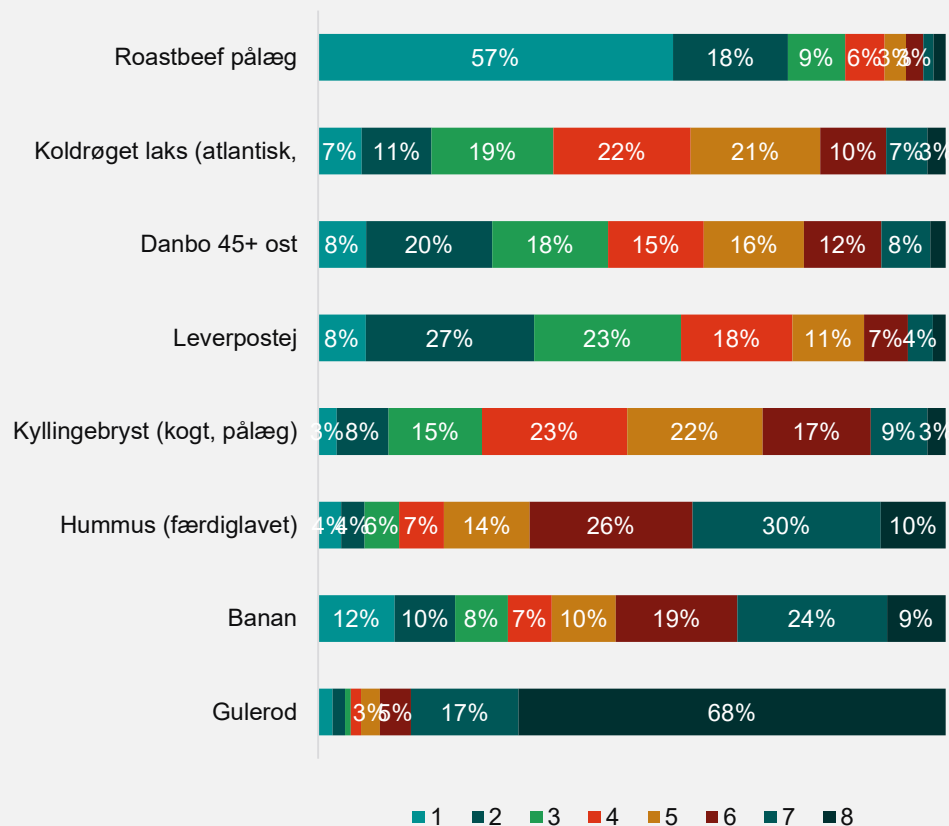
Note: procentsatser under 3% er fjernet fra grafen for at lette læsningen



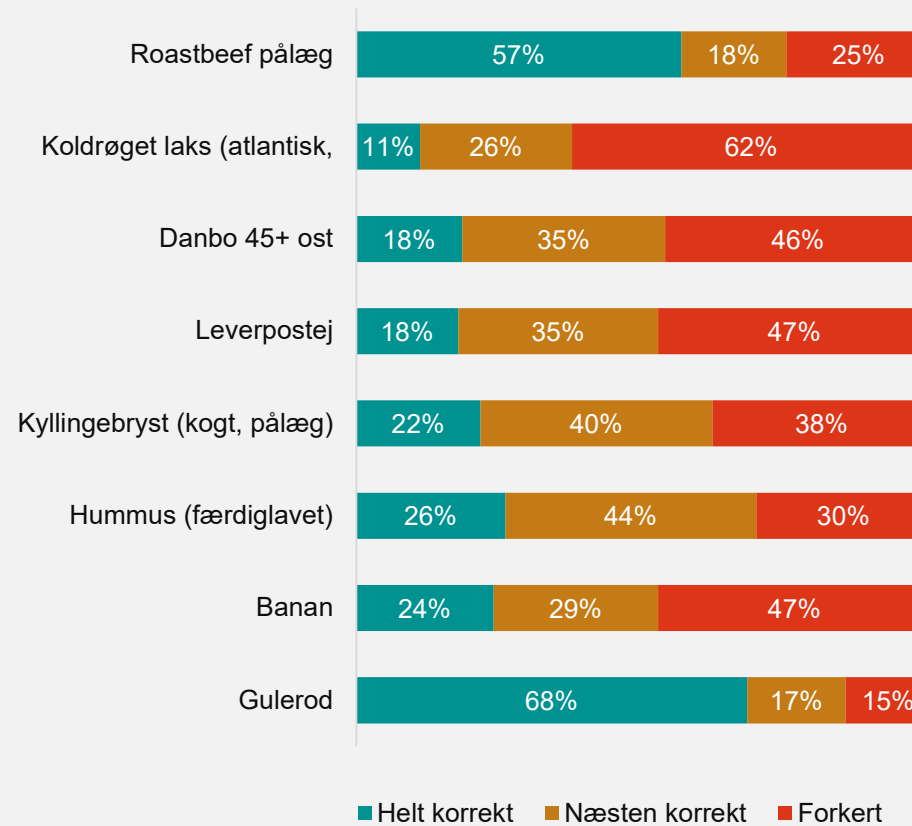
Det er svært at rangere fødevarer efter deres klimabelastning

"Hvilke af disse fødevarer, tror du, belaster klimaet mest pr kg fødevarer (uanset om det er økologisk eller ej)? Start med at vælge den fødevarer, du tror belaster klimaet mest. Fortsæt indtil du har rangeret alle fødevarer "

Her oversigt over hvilken plads fødevareren blev placeret på.



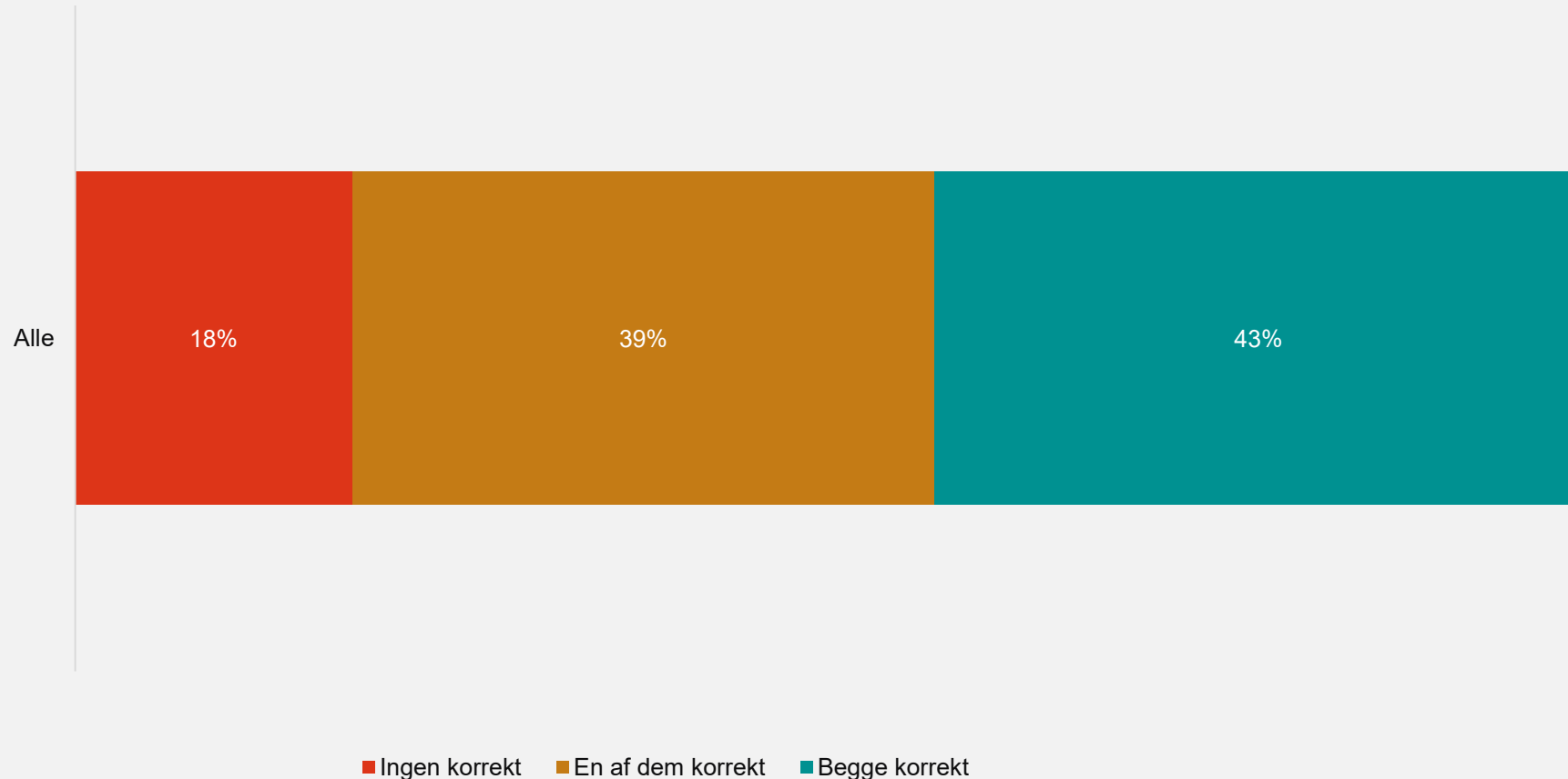
Her oversigt over korrekt placering.



43 % kunne placere roastbeef pålæg og gulerod korrekt som hhv. mest og mindst klimabelastende

"Hvilke af disse fødevarer, tror du, belaster klimaet mest pr kg fødevarer (uanset om det er økologisk eller ej)? Start med at vælge den fødevarer, du tror belaster klimaet mest. Fortsæt indtil du har rangeret alle fødevarer "

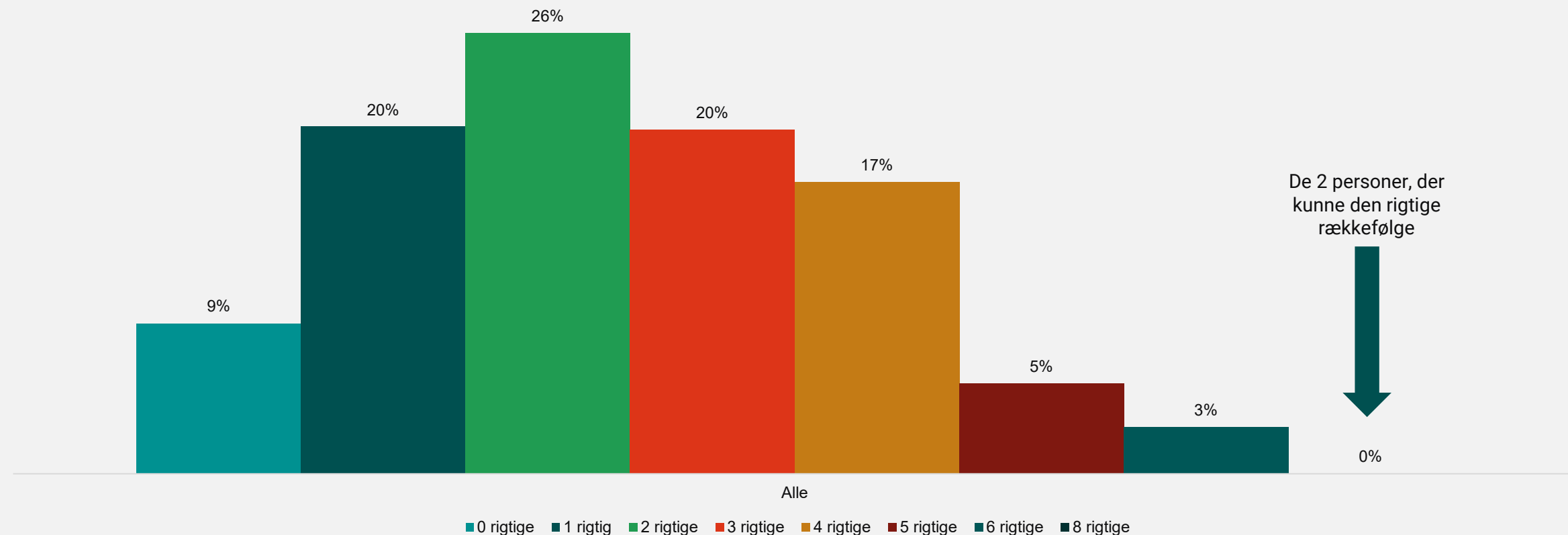
Her oversigt over hvor mange som har placeret top (roastbeef) og bund (gulerod) korrekt.



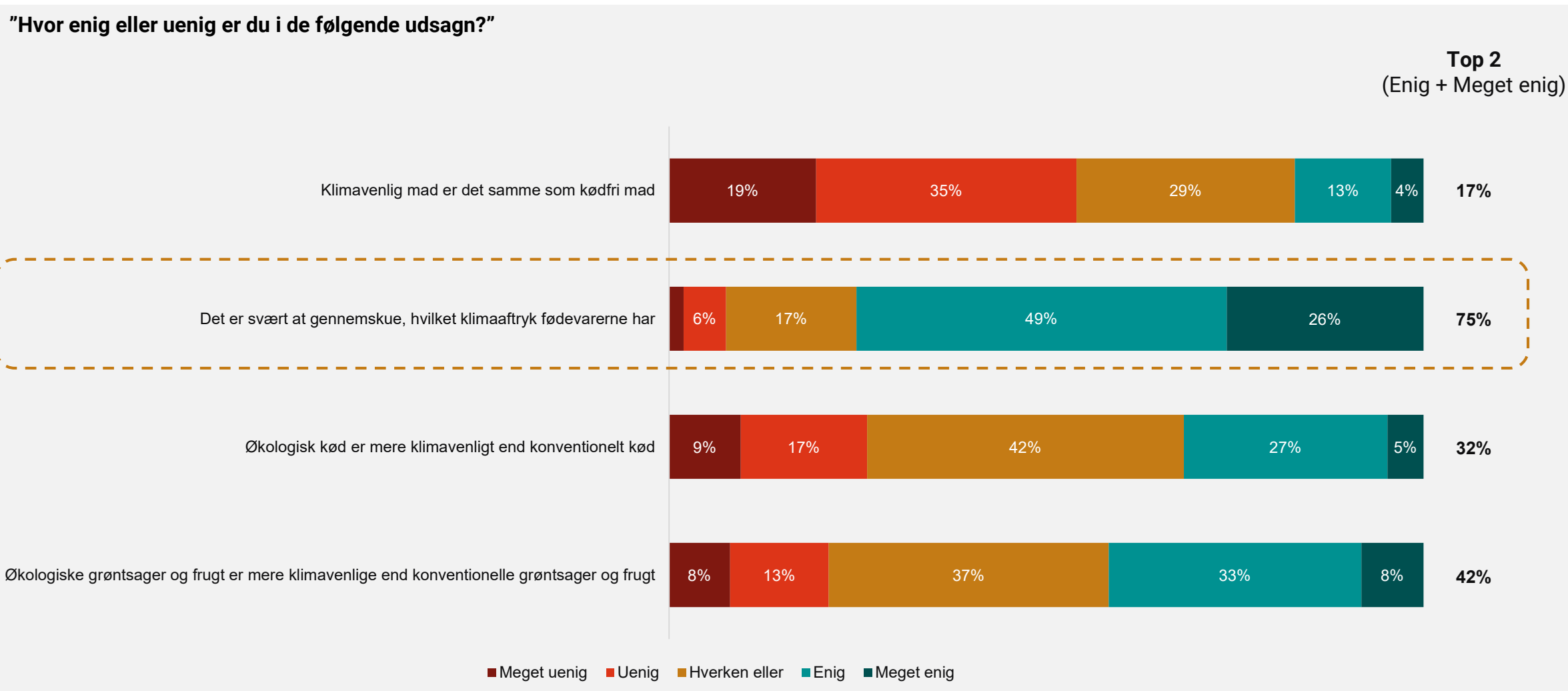
2 ud af 1144 personer kan den rigtige rækkefølge af madvarernes klimabelastning

Antal rigtige i spørgsmålet "Hvilke af disse fødevarer, tror du, belaster klimaet mest pr kg fødevarer (uanset om det er økologisk eller ej)? Start med at vælge den fødevarer, du tror belaster klimaet mest. Fortsæt indtil du har rangeret alle fødevarer"

Her oversigt over hvor mange fødevarer der var placeret korrekt.



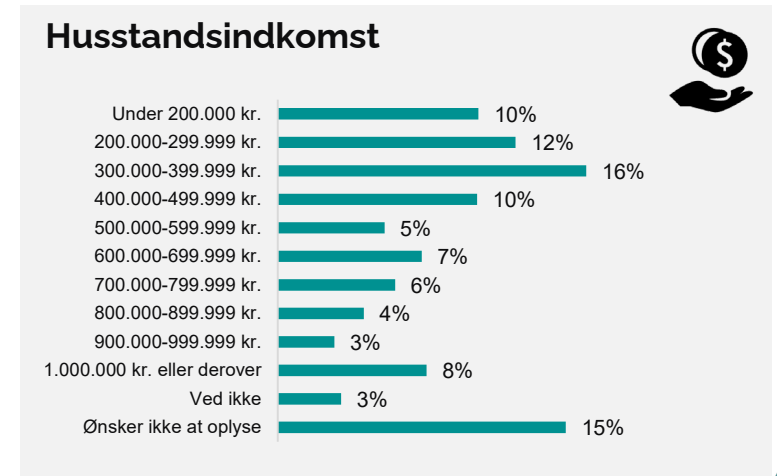
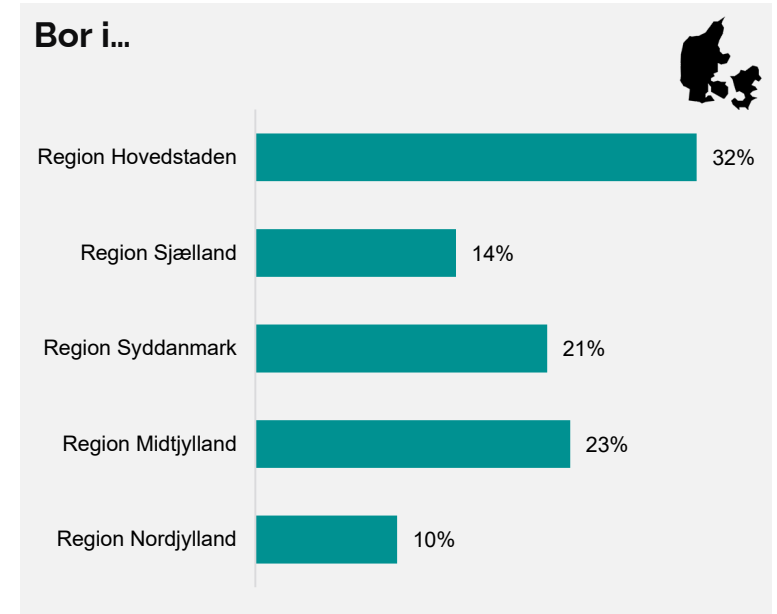
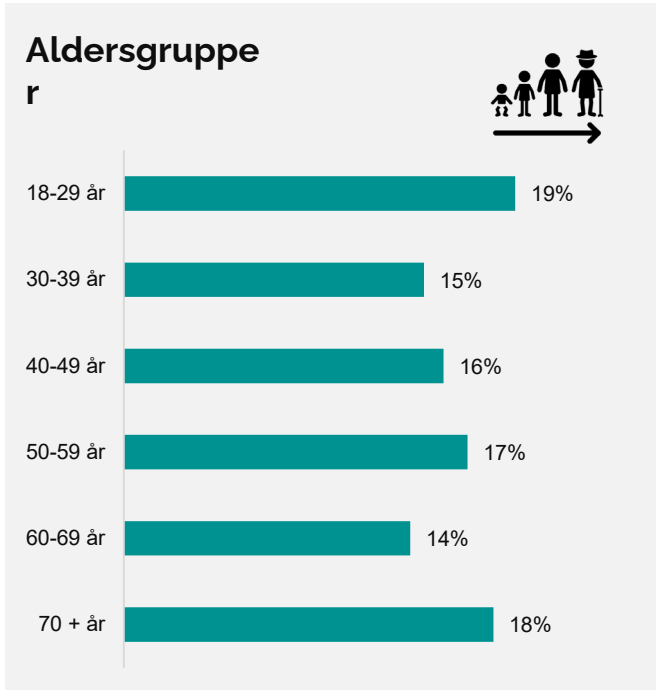
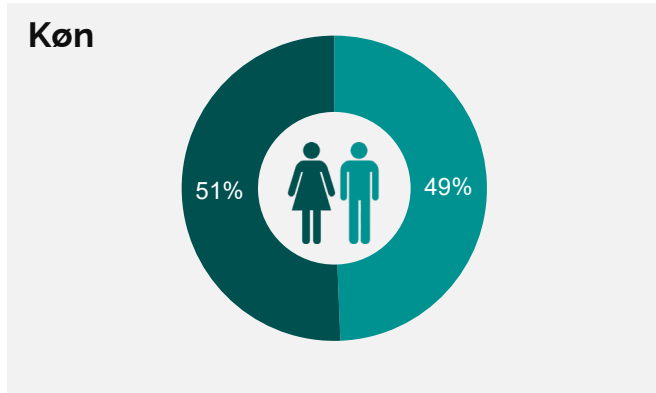
Danskerne oplever, at det er svært at gennemskue hvilket klimaaftryk som fødevarerne har



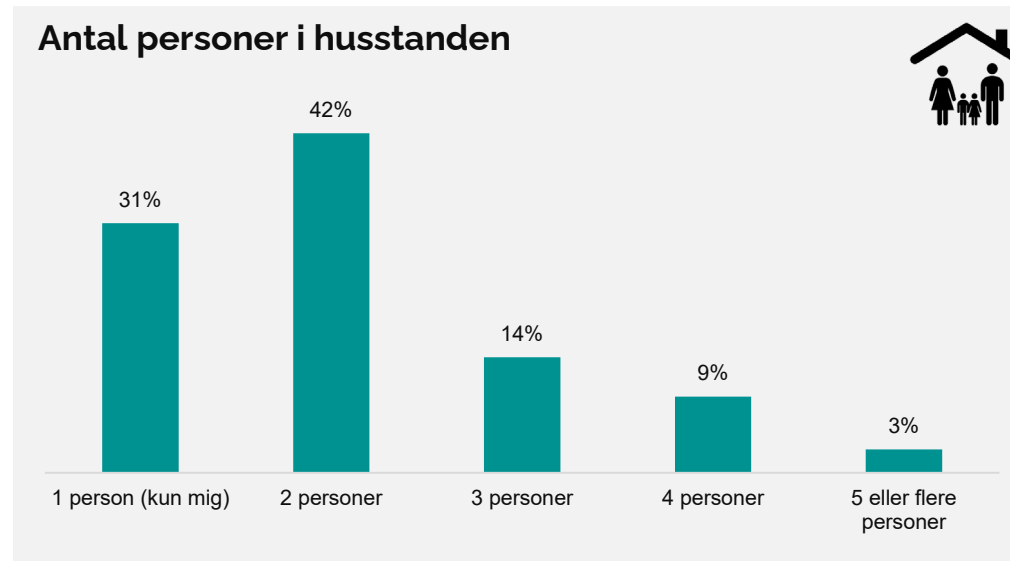
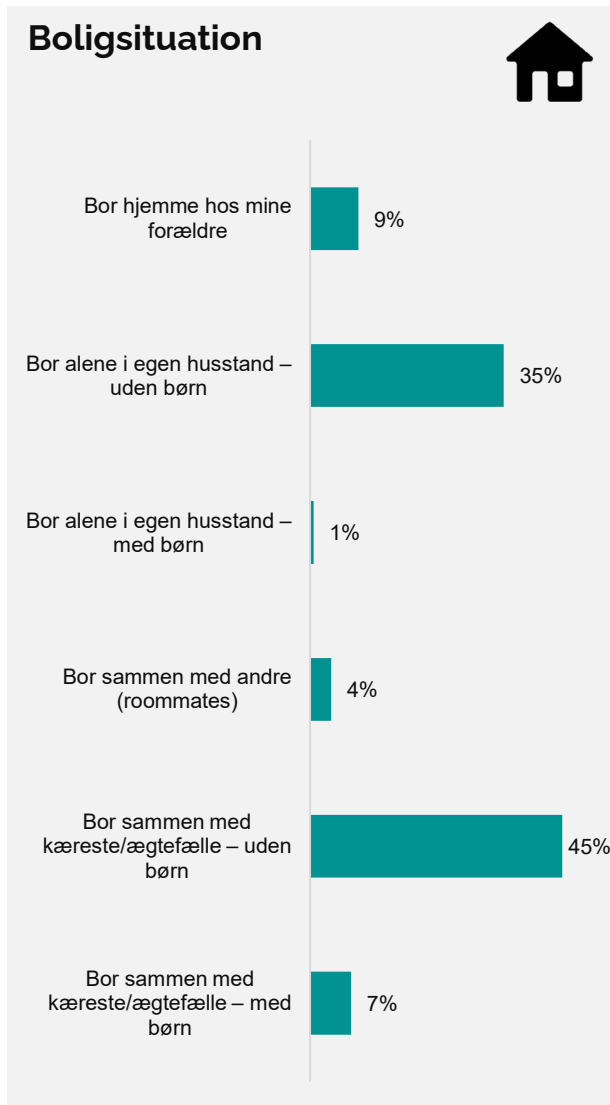
Demografi del 2



Demografi



Demografi



METODE DEL 2

Metode

SURVEY

Dataindsamlingsmetode

Undersøgelsen er gennemført som onlineinterview (CAWI).

Målgruppe

I undersøgelsen er der 2 forskellige målgrupper:

- 18-24-årige (Unge)
- 25-99-årige (Kontrolgruppe)

Antal gennemførte interviews

	n
Unge (18-24 år)	502
Kontrolgruppe (25-99 år)	642

Feltperiode

Interviewene er gennemført i perioden fra den 14. juni og frem til den 4. juli samt 27. september-3. oktober 2021

Vejning af data

Data er vejet brutto repræsentativt på køn, alder og region

