

Danskerne er villige til at betale for bedre dyrevelfærd

Forbrugerrådet Tænk har gennemført en spørgeskemaundersøgelse blandt danske forbrugere om deres holdninger til dyrevelfærd og deres villighed til at betale mere for animalske produkter med bedre dyrevelfærd. Notatet belyser spørgsmålet i to dele.

Første del undersøger, om danskerne bakker op om at hæve minimumskravene til dyrevelfærd i Danmark, selvom det kan gøre de billigste animalske produkter dyrere. Anden del undersøger, hvilken betydning konkret information om dyrenes produktionsforhold har for forbrugernes valg i en tænkt købsituation med tre forskellige kyllinger.

Data er indsamlet af Voxmeter via webpanel blandt et repræsentativt udsnit af den voksne danske befolkning. I alt har 1.347 respondenter deltaget i undersøgelsen, og besvarelsene er indsamlet i perioden 11.-20. maj 2026. Datasættet er vægtet efter køn, alder og region for at sikre repræsentativitet i forhold til den danske befolkning. Vægtene ligger mellem 0,90 og 1,30.

1. Holdning til minimumskrav for dyrevelfærd

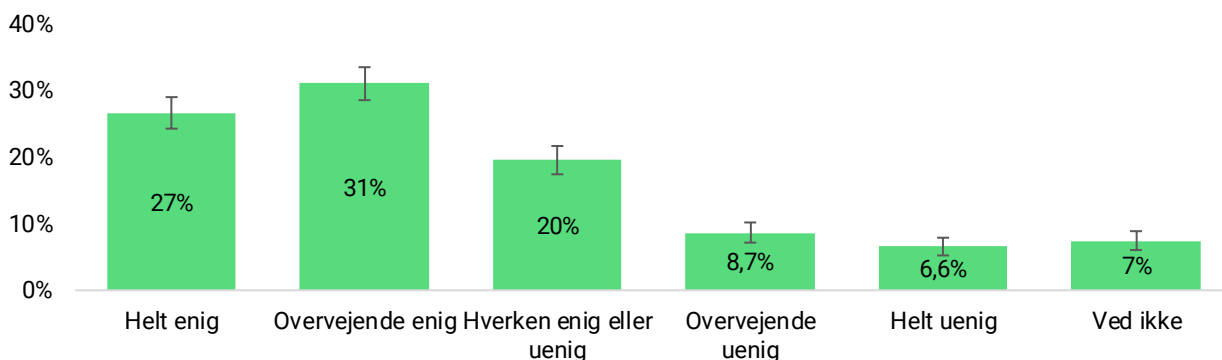
Respondenterne i undersøgelsen blev stillet følgende spørgsmål:

Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn:

Minimumskravene for dyrevelfærd i Danmark bør hæves, også selvom det betyder, at de billigste animalske produkter (fx kød, æg og mejeriprodukter) bliver dyrere end i dag.

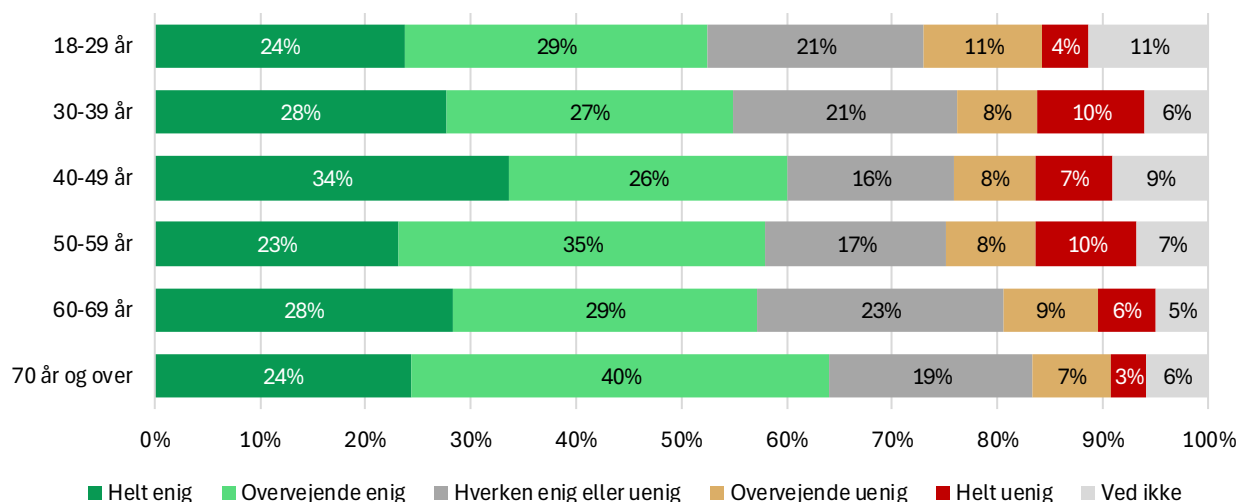
Et klart flertal bakker op om højere minimumskrav. 58 % er helt eller overvejende enige i udsagnet, mens 15 % er helt eller overvejende uenige.

Figur 1. Danskernes holdning til, om minimumskrav til dyrevelfærd bør hæves, selvom det betyder højere priser



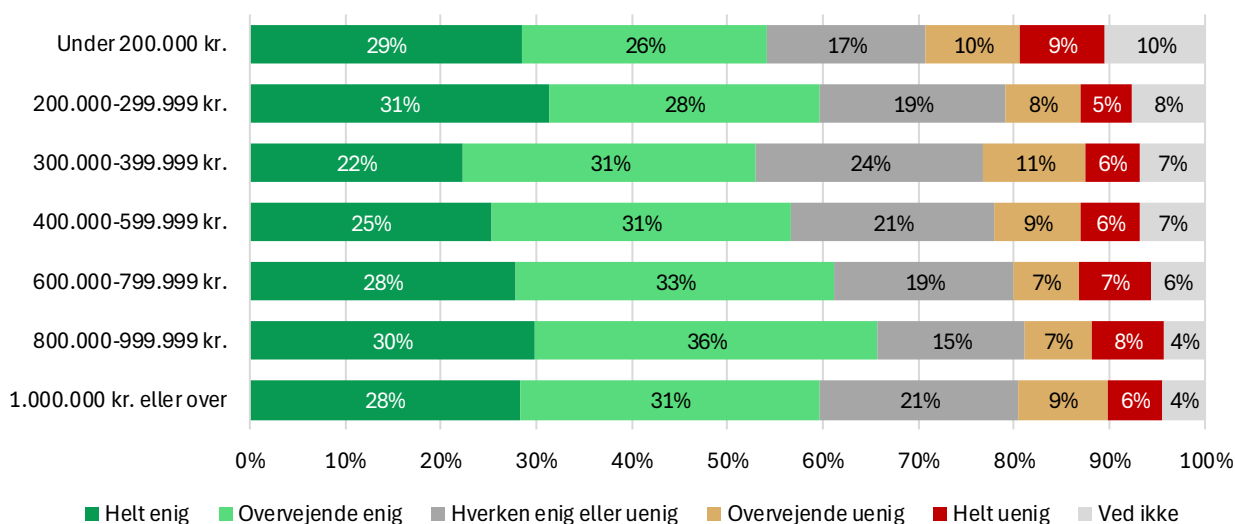
Opbakningen går igen på tværs af aldersgrupper. I alle aldersgrupper er der klart flere, der er enige end uenige: 52-64 % er enige, mens 11-18 % er uenige.

Figur 2. Holdning til minimumskrav til dyrevelfærd på tværs af aldersgrupper



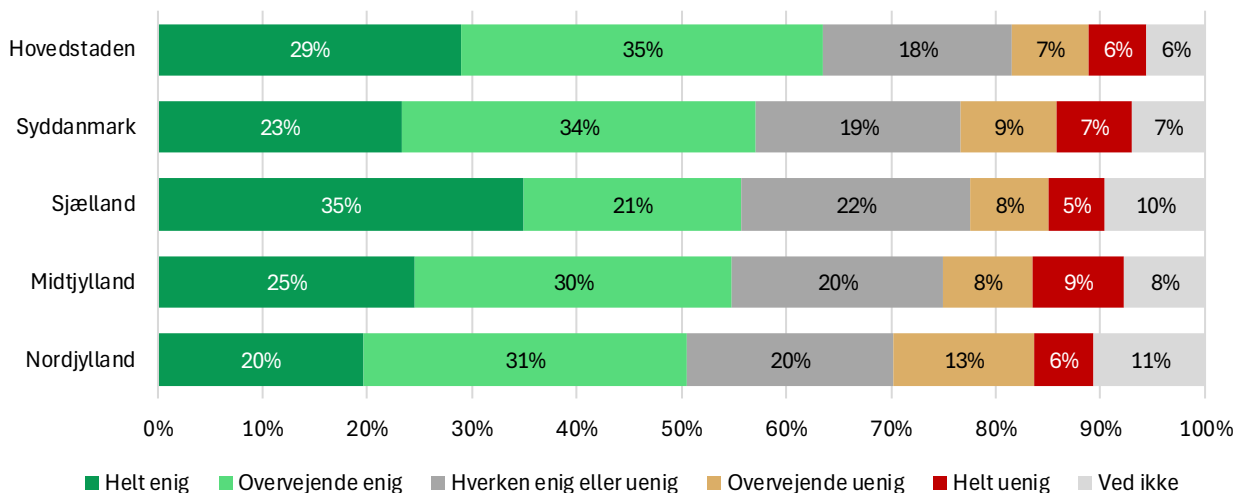
Det samme billede ses på tværs af indkomstniveauer. I alle indkomstgrupper er et flertal enige i, at minimumskravene bør hæves, selvom det kan gøre de billigste animalske produkter dyrere. 53-66 % er enige, mens 13-19 % er uenige.

Figur 3. Holdning til minimumskrav til dyrevelfærd på tværs af indkomstgrupper (årlig husstandsindkomst)



Også geografisk er opbakningen bred. Den er størst i Region Hovedstaden, hvor 63 % er enige og 13 % er uenige. Selv i Nordjylland, hvor opbakningen er lavest, er der markant flere enige end uenige: 50 % er enige, mens 19 % er uenige.

Figur 4. Holdning til minimumskrav til dyrevelfærd på tværs af regioner (baseret på tidligere opdeling)

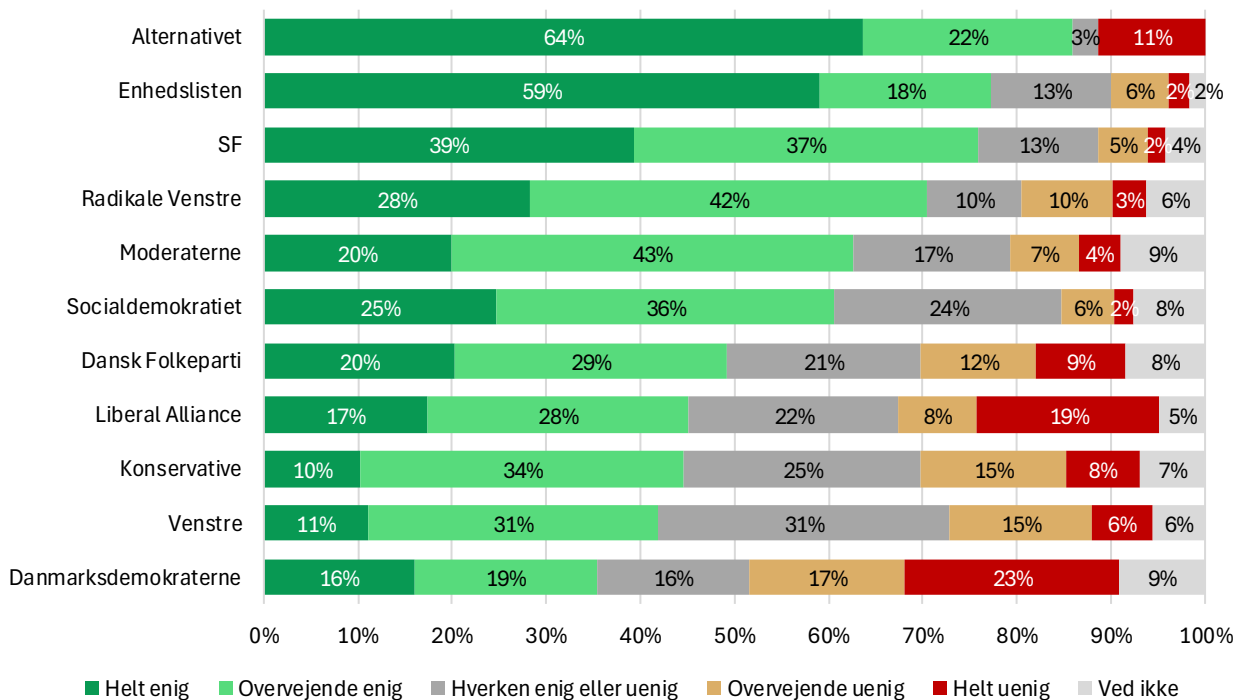


Forskellene er større, når svarene opdeles efter partivalg. Figur 5 viser respondenternes holdning fordelt efter, hvilket parti de ville stemme på, hvis der var folketingsvalg i morgen. Resultaterne for især Alternativet (35 respondenter), Danmarksdemokraterne (56), Radikale Venstre (61) og Moderaterne (70) skal tolkes med forsigtighed, fordi antallet af respondenter er relativt lavt. For de øvrige partier ligger antallet af respondenter mellem 92 og 290. Borgernes Parti er udeladt på grund af for få respondenter.

Blandt vælgere hos regeringspartierne og støttepartierne er opbakningen særlig tydelig: 61-86 % er enige, mens 7-13 % er uenige.

Men også blandt vælgere hos næsten alle øvrige partier er der flere enige end uenige. Blandt vælgere hos Dansk Folkeparti, Liberal Alliance, Det Konservative Folkeparti og Venstre er 42-49 % enige, mens 22-28 % er uenige. Kun blandt Danmarksdemokraternes vælgere er der i stikprøven lidt flere uenige (39 %) end enige (35 %).

Figur 5. Holdning til minimumskrav til dyrevelfærd på tværs af partivalg



2. Betydning af information om dyrevelfærd

Når så mange forbrugere ønsker bedre dyrevelfærd, selvom det betyder højere priser, kan det måske undre, at det ikke slår tydeligere igennem i danskernes nuværende købsmønstre. Ifølge en undersøgelse fra Økologisk Landsforening var det fx kun ca. 3 % af det kød, fisk og fjerkræ, der blev solgt i 2025, der var økologisk.¹ Det kunne umiddelbart tolkes som et tegn på, at forbrugernes holdninger ikke omsættes til handling ved køledisken.

En mulig forklaring på dette er, at det som forbruger kan være svært at gennemskue, hvilke forhold der har været for dyrene i produktionen. Økologi- eller dyrevelfærdsmærker kan give information om, at en vare lever op til nogle højere krav for dyrevelfærd, men det er nok de færreste forbrugere, der har et klart billede af de forhold, som henholdsvis de mærkede og umærkede varer er produceret under. I så fald er det ikke tydeligt for forbrugerne, hvor meget bedre "dyrevelfærd man får for pengene" ved fx at vælge en vare med et dyrevelfærdsmærke.

Derfor er det relevant at undersøge, om mere konkret information om dyrevelfærd kan påvirke forbrugernes valg. Det er gjort i et surveyeksperiment, hvor respondenterne blev bedt om at forestille sig, at de stod i et supermarked og skulle vælge mellem tre hele kyllinger. Kyllingerne lignede varer, man kunne finde i et typisk supermarked, med tre forskellige niveauer af dyrevelfærd og priser, som var sat efter hvad tilsvarende varer koster i et supermarked:

- *Kylling 1:* En konventionel kylling uden dyrevelfærdsmærker til 59 kroner.
- *Kylling 2:* En konventionel kylling med Dyrevelfærdsmærket med to hjerter til 89 kroner.
- *Kylling 3:* En økologisk kylling med Ø-mærket, Dyrevelfærdsmærket med tre hjerter og mærket Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse til 129 kr.

Respondenterne blev tilfældigt inddelt i to grupper. Begge grupper fik vist de samme tre kyllinger med samme priser og mærker. Alle tre kyllinger havde desuden Nøglehulsmærket og var markeret med dansk flag. Det blev inkluderet, fordi det er almindeligt på denne type produkter og gjorde valgsituationen mere realistisk. Priserne var sat, så de svarede til niveauet for tilsvarende varer i supermarkeder. Den eneste forskel mellem grupperne var, hvor meget information de fik om dyrevelfærden bag de tre valg.

Den ene gruppe fik kun vist varerne, mærkerne og priserne, hvilket svarer til hvad man typisk har at forholde sig til i en almindelig indkøbssituation.

Den anden gruppe fik derudover vist en kort beskrivelse af, hvordan de tre typer kyllinger var produceret. Beskrivelserne forklarede blandt andet de konkrete forskelle i dyrevelfærd mellem de tre kyllinger. Forskellene var baseret på, hvilke krav de pågældende mærker stiller samt hvilke forhold tilsvarende kyllinger typisk er produceret under i Danmark.² Eksperimentet gør det dermed muligt at undersøge, hvordan mere konkret information påvirker forbrugernes valg.

Da de to grupper var tilfældigt inddelt, kan forskelle i svarmønstre tilskrives den uddybende information, som kun den ene gruppe fik om forholdene i produktionen.

I figur 6 er det vist præcist, hvordan spørgsmålet så ud i de to versioner.

¹ Økologisk Landsforening (2026). [Økologisk markedsupdate januar 2026](#)

² Her er der blandt andet gjort brug af de redegjorte forhold for forskellige mærker i Dyrenes beskyttelses [kyllingeguide](#).

Figur 6. To versioner af sørgsmål om valg mellem tre kyllinger med forskelligt niveau af dyrevelfærd

Hvilket af disse tre produkter ville du vælge, hvis du skulle købe en hel kylling i et supermarked?



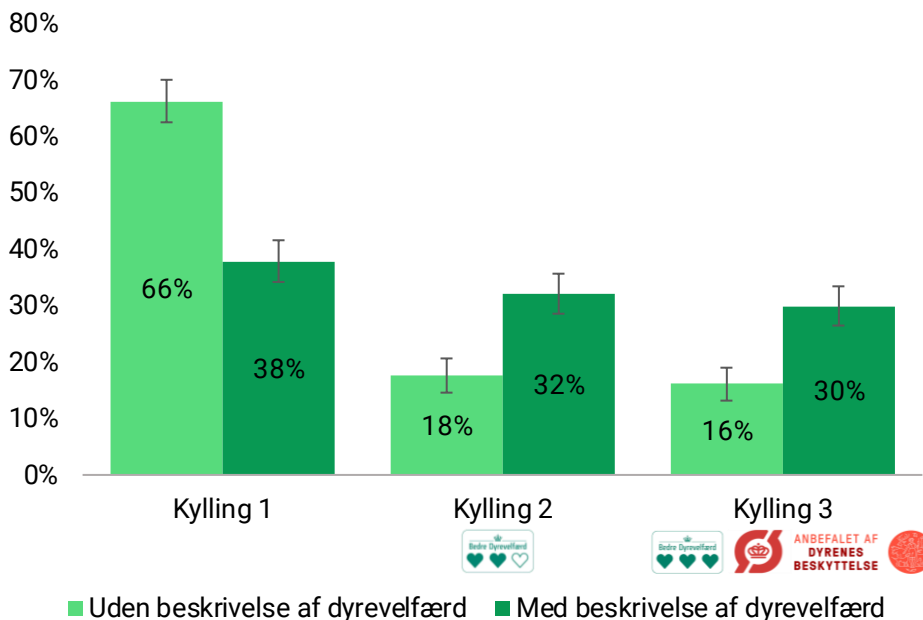
Resultaterne viser en markant effekt af den ekstra information, jf. figur 7. I gruppen, der kun fik vist mærker og priser, valgte 66 % den konventionelle kylling uden dyrevelfærdsmærker. I gruppen, der også fik information om de konkrete forskelle i dyrevelfærd, faldt andelen til 38 %

Samtidig steg andelen, der valgte en kylling med et højere niveau af dyrevelfærd. Andelen, der valgte kyllingen med Dyrevelfærdsmærkets to hjerter, steg fra 17 til 32 %, mens andelen, der valgte den økologiske kylling med tre hjerter, Ø-mærket og Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse, steg fra 17 til 31 % Samlet valgte 63 % en kylling med et højere niveau af dyrevelfærd, når de fik den ekstra information, mod 34 % i gruppen, der kun så mærker og priser. Forskellene mellem de to grupper er højsignifikante i alle tre tilfælde ($p < 0,001$).

Effekten ses både blandt respondenter, der selv angiver, at de kender mærkerne og ved, hvad de betyder, og blandt respondenter, der ikke gør.³ Information ser dog ud til at have størst betydning blandt dem, der ikke ved, hvad nogen af mærkerne betyder. Her er der 80 %, der vælger den konventionelle kylling uden dyrevelfærdsmærker, i gruppen uden information, mens det kun er 47 % i gruppen med information.

³ Respondenterne er blevet spurgt til deres kendskab til hver af de tre mærker. Andelen, der kender mærket og ved, hvad det betyder, er 77% for Ø-mærket, 60% for Dyrevelfærdsmærket og 54% for Anbefalet af Dyrenes beskyttelse.

Figur 7. Valg af kylling med og uden information om dyrevelfærd



Note: Respondenter, der har angivet, at de aldrig køber kylling, er udeladt. N=1.274.

Resultaterne peger på, at mange forbrugere er villige til at betale mere for bedre dyrevelfærd, når de får tydelig information om, hvilke forhold dyrene har haft i produktionen. Når de derimod kun får vist mærker og priser, vælger et klart flertal den billigste kylling med det laveste niveau af dyrevelfærd.

Effekten kan ikke nødvendigvis overføres direkte til en almindelig indkøbssituation, hvor forbrugeren har mindre tid, flere varer at vælge imellem og mange andre hensyn at tage. Men eksperimentet viser, at et flertal foretrækker et højere niveau af dyrevelfærd, når de får konkret information om forskellene, også selvom det indebærer en højere pris. Det ligger i forlængelse af resultaterne i første del af undersøgelsen: Et klart flertal bakker op om højere minimumskrav til dyrevelfærd, selvom det kan gøre de billigste animalske produkter dyrere.

Undersøgelsen peger altså samlet set på, at danske forbrugere er villige til at betale for bedre dyrevelfærd, også selvom villigheden ikke kommer til udtryk i de nuværende købsmønstre. Det kan tolkes på mindst to måder. For det første kan det ses som et signal om, at mange forbrugere foretrækker, at et højere niveau af dyrevelfærd sikres gennem fælles minimumskrav frem for gennem individuelle valg ved køledisken. For det andet kan det afspejle, at forbrugerne i dag har vanskeligt ved at gennemskue forskellene i dyrevelfærd mellem forskellige varer og derfor ikke altid har et tilstrækkeligt grundlag for at træffe informerede valg.