



Det seneste halve år har danskerne skærpet deres fokus på gode tilbud og det kritiske blik på forbrug og spild

Februar 2023

Det seneste halve år har danskerne skærpet deres fokus på gode tilbud og det kritiske blik på forbrug og spild

Landbrug & Fødevarer sætter i denne analyse fokus på, hvordan stigende priser og krigen i Ukraine på det seneste har påvirket danskernes opfattede adfærd, og hvilke forventninger danskerne har til deres forbrug den kommende tid. Analysen er baseret på en undersøgelse gennemført af Norstat for Landbrug & Fødevarer i januar 2023. Undervejs inddrages fund fra to andre undersøgelser, ligeledes gennemført af Norstat for Landbrug & Fødevarer, i hhv. juni og september 2022.

De vigtigste indsigter er:

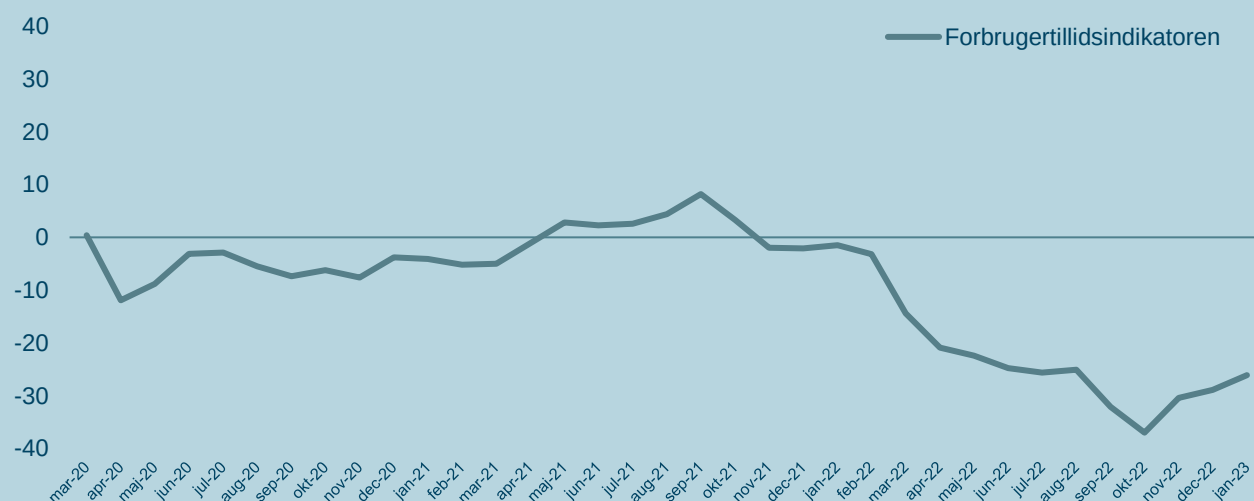
- Mange danskere bekymrer sig fortsat om prisstigninger på energi og på fødevarer i januar, men markant færre udtrykker nu bekymring sammenlignet med september 2022. Derimod er flere end tidligere nu bekymrede for krigen i Ukraine.*
- Der er tegn på en spirende optimisme. Danskerne er mere fortrøstningsfulde omkring deres privatøkonomi end i september. Markant flere forventer, at deres økonomiske situation vil være uændret de næste 3-6 måneder, mens markant færre forventer, at de vil have færre eller markant færre penge til forbrug den kommende tid.*
- Mange oplever dog fortsat, at prisstigningerne presser det økonomiske råderum. Dette har skabt større fokus på at gå efter de gode tilbud, undgå spild af mad, vand og varme, samt spise flere rester, end man tidligere har gjort.*
- Forbrugerne oplever særligt, at mejeriprodukter og oksekød er blevet dyrere på det seneste. Mange oplever at have købt deres vante mærke til samme eller en højere stykpris, imens en mindre gruppe har købt et billigere mærke end det, de plejer at købe. Omvendt er mange begyndt at købe en mindre mængde af de fleste kategorier af fødevarer, end de har gjort før. Dette understreger forbrugernes fokus på værdi for pengene i en tid, hvor økonomien ikke rækker til det samme, som det plejer.*
- I den kommende tid forventes danskerne at fastholde deres fokus på gode tilbud og et kritisk blik på forbrug og spild. Mange giver udtryk for økonomisk tilbageholdenhed med mere genbrug og færre luksuskøb. Knap halvdelen forventer at bruge færre penge på restaurantbesøg og take-away, end de tidligere har gjort.*
- For at imødegå forbrugernes fokus på værdi for pengene anbefales fødevareproducenter at gentænke pakkestørrelser, samt kigge mere mod billigere, sunde og mættende råvarer. Gentænk samtidig de occasions, hvor jeres måltidsløsninger og fødevarer målrettes. Samvær og fællesskab vil fylde mere i den kommende tid. Forbrugerne vil prioritere familien og det nære, og det kan derfor anbefales i - endnu - højere grad at fokusere på disse situationer.*

Danskerne er fortsat bekymrede, men der er indikationer på spirende optimisme

Danmarks Statistik opgør løbende en forbrugertillidsindikator, som er beregnet ud fra forbrugernes vurdering af deres egen og Danmarks økonomiske situation. Undersøgelsen af forbrugernes forventninger omfatter en række spørgsmål omkring forbrugernes adfærd og forventninger, og er en af mange indikatorer, man kan anvende til at vurdere den aktuelle økonomiske situation.

Ved krigen i Ukraines begyndelse styrtdykkede forbrugertillidsindikatoren til et niveau, der er lavere end under første bølge af Covid-19, og i september og oktober 2022 faldt denne yderligere i takt med de stigende priser på energi og fødevarer. Også på globalt plan faldt forbrugertilliden i efteråret, viser tal fra Euromonitor International. I januar 2023 ser vi nu et lille opsving i den fortsatte negative forbrugertillid, og indikatoren er på niveau med august 2022, hvilket tyder på en begyndende optimisme. Ifølge Danmarks Statistik skyldes stigningen hovedsageligt fremgang i forbrugernes vurdering af familiens økonomiske situation i dag sammenlignet med for et år siden og forventningen til familiens økonomi næste år.

Figur 1: Forbrugertillidsindikator januar 2023, nettotal

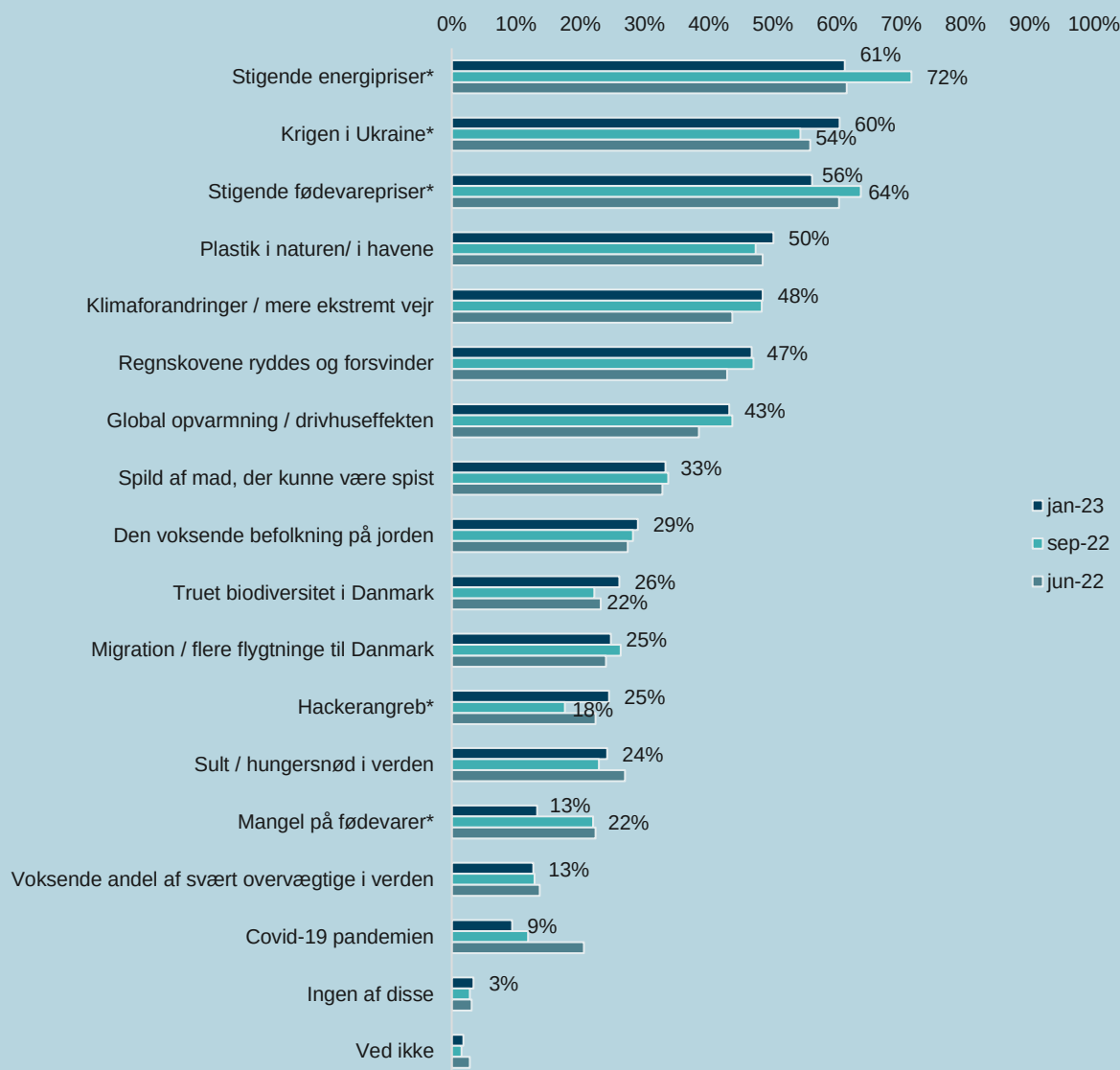


Kilde: Danmarks Statistik, forbrugertillidsindikatoren.

I januar 2023 har Landbrug & Fødevarer igen spurgt danskerne ind til, hvordan de har det "for tiden". Undersøgelsen er en gentagelse af andre undersøgelser gennemført hhv. april, juni og september. I januar 2023 giver 36 pct. af danskerne udtryk for generelt at være bekymrede eller meget bekymrede. Dette er dog færre end i september 2022, da Landbrug & Fødevarer sidst foretog undersøgelsen. Nu er andelen, der er bekymrede, på niveau med juni-undersøgelsen, hvilket kan indikere en spirende optimisme efter et udfordrende efterår.

Det var særligt stigende priser på energi og fødevarer, der vakte bekymring blandt danskerne i september, hvor knap tre ud af fire bekymrede sig for prisstigninger på energi, og 64 pct. bekymrede sig for prisstigninger på fødevarer. Disse bekymringer topper fortsat listen i januar 2023, men markant færre bekymrer sig om prisstigninger sammenlignet med september 2022. Dette kan indikere, at nogle forbrugere har affundet sig med den økonomiske situation, eller at de i hvert fald ikke forventer flere prisstigninger den kommende tid.

Figur 2: Spg. "Nedenfor ser du nogle bekymringer, som andre har givet udtryk for. Er der nogle af dem, som er en bekymring for dig? Du kan vælge så mange, du vil."



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer juni 2022 n=1050, september 2022 n=1011, januar 2023 n=1002. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne, bortset fra "Ingen af disse" og "Ved ikke", der var placeret nederst i hver visning. * Signifikant ændring mellem sep-22 og jan-23 (95 pct. sikkerhed).

Derimod fylder bekymringen over krigen i Ukraine i stigende grad blandt danskerne. Sammenlignet med september er markant flere nu bekymrede for krigen, og det er især de 40 til 70-årige, som udtrykker bekymring. Samtidig er hver fjerde dansker nu bekymret for hackerangreb.

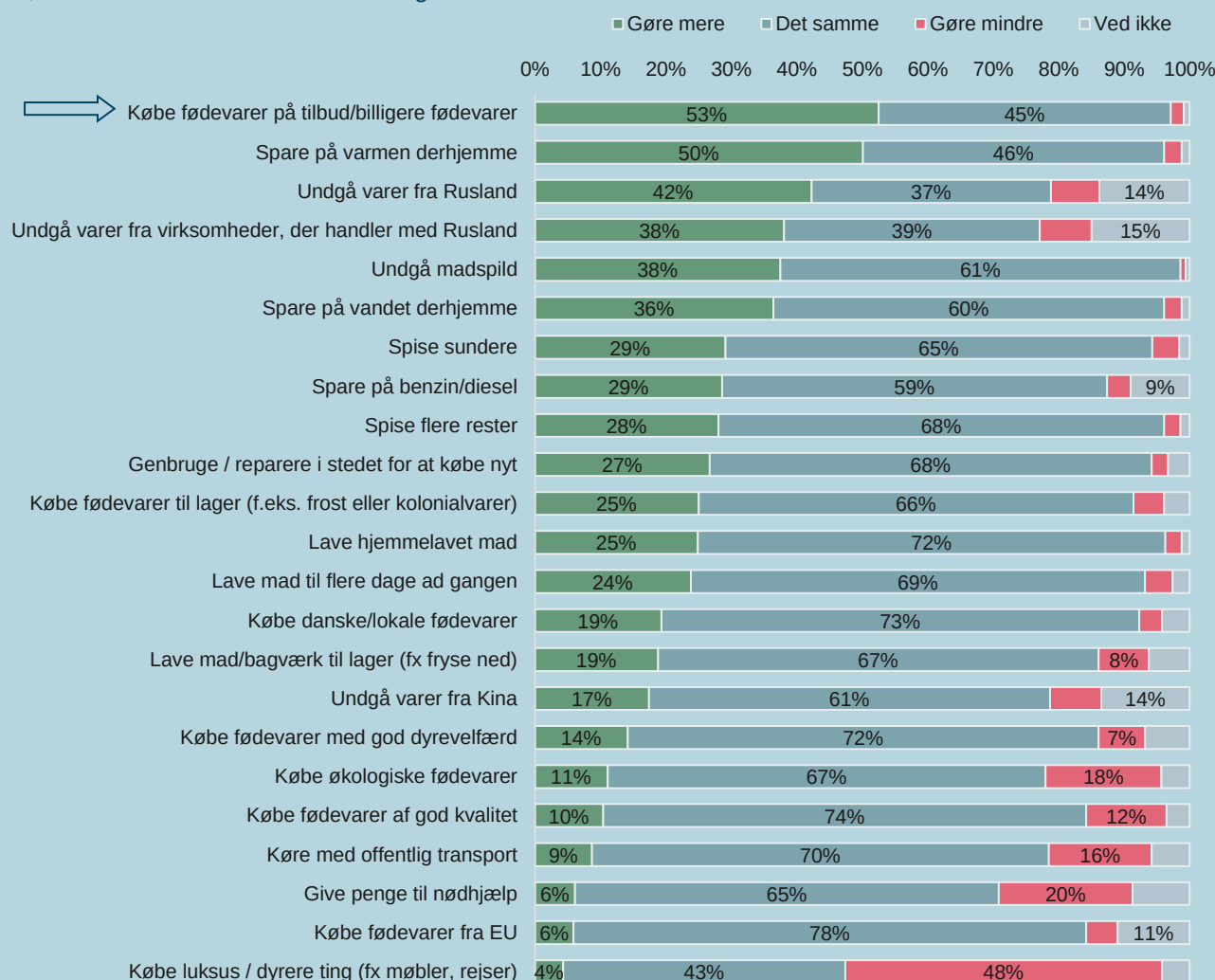
Over halvdelen af danskerne mener fortsat, at krigen vil påvirke Danmark i 'høj' eller 'meget høj' grad. Andelen er dog faldet siden september måned og markant flere mener nu, at krigen blot vil påvirke vores samfund 'i nogen grad'. Netop stigende priser på energi, fødevarer og brændstof nævnes oftest som måder hvorpå krigen forventes at påvirke Danmark på, men i januar 2023 bekymrer flere sig nu også om hackerangreb fra Rusland, færre penge til grøn omstilling og tab af arbejdspladser som følge af krigen.

Tilbageholdenhed, tilbudsjagt og fokus på at undgå spild præger fortsat forbruget

Både WGSN og Euromonitor International peger i deres analyser på, at det pressede økonomiske råderum som følge af prisstigningerne kan føre til ændrede forbrugerstrategier. Derfor vil man blandt forbrugere i Europa se flere, der laver mad derhjemme i stedet for at spise ude, flere der køber mere private label og køber varer produceret i lokalområdet - og i sæson, samt flere som skærer ned på deres forbrug af højværdi fødevarer. Andre strategier kan være at genbruge mere eller at købe brugt, frem for nyt.

I Landbrug & Fødevarers undersøgelse ser vi samme tendens, hvor danskerne er blevet spurgt ind til, om der er noget, de er begyndt at gøre mere eller mindre af på det sidste. Her giver deltagerne udtryk for fortsat at have stort fokus på de gode tilbud og billigere fødevarer, og mange er fortsat begyndt at gøre mere for at nedbringe spild af fx varme og mad. At undgå varer fra Rusland eller fra virksomheder, der handler med Rusland, er ligeledes kommet mere i fokus.

Figur 3: Spg. "Er der nogle af nedenstående, som du her på det seneste er begyndt at gøre mere eller mindre af, eller er det samme som sædvanligt?"



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, januar 2023 n=1002. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Randomiseret rækkefølge på handlinger, med fikseret svarliste for hver handling, der tages stilling til.

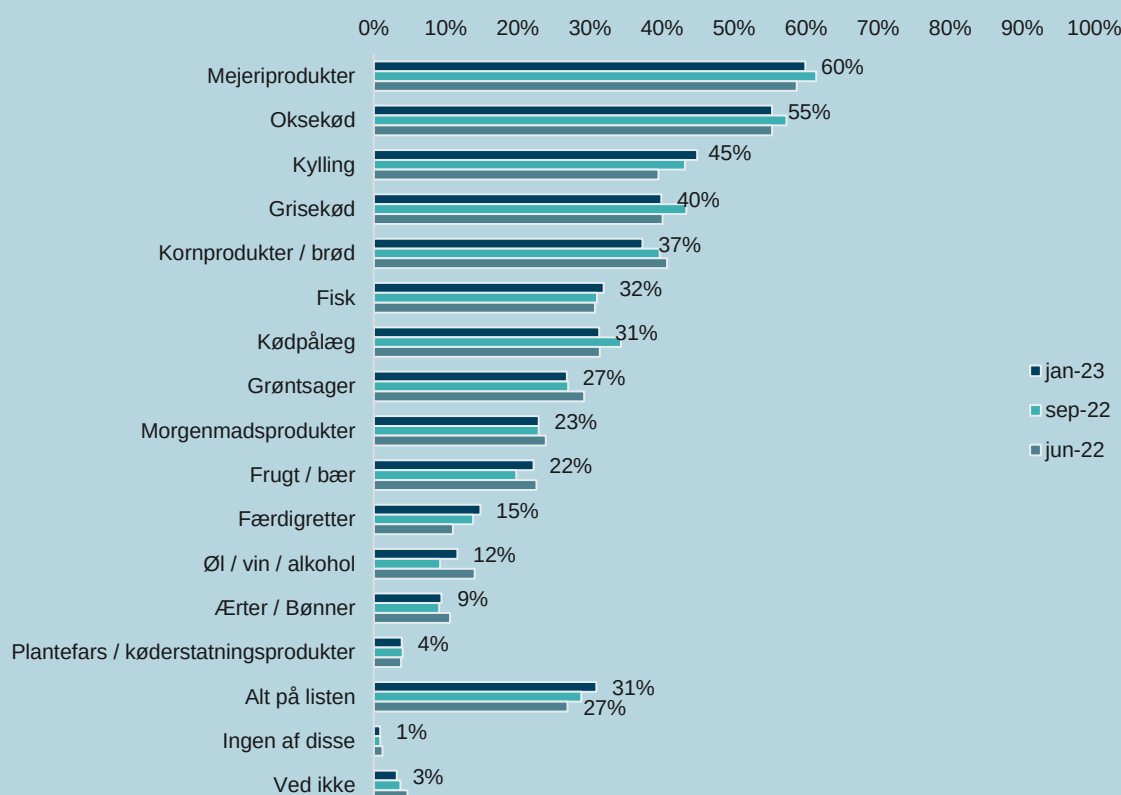
Øverst på listen finder vi mere at købe billigere fødevarer og flere fødevarer på tilbud, som mere end halvdelen af danskerne er begyndt at gøre mere af på det seneste. Det er især de 18 til 34-årige og danskere med husstandsindkomst under 300.000 kr., der i den seneste tid er begyndt at købe flere billige varer. En anden strategi for at spare på madbudgettet er at minimere sit madspild, hvilke lidt flere end hver tredje har fået mere fokus på, mens 28 pct. spiser flere rester på det seneste.

Bekymringen for prisstigninger på energi har også påvirket danskernes adfærd på andre måder den seneste tid. 50 pct. er begyndt at spare på varmen derhjemme, 36 pct. sparer på vandet, og 29. pct. er begyndt at spare på benzin og diesel. Mange undgår at købe varer fra Rusland eller varer fra virksomheder, der handler med Rusland, formentlig som reaktion på den aktuelle krig i Ukraine. Knap halvdelen af danskerne mener, at de på det seneste køber færre luksusvarer såsom møbler og rejser, og hver fjerde dansker er, efter egen opfattelse, begyndt at genbruge og reparere mere i stedet for at købe nyt.

Danskerne oplever, at en del fødevarekategorier er blevet dyrere på det seneste

På trods af at færre bekymrer sig om prisstigninger på fødevarer, oplever mange fortsat at en del fødevarer er blevet dyrere på det seneste, særligt mejeriprodukter og oksekød. 60 pct. af danskerne oplever, at mejeriprodukter er blevet dyrere, imens 55 pct. oplever, at oksekød koster mere end det plejer. Andelen der mener dette, har ligget stabilt siden juni.

Figur 4: Spg. "Er der nogle af følgende typer mad og drikke, som efter din opfattelse er blevet dyrere i supermarkedet gennem de seneste par måneder?"

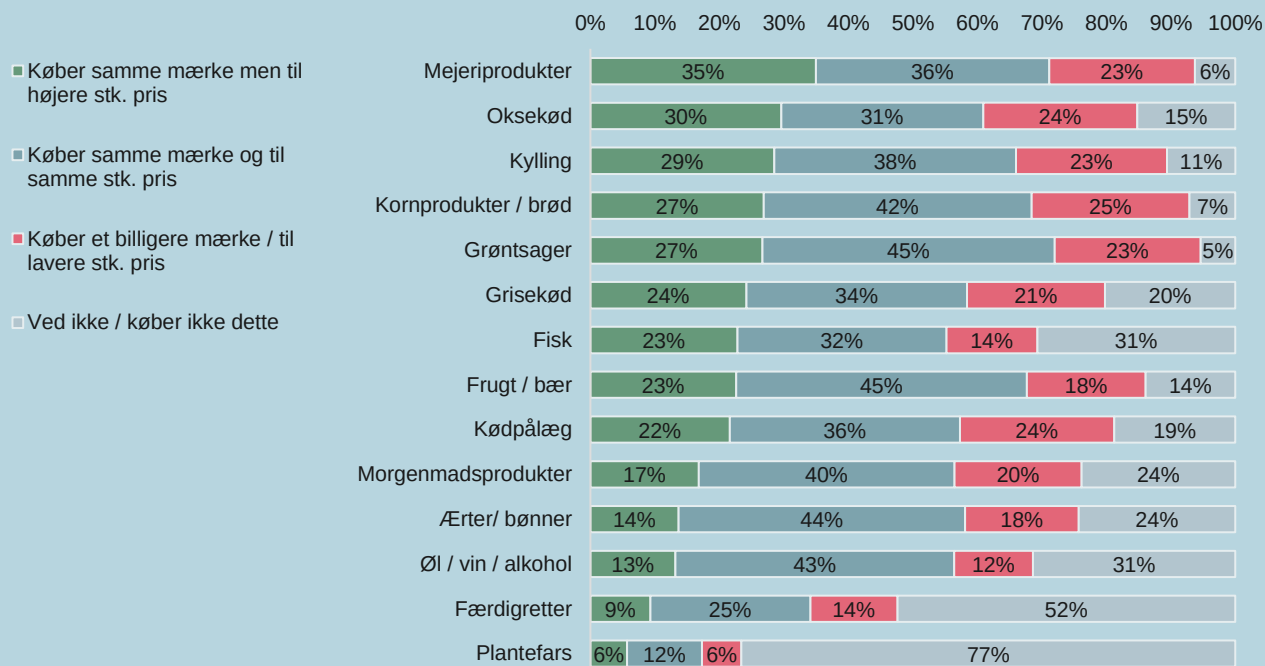


Norstat for Landbrug & Fødevarer juni n=1050, september 2022 n=1011 og januar 2023 n=1002. Undersøgelserne er repræsentative på køn, alder, region og uddannelse. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne. "Alt på listen", "Ingen af disse" samt "Ved ikke" har været placeret nederst i hver visning.

Interessant er det så, om man pga. oplevelsen af højere priser fastholder sin loyalitet mod de mærker, som man plejer at købe, eller køber en billigere variant? Eller måske fastholder sin loyalitet mod det mærke, man kender, men køber en mindre pakkestørrelse, end man plejer, for at kunne få økonomien til at hænge sammen? Vi har derfor spurgt nærmere ind til forbrugernes oplevelse af, om de køber højere stk. pris, end de plejer, eller vælger en billigere variant end den, de normalt køber på en række fødevarekategorier.

For en del kategorier har mere end hver fjerde købt det vante mærke til samme eller en højere pris, frem for at købe en billigere vare, hvilket vidner om, at mange forsøger at fastholde deres loyalitet til de vante mærker. Det glæder særligt mejeriprodukter, hvor 35 pct. oplever at have købt den vare, de plejer, til en højere pris end ellers, mens det for oksekød er 30 pct., der køber deres sædvanlige mærke til en højere stk. pris, end de plejer. Dog oplever omtrent hver fjerde dansker omvendt at have købt en billigere variant, end den de plejer at købe, for på denne måde at spare penge. Det gælder især kornprodukter/brød, kødpålæg, oksekød, mejeriprodukter, kylling og grøntsager.

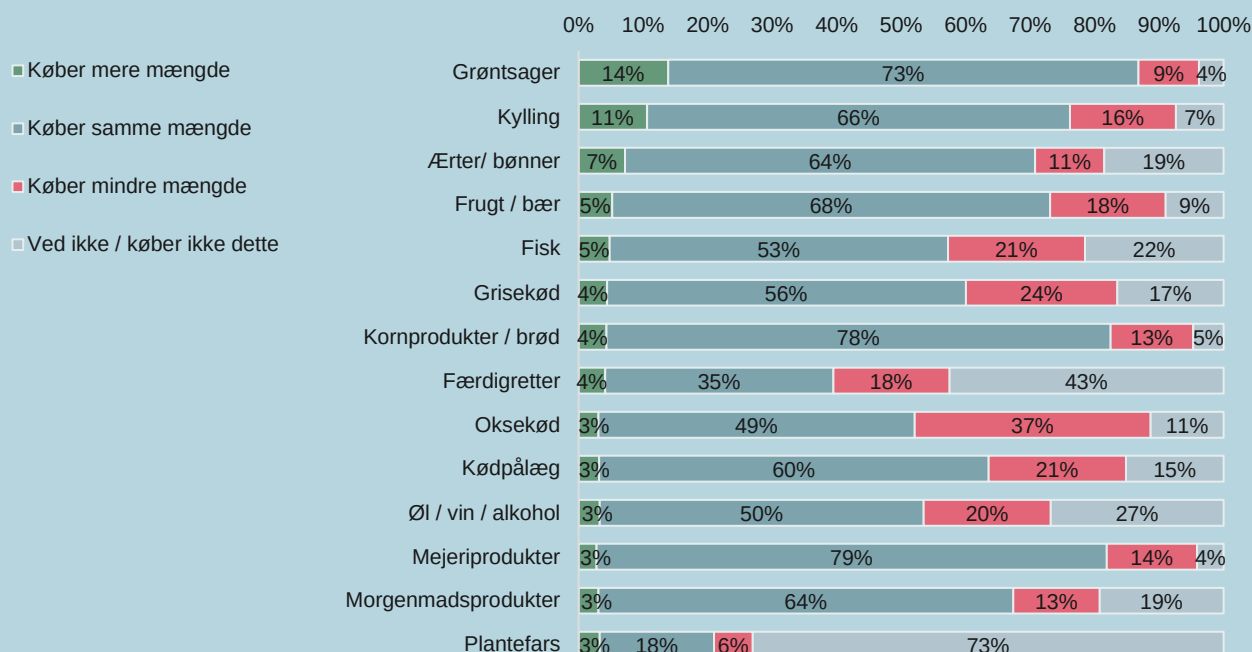
Figur 5: Spg. "Er der nogle af nedenstående typer mad og drikke, hvor dit forbrug på det seneste har ændret sig i forhold til hvor mange penge du bruger?"



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, januar 2023 n=1002. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Randomiseret rækkefølge på fødevarekategorier, med fikseret svarliste for hver kategori, der tages stilling til.

De stigende priser betyder også, at nogle forbrugere i den seneste tid er begyndt at købe en mindre mængde af de fleste kategorier af fødevarer. Som i tidligere målinger angiver meget få at have købt mere mængde på det seneste. 37 pct. af de adspurgte vurderer at have købt en mindre mængde oksekød på det seneste, mens 24 pct. mener, at de har købt en mindre mængde grisekød end de plejer. Grøntsager er den eneste kategori, som danskerne vurderer at have købt mere af den seneste tid. Dette understreger forbrugernes fokus på værdi for pengene i en tid, hvor økonomien ikke rækker til det samme som tidligere.

Figur 6: Spg. "Er der nogle af nedenstående typer mad og drikke, hvor dit forbrug på det seneste har ændret sig i forhold til hvor meget du køber i antal eller mængde?"

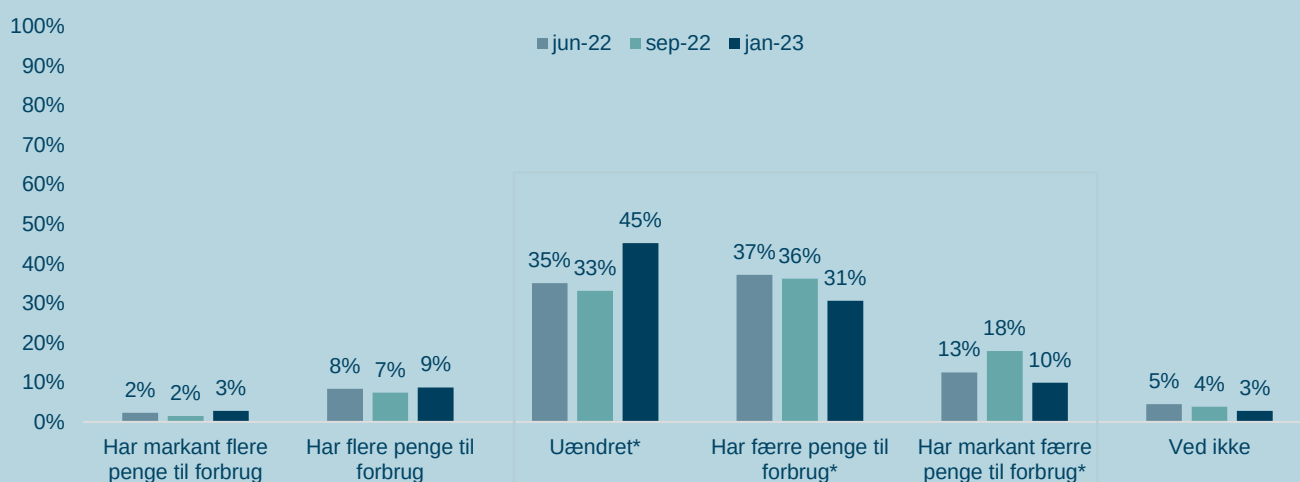


Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer januar 2023 n=1002. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Randomiseret rækkefølge på fødevarekategorier, med fikseret svarliste for hver kategori, man tager stilling til.

Flere end tidligere er fortrøstningsfulde omkring deres privatøkonomi

Danskerne er blevet spurgt ind deres forventninger privatøkonomien i den kommende tid. I januar 2023 forventer 45 pct., at privatøkonomien vil være uændret den kommende tid, mens 41 pct. forventer at have færre eller markant færre penge til forbrug. Sammenlignet med målingerne i juni og september 2022 er det derfor nu flere danskere end tidligere, der er fortrøstningsfulde omkring deres økonomiske situation, eller i det mindste ikke forventer, at den bliver yderligere forværret.

Figur 7: Spg. "Hvordan forventer du, at din privatøkonomi vil være i de næste 3-6 måneder?"



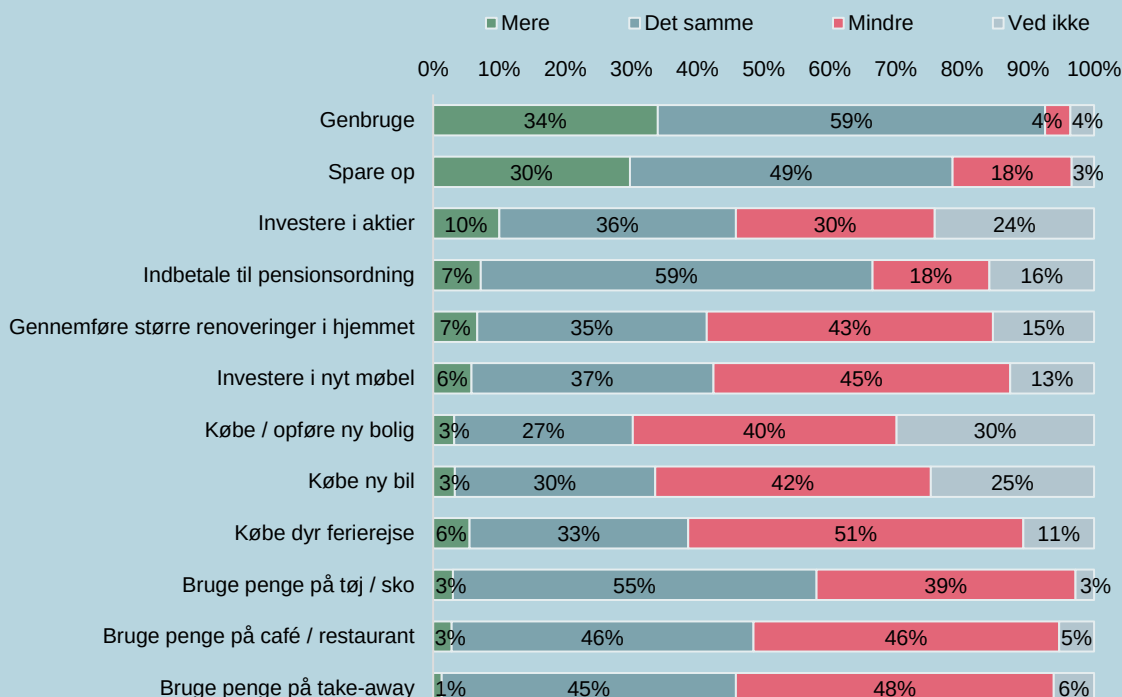
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer juni 2022 n=1050, september 2022 n=1011, januar 2023 n=1002. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. *Signifikant ændring mellem sep-22 og jan-23 (95 pct. sikkerhed).

Det er 12 pct. blandt danskerne, der forventer at have flere eller markant flere penge til forbrug den næste tid. Ser vi nærmere efter, er det særligt de yngste deltagere i undersøgelsen, som er optimistiske omkring privatøkonomien. Blandt 18-29-årige forventer 26 pct. at have flere eller markant flere penge til forbrug de næste 3-6 måneder, mens det omvendt kun gælder 5 pct. blandt danskere over 50 år. Beskæftigelsessituationen kan formentlig spille ind her, idet knap halvdelen blandt de 18-29-årige angiver at være studerende på undersøgelsens tidspunkt. Det er derfor nærliggende at antage, at nogle blandt disse forventer at afslutte deres uddannelse snart, hvilket kan føre til job med højere løn, end hvad de hidtil har været vant til.

Fokus på genbrug og opsparing i den kommende tid

Danskerne har forskellige strategier til at håndtere den pressede økonomiske situation. Som i tidligere målinger giver en del stadig udtryk for økonomisk tilbageholdenhed og særligt foodservice er en af de ting, som danskerne vil nedprioritere. 48 pct. af danskerne forventer at bruge færre penge på take-away i den kommende tid, mens 46 pct. forventer at bruge færre penge på café- og restaurantbesøg. Genbrug er (stadig) guld, og hver tredje af de adspurgte forventer at begynde at genbruge mere i den næste tid. Det er særligt de yngre deltagere mellem 18-29 år, der forventer at genbruge mere. Dette taler igen ind i tendensen om snusfornuft og tilbageholdenhed. Generelt vil mange bruge færre penge på fornyelse af hjemmet og forbrugsgoder så som ferier, møbler, ny bil, og tøj og sko.

Figur 8: Spg. "Er der nogle af de nedenstående, som du vil begynde at gøre mere eller mindre af i den kommende tid, eller vil det være det samme?"



Norstat for Landbrug & Fødevarer, januar 2023 n=1002. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Randomiseret rækkefølge på handlinger, med fikseret svarliste for hver handling, der tages stilling til.

Opsummering: En periode med bekymring og økonomisk tilbageholdenhed

Mange danskere er fortsat bekymrede over prisstigninger på energi og fødevarer, om end det er lidt færre end i tidligere målinger. Mange oplever dog fortsat, at prisstigningerne presser det økonomiske råderum, hvilket har skabt større fokus på at gå efter tilbuddene, og kigge kritisk på forbrug og spild. Særligt madspild er kommet mere i fokus som noget, man gerne undgår. Danskerne oplever fortsat, at en del fødevarer er blevet dyrere, og her er tendensen, at man forsøger at fastholde loyalitet mod vante mærker og kendte produkter og købe disse til højere stk. pris, end man er vant til. For at madbudgettet skal gå op, skæres der til gengæld ned på mængden, der købes, af de fleste kategorier med undtagelse af grøntsager.

Der er tegn på en spirende optimisme, idet danskerne synes en smule mere fortrøstningsfulde omkring deres privatøkonomi. Sammenlignet med september forventer flere nu, at deres økonomiske situation vil være uændret de næste 3-6 måneder, mens færre end tidligere forventer, at de vil have færre eller markant færre penge til forbrug den kommende tid. Stadig giver en del udtryk for økonomisk tilbageholdenhed i den kommende tid. Der vil være ekstra fokus på at genbrug og opsparing i stedet for at købe nyt. Inden for fødevarer er særligt take-away og udespisning noget, som danskerne forventer at bruge færre penge på i den kommende tid.

Som fødevarereproducent med interesse for at afsætte fødevarer til danskerne, kan det anbefales at kigge mere mod billigere råvarer, produkter og udskæringer. Forbrugerne har fokus på værdi for pengene, og med en mere presset økonomi, ikke mindst som følge af stigende priser på benzin og energi, vil der sandsynligvis blandt nogle fortsat blive skåret ned på indkøb af højværdi fødevarer. Det kan samtidig anbefales, at energiforbrug og forsyningskæder ifm. produktionen af fødevarer og måltidsløsninger bliver tænkt igennem, særligt med henblik på, om det er muligt at source mere lokalt. I en utryk tid kan lokale leverandører betyde en kortere og mindre usikker vej fra jord til bord, og kan samtidig være en god fortælling over for danskere, der føler bekymring over situationen. Gentænk samtidig occasions, hvori forskellige måltidsløsninger og fødevarer indgår. Samvær og fællesskab vil fylde mere i den kommende tid. Forbrugerne vil prioritere familien og det nære, og det kan derfor anbefales i - endnu - højere grad at henvende sig til disse situationer.

Om analysen

- Analysen er baseret på data indsamlet af Norstat for Landbrug & Fødevarer i januar måned 2023, og er repræsentativ for køn, alder, region og uddannelse. I undersøgelsen deltog 1.002 danskere mellem 18-70 år. Undersøgelsen blev første gang gennemført i juni 2022 med 1.050 deltagere og gentaget i september med 1.011 deltagere. Begge disse undersøgelser er ligeledes blandt danskere ml. 18-70 år og ligeledes nationalt repræsentative på køn, alder, region og uddannelse.
- Analysen inddrager Danmarks Statistiks Forbrugertillidsindikator, januar 2023. Vi henviser til Danmarks Statistik for yderligere uddybning af beregningen af forbrugertillidsindekset.
- Analysen trækker desuden på indsigter fundet hos Euromonitor International, Cost-of-living crisis, October 2022, og WGSN: Cost of Living: Consumer emotional states, October 2022
- Forsidebilledet er fra pexels.com, fotograf Michael Burrows