

Analyse af danskernes syn på klima og bæredygtighed

Marts 2023

Landbrug & Fødevarer



Analyse af danskernes syn på klima og bæredygtighed

Landbrug & Fødevarer har undersøgt danskernes holdninger og prioriteringer, når det gælder klima, miljø og bæredygtighed. Undersøgelsen er en gentagelse af to andre undersøgelser gennemført i hhv. 2019 og 2020. Analysen fokuserer primært på resultaterne i 2022, men der inddrages fund fra tidligere år, hvor det er meningsfuldt. De vigtigste indsigter er:

Danskerne vil gerne ændre adfærd

Generelt bekymrer danskerne sig om bæredygtighed og de er villige til at ændre adfærd eller vaner af hensyn til klima, miljø og bæredygtighed. Typisk finder danskerne egne "veje", når det handler om, hvilke klima- og bæredygtighedshandlinger, som man selv forestiller sig at udføre.

- Hele 95 pct. har enten ændret adfærd eller er villige til at ændre adfærd af hensyn til klima, miljø og bæredygtighed. Andelen som 'helt sikkert' vil ændre adfærd er dog faldet fra 40 pct. i 2019 til 33 pct. i 2022. Baggrunden for dette skal sandsynligvis findes i først Covid19 pandemien og senest krigen i Ukraine, der har skabt stort pres på forsyningskæder og ført til prisstigninger på energi og fødevarer. Dette har for nogle medført et ændret fokus, hvor hensyn til klima og bæredygtighed træder lidt i baggrunden.
- Mere end halvdelen af danskerne bekymrer sig om global opvarmning, ophobning af plastik i naturen, regnskove der fældes, forurening af natur og miljø samt den voksende befolkning på jorden. De vigtigste årsager til at købe mere bæredygtig mad og drikke er da også villigheden til at passe på naturen og at efterlade kloden i god stand til kommende generationer.
- 61 pct. tænker i 'nogen' eller 'høj' grad over bæredygtighed, når de handler mad og drikke. Andelen er dog faldet lidt siden 2019. Igen kan den seneste tids inflation og højere fødevarerpriser have spillet ind på danskernes fokus, hvor bæredygtighed træder en smule i baggrunden over for en aktuel situation, hvor man er presset på pengepungen.
- Danskerne peger på 'politikere' og dernæst 'forbrugerne' som dem, der har det største ansvar for at sikre en bæredygtig fødevarerproduktion. 46 pct. peger på fødevarerproducenterne og 42 pct. peger på landbruget som den aktør, der bærer det største ansvar.

Fokus på trade-offs mellem forskellige handlinger

Undersøgelsen har sat fokus på de trade-offs, der er mellem forskellige handlinger i hverdagen. Dette gøres ved at føre deltagerne gennem et valgekspériment, hvor de med brug af MaxDiff metoden 'tvinges' til at prioritere mellem en række udvalgte bæredygtighedshandlinger ift., hvad de *mest* og *mindst* kunne forestille sig at gøre selv.

I alt er 35 forskellige handlinger, der potentielt kan påvirke miljø, klima og bæredygtighed, blevet undersøgt. Det er kun de 95 pct. af deltagerne, der enten allerede har eller gerne vil ændre adfærd minimum en lille smule, der er blevet spurgt om at prioritere mellem de forskellige handlinger.

I prioriteringsøvelsen ser vi at:

- Danskerne er positive omkring egen evne til at udføre, hvad de betragter som de mest betydningsfulde klimahandlinger: 16 ud af de 35 handlinger vurderes af mere end halvdelen af deltagerne som værende både betydningsfulde og samtidigt relativt nemme at føre ud i livet. Her er der bl.a. særligt fokus på at nedbringe forbruget af plastik, minimere madspild, at købe flere danske eller lokalproducerede fødevarer, fødevarer der er i sæson og spise mindre oksekød.
- Også adfærd relateret til transport og energi, såsom at flyve mindre og vaske tøj ved lavere temperaturer, anses af over halvdelen som værende både betydningsfuldt og relativt nemt at føre ud i livet. I lyset af den høje inflation og stigende priser på energi i 2022 har mange danskere måske allerede foretaget disse energibesparelser, og betragter det derfor ikke som så svært at gøre længere.
- Handlinger, som er vurderet betydningsfulde, men som samtidig opleves sværere at udføre, omfatter blandt andet at bruge mere vedvarende energi og køre mindre i bil, samt mange af de mere investeringstunge handlinger såsom at isolere boligen.
- Blandt de mindst populære handlinger findes dét, som forbrugerne enten vurderer har for lille effekt på miljø og klima, eller fordi det er for svært at gøre. Det handler især om at spise færre mælkeprodukter og mindre kylling og at streame mindre.

Fem forskellige strategier til et mere bæredygtigt forbrug

Der kan være mange individuelle veje til mere bæredygtig adfærd, og det er i undersøgelsen forskelligt fra person til person, hvordan der prioriteres. Baseret på MaxDiff øvelsen har Epinion på vegne af Landbrug & Fødevarer identificeret fem forskellige bæredygtighedsstrategier.

De fem strategier kan beskrives således:

- #1 'Mad med mening': En strategi med fokus på, hvordan maden produceres. Der er præference for økologiske, naturlige, lokale, danske fødevarer. 15 pct. anvender denne strategi.
- #2 'Meget mere grønt': En strategi, hvor der er fokus på, hvad der ligger på tallerken. Specifikt har man præference for at spise mindre kød og mere frugt og grønt. Der er ikke fokus på at flyve eller streame mindre. 25 pct. anvender denne strategi.
- #3 'Langsigtede bæredygtighedsinvesteringer': En strategi, hvor man har fokus på og præference for bæredygtige investeringer som fx solceller på taget eller at skifte fra benzin- til el-bil. Der er til gengæld lav villighed til at spise mindre kød, flyve mindre eller ændre transportvaner. 21 pct. anvender denne strategi.
- #4 'Ændring af transportvaner': En strategi, hvor der er fokus på at minimere egen transport i bil og med fly, og i stedet vælge offentlig transport. 12 pct. anvender denne strategi.
- #5 'Lidt af hvert, men ikke for svært': En strategi, hvor man ikke er så involveret. Man har ingen deciderede mærkesager, men man vil gerne gøre lidt hist og pist. Man er typisk ikke særlig villig til at spise mindre kød. 28 pct. anvender denne strategi.

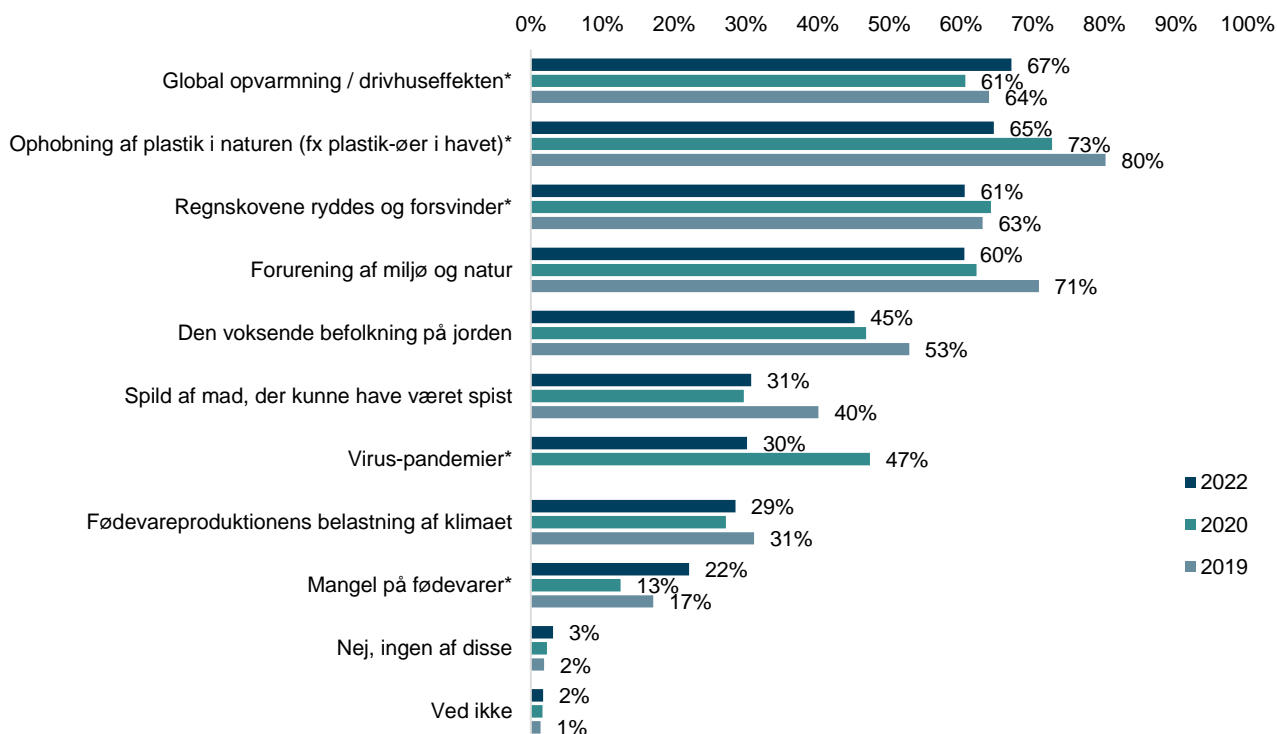
Danskerne bekymrer sig om bæredygtighed, klima og miljø

Bæredygtighed er en vigtig megatrend, og emnet er blevet undersøgt i mange af Landbrug & Fødevarers analyser. I denne analyse er der fokus på forbrugernes præferencer og prioriteringer i relation til at have et mere bæredygtigt forbrug.

Undersøgelsen afdækker de trade-offs, der kan være i hverdagen, når det gælder forskellige handlinger, der kan have betydning for bæredygtighed. Her opnås forståelse for, i hvor høj grad og på hvilken måde forbrugerne er villige til at ændre adfærd i henhold til bæredygtighed, samt hvilke handlinger, de mener har størst positiv værdi for klima, miljø og bæredygtighed. Ligeledes belyses, hvor svært de forskellige handlemuligheder opleves at være at føre ud i livet. Undersøgelsen er gennemført første gang i 2019, derefter i 2020 og nu igen i november 2022. Analysen har fokus på seneste måling, men sammenligner løbende med de tidligere undersøgelser, hvor de er relevante.

Først præsenteres deltagerne for en række udfordringer, som verden kan stå overfor om 10-15 år, og bliver spurgt, om der er nogle af disse, som de selv er særligt bekymrede over. Her ser vi, at særligt fire udfordringer bekymrer minimum seks ud af ti danskere. Øverst på listen finder vi global opvarmning, dernæst ophobningen af plastik i naturen, udryddelse af regnskovene og forurening af miljø og natur. Konkret er det 67 pct. blandt undersøgelsens deltagere, der udtrykker bekymring om global opvarmning, hvilket er signifikant flere end i 2020, hvor topscorerne var ophobning af plastik i naturen efterfulgt af forurening af miljø og natur.

Figur 1: Spg. Nogle vil mene, at verden kan stå over for nedenstående udfordringer de næste 10-15 år. Er der nogen af disse, som du selv er særligt bekymret over?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer august 2019 n=1553, august 2020 n=1524, november 2022 n=1500. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne. Note: Svarmuligheden "Virus-pandemier" er tilføjet i 2020. Ved markering med * er ændringen fra 2020 til 2022 statistisk signifikant med en p-værdi på 0,05.

Det er generelt oftere kvinder og yngre danskere, der udtrykker bekymring over global opvarmning. Men siden 2020 er der nu også flere blandt danskere over 40 år, der giver udtryk for bekymring. Samtidig er der nu endnu flere kvinder end tidligere, der udtrykker bekymring.

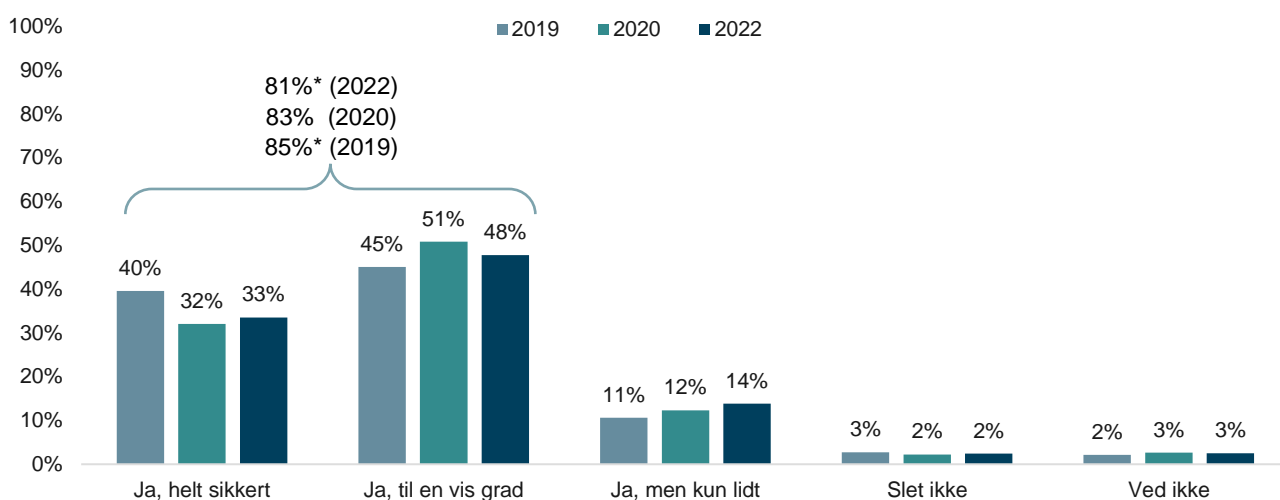
Længere nede på listen finder vi, at 22 pct. er bekymrede for mangel på fødevarer. Dette er ligeledes markant flere end i 2020, hvor 13 pct. udtrykte denne bekymring. Denne stigning er sandsynligvis forbundet med at krigen i Ukraine lægger pres på forsyningskæder og måske får flere til at spekulere over, om der mon er mad nok til alle.

Langt de fleste er villige til at ændre adfærd

Størstedelen af danskerne har ændret eller er villige til at ændre adfærd af hensyn til klima, miljø og bæredygtighed. I alt svarer 95 pct., at de i større eller mindre omfang enten har ændret adfærd eller er villige til at ændre adfærd af hensyn til klima, miljø eller bæredygtighed. Heriblandt er det 33 pct., der gerne ændrer adfærd i høj grad, mens 48 pct. gerne ændrer adfærd i nogen grad.

Sammenligner vi med målingerne i 2019 og 2020, er det også her 95 pct., der enten har ændret adfærd eller er villige til at gøre det af hensyn til klima, miljø eller bæredygtighed. Graden af, hvor villig man er til at ændre adfærd, er dog blevet en smule mindre med årene. I 2022 er det lidt færre, der 'helt sikkert' eller 'til en vis grad' vil ændre adfærd, og lidt flere til gengæld svarer 'ja, men kun lidt'. Baggrunden for denne udvikling skal muligvis søges i den aktuelle situation, hvor krigen i Ukraine har lagt pres på forsyningskæder og ført til stigende priser på energi og fødevarer. Forbrugerne er pressede på pengepungen, og i november 2022 fylder høje priser sandsynligvis mere end handlingsændringer til fordel for klima, miljø og bæredygtighed.

Figur 2: Spg. Har du eller kunne du finde på at ændre adfærd eller vaner af hensyn til klima, miljø eller bæredygtighed?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer november Epinion for Landbrug & Fødevarer august 2019 (n=1553), august 2020 (n=1524), november 2022 (n=1500). Ved markering med * er ændringen statistisk signifikant med en p-værdi på 0,05.

Det er her samtidig vigtigt at holde sig for øje, at der for nogle kan være en vis grad af 'politisk korrekthed' i at svare ja til gerne at ville ændre adfærd i mere bæredygtig retning, og at der i praksis

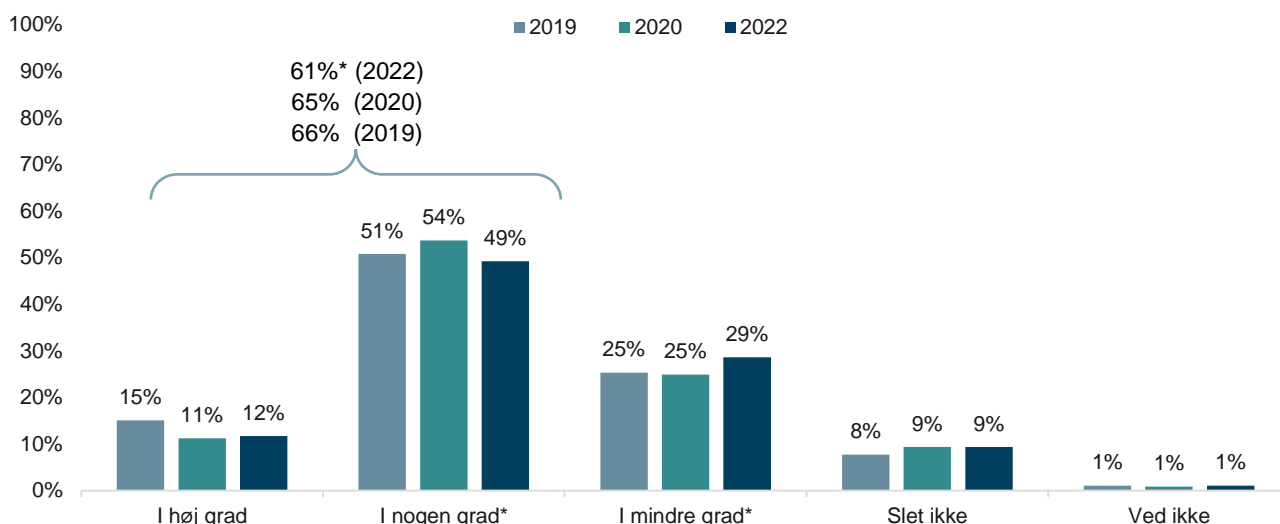
kan være meget langt fra en positiv intention til rent faktisk at føre det ud i livet. Barriererne er mange og spænder lige fra kompleksiteten i at gøre det rigtige, til tvivlen om det overhovedet nytter, eller at ansvaret ligger et andet sted. I en presset hverdag er det ikke så enkelt at ændre fasttømrede vaner og bruge ekstra tid og ressourcer på at gøre tingene anderledes, trods gode intentioner.

Mange tænker over bæredygtighed i relation til fødevarer

Bæredygtighed inden for fødevarer er et bredt og komplekst begreb, der kan handle om flere forskellige aspekter. Lige fra *hvordan* fødevarerne er produceret hos landmanden, *hvor* det er produceret henne – og *hvornår* – til de forbrugs- og indkøbsvaner, som forbrugerne selv har. Men hvordan interessen for bæredygtighed bedst kommer til udtryk i det personlige fødevarerforbrug, kan der være meget delte meninger om.

Generelt viser undersøgelsen dog, at seks ud af ti danskere tænker over bæredygtighed i nogen eller høj grad, når de køber mad og drikke. Sammenlignet med tidligere undersøgelser tænker lidt færre dog over bæredygtighed i 'høj' eller 'nogen grad', mens det omvendt nu er lidt flere, der tænker over bæredygtighed 'i mindre grad'.

Figur 3: Spg: I hvor høj grad tænker du over bæredygtighed, når du køber mad og drikke?



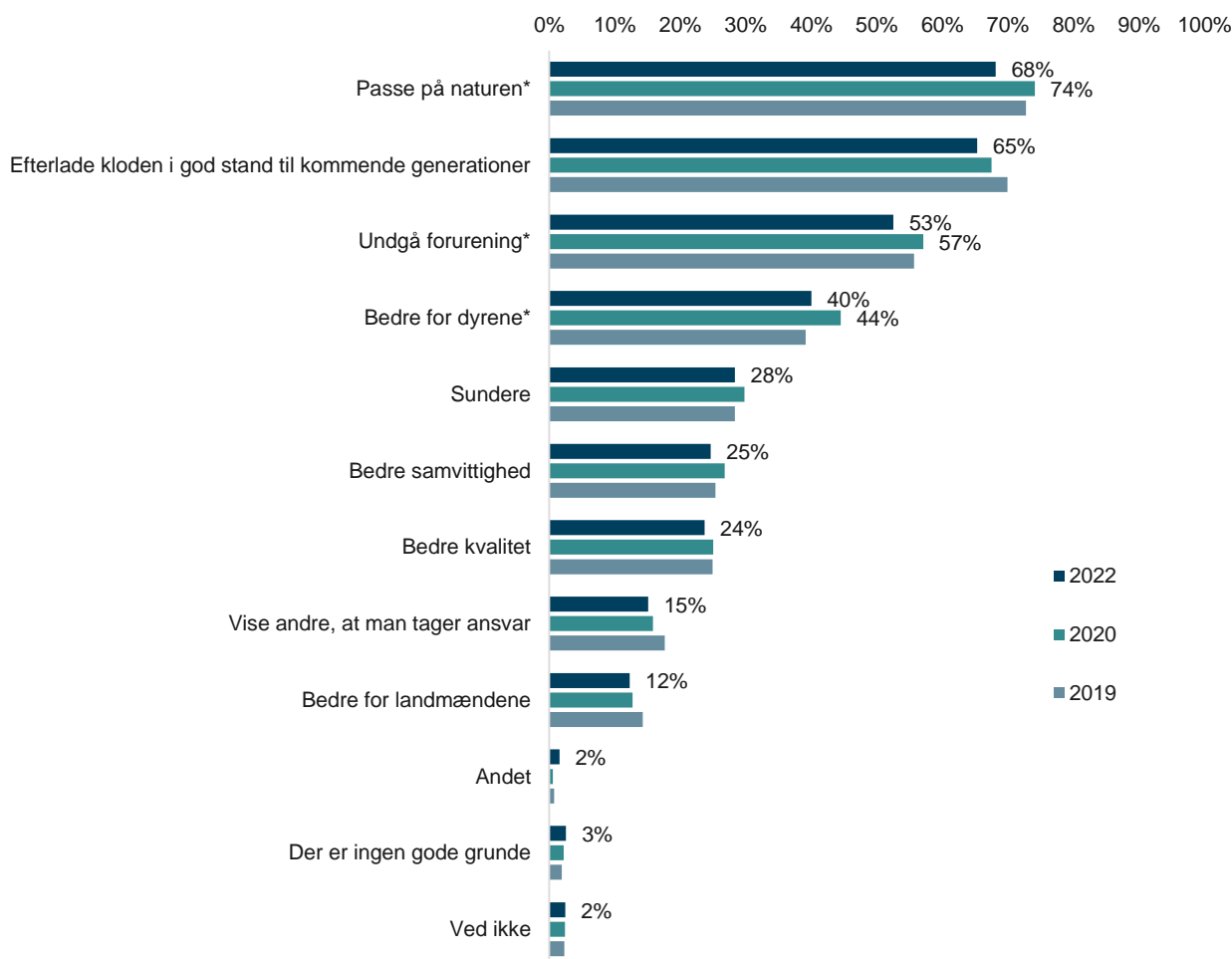
Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer august 2019 (n=1553), august 2020 (n=1524), november 2022 (n=1500). Ved markering med * er ændringen statistisk signifikant med en p-værdi på 0,05.

Tidligere undersøgelser foretaget af Landbrug & Fødevarer har vist, at der eksisterer mange valgkriterier i indkøbssituationen, og kriterier relateret til bæredygtighed generelt fylder mindre end fx smagspræferencer, prisklasse, oplevet sundhed og hensyn til andre i husstandens præferencer og behov. Igen kan forskellen mellem 2022 og de tidligere målinger derfor skyldes, at den aktuelle situation med stigende priser på energi og fødevarer i indkøbsøjeblikket fylder mere hos danskerne end overvejelser om bæredygtighed. Øvrige barrierer for mere bæredygtige indkøb af mad og drikke kan samtidig være mere lystbetonet forbrug, vanens magt og kompleksiteten i at tage det mest bæredygtige valg i indkøbssituationen.

Bæredygtige fødevarer prioriteres ud fra et ønske om at passe på naturen

Når danskerne tænker bæredygtighed ved køb af mad og drikkevarer begrundes det primært med et ønske om at passe på naturen og at efterlade kloden i god stand til de kommende generationer. Ligeledes fylder ønsket om at undgå forurening hos over halvdelen af de adspurgte. Omvendt kommer begrundelser om egen sundhed, bedre samvittighed og bedre kvalitet længere nede på listen.

Figur 4: Spg: Hvad er efter din mening de vigtigste grunde til at købe mad og drikke, der er mere bæredygtigt produceret?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer november 2022 n=1500. Ved markering med * er ændringen fra 2020 til 2022 statistisk signifikant med en p-værdi på 0,05. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne.

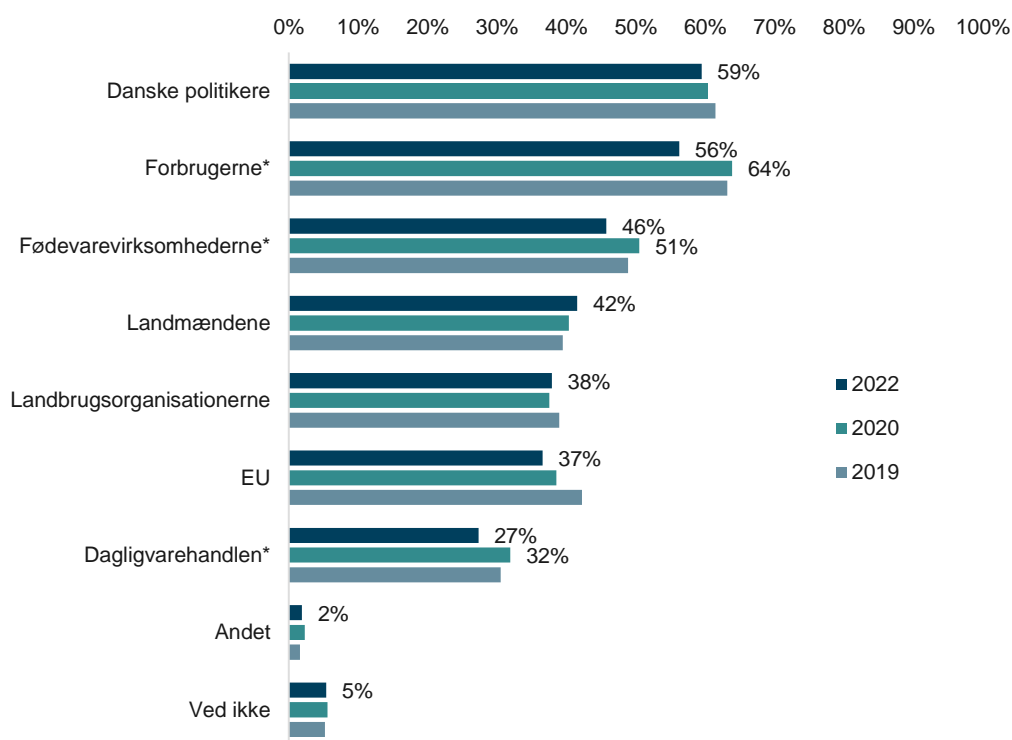
Det er særligt de 60-69-årige, der ønsker at efterlade kloden i god stand til kommende generationer, hvilket ses ved at hele 74 pct. i denne gruppe mener, at kommende generationers velbefindende er den vigtigste grund til at købe mere bæredygtigt produceret mad og drikke.

Ansaret for bæredygtig fødevareproduktion ligger hos politikere og forbrugere

Danskerne ser det politiske system og dem selv, forbrugerne, som primært ansvarlige for at sikre en bæredygtig fødevareproduktion i Danmark. Direkte adspurgt er det over halvdelen, der lægger et stort ansvar på egne skuldre af hensyn til at sikre en bæredygtig produktion. Det er samtidig lidt under halvdelen, der peger på fødevarer virksomheder som nogle, der har det største ansvar. Blandt omkring fire ud af ti danskere har landmænd, landbrugsorganisationer og EU dog også et ansvar for at sikre en bæredygtig fødevareproduktion i Danmark.

Sammenlignet med de tidligere målinger har 'danske politikere' taget et spring op på førstepladsen, mens 'forbrugerne' nu er rykket ned på andenpladsen over dem, som deltagerne i undersøgelsen mener bærer det største ansvar for at sikre en bæredygtig fødevareproduktion i Danmark.

Figur 5: Spg: Hvem mener du, har det største ansvar for at sikre en bæredygtig fødevareproduktion i Danmark?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer august 2019 (n=1553), august 2020 (n=1524), november 2022 (n=1500). Ved markering med * er ændringen fra 2020 til 2022 statistisk signifikant med en p-værdi på 0,05. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne.

Fokus på trade-offs mellem forskellige handlinger

Deltagerne er blevet spurgt ind til en række forbrugshandlinger, der potentielt kan påvirke miljø, klima og bæredygtighed. Handlingerne er udvalgt på baggrund af forbrugsanbefalinger fra medier, interesseorganisationer, virksomheder og eksperter, og strækker sig over en række forskellige typer forbrugshandlinger – alt fra at flyve mindre, spise mere frugt og grønt, spise mindre kød, bruge mindre plastik, tage kortere bade og bruge mindre energi.

I den forbindelse er det vigtigt at tage nogle forbehold:

- De 35 klimahandlinger er udvalgt tilbage i 2019 efter grundig desk research, ud fra hvad der forventes at have størst påvirkning og tilslutning fra forbrugerne.
- Af hensyn til undersøgelsens længde og respondentbelastning er der lavet en afgrænsning i antallet af potentielle klimahandlinger, da hver respondent skal forholde sig til hver enkel klimahandling, og dette således øger undersøgelsens omfang, jo flere handlinger, der medtages. Fx blev anbefalingen om at bruge mindre stanniolpapir fravalgt, ligeledes blev handlingen ”drikke mindre kaffe” fravalgt. Dette bevidste fravalg betyder dog så, at der kan være potentielt vigtige klimahandlinger, der ikke er dækket i denne undersøgelse.
- De 35 handlinger har ikke samme klimapåvirkning, hvorved de ikke direkte kan sammenlignes ift. udledning. På samme måde er prisen eller omkostningerne for at udføre handlingerne meget varierende.
- Nogle handlinger er *tilvalg*, man som forbruger kan foretage eller *gøre mere af*, mens andre gøremål er *fravalg* eller noget, man som forbruger kan *gøre mindre af*. De faktorer gør, at det bliver vanskeligere at sammenligne handlingerne direkte over for hinanden.
- Samtidig er det vigtigt at holde sig for øje, at der spørges ind til at *gøre enten mere eller mindre* i handlingerne, men der spørges *ikke* ind til, om man vil stoppe helt eller begynde med noget helt nyt. Det gør det sværere at udlede præcist, hvor meget mere eller mindre den enkelte dansker præcist vil udføre pr. handling.
- Relevans og afsavn for de enkelte handlinger afhænger af den enkeltes livssituation. Har man f.eks. ingen brændeovn, er det ikke relevant at bruge den mindre, eller hvis man bedre kan lide at holde ferie i Danmark end i udlandet, lider man mindre afsavn ved at flyve mindre langdistance end den passionerede globetrotter.

Omvendt er det også mange danskeres virkelighed, at der er mange forskellige livssituationer og potentielle handlinger, hvor nogle vil være sværere og måske dyrere, mens andre vil være lettere og måske også nemmere at gå til, alt afhængig af, hvem man er.

Denne del af undersøgelsen skal derfor ses som et overordnet kvantificeret udtryk for, hvordan danskerne tænker ift. mulige forbrugshandlinger, der kan hjælpe, når det kommer til klima, bæredygtighed og miljø. Det er et udtryk for, hvordan danskerne lige nu forholder sig til, hvad man selv kan gøre som forbruger – og altså dermed ikke et udtryk for, hvad der så er det rigtige at gøre for den enkelte.

Handlinger relateret til mad og drikke vurderes til at være nemme at udføre

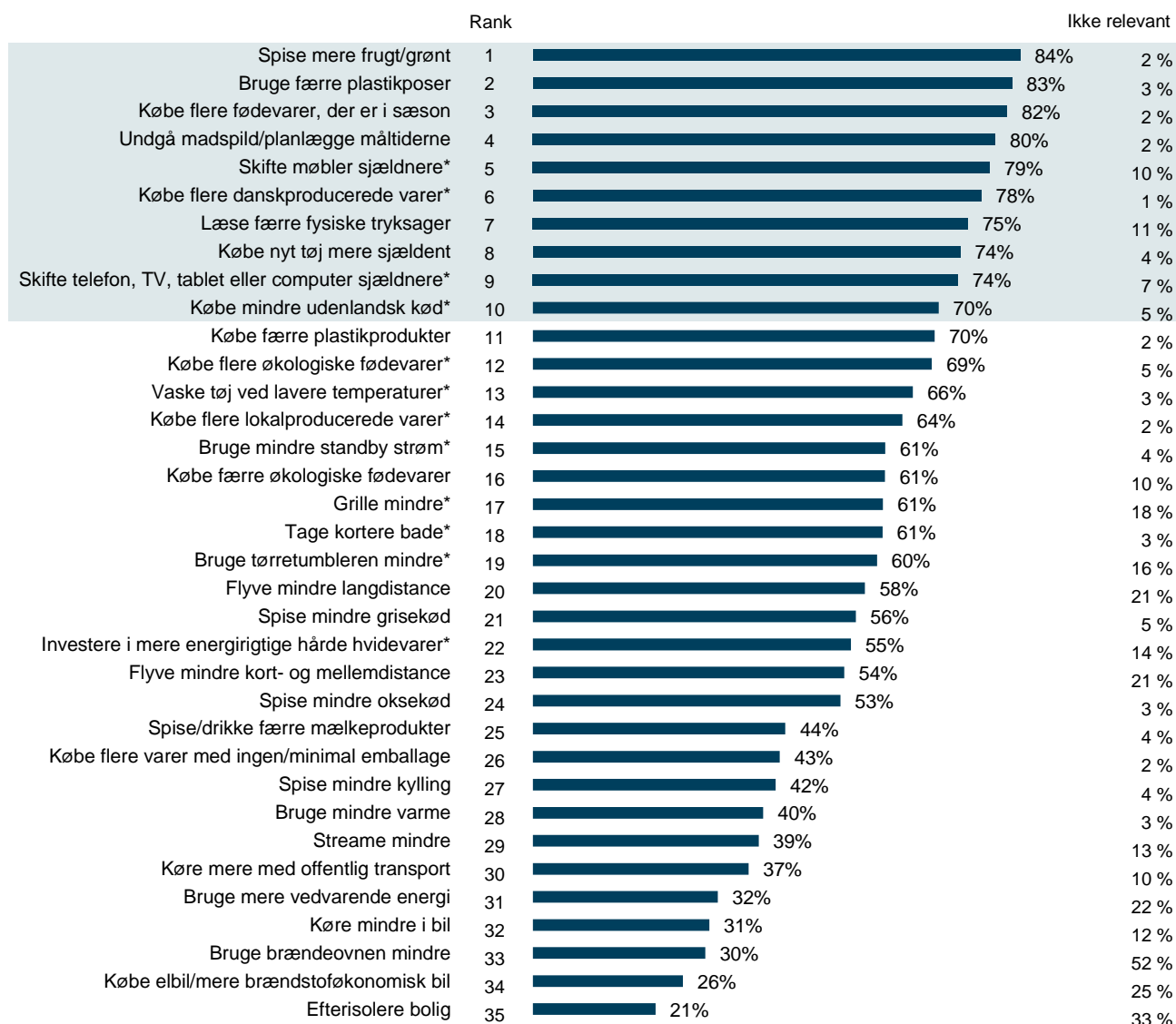
Deltagerne har taget stilling til, hvor nemme eller svære de forskellige handlinger er at føre ud i livet. Her ser vi, lige som de øvrige år, at en del af de handlinger, som flest finder let at føre ud i livet, vedrører mad og drikke. Konkret er tre af top-fire handlinger, som otte ud af ti finder nemt eller meget nemt at føre ud i livet, relateret til fødevarer.

På førstepladsen finder vi handlingen ”spise mere frugt/grønt” som hele 84 pct. vurderer som nemt eller meget nemt at føre ud i livet, efterfulgt af ”bruge færre plastikposer”, som 83 pct. vurderer som nemt eller meget nemt. På tredjepladsen finder vi ”købe flere fødevarer, der er i sæson”, hvilket 82

pct. vurderer som nemt eller meget nemt at føre ud i livet, efterfulgt af "undgå madspild/planlægge måltiderne", som 80 pct. vurderer som nemt eller meget nemt at gøre i praksis.

Blandt handlinger inden for mad og drikke, som til gengæld vurderes som sværere at gennemføre i forhold til øvrige mulige handlinger, er at spise mindre kød og færre mejeriprodukter. De handlinger, som vurderes som de sværeste handlinger at udføre vedrører bolig- og transport. Fx er "efterisolering af bolig" den mest vanskelige handling, som kun 21 pct. finder enten nemt eller meget nemt at udføre, mens blot 26 pct. finder det nemt eller meget nemt at køre mere i elbil eller brændstoføkonomisk bil.

Figur 6: Spg: Hvor nemt eller svært er det for dig at føre >handling< ud i livet? I grafen vises top-2 dvs. den andel som har svaret "meget nemt" eller "nemt".



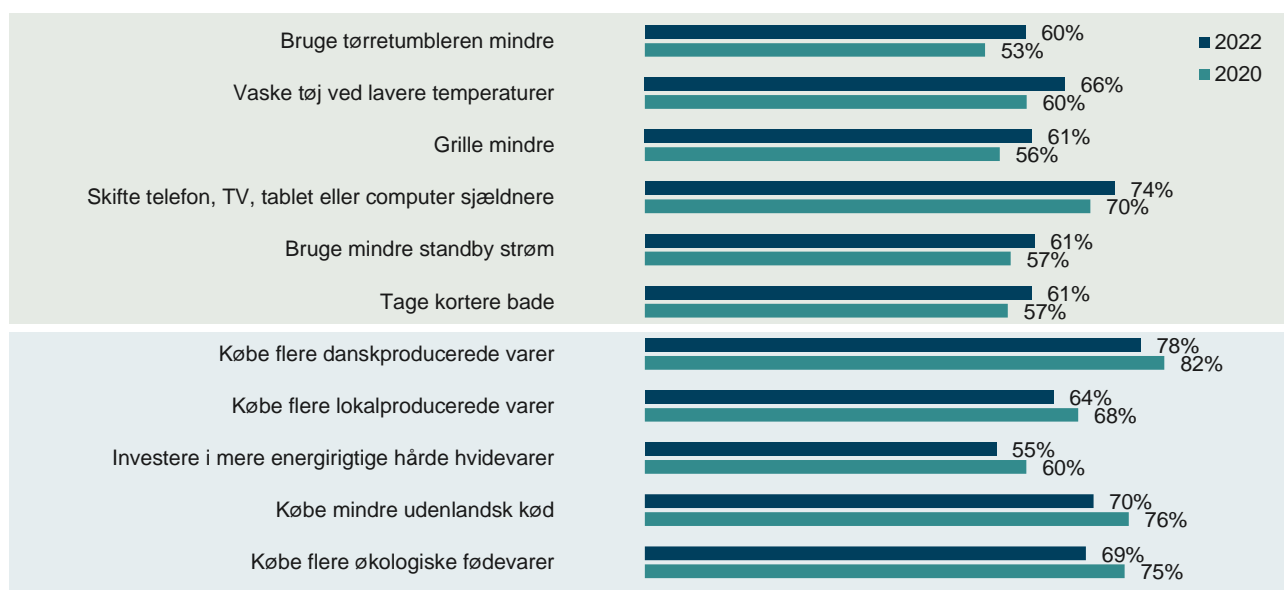
Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer november 2022 n=1500. Hver handling er blevet vurderet på en 4 punkts skala: "Meget nemt", "Nemt", "Svært", "Meget Svært". Også mulighed for at svare "Ikke relevant".

Bemærk samtidig de meget varierende andele af svarpersoner, som svarer 'ikke relevant' for de enkelte handlinger. Mange af de nederst rangerende handlinger har netop store andele på "ikke relevant". Det gælder blandt andet 'efterisolering af bolig' og 'bruge brændeovnen mindre', som hver især forudsætter, at man har ejerbolig og adgang til brændeovn.

Sammenlignet med 2020 er der en del forbrugshandlinger, som flere danskere oplever, er nemt at føre ud i livet. Bl.a. er der flere, der vurderer det som nemt eller meget nemt at bruge tørretumbleren mindre, vaske tøj ved lavere temperaturer, grille mindre, skifte telefon, tv, tablet eller computer sjældnere, bruge mindre standby strøm og tage korte bade. Formentlig skal dette ses i lyset af, at mange danskere måske har foretaget netop disse handlinger i 2022 af økonomiske hensyn som følge af de høje prisstigninger på energi, og det kan have resulteret i, at det nu opleves nemmere at foretage disse bæredygtige forbrugshandlinger sammenlignet med tidligere.

Der er dog også nogle forbrugshandlinger, som færre end tidligere oplever som nemt eller meget nemt. Dette gælder fx nogle handlinger relateret til fødevarer, nemlig at købe mere dansk, lokalt og/eller økologisk og købe mindre udenlandsk kød. Der er også færre end tidligere, der vurderer det som nemt eller meget nemt at investere i mere energirigtige hårde hvidevarer.

Figur 7: Spg: Hvor nemt eller svært er det for dig at føre >handling< ud i livet? Top-2 "nemt" eller "meget nemt". Udvalgte svarmuligheder, hvor der ses forskel på målingen i 2020 og 2022:

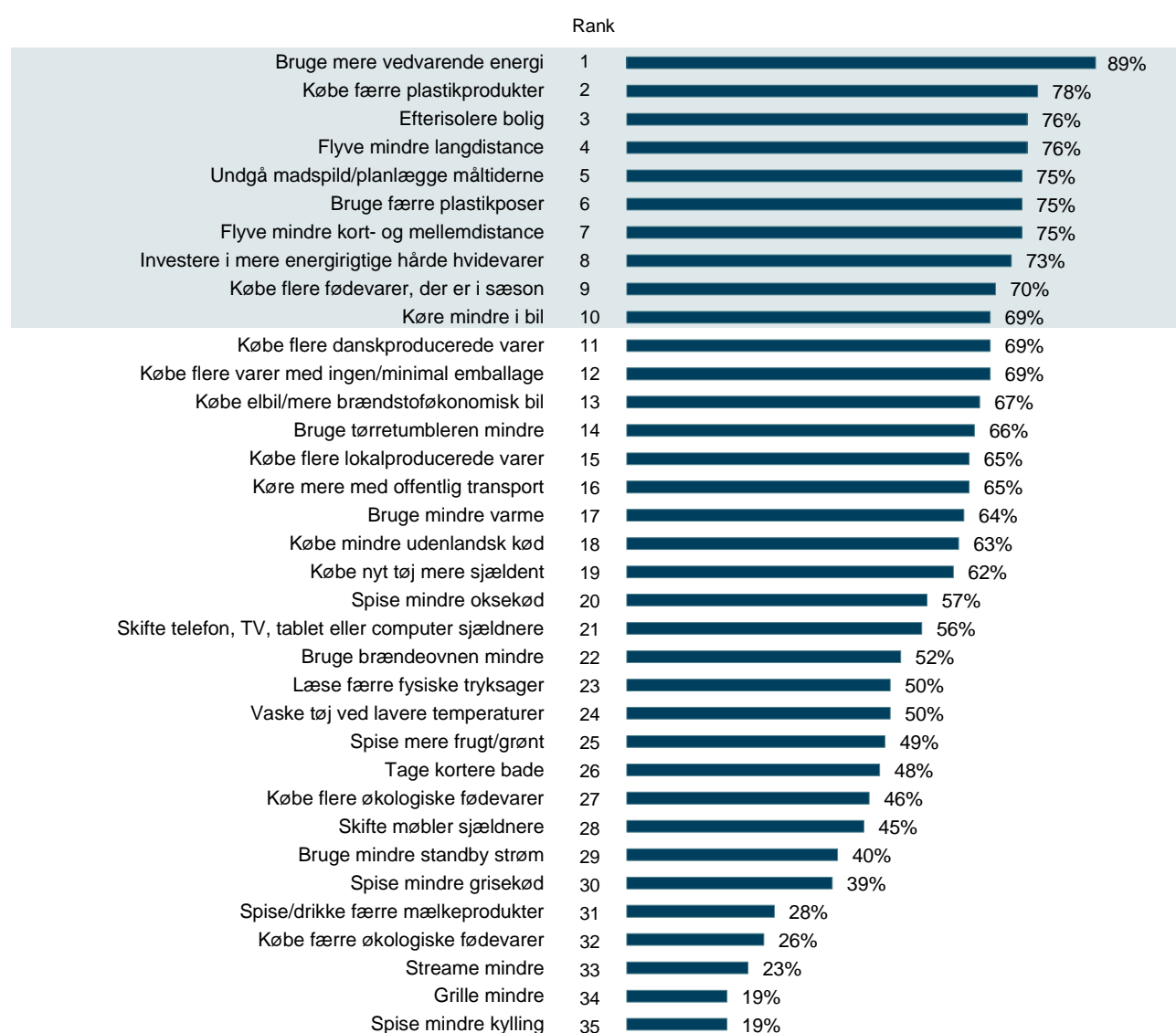


Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer august 2020 n= 1524 og november 2022 n=1500. Svarmulighederne markeret med grøn er signifikante stigninger i andele fra 2020 til 2022, svarmuligheder markeret med blå er signifikante fald i andelen fra 2020 til 2022.

Danskernes vurdering af forbrugshandlingernes betydning for bæredygtighed

Deltagerne har ligeledes vurderet hver af de 35 forbrugshandlinger ud fra hvor stor eller lille betydning, de tror at netop dette har, når det kommer til at have positiv indvirkning på klima, miljø og bæredygtighed. Tager vi et nærmere kig på de 10 handlinger, som flest vurderer til at have stor eller meget stor betydning, finder vi særligt handlinger, der omhandler bolig og transport, så som at bruge mere vedvarende energi, efterisolere bolig, investere i mere energirigtige hårde hvidevarer, samt at flyve mindre og at køre mindre i bil. På fødevarerområdet vurderer 75 pct., at det er af stor eller meget stor betydning at undgå madspild/planlægge måltiderne, og 70 pct. mener, at det er betydningsfuldt at købe flere fødevarer, der er i sæson.

Figur 8: Spg: Hvor stor eller lille betydning tror du, at >handling< har, når det kommer til at skabe en positiv påvirkning på klima, miljø og bæredygtighed? Top 2 box: "Stor" eller "Meget stor" betydning.

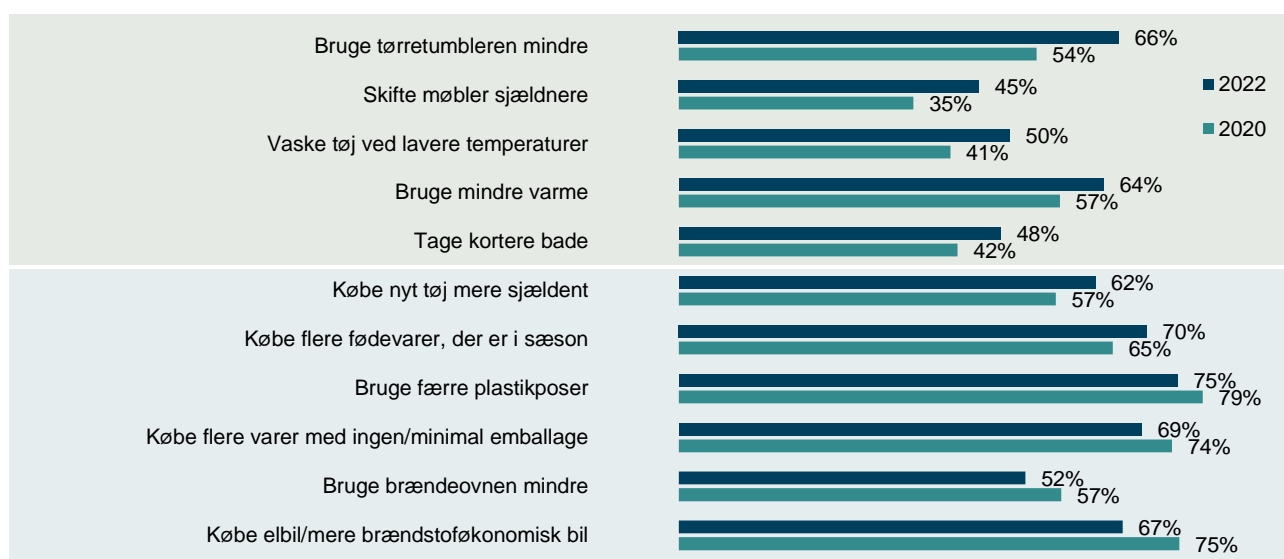


Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer november 2022 n=1500. Hver handling er blevet vurderet på en 4 punkts skala: "Meget stor betydning", "Stor betydning", "Lille betydning", "Meget lille betydning".

Sammenlignet med danskernes vurdering af handlingers betydning for bæredygtighed i 2020 er der sket en række ændringer, som sandsynligvis er forbundet med inflation og stigende energipriser. Eksempelvis mener flere danskere nu, at det har stor eller meget stor betydning at bruge tørretumbleren mindre, skifte møbler sjældnere, vaske tøj ved lavere temperatur, bruge mindre varme, tage kortere bade, købe tøj mere sjældent og købe fødevarer, der er i sæson. Disse signifikante ændringer i oplevelsen af handlingers betydning for bæredygtighed vidner om, at danskerne er optagede af deres forbrug af energi og ressourcer i hverdagen. Mange har måske foretaget disse ændringer i dagligdagen af hensyn til privatøkonomien, og kobler i samme omgang (heldigvis) disse handlinger til bæredygtighed.

Samtidig vurderer færre danskere i 2022, at det har stor eller meget stor betydning at bruge færre plastikposer, købe varer med minimal emballage, bruge brændeovnen mindre samt købe elbil eller en mere brændstoføkonomisk bil.

Figur 9: Spg: Hvor stor eller lille betydning tror du, at >handling< har, når det kommer til at skabe en positiv påvirkning på klima, miljø og bæredygtighed? Top-2 "Stor" eller "Meget stor" betydning. Udvalgte svarmuligheder, hvor der ses forskel på målingen i 2020 og 2022:



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer august 2020 n= 1524 og november 2022 n=1500. Svarmulighederne markeret med grøn er signifikante stigninger i andele fra 2020 til 2022, svarmuligheder markeret med blå er signifikante fald i andelen fra 2020 til 2022.

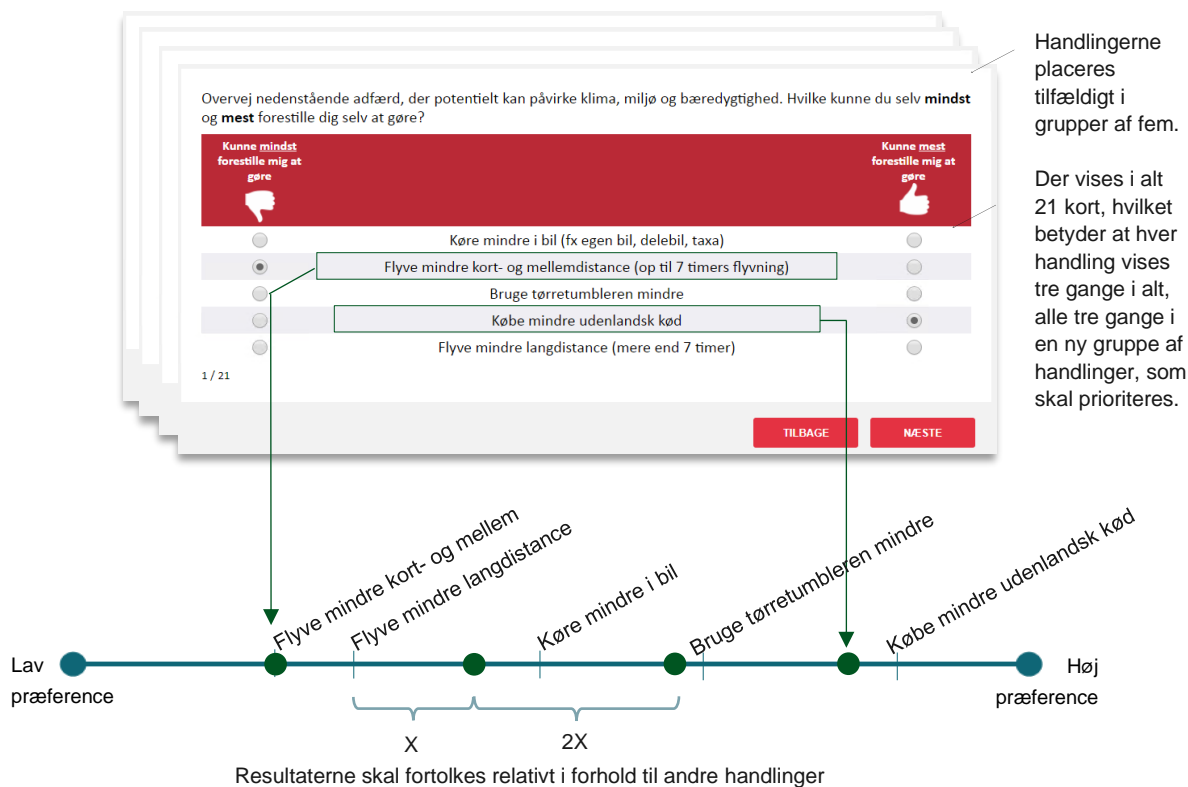
Det er 16 ud af de 35 handlinger, der vurderes af mere end halvdelen af deltagerne som værende *både* betydningsfulde og samtidig relativt nemt at føre ud i livet. Overlappet er interessant, da det må formodes, at der her er størst potentiale for, at handlingerne så også føres ud i livet. Mange af disse handlinger er relateret til fødevarer, blandt andet at undgå madspild/planlægge måltiderne, købe fødevarer der er i sæson, købe flere danskproducerede varer, købe flere lokalproducerede varer, købe mindre udenlandsk kød og spise mindre oksekød. Også adfærd relateret til transport og energi, såsom at flyve mindre og vasketøj mere bæredygtigt, anses af over halvdelen af danskerne som værende både betydningsfuldt og relativt nemt af føre ud i livet.

MaxDiff: Prioritering af 35 forbrugshandlinger

8 ud af 10 danskere er villige til at ændre adfærd af hensyn til klima, miljø og bæredygtighed i høj eller nogen grad, og ideelt set levede alle miljøvenligt og bæredygtigt. Virkeligheden er dog fyldt af dilemmaer, hvor man kan være nødt til at give afkald på bekvemmelighed og betale mere for at tage det mere bæredygtige valg. Vi vil gerne undgå plastikposerne, men skal jo have varerne med hjem, vi vil gerne køre mindre i bil, men børnene skal jo hentes, vi vil gerne bruge grøn strøm, men helst ikke betale mere per kilowatt. At leve bæredygtigt er derfor en afvejning mellem forskellige bæredygtige og miljøvenlige valg, der også skal konkurrere med andre dagsordener i hverdagen, og ikke mindst har danskernes privatøkonomi været presset af en buldrende inflation og energikrise i 2022.

Tilsvarende valg er i denne analyse undersøgt gennem en MaxDiff-metode, som kigger på de trade-offs, folk foretager i deres hverdag. Analysen undersøger de samme 35 forbrugshandlinger, der potentielt kan påvirke miljø, klima og bæredygtighed. I MaxDiff'en bedes forbrugerne, som har givet udtryk for en villighed til at ændre adfærd, om hele tiden at prioritere mellem fem forskellige handlinger, der kan have en effekt på klima, miljø og bæredygtighed. For at kunne ulede hver persons præferencer, gentages det flere gange for hver person med forskellige alternativer ud af de 35 mulige handlinger.

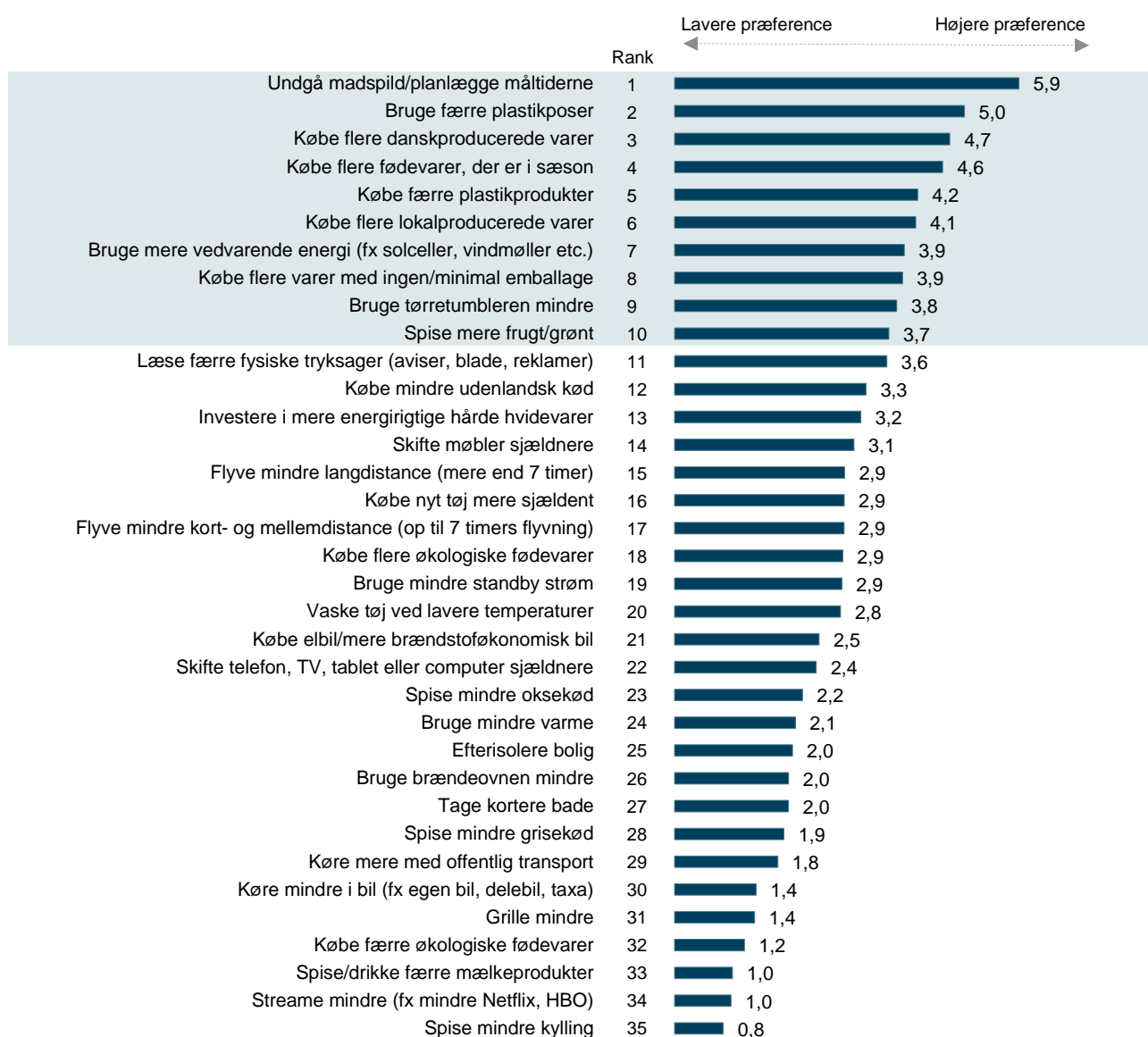
Figur 10: Eksempel på MaxDiff spørgsmål. Flere kort bliver vist til hver respondent. Hvert kort indeholder forskellige typer adfærd, der skal prioriteres. Resultaterne skal fortolkes i forhold til andre handlinger.



Resultatet er en præferenceskala, hvor alle handlinger er placeret i forhold til graden af, *hvor meget respondenterne kan forestille sig selv at udføre handlingerne*. 'Lav præference' betyder, at de ikke kan se sig selv gøre det, og 'høj præference' betyder, at de i høj grad kan se sig selv gøre det. Resultaterne fortolkes derfor relativt i forhold til de øvrige handlinger, og værdierne summeres til 100 for lettere at kunne fortolke dem.

Tager vi et kig på top-10 over de højst prioriterede handlinger, ser vi, at forbrugerne er særligt optagede af handlinger relateret til fødevarer. Den handling som flest danskere har præference for, er at undgå madspild/planlægge måltiderne. Den tredje mest prioriterede handling er at købe flere danskproducerede varer, mens at købe flere fødevarer, der er i sæson, ligger på en fjerdeplads, og at købe flere lokalt producerede varer ligger på en sjetteplads.

Figur 11: Prioritering af bæredygtige handlinger ved hjælp af MaxDiff-metoden: Hvad kan man mest forestille sig at gøre? Grafen viser den relative præferencscore.



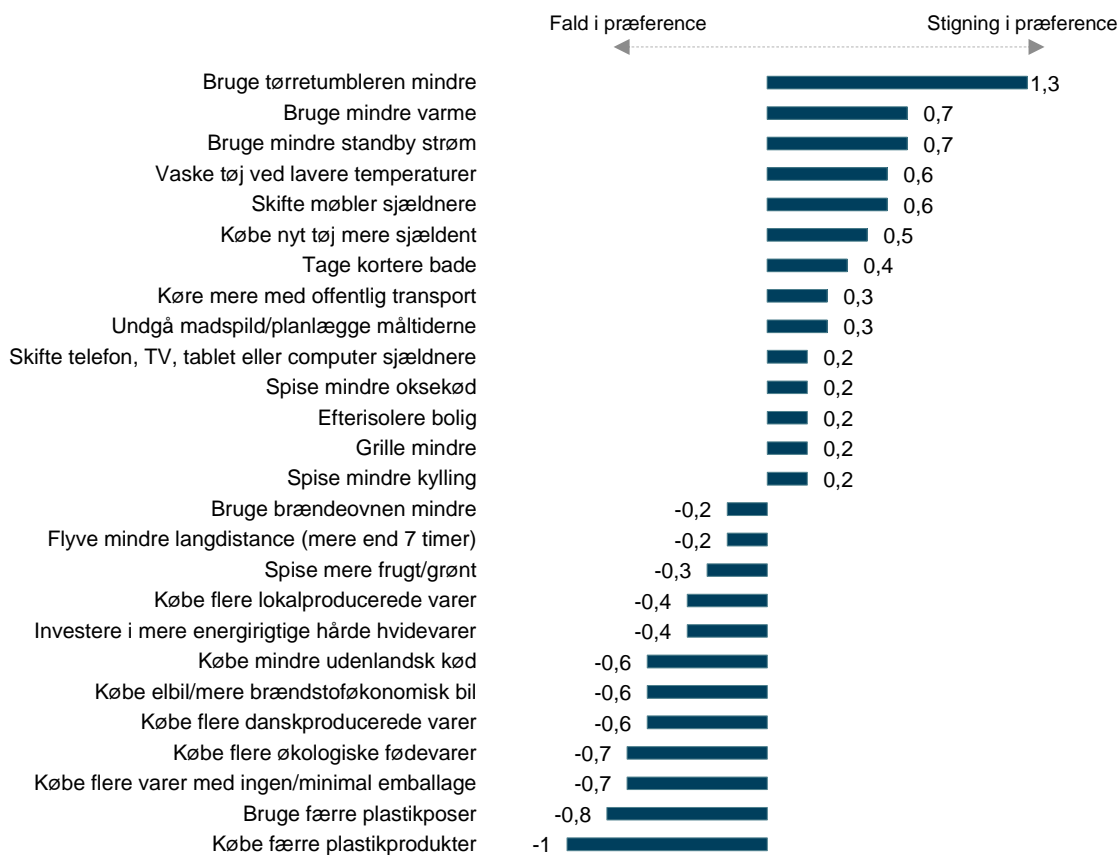
Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer november 2022 n=1464 (Kun respondenter, der enten har eller kunne finde på at ændre adfærd eller vaner af hensyn til klima, miljø eller bæredygtighed minimum en lille smule (jf. figur 2)

Danskerne kunne i lavest grad forestille sig at spise eller drikke færre mælkeprodukter, streame mindre og spise mindre kylling. Den lave præference for netop dette skal formentlig ses i lyset af, at handlingerne ses som både sværere at udføre og samtidig have mindre betydning end så meget andet (jf. figur 6 og 8).

Inflation og energikrise har formentligt påvirket danskernes prioriteringer

Sammenlignes danskernes prioriteringer med samme undersøgelse i 2020, er der sket mindre ændringer, som formentlig skal ses i lyset af den seneste tids inflation med højere priser på energi og fødevarer. I 2022 er det nemlig tydeligt, at danskerne i højere grad prioriterer bæredygtig forbrugsadfærd, som samtidig er gavnligt for privatøkonomien. Det gælder fx at spare på energiforbruget (fx bruge mindre tørretumbler, mindre varme, mindre standby strøm) og købe tøj og møbler mere sjældent. Når det omvendt kommer til handlinger knyttet til fødevarer, som ikke samtidig gavner pengepungen, prioriterer færre end tidligere fx at købe mere økologi, mere danskproduceret og mindre udenlandsk kød. Det tidligere store fokus på at mindske forbruget af plastik er dog der, hvor vi ser den største ændring i præference. Disse handlinger er forbrugerne fortsat optagede af, men i relative termer er plastikforbruget lige nu sat på pause til fordel for mere 'inflationsskompatible' bæredygtighedsprioriteringer.

Figur 12: Ændringer i præferencerne for bæredygtig forbrugeradfærd i 2022 sammenlignet med 2020. Figuren viser de svarmuligheder, hvor der ses den største ændring i præference.



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer november 2022 n=1464, august 2020 n=1490. Grafen viser de svarmuligheder, hvor der er en difference i MaxDiff scoren på 0,2 eller mere, når man sammenligner de to målinger.

Gruppering af handlinger i forskellige bæredygtighedsstrategier

Størstedelen af danskerne bekymrer sig om miljø og bæredygtighed i hverdagen, men tænker på det forskelligt. For nogle er det eksempelvis vigtigt at købe miljøvenlige fødevarer, mens for andre er det vigtigere, at deres strøm kommer fra bæredygtige energikilder. Der findes ikke kun én måde at leve bæredygtigt og klimavenligt på, men flere.

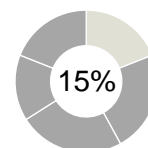
For at undersøge, hvordan danskerne prioriterer bæredygtige valg i hverdagen, kan man betragte menneskers tilbøjelighed til at udføre forskellige typer af adfærd. Når man ser på ligheder og forskelle mellem de valg og prioriteringer, respondenterne har foretaget i MaxDiff-analysen, har Epinion på vegne af Landbrug & Fødevarer identificeret fem forskellige bæredygtighedsstrategier, der statistisk meningsfuldt grupperer forskellige handlinger baseret på deltageres prioriteringer.

De fem strategier kan beskrives således:

Andel blandt deltagerne n=1464

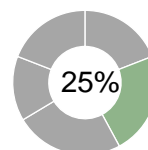
Strategi 1: Mad med mening

En strategi, hvor der er fokus på, hvordan maden produceres. Inden for denne strategi er der præference for danske, lokale, økologiske fødevarer



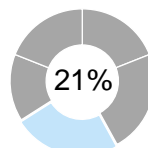
Strategi 2: Meget mere grønt

En strategi, hvor der er fokus på, hvad der ligger på tallerken. Specifikt har man præference for at spise mindre kød og flere grøntsager. Der er ikke fokus på at flyve eller streame mindre



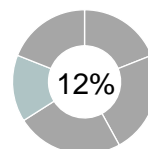
Strategi 3: Langsigtede bæredygtighedsstrategier

En strategi med fokus på handlinger, der kan have økonomisk gevinst på længere sigt. Specifikt er der fokus på fx foretage bæredygtige forbedringer af boligen eller købe en mere miljøvenlig bil. Her er lav villighed til at spise mindre kød eller ændre transportvaner.



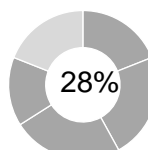
Strategi 4: Ændring af transportvaner

En strategi, hvor der er fokus på at minimere egen transport i bil og med fly, og i stedet vælge offentlig transport



Strategi 5: Lidt af hvert, men ikke for svært

En strategi hvor man ikke er så involveret. Man har ingen deciderede mærkesager, som man brænder for, men man vil gerne gøre lidt hist og pist. Man er typisk ikke særligt villig til at spise mindre kød.



1 – MAD MED MENING

Mad med mening er en strategi med fokus på, hvordan maden produceres, og hvor den kommer fra. Inden for denne strategi er der præference for økologiske, lokale og danske fødevarer, bl.a. lægger de særligt vægt på at spise mindre udenlandsk kød. Samtidig er begrænsning af madspild et særligt fokus. Omvendt er der mindre villighed end blandt gennemsnittet til at læse færre tryksager, købe færre møbler, køre mindre i bil og flyve mindre.

I 2022 er det 15 pct. blandt de deltagere, der har gennemført prioriteringsøvelsen, der anvender netop denne strategi. Dette er markant færre end i 2020, hvor det var 24 pct. Dette indikerer, at færre nu prioriterer bæredygtighed i forbindelse med produktion af fødevarer, hvilket nok ikke er så overraskende set i lyset af de stigende fødevarerpriser i 2022. Mange af forbrugshandlingerne grupperet inden for denne strategi er typisk noget, der koster lidt mere prismæssigt, eftersom produktionsomkostninger også ofte er lidt højere. At der lige nu er færre, der har præference for netop dette, er set i dét lys nok ikke så overraskende.

Ser vi nærmere på gruppen, der anvender netop denne strategi, ser vi, at hele 92 pct. svarer, at de 'helt sikkert' eller 'til en vis grad' er villige til at ændre adfærd af hensyn til bæredygtighed, klima og miljø. Dette er markant flere end gennemsnittet. 55 pct. af dem, der anvender Mad med mening-strategien er kvinder, og der er relativt få unge, mens 45 pct. er mellem 50 og 70 år. Personerne er fordelt jævnt ud over landet, dog med en lille underrepræsentation i Hovedstaden. Der er samtidig indikationer på, at en andel som har præference for denne strategi, har højere årlige husstandsindkomst end andre strategier.

Absolut ranking i strategien



Mest villige til

1. Købe flere danskproducerede varer
2. Købe flere fødevarer, der er i sæson
3. Købe flere lokalt producerede varer
4. Undgå madspild/planlægge måltiderne
5. Købe flere økologiske fødevarer



Mindst villige til

1. Købe færre økologiske fødevarer
2. Spise mindre kylling
3. Grille mindre
4. Køre mindre i bil
5. Streame mindre

Overrepræsentation i forhold til andre grupper



Mere villige til end andre

1. Købe flere økologiske fødevarer
2. Købe flere lokalt producerede fødevarer
3. Købe flere danskproducerede fødevarer
4. Købe flere fødevarer der er i sæson
5. Købe mindre udenlandsk kød



Mindre villige til end andre

1. Læse færre fysiske tryksager
2. Skifte møbler sjældnere
3. Flyve mindre kort- og mellemdistance
4. Flyve mindre langdistance
5. Bruge tørretumbleren mindre

2 – MEGET MERE GRØNT

Som strategi #1 er strategien #2 Meget mere grønt ligeledes en strategi, der handler om at tage stilling til den mad, der købes og spises. Inden for denne strategi handler det dog snarere om, *hvad* der ligger på tallerkenen af forskellige kategorier, snarere end *hvordan* det er produceret. Specifikt handler det om en stor præference for at spise mere frugt og grønt og omvendt spise mindre grise- og oksekød. Omvendt er man i mindre grad villig til at streame mindre, flyve mindre eller foretage langvarige investeringer.

I 2022 har 25 pct. præference for strategien Meget mere grønt, hvilket er flere end i 2020, hvor det var 19 pct. Dette indikerer at flere end tidligere nu tænker over, hvilke råvarer der ligger på tallerkenen og ønsker at skære ned på kødet og i stedet skrue op for grøntsagerne.

Ser vi nærmere på de deltagere, der har præference for netop denne strategi, ser vi 88 pct. 'helt sikkert' eller 'til en vis grad' er villige til at ændre adfærd i forhold til klima, miljø og bæredygtighed. Dette er lidt flere end gennemsnittet. Blandt deltagere, der har præference for handlinger, der lander inden for "Meget mere grønt"-strategien, er 64 pct. kvinder, og der er en klar overvægt af unge, idet 60 pct. er under 40 år, og kun 14 pct. er over 60 år. 28 pct. ser sig selv som enten flexitar, vegetar eller veganer, hvilket er markant flere end blandt deltagere, der anvender andre strategier. Knap halvdelen, der har præference for denne strategi, bor i Region Hovedstaden.

Absolut ranking i strategien



Mest villige til

1. Undgå madspild/planlægge måltiderne
2. Bruge færre plastikposer
3. Spise mere frugt/grønt
4. Købe flere varer der er i sæson
5. Læse færre fysiske tryksager



Mindst villige til

1. Flyve mindre langdistance
2. Flyve mindre kort- og mellemdistance
3. Købe færre økologiske fødevarer
4. Efterisolere bolig
5. Streame mindre

Overrepræsentation i forhold til andre grupper



Mere villige til end andre

1. Spise mindre grisekød
2. Køre mere med offentlig transport
3. Spise mindre oksekød
4. Spise mere frugt/grønt
5. Vaske tøj ved lavere temperaturer



Mindre villige til end andre

1. Efterisolere bolig
2. Investere i energirigtig hårde hvidevare
3. Bruge mere vedvarende energi
4. Flyve mindre langdistance
5. Flyve mindre kort- og mellemdistance

3 – LANGSIGTEDE BÆREDYGTIGHEDSINVESTERINGER

Inden for strategi 3 er der præference for at foretage langvarige investeringer i bæredygtighed, som samtidig kan have økonomisk gevinst. Handlinger, der prioriteres inden for denne strategi, er bl.a. at investere i bæredygtige alternativer såsom at efterisolere boligen, investere i en elbil eller en mere brændstoføkonomisk bil, investere i energirigtige hårde hvidevarer samt at bruge mere vedvarende energi. Der er omvendt mindre villighed til at spise mindre kød, grille mindre, flyve mindre og køre mindre i bil.

Det er 21 pct. af deltagerne, der har præference for at anvende denne bæredygtighedsstrategi, hvilket er på niveau med 2020, hvor det var 22 pct.

Blandt dem, der har præference for strategien Langsigtede bæredygtighedsinvesteringer, er det kun én ud af fem, der svarer, at de 'helt sikkert' vil ændre adfærd af hensyn til klima, miljø og bæredygtighed. Dette er markant lavere end gennemsnittet. Personer med præference for denne strategi er samtidig kendetegnet ved, at de i mindre grad end andre tænker over bæredygtighed i forbindelse af køb af mad og drikke.

67 pct. af dem, som har præference for netop denne strategi, er mænd. Der er en relativ jævn aldersfordeling blandt de personer, der har præference for langsigtede bæredygtighedsinvesteringer som strategi til et mere bæredygtigt forbrug, dog er der en overrepræsentation af 40 til 59-årige og færre 18-29-årige.

Absolut ranking i strategien



Mest villige til

1. Undgå madspild/planlægge måltiderne
2. Bruge færre plastikposer
3. Bruge mere vedvarende energi
4. Investere i mere energirigtige hårde hvidevarer
5. Købe flere danskproducerede varer



Mindst villige til

1. Grille mindre
2. Køre mere med offentlig transport
3. Spise mindre oksekød
4. Køre mindre i bil
5. Spise mindre kylling

Overrepræsentation i forhold til andre strategier



Mere villige til end andre

1. Efterisolere bolig
2. Købe elbil/mere brændstoføkonomisk bil
3. Investere i energirigtige hårde hvidevarer
4. Bruge mere vedvarende energi
5. Bruge færre plastikposer



Mindre villige til end andre

1. Købe flere økologiske fødevarer
2. Køre mere med offentlig transport
3. Spise mindre oksekød
4. Flyve mindre langdistance
5. Flyve mindre kort- og mellemdistance

4 – ÆNDRING AF TRANSPORTVANER

Som navnet indikerer, handler strategi 4 særligt om handlinger, hvor der justeres eller ændres helt på transportvanerne. Især flytransporten men også vaner relateret til personbiler tages op til overvejelse, og erstattes med mere kørsel med offentlig transport. Der er mindre villighed til at prioritere bæredygtighed i forbindelse med køb af fødevarer, forbruge færre fysiske tryksager, bruge færre plastikposer og mindre standby strøm.

12 pct. af deltagerne har præference for handlinger grupperet inden for denne bæredygtighedsstrategi, hvilket er på niveau med 2020, hvor det var 14 pct. af deltagerne.

Inden for gruppen er mere end ni ud af ti 'helt sikkert' eller 'til en vis grad' villige til at ændre deres adfærd og handlinger i forhold til klima, miljø og bæredygtighed. Dette er markant flere end blandt gennemsnittet.

Strategien anvendes på tværs af aldersgrupper, men har en overrepræsentation af de 60-80-årige danskere. 60 pct. af dem som har denne tilgang til et mere bæredygtigt forbrug er mænd. De som anvender strategien, bor oftere i Region Hovedstaden og i mindre grad i Nordjylland.

Absolut ranking i strategien



Mest villige til

1. Flyve mindre kort- og mellemdistance
2. Flyve mindre langdistance
3. Bruge mere vedvarende energi
4. Undgå madspild/planlægge måltiderne
5. Købe flere fødevarer der er i sæson



Mindst villige til

1. Grille mindre
2. Streame mindre
3. Købe færre økologiske fødevarer
4. Spise mindre kylling
5. Spise/drikke færre mærkeprodukter

Overrepræsentation i forhold til andre strategier



Mere villige til end andre

1. Flyve mindre kort- og mellemdistance
2. Flyve mindre langdistance
3. Køre mere med offentlig transport
4. Køre mindre i bil
5. Bruge mere vedvarende energi



Mindre villige til end andre

1. Læse færre fysiske tryksager
2. Spise mere frugt/grønt
3. Bruge mindre standby strøm
4. Bruge færre plastikposer
5. Undgå madspild/ planlægge måltiderne

5 – LIDT AF HVERT, MEN IKKE FOR SVÆRT

Denne bæredygtighedsstrategi er kendetegnet ved, at man er villig til at skrue lidt ned for forbruget generelt, men man har ingen specielle mærkesager eller forbrugsemner, hvor man er villig til at gøre en særlig indsats og indføre ændringer, der for alvor gør indgreb i hverdagslivet.

I 2022 er det hele 28 pct. af de adspurgte, der lander i denne bæredygtighedsstrategi, hvilket er markant flere end i 2020, hvor det var 21 pct. Det betyder samtidig, at netop denne strategi nu er den, hvor der er størst tilslutning. Hvorfor netop denne strategi har størst tilslutning i 2022, kan der være flere forklaringer på. Måske er det en indikation på en voksende bæredygtighedsapati blandt en gruppe af danskerne? Man vil gerne gøre en forskel, men det skal ikke være for besværligt eller koste for mange afsavn, og man er i tvivl om, hvor meget det egentlig nytter. Måske er det et udtryk for, at man som forbruger efterhånden er udmattet af de højere priser på energi og fødevarer, og derfor ikke kan overskue også at prioritere handlinger, der gavner klima og miljø. Det kan også være et udtryk for en følelse af, at man allerede *har* gjort en indsats for at have et mere bæredygtigt forbrug (fx bruge færre plastikposer eller minimere ens madspild) og nu føler, at andre må træde til og gøre deres.

Blandt personer, der anvender denne strategi, er det blot 77 pct., der 'helt sikkert' eller 'til en vis grad' er villige til at ændre adfærd af hensyn til bæredygtighed. Dette er markant lavere end i andre strategier og stikprøven generelt. Der er en ligelig fordeling mellem mænd og kvinder, der anvender strategien, og personer der anvender strategien, er jævnt fordelt på aldersgrupper, dog med en underrepræsentation af unge mellem 18-29 år. Disse personer bor lidt oftere i region Sjælland og lidt mindre ofte i Region Hovedstaden.

Absolut ranking i strategien



Mest villige til

1. Undgå madspild/planlægge måltiderne
2. Bruge færre plastikposer
3. Købe flere danskproducerede varer
4. Bruge tørretumbleren mindre
5. Købe færre plastikposer



Mindst villige til

1. Spise mindre oksekød
2. Spise/drikke færre mælkeprodukter
3. Køre mindre i bil
4. Køre mere med offentlig transport
5. Spise mindre kylling

Overrepræsentation i forhold til andre strategier



Mere villige til end andre

1. Skifte møbler sjældnere
2. Flyve mindre langdistance
3. Flyve mindre kort- og mellemdistance
4. Købe nyt tøj mere sjældent
5. Skifte telefon, TV, tablet/ computer sjældnere



Mindre villige til end andre

1. Køre mere med offentlig transport
2. Spise mindre oksekød
3. Bruge mere vedvarende energi
4. Købe flere økologiske fødevarer
5. Købe elbil/ brændstoføkonomisk bil

Anbefaling: Sådan kan fødevarebranchen hjælpe forbrugerne

Danskerne har fokus på bæredygtighed og viljen til at ændre adfærd er til stede. Men i hverdagen kan det i realiteten være svært at lave om på vanerne. I 2022 er det hele 28 pct. af de adspurgte, der lander i den mindst involverende af de fem bæredygtighedsstrategier. Den gruppe, hvor der ikke er nogle deciderede mærkesager, men dog en villighed til at gøre lidt hist og pist, hvis bare ikke det griber for meget ind i dagligdagens gøremål og rutiner. Måske er dette et udtryk for, at forbrugerne er udmattede efter en periode med stigende priser og derfor ikke har overskuddet til også at tænke på bæredygtighed. Måske er det et udtryk for tvivl og forbehold – man vil gerne gøre en forskel med sit forbrug, men man er i tvivl om, hvad der er bedst at gøre, og hvor meget det egentlig nytter. Måske er det et udtryk for, at man føler, at man allerede har gjort en masse for at ændre vaner og snart ikke kan gøre mere.

Uanset forklaringen, er der som fødevareproducent her en stor mulighed for at være relevant og vedkommende for de danske forbrugere ved at gå foran og imødekomme forbrugernes ønsker og behov for at leve mere bæredygtigt, men hvor overskuddet måske ikke helt er til stede.

FORENKLING OG SIMPLICITET

I en verden, hvor muligheder og information i stigende grad demokratiseres og tilgængeliggøres, er kampen om forbrugernes opmærksomhed intens. Her vokser et stort ønske om forenkling frem som modsvar, hvilket i høj grad også slår igennem i relation til bæredygtig adfærd. Afsøg derfor måder at reducere kompleksiteten og tal om løsninger i klart, enkelt og ærligt sprog.

TAG STILLING

Forbrugerne værdsætter i stigende grad klare holdninger og kalder på større mod fra politisk såvel som kommerciel side. Der efterspørges løsninger på bæredygtighedsudfordringer. Ingen kan alt, men alle kan noget, og det kan derfor anbefales at sætte fokus på udvalgte indsatsområder som særlig nødvendige eller meningsfulde. Kommercielt har trenden samtidig stort potentiale for at skærpe virksomheders brandprofil ved at knytte sig op på udvalgte positive værdier, hvor man har en særlig styrke, og omvendt modigt fortælle om udvalgte indsatsområder, hvor man redegør for sine 'ømme tæer' og fremlægger handlingsplaner for at komme nærmere målet i fremtiden.

SKAB EN FØLELSE AF, AT DET NYTTER NOGET

Danskerne vil gerne være velinformede om betydningen af de forskellige handlinger. Bæredygtighed er for størstedelen forbundet med en oplevet nødvendighed – men også med potentiel forvirring, tvivl og mistillid. Vi ser derfor et varierende syn på bæredygtighed og mulighedsrum afhængig af livssituation og generation. Det er vigtigt, at forbrugerne får følelsen af, at deres handlinger, valg og fravalg har betydning. Der findes mange veje til et mere bæredygtigt forbrug, og ingen kan 'det hele', men alle kan 'noget'.

GØR DET LETTERE AT AGERE BÆREDYGTIGT I HVERDAGEN

I hverdagen kan de gode intentioner 'drukne' i andre behov og prioriteringer – især hvis det opleves som meget besværligt og tidskrævende at foretage mere bæredygtige forbrugsvalg. Derfor kan det anbefales at udvikle flere løsninger på fødevareområdet, hvor det er nemt og ligetil at agere bæredygtigt. Det kan være løsninger, der tillader forbrugerne at skyde genvej ved at koble sig op på relevante infrastrukturer eller koncepter - som relativt nemt og uden for store kompromisser kan integreres i eksisterende vaner og præferencer.

Om undersøgelsen

Analysen er baseret på en undersøgelse gennemført af Epinion for Landbrug & Fødevarer i november 2022 blandt 1500 danskere, nationalt repræsentativt på køn, alder og region. Undersøgelsen er en gentagelse af samme undersøgelse gennemført i 2019 og 2020, begge undersøgelser ligeledes gennemført af Epinion for Landbrug & Fødevarer og er nationalt repræsentative på køn, alder og region.

I undersøgelsen præsenteres deltagerne for 35 forskellige handlinger, som man kan gøre for at tage hensyn til klima, bæredygtighed og miljø. De strækker sig over en række forskellige typer forbrugshandlinger fundet ved at følge anbefalinger til forbrugerne fra medierne, forskellige interesseorganisationer, forskere, virksomheder og eksperter. Kun deltagere, der på forhånd har givet udtryk for at være åbne for at ændre adfærd i ét eller andet omfang, er blevet bedt om at prioritere mellem handlingerne. Alle er dog blevet spurgt om, hvor nemt eller svært det er selv at føre handlingerne ud i livet. Ligeledes er alle blevet spurgt om, hvilken betydning for klima, miljø og bæredygtighed man vurderer, at hver handling har.

Billedet på forside og bagside er fra pexels.com, fotograf Taryn Elliot.

Om MaxDiff metoden

For at komme de trade-offs nærmere, som danskerne foretager i deres hverdag, blev deltagerne præsenteret for 35 forskellige handlinger, der kan have betydning for klima og bæredygtighed. Prioriteringen af handlinger blev kun foretaget blandt deltagere, der forinden havde givet udtryk for villighed til at ændre adfærd i minimum mindre grad. I praksis betød dette, at 95 pct. af deltagerne gennemførte prioriteringsøvelsen.

Handlingerne blev tilfældigt inddelt i grupper på fem og inddelingen var forskellig fra deltager til deltager. Hver handling blev vist for samme deltager flere gange, hver gang i en ny gruppering af fem handlinger. Og for hver gruppering skulle deltageren vælge de to handlinger de var hhv. mest og mindst villige til at gøre. I alt blev der pr. deltager vist 21 skærme med grupper af fem handlinger. Dette gøres for at kunne udlede hver persons præferencer. Derfor gentages det flere gange for hver person med forskellige alternativer ud af de 35 mulige handlinger.

Resultatet er en præferenceskala, hvor alle de bæredygtige handlinger er placeret i forhold til *graden af, hvor meget respondenterne kan forestille sig selv at udføre handlingerne*. 'Lav præference' betyder, at de ikke kunne se sig selv gøre det, og 'høj præference' betyder, at de i høj grad kunne se sig selv gøre det. Derfor skal resultaterne af en MaxDiff fortolkes relativt i forhold til de øvrige handlinger – og for at lette fortolkningen summerer værdierne til 100.

Om identifikationen af bæredygtighedsstrategier

Grupperingen af handlinger i fem grupper af strategier til et bæredygtigt forbrug er udført af Epinion for Landbrug & Fødevarer. Den er foretaget i 2019 og valget af netop fem grupper er baseret på Epinions anbefaling. Grupperingen er baseret på MaxDiff spørgsmålene og repliceret i 2020 og 2022 baseret på samme spørgsmål.

For at identificere de fem bæredygtigheds-strategier blev der i 2019 brugt en datadrevet segmenterings-metode kendt som 'Latent klasse analyse'. Latent klasse analyse bruger svarene i MaxDiff'en til at inddele respondenterne i grupper med eksternt forskellige præferencer og internt ensartede præferencer. Reelt set tildeler den hver respondent en sandsynlighed for at være i et segment, hvorefter personen tilskrives segmentet med den højeste sandsynlighed. Modellen antager, at hver respondent tilhører en gruppe, og at der findes et bestemt antal grupper blandt respondenterne.

Gruppen, som respondenterne tilhører, kan ikke observeres direkte i data – heraf navnet 'latent klasse' – men må estimeres på baggrund af datagrundlaget. For at finde gruppetilhørsforholdet bruger modellen korrelationerne mellem de observerede prioriteringer i MaxDiff'en, hvorpå den forsøger at finde en konfiguration af grupper blandt respondenterne, som "forklarer" korrelationerne mellem svarene i MaxDiff'en. Med andre ord, så forsøger den at lave en "spuriøs" sammenhæng mellem svarene i MaxDiff'en med gruppevariablen, da det betyder, at gruppevariablen reelt set er den underliggende forklaring for korrelationen mellem svarene.

I praksis betyder ovenstående, at arbejdet i 2019 blev en iterativ procedure, hvor man afprøvede og sammenlignede modeller med bestemte forudsætninger og antal klasser (der blev testet fra to til ti klasser). Modellerne blev estimeret numerisk, så hver model var baseret på numerisk approksimation, der også skulle retfærdiggøres. For at finde den bedste model var der opsat en række statistiske mål, der kunne være behjælpelige (entropi, informationskriterier, log-likelihood mv.). Men ultimativt afhang den endelige inddeling i fem grupper meget af, hvor god mening resultaterne gav (f.eks. gav ti segmenter meget ringe mening, og ligeledes gjorde to segmenter). I 2020 og 2022 er denne gruppering gentaget ud fra kriterierne identificeret i 2019.



Landbrug & Fødevarer

