

# Markedsanalyse om danskernes forventninger til et nyt klimamærke på fødevarer

31. august 2022



# Markedsanalyse om danskernes forventninger til et nyt klimamærke på fødevarer

Landbrug & Fødevarer sætter i denne undersøgelse fokus på, i hvor høj grad danskernes bruger mærkningsordninger som rettesnor i indkøbssituationen. Analysen kigger samtidig nærmere på, hvad de forventer, at et nyt potentielt klimamærke på fødevarer skal vise dem som forbrugere.

De vigtigste indsigter i analysen er:

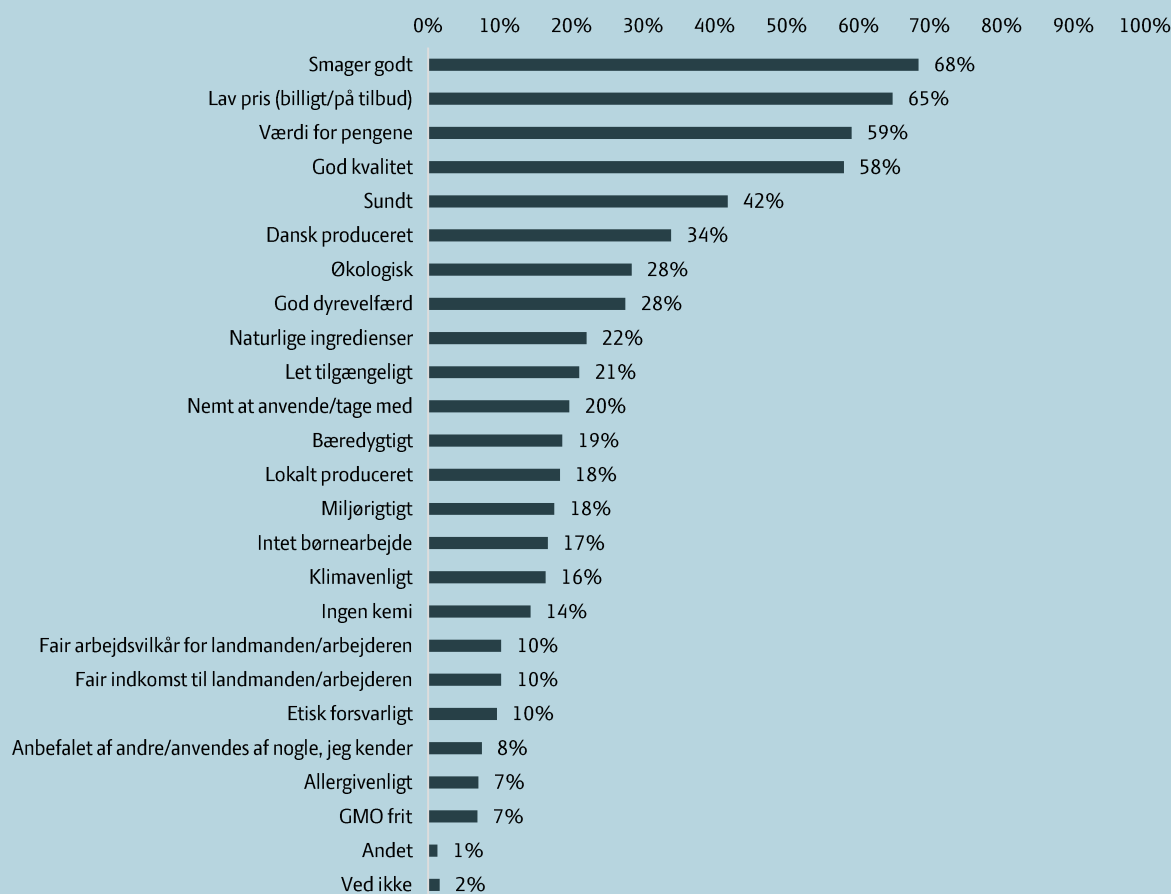
- Når danskerne handler dagligvarer, er det især faktorer som god smag, et godt tilbud, værdi for pengene og god kvalitet, som danskerne lægger vægt på. Hver tredje kigger efter, om varen er dansk produceret, mens lidt flere end hver fjerde lægger vægt på økologi og/eller god dyrevelfærd.
- Hver femte dansker bruger mærkningsordninger til at vejlede sig som forbruger i høj eller meget høj grad, mens flere end hver tredje bruger det til at vejlede sig i nogen grad.
- Det er hver fjerde dansker, der forventer at et nyt, potentielt klimamærke på fødevarer vil vise det konkrete aftryk for den pågældende vare, der kan variere alt efter årstid, produktionsmetode og oprindelsesland. 22 pct. forventer, at mærket viser en kombination af det konkrete aftryk for varen og et globalt gennemsnit for den pågældende varekategori. Hele 32 pct. svarer dog "ved ikke" til spørgsmålet, hvilket illustrerer, hvor svært det kan være at tage stilling til.
- Bruger man i høj eller meget høj grad mærkningsordninger til at guide sig i indkøbssituationen forventer man markant oftere end andre, at klimamærket viser det konkrete aftryk for den pågældende vare evt. i kombination med et globalt gennemsnit til sammenligning.
- De danskere, der bruger mærkningsordninger i høj eller meget høj grad til at guide sig, lægger markant oftere end andre vægt på, at varen er 'klimavenlig', når de køber ind. Navigerer man som forbruger netop efter mærkningsordninger, kan et klimamærke her hjælpe med at træffe et informeret valg om det, som er vigtigt for én i indkøbssituationen.

## God smag og lav pris er det, som flest prioriterer ved køb af dagligvarer

Når danskerne skal vælge fødevarer, står de over for et hav af muligheder: Danske vs. udenlandske, billigere vs. dyrere varianter, om varen er dyrevelfærdsmærket, økologisk, nøglehulsmærket, og meget, meget mere. Forskellige forbrugere kan her have forskelligt fokus, ift. hvad der er vigtigt for dem. Det, der kan afgøre valget i indkøbsøjeblikket, kan være op til den enkeltes prioritering og behov den pågældende dag, såvel som pengepungens størrelse og de behov og ønsker, som andre i familien måtte have. I en ny undersøgelse har 1005 repræsentativt udvalgte danskere svaret på, hvad de lægger vægt på, når de køber dagligvarer. Her har det været muligt at vælge frit blandt 23 emner på listen, som kunne tænkes at være relevante for dem. Det skal derfor ses som et indblik i, hvilke forskellige ting, danskerne kigger efter og har med på deres 'tjekliste', når de handler fødevarer og andre dagligvarer, og hvilke ting der omvendt i mindre grad eller slet ikke er med i overvejelserne.

Her ser vi, at 'smager godt' er det, som flest lægger vægt på, skarpt efterfulgt af faktorerne 'lav pris (billigt/på tilbud)', 'værdi for pengene' og 'god kvalitet'. På femtepladsen finder vi kriteriet 'sundt', som 42 pct. lægger vægt på, når de køber ind. Herefter finder vi 'dansk produceret', som hver tredje dansker har med på sin tjekliste, mens 28 pct. lægger vægt på faktorerne 'økologisk' og 'god dyrevelfærd'. Faktorer som 'bæredygtigt', 'miljørigtigt' og 'klimavenligt' får i denne sammenhæng tilslutning af hhv. 19, 18 og 16 pct. og er således ikke i samme grad på radaren hos flertallet, når de optræder på lige fod med mange andre indkøbskriterier, der kan have betydning for forbrugerne i dagligdagen.

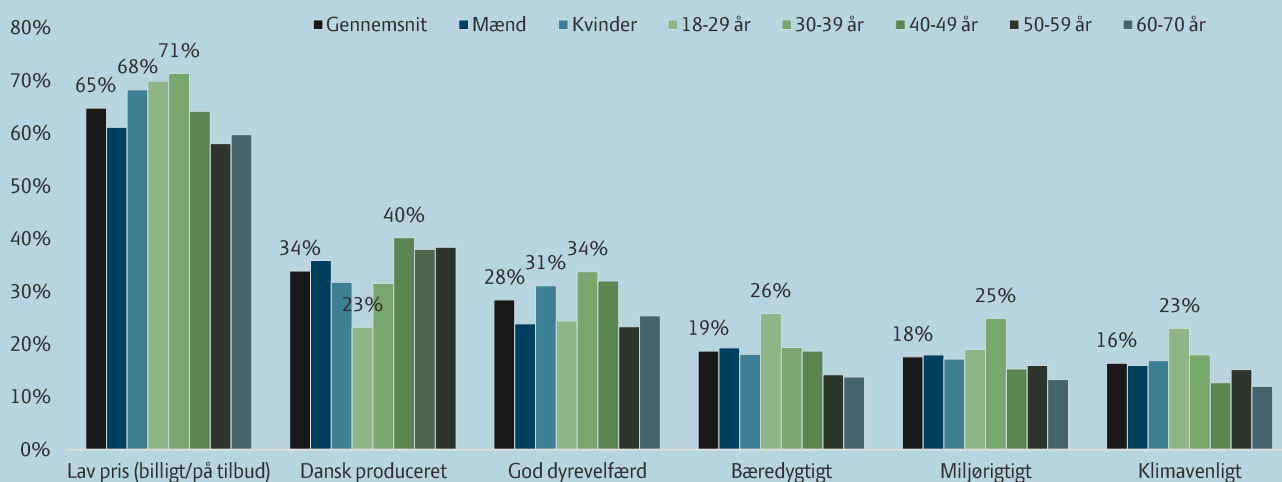
Figur 1. Spg: "Hvilke af disse emner lægger du vægt på, når du køber dagligvarer? Du må gerne angive flere svar":



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2022 n=1005. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne (undtagen "Andet" og "Ved ikke", der har været placeret nederst i hver visning).

Ser vi nærmere efter ift., hvem der oftere lægger vægt på forskellige ting i indkøbssituationen, er der for nogle emner en forskel mellem forskellige demografiske grupperinger. Et fokus på lav pris nævnes fx oftere af yngre danskere. Ligeledes er det også oftere blandt yngre, at vi ser et fokus på emner som 'bæredygtigt' og 'klimavenligt'. Omvendt lægger danskere over 50 år oftere end andre vægt på, om varen er dansk produceret.

Figur 2. Spg: "Hvilke af disse emner lægger du vægt på, når du køber dagligvarer?" Udvalgte svarmuligheder, hvor der ses forskelle mellem demografiske grupper:

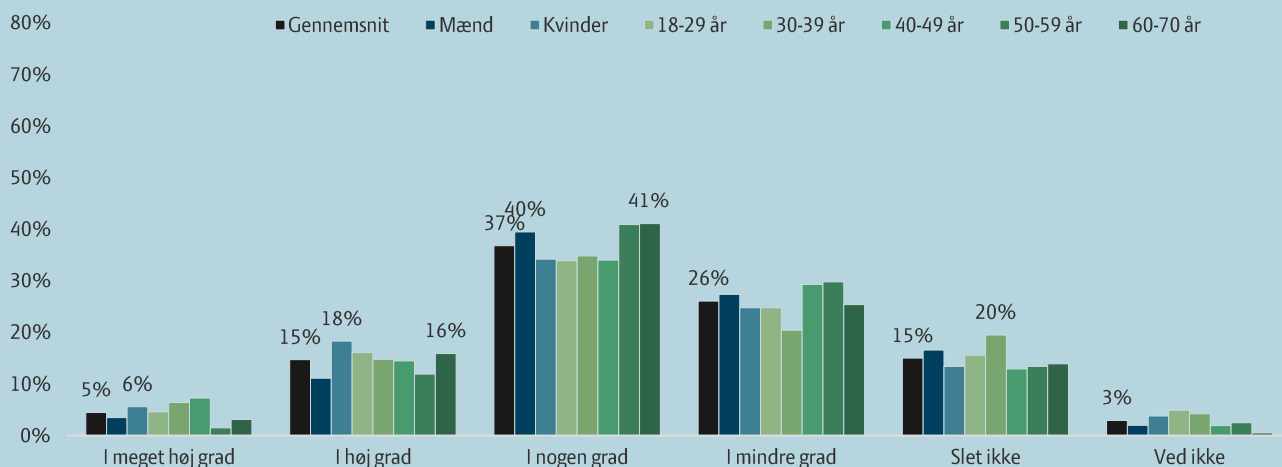


Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2022 n=1005, heraf mænd n=503, kvinder n=502, 18-29 år n=241, 30-39 år n=171, 40-49 år n=201, 50-59 år n=201 og 60-70 år n=191. Mulighed for flere svar. Grafen viser udvalgte svarmuligheder. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

## Over halvdelen bruger mærkningsordninger til at guide sig i nogen eller høj grad

I indkøbssituationen kan forskellige mærkningsordninger være med til at vejlede forbrugerne omkring, hvad varen indeholder, hvor den er produceret og hvordan. Her svarer 37 pct. af danskerne, at de bruger mærkningsordninger i nogen grad, mens hver femte bruger mærkningsordninger i høj eller meget høj grad.

Figur 3. Spg: "I hvor høj eller lav grad bruger du mærkningsordninger til at guide dig som forbruger, når du køber dagligvarer?"



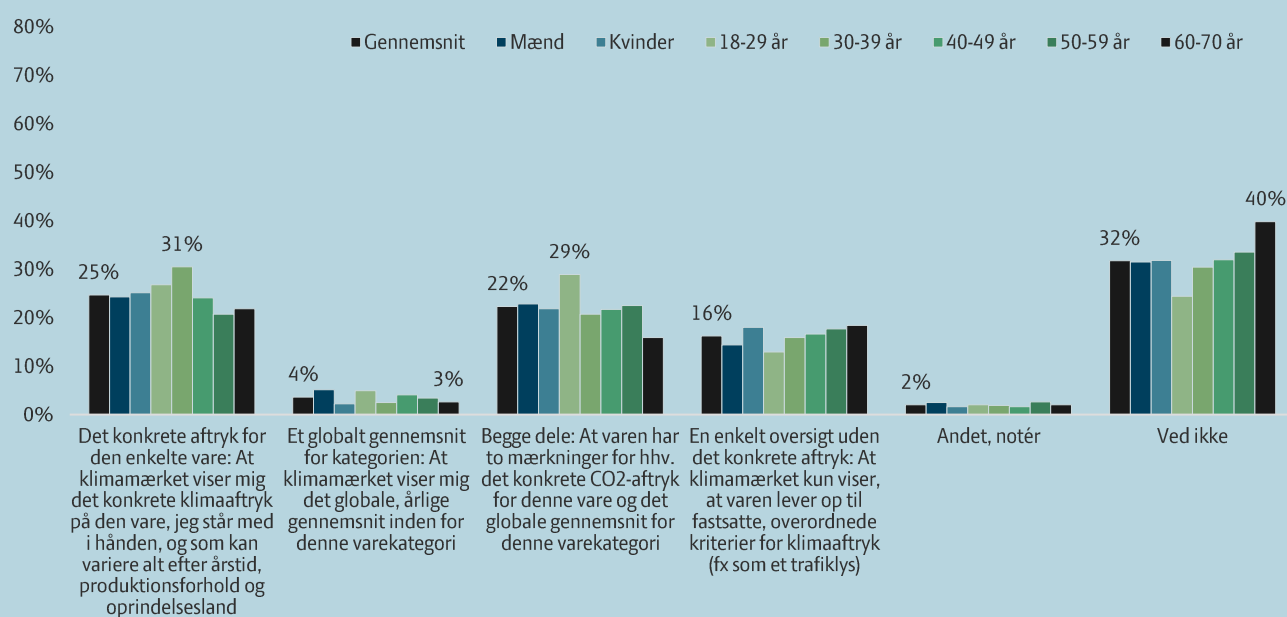
Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2022 n=1005, heraf mænd n=503, kvinder n=502, 18-29 år n=241, 30-39 år n=171, 40-49 år n=201, 50-59 år n=201 og 60-70 år n=191. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

De mange forskellige mærkningsordninger kan dog også samtidig udfordre forbrugerne, der i købsøjeblikket skal kunne skelne mellem de enkelte mærker og forstå, præcis hvad der ligger bag. I forskellige undersøgelser har vi set, at nogle mærkninger tydeligt har rodfæstet sig i forbrugernes bevidsthed. Her er forbrugere bekendt med mærkets betydning og en del navigerer bevidst efter netop dette mærke, når de køber ind. Der findes dog også mærkningsordninger, der kan være sværere for forbrugerne at afkode og skelne fra andre. Det kan i sidste ende potentielt føre til misforståelser og forvirring. I indførelsen af nye mærkningsordninger er det derfor vigtigt ikke blot på forhånd at afkode forbrugernes forventninger til den pågældende mærkningsordning, men også tydeligt kommunikere om, hvad mærket dækker over, når det lanceres og efterfølgende implementeres hos fødevarerproducenter.

## Flest forventer, at et nyt klimamærke på fødevarer vil vise det konkrete aftryk på den vare, de står med i hånden

I forbindelse med regeringens beslutning om at indføre et klimamærke på fødevarer, har Landbrug & Fødevarer derfor spurgt danskerne, hvad de forventer at et sådan mærke kan fortælle dem som forbrugere. Her ser vi, at flest forventer, at det nye klimamærke vil vise det konkrete aftryk på den pågældende vare, der kan variere alt efter sæson, produktionsforhold og oprindelsesland, evt. i kombination med et globalt gennemsnit til sammenligning. Konkret er det 25 pct., der forventer at klimamærket vil vise dem det konkrete aftryk for den vare, de står med i hånden. 22 pct. forventer, at mærket viser en kombination af det konkrete aftryk og et globalt gennemsnit for varekategorien. Dermed er det næsten halvdelen af danskerne, der forventer at et nyt klimamærke vil vise dem det konkrete aftryk på den vare, de står med i hånden, evt. i en kombination med et globalt gennemsnit til sammenligning. 16 pct. forventer modsat, at klimamærket på fødevarer vil være udformet som en enkel oversigt over, om varen lever op til fastsatte, overordnede kriterier. Det er dog samtidig hele 32 pct., der svarer "ved ikke" til dette spørgsmål, hvilket understreger, hvor komplekst og diffust emnet kan være at tage stilling til. Især de 60-70-årige svarer 'ved ikke', mens yngre danskere oftere end andre forventer, at et nyt klimamærke vil vise dem det konkrete aftryk for den specifikke vare, evt. i kombination med et globalt gennemsnit.

Figur 4. Spg: "Regeringen har besluttet, at der skal indføres et klimamærke på fødevarer. Hvad forventer du, at et kommende klimamærke skal fortælle dig som forbruger?"

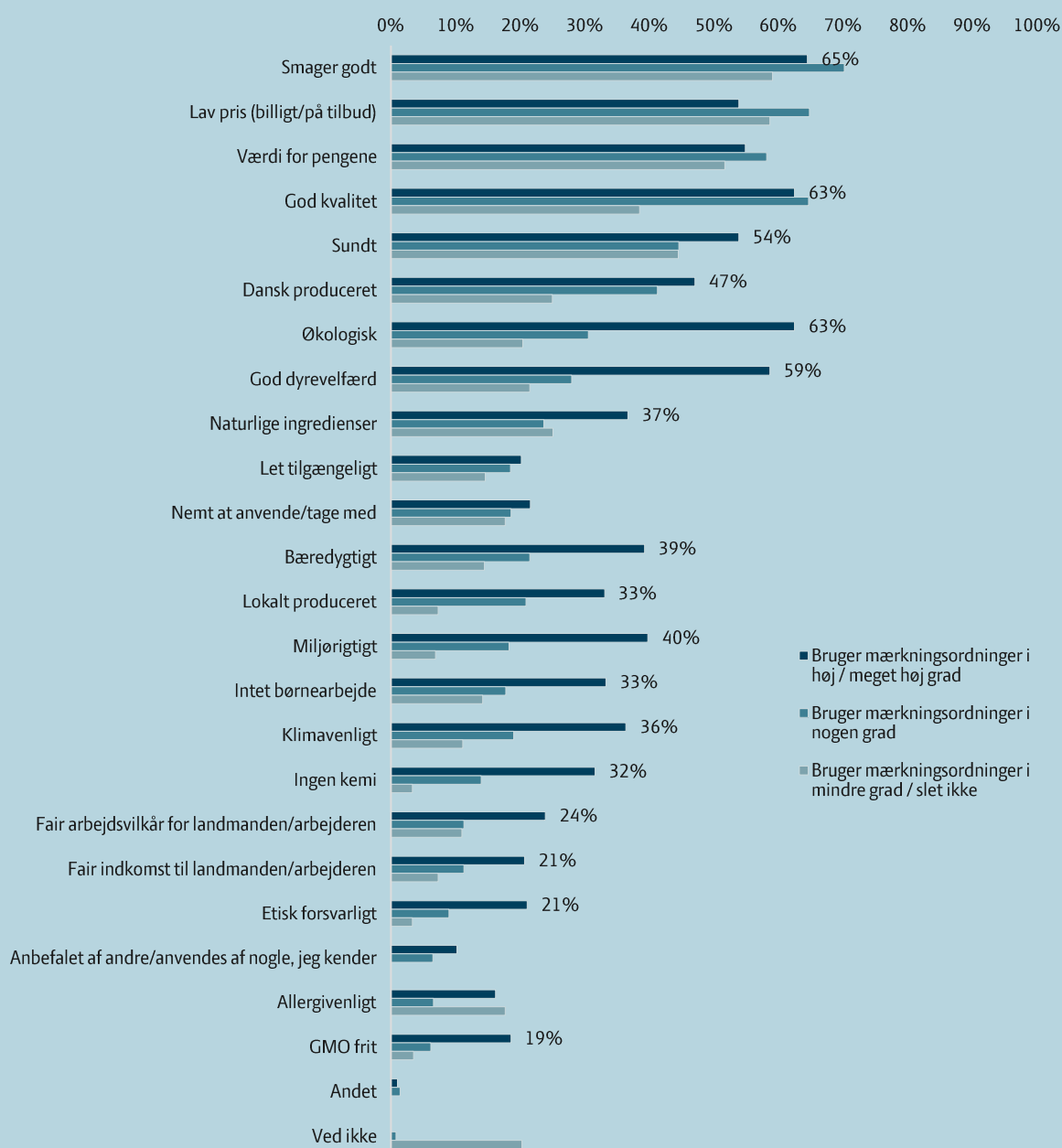


Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2022 n=1005, heraf mænd n=503, kvinder n=502, 18-29 år n=241, 30-39 år n=171, 40-49 år n=201, 50-59 år n=201 og 60-70 år n=191. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Kun ét svar. Man har mulighed for at notere i tekstfeltet "Andet", samtidig med at man vælger svarmulighed 1-4.

## Navigerer man i høj grad efter mærkningsordninger, forventer man oftere, at et nyt klimamærke viser det konkrete aftryk pr. vare

Der er – nok ikke så overraskende – en tydelig sammenhæng mellem i høj grad at bruge mærkningsordninger som rettesnor, og så lægge vægt på en række forskellige emner i indkøbssituationen, hvor mærkningsordninger netop kan have relevans. Bruger man i høj grad mærkningsordninger, lægger man markant oftere vægt på faktorer som fx dansk produceret, økologisk, god dyrevelfærd, bæredygtigt, miljørigtigt, klimavenligt, etisk forsvarligt, intet børnearbejde og/eller fair arbejdsvilkår for landmanden. For denne gruppe kan et nyt klimamærke således være særdeles relevant.

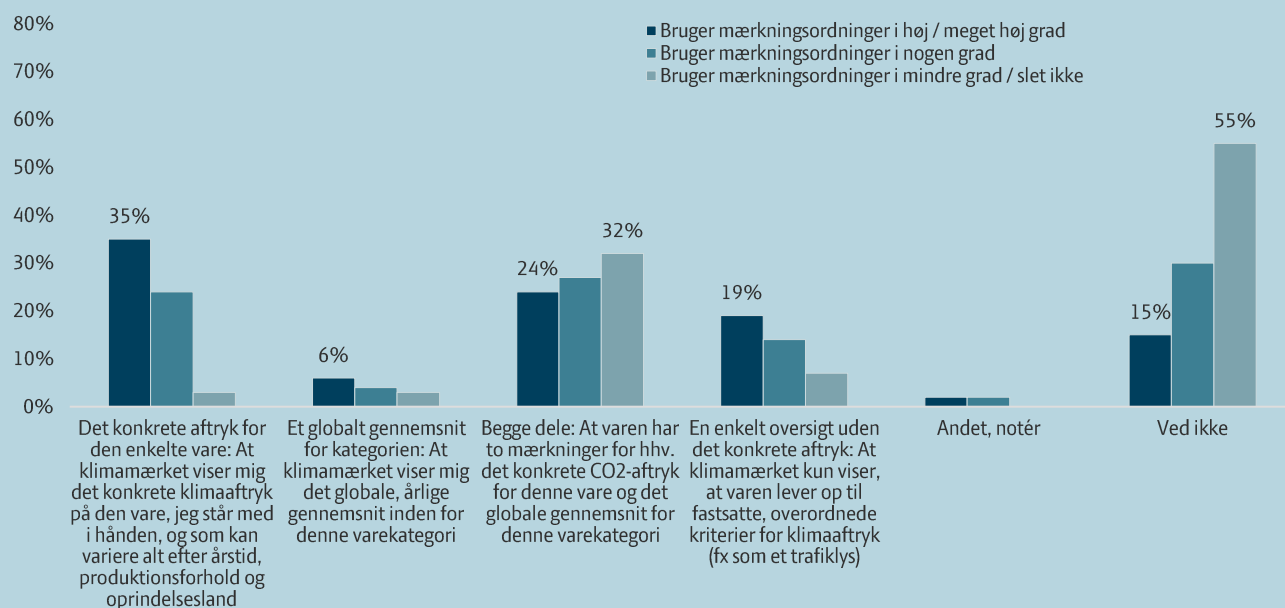
Figur 5. Spg: "Hvilke af disse emner lægger du vægt på, når du køber dagligvarer?" Svarfordeling sat i forhold til i hvor høj grad man bruger mærkningsordninger til at guide sig som forbruger:



Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2022 total n=1005, heraf "Bruger mærkningsordninger i høj / meget høj grad" n=194, "Bruger mærkningsordninger i nogen grad" n=370 og "Bruger mærkningsordninger i mindre grad / slet ikke" n=413. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne (undtagen "Andet" og "Ved ikke", der har været placeret nederst i hver visning).

Blandt de danskere, der i høj grad bruger mærkningsordninger til at guide sig i indkøbssituationen, ser vi da heller ikke samme usikkerhed omkring, hvad de forventer, at et nyt potentielt klimamærke på fødevarer vil vise dem som forbrugere. I denne gruppe er det hele 59 pct., der forventer, at klimamærket giver oplysning om det konkrete aftryk for den vare, de vil stå med i hånden, evt. i kombination med et globalt gennemsnit. Omvendt svarer de i markant mindre grad "ved ikke".

Figur 6. Spg: "Regeringen har besluttet, at der skal indføres et klimamærke på fødevarer. Hvad forventer du, at et kommende klimamærke skal fortælle dig som forbruger?" Svarfordelingen sat i forhold til i hvilken grad man bruger mærkningsordninger til at guide sig som forbruger:



Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2022 total n=1005, heraf "Bruger mærkningsordninger i høj / meget høj grad" n=194, "Bruger mærkningsordninger i nogen grad" n=370 og "Bruger mærkningsordninger i mindre grad / slet ikke" n=413. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Kun ét svar. Man har mulighed for at notere i tekstfeltet "Andet", samtidig med at man vælger svarmulighed 1-4.

## Om analysen

Analysen af danskernes valgkriterier i indkøbssituationen og deres forventninger til et nyt potentielt klimamærke på fødevarer, baseres på en befolkningsundersøgelse gennemført af Norstat for Landbrug & Fødevarer i maj 2022 blandt 1005 danskere ml. 18-70 år. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Deltagerne udvælges af Norstat og inviteres til en undersøgelse om mad og drikke. Det bliver ikke oplyst, at undersøgelsen gennemføres på vegne af Landbrug & Fødevarer.