

Tyske forbrugere er bevidste forbrugere, der er optaget af klima og miljøproblematikker

September 2023

Landbrug & Fødevarer



Tyske forbrugere er bevidste forbrugere, der er optaget af klima og miljøproblematikker

Mange af fødevareklyngens produkter eksporteres til lande både i og uden for Europa. Landbrug & Fødevarer sætter derfor løbende fokus på madkultur, holdninger og adfærd blandt forbrugere i andre lande end Danmark for derigennem at hjælpe fødevareproducenter med at tilrettelægge produktudvikling og markedsføring.

I denne analyse rettes blikket mod tyske forbrugere, hvor Kantar og Wilke på vegne af Landbrug & Fødevarer har gennemført en befolkningsundersøgelse i 2023. De vigtigste indsigter er:

- Både kød og grønt er centrale i aftensmåltidet. Spørger vi de tyske forbrugere, mener de fleste, at kød og grønt er lige vigtige i planlægningen af måltidet. Fjerkræ og grisekød er populært i aftensmaden. Hver anden tyske forbruger spiser fjerkræ på ugentlig basis. Dernæst kommer grisekødet, som spises ugentligt af 43 pct.*
- Tilberedningen af aftensmaden skal gå stærkt. Det er hele 60 pct., der brugte max 30 minutter på tilberedning af aftensmaden dagen før.*
- De tyske forbrugere udtrykker bekymringer om klimaændringer og bæredygtighed. Hver anden angiver, at de bliver mere og mere interesseret i at spise klimavenligt*
- De tyske forbrugere foretrækker fødevarer, der er produceret i Tyskland, da de mener, de både er af højere og bedre kvalitet sammenlignet med fødevarer fra andre lande*
- Dyrevelfærd ligger tyskerne på sinde, hvor 58 pct. giver udtryk for, at de tænker over dyrevelfærd og er enten lidt eller generelt bekymrede. Særligt kvinder giver udtryk for bekymring og tænker også oftere end mænd over, hvordan dyrene har haft det, når de køber forskellige fødevarer.*
- Den aktuelle situation i Ukraine har gjort de tyske forbrugere utrygge. Det er især de stigende energipriser og fødevarerpriser, der bekymrer den tyske befolkning. Siden krigen i Ukraine startede, er 47 pct. begyndt at spare mere på vandet derhjemme, mens 34 pct. er begyndt at købe flere fødevarer på tilbud.*

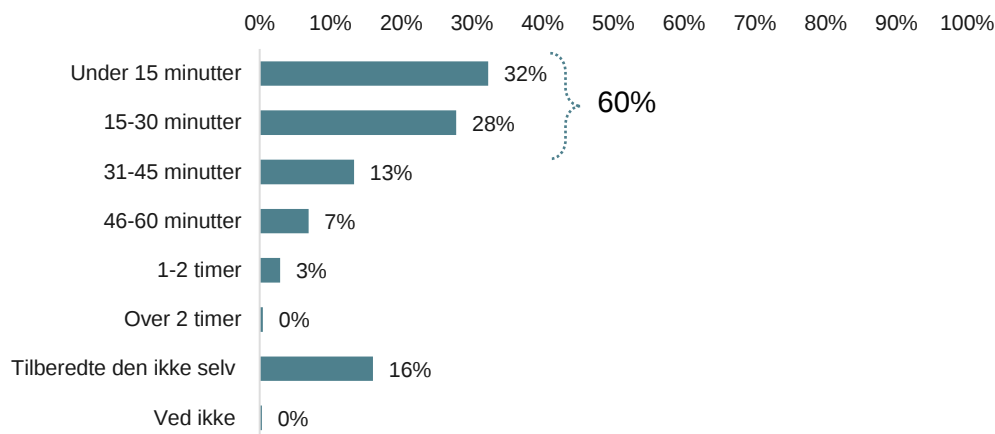
Hvordan ser aftensmaden ud for de tyske forbrugere?

Tyskland er et af de største og vigtigste eksportmarkeder for Danmark. I en nyligt gennemført analyse foretaget i samarbejde med Wilke og Kantar stiller Landbrug & Fødevarer derfor skarpt på de tyske forbrugere, for at kortlægge deres adfærd, både når det kommer til fødevarer, men også indenfor emner som klima og bæredygtighed samt påvirkningen af krigen i Ukraine på forbrugernes holdninger og adfærd.

Først et kig på hvordan aftensmaden ser ud for de tyske forbrugere. Når aftensmåltidet skal tilberedes, går det hurtigt. Det er nemlig seks ud af ti tyske forbrugere, der brugte max 30 minutter

på tilberedning af aftensmaden dagen før, heriblandt 32 pct., der svarer at de brugte under 15 minutter.

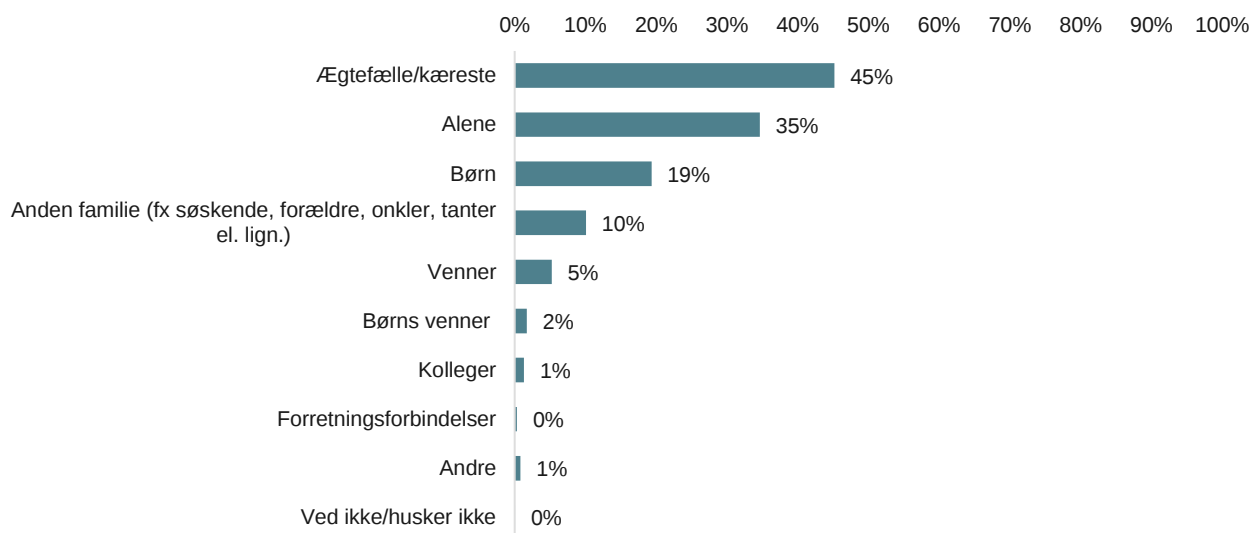
Figur 1: Hvor lang tid brugte du/I på at tilberede aftensmaden i går?



Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023, blandt dem, der spiste aftensmad n=2429

Når aftensmaden skal indtages, så sker det i de fleste tilfælde derhjemme. Ni ud af ti spiste aftensmåltidet hjemme (87 pct.), og 6 pct. var ude og spise i byen. Samtidig spiste næsten halvdelen med ægtefællen/kæresten (45 pct.), og en tredjedel spiste alene (35 pct.).

Figur 2: Hvem spiste du sammen med da du spiste aftensmad i går?



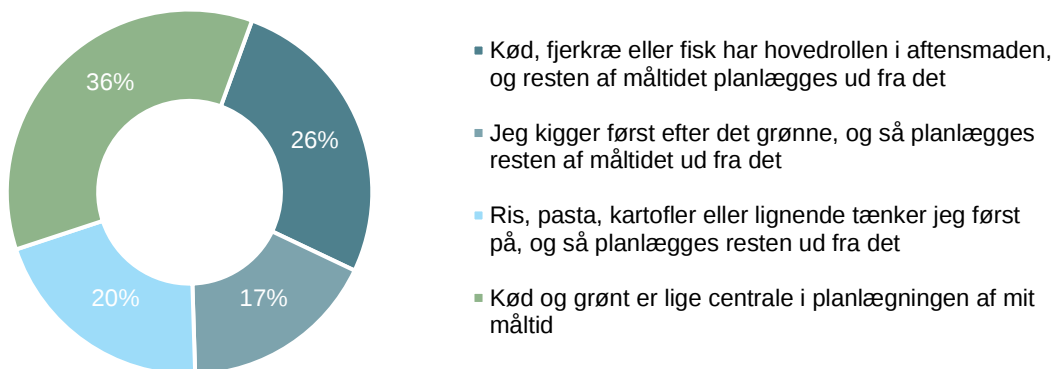
Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023, blandt dem der spiste aftensmad n=2429

Ser vi nærmere på svarfordelingen, så er det i højere grad mænd, som spiser alene. Konkret er der tale om 40 pct. mænd og 29 pct. kvinder – en forskel på 11 procentpoint. Også på tværs af aldersgrupperne ses der forskelle. Forbrugere under 25 år spiser signifikant oftere med venner og anden familie, mens de mellem 35 år og 49 år i signifikant højere grad spiser sammen med børn. Forbrugere over 60 år spiser oftere alene.

Både kød og grønt er centralt i aftensmåltidet

Spørger vi de tyske forbrugere hvilken rolle kød og grønt har, så er både kød og grønt centralt i planlægningen af et aftensmåltid for størstedelen af forbrugerne. Hver femte orienterer sig først efter det grønne, mens hver fjerde lader kødet afgøre resten af måltidet.

Figur 3: Hvilket af følgende udsagn er du mest enig i?

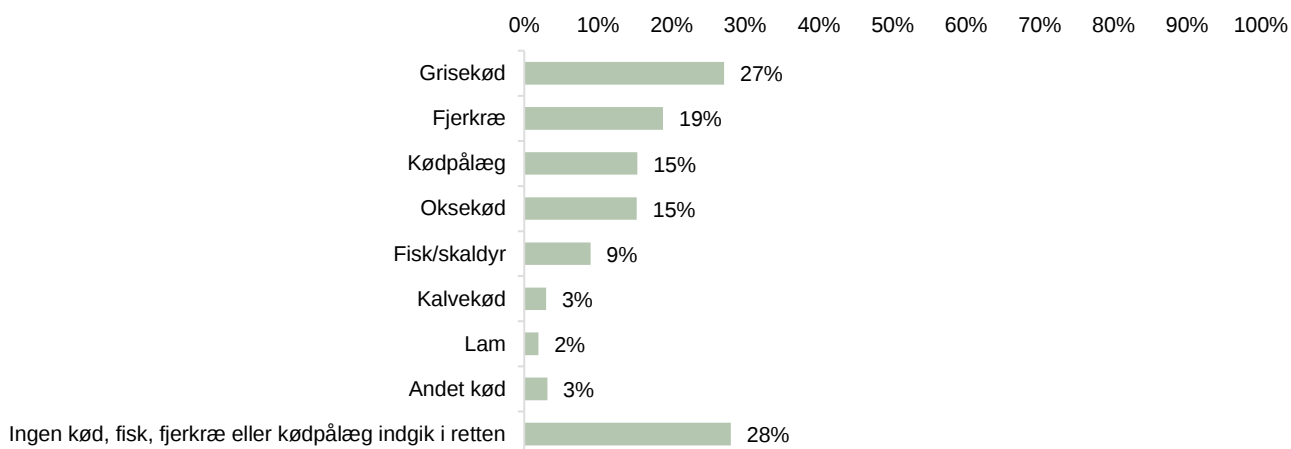


Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023 n=3001

I svarfordelingen ses der signifikante forskelle mellem mænd og kvinder. Kvinder planlægger oftere et måltid ud fra det grønne samt ris, pasta, kartofler eller lignende, mens mænd i nogen højere grad orienterer sig efter kødet. Desuden er der mere end hver tredje i alderen 18-25 år, der planlægger måltidet ud fra ris, pasta eller kartofler, mens det kun er hver 10. blandt de 60-70-årige. I denne aldersgruppe er det til gengæld 42 pct., som finder kød og grønt lige centrale i planlægningen af måltidet.

For langt de fleste tyske forbrugere indgik der en form for kød i aftensmåltidet aftenen forinden. Her er det særligt grisekød, som var populært dagen før. Herefter kommer fjerkræ, kødpålæg og oksekød. Knap en tredjedel fravalgte kød og fisk.

Figur 4: Hvilken type kød, fisk, fjerkræ eller kødpålæg indgik der i din aftensmad i går?



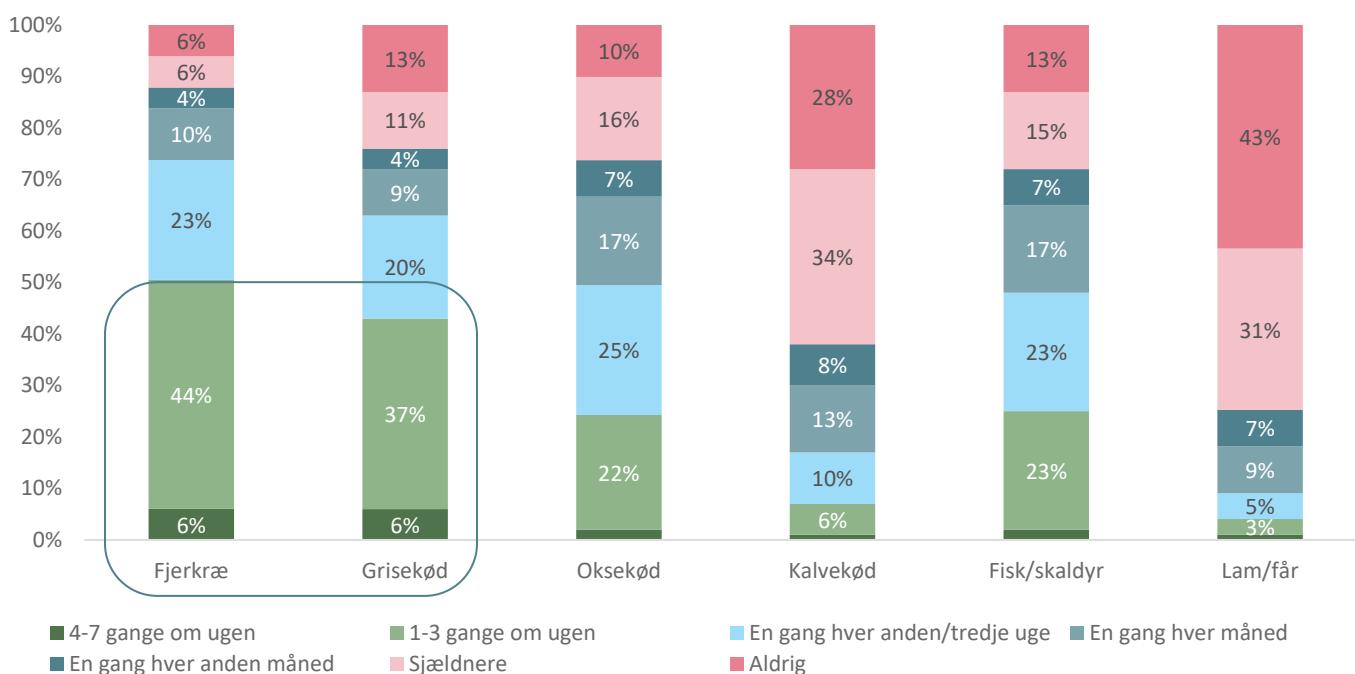
Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023, blandt dem der spiste aftensmad n=2429

De forbrugere, der i højere grad spiser oksekød til aftensmad, er under 25 år. De 60-70-årige spiser derimod oftere kødpålæg. Blandt dem, der hverken spiser kød, fisk, fjerkræ eller kødpålæg til aftensmad, ses et signifikant overtal af kvinder. Konkret svarer 34 pct. kvinder, at de ikke spiste kød til aftensmad i går, mens det for mænd kun gjaldt 22 pct. – en forskel på 12 procentpoint.

Kylling og grisekød er de mest populære kødtyper

Adspurgte til hvor ofte der bliver spist kød og fisk, så er det især fjerkræ og grisekød, der er populært. Hver anden forbruger spiser fjerkræ en eller flere gange ugentligt. Dernæst følger grisekød, som 43 pct. spiser ugentligt. Oksekød og fisk/skaldyr kommer derefter, mens kalvekød og lam/får spises sjældnere end de andre typer af kød og fisk.

Figur 5: Hvor ofte spiser du disse typer kød/fisk?



Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023 n=3001

Det er især mænd som angiver, at de oftere spiser grisekød. Konkret er det 53 pct. blandt mænd, der spiser grisekød ugentligt, mens det kun er 33 pct. blandt kvinderne. Samme billede gør sig gældende for oksekødet, der også i højere grad spises af mænd. På tværs af aldersgrupper ses der også forskelle. Her er grisekød mere populært blandt de ældre forbrugere, mens det omvendte er gældende for oksekødet, hvilket i højere grad spises af de yngre.

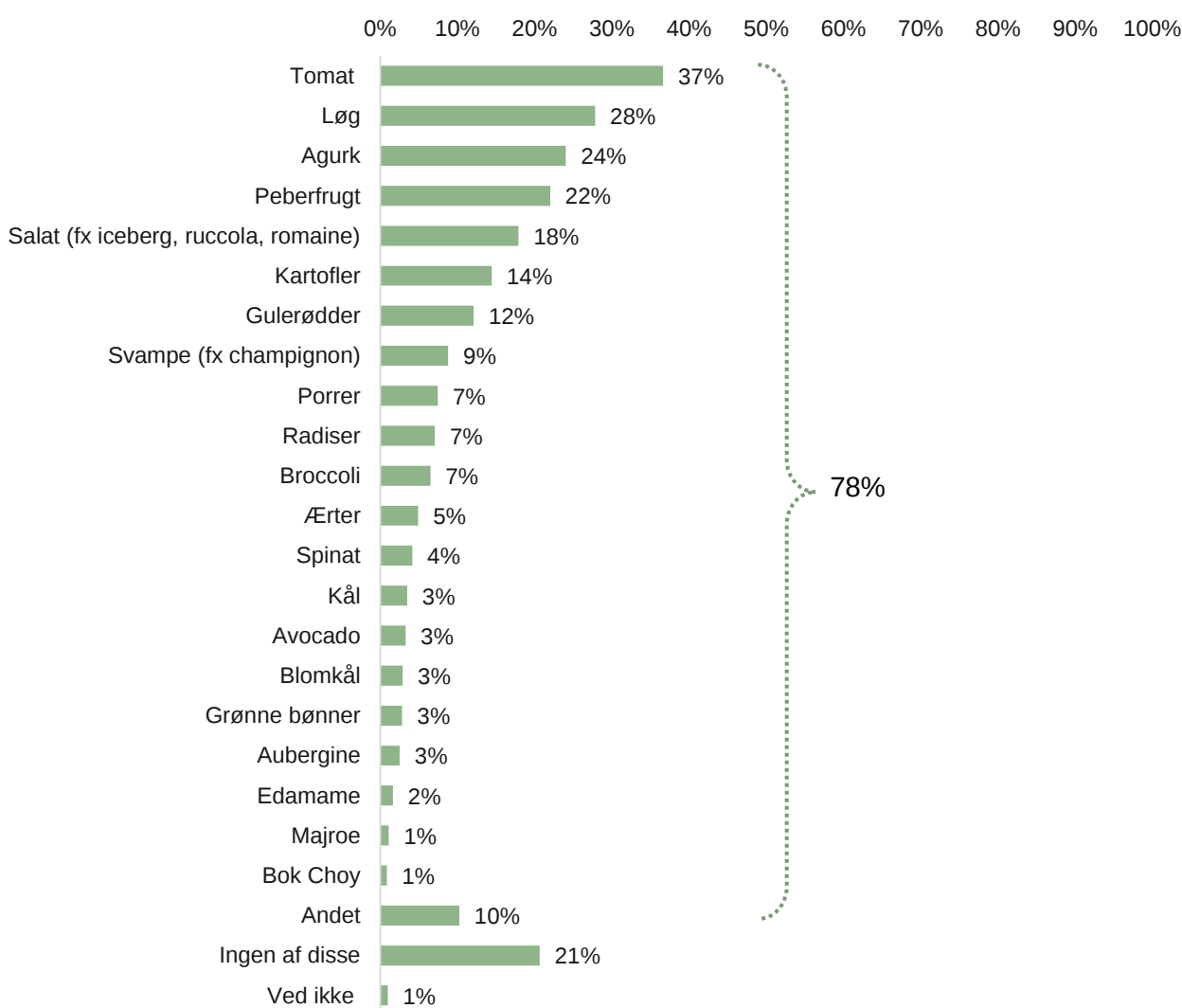
Mens fjerkræ primært vælges, fordi det er fedtfattigt og på grund af sundhed, har disse parametre lavere prioritet, når det kommer til de andre kødtyper. Udover det sunde aspekt spises fjerkræ, da det er anvendeligt til mange retter, har en god smag og er nemt at tilberede. Grisekødet har samme karakteristika, dog uden det sunde og fedtfattige aspekt. Oksekødet værdsættes især på grund af den gode smag, og herefter følger høj kvalitet og at det mætter godt. Fisk/skaldyr vælges primært fordi

det er sundt, dernæst den gode smag, og så kommer yderligere sundhedsbeskrivende karakteristika, som at det indeholder mange vitaminer og mineraler og at det er fedtfattigt.

Grøntsager spiller en vigtig rolle i tyskernes måltider

Blandt de forbrugere, der fik aftensmad dagen før, indgik der grøntsager i måltidet hos 78 pct. af deltagerne. Særligt løg, tomat, agurk, peberfrugt og salat var med i aftensmåltidet dagen før, mens 14 pct. fik kartofler.

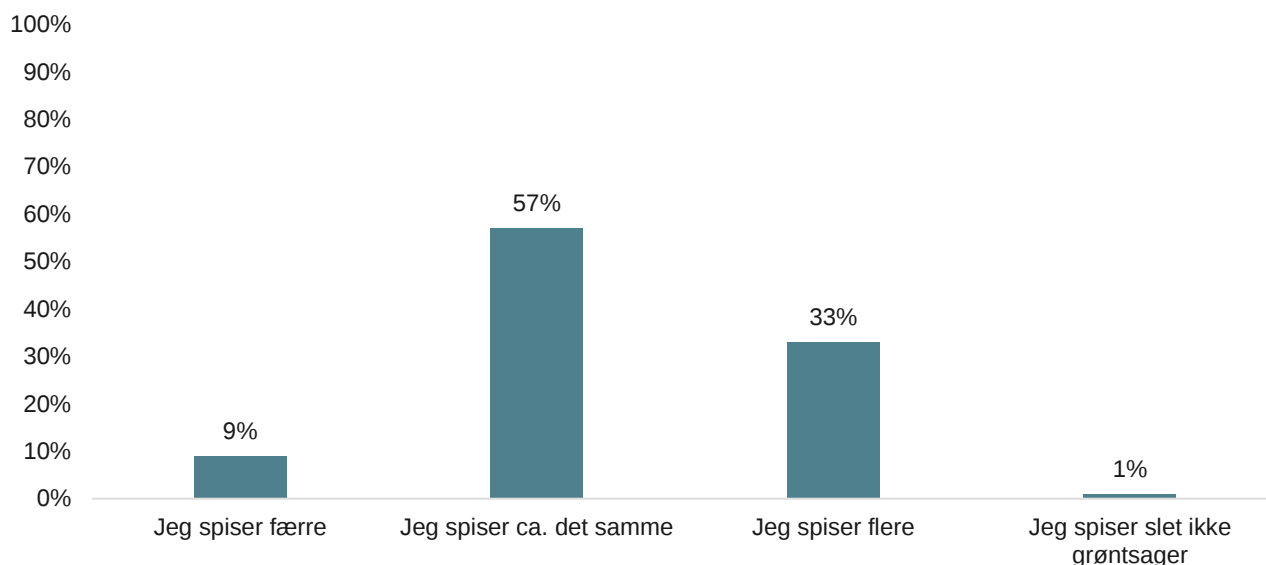
Figur 6: Spg. Hvilke af følgende grøntsager indgik i din aftensmad i går?



Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023 n=2429 (fik aftensmad i går)

Adspurgte om hvorvidt deres forbrug af grøntsager har ændret sig inden for de seneste år, er det hver tredje tyske forbruger, der svarer, at de spiser *flere* grøntsager i dag end for to år siden, mens kun 9 pct. omvendt angiver at spise mindre. 57 pct. angiver, at der bliver spist ca. det samme som for to år siden.

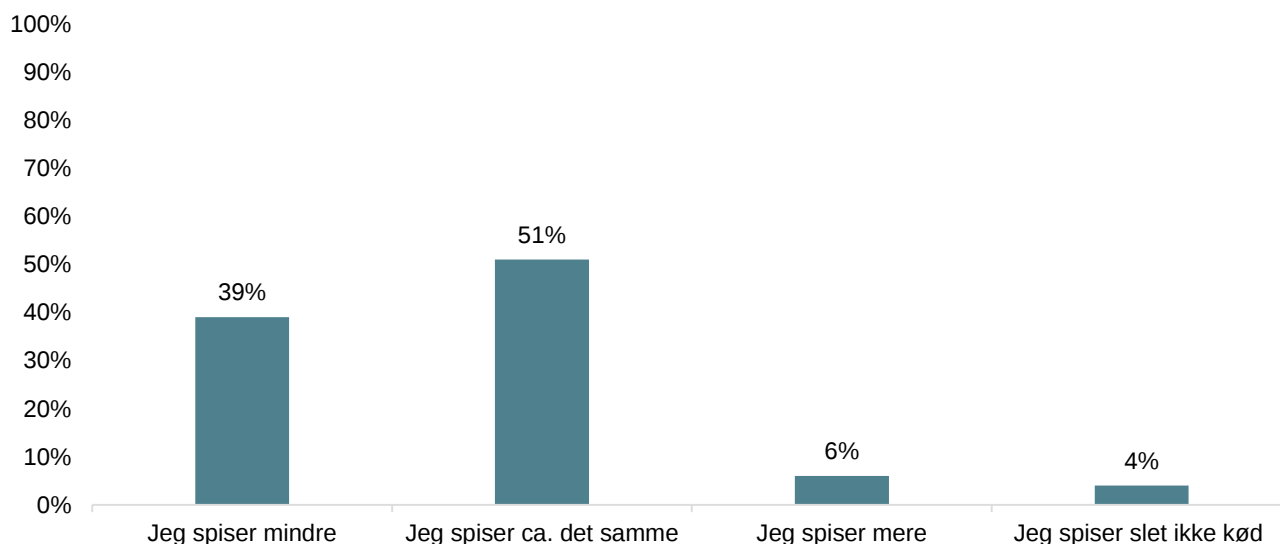
Figur 7: Vil du sige, at du spiser flere eller færre grøntsager i dag end for 2 år siden?



Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023 n=3001

Undersøgelsen har ligeledes spurgt ind til, om de tyske forbrugere efter egen opfattelse har hævet eller sænket deres indtag af kød inden for de seneste to år. Her ser vi den modsatte tendens, nemlig at lidt flere end hver tredje mener, at de spiser mindre kød nu end for to år siden, mens kun 6 pct. mener, at de spiser mere. 51 pct. mener, at de spiser ca. de samme som for to år siden.

Figur 8: Vil du sige, at du spiser mere eller mindre kød i dag end for 2 år siden?



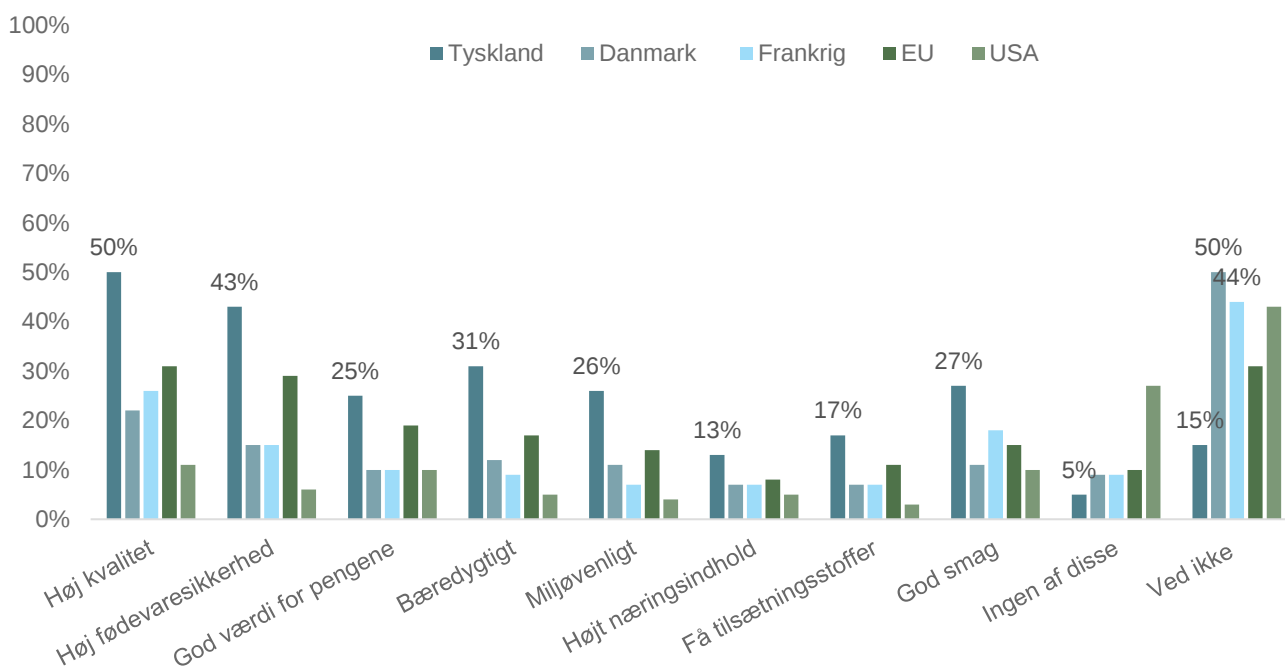
Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023 n=3001

Blandt dem, der spiser mindre kød eller slet ikke spiser kød, er den primære grund relateret til egen sundhed. 48 pct. angiver, at det er sundere ikke at spise kød eller så meget kød. Sekundært er det fordi det er bedre for dyrene, dernæst følger at det er for dyrt.

De tyske forbrugere foretrækker tyske fødevarer

Spørger man de tyske forbrugere om, hvad der kendetegner fødevarer produceret i Tyskland og sammenligner med forskellige andre lande og regioner, så er svaret, at tyske fødevarer især er af høj kvalitet. Generelt er de positive omkring de tyske fødevarer, som de vurderer til at være bedst i alle henseender, sammenlignet med både fødevarer fra Danmark, Frankrig, USA og EU. De tyske forbrugere vurderer deres egen fødevarekvalitet som den højeste i blandt de adspurgte lande/områder. De danske fødevarer ligger generelt tæt op ad fødevarer fra EU og Frankrig. Men franske fødevarer opfattes som at have bedre smag og værende af højere kvalitet end de danske.

Figur 8: Hvad kendetegner madvarer produceret i hver af følgende områder eller lande?



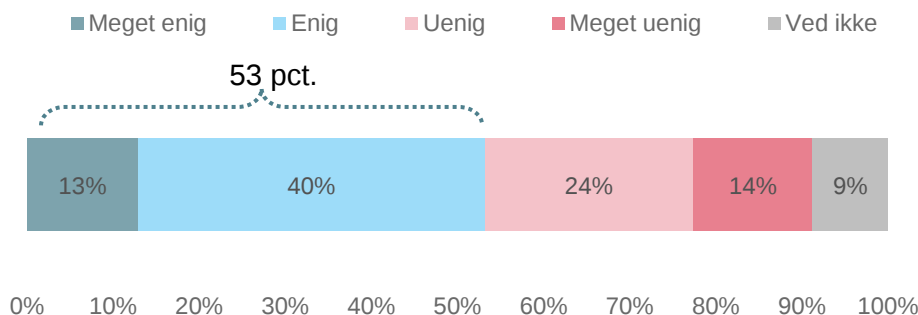
Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023 n=3001

Generelt ses der dog samtidig en høj andel af forbrugere, som ikke ved, hvad der kendetegner fødevarer fra både Frankrig og Danmark. For Frankrig gælder det 44 pct., mens det for Danmark er 50 pct., dvs. at halvdelen af de tyske forbrugere ikke ved, hvordan de vil kendetegne de danske fødevarer. Her ligger der således en god optimeringsmulighed ift. yderligere dansk eksport af fødevarer til de tyske forbrugere.

Klima og bæredygtighed ligger tyske forbrugere på sinde

De tyske forbrugere udtrykker bekymringer om klimaændringer og bæredygtighed. Hver anden angiver, at de bliver mere og mere interesseret i at spise klimavenligt. Især de yngste deltagere i undersøgelsen ml. 18-34 år udtrykker enighed i dette.

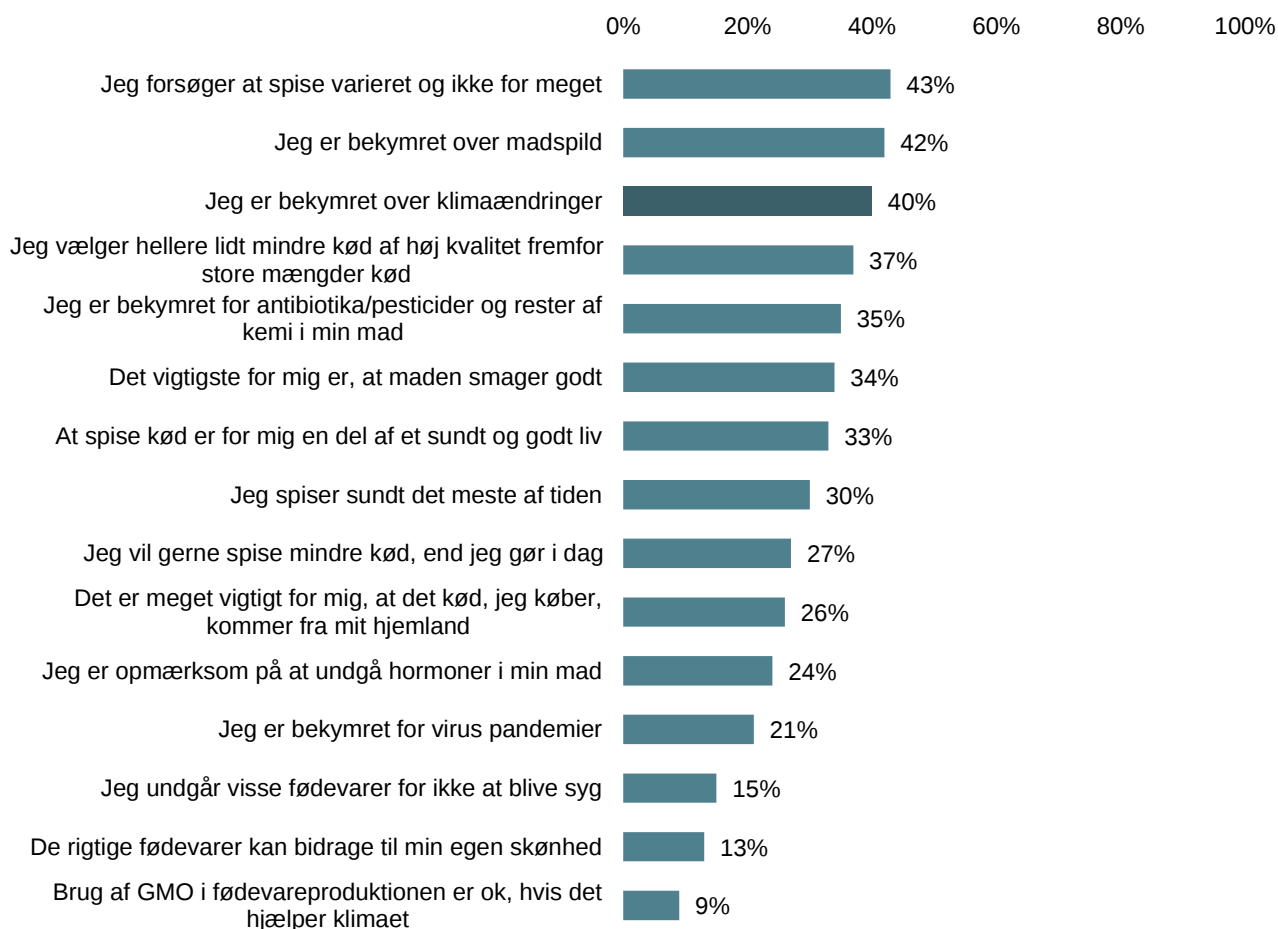
Figur 9: Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn? - Jeg bliver mere og mere interesseret i at spise klimavenligt



Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023 n=3001

Til spørgsmålet om hvilke udsagn, der bedst beskriver dem selv, finder vi 40 pct. der udtrykker bekymring over klimaforandringer, hvilket placerer udsagnet på en tredjeplads over alle svarmuligheder, som tyske forbrugere kan bruge til at beskrive sig selv, overgået af "Jeg forsøger at spise varieret og ikke for meget" på 1. pladsen og "Jeg forsøger at undgå madspild på 2. pladsen.

Figur 10: Hvilke af disse beskriver dig eller er du enig i?



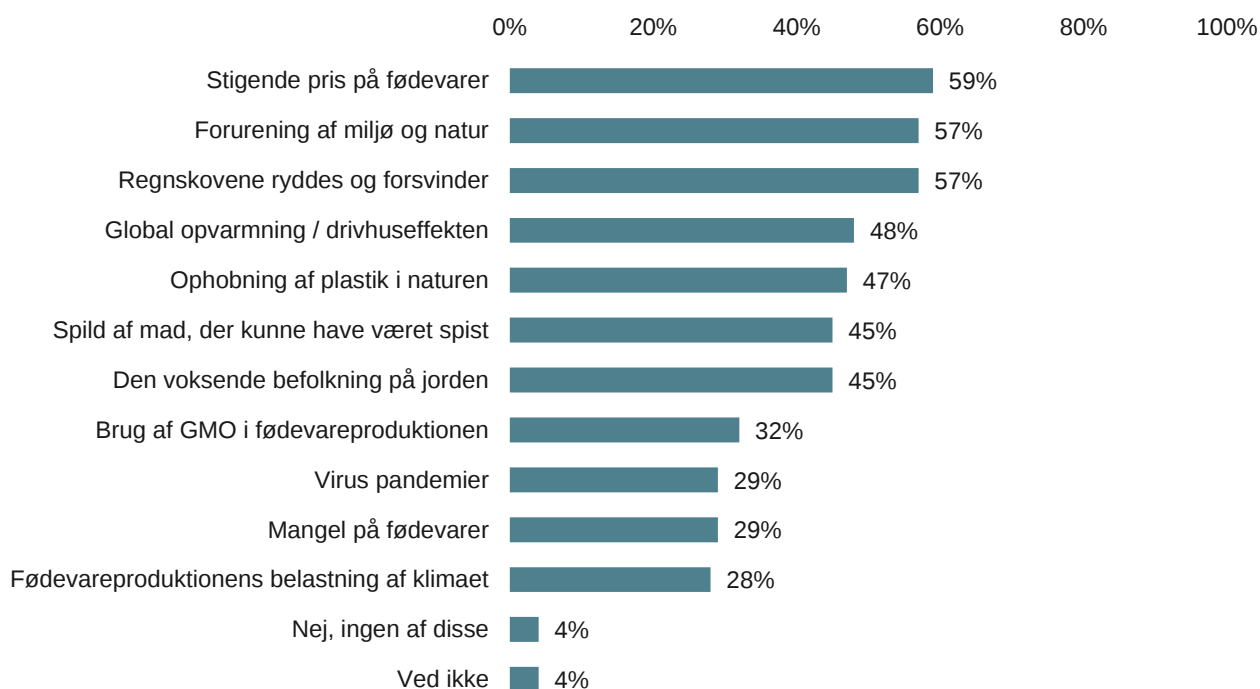
Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023 n=3001

Ser vi nærmere på svarfordelingen, er det især kvinder, som i højere grad udtrykker bekymringer omkring madspild. Desuden er andelen af kvinder, som forsøger at spise varieret og ikke for meget oppe på 47 pct., mens det for mænd drejer sig om 40 pct. For flere mænd end kvinder er det vigtigste, at maden smager godt - 40 pct. af mænd mener dette, mod kun 29 pct. kvinder. Mænd udtrykker også i højere grad, at kød er en del af et sundt og godt liv.

Halvdelen har fokus på bæredygtighed indenfor mad og drikke

Når det kommer til, hvilke udfordringer verden kan stå overfor de næste 10-15 år, så har de tyske forbrugere mest fokus på de stigende priser på fødevarer, forurening af miljø og natur, samt rydning af regnskoven.

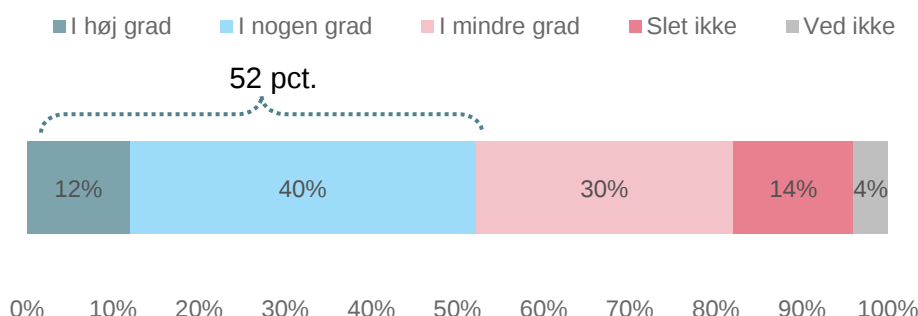
Figur 11: Nogle vil mene, at verden kan stå overfor nedenstående udfordringer de næste 10-15 år. Er der nogle af disse, som du selv er særligt bekymret over?



Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023 n=3001

Ser vi nærmere på fordelingen, er der en række forskelle kønnene imellem. De tyske kvinder bekymrer sig mest om de stigende priser på fødevarer, forurening af miljø og natur, spild af mad der kunne være spist, samt brug af GMO i fødevareproduktion, mens mænd derimod er mere bekymrede for den voksende befolkning. Der ses yderligere en sammenhæng mellem alder og bekymring. Generelt stiger bekymringen med alderen, som eksempel kan ses, at 71 pct. af de 60-70-årige er bekymrede over at regnskove forsvinder, mens det kun er 47 pct. blandt de 18-25-årige.

Figur 12: I hvor høj grad tænker du over klima og bæredygtighed, når du køber mad og drikke?



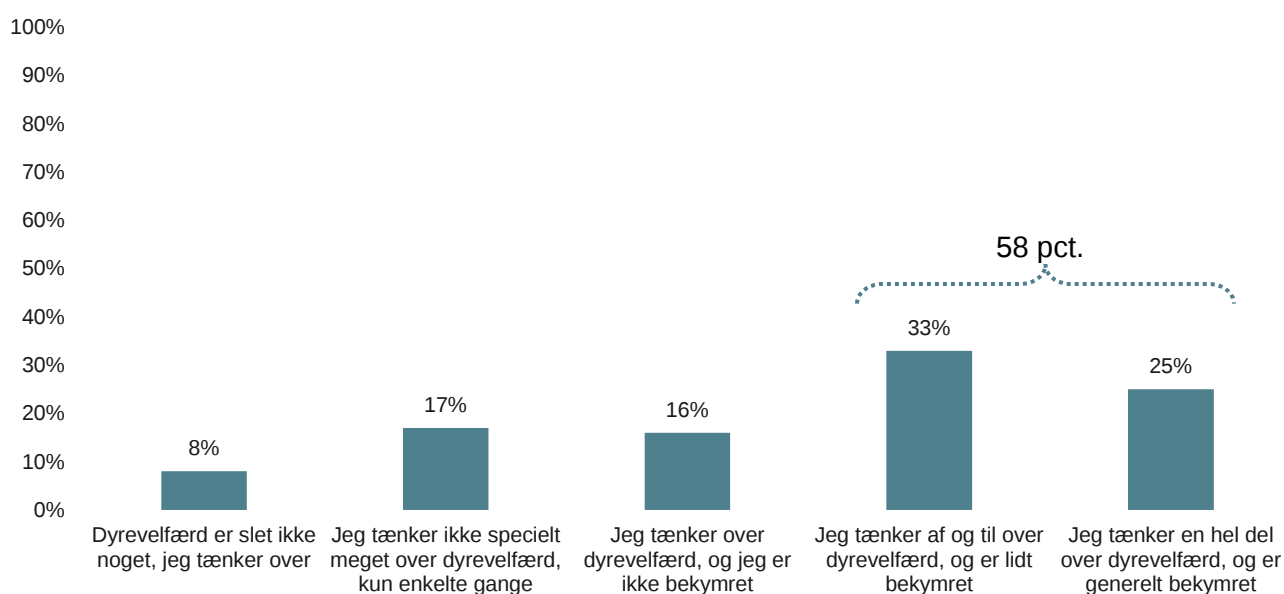
Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023 n=3001

De tyske forbrugere har generelt en stor opmærksomhed rettet mod bæredygtighed indenfor føde- og drikkevarer. Og det viser sig også, at tanker om klima og bæredygtighed præger mere end hver anden forbruger, når de handler mad og drikke. Kvinder tænker i højere grad over klima og bæredygtighed, når der handles, end mændene.

Hver anden forbruger i Tyskland udtrykker bekymring over dyrevelfærd

Opmærksomheden rettet mod bæredygtighed indenfor fødevarer kan også spores i tyskernes holdninger til dyrevelfærd. Konkret er det 58 pct., der tænker over dyrevelfærd og udtrykker en grad af bekymring, fordelt på 33 pct. der udtrykker lidt bekymring og 25 pct., der udtrykker at de er 'generelt bekymrede'. Kun 8 pct. blandt tyske forbrugere tænker slet ikke over dyrevelfærd.

Figur 13: Nedenstående udsagn kan beskrive forskellige holdninger til dyrevelfærd. Hvilket af nedenstående udsagn beskriver bedst din indstilling til dyrevelfærd?



Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023 n=3001

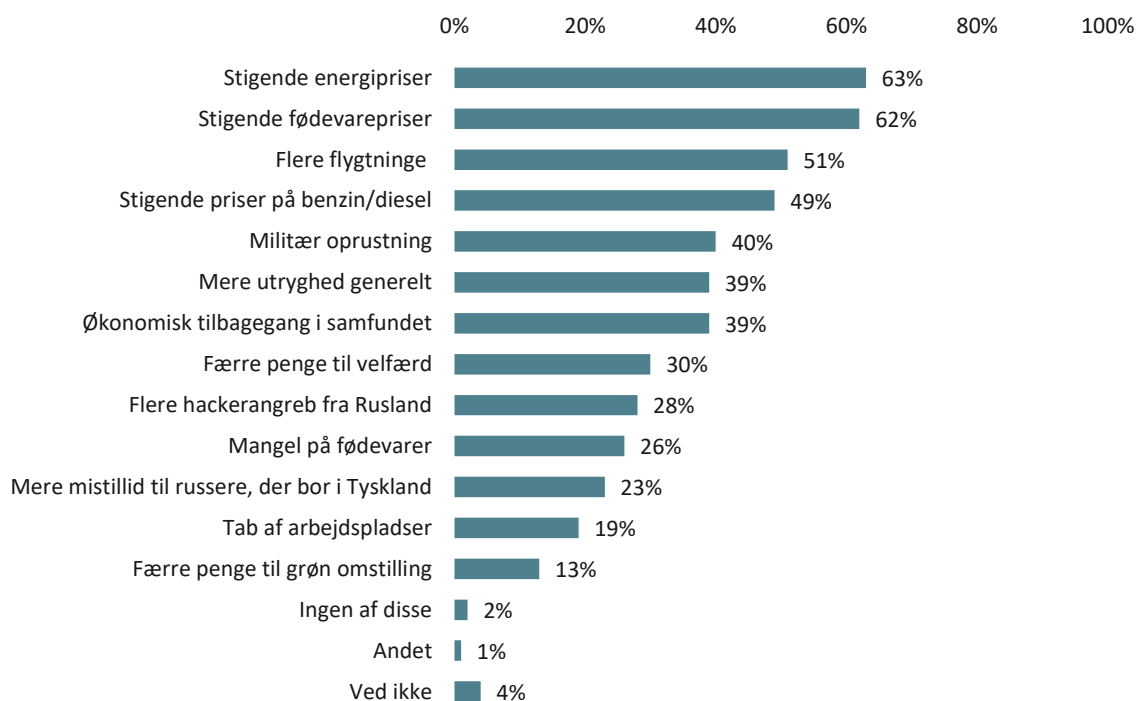
Ser vi nærmere efter, er det især kvinder, som tænker en del over dyrevelfærd og giver udtryk for generel bekymring. Konkret er der tale om at 34 pct. kvinder, mens kun 17 pct. mænd, tilslutter sig netop dette udsagn – en forskel på 17 procentpoint. Også aldersgrupperne imellem er der forskelle. Her er det især tyskere i alderen 50+ år, som tænker en del over dyrevelfærd og er bekymrede.

Når det kommer til indkøbssituationen, tænker en del over dyrevelfærd ved køb af forskellige fødevare-kategorier. Generelt er tendensen stærkere ved køb af kød sammenlignet med mejeriprodukter. Forskellen mellem de forskellige kødtyper er dog ikke så store. Også i indkøbssituationen er det oftere kvinder, der tænker over, hvordan dyrene har haft det, når de køber de forskellige fødevare-kategorier.

Den aktuelle situation i Ukraine bekymrer de tyske forbrugere

Situationen i Ukraine har gjort de tyske forbrugere utrygge. Omtrent en tredjedel angiver, at de føler sig utrygge eller meget utrygge over situationen i Ukraine. Til spørgsmålet om, hvad de konkret er bekymret over, så er det især de stigende energipriser og fødevarepriser, samt flere flygtninge, der bekymrer den tyske befolkning.

Figur 14: Nedenfor ser du nogle måder, hvorpå krigen i Ukraine kan påvirke Tyskland og den tyske befolkning. Er der nogle af disse, som du er bekymret over? Du kan vælge så mange, du vil

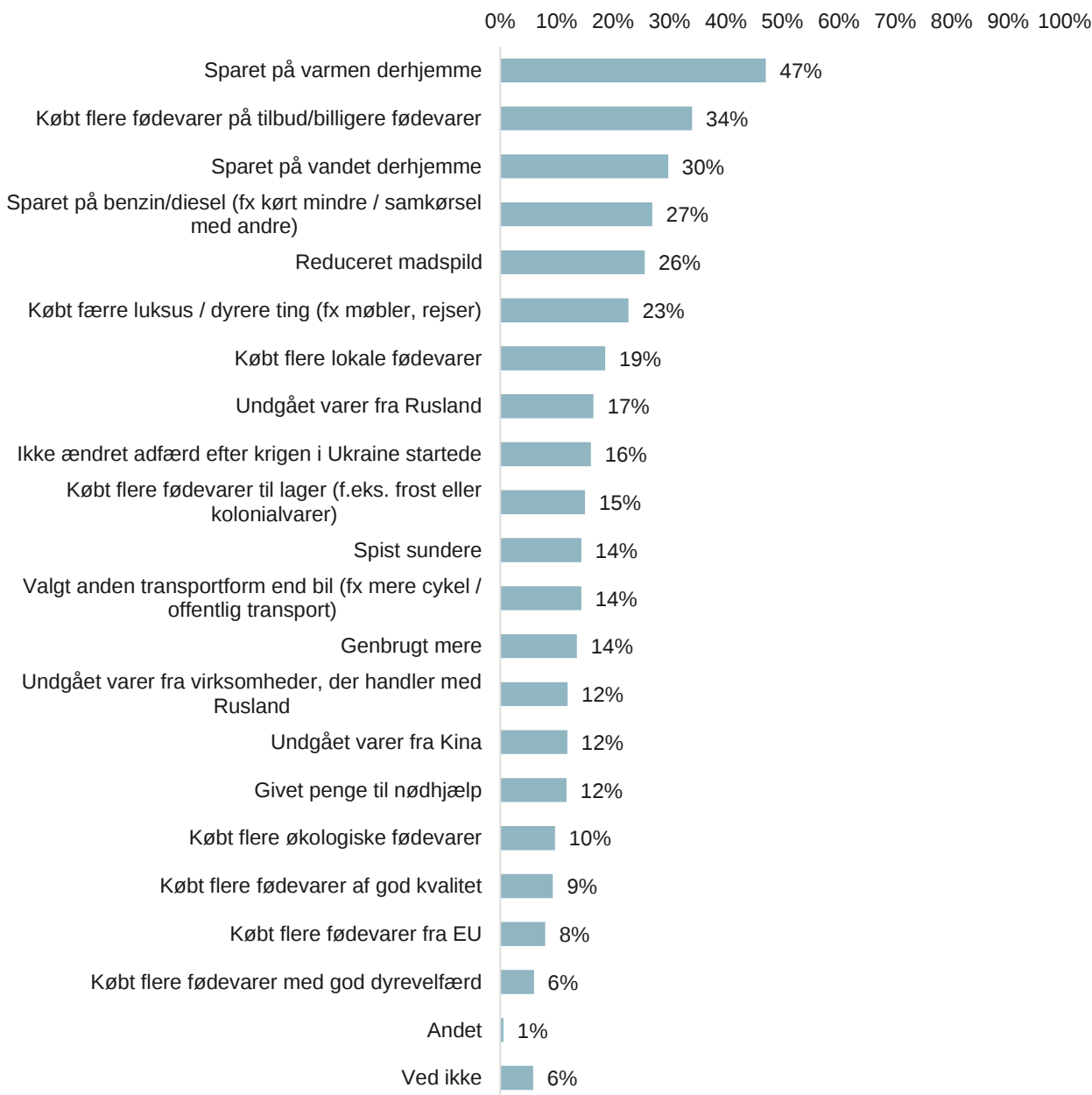


Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023 n=3001

Kvinderne bekymrer sig i højere grad om stigende fødevarerpriser, stigende priser på benzin/olie, mere utryghed generelt, samt mangel på fødevarer, mens mænd i højere grad indikerer en bekymring for en militær oprustning, økonomisk tilbagegang i samfundet, samt flere hackerangreb fra Rusland. Der ses også forskelle blandt de forskellige aldersgrupper, hvor der er en generel tendens med stigende bekymring blandt alle udsagn, jo ældre man er.

Knap hver anden tyske forbruger er begyndt at spare mere på varmen som følge af krigen i Ukraine. Blandt andre tiltag ser vi, at hver tredje forbruger giver udtryk for at have købt flere fødevarer på tilbud, og 30 pct. er begyndt at spare på vandet derhjemme.

Figur 15: Spg. Er der nogle af nedenstående, som du er begyndt at gøre, eller har gjort mere af, efter krigen i Ukraine startede?



Kilde: Wilke & Kantar for Landbrug & Fødevarer, maj 2023 n=3001

Om analysen

Analysen er baseret på data indsamlet af Wilke og Kantar for Landbrug & Fødevarer i maj måned 2023. I undersøgelsen deltog 3.001 repræsentativt udvalgte tyskere i alderen 18-70 år. Billedet på forsiden er fra www.pexels.com fotograf: Adrien Olichon