



# Valgkriterier for hakket kød og plantefars

August 2023

# God smag og dansk produktion er vigtige kriterier for hakket kød

Landbrug & Fødevarer spørger i denne markedsanalyse danskerne ind til forbrug, købsmotivationer, samt hvilke kriterier, som forbrugerne prioriterer ved køb af fire typer af hakket kød/plantefars; hakket oksekød, kyllingekød, grisekød og plantefars. Hakket oksekød er den type, som flest forbrugere benytter i madlavningen, mens plantefarsen er det, som flest tror, at de fremadrettet kommer til at spise mere af. At produktet smager godt, er det vigtigste kriterie på tværs af de fire produkter af hakket kød/plantefars ved indkøb. De vigtigste indsigter er:

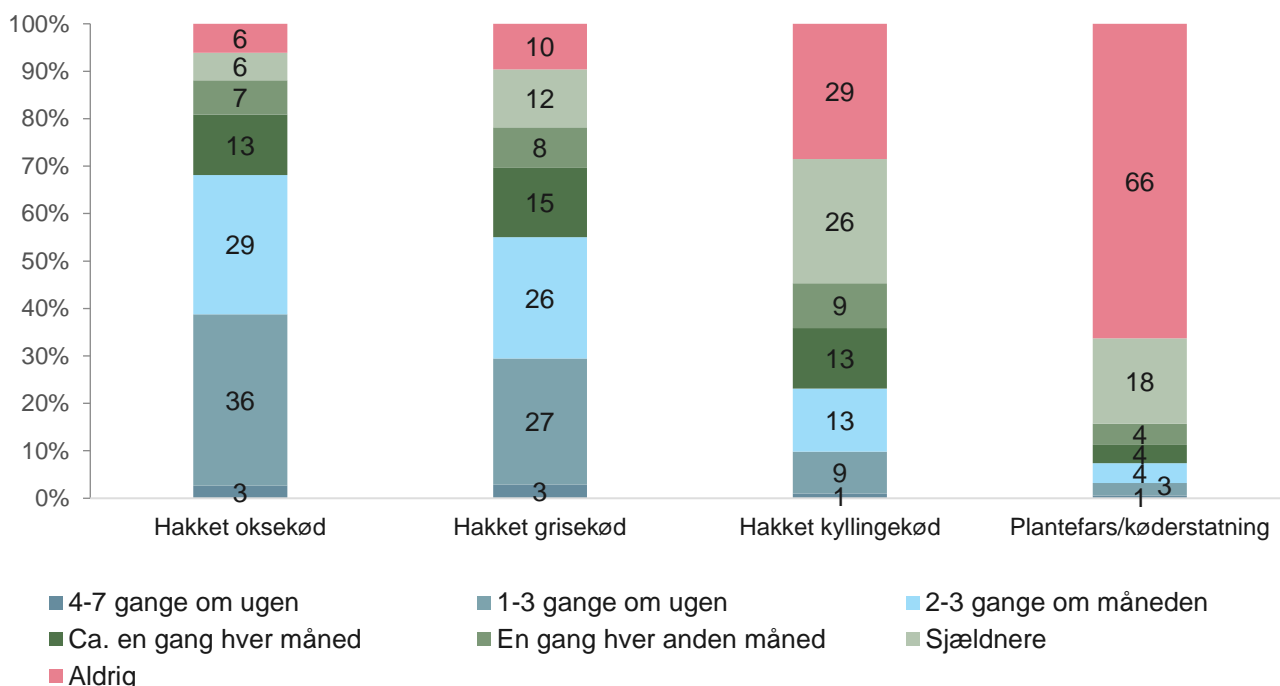
- *Der er en markant forskel i, hvor hyppigt folk anvender de fire produkter indenfor hakket kød og plantefars/køderstatning. Hakket oksekød bliver anvendt mest, efterfuldt af hakket grisekød, hakket kyllingekød og til sidst plantefars/køderstatning.*
- *At produktet smager godt, er det vigtigste valgkriterium for de fire produkter i analysen. Blandt de øvrige vigtige kriterier er, at indholdet ser friskt og appetitligt ud, er fri for antibiotika og er dansk produceret.*
- *Når det kommer til forventninger om fremtidigt forbrug, forventer flertallet af forbrugerne at opretholde det samme forbrug af de tre kødtyper som nu, især på hakket oksekød og hakket grisekød. Hvad angår plantefars/køderstatning, er holdningerne mere splittede, og nogle forbrugere forventer at øge deres forbrug, mens andre forventer at mindske det. Rigtig mange er dog i tvivl og svarer "ved ikke".*
- *Prisrelaterede valgkriterier er generelt mere betydningsfulde end dyrevelfærds- og miljømæssige kriterier. Tilbud og værdi for pengene rangerer højere end faktorer som dyrevelfærd, økologi og miljøvenlig emballage. Dog kommer fri for antibiotika/hormoner og fra fritgående dyr ret højt for alle tre kødtyper.*

## Forbrug af animalske farsprodukter størst

I en nyligt gennemført analyse har Landbrug & Fødevarer i samarbejde med Voxmeter undersøgt valgkriterier og beslutningsfaktorer for fire typer af fars. De fire produkter der undersøges, er hakket oksekød, hakket grisekød, hakket kyllingekød og plantefars/køderstatning.

Resultaterne fra analysen viser, at der er store forskelle i, hvor ofte forbrugerne bruger de fire forskellige farstyper. Hakket oksekød står klart stærkest hos forbrugerne, hvor 81 pct. spiser det på månedlig basis, mens 39 pct. spiser det ugentligt. 71 pct. af forbrugerne bruger hakket grisekød minimum én gang månedligt, og 30 pct. minimum én gang ugentligt. For hakket kyllingekød gælder, at 30 pct. benytter det i madlavningen månedligt og 10 pct. ugentligt. Plantefars/køderstatning anvendes af 12 pct. på månedlig basis og 4 pct., som gør brug af det ugentligt. Ca.7 ud af 10 forbrugere spiser aldrig plantefars/køderstatning og lige under 30 pct. spiser ikke hakket kyllingekød.

Figur 1: Hvor hyppigt anvender du/din husstand følgende typer af hakket kød og plantefars/køderstatning?



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, juni 2023 n=1800, Hakket oksekød n=469, hakket grisekød n=459, hakket kyllingekød n=476, plantefars/køderstatning n=287

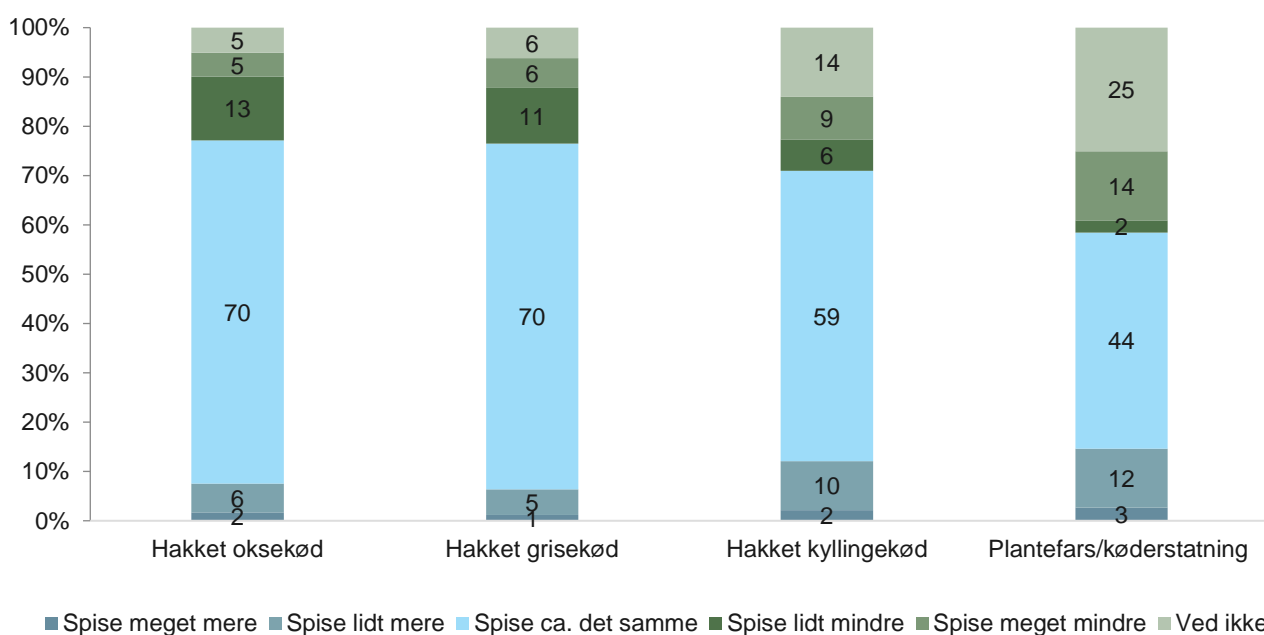
Fordelt på køn, angiver mænd et større forbrug af hakket kød i forhold til kvinder. Det gælder især hakket okse- og grisekød, hvor hhv. 44 pct. og 34 pct. af mænd siger, at de spiser det på ugentlig basis.

Der er yderlige forskelle på alder, de 40-49-årige har det højeste forbrug af hakket oksekød. 49 pct. angiver, at det bliver spist på ugentlig basis (87 pct. spiser det min. en gang om måneden eller mere). Der er ikke så tydeligere forskelle på alder på hakket grise- og kyllingekød, men på plantefarsen er det de unge, der anvender det mere end de ældre forbrugere. 21 pct. af de 19-29-årige spiser det minimum en gang om måneden.

## Flest regner med at øge forbruget af plantefars/køderstatning fremadrettet

Langt de fleste forbrugere regner ikke med at lave store ændringer i deres forbrug af de fire forskellige typer. Intentionen om at spise mere er dog højest for plantefars/køderstatning. Samlet set er der 16 pct. af forbrugerne, som tror, at de i fremtiden vil spise mere af dette. Hver fjerde forbruger angiver også, at de ikke ved, om de i fremtiden vil spise enten mere eller mindre, eller bibeholde det nuværende forbrug af plantefars/køderstatning, mens det gælder for 14 pct. for hakket kyllingekød.

Figur 2: Tror du, at du/din husstand i fremtiden vil spise mere eller mindre af følgende typer af hakket kød og plantefars/ køderstatning?



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, juni 2023 n=1800, Hakked oksekød n=469, hakket grisekød n=459, hakket kyllingekød n=476, plantefars/køderstatning n=287

Langt de fleste regner ikke med at ændre deres forbrug af hakket oksekød og hakket grisekød. Der er dog flere, der angiver at de tror, at de vil spise mindre, end spise mere, men tre ud af fire forbrugere regner med at spise ca. det samme fremadrettet.

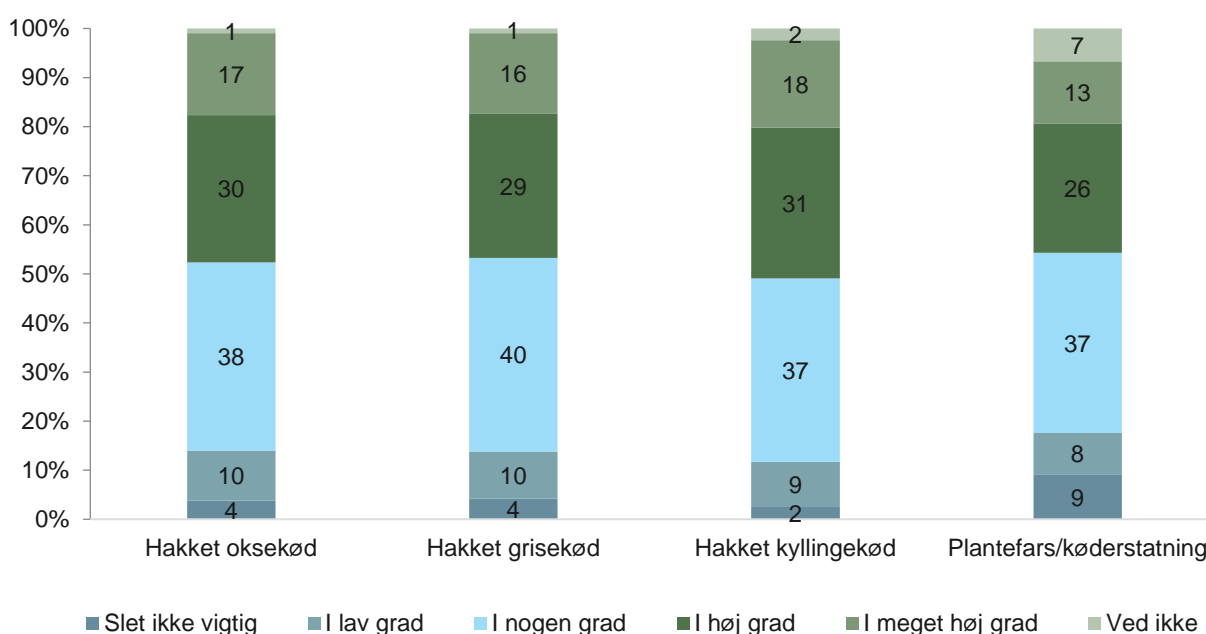
Fordelt på aldersgrupperne er det tydeligt, at det er de yngste forbrugere, der oftest angiver at ville ændre deres forbrug. 21 pct. blandt forbrugerne i alderen 18-29 år regner med at ville spise mere plantefars/køderstatning og 24 pct., at de vil spise mindre hakket oksekød. De regner også med at ville spise mere hakket kyllingekød (17 pct.).

## Pris influerer for langt de fleste ved køb af de fire produkter

For hver af de fire typer har mellem 76 pct og 86 pct. af forbrugerne svaret, at prisen enten i nogen grad, høj grad eller meget høj grad er vigtig for dem. Der ses dog en lidt højere prisfølsomhed for hakket kyllingekød. Her har 49 pct. sagt, at prisen enten i høj eller meget høj grad er vigtig. Den største gruppe af forbrugere angiver dog, at prisen kun i nogen grad er vigtig. Det er gældende for alle fire typer.

For alle fire produkter gælder, at det primært er de yngste forbrugere i alderen 18-29 år, der angiver, at prisen i høj/meget høj grad er vigtig ved køb.

Figur 3: Hvor vigtig er prisen for dig, når du køber følgende?



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, juni 2023 n=1800, Hakked oksekød n=469, hakket grisekød n=459, hakket kyllingekød n=476, plantefars/køderstatning n=287

## Valg af mest og mindst vigtige parametre

På baggrund af en definition af de 24 oplyste valgkriterier, ses det tydeligt, hvilke kriterier, som forbrugerne forventer at produkterne som minimum lever op til, samt hvilke der er købsmotiverende. Når forbrugerne efterfølgende skal angive, hvilke af disse valgkriterier, som er mest eller mindst vigtige ved køb af ét af de fire produkter (hakked oksekød, grisekød, kyllingekød eller plantefars/køderstatning), fordeler kriterierne sig ganske forskelligt.

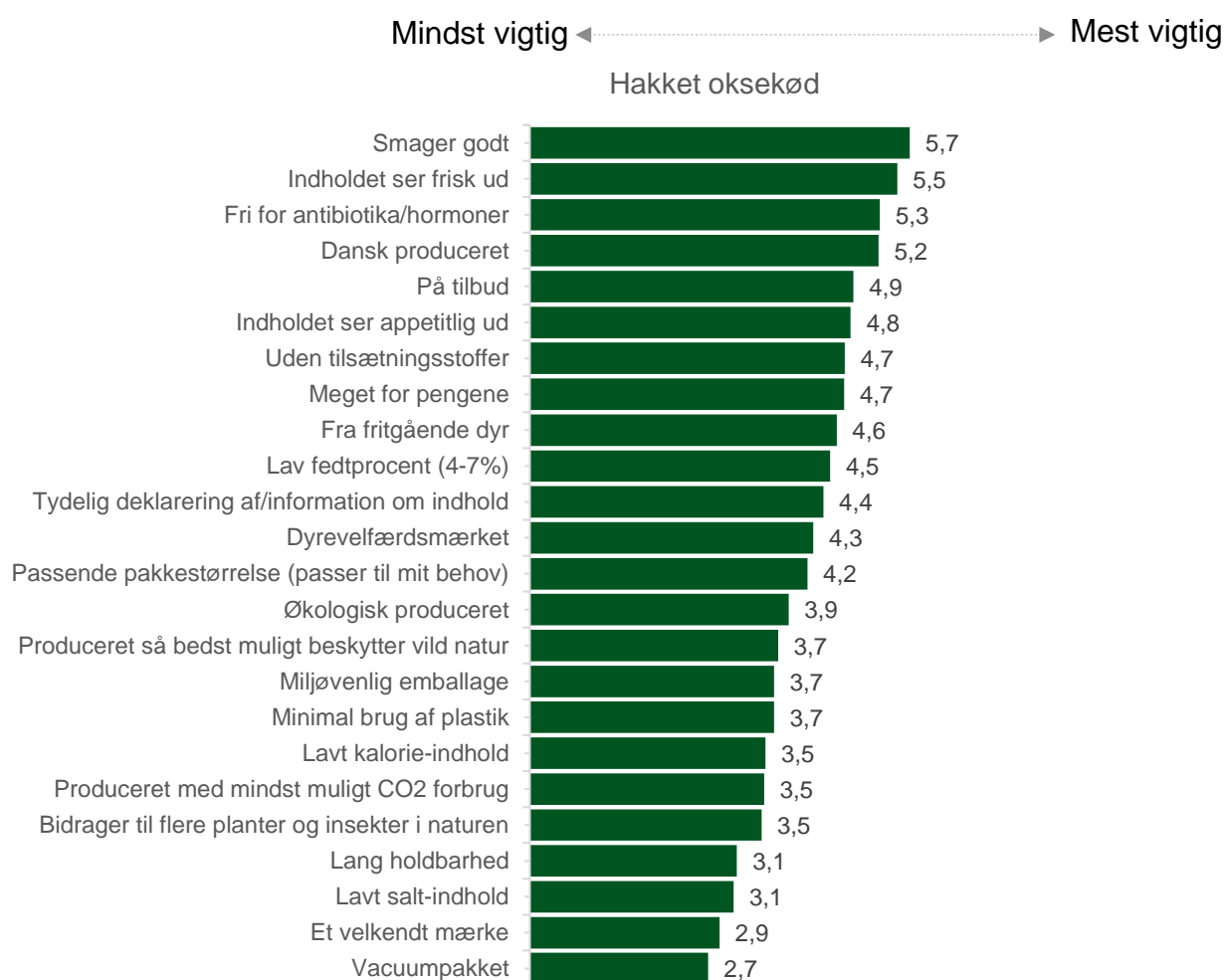
I en såkaldt MaxDiff analyse er forbrugerne blevet stillet overfor de 24 valgkriterier i forskellige kombinationer med fem muligheder ad gangen. Her er de for hver kombination blevet bedt om at definere, hvilken de finder mest vigtigt og mindst vigtigt af de fem viste

valgkriterier. (Se sidste afsnit af markedsanalysen for en nærmere beskrivelse af MaxDiff metoden).

## Smag og udseende er de vigtigste valgkriterier for oksekød

For forbrugere, der har købt hakket oksekød, er de tre vigtigste kriterier 'smager godt', 'indholdet ser friskt ud' og 'at det er fri for antibiotika/hormoner'. Den fjerde hyppigst nævnte er, at det er dansk produceret.

Figur 4: Hvilke af disse valgkriterier er mest og mindst vigtig for dig, når du køber hakket oksekød?



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, juni 2023 n=1800, Hakket oksekød n=469

Mindst vigtigt er det om kødet er vakuumpakket, er fra et lavt mærke og at det har et lavt saltindhold. Der er derfor ikke stærke præferencer for mærker på markedet for hakket

oksekød. I midten af rangstigen ses det også, at pris-relaterede kriterier rangeres højere end de fleste af dem om miljøbevidsthed.

Fordelt på aldersgrupper er det tydeligt, at de ældre forbrugere ikke i samme grad vægter pris og tilbud som vigtigt. Til gengæld er dansk produktion det vigtigste valgkriterie, sammen med god smag. De 18-29-årige fremhæver, at det hakkede oksekød skal være fri for antibiotika og hormoner, hvilket faktisk er det vigtigste valgkriterie for denne målgruppe, dernæst kommer smag og tilbud som de vigtigste valgkriterier.

Dykses der ned i forskelle på køn, er dyrevelfærdsmærket vigtigere for kvinder end det er for mænd. Kvinderne mener, det er det femte vigtigste valgkriterie, mens mænd placerer det i bunden, som et mindre vigtigt kriterie.

## **Valgkriterierne kan splitte forbrugerne**

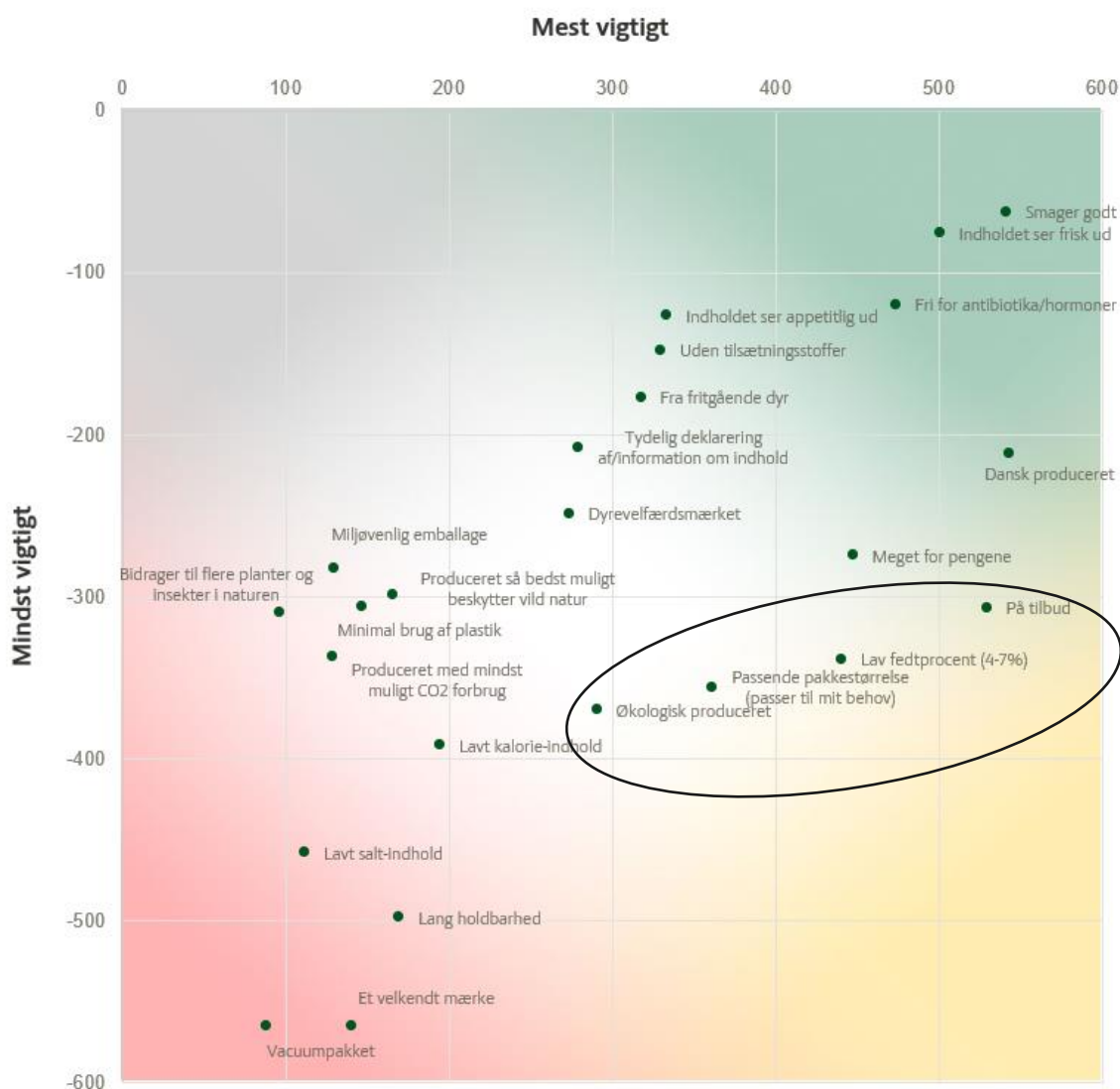
Valgkriterierne er ikke lige vigtige for alle forbrugere. Nedenfor vises et heat-map, der rangerer de forskellige parametre indenfor fire kvadrater. Udsagn der ligger i det gule område, vælges som både vigtige og ikke vigtige, altså vil nogle forbrugere rangere valgkriteriet rigtigt højt, mens andre vægter det lavt. Det er altså disse udsagn, der skiller vandene mest.

Udsagn der ligger i det røde felt, hører under de udsagn, som konsekvent ikke er vigtige, og som ikke splitter forbrugerne. Det grønne felt inkluderer udsagn som i høj grad bliver valgt som vigtige og som heller ikke deler vandene. Kriterier i det grå felt bliver ikke valgt i hverken vigtig eller uvigtig retning.

## Økologi, passende pakkestørrelse, lav fedtprocent og at det er på tilbud, deler vandene

Økologisk produceret er et valgkriterie, der splitter forbrugerne, hvor nogle mener det er meget vigtigt, er det for andre næsten helt lige meget. Blandt dem der i højere grad har angivet, at det er vigtigt, finder vi kvinderne og forbrugerne i alderen 40-49-årige. En passende pakkestørrelse bliver i højere grad valgt som et vigtigt valgkriterie blandt mænd. Oksekød med en lav fedtprocent bliver i højere grad valgt som vigtigt blandt de 60-70-årige, forbrugere i hovedstadsområdet, samt husstande uden børn. At det er på tilbud, splitter også forbrugerne. Her er det vigtigere blandt mænd, samt forbrugere i alderen 18-49-årige, samt blandt børnefamilierne.

Figur 5: Hvilke af disse valgkriterier er mest og mindst vigtigt for dig, når du køber hakket oksekød? Heat-map



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, juni 2023 n=1800, Hakket oksekød n=469

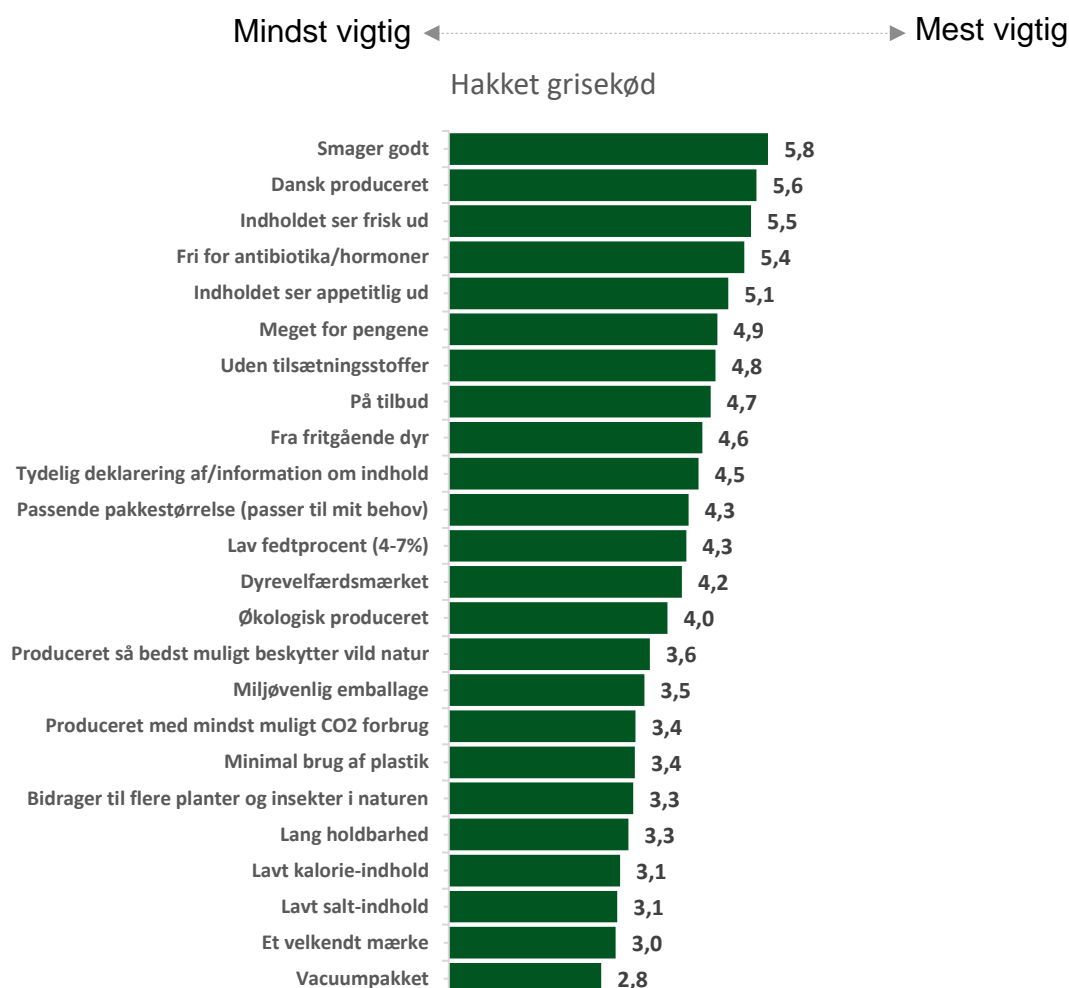


## Valgkriterier for hakket grisekød ligner i høj grad kriterierne for hakket oksekød

De vigtigste valgkriterier for de forbrugere, der har benyttet hakket grisekød, er de samme som for hakket oksekød, om end i en lidt anden rækkefølge. Blandt de fire vigtigste valgkriterier ses stadig 'smager godt', 'dansk produceret', 'indholdet ser friskt ud' samt 'fri for antibiotika/hormoner'. Til gengæld vægtes dansk produceret højere for hakket grisekød end for hakket oksekød.

Forbrugerne af grisekød finder det ikke vigtigt, at kødet er vakuumpakket, er fra et velkendt mærke eller at det har et lavt saltindhold. Igen ses det, at pris-relaterede kriterier rangeres højere end de fleste af dem om miljøbevidsthed.

Figur 6: Hvilke af disse valgkriterier er mest og mindst vigtig for dig, når du køber hakket grisekød?



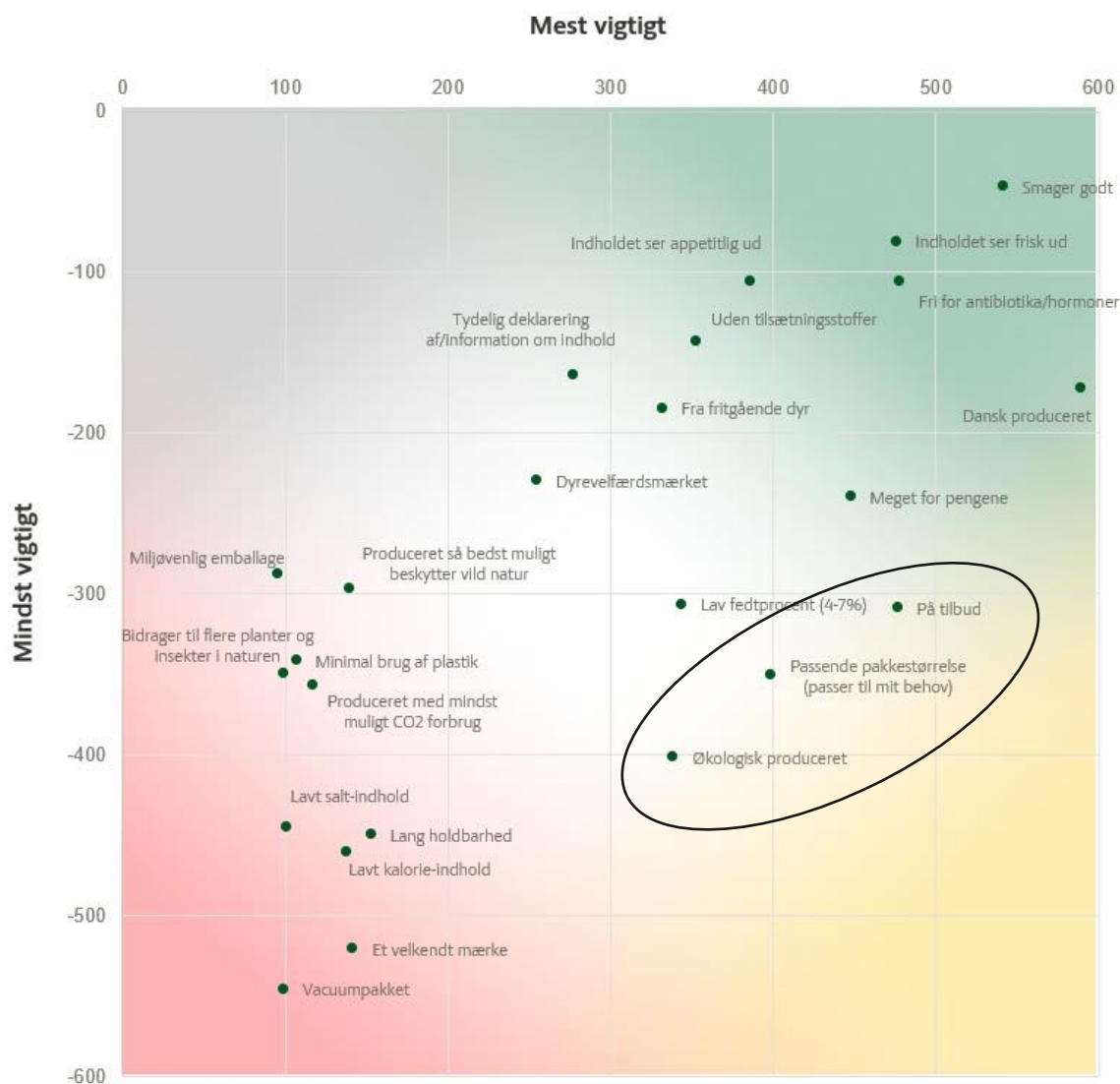
Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, Juni 2023 n=1800, hakket grisekød n=459

Prisen er også for hakket grisekød vigtigere for de yngre forbrugere end de ældre, mens de ældre prioriterer dansk produktion højt. Desuden vægtes en pakkende pakkestørrelse en smule højere blandt mænd.

## Økologi, passende pakkestørrelse og at det er på tilbud, er parametre der deler forbrugerne

Igen ses det, at der er ting der deler vandene hos de danske forbrugere, når det kommer til hakket grisekød. Økologi, passende pakkestørrelse og at det er på tilbud, er lige som hos oksekød det, der deler de danske forbrugere mest. Altså er det for nogle forbrugere et meget vigtigt valgkriterie, mens det hos andre ikke vægtes højt.

Figur 7: Hvilke af disse valgkriterier er mest og mindst vigtig for dig, når du køber hakket grisekød? Heat-map



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, juni 2023 n=1800, Hakket grisekød n=459

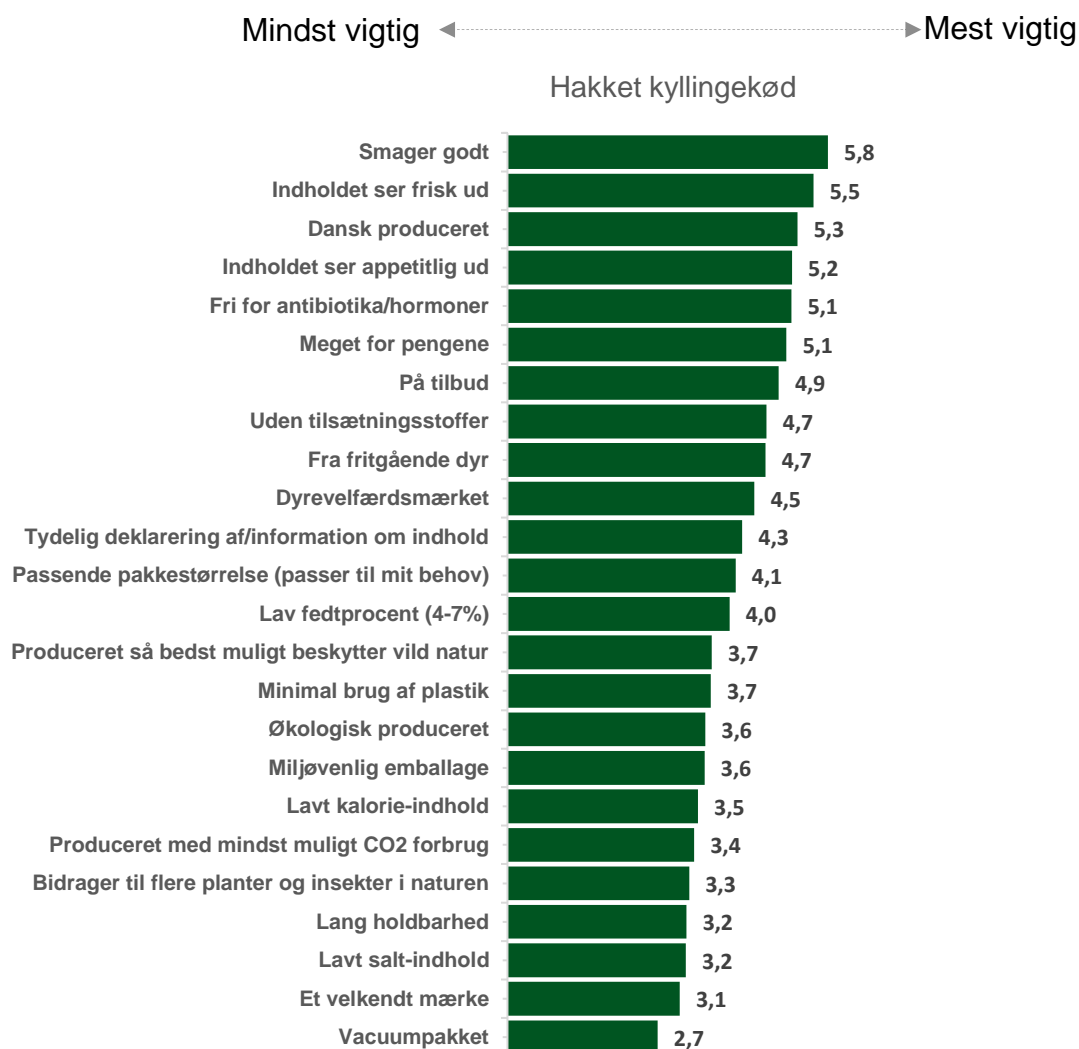
## Dyrevelfærd ligger højere i rangeringen for hakket kyllingekød

Ligesom ved de to første kødtyper er smag og at 'indholdet ser friskt ud' de to vigtigste faktorer for købere af hakket kyllingekød.

Det overordnede rangeringsmønster minder meget om det, vi ser for de to andre kødtyper. Ved kyllingekød er dyrevelfærdsmærket dog relativt vigtigere end for hakket okse- og grisekød. Modsat de to andre kødtyper kommer det længere ned på listen, at kødet er fri for antibiotika og hormoner. Til gengæld er det lidt vigtigere, at indholdet ser appetitligt ud.

De mindst vigtige kriterier er de samme, som for de to andre kødtyper. Der er, at kødet er vakuumpakket, at det er fra et velkendt mærke og at det har et lavt saltindhold.

Figur 8: Hvilke af disse valgkriterier er mest og mindst vigtig for dig, når du køber hakket kyllingekød?



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, juni 2023 n=1800, hakket kyllingekød n=476

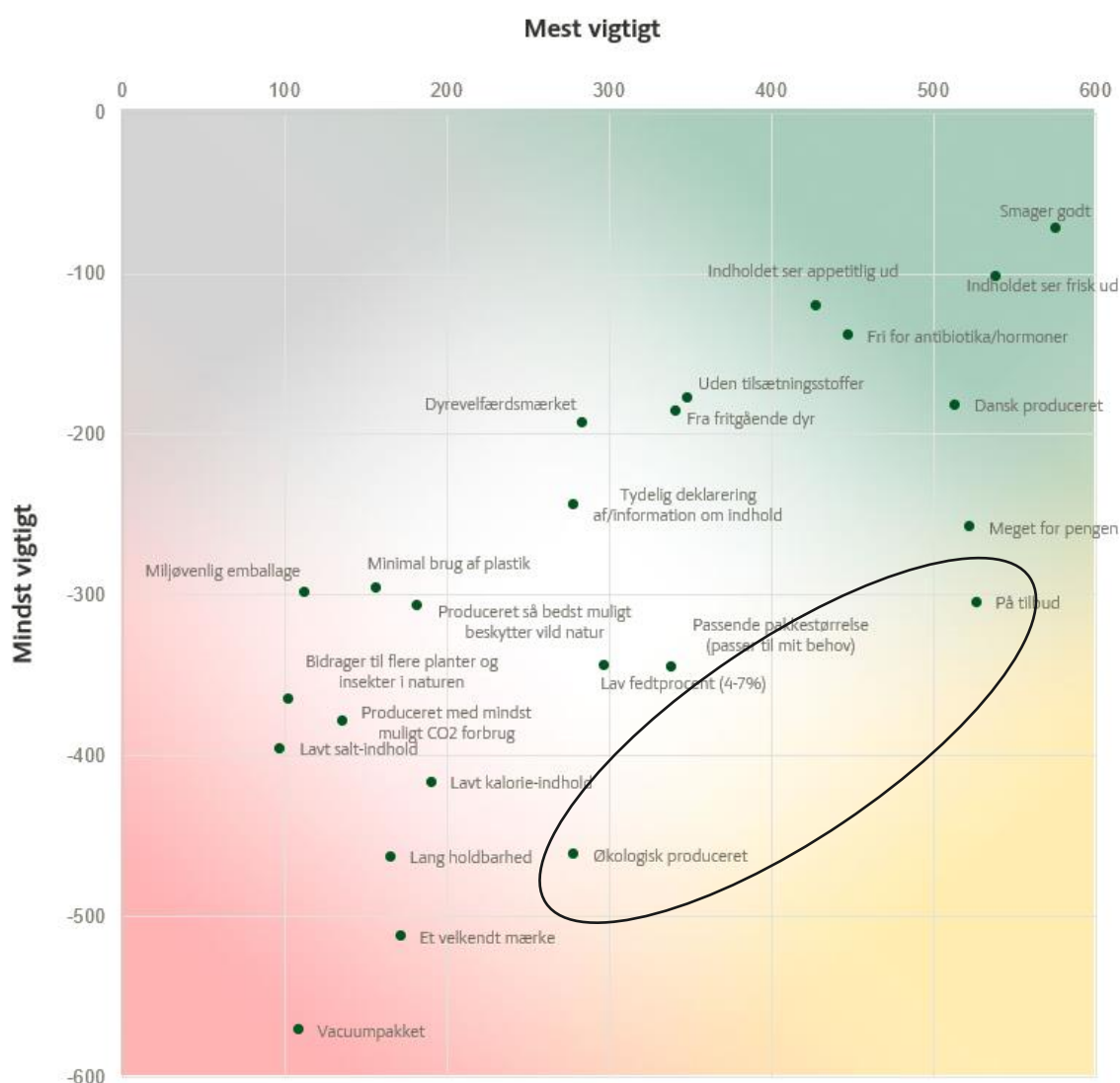
Fordelt på aldersgrupper er det tydeligt, at de yngre forbrugere (18-39-årige) ikke vægter det lige så højt at hakket kyllingekød skal være fri for antibiotika samt hormoner. For de

ældre er dansk produktion ligesom for de andre kødtyper vigtigt, og igen er pris og tilbud ikke noget der bliver vægtet lige så højt som for de yngre forbrugere.

## Økologi og at det er på tilbud, er de parametre, der splitter forbrugere, når der handles hakket kyllingekød

Flere kvinder og forbrugere bosiddende i hovedstadsområdet angiver økologi som et vigtigt kriterie, når der handles hakket kyllingekød. Desuden er det ikke så vigtigt i hovedstaden, at hakket kyllingekød er på tilbud.

Figur 9: Hvilke af disse valgkriterier er mest og mindst vigtig for dig, når du køber hakket kyllingekød? Heatmap

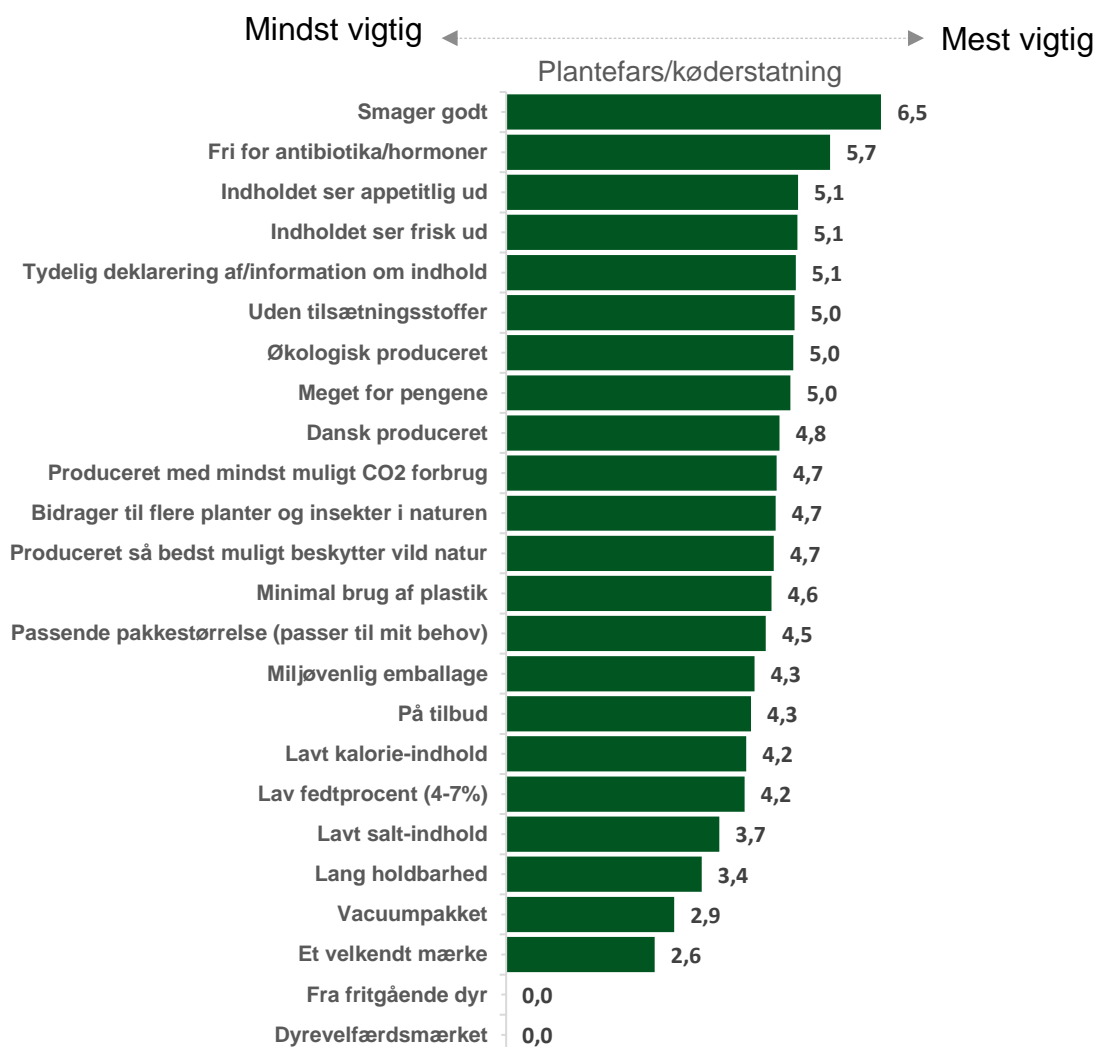


Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, juni 2023 n=1800, Hakket kyllingekød n=476

## Miljørelaterede valgkriterier scorer højt for plantefars/køderstatning

Ligesom ved de tre typer af hakket kød er én af de væsentligste faktorer for købere af plantefars/køderstatning, at det smager godt. For de tre animalske produkter var det ligeledes vigtigt, at indholdet så friskt ud, men dette parameter falder ud af top to til fordel for, at indholdet er fri for antibiotika/hormoner.

Figur 10: Hvilke af disse valgkriterier er mest og mindst vigtig for dig, når du køber plantefars/køderstatning?



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, juni 2023 n=1800, hakket kyllingekød n=287

'Grønne valgkriterier' som fx "produceret med mindst muligt CO2 forbrug" samt at "det bidrager til flere planter og insekter i naturen" er vigtigere ved plantefars end ved de tre kødtyper. "Økologisk produceret" er ligeledes et vigtigt valgkriterie for plantefarsen og findes som nummer syv på listen. At det er "dansk produceret", er derimod et kriterie der findes

langt nede på listen for plantefarsen, og er langt vigtigere blandt købere af de animalske produkter.

I blandt de forskellige aldersgrupper mener de 50-59årige, at det er vigtigere, at plantefars er uden tilsætningsstoffer, og at der er økologisk produceret. De yngre 18-29-årige fremhæver 'minimal brug af plastik', samt 'miljøvenlig emballage' som vigtigere valgkriterier. Der er enighed blandt alle aldersgrupper om at smagen er det vigtigste når det kommer til plantefarsen.

Der er ingen splittelse når det kommer til valgkriterierne for plantefarsen.

## Om analysen

Denne analyse baserer sig på 1.800 interview. Indledningsvist er der rekrutteret repræsentativt, men efterfølgende er der screenet på indkøbsansvar, samt forbrug af ét af de fire i analysen anvendte produkter. Det betyder, at MaxDiff analysen ikke er repræsentativ for den danske befolkning, men mere repræsentativ for brugere i Danmark af hakket kød/plantefars/køderstatning. Dataindsamlingen er gennemført i maj 2023, og er foretaget i samarbejde med Voxmeter, som har forestået dataindsamlingen. Billedet på forsiden er fra pexels.com, brugerprofil ShotPot.

## Om metoden

For at finde frem til, hvilke faktorer, som forbrugere der bruger et eller flere af de nævnte produkter, finder vigtige, og i hvilken grad i forhold til hinanden, er der i denne analyse anvendt en såkaldt MaxDiff analyse. I MaxDiff'en bedes hver respondent prioritere mellem fem forskellige alternativer, der kan influere forbrugers valg og prioriteter ved køb af kød/plantefars/køderstatning. For at kunne udlede hver persons præferencer gentages dette flere gange for hver person med forskellige alternativer.

Resultatet er en kontinuer præferenceskala hvorpå alle valgkriterierne er placeret i forhold til *graden af hvor vigtige de er for forbrugerne*, hvor 'ikke vigtig' scorer lavest og 'meget vigtig' scorer højest. Resultaterne af en MaxDiff fortolkes relativt i forhold til de øvrige alternativer – og for at lette fortolkningen er værdierne skaleret til at summere til 100.

Forbrugeren har kun for et af produkterne skulle angive vigtighed af valgkriterie, hvilket betyder, at hvis man som forbruger har angivet, at man både benytter hakket grisekød og hakket kyllingekød, så er man alene blevet spurgt til de mange valgkriterier for den ene af de to varianter. Dette er gjort for at sikre cirka lige mange respondenter i hver gruppe. Det siger altså ikke noget om styrken for det enkelte produkt i forhold til de andre produkter.