

26. maj 2020

Fremtidens emballage skal være mere bæredygtig

Per Vesterbæk
Cecilia Logo-Koefoed

peve@lf.dk
celk@lf.dk

3339 4677
3339 4376

- *Forbrugere har opmærksomheden rettet mod bæredygtig emballage, når de handler. Således fortæller hver anden forbruger i denne undersøgelse, at de altid, ofte eller indimellem går efter varer i miljøvenlig emballage.*
- *Når det kommer til mulige nye emballage tiltag, så ser forbrugerne gerne, at det er rettet mod primært at reducere unødvendig emballage og 5 ud af de 6 oftest nævnte tiltag relaterer sig til bæredygtighed.*
- *Bæredygtigheden vægtes højere på emballeringen af det ferske kød end for pålægsemballage. Til gengæld vægtes praktiske funktioner højere for pålægsemballagen, end for emballagen på fersk kød.*
- *Glasflasken er den form for emballering, som forbrugerne mener, er den mest bæredygtige. Plastposen er omvendt den mindst miljøvenlige.*

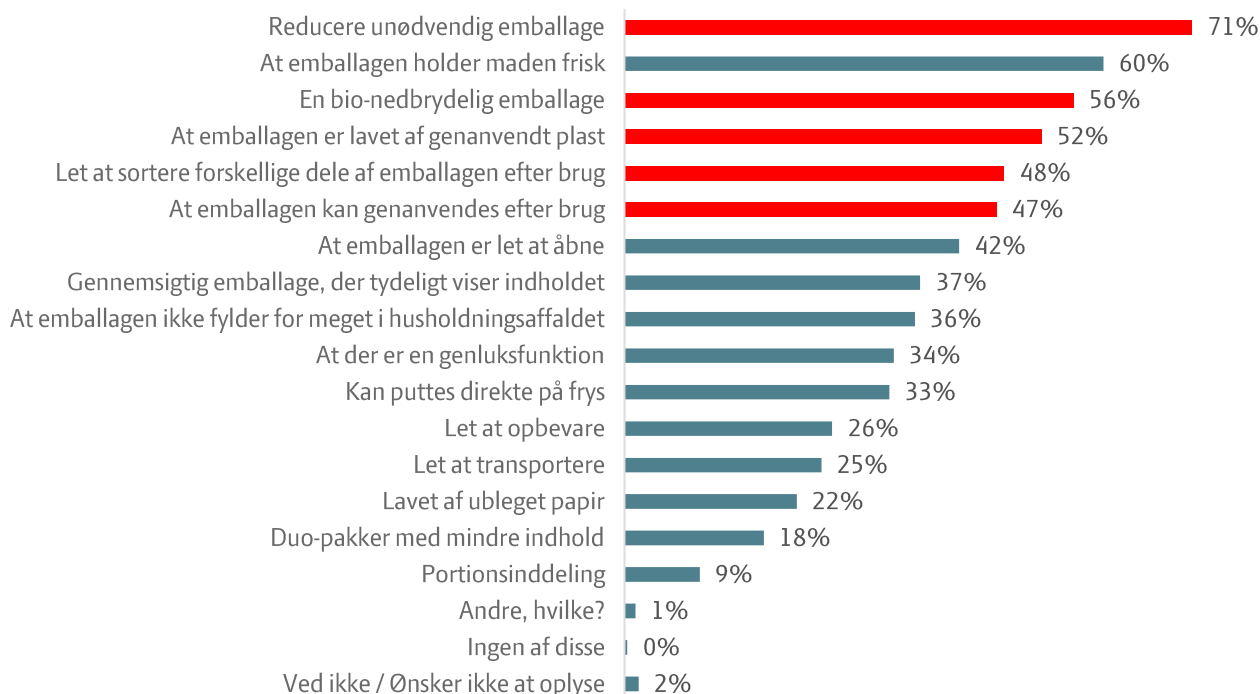
Høj interesse blandt forbrugerne overfor mere bæredygtig emballage til vores fødevarer

Danske forbrugere har i udstrakt grad forventninger og ønsker til en mere bæredygtig fødevareemballage. Fra vores bæredygtighedsstudie fra 2019 ved vi, at noget af det, som danske forbrugere i høj grad anser som skadeligt for miljøet er plast, og især plastemballage og plastposer. Det er samtidig også noget, som forbrugerne selv mener, at de kan gøre en indsats for at undgå i forbindelse med dagligdagens indkøb.

Dette viser sig også tydeligt, når forbrugerne i denne undersøgelse spørges til, hvilke tiltag, der i deres øjne er vigtige indenfor emballage.

Fem ud af de første seks mest valgte tiltag indenfor emballage (i grafen markeret med rød), har således et fokus på bæredygtighed, hvilket indikerer, at det i høj grad er noget forbrugerne er orienterede imod. De mere praktiske foranstaltninger såsom duopakker og portionsinddeling er i denne sammenhæng valgt i mindre omfang.

Figur 1: Spørgsmål: Herunder ser du forskellige tiltag inden for emballager. Hvilke af disse tiltag synes du, det er vigtigt at have fokus på? Du må gerne angive flere svar.



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1536)

Det er særligt forbrugere i den yngre aldersgruppe, der mener, at det er vigtigt med tiltag, hvor emballagen produceres af genanvendt plast. Helt konkret, er der 60 pct. af forbrugere i alderen 18-29 år, der finder dette vigtigt, mod 49 pct. hos den ældste forbrugergruppe (60-70 år). Omvendt, stiger vigtigheden af at emballagen er let at åbne med alderen og det er især de ældre forbrugere, der har fundet dette vigtigt.

Det ses, at forbrugerne for flere forskellige fødevarer kan se en øget værdi ved en ændret indpakning. Men særligt ville det have en øget værdi for pålæg, fersk kød og grønt. Her er det igen de yngre forbrugere, der er tilbøjelige til at kunne se fordele ved en forbedret indpakning.

Figur 2: Er der visse typer af fødevarer, hvor du kan se en øget værdi, hvis indpakningen var anderledes? Du må gerne angive flere svar.



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1536)

Mere end halvdelen af forbrugerne fortæller, at de ofte eller indimellem går efter fødevarer med minimal eller ingen emballage. 21 pct. angiver, at de ofte gør det og 36 pct. fortæller, at det er ofte / indimellem, at de specifikt går efter disse varer.

Her er det særligt forbrugere i Region Hovedstaden, der ofte/indimellem går efter denne type varer, hvorimod færrest i Region Nordjylland ofte/indimellem går efter dem.

57%

... går ofte eller indimellem efter varer med ingen eller minimal emballage

Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1536)

For de forbrugere, der ofte eller indimellem går efter varer i minimal eller ingen emballage, er det primært frugt og grønt, de går efter. Det kan blandt andet skyldes, at det netop er denne form for varer, hvor det er lettest at sortere emballage fra, hvorimod mejeriprodukter, pålæg osv. ikke er at finde enten uden emballage, eller kan være svært at finde i minimal emballage.

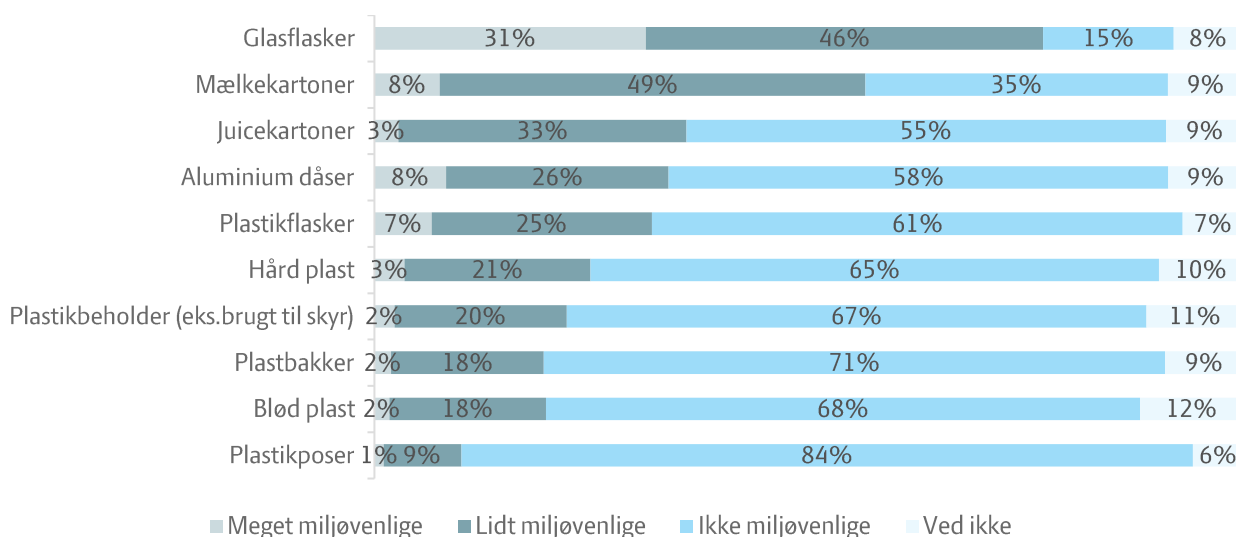
Glas er ifølge forbrugerne den mest bæredygtige emballageform

I hele debatten om en forbedret emballageform til fødevarer, kan det være svært at gennemskue, hvilke former for emballage, som er de mest miljøvenlige. Plastindustrien arbejder meget fokuseret på at forbedre plasttyperne og ikke mindst lødigheden af produktet. Det gør mange af de andre emballagevirksomheder i øvrigt også. Men det kan være meget svært for forbrugerne at vide, hvilke emballagetyper de skal gå efter, hvis de ønsker at handle bæredygtigt.

Ved en opstilling af 10 meget forskellige emballagetyper, som forbrugerne kender fra deres hverdag vurderer langt de fleste forbrugere, at glasflaskerne er de mest bæredygtige. 77 pct. anser glasflasker som enten meget eller lidt bæredygtige. Det er den højeste samlede score for alle emballagetyperne.

Alle plastemballagetyperne scorer dårligst fordelt over de typer, som der er spurgt ind til her. Særligt plastikposerne har meget få forbrugere angivet som miljøvenlige.

Figur 3: Hvor miljøvenlige vil du vurdere følgende indpakninger?



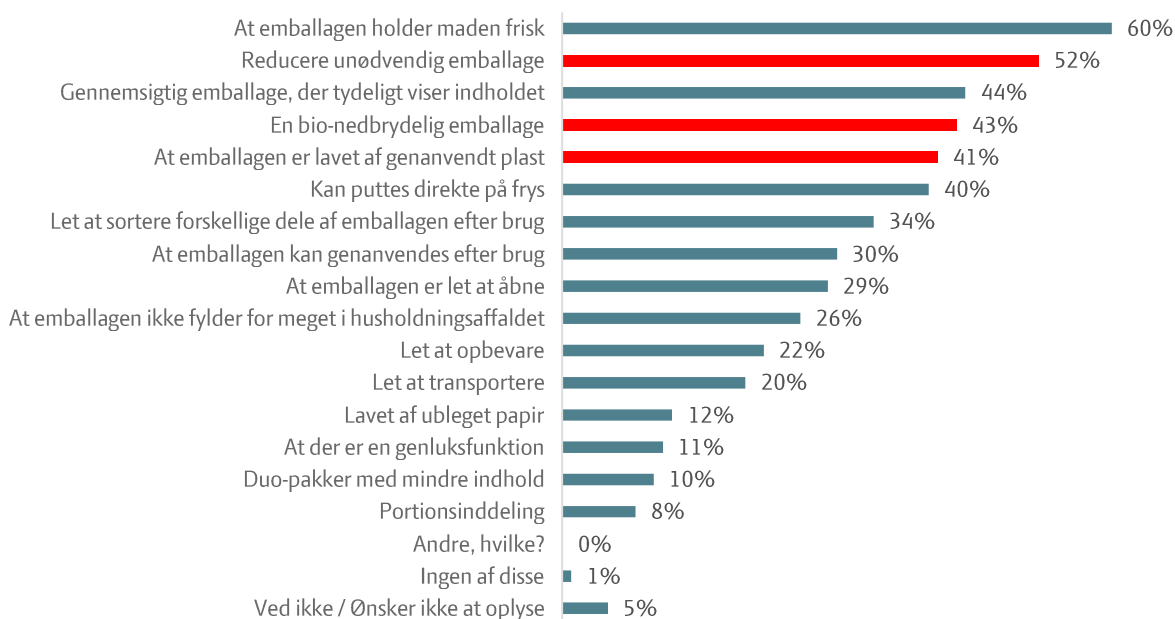
Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1536)

Generelt er der stor skepsis i blandt alle forbrugergrupper overfor plastemballage. Tendensen er en anelse større blandt de unge. De ældre forbrugere er til gengæld en anelse mere positive overfor glas end de yngre.

Emballagens vigtigste funktion er at holde kødet frisk

For forbrugerne er det særligt vigtigt for emballering af kød, at emballagen har en evne til at holde maden frisk. Men faktisk nævner forbrugerne også flere funktioner, som har et fokus på miljø og bæredygtighed (i grafen markeret med rød).

Figur 4: Hvilke af de nedenfor nævnte tiltag indenfor emballage er vigtige, når det kommer til emballering af fersk kød? Du må gerne angive flere svar.



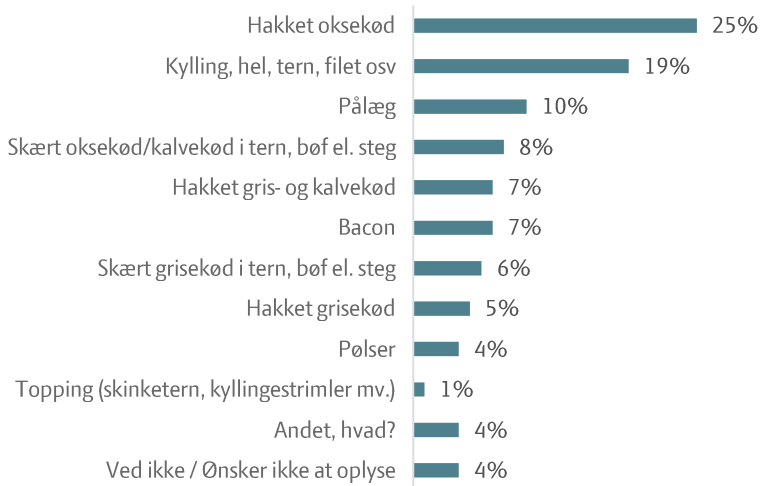
Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1484). Kun forbrugere, der har angivet, at de spiser kød

Samtidig ses, at nogle af de mere praktiske funktioner, så som at emballagen er let at åbne, let at opbevare og at emballagen ikke fylder for meget i husholdningsaffaldet, ikke er primære præferencer samlet set. Til gengæld kan vi se en ændret præference, når vi ser nærmere på de forskellige aldersgrupper. Her er det i højere grad disse praktiske funktioner, som de ældre sætter pris på, hvorimod de yngre forbrugere er mere jævnt fordelt over mange forskellige parametre, samt har en højere tilbøjelighed til at være usikre og ikke vide, hvad de finder vigtigt.

Køb af fersk kød

Når forbrugerne køber fersk kød, er det meget ofte det hakkede oksekød, de går efter. Således har hver fjerde forbruger i denne undersøgelse angivet, at deres seneste køb af fersk kød var hakket oksekød. Dernæst har hver femte købt kylling, mens de resterende typer fordeler sig lidt bredere.

Figur 5: Sidst du købte kød, hvilken type købte du da? Hvis du købte mere end én slags, så vælg det du senest har anvendt.



Figur: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1484). Kun forbrugere, der har angivet, at de spiser kød

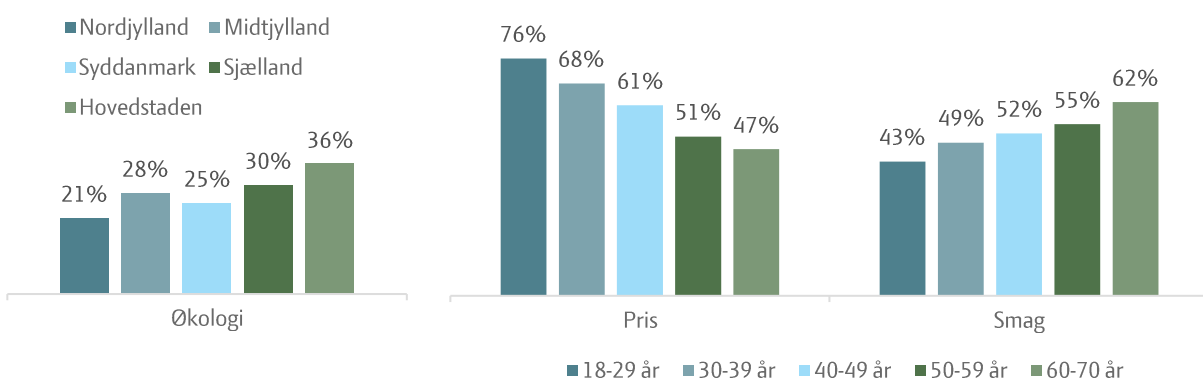
60 pct. af det købte kød var ifølge forbrugerne dansk og 57 pct. har angivet, at det var fersk. Desuden købte 17 pct. økologisk kød. Kun 3 pct. har angivet, at det købte kød var udenlandsk.

Hvad vægter forbrugerne, når de køber fersk kød?

Det er især prisen, som forbrugerne lægger vægt på ved køb af fersk kød. Det er ikke overraskende, at prisen vægtes højt når forbrugere skal angive parametre, der omhandler indkøb. I denne undersøgelse har 61 pct. angivet prisen, som derved er den oftest angivne. Dernæst er der flest, der nævner smagen, som er tilvalgt af 52 pct. af forbrugerne. Klimaaftryk fylder ikke hos ret mange, og således har 12 pct. tilvalgt denne.

Økologi og dyrevelfærd er valgt af henholdsvis 30 pct. og 37 pct. af forbrugerne.

Figur 6: Hvad lægger du mest vægt på, når du køber fersk kød. Du må gerne vælge flere.



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1484). Kun forbrugere, der har angivet, at de spiser kød

Ser vi nærmere på de forskellige tilvalg ses enkelte demo- samt geografiske forhold. For den yngste forbrugergruppe ses, at mere end 3 ud af 4 har sagt, at pris er noget, de lægger vægt på når de køber kød.

Prisen er væsentlig for lige lidt under halvdelen i blandt den ældste forbrugergruppe. Disse vægter til gengæld smagen noget over de yngre, og således bliver vigtigheden af pris noget, der falder med alderen, og smagen noget der stiger.

Fordelt på geografi ses, at det i højere grad er forbrugere bosat i Region Hovedstaden, som vægter økologi, hvorimod forbrugerne i Region Nordjylland i mindre grad lægger vægt på dette ved køb af fersk kød.

57%

... har valgt 'sidste anvendelsesdato', som en vigtig information på pakken for fersk kød

Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1484). Kun forbrugere, der har angivet, at de spiser kød

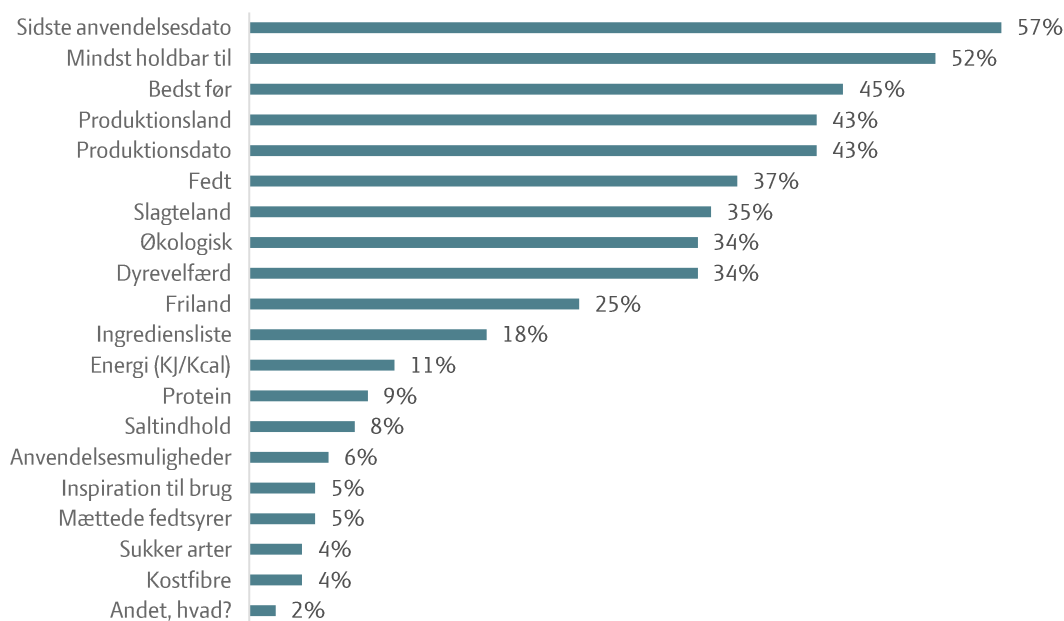
Hvilke informationer er væsentlige på pakken for fersk kød?

Alle færdigpakkede fødevarer skal være mærket med en varedeklaration. Desuden kan fødevarer være mærket yderligere, så det hurtigt kan ses, at varen er økologisk, produceret under bæredygtige forhold, eller har taget højde for dyrevelfærd. Men ud af alle disse oplysninger – hvilke finder forbrugeren så væsentlige?

I denne undersøgelse peger forbrugerne på flere af de oplyste svarmuligheder, som vigtige informationer i forhold til deres køb af fersk kød.

Generelt kan det siges, at anvendeligheden og holdbarheden er de vigtigste informationer på pakken for fersk kød. Over 40 pct. ønsker også oplysninger om produktionsland og produktionsdato. Derudover er der en række andre relevante informationer som fedtniveau, land, økologi mm.

Figur 7: Hvad er de vigtigste informationer, der står på pakken for fersk kød. Du må gerne angive flere svar.



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1484). Kun forbrugere, der har angivet, at de spiser kød

Fordelt på køn kan det ses, at kvinder generelt finder flere af de oplyste parametre vigtige. Blandt andet går markant flere kvinder op i dyrevelfærd, saltindhold, fedtindhold, om det er friland, samt holdbarheden på kødet.

Samlet tilfredshed med den nuværende emballering af fersk kød

Den samlede tilfredshed med den nuværende emballering af okse-, kalve- og grisekød indikerer, at der er mulighed for forbedringer indenfor området. 44 pct. angiver således, at de hverken er tilfredse eller utilfredse. Samlet set er 37 pct. tilfredse eller meget tilfredse og 15 pct. er utilfredse i en eller anden grad.

Figur 8: Hvor tilfreds er du generelt med de nuværende typer af emballage, der bruges til okse, kalve- og grisekød?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1484). Kun forbrugere, der har angivet, at de spiser kød

Figur 9: Hvor tilfreds er du generelt med de nuværende typer af emballage, der bruges til okse, kalve- og grisekød?

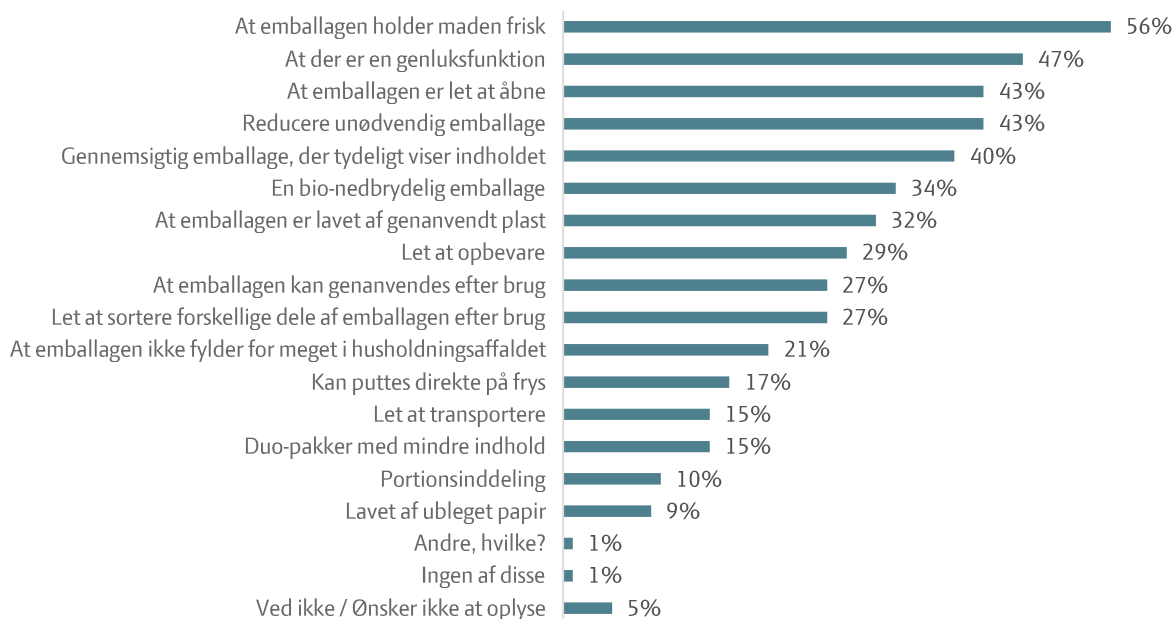
Fordelt på alder, køn og indkomst er der ingen nævneværdige forskel på tilfredsheden af emballeringen. Dog viser et kig på regionerne, at forbrugere i Nordjylland er den gruppe, med den højeste andel af tilfredse eller meget tilfredse forbrugere.

Forbrugere fra Hovedstadsområdet eller Syddanmark har den laveste andel af forbrugere, der er tilfredse eller meget tilfredse. Syddanmark har til gengæld den største andel af forbrugere, der hverken er tilfredse eller utilfredse. Med 1 ud af 5, der enten er utilfredse eller meget utilfredse, er forbrugerne i Hovedstadsområdet de mindst positive overfor den nuværende emballering af det ferske okse-, kalve- og grisekød.

Emballering af pålæg

Præcis som ved det ferske kød, er forbrugerne i undersøgelsen blevet bedt om at vælge, hvilke tiltag indenfor emballering af pålæg, som de finder vigtige.

Figur 10: Hvilke af de nedenfor indsatte tiltag indenfor emballage, er vigtige når det kommer til emballering af pålæg? Du må gerne angive flere svar.



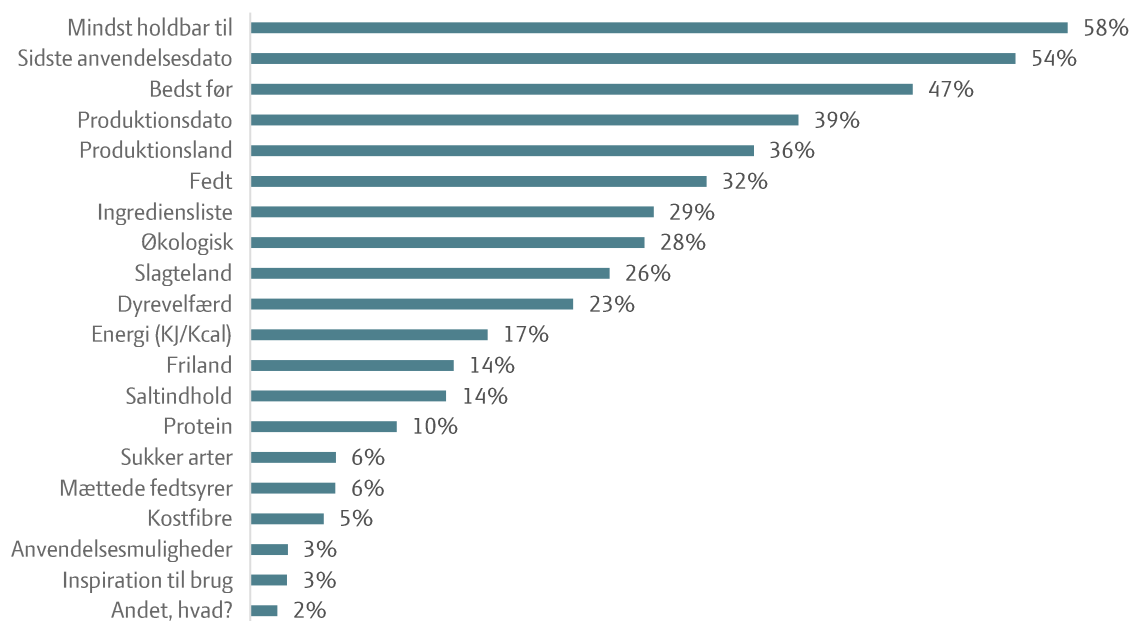
Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1484). Kun forbrugere, der har angivet, at de spiser kød.

Nøjagtigt som det var gældende for det ferske kød, mener den største andel af de adspurgte forbrugere, at emballagens evne til at holde maden frisk er vigtig. Til gengæld ønsker forbrugerne for pålægsemballage i højere grad end ved det ferske kød, en bedre funktionalitet i form af en genluksfunktion (47 pct.) og at den er let at åbne (43 pct.). De mere bæredygtige tiltag er ikke i nær så høj grad markeret som vigtige af helt så mange, som ved det ferske kød.

Når det kommer til, hvilke informationer, som pakken for pålæg skal indeholde, er forbrugernes ønsker meget lig de ønsker, de havde for det ferske kød. De oftest nævnte omhandler anvendeligheden, efterfulgt af produktionsdato og produktionsland (som dog ses i omvendt rækkefølge for det ferske kød).

Anvendelsesmuligheder og inspiration til brug er derimod ikke et stort ønske for mange af forbrugerne.

Figur 11: Hvad er de vigtigste informationer, der står på pakken for pålæg? Du må gerne angive flere svar.



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1484). Kun forbrugere, der har angivet, at de spiser kød.

Næringsindholdet er, bortset fra fedtangivelsen, heller ikke et stort ønske blandt forbrugerne, men her ses til gengæld en stor forskel kønnene imellem. Det er i noget højere grad kvinderne, der gerne vil vide mere om både energi (KJ/Kcal), saltindhold og kostfibre, samt også vægter ingredienslisten højt. Desuden mener 27 pct. af kvinderne mod 19 pct. af mændene, at information om dyrevelfærd er vigtigt.

Den største andel af forbrugerne (44 pct.) er hverken tilfredse eller utilfredse med den nuværende emballageform til pålæg. 35 pct. er samlet set tilfredse/meget tilfredse, og 16 pct. er utilfredse/meget utilfredse (de resterende 5 pct. har svaret ved ikke/ønsker ikke at oplyse).

Som det også var gældende for det ferske kød, er det forbrugerne i Nordjylland, der er mest tilfredse med emballeringen. Hver anden i landsdelen har svaret tilfreds/meget tilfreds, mod hver tredje i Hovedstadsområdet, der igen er de mindst tilfredse.

Hvilke tanker har forbrugerne omkring miljø og fødevarer?

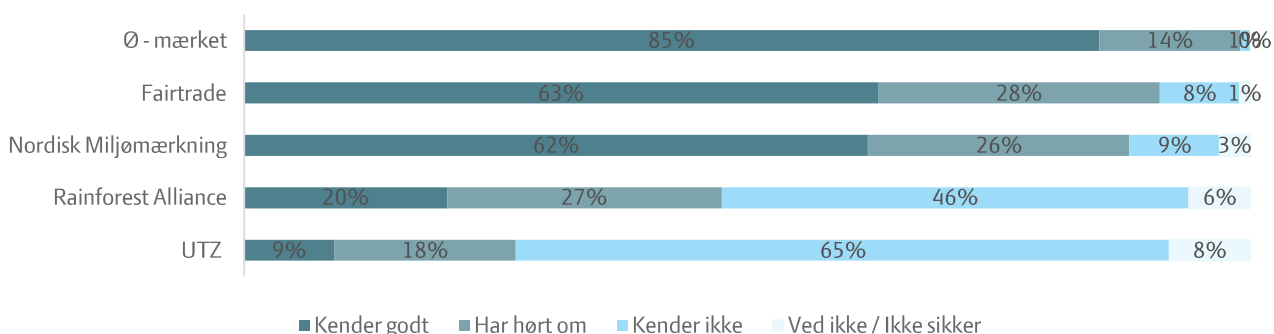
Fra tidligere undersøgelser ved vi, at forbrugerne bekymrer sig og går op i en bæredygtig fødevarerproduktion, men at det kan være svært at navigere i de forskellige mærkningsordninger samt, at have kendskab til, hvad der gør produktionen bæredygtig.

Det samme gør sig gældende, når det kommer til emballering af vores fødevarer. I denne undersøgelse peger op imod 90 pct. af de adspurgte forbrugere på, at det er lidt/meget vigtigt, at fødevarerindustrien har fokus på miljøvenlig emballage. Kun 2 pct. finder det ikke særlig vigtigt.

50 pct. af forbrugerne kigger ofte eller altid efter miljømærkninger, når de handler og 36 pct. gør sjældent. Det er i høj grad forbrugere, der har angivet at de er vegetarer, veganere eller flexitarer, der ser efter mærkningerne.

I den forbindelse er det særligt Ø-mærket, som forbrugerne synes at kende godt eller have hørt om. Kun 1 pct. kender det slet ikke. Dernæst ses at Fairtrade og Nordisk Miljømærkning er to mærker, som næsten 9 ud af 10 enten kender godt eller har hørt om.

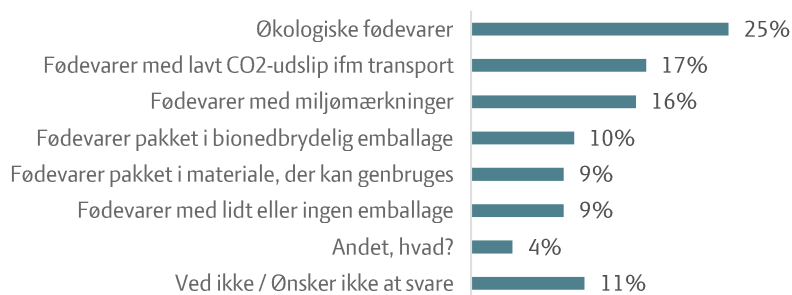
Figur 12: Hvilke af nedenstående mærker kender du, eller har du hørt om?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1536).

I forhold til hvilke tanker forbrugerne gør sig, når de tænker på bæredygtige fødevarer, så er det først og fremmest økologiske varer, som angives.

Figur 13: I forhold til bæredygtige fødevarer, hvad er så det primære du tænker på? Du kan kun vælge ét svar.



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1536).

Dernæst mener 17 pct., at bæredygtige fødevarer er varer, der er transporteret med et lavt CO² udslip.

Fordelt på regionerne ses det, at mere end hver femte i Nordjylland har angivet, at de ikke ved det, eller ikke ønsker at svare, mod 8 pct. i Hovedstadsområdet. Omvendt, er det næsten hver tredje i Hovedstadsområdet, der anser økologi for bæredygtigt.

35%

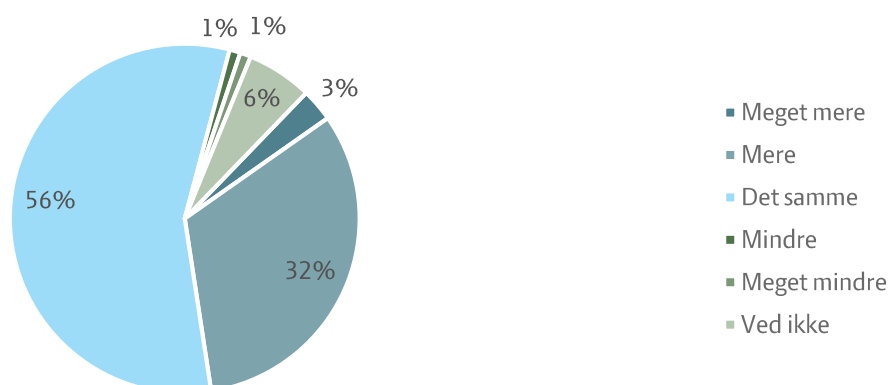
... vil gerne betale mere for et produkt i en bæredygtig emballage, fremfor i en standardemballage

Kan der skrues på prisen for varen, hvis emballagen bliver bæredygtig?

Prisen på det ferske kød var det flest forbrugere fandt vigtigt ved køb. Det er ikke overraskende, da forbrugere ofte er meget prisbevidste. Til gengæld kan vi også se, at bæredygtighed og miljøvenlighed er meget vigtigt for forbrugerne.

Det afspejler sig også ved, at hver tredje forbruger har angivet, at de gerne vil gerne betale mere for et produkt, der kommer i en bæredygtig emballage frem for en standardemballage. De fleste forbrugere ønsker dog at betale det samme, hverken mere eller mindre, for en ændret emballage på produkterne.

Figur 14: I forhold til bæredygtige fødevarer, hvad er så det primære du tænker på? Du kan kun vælge ét svar.



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer december 2019 (n=1536).

Det er i særlig høj grad de yngre forbrugere, der angiver gerne at ville betale mere. 40 pct. i alderen 18–29 år ønsker at betale mere for et produkt i en bæredygtig emballage, mod 31 pct. i alderen 60–70 år. I aldersgruppen 50–59 år findes den største andel af forbrugere, der angiver at ville betale det samme uanset emballageform, nemlig 61 pct.

Forbrugerne er klar til at købe fødevarer i en bæredygtig emballage

De danske forbrugere er interesserede og klar til at imødekomme køb af fødevarer i en mere bæredygtig emballage. For frugt og grønt ses at allerede en del forbrugere er opmærksomme på at købe varerne i en bæredygtig emballageform. Desuden, ses det tydeligt, at forbrugerne bedst kan se en forbedringsmulighed på emballering af en række forskellige fødevarer og der ligger derfor et stort potentiale i at rette fokus på de mere bæredygtige tiltag indenfor emballering af fødevarer.

Om undersøgelsen

Undersøgelsen er gennemført af Epinion for Landbrug & Fødevarer blandt et repræsentativt udsnit af danskere. I alt er der gennemført 1536 webinterviews med danskere i alderen 18 - 70 år. Dataindsamlingen er gennemført i perioden fra d. 9. december til d. 31. december 2019.