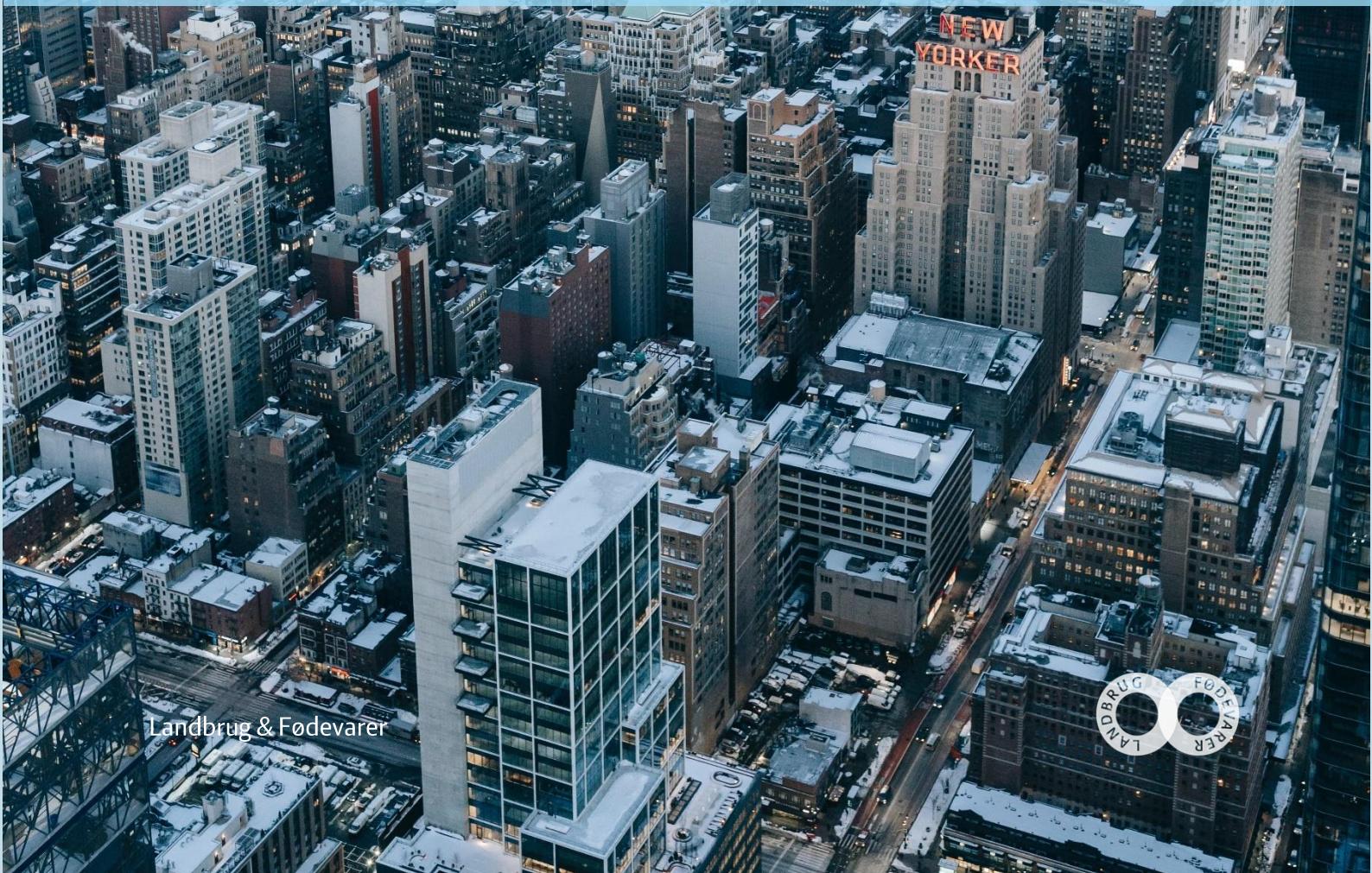


# De amerikanske forbrugere er interesserede i at spise klimavenligt, men stigende priser er en udfordring

14. oktober 2022



# De amerikanske forbrugere er interesserede i at spise klimavenligt, men stigende priser er en udfordring

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 er turen kommet til et fokus på amerikanske forbrugere, hvor Kantar og Wilke på vegne Landbrug & Fødevarer har gennemført en befolkningsundersøgelse i 2022.

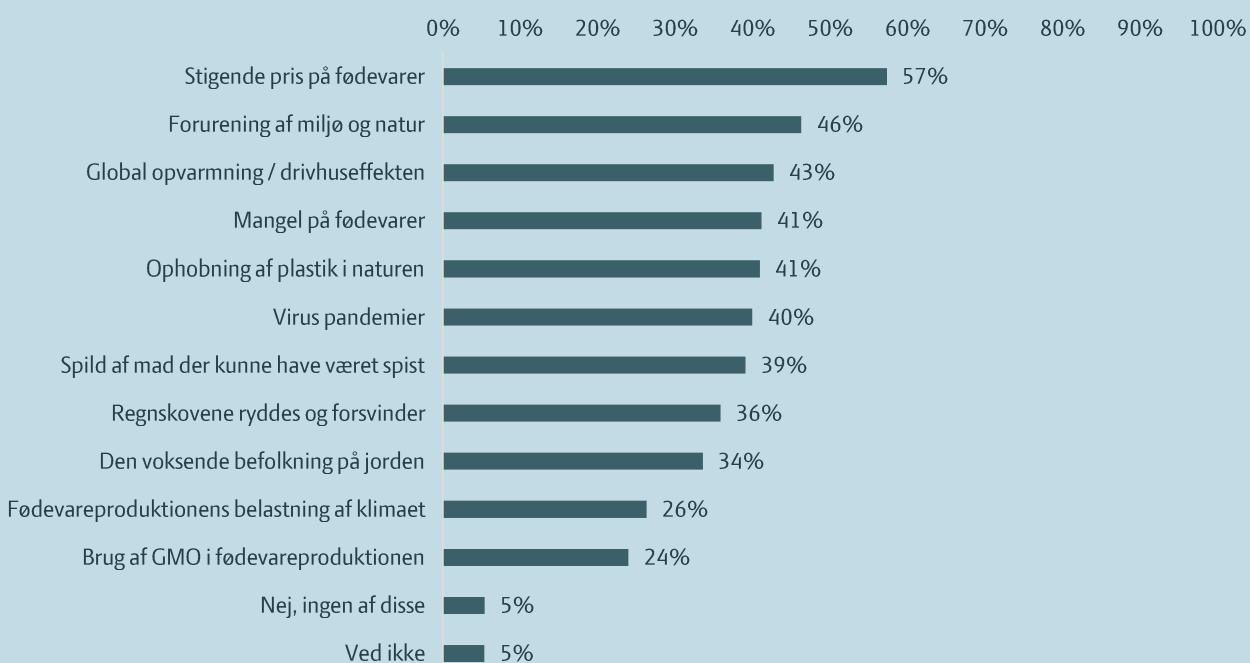
De vigtigste indsigt er:

- Stigende fødevarepriser er den største bekymring for de amerikanske forbrugere, især blandt de ældre generationer. Det sagt så er forurening og klimaproblematikken også i toppen af amerikanernes bekymringer.
- Det er især de yngre forbrugere og mænd, som angiver at tænke over klima og bæredygtighed, når de køber mad og drikke.
- Kød er en vigtig del af de amerikanske forbrugeres daglige kostindtag. Især fjerkræ og oksekød er ofte at finde på forbrugernes tallerkner.
- Kødforbruget er nogenlunde uændret gennem de seneste to år. 18 pct. af de amerikanske forbrugere angiver at spise mindre kød end for 2 år siden, men næsten lige så mange angiver at have øget deres kødforbrug i samme periode. Det er især de ældre generationer, som spiser mindre kød end for to år siden og de gør det primært af hensyn til egen sundhed.
- Sammenlignet med en række udvalgte markeder/regioner foretrækker amerikanerne i høj grad egne fødevarer. Dette er dog et mønster, som genfindes på mange andre markeder – at man foretrækker fødevarer fra hjemlandet, og at man har meget begrænset kendskab til fødevarer fra andre lande.

## Stigende fødevarepriser bekymrer mest – men klima og miljø optager også de amerikanske forbrugere

Stigende fødevarepriser bekymrer mange amerikanere, hvilket skal ses i sammenhæng med de aktuelt stigende fødevarepriser som følge af konflikten i Ukraine. Det sagt, så er forurening og klimaproblematikken også i toppen af amerikanernes bekymringer og en anelse mere bekymrende end decideret mangel på fødevarer.

Figur 1: Nogle vil mene, at verden kanstå overfor nedenstående udfordringer de næste 10-15 år. Er der nogle af disse, som du selv er bekymret over?

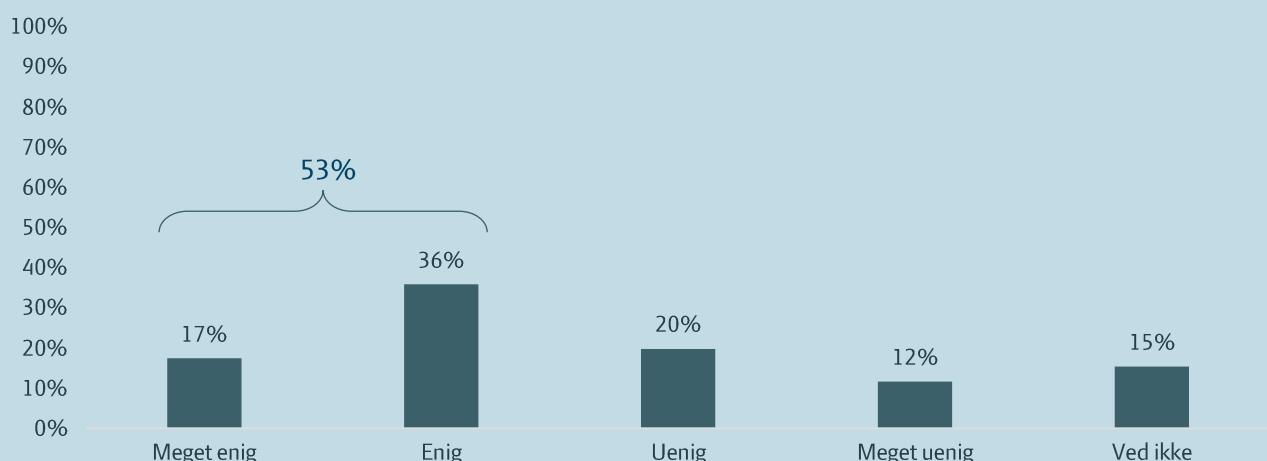


Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=2004)

De stigende fødevarepriser bekymrer især forbrugere over 45 år. Den største bekymring for stigende fødevarepriser ses blandt de 65-70-årige, hvor 77 pct. nævner det som en bekymring i forhold til 48 pct. af de 34-44-årige. Også madspild, plastik i naturen, rydning af regnskov og pandemier bekymrer især de ældre generationer. Fødevareproduktionens belastning af klimaet bekymrer de yngre amerikanere mere (34 pct. af de 18-24-årige) end de ældre (21 pct. af de 45-54-årige). Kvinderne er generelt mere bekymrede end mændene, med undtagelse af klimaforandringer og voksende befolkning, hvor mænd og kvinder udtrykker samme grad af bekymring.

I takt med, at klimabekymringen fylder hos amerikanerne, er der også en del, som er interesserede i at spise klimavenligt. Over halvdelen, 53 pct. af amerikanerne, er enige eller meget enige i, at de er blevet mere interesserede i at spise klimavenligt. Dette indikerer en interesse blandt amerikanerne for fremadrettet at gøre en forskel via deres forbrug.

Figur 2: Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn: Jeg bliver mere og mere interesseret i at spise klimavenligt?

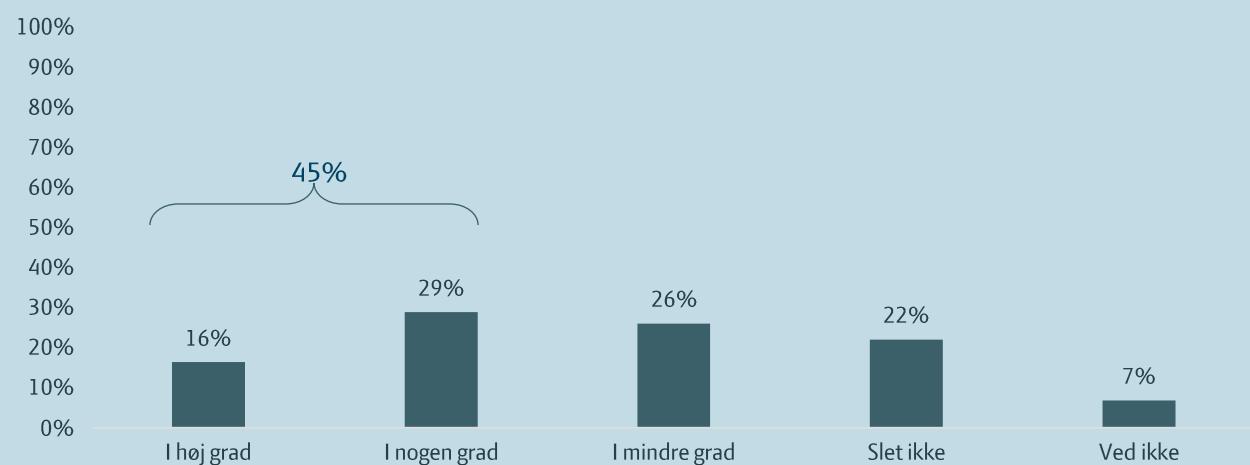


Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=2004)

De yngre forbrugere udtrykker større bevægelse i interessen for klimavenlig mad end de ældre. Den største interesse ses blandt de 25-34-årige hvor 63 pct. er meget enige/enige sammenlignet med 34 pct. af de 65-70-årige. Endvidere er flere mænd (57 pct.) end kvinder (50 pct.) meget enige/enige.

45 pct. af de amerikanske forbrugere angiver, at de i nogen eller i høj grad tænker over fødevarernes klimaaftskyg og bæredygtighed, når de køber ind. I forhold til andre markeder som f.eks. Danmark, Tyskland og Sverige, tænker amerikanerne mindre over klima og bæredygtighed, når de køber mad og drikke. Så selv om flertallet af amerikanerne giver udtryk for, at de har øget deres interesse for klimavenlig mad, er de stadig mindre bevidste om klimaproblematikken i selve indkøbssituationen end f.eks. Danmark, Tyskland og Sverige.

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



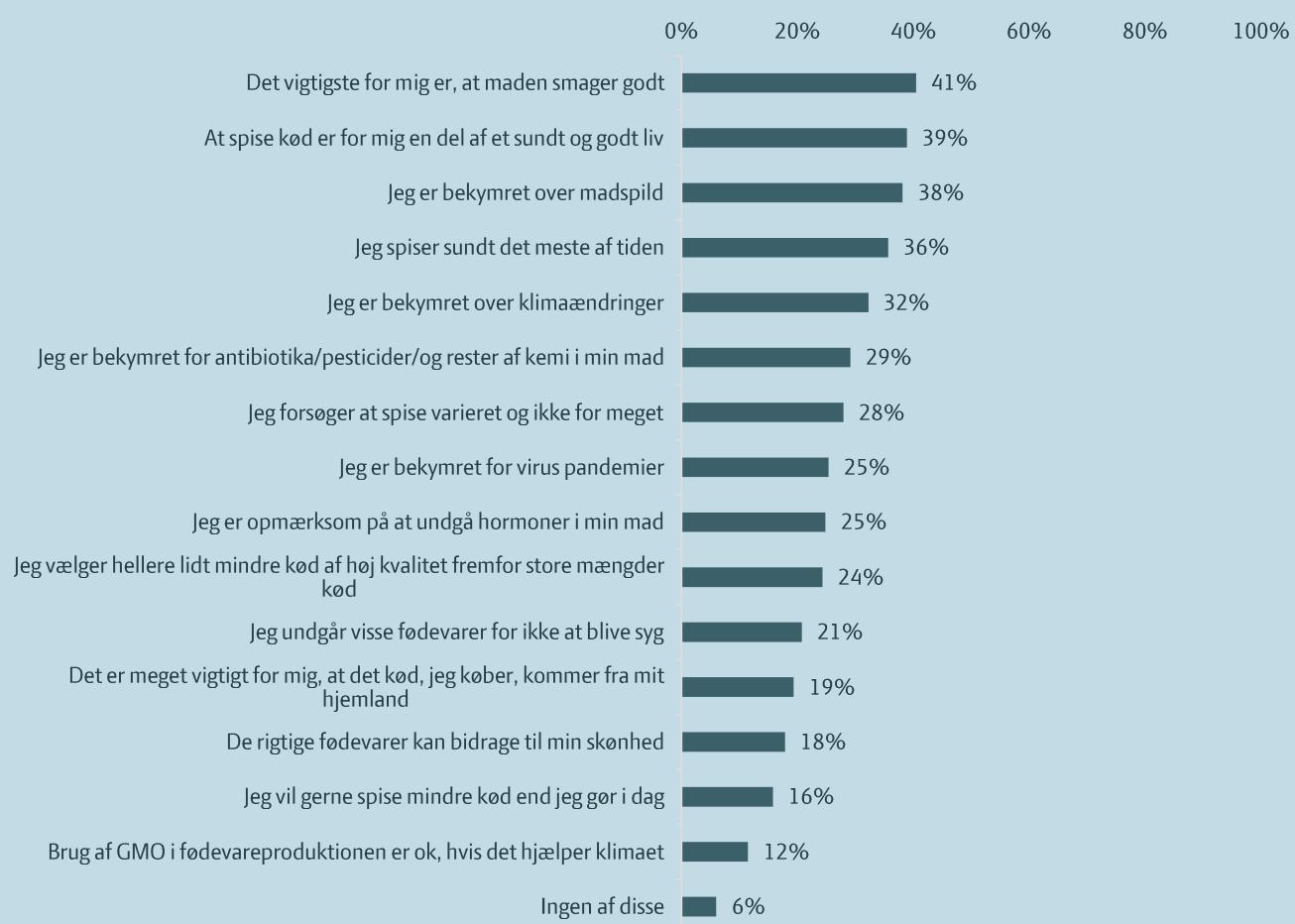
Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=2004)

Igen er det i højere grad mænd end kvinder og de yngre fremfor de ældre, som angiver at tænke over klimaproblematikken. Det er således 50 pct. af mændene sammenlignet med 41 pct. af kvinderne og 60 pct. af de 35-44-årige sammenlignet med 23 pct. af de 65-70-årige, som i høj eller nogen grad tænker over klima og bæredygtighed, når de køber mad og drikke.

## I forhold til, at maden skal smage godt, kommer bekymringer for klimaet i anden række

I analysen blev der også spurgt ind til enighed i en række forskellig artede holdninger. Det som flest amerikanere er enige i er, at det er vigtigt, at maden smager godt, tæt efterfulgt af, at det at spise kød er en del af et sundt og godt liv. Dernæst følger bekymring for fødevarespild, at de mener, at de spiser sundt det meste af tiden, samt bekymringer for klimaforandringer. En sammenligning til en tilsvarende analyse i England og Sverige viser, at amerikanernes prioriteringer ligner englændernes, men afviger fra svenskernes, som er mere optagede af sundhed og klima.

Figur 4: Hvilke af disse beskriver dig eller er du enig i? Vælg gerne alle de udsagn, du ønsker.



Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=2004)

Ser man nærmere på svarfordeling i aldersgrupper, så er det de yngre forbrugere, der i størst omfang undgår visse fødevarer. 26 pct. af forbrugerne på 34 år og derunder undgår visse fødevarer sammenlignet med kun 15 pct. af de 65-70-årige. Dette skal ses i sammenhæng med, at det også er blandt de yngre amerikanere, at der er flest med fødevareallergier. De yngre forbrugere mener endvidere i større omfang end de ældre, at det er ok at bruge GMO.

Det er i størst omfang de ældre forbrugere som tilslutter sig, at maden skal smage godt, at de spiser sundt/varieret, at kød er en del af et godt liv, at de hellere vil spise lidt men godt kød, at de er bekymrede for fødevarespild, klimaforandringer, antibiotika/pesticider/kemi/hormoner i maden og endvidere, at de foretrækker mad fra hjemlandet.

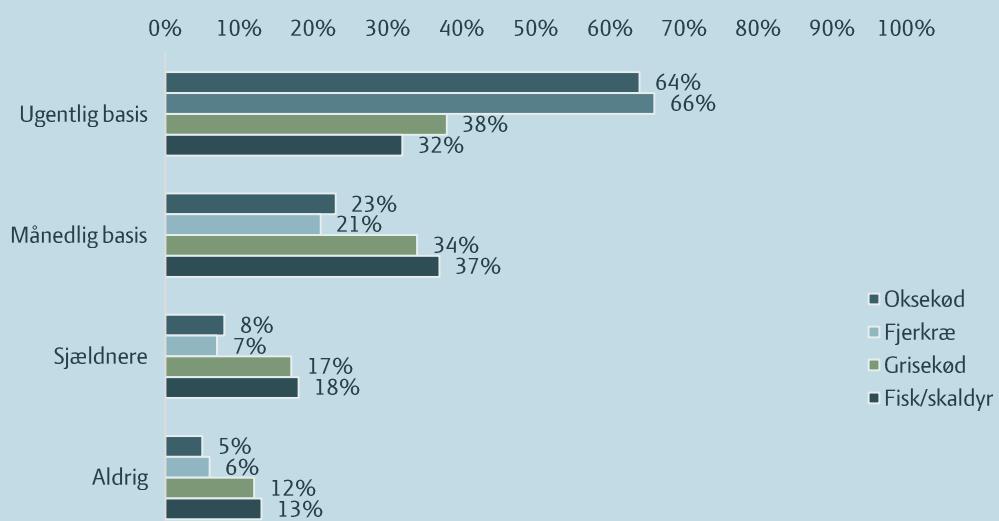
## Kød - især fjerkræ og oksekød - er en vigtig del af amerikanernes måltider og kødet har uændret betydning i forhold til for 2 år siden

I sammenligning med danske forbrugere, er der dobbelt så mange amerikanere, der er vegetarer eller veganere, men lidt færre som er flexitarer. En fjerdedel af amerikanere har fødevareallergier, hvilket også er markant flere end i Danmark. Generelt har yngre amerikanere flere madrestriktioner end de ældre generationer.

Blandt de amerikanske forbrugere nyder fjerkræ og oksekød den største popularitet. 2/3 af forbrugerne spiser fjerkræ en eller flere gange ugentligt og næsten lige så mange spiser oksekød med samme frekvens. Dernæst følger grisekød, som 38 pct. spiser minimum én gang ugentligt, efterfulgt af fisk /skaldyr som spises af 32 pct. mindst én gang ugentligt.

For alle fire kødtyper gælder, at de amerikanske forbrugere ofte vælger at spise disse for deres gode smag. Men derfra differentierer typerne sig. Fjerkræ, oksekød og grisekød anses alle for at være lette at tilberede. Fjerkræ og fisk/skaldyr anses for at være sundt og fjerkræ endvidere for at være anvendeligt i mange retter. Oksekød og grisekød er noget, som alle kan lide og oksekød desuden meget mættende.

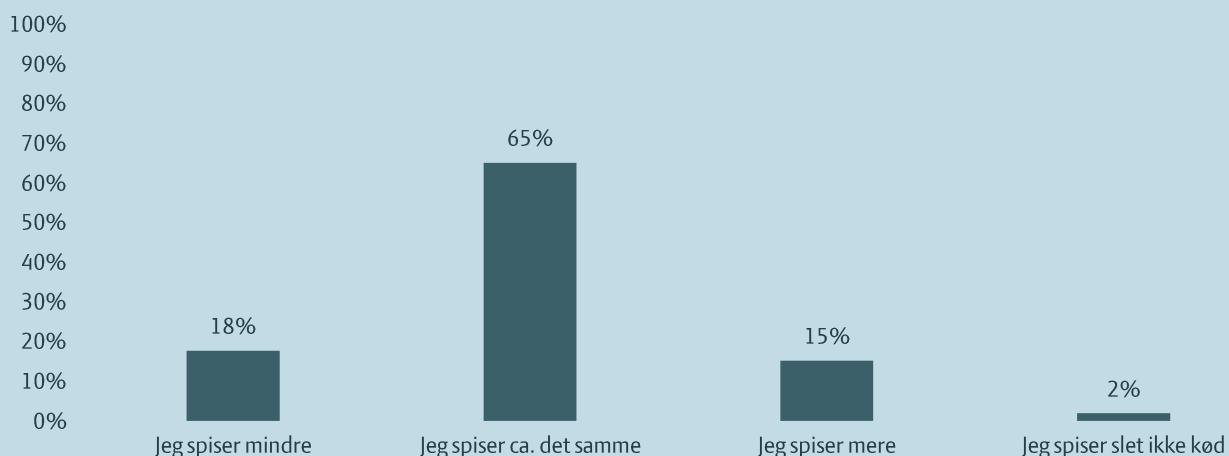
Figur 5: Hvor ofte spiser du/I disse typer kød?



Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=2004). Andele for kalvekød og lam/får er ikke inkluderet i grafen.

Amerikanerne synes desuden, at især fjerkræ er velegnet til hverdagskost, mens oksekød, grisekød samt fisk/skaldyr er mere velegnet til festlige begivenheder. Fjerkræ og grisekød kommer bedst ud på prisparameteren, mens oksekød og fisk/skaldyr kommer bedst ud på kvalitet. 2/3 af amerikanerne siger, at de spiser samme mængde kød som for to år siden, og det er nogenlunde på niveau med tallene for f.eks. Danmark og Sverige. Men der er nogenlunde lige mange amerikanere, som angiver at spise henholdsvis mindre og mere kød, og dette er anderledes i forhold til både Danmark og Sverige, hvor der er flere, som angiver at spise mindre kød. De hyppigste årsager til, at de amerikanske forbrugere spiser mindre kød er relateret til egen sundhed og at kød er for dyrt.

Figur 6: Vil du sige, at du spiser mere eller mindre kød i dag end for 2 år siden?



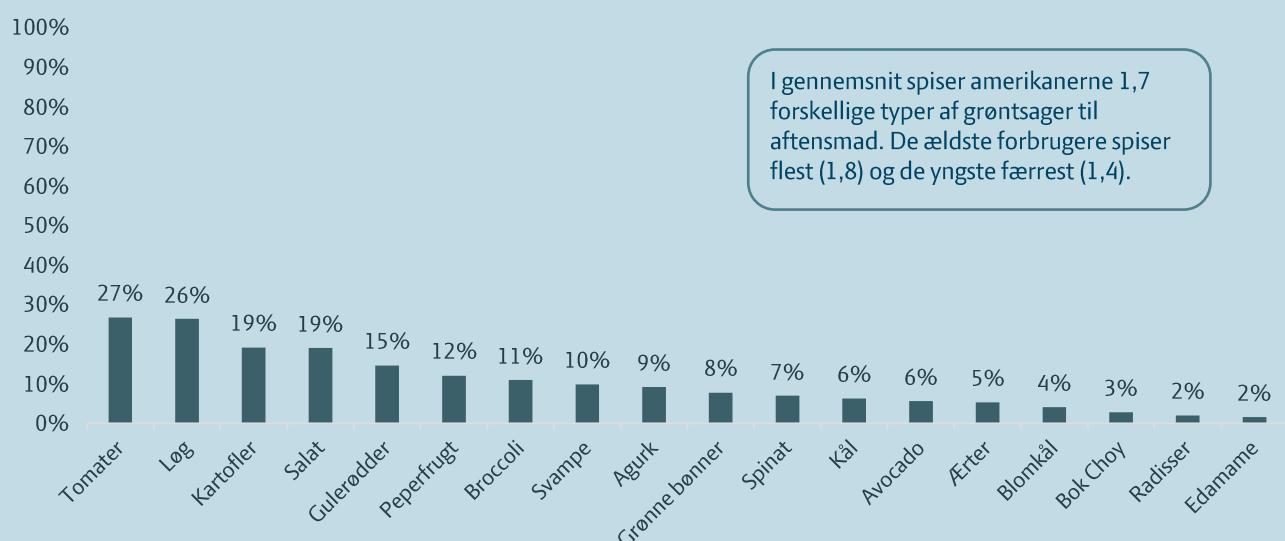
Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=2004)

Kigger man på fordelingen i aldersgrupper, så er det typisk forbrugere på 45 år og derover, der spiser lige så meget kød som tidligere, samtidigt med, at det typisk er forbrugere på 55 år og derover der har flest blandt sig, der spiser mindre kød. De er især de unge aldersgrupper (34 år eller yngre), som angiver at spise mere kød end for to år siden. 22 pct. af de 18-34-årige angiver at spise mere kød sammenlignet med 7 pct. af de 45-70-årige. Det er dog især de yngre, som er bekymrede over fødevareproduktionens belastning af klimaet, og som giver udtryk for en stigende interesse for at spise klimavenligt.

## I de amerikanske forbrugeres aftensmad indgår færre grøntsager end i mange andre lande

De oftest spiste grøntsager blandt amerikanske forbrugere er tomater og løg. I gennemsnit spiser amerikanerne 1,7 forskellige grøntsager til deres aftensmad, hvilket er færre end i Sverige, Japan og England, hvor der i gennemsnit spises 2,5 forskellige grøntsager til aftensmaden. Amerikanerne giver dog udtryk for, at deres forbrug af grøntsager er steget i forhold til for 2 år siden. 32 pct. siger de spiser flere, 12 pct. at de spiser færre og 55 pct. at de spiser det samme.

Figur 7: Hvilke af følgende grøntsager spiste du til din aftensmad i går?

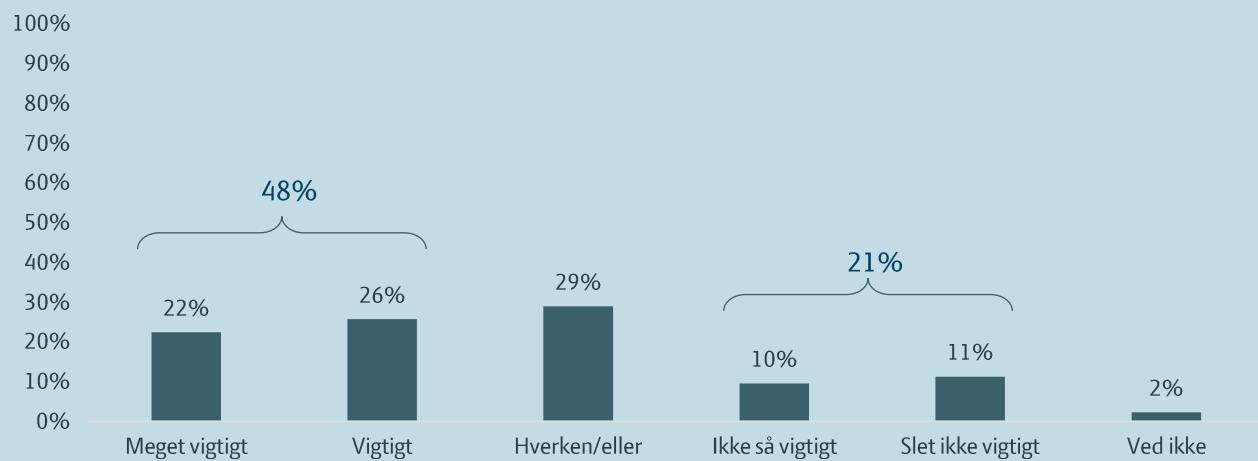


Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=1636). I denne grafik vises kun de grøntsager som blev spist af min. 2% af forbrugerne.

## Økologi har høj prioritet hos amerikanske forbrugere – dyrevelfærd lidt mindre

Næsten halvdelen af forbrugerne i USA angiver, at det er vigtigt eller meget vigtigt for dem at fødevarerne er produceret økologisk. Populariteten for økologi er dermed på samme høje niveau som i f.eks. Sverige.

Figur 8: Hvor vigtigt er det for dig, at dine fødevarer er økologisk produceret?

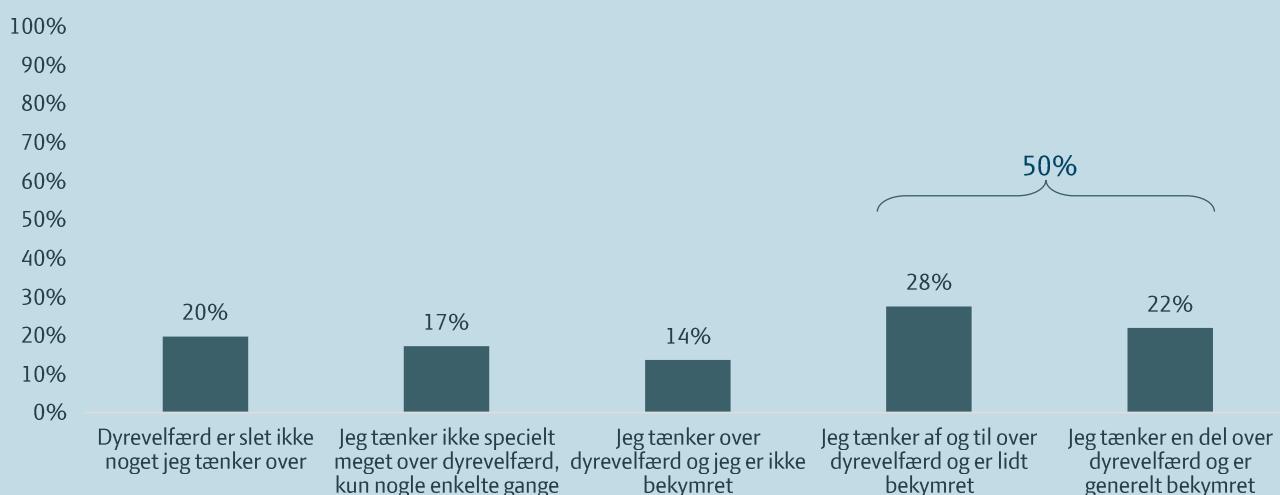


Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=2004)

De yngre generationer under 44 år er langt mere interesseret i økologiske fødevarer end de ældre. Den største interesse ses blandt de 35-44-årige hvor 62 pct. finder det vigtigt eller meget vigtigt, mens den mindste interesse ses i aldersgruppen 65-70 år, hvor kun 26 pct. finder økologi vigtigt eller meget vigtigt. Endvidere er økologi vigtigere for mænd, hvor 53 pct. finder det vigtigt eller meget vigtigt, end for kvinder, hvor 43 pct. finder det vigtigt eller meget vigtigt.

Hver anden amerikanske forbruger giver udtryk for en vis bekymring for dyrevelfærd. Dog er bekymringen mindre end hos f.eks. de britiske og svenske forbrugere, hvor hhv. 64 pct. og 70 pct. udtrykker bekymring for dyrevelfærd. Hver femte amerikaner tænker slet ikke over dyrevelfærd.

Figur 9: Nedenstående udsagn kan beskrive forskellige holdninger til dyrevelfærd. Hvilket af nedenstående udsagn beskriver bedst din indstilling til dyrevelfærd?



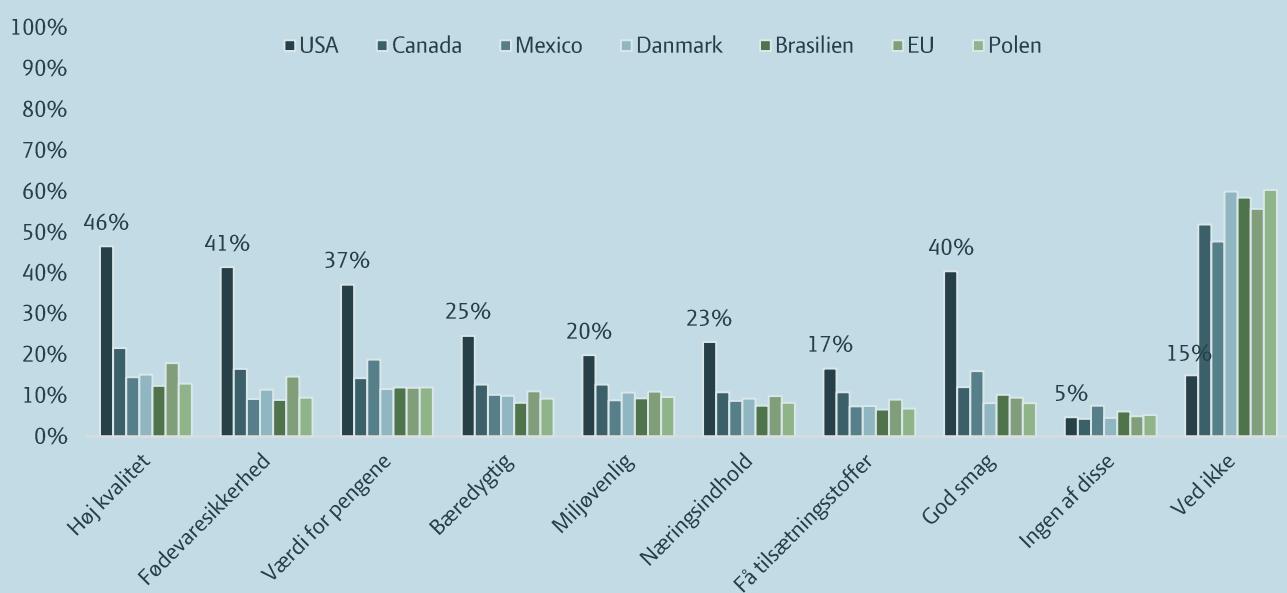
Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=2004)

Graden af interesse for dyrevelfærd er nogenlunde den samme på tværs af produkter (mejeriprodukter, oksekød, grisekød, kalvekød og fjerkræ) og på tværs af generationer.

## Amerikanske fødevarer er klare favoritter

Spørger man de amerikanske forbrugere om, hvad der kendtegner fødevarer produceret i USA og sammenligner med forskellige andre lande og regioner, så er svaret, at amerikanske fødevarer især er af høj kvalitet, har høj fødevaresikkerhed, god smag samt værdi for pengene. Også i de resterende kategorier, vurderer amerikanerne hjemlandets fødevarer som bedst. Blandt sammenligningslandene er det Canada, som kommer bedst ud. Alle andre lande/regioner end hjemlandet og navnlig Danmark, EU, Polen og Brasilien, er kendtegnede ved høje 'ved ikke' andele, hvilket dækker over et lavt kendskab til andre landes fødevarer.

Figur 10: Hvad kendtegner madvarer produceret i hver af følgende områder eller lande?



Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=2004)

## Om analysen

Analysen er baseret på data indsamlet på Kantars paneler med projektledelse af Wilke for Landbrug & Fødevarer i maj måned 2022. I undersøgelsen deltog 2.004 repræsentativt udvalgte amerikanere i alderen 18-70 år. Analysen er udarbejdet af afdelingen Analyse & Statistik ved Landbrug & Fødevarer.

Billedet på forsiden er fra [www.pexels.com](http://www.pexels.com), fotograf: Laura Tancredi.