

# Danske fødevarer har et positivt image hos de vietnamesiske forbrugere

December 2022

# Danske fødevarer har et positivt image hos de vietnamesiske forbrugere

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 vietnamesiske forbrugere.

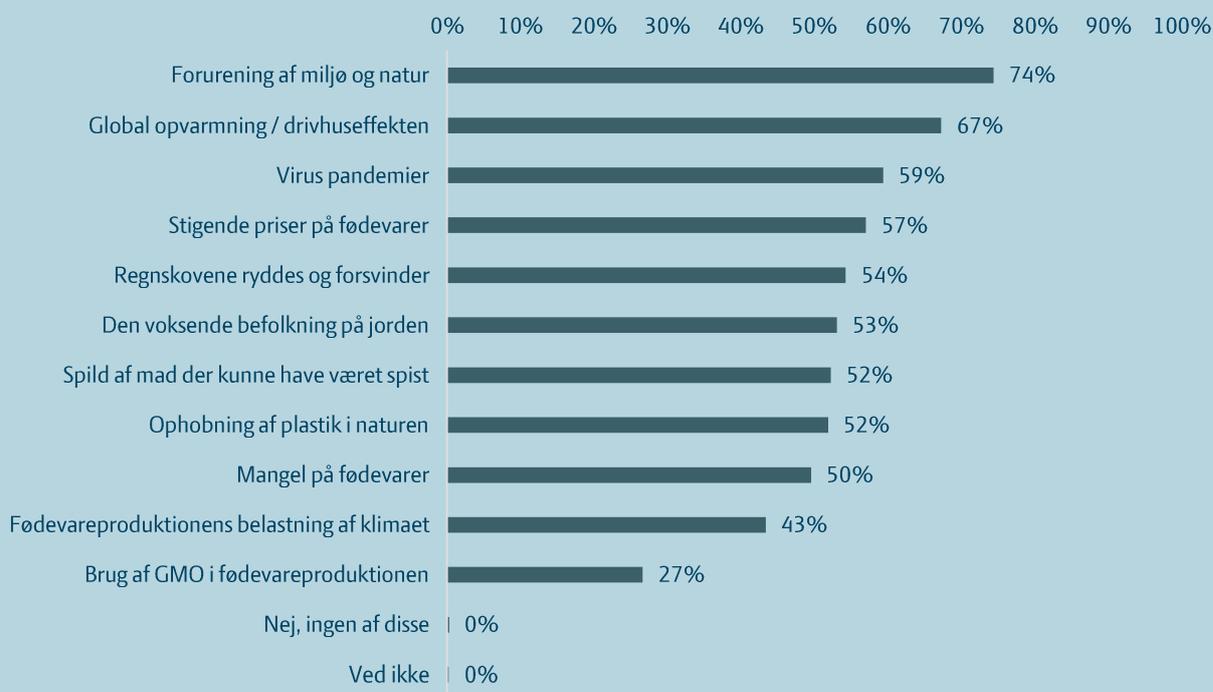
De vigtigste indsigter er:

- Klima og miljøproblematikker har stor bevågenhed hos de vietnamesiske forbrugere. Blandt en række forskelligartede udfordringer er top2 forurening af miljø og natur og den globale opvarmning. Dernæst kommer viruspandemier, som dermed også rangerer højt i Vietnam og først derefter stigende fødevarepriser.
- I takt med, at klimabekymringen fylder i Vietnam, er der også mange, som er interesserede i at spise klimavenligt og tænker over klima og bæredygtighed, når de køber mad og drikkevarer. Næsten 9 ud af 10 forbrugere er blevet mere interesserede i at spise klimavenligt, og lige så mange tænker i høj eller nogen grad over klima og bæredygtighed, når de køber mad og drikke.
- Blandt en række forskelligartede holdninger rangerer bekymring for rester af antibiotika og pesticider i maden, som det, der bekymrer flest vietnamesere. Vietnam er det eneste af de undersøgte markeder, hvor dette emne rangerer som nr. 1
- Vietnameserne spiser ofte kød – især grisekød er meget populært. Kun 4% af vietnameserne spiste hverken kød eller fisk til gårsdagens aftensmad.
- Grøntsager spiller dog også en meget vigtig rolle i måltiderne og næsten halvdelen angiver, at kød og grøntsager er lige vigtige i planlægning af aftensmaden. Vietnam er det land blandt de undersøgte markeder, hvor der spises flest forskellige grøntsager til aftensmaden. Endvidere rangerer udsagnet 'At spise kød er for mig en del af et sundt og godt liv' meget langt nede på listen (nummer 14 ud af 15) i forhold til andre undersøgte markeder.
- Vietnameserne har en positiv opfattelse af mad fra andre regioner og lande. Danske fødevarer klarer sig især godt ift. at være miljøvenlige, af høj kvalitet og med høj fødevarer sikkerhed.

## Vietnamesere bekymrer sig i høj grad om miljø og klima

Når man spørger ind til forskellige samfundsmæssige udfordringer, er det forurening af miljø og natur samt global opvarmning/drivhuseffekten, som bekymrer flest vietnamesere. Viruspandemier ligger også højt på listen over bekymringer i Vietnam, som har haft over 10 millioner registrerede tilfælde af Covid-19.

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

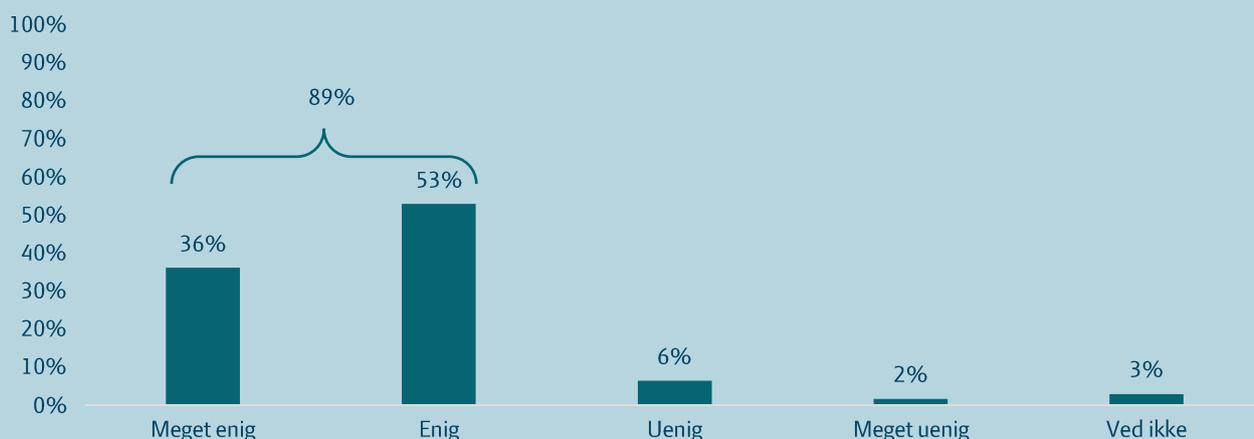


Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=1036). Mulighed for flere svar. Undersøgelsens målgruppe er personer i aldersgruppen 18-50 år med internetadgang. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region inden for målgruppen.

De unge forbrugere bekymrer sig generelt lidt mere end de ældre. Den største aldersforskel ses for madspild, som bekymrer 58 pct. af de 18–24-årige i forhold til 41 pct. af de 35-50-årige.

I takt med, at klimabekymringen fylder hos vietnameserne, er der også mange, som giver udtryk for en stigende interesse for at spise klimavenligt. 9 ud af 10 er således meget enige eller enige i, at de er blevet mere interesserede i at spise klimavenligt. Dette indikerer en meget stor interesse blandt vietnameserne 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

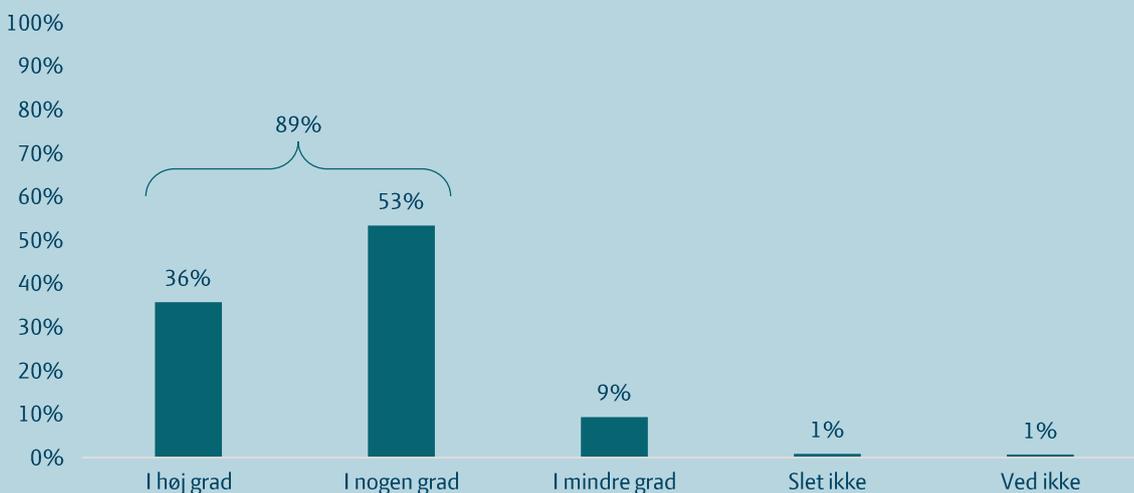


Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=1036). Undersøgelsens målgruppe er personer i aldersgruppen 18-50 år med internetadgang. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region inden for målgruppen.

Vietnameserne udtrykker stigende interesse for at spise klimavenligt på tværs af køn og alder, mens der ses en større interesse hos børnefamilier end hos forbrugere uden børn. Det er således 40 pct. af børnefamilierne, som er meget enige i, at de bliver mere og mere interesserede i at spise klimavenligt i forhold til 27 pct. blandt de, der ingen børn har.

Den store interesse for klimaproblematikken går igen, når forbrugerne svarer på, i hvilken grad de tænker over klima og bæredygtighed ved køb af mad og drikke. Også her er det 9 ud af 10 vietnamesere som, i høj eller nogen grad, tænker over klima og bæredygtighed.

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=1036). Undersøgelsens målgruppe er personer i aldersgruppen 18-50 år med internetadgang. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region inden for målgruppen.

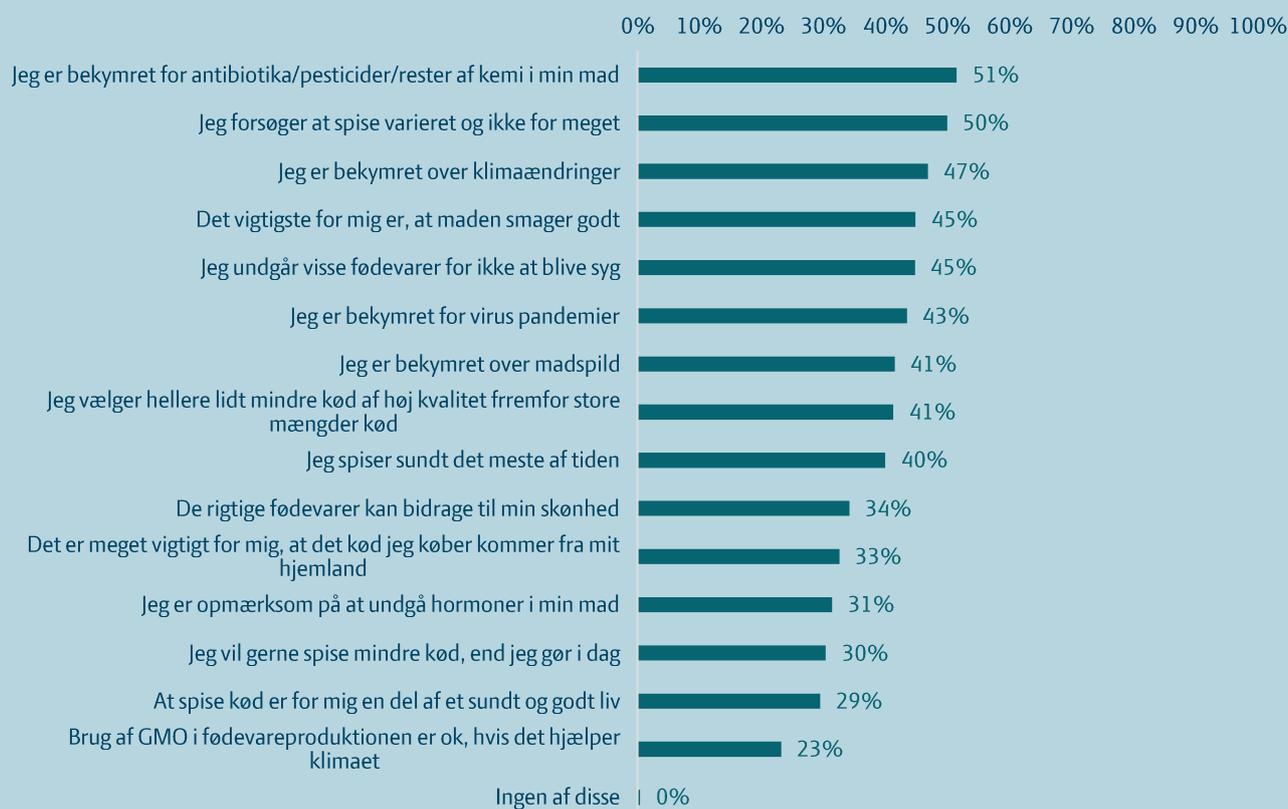
Igen er der kun mindre forskelle på køn og alder, hvorimod børnefamilier udviser lidt større interesse end forbrugere uden børn. Blandt forbrugere med børn er det 92 pct. som, i høj eller nogen grad, tænker over miljø og klima ved køb af mad og drikke i forhold til 81 pct. blandt forbrugere uden børn.

## Hver anden vietnameser bekymrer sig om rester af antibiotika, pesticider og kemi i maden

I undersøgelsen blev der også spurgt ind til en række forskelligartede holdninger. Det som flest vietnamesere er enige i er, at de er bekymrede for rester af antibiotika, pesticider og kemi i deres mad, tæt efterfulgt af, at de forsøger at spise varieret og ikke for meget. På tredjepladsen finder man bekymringer for klimaændringer.

En sammenligning til tilsvarende undersøgelser i en række andre lande viser, at Vietnam er det eneste af de undersøgte markeder, hvor bekymringer for rester af antibiotika, pesticider og kemi i maden rangerer på en førsteplads. De øvrige markeder som rangerer problemet højest, er Tyskland, Italien, Sverige og Japan, hvor det havner på en fjerde-/femteplads. Et andet eksempel på store forskelle mellem landene er på udsagnet 'At spise kød er for mig en del af et sundt og godt liv', hvor ingen andre lande rangerer det så lavt som Vietnam, hvor det med en rang som nummer 14 er blandt de to mindst vigtige udsagn. Italien og Kina er de to lande, som kommer tættest på Vietnam i rangering af dette udsagn ved at have det på henholdsvis en 11. og en 12. plads. I den modsatte ende af spektret er det udsagn nummer to i USA og nummer tre i UK.

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=1036). Mulighed for flere svar. Undersøgelsens målgruppe er personer i aldersgruppen 18-50 år med internetadgang. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region inden for målgruppen.

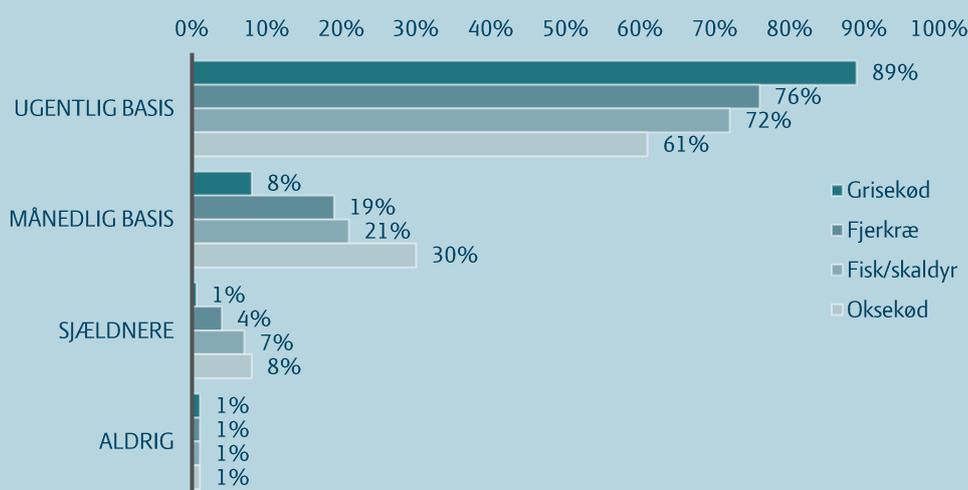
Vietnameserne er rimelig enige i, hvordan de forskellige udsagn skal vurderes på tværs af aldersgrupper og regioner, mens der er lidt forskelle mellem mænd og kvinder, hvor blandt andet bekymringen for rester af antibiotika, pesticider og kemi i maden er lidt større blandt kvinder, hvor det nævnes af 57 pct. i forhold til 45 pct. af mændene.

## Vietnameserne spiser ofte kød - og især grisekød er meget populært

Blandt de vietnamesiske forbrugere nyder grisekød den største popularitet. 9 ud af 10 vietnamesere spiser grisekød mindst en gang ugentlig og næsten halvdelen gør det 4-7 gange om ugen. Dernæst følger fjerkræ og fisk/skaldyr, som spises med nogenlunde samme frekvens. 3 ud af 4 vietnamesiske forbrugere spiser fjerkræ og fisk/skaldyr mindst en gang ugentligt.

Fjerkræ og grisekød vælges især fordi det er nemt at få fat i og nemt at tilberede. Fisk/skaldyr og oksekød vælges primært, fordi det smager godt. Derudover vælges fisk/skaldyr også fordi det indeholder vigtige vitaminer, og oksekød fordi det er høj kvalitet.

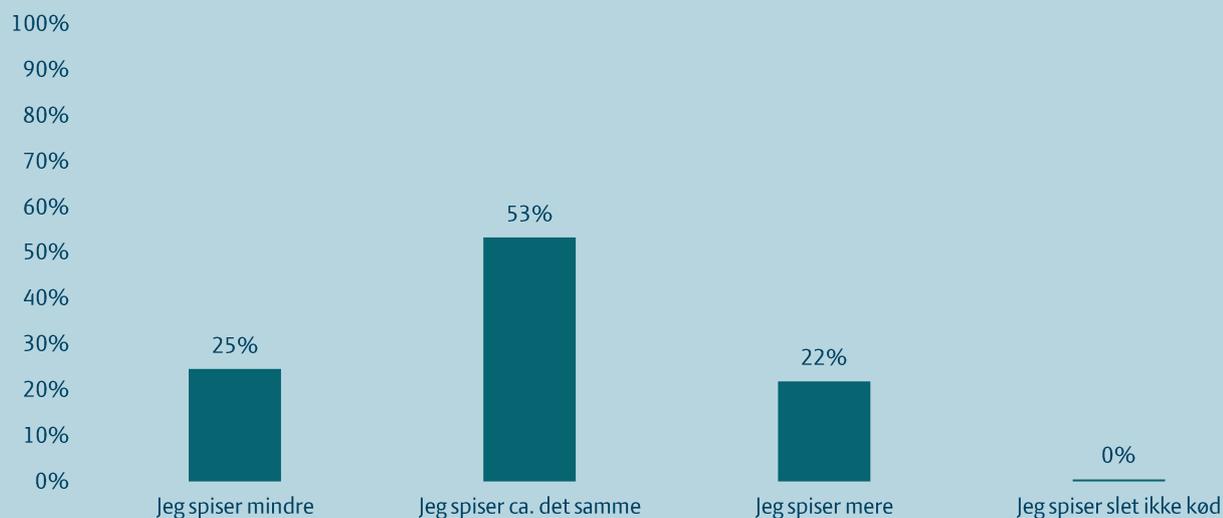
Figur 5: Hvor ofte spiser du/i disse typer kød?



Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=1036). Undersøgelsens målgruppe er personer i aldersgruppen 18-50 år med internetadgang. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region indenfor målgruppen.

Godt halvdelen af vietnameserne angiver at spise samme mængde kød som for to år siden. Endvidere er der nogenlunde lige mange, som siger, at de har henholdsvis øget og sænket deres kødforbrug. Samlet set peger disse tal på et uændret kødforbrug i forhold til for to år siden.

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=1036). Undersøgelsens målgruppe er personer i aldersgruppen 18-50 år med internetadgang. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region indenfor målgruppen

Det er især de yngre forbrugere, som angiver at spise mere kød og de ældre, som angiver at spise mindre. Det er således 19 pct. af de 18-24-årige, som siger de spiser mindre kød end for to år siden, mens det samme tal er 33 pct. i aldersgruppen 30-50-årige. Blandt de forbrugere, der svarer, at de spiser mindre kød end for to år siden, så er de hyppigste årsager egen sundhed og en øget tilgængelighed til retter uden kød.

## Både kød/fisk og grøntsager spiller en vigtig rolle i vietnamesernes måltider

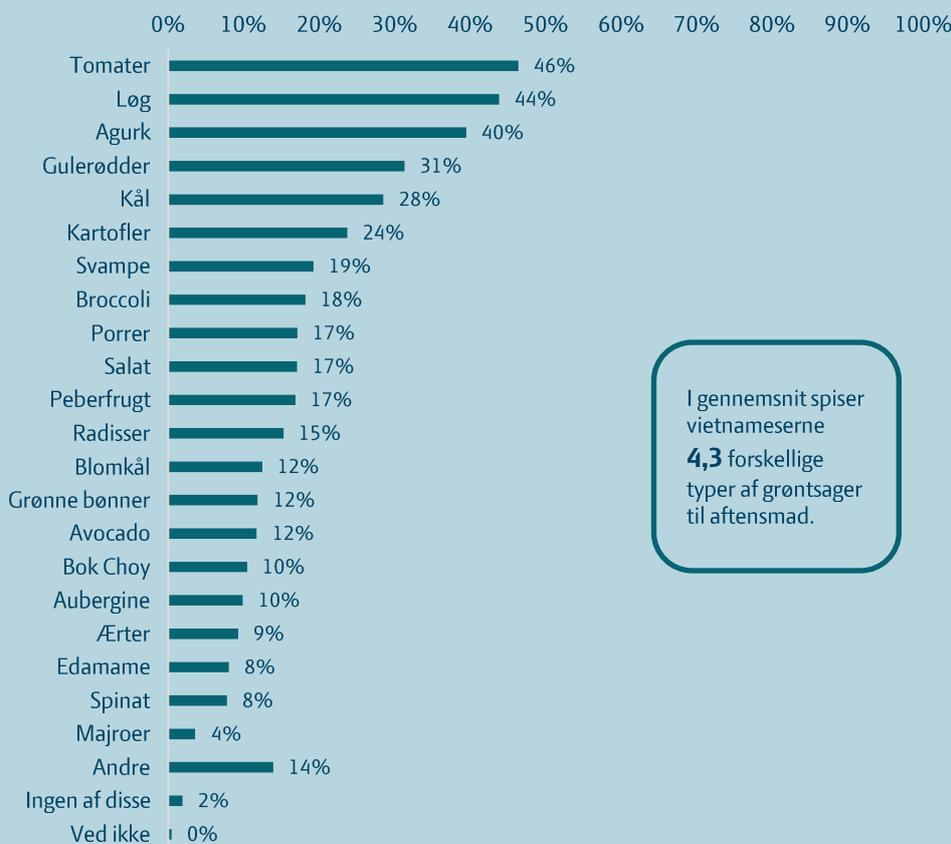
Samlet set er der 48 pct. som angiver, at kød og grøntsager er lige vigtige i planlægning af aftensmaden, mens 25 pct. giver hovedrollen til kød/fjerkræ/fisk. 16 pct. tænker først på det grønne i måltidet og planlægger resten baseret på dette, mens 11 pct. først tænker på pasta, ris eller kartofler.

**48%** angiver at kød og grøntsager er lige vigtige i planlægning af aftensmaden

Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=1036). Undersøgelsens målgruppe er personer i aldersgruppen 18-50 år med internetadgang. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region inden for målgruppen.

De oftest spiste grøntsager til aftensmad i Vietnam er tomater, løg og agurk. I gennemsnit spiser vietnameserne 4,3 forskellige typer af grøntsager til deres aftensmad, hvilket er mange i forhold til alle andre undersøgte markeder. I USA spises f.eks. kun 1,7 forskellige grøntsager og i UK, Sverige og Japan 2,5 forskellige grøntsager. Sydkorea er et af de markeder, som kommer tættest på Vietnam med 3,1 forskellige grøntsager.

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



Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=1036). Mulighed for flere svar. Undersøgelsens målgruppe er personer i aldersgruppen 18-50 år med internetadgang. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region inden for målgruppen.

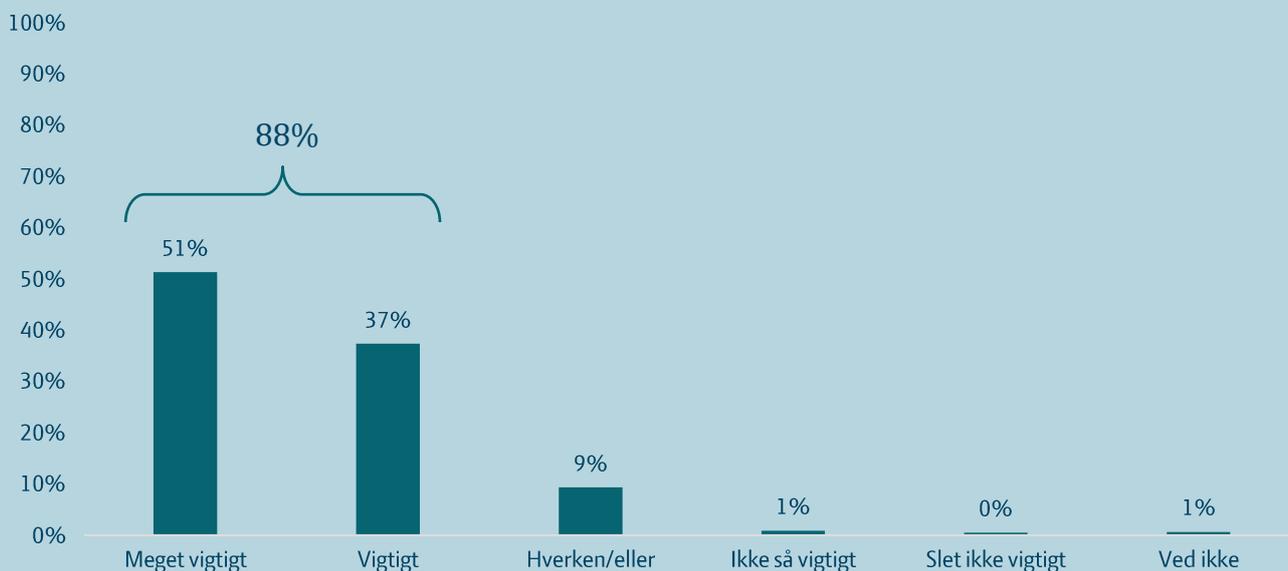
Grøntsagerne står dog sjældent alene i aftensmåltidet, da kun 4 pct. af forbrugerne ikke spiste hverken kød eller fisk til gårsdagens aftensmåltid. De kødtyper som oftest indgår i aftensmåltidet, er grisekød samt fisk/skaldyr og ofte begge dele. Vietnameserne bruger endvidere relativ lang tid i køkkenet i forhold til de fleste andre undersøgte markeder. I gennemsnit bruges 37 minutter på at tilberede aftensmaden. Kun kineserne bruger længere tid (39 minutter).

De fleste vietnamesiske forbrugere angiver at have øget deres forbrug af grøntsager i forhold til for to år siden. Ca. hver fjerde har uændret forbrug, og kun 7 pct. spiser færre grøntsager end for to år siden.

## Økologi har høj prioritet hos de vietnamesiske forbrugere – dyrevelfærd lidt mindre

Næsten 9 ud af 10 forbrugere finder det meget vigtigt eller vigtigt, at deres fødevarer er økologisk produceret.

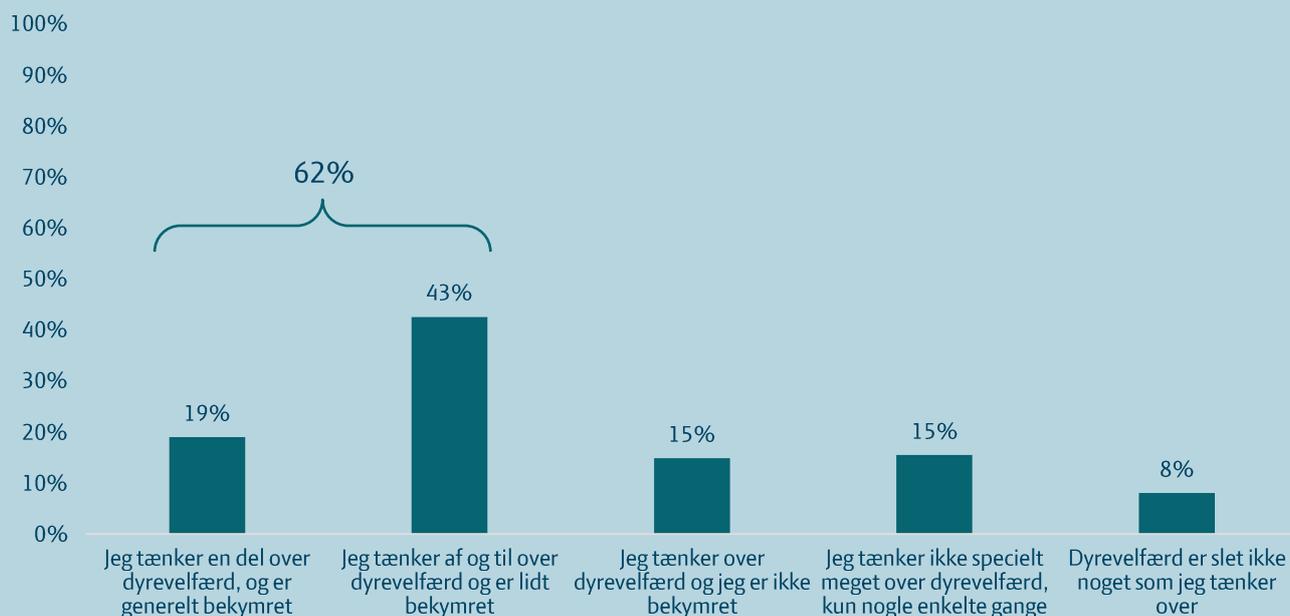
Figur 8: Hvor vigtigt er det for dig, at dine fødevarer er økologisk produceret?



Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=1036). Undersøgelsens målgruppe er personer i aldersgruppen 18-50 år med internetadgang. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region inden for målgruppen

Interessen for dyrevelfærd er væsentlig mindre end interessen for økologiske fødevarer. 62 pct. af forbrugerne udtrykker dog en eller anden grad af interesse og bekymring for dyrevelfærd. Der er kun mindre forskelle i interessen for dyrevelfærd for mælkeprodukter og de forskellige kødtyper. Dog er interessen for dyrevelfærd en anelse højere for okse- og grisekød end for mejeriprodukter, kalvekød og fjerkræ.

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=1036). Undersøgelsens målgruppe er personer i aldersgruppen 18-50 år med internetadgang. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region inden for målgruppen

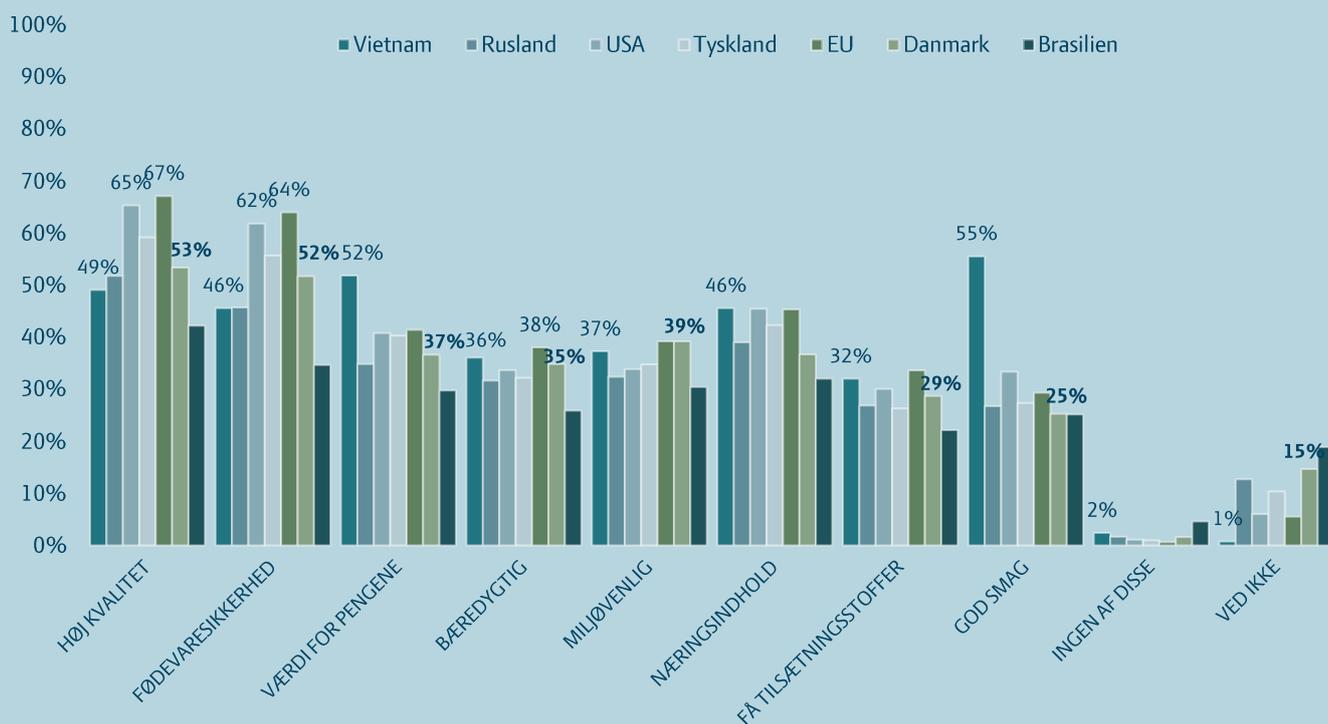
Interessen for dyrevelfærd stiger med alderen og er lidt højere blandt kvinder end blandt mænd. Det er således 15 pct. af de 18-24-årige, som tænker en del over dyrevelfærd og er generelt bekymret i forhold til 27 pct. af de 35-50-årige.

## Positiv opfattelse af mad fra andre regioner og lande

De vietnamesiske forbrugere er generelt positive overfor fødevarer fra andre regioner/lande. Forbrugerne vurderer således fødevarer fra EU og USA til at være af høj kvalitet og til at have høj fødevarer sikkerhed. Det er også på disse to kriterier, at danske fødevarer scorer højest, men dog stadig under niveauet for EU og USA.

Miljøvenlig er det kriterie, hvor danske fødevarer klarer sig bedst i forhold til øvrige regioner/lande. På miljøvenlig er Danmark og EU således jævnbyrdige og opnår den bedste score blandt de 7 inkluderede regioner/lande. EU og Danmark klarer sig også relativt godt på bæredygtig i forhold til øvrige regioner/lande. De vietnamesiske forbrugere vurderer deres egne fødevarer til at være bedre end de øvrige regioner/lande på god smag og værdi for pengene.

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



Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2022 (n=1036). Mulighed for flere svar. Undersøgelsens målgruppe er personer i aldersgruppen 18-50 år med internetadgang. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region inden for målgruppen.

## 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 1036 vietnamesere i alderen 18-50 år med internetadgang. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og regioner inden for målgruppen. Analysen er udarbejdet af afdelingen Analyse & Statistik ved Landbrug & Fødevarer.

Billedet på forsiden er fra pexels.com, fotograf: Timo Volz