

6. april 2016

Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000 E info@lf.dk
F +45 3339 4141 W www.lf.dk

Mejeriprodukter skal være økologiske, friske og danske

Landbrug & Fødevarers seneste analyse af danskernes valgkriterier ved valg af fødevarer viser, at økologi har overhalet pris som den parameter, som flest danskere vægter højest, når de vælger mejeriprodukter. I forhold til tidligere år er der flere, som lægger vægt på, om produktet er dansk produceret, mens færre lægger vægt på produktets friskhed.

Highlights:

- Ved valg af mejeriprodukter betyder økologi mest for 22 pct. af danskerne, mens pris betyder mest for 20 pct.
- Yngre respondenter lægger oftere mest vægt på pris, når de vælger mejeriprodukter, mens 50+ oftere lægger mest vægt på, om produktet er dansk produceret.
- Forbrugere i Region Hovedstaden lægger oftere mest vægt på økologi, forbrugere i Region Syddanmark lægger oftere mest vægt på pris, mens forbrugere i Region Midtjylland oftere lægger mest vægt på, om produktet er dansk produceret.

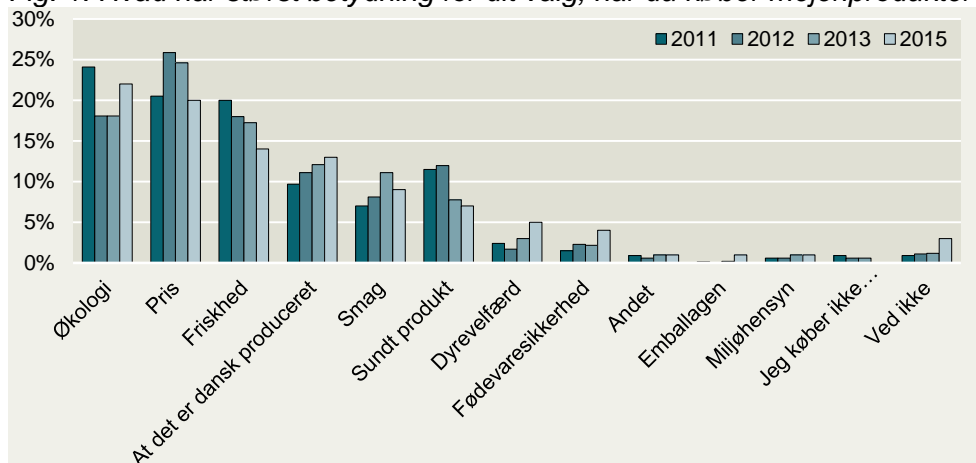
Økologi har overtaget førstepladsen

Der har i perioden, hvor Landbrug & Fødevarer har foretaget undersøgelser af danskernes valg af mejeriprodukter (2011-2015), været tre parametre, som har været nævnt hyppigst som de med størst betydning for danskernes valg: økologi, pris og friskhed. I forhold til sidste måling har pris og økologi imidlertid byttet plads, så økologi nu er det, som flest lægger mest vægt på:

Spørger vi danskerne, hvad der er vigtigst ved valg af fødevarer generelt tager faktoren pris stadig 1.pladsen, men tendensen er, at færre end tidligere prioriterer dette højest til fordel for faktorer som økologi, dansk produceret og dyrevelfærd. Inden for mejerikategorien oplever parametre som dansk produceret, dyrevelfærd og fødevarer sikkerhed også fremgang. Pris er imidlertid ikke længere den faktor, som flest prioriterer højest. Med en andel på 22 pct. har økologi overtaget 1.pladsen og skubbet pris ned på 2. pladsen. Noget kunne derfor tyde på, at især valget af økologiske mejeriprodukter kan være med til at forklare stigningen i prioriteringen af økologi ved valg af fødevarer generelt.

*22 pct. vælger økologi
når de vælger
mejeriprodukter*

Fig. 1: Hvad har størst betydning for dit valg, når du køber mejeriprodukter?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2015, base: 1007. Tidligere undersøgelser: Userneeds for Landbrug & Fødevarer november 2013 (base 1010), november 2012 (base 1001) og november 2011 (base 1000)

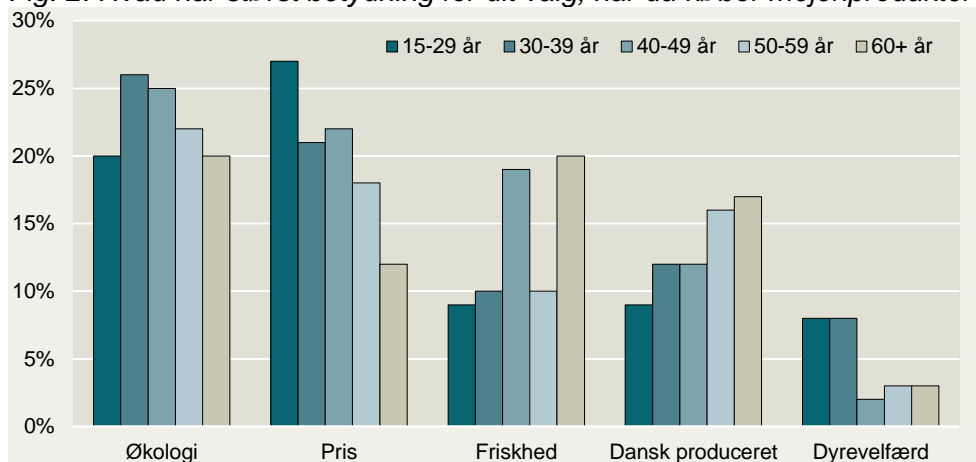
I forhold til tidligere år er der færre, som svarer 'friskhed', Andelen, der vægter friskhed højest er faldet med 6 pct.-point siden 2011. På trods af at friskhed rangerer på 3. pladsen er der således noget, der tyder på, at det mister betydning for danskerne, på samme måde som vi ser det ved valget af fødevarer generelt. En mulig forklaring kan være, at mejeriprodukter i danske dagligvarebutikker generisk opfattes som friske, og det dermed kunne være blevet en hygiejnefaktor. En anden mulig forklaring kan være at se tendensen i et madspildsperspektiv, hvor danskerne måske er blevet mere bevidste om at mejeriprodukter, der ikke er de nyeste på hylden, fint kan anvendes og konsumeres.

Unge prioriterer oftere prisen

27 pct. under 29 år lægger mest vægt på pris

Bag det overordnede billede gemmer der sig forskelle på, hvad forskellige befolkningsgrupper vægter højest, når de vælger mejeriprodukter. Som figuren nedenfor viser, er der forskel på hvad forskellige aldersgrupper lægger mest vægt på, når de vælger mejeriprodukter. Blandt de 15-29 årige er der således 27 pct. af respondenterne, som lægger mest vægt på prisen, mens den tilsvarende andel blandt de 50-59 årige er 18 pct. og blandt respondenterne over 60 år er andelen 12 pct.

Fig. 2: Hvad har størst betydning for dit valg, når du køber mejeriprodukter?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2015. Base: 15-29 år (247), 30-39 år (159), 40-49 år (192), 50-59 år (135), 60+ år (275)

17 pct. over 60 år
vælger danske
mejeriprodukter

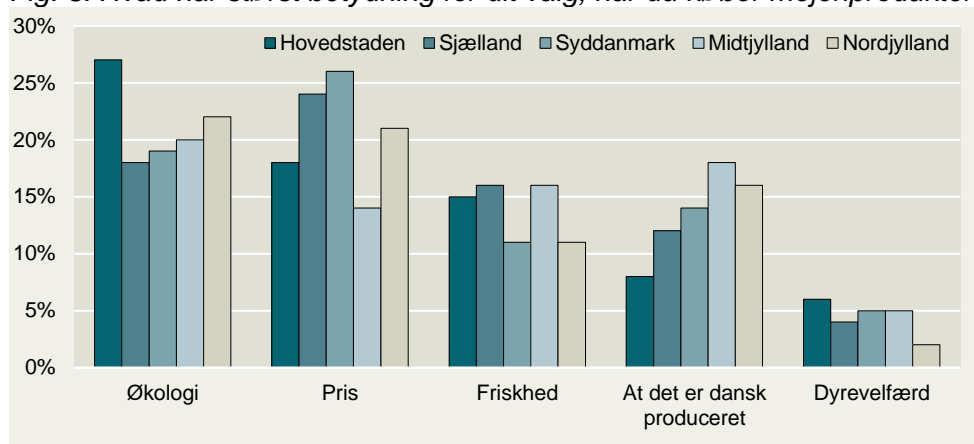
Blandt de ældste respondenter er andelen, som lægger mest vægt på om produktet er dansk produceret, højere end blandt de yngre. Konkret svarer 16 pct. af de 50-59 årige og 17 pct. af respondenterne over 60 år, at den parameter, som har størst betydning for deres valg af mejeriprodukter er, om det er dansk produceret, mens den modsvarende andel blandt de 15-29 årige er 9 pct. Blandt de yngre respondenter er der omvendt flere end gennemsnittet, som lægger vægt på dyrevelfærd, således svarer 8 pct. af respondenterne under 39 år, at dyrevelfærd har størst betydning for deres valg af mejeriprodukter, mens andelen i de andre aldersgrupper er 2-3 pct. Der er ligeledes forskel på andelen af respondenter, som lægger mest vægt på produktets friskhed, denne er ca. 20 pct. blandt de 40-49 årige og respondenterne over 60 år, mens den er omkring 10 pct. i de andre aldersgrupper.

27 pct. i Region
Hovedstaden vælger
økologiske
mejeriprodukter

Økologi er vigtigst for respondenter i hovedstaden

Et andet forhold, som tilsyneladende påvirker, hvad respondenterne lægger vægt på ved valget af mejeriprodukter er, hvor i landet de bor. Som det fremgår af figuren nedenfor lægger 27 pct. af respondenterne fra Region Hovedstaden først og fremmest vægt på økologi, når de køber mejeriprodukter, mens andelen i de resterende regioner er mellem 18 og 22 pct. I Region Syddanmark og Region Sjælland er det prisen, som flest tillægger størst betydning. Andelen af respondenter, som først og fremmest lægger vægt på, om produktet er dansk produceret, når de vælger mejeriprodukter, er størst vest for Storebælt. Således angiver 18 pct. i Region Midtjylland, 16 pct. i Region Nordjylland og 14 pct. i Region Syddanmark dette parameter som det vigtigste for deres mejeriproduktvalg. Til sammenligning er andelen af respondenter, som først og fremmest vælger danske mejeriprodukter i Region Sjælland 12 pct. og i Region Hovedstaden 8 pct.

Fig. 3: Hvad har størst betydning for dit valg, når du køber mejeriprodukter?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2015. Base: Hovedstaden (317), Sjælland (146), Syddanmark (213), Midtjylland (227), Nordjylland (104)

Metode:

Data er indsamlet af Norstat blandt 1.007 repræsentativt udvalgte danskere i perioden 17.-24. november 2015.



Landbrug & Fødevarer

Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000
F +45 3339 4141

E info@lf.dk
W www.lf.dk

Yderligere kontakt

Nina Preus
Marianne Gregersen

3339 4674 npre@lf.dk
3339 4677 mgr@lf.dk