

18. maj 2018

Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

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

Svenske forbrugere har fokus på oprindelsesland

Landbrug & Fødevarer har for første gang undersøgt de svenske forbrugere med fokus på deres fødevarerforbrug, primært kød, og holdninger hertil. Analysen viser, at oprindelsesland er det vigtigste og at svenskerne har en meget høj præference for svensk kød og næsten ingen kendskab til den danske produktion.

Highlights:

- Fokus på oprindelsesland afspejler sig i svenskernes meget høje præference for svensk kød samt i andelen af svensk kød, som de selv siger, de køber.
- Når svenskerne vælger specifikke kødtyper er kvaliteten det, som flest svenskere kigger efter.
- Især oksekød bliver valgt på baggrund kvalitet, mens gris i højere grad vælges ud fra prisen.
- Størstedelen af befolkningen har ikke kendskab til konkrete tiltag i den danske produktion af hhv. okse – og kalvekød og grisekød.
- En mulighed er at få udbredt svenskernes kendskab til den danske okse- og kalvekødsproduktion samt griseproduktion.

Sverige – et vigtigt eksportmarked for Danmark

Sverige er Danmarks 2. største eksportmarked hvad angår fødevarer. I 2017 eksporterede Danmark fødevarer for 11.406 mio. kr. til landet. Heraf var de 752 mio. kr. grisekød og 398 mio. kr. oksekød.

Sveriges største importlande af oksekød var i 2017 Irland (21.000 tons), Holland (18.000 tons) og Tyskland (13.000 tons). Sveriges selvforsyningsgrad på oksekød ligger på 64 pct.¹, hvorfor de har en relativ stor import heraf.

Med henblik på at kunne eksportere danske fødevarer til landet i fremtiden er det vigtigt at forstå de svenske forbrugeres adfærd og holdninger i relation til deres fødevarerforbrug. Med denne analyse har Landbrug & Fødevarer forsøgt at komme tættere på de svenske forbrugere og forstå, hvad vores naboer på den anden side af bæltet synes er vigtigt, når de bl.a. køber kød.

Optaget af oprindelsesland, varieret kost og madspild

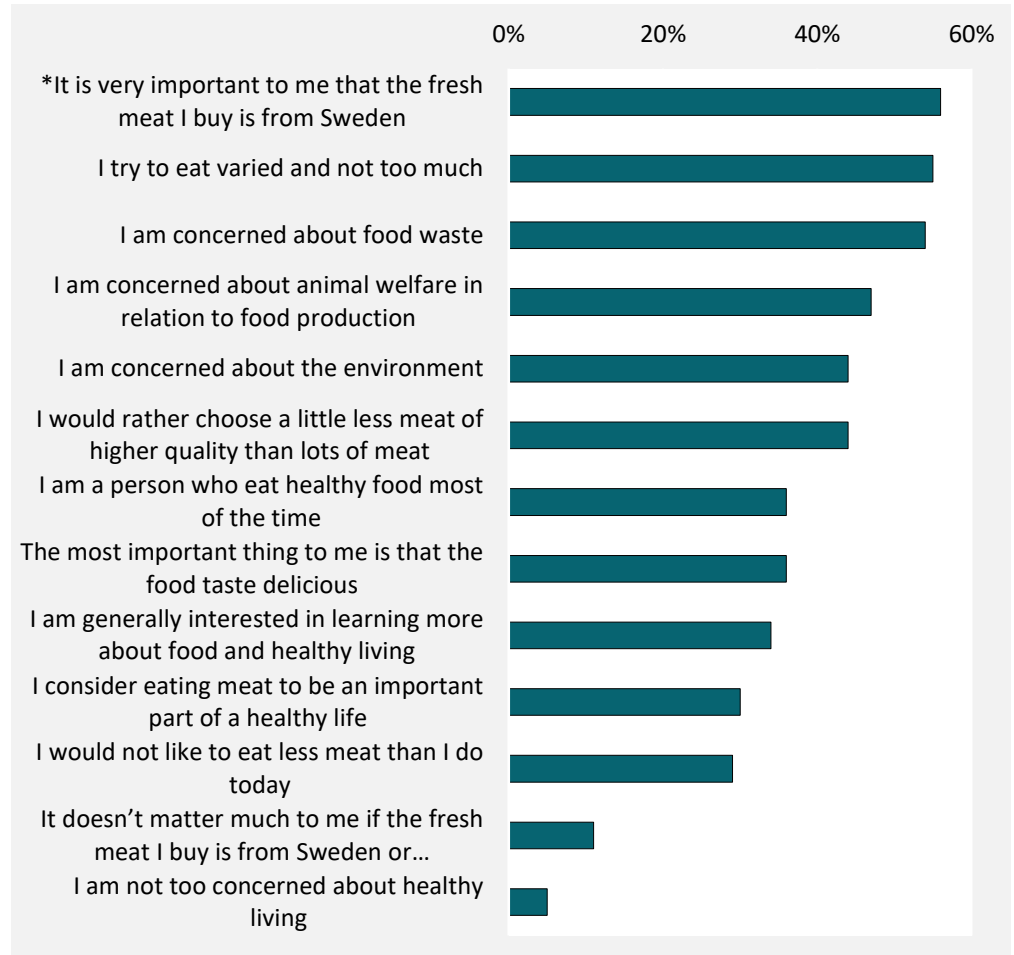
Blandt en lang række af forskellige udsagn, som både omhandler fødevarerproduktionen, madspild og miljøet er det udsagn vedr. vigtigheden af

¹ Selvforsyningsgrad 2017 = Produktion (1.000 tons)*100/forbrug (1.000 tons) = (133*100/213=62,44). Kilde: Eurostat.

oprindelsesland, det som flest svenskere er enige i. Konkret er 56 pct. enige i udsagnet *'It is very important to me that the fresh meat I buy is from Sweden'*. Foruden oprindelsesland ved køb af fersk kød fylder en varieret kost og det at undgå madspild hos mere end halvdelen af befolkningen. Derudover er de bekymrede over dyrevelfærd. Konkret angiver 47 pct., at de er bekymrede over dyrevelfærd i fødevareproduktionen og 44 pct. tænker på miljøet.

Figur 1:

Here you will see a list of statements that other people have said about various subjects. Which of these statements describe your opinion or do you agree with? Please choose all the statement that apply to you.



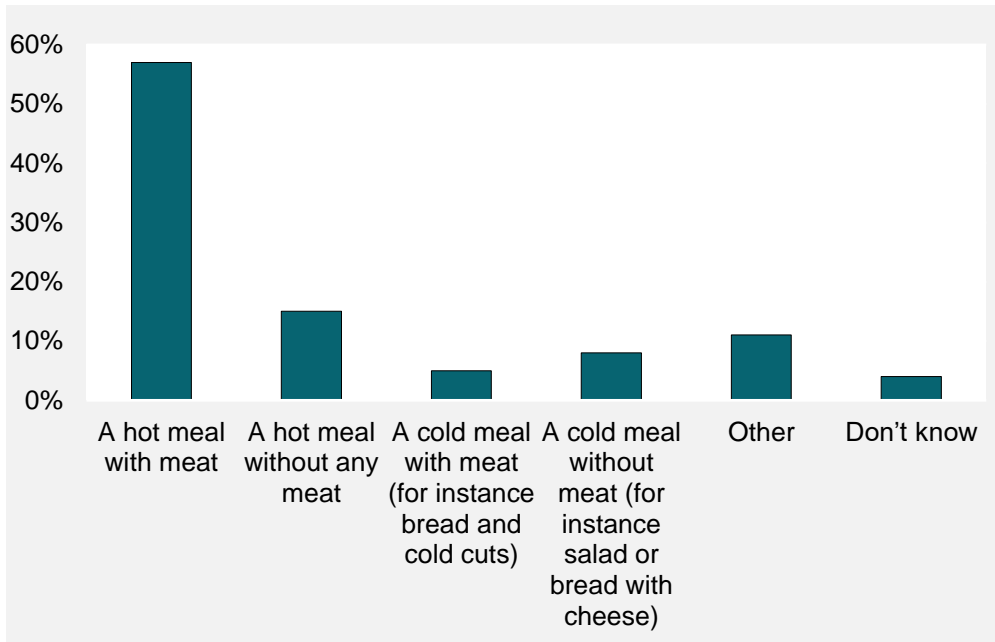
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer marts 2018. Base (1.024). *Spørgsmålet er stillet til sidst i spørgeguiden, hvorfor respondenterne kan være påvirket af de foregående spørgsmål.

Svenskerne spiser et varmt måltid til frokost

Analysen viser, at det mest udbredte måltid blandt svenskerne til frokost er et varmt måltid med kød. Konkret spiser 57 pct. det, mens 5 pct. spiser et koldt måltid med kød. Til sammenligning viser en analyse gennemført af Landbrug & Fødevarer², at det mest udbredte måltid blandt danskerne til frokost er medbragt mad/madpakke, som 41 pct. af danskerne typisk spiser til frokost, mens 25 pct. spiser i en kantine/fra en madordning. Ved sidstnævnte kan det tænkes, at maden til tider kan være varm. Der er således stor forskel på, hvad danskerne og svenskerne spiser til frokost.

² Madpakkeanalyse, Landbrug & Fødevarer 2017.

Figur 2:
What do you normally eat for lunch on weekdays?



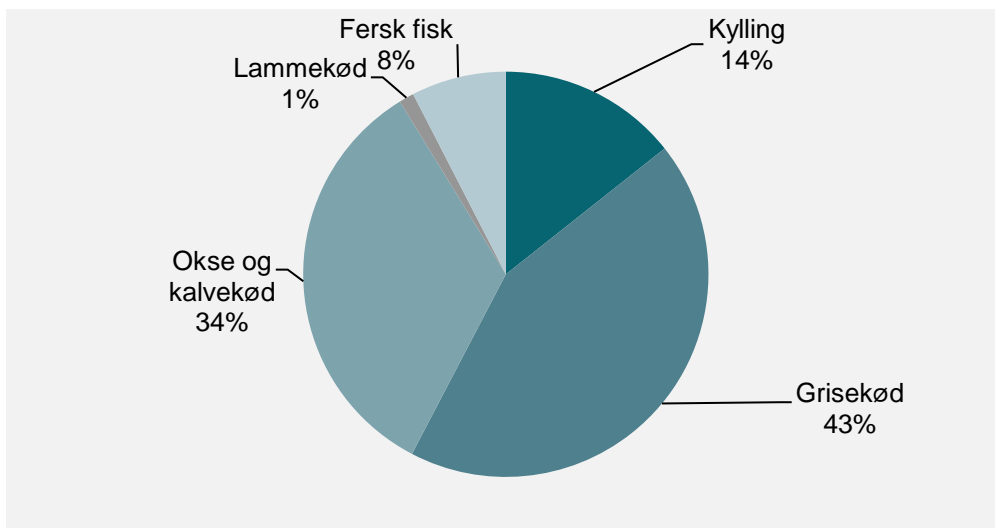
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer marts 2018. Base (1.024).

Til gengæld minder svenskerne i højere grad om danskerne hvad angår aftensmaden. 94 pct. af svenskerne spiser typisk aftensmad hjemme og 61 pct. laver som regel et varmt måltid fra bunden.

Grisekød er mest populært

Ifølge en opgørelse fra GfK Consumerscan spiser svenskerne mest grisekød. 43 pct. af al fersk kød inkl. fisk er grisekød, mens okse – og kalvekød udgør 34 pct. og kylling 14 pct.

Figur 3:
Volume per person i pct. af samlet forbrug af fersk kød inkl. fisk.

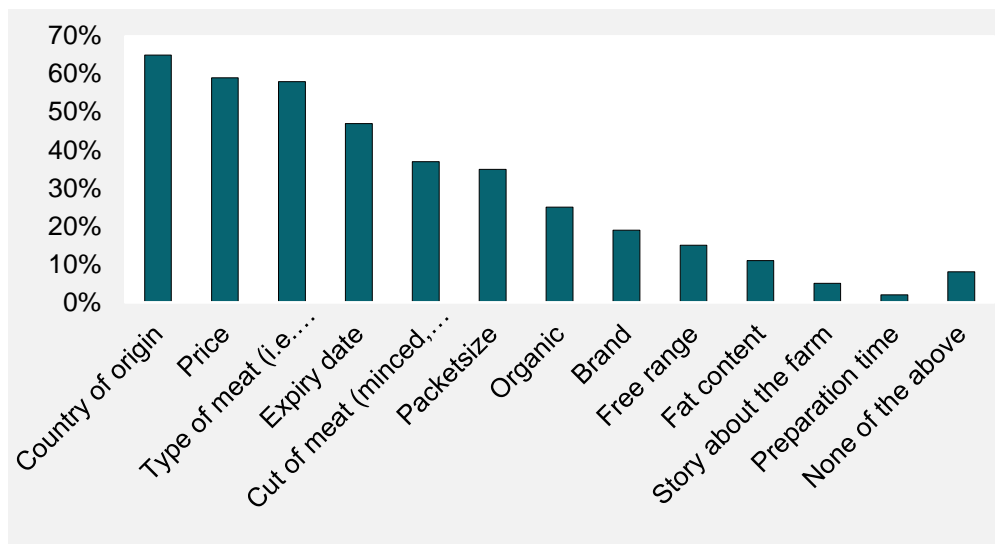


Kilde: GfK Consumerscan, MAT Q4 2017 (Moving annual total). Volume per person opgjort i pct. af samlet forbrug af kød total (inkl. fisk) (kg).

Svenskerne kigger efter oprindelsesland ved valg af fersk kød

Spørger vi svenskerne, hvad de kigger efter, når de køber fersk kød generelt, står oprindelsesland øverst på listen. Konkret er det 65 pct. som siger netop det, mens en lidt mindre andel kigger efter pris og/eller type af kød. Længere nede på listen er økologi, brand og historien bag produktet.

Figur 4:
Thinking about when you purchase fresh meat. Which of the following information do you normally look for in your shopping?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer marts 2018. Base (1.024).

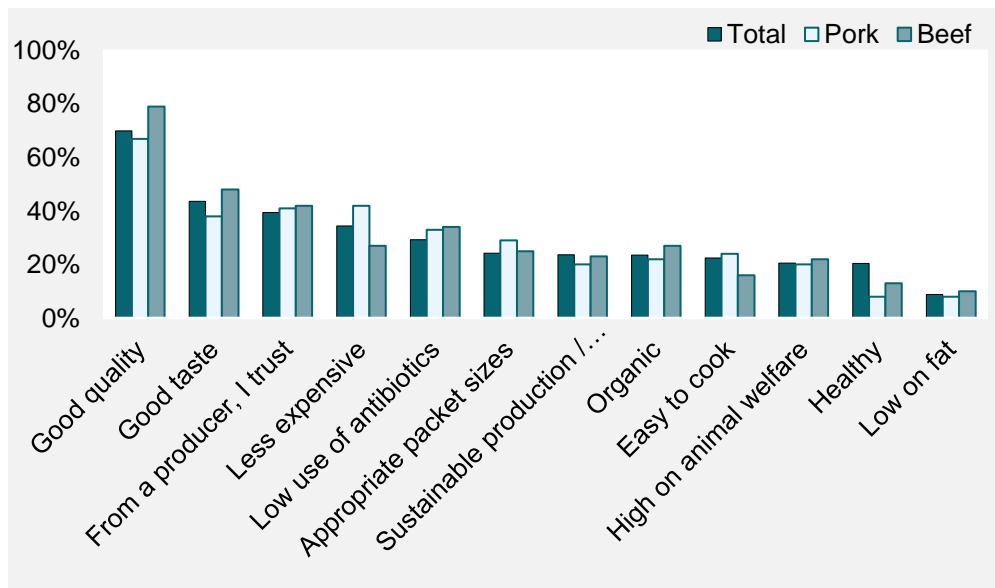
At brand og historien bag produktet fylder relativt lidt i forhold til de øvrige elementer, som forbrugerne kigger efter, når de køber fersk kød, kan skyldes, at de, ved at gå efter oprindelsesland, har en forventning om at produktet og dets produktionsform lever op til andre værdier så som kvalitet og god dyrevelfærd. Det er ellers noget både brand og historien ofte siger noget om.

Ved specifikke kødtyper er kvaliteten det vigtigste

Spørger vi, hvilke kriterier forbrugerne vælger efter, når de køber specifikke typer af kød, er kvalitet det, som langt de fleste svenskere vælger efter efterfulgt af smag og tillid til producenten.

For okse- og grisekød, er kvaliteten ligeledes det vigtigste. For oksekød er kvaliteten dets styrke relativt til andre kødtyper som grisekød, kalvekød, fjerkræ, fisk og skaldyr samt lam. Styrken ved grisekød relativt til andre kødtyper er prisen.

Figur 5:
In your shopping, which of the following criteria do you apply when choosing X?

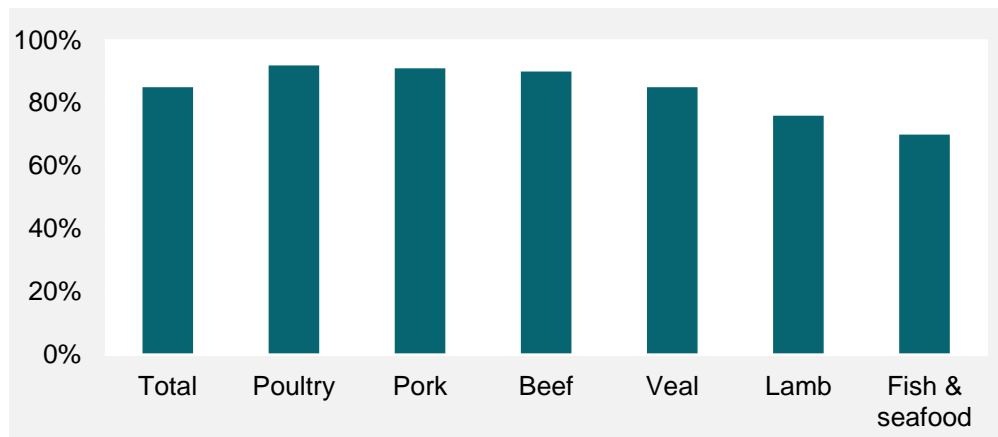


Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer marts 2018. Base (2.287). Besvarelsene er beregnet på baggrund af et vægtet gennemsnit for fjerkræ, grise-, okse- og kalvekød, fisk og lam.

Svenskerne har høj præference for svensk kød ved specifikke kødtyper

Svenskernes fokus på oprindelsesland ved valg af fersk kød generelt kommer også til udtryk i deres præference for svensk kød indenfor specifikke kødtyper. Spørger vi svenskerne i hvor høj grad de foretrækker kød fra Sverige siger 85 pct., at de foretrækker svensk kød på tværs af alle kategorier i meget høj eller høj grad. For fjerkræ, grisekød og oksekød er det over 90 pct. af befolkningen som foretrækker det i meget høj eller høj grad, mens en lidt mindre andel foretrækker kalv fra Sverige. Lam samt fisk og skaldyr er det som færrest foretrækker i meget høj eller høj grad. Og alligevel er det hhv. 76 og 70 pct., som foretrækker det i meget høj eller høj grad.

Figur 6:
To what extent do you prefer X from Sweden?
Answer: Very much + much



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer marts 2018. Base (2.287). Totalen er beregnet på baggrund af et vægtet gennemsnit for fjerkræ, grise-, okse- og kalvekød, fisk og lam.

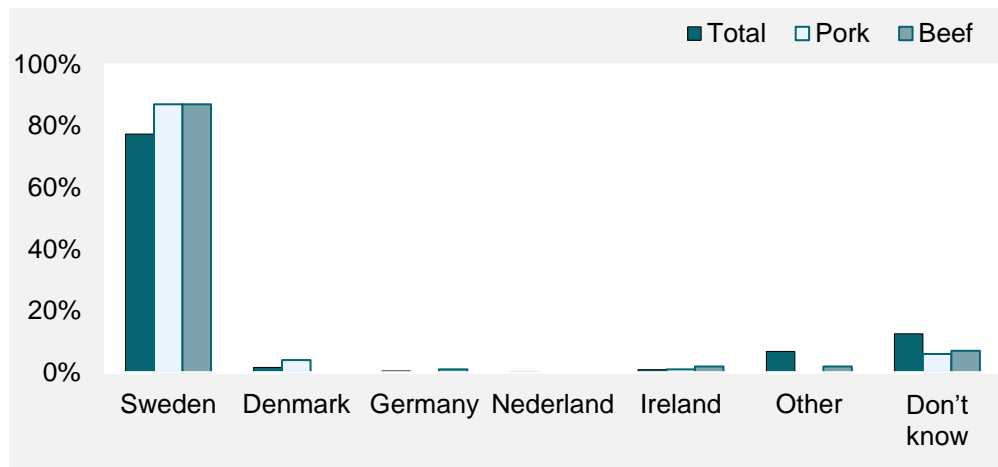
Anm.: Besvarelserne 'Very much' og 'much' er lagt sammen i grafen.

Sammenhæng mellem præference og svenskernes indkøb

Svenskernes høje præference for svensk kød kommer også til udtryk i andelen af svensk kød, de siger, de køber. 77 pct. angiver netop at det kød, de normalt køber, kommer fra Sverige, mens det for okse – og grisekød er 87 pct. som siger, at det er fra deres hjemland.

Andelen som kommer fra Danmark er væsentligt mindre, ifølge svenskerne. Kun 4 pct. siger, at det grisekød, de typisk køber, er fra Danmark, mens næsten intet af det oksekød, de køber, er herfra.

Figur 7:
Which of the following countries does X that you buy normally come from?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer marts 2018. Base (2.287). Besvarelserne er beregnet på baggrund af et vægtet gennemsnit for fjerkræ, grise-, okse- og kalvekød, fisk og lam.

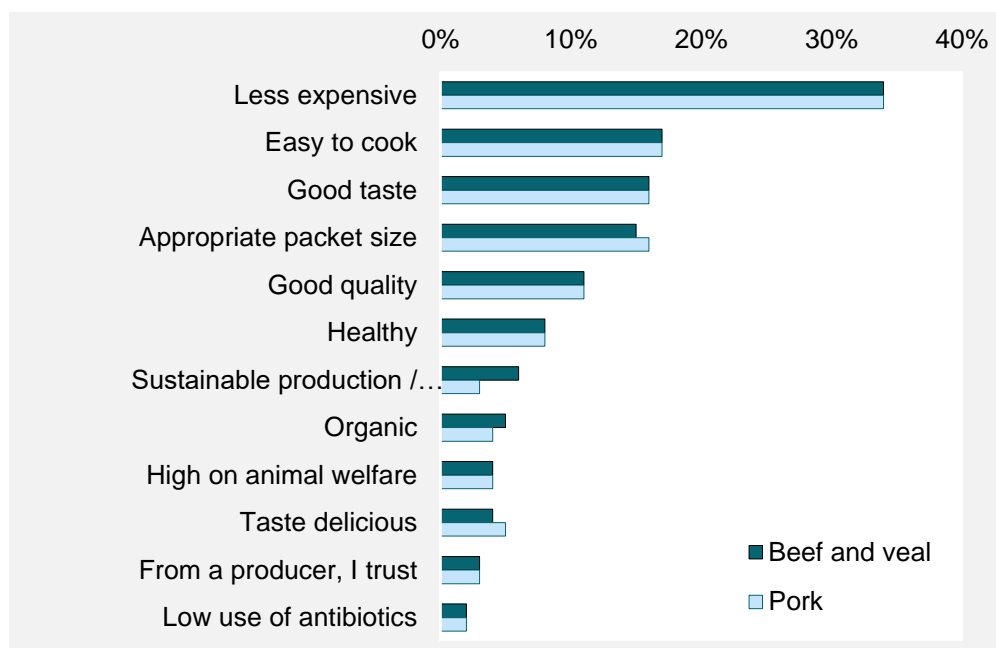
Lavt kendskab til den danske produktion af grise- og oksekød

Set i lyset af, at de svenske forbrugere mener, de næsten kun køber svensk kød, er det måske ikke overraskende, at de ikke kender til konkrete tiltag i den danske produktion af hhv. grisekød og okse- og kalvekød. Det som flest svenskere tror, der er fokus på i de to produktioner, er prisen. Konkret siger 34 pct., at de mener, der er fokus på lav pris i den danske produktion af grisekød og okse- og kalvekød.

Det som færrest svenskere tror, der fokuseres på i den danske produktion af grisekød og okse- og kalvekød er et lavt forbrug af antibiotika. Konkret er det 2 pct. af befolkningen som tror, dette er i fokus trods Danmarks indsats på området, som netop vidner om et relativt lavt forbrug af antibiotika sammenlignet med EU³.

Figur 8:

As far as you know. Which of the following criteria do the farmers/food producers in the following countries focus on when producing beef and veal/Pork? Select all that apply. Denmark.



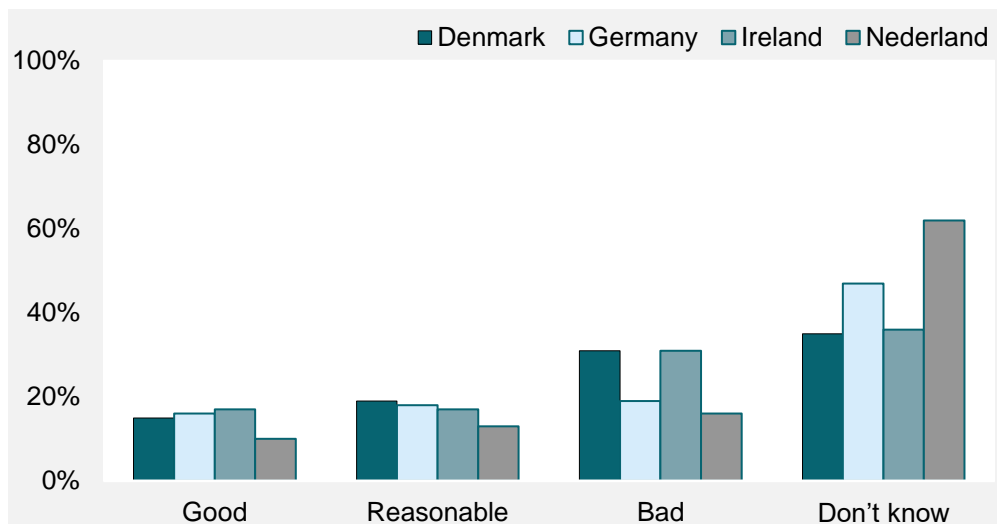
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer marts 2018. Base (1.024).

Dansk omdømme på niveau med Tyskland og Irland

Spørger vi svenskerne om det generelle omdømme af den danske produktion af okse- og kalvekød svarer 16 pct., at det er godt. Det er på niveau med både Tysklands og Irlands omdømme af deres produktioner af okse- og kalvekød. Modsat er der flere svenskere, som vurderer det danske omdømme som dårligt relativt til Tyskland og Hollands. Det kan forklares ved bl.a. at en relativ stor del ikke er i stand til at svare på spørgsmålet for de to sidstnævnte lande. Konkret er det 62 pct., som ikke er i stand til at vurdere den hollandske produktions omdømme, mens det for Danmark er 35 pct.

³ Benchmark analyse, Landbrug & Fødevarer 2017. <http://www.lf.dk/for-medlemmer/p-nyhedsbrev/2018/8/dansk-okse-og-kalvekoed-klarar-sig-godt-i-benchmark#.WuCRfOQUm70>

Figur 9:
How would you describe the overall reputation of the production of beef and veal in X?



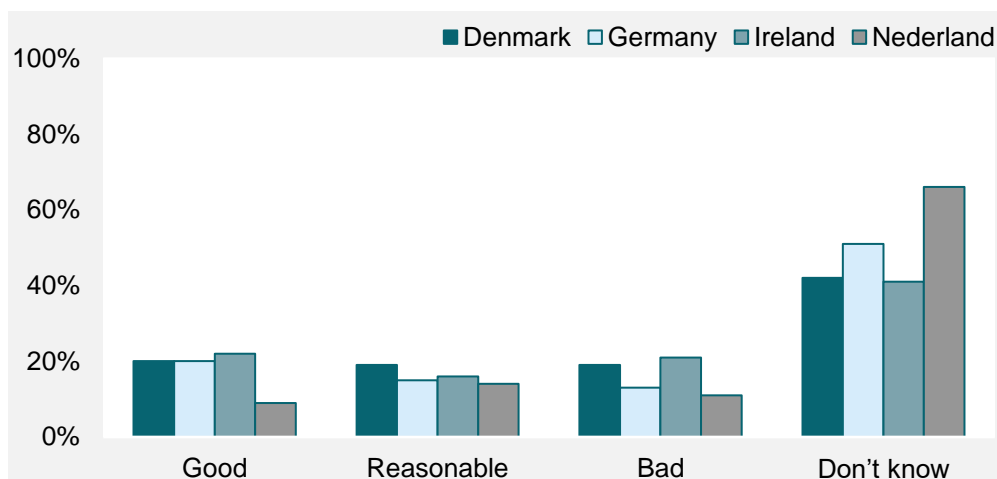
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer marts 2018. Base Danmark (610), Germany (616), Ireland (611), Nederland (612).

Anm.: Besvarelserne 'Excellent', 'very good' og 'good' er lagt sammen til 'good' i grafen.

Kvalitetsopfattelsen af dansk okse- og kalvekød klarer sig middel

Kvaliteten af dansk okse- og kalvekød vurderes af 20 pct. af befolkningen som 'god'. Det er på niveau med kvalitetsopfattelsen af tysk og irsk okse- og kalvekød. Holland halter derimod efter. Det kan skyldes andelen, som ikke er i stand til at vurdere kvaliteten og dermed svarer 'ved ikke'.

Figur 10:
How would you rate the quality of the beef and veal from X?



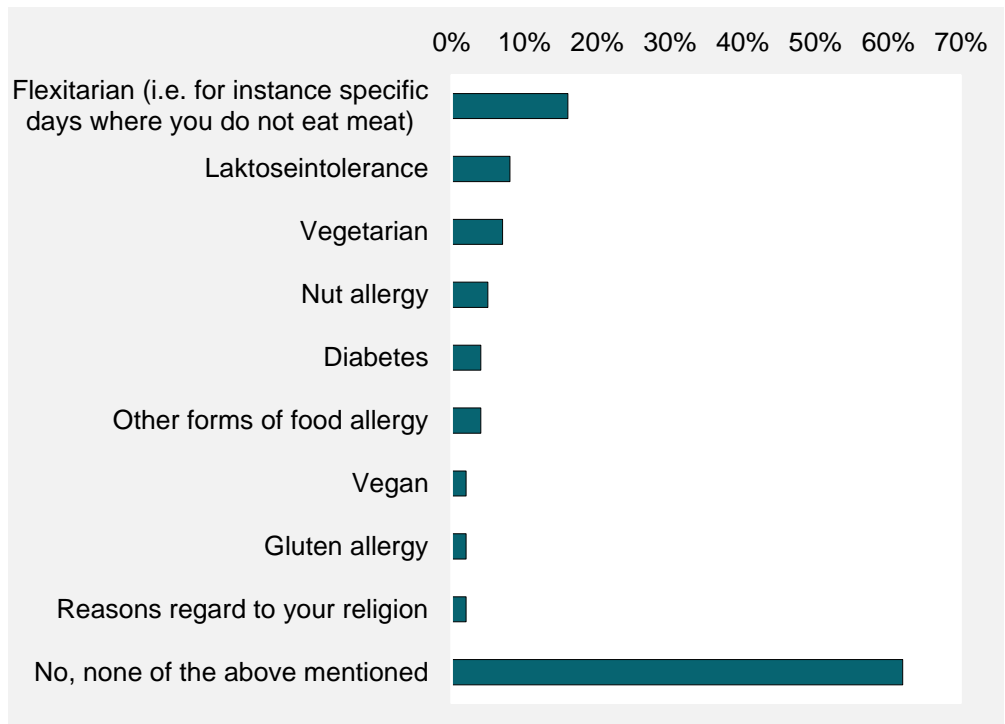
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer marts 2018. Base Danmark (610), Germany (616), Ireland (611), Nederland (612).

Anm.: Besvarelserne 'Excellent', 'very good' og 'good' er lagt sammen til 'good' i grafen.

Hver fjerde svensker begrænser deres indtag af kød

Hver fjerde svensker begrænser deres indtag af kød enten som fleksitar, veganer eller vegetar. Samtidig har 23 pct. en form for fødevarerallergi eller anden relateret sygdom, som kræver en vis opmærksomhed i relation til sit fødevarerforbrug. Alt i alt er der 38 pct. af befolkningen som i en større eller mindre grad giver deres fødevarerforbrug en ekstra form for opmærksomhed i kræft af et fravalg eller en begrænsning.

Figur 11:
Are there any of the below mentioned circumstances that apply to you?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer marts 2018. Base (1.024).

Kvaliteten skal være i top ved eksport til Sverige

De svenske forbrugere har fokus på oprindelsesland ved valg af fersk kød. Foruden oprindelsesland er det vigtigste for de svenske forbrugere kvaliteten af kødet, når de vælger specifikke kødtyper. Især oksekød bliver valgt på baggrund af dette sammenlignet med andre kødtyper, mens gris i højere grad vælges ud fra prisen sammenlignet med andre typer af kød. Kvaliteten skal derfor være i top, når Danmark eksporterer kød til vores naboland.

Svenskernes fokus på oprindelsesland afspejler sig i deres meget høje præference for svensk kød samt i andelen af svensk kød, som de selv siger, de køber. Set i lyset af at størstedelen af det kød, svenskerne siger, de køber er fra deres hjemland, er det måske ikke overraskende at langt størstedelen af befolkningen ikke har kendskab til konkrete tiltag i den danske produktion af okse – og kalvekød samt grisekød. Mere end hver tredje svensker mener, at der er fokus på prisen i selve produktionen af grisekød og oksekød i Danmark. Til trods for et lavt forbrug af antibiotika i Danmark svarer kun 2 pct., at der er fokus på det i produktionen.

Det generelle omdømme af den danske okse- og kalvekødsproduktion vurderes af mere end hver tiende svensker som godt. Det er på niveau med Tyskland og Irlands omdømme i Sverige. Kvalitetsopfattelsen af dansk okse – og kalvekød vurderes af hver femte svensker som 'god'. Her ligger Danmark ligeledes på niveau med Tyskland og Irland.

Mulighed: Større kendskab til den danske produktion

En mulighed er at oplyse de svenske forbrugere om konkrete tiltag, som finder sted i den danske produktion af hhv. okse- og kalvekød og grisekød. Denne analyse vidner om, at svenskerne er uvidende om produktionen og derfor ikke kender til det relative lave forbrug af f.eks. antibiotika og øget fokus på dyrevelfærd i den danske produktion.

I takt med oplysning af de svenske forbrugere er en mulighed at forbedre både det generelle omdømme og kvalitetsopfattelsen af det danske kød blandt svenskerne. Det danske kød skal kunne levere på kvalitet, men også dyrevelfærd samtidig med det skal være klimavenligt. Det er det, de svenske forbrugere efterspørger.

Om analysen

Analysen er baseret på data indsamlet af Norstat for Landbrug & Fødevarer i marts 2018. Dataindsamlingen er foregået i Sverige blandt 1.024 repræsentativt udvalgte respondenter i alderen 18-70 år. Spørgeskemaet er stillet på svensk, hvorefter det er oversat til engelsk som rapporteret i analysen.



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

Christie Nielsen
Marianne Gregersen

3339 4376 chni@lf.dk
3339 4677 mgr@lf.dk