

12. juli 2018

Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

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

Smag bliver stadig vigtigere, når danskerne vælger fødevarer

Landbrug & Fødevarer har undersøgt, hvad danskerne efter egen opfattelse lægger mest vægt på ved valg af fødevarer. Her ses det, at selv om pris er afgørende for mange, er smag dét, som flest lægger mest vægt på.

Highlights:

- Når man kun må vælge ét enkelt parameter, er smag det allervigtigste ved valg af fødevarer for 28 pct. af danskerne. Det er en markant stigning på 6 pct.-point i forhold til året før.
- Det er oftere mænd, der lægger mest vægt på smag, mens kvinder oftere end mænd lægger mest vægt på, at det er et sundt produkt.
- Pris og friskhed kommer ind på 2. og 3. pladsen med andele på hhv. 17 og 13 pct., der vælger netop det som det allervigtigste ved valg af fødevarer. Det er oftere de helt unge samt danskere bosat vest for Storebælt, der lægger mest vægt på pris.
- 12 pct. lægger mest vægt på økologi. Det er signifikant flere end i 2016, hvor 9 pct. svarede det samme. Det er især børnefamilier og danskere bosat i Region Hovedstaden, der lægger mest vægt på økologi ved valg af fødevarer.
- Der er signifikant flere blandt de ældre danskere i undersøgelsen (ml. 60-70 år), der lægger mest vægt på fødevarerens sikkerhed, og at varen er danskproduceret.

Fødevarerne skal smage godt og i stigende grad være økologiske

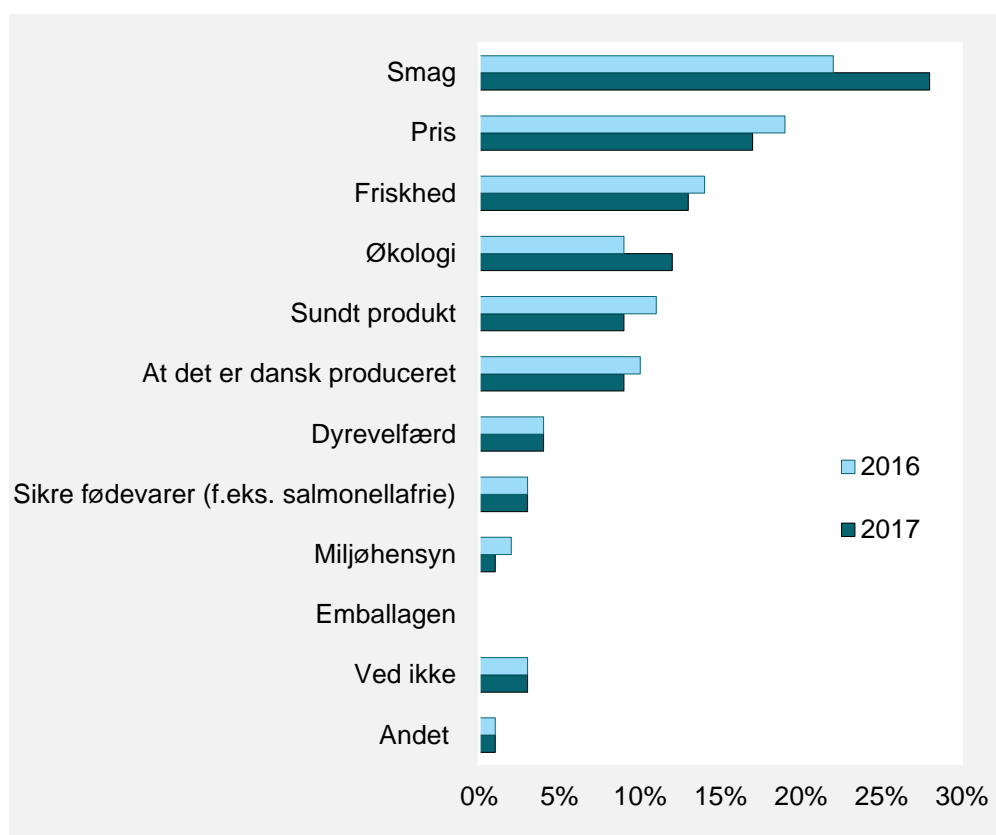
Når danskerne skal vælge fødevarer, står de over for et hav af muligheder: økologiske vs. almindelige fødevarer, danske vs. udenlandske og meget, meget mere. Men hvad er det allervigtigste, når det skal besluttes, hvilken vare, der lægges i indkøbskurven?

Landbrug & Fødevarer har i en ny undersøgelse spurgt forbrugerne, hvad der har størst betydning for valg af fødevarer og her præsenteret deltagerne for en række faktorer, der kan være et valgkriterium i købsøjeblikket. Af denne liste er det kun muligt at vælge én, og deltagerne tvinges derfor til at prioritere det valgkriterium, som de mener, er allervigtigst i forhold til andre kriterier, der også kan være med i overvejelserne. For mere end en fjerdedel af danskerne er den allervigtigste faktor smagen. I samme måling sidste år var smag ligeledes på førstepladsen som den faktor, flest danskere angiver som dét, de

lagde størst vægt på. Men med en stigning på 6 pct.-point fra 2016 til 2017, er det klart den parameter, som oplever den største fremgang.

Figur 1:

Spørgsmål: Hvad har størst betydning for dit valg af fødevarer?
Sammenligning af svarene for undersøgelsen november 2016 og november 2017



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, base 2017 (1035), 2016 (1012).

Efter smag følger pris som værende af størst betydning, hvilket 17 pct. prioriterer højest. Friskhed kommer ind på en tredjeplads med en andel på 13 pct., der tillægger det størst betydning ved valg af fødevarer, mens økologi på 4. pladsen prioriteres højest af 12 pct. blandt danskerne. Selv om færre i 2017 lægger mest vægt på faktorerne pris og friskhed i forhold til året før, er forskellen dog så lille, at der kan være tale om tilfældigheder.

For økologi derimod er der flere, der i 2017 lægger allermest vægt på dette kriterium ved valg af fødevarer. Det stemmer overens med andre analyser foretaget af Landbrug & Fødevarer, der viser, at stadigt flere danskere efter egen opfattelse 'ofte' køber økologiske fødevarer.¹

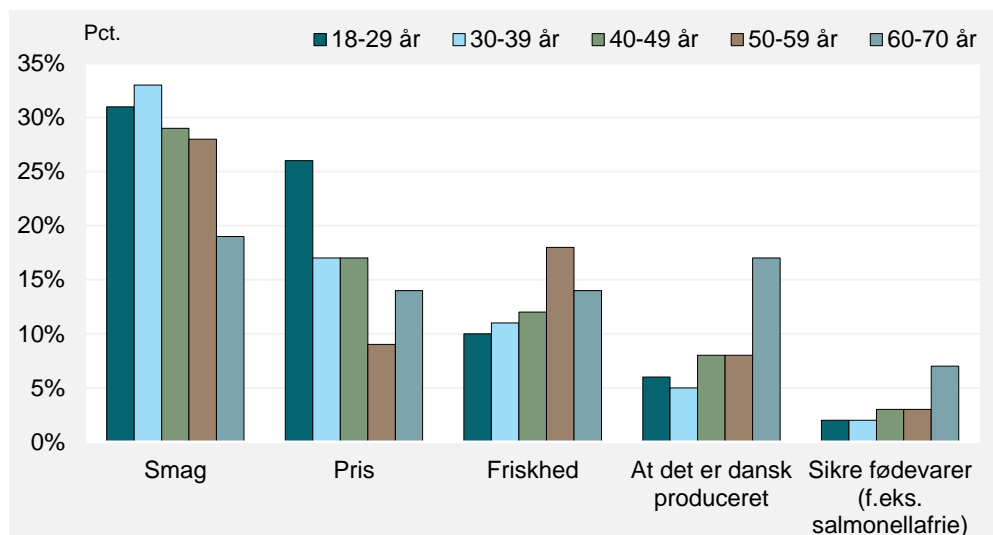
Danskerne fokus og prioriteter varierer med alderen

Det er især blandt mænd, vi finder de danskere, der tillægger smag størst betydning ved valg af fødevarer. Knap hver tredje mand (32 pct.) vælger den faktor, mens det kun er hver fjerde kvinde (25 pct.). Omvendt er det 12 pct. blandt kvinderne, der lægger mest vægt på, at det er et sundt produkt, mens det samme gør sig gældende for blot 7 pct. blandt mændene.

¹ Langt flere danskere køber økologi, 2017, www.lf.dk/tal_og_analyser/forbrugere_og_trends

Ser vi nærmere på svarene blandt forskellige aldersgrupper, er det tydeligt, at smagen tillægges størst betydning blandt danskere under 60 år, mens det er signifikant færre i den ældste aldersgruppe, der har det som deres førsteprioritet. Omvendt er der markant flere blandt disse, der prioriterer fødevarerikkerhed, samt at fødevarer er dansk produceret. er vi omvendt på de yngste forbrugere, er pris afgørende for flere end hver fjerde ml. 18-29 år (26 pct.), mens det blot er 14 pct. blandt de 60-70 årige, der tillægger det størst betydning.

Figur 2:
Spørgsmål: Hvad har størst betydning for dit valg af fødevarer?
Udvalgte svarkategorier fordelt på alder.



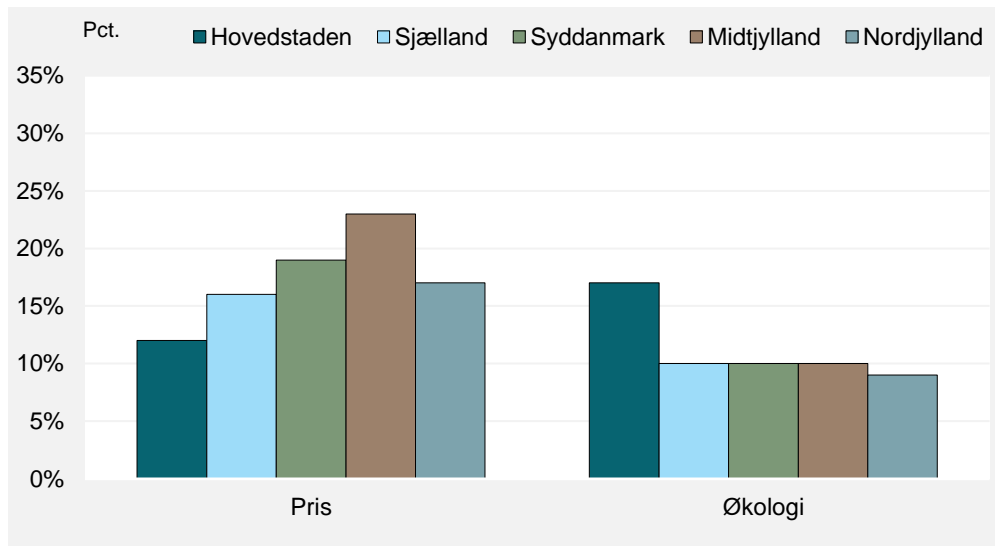
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2017, base 18-29 år (242), 30-39 år (179), 40-49 år (208), 50-59 år (208), 60-70 år (198). NB: Grafen sammenligner udvalgte svarkategorier, hvor der er signifikant forskel mellem de forskellige aldersgrupper.

Ikke overraskende er der samtidig sammenhæng mellem husstandens årlige indkomst, og hvorvidt man prioriterer pris over andre valgkriterier ved valg af fødevarer. Således er det hele 30 pct. blandt indkomstgruppen 0-299.999 kr., der svarer, at pris har størst betydning ved valg af fødevarer, mens det samme gælder for blot 9 pct. blandt danskere med en årlig husstandsindkomst på ml. 600.000 og 1 mio. kr.

Økologi er oftere topprioritet i Region Hovedstaden

Der ses samtidig enkelte regionale forskelle i, hvad der har størst betydning. Det er især blandt danskere bosat i Region Syddanmark og Region Midtjylland, at pris fylder mest. Andelen topper i Region Midtjylland, hvor 23 pct. svarer, at pris har størst betydning, mens det til sammenligning er blot 12 pct. blandt danskere bosat i Region Hovedstaden. Omvendt har økologi størst betydning for 17 pct. blandt danskere bosat i Region Hovedstaden, mens det samme gælder 9-10 pct. blandt danskere bosat i de andre regioner.

Figur 3:
Spørgsmål: Hvad har størst betydning for dit valg af fødevarer?
Udvalgte svarkategorier fordelt på region.



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2017, base Region Hovedstaden (333), Region Sjælland (147), Region Syddanmark (215), Region Midtjylland (234) og Region Nordjylland (105). NB: Grafen sammenligner udvalgte svarkategorier, hvor der er signifikant forskel mellem de forskellige aldersgrupper.

Vi ser lignende prioritering af økologi, når vi kigger nærmere på, om danskerne har børn i husstanden eller ej. Her er det 17 pct. blandt børnefamilier, der lægger allermest vægt på økologi ved valg af fødevarer, mens det samme gælder 10 pct. blandt de, der ikke har børn i husstanden. Ved andre valgkriterier ses ikke signifikante forskelle i prioriteter for børnefamilier og husstande uden hjemmeboende børn.

Et fokus på smag er kommet for at blive

En god indikator på, hvordan danskerne i fremtiden kommer til at agere i relation til valg af fødevarer, kan findes i den adfærd og de holdninger, som de danske trendsættere udviser. Trendsættere er kendetegnet ved bl.a. at være meget udforskende, når det gælder nye mad- og drikkevaretendenser. Og de fortæller gerne aktivt om nye og spændende produkter, som de selv er blevet glade for. På den måde kan deres adfærd give et fingerpeg om, hvordan 'massemarkedet' vil agere om fem år. I Landbrug & Fødevarers undersøgelse prioriterer trendsætterne oftere end andre smag som det allervigtigste, når de vælger fødevarer. Det peger i retning af, at smag også i fremtiden vil være dét, som danskerne tillægger størst betydning ved valg af fødevarer.

Sæt sensoriske oplevelser i fokus

Skal man som fødevarereproducent udvikle nye produkter til de danske forbrugere, kan man med fordel skele til de trends, der udspringer i forbrugernes behov for sundhed, bæredygtighed og convenience. Flere og flere forbrugere ønsker i dag at forbruge ansvarligt og klimavenligt, de er blevet mere bevidste omkring at undgå madspild og forurening. Maden skal samtidig bidrage til sundhed og velvære – og også helst være nem at gå til især i hverdagen. Bag ved disse ønsker og valgkriterier ligger dog et meget grundlæggende kriterium om, at fødevareren også samtidig skal smage godt. Det giver sig selv, at det i ønsket om at tiltrække forbrugere ikke nytter at fremhæve argumenter som god dyrevelfærd eller nem tilberedning i mikroovn, hvis smagsoplevelsen bagefter ikke stemmer overens med forbrugernes forventninger og præferencer.

I købsituationen kan det være svært for forbrugerne at vurdere den forventede smag på en fødevarer, medmindre man kender den i forvejen. Smagsbeskrivelser kan være sjældne, og produkter vurderes og sammenlignes i stedet ud fra emballagens udseende og funktionelle valgkriterier som pris, mængde, fedtprocent og sukkerindhold, kombineret med evt. gode fortællinger om fx produktionsforhold og oprindelse. Skal et nyt produkt lanceres, kan det derfor anbefales at beskrive de sensoriske oplevelser som smag og tekstur i langt højere grad, end hvad sker i dag. Gøres fortællinger om sanseoplevelser til en del af fortællingen om produkternes kvalitet, skabes muligheden for tilvalg baseret på forventningens glæde. Et bedre indtryk af de madoplevelser, der venter forude, kan dermed potentielt være med til at hæve værdien af fødevarer.

Om analysen:

Analysen er baseret på to repræsentative undersøgelser gennemført af Norstat på vegne af Landbrug & Fødevarer. I de nyeste undersøgelse fra november 2017 deltog 1035 danskere, mens der i undersøgelsen november 2016 deltog 1012 danskere. I begge undersøgelser var deltagerne ml. 18-70 år.



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