

31. marts 2016

Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

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

Fødevareretrends med fokus på økologi

Ønsket om ren, ægte mad og stigende bevidsthed om respekt for mennesker, dyr og natur er nogle af de trends, der er identificeret for 2016. Denne analyse ser nærmere på de vigtigste fødevareretrends, og hvordan de spiller sammen med økologi.

Flere bliver 'foodies'

Forbrugerne vil stille flere krav til fødevarerens kvalitet, og behovet for at kende fødevarernes indhold og oprindelse vil vokse. De seneste år har økologi fået væsentlig større betydning for danskernes valg af fødevarer. Generelt svarer 35 pct. af danskerne, at de altid eller næsten altid køber økologiske fødevarer. Det er typisk inden for kategorierne grønt, mælk og frugt, at der vælges økologisk. Når danskerne vælger at købe bl.a. økologisk kød, gør de det i høj grad, fordi de opfatter spisekvaliteten og smagsoplevelsen som værende bedre end ved de konventionelle alternativer.

Clean eating: Økologi som renere og tæt på naturen

Kravet om fødevarerens kvalitet vil medføre en stigende interesse for 'den ægte vare', hvilket vil manifestere sig som en søgen efter produkter, der er mindre forarbejdede og dermed tættere på deres naturlige oprindelse. 'Ægte mad' ses som sundere, og desuden mere mættende og næringsrigt. Det kommer bl.a. til udtryk ved den stigende efterspørgsel efter økologiske fødevarer. Danskerne oplever økologiske fødevarer som renere og tættere på naturen. Og netop dette er i tråd med, at forbrugerne efterspørger gennemsigtighed gennem ærlighed om indhold og produktionsform.

Convenience: Nem økologi

Vi vil gerne leve sundt, går mere op i mad end tidligere og efterspørger ren mad med gennemskelige, naturlige ingredienser. Paradokset opstår, når disse behov kombineres med travlhed og et tætpakket liv med familie, venner, motion og fritidsaktiviteter. Vi vil derfor se en fortsat stigende efterspørgsel efter produkter, der sparer danskeren for tid og dermed gør det lettere at leve sundt. Analyser viser, at trendsætterne efterspørger økologiske ingredienser i måltidsløsninger og snacks. Der er derfor et stort potentiale i at udvide med økologiske produktløsninger inden for disse områder. Det skal være nemt at vælge de økologiske alternativer – også når det skal gå stærkt.

Be the change: Ø-mærket tager ansvar

Respekt og omtanke for mennesker, dyr og natur vil i stigende grad være en bærende faktor for fremtidens forbrugere. Især blandt trendsætterne ses en større bevidsthed om de forhold, hvorunder maden er produceret – og bekymringer om aspekter som unfair produktionsvilkår, u hensigtsmæssig miljøpåvirkning og manglende dyrevelfærd er noget, der vil fylde mere og

mere. Særligt det røde Ø-mærke er populært, og sammenkæder netop også både 'ren mad' og 'god for natur og dyr'. Over en tredjedel går nu altid eller næsten altid efter økologiske varer. Dette er særligt drevet af ønsket om at undgå sprøjterester i frugt og grøntsager og derudover at bidrage til øget dyrevelfærd og at skåne miljøet.

Oprindelse eller økologi?

Kravet om fødevarekvalitet, ønsket om gennemsigtighed og en stigende bevidsthed om bæredygtighed kommer til udtryk i en præference for lokalt producerede varer. Danske varer foretrækkes, da det opfattes som værende af særlig god kvalitet. Oprindelsesmærkning og lokale fødevarer ses overalt i detailhandlen, hvilket er med til at drive dette fokus hos forbrugeren. Samtidig vil en reduktion af transporttid i stigende grad blive en del af bæredygtigheds-dagsordenen. Dette kan blotlægge et spændende dilemma for fremtidens forbruger, når der skal vælges inden for en fødevarekategori: Udenlandsk økologisk – eller dansk konventionelt?

Ingen sprøjterester, tak!

Sidst, men ikke mindst ser vi en spændende tendens til større interesse for produkter, der tydeligt markerer, at de er 'fri for' forskellige former for indhold, som forbrugeren ud fra egne paradigmer kan betragte som skadeligt for kroppen. Her bydes alternativer velkommen, såfremt det opleves, at der ikke gås på kompromis med smag og konsistens. Ser vi specifikt på valg af økologiske fødevarer er den hyppigste årsag til at købe økologi at undgå sprøjterester i frugt og grønt. Dette kan bl.a. afspejle ønsket om at leve sundt og spise ren mad, idet nogle forbrugere kan forbinde økologi som værende et sundere valg både for egen krop og dem, man har kært.

Om analysen

Analysen er baseret på de indsigter, der er fremkommet gennem kvantitative og kvalitative interviewundersøgelser gennemført i 2015 blandt danskere. Her har vi kigget på, hvilken holdning og adfærd 'trendsættere' har undersøgelserne – dem, der defineret ud fra en række værdi- og holdningsspørgsmål påviseligt har en adfærd, som ofte senere adopteres i det bredere marked. Samtidig er analysen baseret på tal fra GfK ConsumerScan undersøgelserne, hvor et panel på 3000 repræsentativt udvalgte forbrugere løbende indrapporterer, hvad de køber. Sidst men ikke mindst har vi kigget nærmere på trendrapporter fra Innova Market Insights, der på verdensplan samler tendenser og trends ud fra faktorer som demografisk udvikling og de produktlanceringer, der kan spores. Tilsammen er disse vinkler med til at forme vores bud på et billede af udviklingen.



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
Ninna Aarfelt Andersen

3339 4674 npre@lf.dk
3339 4310 naa@lf.dk