

15. februar 2022

I UK er især de ældre generationer bekymrede for fremtiden

- *Kød er en vigtig bestanddel af de britiske forbrugeres daglige kostindtag. Især fjerkræ er ofte at finde på forbrugernes tallerken. Dernæst følger et ligeledes hyppigt indtag af fisk/skaldyr.*
- *Selvom de animalske proteiner spiller en hovedrolle i den britiske diæt, så er der også en væsentlig andel af forbrugere, der har angivet, at de i løbet af de seneste to år har skåret deres kødforbrug ned. Det er primært knyttet til sundhedsrelaterede forhold såsom velvære og bedre for kroppen.*
- *De ældre britiske forbrugere udtrykker i langt højere grad bekymring for visse udviklingspunkter i verden, der primært går på klima og bæredygtighed. De ældre forbrugere nævner især ophobning af plast i naturen, samt rydningen af regnskoven, som primære bekymringer.*
- *På en række udvalgte markeder foretrækker briterne i høj grad egne fødevarer, når det kommer til fødevarereproduktionen. De britiske fødevarer vurderes at have bedre kvalitet, højere fødevareresikkerhed, værdi for pengene, samt smag. De danske fødevarer scorer højst på 'høj kvalitet', og samlet set vurderes de danske varer bedre end fødevarer fra Tyskland, Holland og EU.*

Ny undersøgelse om forbrugere i UK

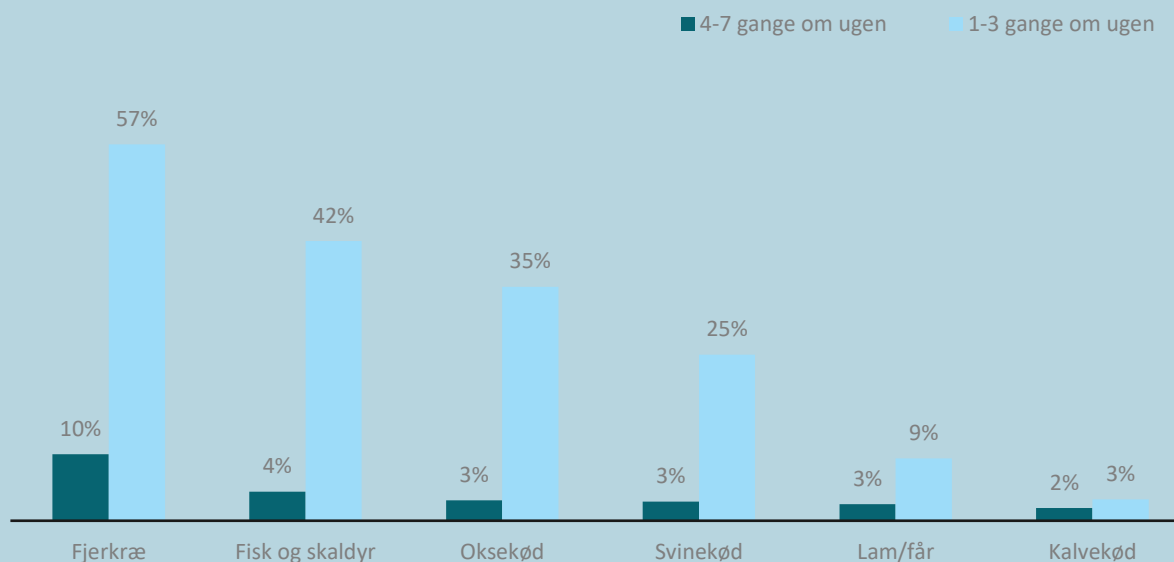
Denne markedsanalyse er en gennemgang af resultaterne af en undersøgelse foretaget blandt britiske forbrugere på vegne af Landbrug & Fødevarer. Storbritannien er fødevareklyngens 4. største eksportmarked og stod i 2020 for en import på 11 mia. kr. fra fødevareklyngens virksomheder. I denne analyse stiller Landbrug og Fødevarer derfor skarpt på de britiske forbrugere for at kortlægge deres adfærd og holdninger. Både når det kommer til madvaner, men også deres syn på bæredygtighed og klima, samt deres opfattelse af de danske fødevarer.

Fjerkræ er den hyppigst spiste kødtype

Når forbrugerne i Storbritannien skal planlægge deres aftensmåltid, spiller kød en væsentlig rolle for langt de fleste. Således angiver 40 pct., at kød eller fisk har hovedrollen i deres aftensmåltid, og at resten af måltidet planlægges efter det. For 35 pct. er kød og grøntsager lige centrale. 14 pct. tænker først på ris, pasta, kartofler eller lignende, mens 9 pct. først ser efter det grønne og baserer deres måltid på baggrund af dette.

Ser man på, hvilke animalske proteiner der dominerer, så er det primært fjerkræ, der pryder briternes tallerkner. Knap 70 pct. spiser fjerkræ minimum én gang om ugen, og 10 pct. spiser det mindst 4 gange om ugen. Fisk og skaldyr fylder også betydeligt – her er det 46 pct., som spiser det mindst én gang om ugen. Dernæst kommer oksekød på knap 40 pct. I bunden ligger kalvekød – som 70 pct. svarer, at de aldrig spiser.

Figur 1: Hvor ofte spiser du følgende typer?



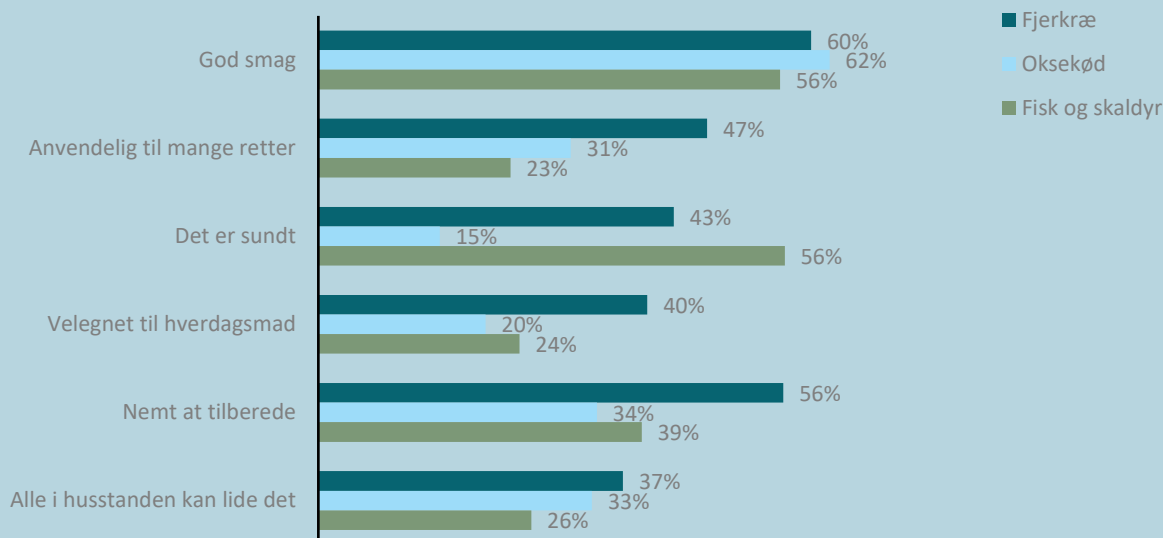
Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2021, n=2017

Der er en tendens til, at de ældre oftere spiser kød end de yngste aldersgrupper. Den største forskel ses ved fisk og skaldyr, hvor 55 pct. af briter mellem 60-70 år spiser fisk/skaldyr mindst én gang om ugen, mod 39 pct. af forbrugerne i aldersgruppen 18-29 år. Blandt de 18-29-årige er der 23% der angiver, at de aldrig spiser grisekød, hvilket kun 15 pct. af de 60-70-årige svarer.

Ser man på årsagerne til briternes forbrug af de specifikke typer af kød, så har de det til fælles, at de tilvælges grundet den gode smag. Dog vælger forbrugere, der ofte spiser oksekød, denne årsag lidt hyppigere end for de andre kødtyper. Det er især forbrugere i aldersgruppen 30-39 år, som hyppigt spiser oksekød og grisekød, ligesom børnefamilier også er højfrekvente forbrugere.

Fjerkræ vinder især på, at det er nemt at tilberede, er anvendeligt til mange retter og velegnet til hverdagsmad. Fisk og skaldyr vælges især fordi det anses som sundt og fordi det er nemt at tilberede.

Figur 2: Hvorfor spiser du følgende typer?

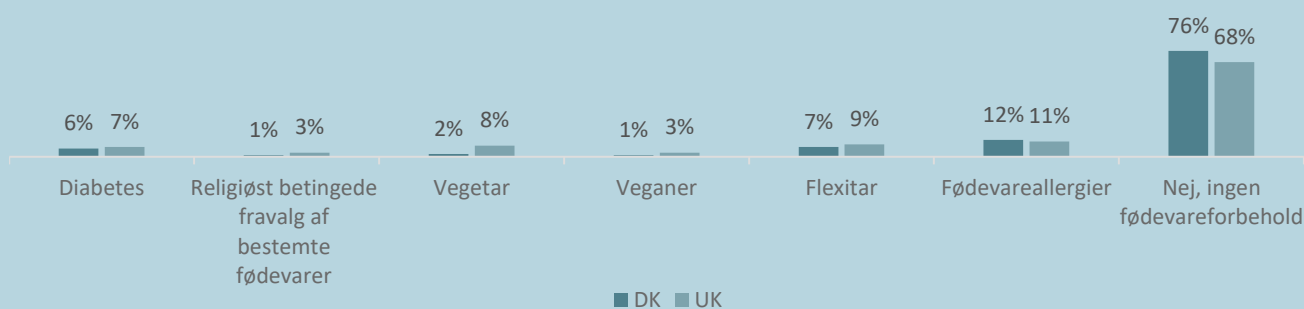


Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2021, n=2017

Flere end i andre lande følger en plantebaseret kost

Selvom briterne har et hyppigt kødforbrug, er der alligevel en betydelig andel af befolkningen, som følger en plantebaseret diæt. De har overordnet set ikke mange fødevarerforbehold, men flere briter end blandt de danske forbrugere definerer sig som vegetarer, veganere og flexitarer.

Figur 3: Er der nogle af nedenstående forhold som gør sig gældende for dig?



Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2021, UK total 2007, Epinion for Landbrug & Fødevarer november 2021 total 8251. Grafen summerer til mere end 100%, da flere forhold kan være gældende for den enkelte forbruger.

8 pct. rapporterer sig selv som vegetarer og 3 pct. som veganere. Dette er en del højere end Danmark, hvor 2 pct. har angivet at være vegetar og 1 pct. at være veganer. Derudover viser en undersøgelse fra YouGov, at flere er interesserede i at afprøve en plantebaseret kost – en årlig begivenhed 'Veganuary', der er en månedlang udfordring i januar måned om at spise plantebaseret, har oplevet en eksplosiv tilgang af nye tilmeldinger i løbet af blot seks år. I 2015 var der 12.800 tilmeldte til udfordringen, mens dette var steget til 513.663 tilmeldte i 2021.

De, der følger en plantebaseret kost, er i høj grad unge, kvinder og uddannede. 34 pct. er under 30 år, mens 56 pct. er under 40 år gamle. Derudover er 54 pct. kvinder. 52 pct. har en videregående uddannelse, som det ellers kun er 40 pct. af den generelle befolkning der har.

Gruppen lægger også mere vægt på, at fødevarerne er økologisk producerede. 63 pct. angiver det som værende vigtigt eller meget vigtigt, at maden er økologisk, hvor det tilsvarende tal er 41 pct. for den gennemsnitlige forbruger. De plantebaserede forbrugere har også en stærkere interesse i dyrevelfærd. 60 pct. af dem, der spiser en mere plantebaseret kost, angiver at de tænker meget over dyrevelfærd. Blandt hele befolkningen er det kun en tredjedel.

De yngre forbrugere har både øget og sænket deres kødforbrug

Selvom størstedelen af de forbrugere, der følger en mere plantebaseret kost, er at finde blandt de yngre forbrugere, så er der også en væsentlig andel blandt de unge, som i dag spiser mere kød end for to år siden.

Ser man på udviklingen i briternes selvrapporterede kødforbrug, så melder omtrent 10 pct. af forbrugerne, at de spiser mere kød nu end for 2 år siden. Men der er store variationer på tværs af aldersgrupperne i forhold til, hvem der har øget forbruget. Hver femte forbruger i alderen 18-29-år siger, at de nu spiser mere kød, hvilket er væsentligt højere end andre aldersgrupper. Gennemsnittet for de andre aldersgrupper ligger på 7 pct., der har angivet, at de i dag spiser mere kød end for to år siden, og isoleret set er det blandt de ældste forbrugere kun 4 pct. En forklaring kan være, at den yngste aldersgruppe nok oplever den største vækst i indkomst, og det muliggør et større kødforbrug.

Generelt er de 18-29-årige dem, der har ændret mest i deres kødforbrug. For ud over de 20 pct., der har øget deres kødforbrug, så har 23 pct. angivet at have minimeret kødforbruget på de to år. Samlet set er det for alle forbrugere 23 pct., der har angivet, at de i dag spiser mindre kød end for to år siden, hvor flest i aldersgruppen 50-59 år har minimeret det. Her har 25 pct. angiveligt skåret ned på deres kødforbrug.

Ser man på årsagerne for at reducere kødforbruget, så er det især sundheden, der fylder blandt de 25 pct. der angiver, at de i dag spiser mindre kød end for to år siden.

Næststørste årsag er dyrevelfærd, som 36 pct. har angivet. Dernæst følger to mere personlige årsager; at det er bedre for krop og velvære, som henholdsvis 32 pct. og 31 pct. angiver. Kun få nævner et ønske om en helt kødfri diæt som vegetar eller veganer, som angives af 8 pct. og 5 pct.

Samlet set gælder det for forbrugere, der har skåret ned på kødforbrug, at det mere går i retningen af en reduktion end et helt fravalg.

Figur 4: Hvad er årsagerne, når du fravælger kød?



Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2021 (n=568)

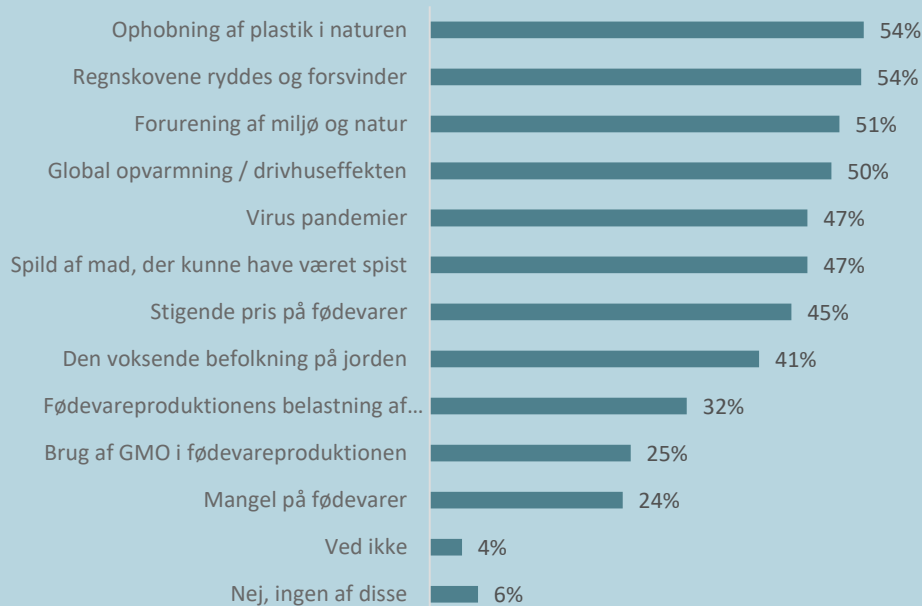
Det er primært de ældre forbrugere, som fravælger kødet med begrundelsen, at det er sundere. 58 pct. blandt forbrugere i alderen 60-70 år har angivet dette, mens det alene gjaldt for 40 pct. blandt de yngste. For de yngste forbrugere er dyrevelfærd angivet lige så ofte som sundhed, og begge er de hyppigst nævnte. I det hele taget er alle parametrene, der angiver noget omkring personlig sundhed, hyppigere nævnt blandt ældre forbrugere.

Klima og bæredygtighed

Når de britiske forbrugere bliver spurgt til nogle af de udfordringer som verden kan stå overfor i de kommende 10-15 år, er flest enige i bekymring omkring ophobning af plastik i naturen, samt at regnskovene ryddes og forsvinder. For begge udsagn gælder, at de er nævnt af 54 pct. af forbrugerne.

51 pct. angiver, at de er bekymrede for forurening af miljø og natur, mens 50 pct. nævner global opvarmning/drivhuseffekten. Selvom brugen af GMO i fødevarereproduktionen og fødevarer mangel er nævnt af færrest, så er det alligevel godt hver fjerde forbruger, der giver udtryk for bekymring. På sin vis udtrykker briterne samlet set en høj bekymringsgrad på de oplyste parametre.

Figur 5: Nogle vil mene, at verden kan stå overfor nedenstående udfordringer de næste 10-15 år. Er der nogle af disse, som du selv er særligt bekymret over?



Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2021, n=2017

På tværs af forbrugerne ses, at de ældre i langt højere grad end de yngre forbrugere udtrykker bekymring for de fleste parametre. Især på de to hyppigst nævnte, er der stor forskel på de yngste og de ældste forbrugere. 72 pct. blandt forbrugere i alderen 60-70 år har angivet, at de er bekymrede for ophobning af plast i naturen, mens det falder til 45 pct. blandt forbrugere i alderen 18-29 år. For bekymringen omkring rydning af regnskovene gælder, at 69 pct. blandt de ældste er enige i udtrykket, mens det gælder for 43 pct. blandt de yngste. Samme billede tegner sig for virus pandemier og madspild, hvor næsten dobbelt så mange blandt de ældre forbrugere end blandt de yngre forbrugere er bekymrede. Eneste parameter, hvor de yngre forbrugere oftere udtrykker enighed, er mangel på fødevarer. Her svarer 29 pct. af de 18-29-årige, at de er bekymrede, mens det falder til 19 pct. blandt de 60-70-årige.

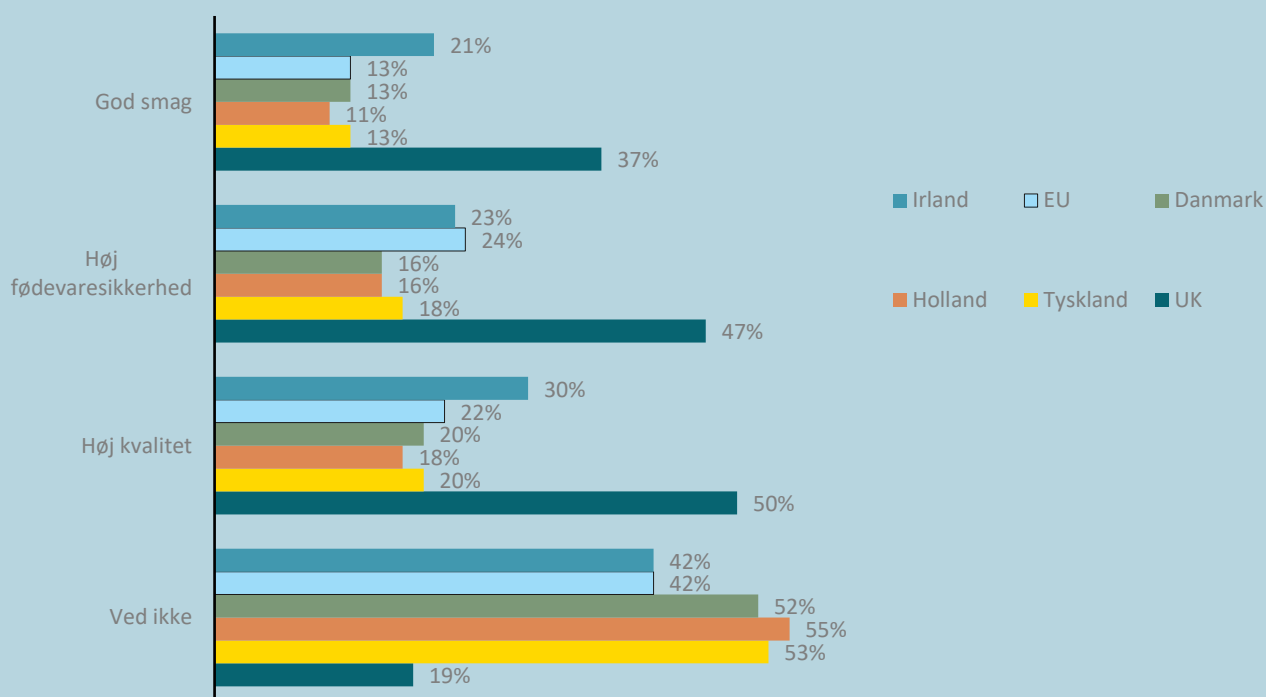
Stiller man skarpt på forskellige forbrugertyper, har forbrugere med børn større tilbøjelighed til at udtrykke interesse i at købe mere bæredygtigt ind, samt at de er mere interesserede i at spise mere klimavenligt. 59 pct. blandt forbrugere med børn siger, at de er meget enige/enige i udtrykket om, at de bliver tiltagende mere interesserede i at spise klimavenlig mad. Det samme gør sig gældende for 48 pct. blandt forbrugere, der ikke har børn. I forhold til at tænke på klima og bæredygtighed,

når de handler, siger 50 pct. af børnefamilierne, at de gør det i stor eller moderat grad, mens det gælder for 37 pct. blandt forbrugere, der ikke har børn.

Fødevarer fra UK har høj kvalitet og fødevarerikkerhed

Når de britiske forbrugere køber ind er der tegn på en relativt stor hjemmemarkedsbias. De forbinder især britiske madvarer med god smag, høj kvalitet og høj fødevarerikkerhed. Som ved de andre eksportmarkedsanalyser, som Landbrug & Fødevarer har lavet i 2020 og 2021, ses en tydelig tendens til at favorisere fødevarer fra eget land. Samtidig ses en stor andel af 'ved ikke' besvarelser, hvorfor det må antages, at viden omkring fødevarer produceret i andre lande ikke er så høj.

Figur 6: Hvad kendetegner madvarer produceret i det pågældende land?



Kilde: Kantar & Wilke for Landbrug & Fødevarer 2021, n=2017

Blandt de britiske forbrugere svarer 52 pct., at de ikke ved, hvad der kendetegner madvarer fra Danmark. Men de, som trods alt gør, forbinder især danske fødevarer med høj fødevarerikkerhed og høj kvalitet. Når briterne spørges specifikt til fødevarerikketen i danske fødevarer, så svarer 66 pct., at danske fødevarer er af høj eller meget høj kvalitet. Det tilsvarende tal er 59 pct. for EU varer og 62 pct. for varer fra Holland. Kun Irland scorer højere i gennemsnit end Danmark, når man ikke kigger på hjemmemarkedet.

Noget særligt interessant blandt de britiske forbrugere er, at glæden ved de britiske fødevarer stiger med alderen. De ældre forbrugere vurderer især, at den britiske mad har høj kvalitet, høj fødevarer sikkerhed og god smag. Især når det angår opfattelsen af god smag er der stor forskel på tværs af aldersgrupperne. 57 pct. af forbrugere i alderen 60-70 år har angivet, at de synes, at de britiske fødevarer har god smag, mens det gælder for 24 pct. blandt forbrugerne i aldersgruppen 30-39 år.

Om analysen

Analysen her baserer sig på 2.017 interviews gennemført blandt et repræsentativt (på alder, køn, region og uddannelse) udsnit af den britiske befolkning. Dataindsamlingen er gennemført i sommeren 2021, og det er Wilke og Kantar, der har indsamlet data på vegne af Landbrug & Fødevarer. Dataindsamlingen er én blandt tre på udvalgte eksportmarkeder, gennemført i 2021. De to andre markeder er Sverige og Japan og analyser på disse markeder ligger på Landbrug & Fødevarers hjemmeside: <https://lf.dk/tal-og-analyser/forbrugere-og-trends/2022>