

28. marts 2022

God smag og dansk produktion er vigtige kriterier for hakket kød

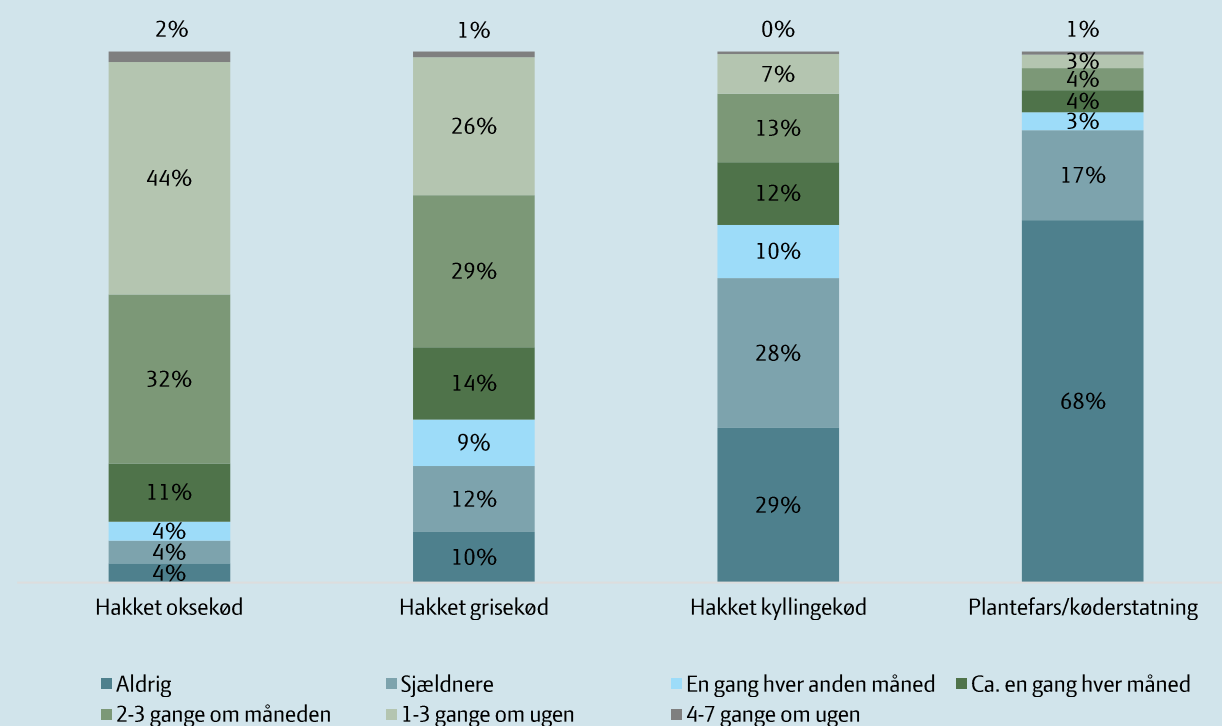
- *Der er en markant forskel i, hvor hyppigt folk anvender de fire produkter indenfor hakket kød og plantefars/køderstatning. Hakket oksekød bliver anvendt mest, efterfuldt af hakket grisekød, hakket kyllingekød og til sidst plantefars/køderstatning.*
- *Ca. 1 ud af 5 danskere forventer at spise mere plantebaseret køderstatning i fremtiden, dog overvejende blandt dem, der allerede gør det.*
- *At produktet smager godt, er det vigtigste valgkriterium for de fire produkter i analysen. Blandt de øvrige vigtige kriterier er, at indholdet ser friskt og appetitligt ud, er fri for antibiotika og er dansk produceret.*
- *De vigtigste valgkriterier er generelt også hygiejnefaktorer, som forbrugere regner med, er til stede ved køb af produktet. De kriterier, som motiverer kunderne (motivationsfaktorer) til at købe de fire produkter, er typisk relateret til pris, mængde, om produktet er dansk produceret og miljøbevidsthed.*

Forbrug af animalske farsprodukter størst

I en nyligt gennemført analyse har Landbrug & Fødevarer i samarbejde med Epinion undersøgt valgkriterier og beslutningsfaktorer for fire typer af fars. De fire produkter, der undersøges, er hakket oksekød, hakket kyllingekød, hakket grisekød og plantefars/køderstatning.

Resultaterne fra analysen viser, at der er store forskelle i, hvor ofte forbrugerne bruger de fire forskellige farstyper. Hakket oksekød står klart stærkest hos forbrugeren, hvor 85 pct. spiser det på månedlig basis, mens 46 pct. spiser det ugentligt. 69 pct. af forbrugerne bruger hakket grisekød minimum én gang månedligt, og 27 pct. minimum én gang ugentligt. For hakket kyllingekød gælder, at 32 pct. benytter det i madlavningen månedligt og 7 pct. ugentligt. Plantefars/køderstatning anvendes af 12 pct. på månedlig basis og 4 pct., som gør brug af det ugentligt. Ca. 7 ud af 10 forbrugere spiser aldrig plantefars/køderstatning og lige under 30 pct. spiser ikke hakket kyllingekød.

Figur 1: Hvor hyppigt anvender du/din husstand følgende typer af hakket kød og plantefars/køderstatning?

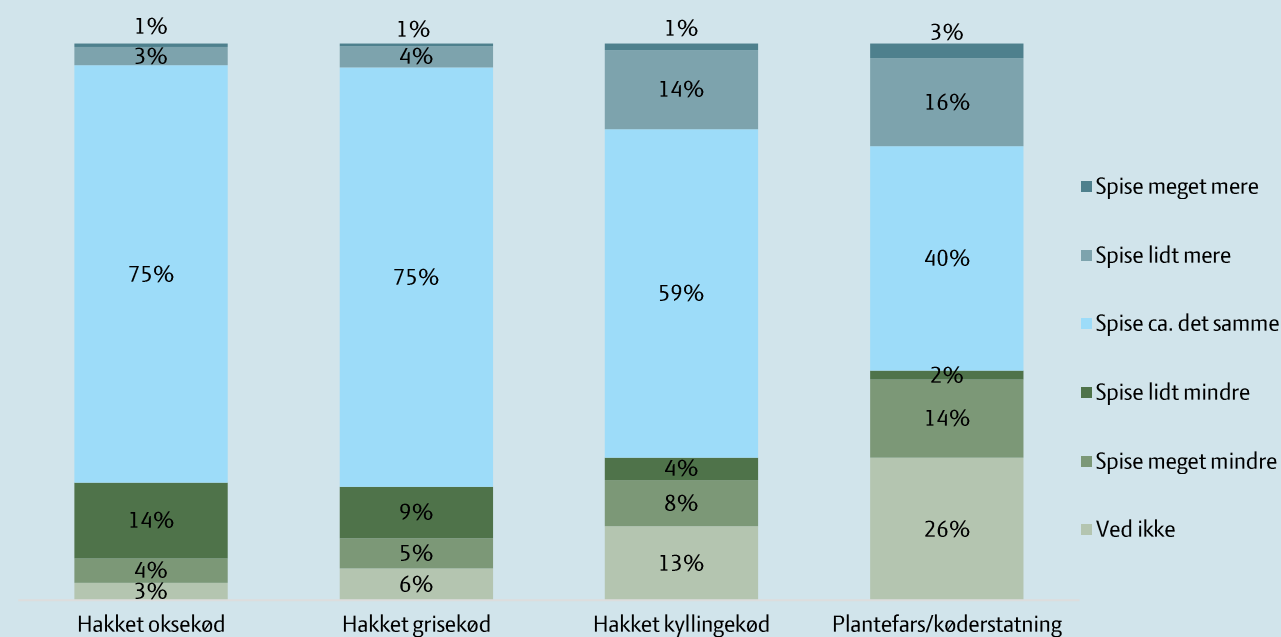


Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer. MaxDiff på kødtyper 2021 (n=2105)

Flest regner med at øge forbrug af plantefars/køderstatning fremadrettet

Langt de fleste forbrugere regner ikke med at lave store ændringer i deres forbrug af de fire forskellige typer. Intentionen om at spise mere er dog højest for plantefars/køderstatning. Samlet set er der 19 pct. af forbrugerne, som tror, at de i fremtiden vil spise mere af dette. Blandt disse er der 25 pct. der angiver, at de pt. aldrig spiser plantefars/køderstatning. Mere end hver fjerde forbruger angiver også, at de ikke ved, om de i fremtiden vil spise enten mere eller mindre, eller bibeholde det nuværende forbrug af plantefars/køderstatning, mens det gælder for 13 pct. for hakket kyllingekød.

Figur 2: Tror du, at du/din husstand i fremtiden vil spise mere eller mindre af følgende typer af hakket kød og plantefars/køderstatning?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer. MaxDiff på kødtyper 2021 (n=2105)

Langt de flest regner ikke med at ændre deres forbrug af hakket oksekød og hakket grisekød. Der er dog flere, der angiver at de tror, at de vil spise mindre, end spise mere, men 3 ud af 4 forbrugere regner med at spise ca. det samme fremadrettet.

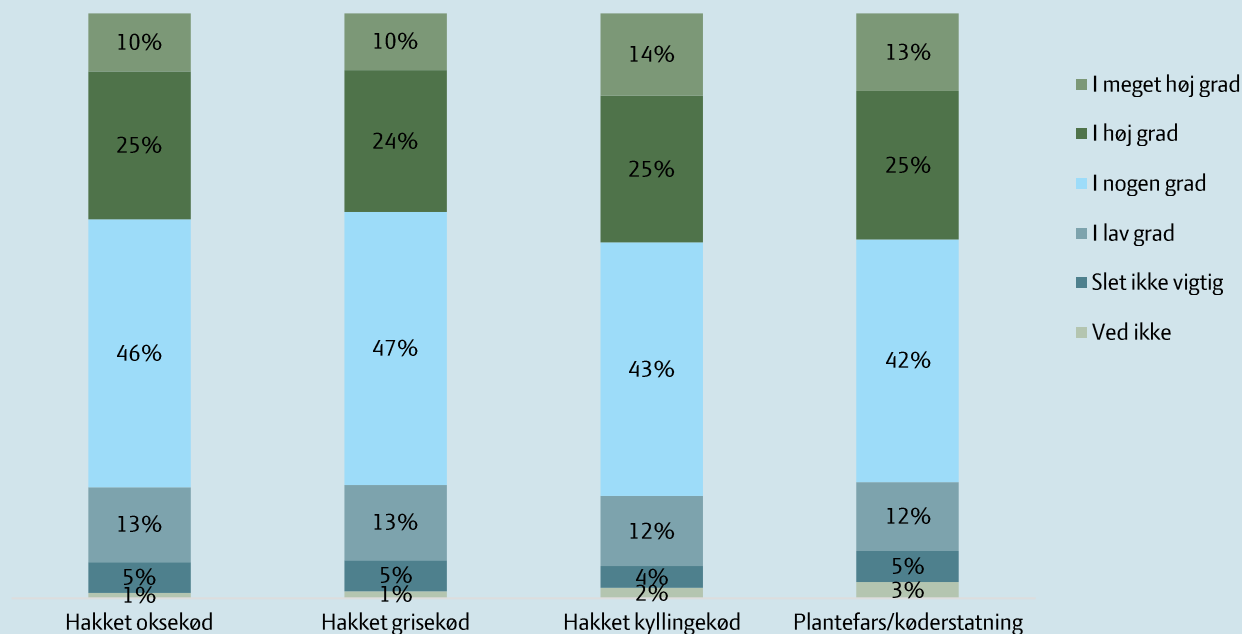
Fordelt på aldersgrupperne er det tydeligt, at det er de yngste forbrugere, der oftest angiver at ville ændre deres forbrug. 31 pct. blandt forbrugerne i alderen 18-34 år regner med at ville spise mere plantefars/køderstatning og 24 pct., at de vil spise mindre hakket oksekød og 19 pct., at de vil spise mindre hakket grisekød. De regner også med at ville spise mere hakket kyllingekød (24 pct.), mens langt flere ældre angiver (16 pct. af de 65+ årige), at de vil spise mindre hakket kyllingekød.

Pris influerer for langt de fleste ved køb af de fire produkter

For hver af de fire typer har mellem 82 pct og 84 pct. af forbrugerne svaret, at prisen enten i nogen grad, høj grad eller meget høj grad er vigtig for dem. Der ses dog en lidt højere prisfølsomhed for hakket kyllingekød og plantefars/køderstatning. Her har 40 pct. sagt, at prisen enten i høj eller meget høj grad er vigtig. Den største gruppe af forbrugere angiver dog, at prisen kun i nogen grad er vigtig. Det er gældende for alle fire typer.

For alle fire produkter gælder, at det primært er de yngste forbrugere i alderen 18-34 år, der angiver, at prisen i høj/meget høj grad er vigtig ved køb.

Figur 3: Hvor vigtig er prisen for dig, når du køber følgende?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer. MaxDiff på kødtyper 2021 (Hakked okse n=1940, Hakked gris n=1646, Hakked kylling n=901, og Plantefars/køderstatning n=323). For alle kategorier er n baseret på såkaldte 'relevant users'. Disse har enten angivet af de spiser pågældende type minimum én gang hver anden måned, eller angivet, at de spiser det 'sjældnere', men fremadrettet regner med at spise det 'meget mere'.

Hygiejne- og motivationsfaktorer

For 24 udvalgte parametre har forbrugerne angivet, hvilke de anser som essentielle, hvilke der kan få dem til at købe det (eller købe mere af) eller hvilke, der hverken er vigtige eller motiverende for køb.

Faktorer som forbrugeren forventer, at et produkt som minimum lever op til, betegnes som *hygiejnefaktorer*. På en lang række valgkriterier har forbrugerne i denne analyse angivet hvilke de vurderer, *skal* være til stede ved køb af et produkt – altså som de forventer er til stede omkring/ved produktet, som minimum.

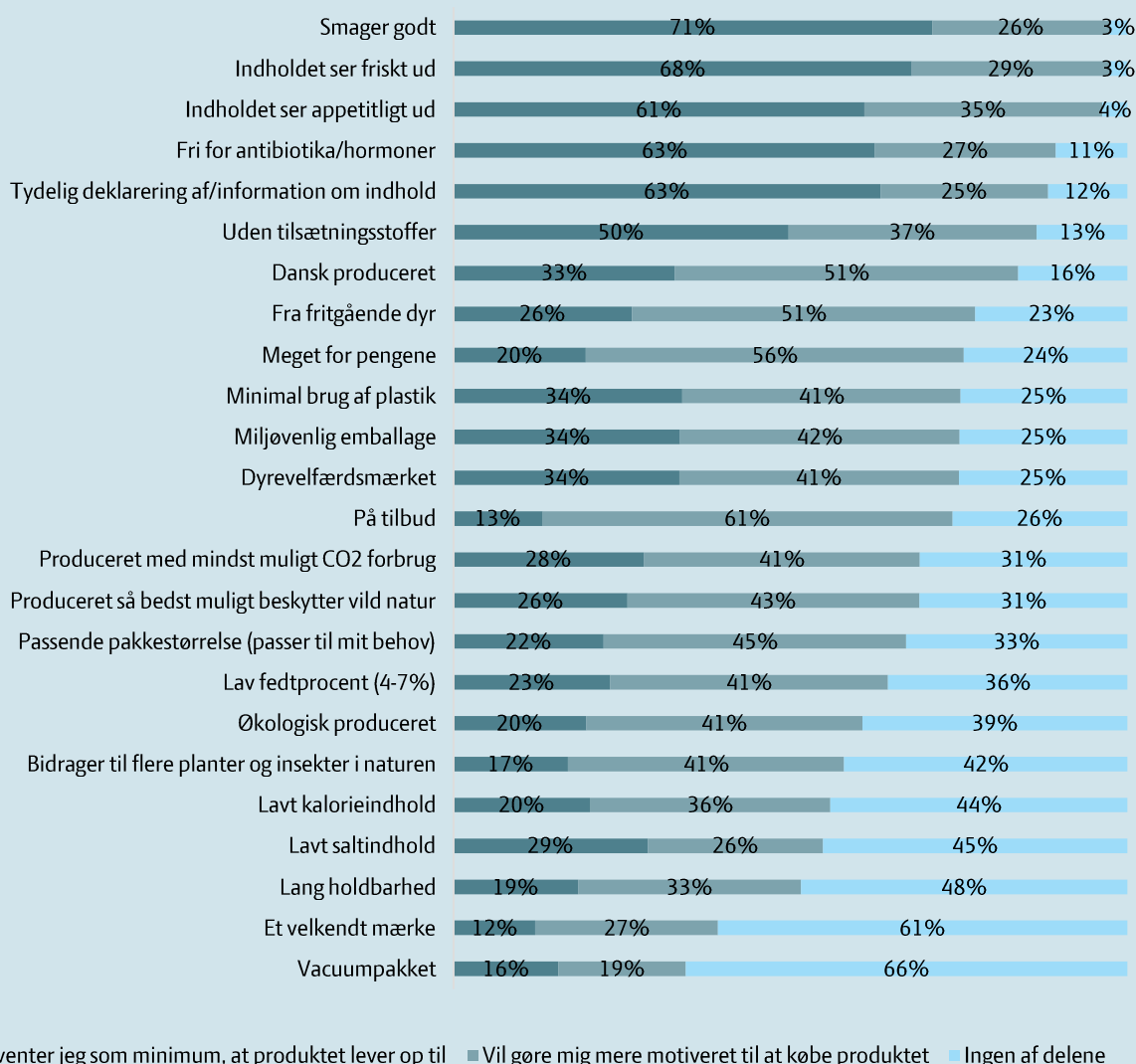
Motivationsfaktorer er de valgkriterier, som gør forbrugerne mere motiverede til at købe de fire produkter, som belyses i denne analyse.

De sidste faktorer er *indifferensfaktorer*. Her er der tale om faktorer, som er de mindst vigtige valgkriterier for forbrugerne ved køb.

For 71 pct. af forbrugerne er den hyppigst nævnte hygiejnefaktor produktets smag. Det vil sige, at de har en forventning om, at det de køber smager godt. Det er skarpt efterfulgt af, at indholdet ser friskt ud, samt en tydelig varedeklaration omkring indhold, og at det er fri for antibiotika/hormoner. Blandt de mindre vigtige findes, at det er vakuumpakket, på tilbud eller er et velkendt mærke.

Den hyppigst nævnte motivationsfaktor er, at det er på tilbud. Det efterfølges af, at man kan få meget for pengene, at det er dansk produceret og fra fritgående dyr. De i denne sammenhæng mindst vigtige parametre ifølge forbrugerne er, om produktet er vakuumpakket eller fra et velkendt mærke.

Figur 4: Hvis du skal vurdere hver af disse kriterier efter, om de for dig er noget, du forventer et produkt som minimum skal leve op til, eller om det er noget, der gør, at du vil være mere motiveret til at købe det, hvordan vil du så vurdere hver af følgende?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer. MaxDiff på kødtyper 2021 (n=2105)

Valg af mest og mindst vigtige parametre

På baggrund af en definition af de 24 oplyste valgkriterier, ses det tydeligt, hvilke kriterier, som forbrugerne forventer at produkterne som minimum lever op til, samt hvilke der er købsmotiverende. Når forbrugerne efterfølgende skal angive, hvilke af disse valgkriterier, som er mest eller mindst vigtige ved køb af ét af de fire produkter (hakket oksekød, grisekød, kyllingekød eller plantefars/køderstatning), fordeler kriterierne sig ganske forskelligt.

I en såkaldt MaxDiff analyse er forbrugerne blevet stillet overfor de 24 valgkriterier i forskellige kombinationer med fem muligheder ad gangen. Her er de for hver kombination blevet bedt om at definere, hvilken de finder mest vigtigt og mindst vigtigt af de fem viste valgkriterier. (Se sidste afsnit af markedsanalysen for en nærmere beskrivelse af MaxDiff metoden).

Smag og udseende er de vigtigste valgkriterier for oksekød

For forbrugere, der har købt hakket oksekød, er de tre vigtigste kriterier 'smager godt', 'indholdet ser friskt ud' og 'indholdet ser appetitligt ud'. Disse tre er også såkaldte hygiejnefaktorer, altså noget som forbrugeren antager er til stede ved købet. Den fjerde hyppigst nævnte er, at det er dansk produceret, hvilket er angivet til at være en motivationsfaktor. Dernæst følger to hygiejnefaktorer, efterfulgt af fem motivationsfaktorer, "fra fritgående dyr" og "passende pakkestørrelse, "lav fedtprocent" og meget for pengene", som fortæller, at disse kan drive forbrugeren til enten at købe, eller at købe mere af produktet.

Figur 5: Hvilke af disse valgkriterier er mest og mindst vigtig for dig, når du køber hakket oksekød?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer. MaxDiff på kødtyper 2021 (n=565)

Mindst vigtigt er det om kødet er vakuumpakket, har et lavt saltindhold eller er fra et velkendt mærke. Der er derfor ikke stærke præferencer for mærker på markedet for hakket oksekød. I midten af rangstigen ses det også, at pris-relaterede kriterier rangeres højere end de fleste af dem om miljøbevidsthed.

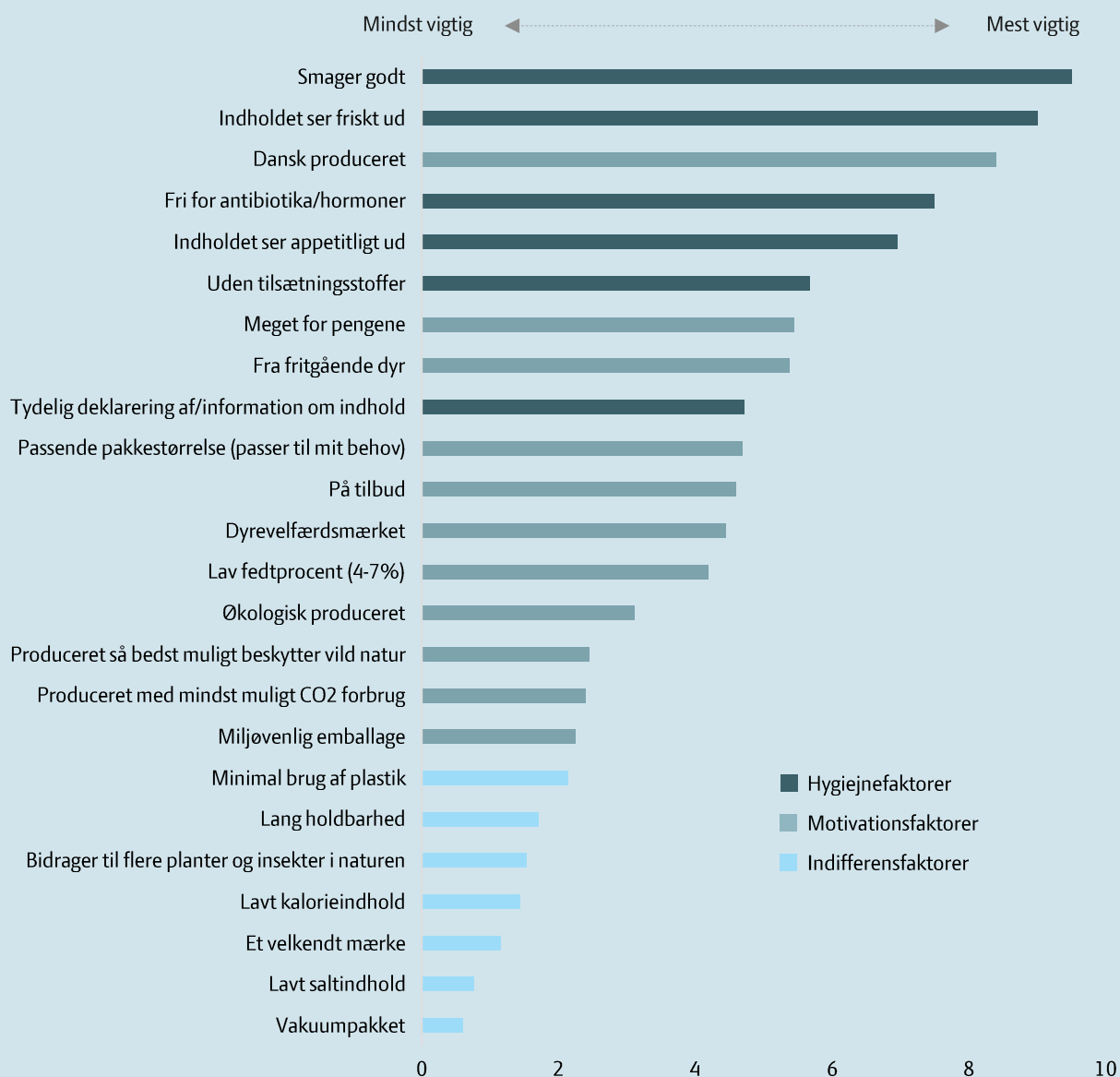
Valgkriterier for hakket grisekød ligner i høj grad kriterierne for hakket oksekød

Top fem valgkriterier for de forbrugere, der har benyttet hakket grisekød, er de samme som for hakket oksekød, om end i en lidt anden rækkefølge. Blandt de to vigtigste valgkriterier ses stadig hygiejnefaktorerne 'smager godt' og 'indholdet ser friskt ud'. Til gengæld vægtes dansk produceret højere for hakket grisekød end for hakket oksekød.

Forbrugerne af grisekød finder det ikke vigtigt, at kødet er vakuumpakket, har et lavt saltindhold eller er fra et velkendt mærke. Så heller ikke for hakket grisekød ses der stærke præferencer for mærker.

De største rangeringsændringer mellem hakket okse- og grisekød er, at det for grisekød prioriteres højere at kunne få mere for pengene, men at fedtprocenten ikke er så vigtig som for hakket oksekød.

Figur 6: Hvilke af disse valgkriterier er mest og mindst vigtig for dig, når du køber hakket grisekød?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer. MaxDiff på kødtyper 2021 (n=571)

Dyrevelfærd ligger højere i rangeringen for hakket kyllingekød

Ligesom ved de to første kødtyper er smag og at 'indholdet ser friskt ud' de to vigtigste faktorer for købere af hakket kyllingekød. Dog vægtes at indholdet ser friskt ud en anelse højere end at det smager godt, hvorfor den ligger øverst i grafen.

Det overordnede rangeringsmønster minder meget om det, vi ser for hakket oksekød. Ved kyllingekød er dyrevelfærdsmærket dog relativt vigtigere end for hakket oksekød og der bliver i lavere grad lagt vægt på fedtprocenten ved hakket kyllingekød. Modsat de to andre kødtyper, hvor der dannede sig et klart billede af en top, midte og bund, så fordeler kriterierne sig mere jævnt ned i gennem for hakket kyllingekød.

Figur 7: Hvilke af disse valgkriterier er mest og mindst vigtig for dig, når du køber hakket kyllingekød?



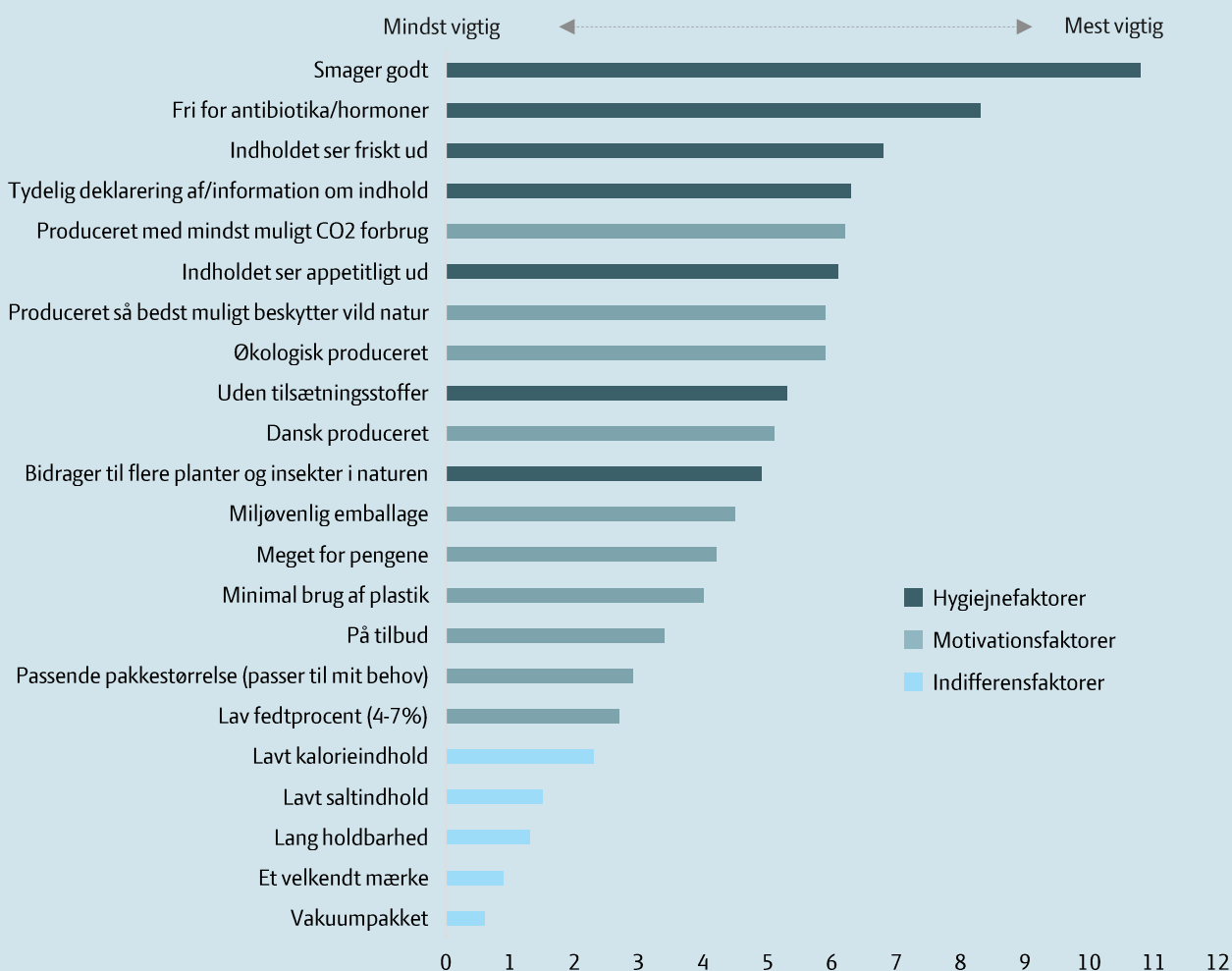
Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer. MaxDiff på kødtyper 2021 (n=565)

Miljørelaterede valgkriterier scorer højt for plantefars/køderstatning

Ligesom ved de tre typer af hakket kød er én af de væsentligste faktorer for købere af plantefars/køderstatning, at det smager godt. For de tre animalske produkter var det ligeledes vigtigt, at indholdet så friskt ud, men dette parameter falder ud af top to til fordel for, at indholdet er fri for antibiotika/hormoner.

'Grønne valgkriterier' som eksempelvis "Produceret med mindst muligt CO2 forbrug" går fra at være det 16. mest vigtige valgkriterier ved de tre kødtyper til at være det femte mest vigtige. "Økologisk produceret" går også fra at være det 13.-14. mest vigtige kriterie ved kødet til at være det 8. mest vigtige kriterie for plantefars/køderstatning. Generelt angiver forbrugerne en følsomhed omkring prisen, også på plantefars, men når forbrugeren prioriterer pris overfor andre valgkriterier, falder dens gennemsnitlige rangering.

Figur 8: Hvilke af disse valgkriterier er mest og mindst vigtig for dig, når du køber hakket grisekød?

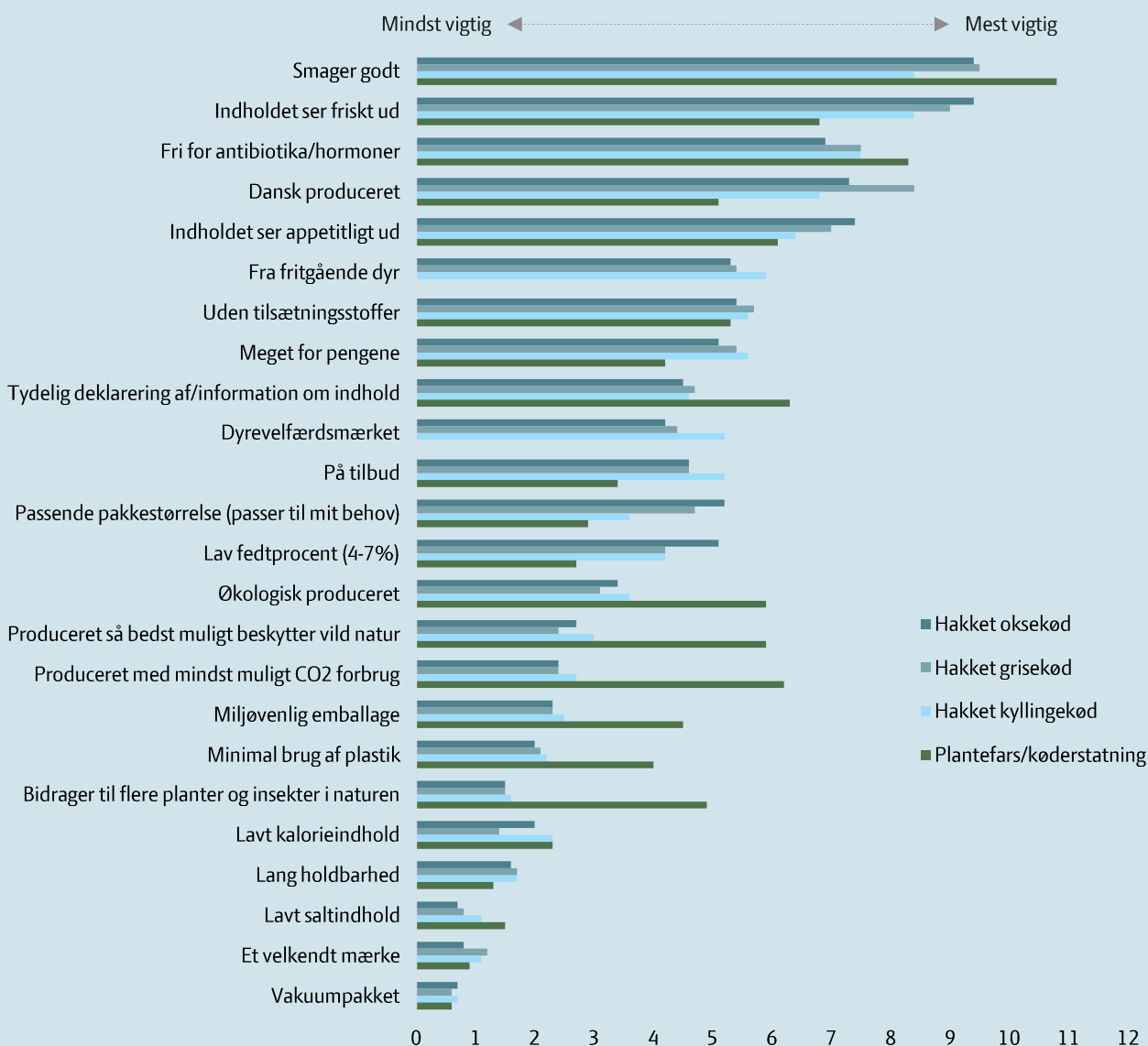


Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer. MaxDiff på kødtyper 2021 (n=565)

Kriterierne for køderstatning afviger fra kriterierne for animalske produkter

Ved at sammenligne de relative scores for de fire produkter, ses det tydeligt, at prioriteringen for brugere af plantefars/køderstatning ser anderledes ud end for forbrugere, der har købt de animalske hakkede produkter. Særligt tydeligt er det på smagen. Denne var blandt top to for alle typerne, men scorede markant højere ved plantefarsen/køderstatningen med en samlet score på 10,8, hvilket betyder at god smag er vigtigere her (ikke at det nødvendigvis smager bedre). For de animalske produkter scorede 'smager godt' stort set det samme som 'indholdet så friskt ud', eller i hvert fald ligger de to faktorer tæt på hinanden i deres relative score. Desuden vægtes miljø og bæredygtighedsparametre højere blandt købere af det plantebaserede/køderstatning, og miljø og bæredygtighedsparametre scorer højere, mens det at produktet er dansk produceret er langt vigtigere blandt købere af de animalske produkter.

Figur 9: Hvilke af disse valgkriterier er mest og mindst vigtig for dig, når du køber hakket oksekød/ grisekød/ kyllingekød/ plantefars/køderstatning?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer. MaxDiff på kødtyper 2021 (n=2022). NB: Faktorerne "Fra fritgående dyr" og "Dyrevelfærdsmærket" fremgik ikke ved plantefars/køderstatning.

Om analysen

Denne analyse baserer sig på 2.105 interview. Indledningsvist er der rekrutteret repræsentativt, men efterfølgende er der screenet på indkøbsansvar, samt forbrug af ét af de fire i analysen anvendte produkter. Det betyder, at MaxDiff analysen ikke er repræsentativ for den danske befolkning, men mere repræsentativ for brugere i Danmark af hakket kød/plantefars/køderstatning. Dataindsamlingen er gennemført i december 2021, og er foretaget i samarbejde med Epinion, som har forestået dataindsamlingen.

Om metoden

For at finde frem til, hvilke faktorer, som forbrugere der bruger et eller flere af de nævnte produkter, finder vigtige, og i hvilken grad i forhold til hinanden, er der i denne analyse anvendt en såkaldt MaxDiff analyse. I MaxDiff'en bedes hver respondent prioritere mellem fem forskellige alternativer, der kan influere forbrugerens valg og prioriteter ved køb af kød/plantefars/køderstatning. For at kunne udlede hver persons præferencer gentages dette flere gange for hver person med forskellige alternativer.

Resultatet er en kontinuer præferenceskala hvorpå alle valgkriterierne er placeret i forhold til *graden af hvor vigtige de er for forbrugerne*, hvor 'ikke vigtigt' scorer lavest og 'meget vigtigt' scorer højest. Resultaterne af en MaxDiff fortolkes relativt i forhold til de øvrige alternativer – og for at lette fortolkningen er værdierne skaleret til at summere til 100.

Forbrugeren har kun for et af produkterne skulle angive vigtighed af valgkriterie, hvilket betyder, at hvis man som forbruger har angivet, at man både benytter hakket grisekød og hakket kyllingekød, så er man alene blevet spurgt til de mange valgkriterier for den ene af de to varianter. Dette er gjort for at sikre cirka lige mange respondenter i hver gruppe. Det siger altså ikke noget om styrken for det enkelte produkt i forhold til de andre produkter.