



Et kig på fremtidens forbrugere og deres syn på mad og sundhed

v/ Nina Preus

Noget at leve af. Noget at leve for.



Hvad vil jeg fortælle om i dag?

DE UNGE NU & HER: HVEM ER DE?

DERES ADFÆRD OG HOLDNINGER IFT:

- INFORMATIONSSØGNING & VIDENSOPBYGNING
- SUNDHED OG DAGLIGDAGEN MED FØDEVARER
- FØDEVAREVÆRDIER & KOMPROMISSER

HVAD VIL FREMTIDEN MON BRINGE?

TÆNK PÅ DETTE, NÅR DU VIL NÅ DENNE MÅLGRUPPE



De 18-35 årige: 'Millennials' a.k.a. 'Generation Y' a.k.a... Hvem er de?



1,3 MIO.
MENNESKER



GYM. UDD (30%)
L.V. UDD. (41%)



56% EGEN HUSSTAND U. BØRN
25% EGEN HUSSTAND M. BØRN
11% BOR HOS FORÆLDRE
7% BOR MED VENNER

1/5

AF
BEFOLKNINGEN



1/4 AF
ARBEJDSSTYRKEN



ÅRLIG INDKOMST
U. 300.000 kr.
(31% vs. 19%)



- Veluddannede (eller på vej dertil)
- Lavere indkomst end gennemsnittet
- Ofte uafhængige ift. børn og familie

→ købestærk forbruger i fremtiden
→ skal snart stifte familie

Kilde: Danmarks Statistik pr. 1. januar 2017 og Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer nov. 2017, base 1028

Noget at leve af. Noget at leve for.



Hvordan har vi lært dem at kende?

EKSPLORATIV FASE



Mobiletnografi over 7 dage
med 32 udvalgte



Fokusgrupper → 2 i
KBH og 2 i Aarhus

Formål: Udforske og forstå deres
adfærd, holdninger, motiver og
værdier. Generere hypoteser.

GENERALISERENDE FASE



Kvantitativ undersøgelse
blandt 1028 respondenter ml.
18-70 år, repræsentativ på
køn, alder og region

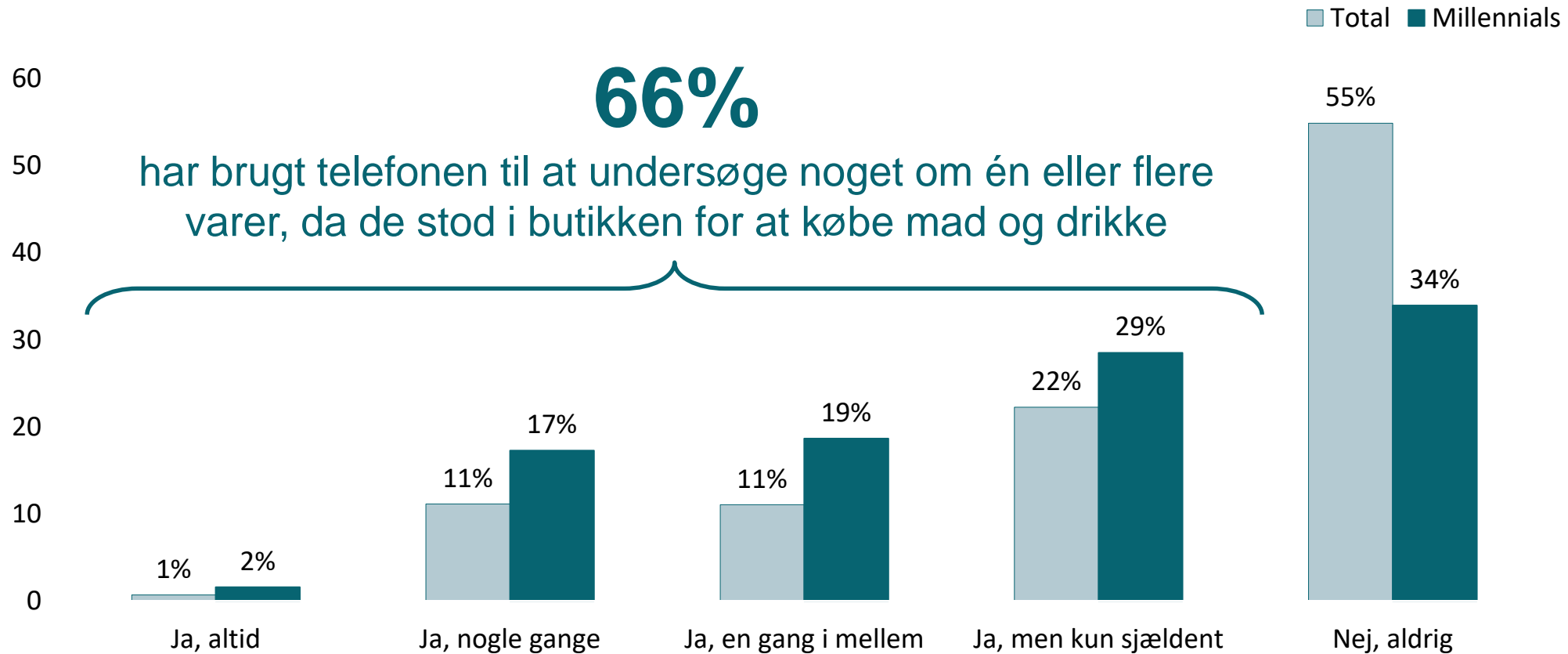
Formål: Be-/afkræfte hypoteser.
Se bredt og generaliserende på
unge vs. andre.



De 18-35 årige er flasket op med digitalisering og internet



Mobilen er Millennials' bedste ven



Kilde: Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer november 2017. Base (1028), Millennials 18-35 år (323).

Spørgsmål: Når du står i butikken og skal købe mad og drikke, bruger du da din telefon til at google eller søge i apps efter information om en eller flere varer?

Noget at leve af. Noget at leve for.



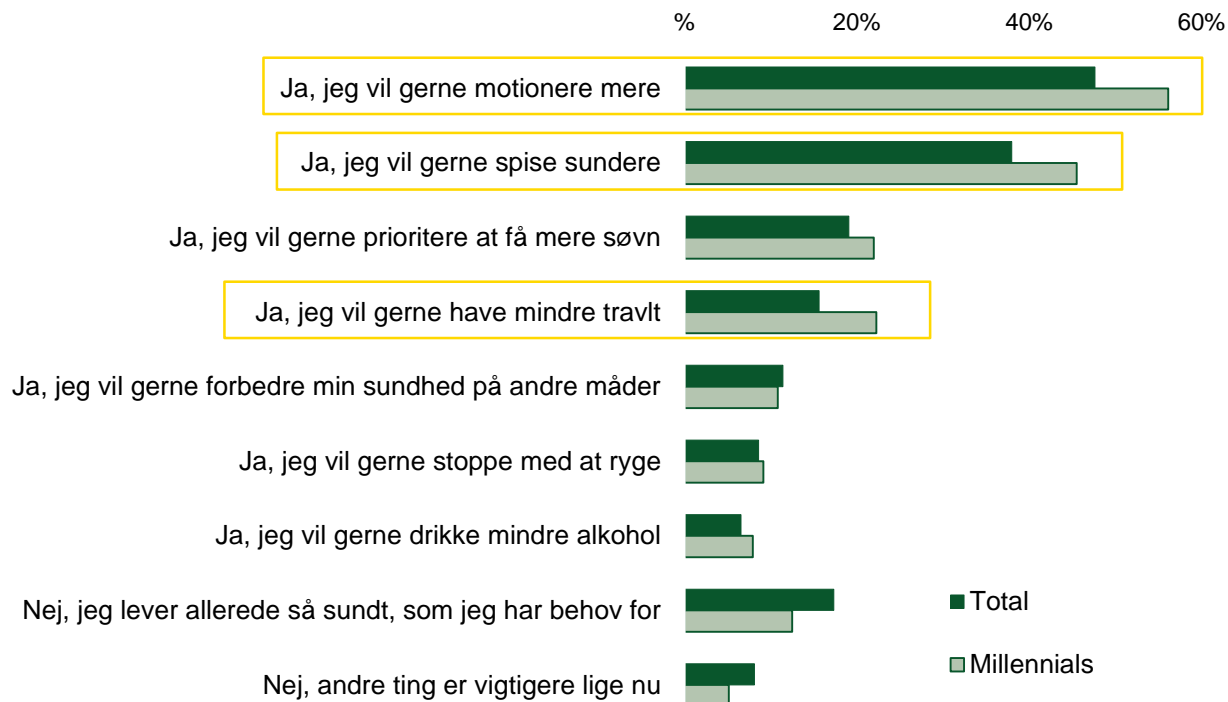
Sundhed fylder meget

Noget at leve af. Noget at leve for.

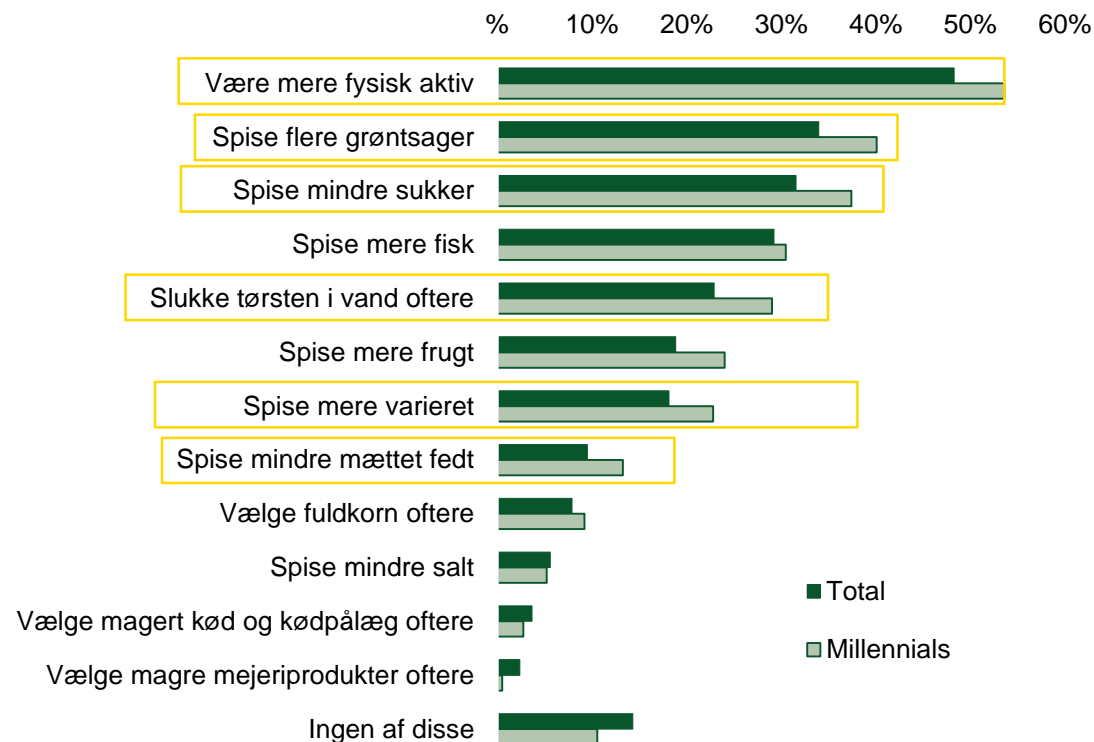


De unge er ambitiøse omkring deres sundhed

Ønsker du at leve sundere?



Er der noget af nedenstående, du gerne vil begynde at gøre, eller gøre mere af?

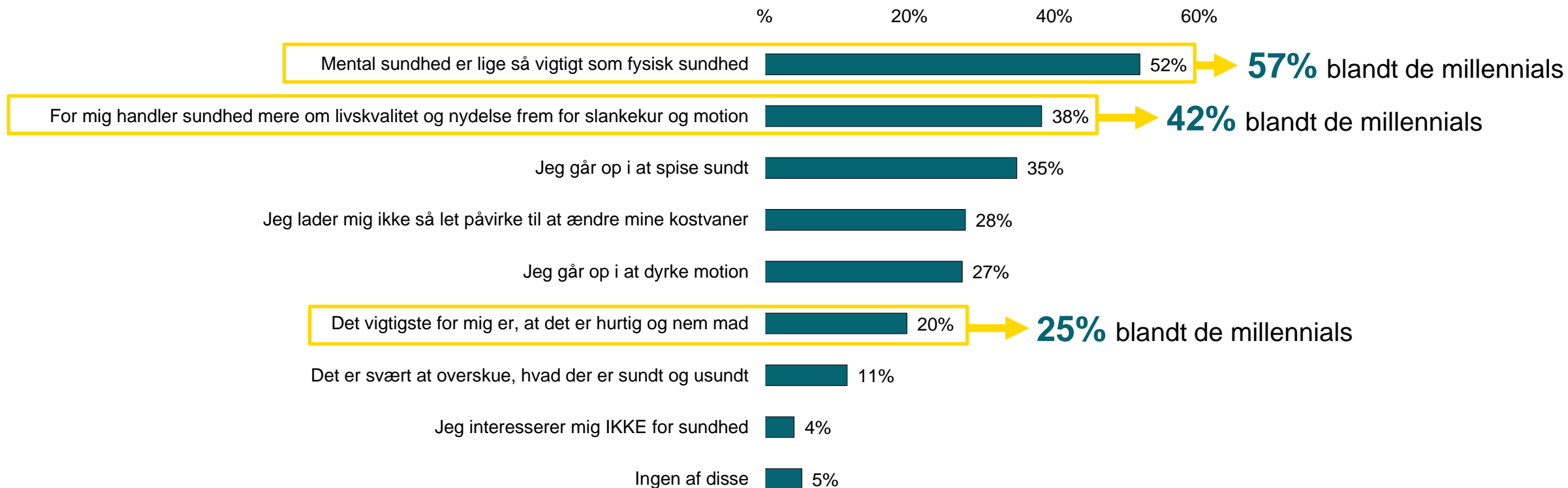


Kilde: Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer november 2017. Base (1028), Millennials 18-35 år (323).
Spørgsmål: "Ønsker du at leve sundere?" Og "Er der nogle af disse, som du gerne ville begynde at gøre eller gøre mere af?"

Noget at leve af. Noget at leve for.



...men mental sundhed er lige så vigtig som fysisk sundhed



Kilde: KANTAR Gallup for Landbrug & Fødevarer, nov. 2017, base (1028)
Spørgsmål: Hvilke udsagn beskriver bedst din holdning til mad og sundhed? NB: Mulighed for flere svar.

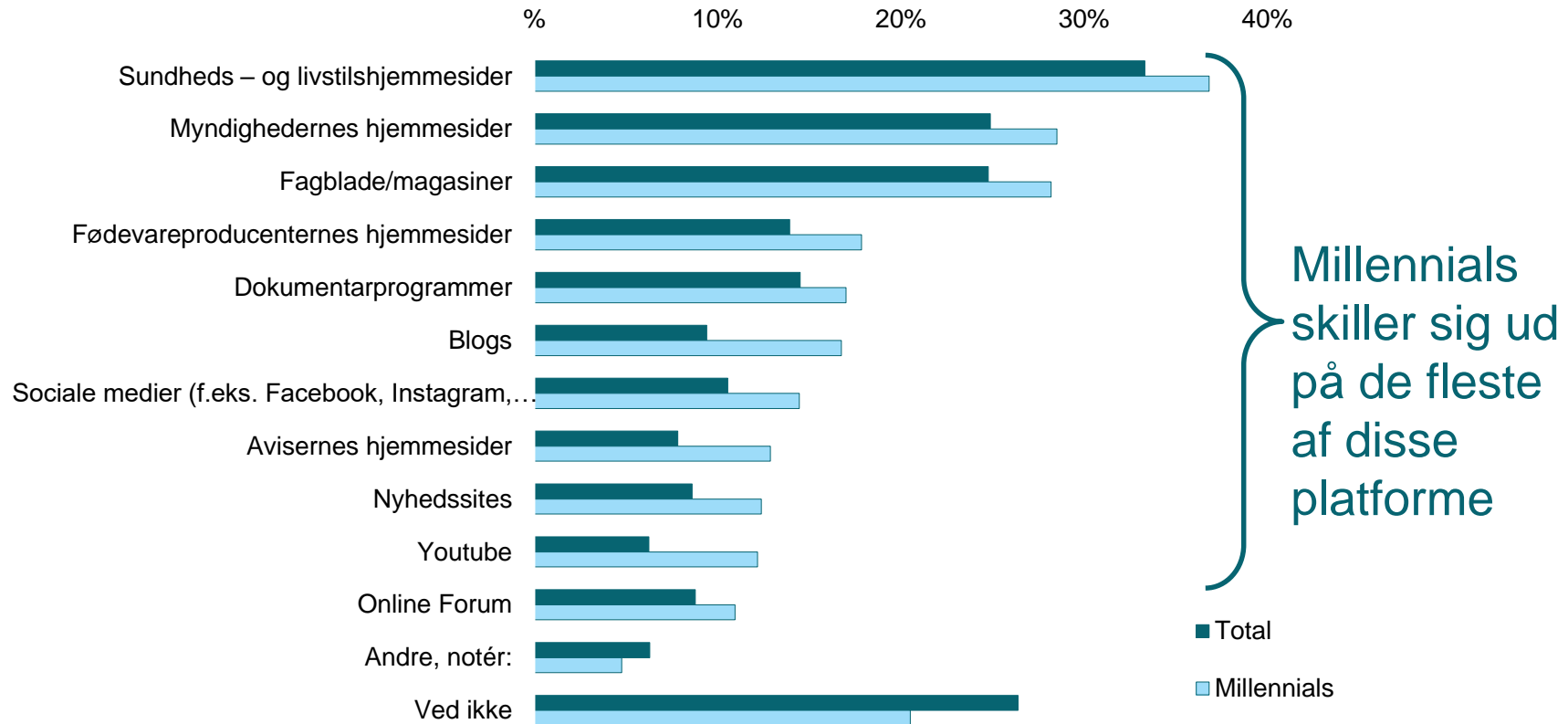
Noget at leve af. Noget at leve for.



Der stilles høje krav til Millennials' kildekritik

73%

af Millennials vil søge viden om sundhed i relation til mad og drikke på nettet som det første



Kilde: Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer november 2017. Base (1028), Millennials 18-35 år (323).

Spørgsmål: Hvis du skal søge på internettet efter information om sundhed i relation til mad og drikke, hvor vil du da lede (enten direkte eller via en Google søgning)?

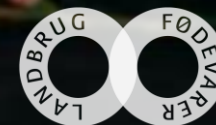
Noget at leve af. Noget at leve for.





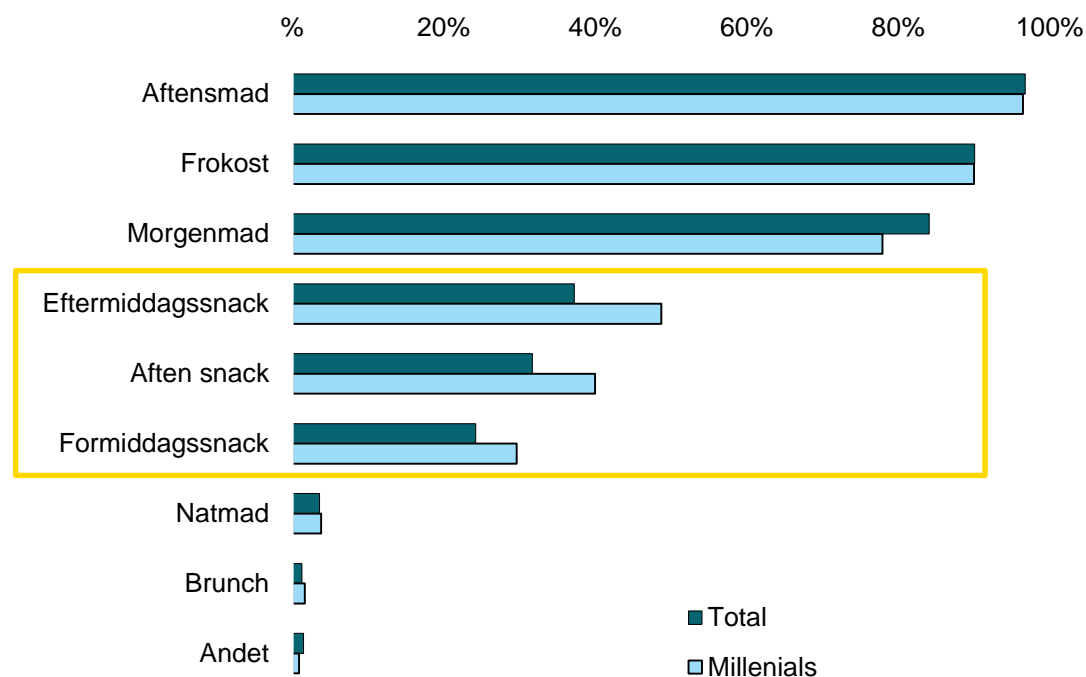
Dagligdagen med mad

Noget at leve af. Noget at leve for.

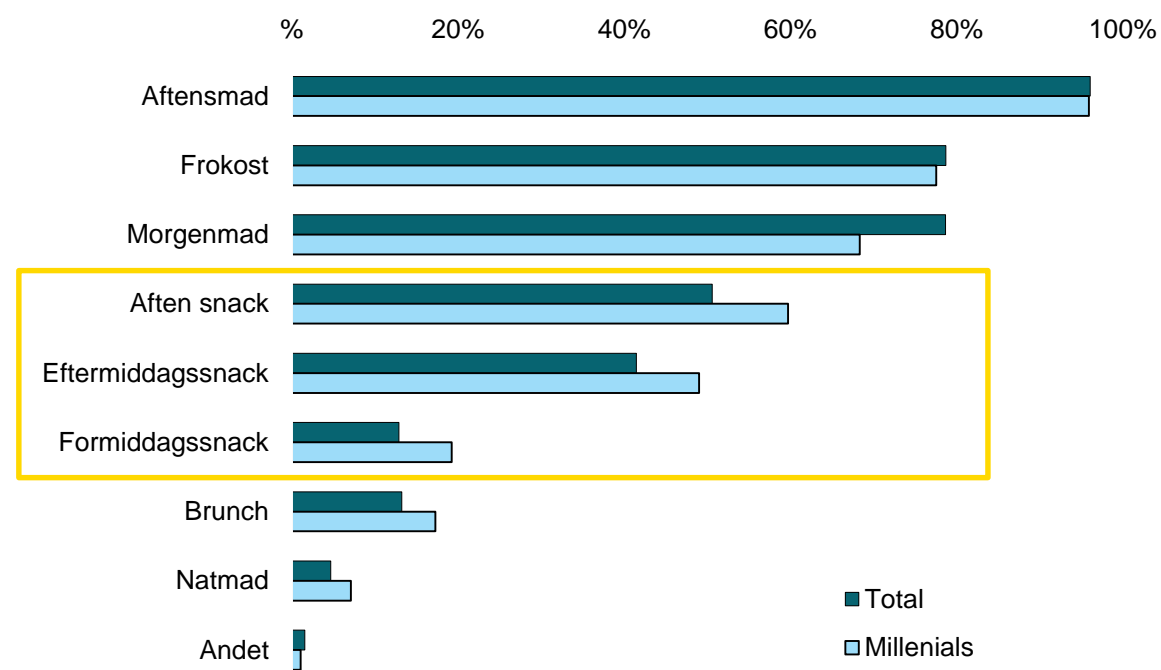


De unge spiser i mindre grad morgenmad – til gengæld snacker de mere!

Måltider og mellemmåltider i hverdagen:



Måltider og mellemmåltider i weekenden:



Kilde: Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer november 2017. Base (1028), Millennials 18-35 år (323).
Spørgsmål: Hvilke måltider og mellemmåltider spiser du? : Hverdag (mandag-torsdag) og

Noget at leve af. Noget at leve for.



A photograph of two hands, one from the left and one from the right, reaching towards each other to form a heart shape. The hands are silhouetted against a bright, golden sunset sky. The sun is positioned directly behind the heart, creating a lens flare effect. A teal-colored horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the title text.

Værdier og kompromisser

Noget at leve af. Noget at leve for.



De unge bekymrer sig om plastic i naturen, forurening, madspild og klimabelastning

69% er bekymrede over ophobning af plastic i naturen

66% er bekymrede over forurening af miljø og natur

46% er bekymrede over spild af mad, der kunne have været spist

37% er bekymrede over fødevareproduktionens belastning af klimaet

Kilde: Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer mej 2017. Base (1018), Millennials 18-35 år (301).

Noget at leve af. Noget at leve for.



Unge forbrugere = Fremtidens forbrugere

Stærke holdninger og etisk værdisæt



KLODENS VS. EGEN SUNDHED

Flere skelner mellem, hvad der er sundt for en selv, og hvad der er sundt for kloden. De to ting er nødvendigvis ikke ens. Noget tyder på, at de med børn vægter egen sundhed højere af hensyn til børnene, mens de uden vægter klodens sundhed højere.

FRA ØKOLOGI TIL BÆREDYGTIGHED

For en del er økologi = bæredygtighed + at gøre noget *godt* for både mennesker, dyr og klima. Flere millennials stiller dog spørgsmålstejn ved, hvor bæredygtigt økologi er. Der sker derfor et skifte fra økologi som ideal til bæredygtighed som ideal.

GÅR OFTE PÅ KOMPROMIS

I sidste end er pris ofte den afgørende faktor og de oplever, at de må gå på kompromis med værdier. Der forsøges at balancere / kompensere: Vælge en lille økologisk variant fremfor en stor 'almindelig'. Eller ved at fravælge kategorier eller købe ind i mindre mængder.

REDUCERET KØDFORBRUG

Millennials er meget orienterede mod at reducere deres kødforbrug. Det fylder rigtig meget hos Millennials bosiddende i København. Det skyldes både fokus på klimaet, økonomi og sundhed.

Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer september 2017, kvalitativ undersøgelse bestående af en kombination af mobiletografi og fokusgrupper.

Noget at leve af. Noget at leve for.



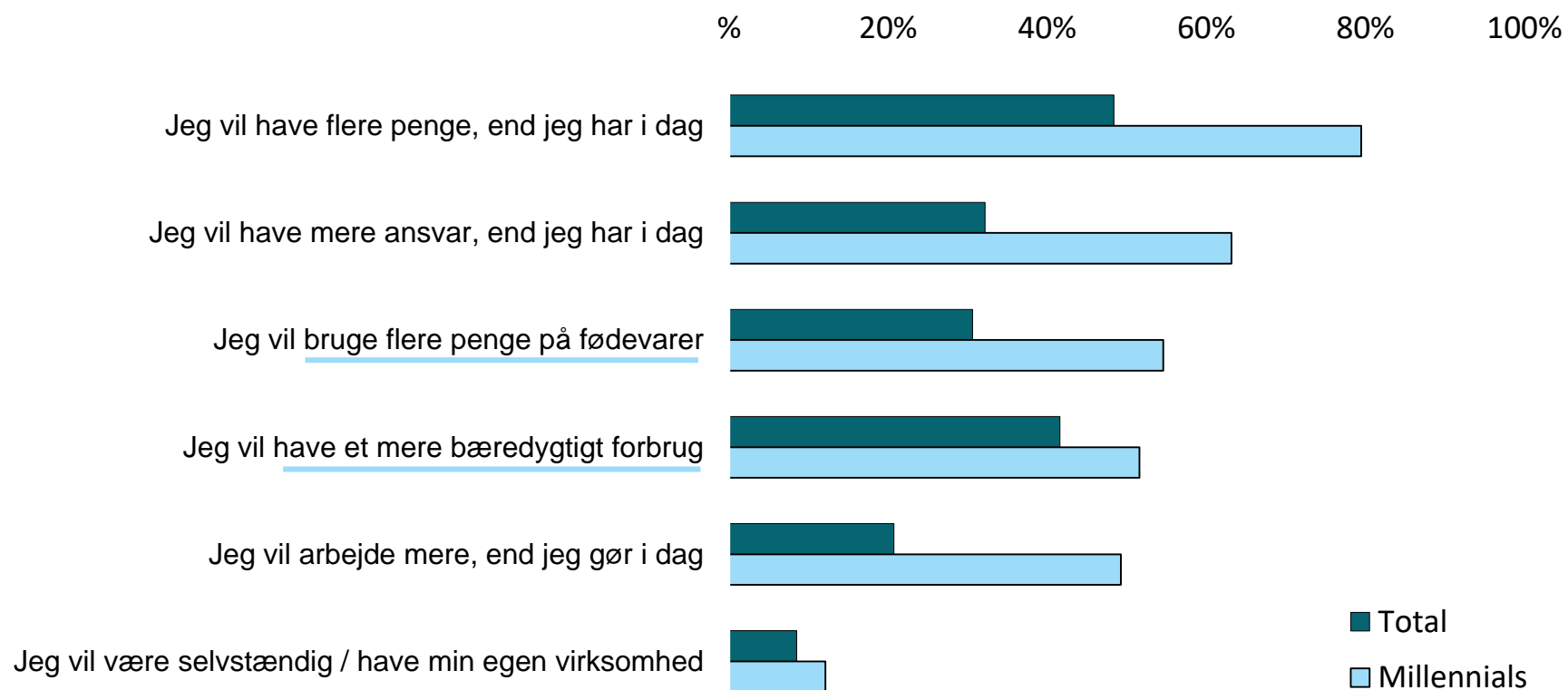


Hvad vil fremtiden mon bringe?

Noget at leve af. Noget at leve for.



En værdiorienteret og købestærk forbruger



Kilde: Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer november 2017. Base (1028), Millennials 18-35 år (323)
Spørgsmål: Hvilke forandringer tror du, at der vil være sket for dig selv, hvis du ser fem år frem?

Noget at leve af. Noget at leve for.



Tænk på dette, når du vil nå denne målgruppe...

Noget at leve af. Noget at leve for.



**Ambitiøse omkring sundhed og motion ...men
med et stort fokus på balance og livskvalitet**

Globalt orienterede

**De bekymrer sig – og det
smitter af på deres forbrug**

**Værdidrevne – og fravælger hellere
kategorier frem for at gå på kompromis**

**Har potentiale til at udfordre
forbrugskulturen**

Noget at leve af. Noget at leve for.



”Digitalt indfødte” – flasket op med dynamisk måde at indsamle information

Forventer hurtig adgang til relevant viden

Mobilen er deres bedste ven – og gatekeeper

Internettet er deres informations- og inspirationskilde

Noget at leve af. Noget at leve for.

De laver madplaner, men handler lige så ofte som andre

Tyr til nemme løsninger trods stor interesse for madlavning

Færre spiser morgenmad – til gengæld snacker de

Bredt repertoire inden for proteinkilder – og nysgerrige over for at smage nye kilder til protein



TAK

npre@lf.dk

www.lf.dk/tal-og-analyser/forbrugere-og-trends

Noget at leve af. Noget at leve for.

