UNIVERSITY OF COPENHAGEN

Københavns Universitet

Spørgeskemaundersøgelse om økologisk forbrug

Christensen, Tove; Olsen, Søren Bøye; Kærgård, Niels; Dubgaard, Alex

Publication date:
2014

Document version
Også kaldet Forlagets PDF

Citation for published version (APA):
Christensen, T., Olsen, S. B., Kærgård, N., & Dubgaard, A. (2014). *Spørgeskemaundersøgelse om økologisk forbrug*. Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet. IFRO Dokumentation Nr. 2014/3

Download date: 17. nov.. 2026

INSTITUT FOR FØDEVARE- OG RESSOURCEØKONOMI
KØBENHAVNS UNIVERSITET

IFRO Dokumentation

Spørgeskemaundersøgelse om økologisk forbrug

Tove Christensen
Søren Bøye Olsen
Niels Kærgård
Alex Dubgaard

2014 / 3

IFRO Dokumentation 2014 / 3

Spørgeskemaundersøgelse om økologisk forbrug

Forfattere: Tove Christensen, Søren Bøye Olsen, Niels Kærgård, Alex Dubgaard

Spørgeskemaundersøgelsen er gennemført som en del af et større forskningsprojekt – MultiTrust (Multikriteriel vurdering og kommunikation af effekterne af økologiske fødevaresystemer). Projektet er finansieret af Grønt Udviklings- og Demonstrationsprogram (GUDP), Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri. Rapporten udgør deliverable 4.3.1 og er en dokumentation af resultaterne fra en internetbaseret undersøgelse af økologisk forbrug.

MultiTrust

Udgivet: Frederiksberg, juli 2014

Se øvrige udgivelser i serien IFRO Dokumentation her:
http://www.ifro.ku.dk/publikationer/ifro_serier/dokumentation/

Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi
Københavns Universitet
Rolighedsvej 25
1958 Frederiksberg
www.ifro.ku.dk

Indhold

KAPITEL 1 BAGGRUND OG FORMÅL 3
KAPITEL 2 SPØRGESKEMAETS TILBLIVELSE 5
Fokusgruppeinterview 5
Processen 7
Repræsentativitet og svarprocenter 8
Spørgeskemaets opbygning 13
KAPITEL 3 BESKRIVENDE STATISTIK 15
Generelle baggrundsspørgsmål 15
Indkøbs- og spisevaner 20
Oksekød 31
Film spørgsmål 33
Afsluttende spørgsmål 36
KAPITEL 4 OPSUMMERING OG SVAR PÅ FORSKNINGSSPØRGSMÅL 37
BILAG A SPØRGESKEMA OM VALG AF MADVARER 40

KAPITEL 1 BAGGRUND OG FORMÅL

Spørgeskemaundersøgelsen er gennemført som en del af et større forskningsprojekt MultiTrust (Multikriteriel vurdering og kommunikation af effekterne af økologiske fødevaresystemer). Det er hensigten at MultiTrust projektet skal understøtte en integreret udvikling af den økologiske produktion, bidrage til en åben og troværdig kommunikation om økologiens fordele, og dermed underbygge økologiens langsigtede vækst. Projektet er finansieret af Grønt Udviklings- og Demonstrationsprogram (GUDP), Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri (2011-2013).

Denne rapport udgør deliverable 4.3.1 som er en dokumentation af resultater fra internetbaseret undersøgelse af økologisk forbrug.

Formålet med selve spørgeskemaundersøgelsen har været at opnå kvantitativ indsigt i forbrugernes valg og fravalg af økologiske madvarer, hvilke forventninger der ligger bag deres valg, samt deres eksisterende viden og eventuelle ønske om mere viden om økologisk fødevareproduktion. Herudover har spørgeskemaet haft til formål at levere input til andre dele af projektet, der har fokuseret på kommunikation af økologiens særkender samt analyse af betydningen af tillid for økologiens udvikling.

Mere præcist, så har formålet været at give et kvantitativt bud på udbredelsen af holdninger til følgende spørgsmål:

1. Det økologiske valg
    - Hvad lægger du vægt på, når du skal vælge, om du vil købe en økologisk variant eller en ikke-økologisk variant af et produkt?
    - Varierer det fra produkt til produkt?
2. Forventninger til økologi
    - Hvad forbinder du med økologi og/eller Ø-mærket?
    - Har du større forventninger til økologi end til konventionelle varer?
3. Tillid og troværdighed til økologi
    - Hvor stor er tilliden til det danske hhv. europæiske økologi mærke?
    - Er der større forventninger til økologiske end til ikke-økologiske varer?
4. Redskaber til vurdering og valg
    - Hvilken type viden har du brug for for at gøre dig bedre i stand til at vælge, om du vil købe en økologisk variant eller ikke?
    - Hvordan ville du reagere på den foreslåede internet platform (vises i en film)? Ville du gøre brug af denne platform?

Ved spørgeskemaundersøgelser er det altid vigtigt at forholde sig til repræsentativiteten, så der ikke er en uopdaget systematisk bias i, hvem der deltager i undersøgelsen. Selvom det var hensigten, at inddrage alle forbrugere i undersøgelsen, er deltagerne i praksis afgrænset til gruppen mellem 18 og 70 år. Indenfor disse rammer er det forsøgt at udvælge deltagerne i undersøgelsen, så de udgør et repræsentativt udsnit af den danske befolkning i forhold til alder, køn og geografi. Erfaringen viser at en overrepræsentation af folk med

interesse for økologi og for at udfylde spørgeskemaer nok desværre er uundgåelig. Repræsentativiteten diskuteres mere indgående i Kapitel 3.

Spørgeskemaundersøgelser er endvidere kendetegnet ved, at de værdier, holdninger og handlinger, der udtrykkes i et spørgeskema, er erklærede eller påståede størrelser, og som sådan ikke nødvendigvis identiske med faktiske observerede værdier, holdninger og handlinger. For mere om fordele og ulemper ved spørgeskemaundersøgelse henvises til bl.a. Christensen (2014)[1] og med særlig fokus på undersøgelser gennemført via internet, Lindhjem og Navrud (2011)[2].

Resten af rapporten er opbygget som følger. I kapitel 2 beskrives processen omkring spørgeskemaets tilblivelse, og der gives en oversigt over forskellige udgaver af skemaet.

Kapitel 3 indeholder beskrivende statistik over socio-demografiske samt holdningsrelaterede variable. Der er i kapitel 3 ikke inddraget analyser af mere forskningsmæssig karakter, sådan som de forskellige udgaver af skemaet ellers lægger op til. Disse afrapporteres særskilt i kommende forskningsartikler. Eksempelvis indgår der et valgeksperiment i spørgeskemaet, hvor deltagerne bliver bedt om at vælge mellem oksekødsprodukter med forskellige egenskaber til forskellige priser, som også afrapporteres særskilt i kommende forskningsartikler.

I kapitel 4 er der en kort opsummering af den opnåede repræsentativitet, og der svares på de fire forskningsspørgsmål, der er formuleret i kapitel 1.

[1] Christensen, T., Esbjerg, L., Mørk, T. (2014). Velfærdskyllinger der er til at betale. IFRO rapport (side 33-36)
[2] Lindhjem, H., Navrud, S. (2011). Using Internet in Stated Preference Surveys: A Review and Comparison of Survey Modes. *Review of Environmental and Resource Economics*, 2011, 5: 309–351

KAPITEL 2 SPØRGESKEMAETS TILBLIVELSE

Fokusgruppeinterview

For at få testet om spørgeskemaets ordlyd og emnevalg var forståeligt for lægmand, blev der gennemført et fokusgruppeinterview den 12. juni 2014 på Institut for Fødevare- og ressourceøkonomi, Frederiksberg, København.

Der var afsat 1,5 timer til fokusgruppeinterviewet. Der var indkaldt 9 til mødet, der kom 8. Herudover deltog 2 projektdeltagere, der ledede mødet.

Deltagerne var rekrutteret via et censorik panel på Science, KU. Der var en overvægt af unge, og de vurderedes at være mere fødevare- og økologi interesserede end den gennemsnitlige dansker. Til gengæld var de gode til at lade hinanden komme til orde og havde værdifulde kommentarer. Tidsplanen for fokusgruppeinterviewet ses i boks 2.1

Boks 2.1 Tidsplan for fokusgruppeinterview

17.00-17.10	Introduktion
17.10-17.20	Introduktionsopgave
17.20-17.45	Udfyldelse af skemaet
17.45-18.25	Diskussion af spørgeskemaet
18.25-18.30	Tak for hjælpen og tak for i dag.

Introduktion

Først var der en kort præsentation af de to projektdeltagere. Herudover fik de at vide, at der skulle laves et spørgeskema, der skulle sendes ud til et bredt udsnit af den danske befolkning. Emnet var holdninger til mad samt fordele og ulemper ved økologiske madvarer og den økologiske produktionsform. De fik at vide, at det meste af tiden ville komme til at handle om spørgeskemaet. De blev opfordret til ikke at holde sig tilbage, hvis de var uenige i det, der bliver sagt, eller hvis de havde noget at tilføje. Der blev lavet en navnerunde.

Introduktionsopgave

Opgaven gik ud på, at de hver især skulle bruge 5 minutter på at skrive mindst 3 gode og 3 dårlige ting, som de forbandt med økologi. Herefter blev de bedt om hver især at strege den vigtigste gode og den vigtigste dårlige ting op. Resultatet er vist i Tabel 2.1.

Tabel 2.1 resultat af opgave om økologi i fokusgruppeinterview

	3 gode ting	**3 dårlige ting**
Deltager 1 (kvinde)	God samvittighed	Dyrere produkter
	En ide om bedre kvalitet	Alt kan ikke fås økologisk
	En ide om bedre smag	Nogle gange problemer med holdbarheden
Deltager 2 (kvinde)	Sundhed	Dårlig holdbarhed
	Miljø	Dyrt
	Smag	
Deltager 3 (kvinde)	Ikke behandlet med kemi (overfladebehandlet)	Kort holdbarhed i butikkerne
	Naturligt produkt	Dyrere produkter
	Smager bedst	
Deltager 3 (kvinde)	Man ved at dyrene har bedre forhold	Svært at finde i en discountbutik som Netto/Lidl
	Mere miljøvenligt	Dyrere
Deltager 5 (mand)	Højere dyrevelfærd	Ressourcetungt
	Godt for miljø pga. færre pesticider	Besværligt
	Omtanke	
Deltager 6 (mand)	Velsmagende produkter	Lempelige regler
	Tager ikke for hårdt på miljøet	Ikke helhedstankegang altid
	Ofte dansk	Forskel på regler i DK og EU
Deltager 7 (mand)	Bedre dyrevelfærd	Dyre produkter
	'Naturlig' fremstilling	Lavere udbytte (på verdensplan)
		Mindre sprøjtebehandling
	Mindre sprøjtebehandling	Det rådner hurtigere
Deltager 8 (kvinde)	Mindre belastning af miljø	Det er for dyrt
	Mere bæredygtigt	Diskutabelt hvor bæredygtigt det er alligevel (transport..)
	Færre sprøjtemidler	

Spørgeskema

De fik udleveret spørgeskema-version1 og fik ca. 25 minutter til at udfylde det i. De blev bedt om at skrive kommentarer ind undervejs, f.eks. hvis der er noget der er svært/umuligt at forstå. De skulle ikke kommentere på lay out, men gerne på forståelighed mv. Og de blev bedt om at tænke over, om skemaet gav mening – både for dem der er vilde med økologiske varer, og for dem der absolut ikke er vilde med

økologi, da det er vigtigt, at alle kan give deres mening til kende i skemaet. Følgende generelle kommentarer blev givet til skemaerne:

- Flere mente, skemaet var for langt med for meget, der lignede hinanden; to mente, det var godt og blev fanget af det.
- For meget tekst
- For lille forskel på spørgsmål om bæredygtighed, forurening og klima
- Flere forstod ikke spørgsmål om økologi som helhed versus samling egenskaber. Da de fik forklaret ideen, syntes de godt om den.

Disse kommentarer blev indarbejdet i spørgeskema-version2.

Processen

Pilotundersøgelse

Efter afholdelse af fokusgruppeinterview stod analyseinstituttet Userneeds for den praktiske del af udsendelsen af spørgeskemaet til deres internetpanel. De har ligeledes været sparringspartner i den endelige formulering af spørgsmålene.

Spørgeskema-version2 blev testet online i panelet (pilotstudie) i perioden 28. juni til 2. juli 2013. Aftalen med Userneeds var, at der skulle indsamles 100 svar, som ikke behøvede at være repræsentativt fordelt. Dataindsamlingen blev udført ved hjælp af et web-spørgeskema, hvor et bredt udsnit af den danske befolkning mellem 18-70 år er blevet interviewet.

Resultatet var, at 172 påbegyndte skemaet, og at 102 gennemførte, dvs. en gennemførselsprocent på 59 %. Det var ikke helt tilfredsstillende, og det blev derfor tilstræbt at forkorte skemaet lidt både i antal spørgsmål og i tekst. Nedenfor er angivet nogle af de ændringer, der var resultat af pilotundersøgelsen, og som er indarbejdet i den endelige version af spørgeskemaet (spørgeskema-version3), som blev anvendt i hovedundersøgelsen:

- I version2 var der et spørgsmål om folk havde besøgt en økologisk landmand - det blev droppet, da det var meget få, der havde gjort det, og vi nøjes med bare at spørge, om de har besøgt en landmand (spørgsmål 3).
- Der var 11 kategorier af mad, hvor respondenterne blev bedt om at forholde sig til, hvilke forskelle der var vigtige (spørgsmål 8 i version3).
- Der var opdelt i hvor ofte folk købte henholdsvis økologisk oksekød, svinekød og kyllingekød - men svarene lignede hinanden så meget, at der i den endelige version af skemaet kun er spurgt til kød (spørgsmål 7 i version3).
- Et spørgsmål om, hvad der savnes i udvalget af økologiske varer, blev droppet, da det viste sig at være svært at angive meningsfulde svarmuligheder, og da et åbent spørgsmål om dette emne vurderes at være for tidskrævende. Spørgsmål om, hvad der ville kunne få folk til at købe mere økologi, blev bibeholdt.

Endelig blev det elektroniske spørgeskema testet af både Userneeds og projektdeltagerne, og der blev foretaget en del småjusteringer.

Repræsentativitet og svarprocenter

Hovedundersøgelsens deltagere er inviteret på baggrund af en stikprøve, der er sammensat, så den er nationalt repræsentativ på køn, alder, geografi. Undersøgelsen er således tilstræbt repræsentativ på indkomne svar - ikke på udsendte invitationer. Nedenstående fordelinger opsummerer de parametre, som stikprøven er sammensat på baggrund af.

Tabel 2.2 Danmark - befolkningsfordeling af 18-70-årige

	ØST		VEST		
	Mænd	Kvinder	Mænd	Kvinder	Total
18-34	7%	7%	8%	8%	*30%*
35-49	7%	7%	9%	8%	*31%*
50-70	8%	9%	11%	11%	*39%*
Total	*45%*		*55%*		

Obs: Fordeling på 50 % kvinder og 50 % mænd blev tilstræbt.

Det er ydermere søgt at sende ud efter følgende uddannelsesfordeling:

Tabel 2.3 Danmark - befolkningsfordeling på sidste afsluttede uddannelse

Sidste afsluttede uddannelse	Andel i stikprøven overordnet
Grundskole	27-37%
Gymnasie/Erhverv	38-48%
Videregående	19-29%

I alt 9.110 respondenter påbegyndte spørgeskemaet og 5.467 har gennemført skemaet. Ud af de 33.474 inviterede til undersøgelsen svarer det til en svarprocent på 16,4 %. Userneeds angiver, at det er højere end en gennemsnitlig webundersøgelse i panelet.

Ud af de 9.110 personer, der påbegyndte spørgeskemaet, passede 99,4 % på den definerede målgruppe. I alt opfyldte 34 ikke kravene til målgruppen og blev derfor frascreenet, og 3609 respondenter gennemførte ikke besvarelsen. Det giver en drop out rate på 39,6 %. Userneeds vurderer, at det er en høj andel sammenlignet med andre undersøgelser. Skemaet tog 19,42 min. i gennemsnit at gennemføre, hvilket kan være en betydelig faktor, der har spillet ind på drop out raten. Dvs. der er en gennemførselsrate på 60 % af dem der går i gang med skemaet.

Invitation og påmindelse af deltagere

Userneeds udarbejdede i samarbejde med Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi forskellige mailinvitationer og emnefelter med relevant information om undersøgelsen (formål, afsender, præmier etc.). Userneeds udsendte først en varslingsmail, der fortalte deltagerne, at de var særligt udvalgt til at deltage i et kommende forskningsstudie. Herefter fulgte den konkrete invitationsmail med et link til undersøgelsen.

I alle mails, både i invitationer og påmindelser, blev deltagerne gjort opmærksomme på, at undersøgelsen er et samarbejde mellem Userneeds og Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, og at der er tale om et forskningsprojekt. De komplette mailinvitationer ses i boksene nedenfor.

Boks 2.1 Teaser (mail der fortæller om undersøgelsen)
Emnefelt: Du er udvalgt til at deltage i et forskningsstudie

userneeds

Kære panelmedlem

Du er blevet særligt udvalgt til at deltage i en kommende forskningsundersøgelse!

Undersøgelsen finder sted i de kommende uger, hvor du vil modtage en mail fra os med et link til spørgeskemaet.

Undersøgelsen gennemføres i samarbejde med Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi (IFRO) ved Københavns Universitet. Formålet med undersøgelsen er at få mere viden om forbrugernes valg af madvarer, særligt med fokus på valg eller fravalg af økologiske madvarer.

Vi har til undersøgelsen brug for svar fra et bredt udsnit af den danske befolkning, så din mening er vigtig, uanset om du spiser økologiske fødevarer eller ej og uanset din holdning til økologi.

Da du er særligt udvalgt i vores panel, håber vi, at du vil tage dig tid til at besvare undersøgelsen, som vi forventer tager ca. 12-16 minutter at besvare.

Passer du i målgruppen, får du 300 point, når du har gennemført undersøgelsen. Herudover udlodder vi **4 Supergavekort à 2000 kr.** blandt alle dem, der har besvaret undersøgelsen.

Alle panelmedlemmer har fået en personlig medlemsside i forbindelse med det nye belønningssystem.
Du kan se din medlemsside her.

Du kan selv bestemme, hvordan du vil bruge dine point.

Du kan veksle dine point til gavekort fra Gavekortet.dk, som du kan bruge i mere end 100 butikskæder og onlinebutikker landet over.

Du kan donere dine penge til velgørenhed. Vælg selv, hvilken af fem udvalgte velgørende organisationer, der skal modtage din støtte.

Du kan veksle dine point til lodder og være med i lodtrækningen om gavekort på 1.000 kr. og 5.000 kr. og rejsegavekort til 10.000 kr. og 25.000 kr.

Boks 2.2 Invitationstekst (mail)

Emnefelt: Forskningsstudie om valg af madvarer

userneeds

Kære panelmedlem

Deltag i den spændende forskningsundersøgelse!

Nu er vi klar med den undersøgelse, som vi gennemfører i samarbejde med Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi (IFRO) ved Københavns Universitet. Formålet med undersøgelsen er at få mere viden om forbrugernes valg af madvarer, særligt med fokus på valg eller fravalg af økologiske madvarer.

Klik her for at starte

START

Vi har til undersøgelsen brug for svar fra et bredt udsnit af den danske befolkning, så din mening er vigtig, uanset om du spiser økologiske fødevarer eller ej og uanset din holdning til økologi.

Du er blevet særligt udvalgt i vores panel. Derfor håber vi, at du vil tage dig tid til at besvare undersøgelsen, som vi forventer tager ca. 12-16 minutter at besvare.

Passer du i målgruppen, får du 300 point, når du har gennemført undersøgelsen. Herudover udlodder vi **4 Supergavekort à 2000 kr.** blandt alle dem, der har besvaret undersøgelsen.

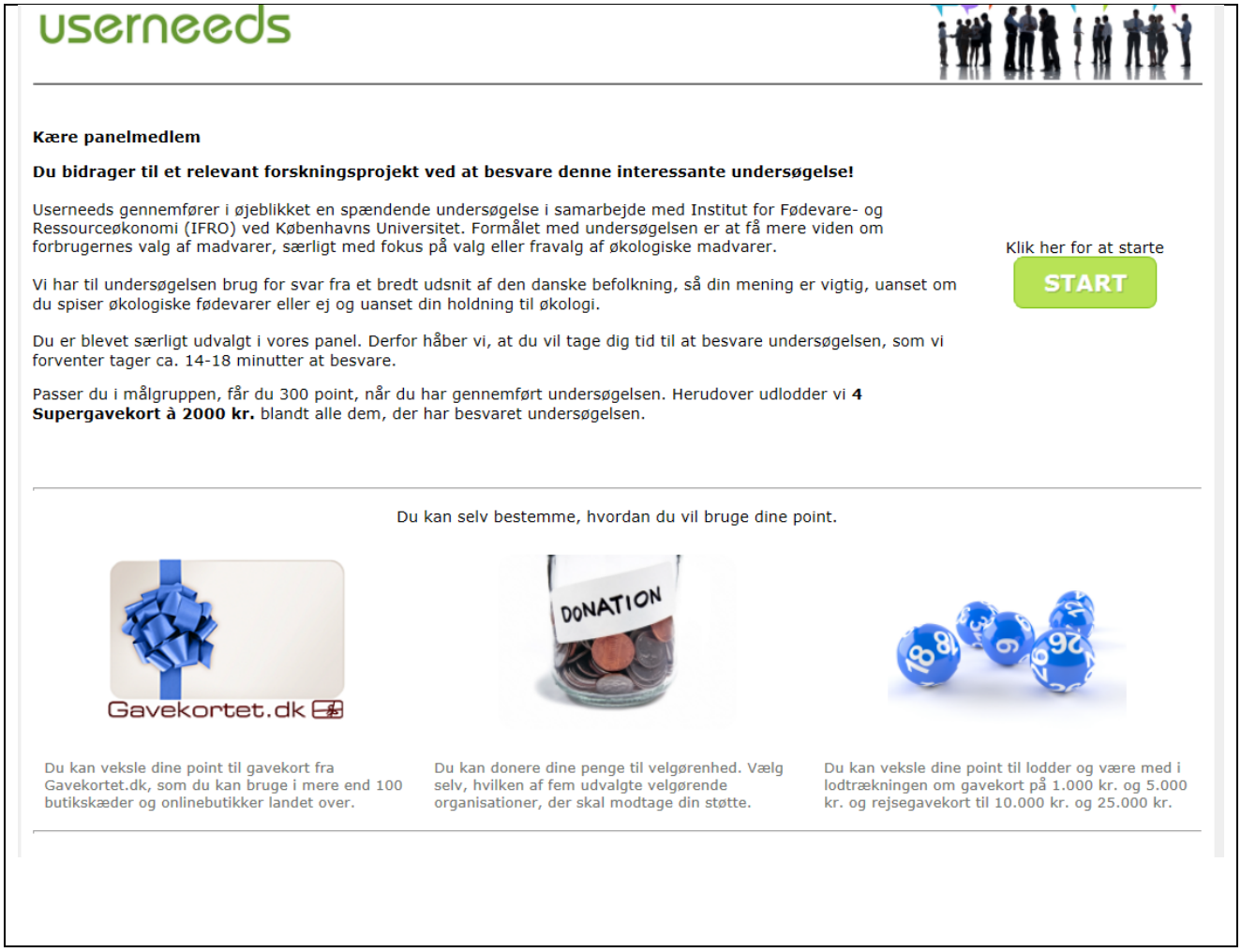
Du kan selv bestemme, hvordan du vil bruge dine point.

Du kan veksle dine point til gavekort fra Gavekortet.dk, som du kan bruge i mere end 100 butikskæder og onlinebutikker landet over.

Du kan donere dine penge til velgørenhed. Vælg selv, hvilken af fem udvalgte velgørende organisationer, der skal modtage din støtte.

Du kan veksle dine point til lodder og være med i lodtrækningen om gavekort på 1.000 kr. og 5.000 kr. og rejsegavekort til 10.000 kr. og 25.000 kr.

Boks 2.3 Første påmindelse (mail)
Emnefelt: Din mening er vigtig i dette forskningsprojekt



Boks 2.4 Efterfølgende påmindelser (mails)

Anden påmindelse
Deltag i et forskningsprojekt og vind ekstra præmier
Samme invitation som 1 reminder

Tredje påmindelse
Du er særligt udvalgt til dette forskningsstudie om økologiske madvarer
Samme invitation som 1 reminder

Generelt om påmindelserne
Deltagerne har efter nogle dage modtaget en påmindelse, hvis de ikke har reageret på invitationsmailen.

Påmindelsen har været udformet som en kopi af den oprindelige invitation med få enkelte rettelser, og har derfor fremstået som en geninvitation og ikke en 'løftet pegefinger' om manglende deltagelse. Det er Userneeds' generelle erfaring, at geninvitationer fungere bedre og opleves mindre anmassende end deciderede påmindelser, hvorfor denne metode er valgt.

Userneeds' Danmarkspanel

Det danske forbrugerpanel, Danmarkspanelet, har eksisteret siden 2003 og indeholder i dag flere end 136.000 paneldeltagerne. Medlemmerne af Danmarkspanelet er rekrutteret fra flere end 250 private og offentlige hjemmesider. Hensigten med det brede rekrutteringsgrundlag er at sikre en god spredning i paneldeltagernes interesser, levevaner, sociodemografiske karakteristika og værdigrundlag. Det er ikke muligt selv at melde sig til panelet, idet man skal inviteres personligt til deltagelse i Userneeds' paneler. Når en person accepterer en invitation til at deltage i panelet, indtaster vedkommende nogle meget basale data om sig selv (køn, fødselsår, region, beskæftigelse og e-mail-adresse).

Umiddelbart herefter sendes en invitation til den pågældendes e-mail-adresse om optagelse i Danmarkspanelet. E-mailen indeholder et link til et profilspørgeskema, hvor vedkommende skal genindtaste de samme oplysninger og desuden oplyse en række yderligere informationer om sig selv (F.eks. personlig indkomst, senest afsluttede uddannelse, antal børn mv.). Kun hvis der er overensstemmelse mellem de oprindeligt og de efterfølgende indtastede informationer, bliver vedkommende optaget i Danmarkspanelet.

Userneeds benytter store hjemmesider såsom tv2.dk, dmi.dk og netdoktor.dk til at skabe grundpaneler. Userneeds gennemfører løbende analyser på udvalgte baggrundsvariable for at identificere parametre, hvor grundpanelet ikke afspejler fordelingen i den danske befolkning. Eksempler på parametre der løbende analyseres for, er etnicitet, internetforbrug, antal børn i husstanden, boligform og medieforbrug.

Hvis man bliver inviteret til at deltage i Danmarkspanelet, er det relativt let at blive optaget. Det er også meget let at melde sig ud igen. Hver gang man som paneldeltager modtager en e-mail med en invitation til en undersøgelse, indeholder e-mailen også et såkaldt udmeldelseslink. Hvis den pågældende paneldeltager ikke længere ønsker at være en del af Danmarkspanelet, kan vedkommende blot klikke på linket, hvorved udmeldelsen sker omgående og fuldautomatisk.

Selvom visse af paneldeltageres data er meget stabile over tid (f.eks. fødselsår, køn og positiv angivelse af forældrestatus), ændrer andre data sig løbende (f.eks. personlig indkomst, antal børn i husstanden, civil status mv.). Vedligeholdelsen af disse dynamiske baggrundsvariable foregår løbende ved at invitere panelisterne til temabaserede profilundersøgelser. Medlemmerne af Danmarkspanelet deltager i snit i 2-3 af disse profilopdateringsundersøgelser om året.

Paneldeltagernes inviteres her til en undersøgelse med et tema, der har bred appel (f.eks. sundhedssystemet, trafikforhold eller landsdækkende NGO'er). I forbindelse med disse undersøgelser spørges der ind til panelets 16 faste sociodemografiske baggrundsvariable, hvormed det sikres, at paneldeltagernes data altid er nyligt opdaterede.

Spørgeskemaets opbygning

Spørgeskemaet, der er anvendt til hovedundersøgelsen (spørgeskema-version3), består af 6 dele

- **Del 1. Personlig information/generelle baggrundsvariable**
  Spørgsmålene omhandler urbanisering, uddannelse, indkomst, antal hjemmeboende børn, respondentens alder, tilknytning til landbrug.
- **Del 2. Nuværende købsadfærd og holdninger**
  Spørgsmålene omhandler, hvem der tager beslutninger om indkøb, i hvor høj grad planlægges indkøb, hvilke forskelle mellem økologiske og ikke-økologiske varer har betydning for valg, hvor ofte købes økologisk, hvad er årsagerne til valg eller fravalg af økologiske varer, hvad forbindes med økologi og økologisk produktion, hvad kunne øge økologiforbruget, viden om økologiske regler og ønske om mere viden, tillid og forventninger til økologiske varer.
- **Del 3. Oksekød**
  Spørgsmålene omhandler, hvor ofte der spises oksekød, kendskab til pris på hakket oksekød, hvilke egenskaber kan retfærdiggøre en højere pris på økologiske oksekød. Baggrunden for disse spørgsmål om oksekød er, at de skal bruges som baggrundsviden for del 4. Svarene på spørgsmålene om oksekød vurderes at have selvstændig interesse og er derfor afrapporteret i kapitel 3 selvom del 4 ikke er afrapporteret i nærværende rapport, .
- **Del 4. Valgspørgsmål**
- ikke afrapporteret
- **Del 5. Film + filmspørgsmål**
- Der blev vist en 3 minutters film om det økologiske valg og den økologiske værdikæde. Filmen kan ses på http://www.icrofs.dk/Sider/Forskning/organicrdd_multitrust.html
- Spørgsmålene omhandler reaktioner på filmen, hvem henvendte filmen sig til, hvad den kunne bruges til.
- **Del 6. Afsluttende spørgsmål**
- Spørgsmålene omhandler hvor ofte paneldeltageren svarer på denne type spørgeskemaer

Spørgeskemaet i hovedundersøgelsen blev udformet i 13 forskellige udgaver med henblik på at teste effekt af spørgsmålsrækkefølgen, effekt af film og herudover diverse metodiske forskelle på spørgeteknik. En oversigt ses i tabel 2.4.

Tabel 2.4 Oversigt over forskellige udgaver af spørgeskemaet (split)

split	Rækkefølge	Rækkefølge af de enkelte dele
1	Del 1,2,3,4,5	Holdningsspørgsmål + valgspørgsmål (ingen film)
2	Del 1,6,3,4,5	Film + valgspørgsmål (ingen holdningsspørgsmål)
3	Del 1,2,3,6,5	Holdningsspørgsmål + film (ingen valgspørgsmål)
4	Del 1, 3,4,2, 5	Valgspørgsmål + holdningsspørgsmål (ingen film)
5	Del 1,2,3,4,5 (ændret del 4)	Holdningsspørgsmål + ændret valgspørgsmål (ingen film)
6	Del 1,2,3,4,5 (ændret del 4 og 5)	Holdningsspørgsmål + ændret valgspørgsmål (ingen film)
7	Del 1,2,3,4,5 (ændret del 4)	Holdningsspørgsmål + ændret valgspørgsmål (ingen film)
8	Del 1,2,3,4,5 (ændret del 4)	Holdningsspørgsmål + ændret valgspørgsmål (ingen film)
9	Del 1,2,3,4, 5 (ændret del 4)	Holdningsspørgsmål + ændret valgspørgsmål (ingen film)
10	Del 1,2,3, 4, 5 (ændret del 4)	Holdningsspørgsmål + ændret valgspørgsmål (ingen film)
11	Del 1,2,3, 4, 5 (ændret del 4)	Holdningsspørgsmål + ændret valgspørgsmål (ingen film)
12	Del 1,6,2,3,5	Film + Holdningsspørgsmål (ingen valgspørgsmål)
13	Del 1, 3,4,2, 5 (ændret del 4 og 5)	Ændret valgspørgsmål + holdningsspørgsmål (ingen film)

I analyserne i kapitel 3 kan nogle splits slås sammen uden videre, da der ikke er forskel på rækkefølgen af spørgsmål. I andre splits har spørgsmålene forskellige rækkefølge og bør derfor ikke umiddelbart slås sammen. Ud fra tabel 2.4 kan vi se, at

- Split 1,3,5,6,7,8,9,10,11 har samme rækkefølge (del 1,2,3). Disse 9 split er derfor samlet i analyserne i kapitel 5.
- Split 2 har ingen holdningsspørgsmål og indgår derfor kun i den beskrivende statistik i forhold til filmen.
- Split 4, 12 og 13 holdes adskilt fordi holdningsspørgsmål er placeret sidst
    - Split 4 og 13 har rækkefølge 1,3,4,2 så split 4 og 13 holdes adskilt i analyserne for at kunne se effekt af valgspørgsmål på holdningsspørgsmål.
    - Split 12 viser filmen før del 2, så split 12 holdes adskilt for at se effekt af filmen på del 2.
- Filmen indgår i split 2,3,12: Split 2 og 12 viser film først, split 3 viser holdningsspørgsmål først

KAPITEL 3 BESKRIVENDE STATISTIK

Generelle baggrundsspørgsmål

Antal respondenter

Det blev tilstræbt at opnå 420 respondenter i hvert split. Det lykkes nogenlunde som det ses i Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Fordeling af antal respondenter på de 13 split

split	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	I alt
antal	421	418	421	422	422	420	423	419	421	419	422	420	419	5467

Note: N=5467

Socio-demografiske oplysninger

Tabel 3.2 viser at fordelingen mellem køn i undersøgelsen svinger mellem splits, men ligger i gennemsnit på 57 % kvinder og 43 % mænd. Der var tilstræbt i dataindsamlingen at ramme en fordeling på 50 % kvinder og 50 % mænd, svarende til den danske befolkning. Der er således en overrepræsentation af kvinder i undersøgelsen.

Tabel 3.2 Spørgsmål 1a. Køn

Køn/split	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	snit	DK
Kvinder (%)	51	60	60	58	58	64	55	60	55	55	55	55	55	**57**	**50**
Mænd (%)	49	40	40	42	42	36	45	40	45	45	45	45	45	**43**	**50**

Note: N=5467. Fordelingen i den danske befolkning er indhentet fra www.statistikbanken.dk/FOLK2.

Tabel 3.3 viser, at aldersfordelingen er 17 % i aldersgruppen 18-34 år, 26 % i aldersgruppen 35-49 år og 57 % i aldersgruppen 50-70 år. Der var tilstræbt i dataindsamlingen at ramme en fordeling 30 %, 31 % og 39 %, svarende til den danske befolkning. Det betyder, at der er en underrepræsentation af den yngre del af befolkningen, den midterste del af befolkningen passer nogenlunde, og der er en overrepræsentation af den ældre del af befolkningen.

Tabel 3.3 Spørgsmål 1b. Alder

Alder/split	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	snit	DK
18-34	15	14	19	14	13	20	15	20	16	19	17	15	19	**17**	**30**
35-49	26	25	25	28	24	25	25	23	28	29	25	28	26	**26**	**31**
50-70	59	61	56	57	63	55	60	57	56	52	58	57	55	**57**	**39**

Note: N=5467. Fordelingen i den danske befolkning er indhentet fra www.statistikbanken.dk/FOLK2.

Tabel 3.4 viser, at 33 % af deltagerne i undersøgelsen bor i region Hovedstaden, 48 % i det østlige Danmark (Sjælland) og 52 % i det vestlige Danmark. Dette svarer stort set til den tilstræbte fordeling i den danske befolkning, hvor ca. 46 % bor i det østlige Danmark, mens 54 % bor i det vestlige Danmark.

Tabel 3.4 Spørgsmål 1c. Hvilken region er du bosat i?

Region	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**snit**	**DK**
Region Hovedstaden	37	32	31	35	31	33	31	31	33	32	36	31	33	**33**	**31**
Region Sjælland	12	19	16	16	13	17	14	16	14	15	12	14	17	**15**	**15**
Region Syddanmark	19	21	24	21	25	20	24	23	22	22	21	24	22	**22**	**21**
Region Midtjylland	24	21	22	21	24	23	22	22	24	24	21	22	21	**22**	**23**
Region Nordjylland	8	7	8	7	7	7	9	8	6	7	10	9	6	**8**	**10**

Note: N=5467. Fordelingen i den danske befolkning er indhentet fra www.statistikbanken.dk/FOLK1.

Tabel 3.5 viser, at 15 % af deltagerne i undersøgelsen har grundskolen som senest afsluttede uddannelse, der er 42 % som har gennemført en gymnasial eller erhvervsfaglig uddannelse, og 41 % har gennemført en videregående uddannelse. Der var tilstræbt i dataindsamlingen at ramme en fordeling 27-37 %, 38-48 % og 19-29 %, svarende til fordelingen i den danske befolkning. Der er således en underrepræsentation af deltagere uden anden uddannelse end grundskolen og en overrepræsentation af deltagere med en videregående uddannelse, mens midtergruppen passer fint. Denne skævhed i repræsentativitet er et velkendt fænomen i internet-baserede spørgeskemaundersøgelser (Lindhjem og Navrud 2011).

Tabel 3.5 Spørgsmål 1d. Hvad er din sidste uddannelse?

Uddannelse / split	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**snit**	**DK**
Grundskole 8.-10. klasse (inkl. realskole)	13	13	16	16	17	13	19	14	13	17	17	17	13	**15**	**29**
Almengymnasial uddannelse (inkl. HF)	10	10	8	8	8	10	7	8	8	9	7	7	10	**8**	**6**
Erhvervsgymnasial uddannelse (inkl. HHX og HTX)	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	1	1	2	**3**	**2**
Erhvervsfaglig uddannelse (f.eks. EUD, håndværks-, kontor- og butiksuddannelse)	34	34	29	34	29	34	34	28	24	29	32	32	27	**31**	**32**
Videregående uddannelse (op til 2 år) - med forudgående gymnasial eller erhvervsgymnasial uddannelse)	5	5	4	5	6	3	6	5	5	5	5	5	4	**5**	**4**
Videregående uddannelse (2-4½ år)	23	23	26	25	25	24	19	32	29	24	26	26	29	**25**	**15**
Videregående uddannelse (5 år eller længere)	11	11	12	8	10	12	10	9	15	13	10	10	15	**11**	**7**
Forskeruddannelse (f.eks. Ph.d.)	0	0	0	0	1	1	2	0	2		1	1	0	**1**	**0**
Andet/Ved ikke	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	**1**	**4**

Note: N=5467. Fordelingen i den danske befolkning er indhentet fra www.statistikbanken.dk/KRHFU1.

Tabel 3.6 viser, at 23 % af deltagerne bor i Storkøbenhavn, 13 % bor i en by med mere en 100,000 indbyggere, 50 % bor i en mindre by eller en provinsby og 14 % angiver, at de ikke bor i en by.

Tabel 3.6 Spørgsmål 1e. Hvor bor du?

Bopæl/split	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**snit**
Jeg bor i Storkøbenhavn	25	22	22	24	24	22	21	21	26	24	23	21	22	23
Jeg bor i en stor by (Mere end 100,000 indbyggere)	11	11	11	14	12	12	13	13	14	13	13	12	15	13
Jeg bor i en mindre by (Mellem 20,000 og 100,000 indbyggere)	20	25	25	20	19	25	22	18	20	19	21	21	22	21
Jeg bor i en provinsby (Mellem 500 og 20,000 indbyggere)	28	29	29	30	27	27	28	34	26	31	29	34	27	29
Jeg bor på landet ikke i en by	14	13	13	12	16	13	16	14	14	13	14	11	13	14
Ved ikke	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Note: N=5467.

Tabel 3.7 viser, at 60 % af deltagerne i undersøgelsen har en husstandsindkomst på mere end 400.000 kr. om året. I forhold til indkomstfordelingen i den danske befolkning, hvor kun 44 % har en husstandsindkomst på mere end 400.000 kr. om året, er der tale om en statistisk signifikant overrepræsentation af husstande med høj indkomst, og modsvarende underrepræsentation af husstande med relativt lav indkomst. Også denne skævhed er typisk for internetundersøgelser og skal ses i sammenhæng med det relativt høje uddannelsesniveau (Lindhjem og Navrud 2011).

Tabel 3.7 Spørgsmål 1f. Hvad er den samlede indkomst i din husstand før skat?

Indkomstinterval/split	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**Total**	**DK**
Under 200.000 kr.	13	12	11	10	13	12	11	12	10	11	12	11	12	**12**	**21**
200.000-299.999 kr.	12	11	16	13	16	14	13	16	12	13	12	12	14	**13**	**20**
300.000-399.999 kr.	14	16	17	14	13	14	15	15	16	15	16	14	14	**15**	**14**
400.000-499.999 kr.	13	12	11	14	12	13	11	10	9	12	15	12	16	**12**	**10**
500.000-599.999 kr.	10	15	10	13	12	12	9	12	12	14	9	7	10	**11**	**7**
Over 600.000 kr.	36	35	35	36	35	36	41	34	41	34	37	44	34	**37**	**27**

Note: N=4658. I alt 809 respondenter har enten ikke været i stand til eller ikke ønsket at ikke oplyse deres samlede husstandsindkomst. Fordelingen i den danske befolkning er indhentet fra www.statistikbanken.dk/INDKF22.

Tabel 3.8 viser, at 75 % af deltagerne i undersøgelsen ikke har hjemmeboende børn, 11 % har et enkelt hjemmeboende barn, 10 % har 2 hjemmeboende børn og 3 % har mindst 3 hjemmeboende børn. Det fremgår af tabellen, at fordelingen i stikprøven svarer nogenlunde til fordelingen i befolkningen generelt, dog er folk uden børn i noget omfang underrepræsenteret.

Tabel 3.8 Spørgsmål 1g. Hvor mange hjemmeboende bor i din husstand? (svar i %)

Antal hjemmeboende børn (under 18 år)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	snit	DK
0	77	77	77	75	77	71	75	79	74	74	74	76	76	**75**	**66**
1	11	11	11	10	10	15	11	10	14	15	12	10	10	**11**	**13**
2	9	9	10	11	9	12	10	9	9	9	11	11	11	**10**	**15**
3 eller flere	3	3	2	4	4	2	3	2	4	3	3	3	3	**3**	**6**

Note: N=5467. Fordelingen i den danske befolkning er indhentet fra www.statistikbanken.dk/FAM122N.

Tabel 3.9 viser, at i 26 % af husstandene er der kun 1 voksen, i 63 % af husstandene i undersøgelsen er der 2 voksne og i 11 % af husstandene er der flere end 2 voksne, hvilket typisk vil dække over hjemmeboende børn eller husstande bestående af flere familier. Det fremgår af tabellen, at fordelingen i stikprøven svarer nogenlunde til fordelingen i befolkningen generelt.

Tabel 3.9 Spørgsmål 1h. Hvor mange voksne bor i din husstand?

Antal voksne i husstanden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	snit	DK
Jeg er den eneste voksne i min husstand	26	27	27	26	28	26	23	29	23	23	27	24	28	**26**	**28**
Der bor 2 voksne i min husstand	64	65	62	64	59	61	66	60	67	63	62	64	60	**63**	**59**
Der bor flere end 2 voksne i min husstand	10	8	11	10	13	13	11	11	10	14	11	12	12	**11**	**13**

Note: N=5467. Fordelingen i den danske befolkning er indhentet fra www.statistikbanken.dk/FAM122N.

Tabel 3.10 viser, at af alle deltagere i undersøgelsen er 11 % venstrehåndede og 89 % højrehåndede. Dette svarer nogenlunde til, at det normalt vurderes, at ca. 10 % af alle mennesker er venstrehåndede.

Tabel 3.10 Spørgsmål 2. Er du højre- eller venstrehåndet?

Venstre eller højrehåndet/split	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	snit
Venstre	9	10	10	13	9	10	9	8	11	11	11	13	13	11
Højre	91	90	90	87	91	90	91	92	89	89	89	87	87	89

Note: N=5467

Tabel 3.11 viser, at 2 % af deltagerne i undersøgelsen er landmænd, 29 % har familie eller venner, der er landmænd, og 20 % har besøgt en landmand. I alt angiver 54 % således, at de ikke har relationer til landbruget.

Tabel 3.11 Spørgsmål 3 Har du nogen tilknytning til landbruget?

Tilknytning til landbruget	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Snit
Jeg er landmand	1	2	2	1	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2
Jeg har familie eller venner, der er landmænd	28	28	25	27	27	30	32	30	31	28	27	31	28	29
Jeg har besøgt en landmand	22	18	21	23	22	21	19	18	22	20	18	19	16	20
Jeg har ingen relationer til landbruget	53	55	56	54	55	52	52	55	50	57	56	54	58	54

Note: N=5467

Nedenstående tabel og en række af de efterfølgende er kun vist for gennemsnittet af alle split, da det fylder rigtig meget at vise tabellen for alle split.

Tabel 3.12 viser, at 41 % af deltagerne angiver, at de ofte eller hver gang køber den økologiske variant af frugt og grønt, 22 % angiver at de ofte eller altid køber økologisk kød, og 48 % angiver at de ofte eller altid køber økologisk mælk. I den anden ende af skalaen angiver 25 %, at de aldrig eller sjældent køber økologisk frugt og grønt, 42 % angiver, at de aldrig eller sjældent køber økologisk kød, og 30 % angiver, at de aldrig eller sjældent køber økologisk mælk.

Tabel 3.12 Spørgsmål 7 Hvor ofte køber du og din husstand den økologiske variant af følgende produkter?

Produkt	Aldrig	Sjældent	En gang i mellem	Ofte	Hver gang	Køber aldrig det produkt
Frugt og grønt	6	19	32	34	7	3
Kød	14	28	33	19	3	4
Mælk	12	18	19	17	31	4

OBS Hvis de svarer 'køber aldrig det produkt' til kød, skal de ikke have SP20-22.
Note: N=5467

Ifølge Økologisk Landsforening (2013) [3] lå markedsandelen i første halvdel af 2012 for frisk økologisk frugt på 9,7 %, 13 % for friske grøntsager og 4,8 % for dybfrost frugt og grønt. For kød lå markedsandelene for økologisk oksekød på 3,7 % og for svinekød på 1,5 %. Markedsandelen for økologisk mælk lå på 30,3 %. Man kan ikke direkte overføre oplysninger om hyppighed af køb, som angivet i tabel 3.12, med markedsandele, da der ingen mængdeangivelser indgår i hyppighedsangivelserne. Hvis vi alligevel vover en forsigtig sammenligning, så kunne disse tal tyde på, at de økologiske markedsandele ligger tæt på den procentdel af forbrugerne, der angiver, at de "altid" køber økologisk. Ses på andelen af folk der angiver, at de ofte eller altid køber økologisk, så kunne resultaterne tyde på, at deltagerne i undersøgelsen oftere køber økologiske varer end den gennemsnitlige dansker. Forklaringen på den relativt høje andel af folk, der angiver, at de ofte køber økologisk, kunne også være en indikator for, at det er svært for folk at gengive om de "ofte" køber økologiske varer, således at denne kategori over overvurderes.

[3] Økologisk Landsforening (2013). Økologisk Markedsnotat - juni 2013.
http://www.okologi.dk/media/2829315/markedsnotat%202013.pdf

Indkøbs- og spisevaner

Tabel 3.13 viser, at det medlem af husstanden, der deltager i undersøgelsen, hovedsagelig er den, der tager beslutning om indkøbene. I alt 54 % af deltagerne angiver, at det hovedsagelig er dem, der tager beslutning om madindkøb i deres husstand. Herudover angiver 36 %, at de deles nogenlunde lige om at tage beslutninger om madindkøb, og 10 % af deltagerne angiver, at det hovedsagelig ikke er dem, der tager beslutninger om madindkøb.

Tabel 3.13 Spørgsmål 4 Hvem tager typisk beslutninger om madindkøb i din husstand?

Hvem tager typisk beslutning om madindkøb i din huustand?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Snit*
Hovedsageligt mig	54		57	52	55	55	50	61	52	50	55	55	61	54
Det deles vi nogenlunde lige om	35		32	37	36	34	40	30	38	39	37	36	31	36
Hovedsageligt ikke mig	10		11	10	9	11	10	9	10	11	9	8	8	10
Ved ikke	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit, da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål.

Tabel 3.14 og 3.15 handler om planlægning af madindkøb. Tabel 3.14 viser, at 70 % af deltagerne planlægger størstedelen af indkøb før indkøbsturen, 23 % planlægger omtrent halvdelen af indkøbene og kun 7 % planlægger en lille del eller intet.

Tabel 3.14 Spørgsmål 5 Hvor stor en del af din husstands indkøb er planlagt før indkøbsturen?

Hvor stor en del af din husstands indkøb er planlagt før indkøbsturen?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Snit*
Størstedelen	71		70	63	65	72	70	70	73	71	71	71	69	70
Omtrent halvdelen	20		24	28	28	23	23	22	19	22	21	22	24	23
En lille del eller ingen	9		6	8	6	4	6	7	7	6	7	6	7	7
Ved ikke	0		0	1	0	0	1	0	1	1	0		0	1

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit, da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål.

Tabel 3.15 viser, at 30 % af deltagerne angiver, at de altid eller ofte beslutter før indkøbsturen om en vare skal være økologisk eller ikke-økologisk. Herudover angiver 32 %, at de engang imellem eller sjældent beslutter sig før indkøbsturen. Hele 29 % angiver, at de aldrig beslutter før en indkøbstur om en vare skal være økologisk. Spørgsmålet er formuleret, så de bare skal svare, om de har bestemt sig for at købe økologisk eller ej. Den høje andel af folk, der ikke har bestemt sig, kunne dog være et udtryk for, at folk har svaret på, om de køber økologisk eller ej. Vi undersøgte derfor indkøbsadfærd hos folk, der svarede, at de

aldrig beslutter før indkøbsturen, om en vare skal være økologisk. Af dem, som svarer "aldrig", har 42 % svaret, at de aldrig eller sjældent køber økologisk frugt/grønt. For kød er det 60 % og for mælk 50 %. Det kunne derfor godt tyde på, at folk ikke helt har forstået hensigten med spørgsmålet.

Tabel 3.15 Spørgsmål 6 Hvor ofte beslutter I allerede før indkøbsturen om en vare skal være økologisk eller ikke-økologisk?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Snit*
Altid	10		8	11	10	10	11	9	9	12	12	9	11	10
Ofte	19		22	13	21	19	16	19	21	19	22	22	15	20
En gang i mellem	12		11	12	12	12	16	13	13	10	9	16	12	12
Sjældent	19		21	23	16	22	18	21	20	21	21	20	21	20
Aldrig	29		30	30	33	30	30	28	27	29	27	25	32	29
Ved ikke	2		2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
ikke svaret	9		6	9	7	5	7	8	8	7	7	6	7	7

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål.

Med spørgsmålet ”Hvilke forhold lægger du mest vægt på, når du skal vælge mellem en økologisk og ikke-økologisk variant af …” er der i tabellerne 3.16-3.18 forsøgt at fange en anden måde at udtrykke vigtighed af enkelte egenskaber end den ofte anvendte ”hvad er vigtigt for dig når du vælger økologi?”. Hensigten var at få deltagerne til at fokusere på, hvad der for 3 forskellige madkategorier (frugt og grønt, kød og mælk) var særligt udslagsgivende.

For lettere at overskue forskelle mellem, hvad der lægges vægt på ved frugt og grønt, kød eller mælk, er gennemsnittene fra tabellerne 3.16-3.18 samlet i tabel 3.19.

Tabel 3.16 viser, at ved frugt og grønt svarer folk hovedsagelig, at det er pris, smag og sundhed, der betyder noget for, om de vælger økologisk eller ikke. Tabel 3.17 viser, at ved valg af kød er det hovedsagelig pris, dyrevelfærd og smag, efterfulgt af sundhed, der har betydning for, om der vælges økologisk kød. Tabel 3.18 viser, at ved valg af mælk er det hovedsagelig pris, smag og sundhed - efterfulgt af dyrevelfærd, der har betydning for, om der vælges økologisk mælk.

Mellem 20 % og 23 % angiver, at det ikke er de enkelte forhold, men ”det hele”, de tænker over, når de skal vælge mellem økologiske og ikke-økologiske varianter, mens 13 - 14 % af de adspurgte angiver, at de ikke tænker over sådanne forskelle, når de køber pågældende varer. Der var mulighed for at angive, om der er andre forhold, der har betydning (frie besvarelser), hvilket 3 % af deltagerne benyttede sig af. Det samlede billede er således at:

- Pris, smag og sundhed er vigtige for om der vælges økologisk frugt og grønt, kød og mælk
- Ved kød og mælk er også dyrevelfærd en vigtig parameter for om der vælges økologisk
- Godt hver 5. siger, at det ikke er enkelte forhold, men det hele der er vigtigt for, om der vælges økologisk.

Tabel 3.16 Spørgsmål 8 Hvilke forhold lægger du mest vægt på, når du skal vælge mellem en økologisk og ikke-økologisk variant af frugt og grønt? Angiv op til 3 svar? (Randomiser liste)

	1	2	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**Snit***
Pris	47		44	55	45	48	42	48	44	45	39	48	57	**47**
Smag	37		42	44	43	41	39	42	37	42	41	47	40	**41**
Holdbarhed	24		25	29	25	22	22	26	24	26	25	29	27	25
Udseende	31		33	40	30	29	28	34	29	32	29	38	41	33
Fødevaresikkerhed	24		28	22	26	25	27	28	26	25	23	33	26	26
Naturpåvirkning	29		29	27	33	29	28	38	33	33	32	33	26	31
Sundhed	38		42	43	40	41	42	41	44	40	41	48	43	**42**
Dyrevelfærd	7		6	5	6	8	8	7	7	7	6	7	5	7
Klima	21		23	21	22	24	22	26	25	22	23	22	20	23
Det hele	22		26	18	24	26	25	24	23	21	27	23	20	23
Jeg tænker ikke på sådanne forskelle	16		14	9	13	11	16	14	12	13	12	13	9	13

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål.

Tabel 3.17 Spørgsmål 8 Hvilke forhold lægger du mest vægt på, når du skal vælge mellem en økologisk og ikke-økologisk variant af kød? Angiv op til 3 svar? (Randomiser liste)

	1	2	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**Snit***
Pris	51		49	61	50	47	47	51	50	50	47	53	63	**52**
Smag	33		39	41	39	36	34	39	38	34	36	44	40	**38**
Holdbarhed	18		21	29	19	19	18	18	20	21	18	26	27	21
Udseende	19		19	23	15	20	17	19	17	20	18	24	25	20
Fødevaresikkerhed	24		26	28	25	25	27	26	27	24	26	37	31	27
Naturpåvirkning	22		23	18	27	25	21	27	22	24	23	26	23	23
Sundhed	29		32	28	31	31	27	32	31	31	28	36	30	31
Dyrevelfærd	42		43	46	45	44	46	48	49	48	46	52	52	**47**
Klima	16		17	19	18	18	16	19	23	16	19	20	21	19
Det hele	19		23	15	21	20	22	22	21	17	23	21	19	20
Jeg tænker ikke på sådanne forskelle	17		15	11	14	15	16	14	13	15	13	13	9	14

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål.

Tabel 3.18 Spørgsmål 8 Hvilke forhold lægger du mest vægt på, når du skal vælge mellem en økologisk og ikke-økologisk variant af mælk? Angiv op til 3 svar? (Randomiser liste)

	1	2	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**Snit***
Pris	39		38	46	38	38	38	40	38	42	37	44	50	**41**
Smag	32		33	35	29	32	31	31	29	30	33	38	34	**32**
Holdbarhed	21		21	34	22	19	25	23	23	22	22	30	31	24
Udseende	6		7	5	7	6	6	5	7	7	6	10	6	7
Fødevaresikkerhed	19		20	20	20	21	20	21	23	18	18	30	22	21
Naturpåvirkning	22		22	17	23	24	21	21	21	21	21	22	18	21
Sundhed	32		31	32	30	34	32	30	33	31	32	37	31	**32**
Dyrevelfærd	26		26	28	27	28	29	28	28	31	28	30	32	28
Klima	14		12	13	15	16	14	16	18	15	16	14	15	15
Det hele	19		24	19	25	23	24	23	22	21	25	22	21	22
Jeg tænker ikke på sådanne forskelle	16		16	11	15	15	17	16	14	15	13	15	10	14

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål.

Tabel 3.19 Spørgsmål 8 Hvilke forhold lægger du mest vægt på, når du skal vælge mellem en økologisk og ikke-økologisk variant af følgende produkter? Angiv op til 3 svar. (Randomiser liste)

Når jeg skal vælge mellem økologi og ikke-økologi lægger jeg mest vægt på forskelle i:	**Produkt**		
	Frugt og grønt	**Kød**	**Mælk**
- Pris	**47**	**52**	**41**
- Smag	**41**	**38**	**32**
- Holdbarhed	25	21	24
- Udseende	33	20	7
- Fødevaresikkerhed	26	27	21
- Naturpåvirkning	31	23	21
- Sundhed	**42**	**31**	**32**
- Dyrevelfærd	7	**47**	**28**
- Klimapåvirkning	23	19	15
- Det hele	23	20	22
Jeg tænker slet ikke over sådanne forskelle	13	14	14
Lægger du vægt på andre forhold, når du vælger mellem en økologisk og en ikke-økologisk variant af de forrige produkter (frugt og grønt, kød og mælk)? Hvis ja, skriv hvilke her:	3		

I tabel 3.20 og 3.21 er der forsøgt at fange forskelle i andre forhold, der betyder noget for valg af økologiske varer, som hverken er knyttet til selve produktegenskaberne eller til produkttype. For at kunne lettere overskue resultaterne i tabel 3.20 og 3.21, har vi samlet gennemsnittene i tabel 3.22.

Tabel 3.20 viser, at 36 % er helt eller delvist uenige i, at det kun er ved dyre produkter, at prisforskellen er vigtig for valg af økologiske madvarer. I den anden ende af skalaen er 35 % helt eller delvist enige i, at det kun er ved dyre produkter, at prisforskellen mellem økologiske og ikke-økologiske varer er vigtig. Nogenlunde samme fordeling ses i tabel 3.21, hvor 39 % angiver, at de er helt eller delvist uenige i, at vægtningen afhænger af, hvad varen skal bruges til, mens 37 % er helt eller delvist enige i udsagnet.

Tabel 3.20 Spørgsmål 9 Hvor enig er du i følgende udsagn om valg mellem økologiske og ikke-økologiske madvarer? Det er kun ved dyre produkter, at prisforskellen er vigtig for mit valg af madvarer.

	1	2	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**Snit***
Helt uenig	24		17	16	21	20	19	23	18	22	18	20	18	20
Delvist uenig	14		16	14	17	17	14	14	14	16	17	19	18	16
Hverken	22		25	23	22	23	22	23	24	23	20	21	22	23
Delvist enig	23		22	28	24	24	26	26	25	21	26	23	26	24
Helt enig	10		13	13	10	11	12	11	13	11	13	12	11	11
Ved ikke	7		8	6	5	5	7	5	6	6	6	4	5	6

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål.

Tabel 3.21 Spørgsmål 9 Hvor enig er du i følgende udsagn om valg mellem økologiske og ikke-økologiske madvarer? Det, jeg lægger vægt på, afhænger af hvad jeg skal bruge varerne til.

	1	2	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**Snit***
Helt uenig	17		17	14	18	16	17	20	17	17	19	17	16	18
Delvist uenig	13		10	8	12	10	9	9	12	11	14	10	11	11
Hverken	20		19	17	19	18	18	19	20	16	18	14	14	19
Delvist enig	27		29	33	27	31	29	26	27	31	28	33	32	29
Helt enig	17		17	21	19	22	20	23	20	18	16	22	22	19
Ved ikke	5		7	6	5	3	5	3	5	7	5	4	4	5

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål.

Tabel 3.22 Spørgsmål 9 Hvor enig er du i følgende udsagn om valg mellem økologiske og ikke-økologiske madvarer? Randomiser udsagn

	Helt uenig	Delvist uenig	Hverken enig eller uenig	Delvist enig	Helt enig	Ved ikke
Det er kun ved dyre produkter, at prisforskellen er vigtig for mit valg af madvarer	20	16	23	24	11	6
Det, jeg lægger vægt på, afhænger af hvad jeg skal bruge varerne til	18	11	19	29	19	5

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål.

Tabel 3.23 viser holdningerne til en række udsagn om køb af mad og til økologi. Blandt andet siger 65 %, at de er helt eller delvist enige i, at de gerne vil støtte tankegangen bag økologi, og 46 % siger, at de er helt eller delvist enige i, at de har større tillid til økologiske produkter.

Tabel 3.23 Spørgsmål 10 Hvor enig er du i følgende udsagn om køb af mad og økologi? Randomiser udsagn

	Helt uenig	Delvist uenig	Hverken enig eller uenig	Delvist enig	Helt enig	Ved ikke
Jeg køber økologisk af princip	33	13	21	18	13	3
For mig er økologi lig med kvalitet	14	15	26	29	14	3
Prisen er som regel for høj på økologiske varer til, at jeg vil købe økologisk	10	17	18	31	22	3
Det ændrer alligevel ikke noget, at jeg køber økologi	29	24	25	11	7	5
Det er blevet en vane for mig at købe økologisk	34	13	21	18	11	2
Udvalget af økologiske varer er for lille og dårligt	9	20	35	21	6	9
Jeg har ikke råd til økologi	22	19	24	21	12	2
Økologi er spild af penge	40	21	21	10	6	3
Jeg vil gerne støtte tankegangen bag økologi	8	6	18	25	40	3
Holdbarheden af økologiske madvarer er for dårlig	13	15	33	20	7	13
Jeg har større tillid til økologiske produkter	15	12	24	23	23	3

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål.

Tabel 3.24 viser, at de tre forhold, som folk angiver, ville kunne få dem til at købe mere økologi, er lavere priser, større udvalg og flere penge at købe mad for. Herefter følger et ønske om mere viden om forskelle

mellem økologiske og ikke-økologiske produkter og mere dyrevelfærd, som hhv. 28 % og 26 % angiver som faktorer, der ville kunne få dem til at købe mere økologi.

Tabel 3.24 Spørgsmål 11 Hvad kunne få dig til at købe flere økologiske produkter (eller begynde at købe økologi)? Angiv gerne flere svar. Randomiser

	1	2	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**Snit***
Større udvalg af økologiske madvarer i alle butikker	41		42	39	43	42	44	43	39	40	44	44	38	**42**
Mere viden om forskelle mellem økologiske og ikke-økologiske madvarer	26		31	26	29	32	27	24	29	27	29	25	27	28
Mere økologisk mad i restauranter og mere økologisk fast-food	16		17	15	18	18	18	17	19	18	17	20	13	18
Mere klimavenlig økologisk produktion	17		21	18	21	20	17	17	19	16	19	19	16	19
Mere dyrevenlig økologisk produktion	27		28	28	28	28	27	22	25	24	29	28	26	26
Mindre forurenende økologisk produktion	17		18	15	20	19	17	16	15	19	19	19	14	18
Sundere økologiske madvarer	19		19	16	23	16	17	16	18	17	19	18	16	18
Lavere priser på økologiske madvarer	75		75	76	72	75	72	74	72	64	75	72	78	**73**
At jeg havde flere penge at købe mad for	38		41	43	40	37	41	43	35	42	37	41	44	**39**
Der er ikke noget, der kan få mig til at købe flere økologisk produkter	12		11	10	12	9	12	12	13	11	10	13	9	11

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål.

De to næste tabeller (tabel 3.25 og 3.26) forsøger at fange, hvad folk forbinder med henholdsvis økologiske produkter og økologisk produktionsmetode. Der er størst enighed om, at økologiske varer er dyrere, men der er trods alt kun 55 %, der er helt enige, mens 36 % er delvist enige. Der er også stor enighed om, at økologiske varer indeholder færre pesticid- og medicinrester samt færre tilsætningsstoffer. Lidt over halvdelen er helt eller delvist enige i, at økologiske varer indeholder flere sunde egenskaber, smager bedre, er mere sæsonafhængige og under skarpere kontrol. Kun 7 % er helt enige i, at økologiske varer er danskproducerede. Der er størst usikkerhed om, hvorvidt transportafstanden er kortere hos økologiske varer, idet hele 24 % har svaret ved ikke og resten af svarene fordeler sig ligeligt mellem uenige, ingen forskel og enige.

Tabel 3.25 Spørgsmål 12 Hvad forbinder du med økologiske *produkter* sammenlignet med ikke-økologiske *produkter*? Randomiser

	Tværtimod	Delvist uenig	Ingen forskel	Delvist enig	Helt enig	Ved ikke
Økologiske varer indeholder flere sunde egenskaber	2	7	29	33	20	10
Økologiske varer indeholder færre pesticidrester	1	2	8	30	**49**	11
Økologiske varer indeholder færre medicinrester	1	3	9	31	**45**	11
Økologiske varer smager bedre	3	9	32	34	16	7
Økologiske varer er friskere	3	15	41	14	9	8
Økologiske varer er dyrere	0	1	4	36	**55**	3
Udvalget af økologiske varer er mere sæsonafhængigt	1	5	22	41	18	14
Økologiske varer er under skarpere kontrol	1	5	19	36	25	13
Transportafstanden er kortere hos økologiske varer	3	14	34	18	7	24
Økologiske varer er dansk producerede	4	25	29	23	7	12
Økologiske varer indeholder færre tilsætningsstoffer (såsom konserveringsmidler, farvestoffer)	1	3	10	34	**45**	8

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål.

Man kan i tabel 3.26 vælge at lægge vægt på, at rigtig mange tillægger økologisk produktion nogle gode værdier, såsom et godt lokalmiljøet, mindre klimabelastning, et rigere dyreliv, mere bæredygtighed, mere dyrevenlighed og bygger på bedre og klarere værdier. Og at det har højere omkostninger og lavere udbytte og til dels har mindre bedrifter.

Men man kunne også vælge at læse tabellen mere kritisk, og så vil man fange, at der trods alt er et stort mindretal, der ikke er overbeviste om, at økologi er bedre på ovennævnte punkter. Eksempelvis er kun 33 % helt enige i at økologisk produktion belaster miljøet mindre, kun 26 % er helt enige i, at økologi er mere bæredygtigt, og 36 % er helt enige i, at økologisk produktion er mere dyrevenlig. Det er ellers forhold som ofte fremhæves af de økologiske producent-foreninger som fordele ved den økologiske produktionsmetode.

Tabel 3.26 Spørgsmål 13 Hvad forbinder du med økologisk *produktion* sammenlignet med ikke-økologisk *produktion*? Randomiser

	Tværti mod	Delvist uenig	Ingen forskel	Delvist enig	Helt enig	Ved ikke
Økologisk produktion forurener mindre i lokalmiljøet	1	4	14	35	33	13
Økologisk produktion belaster klimaet mindre	2	4	16	36	30	13
Økologiske arealer har rigere dyreliv	1	3	16	33	37	21
Økologisk produktion er generelt mere bæredygtig	2	8	16	33	26	18
Økologisk produktion giver lavere udbytte	1	4	12	39	22	22
Økologisk produktion har højere omkostninger	1	2	9	42	31	15
Økologiske landbrug er mindre	1	5	21	35	15	23
Økologisk produktion er mere dyrevenlig	1	3	13	37	36	10
Økologisk produktion bygger på bedre værdier	1	3	14	32	38	11

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål.

I tabel 3.27 vises resultaterne af en test af folks viden om økologireglerne. Deltagerne i undersøgelsen blev bedt om at forholde sig til en række udsagn, hvor de kan angive svarene ”rigtigt, forkert eller ved ikke”. Svarene er nedenfor delt op efter, hvor mange der svarede rigtigt:

Mere end 67 % af respondenterne vidste godt, at

- man ikke må anvende kunstgødning eller kemisk fremstillede pesticider
- man kun må anvende økologisk produceret foder
- man ikke må anvende genmodificerede afgrøder eller foder
- og at økologiske køer skal på græs om sommeren og økologiske grise og høns skal have adgang til udearealer

Mellem 20 og 30 % troede, at man ikke må kastrere smågrise eller aflive tyrekalve lige efter fødslen, ligesom de troede, at Ø-mærkede varer skal opfylde visse krav til smag og kvalitet, og at emballagen skal være økologisk. Ingen af disse forventninger er dækket af det nuværende Ø-mærke.

Omkring halvdelen af respondenterne troede, at man kun måtte bruge økologisk husdyrgødning, og at reglerne for økologi er strengere i Danmark end i andre EU lande, og ca. 40 % troede, at der var krav om mindre klimabelastning ved økologisk produktion. Heller ingen af disse forventninger er dækket af det nuværende Ø-mærke.

Resultaterne tyder på en vis ydmyghed i forhold til egen viden, idet der er store andele af respondenter der svarer ”ved ikke” ved alle udsagn. De største andele ”ved ikke” ses ved de påstande, hvor flest har svaret forkert.

Tabel 3.27 Spørgsmål 14 Hvilke regler tror du, der gælder for økologisk landbrug i Danmark? Spørgsmålet skal ikke opfattes som en test af din viden, vi er blot interesseret i din mening. Randomiser

Det kunne folk godt svare på (flere end 67% rigtige svar)	**Rigtigt**	**Forkert**	**Ved ikke**
Man må ikke anvende kunstgødning	69	14	17
Man må ikke anvende kemisk fremstillede pesticider	84	4	12
Man må kun anvende økologisk produceret foder[2)]	73	13	13
Man må ikke anvende genmodificerede afgrøder eller foder	78	6	16
Økologiske køer skal på græs om sommeren	82	7	11
Økologiske grise skal have adgang til udearealer	73	12	15
Økologiske høns skal have adgang til udearealer	76	11	12
Det kunne folk til dels (flere rigtige svar end forkerte)			
Ø-mærkede varer skal opfylde visse krav til smag og spisekvalitet	32	47	22
Emballagen skal være økologisk	22	47	42
Man må ikke kastrere smågrise[3)]	19	35	46
Man må ikke aflive tyrekalve lige efter fødslen	17	24	49
Det kunne folk ikke (flere forkerte svar end rigtige)			
Man må kun anvende husdyrgødning fra økologiske bedrifter[1)]	52	18	30
Det danske Ø-mærke dækker kun varer der er produceret i Danmark	51	23	26
Ø-mærkede varer skal produceres med mindre klimabelastning (mindre CO_2-udledning)	45	27	39
Reglerne for det danske Ø-mærke er skrappere end EU's økologi-regler[4)]	56	15	41

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål. De grå felter angiver de rigtige svar.
1) Der må bruges husdyrgødning fra konventionelle bedrifter op til 70 kg N pr. hektar. 2) Rigtigt at køer og kalve kun må få økologisk foder, men der må godt anvendes op til 5 % ikke-økologiske foder til svin og høns
3) Man må gerne kastrere smågrise, men som i konventionel svineproduktion skal de smertelindres først
4) Reglerne for det danske Ø-mærke er præcis de samme som EU's økologi regler. Se mere om reglerne for økologisk produktion på hjemmesiden for Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri
http://1.naturerhverv.fvm.dk/vejledning_om_oekologisk_jordbrugsproduktion.aspx?ID=2137

Tabellerne 3.28 og 3.29 omhandler viden og ønske om viden. I tabel 3.28 blev deltagerne spurgt om deres selvvurderede viden om økologi. Hertil svarer 80 %, at de ved lidt om økologi, mens 6 % siger de intet ved, og 12 % siger, at de ved meget om økologi.

Lidt interessant ses at, at selvom 80 % svarer, at de ved lidt om økologi, så viser tabel 3.29, at kun 19 % ønsker at vide "meget mere" om forskelle på økologiske og ikke-økologiske produkter. Herudover ønsker 41 % at vide "lidt mere", og 32 % behøver ikke vide mere.

Der er således en gruppe på i hvert fald 20 %, der ikke behøver mere viden om økologi, men som ikke har angivet, at de ved meget om forskellene. Eller sagt på en anden måde, så har 86 % angivet, at de ved intet eller lidt om forskellene, men kun 60 % ønsker at vide mere.

Tabel 3.28 Spørgsmål 15 Hvordan vil du karakterisere din viden om økologi?

	1	2	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**Snit***
Jeg ved intet om forskellen på økologiske og ikke-økologiske produkter	7		7	6	6	6	7	5	7	6	4	5	5	6
Jeg ved lidt om forskellen på økologisk og ikke-økologiske produkter	79		80	79	84	81	78	82	77	77	84	81	81	80
Jeg ved meget om forskellen mellem økologiske og ikke-økologiske produkter	11		10	11	8	11	13	11	14	15	15	12	11	12
Ved ikke	2		3	4	2	2	2	1	2	3	2	2	3	2

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål

Tabel 3.29 Spørgsmål 16 Har du lyst til at få mere viden om forskellen på økologiske og ikke-økologiske produkter?

	1	2	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**Snit***
Jeg vil gerne vide meget mere om forskellen på økologiske og ikke-økologiske produkter	17		18	17	18	19	18	21	20	17	22	17	17	19
Jeg vil gerne vide lidt mere om forskellen på økologiske og ikke-økologiske produkter	38		44	40	40	45	38	41	42	39	42	41	41	41
Jeg behøver ikke mere viden om forskellen mellem økologiske og ikke-økologiske produkter	39		29	31	33	28	38	31	29	35	27	31	31	32
Ved ikke	6		10	12	8	8	6	7	9	9	9	11	11	8

Dem, der gerne vil vide meget mere eller lidt mere, fik efterfølgende mulighed for at beskrive i fri tekst, hvilken type viden de mener, de har brug for. En stor del af dem, der svarede, sagde, at de gerne ville have mere at vide om forskellen mellem økologiske og ikke-økologiske produkter ift. bl.a. sundhed, klima, næringsindhold, dyrevelfærd samt hele aspektet vedrørende om, man nu kan stole på overholdelse af de økologiske regler.

Tabellerne 3.30 og 3.31 omhandler tillid og forventninger til økologiske produkter. Tabel 3.30 viser, at 70 % af deltagerne har en meget høj eller høj grad af tillid til det danske ø-mærke, og yderligere har 21 % i nogen grad tillid til det danske ø-mærke. Til sammenligning har kun 7 % meget høj grad af tillid til det europæiske ø-mærke, og 20 % har høj grad af tillid til det europæiske ø-mærke, mens hele 15 % ikke kende mærket, og 9 % svarer ”ved ikke”.

Tabel 3.31 viser, at 24 % angiver, at de hverken forventer mere eller mindre af økologiske madvarer i forhold til ikke-økologiske, mens 42 % forventer lidt mere af økologiske madvarer, og 21 % forventer meget mere af økologiske madvarer.

Tabel 3.30 Spørgsmål 18 I hvor høj grad har du tillid til følgende mærker?

	Slet ikke	I mindre grad	I nogen grad	I høj grad	I meget høj grad	Kender ikke mærket	Ved ikke
Det danske Ø-mærke	1	4	21	33	37	1	3
Det europæiske Ø-mærke	5	14	30	20	7	15	9

Note: N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål

Tabel 3.31 Spørgsmål 19 Hvad er dine forventninger til økologiske madvarer i forhold til ikke-økologiske? Vælg det udsagn der passer bedst på dig.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	snit*
Jeg forventer meget mindre af økologiske madvarer sammenlignet med ikke-økologiske	1		1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1
Jeg forventer lidt mindre af økologiske madvarer sammenlignet med ikke-økologiske	3		4	3	4	4	4	4	4	4	6	5	5	4
Jeg forventer hverken mere eller mindre af økologiske madvarer sammenlignet med ikke-økologiske	26		25	21	27	24	22	24	22	26	25	22	22	24
Jeg forventer lidt mere af økologiske madvarer sammenlignet med ikke-økologiske	41		42	41	42	40	42	40	42	41	44	46	46	42
Jeg forventer meget mere af økologiske madvarer sammenlignet med ikke-økologiske	19		19	22	18	22	22	22	22	23	18	19	19	21
Ved ikke	9		9	10	7	8	9	8	9	6	5	6	6	8

*N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål

Oksekød

I tabel 3.32 har kun 4 % angivet, at de spiser oksekød 5-7 gange om ugen, mens 51 % angiver, at de spiser oksekød 2-4 gange om ugen, og 39 % angiver, at de spiser oksekød højst 1 gang om ugen.

Tabel 3.32 Spørgsmål 20 Hvor mange dage om ugen indgår oksekød i et hovedmåltid i din husstand? Med hovedmåltid tænkes f.eks. på frokost eller aftensmad.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	snit*
Ingen	3		2	2	4	2	3	4	3	4	3	2	2	3
Højst 1 gang om ugen	40		41	39	36	37	38	43	38	38	38	39	39	39
2-4 gange om ugen	50		50	51	53	52	51	45	51	48	50	51	51	50
5-7 gange om ugen	2		1	4	1	1	3	1	2	2	2	4	4	2
Ved ikke	1		2	2	2	2	2	1	2	3	4	2	2	2
ikke svaret	4		4	3	4	5	4	5	4	5	3	3	3	4

*N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål

Tabel 3.33 viser, at 64 % mener, at almindeligt hakket oksekød koster mellem 25 og 35 kroner for ½ kg og 49 % mener, at økologiske hakket oksekød i en 400 grams pakke koster mellem 30 og 45 kroner. Der udtrykkes noget større usikkerhed omkring prisen på økologisk hakket oksekød, idet dobbelt så mange angiver, at de ikke ved, hvad økologiske oksekød koster, end tilfældet er for ikke-økologiske oksekød (36 % mod 18 %).

Tabel 3.33 Spørgsmål 21 Hvad koster hakket oksekød (6-10%) normalt der, hvor du plejer at handle? Sæt kun et kryds.

	Ca. 20 kr.	Ca. 25 kr.	Ca. 30 kr.	Ca. 35 kr.	Ca. 45 kr.	Ca. 55 kr.	Ca. 70 kr.	Ved ikke
500 gram hakket oksekød (ikke-økologisk)	4	21	26	17	8	2	0	18
400 gram hakket oksekød (økologisk)	0	3	12	21	16	5	1	36

*N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål

I tabel 3.34 ses, at når det gælder om at retfærdiggøre en højere pris for økologisk hakket oksekød, så er smag den egenskab, som flest deltagere giver 1. prioritet (23 %), efterfulgt af at køer skal have bedre adgang til udendørs arealer, at der er taget ekstra klima- og miljøhensyn, og at kødet er dansk. Når man i stedet kigger på, hvor mange gange en egenskab er nævnt som enten 1., 2. eller 3. prioritet, så er adgang til udendørs arealer nævnt af flest deltagere (47 %) efterfulgt af bedre smag, hvorefter dansk produceret, ekstra klima- og miljøhensyn og mere plads i staldene nævnes af ca. lige mange deltagere (godt 30 %). De to egenskaber, der er nævnt færrest gange, er, at kødet skal være mere friskt, og at der skal være flere fedtfattige varianter.

Tabel 3.34 Spørgsmål 22 Hvilke 3 egenskaber kan for dig retfærdiggøre, at økologisk hakket oksekød er dyrere end ikke-økologisk hakket oksekød? Du skal prioritere egenskaberne, så 1 er den vigtigste, 2 er den næst-vigtigste osv.

Jeg vil godt betale en merpris, hvis jeg er garanteret følgende egenskaber (split 1)	1. prioritet	2. prioritet	3. prioritet	Egenskaben nævnt i alt
Bedre smagskvalitet	23 (1)	7	9	39 (2)
Ekstra miljø- og klimahensyn	10 (3)	8	12	30
Køerne har bedre adgang til udendørs arealer	18 (2)	18	11	47 (1)
Køerne har bedre plads i stalden	4	15	12	31
Kødet er mere friskt	4	10	7	22
Dansk produceret	10 (3)	10	14	34 (3)
Flere fedtfattige varianter	1	2	5	8

*N=3788. Her indgår split 2, 4,12 og 13 ikke i gennemsnit da spørgsmål rækkefølgen i 4,12,13 er anderledes. Split 2 har ikke fået disse spørgsmål

Film spørgsmål

Split 2,3 og 12 fik filmen at se og har svaret på en række opfølgende spørgsmål.

Tekst til respondenterne

Vi vil nu bede dig se en lille film om økologi. Den varer knap 3 minutter. Når du trykker på næste starter filmen. Efter filmen vil vi bede dig svare på nogle opfølgende spørgsmål.

RESPONDENTEN SER FILMEN, OG NÅR DEN ER SLUT SENDES MAN RETUR TIL DE RESTERENDE SPØRGSMÅL

Første spørgsmål var et åbent spørgsmål: Spørgsmål Film1 Hvad er dit umiddelbare indtryk af filmen (f.eks. lærerig, overraskende, kedelig, lang, uforståelig, noget du undrede dig over, ordvalg, andet).

Til det svarede 21 %, at de ikke havde nogen kommentarer (fordelt på 19 % i split 2, 28 % i split 3 og 17 % i split12). Dvs. at 79 % havde kommentarer svarende til 991 kommentarer (ikke vist).

I tabel 3.35 vises resultaterne for, hvad deltagerne synes om filmen. Kun 16 % var helt eller delvist enige i, at filmen fik dem til at få et helt nyt syn på økologi, og 28 % fik lyst til vide mere om økologi. I alt var 33 % helt eller delvist enige i, at filmen var kedelig. 28 % tror, at folk vil bruge den internet platfom, som filmen beskriver, og kun 3 % var helt eller delvist enige i, at filmen var for kort.

Tabel 3.35 Film2 Hvad synes du om filmen? Angiv hvor enig du er i følgende udsagn (gennemsnit % øverst og nedenunder split2/split3/split12)

	Helt uenig	Delvist uenig	Hverken enig eller uenig	Delvist enig	Helt enig	Ved ikke
Filmen fik mig til at få et helt nyt syn på økologi	27 27/27/26	17 18/16/16	35 32/36/36	12 16/11/11	4 4/3/5	6 4/7/6
Filmen gav mig lyst til at vide mere om økologi	19 18/19/20	17 17/16/16	30 33/30/27	20 21/20/21	8 7/7/9	6 4/8/5
Jeg forstod ikke filmen	49 50/46/51	18 18/17/19	16 16/18/16	8 9/8/7	3 3/2/3	6 4/8/5
Jeg synes, filmen var kedelig	16 16/14/18	14 14/14/15	22 20/24/21	21 23/22/18	22 22/19/23	5 3/7/4
Jeg synes, filmen var for kort	46 47/41/50	21 24/19/20	25 23/29/22	2 1/3/1	1 1/1/1	6 4/8/6
Jeg tror mange mennesker vil bruge den platform, som filmen beskriver	14 15/15/11	20 20/20/22	25 25/23/26	21 23/19/22	7 7/7/7	12 10/16/12

N2=418, N3=421, N12=420

Tabel 3.36 viser, hvad folk tror, de vil bruge platformen, som filmen beskriver, til. I alt er 48 % helt eller delvist enige i, at de vil bruge platformen til bedre at forstå, hvilken vare de skal købe, mens 41 % er helt eller delvist enige i, at de vil bruge platformen til bedre at forstå, hvad økologi er. 29 % er helt eller delvist enige i at de vil bruge platformen til at få indflydelse på økologisk produktions udvikling, mens 47 % er helt eller delvist enige i, at de ikke vil komme til at bruge platformen.

Tabel 3.36 Film3 Filmen beskriver en platform, som kan bruges af alle, der ønsker mere gennemsigtighed og mere viden om, hvad økologi står for, og som gerne vil have mulighed for at få indflydelse på økologiens udvikling. Hvad tror du, at du ville bruge platformen til? (gennemsnit % øverst og nedenunder split 2/split 3/split12)

	Helt uenig	Delvist uenig	Hverken enig eller uenig	Delvist enig	Helt enig	Ved ikke
Til bedre at forstå hvad det er for en vare jeg køber (gennemsigtighed)	15 15/16/14	7 8/5/8	20 22/19/20	28 28/30/27	20 22/16/22	10 6/14/9
Til bedre at forstå hvad økologi er, udover at det opfylder reglerne for Ø-mærket (viden)	16 16/15/17	8 8/7/8	25 27/23/24	28 27/29/28	13 15/12/14	10 7/14/10
Til at få indflydelse på udviklingen i økologisk produktion (indflydelse)	20 18/21/20	12 15/12/10	27 31/25/24	19 19/17/21	10 10/7/13	12 8/17/11
Jeg ville indtaste min profil, så jeg kan sammenligne mig med andre forbrugere	38 38/39/37	16 19/13/17	20 17/21/20	8 8/7/8	4 6/2/5	14 12/17/12
Jeg tror slet ikke, jeg ville bruge sådan en platform	12 13/11/11	13 15/10/14	18 17/18/19	17 19/17/16	30 28/32/31	10 9/12/8

N2=418, N3=421, N12=420

I tabel 3.37 vises, hvem deltagerne mener, at filmen mest henvender sig til. Halvdelen af deltagerne følte at filmen henvendte sig til deres egen gruppe, nemlig forbrugere, mens 35 % følge, at den henvendte sig til alle grupper. Under 10 % mente, at filmen henvendte sig til de andre led i kæden såsom forhandlere, forarbejdningsvirksomheder og landmænd.

Tabel 3.37 Spørgsmål Film4 Hvem følte du at filmen mest henvendte sig til? (i %)

Gruppe	**2**	**3**	**12**	**snit**
Forbrugere	48	53	49	50
Forhandlere (supermarkeder, købmænd, slagtere, mv.)	8	6	8	7
Forarbejdningsvirksomheder (slagterier, mejerier, mv.)	3	3	3	3
Landmænd	4	4	5	5
Alle	36	33	34	35

N2=418, N3=421, N12=420

Afslutningsvist fik respondenterne lejlighed til at angive andre kommentarer til filmen i fri tekst; 66 i split 2, 61 i split 3 og 94 i split 12 har givet kommentarer til filmen (ikke vist)

Afsluttende spørgsmål

Tabel 3.38 viser, at svarene fordeler sig, så 22 % har deltaget i 1-4 undersøgelser, 20 % har deltaget i 5-9 undersøgelser, 18 % har deltaget i 10-20 undersøgelser, 8 % har deltaget i mere end 20 undersøgelser. Hele 29 % kan ikke huske, hvor mange undersøgelser de har deltaget i indenfor de seneste 6 måneder.

Tabel 3.39 viser, at ca. halvdelen af deltagerne fra Userneeds internetpanel også er medlem af andre internetpaneler.

Det fremgår således tydeligt, at det er erfarne respondenter, der har deltaget i denne spørgeskemaundersøgelse. Det har ikke været hensigten i nærværende projekt at dykke ned i, hvilke konsekvenser det har for svarprocenter og svarfordelingerne om en respondent er erfaren eller ikke. En mulig fordel kunne være, at de erfarne respondenter er mere vant til at udtrykke holdninger og præferencer i spørgeskemaer.

Tabel 3.38 Spørgsmål 23 Hvor mange undersøgelser har du deltaget i inden for de seneste seks måneder som medlem i Userneeds' internetpanel?

Antal undersøgelser seneste 6 måneder	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**snit**
0	1	2	2	1	3	2	3	2	4	1	3	3	4	2
1-4	22	22	21	23	24	23	21	22	19	26	22	18	21	22
5-9	19	18	24	20	23	21	17	19	23	17	19	22	21	20
10-14	12	10	13	14	11	10	13	13	12	12	14	12	11	12
15-20	7	7	4	6	5	5	7	8	5	8	6	6	7	6
Mere end 20	8	6	7	7	8	8	9	8	6	7	7	9	8	8
Ved ikke	30	34	29	29	27	30	30	28	31	28	29	30	28	29

N=5467

Tabel 3.39 Spørgsmål 24 Er du medlem af andre internetpaneler?

	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**snit**
ja	58	53	53	57	54	57	57	55	57	56	56	56	56	56
nej	42	47	47	43	46	43	43	45	43	44	44	44	44	44

N=5467

KAPITEL 4 OPSUMMERING OG SVAR PÅ FORSKNINGSSPØRGSMÅL

Repræsentativitet

Det må konstateres, at den yngre del af befolkningen er underrepræsenteret, den midterste del af befolkningen passer nogenlunde og den ældre del er overrepræsenteret. Ligeledes er der en overrepræsentation af kvinder i undersøgelsen.

Fordelingen på de fem regioner er nogenlunde repræsentativ, ligesom også fordelingen af husstande i forhold til antal børn svarer nogenlunde til fordelingen i befolkningen generelt, dog er folk uden børn i noget omfang underrepræsenteret.

Der er for få deltagere uden anden uddannelse end grundskolen og for mange deltagere med en videregående uddannelse, mens midtergruppen passer fint. Endelig er der for mange husstande med høje indkomster og modsvarende for få husstande med relativt lave indkomster.

Forskningsspørgsmålene

Formålet med selve spørgeskemaundersøgelsen var at opnå kvantitativ indsigt i forbrugernes valg og fravalg af økologiske madvarer, hvilke forventninger der ligger bag deres valg samt deres viden og ønske om mere viden om økologisk fødevareproduktion. I kapitel 1 formuleres en række forskningsspørgsmål, som adresseres nedenfor.

Det økologiske valg

Når folk skulle vælge mellem en økologisk variant eller en ikke-økologisk variant af et produkt, så lagde de vægt på nogenlunde de samme kriterier ved frugt og grønt, kød og mælk

- Pris, smag og sundhed var vigtige parametre for om der vælges økologisk for alle tre kategorier
- Ved de animalske produkter var også dyrevelfærd en vigtig parameter for om der vælges økologisk
- Godt hver 5. siger, at det ikke er enkelte forhold, men det hele der er vigtigt for, om der vælges økologisk.
- Hver 7. siger, at de ikke tænker over den slags forskelle

Der kom således ikke den forventede forskel mellem produkttyper frem i skemaet. Vi anerkender, at det kan være svært at ”huske”, når man sidder ved computeren derhjemme, hvad det er, man lægger vægt på, når man køber ind ude i butikkerne. Det vil derfor være en interessant opfølgning på dette studie, at interviewe folk, mens de køber ind for i højere grad at kunne fange deres overvejelser i købsøjeblikket.

Forventninger til økologi

Der er en klar forventning om, at økologiske varer er dyrere, ligesom rigtig mange forbandt økologisk produktion med højere omkostninger. Det kunne tyde på, at folk kæder højere produktionsomkostninger sammen med højere forbrugerpriser.

Økologiske varer blev i høj grad forbundet med færre pesticid- og medicinrester samt færre tilsætningsstoffer, idet tre ud af fire var enige eller delvist enige i disse egenskaber. Herudover var lidt over halvdelen delvist eller helt enige i, at økologiske varer indeholder flere sunde egenskaber, smager bedre, er mere sæsonafhængige og under skarpere kontrol. Der er ikke mange, der forventer, at økologiske varer er danske, idet kun 7 % er helt enige i et udsagn om, at økologiske varer er danskproducerede.

Rigtig mange tillægger økologisk produktion nogle positive værdier som et bedre lokalmiljø, mindre klimabelastning, et rigere dyreliv, mere bæredygtighed, mere dyrevenlighed og bedre værdier. Der er også mange, der forbinder økologisk produktion med lavere udbytte og til dels mindre bedrifter. Men samtidig er der også et stort mindretal, der ikke er overbeviste om, at økologi er bedre på ovennævnte punkter. Eksempelvis er kun 33 % helt enige i, at økologisk produktion belaster miljøet mindre. 26 % er helt enige i, at økologi er mere bæredygtig, og 36 % er helt enige i, at økologisk produktion er mere dyrevenlig.

En ud af fire angiver, at de hverken forventer mere eller mindre af økologiske madvarer i forhold til ikke-økologiske. Til gengæld forventer 42 % lidt mere af økologiske madvarer, og 21 % forventer meget mere af økologiske madvarer.

Viden

Deltagerne i undersøgelsen blev bedt om at forholde sig til en række udsagn om reglerne for økologi. Svarene viser lidt blandede resultater, og man kunne fristes til at sige, at tillid til økologi er større end viden om den. Vi fandt, at mere end 67 % af respondenterne godt vidste, at man ikke må anvende kunstgødning eller pesticider, at man kun må anvende økologisk produceret foder, at man ikke må anvende genmodificerede afgrøder eller foder, at økologiske køer skal på græs om sommeren, og at økologiske grise og høns skal have adgang til udearealer.

Mellem 20 og 30 % troede, at man ikke må kastrere smågrise eller aflive tyrekalve lige efter fødslen, ligesom de troede, at Ø-mærkede varer skal opfylde visse krav til smag og kvalitet, og at emballagen skal være økologisk. Ingen af disse forventninger er imidlertid dækket af det nuværende Ø-mærke.

Omkring halvdelen af respondenterne troede, at man kun måtte bruge økologisk husdyrgødning, og at reglerne for økologi er strengere i Danmark end i andre EU lande, og ca. 40 % troede, at der var krav om mindre klimabelastning ved økologisk produktion. Heller ingen af disse forventninger er dækket af det nuværende Ø-mærke.

I alt angav 12 %, at de ved meget om økologi, mens 32 % angav at de ikke behøver vide mere om økologi. Det kunne tyde på a der er en gruppe på i hvert fald 20 %, der ikke behøver mere viden om økologi, men som ikke har angivet, at de ved meget.

Tillid

Undersøgelsen viser, at der er stor tillid til det danske Ø-mærke. Hele 70 % af deltagerne har en meget høj eller høj grad af tillid til det danske ø-mærke. Til sammenligning har kun 27 % meget høj eller høj grad af tillid til det europæiske ø-mærke. I alt angav 15 %, at de ikke kender det europæiske ø-mærke.

Redskaber til vurdering og valg

Vi har identificeret en form for "viden-mæthed" i form af, at i hvert fald 20 % af deltagerne ikke har meget viden om økologi, men alligevel ikke vil vide mere. Samtidig angives mere viden af 28 % som et af de forhold, der kunne få dem til at købe flere økologiske varer. I et åbent spørgsmål om, hvilken viden de kunne tænke sig, blev mere viden om specifikke forskelle vedrørende sundhed, ernæring, klima, dyrevelfærd nævnt samt bedre viden om, hvorvidt de økologiske regler overholdes.

Der blev testet et helt konkret forslag til en måde, hvorpå forbrugerne kunne tilegne sig mere viden, nemlig gennem en nyudviklet internetbaseret platform, hvor alle interessenter fra producent til forbruger kunne byde ind med deres viden. Reaktionerne på en film om denne prototype til videndeling var, at knapt 50 % mente helt eller delvist, at de ville bruge platformen til at få mere information om de varer, de køber, mens godt 40 % var helt eller delvist enige i, at de ville bruge platformen til bedre at forstå, hvad økologi er - og 47 % var helt eller delvist enige i, at de ikke vil bruge platformen.

Netop disse resultater føder ind til andre dele af projektet, hvor denne prototype til en interaktiv internet-baseret platform om økologi er udviklet, og hvor vigtigheden af tillid og troværdig analyseres i forhold til hvordan økologi opfattes.

Nyhedsværdi

Resultaterne, og især detaljeringsgraden, vedrørende kendskabet til de økologiske regler, hvorvidt folk ønsker mere viden om økologi, samt hvilke forventninger folk har til, hvad den økologiske produktionsform kan tilbyde, er nye og interessante. Den systematiske skævvridning, som allerede er nævnt, skal nødvendigvis inddrages i fortolkningerne, da de overrepræsenterede grupper (kvinder, højtuddannelse, velhavende) typisk er de grupper, der er mest tilbøjelige til at købe økologisk.

BILAG A SPØRGESKEMA OM VALG AF MADVARER

Dette spørgeskema er en del af et forskningsprojekt, som gennemføres af en forskergruppe ved Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi på Københavns Universitet.

Formålet med projektet er at få mere viden om forbrugeres valg af madvarer, særligt med fokus på valg eller fravalg af økologiske madvarer.

Dine svar har stor betydning for undersøgelsens resultater uanset hvad dit kendskab og din holdning til emnet er.

Del 1. Personlig information

1a. Hvad er dit køn?
Kvinde ❑
Mand ❑

1b. Hvor gammel er du? _____

1c. Hvilken region er du bosat i?

1: Region Hovedstaden ❑
2: Region Sjælland ❑
3: Region Syddanmark ❑
4: Region Midtjylland ❑
5: Region Nordjylland ❑
6: Udlandet ❑ Afslut
7: Vil ikke oplyse ❑ Afslut

1d. Angiv venligst din senest afsluttede uddannelse
1: Grundskole 8.-10. klasse (inkl. realskole) ❑
2: Almengymnasial uddannelse (inkl. HF) ❑
3: Erhvervsgymnasial uddannelse (inkl. HHX og HTX) ❑
4: Erhvervsfaglig uddannelse (f.eks. EUD, håndværksuddannelse, kontoruddannelse, butiksuddannelse) ❑
5: Videregående uddannelse (op til 2 år - Kræver forudgående gymnasial eller erhvervsgymnasial uddannelse) ❑
6: Videregående uddannelse (2-4½ år) ❑
7: Videregående uddannelse (5 år eller længere) ❑
8: Forskeruddannelse (f.eks. Ph.d.) ❑
9: Andet/Ved ikke ❑

1e. Hvor bor du?

Jeg bor i Storkøbenhavn ❑
Jeg bor i en stor by (Mere end 100.000 indbyggere) ❑
Jeg bor i en mindre by (Mellem 20.000 og 100.000 indbyggere) ❑
Jeg bor i en provinsby (Mellem 500 og 20.000 indbyggere) ❑
Jeg bor på landet/ikke i en by ❑
Ved ikke ❑

1f. Hvad er den samlede indkomst i din husstand før skat? Hvis du bor alene, består husstanden af dig.

1: Under 100.000 kr. ❑
2: 100.000 – 199.999 kr. ❑
3: 200.000 – 299.999 kr. ❑
4: 300.000 – 399.999 kr. ❑
5: 400.000 – 499.999 kr. ❑
6: 500.000 – 599.999 kr. ❑
7: 600.000 – 699.999 kr. ❑
8: 700.000 – 799.999 kr. ❑
9: 800.000 – 899.999 kr. ❑
10: 900.000 – 999.999 kr. ❑
11: 1 million – 1½ millioner kr. ❑
12: 1½ millioner – 2 millioner kr. ❑
13: 2 millioner – 3 millioner kr. ❑
14: Over 3 millioner kr. ❑
15: Det ønsker jeg ikke at oplyse ❑
16: Ved ikke ❑

1.g Hvor mange hjemmeboede børn under 18 år, bor der i husstanden? (Enten helt eller delvist)

0 ❑
1 ❑
2 ❑
3 ❑
4 ❑
5 eller flere ❑

1.h Hvor mange voksne bor i din husstand?

Jeg er den eneste voksne i min husstand ❑
Der bor 2 voksne i min husstand ❑
Der bor flere end 2 voksne i min husstand ❑

2. Er du venstre- eller højrehåndet?

Venstrehåndet ❑ Højrehåndet ❑

3. Har du nogen tilknytning til landbruget? Angiv gerne flere svar

Jeg er landmand ❑

Jeg har familie eller venner, der er landmænd ❑

Jeg har besøgt en landmand ❑

Jeg har ingen relationer til landbruget ❑

7. Hvor ofte køber du og din husstand den økologiske variant af følgende produkter? (Randomiser)

Produkt	Aldrig	Sjældent	En gang i mellem	Ofte	Hver gang	Køber aldrig det produkt
Frugt og grønt						
Kød						
Mælk						

OBS svarer de 'køber aldrig det produkt' til kød, skal de ikke have SP20-22 eller valgsæt eller 23-27

Del 2. Indkøb og spisevaner

4. Hvem tager typisk beslutninger om madindkøb i din husstand?

Hovedsageligt mig ❑

Det deles vi nogenlunde lige om ❑

Hovedsageligt ikke mig ❑

Ved ikke ❑

5. Hvor stor en del af din husstands indkøb er planlagt før indkøbsturen?

Størstedelen ❑

Omtrent halvdelen ❑

En lille del eller ingen ❑

Ved ikke ❑

OBS. Dem der svarer "En lille del eller ingen" eller "ved ikke" går direkte til SP8

6. Hvor ofte beslutter I allerede før indkøbsturen om en vare skal være økologisk eller ikke-økologisk?

Altid ❑

Ofte ❑

En gang i mellem ❑

Sjældent ❑

Aldrig ❑

Ved ikke ❑

8. **Hvilke forhold lægger du mest vægt på, når du skal vælge mellem en økologisk og ikke-økologisk variant af følgende produkter? Angiv op til 3 svar..** (Randomiser liste)

Når jeg skal vælge mellem økologi og ikke-økologi lægger jeg mest vægt på forskelle i…	**Produkt**		
	Frugt og grønt	**Kød**	**Mælk**
- Pris			
- Smag			
- Holdbarhed			
- Udseende			
- Fødevaresikkerhed			
- Naturpåvirkning			
- Sundhed			
- Dyrevelfærd			
- Klimapåvirkning			
- Det hele (For mig er økologi en helhed)			
Jeg tænker slet ikke over sådanne forskelle			

Q8a.

Lægger du vægt på andre forhold, når du vælger mellem en økologisk og en ikke-økologisk variant af de forrige produkter (frugt og grønt, kød og mælk)? Hvis ja, skriv hvilke her:_____

Ingen andre forhold/Ved ikke ❑

9. **Hvor enig er du i følgende udsagn om valg mellem økologiske og ikke-økologiske madvarer?**

Randomiser udsagn

	Helt uenig	Delvist uenig	Hverken enig eller uenig	Delvist enig	Helt enig	Ved ikke
Det er kun ved dyre produkter, at prisforskellen er vigtig for mit valg af madvarer						
Det, jeg lægger vægt på, afhænger af hvad jeg skal bruge varerne til						

10. **Hvor enig er du i følgende udsagn om køb af mad og økologi?** Randomiser udsagn

	Helt uenig	Delvist uenig	Hverken enig eller uenig	Delvist enig	Helt enig	Ved ikke
Jeg køber økologisk af princip						
For mig er økologi lig med kvalitet						
Prisen er som regel for høj på økologiske varer til, at jeg vil købe						

økologisk						
Det ændrer alligevel ikke noget, at jeg køber økologi						
Det er blevet en vane for mig at købe økologisk						
Udvalget af økologiske varer er for lille og dårligt						
Jeg har ikke råd til økologi						
Økologi er spild af penge						
Jeg vil gerne støtte tankegangen bag økologi						
Holdbarheden af økologiske madvarer er for dårlig						
Jeg har større tillid til økologiske produkter						

11. Hvad kunne få dig til at købe flere økologiske produkter (eller begynde at købe økologi)? Angiv gerne flere svar. Randomiser

Større udvalg af økologiske madvarer i alle butikker ❑
Mere viden om forskelle mellem økologiske og ikke-økologiske madvarer ❑
Mere økologisk mad i restauranter og mere økologisk fast-food ❑
Mere klimavenlig økologisk produktion ❑
Mere dyrevenlig økologisk produktion ❑
Mindre forurenende økologisk produktion ❑
Sundere økologiske madvarer ❑
Lavere priser på økologiske madvarer ❑
At jeg havde flere penge at købe mad for ❑
Der er ikke noget, der kan få mig til at købe flere økologisk produkter ❑

12. Hvad forbinder du med økologiske *produkter* sammenlignet med ikke-økologiske *produkter*? Randomiser

	Tværtimod	Delvist uenig	Ingen forskel	Delvist enig	Helt enig	Ved ikke
Økologiske varer indeholder flere sunde egenskaber						
Økologiske varer indeholder færre pesticidrester						
Økologiske varer indeholder færre medicinrester						
Økologiske varer smager bedre						
Økologiske varer er friskere						
Økologiske varer er dyrere						

Udvalget af økologiske varer er mere sæsonafhængigt						
Økologiske varer er under skarpere kontrol						
Transportafstanden er kortere hos økologiske varer						
Økologiske varer er dansk producerede						
Økologiske varer indeholder færre tilsætningsstoffer (såsom konserveringsmidler, farvestoffer)						

13. Hvad forbinder du med økologisk *produktion* sammenlignet med ikke-økologisk *produktion*? Randomiser

	Tværti mod	Delvist uenig	Ingen forskel	Delvist enig	Helt enig	Ved ikke
Økologisk produktion forurener mindre i lokalmiljøet						
Økologisk produktion belaster klimaet mindre						
Økologiske arealer har rigere dyreliv						
Økologisk produktion er generelt mere bæredygtig						
Økologisk produktion giver lavere udbytte						
Økologisk produktion har højere omkostninger						
Økologiske landbrug er mindre						
Økologisk produktion er mere dyrevenlig						
Økologisk produktion bygger på bedre værdier						

14. Hvilke regler tror du, der gælder for økologisk landbrug i Danmark? Spørgsmålet skal ikke opfattes som en test af din viden, vi er blot interesseret i din mening. Randomiser

Til sidst i spørgeskemaet har du mulighed for at få at se den korrekte besvarelse.

	Rigtigt	**Forkert**	**Ved ikke**
Man må ikke anvende kunstgødning			
Man må ikke anvende kemisk fremstillede pesticider			
Man må kun anvende husdyrgødning fra økologiske bedrifter			
Man må kun anvende økologisk produceret foder			
Man må ikke anvende genmodificerede afgrøder eller foder			
Man må ikke kastrere smågrise			
Man må ikke aflive tyrekalve lige efter fødslen			
Økologiske køer skal på græs om sommeren			
Økologiske grise skal have adgang til udearealer			

Økologiske høns skal have adgang til udearealer			
Det danske Ø-mærke dækker kun varer der er produceret i Danmark			
Ø-mærkede varer skal opfylde visse krav til smag og spisekvalitet			
Emballagen skal være økologisk			
Ø-mærkede varer skal produceres med mindre klimabelastning (mindre CO_2-udledning)			
Reglerne for det danske Ø-mærke er skrappere end EU's økologi-regler			

15. Hvordan vil du karakterisere din viden om økologi?

Jeg ved intet om forskellen på økologiske og ikke-økologiske produkter ❑
Jeg ved lidt om forskellen på økologisk og ikke-økologiske produkter ❑
Jeg ved meget om forskellen mellem økologiske og ikke-økologiske produkter ❑
Ved ikke ❑

16. Har du lyst til at få mere viden om forskellen på økologiske og ikke-økologiske produkter?

Jeg vil gerne vide meget mere om forskellen på økologiske og ikke-økologiske produkter ❑ ⇨
Gå til sp. 17
Jeg vil gerne vide lidt mere om forskellen på økologiske og ikke-økologiske produkter ❑⇨
Gå til sp. 17
Jeg behøver ikke mere viden om forskellen mellem økologiske og ikke-økologiske produkter ❑⇨
Gå til sp. 18
Ved ikke ❑⇨
Gå til sp. 18

17. Prøv at forklare, hvilken type viden du mest har brug for, når du skal vælge mellem økologiske og ikke-økologiske produkter

Skriv her: .....
Ved ikke ❑

18. I hvor høj grad har du tillid til følgende mærker?

	Slet ikke	**I mindre grad**	**I nogen grad**	**I høj grad**	**I meget høj grad**	**Kender ikke mærket**	**Ved ikke**
Det danske Ø-mærke							
Det europæiske Ø-mærke							

19. Hvad er dine forventninger til økologiske madvarer i forhold til ikke-økologiske? Vælg det udsagn der passer bedst på dig.

Jeg forventer meget mindre af økologiske	Jeg forventer lidt mindre af økologiske	Jeg forventer hverken mere eller mindre	Jeg forventer lidt mere af økologiske	Jeg forventer meget mere af økologiske	Ved ikke

madvarer sammenlignet med ikke-økologiske	madvarer sammenlignet med ikke-økologiske	af økologiske madvarer sammenlignet med ikke-økologiske	madvarer sammenlignet med ikke-økologiske	madvarer sammenlignet med ikke-økologiske	

Del 3. Oksekød

20. **Hvor mange dage om ugen indgår oksekød i et hovedmåltid i din husstand? Med hovedmåltid tænkes f.eks. på frokost eller aftensmad.**

Ingen	Højst 1 gang om ugen	2-4 gange om ugen	5-7 gange om ugen	Ved ikke

21. Hvad koster hakket oksekød (6-10%) normalt der, hvor du plejer at handle? Sæt kun et kryds.

	Ca. 20 kr.	Ca. 25 kr.	Ca. 30 kr.	Ca. 35 kr.	Ca. 45 kr.	Ca. 55 kr.	Ca. 70 kr.	Ved ikke
500 gram hakket oksekød (ikke-økologisk)								
400 gram hakket oksekød (økologisk)								

22. Hvilke 3 egenskaber kan for dig retfærdiggøre, at økologisk hakket oksekød er dyrere end ikke-økologisk hakket oksekød? Du skal prioritere egenskaberne, så 1 er den vigtigste, 2 er den næst-vigtigste osv.

Jeg vil godt betale en merpris, hvis jeg er garanteret følgende egenskaber	De 3 vigtigste egenskaber
Bedre smagskvalitet	
Ekstra miljø- og klimahensyn	
Køerne har bedre adgang til udendørs arealer	
Køerne har bedre plads i stalden	
Kødet er mere friskt	
Dansk produceret	
Flere fedtfattige varianter	

Der er ikke noget der retfærdiggør at økologisk hakket oksekød er dyrere end ikke-økologisk hakket oksekød ❑

Del 4. Valgspørgsmål

Ikke afrapporteret.

Del 5. Filmen

Vi vil nu vi bede dig se en lille film om økologi. Den varer knap 3 minutter. Når du trykker på næste starter filmen. Efter filmen vil vi bede dig svare på nogle opfølgende spørgsmål.

RESPONDENTEN SER FILMEN, OG NÅR DEN ER SLUT SENDES MAN RETUR TIL DE RESTERENDE SPØRGSMÅL

Film 1. Hvad er dit umiddelbare indtryk af filmen (lærerig, overraskende, kedelig, lang, uforståelig, noget du undrede dig over, ordvalg, mm). Skriv gerne her

……..

Film 2. Hvad synes du om filmen? Angiv hvor enig du er i følgende udsagn.

	Helt enig	Delvist enig	Ingen forskel	Delvist uenig	Tværtimod	Ved ikke
Filmen fik mig til at få et helt nyt syn på økologi						
Filmen gav mig lyst til at vide mere om økologi						
Jeg forstod ikke filmen						
Jeg synes filmen var kedelig						
Jeg synes filmen var for kort						
Jeg tror der er stort behov for sådan en platform som filmen beskriver						

Film 3. Filmen beskriver en platform som kan bruges af alle der ønsker mere gennemsigtighed, mere viden om hvad økologi står for og som gerne vil have mulighed for at få indflydelse på økologiens udvikling. Hvad tror du at du ville bruge platformen til ?

	Helt enig	Delvist enig	Ingen forskel	Delvist uenig	Tværtimod	Ved ikke
Til bedre at forstå hvad det er for en vare jeg køber (gennemsigtighed)						
Til bedre at forstå hvad økologi er, udover at det opfylder reglerne for Ø-mærket (viden)						
Til at få indflydelse på den mulige udvikling i økologisk produktion (indflydelse)						
Jeg ville indtaste min profil, så jeg kan sammenligne mig med andre forbrugere						

Jeg tror slet ikke jeg ville bruge sådan en platform						
Ved ikke						

Film 4. Hvem følte du at filmen mest henvendte sig til?

- Forbrugere
- Forhandlere
- Forarbejdningsvirksomheder
- Landmænd
- Alle

Film 5. Har du andre kommentarer til filmen , så må du meget gerne dele dem med os her

……

Del 6. Afsluttende spørgsmål

23. Hvor mange undersøgelser har du deltaget i inden for de seneste seks måneder som medlem i Userneeds' internetpanel?

0 ❑
1-4 ❑
5-9 ❑
10-14 ❑
15-20 ❑
Mere end 20 ❑
Ved ikke ❑

24. Er du medlem af andre internetpaneler?

Ja ❑
Nej ❑

25. Afslutningsvist vil vi gerne høre, om du har nogle kommentarer til undersøgelsen.

Notér venligst:

Klik her hvis du vil se de rigtige svar om økologireglerne.