UNIVERSITY OF COPENHAGEN

Københavns Universitet

Hvilke kvalitetsparametre er væsentlige for fødevareforbrugerne?

Jensen, Jørgen Dejgård

Publication date:
2011

Document version
Også kaldet Forlagets PDF

Citation for published version (APA):
Jensen, J. D., (2011). *Hvilke kvalitetsparametre er væsentlige for fødevareforbrugerne?*, 41 s., mar. 21, 2011. FOI-Udredning Nr. 2011/3

Download date: 06. Oct. 2026

FØDEVAREØKONOMISK INSTITUT
KØBENHAVNS UNIVERSITET

FOI Udredning

Hvilke kvalitetsparametre er væsentlige for fødevareforbrugerne?

Jørgen Dejgård Jensen

2011 / 3

FOI Udredning 2011 / 3

Hvilke kvalitetsparametre er væsentlige for fødevareforbrugerne?

Forfatter: Jørgen Dejgård Jensen

Fødevareøkonomisk Institut
Københavns Universitet
Rolighedsvej 25
1958 Frederiksberg
www.foi.life.ku.dk

Fødevareøkonomisk Institut
Jørgen Dejgård Jensen
21. marts 2011

Hvilke kvalitetsparametre er væsentlige for fødevareforbrugerne?

Sammendrag og konklusion

Nærværende rapport søger at belyse forbrugernes opfattelse af fødevarekvalitet, herunder deres opfattelse af, hvilke parametre som er mest betydningsfulde i forhold til den oplevede kvalitet af fødevarerne.

Overordnet kan der sondres mellem 4 hoveddimensioner i forhold til fødevarekvalitet (hvorunder hovedparten af de mere specifikke egenskaber kan rubriceres): Spisekvalitet, proceskvalitet, sundhed og convenience.

En gennemgang af eksisterende studier af forbrugernes rangordning af fødevareattributter har søgt at afdække, hvor vigtige disse egenskaber er i forhold til hinanden for forbrugerne, og for forskellige fødevaretyper. Gennemgangen viser at spisekvaliteten (ikke overraskende) spiller en væsentlig rolle for alle fødevarekategorier. Men gennemgangen tyder også på visse forskelle mellem de forskellige produktkategorier. Eksempelvis spiller attributter som sundhed og fødevaresikkerhed vigtige roller, men også dyrevelfærd, oprindelsesland og økologi spiller en vis rolle i forhold til efterspørgslen efter kød og kødprodukter, mens parametre som oprindelsesland og bæredygtig fangst ser ud til at være blandt de vigtigste attributter i relation til fisk og skaldyr (om end antallet af fundne studier vedrørende fiskeprodukter er forholdsvis beskedent). Som for kød er fødevaresikkerhed og dyrevelfærd også væsentlige attributter i relation til efterspørgslen efter mejeriprodukter, mens sundhed og geografisk oprindelse ser ud til at være væsentlige egenskaber i et forholdsvis begrænset antal studier vedrørende andre typer fødevarer.

En nylig spørgeskemaundersøgelse blandt et repræsentativt udsnit af danske forbrugere supplerer disse mønstre og synes også at understøtte nogle af de nævnte tendenser fra internationale studier. Således findes sundhed (i form af lavt fedtindhold), samt dyrevelfærd at være ganske væsentlige parametre i relation til forbrugernes vurdering af kød- og mejeriprodukter, men undersøgelsen peger også på parametre, som ikke har været analyseret i de tidligere nævnte studier fra litteraturen. Det drejer sig om kendskab til produktets oprindelse og kendskab til produktionsdatoen, som af mange forbrugere er de parametre, de lægger mest vægt på.

De væsentligste kvalitetsegenskaber for forbrugerne

Animalske fødevarer	Vegetabilske fødevarer
Oplysning om produktionsdato	Viden om varens oprindelse
Viden om varens oprindelse	Hensyn til miljø
Lavt fedtindhold	Oplysning om produktionsdato
Hensyn til dyrevelfærd	Lang tid til sidste holdbarhedsdato
Hensyn til miljø	Dansk oprindelse

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse, gennemført i Danmark, august 2010

I den gennemførte spørgeskemaundersøgelse angiver forbrugerne også, at de finder parametre som miljøvenlighed, lang tid til sidste salgsdato og dansk produceret vigtigere end produktets pris, mens relativt få forbrugere lægger mere vægt på egenskaber som økologisk og lokalt produceret end på, at varen er billig. Undersøgelsesformen kan dog have gjort, at deltagerne har tilkendegivet en lavere vægtning af pris-parameteren, end de ville gøre i en faktisk indkøbssituation.

Det kan på baggrund af spørgeskemaundersøgelsen konkluderes, at der blandt danske forbrugere ser ud til at være en ganske udbredt interesse for viden om fødevarernes produktionsdato og deres geografiske oprindelse. Undersøgelsen tyder også på, at forbrugerinteressen for konkrete attributter som dyrevenlighed og miljøvenlig produktion er større end for, om varen er økologisk (selv om økologi jo som hovedregel omfatter netop disse aspekter).

Forbrugernes interesse for lokal produktion er overordnet set forholdsvis begrænset, og kun en lille andel af de danske forbrugere fremhæver lokal produktion blandt de væsentligste produkt-parametre. Disse resultater kan tyde på, at markedet kun i ret begrænset omfang kan give grundlag for at tilføre fødevareproduktionen merværdi gennem branding af varerne som lokale.

Ifølge undersøgelsens resultater ser prisen ud til at have en relativt lille betydning for forbrugernes opfattelse af produkterne. Men som nævnt bør netop pris-aspektet af resultaterne tolkes med en betydelig varsomhed, fordi respondenterne ikke har været økonomiske forpligtede af deres tilkendegivelser i undersøgelsen. Men udover denne svaghed vurderes den gennemførte spørgeskemaundersøgelse principielt at kunne give et nogenlunde retvisende billede af forbruger-populationens rangordning af forskellige egenskaber ved produkterne indenfor forskellige kategorier.

Rapporten fokuserer på at give et overordnet billede af forbrugernes rangordning af forskellige kvalitetsegenskaber ved fødevarer. En del af rapportens resultater tyder dog på, at der kan være en betydelig variation i disse rangordninger blandt forskellige forbrugersegmenter. Eksempelvis kan travle forbrugere tænkes at prioritere convenience relativt højt, mens fx børnefamilier kan tænkes at prioritere sundhedsegenskaber forholdsvis højt. En opdeling af ovennævnte spørgeskema-materiale viser også, at der er forskelle i prioriteringen mellem kvinder og mænd, mellem yngre og ældre forbrugere og mellem forbrugere med forskelligt uddannelsesniveau. Kvinder, ældre og folk med længere videregående uddannelser er således forholdsvis tilbøjelige til at vægte parametre som dyrevelfærd, miljøvenlighed, lavt fedtindhold, økologi og lokal produktion. Udviklingen i disse segmenter kan være forholdsvis afgørende for,

hvorledes den samlede efterspørgsel efter forskellige fødevarekvalitets-egenskaber vil udvikle sig de kommende år. Der er således behov for mere dybtgående undersøgelser af efterspørgslen efter disse egenskaber i forskellige forbrugersegmenter, samt segmenternes udvikling over tid.

Nærværende analyse følges i 2011 op af en undersøgelse, som har til formål at afdække forskelle og ligheder i prioriteringen af kvalitetsegenskaber mellem forskellige forbrugersegmenter og målgrupper.

1. Indledning

Fødevareministeriet har i efteråret 2009 igangsat et større udredningsarbejde vedrørende fødevarekvalitet. Målet med nærværende rapport er at afdække forbrugervinklen i forhold hertil.

"Fødevarekvalitet" er ikke ét entydigt begreb, og det vil være et vigtigt at få en mere sikker viden om, hvilke parametre, der lægges vægt på, når fødevarer vælges, og dermed hvilke kvalitetsaspekter i fødevarepolitikken, der er vigtige for forbrugerne. Det er samtidig vigtigt at få en viden om, i hvilket omfang – og på hvilken måde – forbrugerne er villige til at betale for forskellige kvalitetsparametre.

I det følgende belyses disse spørgsmål fortrinsvis ved hjælp af en gennemgang af eksisterende litteratur på området, herunder resultater af tidligere forskningsprojekter fra bl.a. Fødevareøkonomisk Institut, samt en nyere spørgeskemaundersøgelse gennemført af Fødevareøkonomisk Institut. Opgaven er udført som led i opfyldelsen af myndighedsaftalen for 2010 mellem Fødevareministeriet og Fødevareøkonomisk Institut.

En overordnet ramme for undersøgelsen har været de mulige kombinationer af varer og kvalitetsparametre som er skitseret i tabel 1. Rækken af kvalitetsparametre omfatter således egenskaber som spisekvalitet (i bred forstand inklusiv smag, farve, lugt, konsistens osv.), pris, geografisk oprindelse (produktionsland og –område, herunder om varen har en beskyttet geografisk betegnelse), økologi, fair trade, naturlighed (forarbejdningsgrad, tilsætningsstoffer, GMO, mv.), varens convenience egenskaber og varens historie (som kan omfatte en række procesorienterede underparametre som produktionsdato, friskhed, dyrevelfærd).

Tabel 1. Mulige kombinationer af produkter og kvalitetsparametre

	Smag	Sundhed	Sikkerhed	Økologi	Geografisk oprindelse	Fair trade	Naturlighed	Dyrevelfærd	Convenience	Historie	Pris
Frugt og grønt											
Mælk											
Ost											
Fersk kød											
Kødprodukter											
Cerealier											
Brød											
Ris											
Pasta											
Marmelade											
Honning											
Chokolade											
Juice											
Øl											
Vin											

Ikke alle disse kvalitetsparametre er lige relevante for alle typer føde- og drikkevarer. Opgaven har således i hovedsagen været at undersøge, hvilke af de nævnte typer parametre, der er væsentlige for forbrugerne i forhold til de respektive fødevarekategorier – og hvor væsentlige de er for forbrugerne. Ej heller er alle parametre lige vigtige for alle forbrugere. Det har ligget udenfor rammerne af nærværende rapport at gå dybere ind i forskelle mellem forbrugere. Dette vil blive genstand for en særskilt undersøgelse i 2011.

Der foretages i det følgende en gennemgang af litteraturen om forbrugeres afvejning af forskellige kvalitetsegenskaber ved fødevarer, og deres afvejning af disse kvalitetsegenskaber overfor prisen. Litteraturstudiet har fortrinsvis taget udgangspunkt i Danmark og øvrige nordeuropæiske lande – hvor forbrugerne må formodes at have sammenlignelige opfattelser af fødevarekvalitet - men har også inddraget studier fra andre europæiske lande, bl.a. med henblik på at afdække eventuelle interessesammenfald og –modsætninger i forhold til, hvilke kvalitetsparametre der har betydning for forbrugerne. Litteraturundersøgelsen omfatter både videnskabelig litteratur og andre former for faglig relevant litteratur, fx forskningsrapporter, markedsundersøgelser (i det omfang de er tilgængelige), mv. Der er desuden anvendt data fra en spørgeskemaundersøgelse blandt et repræsentativt udsnit af danske forbrugere, med henblik på at undersøge, hvor stor vægt forbrugerne lægger på forskellige produktegenskaber.

I notatets afsnit 2 gives en introduktion til de anvendte begreber, definitioner og analytiske tilgange. Afsnit 3 giver en oversigt over markedssituationen for fødevarer med særlige kvalitetsegenskaber. Dernæst giver afsnit 4 en gennemgang af forskningsresultater mv. vedrørende danske (og udenlandske) forbrugeres præferencer for forskellige kvalitetsegenskaber i fødevarerne, 5 rapporterer en ny dansk spørgeskemaundersøgelse. Endelig drages konklusioner og perspektiver af undersøgelsen i afsnit 6.

2. Begreber og definitioner

2.1 Kvalitetsbegreber

Kvalitet kan grundlæggende opdeles i objektiv og subjektiv kvalitet (Brunsø et al., 2002, Jensen, 2002). En vares objektive kvalitet udtrykker mål- og dokumenterbare egenskaber, som kan måles af virksomheden uafhængigt af forbrugeren, mens den subjektive kvalitet fremkommer ved forbrugerens egen oplevelse af kvaliteten, og kan udover objektivt målbare egenskaber også påvirkes af fx varens udseende og fødevarers mulige symbolske betydninger (Hansen, 2001). Farve, pakkestørrelse, fedtprocent, næringsstofindhold, økologi, dyrevelfærd, geografisk oprindelse, og dokumentation af hygiejne er eksempler på objektive kvalitetsparametre. Subjektive kvalitetsegenskaber kan omfatte parametre som æstetiske og etiske forhold og forbrugets betydning for skabelsen af personlig identitet og image. Parametre som smag, saftighed og tekstur er også målbare – og dermed objektive - i en vis udstrækning (bl.a. via sensoriske metoder), men den individuelle oplevelse af disse egenskaber indeholder også et betydeligt element af subjektivitet, bl.a. præget af forbrugernes holdninger og vidensniveau (Teisl et al., 2009). Meiselman (2001) og Hansen (2001) peger endvidere på, at brugernes oplevelse af fødevarekvaliteten også kan afhænge af den kontekst, hvori fødevaren konsumeres.

Brunsø et al. (2002) opstiller 4 forskellige overordnede tilgange til begrebet fødevarekvalitet, som har hver sit udgangspunkt og hver sine anvendelser:

- Produkt-orienteret kvalitet, som omfatter alle målbare aspekter af det fysiske produkt (fx fedtprocent i kød, celletal i mælk, kartoflers stivelsesindhold mv.)
- Proces-orienteret kvalitet, som repræsenterer måden, varen er produceret på, fx uden brug af pesticider eller GMO-foder, dyrevelfærd, økologisk dyrkning osv.
- Certificeret kvalitet, dvs. produktet overholder en række veldefinerede kriterier, som både kan gå på de fysiske produktegenskaber og produktionsmetoden
- Bruger-orienteret kvalitet, som repræsenterer brugerens subjektive oplevelse af produktets kvalitet.

Mens den sidstnævnte tilgang er et forholdsvis rent udtryk for subjektiv kvalitetsopfattelse, så repræsenterer de tre første tilgange forskellige udgangspunkter for at definere og operationalisere begrebet objektiv kvalitet, hvor et certificeringsudgangspunkt eksempelvis kan anvendes til at inddrage såvel produkt- som proces-orienterede egenskaber i et fælles kvalitetskoncept (se fx Bremner, 2000, for en mere konkret metode til dette formål). De tre førstnævnte kan således spille en rolle i producenters og distributørers styring af kvaliteten, mens den sidstnævnte kan være mere vanskelig at operationalisere.

Uanset hvilken af de ovennævnte tilgange til definition, måling og styring af fødevarekvalitet, der anvendes, så kan der indholdsmæssigt sondres mellem fire hoveddimensioner for så vidt angår kvalitetsparametre i relation til fødevarer (Brunsø et al., 2002):

- Spisekvalitet, smag og fremtræden
- Sundhed
- Proces-kvalitet
- Convenience

En fødevares *spisekvalitet* afhænger i hovedtræk af fødevarens smag, lugt, udseende og tekstur (fx mørhed, sprødhed, "cremethed" osv.), samt varens friskhed. I princippet kan en fødevares spisekvalitet i hovedsagen først for alvor erkendes i forbindelse med indtagelsen, hvorfor forbrugerens vurdering af en vares spisekvalitet i indkøbssituationen må bero på forskellige søgekarakteristika, som fx varedeklaration, information om tid til sidste salgsdato, visuelle indtryk som farve, fedtmarmorering osv., samt naturligvis forbrugerens tidligere erfaring med den pågældende vare og producent.

En fødevares *sundhedsmæssige kvalitet* er relateret til varens energitæthed og indhold af makronæringsstoffer (protein, kylhydrater, fedt, fibre osv.) og mikronæringsstoffer (vitaminer, mineraler, mv.) og evt. mikrobiologiske og kemiske sundhedsmæssige risici forbundet med forbrug af fødevaren. Gennem de senere år har den offentlige opmærksomhed omkring fødevarer og sundhed især rettet sig mod indholdet af makronæringsstoffer som fedt, kylhydrater og fibre, men også fødevarernes indhold af mikronæringsstoffer spiller en væsentlig rolle for sundheden. Forbrugernes muligheder for at vurdere varernes sundhedsmæssige kvalitet afhænger af den konkrete type fødevare og dens forarbejdningsgrad. For forarbejdede fødevarer beror forbrugernes muligheder i betydelig udstrækning på varedeklarationer på varerne, mens de for mindre forarbejdede fødevarer i højere grad kan bygge på forbrugernes evt. almene viden om forskellige fødevarekategoriers sundhedsmæssige betydning, bl.a. på baggrund af officielle kostråd, kogebøger mv.

Egenskaber ved *processen omkring produktion og distribution* af fødevarerne omfatter bl.a. miljøvenlighed og hensyn til bæredygtighed under produktion og transport, hensynet til dyrevelfærd, varens grad af naturlighed (eksempelvis om der er anvendt vækshormoner, kemiske hjælpemidler, genmodificerede organismer mv.), hensynet til arbejdsmiljø i forbindelse med produktion og distribution. Hverken i indkøbs- eller i konsumerings-fasen er forbrugeren i stand til at smage, lugte eller på anden måde erfare, om varen er produceret under tilfredsstillende forhold i så henseende. For stort set alle de nævnte proces-relaterede produktegenskaber er forbrugeren således afhængig af dokumentation for at kunne vurdere, om en given vare respekterer disse egenskaber. En mærkningsordning, som understøttes af veldokumenterede og velkendte kontrol-procedurer kan være et væsentligt element i den forbindelse.

En produktdimension, som også er relateret til produktionsprocessen - eller 'historien' - omkring varen er hensynet til *fair-trade*, dvs. en sikring af, at importerede varer (fra udviklingslande) er producerede af landmænd, som modtager en "rimelig" pris for varerne. Som det er tilfældet med proces-egenskaber, så er forbrugerens stillingtagen til, om et produkt tilgodeser fair-trade ønsker i tilstrækkeligt omfang, fuldt ud beroende på den dokumentation, som forbrugeren præsenteres for, fx i form af en almindeligt kendt mærkningsordning.

En vares *geografiske oprindelse* relaterer sig dels til oprindelsesland, men også til, om en vare er produceret i et bestemt lokalområde. Udover at være en egenskab i sig selv, kan en fødevares geografiske oprindelse også opfattes som en indikator for varens fødevaresikkerhedsmæssige egenskaber eller for dens spisekvalitet. Som det er belyst af Chao (1998), så rummer begrebet geografisk oprindelse nogle komplicerende aspekter (om end nogle af disse aspekter formentlig er mere udtalte for andre varetyper end fødevarer). Fx rummer spørgsmålet om geografisk oprindelse en afklaring af, hvilke aspekter af den geografiske oprindelse, som har betydning for forbrugernes opfattelse, fx 'country-of-assembly', 'country-of-design' og 'country-of-parts', og finder at de påvirker forbrugerpræferencerne på forskellige måder. Et tilsvarende resultat findes af Srinivasan et al. (2004), hvor forbrugerne bruger 'branding country' som kvalitets-signal, mens 'manufacturing country' har mindre betydning for forbrugernes kvalitetsopfattelse. I relation til produkter fra et bestemt lokalområde (fx nær-området) kan nogle af de væsentlige aspekter være kvalitetsegenskaber som friskhed og korte distributionskanaler, fx "farmers' market" (Vanoppen et al., 2001), men kan også hænge sammen med "historier mv." om varen eller solidaritet med lokalområdets producenter.

Convenience kan relatere sig til tidsbesparelser ved forberedelse og indkøb, ved tilberedningen, ved indtagelsen og i relation til oprydning. Selv om tidsbesparelser ved convenience kan virke attraktiv for forbrugerne, så er det samtidig en udbredt opfattelse blandt forbrugere, at konceptet convenience fødevarer i nogen grad er uforeneligt med "sunde", "bæredygtige" eller "rigtige" måltider (Murcott, 1983). Det anføres ofte, at i takt med en stadig mere travl og hektisk hverdag hos mange forbrugere, så er der en stigende efterspørgsel efter convenience fødevarer. Men den præcise definition af convenience egenskaben kan antage forskellige former. Der kan eksempelvis være tale om færdigretter, som er umiddelbart klare til indtagelse, der kan være tale om frosne retter som blot skal opvarmes, der kan være tale om 'halvfabrikata' (fx rensede grønsager eller brødblandinger), som er forholdsvis nemme og hurtige at tilberede, eller der kan være tale om produkter eller emballage, som gør oprydning mv. nem og hurtig. Denne diversitet i definitionen gør også, at den datamæssige håndtering af convenience-egenskaben kan være forbundet med problemer, og at det derfor kan være vanskeligt at få et klart billede af omfang og udvikling i efterspørgslen efter convenience.

Mens smag og fremtræden (mørhed, saftighed, smagsintensitet, sprødhed osv.) og sundhed (næringsindhold, energitæthed, fødevaresikkerhed, hygiejne mv.) i en vis forstand kan siges at repræsentere "traditionelle" kvalitetsegenskaber, så er interessen (i hvert fald på "italesat form") omkring proceskvalitet (fx miljø, dyrevelfærd, produktionsteknologi, arbejds- og producentvilkår) og convenience (kort tilberedningstid, mulighed for indtagelse "on-the-go", begrænset omfang af oprydning osv.) fænomener af relativt nyere dato. Og den øgede fokus på sådanne nyere kvalitetsegenskaber kan i princippet give mulighed for en stigende grad af produktdifferentiering i virksomhedernes udbud af fødevarer på markedet.

En central problemstilling i relation til subjektiv og objektiv kvalitet er forsøget på at sikre korrespondance mellem brugerens oplevelse af fødevarekvaliteten på den ene side, og de objektive og certificerbare produktegenskaber på den anden, hvilket forudsætter en forholdsvis præcis forståelse af brugernes kvalitetsopfattelser og –forventninger. Og mens det i princippet er relativt let (om end ofte ressourcekrævende) at måle/dokumentere objektive parametre omkring de fysiske produkter eller

produktionsprocesser, så er målingen af brugernes subjektive kvalitetsopfattelser i sagens natur anderledes vanskelig og usikker.

I den videnskabelige litteratur er der udviklet forskellige teorier og metoder til måling og analyse af subjektiv kvalitet. Overordnet skelnes der mellem to hovedtilgange: en multiattribut attitude tilgang og en hierarkisk tilgang (Brunsø et al., 2002). Ifølge multiattribut attitude tilgangen bygger brugernes overordnede vurdering af et produkt på brugerens oplevelse af en række karakteristika, brugerens evaluering af disse karakteristika, samt en sammenvejning af disse evaluerede karakteristika til et samlet beslutningsgrundlag (se fx Cohen et al., 1972, Lancaster, 1966). Viden om forbrugernes vurdering af de forskellige produkt-attributter kan fx være nyttige i forhold til produktudvikling, og i forhold til offentlige politikker i relation til fødevarekvalitet.

I modsætning til den multimensionelle tilgang (hvor produkt-attributterne indgår i en forholdsvis "flad" struktur) antages det i hierarkiske tilgange (som fx "means-end" analyser, Valette-Florence et al., 2000, Krystallis & Ness, 2004), at de forskellige kvalitetsegenskaber tolkes af brugeren i forhold til nogle mere overordnede, abstrakte og kognitive kategorier som værdier og målsætninger (fx nydelse, sundhed, ansvarlighed), og at kvalitetsegenskabernes rolle i forhold til opfyldelsen af disse overordnede målsætninger er udslagsgivende. En måde at analysere sådanne sammenhænge på er såkaldte 'laddering' teknikker, hvor man via interviews identificerer de overordnede værdier (evt. i flere niveauer), som forbrugerne forbinder med de pågældende produkt-attributter. Indsigter fra sådanne metoder kan især være nyttige i relation til markedsføring og forskellige former for kampagner.

I forbindelse med forsøgene på at måle og analysere brugernes subjektive kvalitetsopfattelser skelnes der mellem tre typer karakteristika: søge-karakteristika, erfarings-karakteristika og tillids-karakteristika. Søge-karakteristika (search characteristics) er egenskaber, som kan observeres forud for forbrug/indtag, fx farve, lugt, størrelse osv., og som brugeren i fx købssituationen kan bruge som indikatorer for produktets kvalitet (kvalites-'cues'). Erfarings-karakteristika (experience characteristics) er egenskaber, som kun kan observeres efter forbrug/indtag, fx smag, mørhed, saftighed mv. Endelig er tillids-karakteristika (credence characteristics) egenskaber, som hverken kan observeres før eller efter forbrug/indtag, men som alene bygger på oplysninger om varen, fx dyrevelfærd, økologi, fair-trade osv. I en hierarkisk tilgang kan søgekarakteristika således tjene som 'cues' for forventningen til såvel erfarings- som tillidskarakteristika, som igen kan bidrage til indfrielsen af nogle af forbrugerens overordnede værdier. Så mens forbrugeren gennem opbygning af erfaring med indkøb og indtagelse kan forbedre sine evner til at udnytte søge-karakteristika som signaler i forhold til forventede erfarings-karakteristika, så er forbrugernes opfyldelse af målsætninger, som bygger på tilllids-karakteristika, i høj grad afhængig af velfungerende og troværdig dokumentation for, at produkterne besidder disse pågældende karakteristika.

Indenfor økonomisk teori konkretiseres adfærdsantagelsen yderligere med en antagelse om, at forbrugerne tilstræber maksimal behovstilfredsstillelse (nytte) indenfor de budgetmæssige rammer, som de er underlagt, hvilket indebærer, at forbrugerne afvejer den ekstra nytte, som forskellige typer forbrug kan give, i forhold til priserne. I det omfang, kvalitetsparametre har betydning for nytten, indgår disse parametre også i forbrugernes afvejninger – og dermed forbrugsbeslutninger. Dette indebærer bl.a., at forbrugerne er villige til at betale relativt meget for kvalitetsattributter, som har stor betydning for dem, mens de måske ikke er villige til at betale ekstra for varer som besidder kvalitetsegenskaber, der ikke

betyder særlig meget for forbrugeren. Denne nytte-maksimerings tilgang til beskrivelse af forbrugernes adfærd indebærer således, at de forskellige kvalitetsparametres betydning for forbrugerne kan opgøres ud fra den betalingsvillighed, som forbrugerne har for de pågældende parametre.

Den økonomiske tilgang kan principielt kombineres med såvel multi-attribut attitude tilgangen og den hierarkiske tilgang, men i litteraturen er førstnævnte kombination mest udbredt, især med udgangspunkt i Lancaster's forbrugsteori, som indebærer at forbrugerne dybest set efterspørger en række attributter (mæthed, sød smag, dyrevelfærd, osv.), som ikke kan købes direkte, men erhverves gennem forbruget af en række produkter, som besidder forskellige kombinationer af disse attributter.

Der er med dette udgangspunkt udviklet en række empiriske metoder som har til formål at afdække forbrugernes/borgernes betalingsvillighed for forskellige markedsomsatte og ikke-markedsomsatte attributter, bl.a. i relation til kvalitets- og sikkerhedsegenskaber, og i øvrigt også i relation til fx natur- og miljøprojekter. Blandt de fremherskende metoder indenfor feltet er

- Betinget værdisætning, hvor adspurgte respondenter angiver deres villighed til at betale for en given attribut, enten gennem lukkede spørgsmål (valg mellem et begrænset antal svarmuligheder) eller åbne spørgsmål (af "angiv et beløb"-typen). Metoden er umiddelbart let at anvende, men indebærer en relativt betydelig risiko for såkaldt "hypotetisk bias", dvs. respondenterne har tendens til at angive for høje betalingsvilligheder, fordi de ikke bliver stillet til regnskab for deres angivne betalingsvillighed
- Værdisætning baseret på valgeksperimenter, hvor respondenter stilles overfor en række (hypotetiske eller reelle) situationer, hvor der fx skal vælges mellem to produkter med forskellige kombinationer af kvalitetsattributter og pris. Ud fra deres angivne valg er det efterfølgende muligt ved hjælp af økonometriske metoder at estimere, hvor stor betalingsvillighed, forbrugerne har i forhold til de enkelte egenskaber. Da valgmulighederne indeholder afvejning mellem flere forskellige kvalitetsdimensioner er risikoen for hypotetisk bias mindre åbenbar end ved betinget værdisætning. Beslægtet hermed er også conjoint analyser, som bygger på lignende valgeksperimenter, dog ikke nødvendigvis med prisen som en af de analyserede produktegenskaber.
- Værdisætning baseret på eksperimentelle auktioner, hvor respondenterne bliver bedt om at byde på en vare med givne kvalitetsegenskaber, og byderen med fx det højeste eller det næsthøjeste bud er forpligtet til at realisere købet, hvorved han/hun har et reelt incitament til ikke at byde højere end sin "sande" betalingsvilje
- Værdisætning afdækket på basis af faktisk markedsadfærd, hvor salg af produktvarianter med særlige kvalitetsegenskaber til en evt. merpris i forhold til "standard-varianten" er udtryk for en betalingsvilje blandt (nogle af) forbrugerne for de pågældende egenskaber.

Udover sådanne værdisætningsmetoder, som i princippet kan anvendes til rangordning af kvalitetsegenskaber ud fra en "kardinal" skala ved at opgøre den økonomiske værdi af de forskellige attributter i forhold til hinanden, findes der også mere kvalitative metoder, som kan anvendes til en rangordning ud fra en "ordinal" skala, hvor der kun siges noget om rækkefølgen og ikke om "afstanden" mellem forskellige attributter. Metoder hertil kan fx være at bede respondenter om en eksplicit

rangordning af attributter, eller alternativt at bede dem vurdere en række udsagn ud fra fx 5-, 7- eller 9-punkts Likert skalaer (repræsenterende fx forskellige grader af enighed med udsagnet).

Der er også udviklet multikriterie-metoder til analyser af forbrugerpræferencer for forskellige kvalitetsparametre (fx Siskos et al., 2001). I modsætning til fx betalingsvillighedsstudier er udgangspunktet for sådanne multikriterie-metoder, at flere forskellige attributter i princippet kan være ligeværdige i forbrugernes øjne, og giver således ikke generelt anledning til en egentlig rangordning af de forskellige attributter.

I rapportens afsnit 4 søges det at opsummere forbrugernes rangordning af kvalitetsegenskaber på grundlag af videnskabelige studier, som bygger på nogle af disse metoder.

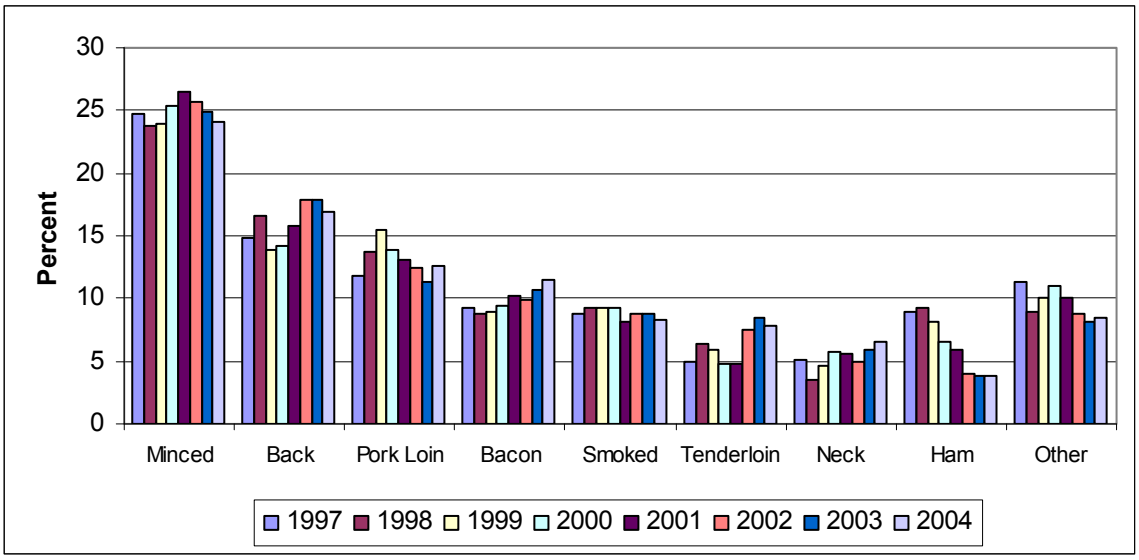
3. Markederne for produkter med særlige kvalitetsegenskaber i DK og andre lande

Det følgende giver på baggrund af tilgængelig statistik og rapporter en kort oversigt over nogle markedsmæssige indikationer omkring udbredelsen af produkter med udvalgte kvalitetsegenskaber, samt igangværende trends i efterspørgslen efter nogle af disse egenskaber.

Som indikation på nogle af disse tendenser anvendes data for forskellige produkttypers markedsandele, baseret på indkøbsdata fra GfK Danmark. GfK's data består af ugentlige indrapporteringer af dagligvareindkøb fra et panel på 2-3000 danske husholdninger, som er tilstræbt at være så repræsentativt som muligt. Herudover anvendes data fra Danmarks Statistiks Statistikbank, navnlig vedrørende markedsudviklingen for økologiske fødevarer.

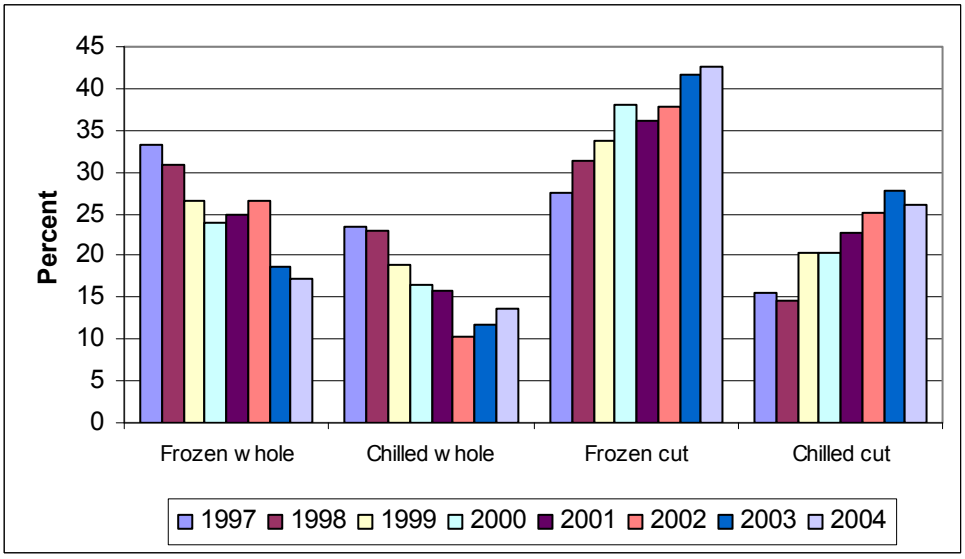
Det er vigtigt at være opmærksom på, at hovedparten af de viste figurer hviler på nogle relativt specifikke cases, relateret til svinekød, kyllinger, æg og mejeriprodukter. Det må imidlertid erkendes, at med undtagelse af økologiske produkter – og enkelte andre undtagelser – er mængden af offentligt tilgængelige data vedrørende forbrug af kvalitetsdifferentierede fødevarer ganske begrænset, og det er således ikke muligt at give et fuldt dækkende billede af aktuelle forbrugertrends i forhold til kvalitetsparametre som de, der er tema for nærværende rapport.

Som en indikation på udviklingen i forbrugernes efterspørgsel efter spisekvalitet i kød, viser figur 1 udviklingen i forskellige svinekødsudskæringers andel af det samlede danske svinekødforbrug i perioden 1997-2004. Figuren viser et forholdsvis stabilt mønster, dog måske med en tendens til stigninger i de lidt dyrere udskæringer (fx mørbrad og kam) og bacon og med en aftagende tendens i forbruget af skinkekød.



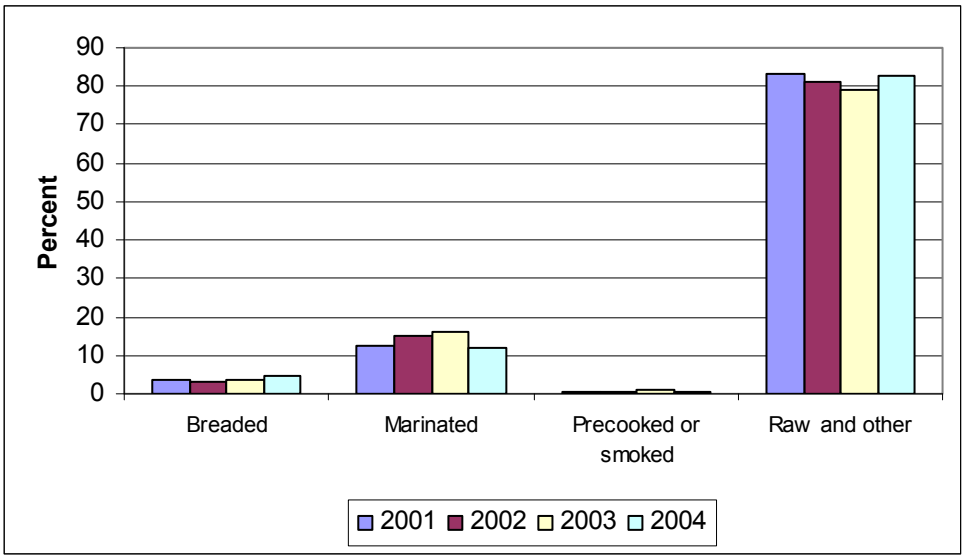
Figur 1: Markedsandel (mængder) for 8 forskellige udskæringer af svinekød, 1997-2004.
Kilde: Christensen et al (2009), baseret på data fra GfK

Med udgangspunkt i forbruget af kyllingekød, viser figur 2 en klar tendens i retning af mere efterspørgsel efter convenience produkter, idet efterspørgslen efter hele kyllinger (såvel frosne som kølede) har været relativt aftagende, mens efterspørgslen efter parterede kyllinger (både kølede og frosne) har været stigende).



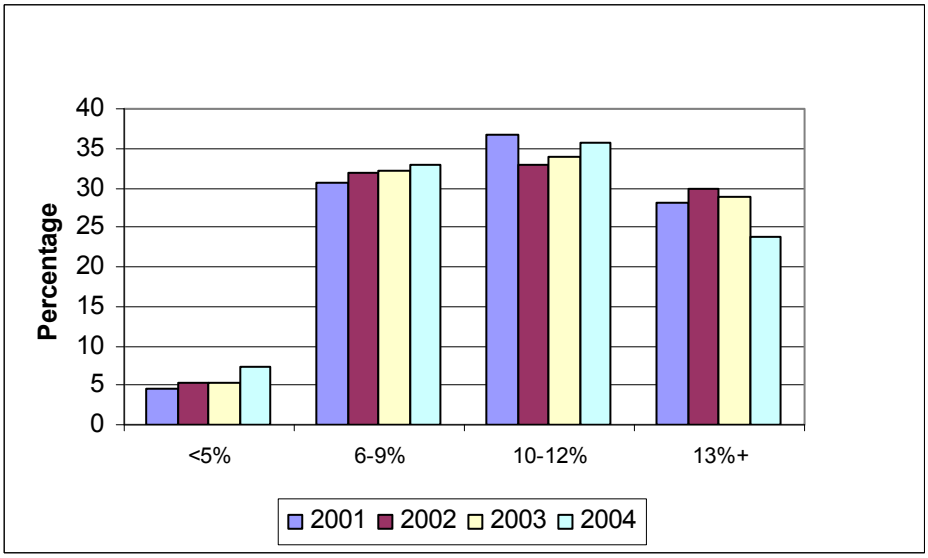
Figur 2: Markedsandele (mængder) for 4 forskellige kategorier kylling, 1997-2004.
Kilde: Christensen et al (2009), baseret på data fra GfK

Men som det fremgår af figur 3 – og som også antydet ovenfor - synes der at være grænser for, hvor langt forbrugerne er tilbøjelige til at gå i relation til convenience, idet fordelingen af salget af kyllinger mellem rå kyllinger (frossen eller kølet) og forarbejdet (paneret, marineret eller tilberedt i øvrigt) har været ret stabil.



Figur 3: Markedsandele (mængder) for forskellige convenience kategorier af kylling
Kilde: Christensen et al (2009), baseret på data fra GfK

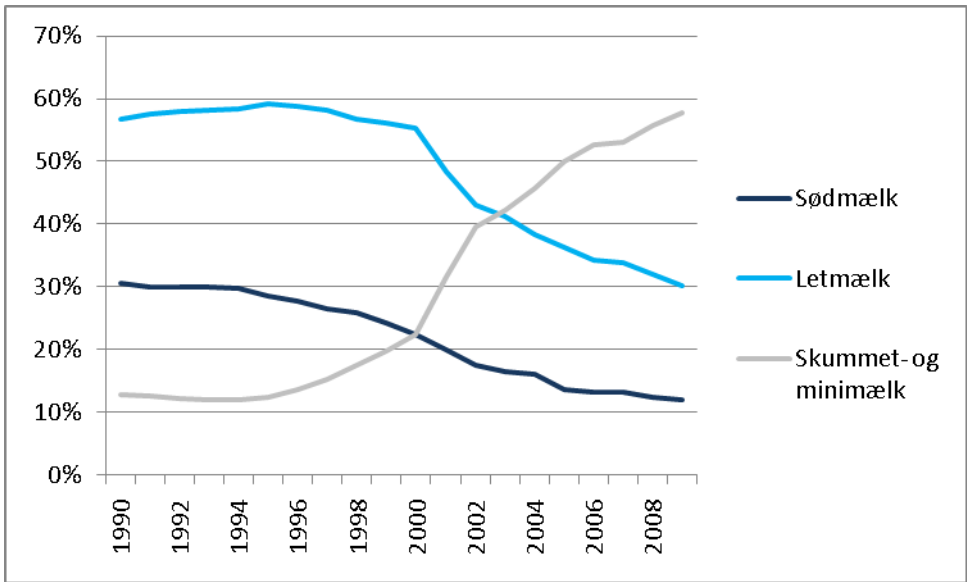
Forbrugernes stigende opmærksomhed omkring fødevarers sundhedsegenskaber har givet sig udslag i efterspørgslen efter svinekød med forskellige fedtprocenter, som illustreret i figur 4. Som det fremgår, har markedsandelen for svinekød med lavt fedtindhold (under 9%) været svagt stigende, mens markedsandelen for mere fedtholdigt svinekød har været faldende.



Figur 4. Markedsandel (mængder) for 8 forskellige fedtprocenter i svinekød, 2001-2004.
Kilde: Christensen et al (2009), baseret på data fra GfK

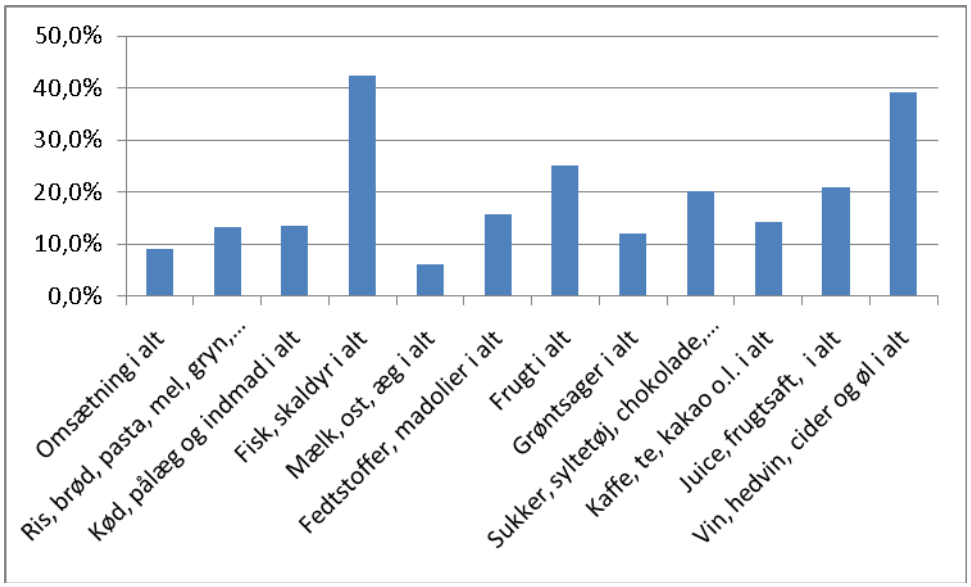
En tilsvarende tendens kan spores i figur 5, som viser, at sødmælks andel af mælkeindtaget har været vigende siden starten af 1990'erne, mens der var en svag substitution af letmælk med skummetmælk i gang frem til årtusindskiftet. Med lanceringen af minimælk i 2001 skete der en betydelig yderligere udskiftning af

letmælk med minimælk. Det store skift i sammensætningen af mælkeforbruget kunne tyde på, at både sundhed og smag er vigtige egenskaber i mange danskeres forbrugsbeslutning vedrørende mælk. En underliggende interesse for mere fedtfattig mælk hos mange forbrugere forblev uforløst, så længe en forbrugsændring var ensbetydende med at give afkald på smagen af letmælk. Ved lanceringen af minimælken blev det for disse forbrugere muligt at købe en fedtfattig mælk, som i højere grad smagte som letmælk.



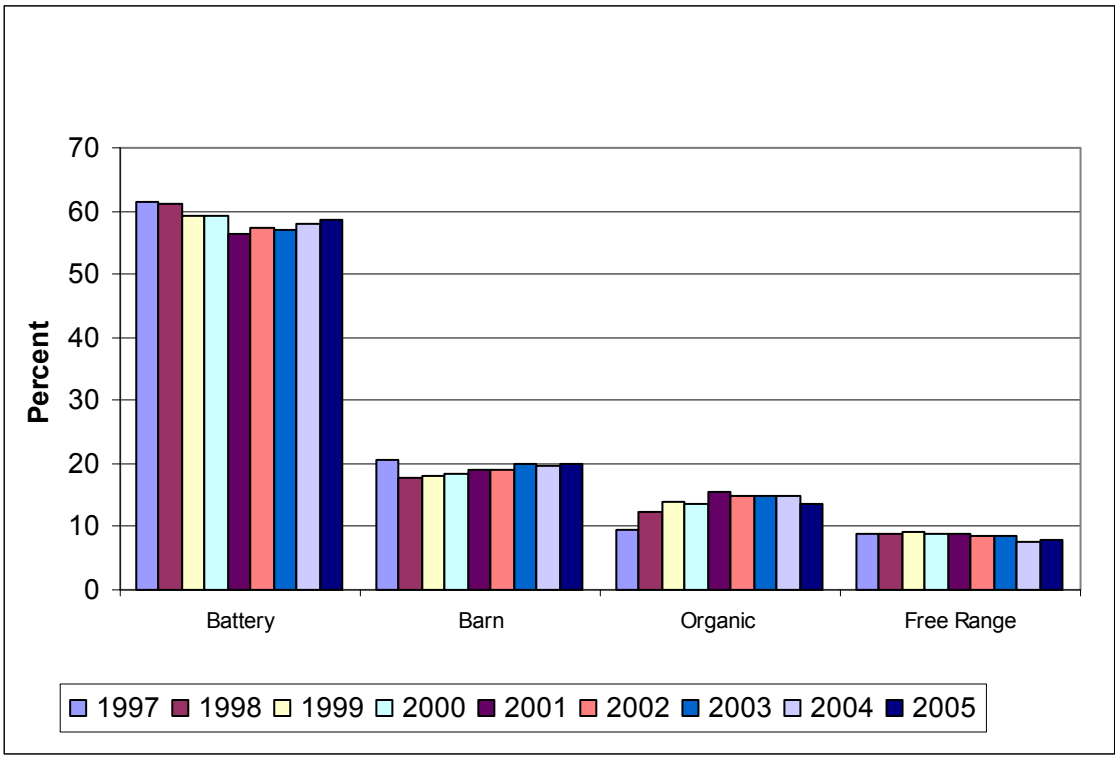
Figur 5. Udvikling i sammensætningen af mælkeforbruget, 1990-2009
Kilde: Danmarks Statistik:Statistikbanken

Som eksempel på proces-orienterede kvalitetsegenskaber, illustrerer figur 6 væksten i detail-omsætningen af økologiske fødevarer, målt ved omsat mængde. Som det fremgår, har der været relativt store vækstrater for alle de betragtede kategorier. Væksten har været lavest for kategorien "mælk, ost, æg", hvor udgangspunktet også har været relativt højt. Fødevarekategorier, hvor omsætningen af økologiske produkter har været relativt høj, omfatter fisk mv. (som dog er baseret på kun 4 års observationer), alkoholiske drikkevarer, frugt, samt frugtsaft.



Figur 6. Årlige vækstrater i solgt mængde økologiske fødevarer i detail-handelen
Kilde: Danmarks Statistik, Statistikbanken

På et lidt mere detaljeret niveau viser figur 7 fordelingen af danskernes forbrug af konsum-æg fordelt på 4 typer: bur-æg, skrabeæg, frilands-æg og økologiske æg, som primært adskiller sig fra hinanden ved forskellige grader af dyrevelfærd, og for økologiske æg tillige ved et krav om økologisk foder. Som det fremgår, har der været tale om en svag stigning i markedsandelen for skrabe- og økologiske æg, mens markedsandelen for frilands-æg har været vigende. Sidstnævnte kan umiddelbart forekomme overraskende i lyset af den ellers generelle trend i retning af mere dyrevenlig æg-produktion. En mulig forklaring kan dog være, at synligheden for forbrugerne omkring frilands-æg har været mindre end for skrabe- og økologiske æg.



Figur 7: Markeds andele for æg fra fire forskellige produktionssystemer, 1997-2005.
Kilde: Christensen et al. (2009) baseret på data fra Fødevarestyrelsen

Som nævnt i indledningen til kapitlet er datagrundlaget for belysning af efterspørgslen efter kvalitetsdifferentierede fødevarer forholdsvis sparsomt, og de viste resultater er ikke nødvendigvis repræsentative for den samlede fødevareefterspørgsel. Men med disse forbehold in mente, tyder de ovenstående indikatorer antyder en stigende interesse for produktegenskaber som økologi, dyrevelfærd og convenience gennem de senere år.

I den opfølgende undersøgelse i 2011 gennemføres også en opdatering af nogle af disse markedsdata, herunder forbrugsudviklingen i forskellige forbrugersegmenter.

4. Danske og udenlandske forbrugeres præferencer for forskellige kvalitetsparametre i fødevarer

I dette kapitel præsenteres resultater af en større undersøgelse af dansk og international videnskabelig litteratur, med henblik på at afdække forbrugernes præferencer for forskellige produktegenskaber.

Metode til litteraturoversigt

Der er foretaget en gennemgang af den eksisterende litteratur vedrørende forbrugernes præferencer for forskellige kvalitetsegenskaber ved fødevarer. Ved hjælp af de internet-baserede søge-databaser ScienceDirect.com og Google Scholar er det søgt at opspore videnskabelige publikationer, som indeholder

resultater om forbrugerpræferencer, kvalitetsparametre, betalingsvilligheder og fødevarer. Herudover er litteraturlisterne i disse publikationer gennemgået med henblik på at identificere yderligere studier af relevans for denne undersøgelse. Søgningen har resulteret i 104 publikationer, hvis resultater er gennemgået med henblik på vurdering af deres relevans i forhold til problemstillingen i nærværende rapport.

Hovedparten af de nævnte studier har rapporteret resultater omkring forbrugeres rangordning af udvalgte kvalitetsattributter ved forskellige produkter ud fra en af de ovennævnte analysemetoder. Nogle studier har omfattet en række kvalitetsegenskaber, mens andre studier har fokuseret på 1-3 attributter. For at danne et overblik over studiernes resultater, for så vidt angår forbrugernes rangordning af forskellige attributter, er studierne derfor gennemgået med henblik på partielle rangordninger af forskellige attribut-par, fx *fødevaresikkerhed* i forhold til *økologi*, eller *spisekvalitet* i forhold til *sundhed*. Resultater af denne gennemgang rapporteres i det følgende.

Endvidere er det forsøgt, på baggrund af disse parvise rangordninger, at danne et overblik over studierne, med henblik på at vurdere, om studierne giver et generelt og konsistent billede af fødevareforbrugernes præferencer. Overblikket er dannet ved sammentælling af antal studier, som viser de forskellige rangordninger. Der er således lagt lige stor vægt på de forskellige studier, uanset fx antal deltagere i studierne, deltagernes repræsentativitet, evt. forskelle i styrker og svagheder ved de anvendte analysemetoder, usikkerheder på de fundne nøgletal osv. Ligeledes har det heller ikke været muligt at tage hensyn til, at analyserne kan være foretaget i forskellige kontekster (fx at nogle analyser kan være foretaget i perioder med høj fokus på fødevaresikkerhed eller dyrevelfærd).

I det følgende gennemgås resultater af dette litteraturstudie for henholdsvis kød og kødprodukter, fisk og skaldyr, mejeriprodukter, frugt og grønt, samt øvrige fødevarer (herunder brød, æg, fedtstoffer mv.)

Kød og kødprodukter[1]

Blandt de gennemgåede studier har hovedparten fokuseret på kød (hhv. fersk kød og kødprodukter), navnlig oksekød og svinekød, men der er også en del studier vedrørende fjerkrækød. En del af studierne har fokuseret på vigtigheden af forskellige egenskaber indenfor den overordnede spisekvalitets-dimension, fx smag, mørhed/tekstur, saftighed og udseende – men har ikke inddraget egenskaber som økologi, dyrevelfærd, sikkerhed mv. Disse studier tyder på, at blandt spisekvalitets-egenskaberne er smagen den vigtigste, mens parametre som mørhed og saftighed også er vigtige for forbrugerne, men dog kommer i anden række (Bryhni et al., 2002, Brunsø et al., 2005).

[1] Baseret på følgende studier: Aaslyng et al. (2007), Alfnes & Rickertsen (2003), Alfnes et al. (2008), Alfnes (2004), Aoki et al. (2010), Arnoult et al. (2007), Bredahl et al. (1998), Brunsø et al. (2005), Bryhni et al., (2002), Burton et al. (2001), Buzby et al.(1998), Cao et al. (2005), Carlsson et al. (2005), Carlsson et al. (2007a), Christensen et al. (2006), Christensen et al. (2009), Corsi & Novelli (2002), Costa (2005), Dickinson & Bailey (2002), Dickinson et al. (2003), Donaghy et al. (2003), Dransfield et al. (2005), Feldkamp et al. (2005), Gil et al. (2000), Goldberg & Roosen (2005), Grannis et al (2000), Grunert (1997), Hayes et al. (1995), Hobbs et al. (2005), James & Burton (2003), Krystallis & Chryssohoidis (2005), Lagerkvist et al. (2006), Latvala & Kola (2003), Liljenstolpe (2008), Loureiro & McCluskey (2000), Loureiro & Umberger (2007), Loureiro & Umberger (2003), Lusk & Schroeder (2004), Lusk et al. (2001), Lusk et al. (2007), McCluskey et al. (2005), Melton et al. (1996a), Melton et al. (1996b), Meuvissen & van der Lans (2004), Meuwissen et al. (2009), Miller & Unnevehr (2001), Mørkbak & Nordström (2007), Mørkbak & Nordström (2009), Mørkbak (2009), Napolitano et al. (2010), Nayga et al. (2004), Pouta et al. (2010), Röhr et al. (2005), Scholderer et al. (2004), Shin et al. (1992), Shogren et al. (1999), Jensen, Smed & Baltzer (2004), Thilmany et al. (2003), Tonsor et al. (2007), Umberger & Feuz (2004), Verbeke et al. (2005),Verbeke et al. (2010),Wandel & Bugge (1997),Watson et al. (2005)

En række andre studier har undersøgt forbrugernes afvejninger af spisekvaliteten i forhold til andre parametre som fødevaresikkerhed, sundhed, økologi, dyrevelfærd, oprindelsesland, lokal produktion og sporbarhed, som nævnt ofte i en form, hvor afvejningen mellem 2-3 af disse parametre er undersøgt, men ikke for alle parametrene på en gang.

Figur 1 giver et samlet overblik over konklusionerne i de studier, som vedrører efterspørgslen efter kød blandt danske forbrugere. Det fremgår fx, at et flertal af de studier, som har belyst forbrugernes afvejning af spisekvalitet i forhold til kødets sundhedsegenskaber, konkluderer at spisekvaliteten har størst betydning, mens et flertal af de studier, som har undersøgt afvejningen af spisekvalitet i forhold til fødevaresikkerhedsegenskaberne ved kødet, har fundet at fødevaresikkerhed var vigtigere for forbrugerne end spisekvalitet.

De viste parvise rangordninger i figur 1 giver ikke anledning til en entydig rangordning af produktegenskaber. Eksempelvis viser figuren, at spisekvalitet prioriteres frem for sundhed, som prioriteres frem for fødevaresikkerhed og økologi, som igen prioriteres frem for spisekvalitet. Og indplaceringen af den geografiske oprindelses betydning i rangordenen er heller ikke entydig ifølge sammenfatningen i figur 1. Men overordnet synes der i figuren at være en tendens til, at "klassiske" egenskaber som spisekvalitet og sundhed, men også mere "moderne" egenskaber som dyrevelfærd og oprindelsesland har en betydning for de danske forbrugere af fersk kød og kødprodukter.

Figur 1. Resultater fra litteraturen: Danskernes prioriteringer af egenskaber ved kød og kødprodukter

	Spisekvalitet	Sundhed	Sikkerhed	Økologi	Opr.land	Lokal prod.	Dyrevelfærd	Sporbarhed
Spisekvalitet		Spisekvalitet	Sikkerhed	Økologi	Spisekvalitet	Spisekvalitet		
Sundhed			Sundhed	Sundhed	Sundhed	Sundhed		Sundhed
Sikkerhed					Opr. land		Dyre-velfærd	Sikkerhed
Økologi					Opr. Land			Økologi
Opr.land						Lok. Prod.	Dyre-velfærd	Opr.land
Lokal prod.							Dyre-velfærd	
Dyrevelfærd								

Det kan være interessant at sammenholde resultaterne af danske studier med tilsvarende resultater fra andre lande af to grunde. For det første fordi resultater fra andre lande kunne supplere det (trods alt) begrænsede antal danske studier, og for det andet vil internationale sammenligninger kunne give en indikationer af eventuelle interesse-sammenfald eller –modsætninger mellem landene, fx i relation til udformning af fælles europæiske fødevarepolitiske tiltag, i forbindelse med internationale

handelsforhandlinger osv. Tabel 2 giver en oversigt over resultaterne i den samlede mængde af europæiske studier, fordelt på henholdsvis danske undersøgelser og øvrige europæiske undersøgelser.

Tabel 2. Forbrugernes rangordning af kvalitetsegenskaber i kød og kødprodukter

Danske undersøgelser	**Øvrige europæiske undersøgelser**
Spisekvalitet - sundhed - sikkerhed	Spisekvalitet
	Sundhed
	Sikkerhed
Oprindelsesland - økologi - dyrevelfærd	Dyrevelfærd
	Lokal
	Oprindelsesland
Sporbarhed - lokal	

Som det fremgår af tabellen, viser litteraturen vedrørende danske undersøgelser ikke en helt entydig rangordning af kvalitetsparametrene, men generelt tyder studierne på, at egenskaber som spisekvalitet, sundhed og sikkerhed generelt rangerer relativt højt hos forbrugerne, mens parametre som oprindelsesland, økologi og dyrevelfærd spiller nogen rolle, og de danske forbrugerne lægger ifølge de gennemgåede undersøgelser forholdsvis lille vægt på, at fødevarerne er lokale. For så vidt angår litteraturen vedrørende studier i andre europæiske lande er der tilsyneladende en mere klar prioritering af spisekvalitet hos forbrugerne, men også her er sundhed og sikkerhed blandt de væsentligste kvalitetsparametre for forbrugerne.

En mere detaljeret oversigt over resultater fra studierne er givet i Appendix tabel A1, hvor det eksempelvis fremgår, at fem danske studier har undersøgt forbrugernes afvejning af spisekvalitet overfor sundhed. Tre af disse studier er nået frem til, at forbrugerne lægger mere vægt på spisekvalitet end på sundhed (fx i form af en højere betalingsvillighed eller angivet prioritering af egenskaberne), mens ét af de fem studier har konkluderet, at forbrugerne lægger mere vægt på sundhed end på spisekvalitet. I den samlede mængde af identificerede studier har 11 behandlet forbrugernes afvejning af spisekvalitet i forhold til dyrevelfærd, og heraf er fem studier nået frem til, at forbrugerne lægger mest vægt på dyrevelfærd, mens fire af de 11 studier konkluderer, at forbrugerne vil betale mere for højere spisekvalitet end for højere dyrevelfærd.

Af tabel 2 (og tabel A1) fremgår, at der er en vis konsistens i rangordningen af kød-attributter på tværs af lande. Selv om omfanget af identificerede studier i resten af Norden er forholdsvis begrænset, så tyder de på en rimelig overensstemmelse med de fundne resultater i danske studier. Også i forhold til resten af EU er der generelt en rimelig grad af overensstemmelse, idet der dog kunne være en indikation af potentielle interessemodsætninger mellem Danmark/Norden på den ene side og andre EU-lande på den anden side på følgende områder[2]:

[2] Udover disse tre eksempler tyder tabel 2 på 3-4 række yderligere potentielle interesse-modsætninger, men da disse forskellige kun beror på 1-2 studier i hvert af de betragtede områder, må grundlaget for at drage konklusioner desangående vurderes at være utilstrækkeligt.

- Afvejningen af spisekvalitet i forhold til fødevaresikkerhed (hvor de danske/nordiske forbrugere lægger mere vægt på sikkerhed i forhold til spisekvalitet end forbrugere i øvrige dele af Europa)
- Afvejningen af fødevaresikkerhed i forhold til oprindelsesland (hvor de danske/nordiske forbrugere lægger mere vægt på oprindelsesland i forhold til sikkerhed end i andre dele af EU)
- Afvejningen af fødevaresikkerhed i forhold til lokal produktion (hvor danske/nordiske forbrugere lægger mindre vægt på lokal produktion i forhold til sikkerhed end forbrugere i andre europæiske lande).

Fisk og skaldyr[3]

Det har ikke været muligt gennem litteratursøgningen at identificere danske studier af forbrugernes efterspørgsel efter forskellige kvalitetsparametre i fisk og skaldyr. Tabel 3 giver et overblik over internationale (europæiske) studier på dette område.

Tabel 3. Forbrugernes rangordning af kvalitetsegenskaber i fisk og skaldyr

Europæiske undersøgelser
Bæredygtig fangst
Oprindelsesland
Spisekvalitet

Oversigten over studier i tabel 3 viser, at bæredygtighed og oprindelsesland er væsentlige kvalitetsparametre for forbrugerne af fisk og skaldyrsprodukter, mens spørgsmålet om fisk er vildt-fanget (naturlig) eller opdrættet ikke ser ud til at være blandt de højest prioriterede egenskaber for forbrugerne. Det skal bemærkes, at hovedparten af disse resultater stammer fra ét engelsk studie (Jaffry et al., 2004), så robustheden af resultaterne er ikke afprøvet i særlig stor udstrækning. En enkelt norsk undersøgelse (Olesen et al., 2010) tyder på, at farven er en ganske vigtig egenskab for forbrugerne af laks – formentlig fordi farven er et af de søge-karakteristika, som forbrugerne anvender som signal om laksens spisekvalitet. En mere detaljeret oversigt over resultaterne er givet i Appendix tabel A2.

Mejeriprodukter[4]

Også i forhold til forbrugernes vurdering af kvalitetsegenskaber ved mejeriprodukter er omfanget af eksisterende relativt studier begrænset (tabel 4).

[3] Dette afsnit bygger på resultater fra Hansen (2001), Hansen (2005), Olesen et al. (2010), Alfnes et al. (2006), Roosen et al. (2007), Jaffry et al. (2004)

[4] Afsnittet vedrørende mejeriprodukter er baseret på resultater fra Carlucci et al. (2009), Donaghy et al. (2003), Grunert et al. (2000), Hansen (2001), Napolitano et al. (2008), Smed & Jensen (2005), Smed (2006)

Tabel 4. Forbrugernes rangordning af kvalitetsegenskaber i mejeriprodukter

Danske undersøgelser	**Øvrige europæiske undersøgelser**
Spisekvalitet	Spisekvalitet
	Sikkerhed
	Dyrevelfærd

De få studier tyder dog på en rimeligt gennemgående tendens til, at spise-/drikkekvalitet er vigtigere end sundhedsegenskaber, at produkternes sikkerhedsegenskaber er relativt vigtige, og at dyrevelfærd er vigtigere, end at varerne er produceret lokalt. En del af disse resultater baserer sig dog kun på et enkelt australsk studie (Donaghy et al., 2003). En mere detaljeret redegørelse for resultaterne vedrørende mejeriprodukter er givet i Appendix tabel A3.

Vegetabilske produkter og andre fødevarer[5]

Tabel 5 giver et overblik over de studier, som har behandlet forbrugernes prioritering af egenskaber i frugt og grønt (en mere detaljeret oversigt er givet i Appendix tabel A4).

Tabel 5. Forbrugernes rangordning af kvalitetsegenskaber i frugt og grønt

Europæiske undersøgelser
Naturlighed
Sundhed
Spisekvalitet

En del af studierne peger på, at forbrugerne lægger forholdsvis stor vægt på spisekvaliteten (herunder bl.a. friskheden), naturlighed og sundhedsegenskaber ved frugt og grønt, og at især spisekvalitet har højere prioritet end økologi og lokal produktion. Et enkelt studie (Loureiro & Hine, 2002) tyder på, at amerikanske forbrugere lægger forholdsvis stor vægt på, at kartofler er produceret lokalt, i forhold til at de fx er økologiske.

Tabel 6 viser resultater for en række øvrige varer (bl.a. brød og kager, fedtstoffer, æg, fødevarer generelt mv.). Indtrykket fra tabel 6 er, at en forholdsvis stor andel af studierne peger på spisekvalitet som en af de mest vigtige parametre, mens varernes sundheds- og sikkerhedsegenskaber også har prominente pladser i rangfølgen i forholdsvis mange studier. Lidt mindre vigtighed har parametre som oprindelsesland, dyrevelfærd, økologi og naturlighed. I en del studier, ligger lokale produkter relativt lavt på ranglisten, men enkelte studier peger dog på lokal produktion som en relativt vigtig parameter. Detaljerede resultater er givet i Appendix tabel A5.

[5] Dette afsnit er baseret på resultater fra Bech et al. (2000), Thybo et al (2003), Arnoult et al., (2007), Wandel & Bugge, (1997), Donaghy et al., (2003), Darby et al., (2006), Loureiro & Hine, (2002), Stefani et al. (2005), Batte et al. (2007), Pohjanheimo et al. (2010), Grimsrud et al. (2004), Loureiro et al. (2006), Baltzer (2005), Smed & Jensen (2005), Kalogeras et al. (2009), Klein et al. (2009), Menapace et al. (2009), Grunert et al. (2009), Verbeke (2006), Millock et al., (2004), Millock et al., (2002), Hansen, (2003), Krystallis & Chryssohoidis, (2006), Gil et al., (2000), Grunert et al., (2001), Weatherell et al. (2003), Brown, (2003), Bechetti & Rosati, (2007), Howard, (2005)

Tabel 6. Forbrugernes rangordning af kvalitetsegenskaber i andre fødevarer og fødevarer generelt

Europæiske undersøgelser
Spisekvalitet
Sundhed
Naturlighed
Oprindelsesland

Andre kvalitetsparametre I forhold til fødevarer

Udover de produktegenskaber, som indgår i oversigterne i tabel 1-6, og som i en vis udstrækning går på tværs af produkt-kategorier, er der også fundet enkelte studier, som inddrager andre egenskaber, som convenience, fair trade, mv.

For så vidt angår *convenience*, er der identificeret et mindre antal studier, som på forskellig vis har set på forbrugernes rangordning af denne egenskab i forhold til andre. Weatherell et al. (2003) finder, at britiske forbrugere prioriterer convenience et stykke nede på listen, efter egenskaber som spisekvalitet, miljø og dyrevelfærd, når der tales om fødevarer generelt. Jensen et al. (2004) finder at convenience spiller en stor rolle for betalingsvilligheden for kyllinger blandt danske forbrugere, mens Hansen (2001) finder at convenience spiller en signifikant rolle for forbrugernes kvalitetsopfattelse, uden dog at indplacere convenience i forbrugernes rangordning af egenskaber.

Der er fundet et enkelt studie, som undersøger forbrugernes afvejning af *fair trade* i forhold til andre kvalitetsegenskaber (Kalogeras et al., 2009). Studiet finder at for hollandske forbrugere af olivenolie, er fair-trade egenskaben relativt vigtig, sammenlignet med attributter som økologi og fødevaresikkerhed.

Andre mere bløde og diffuse egenskaber, som fx varens historie, varens symbolske værdi mv. kunne også være egenskaber, som kunne formodes at have betydning for forbrugernes valg. Der er dog ikke fundet studier, som eksplicit har været i stand til at adressere sådanne aspekter, hvilket formentlig hænger sammen med betydelige vanskeligheder ved at måle sådanne egenskaber. I nogle tilfælde er elementer af disse aspekter formentlige indlejret i forbrugernes værdisætning af egenskaber som økologi, lokale produkter, mærkevarer osv.

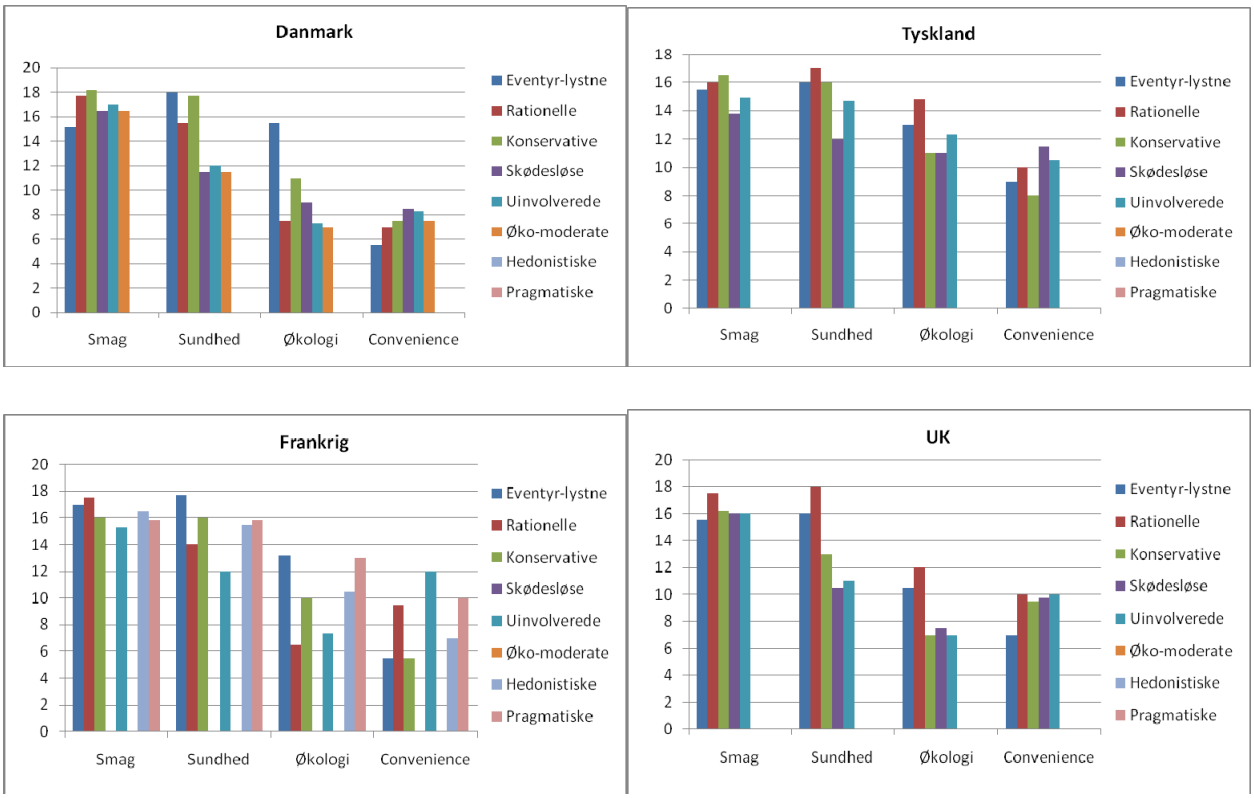
Efterspørgsel efter kvalitetsegenskaber I forskellige forbrugergrupper

Hovedparten af de ovenfor refererede undersøgelser har rettet sig imod rangordningen af forskellige produkt-egenskaber i den samlede forbrugerpopulation. Det er naturligvis væsentligt at være opmærksom på heterogeniteten blandt forbrugerne – at en del af forbrugerne måske lægger relativt stor vægt på fx miljøvenlig produktion, mens en anden del af forbrugerne lægger mere vægt på convenience-attributter, osv.

En måde at analysere systematikker i denne heterogenitet er at forsøge at identificere klynger (segmenter) af forbrugere, som prioriterer nogenlunde ensartet, og undersøge fx størrelse og karakter af disse segmenter. Grunert et al. (2001) har undersøgt forbrugersegmenter i 4 EU-lande, og fundet 5 segmenter,

som stort set går igen i alle 4 lande: *Eventyr-lystne* (kvalitetsbevidste og med lyst til at forsøge nye retter mv.), *Rationelle* (kvalitetsbevidste og træffer informerede forbrugsvalg), *Konservative* (interesserede i spisekvalitet og holder sig til kendte retter), *Skødesløse* (forholdsvis uinteresserede i mad, men er interesserede i nye produkter) og *Uinvolverede* (forholdsvis lille interesse for fødevarernes kvalitet). Hertil kommer segmenter, som er mere specifikke for de enkelte lande, fx *Øko-moderate* i Danmark og *Hedonistiske* og *Pragmatiske* i Frankrig. Ifølge denne undersøgelse deler forbrugere indenfor et givet segment en nogenlunde ensartet prioritering i forhold til de fire dimensioner: smag, sundhed, økologi og convenience.

Figur 8 giver et overblik over vigtigheden af de fire kvalitetsdimensioner for de forskellige forbrugersegmenter i de respektive lande. Søjlernes højde angiver et indeks for, hvor vigtige de forskellige kvalitetsdimensioner er for de pågældende forbrugersegmenter.



Figur 8 Udbredelse af forskellige forbrugersegmenter i Danmark, Tyskland, Frankrig og UK
Kilde: Brunsø et al., (2002), Grunert et al., (2001)

For eksempel er smag/spisekvalitet vigtigere for forbrugere i de såkaldt rationelle og konservative segmenter end i de øvrige segmenter, mens convenience er forholdsvis vigtig for de såkaldt skødesløse og uinvolverede forbrugertyper. Sundhed er forholdsvis vigtig for rationelle, konservative og eventyr-lystne forbrugere, mens betydningen af økologi og proces-egenskaber varierer mellem forbrugersegmenterne i de

respektive lande, fx med en forholdsvis stor betydning for rationelle forbrugere i Tyskland og UK og en relativt lav betydning for rationelle forbrugere i Danmark og Frankrig.

Disse betragtninger giver således et billede af, at rangordningen af kvalitetsegenskaber i fødevarerne ikke er ensartet blandt forbrugerne, og at forskellige forbrugersegmenter prioriterer forskellige produktegenskaber forskelligt. Fremadrettet er det således væsentligt, hvorledes disse forbrugersegmenter udvikler sig, fx om der er tendens til vækst i antallet af skødesløse eller konservative forbrugere.

5. Danske forbrugeres prioritering af kvalitetsegenskaber i fødevarer i 2010

I forbindelse med et igangværende forskningsprojekt på Fødevareøkonomisk Institut, med primært fokus på lokale fødevarer, er der i sommeren 2010 gennemført en spørgeskema-undersøgelse blandt et repræsentativt udsnit af danske forbrugere. Spørgeskema-undersøgelsen er foretaget på UserNeed's internet-panel i august 2010[6]. I forbindelse med undersøgelsen er der også stillet spørgsmål til, hvor vigtige forskellige egenskaber er for forbrugerne. Specifikt er der givet en række udsagn ("Det er vigtigt for mig, at varen er..."), respondenterne kan erklære sig enige eller uenige i, på en 5-punkts skala (plus en "ved ikke" svarmulighed). Disse spørgsmål er stillet i forhold til 3 fødevarekategorier: kød, mejeriprodukter, samt frugt og grønt. I undersøgelsen er inddraget følgende produkt-egenskaber:

- viden om varens oprindelsesland er tilgængelig
- varen er af udenlandsk oprindelse,
- varen er af dansk oprindelse
- varen er fra et bestemt lokalområde (fx Bornholm)
- varen er fra respondentens eget lokalområde
- varen er let at få fat i
- varen er økologisk
- varen er produceret miljøvenligt
- varen er produceret under hensyn til dyrevelfærd (animalske produkter)
- varen har et lavt fedtindhold (animalske produkter)
- viden om varens produktionsdato er tilgængelig
- der er lang tid til sidste holdbarhedsdato
- varens pris

For hver af de tre varekategorier er respondenterne blevet spurgt, hvor vigtige de finder de respektive egenskaber, på en skala fra 1 til 5 (hvor 1 er "vigtig" og 5 er "ikke vigtig").

De indsamlede svar er blevet analyseret på den måde, at det for hver fødevarekategori, og for hvert par af produkt-egenskaber (fx "økologi" versus "lavt fedtindhold") er opgjort, hvor stor en andel af respondenterne der lægger størst vægt på hhv. den ene og den anden egenskab. I dette eksempel var der

[6] Spørgeskemaet har været udsendt til 20.017 respondenter. Heraf har 3.211 fuldført udfyldelsen af spørgeskemaet, hvilket giver en svarprocent på 16.

for kød og kødprodukter 12,2 pct. af respondenterne, som tillagde økologi-egenskaben større vigtighed end et lavt fedtindhold, mens 65,6 pct. finder et lavt fedtindhold vigtigere end at varen er økologisk. De resterende 22,2 pct. finder de to egenskaber lige vigtige.

En nærmere analyse af data viser betydelige korrelationer mellem nogle af produkt-egenskaberne. Således svarer langt de fleste respondenter ens vedrørende deres opfattelse af vigtigheden af, om varen henholdsvis er produceret i et bestemt lokalområde og i deres eget lokalområde. Ligeledes er der en meget stærk negativ korrelation mellem svarene angående om varen skal være dansk hhv. udenlandsk produceret, dvs. forbrugere som tillægger det stor vægt at varen er dansk produceret er samtidig tilbøjelige til at tillægge det lav vægt at varen er udenlandsk produceret.

Tabel 7 viser resultaterne af sådanne opgørelser for en række udvalgte par af kvalitetsparametre for de tre produkt-kategorier, mens detaljerede resultater er vist i Appendix tabel A6. Fx mener 18,2 pct. af respondenterne, at kendskab til oprindelsen af et kødprodukt er vigtigere end kendskab til varens produktionsdato, mens 25 pct. mener at kendskab til produktionsdato er vigtigere end kendskab til oprindelse for kødprodukter. De resterende 56,8 pct. af respondenterne finder enten de to egenskaber lige vigtige, eller har svaret "ved ikke".

Tabel 7. Danske forbrugeres rangordning af udvalgte kvalitetsegenskaber i tre typer fødevarer

Kød og kødprodukter	**Mejeriprodukter**	**Frugt og grønt produkter**
Viden om produktionsdato	Viden om produktionsdato	Viden om oprindelse
Viden om oprindelse	Viden om oprindelse	Miljøvenlig
Lavt fedtindhold	Lavt fedtindhold	Kendt produktionsdato
Dyrevelfærd	Dyrevelfærd	Lang tid til sidste salgsdato
Miljøvenlig	Miljøvenlig	Dansk produceret
Lang tid til sidste salgsdato	Lang tid til sidste salgsdato	Pris
Dansk produceret	Dansk produceret	Økologisk
Pris	Pris	Lokalt produceret
Økologisk	Økologisk	
Lokalt produceret	Lokalt produceret	

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse, gennemført august 2010

Resultaterne i tabel 7 giver mulighed for at (om end ikke fuldstændigt entydigt) opgøre den samlede danske forbrugerpopulations rangordning af produktegenskaber i fødevarerne. En sådan rangordning bygger på, i hvilket omfang én produkt-egenskab dominerer de øvrige betragtede egenskaber, i den forstand at flere respondenter finder den pågældende egenskab vigtigere i forhold til de øvrige egenskaber end omvendt. Det skal i den forbindelse anføres, at der i sagens natur er tale om et forholdsvis groft og aggregeret mål, som bl.a. ikke tager hensyn til forskellige socio-demografiske grupperinger, forbrugersegmenter mv. - forhold, som kan have betydning i forhold til udvikling af kvalitetsstrategier som fx. produktdifferentiering, mærkningsordninger, markedsføringstiltag osv. Variationer i vægtningen af forskellige produkt-egenskaber i forskellige forbrugergrupper belyses nærmere nedenfor.

Samlet set lægger de danske forbrugere mest vægt på at have kendskab til varens produktionsdato. For begge animalske produktkategorier - og med kun to undtagelser vedrørende frugt og grønt - lægger flere forbrugere vægt på denne egenskab end på nogen af de øvrige undersøgte egenskaber. En anden - og for forbrugerne stort set lige så vigtig - egenskab, er at have kendskab til produktets oprindelse. I relation til frugt og grønt dominerer denne parameter samtlige øvrige produkt-attributter, og for animalske produkter er kun produktionsdatoen vigtigere.

I relation til animalske fødevarer finder forholdsvis mange forbrugere et lavt fedtindhold og hensyn til dyrevelfærd i produktionen vigtige, sammenlignet med en række andre kvalitetsparametre. Og samlet set, er betydningen af disse to parametre stort set lige stor.

Lidt lavere prioritet end fedtindhold og dyrevelfærd har tre parametre, som indbyrdes er stort set lige vigtige for "gennemsnitsforbrugeren": hensynet til miljøvenlig produktion, produktets forventede holdbarhed og om produktet er af dansk oprindelse.

For et flertal af respondenterne angives prisen på produktet at have mindre betydning end de ovennævnte produkt-egenskaber, men for gennemsnitsforbrugeren har prisen større betydning, end om produktet er økologisk eller lokalt produceret. I relation til frugt og grønt angives økologi-parameteren dog lige så ofte som prisen at være vigtig for forbrugerne. Økologi angives generelt oftere som vigtig end at varen er lokalt produceret, uanset om vi betragter kød, mejeriprodukter eller frugt og grønt.

De aggregerede resultater af spørgeskemaundersøgelsen tyder på, at der blandt danske forbrugere er et ganske stærkt ønske om information vedrørende produktionsdato og produkt-oprindelse. Ifølge opgørelsen er betydningen af , om en fødevare er lokalt produceret, derimod kun en af de vigtigste parametre for omkring 1-2 pct. af forbrugerne.

Resultaterne i tabel 7 viser nogenlunde ensartede mønstre på tværs af fødevarekategorier. Det er således i store træk den samme aggregerede rangordning, der kommer ud af besvarelserne for både kød, mejeriprodukter og frugt og grønt. Dette kan på den ene side være udtryk for, at populationen af danske forbrugere har en rimelig konsistent rangordning af de produktegenskaber, som de lægger vægt på ved fx forbrugsbeslutninger. Men undersøgelsens design kan også have haft en betydning for disse resultater. I spørgeskemaet er de ovennævnte spørgsmål vedrørende hhv. kød, mejeriprodukter og frugt/grønt blevet stillet umiddelbart efter hinanden. Det kan således ikke udelukkes, at de afgivne svar er blevet "farvet" af hinanden, og at man kunne have fået andre resultater, hvis man fx havde spurgt til kød-egenskaber hos én undergruppe af respondenter, til mejeriprodukt-egenskaber hos en anden undergruppe, og til frugt/grønt egenskaber hos en tredje undergruppe.

Forskelle i prioriteringer mellem forskellige forbrugergrupper

De ovennævnte resultater viser en aggregeret fremstilling af, hvordan den samlede population af danske forbrugere afvejer de forskellige produkt-attributter i forhold til hinanden. Der er således ikke taget hensyn til den variation, der kan være blandt forbrugerne.

For at undersøge socio-demografiske variationer i den opfattede betydning af forskellige produkt-egenskaber hos forbrugerne er der i tabel 8 foretaget en tilsvarende opgørelse for udvalgte kvalitetsparametre for forskellige undergrupperinger af spørgeskema-materialet, fordelt på køn, alder og uddannelsesniveau.

Tabel 8. Socio-demografiske variationer i prioriteringen af udvalgte kvalitetsegenskaber ved kød og kødprodukter

	Kvinder		Mænd		Alder 18-24 år		Alder 45-64 år		Erhvervsudd.		Lang vid. Udd.	
Att 1.>Att. 2	att 1	att 2	att 1	att 2	att 1	att 2	att 1	att 2	att 1	att 2	att 1	att 2
Lavt fedtindh.>dyrevelfærd	27,1	25,4	29,0	31,2	31,1	29,3	23,7	29,1	28,6	27,7	28,4	31,2
Lavt fedtindh.>pris	66,0	9,4	51,0	19,4	33,5	28,8	68,5	10,5	56,1	16,0	60,3	11,3
Lavt fedtindh.>lokal	81,4	4,7	73,1	9,3	78,8	8,0	76,5	7,1	74,1	7,8	77,7	7,9
Dyrevelfærd>miljøvenlig	29,7	8,0	27,1	12,5	35,4	12,3	24,1	9,7	28,8	8,4	22,4	11,6
Dyrevelfærd>dansk	39,0	18,4	43,2	20,3	50,5	17,5	38,2	18,9	35,3	21,3	44,5	16,4
Dyrevelfærd>pris	64,8	13,2	52,4	20,3	33,5	31,6	68,9	10,5	57,2	18,0	62,0	14,2
Dyrevelfærd>lokal	84,6	2,6	75,4	4,6	83,5	1,9	80,4	3,6	75,6	4,4	82,4	3,4
Miljøvenlig>lang tid til sst. salgsdato	41,3	27,4	35,3	31,1	34,4	31,1	39,1	25,9	38,4	29,1	39,0	27,1
Miljøvenlig>dansk	29,6	26,3	36,8	24,7	43,4	24,5	31,3	24,0	25,9	27,5	39,9	21,2
Miljøvenlig>pris	56,1	18,6	46,9	25,3	25,5	42,5	62,2	13,5	50,1	23,5	57,7	18,5
Miljøvenlig>lokal	77,5	3,2	70,7	5,7	78,3	3,8	74,8	4,1	67,9	5,8	79,3	3,6
Lang tid til sst. salgsdato >pris	45,5	23,7	41,8	26,8	25,5	45,8	52,7	18,4	41,9	25,9	50,2	21,4
Lang tid til sst. salgsdato>økologisk	52,1	24,7	55,6	20,7	57,1	20,3	53,7	21,6	21,3	56,1	46,9	26,7
Lang tid til sst. salgsdato>lokal	64,8	14,4	65,5	13,8	73,1	10,4	63,4	14,2	63,4	17,5	67,3	15,4
Dansk>pris	54,9	20,4	42,9	30,9	22,6	45,3	59,3	16,9	50,6	26,2	51,4	24,8
Dansk> økologi	56,6	12,4	50,7	17,7	48,1	15,1	55,2	12,8	59,4	9,3	43,5	25,0
Pris>økologi	41,1	34,8	47,1	28,5	64,6	16,5	36,4	37,8	47,5	26,2	34,4	41,8
Pris>lokal	52,2	21,5	55,6	18,1	80,2	7,1	43,3	26,2	49,9	19,7	50,2	23,5
Økologi>lokal	45,8	17,0	40,8	19,5	42,9	14,2	43,3	19,8	34,8	25,9	55,1	12,5

Opdelingen viser fx, at mænd i gennemsnit lægger mere vægt på prisen end kvinder gør, at yngre forbrugere lægger relativt mere vægt på prisen end ældre, og at forbrugere med lang, videregående uddannede lægger en smule mindre vægt på prisen end forbrugere med en erhvervsuddannelse.

Dette socio-demografiske mønster (kvinder, ældre og folk med lange uddannelser overfor mænd, yngre og/eller folk med kortere uddannelser) går igen for en række af de aspekter, som er belyst i tabellen. Forbrugerne i de førstnævnte grupper ser således også ud til at være mere afklarede i deres prioritering af kvalitetsparametre – en større andel i disse grupper prioriterer den ene eller den anden af to egenskaber, og en mindre andel ser de to pågældende egenskaber som ligeværdige.

Ser man på lokale fødevarer, så viser tabellen en tendens til en større interesse blandt de ældre forbrugere, og blandt forbrugere med længere videregående uddannelse, relativt til andre kvalitetsparametre.

6. Diskussion og perspektiver for arbejdet med fødevarekvalitet

I de foregående afsnit er der dels præsenteret resultater af en større litteraturgennemgang, og dels resultater af en nyligt gennemført dansk spørgeskemaundersøgelse. I begge tilfælde er det undersøgt, hvordan forbrugerne prioriterer forskellige fødevareegenskaber i forhold til hinanden. Mens litteraturgennemgangen bygger på mange forskellige studier, som hver især har belyst en delmængde af disse attributter, så har spørgeskemaundersøgelsen spurgt de samme respondenter om alle de betragtede produkt-egenskaber.

For at danne et overblik over resultaterne af disse studier, er der gennemført en rangordning af egenskaber ved at foretage parvise sammenligninger af forbrugernes prioritering af de enkelte egenskaber, fx dyrevelfærd overfor lokalt produceret. Denne tilgang muliggør inddragelse af forskellige typer studier med forskellige analysemetoder, fx betalingsvillighedsstudier, conjoint analyser, kvalitative studier mv.

Principielt kan en sådan sekvens af parvise sammenligninger give risiko for en del inkonsistens i rangordningen af egenskaber, fx at nogle undersøgelser peger på en prioritering af sundhed frem for fødevaresikkerhed, andre studier peger på en prioritering af fødevaresikkerhed frem for spisekvalitet, og atter andre peger på en prioritering af spisekvalitet frem for sundhed. Undersøgelsen giver få eksempler på sådanne inkonsistenser, men overvejende har de to undersøgelser givet et nogenlunde klart billede af forbrugernes prioriteringer. Spisekvalitet, sundhed og sikkerhed er således blandt de højest prioriterede egenskaber, mens kendskab til oprindelsesland, dyrevelfærd og miljøvenlighed ligger som nogle af de efterfølgende egenskaber. Om fødevaren er lokalt produceret ligger forholdsvis lavt på listen over forbrugernes prioriteringer.

Den danske spørgeskemaundersøgelse kunne tyde på, at prisparameteren har relativt lille betydning. Det bør dog påpeges, at der kan være tale om en undervurdering af denne betydning, idet en del undersøgelser tyder på, at respondenter har tendens til at tillægge prisen for lille betydning i spørgeskemaundersøgelser, hvor der ikke er tale om faktiske køb.

Nærværende rapport fokuserer som nævnt på at give et overordnet billede af forbrugernes rangordning af forskellige kvalitetsegenskaber ved fødevarer. Men en del af rapportens resultater tyder på, at der kan være en betydelig variation i disse rangordninger blandt forskellige forbrugersegmenter, og at udviklingen i disse segmenter kan være forholdsvis afgørende for, hvorledes den samlede efterspørgsel efter forskellige fødevarekvalitets-egenskaber vil udvikle sig de kommende år. Der er således behov for mere dybtgående undersøgelser af efterspørgslen efter disse egenskaber i forskellige forbrugersegmenter, samt segmenternes udvikling over tid.

Referencer

- Alfnes F. & Rickertsen K. (2006) Experimental Methods for the Elicitation of Product Value in food Marketing Research, Chapter 11 in Asche F (ed) Primary industries facing global markets: the supply chains and markets for Norwegian Food, Universitetsforlaget
- Alfnes F., Guttormsen A.G., Steine G. (2006) Consumers' willingness to pay for the color of salmon: a choice experiment with real economic incentives, Americal Journal of Agricultural Economics
- Aoki K., Shen J. & Saijo T. (2010) Consumer reaction to information on food additives: Evidence from an eating experiment and a field survey, Journal of Economic Behaviour and Organization, Vol. 73 (3), pp. 433-438
- Arnot C., Boxall P.C, Cash S.B. (2006) Do ethical consumers care about price? A revealed preference analysis of fair trade coffee purchases, Canadian Journal of Agricultural Economics, vol. 54, pp. 555-565
- Arnoult M.H., Lobb A.E., Chambers S.A., Traill W.B. Tiffin R. (2007) Consumers' willingness to pay for functional agricultural foods, Food Policy for Land, Reading University, Project Document no 09, work package no. 2, report no. 5 in project Implications of a Nutrition Driven Food Policy for Land Use and the Rural Environment
- Aaslyng M.D.,Oksama M., Olsen E.V., Bejerholm C., Baltzer M., Andsen G., Bredie W.L.P., Byrne D.V., Gabrielsen G.(2007) The impactof sensory quality of pork on consumer preference, Meat Science, vol. 76 (1, pp. 61-73
- Baltzer K (2004) Consumers' willingness to pay for food quality – the case of eggs, Food Economics, vol. 1(2), pp. 78-90
- Batte M.T., Hooker N.H., Haab T.C., Beaverson J. (2007) Putting their money where their mouths are: Consumer willingness to pay for multi-ingredient, processed organic food products, Food Policy, vol. 32, pp. 145-159
- Bech A.C., Juhl H.J., Hansen M., Martens M. Andersen L. (2000) Quality of peas modelled by a structural equation system, Food Quality and Preference, vol. 11 (4), pp. 275-81.
- Bechetti L., Rosati F.C. (2007) Global social preferences and the demand for socially responsible products: empirical evidence from at pilot study on fair trade consumers, World Economy, vol. 30 (5), pp. 807-836.
- Bogue J. & Ritson C. (2004) Understanding consumers' perceptions of product quality for lighter dairy products through the integration of marketing and sensory information, Food Economics

- Boland M., Fox J.S., Mark D. (1999) Consumer willingness to pay for pork produced under an integrated meat safety system, paper presented at Western Agricultural Economics Association Annual Meeting, July 11-14, 1999, Fargo ND
- Bredahl L., Grunert KG. & Fertin C. (1998)Relating consumer perceptions of pork quality to physical product characteristics, Food Quality and Preference
- Bredahl L. (2001) Determinants of Consumer Attitudes and Purchase Decisions with Regard to Genetically Modified Food – Results of a Cross-National Survey, Journal of Consumer Policy vol. 24 (1), pp. 23-61.
- Bremner H.A. (2000) Toward Practical Definitions of Quality of For Food Science, Critical Reviews in Food Science and Nutrition, vol.40 (1), pp. 83-90.
- Brown C. (2009) Consumers' preferences for locally produced food: A study in southeast Missouri, Americal Journal of Alternative Agriculture, vol. 18, pp. 213-224
- Brunsø K., Fjord T.A. & Grunert K.G. (2002) Consumers' food choice and quality perception, MAPP Working paper no. 77.
- Brunsø K., Bredahl L. Grunert K.G., Scholderer J. (2005) Consumer perception of the quality of beef resulting from various fattening regimes, Livestock production, vol. 95, 00. 83-93
- Bryhni E.A., Byrne D.V., Rødbotten M. & Claudi-Magnussen C. , Agerhem H., Johansson M., Lea P. & Martens M.(2002) Consumer perceptions of pork in Denmark, Norway and Sweden, Food Quality and Preference, vol. 13, pp. 257-266
- Carlsson F., Frykblom P. & Lagerkvist C-J. (2005) Consumer preferences for food product quality attributes from Swedish Agriculture, Ambio vol. 34(4-5), pp. 366-370
- Carlsson F., Frykblom P. & Lagerkvist C.-J. (2007) Consumer willingness to pay for farm animal welfare: mobile abattoirs versus transportation to slaughter, European Review of Agricultural Economics,
- Carlucci A., Monteleone E., Braghieri A, Napolitano F. (2009) Mapping the effects of information about animal welfare on consumer liking and willingness to pay for yoghurt, Journal of Sensory Studies vol. 35, pp. 712-730
- Caswell J.A., Joseph S. (2007) Consumer demand for quality: Major Determinant for Agricultural and Food Trade in the Future?, Working paper
- Chao P. (1998) Impact of Country-of-Origin Dimensions on Product Quality and design Quality Perceptions, Journal of Business Research, vol. 42 (1), pp. 1-6
- Christensen T., Mørkbak M., Denver S. & Hasler B. (2006) Preferences for food safety and animal welfare – a choice experiment study comparing organic and conventional consumers.
- Christensen T., Denver S., Jensen J.D., Rosenquist H., Wingstrand A., Aabo S., Ifversen B. (2009) Consumption patterns and zoonotic risks – an overview of Salmonella and Campylobacter risks related to the Danish markets for pork, chicken and egg products, Fødevareøkonomisk Institut, rapport
- Christensen T., Lassen J., Korzen S., Mørkbak M.R. & Sandøe P. (2009) Holdninger hos forbrugere og borgere – barrierer og muligheder, i Rosenquist H., Sandøe P., Tveit G., Wingstrand A. & Aabo S. Fremtidens fødevaresikkerhed – nye veje mod sikrere kød i Danmark, ISBN 978-87-988065-7-8
- Codron et al. (2006) om europæiske trends i forhold til miljø, etik, osv.
- Cohen J.B., Fishbein M. & Ahtola O.T. (1072) The nature and uses of expectancy-value models in consumer attitude research, Journal of Marketing Research, vol. 9, pp. 456-460

- Combris P., Bazoche P., Giraud-Héraud E. & Issanchou S. (2009) Food Choices: What do we learn from combining sensory and economic experiments?, Food Quality and Preference, vol. 20 (8), pp. 550-557
- Costa A.I.A. (2005) Measuring Dutch consumers' willingness-to-pay for ethically-improved foods and supply chains through the performance of experimental auctions, 18th Scandinavian Academy of Management, August 18-20, 2005, Århus, Denmark
- Costa-Font M., Gil J.M., Traill W.B. (2008 Consumer acceptance, valuation of and attitudes towards genetically modified food: review an implications for food policy, Food Policy, litteratur-review
- Darby K., Batte M.T., Ernst S. & Roe B. (2006) Willingness to pay for locally produced foods: A customer intercept study of dirct market and grocery store shoppers, paper præsenteret på American Agricultural Economics Association Annual Meeting, Long Beach, California, July 23-26, 2006
- Darby K., Batte M.T., Ernst S. & Roe B. (2008) Decomposing local: a conjoint analysis of locally produced foods, American Journal of Agricultural Economics, vol. 90 (2), pp. 476-486
- Davies B.J., Flemmer M. (1996) Consumer behaviour convergence in the European Union, The Service Industries Journal
- Denver et al. (2010) Studier af forbrugeres adfærd ift økologi i DK, Italien og UK
- Dickinson D.L., Bailey D.V. (2002) Meat Traceability: Are US consumers willing to pay for it ? Journal of Agricultural and Resource Economics, vol 27 (2), pp.348-364
- Dickinson D.L., Hobbs J.E., Bailey d.V. (2003) A comparison of US and Canadian Consumers' Willingness to pay for red-meat traceability, Paper prepared for presentation at the American Agricultural Economics Association Annual Meetings, Montreal, Canada, July 27-30, 2003
- Donaghy P., Rolfe J., Bennett J. (2003) Consumer demands or organic and genetically modified foods, 47th annual conference of Australian Agricultural and Resource Economics Society, 12-14th February 2003, Freemantle, Western Australia
- Dransfield et al. (2005) om forskellige parametres betydning for forbrugernes valg af svinekød i Danmark, Sverige, Frankrig og UK
- Ehmke M.T. (2006) International Differences in Consumer Preferences for Food Country-of-Origin: A Meta-Analysis, American Agricultural Economics Association
- Gil J.M., Gracia A., Sanches M. (2000) Market segmentation and willingness to pay for organic products in Spain, International Food and Agribusiness Management Review, vol. 3, pp. 207-226
- Goldberg I. & Roosen J. (2005) Measuring consumer willingness to pay for a health risk reduction of salmonellosis and campylobacteriosis, EAAE kongres, Kbh.
- Grannis J., Hooker N. & Thilmany (2000) Consumer preference for specific attributes in natural beef products, paper presented at the Western Agricultural Economics Asociation Annual Meetig, Vancouver, June 29-July 1, 2000
- Grimsrud K.M., McCluskey J.J., Loureiro M.L., Wahl T.I. (2004) Consumer Attitudes to Genetically Modified Food in Norway, Journal of Agricultural Economics, vol. 55 (1), pp 75-90
- Grunert K.G., Lähteenmäki L. & Nielsen N.A., (2001) Consumer perceptions of food products involving genetic modification – results from a qualitative study in four Nordic countries, Food Quality and Preference, vol. 12, pp. 527-542

- Grunert K.G., Bech-Larsen T.& Bredahl L. (2000) Three issues in consumer quality perception and acceptance of dairy products, International Dairy Journal, vol. 10 (8), pp. 575-584, functional foods I mejeriprodukter
- Grunert K.G. (2005) Food quality and safety: consumer perception and demand, European Review of Agricultural Economics
- Grunert K.G., Juhl H.J., Esbjerg L., Jensen B.B., Bech-Larsen T., Brunsø K. & Madsen C.Ø. (2009) Comparing methods for measuring consumer willingness to pay for a basic and an improved ready made soup product, Food Quality and Preference, vol. 20 (8), pp. 607-619
- Grunert et al. 2004, vedr. oksekød i Tyskland, Spanien og UK
- Grunert K.G. (1997) What's in a steak? A cross-cultural study on the quality perception of beef, Food Quality and Preference, vol. 8 (3), pp. 157-174
- Hansen L.G (2003) Organic crowding-out – a study of Danish organic food demand, FØJO working papir
- Hansen T. (2001) Fødevarekvalitet – et forbrugerperspektiv, Jurist- og Økonomforbundets forlag, ISBN 87-574-00363-5
- Hansen T. (2005) Understanding consumer perception of food quality: the cases of shrimps and cheese, British Food Journal
- Holt G., Amilien V. (2007) Introduction: from local food to localised food, Antropology of food (noget om definitioner og rammebetingelser...
- Howard P., (2005) What do people want to know about their food? Measuring Central Coast consumers' interest in food systems issues. Center for Agroecology & Sustainable Food Systems, Research Brief #5, winter 2005
- Jaffry S., Pickering H., Ghulam Y., Whitmarsch D. Wattage P. (2004) Consumer choices for quality and sustainability labelled seafood products in the UK, Food Policy vol. 29, pp. 215-228
- Jensen J.D. (2002) Fødevarekvalitet og –sikkerhed – centrale begreber og deres operationalisering, Fødevareøkonomisk Institut working paper no. 2002/04
- Jensen J.D., Smed S. & Baltzer K. (2004) Fødevareefterspørgsel i Danmark - perspektiver for produktdifferentiering, Fødevareøkonomisk Institut rapport nr. 165.
- Kalogeras N., Valchovska S.Baourakis G. & Prodromos K. (2009) Dutch Consumers' Willingness to Pay for Organic Olive Oil, Journal of International Food & Agribusiness Marketing vol. 21 (4), pp. 286-311.
- Klin A., Zapilko M., Menrad K. & Gabriel A. (2009) Consumer Acceptance of Geneticaly Modified Rapeseed Oil – A Discrete Choice Experiment, working paper GEWISOLA
- Krystallis A. & Chryssohoidis G. (2006) Consumers' willingness to pay for organic food – factors that affet it and variation per organic product type, British Food Journal, vol. 107 (5), pp. 320-343
- Krystallis A., Ness M. (2004) Motivational and cognitive structures of Greek consumers in the purchase of quality food products, Journal of International Consumer Marketing, vol. 16(2), pp. 7-36
- Lagerkvist, C.-J.; Carlsson, F. & Viske, D. (2006): Swedish Consumer Preferences for Animal Welfare and Biotech: A Choice Experiment, AgBioForum, vol. 9, no. 1, pp. 51-58.
- Lancaster K.T. (1966) A New Approach to Consumer Theory, Journal of Political Economy, vol. 74 (2), pp. 132-157

- Liljenstolpe C. (2008) Evaluating animal welfare with choice experiments: an application to Swedish pig production, Agribusiness, vol. 24 (1), pp. 67-84
- Loureiro M.L., Gracia A., & Nayga R.M. (2006) Do consumers value nutritional labels?, European Review of Agricultural Economics, vol. 33 (2), pp. 249-268
- Loureiro M.L. & Umberger W.J. (2007) A choice experiment model for beef: What US consumer responses tell us about relative preferences for food safety, country-of-origin labeling and traceability, Food Policy, vol. 32 (4), pp. 496-514
- Loureiro M.L. & McCluskey (2000) Assessing consumer response to protected geographical identification labelling, Agribusiness, vol. 16 (3), pp. 309-320
- Loureiro M.L., Umberger W.J. (2003) Estimating consumer willingness to pay for country-of-origin labeling, Journal of Agricultural and Resource Economics, vol. 28 (2), pp. 287-301
- Loureiro M.L, Hine (2002) Discovering niche markets: A comparison of consumer willingness to pay for local (Colorado grown), organic and GMO-free products, Journal of Agricultural and Applied Economics vol. 34(3), pp. 477-487
- Loureiro M., & Lotatde J. (2005) Do fair-trade and eco-labels in coffee wake up the consumer conscience, Ecological Economics, vol. 53, pp. 129-138.
- Marchesini S., Hasimu H., Regazzi D. (2007) Literature review on the perception of agro-food quality cues in the international environment
- Meiselman H.L. (2001) Criteria of food quality in different contexts, Food Service Technology, vol. 1(2), pp. 67-77
- Melton B.E., Huffman W.E. & Shogren J. (1996a) Economic values of pork attributes: hedonic price analysis of experimenal auction data, Review of Agricultural Economics, vol. 18 (4), pp. 613-627
- Melton B.E., Huffman W.E., Shogren J.F. & Fox J.A. (1996) Consumer Prefereces for Fresh Food Items with Multiple Quality Attributes: Evidence from an Experimental Auction of Pork Chops, American Journal of Agricultural Economics, vol. 78 (4), pp. 916-923
- Meuwissen M.P., Lans I.A.V.d., Huirne R.B.M. (2007) Consumer preferences for pork supply chain attributes, Wageningen Journal of Life Sciences vol. 54(), pp. 293-312
- Menapace L., Colson G., Grebitus C., Facendola M. (2009) Consumer preferences for country-of-origin, geographical indication and protected designation of origin labels, Iowa State University, working paper no. 09021
- Midmore et al. (2005) review om forbrugeres holdninger til økologiske produkter i DK og England
- Miller G.Y., Unnevehr L.J. (2001) Characteristics of consumers demanding and their willingness to pay for certified safer pork, Journal of Agribusiness
- Millock K., Wier M., & Andersen L.M. (2004) Consumer demand for organic foods – attitudes, values and purchasing behaviour, paper præsenteret på 13th annual EAERE Conference, Budapest, June 2004
- Millock K., Hansen L.G., Wier M. & Andersen L.M. (2002) Willingness to pay for organic foods: A comparison between survey data and panel data from Denmark, paper præsenteret på 12th annual EAERE Conference, June 2022, Monterey, 2002
- Murcott, A. (1983), "It's a pleasure to cook for him": Food, Mealtimes and Gender in some South Wales Households, In The Public and the Private, E. Gamarnikow et al., eds., Heinemann Educational Books, pp. 78-90.

- Mørkbak M.R. (2009) Methodological aspects of choice experiments in relation to food safety valuation, Ph.D. afhandling, afleveret juli 2009
- Mørkbak M.R. & Nordström J. (2007) Consumer perception of animal welfare and the effect of information, Proceedings of the Nordic Consumer Policy Research Conference 2007
- Mørkbak M.R. & Nordström J. (2009) The impact of information on consumer preferences for different animal food production methods, Journal of Consumer Policy, vol. 32, pp. 313-331
- Napolitano F., Braghieri A., Piasentier E., Favotto S., Naspetti S. & Zanoli R. (2010) Effect of information about organic production on beef liking and consumer willingness to pay, Food Quality and Preference, vol. 21 (2), pp. 207-212.
- Napolitano F., Pacelli C., Girolami A. & Braghieri A. (2008) Effect of Information about Animal welfare on consumer willingness to pay for yoghurt, Journal of Dairy Science, vol. 91 (3), pp.910-917.
- Naspetti S., Zanoli R. (2009) Organic Food Quality and Safety Perception throughout Europe, Journal of Food Products Marketing
- Nielsen et al. (1998) om vegetabilske olier i Danmark, England og Frankrig
- Nielsen N.A., Bech-Larsen T. & Grunert K.G. (1998) Consumer purchase motives and product perceptions: a laddering strudy on vegetable oil in three countries Food Quality and Preferences vol. 9 (6), pp. 455-466.
- Olesen I., Alfnes F., Råra M.B. & Kolstad K. (2010) Eliciting consumers' willingness to pay for organic and welfare-labelled salmon in a non-hypothetical choice experiment, Livestock Science, vol. 127 (2-3), pp. 218-226
- Pelsmacker P.D., Driesen L., Rayp G. (2005) Do consumers care about ethics? Willingness to pay for fair-trade coffee, Journal of Consumer Affairs, vol. 39 (2), pp. 363-385
- Pohjanheimo T., Paasovaara R., Luomala H. & Sandell M. (2010) Food choice motives and bread liking of consumers embracing hedonistic and traditional values, Appetite, vol. 54 (1), pp. 170-180.
- Pouta E. Heikkilä J., Forsman-Hugg S., Isoniemi M. & Mäkelä J. (2010) Consumer choice of broiler meat: the effects of country of origin and production methods, Food Quality and Preference, vol. 21, pp. 539-546
- Roosen J., Marette S., Blanchemanche S. & Verger P. (2007) The effect of product health information on liking and choice, Food Quality and Preference, vol. 18 (5), pp. 759-770.
- Scholderer J., Bredahl L. Magnusson M (2004) Consumer Expectations of the Quality of Pork Produced in Sustainable Outdoor Systems, SUSPORKQUAL Deliverable 22: Determination of the weighting of factors influencing attitudes to pork in different countries, project paper no 03/04, ISSN 0907 2101, July 2004
- Siskos Y., Matsatisinis N.F. & Baourakis G. (2001) Multicriteria analysis in agricultural marketing: the case of French olive oil market, European Journal of Operational Research, vol. 130, pp. 315-331.
- Smed S. (2006) Demand Structure and Willingness to pay for organic dairy products, Cahiers Options Mediterraneennes, no. 64
- Smed S. & Jensen J.D. (2005) Food safety information and food demand, British Food Journal, vol. 107 (3), pp. 173-186
- Smed S. & Jensen J.D. (2005) Demand for low-fat dairy product – demand for healthiness or taste? i Krarup S. & Russell C.S (eds) Enviroment, Information and Consumer Behaviour, New Horizons in Environmental Economics, Edward Elgar Publishing

- Stefani G., Romano D., Cavicchi A. (2006) Consumer expectations, liking and willingness to pay for specialty foods: Do sensory characteristics telle the whole story? Food Quality and Preference
- Teisl M., Fein S.B. & Levy A.S. (2009) Information effects on consumer attitudes toward three food technologies: Organic production, biotechnology and irradiation, Food Quality and Preference, vol. 20 (8), pp. 586-596
- Thybo A.K., Kühn B.F. & Martens H (2004) Explaining Danish children's preferences for apples using instrumental, sensory and demographic/behavioural data, Food Quality and Preference
- Tonsor G.T., Schroeder T.C., Pennings J.M.E. & Mintert J. (2007) Consumers' valuations and choice processes of Food Safety Enhancement Attributes: An International Study of Beef Consumers,paper præsenteret på American Agricultural Economics Association Annual Meeting, Portland, 30.juli-1. august, 2007
- Tranter R.B., Bennett R.M., Costa L., Cowan C., Holt G.C, Jones P.J., Miele M., Sottomayor M. & Vestergaard J. (2009) Consumers' willingness-to-pay for organic conversion-grade food: Evidence from five EU countries, Food Policy, vol. 343), pp. 287-294
- Valette-Florence P., Sirieix L. Grunert K.G. & Nielsen N.A. (2000) Means-end chain analysis of fish consumption in Denmark and France: A multidimensional perspective, Journal of Euromarketing, vol. 8, pp. 15-27.
- Vanoppen J., Verbeke W., Huylenbroeck G.V. & Viaene J. (2001) Consumer Valuation of Short Market Channels for Fresh Food Through Laddering, Journal of International Food & AgribusinessMarketing, vol. 12 (1), pp. 41-69.
- Verbeke W., Smet S.D., Vackier I., Oeckel MJV, Warnants N. & Kenhove P.V. (2005) Role of intrinsic search cues in the formation of consumer preferences and choice for pork chops, Meat Science, vol. 69 (2), pp. 343-354
- Verbeke W., Pérez-Cueto F.J.A., Barcellos M.D.d., Krystallis A. & Grunert K.G. (2010) European citizen and consumer attitudes and preferences regarding beef and pork, Meat Science, Vol. 84 (2), pp. 284-292.
- Verbeke W. (2006) Functional foods: consumer willingness to compromise on taste for health? Food Quality and Preference, vol. 17 (1-2), pp. 126-131
- Wandel M. & Bugge A. (1997) Environmental concern in consumer evaluation of food quality, Food Quality and Preference vol. 8(1), pp. 12-26
- Weatherell C., Tregear A., Allinson J. (2003) In search of the concerned consumer: UK public perceptions of food, farming and buying local, Journal of Rural Studies, vol. 19, pp. 233-244
- Wier M., Jensen K.O., Andersen L.M. & Millock K. (2008) The character of demand in mature organic food markets: Great Britain and Denmark compared, Food Policy
- Wier M. & Andersen L.M. (2001) Studies on Consumer Demand for Organic Foods – A Survey, AKF
- Wier M., O'Doherty-Jensen K., Andersen L.M. & Millock K. (2008) The character of demand in mature organic food markets: Great Britain and Denmark Compared, Food Policy, vol. 33 (5), pp. 406-421
- Yiridoe et al. (2005) review om økologisk forbrug og kvalitetsopfattelse i litteraturen
- Zepeda L., Leviten-Reid C. (2004) Consumers' views on local food, Journal of Food Distribution

Appendix

Tabel A1. Forbrugernes rangordning af kvalitetsegenskaber i kød og kødprodukter

	Danmark		Øvr. Norden		Øvr. Europa		Øvr. Verden		I alt	
Att 1.>Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2
Spisekvalitet>sundhed	3 / 5	1 / 5	1 / 2	1 / 2	6 / 10	1 / 10	1 / 4	1 / 4	11 / 21	4 / 21
Spisekvalitet>sikkerhed	1 / 3	2 / 3	1 / 3	1 / 3	3 / 5	1 / 5	/ 11	5 / 11	5 / 23	9 / 23
Spisekvalitet>økologi	/ 3	2 / 3	/ 1	/ 1	/ 5	/ 5	1 / 2	/ 2	1 / 11	2 / 11
Spisekvalititet>opr.land	2 / 2	/ 2	/ 2	2 / 2	3 / 10	1 / 10	/ 4	2 / 4	5 / 18	5 / 18
Spisekvalitet>lokal	2 / 2	/ 2	1 / 2	1 / 2	4 / 5	1 / 5	/	/	7 / 9	2 / 9
Spisekvalitet>dyrevelfærd	2 / 5	2 / 5	1 / 3	1 / 3	1 / 2	1 / 2	/ 1	1 / 1	4 / 11	5 / 11
Spisekvalitet>sporbarhed	/ 1	/ 1	/ 1	/ 1	/	/	4 / 15	1 / 15	4 / 17	1 / 17
Sundhed>sikkerhed	5 / 5	/ 5	1 / 1	/ 1	2 / 2	/ 2	/	/	8 / 8	/ 8
Sundhed>økologi	3 / 3	/ 3	/ 1	1 / 1	/	/	/	/	3 / 4	1 / 4
Sundhed>opr.land	4 / 5	1 / 5	1 / 2	1 / 2	2 / 7	/ 7	/	/	7 / 14	2 / 14
Sundhed>lokal	2 / 2	/ 2	1 / 1	/ 1	2 / 3	1 / 3	/	/	5 / 6	1 / 6
Sundhed>dyrevelfærd	1 / 3	1 / 3	1 / 2	1 / 2	1 / 3	2 / 3	/	/	3 / 8	4 / 8
Sundhed>sporbarhed	2 / 2	/ 2	/	/	/ 1	1 / 1	/	/	2 / 3	1 / 3
Sikkerhed>økologi	5 / 7	1 / 7	/	/	2 / 2	/ 2	/	/	7 / 9	1 / 9
Sikkerhed>opr.land	2 / 7	5 / 7	1 / 2	1 / 2	3 / 5	2 / 5	2 / 2	/ 2	8 / 16	8 / 16
Sikkerhed>lokal	2 / 2	/ 2	1 / 2	1 / 2	1 / 4	3 / 4	1 / 1	/ 1	5 / 9	4 / 9
Sikkerhed>dyrevelfærd	2 / 8	5 / 8	/ 3	2 / 3	/ 3	3 / 3	11 / 15	1 / 15	13 / 29	11 / 29
Sikkerhed>sporbarhed	3 / 4	/ 4	/ 1	1 / 1	/ 1	1 / 1	19 / 19	/ 19	22 / 25	2 / 25
Økologi>opr.land	/ 5	5 / 5	/ 1	1 / 1	/ 1	/ 1	/	/	/ 7	6 / 7
Økologi>lokal	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Økologi>dyrevelfærd	2 / 4	/ 4	/ 1	1 / 1	/ 1	1 / 1	/ 2	2 / 2	2 / 8	4 / 8
Økologi>sporbarhed	1 / 3	/ 3	/	/	/ 1	1 / 1	/ 1	1 / 1	1 / 5	2 / 5
Opr.land>lokal	/ 2	2 / 2	1 / 2	1 / 2	1 / 4	3 / 4	/	/	2 / 8	6 / 8
Opr.land>dyrevelfærd	/ 2	2 / 2	1 / 3	2 / 3	/ 3	3 / 3	/	/	1 / 8	7 / 8
Opr.land>sporbarhed	3 / 3	/ 3	/ 2	2 / 2	/	/	2 / 2	/ 2	5 / 7	2 / 7
Lokal>dyrevelfærd	/ 2	2 / 2	1 / 3	2 / 3	/ 2	2 / 2	/ 1	1 / 1	1 / 8	7 / 8
Lokal>sporbarhed	/	/	/ 1	1 / 1	/	/	/	/	/ 1	1 / 1
Dyrevelfærd>sporbarhed	/ 1	/ 1	/ 3	3 / 3	/ 1	1 / 1	12 / 14	1 / 14	12 / 19	5 / 19

Note: Tabellen angiver, hvor mange studier der har undersøgt forbrugernes rangordning af to attributter Att.1 og Att.2, samt hvor mange af disse studier, der har kunnet konkludere, hhv. at Att.1 foretrækkes frem for Att.2 og omvendt.

Tabel A2. Forbrugernes rangordning af kvalitetsegenskaber i fisk og skaldyr

	Danmark		Øvr. Norden		Øvr. Europa		Øvr. Verden		I alt	
Att 1.>Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2
Spisekvalitet>sundhed	/	/	/	/	/ 4	/ 4	/	/	/ 4	/ 4
Spisekvalitet>sikkerhed	/	/	/	/	/ 4	/ 4	/	/	/ 4	/ 4
Spisekvalitet>bæredygt.	/	/	1 / 1	/ 1	/ 3	3 / 3	/	/	1 / 7	6 / 7
Spisekvalititet>opr.land	/	/	/	/	/ 3	3 / 3	/	/	/ 6	6 / 6
Spisekvalitet>dyrevelfærd	/	/	1 / 1	/ 1	/	/	/	/	1 / 1	/ 1
Spisekvalitet>naturlighed	/	/	/	/	3 / 3	/ 3	/	/	5 / 6	/ 6
Sundhed>sikkerhed	/	/	/	/	/ 4	/ 4	/	/	/ 4	/ 4
Bæredygt.>opr.land	/	/	/	/	3 / 3	/ 3	/	/	6 / 6	/ 6
Bæredygt.>dyrevelfærd	/	/	1 / 1	/ 1	/	/	/	/	1 / 1	/ 1
Bæredygt.> naturlighed	/	/	/	/	3 / 3	/ 3	/	/	6 / 6	/ 6
Opr.land> naturlighed	/	/	/	/	3 / 3	/ 3	/	/	6 / 6	/ 6

Note: Tabellen angiver, hvor mange studier der har undersøgt forbrugernes rangordning af to attributter Att.1 og Att.2, samt hvor mange af disse studier, der har kunnet konkludere, hhv. at Att.1 foretrækkes frem for Att.2 og omvendt.

Tabel A3. Forbrugernes rangordning af kvalitetsegenskaber i mejeriprodukter

	Danmark		Øvr. Norden		Øvr. Europa		Øvr. Verden		I alt	
Att 1.>Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2
Spisekvalitet>sundhed	1 / 3	/ 3	1 / 1	/ 1	1 / 1	/ 1	1 / 2	/ 2	4 / 7	/ 7
Spisekvalititet>opr.land	/ 3	/ 3	/ 1	/ 1	/ 1	/ 1	/ 1	/ 1	/ 6	/ 6
Sundhed>opr.land	/ 2	/ 2	/ 1	/ 1	/ 1	/ 1	/ 1	/ 1	/ 5	/ 5
Sikkerhed>opr.land	/	/	/	/	/	/	/	/	1 / 1	/ 1
Sikkerhed>lokal	/	/	/	/	1 / 1	/ 1	/	/	1 / 1	/ 1
Sikkerhed>dyrevelfærd	/	/	/	/	1 / 1	/ 1	/	/	1 / 1	/ 1
Sikkerhed>naturlig	/	/	/	/	/	/	/	/	1 / 1	/ 1
Opr.land>naturlig	/	/	/	/	/	/	/	/	1 / 1	/ 1
Lokal>dyrevelfærd	/	/	/	/	/ 1	1 / 1	/	/	/ 1	1 / 1

Note: Tabellen angiver, hvor mange studier der har undersøgt forbrugernes rangordning af to attributter Att.1 og Att.2, samt hvor mange af disse studier, der har kunnet konkludere, hhv. at Att.1 foretrækkes frem for Att.2 og omvendt.

Tabel A4. Forbrugernes rangordning af kvalitetsegenskaber i frugt og grønt

	Danmark		Øvr. Norden		Øvr. Europa		Øvr. Verden		I alt	
Att 1.>Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2
Spisekvalitet>sundhed	/	/	1 / 1	/ 1	/ 2	2 / 2	/ 1	1 / 1	1 / 4	3 / 4
Spisekvalitet>økologi	/	/	2 / 2	/ 2	/	/	/ 1	1 / 1	2 / 3	1 / 3
Spisekvalititet>opr.land	/	/	/	/	/	/	2 / 2	/ 2	2 / 2	/ 2
Spisekvalitet>lokal	/	/	/	/	/	/	3 / 4	1 / 4	3 / 4	1 / 4
Spisekvalitet>naturlighed	/	/	/	/	/ 2	2 / 2	/	/	/ 2	2 / 2
Sundhed>sikkerhed	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Sundhed>økologi	/	/	/	/	/	/	/ 1	1 / 1	/ 1	1 / 1
Sundhed>naturlighed	/	/	/	/	/ 2	2 / 2	/	/	/ 2	2 / 2
Økologi>lokal	/	/	/	/	/	/	/ 1	1 / 1	/1	1 / 1
Økologi>naturlighed	/	/	/	/	/	/	1 / 1	/ 1	1 / 1	/ 1
Opr.land>lokal	/	/	/	/	/	/	/ 1	1 / 1	/ 1	1 / 1
Lokal>naturlig	/	/	/	/	/	/	1 / 1	/ 1	1 / 1	/ 1

Note: Tabellen angiver, hvor mange studier der har undersøgt forbrugernes rangordning af to attributter Att.1 og Att.2, samt hvor mange af disse studier, der har kunnet konkludere, hhv. at Att.1 foretrækkes frem for Att.2 og omvendt.

Tabel A5. Forbrugernes rangordning af kvalitetsegenskaber i andre fødevarer og fødevarer generelt

	Danmark		Øvr. Norden		Øvr. Europa		Øvr. Verden		I alt	
Att 1.>Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2
Spisekvalitet>sundhed	/	/	/ 2	/ 2	2 / 2	/ 2	1 / 1	/ 1	3 / 5	/ 5
Spisekvalitet>økologi	/	/	/	/	2 / 2	/ 2	1 / 6	3 / 6	3 / 8	3 / 8
Spisekvalititet>opr.land	/ 2	/ 2	/	/	2 / 2	/ 2	1 / 1	/ 1	3 / 5	/ 5
Spisekvalitet>lokal	/	/	/	/	2 / 3	/ 3	1 / 7	3 / 7	3 / 10	3 / 10
Spisekvalitet>dyrevelfærd	/	/	/	/	2 / 2	/ 2	1 / 1	/ 1	3 / 3	/ 3
Spisekvalitet>naturlighed	/	/	/ 1	/ 1	2 / 2	/ 2	3 / 5	2 / 5	5 / 8	2 / 8
Sundhed>sikkerhed	/	/	/	/	/	/	/ 1	1 / 1	/ 1	1 / 1
Sundhed>økologi	/	/	/	/	2 / 2	/ 2	1 / 1	/ 1	3 / 3	/ 3
Sundhed>opr.land	/	/	/	/	2 / 2	/ 2	/	/	2 / 2	/ 2
Sundhed>lokal	/	/	/	/	2 / 2	/ 2	1 / 1	/ 1	3 / 3	/ 3
Sundhed>dyrevelfærd	/	/	/	/	2 / 2	/ 2	1 / 1	/ 1	3 / 3	/ 3
Sundhed>naturlighed	/	/	/ 1	/ 1	2 / 2	/ 2	/	/	2 / 3	/ 3
Sikkerhed>økologi	/	/	/	/	/	/	1 / 1	/ 1	1 / 1	/ 1
Sikkerhed>lokal	/	/	/	/	/	/	1 / 1	/ 1	1 / 1	/ 1
Sikkerhed>dyrevelfærd	/	/	/	/	/	/	1 / 1	/ 1	1 / 1	/ 1
Økologi>opr.land	/	/	/	/	1 / 8	7 / 8	/	/	1 / 8	7 / 8
Økologi>lokal	/	/	/	/	1 / 2	1 / 2	4 / 5	/ 5	5 / 7	1 / 7
Økologi>dyrevelfærd	/	/	/	/	/ 2	2 / 2	/ 1	1 / 1	/ 3	3 / 3
Økologi>naturlighed	/	/	/	/	/ 2	2 / 2	4 / 4	/ 4	4 / 6	2 / 6
Opr.land>lokal	/	/	/	/	2 / 2	/ 2	/	/	2 / 2	/ 2
Opr.land>dyrevelfærd	/	/	/	/	/ 2	2 / 2	/	/	/ 2	2 / 2
Opr.land>naturlig	/	/	/	/	/ 2	2 / 2	/	/	/ 2	2 / 2
Lokal>dyrevelfærd	/	/	/	/	/ 2	2 / 2	/ 1	1 / 1	/ 3	3 / 3
Lokal>naturlig	/	/	/	/	/ 2	2 / 2	3 / 4	/ 4	3 / 6	2 / 6
Dyrevelfærd>naturlig	/	/	/	/	/ 2	2 / 2	/	/	/ 2	2 / 2

Note: Tabellen angiver, hvor mange studier der har undersøgt forbrugernes rangordning af to attributter Att.1 og Att.2, samt hvor mange af disse studier, der har kunnet konkludere, hhv. at Att.1 foretrækkes frem for Att.2 og omvendt.

Tabel A6. Danske forbrugeres rangordning af udvalgte kvalitetsegenskaber i tre typer fødevarer, pct.

	Kød mv.		Mejeriprodukter		Frugt og grønt	
Att 1.>Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2	Att. 1	Att. 2
Kendt prod.dato>viden om oprindelse	25,0	18,2	29,5	11,7	16,5	33,1
Kendt produktionsdato> lavt fedtindh.	41,8	13,5	41,0	11,9		
Kendt produktionsdato> dyrevelfærd	39,8	12,2	39,3	12,4		
Kendt produktionsdato> miljøvenlig	50,1	8,6	44,6	10,5	26,2	30,2
Kendt prod. dato> lang tid til sst. salgsdato	54,2	7,7	38,3	10,8	30,4	20,8
Kendt produktionsdato> dansk	53,8	9,8	39,7	12,9	41,0	21,7
Kendt produktionsdato >pris	71,5	8,4	67,5	8,2	49,8	22,3
Kendt produktionsdato> økologi	76,8	5,2	61,0	9,8	51,8	18,8
Kendt produktionsdato> lokal	87,0	2,2	86,5	2,1	70,6	6,8
Viden om oprindelse>lavt fedtindh.	38,8	18,3	34,7	24,3		
Viden om oprindelse>dyrevelfærd	36,8	15,8	30,1	21,2		
Viden om oprindelse>miljøvenlig	46,7	11,7	34,6	18,2	32,7	18,4
Viden om oprind.>lang tid til sst. salgsdato	53,7	15,4	35,9	24,8	45,2	19,4
Viden om oprindelse>dansk	47,5	6,2	27,8	18,0	45,1	6,9
Viden om oprindelse>pris	67,9	13,4	59,7	16,3	59,6	17,5
Viden om oprindelse> økologi	74,2	3,7	52,7	12,3	58,7	7,7
Viden om oprindelse>lokal	85,4	1,45	78,9	2,4	79,1	1,4
Lavt fedtindh.>dyrevelfærd	28,1	28,3	27,9	29,5		
Lavt fedtindh.>miljøvenlig	37,1	22,4	32,3	26,2		
Lavt fedtindh.>lang tid til sst. salgsdato	44,0	20,7	29,8	28,6		
Lavt fedtindh.>dansk	51,5	22,9	29,3	30,5		
Lavt fedtindh.>pris	58,5	14,4	53,2	16,0		
Lavt fedtindh.>økologisk	65,6	12,2	50,1	20,8		
Lavt fedtindh.>lokal	77,3	7,0	74,3	7,8		
Dyrevelfærd>miljøvenlig	28,4	10,3	20,1	10,9		
Dyrevelfærd>lang tid til sst. salgsdato	45,1	22,8	33,3	30,6		
Dyrevelfærd>dansk	41,1	19,3	28,5	26,9		
Dyrevelfærd>pris	58,6	16,8	53,1	18,9		
Dyrevelfærd>økologisk	67,1	4,4	48,7	12,2		
Dyrevelfærd>lokal	80,0	3,6	76,2	4,0		
Miljøvenlig>lang tid til sst. salgsdato	38,3	29,2	30,7	35,1	39,1	24,1
Miljøvenlig>dansk	33,2	25,5	25,4	31,2	41,4	16,1
Miljøvenlig>pris	51,5	21,9	52,7	22,0	52,3	20,7
Miljøvenlig>økologisk	60,2	5,2	44,5	12,3	52,2	5,4
Miljøvenlig>lokal	74,1	4,5	73,3	4,4	74,9	3,4
Lang tid til sst. salgsdato>dansk	32,5	36,2	30,1	21,6	36,4	30,8
Lang tid til sst. salgsdato >pris	43,6	25,3	50,7	16,0	39,7	23,6
Lang tid til sst. salgsdato>økologisk	53,9	22,7	50,0	24,6	46,8	26,1
Lang tid til sst. salgsdato>lokal	65,2	14,1	71,4	10,1	62,6	12,6
Dansk>pris	48,9	25,7	55,8	20,5	42,4	29,4
Dansk> økologi	53,6	15,0	46,2	15,5	38,8	21,4
Dansk>lokal	65,5	2,9	71,3	2,6	56,7	3,4
Pris>økologi	44,1	31,6	37,1	41,5	38,8	35,9
Pris>lokal	53,9	19,7	52,5	19,8	52,8	18,2
Økologi>lokal	43,3	18,3	52,0	16,5	48,7	15,1

Kilde: Resultater fra spørgeskemaundersøgelse gennemført sommeren 2010.