

# MÆRKNINGSELEMENTER PÅ FØDEVARER

- forståelse og oplevet relevans blandt forbrugere

KRISTINA AACHMANN OG KLAUS G. GRUNERT

DCA RAPPORT NR. 009 · SEPTEMBER 2012



AARHUS  
UNIVERSITET

DCA - NATIONALT CENTER FOR FØDEVARER OG JORDBRUG

dark  
chocolate

70% cocoa

EKOLOGISK • ØKOLOGISK



FAIRTRADE



IT-BIO-014  
EU/icke-EU-jordbrug  
EU/icke-EU-jordbrug



DK-ØKO-200  
EU/icke-EU-jordbrug  
EU/icke-EU-jordbrug



Stats-  
kontrolleret  
økologisk



Debio godkjent

500g

# MÆRKNINGSELEMENTER PÅ FØDEVARER

## - forståelse og oplevet relevans blandt forbrugere

---

DCA RAPPORT NR. 009 · SEPTEMBER 2012



AARHUS  
UNIVERSITET

DCA - NATIONALT CENTER FOR FØDEVARER OG JORDBRUG

**Kristina Achmann og Klaus G. Grunert**

Aarhus University  
Business and Social Sciences  
MAPP - Centre for Research on Customer Relations  
in the Food Sector  
Department of Business Administration  
Haslegaardsvej 10  
DK-8210 Aarhus V

# MÆRKNINGSELEMENTER PÅ FØDEVARER

## - forståelse og oplevet relevans blandt forbrugere

---

Serietitel: DCA rapport

Nr.: 009

Forfattere: Kristina Aachmann & Klaus G. Grunert, Business and Social Science, MAPP - Centre for Research on Customer Relations in the Food Sector, Department of Business Administration, Aarhus University

Udgiver: DCA - Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug, Blichers Allé 20, postboks 50, 8830 Tjele. Tlf. 8715 1248, e-mail: [dca@au.dk](mailto:dca@au.dk), hjemmeside: [www.dca.au.dk](http://www.dca.au.dk)

Rekvirent: Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri

Fotograf: DCA

Tryk: [www.digisource.dk](http://www.digisource.dk)

Udgivelsesår: 2012

Gengivelse er tilladt med kildeangivelse

ISBN: 978-87-92869-35-7

ISSN: 2245-1684

Rapporterne kan hentes gratis på [www.dca.au.dk](http://www.dca.au.dk)

### Videnskabelig rapport

Rapporterne indeholder hovedsageligt afrapportering fra forskningsprojekter, oversigtsrapporter over faglige emner, vidensynteser, rapporter og redegørelser til myndigheder, tekniske afprøvninger, vejledninger osv.



## FORORD

Nærværende rapport om forbrugernes forståelse og oplevede relevans af mærkningselementer på fødevarer er lavet på baggrund af en anmodning fra Fødevarestyrelsen om en udredning på området. Udredningen er led i "Aftale mellem Aarhus Universitet og Fødevareministeriet om udførelse af forskningsbaseret myndighedsbetjening m.v. ved Aarhus Universitet, DCA – Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug, 2012-2015".

Krav til mærkning af fødevarer har til hensigt at sikre forbrugerne relevante informationer, der kan danne baggrund for et oplyst fødevarevalg. Der er imidlertid usikkerhed omkring, hvad forbrugeren reelt får ud af disse oplysninger - herunder om oplysningerne bliver forstået, og hvilke oplysninger forbrugerne finder væsentligst. Viden om forbrugernes forståelse og oplevelse af mærkningselementer er imidlertid central i forhold til videreudvikling af mærkningsreglerne på fødevareområdet og Fødevarestyrelsens formidling heraf, og rapporten har derfor til formål at belyse dette.

Rapporten er baseret på en spørgeskemaundersøgelse blandt danske forbrugere, hvor både forbrugernes selv-vurderede forståelse og deres reelle forståelse af forskellige mærkningselementer blev målt. Herudover indgik i undersøgelsen en eksperimentel belysning af, hvor relevant de forskellige mærkningselementer opleves. Hvorvidt mærkningselementerne reelt bliver brugt af forbrugerne i forbindelse med valget af fødevarer indgik ikke i undersøgelsen.

De mærkningselementer, der indgik i undersøgelsen, var: *holdbarhedsangivelse ("Mindst holdbar til", "Sidste anvendelses dato", Bedst før)*, *oprindelse, ingrediensliste, tilsætningsstoffer, Ø-mærket, EU's økologi-mærke, nøglehulsmærket, GDA-mærkning, fairtrade-mærket, samt mærker for Beskyttet Oprindelsesbetegnelse (BOB), Beskyttet Geografisk Betegnelse (BGB), Garanterede Traditionelle Specialiteter (GTS) og Marine Stewardship Council (MSC)*.

Der rettes en tak til alle, der har bidraget til gennemførelsen af undersøgelsen.



## RESUME

**Baggrund og formål:** Krav til mærkning af fødevarer skal sikre forbrugerne relevante informationer, der kan danne baggrund for et oplyst fødevarevalg. Der er imidlertid usikkerhed omkring, hvorvidt oplysningerne bliver forstået, og hvilke oplysninger forbrugerne finder væsentligst. Rapporten er udarbejdet for Fødevarestyrelsen og har til formål at afdække danske forbrugeres forståelse af udvalgte mærkningselementer samt belyse, hvilke mærkningselementer danske forbrugere oplever som væsentligst i vurderingen af fødevarer.

**Metode:** Rapporten er baseret på et web-baseret spørgeskema, hvor forbrugernes forståelse af udvalgte obligatoriske og frivillige mærkningselementer blev afdækket via forskellige udsagn, mens vægtningen af de enkelte mærkningselementer blev afdækket via en rating-baseret conjoint-analyse. To forskellige produkttyper indgik i conjoint-analysen: fiskefars og chokolade. Effekter af demografiske karakteristika og holdninger på forståelsen og vægtningen af mærkningselementerne blev analyseret via en lineær model.

**Resultater:** I alt 646 respondenter gennemførte spørgeskemaet. Alle respondenter var hoved- eller medansvarlige for madindkøb og spiste fisk og/eller chokolade. Der var en vis overrepræsentation af højtuddannede og en lille overvægt af kvinder. For de fleste mærkningselementer var det kun en meget begrænset andel af respondenterne, som kendte den fulde betydning. Størsteparten af forbrugerne havde dog en rimelig forståelse af de fleste mærkningselementer – særligt af elementer relateret til holdbarhed og indhold. Disse var også de højest vægtede mærkningselementer. Tilgangen til sund kost, men også holdning til miljø og respondenternes alder havde særligt indvirkning på forståelsen af flere af mærkningselementerne. Flere faktorer blev også fundet at have indvirkning på vægtningen af mærkningselementerne, men her var ingen dominerende.

**Konklusion:** Flertallet af de danske forbrugere synes at have en rimelig forståelse af de fleste mærkningselementer – særligt de obligatoriske men også frivillig mærkning af næringsindhold. Endvidere synes der at være en sammenhæng mellem forståelsen og vægtningen af mærkningselementerne, således at de bedst forståede elementer også tillægges størst betydning i vurderingen af fødevarer.

## ABSTRACT

**Background and objective:** Legislation on labeling of food products is meant to ensure that consumers can make an informed food choice. There is, however, little knowledge about whether consumers actually understand the information given on food labels and which labels are considered most important by the consumers. This report is a result of an enquiry from the Danish Veterinary and Food Administration and the objective was to examine to what extent Danish consumers understand the meaning of selected food labels and which labels are regarded most relevant when evaluating food products.

**Method:** The study was based on a web-survey testing consumer understanding of selected mandatory and voluntary food labels through different statements. The importance attached to the labels was examined through a rating based conjoint analysis. Two different products were included in the conjoint analysis: minced fish and chocolate. Effects of demographics, attitudes and values were tested using a linear model.

**Results:** In total 646 respondents completed the questionnaire. All respondents were primarily or partly responsible for food purchase and consumed fish and/or chocolate. There were some overrepresentation of respondents with higher education and a slight overrepresentation of women. For most labels only a few of the respondents understood the full meaning – however, most of the respondents had some understanding of most food labels. Labels regarding shelf life and content were best understood. These labels were also the ones considered most important by the respondents. Attitude towards healthy eating, but also attitude towards the environment as well as the age of the respondent influenced the understanding and emphasis put on different food labels. Several factors were also found to influence the perceived relevance of the labels but none were particularly dominate.

**Conclusion:** The majority of the Danish consumers seem to have fair/moderate/some understanding of most food labels – particularly mandatory labeling but also voluntary labeling of nutrition content. Furthermore there seem to be a link/association between the understanding of labels and the importance attached to them – the best understood labels are the ones considered most important in the evaluation of foods.

## INDHOLD

<b>FORORD</b> .....	<b>3</b>
<b>RESUME/ ABSTRACT</b> .....	<b>5</b>
<b>INDHOLD</b> .....	<b>6</b>
<b>1. BAGGRUND OG FORMÅL</b> .....	<b>8</b>
<b>2. TEORIRAMME</b> .....	<b>9</b>
<b>3. METODE OG DELTAGERE</b> .....	<b>11</b>
3.1 Kvalitative interviews .....	11
3.2 Kvantitativt web-baseret spørgeskema.....	11
<b>4. FORBRUGERNES FORSTÅELSE AF MÆRKNINGSELEMENTER:</b>	
<b>RESULTATER FRA SPØRGESKEMAUNDERSØGELSEN</b> .....	<b>14</b>
4.1 Holdbarhedsangivelse – Obligatorisk mærkningsselement.....	14
4.2 Ingrediensliste – Obligatorisk mærkningsselement.....	17
4.3 Tilsætningsstoffer – Obligatorisk mærkningsselement .....	18
4.4 Nøglehulsmærket – Frivilligt mærkningsselement .....	19
4.5 GDA-mærkning – Frivilligt mærkningsselement .....	20
4.6 BOB-mærket – Frivilligt mærkningsselement.....	21
4.7 BGB-mærket – Frivilligt mærkningsselement .....	22
4.8 GTS-mærket – Frivilligt mærkningsselement .....	23
4.9 Ø-mærket – Frivilligt mærkningsselement.....	24
4.10 EU's økologi-mærke – Frivilligt mærkningsselement .....	25
4.11 MSC-mærket – Frivilligt mærkningsselement .....	26
4.12 Fairtrade-mærket – Frivilligt mærkningsselement .....	27
4.13 Forståelse på tværs af mærkningsselementer .....	28
<b>5. FORBRUGERNES VÆGTNING AF INFORMATION PÅ FØDEVARER:</b>	
<b>RESULTATER FRA CONJOINT-ANALYSEN</b> .....	<b>31</b>
<b>6. KONKLUSION</b> .....	<b>35</b>
<b>7. REFERENCER</b> .....	<b>37</b>
<b>8. BILAG</b> .....	<b>38</b>
Bilag 1: Interviewpersoner – Demografiske karakteristika .....	39
Bilag 2: Produktbilleder – Fiskefars og Chokolade.....	40
Bilag 3: Conjoint-analyse – Attributter og niveauer .....	41
Bilag 4: Spørgeskema.....	42
Bilag 5: Beskrivelse af de enkelte mærkningsselementer .....	55
Bilag 6: Respondenter – Demografiske karakteristika .....	58
Bilag 7: Selvvurderet forståelse – Fordeling af svar .....	59
Bilag 8: Resultater fra conjoint-analysen .....	61





## 1. BAGGRUND OG FORMÅL

Der kan i dag være langt fra jord til bord for fødevarer, og produktionsmetode, indhold og andre aspekter ved fødevarerprodukter kan være svære at gennemskue for den almene forbruger. For at sikre, at forbrugerne kan fortage et oplyst fødevalg, er der derfor en række obligatoriske krav til mærkning af fødevarer og i tillæg hertil en lang række frivillige mærkningselementer, som fødevarerproducenter kan benytte sig af.

Forbrugernes brug af mærkningselementer på fødevarer har været et populært emne i den videnskabelige forskning. Særligt har der været fokus på ernæringsinformation på fødevarer, og hvorvidt denne information forstås af forbrugerne og kan påvirke valget af fødevarer i en sund retning (Grunert & Wills, 2007). Forbrugerne synes generelt at have en stor interesse i ernæringsinformation på fødevarer, men det er også fundet, at information om bl.a. holdbarhed, oprindelse og indhold af tilsætningsstoffer opfattes som vigtige informationer på fødevarer. Hvilke informationer der vægtes og vægtest højest synes dog naturligt at være påvirket af bl.a. produktkategori, demografiske karakteristika, om det er et førstegangskøb og til hvilket formål fødevareren købes (Bernués, Olaizola, & Corcoran, 2003; Food Safety Authority of Ireland, 2003; Grunert & Wills, 2007; Svederberg, Asp, Reuterswärd, & Svensson, 2002).

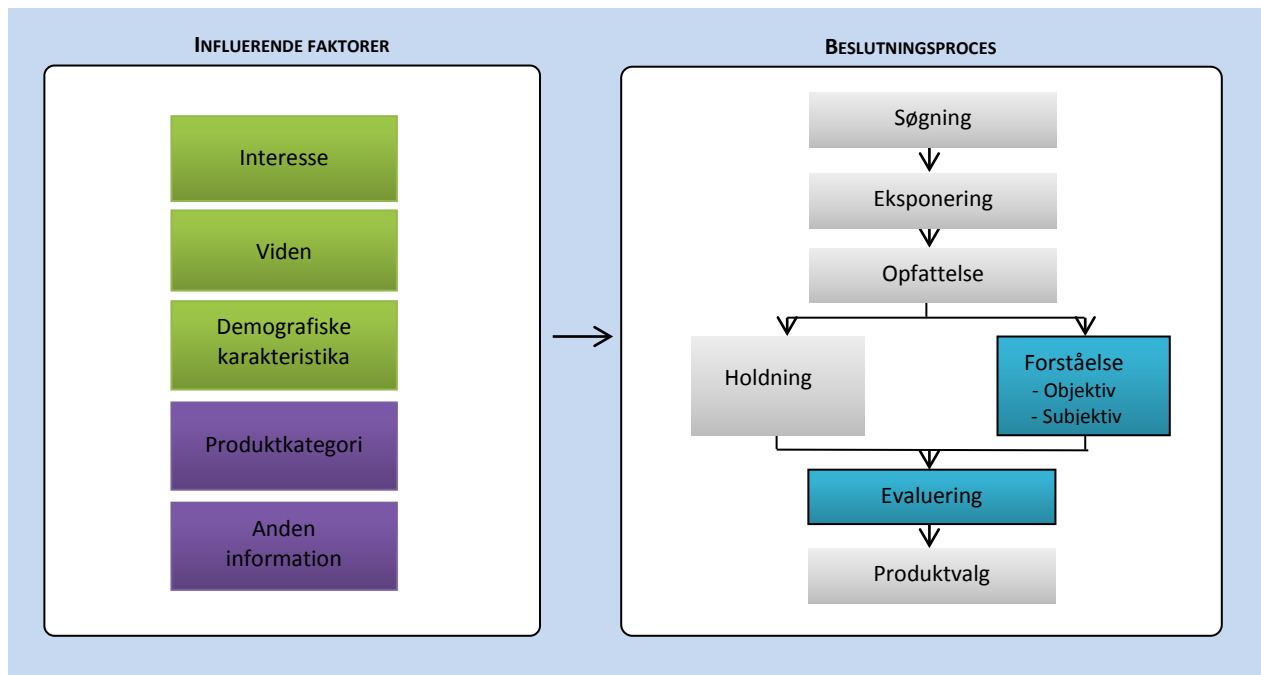
Ligesom nationalitet formentlig har indvirkning på, hvordan mærkningselementer på fødevarer forstås og opfattes, varierer mærkningselementerne og reglerne for dem også i et vist omfang mellem lande – også inden for Europa. Det er eksempelvis i Danmark ikke tilladt at sælge produkter, der har overskredet datoen for "Mindst holdbar til", modsat andre europæiske lande (Fødevareministeriet, 2005; Fødevarestyrelsen, 2011). Forbrugernes brug af mærkningselementer på fødevarer er kun belyst i begrænset omfang i Danmark, og der er derfor usikkerhed omkring, hvad danske forbrugere i realiteten får ud af mærkningselementerne - herunder om og hvordan de bliver forstået, samt hvilke oplysninger forbrugerne finder væsentligst. Dette er imidlertid meget relevant i forhold til videreudvikling af mærkningsreglerne i Danmark samt formidlingen af dem - eksempelvis i forhold til en eventuel udfasning af den danske særregel om forbud mod salg af fødevarer efter datoen for *Mindst holdbar til*.

Formålet med denne undersøgelse er derfor at afdække danske forbrugeres forståelse af udvalgte lovpligtige og frivillige mærkningselementer, samt at belyse hvilke mærkningselementer danske forbrugere oplever som væsentligst. Undersøgelsen vil således udgøre en nul-punkts måling i forhold til de eksisterende generelle mærkningskrav og give en relevansvurdering, hvor der tages højde for, at pladsen på produkterne kan være begrænset og de – for forbrugeren – vigtigste oplysninger derfor bør prioriteres.

De 15 mærkningselementer, der indgik i undersøgelsen, omfatter både tekst og symboler og spænder over emnerne: indhold, sikkerhed, ernæring, kvalitet og bæredygtighed. De inkluderede mærkningselementer var: *holdbarhedsangivelse (Mindst holdbar til, "Sidste anvendelses dato", Bedst før)*, *oprindelse, ingrediensliste, tilsætningsstoffer, Ø-mærket, EU's økologi-mærke, nøglehulsmærket, GDA-mærkning, fairtrade-mærket, samt mærker for Beskyttet Oprindelsesbetegnelse (BOB), Beskyttet Geografisk Betegnelse (BGB), Garanterede Traditionelle Specialiteter (GTS) og Marine Stewardship Council (MSC)*. Hvorvidt mærkningselementerne reelt bliver brugt under indkøbet belyses ikke i undersøgelsen.

## 2. TEORIRAMME

Den teoretiske baggrund, der danner rammen for undersøgelsen af forbrugeres forståelse og oplevede relevans af mærkningselementer på fødevarer, er modellen vist i figur 1. Modellen er inspireret af teorier om forbrugernes holdningsdannelse og beslutningstagning, når de vælger produkter i butikken. Modellen er tidligere blevet brugt til at undersøge forbrugernes reaktion på mærkningselementer, især ernæringsmærkning (Grunert, Bolton, & Raats, 2011; Grunert & Wills, 2007). Den højre side af modellen beskriver elementer i forbrugernes beslutningsproces, og den venstre indeholder faktorer, der indvirker på beslutningsprocessen.



Figur 1: Model over forbrugernes beslutningsproces og influerende faktorer med betydning for forbrugeres forståelse og oplevede relevans af mærkningselementer. Trinene markeret med blå under beslutningsprocessen, er de trin der fokuseres på i denne undersøgelse.

### BESLUTNINGSPROCESSEN (MODELLENS HØJRE SIDE)

*Søgning* – kigger forbrugeren efter mærkningselementerne. Søgning er ikke en forudsætning og vil ikke nødvendigvis forekomme. Søges der, vil sandsynligheden for de næste to trin, *eksponering* og *opfattelse*, dog være øget.

*Eksponering* – møder forbrugeren mærkningselementerne. For at mærkerne kan påvirke beslutningsprocessen, er det en forudsætning, at forbrugeren kommer i kontakt med mærkningselementerne.

*Opfattelse* – lægger forbrugeren mærke til mærkningselementerne. At forbrugeren eksponeres for mærkningselementerne er ikke ensbetydende med at mærkerne opfattes. Opfattelse er imidlertid en forudsætning for, at mærkningselementerne kan påvirke beslutningsprocessen. Opfattelsen kan dog være ubevidst, men en bevidst opfattelse af mærkerne forventes at have en stærkere indvirkning på forbrugeren og den efterfølgende beslutning.

*Forståelse* – forstår forbrugeren mærkningselementerne. Forståelse er i modellen defineret som den betydning, den enkelte forbruger knytter til mærkningselementerne. Denne kan være forskellig fra forbruger til forbruger og stemmer ikke nødvendigvis overens med mærkningselementernes reelle betydning. Der skelnes derfor mellem subjektiv og objektiv forståelse. Subjektiv forståelse omfatter i hvor høj grad, forbrugeren selv mener at have forstået betydningen af et mærkningselement, samt den betydning forbrugeren tillægger mærkningselementet uafhængig af, om den er korrekt. Er der overensstemmelse mellem mærkningselementernes faktiske betydning og forbrugeres forståelse, er der tale om objektiv forståelse.

*Holdning* – synes forbrugerene om mærkningselementerne. Forbrugerne kan danne præference for et mærkningselement, fordi de f.eks. finder det brugbart eller kan lide de anvendte farver og symboler. Som figuren viser, er forståelse ikke nogen forudsætning for, at man kan danne en positiv eller negativ holdning til et mærkningselement. Forbrugeren kan således påvirkes af et mærkningselement uden at have forstået, hvilken betydning det bærer.

*Evaluering* – indgår mærkningselementerne i forbrugernes bedømmelse af produkter. Selv om forbrugerne lægger mærke til mærkningselementerne og forstår deres betydning, er det ikke sikkert, at det påvirker den samlede evaluering af et produkt. Hvis mærkningselementerne tages i betragtning, er det muligt at nogle mærkningselementer tillægges en større betydning end andre.

*Produktvalg* – indvirker mærkningselementerne på valget af fødevarer. Via de foregående trin kan mærkningselementerne indvirke på det endelige produktvalg.

### **INFLUERENDE FAKTORER (MODELLENS VENSTRE SIDE)**

Trinene i beslutningsprocessen kan alle påvirkes af en række faktorer, og disse influerende faktorer kan både være relateret til forbrugeren og selve produktet. De faktorer, der er anført i modellen, er de mest omtalte i den videnskabelige litteratur og/eller dem, der mest sandsynligt har en indvirkning på beslutningsprocessen og herunder om mærkningselementerne bliver forstået, og hvilke forbrugerne finder mest relevante. (Grunert, Fernández-Celemín, Wills, Storcksdieck genannt Bonsmann, & Nureeva, 2010; Grunert & Wills, 2007). De tre første faktorer, der er nævnt i modellen (Interesse, Viden og Demografiske karakteristika), er relateret til forbrugeren, og de to sidste (Produktkategori og Anden information) til produktet.

*Interesse* – Hvis forbrugeren interesserer sig for fødevarer og fødevareremærkning, kan dette have en positiv indvirkning på forståelsen og brug af mærkningselementer på fødevarer – særligt formodes interesse at have betydning for det første trin i beslutningsprocessen, *søgning*. Under *interesse* ligger også holdninger og motivation.

*Viden* – Forbrugernes viden om fødevarer og mærkningselementer, men også viden om produktionsmetoder og ernæring, har formentlig også indvirkning på beslutningsprocessen – særligt formodes viden at have betydning for forståelsen af mærkningselementer.

*Demografiske karakteristika* – Betydningen af demografiske karakteristika som køn, alder, uddannelse og geografi diskuteres også i forhold til indvirkningen af mærkningselementer på fødevalget. Nogle af disse karakteristika er dog muligvis udtryk for bagvedliggende faktorer som f.eks. helbredsstatus, interesse, viden, tid og prisbevidsthed – eksempelvis kan en øget interesse i produkter med ernæringsinformation om f.eks. kolesterol blandt ældre skyldes, at ældre personer har et mere skrøbeligt helbred og derfor bekymrer sig mere om kostrelaterede sygdomme. Det behøver således ikke direkte at have noget at gøre med selve alderen.

*Produktkategori* – Mærkningselementernes indvirkning på beslutningsprocessen varierer sandsynligvis med produktkategorien. Eksempelvis vil forbrugere muligvis have større fokus på information om holdbarhed på letfordærlige fødevarer som mælk og kød, end det vil være tilfældet med mindre kritiske produkter som f.eks. tørret pasta.

*Anden information* – Anden information om produktet kan også have betydning for, hvordan mærkningselementer på fødevarer kan indvirke på beslutningsprocessen. Eksempelvis er det muligt at oplysning om oprindelsesland har betydning for hvor vigtige forskellige mærkningselementer opleves af forbrugeren.

Modellen beskriver således hvilken rolle forståelse af mærkningselementer kan spille i forbrugernes beslutningsproces, ligesom den beskriver, at de mærkningselementer, forbrugere finder væsentlige, kan variere med forskellige forbruger- og produktkarakteristika. Der fokuseres i undersøgelsen på de trin, der er markeret med blå i modellen – *Forståelse* og *Evaluering* (figur 1).

### 3. METODE OG DELTAGERE

Forbrugernes forståelse af de enkelte mærkningselementer blev afdækket i to trin, først gennem kvalitative individuelle interviews med forbrugere, og derefter kvantitativt gennem et web-baseret spørgeskema. Hvilke mærkningselementer forbrugere finder mest relevante blev belyst gennem en conjoint-analyse inkluderet i det web-baserede spørgeskema. I de følgende underafsnit vil først de individuelle interviews blive beskrevet, og derefter det web-baserede spørgeskema.

#### 3.1 KVALITATIVE INTERVIEWS

Første trin i afdækningen af forbrugernes forståelse af mærkningselementer bestod af ti kvalitative interviews med forbrugere. Formålet var at få en indsigt i forbrugernes kendskab til og forståelse af mærkningselementer, som kunne danne baggrund for udarbejdelsen af det kvantitative web-spørgeskema.

Under interviewet blev interviewpersonerne præsenteret for fødevarer med forskellige mærkningselementer på emballagen og bedt om at fortælle, hvad de mente betydningen af de forskellige mærkningselementer var. Kendte interviewpersonen ikke et mærkningselement, blev vedkommende bedt om at fortælle, hvad han/hun umiddelbart ville tro, mærkningselementet gav information om. De mærkningselementer, der særligt blev spurgt ind til, var: holdbarhedsangivelse, Ø-mærket, nøglehulsmærket, GDA-mærkning, mærket for Beskyttet Oprindelsesbetegnelse (BOB), mærket for Marine Stewardship Council (MSC), fairtrade-mærket, oprindelse, ingrediensliste og tilsætningsstoffer. For at give interviewpersonerne lyst til at tale åbent, og undgå at de oplevede interviewet som en test af deres viden og blev nervøse for at virke uoplyste, blev interviewpersonerne før interviewet informeret om, at der ikke ville være rigtige og forkerte svar, da formålet med interviewet var at få et indblik i, hvad der blev forbundet med de forskellige mærkningselementer på fødevarer. Herudover blev interviewpersonerne oplyst om, at de ville være anonyme i den videre håndtering af dataene.

Der blev i rekrutteringen af interviewpersoner tilstræbt variation i forhold til alder, køn, uddannelse og geografi. Interviewene blev alle gennemført i december 2011 i interviewpersonernes eget hjem. Demografiske karakteristika for interviewpersonerne fremgår af bilag 1.

#### 3.2 KVANTITATIVT WEB-BASERET SPØRGESKEMA

Det web-baserede spørgeskema udgjorde det andet trin i afdækningen af forbrugernes forståelse af mærkningselementer og skulle samtidigt belyse, hvilke mærkningselementer forbrugere finder mest relevante. Spørgeskemaet bestod overordnet af tre dele: 1) en conjoint-analyse 2) udsagn relateret til forståelse af de enkelte mærkningselementer og 3) udsagn relateret til holdninger og værdier knyttet til fødevalg. Herudover blev respondenterne bedt om at angive forskellige socio-demografiske karakteristika samt oplysninger om kropsbygning og evt. fødeallergi. Spørgeskemaets tre dele er nærmere beskrevet i de tre følgende underafsnit.

##### CONJOINT-ANALYSE

Hvilke mærkningselementer forbrugere finder mest relevante blev belyst via en rating-baseret conjoint-analyse. En conjoint-analyse er en statistisk teknik, der bruges til at afgøre, hvordan personer vægter forskellige elementer ved et produkt, og således hvilke elementer, der har størst indvirkning på produktvalget (Malhotra & Birks, 2007). Deltagerne blev i undersøgelsen enten præsenteret for 20 billeder af en pakke fiskefars eller 20 billeder af en plade chokolade. Antallet og kombinationen af mærkningselementer på emballagen varierede på de 20 billeder, og respondenterne angav for hvert billede, hvor vigtig de syntes informationen på produktet var på en skala fra 1-7 – billedeksempler fremgår af bilag 2.

Det blev valgt at bruge to forskellige produkter, fordi produktkategorien, som beskrevet i afsnit 2, kan have indvirkning på, hvilke mærkningselementer, der opleves som relevante og dermed tages i betragtning i beslutningsprocessen. Chokolade og fiskefars blev valgt, fordi de både adskiller sig i forhold til kompleksitet, opfattet sundhed og fordærvlighed. Samtidig gav disse to produkter mulighed for at inkludere mange forskellige mærkningselementer i undersøgelsen uden at manipuleringen af emballagen blev urealistisk – nøglehulsmærket vil f.eks. ikke virke realistisk på alle produkter. Netop for at produktemballagerne skulle fremstå realistiske, var det heller ikke alle mærkningselementer, der blev brugt på både fiskefars og chokolade. For begge

produkter indgik således: holdbarhedsangivelse (*Mindst holdbar til* og *Sidste anvendelsesdato*), oprindelse, ingrediensliste, tilsætningsstoffer, BOB-mærket, Ø-mærket og GDA-mærkning, mens der for chokolade herudover også indgik fairtrade-mærket og for fiskefars MSC- og Nøglehulsmærket. Antallet af mærkningselementer var reduceret i conjoint-analysen, da vurderingsopgaven ellers ville blive uoverkommelig for respondenterne og dermed forringe validiteten af dataene. En oversigt over hvilke mærkningselementer (attributter) og disses fremtrædelsesmuligheder (niveauer), der optrådte på de to produkter, fremgår af bilag 3.

#### **FORSTÅELSE AF MÆRKNINGSELEMENTER**

Spørgsmålene omkring forståelse afdækkede både i hvor høj grad forbrugerne selv mente at forstå de enkelte mærkningselementer (subjektiv forståelse), og i hvor høj grad de reelt forstod betydningen (objektiv forståelse). Respondenterne angav først, hvor godt de mente, at de forstod betydning af mærkningselementerne på en skala fra 1-7 for hvert enkelt mærkningselement. Herefter angav respondenterne for hvert element, hvorvidt en række udsagn om det pågældende mærkningselement var sande eller falske. De enkelte udsagn fremgår af bilag 4. Ved de mærkningselementer, der består af et symbol, f.eks. nøglehulsmærket, blev respondenterne ikke oplyst om mærkets navn, men blev blot vist et billede af det pågældende mærke. Dette var for at respondenterne ikke skulle kunne udlede symbolets betydning ud fra navnet, samt for at øge ligheden med indkøbs-situationen, hvor forbrugeren ikke umiddelbart har adgang til anden information end selve mærket.

I alt 14 mærkningselementer indgik i denne del: *Sidste anvendelsesdato*, *Mindst holdbar til*, *Bedst før*, ingrediensliste, tilsætningsstoffer, nøglehulsmærket, GDA-mærkning, BOB-mærket, BGB-mærket, GTS-mærket, Ø-mærket, EU's økologi-mærke, MSC-mærket og fairtrade-mærket. Antallet af udsagn varierede mellem fem og otte for hvert mærkningselement. En beskrivelse af de enkelte mærkningselementer fremgår af bilag 5.

#### **HOLDNINGER OG VÆRDIER**

Den sidste del af spørgeskemaet bestod af i alt 33 udsagn, der skulle afdække respondenternes holdning til miljø, sund kost, dyrevelfærd og social ansvarlighed. Respondenterne angav for alle udsagn, hvor enige de var i de enkelte udsagn på en skala fra 1-7. Udsagnene knyttet til miljø, sund kost og dyrevelfærd er alle tidligere anvendt i studier om forbrugeres adfærd i forhold til fødevarer (Chrysochou, Askegaard, Grunert, & Kristensen, 2010; Dunlap, Van Liere, Mertig, & Jones, 2000; Krystallis, de Barcellos, Kügler, Verbeke, & Grunert, 2009). De enkelte udsagn fremgår af bilag 4.

Udsagnene om miljø og sund kost rummede flere dimensioner. For miljøbevidsthed blev både respondenternes generelle holdning til miljø samt deres holdning til miljø i forhold til fødevarerforbrug og -produktion afdækket (Dunlap et al., 2000; Krystallis et al., 2009). For sund kost var udsagnene relateret til fire dimensioner/sociale diskurser, der repræsenterer forskellige tilgange til det at spise sundt: 1) en *livsnydende tilgang*, 2) en *resigneret tilgang*, 3) en *kontrolleret tilgang* og 4) en *almindelig tilgang* (Chrysochou et al., 2010).

Den *livsnydende tilgang* er karakteriseret ved principper om kulinarisk nydelse og forestillingen om det gode liv, der kommer til udtryk gennem en idealistisk holdning til fødevarer. Personer med denne tilgang, kan således betegnes som livsnydere og vil ofte være personer, som har en udforskende tilgang til mad, og er villige til at bruge både tid og penge på at finde fødevarer, der kan bidrage til målet om at opnå kulinarisk livskvalitet.

Den *resignerede tilgang* til sund kost er karakteriseret ved et ønske om at spise sundt men en manglende evne til at efterleve dette mål. Personer med denne tilgang føler sig ofte underkastet deres egen lyst til det "forbudte" og har en oplevelse af manglende disciplin. I forhold til sundhedsinformation tager disse personer en passiv modtagende rolle frem for en aktiv søgende.

Den *kontrollerede tilgang* til sund kost er karakteriseret ved en funktionel opfattelse af mad som næring til kroppen. Personer med denne tilgang er således præget af en bevidsthed om og opmærksomhed på indholdet af næringsstoffer i fødevarer og har strenge principper for, hvad de spiser og ikke spiser – en konsekvens heraf er en opsøgende tilgang til information om sund kost. Informationen skal imidlertid, udover at være videnskabelige begrundet, stemme overens med indre fornemmelser og tidligere viden.

Den *almindelige tilgang* til sund kost er karakteriseret ved en vægtning af nydelse, smag og kvalitet frem for madens funktion som næringsstof. Samtidig søges det dog at opnå en sund balance mellem nydelse og principper for sund kost. Personer med denne tilgang er således generelt afvisende overfor kosttyper med meget strenge principper, da de i høj grad griber ind i hverdagens traditionelle tilgang til kost, og der er ligeledes begrænset tiltro til kostinformation baseret på ekstreme kosttyper.

Holdninger til miljø, sund kost, dyrevelfærd og socialt ansvar kan komme til udtryk gennem interesse, der som beskrevet i afsnit 2, kan have indvirkning på mærkningselementers effekt på beslutningsprocessen. Holdningerne kan således have indvirkning på både forståelsen og den oplevede relevans af de forskellige mærkningselementer på fødevarer.

## **RESPONDENTER**

Respondenterne blev rekrutteret gennem et analysebureau, der inviterede et udsnit af den danske befolkning, der var repræsentativt i forhold til køn, alder, uddannelse og geografi. For at deltage i undersøgelsen var det et krav, at man var hoved- eller medansvarlig for madindkøb og spiste enten fisk eller chokolade. Disse kriterier havde til formål at gøre undersøgelsen vedkommende for den enkelte respondent og dermed øge validiteten af dataene. Stikprøven er dermed ikke repræsentativ for den danske befolkning generelt, men kun for den del, der opfylder disse kriterier. Den endelige stikprøve havde en vis overrepræsentation af højtuddannede og en lille overvægt af kvinder. Ca. 10 % oplyste at de selv eller nogen i husstanden havde fødevareallergi.

Undersøgelsen blev gennemført i januar 2012, og 646 respondenter besvarede hele spørgeskemaet. Af disse besvarede 382 conjoint-analysen med fiskefars og 264 conjoint-analysen med chokolade. Der var ingen signifikante forskelle mellem de respondenter, der blev præsenteret for chokolade, og dem der blev præsenteret for fiskefars. En detaljeret oversigt over respondenternes demografiske karakteristika fremgår af bilag 6.

## 4. FORBRUGERNES FORSTÅELSE AF MÆRKNINGSELEMENTER: RESULTATER FRA SPØRGESKEMAUNDERSØGELSEN

I de følgende underafsnit præsenteres resultaterne vedrørende forståelse. Forståelsen af de enkelte mærkningselementer præsenteres hver for sig, startende med elementer relateret til indhold og sikkerhed, derefter ernæring, kvalitet, og sidst bærdygtighed/etik. Afsnittet afsluttes med en sammenholdelse af, hvor godt de enkelte mærkningselementer forstås i forhold til hinanden.

Overordnet tyder resultaterne på, at det er et meget begrænset antal af forbrugerne, der kender den fulde betydning af de enkelte mærkningselementer. Flertallet af forbrugerne har dog en vis forståelse af de fleste mærkningselementer – særligt de mærkningselementer, der er relateret til fødevarens indhold og sikkerhed. Det blev også fundet, at flere faktorer har indvirkning på forståelsen – generelt var effekterne dog små. Effekter af demografi og holdninger på forståelse blev analyseret gennem en lineær model, hvor andelen af korrekte svar på forståelsesspørgsmålene blev søgt forklaret gennem de demografiske og holdningsmæssige variabler. Effekterne omtales i det følgende kun, hvis disse effekter er statistisk signifikante ( $p \leq 0,05$ ). Til gengæld omtales alle statistisk signifikante effekter, selv om effekterne er små.

### 4.1 HOLDBARHEDSANGIVELSE – OBLIGATORISK MÆRKNINGSELEMENT

De tre holdbarhedsangivelser, der blev testet i undersøgelsen, var 1) *Mindst holdbar til* 2) *Sidste anvendelsesdato* og 3) *Bedst før*, og holdbarhedsangivelserne hørte til blandt de bedst forståede mærkningselementer. Resultaterne for de tre formuleringer beskrives samlet i dette afsnit for at forståelsen af de enkelte formuleringer bedre kan sammenholdes.

Respondenterne havde generelt meget stor tiltro til deres forståelse af holdbarhedsangivelserne. Den selv-vurderede forståelse lå for de tre formuleringer på hhv. 6,7; 6,6 og 6,4 på en skala fra 1-7, hvor 1 betød, forstår slet ikke og 7 betød, forstår fuldstændig. Holdbarhedsangivelserne var dermed de mærkningselementer, som respondenterne, blandt alle de testede mærkningselementer, havde størst tiltro til at de forstod (figur 16). Andelen af respondenter, der svarede 7, var størst for formuleringen *Mindst holdbar til* (76,9 %), efterfulgt af *Sidste anvendelsesdato* (75,7 %) og *Bedst før* (67,6 %). Den fulde fordeling af svar fremgår af bilag 7.

Respondenternes selv-vurderede forståelse stemmer imidlertid ikke umiddelbart overens med deres objektive forståelse, der blev testet ved hjælp af seks udsagn, der var tæt på identiske for de tre holdbarhedsformuleringer (se figur 2-4 og bilag 4). For hver formulering var det meget få respondenter, der var i stand til at svare korrekt på alle seks udsagn. *Sidste anvendelsesdato* var den formulering, hvor flest var i stand til at svare korrekt på alle udsagn – 22 % af respondenterne formåede dette. For *Mindst holdbar til* var andelen blot 13 % og *Bedst før* havde den laveste andel, hvor kun 7,3 % af respondenterne svarede korrekt på alle udsagn. Det var dog primært enkeltelementer af formuleringernes betydning, som respondenterne ikke forstod, og ses der på andelen af respondenter, der formåede at svare korrekt på minimum halvdelen af udsagnene, var værdierne væsentligt højere – hhv. 86,1 %; 81,1 % og 83,6 %. *Sidste anvendelsesdato* er således stadig formuleringen med den største andel af korrekte besvarelser, mens *Bedst før* rykker op på andenpladsen foran *Mindst holdbar til*. Disse værdier for objektiv forståelse er blandt de højeste for samtlige mærkningselementer (figur 17).

For alle tre formuleringer gælder det, at langt de fleste respondenter havde forstået, at kvaliteten af fødevareren er sikret frem til den angivne dato (figur 2-4). For formuleringen *Mindst holdbar til*, var de fleste også klar over, at fødevareren ikke behøver at være anvendt senest den angivne dato (68 %), og 77,6 % af respondenterne svarede korrekt, at en fødevarer godt kan spises efter overskridelse af datoen for *Mindst holdbar til*, såfremt den lugter fint og ser normal ud. Til trods herfor angav næsten halvdelen af respondenterne også (47,2 %), at fødevareren efter overskridelse af datoen kan udgøre en sundhedsrisiko. Den høje andel af respondenter, der svarede sandt til dette udsagn, kan dog til dels skyldes tolkningen af udsagnet – respondenterne har muligvis svaret på, hvorvidt en fødevarer efter overskridelse af datoen for *Mindst holdbar til* kan udgøre en sundhedsrisiko, fremfor at svare på om formuleringen *Mindst holdbar til*, betyder at fødevareren efter den angivne dato kan udgøre en sundhedsrisiko.

Med hensyn til om forbrugerne formår at skelne mellem betydningerne af de tre formuleringer, ser dette ud til, at være tilfældet for formuleringerne *Mindst holdbar til* og *Sidste anvendelsesdato*. 76,9 % angav korrekt, at *Sidste anvendelses dato* betyder, at fødevareren skal være anvendt senest denne dato, mens andelen kun var 26 % for formuleringen *Mindst holdbar til*. Omvendt mente kun 29,7 %, at en fødevarer efter *Sidste an-*



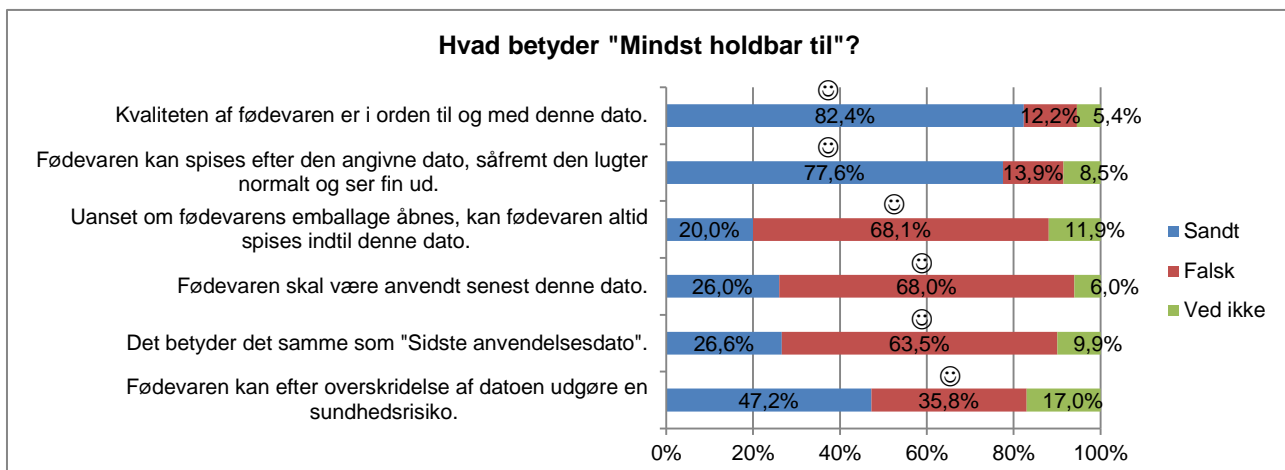
*vendelsesdato* stadig kan spises såfremt den lugter fint og ser normal ud, mens andelen var 77,6 % for *Mindst holdbar til*. Når respondenterne direkte blev spurgt, om der var forskel på betydningen af de to formuleringer, mente hovedparten af respondenterne også, at dette var tilfældet. Det gjaldt dog ikke alle respondenter - en væsentlig andel (26,6 % og 30,1 %) mente, at de to formuleringer havde samme betydning (figur 2-3).

Formuleringerne *Bedst før* og *Mindst holdbar til* ser i modsætning hertil overordnet ikke ud til at blive opfattet forskelligt af forbrugerne. Respondenterne tolkede generelt de to formuleringer på samme måde. Når de blev spurgt direkte om, hvorvidt de to formuleringer har samme betydning, mente flertallet af de respondenter, der tog stilling, imidlertid ikke, at formuleringerne *Bedst før* og *Mindst holdbar til* har samme betydning (figur 4). Besvarelsene på udsagnene om betydningen af *Bedst før* var generelt også præget af en anelse større usikkerhed, hvilket kom til udtryk gennem en større andel af *ved ikke*-besvarelser for de enkelte udsagn (figur 4).

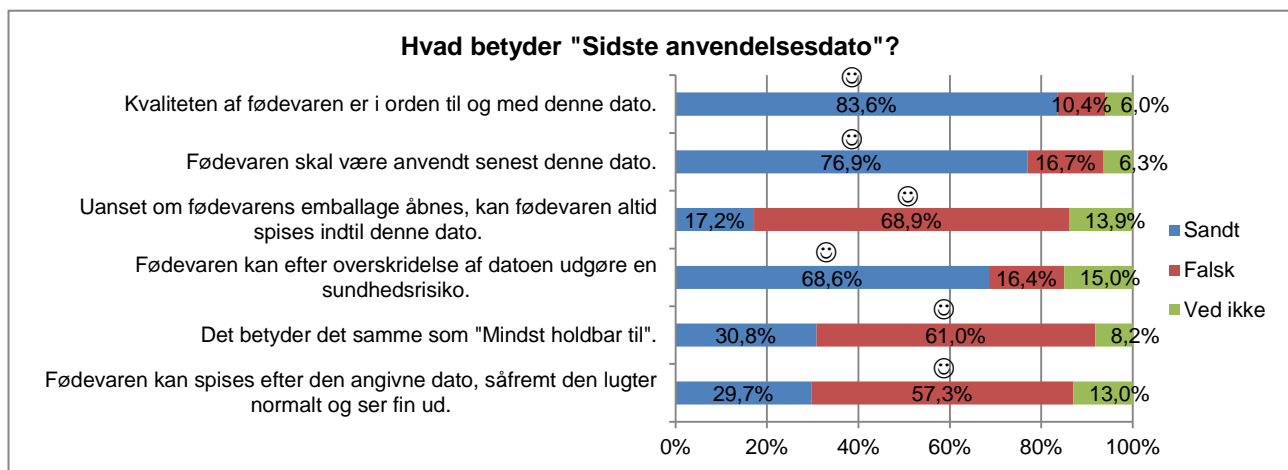
Med hensyn til influerende faktorer, er der flere, der ser ud til at påvirke forståelsen af holdbarhedsangivelserne – det er imidlertid ikke de samme faktorer, der påvirker alle tre formuleringer. Forståelsen af formuleringen *Mindst holdbar til* var højere for respondenter med en mellemlang eller lang videregående uddannelse; respondenter der havde en højere grad af generel miljøbevidsthed; samt respondenter, der havde en livsnydende tilgang til sund kost. Modsat havde respondenter med en kontrolleret eller resigneret tilgang til sund kost en lavere grad af forståelse af formuleringens betydning.

Respondenter med en livsnydende tilgang til sund kost havde også en bedre forståelse af betydningen *Bedst før*, mens respondenter med en kontrolleret eller resigneret tilgang til sund kost havde en lavere grad af forståelse, ligesom det var tilfældet for formuleringen *Mindst holdbar til*.

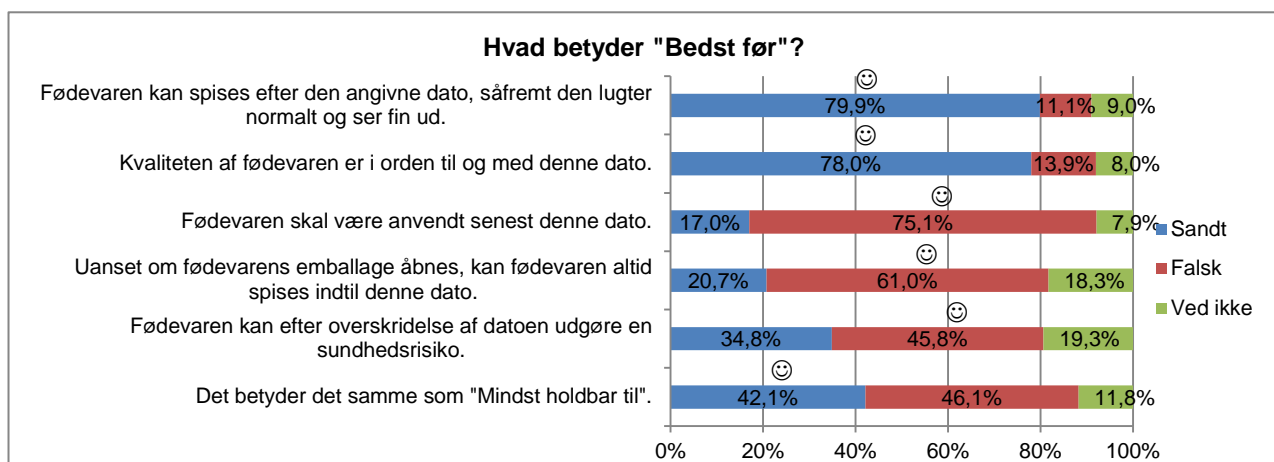
Forståelsen af formuleringen *Sidste anvendelsesdato* faldt med stigende alder, ligesom respondenter med en resigneret tilgang til sund kost, som for de to øvrige formuleringer, havde en lavere grad af forståelse. Størrelsen på effekterne var dog for alle formuleringer og faktorer lave og bør ikke tillægges stor betydning.



Figur 2: Andelen af respondenter, der svarede sandt, falsk og ved ikke på de enkelte udsagn. Udsagnene er listet så udsagnet med flest korrekte besvarelser står først, og udsagnet med færrest korrekte besvarelser står sidst. Smileyer markerer det korrekte svar på udsagnet.



Figur 3: Andelen af respondenter, der svarede sandt, falsk og ved ikke på de enkelte udsagn. Udsagnene er listet så udsagnet med flest korrekte besvarelser står først, og udsagnet med færrest korrekte besvarelser står sidst. Smileyer markerer det korrekte svar på udsagnet.



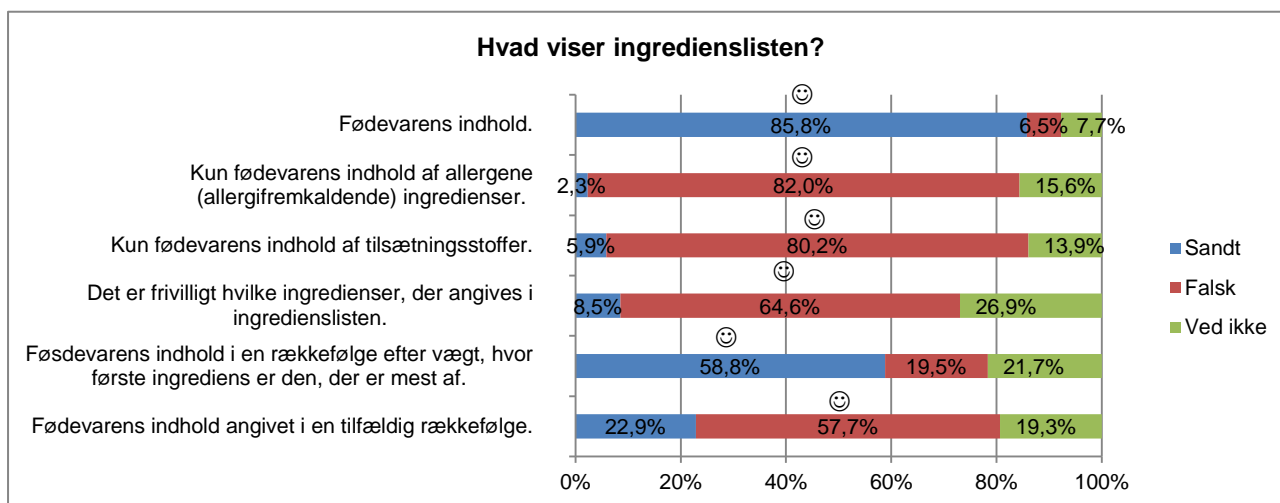
Figur 4: Andelen af respondenter, der svarede sandt, falsk og ved ikke på de enkelte udsagn. Udsagnene er listet så udsagnet med flest korrekte besvarelser står først, og udsagnet med færrest korrekte besvarelser står sidst. Smileyer markerer det korrekte svar på udsagnet.

## 4.2 INGREDIENSLISTE – OBLIGATORISK MÆRKNINGSELEMENT

Ingredienslisten var et af de bedst forståede mærkningselementer, og respondenterne mente også selv at have en god forståelse af ingredienslisten. I gennemsnit lå den selvvaluerede forståelse på 5,4 på en skala fra 1-7 og over 50 % af respondenterne svarede 6 eller 7 (1 = forstår slet ikke, 7 =forstår fuldstændig). Fordelingen af svarene fremgår af bilag 7.

Til trods for at ingredienslisten var det mærkningselement, hvor næstflest var i stand til at svare rigtigt på alle udsagn (figur 18), var det kun 36,7 % af respondenterne, som var i stand til at svare rigtigt på alle seks udsagn – 84,1 % af respondenterne var imidlertid i stand til at svare rigtigt på minimum halvdelen af udsagnene. Af figur 5 fremgår det, at næsten alle (85,8 %) var klar over, at ingredienslisten viser fødevarens indhold, men kun 58,8 % svarede korrekt, at ingredienslisten viser indholdet i en rækkefølge efter vægt fra mest til mindst. De fleste var også klar over, at ingredienslisten ikke kun oplyser om allergene ingredienser (82 %) eller tilsætningsstoffer (80,2 %), mens der var større usikkerhed omkring, hvorvidt det er frivilligt hvilke ingredienser, der angives, og hvorvidt rækkefølgen er tilfældig – her var hhv. 64,6 % og 57,7 % i stand til at svare korrekt.

Ser man på, hvem der var i stand til at svare korrekt, synes alder og tilgang til sund kost at have en indvirkning på forståelsen af ingredienslisten. Andelen af korrekte svar faldt således med stigende alder. Effekten var dog ikke dramatisk. Med hensyn til tilgangen til sund kost var der en lavere forståelse blandt de respondenter, der havde en resigneret tilgang. Respondenter med en livsnydende tilgang til sund kost så imidlertid ud til at have en større forståelse af ingredienslisten.



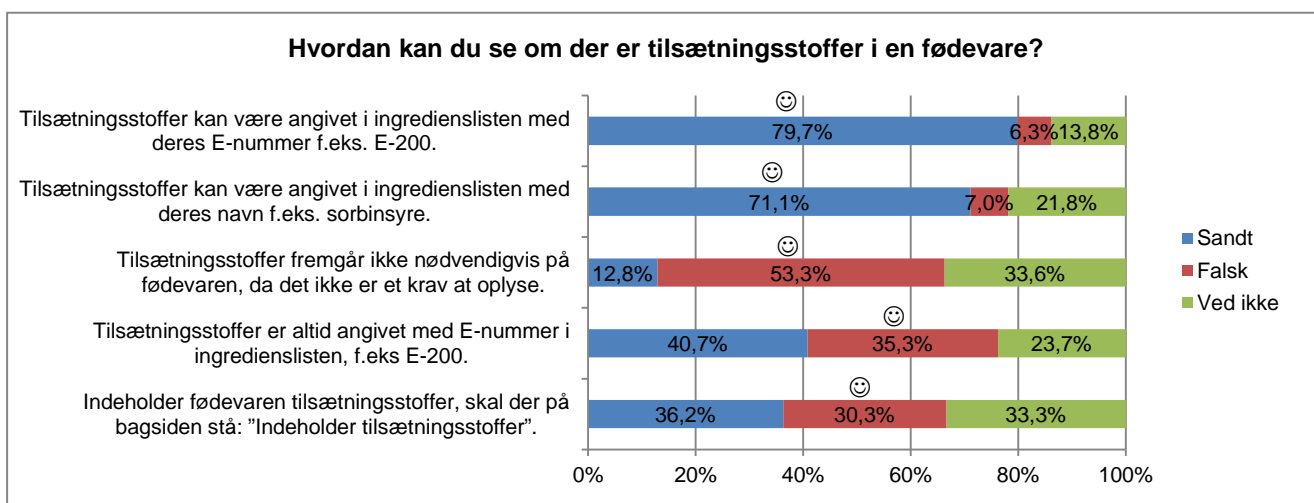
Figur 5: Andelen af respondenter, der svarede sandt, falsk og ved ikke på de enkelte udsagn. Udsagnene er listet så udsagnet med flest korrekte besvarelser står først, og udsagnet med færrest korrekte besvarelser står sidst. Smileyer markerer det korrekte svar på udsagnet.

### 4.3 TILSÆTNINGSSTOFFER – OBLIGATORISK MÆRKNINGSELEMENT

Respondenterne var en anelse usikre på deres evne til at se, om en fødevare indeholder tilsætningsstoffer, og vurderede i gennemsnit deres evne til 4,4 på en skala fra 1-7 (1 = meget dårlig, 7 = meget god). Fordelingen af besvarelser fremgår af bilag 7. Resultaterne fra testen af respondenternes objektive forståelse bekræfter denne usikkerhed, idet kun 7,7 % var i stand til at svare rigtigt på alle seks udsagn og 60,5 % på minimum tre udsagn.

De aspekter respondenterne havde størst viden om med hensyn til identificering af tilsætningsstoffer var, at disse kan være angivet i ingredienslisten med enten E-nummer eller deres navn. Der var dog også en relativ udbredt opfattelse af, at tilsætningsstoffer altid er angivet med E-nummer (40,7 %). Flere var også usikre på, hvorvidt det er påkrævet at oplyse om indholdet af tilsætningsstoffer (33,6 % svarede ved ikke), ligesom der var usikkerhed om, hvorvidt der på bagsiden af fødevarer, der indeholder tilsætningsstoffer, skal anføres ”Indeholder tilsætningsstoffer” – svarene var for dette udsagn næsten ligeligt fordelt på sandt, falsk og ved ikke (figur 8).

Viden om hvordan man ser, om der er tilsætningsstoffer i en fødevare, ser ud til at være påvirket af to faktorer: tilgangen til sund kost og graden af miljøbevidsthed. Respondenter, der havde en livsnydende tilgang til sundhed og respondenter med en højere grad af miljøbevidsthed havde således en større viden om, hvordan man ser, om der er tilsætningsstoffer i en fødevare. Modsat havde respondenter med en resigneret tilgang til sund kost mindre grad af viden. Effekterne var dog meget små.



Figur 6: Andelen af respondenter, der svarede sandt, falsk og ved ikke på de enkelte udsagn. Udsagnene er listet så udsagnet med flest korrekte besvarelser står først, og udsagnet med færrest korrekte besvarelser står sidst. Smileyer markerer det korrekte svar på udsagnet.

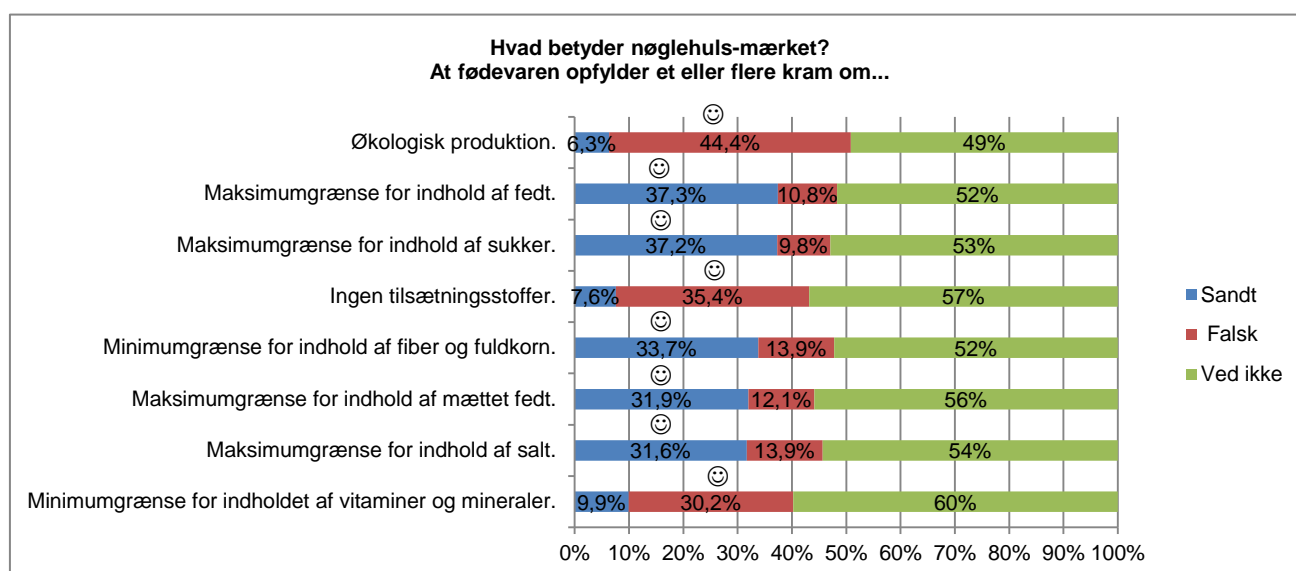
#### 4.4 NØGLEHULSMÆRKET – FRIVILLIGT MÆRKNINGSELEMENT

Der var stor forskel i respondenternes vurdering af, hvor godt de forstod betydningen af nøglehulsmærket. Gennemsnitligt lå den selvvalgte forståelse på 4,3 på en skala fra 1-7, men de to hyppigst angivne værdier var 1 (forstår slet ikke) og 7 (forstår fuldstændig), som blev angivet af hhv. 20,6 % og 23,4 % af respondenterne. Se bilag 7 for den fulde fordeling af svar.

På trods af det relativt høje antal af respondenter, der angav at have en meget god forståelse af nøglehulsmærket, var det kun få, der var i stand til at svare korrekt på alle udsagnene. Der var således kun 8,7 % af respondenterne, der var i stand til at svare korrekt på alle udsagn - 41,3 % var dog i stand til at svare korrekt på minimum halvdelen af de otte udsagn, hvilket viser, at visse elementer af nøglehulsmærket bliver forstået af en større gruppe forbrugere. Resultaterne for respondenternes objektive forståelse var dog generelt præget af mange *ved ikke* besvarelser. For hvert udsagn svarede mellem 49 % og 60 % af respondenterne *ved ikke*, hvilket indikerer en stor usikkerhed omkring de enkelte aspekter ved mærket blandt forbrugerene. Blandt de respondenter, der tog stilling til udsagnene, svarede hovedparten dog korrekt (figur 7).

Det udsagn flest var i stand til at svare korrekt på var, hvorvidt nøglehulsmærket er relateret til økologisk produktion (figur 7). Kun 6,3 % af respondenterne mente, at nøglehulsmærket betyder, at fødevarer er økologisk produceret, men igen bør det bemærkes, at næsten halvdelen (49 %) svarede *ved ikke*. Herefter var det udsagnene om maksimumgrænser for indhold af fedt og sukker, som flest respondenter var i stand til at svare korrekt på – hhv. 37,3 % og 37,2 % svarede korrekt på disse to udsagn (figur 7). Der var imidlertid generelt stor usikkerhed om nøglehulsmærkets reelle betydning, hvilket kom til udtryk ved, at mellem 49 % og 60 % af respondenterne for hvert udsagn svarede "ved ikke". Blandt de resterende respondenter svarede hovedparten dog korrekt.

De faktorer, der havde indflydelse på forståelsen af nøglehulsmærket var alder og tilgang til sund kost. Den største effekt (om end stadig lav) blev ikke overraskende fundet for tilgangen til sund kost. Respondenter med en resigneret tilgang til sund kost havde en dårligere forståelse af nøglehulsmærket end de øvrige respondenter. Alder havde samme indvirkning – forståelsen faldt med stigende alder. Modsat havde respondenter med en livsnydende tilgang til sund kost en øget forståelse af nøglehulsmærket.



Figur 7: Andelen af respondenter, der svarede sandt, falsk og ved ikke på de enkelte udsagn. Udsagnene er listet så udsagnet med flest korrekte besvarelser står først, og udsagnet med færrest korrekte besvarelser står sidst. Smileyer markerer det korrekte svar på udsagnet.

## 4.5 GDA-MÆRKNING – FRIVILLIGT MÆRKNINGSELEMENT

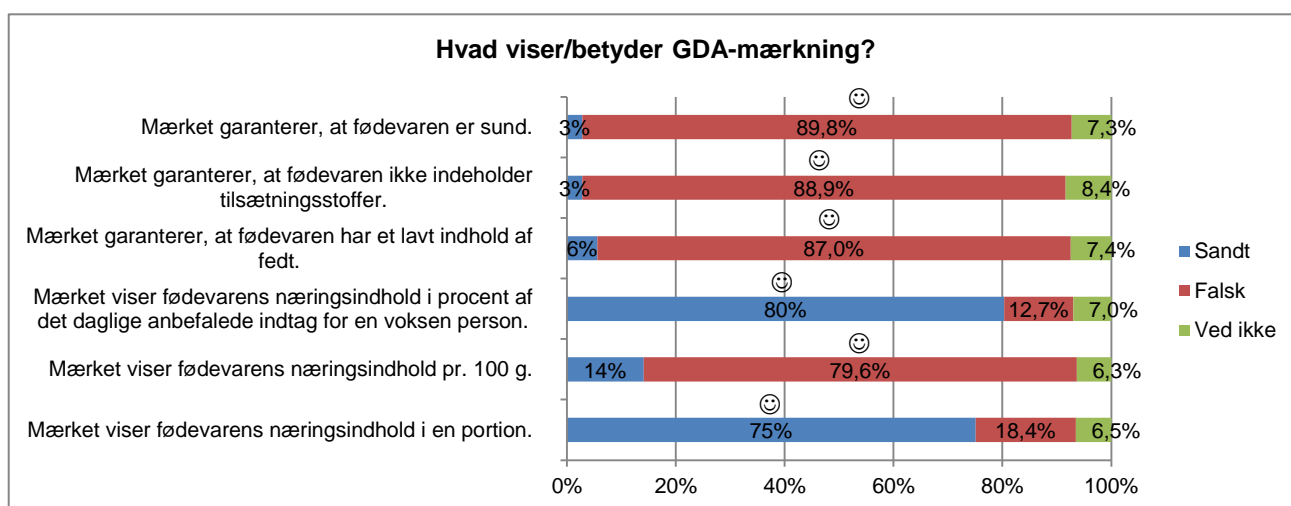
GDA var det mærkningselement, som respondenterne forstod bedst. Respondenterne mente også generelt, at de havde en god forståelse af GDA-mærkning. Den gennemsnitlige selvvaluerede forståelse lå på 5,9 og hele 70,8 % af respondenterne svarede 6 eller 7 (1 = forstår slet ikke, 7 = forstår fuldstændig). Den fulde fordeling af svar fremgår af bilag 7.

Med hensyn til respondenternes objektive forståelse var GDA-mærkning det mærkningselement, hvor flest formåede at svare korrekt på alle udsagn – 52,2 % af respondenterne besvarede alle udsagn korrekt. GDA-mærkning var også det mærkningselement, hvor andelen af respondenter med minimum 50 % rigtige besvarelser var størst – 92,1 % af respondenterne var i stand til at svare korrekt på minimum tre af udsagnene.

Meget få opfattede eller var i tvivl om, hvorvidt GDA-mærkningen fungerer som et symbol, der garanterer den ernæringsmæssige værdi af fødevarer (de første tre udsagn i figur 8). De udsagn, der var størst usikkerhed omkring, var de tre udsagn relateret til, hvorvidt mærkningen viste næringsindholdet i hhv. en portion, pr. 100 g. eller i procent af det anbefalede indtag – 18,4 %, 14 % og 12,7 % af respondenterne svarede således forkert på disse udsagn og 6,5 %, 6,3 % og 7 % svarede *ved ikke* (figur 8).

Den høje grad af forståelse kan delvist skyldes den tekst/information, der indgår i GDA-mærkningen. Mærkningselementet giver specifik ernæringsinformation i form af procenter og mængdeangivelser for udvalgte næringsstoffer, og mærkningselementet indeholder også tekst, der kan have guidet respondenterne i deres besvarelse. For at minimere indvirkningen af dette, og ikke gøre svarene for åbenlyse, var udsagnene om GDA alle relateret til næringsindhold og indholdsstoffer. Det kan dog ikke udelukkes, at teksten kan have hjulpet respondenterne i vurderingen af udsagnene, men dette vil så også være tilfældet i den reelle indkøbssituation, hvor forbrugeren også har procenter, mængdeangivelser og tekst til rådighed modsat eksempelvis nøglehulsmærket.

Flere faktorer blev fundet at have indvirkning på forståelsen af GDA-mærkning – om end effekterne var små. Forståelsen var højere blandt respondenter med en mellemlang eller lang videregående uddannelse, respondenter med en høj grad af generel miljøbevidsthed samt respondenter med en livsnydende tilgang til sund kost. Modsat havde en resigneret tilgang til sund kost ikke overraskende en negativ indvirkning på forståelsen af GDA-mærkning, mens dette meget overraskende også var tilfældet for respondenter med en kontrolleret tilgang til sund kost.



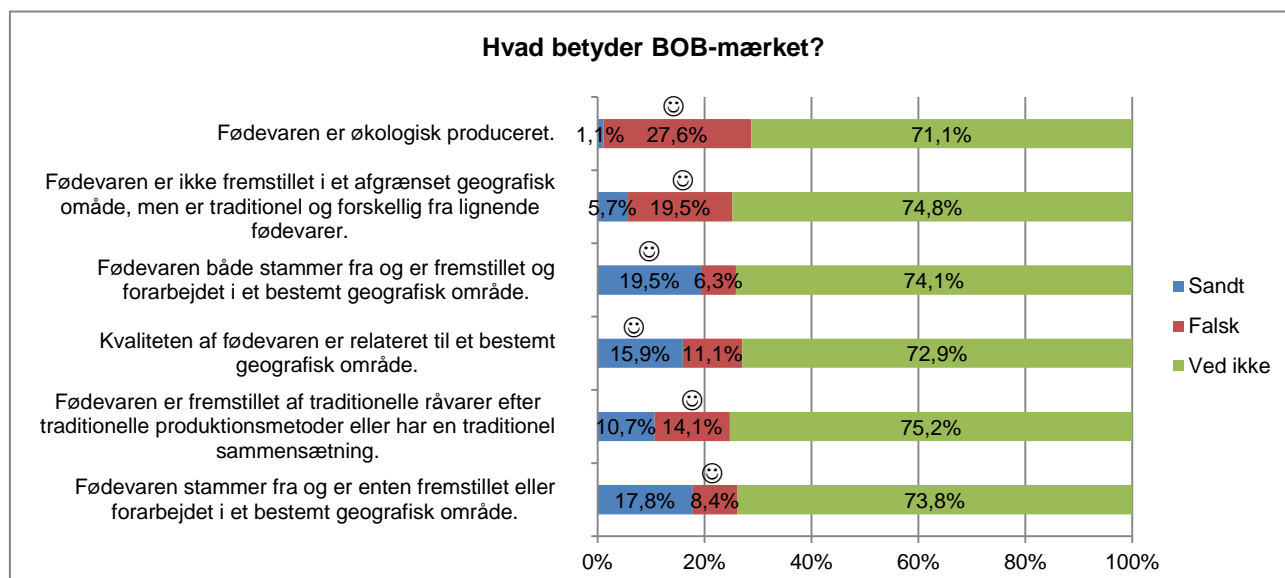
Figur 8: Andelen af respondenter, der svarede sandt, falsk og ved ikke på de enkelte udsagn. Udsagnene er listet så udsagnet med flest korrekte besvarelser står først, og udsagnet med færrest korrekte besvarelser står sidst. Smileyer markerer det korrekte svar på udsagnet.

## 4.6 BOB-MÆRKET – FRIVILLIGT MÆRKNINGSELEMENT

BOB-mærket var et af de dårligt forståede mærkningselementer – både ifølge respondenterne selv og ud fra deres objektive forståelse. Den gennemsnitlige selvvaluerede forståelse var 2,3 på en skala fra 1-7 (1 = forstår slet ikke, 7 =forstår fuldstændig) og hele 47,8 % svarede, at de slet ikke forstod mærkets betydning. Med hensyn til den objektive forståelse, var det også kun 0,9 % af respondenterne, der formåede at svare korrekt på alle seks udsagn, mens 21,4 % var i stand til at svare korrekt på minimum halvdelen af udsagnene.

Resultaterne var generelt præget af en meget stor andel af *ved ikke*-besvarelser – mellem 71 % og 75 % af respondenterne svarede ved hvert udsagn *ved ikke*. Dette hænger formentlig sammen med et lavt kendskab til mærket, som ikke er særligt udbredt i Danmark (figur 9) (Aachmann & Grunert, xxxx). Skønt BOB-mærkets store lighed i udseende med EU's tidligere økologi-mærke, synes der dog ikke at være tendens til at forbinde mærket med økologi. Hovedparten af de respondenter, der tog stilling til udsagnene, synes derimod korrekt at forbinde mærket med afgrænsede geografiske områder og kvalitet, selvom der var en vis usikkerhed omkring, hvor strenge kravene til oprindelse er. Det skal dog bemærkes, at ordlyden "Beskyttet Oprindelsesbetegnelse" indgår i mærket/symbolet og kan have guidet nogle af respondenterne i deres besvarelser.

Forståelsen af BOB-mærket synes at være påvirket af respondenternes alder, tilgang til sund kost og Body Mass Index (BMI). Med hensyn til indvirkningen af alder, blev der, modsat de øvrige mærkningselementer hvor alder havde en indvirkning, fundet en øget forståelse med stigende alder. Effekten var dog meget svag. Det blev også fundet, at respondenter med en livsnydende tilgang til sund kost havde en større forståelse af BOB-mærket. Dette stemmer fint overens med forestillingen om, at disse personer interesserer sig for kulinarisk nydelse og kvalitetsprodukter. Omvendt var et BMI over 30 kg/m<sup>2</sup> forbundet med en lavere forståelse af BOB-mærket.



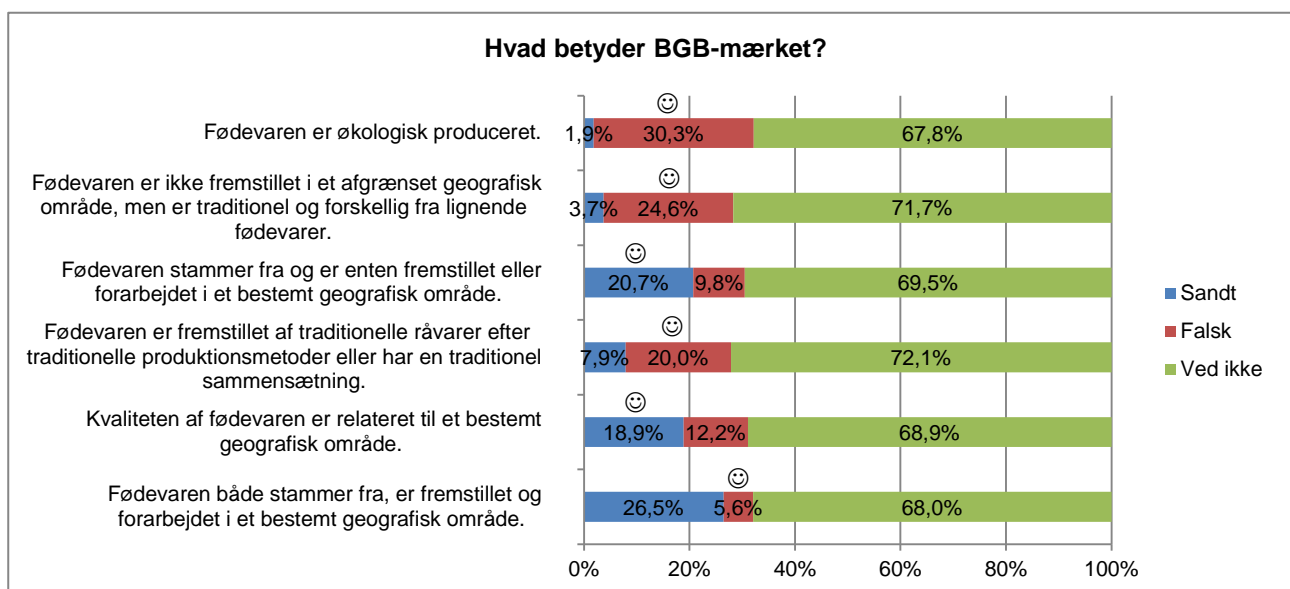
Figur 9: Andelen af respondenter, der svarede sandt, falsk og ved ikke på de enkelte udsagn. Udsagnene er listet så udsagnet med flest korrekte besvarelser står først, og udsagnet med færrest korrekte besvarelser står sidst. Smileys markerer det korrekte svar på udsagnet.

## 4.7 BGB-MÆRKET – FRIVILLIGT MÆRKNINGSELEMENT

BGB-mærket hører ligesom BOB-mærket til blandt de dårligst forståede mærker. 47,4 % af respondenterne angav, at de slet ikke forstod betydningen af mærket, og den gennemsnitlige selvvaluerede forståelse lå som for BOB-mærket på 2,3 på en skala fra 1-7 (1 = forstår slet ikke, 7 = forstår fuldstændig). Den lave selvvaluerede forståelse afspejler sig i resultaterne for den objektive forståelse af BGB-mærket. Ingen af respondenterne var i stand til at svare korrekt på alle seks udsagn – 26,3 % af respondenterne formåede dog at svare korrekt på minimum tre af udsagnene, hvilket er en anelse flere end for BOB-mærket.

Resultaterne var som for BOB-mærket præget af, at en meget stor andel af respondenterne svarede *ved ikke* – dette var tilfældet for 68 % - 72 % af respondenterne ved hvert udsagn (figur 10). Dette skyldes formentlig til dels, at BGB-mærket ligesom BOB-mærket ikke er særligt udbredt i Danmark, og kendskabet til mærket er derfor formentlig lavt blandt forbrugerne. Igen så det dog ikke ud til, at mærket blev forvekslet med EU's tidligere økologi-mærke, som BGB-mærket på grund af ligheden godt kunne forveksles med. I stedet forbandt respondenterne BGB-mærket med geografisk oprindelse og kvalitet, ligesom det var tilfældet med BOB-mærket. Der var dog usikkerhed omkring, hvor stænge kravene til oprindelse er, og hele 26,5 % svarede fejlagtigt, at mærket betyder, at fødevarer både stammer fra, er fremstillet og er forarbejdet indenfor et bestemt geografisk område. Det skal dog som for BOB-mærket bemærkes, at ordlyden "Beskyttet Geografisk Betegnelse" indgår i mærket/symbolet og formentlig har guidet nogle af respondenterne i deres besvarelser.

Af influerende faktorer, var det kun tilgangen til sund kost, der blev fundet at have en indvirkning på forståelsen af BGB-mærket. Respondenter med en resigneret tilgang havde således en mindre forståelse af mærkets betydning, men effekten var lav.



Figur 10: Andelen af respondenter, der svarede sandt, falsk og ved ikke på de enkelte udsagn. Udsagnene er listet så udsagnet med flest korrekte besvarelser står først, og udsagnet med færrest korrekte besvarelser står sidst. Smileyer markerer det korrekte svar på udsagnet.

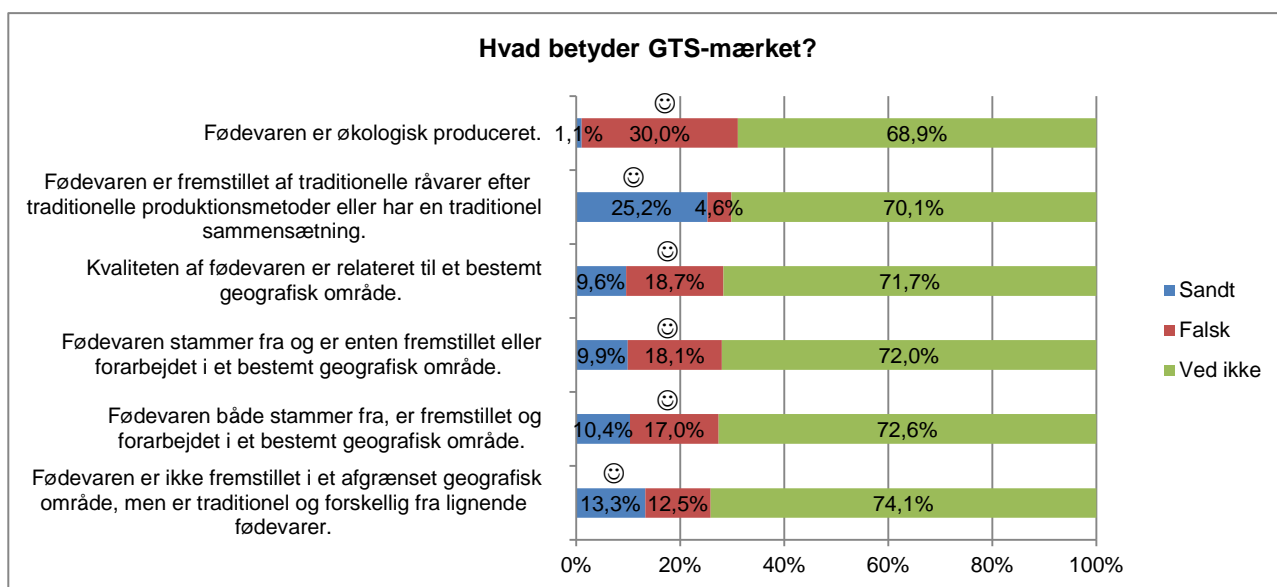


## 4.8 GTS-MÆRKET – FRIVILLIGT MÆRKNINGSELEMENT

GTS-mærket var som BOB- og BGB-mærket blandt de dårligst forståede mærkningselementer. Den selvvalgte forståelse lå gennemsnitligt på 2,2, og GTS-mærket var dermed det mærkningselement, respondenterne selv mente de forstod dårligst (figur 16). Den fulde fordeling af svar fremgår af bilag 7. 6,5 % af respondenterne formåede dog at svare korrekt på alle udsagn, hvilket er noget højere end det var tilfældet for BOB- og BGB-mærket. Andelen, der var i stand til at svare korrekt på minimum halvdelen af udsagnene, afspejler dog respondenternes egen vurdering af deres forståelse, idet GTS-mærket er blandt de absolut dårligst forståede mærkningselementer. Med kun 21,1 % med minimum tre korrekte svar, var det kun EU's økologi-mærke, der havde en mindre andel af korrekte svar (figur 17).

Som for de øvrige europæiske kvalitetsmærker var der for GTS-mærket en stor andel af *ved ikke*-besvarelser for hvert udsagn – mellem 69 % og 74 %. Den store andel af *ved ikke*-besvarelser afspejler som for BOB- og BGB-mærket formentlig et meget lavt kendskab til GTS-mærket. Blandt de respondenter, der tog stilling til udsagnene, svarede langt de fleste dog korrekt, at GTS-mærket betyder, at en fødevarer er traditionel. Her skal resultatet dog igen vurderes ud fra, at ordlyden "Garanteret Traditionel Specialitet" indgår i mærket/symbolet og formentlig har guidet nogle af respondenterne i deres besvarelser. Næsten ingen forbandt fejlagtigt mærket med økologi trods ligheden med EU's tidligere økologi-mærke. Der var imidlertid usikkerhed omkring, hvorvidt GTS-mærket også betyder, at en fødevarer har en geografisk tilknytning (figur 11).

Af influerende faktorer, var det ligesom for BGB-mærket kun tilgangen til sund kost, der blev fundet at have en indvirkning på forståelsen af GTS-mærket. Respondenter med en resigneret tilgang havde således en mindre forståelse af mærkets betydning, men effekten var lav.



Figur 11: Andelen af respondenter, der svarede sandt, falsk og ved ikke på de enkelte udsagn. Udsagnene er listet så udsagnet med flest korrekte besvarelser står først, og udsagnet med færrest korrekte besvarelser står sidst. Smileyer markerer det korrekte svar.

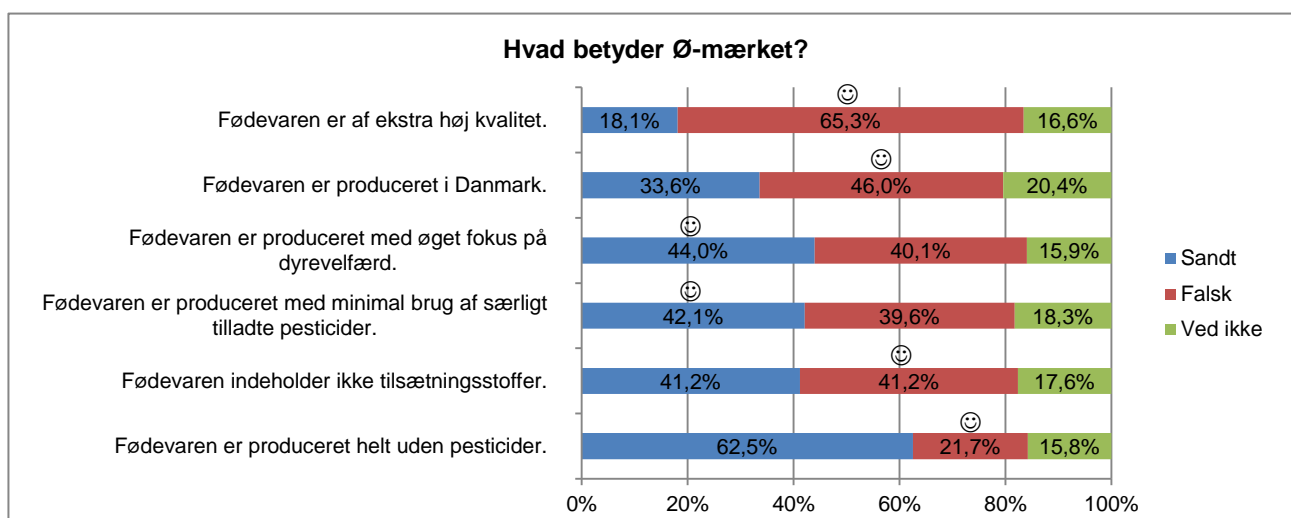
## 4.9 Ø-MÆRKET – FRIVILLIGT MÆRKNINGSELEMENT

Resultaterne for respondenternes subjektive og objektive forståelse af Ø-mærket er modstridende. Ø-mærket er meget udbredt i Danmark, og som forventet mente respondenterne selv, at de havde en meget god forståelse af mærkets betydning. Den gennemsnitlige selvvaluerede forståelse lå således på 6,2 på en skala fra 1-7 (1 = forstår slet ikke, 7 = forstår fuldstændig), hvilket kun overgås af mærkningselementerne for datoangivelse (figur 16). Hele 58,2 % af respondenterne svarede, at de forstår betydningen af Ø-mærket fuldstændigt, og mere end 90 % svarede enten 5, 6 eller 7. Den fulde fordeling af svar fremgår af bilag 7. Disse resultater står imidlertid i stærk kontrast til respondenternes objektive forståelse af Ø-mærket. Kun 1,9 % af respondenterne formåede at svare korrekt på alle seks udsagn. Andelen af respondenter, der formåede at svare korrekt på minimum tre af udsagnene var væsentligt højere, men stadig overraskende lav – 51,5 % svarede korrekt på minimum halvdelen af udsagnene – en andel der placerer Ø-mærket i midten af feltet af mærkningselementer (figur 17).

Forklaringen på den overraskende lave forståelse af Ø-mærket skal til dels findes i, at en stor andel af respondenterne havde en opfattelse af, at det ikke er tilladt at anvende pesticider i økologisk produktion. Hele 62,5 % svarede fejlagtigt, at Ø-mærket betyder, at en fødevarer er produceret helt uden brug af pesticider, mens kun 21,7 % af respondenterne korrekt svarede falsk til dette udsagn (figur 12). Dette udsagn er således hovedårsagen til det store spring mellem andelen af respondenter, der svarede korrekt på alle udsagn, og andelen der svarede korrekt på minimum halvdelen af udsagnene. Den misforståede opfattelse af, at Ø-mærkede fødevarer er produceret uden brug af pesticider, kan dog ikke alene forklare den lave forståelse af Ø-mærket. Af figur 12 fremgår det, at de respondenter, der tager stilling, er splittet i næsten lige store grupper for flere af udsagnene. Særligt gælder det udsagnene om øget dyrevelfærd, brug af tilladte pesticider samt indhold af tilsætningsstoffer, hvor ca. lige mange svarer sandt og falskt. Hertil kommer at op mod 20 % af respondenterne føler sig for usikre til at tage stilling til flere af udsagnene.

Uoverensstemmelsen mellem den selvvaluerede og objektive forståelse kan til dels skyldes, at enkelte udsagn har krævet en detaljeret viden om reglerne for økologisk produktion – eksempelvis i forhold til regler for brug af pesticider. Det er derfor tænkeligt at mere generelle udsagn som f.eks. "Fødevarer er produceret med begrænset brug af tilsætningsstoffer" eller "Fødevarer er produceret med minimal brug af pesticider" ville have ført til højere værdier for den objektive forståelse. Over halvdelen af respondenterne svarede imidlertid forkert/ved ikke til fem af de seks udsagn – herunder også mindre detaljerede udsagn om f.eks. dyrevelfærd.

Forståelsen af Ø-mærket synes at være påvirket af to faktorer: uddannelsesniveau og tilgangen til sund kost. Forståelsen steg med graden af uddannelse, således at respondenter med mellemlang eller lang videregående uddannelse havde den største forståelse af Ø-mærkets betydning. Ligeledes havde respondenter med en livsnydende tilgang til sund kost en bedre forståelse af mærkets betydning.



Figur 12: Andelen af respondenter, der svarede sandt, falsk og ved ikke på de enkelte udsagn. Udsagnene er listet så udsagnet med flest korrekte besvarelser står først, og udsagnet med færrest korrekte besvarelser står sidst. Smileyer markerer det korrekte svar.

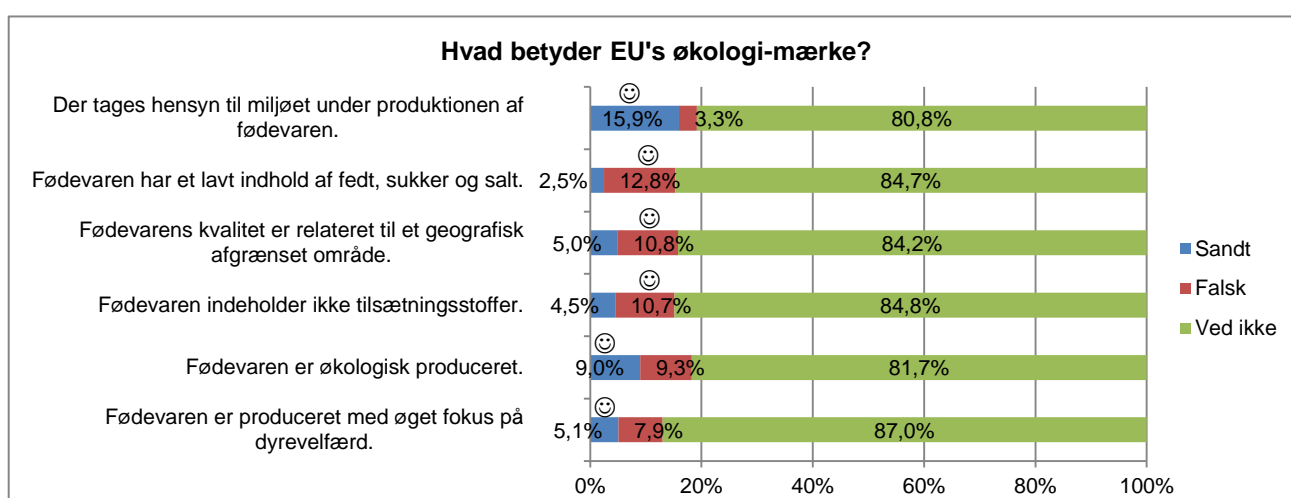
## 4.10 EU'S ØKOLOGI-MÆRKE – FRIVILLIGT MÆRKNINGSELEMENT

EU's økologimærke var det mærkningselement, som respondenterne havde sværest ved at forstå. Som for de øvrige europæiske mærker (BOB-, BGB- og GTS-mærket) var den selvvaluerede forståelse meget lav. Gennemsnittet lå på 2,3, og lidt over halvdelen af respondenterne (51,2 %) angav, at de slet ikke forstår mærkets betydning. Fordelingen af svarene fremgår af bilag 7. Andelen af respondenter, der formåede at svare korrekt på udsagnene, var også meget lav – 0,6 % formåede at svare korrekt på alle udsagn og 11,3 % på minimum halvdelen af udsagnene.

Som for de øvrige europæiske mærkningselementer var resultaterne præget af en meget stor andel af *ved ikke*-besvarelser – den højeste blandt alle mærkningselementer. Mellem 81 % og 87 % svarede for hvert udsagn *ved ikke* (figur 13). En mulig forklaring på den høje andel af *ved ikke*-besvarelser kan være, at det nuværende europæiske økologi-mærke først blev introduceret i 2010 (Europa-Kommissionen, 2012) og endnu ikke er særligt kendt blandt forbrugerne til trods for en relativt stor udbredelse af mærket i Danmark.

Selvom flere af de respondenter, der tog stilling til udsagnene, svarede korrekt på de fleste udsagn, synes respondenterne ikke at være klar over, at mærket er et økologi-mærke, men forbinder det tilsyneladende med miljø på et mere overordnet plan. Den betydning af mærket, som flest svarede sandt til, var således, at der tages hensyn til miljøet under produktionen (figur 13). Andelen, der korrekt svarede, at mærket betyder, at fødevarer er økologisk produceret, var noget mindre, og det var kun et mindretal af de respondenter, der tog stilling, som mente, at mærket betyder, at der har været øget fokus på dyrevelfærd. At respondenterne hælder mod en betydning, relateret til miljø, kan muligvis tilskrives mærkets udformning. EU's økologi-mærke har i modsætning til de øvrige EU-mærker ikke inkorporeret en tekst, der kan hjælpe forbrugerne med at tolke mærket, men viser et blad forment af stjerner på en grøn baggrund (se bilag 5). På fødevarerprodukter er der dog ved minimum én visning af mærket angivet et kodenummer ved siden af, der indledes med en forkortelse for økologi (ØKO). Respondenterne blev i undersøgelsen kun vist selve mærket, og måtte derfor forholde sig til mærkets udformning og symbolværdi, der i højere grad ser ud til at give associationer til natur og miljø end økologisk produktion. I vurderingen af et reelt fødevarerprodukt, er det muligt at kodenummeret vil hjælpe nogle forbrugere til at tolke mærket korrekt, såfremt de er opmærksomme på koden, og det er derfor muligt, at nogle forbrugere i en reel indkøbssituation vil have en større forståelse af mærket.

Med hensyn til influerende faktorer, så flere faktorer ud til at spille ind på forståelsen af EU's økologi-mærke. Forståelsen faldt med stigende alder, hvis der i husstanden var børn under 12 år samt hvis man havde en resigneret tilgang til sund kost. Respondenter med en høj grad af social ansvarlighed syntes derimod at have en bedre forståelse af mærket. Effekterne var dog lave for alle faktorer.



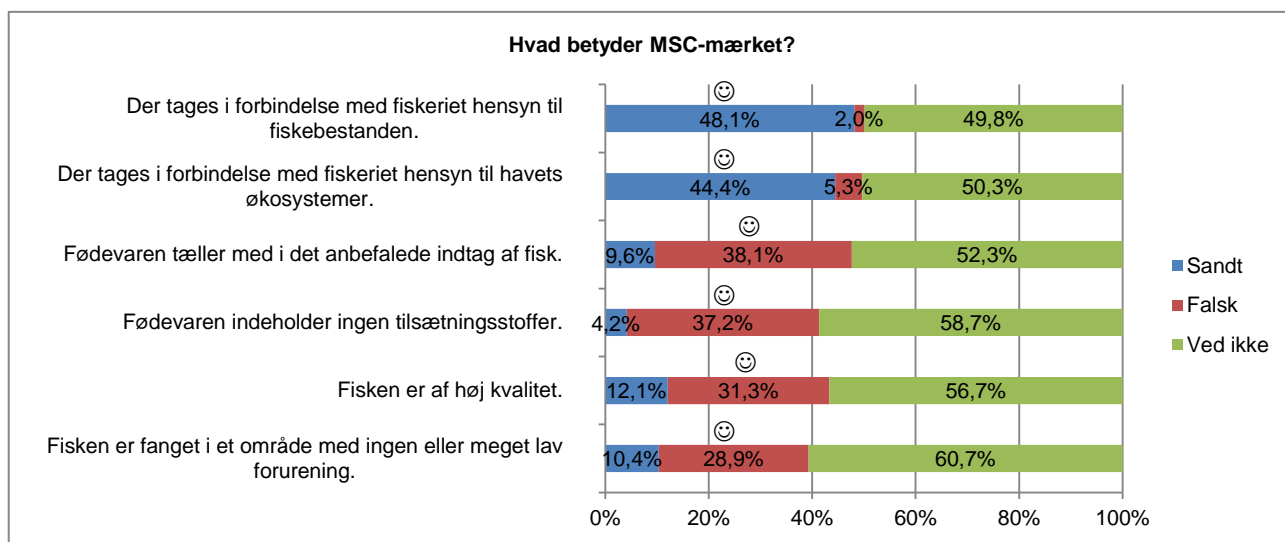
Figur 13: Andelen af respondenter, der svarede sandt, falsk og ved ikke på de enkelte udsagn. Udsagnene er listet så udsagnet med flest korrekte besvarelser står først, og udsagnet med færrest korrekte besvarelser står sidst. Smileyer markerer det korrekte svar.

## 4.11 MSC-MÆRKET – FRIVILLIGT MÆRKNINGSELEMENT

MSC-mærket var ikke et mærke, som respondenterne mente, at de forstod i særlig høj grad. 28,2 % svarede, at de slet ikke forstod mærkets betydning, og den gennemsnitlige selvvruderede forståelse lå på 3,3 på en skala fra 1-7 (1 = forstår slet ikke, 7 = forstår fuldstændig). Den objektive forståelse af MSC-mærket var dog ikke så lav, som man kunne have forventet ud fra den selvvruderede forståelse. Af respondenterne var 17,2 % i stand til at svare korrekt på samtlige udsagn, hvilket rangerer MSC-mærket som det fjerde bedst forståede mærkningselement (figur 18), og 42,7 % af respondenterne var i stand til at svare korrekt på minimum halvdelen af udsagnene.

Respondenternes usikkerhed kom dog til udtryk i en stor andel af *ved ikke*-besvarelser. Mellem 50 % og 61 % svarede *ved ikke* ved hvert udsagn. Blandt de resterende respondenter svarede flertallet dog korrekt på de seks udsagn (figur 14). Andelen af korrekte svar var størst for de to sande udsagn, der gik på beskyttelse af fiskebestanden og havets økosystemer, og relativt få troede fejlagtigt, at mærket havde noget at gøre med det anbefalede indtag af fisk, indholdet af tilsætningsstoffer, fiskens kvalitet eller med forureningsniveauet i fangstområdet. Udsagnet der gik på forureningsniveauet i fangstområdet var det udsagn, der var størst usikkerhed omkring.

Flere faktorer havde indvirkning på forståelsen af MSC-mærket – omend effekterne var små. Mænd, respondenter med høj indkomst, og personer, der havde en høj grad af generel miljøbevidsthed, havde en større forståelse af MSC-mærket. Personer med en resigneret tilgang til sund kost havde derimod en mindre forståelse af mærkets betydning.



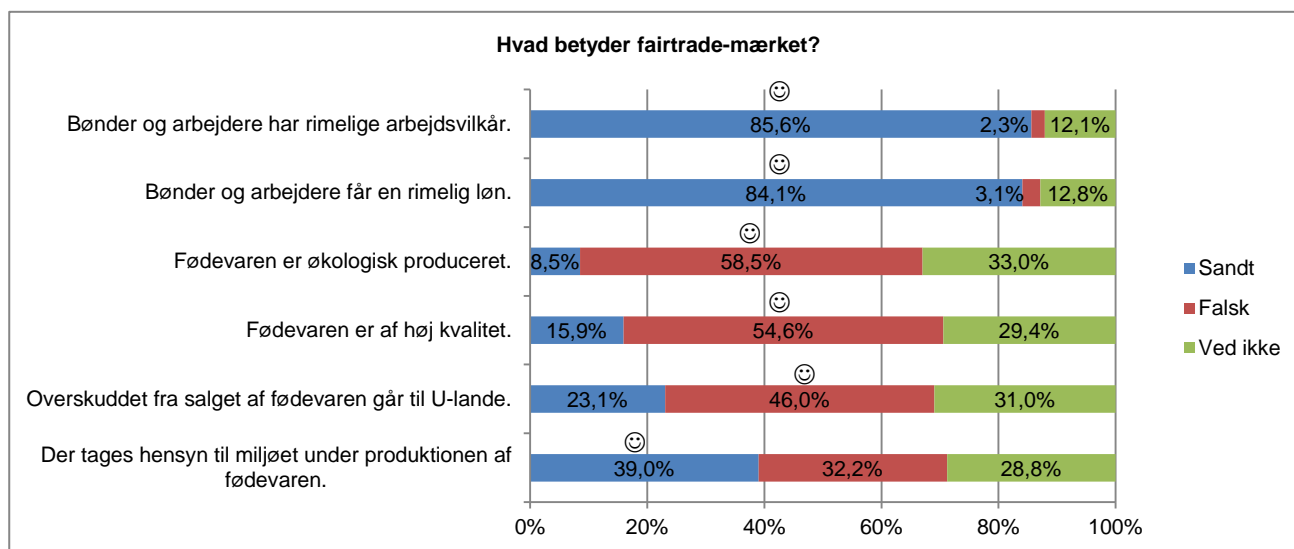
Figur 14: Andelen af respondenter, der svarede sandt, falsk og ved ikke på de enkelte udsagn. Udsagnene er listet så udsagnet med flest korrekte besvarelser står først, og udsagnet med færrest korrekte besvarelser står sidst. Smileyer markerer det korrekte svar.

## 4.12 FAIRTRADE-MÆRKET – FRIVILLIGT MÆRKNINGSELEMENT

Størsteparten af respondenterne mente, at de havde en nogenlunde god forståelse af fairtrade-mærket – 78,3 % angav en værdi på 5-7 hvor 1 betød, forstår *slet ikke*, og 7 betød, forstår *fuldstændig*. Den fulde fordeling af svar fremgår af bilag 7. Den andel af respondenter, der mente at have en god forståelse af mærket, står i stærk kontrast til den andel af respondenterne, der formåede at svare korrekt på alle udsagn, hvilket kun var 8,4 %. Dette skal dog ses i lyset af, at 80,5 % af respondenterne formåede at svare korrekt på minimum halvdelen af udsagnene, hvilket indikerer, at der formentlig har været enkelte udsagn, som har været svære for respondenterne at svare på.

Ses der på de enkelte udsagn, var langt de fleste klar over, at mærket er relateret til bønder og arbejderes arbejdsvilkår og løn. Usikkerheden var dog større med hensyn til, hvorvidt mærket også er relateret til økologisk produktion, hvilket ofte er tilfældet for fairtrade-mærkede fødevarer, da fairtrade-organisationen opfordrer til og støtter økologisk produktion, uden at det dog er et krav (Fairtrade, 2012). Flere forbandt også fejlagtigt mærket med kvalitet og økonomisk støtte til U-lande via overskuddet fra salget. Det udsagn, som flest havde svært ved at svare korrekt på, og som muligvis er hovedårsagen til, at meget få formåede at svare korrekt på alle udsagn, var udsagnet om miljø - 61 % kunne ikke svare på udsagnet om, hvorvidt fairtrade-mærket også betyder, at der i produktionen tages hensyn til miljøet (figur 15).

Forståelsen af mærket steg med stigende indkomst, ligesom forståelsen var større hos respondenter, der havde en højere grad af generel miljøbevidsthed og respondenter med en livsnydende tilgang til sund kost. Modsat havde respondenter med en kontrolleret tilgang til sund kost en lavere forståelse af fairtrade-mærket. Effekten af indkomst var størst, men alle effekter var generelt lave.



Figur 15: Andelen af respondenter, der svarede sandt, falsk og ved ikke på de enkelte udsagn. Udsagnene er listet så udsagnet med flest korrekte besvarelser står først, og udsagnet med færrest korrekte besvarelser står sidst. Smileyer markerer det korrekte svar.

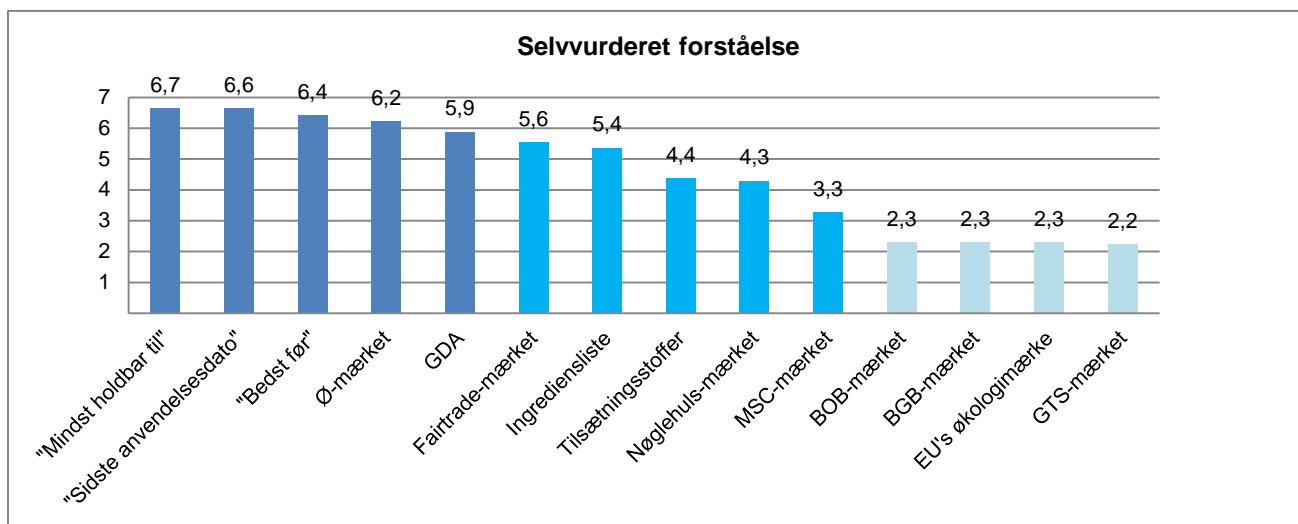
#### 4.13 FORSTÅELSE PÅ TVÆRS AF MÆRKNINGSELEMENTER

Ses der på, hvor godt de enkelte mærkningselementer forstås i forhold til hinanden, var GDA-mærkning, holdbarhedsangivelser og ingredienslisten de elementer, som respondenterne forstod bedst, mens de europæiske mærkningselementer var de elementer, som respondenterne havde den dårligste forståelse af. Det var dog generelt en meget lille andel af respondenterne, der kendte den fulde betydning af de undersøgte mærkningselementer og var i stand til at svare korrekt på alle udsagn om et mærke. Flertallet havde dog en vis forståelse af de fleste af mærkningselementerne. Forskellen skyldtes i flere tilfælde usikkerhed omkring enkelte aspekter af mærkningselementernes betydning. Afhængigt af om mærkningselementerne rangeres efter andelen af respondenterne, der formåede at svare korrekt på alle udsagn (andelen af 100 % korrekte besvarelser) eller andelen, der formåede at svare korrekt på minimum halvdelen af udsagnene (andelen af 50 % korrekte besvarelser), var det forskelligt, hvilke mærkningselementer der blev forstået bedst/dårligst (figur 17-18). Der tages i sammenligningen af mærkerne udgangspunkt i andelen af 50 % korrekte besvarelser, da denne stadig repræsenterer en væsentlig forståelse af mærkningselementerne og er mindre følsom over for indvirkning af enkelte svære eller uklare udsagn. Rangeringen af mærkningselementerne efter 100 % korrekte besvarelser er dog for sammenligningens skyld også vist (figur 18).

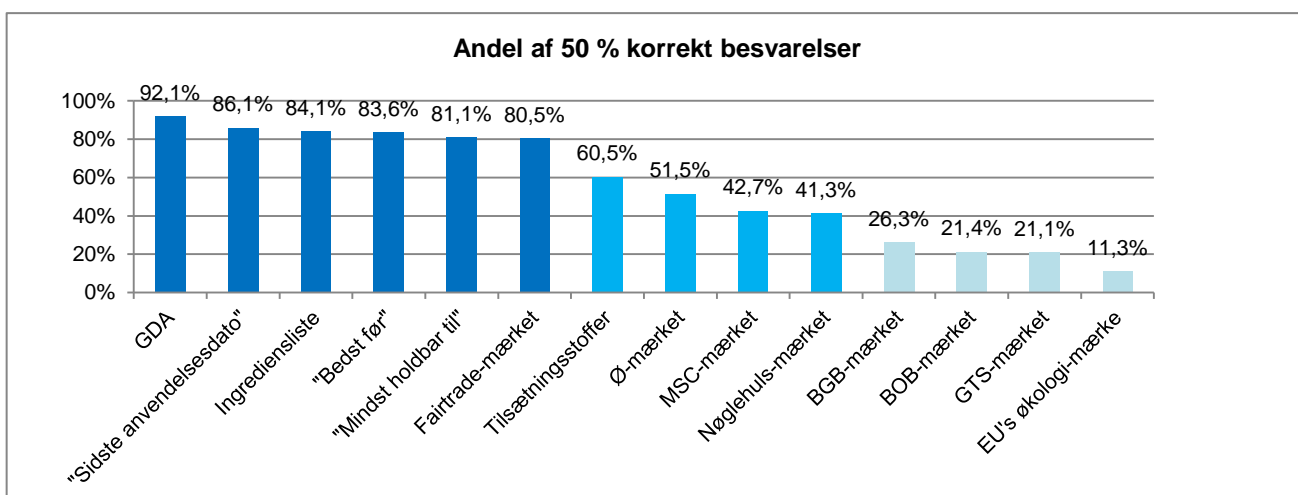
Af figur 16 og 17 fremgår det, at der ikke er fuld overensstemmelse mellem respondenternes selvvaluerede forståelse og deres objektive forståelse. For de fleste mærker er der dog nogenlunde overensstemmelse, således at de fleste af de mærkningselementer, respondenterne selv mente at have en relativ god forståelse af, også var at finde blandt de mærkningselementer, som respondenterne havde den bedste objektive forståelse af. Særligt holdbarhedsangivelserne og GDA-mærkning rangerede således højt i forhold til både subjektiv og objektiv forståelse, mens de europæiske kvalitetsmærker og det europæiske økologi-mærke rangerede lavest i begge opgørelser (figur 16-17).

Der var imidlertid også mærkningselementer, hvor den selvvaluerede og den objektive forståelse ikke stemte overens. Dette var især tilfældet for Ø-mærket og ingredienslisten. Ø-mærket gik fra en fjerde plads på rangeringen, baseret på selvvalueret forståelse (figur 16), til en syvendeplads på rangeringen, baseret på objektiv forståelse (figur 17). Trods en høj selvvalueret forståelse (6,2) var det kun ca. halvdelen af respondenterne, der formåede at svare korrekt på minimum tre udsagn om Ø-mærket. Det modsatte var tilfældet for ingredienslisten. Ingredienslisten rykkede fra en syvendeplads på rangeringen, baseret på den selvvaluerede forståelse, og en middelværdi på 4,4, til en tredjeplads, når mærkerne blev rangeret efter objektiv forståelse. Ingredienslisten var også det mærkningselement, hvor næstflest formåede at svare korrekt på alle udsagn (figur 18). Resultaterne antyder dermed, at forbrugere har en bedre forståelse af ingredienslisten, end de umiddelbart selv tror.

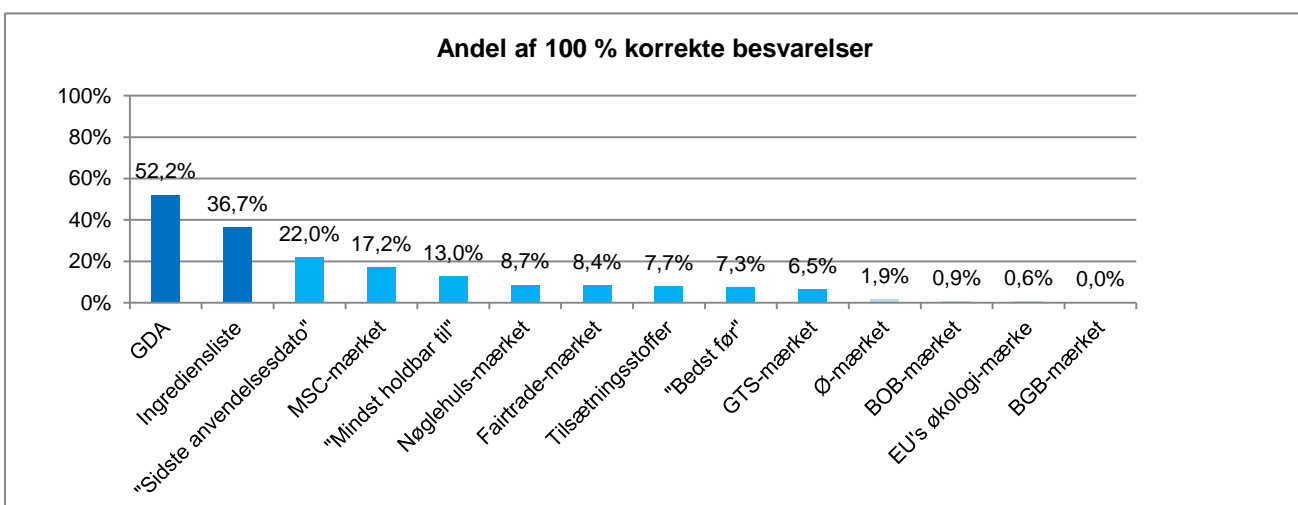
Ved sammenligning af forståelse på tværs af mærkningselementerne skal det bemærkes, at sværhedsgraden på udsagnene for de enkelte mærkningselementer kan have varieret, hvilket kan have påvirket andelen af korrekte svar. Ligeledes skal det bemærkes, at den tekst, der indgår i nogle af mærkningselementerne (BOB-, BGB-, GTS-, GDA- og fairtrade-mærket), kan have guidet respondenterne i deres besvarelser og dermed påvirket andelen af korrekte svar. Respondenterne ville i en indkøbssituation formentlig ikke have studeret mærkernes tekst i samme omfang, som de havde mulighed for at gøre i undersøgelsen her.



Figur 16: Den gennemsnitlige selvurderede forståelse af de enkelte mærkningselementer på en skala fra 1 = forstår slet ikke til 7 = forstår fuldstændigt. Mørkeblå indikerer høj forståelse, blå middel forståelse og lyseblå lav forståelse.



Figur 17: Andelen af respondenter der svarede korrekt på minimum halvdelen af udsagnene for de enkelte mærkningselementer. Mørkeblå indikerer høj forståelse, blå indikerer middel forståelse og lyseblå indikerer lav forståelse.



Figur 18: Andelen af respondenter der svarede korrekt på alle udsagn for de enkelte mærkningselementer. Mørkeblå indikerer høj forståelse, blå indikerer middel forståelse og lyseblå indikerer lav forståelse.

Med hensyn til influerende faktorer blev flere faktorer fundet at have indvirkning på forståelsen af de enkelte mærker. Tilgangen til sund kost var den faktor, der påvirkede forståelsen af flest mærkningselementer. Særligt en resigneret tilgang til sund kost havde indvirkning på forståelsen og altid i negativ retning. Mere overraskende havde også en kontrolleret tilgang til sund kost en negativ indvirkning på forståelsen af nogle mærkningselementer. Modsat havde en livsnydende tilgang til sund kost en positiv indvirkning på forståelsen af flere mærker. En høj grad af generel miljøbevidsthed påvirkede også forståelsen af nogle af mærkningselementerne i positiv retning. Endelig var alder blandt de faktorer, der havde en indvirkning på flere af mærkerne. Forståelsen faldt generelt med stigende alder. BOB-mærket var dog en undtagelse – her steg forståelsen med stigende alder. Effekterne var dog generelt lave.

Der var også flere faktorer, der mod forventning, ikke blev fundet at have en indvirkning på forståelsen af mærkningselementerne. Dette var tilfældet for: fødevareallergi, holdning til dyrevelfærd, og miljøbevidsthed relateret til fødevarerforbrug, ligesom en almindelig balanceret tilgang til sund kost heller ikke påvirkede forståelsen af nogle af mærkningselementerne. En fuld oversigt over de testede faktorer, og hvorvidt de havde en indvirkning, fremgår af tabel 1.

Tabel 1: Oversigt over mulige influerende faktorer testet for indvirkning på forståelsen af de enkelte mærkningselementer samt hvorvidt de havde effekt.

Influerende faktor	Mindst holdbar til	Sidste anvendelsesdato	Bedst før	Ingrediensliste	Tilsætningsstoffer	Nøglehulsmærket	GDA-mærkning	BOB-mærket	BGB-mærket	GTS-mærket	Ø-mærket	EU's Økologi-mærke	MSC-mærket	Fairtrade-mærket
Køn													**	
Alder		*		**		*		*				**		
Uddannelse	*						**				**			
Fødevareallergi														
BMI								*						
Børn under 12 år												**		
Indkomst													*	**
Holdning til dyrevelfærd														
Holdning til social ansvarlighed												**		
Holdning til sund kost: Almindelig														
Holdning til sund kost: Resigneret	**	**	**	**	**	**	*		*	**		**	**	
Holdning til sund kost: Livsnydende	*		**	**	**	*	**	**			**			**
Holdning til sund kost: Kontrolleret	**		**				*							*
Holdning til miljø: Generelt	*				**		**						**	*
Holdning til miljø: Fødevarerelateret														

\* p ≤ 0,05, \*\* p ≤ 0,01, BMI: Body Mass Index. Retningen på effekterne er beskrevet i gennemgangen af de enkelte mærkningselementer – effekterne var dog generelt lave.



## 5. FORBRUGERNES VÆGTNING AF INFORMATION PÅ FØDEVARER: RESULTATER FRA CONJOINT-ANALYSEN

I dette afsnit præsenteres resultaterne fra conjoint-analysen, der belyste hvilke mærkningselementer respondenterne oplevede som mest relevante. De mærkningselementer, der ser ud til at være vigtigst for forbrugerne, er elementer relateret til fødevarers holdbarhed og indhold, mens elementer relateret til bæredygtighed/etik og kvalitet vægtes i langt mindre grad. Resultaterne viser også, at flere demografiske karakteristika og holdninger synes at påvirke, hvilke mærkningselementer der vægtes i vurderingen af fødevarer. Effekter af demografi og holdninger på forbrugernes vægtning blev analyseret gennem en lineær model, hvor den estimerede nytteværdi af tilstedeværelsen af et mærkningselement blev søgt forklaret gennem de demografiske og holdningsmæssige variabler. Effekterne omtales i det følgende kun, hvis disse effekter er statistisk signifikante ( $p \leq 0,05$ ).

Hvor vigtige respondenterne oplevede de forskellige mærkningselementer blev testet på to meget forskellige produkter grundet en forventning om, at produktkategori, som beskrevet i afsnit 2, kan have indvirkning på, hvordan de enkelte mærkningselementer opleves. De to testprodukter var fiskefars og chokolade. Baggrunden for valget af disse produkter fremgår af afsnit 3. Uafhængigt af om respondenterne vurderede en pakke fiskefars eller en plade chokolade, var det imidlertid de samme fire mærkningselementer, der blev betragtet som vigtigst: holdbarhedsangivelse, ingrediensliste, GDA-mærkning og Ø-mærket – den indbyrdes rangering af mærkerne varierede dog en anelse med produkttypen (se tabel 2).

For det mere komplekse og let fordærlige fiskeprodukt var det ikke overraskende ingredienslisten og holdbarhedsangivelsen, der blev opfattet som de vigtigste mærkningselementer. Herefter kom GDA-mærkning og på fjerdepladsen Ø-mærket. At GDA-mærkning også var blandt de mærkningselementer, der blev vægtet højest på fiskefarsen, er heller ikke overraskende, da den næringsmæssige værdi af en fødevarer bliver sværere at gennemskue, jo mere sammensat og forarbejdet produktet er. De øvrige mærkningselementer blev opfattet som væsentligt mindre relevante og tillagt næsten samme vigtighed. For chokoladeproduktet var det GDA-mærkning og derefter ingredienslisten og holdbarhedsangivelsen, som respondenterne oplevede som de vigtigste mærkningselementer – de blev opfattet som ca. dobbelt så vigtige som Ø-mærket og Fairtrade-mærket, der var de efterfølgende mærkningselementer. BOB-mærket og oplysning om tilsætningsstoffer og oprindelse blev tillagt mindst betydning og tildelt ca. samme grad af vigtighed (tabel 2).

Brugervenligheden af GDA-mærkning har været meget omdiskuteret både blandt fagpersoner og i medierne (Altinget.dk, 2008; EFSA, 2009). At GDA-mærkning for begge produkttyper blev vurderet som hhv. det vigtigste og tredjevigtigste mærkningselement, var derfor en anelse overraskende. Da næringsdeklarationen ikke indgik i undersøgelsen, skal det dog bemærkes, at GDA-mærkning var det eneste mærkningselement, der gav mere detaljeret information om næringsindhold. Det kan derfor ikke udelukkes, at den høje vægtning af GDA-mærkning til dels var et udtryk for efterspørgsel på/vægtning af detaljeret information om næringsindhold. Resultatet skal derfor tolkes som et udtryk for, at forbrugerne tillægger ernæringsinformation betydning, snarere end at forbrugerne prioriterer netop GDA mærkningen som den bedste måde at give denne information på. Lettere overraskende var det også, at respondenterne ikke syntes at finde oplysninger om tilsætningsstoffer særlig vigtig – det store fokus på tilsætningsstoffer taget i betragtning.

Selvom der ikke var væsentlige forskelle i, hvilke mærkningselementer respondenterne fandt vigtigst i deres vurdering af de to produkter, ser produktkategorien alligevel ud til at have haft en betydning for respondenternes vægtning af mærkningselementerne. Den relative vigtighed af mærkningselementerne er baseret på nytteværdier for de enkelte mærkningselementer – et udtryk der indikerer den værdi, respondenterne tillagde hvert af mærkningselementerne. Disse nytteværdier giver et mål for, hvor brugbare respondenterne oplevede de enkelte mærkningselementer. Generelt blev tilstedeværelse af mærkningselementerne foretrukket, uanset om der var tale om fiskefars eller chokolade. Ser man imidlertid på de enkelte mærkningselementers nytteværdier i hhv. vurderingen af fiskefars og chokolade, var værdierne generelt højere for fiskefarsen. Dette betyder, at mærkningselementerne blev oplevet som mere brugbare, og dermed mere relevante, på fiskefarsen end på chokoladeproduktet. Nytteværdierne varierede særligt i forhold til ingrediensliste og holdbarhedsangivelse – et resultat der formentlig kan tilskrives fiskefarsens kompleksitet og letfordærlige natur, som netop disse mærkningselementer er relateret til. Med hensyn til holdbarhedsangivelse viste nytteværdierne også, at formuleringen *Sidste anvendelsesdato* blev fundet mere brugbar end formuleringen *Mindst holdbar til*. Dette

gjaldt uanset, om der var tale om fiskefars eller chokolade. Alle værdier fra conjoint-analysen fremgår af bilag 8.

Resultaterne fra conjoint-analysen indikerer således, at det blandt de testede mærkningselementer særligt er ingredienslisten, GDA-mærkning, og holdbarhedsangivelse (særligt formuleringen *Sidste anvendelsesdato*), der bør prioriteres, hvis pladsen på produktemballagen er begrænset, og tilsyneladende særligt på mere komplekse og letfordærlige fødevarer.

Tabel 2: Respondenternes oplevede vigtighed af de enkelte mærkningselementer.

FISKEFARS			CHOKOLADE		
	MÆRKNINGSELEMENT	RELATIV VIGTIGHED*		MÆRKNINGSELEMENT	RELATIV VIGTIGHED*
1	Ingrediensliste	26,6 %	1	GDA-mærkning	23,8 %
2	Holdbarhed	17,1 %	2	Ingrediensliste	21,2 %
3	GDA-mærkning	17,1 %	3	Holdbarhed	19,0 %
4	Ø-mærket	9,0 %	4	Ø-mærket	12,1 %
5	Oprindelsesland	7,3 %	5	Fairtrade-mærket	10,6 %
6	Nøglehulsmærket	6,1 %	6	BOB	5,3 %
7	BOB-mærket	5,8 %	7	Tilsætningsstoffer	4,4 %
8	MSC	5,7 %	8	Oprindelse	3,6 %
9	Tilsætningsstoffer	5,2 %			

\*Af statistiske årsager kan den relative vigtighed af mærkningselementerne ikke direkte sammenholdes på tværs af produktkategorien.

## INFLUERENDE FAKTORER

Flere faktorer blev fundet at have en indvirkning på, hvor relevante de enkelte mærkningselementer blev oplevet af respondenterne, men det var langt fra altid de forventede faktorer, der blev fundet at have en indvirkning. Antallet af signifikante effekter var tæt på det samme for de to produkter, men der var variation i forhold til hvilke faktorer, der påvirkede vægtningen af de enkelte mærkningselementer. For fiskefars var det særligt uddannelsesniveau og tilgangen til sund kost, der påvirkede, hvor relevante de enkelte mærkningselementer blev opfattet. For chokolade var der ikke nogen dominerende faktorer, og der var for begge produkttyper ikke noget entydigt billede af retningen på effekterne. I det følgende er effekterne af de influerende faktorer på vægtningen af mærkningselementerne beskrevet for hvert af mærkningselementerne. Først beskrives effekter på de mærkningselementer, der forekom på både fiskefars og chokolade og derefter de mærkningselementer, der kun forekom på et af produkterne. En oversigt over hvilke faktorer, der blev fundet at have en signifikant effekt på vægtningen af de enkelte mærkningselementer, fremgår af tabel 3 og 4.

Med hensyn til de to holdbarhedsangivelser var det på fiskeproduktet kun vægtningen af formuleringen *Mindst holdbar til*, der blev fundet en indvirkning på. Respondenter med en kontrolleret tilgang til sund kost, som også blev fundet at have en lavere grad af forståelse for formuleringens betydning, fandt angivelsen mindre relevant. Dette var også tilfældet for respondenter med børn under 12 år i husstanden. På chokoladeproduktet blev der fundet en modsatrettet effekt af børn under 12 år i husstanden, idet disse respondenter fandt holdbarhedsangivelsen *Mindstholdbar til* mere relevant end de øvrige respondenter. I forhold til vægtningen af holdbarhedsangivelsen *Sidste anvendelsesdato*, blev denne som det eneste påvirket af uddannelsesniveau – de respondenter der havde det laveste uddannelsesniveau vægtede angivelsen højest.

Den oplevede relevans af ingredienslisten blev på fiskefars, hvor den var betragtet som det vigtigste mærkningselement, påvirket af tilgangen til sund kost. Respondenter med en livsnydende tilgang til sund kost, der også blev fundet at have en større forståelse af ingredienslisten, oplevede således ingredienslisten som mere relevant. På chokoladeproduktet blev der dog ikke fundet nogen indvirkning af tilgangen til sund kost eller af andre faktorer.

Den oplevede relevans af mærkning med oprindelse blev på fiskefars påvirket af uddannelsesniveau, tilgangen til sund kost, samt hvorvidt der var personer i husstanden med fødevarerallergi. Med hensyn til uddannelsesniveau blev oprindelse oplevet som mere relevant af de respondenter, der havde en teknisk eller kort

videregående uddannelse. Respondenter med en resigneret tilgang til sund kost oplevede derimod oprindelse som mindre relevant, mens fødevarerallergi var forbundet med en øget vægtning af mærkningselementet. På chokoladeproduktet var det en fjerde faktor der var i spil – her blev det fundet, at respondenter med en højere grad af generel miljøbevidsthed fandt angivelse af oprindelse mere relevant, end det var tilfældet blandt de øvrige respondenter.

Indvirkningen af influerende faktorer på den oplevede relevans af angivelse af tilsætningsstoffer var meget forskellig, afhængigt af, om der var tale om fiskefars eller chokolade. For fiskefars var det kun uddannelsesniveau, der havde en indvirkning på den oplevede relevans. Respondenter, hvis højeste afsluttede uddannelse var en ungdomsuddannelse, fandt oplysning om tilsætningsstoffer mere relevant. På chokoladeproduktet blev der fundet hele fire faktorer, der havde en indvirkning på, hvor relevant angivelsen af tilsætningsstoffer blev oplevet. I forhold til uddannelsesniveau var det her de lavest uddannede (folkeskole som højeste afsluttede uddannelse), der særligt vægtede oplysningen. Fokus på dyrevelfærd og en kontrolleret tilgang til sund kost havde også en positiv indvirkning på, hvor relevant angivelse af tilsætningsstoffer blev opfattet, mens en højere grad af fødevarerelateret miljøbevidsthed havde en negativ indvirkning.

Den oplevede relevans af GDA-mærkning var for fiskefars påvirket af tilgangen til sund kost. Respondenter med en kontrolleret tilgang til sund kost fandt GDA-mærkning mere relevant. Dette er ikke overraskende, men paradoksalt set i forhold til, at en kontrolleret tilgang til sund kost også var forbundet med en mindre grad af forståelse af GDA-mærkning. Tilgangen til sund kost havde imidlertid ingen indvirkning, når det var et chokoladeprodukt, der blev vurderet.

Den oplevede relevans af BOB-mærket blev på fiskefars påvirket af uddannelsesniveau og holdningen til miljø. Respondenter med en teknisk eller kort videregående uddannelse oplevede mærket som mere vigtigt, ligesom det også var tilfældet blandt respondenter med en højere grad af generel miljøbevidsthed. På chokoladeproduktet blev relevansen påvirket af køn og tilgangen til sund kost. Mænd tillagde således mærket større betydning end kvinder, og respondenter med en resigneret tilgang til sund kost tillagde mærket mindre betydning.

Ø-mærket er det sidste af de mærkningselementer, der blev brugt på begge produktemballager. På fiskefarsen blev mærket ikke overraskende vægtet højere af respondenter med en højere grad af fødevarerelateret miljøbevidsthed – og det til trods for at det ikke blev fundet, at disse respondenter havde en større forståelse af Ø-mærkets betydning. Dette resultat gik igen for chokoladeproduktet, men her blev det endvidere fundet, at alder havde en negativ indvirkning på vægtningen af mærket, således at ældre respondenter fandt Ø-mærket mindre relevant.

Den oplevede relevans af MSC-mærket på fiskefarsen var påvirket af uddannelsesniveau. Respondenter med en ungdomsuddannelse som højeste afsluttede uddannelse samt respondenter med en mellem- eller lang videregående uddannelse vægtede mærket højere i deres vurdering af produktet.

Nøglehulsmærket fremgik også kun på fiskefarsens emballage, og det blev fundet, at vægtningen af mærket var påvirket negativt af to faktorer: en resigneret og en kontrolleret tilgang til sund kost. Det er ikke overraskende, at respondenter med en resigneret tilgang, der også havde en lavere forståelse af mærket, fandt det mindre relevant. Derimod er det overraskende, at respondenter med en kontrolleret tilgang også fandt nøglehulsmærket mindre relevant, idet det oplyser om fødevareres næringsværdi, som netop er i fokus hos personer med denne tilgang til sund kost. En mulig forklaring på de overraskende effekter af en kontrolleret tilgang til sund kost er, at flere respondenter kan have en oplevelse af, at de er kontrollerede i deres tilgang til sund kost, men at dette ikke reelt er tilfældet, og deres adfærd vil derfor ikke afspejle denne profil. En anden mulig forklaring er, at personer med en kontrolleret tilgang til (og et stort fokus på) sund kost, ikke finder forenklede mærkningselementer relevante, men i stedet baserer deres vurdering af en fødevareres næringsværdi på enten andre, mere komplekse mærkningselementer som f.eks. næringsdeklarationen og GDA-mærkning (der blev vægtet højere) eller informationer og retningslinjer andet steds fra som f.eks. diætbøger. Den oplevede relevans af fairtrade-mærket, der kun forekom på chokoladeemballagen, blev ikke påvirket af nogle af de faktorer, der blev testet for i undersøgelsen.

Resultaterne for de influerende faktorer giver ikke umiddelbart noget entydigt billede af, hvad der påvirker, hvor relevante de enkelte mærkningselementer opleves af forbrugerne. Der er heller ikke noget entydigt billede af, i hvilken retning faktorerne påvirker den oplevede relevans – undtagelsen er effekten af en resigneret tilgang til sund kost, der som forventet generelt ser ud til at have en negativ indvirkning på, hvor relevante mærkningselementer opleves. Resultaterne understreger dog, at vægtningen af mærkningselementer varierer både fra forbruger til forbruger og formentlig også med produktkategorien.

Tabel 3: Oversigt over mulige influerende faktorer testet for indvirkning på den oplevede relevans af de enkelte mærkningselementer samt hvorvidt de havde en effekt.

FISKEFARS										
Influerende faktor	Mindst holdbar til	Sidste anvendelses- dato	Ingrediensliste	Oprindelse	Tilsætningsstoffer	GDA-mærkning	BOB-mærket	Ø-mærket	MSC-mærket	Nøglehuls-mærket
Køn										
Alder										
Uddannelse				**	*		*		*	
Fødevareallergi				*						
BMI										
Børn under 12 år	*									
Indkomst										
Holdning til dyrevelfærd										
Holdning til social ansvarlighed										
Holdning til sund kost: Almindelig										
Holdning til sund kost: Resigneret				*						*
Holdning til sund kost: Livsnydende			*							
Holdning til sund kost: Kontrolleret	*					*				*
Holdning til miljø: Generelt							*			
Holdning til miljø: Fødevarerelateret								**		

\* p ≤ 0,05, \*\* p ≤ 0,01, BMI: Body Mass Index. Retningen på effekterne er beskrevet i gennemgangen af de enkelte mærkningselementer.

Tabel 4: Oversigt over mulige influerende faktorer testet for indvirkning på den oplevede relevans af de enkelte mærkningselementer samt hvorvidt de havde effekt.

CHOKOLADE										
Influerende faktor	Mindst holdbar til	Sidste anvendelses- dato	Ingrediensliste	Oprindelse	Tilsætningsstoffer	GDA-mærkning	BOB-mærket	Ø-mærket	Fairtrade-mærket	
Køn								*		
Alder									*	
Uddannelse		*				*				
Fødevareallergi										
BMI										
Børn under 12 år	**									
Indkomst										
Holdning til dyrevelfærd					**					
Holdning til social ansvarlighed										
Holdning til sund kost: Almindelig										
Holdning til sund kost: Resigneret								*		
Holdning til sund kost: Livsnydende										
Holdning til sund kost: Kontrolleret						*				
Holdning til miljø: Generelt				*						
Holdning til miljø: Fødevarerelateret						**			**	

\* p ≤ 0,05, \*\* p ≤ 0,01; BMI: Body Mass Index. Retningen på effekterne er beskrevet i gennemgangen af de enkelte mærkningselementer.

## 6. KONKLUSION

Formålet med rapporten har været at afdække danske forbrugeres forståelse af udvalgte lovpligtige og frivillige mærkningselementer, samt at belyse hvilke mærkningselementer danske forbrugere oplever som væsentligst og på baggrund af dette give en relevansvurdering af mærkningselementerne. Forståelse og relevans blev belyst gennem et web-baseret spørgeskema, hvor både forbrugernes selvvalgte forståelse og deres reelle forståelse af udvalgte mærkningselementer blev målt. Den oplevede relevans af mærkningselementerne blev belyst gennem en rating-baseret conjoint-analyse.

Overordnet tyder resultaterne på, at det er en meget begrænset andel af forbrugerne, der kender den fulde betydning af de enkelte mærkningselementer. Flertallet af respondenterne havde dog en vis forståelse af de fleste mærkningselementer – særligt de mærkningselementer, der er relateret til fødevarers holdbarhed og indhold. Holdbarhedsangivelserne, GDA-mærkning og ingredienslisten var således de mærkningselementer, der var bedst forstået, hvilket stemmer overens med, hvilke mærkningselementer forbrugerne selv mente, at de havde en god forståelse af. Undtagelsen var ingredienslisten, som respondenterne havde en bedre forståelse af, end de umiddelbart selv vurderede. I den modsatte ende lå de europæiske mærkningselementer, som var de mærkningselementer, respondenterne havde den dårligste forståelse af. Dette stemmer igen overens med deres egen vurdering af deres forståelse. Særligt med hensyn til Ø-mærket var der imidlertid uoverensstemmelse mellem den selvvalgte og den reelle forståelse af mærkerne. Respondenterne syntes at have en mindre forståelse af mærket, end de selv vurderede, hvilket især kunne tilskrives manglende kendskab til regler for brug af pesticider i økologisk produktion men også usikkerhed omkring regler for dyrevelfærd og tilsætningsstoffer. Det blev også fundet, at flere faktorer havde indvirkning på forståelsen af de enkelte mærkningselementer – generelt var effekterne dog små. Det var specielt tilgangen til sund kost, men også holdning til miljø og respondenternes alder, der havde indvirkning på hvor godt flere af mærkningselementerne blev forstået.

Med hensyn til hvilke mærkningselementer forbrugerne finder mest relevante i vurderingen af fødevarer, synes holdbarhedsangivelse, ingrediensliste og GDA-mærkning at være de mærkningselementer, som forbrugere oplever som vigtigst. Af holdbarhedsangivelser var det formuleringen *Sidste anvendelsesdato*, der blev opfattet som mest relevant. Mærker relateret til bæredygtighed/etik og kvalitet synes modsat at blive opfattet som mindre vigtige. Resultaterne antyder således en sammenhæng mellem forståelse og vægtning af mærkningselementerne således, at de mærkningselementer, der forstås bedst, også vægtes højest.

Tilstedeværelse frem for fravær af mærkningselementerne synes generelt at være foretrukket af forbrugerne, uanset hvilket mærkningselement det drejer sig om. Hvor brugbare mærkningselementerne opleves ser imidlertid ud til at være påvirket af produktkategorien. Resultaterne fra conjoint-analysen viste, at respondenterne generelt fandt mærkningselementerne mere brugbare på det mere komplekse og letfordærlige fiskeprodukt, end de gjorde på chokoladeproduktet – dette gjaldt særligt holdbarhedsangivelse og ingredienslisten. Det er imidlertid ud fra undersøgelsen ikke muligt at fastslå hvilke produkttegenskaber, der var årsagen til denne forskel, men det må formodes, at produktkategorien har en væsentlig betydning for, hvilke mærkningselementer forbrugere vægter, når de vurderer fødevarer.

Det blev også fundet, at flere demografiske og holdningsrelaterede faktorer havde en indvirkning på, hvor relevante de forskellige mærkningselementer blev oplevet. Der var dog ikke umiddelbart noget entydigt billede med hensyn til, hvad der øger eller mindsker den oplevede relevans af de enkelte mærkningselementer. Der var dog en antydning af en negativ indvirkning af en resigneret tilgang til sund kost. Resultaterne viser således, at vægtningen af mærkningselementer formentlig varierer både fra forbruger til forbruger og formentlig også med produktkategorien. I forhold til forståelse af mærkningselementerne indikerer resultaterne endvidere, at det ikke nødvendigvis er de samme faktorer, der påvirker forståelse og vægtning af mærkningselementer – at en faktor øger forståelsen af et mærkningselement betyder altså ikke nødvendigvis, at den samme faktor også medfører at mærkningselementet vægtes højere i vurderingen af fødevarerprodukter.

Med hensyn til en mulig afskaffelse af den danske særregel om forbud mod salg af fødevarer efter overskridelse af datoen for *Mindst holdbar til*, antyder resultaterne, at en lovændring formentlig ikke vil have indvirkning på forbrugernes opfattelse af fødevarer. Forbrugerne ser overordnet ud til at have forstået forskellen på formuleringen *Sidste anvendelsesdato* over for formuleringen *Mindst holdbar til*. Samtidig ser det også ud til, at forbrugerne oplever formuleringen *Sidste anvendelsesdato* som mere relevant i vurderingen af fødevarer. Begge resultater indikerer således, at det formentlig ikke vil være problematisk at afskaffe den danske særre-

gel. Med hensyn til tolkningen af formuleringen *Bedst før* ser den overordnet ud til at blive opfattet som ensbetydende med formuleringen *Mindst holdbar til*. Når respondenterne blev spurgt direkte til, hvorvidt de mente de to formuleringer har samme betydning, mente flertallet af de respondenter, der tog stilling, imidlertid ikke, at de to formuleringer har samme betydning. Besvarelserne på udsagnene om betydningen af *Bedst før* var generelt også præget af en anelse større usikkerhed.

Flertallet af de danske forbrugere synes altså at have en rimelig forståelse af de fleste mærkningselementer – særligt de obligatoriske men også frivillig mærkning af næringsindhold. Endvidere synes der at være en sammenhæng mellem forståelsen og vægtningen af mærkningselementerne, således at de bedst forståede elementer også tillægges størst betydning i vurderingen af fødevarer.

## 7. REFERENCER

- Aachmann, K., & Grunert, K. G. (xxxx). *Fødevarer og Kvalitetsbetegnelser i EU*. DCA Rapport nr. xxx. DCA - Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug, Aarhus Universitet. (ikke publiceret).
- Altinget.dk. (2008). Ny kritik af GDA-mærkningen. Hentet fra: <http://www.altinget.dk/artikel/ny-kritik-af-gda-maerkningen> 27.04.2012
- Bernués, A., Olaizola, A., & Corcoran, K. (2003). Labelling information demanded by European consumers and relationships with purchasing motives, quality and safety of meat. *Meat Science*, 65(3), 1095-1106.
- Chrysochou, P., Askegaard, S., Grunert, K. G., & Kristensen, D. B. (2010). Social discourses of healthy eating. A market segmentation approach. *Appetite*, 55(2), 288-297.
- Dunlap, R. E., Van Liere, K. D., Mertig, A. G., & Jones, R. E. (2000). New Trends in Measuring Environmental Attitudes: Measuring Endorsement of the New Ecological Paradigm: A Revised NEP Scale. *Journal of Social Issues*, 56(3), 425-442.
- EFSA. (2009). Review of labelling reference intake values - Scientific Opinion of the Panel on Dietetic Products, Nutrition and Allergies on a request from the Commission related to the review of labelling reference intake values for selected nutritional elements. *EFSA Journal*, 7(5), 1-14.
- Europa-Kommissionen. (2012). Økologisk landbrug - Mærkning. Hentet fra: [http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/logo\\_da](http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/logo_da) 23.04.2012
- Fairtrade. (2012). Fairtrade beskytter både miljø og klima. Hentet fra: <http://fairtrade-maerket.dk/bag-om-maerket/maerket-der-gor-en-forskel/miljo-og-klima/> 23.04.2012
- Food Safety Authority of Ireland. (2003). Consumer attitudes to food safety in Ireland. In Dublin: Food Safety Authority of Ireland.
- Fødevarerministeriet. (2005). Bekendtgørelse om mærkning m.v. af fødevarer - BEK nr 1308 af 14/12/2005. Fødevarerministeriet.
- Fødevarestyrelsen. (2011). Fakta om holdbarhedsmærkning, ommærkning og oparbejdning. Hentet fra: [http://www.foedevarestyrelsen.dk/Kontrol/Foedevarekontrollen/Fakta\\_om\\_ommaerkning/Sider/Fakta\\_om\\_ommaerkning.aspx](http://www.foedevarestyrelsen.dk/Kontrol/Foedevarekontrollen/Fakta_om_ommaerkning/Sider/Fakta_om_ommaerkning.aspx) 11/4.2012
- Grunert, K. G., Bolton, L. E., & Raats, M. M. (2011). Processing and Acting on Nutrition Labeling on Food: The State of Knowledge and New Directions for Transformative Consumer Research. In D. G. Mick, S. Pettigrew, C. Pechmann & J. L. Ozanne, *Transformative consumer research for personal and collective well-being*. New York: Routledge.
- Grunert, K. G., Fernández-Celemín, L., Wills, J. M., Storcksdieck genannt Bonsmann, S., & Nureeva, L. (2010). Use and understanding of nutrition information on food in six European countries. *Journal of public health*, 18(3), 261-277.
- Grunert, K. G., & Wills, J. M. (2007). A review of European research on consumer response to nutrition information on food labels. *Journal of public health*, 15(5), 385-399.
- Krystallis, A., de Barcellos, M. D., Kügler, J. O., Verbeke, W., & Grunert, K. G. (2009). Attitudes of European citizens towards pig production systems. *Livestock Science*, 126(1-3), 46-56.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2007). *Marketing Research - An Applied Approach*. Harlow: Prentice Hall/Financial Times.
- Svederberg, E., Asp, N.-G., Reuterswärd, A. L., & Svensson, L. (2002). Läser och förstår konsumenter texter och symbolmärkning om näring och hälsa på livsmedelförpackningar? In Lund: Pedagogiska institutionen Lunds universitet.

## **8. BILAG**

**BILAG 1: INTERVIEWPERSONER – DEMOGRAFISKE KARAKTERISTIKA**

**BILAG 2: PRODUKTBILLEDER – FISKEFARS OG CHOKOLADE**

**BILAG 3: CONJOINT-ANALYSE – ATTRIBUTTER OG NIVEAUER**

**BILAG 4: SPØRGESKEMA**

**BILAG 5: BESKRIVELSE AF DE ENKELTE MÆRKNINGSELEMENTER**

**BILAG 6: RESPONDENTER – DEMOGRAFISKE KARAKTERISTIKA**

**BILAG 7: SELVVURDERET FORSTÅELSE – FORDELING AF SVAR**

**BILAG 8: RESULTATER FRA CONJOINT-ANALYSEN**

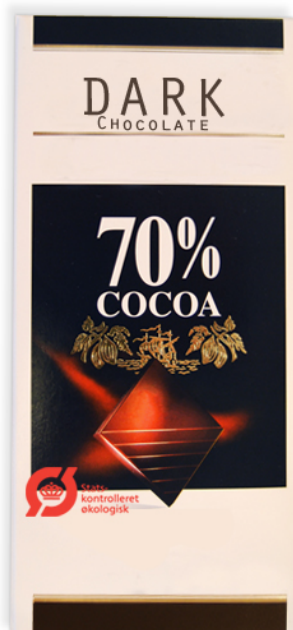


## BILAG 1: INTERVIEWPERSONER – DEMOGRAFISKE KARAKTERISTIKA

ID	KØN	ALDER	UDDANNELSE	BØRN	ALDER PÅ BØRN	BOPÆL	HUSSTANDSINDKOMST
1	M	54	10. klasse	Ja	26,23, 19	Sjørring	200-300.000
2	M	51	Kort	Ja	28,24	Hillerslev	500.000-
3	K	48	Mellemlang	Ja	10, 17, 23, 27	Hillerslev	300-400.000
4	K	63	Mellemlang	Nej	-	Thisted	200-300.000
5	K	33	Kort	Ja	12, 10, 6, 6, 4	Aalborg	400-500.000
6	K	82	Mellemlang	Nej	-	Thisted	200-300.000
7	K	57	Mellemlang	Ja	27, 23	Thisted	200-300.000
8	M	58	Faglært	Ja	26, 21	Thisted	300-400.000
9	M	28	Lang	Nej	-	Aarhus	100-200.000
10	K	25	Mellemlang	Nej	-	Aarhus	0-100.000

ID = identifikationsnummer, M = mand, K = kvinde

## BILAG 2: PRODUKTBILLEDER – FISKEFARS OG CHOKOLADE



### BILAG 3: CONJOINT-ANALYSE – ATTRIBUTTER OG NIVEAUER

CHOKOLADE		FISKEFARS	
ATTRIBUTTER (MÆRKNINGSELEMENTER)	NIVEAUER (TILSTEDEVÆRELSE)	ATTRIBUTTER (MÆRKNINGSELEMENTER)	NIVEAUER (TILSTEDEVÆRELSE)
Holdbarhed	"Mindst holdbar til"	Holdbarhed	"Mindst holdbar til"
	"Sidste anvendelsesdato"		"Sidste anvendelsesdato"
	Nej		Nej
Angivelse af oprindelse	Ja	Angivelse af oprindelse	Ja
	Nej		Nej
Ingrediensliste	Ja	Ingrediensliste	Ja
	Nej		Nej
Angivelse af tilsætningsstoffer	Ja	Angivelse af tilsætningsstoffer	Ja
	nej		nej
BOB-mærket	Ja	BOB-mærket	Ja
	Nej		Nej
Ø-mærket	Ja	Ø-mærket	Ja
	Nej		Nej
Fairtrade-mærket	Ja	MSC-mærket	Ja
	nej		Nej
GDA-mærkning	Ja	GDA-mærkning	Ja
	Nej		Nej
		Nøglehulsmærket	Ja
			Nej

## BILAG 4: SPØRGESKEMA

\* Den fulde conjoint-analysen indgår ikke i denne udgave af spørgeskemaet. Et enkelt billedeksempel er vist. Rækkefølgen på de tre dele af spørgeskemaet var altid 1) conjoint-analyse 2) forståelse og 3) holdninger. Indenfor de tre dele af spørgeskemaet var rækkefølgen på spørgsmålene dog randomiseret, ligesom de enkelte udsagn indenfor hvert spørgsmål var randomiseret. Dette var gjort for at udelukke en effekt af den rækkefølge spørgsmålene blev præsenteret i.

---

**Velkommen til denne undersøgelse om information på fødevarer, som gennemføres af Aarhus Universitet.**

Undersøgelsen har til formål at give indsigt i danske forbrugeres oplevelse af information på fødevareremballage, og vil blive brugt i forbindelse med revidering og udvikling af mærkningskravene for fødevarer i Danmark.

Undersøgelsen består af tre dele.

I den første del af spørgeskemaet bliver du bedt om at vurdere nogle billeder af et fødevarerprodukt. Derefter følger nogle spørgsmål om din forståelse af information på fødevarer.

Den sidste del af spørgeskemaet omhandler dine generelle holdninger til forskellige emner.

Som tak for din deltagelse vil du modtage 200 point, som kan bruges til køb af produkter i YouGov's Panelstore.

OBS! Når testen er i gang, må du ikke trykke på "tilbage-knappen" i din browser menu.

Vi glæder os til at høre din mening!

Med venlig hilsen  
Aarhus Universitet

---

### Demografisk

Hvad er dit køn?

- Kvinde  
 Mand

Hvad er din alder?

Lider du selv eller andre i din husstand af fødevarerallergi?

- Ja  
 Nej  
 Ved ikke

Hvor mange personer bor der samlet set i din husstand?

Med husstand mener vi det antal personer, der har folkeregisteradresse på den samme adresse som dig.

Hvor mange personer under 12 år bor der i din husstand?  
Med husstand mener vi det antal personer, der har folkeregisteradresse på den samme adresse som dig.

Hvad er din husstands årlige indkomst før skat?

Hvad er din højeste gennemførte uddannelse?

Hvad er din stilling?

Hvad er din højde i cm?

Hvor mange kilo vejer du?

## Introduktion til CJ

### DEL 1 - PRODUKTBILLEDER

Du vil i det følgende blive vist 20 billeder af et produkt, hvor mængden og typen af information på emballagen vil variere. Med information mener vi både tekst og symboler.

Vi er interesserede i at vide, hvor vigtig du oplever informationen på de enkelte billeder.

Der kan gå et øjeblik, før billederne kommer frem.



Hver portion af 25g indeholder

kcal	sukker	fedt	mættet fedt	salt
140	13,5g	11g	6g	0g
6%	15%	22%	30%	0%

af en voksens vejledende daglige indtag



<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Subjektiv forståelse af mærkningselementer - del 2**

I hvor høj grad mener du, at du forstår betydningen af følgende informationer på fødevarer?

	Forstår slet ikke	1	2	3	4	5	6	Forstår fuldt ud
Bedst før	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ingredienslisten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mindst holdbar til	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sidste anvendelsesdato	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hvor god er du til at se, om der er tilsætningsstoffer i en fødevarer?

	Meget dårlig	1	2	3	4	5	6	Meget god
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Mindst holdbar til

Hvad betyder "Mindst holdbar til"?



	Sandt	Falsk	Ved ikke
Fødevarer skal være anvendt senest denne dato.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kvaliteten af fødevarer er i orden til og med denne dato.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevarer kan spises efter den angivne dato, såfremt den lugter normalt og ser fin ud.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det betyder det samme som "Sidste anvendelsesdato".	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevarer kan efter overskridelse af datoen udgøre en sundhedsrisiko.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uanset om fødevarers emballage åbnes, kan fødevarer altid spises indtil denne dato.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Sidste anvendelsesdato

Hvad betyder "Sidste anvendelsesdato"?

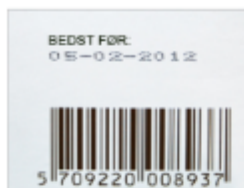


	Sandt	Falsk	Ved ikke
Fødevarer skal være anvendt senest denne dato.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kvaliteten af fødevarer er i orden til og med denne dato.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det betyder det samme som "Mindst holdbar til".	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevarer kan spises efter den angivne dato, såfremt den lugter normalt og ser fin ud.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevarer kan efter overskridelse af datoen udgøre en sundhedsrisiko.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uanset om fødevarers emballage åbnes, kan fødevarer altid spises indtil denne dato.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Bedst før



Hvad betyder "Bedst før"?



	Sandt	Falsk	Ved ikke
Fødevaren skal være anvendt senest denne dato.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kvaliteten af fødevaren er i orden til og med denne dato.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det betyder det samme som "Mindst holdbar til".	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren kan spises efter den angivne dato, såfremt den lugter normalt og ser fin ud.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren kan efter overskridelse af datoen udgøre en sundhedsrisiko.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uanset om fødevarens emballage åbnes, kan fødevaren altid spises indtil denne dato.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Ingrediensliste

Hvad viser en typisk ingrediensliste?

	Sandt	Falsk	Ved ikke
Fødevarens indhold angivet i en tilfældig rækkefølge.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevarens indhold i en rækkefølge efter vægt, hvor første ingrediens er den, der er mest af.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevarens indhold.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kun fødevarens indhold af allergene (allergifremkaldende) ingredienser.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kun fødevarens indhold af tilsætningsstoffer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det er frivilligt hvilke ingredienser, der angives i ingredienslisten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Tilsætningsstoffer

Hvordan kan du se om der er tilsætningsstoffer i en fødevarer?

	Sandt	Falsk	Ved ikke
Tilsætningsstoffer kan være angivet i ingredienslisten med deres navn f.eks. sorbinsyre.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilsætningsstoffer fremgår ikke nødvendigvis på fødevarer, da det ikke er et krav at oplyse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilsætningsstoffer er altid angivet med E-nummer i ingredienslisten, f.eks E-200.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilsætningsstoffer kan være angivet i ingredienslisten med deres E-nummer f.eks. E-200.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indeholder fødevarer tilsætningsstoffer, skal der på bagsiden stå: "Indeholder tilsætningsstoffer".



### Nøglehullet

Hvad betyder fødevaremærket nedenfor?

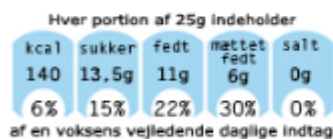


Fødevarer opfylder et eller flere krav om:

	Sandt	Falsk	Ved ikke
Maksimumgrænse for indhold af fedt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maksimumgrænse for indhold af sukker.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maksimumgrænse for indhold af salt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Økologisk produktion.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maksimumgrænse for indhold af mættet fedt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minimumgrænse for indhold af fiber og fuldkorn.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ingen tilsætningsstoffer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minimumgrænse for indholdet af vitaminer og mineraler.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### GDA

Hvad viser/betyder fødevaremærket nedenfor?



	Sandt	Falsk	Ved ikke
Mærket viser fødevarer næringsindhold i en portion.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mærket garanterer, at fødevarer har et lavt indhold af fedt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mærket garanterer, at fødevarer er sund.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mærket viser fødevarer næringsindhold i procent af det daglige anbefalede indtag for en voksen person.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mærket viser fødevarer næringsindhold pr. 100 g.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mærket garanterer, at fødevarer ikke indeholder tilsætningsstoffer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### BOB

Hvad betyder fødevaremærket nedenfor?



	Sandt	Falsk	Ved ikke
Kvaliteten af fødevaren er relateret til et bestemt geografisk område.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren er fremstillet af traditionelle råvarer efter traditionelle produktionsmetoder <u>eller</u> har en traditionel sammensætning.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren stammer fra og er enten fremstillet <u>eller</u> forarbejdet i et bestemt geografisk område.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren både stammer fra og er fremstillet <u>og</u> forarbejdet i et bestemt geografisk område.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren er økologisk produceret.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren er ikke fremstillet i et afgrænset geografisk område, men er traditionel <u>og</u> forskellig fra lignende fødevarer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Økologi

Hvad betyder fødevaremærket nedenfor?



	Sandt	Falsk	Ved ikke
Fødevaren er produceret helt uden pesticider.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren er produceret med øget fokus på dyrevelfærd.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren indeholder ikke tilsætningsstoffer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren er produceret med minimal brug af særligt tilladte pesticider.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren er af ekstra høj kvalitet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren er produceret i Danmark.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## MSC

Hvad betyder fødevaremærket nedenfor?



	Sandt	Falsk	Ved ikke
Fisken er af høj kvalitet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Fisken er fanget i et område med ingen eller meget lav forurening.
- Fødevarer tæller med i det anbefalede indtag af fisk.
- Der tages i forbindelse med fiskeriet hensyn til fiskebestanden.
- Der tages i forbindelse med fiskeriet hensyn til havets økosystemer.
- Fødevarer indeholder ingen tilsætningsstoffer.

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Fairtrade

Hvad betyder fødevareremærket nedenfor?



	Sandt	Falsk	Ved ikke
Bønder og arbejdere får en rimelig løn.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Overskuddet fra salget af fødevarer går til U-lande.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevarer er af høj kvalitet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bønder og arbejdere har rimelige arbejdsvilkår.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der tages hensyn til miljøet under produktionen af fødevarer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevarer er økologisk produceret.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## BGB

Hvad betyder fødevareremærket nedenfor?



	Sandt	Falsk	Ved ikke
Fødevarer er økologisk produceret.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevarer både stammer fra, er fremstillet <u>og</u> forarbejdet i et bestemt geografisk område.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevarer er fremstillet af traditionelle råvarer efter traditionelle produktionsmetoder <u>eller</u> har en traditionel sammensætning.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kvaliteten af fødevarer er relateret til et bestemt geografisk område.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevarer stammer fra og er enten fremstillet <u>eller</u> forarbejdet i et bestemt geografisk område.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevarer er ikke fremstillet i et afgrænset geografisk område, men er	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

traditionel og forskellig fra lignende fødevarer.

## GTS

Hvad betyder fødevaremærket nedenfor?



	Sandt	Falsk	Ved ikke
Fødevaren stammer fra og er enten fremstillet <u>eller</u> forarbejdet i et bestemt geografisk område.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren er fremstillet af traditionelle råvarer efter traditionelle produktionsmetoder <u>eller</u> har en traditionel sammensætning.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren både stammer fra og er fremstillet <u>og</u> forarbejdet i et bestemt geografisk område.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren er økologisk produceret.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kvaliteten af fødevaren er relateret til et geografisk afgrænset område.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren er ikke fremstillet i et afgrænset geografisk område, men er traditionel <u>og</u> forskellig fra lignende fødevarer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## eu logo

Hvad betyder fødevaremærket nedenfor?



	Sandt	Falsk	Ved ikke
Fødevaren er økologisk produceret.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren indeholder ikke tilsætningsstoffer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevarens kvalitet er relateret til et geografisk afgrænset område.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren har et lavt indhold af fedt, sukker og salt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fødevaren er produceret med øget fokus på dyrevelfærd.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der tages hensyn til miljøet under produktionen af fødevaren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Segmentering - intro

### DEL 3 - HOLDNINGER

De følgende spørgsmål handler om din holdning til forskellige emner. Du vil her blive bedt om at vurdere forskellige udsagn og tage stilling til, hvorvidt du er enig eller uenig.

### Segmentering - Sundhed

Hvor enig er du i udsagnene nedenfor?

Du kan svare med et tal fra 1 til 7, hvor 1 betyder "Jeg er helt uenig" og 7 betyder "Jeg er helt enig". Du kan nuancere dine svar med tallene imellem.

	Helt uenig	1	2	3	4	5	6	Helt enig
Jeg er villig til at bruge ekstra tid på mad i hverdagen for at få en større kulinarisk oplevelse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg får inspiration til min madlavning fra udenlandske køkkener (f.eks. det italienske køkken) og fra andre nye ideer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg spiser det, der er let tilgængeligt uden at tage hensyn til, om det er sundt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg er ikke villig til at bruge ekstra penge på at spise sundt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har opgivet at søge information om, hvad der er sundt at spise.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det interesserer mig ikke, hvad der er rigtigt og forkert i de forskellige sundhedsdebatter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hvor enig er du i udsagnene nedenfor?

Du kan svare med et tal fra 1 til 7, hvor 1 betyder "Jeg er helt uenig" og 7 betyder "Jeg er helt enig". Du kan nuancere dine svar med tallene imellem.

	Helt uenig	1	2	3	4	5	6	Helt enig
Jeg er villig til at bruge flere penge på mad i hverdagen for at få en større kulinarisk oplevelse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der er ikke ret megen information om sund kost, som man kan stole på.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der er for tiden så mange regler og retningslinjer for, hvad man bør spise, at det er umuligt at leve op til dem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg holder streng kontrol med, om det jeg spiser er sundt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg undersøger altid, om der er videnskabeligt belæg for at en fødevarer er sund.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der er alt for mange ekstreme holdninger om sund kost.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Overvejelser om sundhed har betydning for alt, hvad jeg spiser.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Segmentering - Socialt ansvar

Hvor enig er du i udsagnene nedenfor?

Du kan svare med et tal fra 1 til 7, hvor 1 betyder "Jeg er helt uenig" og 7 betyder "Jeg er helt enig". Du kan nuancere dine svar med tallene imellem.

**Det er vigtigt for mig at...**

	Helt uenig						Helt enig
	1	2	3	4	5	6	7
Arbejdere, der er involveret i produktion af produkter, har gode arbejdsvilkår.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der ikke anvendes børnearbejde i forbindelse med produktion af produkter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menneskerettighederne respekteres i forbindelse med produktion af produkter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Små producenter har en fair adgang til international handel.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Segmentering - dyrevelfærd**

Hvor enig er du i udsagnene nedenfor?

Du kan svare med et tal fra 1 til 7, hvor 1 betyder "Jeg er helt uenig" og 7 betyder "Jeg er helt enig".  
Du kan nuancere dine svar med tallene imellem.

	Helt uenig						Helt enig
	1	2	3	4	5	6	7
Det er nødvendigt at skærpe reglerne for behandlingen af dyr i landbruget.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Generelt set har mennesker for lidt respekt for dyrs livskvalitet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det er i orden at bruge dyr til at teste forbrugsvarer som f.eks. sæbe, kosmetik og rengøringsmidler.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det er vigtigt, at de fødevarer jeg normalt spiser, er blevet fremstillet på en sådan måde, at dyrenes rettigheder er blevet overholdt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det er vigtigt, at de fødevarer jeg normalt spiser, er blevet fremstillet på en sådan måde, at dyr ikke har været udsat for smerte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Så længe dyr ikke udsættes for smerte, bør mennesker være i stand til at bruge dem til hvilket som helst formål.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det er i orden at have sportsjagt af dyr som hobby.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Landbrug med dyrebesætninger rejser alvorlige etiske spørgsmål omkring behandlingen af dyr.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Segmentering - Miljø1**

Hvor enig er du i udsagnene nedenfor?

Du kan svare med et tal fra 1 til 7, hvor 1 betyder "Jeg er helt uenig" og 7 betyder "Jeg er helt enig".  
Du kan nuancere dine svar med tallene imellem.

	Helt uenig						Helt enig
	1	2	3	4	5	6	7
Naturens balance er stærk nok til at klare påvirkningerne fra moderne industrinationer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hvis tingene forsætter som nu, vil vi snart opleve en stor miljøkatastrofe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
At menneskeheden står overfor en såkaldt "miljøkrise" er stærkt overdrevet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jorden er som et rumfartøj med meget begrænset plads og begrænsede ressourcer.

Mennesker misbruger miljøet i stort omfang.



## Segmentering - Miljø2

Hvor enig er du i udsagnene nedenfor?

Du kan svare med et tal fra 1 til 7, hvor 1 betyder "Jeg er helt uenig" og 7 betyder "Jeg er helt enig". Du kan nuancere dine svar med tallene imellem.

### Det er vigtigt for mig at...

	Helt uenig							Helt enig
	1	2	3	4	5	6	7	
De fødevarer, jeg normalt spiser er blevet fremstillet på en sådan måde, at det ikke har forstyrret naturens balance.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De fødevarer, jeg normalt spiser er blevet pakket på en miljøvenlig måde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De fødevarer, jeg normalt spiser er blevet tilberedt på en miljøvenlig måde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Afslutning

Tak for din deltagelse i undersøgelsen. Det er en stor hjælp for vores videre arbejde.

Som tak for din hjælp får du 200 point indsat på din YouGov-konto. Pointene bliver indsat på din konto, når hele undersøgelsesforløbet er afsluttet. Det betyder, at du først kan se pointene på din konto på et tidspunkt inden for de næste to uger.





For at få dine point skal du her skrive den email-adresse, du er registreret med i YouGov panelet. Det var den email-adresse, vi viste dig på første side i undersøgelsen.

Min e-mailadresse i YouGov-panelet:



## BILAG 5: BESKRIVELSE AF DE ENKELTE MÆRKNINGSELEMENTER

MÆRKNINGS-ELEMENT	BESKRIVELSE	KILDE
"Mindst holdbar til"	<p>Datoen for varens holdbarhed skal næsten altid fremgå af færdigpakkede fødevarer - undtagelser er fødevarer som frisk frugt og grønt, vin, salt, sukker mv.</p> <p>"Mindst holdbar til", er den dato, hvortil producenten indestår for, at fødevaren har den rette kvalitet.</p> <p>Mærkning af en fødevarer med "Mindst holdbar til" betyder <i>ikke</i>, at fødevaren forventes at blive sundhedsskadelig efter denne dato. Denne holdbarhedsmærkning er udtryk for, hvor længe fødevareren har den rette kvalitet. En fødevarer mærket med en "Mindst holdbar til"-dato må derfor ikke gå hen og blive sundhedsskadelig ved udløb af denne dato. Som det ligger i udtrykket, er det den dato, som fødevareren som <u>minimum</u> kan holde sig til – altså hvor fødevareren som minimum stadig har den rette kvalitet.</p> <p>Er datoen for "Mindst holdbar til" overskredet, må varen ikke sælges. Danmark er det eneste land i EU, hvor man har et forbud mod at sælge fødevarer, hvis "Mindst holdbar til"-dato er overskredet. I andre EU-lande er det muligt for butikkerne at sælge en fødevarer, hvis "Mindst holdbar til"-dato er overskredet.</p>	<p>Fødevarerstyrelsen (2012).  <a href="http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Maerkning/Faerdigpakkede_foedevarer/Sider/for_side.aspx">http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Maerkning/Faerdigpakkede_foedevarer/Sider/for_side.aspx</a></p>
"Sidste anvendelsesdato"	<p>Datoen for varens holdbarhed skal næsten altid fremgå af færdigpakkede fødevarer - undtagelser er fødevarer som frisk frugt og grønt, vin, salt, sukker mv.</p> <p>"Sidste anvendelsesdato" anvendes på fødevarer, som er meget let fordærvelige, og som derfor efter en kort periode kan udgøre en umiddelbar risiko for menneskers sundhed.</p> <p>En fødevarer, som mærkes med "Sidste anvendelsesdato", forventes som udgangspunkt at blive sundhedsskadelig efter denne dato. Fødevarerstyrelsen anbefaler derfor, at man ikke indtager fødevarer, som har overskredet denne datomærkning.</p>	<p>Fødevarerstyrelsen (2012).  <a href="http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Maerkning/Faerdigpakkede_foedevarer/Sider/for_side.aspx">http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Maerkning/Faerdigpakkede_foedevarer/Sider/for_side.aspx</a></p>
"Bedst før"	<p>"Bedst før" betyder det samme som "Mindst holdbar til".</p> <p>Holdbarhedsangivelsen "Mindst holdbar til" stammer fra EU-lovgivningen og er den danske oversættelse af direktiv-teksten og svarer således til "best before", "best før" osv. "Mindst holdbar til" betyder altså det samme som "best before". Man må i dansk holdbarhedsmærkning ikke anvende udtryk som "Bedst før".</p>	<p>Fødevarerstyrelsen (2012).  <a href="http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Maerkning/Faerdigpakkede_foedevarer/Sider/for_side.aspx">http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Maerkning/Faerdigpakkede_foedevarer/Sider/for_side.aspx</a></p>
Ingrediensliste	<p>Mad, der er lavet af flere forskellige råvarer (ingredienser), skal mærkes med en såkaldt ingrediensliste. I ingredienslisten skal råvarerne stå i rækkefølge efter faldende vægt dvs. det der er mest af i varen skal stå øverst på listen.</p>	<p>Fødevarerstyrelsen (2012).  <a href="http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Maerkning/Faerdigpakkede_foedevarer/Sider/for_side.aspx">http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Maerkning/Faerdigpakkede_foedevarer/Sider/for_side.aspx</a></p>

<p>Tilsætningsstoffer</p>	<p>Med enkelte undtagelser skal der altid oplyses om tilsætningsstoffer. Indholdet af tilsætningsstoffer skal fremgå af ingredienslisten, og der skal både stå, hvilken kategori af tilsætningsstoffer, der er brugt, f.eks. 'konserveringsstoffer', og tilsætningsstoffets betegnelse. Som betegnelse kan enten bruges et navn ('sorbinsyre') eller et nummer ('E 200').</p>	<p>Fødevarestyrelsen (2012).  <a href="http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Maerkning/Faerdigpakkede_foedevarer/Sider/forside.aspx">http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Maerkning/Faerdigpakkede_foedevarer/Sider/forside.aspx</a></p>
<p>Nøglehulsmærket</p> 	<p>Nøglehullet er Fødevareministeriets officielle ernæringsmærke. Kun fødevarer, der bidrager til en sund og varieret kost, kan blive Nøglehulsmærket. Slik, is, sodavand og lignende varer kan ikke blive mærket.</p> <p>Afhængig af fødevarekategori lever nøglehulsmærkede fødevarer op til et eller flere krav for indholdet af:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fedt</li> <li>- Mættet fedt</li> <li>- Sukker</li> <li>- Salt</li> <li>- Kostfibre og fuldkorn</li> </ul>	<p>Fødevarestyrelsen (2012).  <a href="http://www.altomkost.dk/Services/Nyhedsrum/Nyheder/2009/kig_efter_noeglehulsmærket.htm">http://www.altomkost.dk/Services/Nyhedsrum/Nyheder/2009/kig_efter_noeglehulsmærket.htm</a></p> <p>Nøglehulsbekendtgørelsen (2012).  <a href="http://www.noeglehullet.dk/NR/rdonlyres/4F445AB0-0021-41A5-BE95-11682ED52411/0/Noeglehulsbekendgoerelsen_februar_2012.pdf">http://www.noeglehullet.dk/NR/rdonlyres/4F445AB0-0021-41A5-BE95-11682ED52411/0/Noeglehulsbekendgoerelsen_februar_2012.pdf</a></p>
<p>GDA-mærkning</p> 	<p>GDA står for Guideline Daily Amount - eller på dansk "vejledende dagligt indtag".</p> <p>GDA er en mærkning, der viser indhold af energi, sukker, fedt, mættet fedt og salt i en portion mad eller drikke. Samtidig vises indholdet i forhold til en mængde, der er passende at spise på en dag.</p> <p>GDA er fødevareindustriens egen mærkning af fødevarer og er et supplement til næringsdeklarationen per 100 g/ml. Mærkningen er blevet til som et frivilligt initiativ på europæisk plan.</p>	<p>DI Fødevarer (2012).  <a href="http://www.gdainfo.dk/home/forbruger/hvad-er-gda/hvad-er-gda.aspx">http://www.gdainfo.dk/home/forbruger/hvad-er-gda/hvad-er-gda.aspx</a></p>
<p>BOB-mærket</p> 	<p>Beskyttede oprindelsesbetegnelser forkortes BOB. Betegnelsen angiver, at en fødevare eller et landbrugsprodukt både stammer fra og er fremstillet, forarbejdet og tilvirket i det pågældende område. Eksempler herpå er Camembert de Normandie og Parmaskinke.</p> <p>Hvis en betegnelse er beskyttet, må den kun bruges på fødevarer eller landbrugsprodukter, der stammer fra OG er produceret i et nærmere defineret område.</p>	<p>Fødevarestyrelsen (2011).  <a href="http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Foedevarekvalitet/Beskyttede%20bet.%20og%20traditionelle%20specialiteter/Sider/forside.aspx">http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Foedevarekvalitet/Beskyttede%20bet.%20og%20traditionelle%20specialiteter/Sider/forside.aspx</a></p>
<p>BGB-mærket</p> 	<p>Beskyttede geografiske betegnelser forkortes BGB. Betegnelsen angiver, at en fødevare eller et landbrugsprodukt stammer fra og enten er fremstillet, forarbejdet eller tilvirket i et afgrænset geografisk område. Eksempler herpå er Esrom, Danablu, Lammefjordsgulerod og Bayonneskinke.</p> <p>Hvis en betegnelse er beskyttet, må den kun bruges på fødevarer eller landbrugsprodukter, der stammer fra, ELLER er produceret i et nærmere defineret område.</p>	<p>Fødevarestyrelsen (2011).  <a href="http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Foedevarekvalitet/Beskyttede%20bet.%20og%20traditionelle%20specialiteter/Sider/forside.aspx">http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Foedevarekvalitet/Beskyttede%20bet.%20og%20traditionelle%20specialiteter/Sider/forside.aspx</a></p>

<p>GTS-mærket</p> 	<p>Garanterede traditionelle specialiteter forkortes GTS. Betegnelsen angiver, at en fødevarer eller et landbrugsprodukt er produceret ved hjælp af traditionelle råvarer efter traditionelle produktionsmetoder eller har en traditionel sammensætning.</p> <p>Hvis en betegnelse er beskyttet, må den kun bruges på fødevarer eller landbrugsprodukter, der er fremstillet ved hjælp af traditionelle råvarer og/eller forarbejdningsmetoder.</p>	<p>Fødevarestyrelsen (2011).  <a href="http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Foedevarekvalitet/Beskyttede%20bet.%20og%20traditionelle%20specialiteter/Sider/forside.aspx">http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Foedevarekvalitet/Beskyttede%20bet.%20og%20traditionelle%20specialiteter/Sider/forside.aspx</a></p>
<p>Ø-mærket</p> 	<p>Ø-mærket med teksten 'Statskontrolleret økologisk' viser at en fødevarer er økologisk produceret og kontrolleret af danske myndigheder, men ikke nødvendigvis produceret i Danmark.</p> <p>Økologiske fødevarer er fremstillet efter principper, der tager hensyn til miljø og dyrevelfærd. Der må således kun anvendes særligt tilladte pesticider – og kun i særlige situationer - og en række detaljerede regler sikrer, at dyr har mulighed for naturlig adfærd – herunder frisk luft og daglig motion.</p>	<p>Fødevarestyrelsen (2011).  <a href="http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Oekologi/O_maerket/Sider/forside.aspx">http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Oekologi/O_maerket/Sider/forside.aspx</a></p> <p>Fødevarestyrelsen (2011).  <a href="http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Oekologi/Okologiske_foedevarer/Sider/forside.aspx">http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Oekologi/Okologiske_foedevarer/Sider/forside.aspx</a></p>
<p>EU's økologimærke</p> 	<p>Når en fødevarer er mærket med EU's økologimærke, viser det, at varen er økologisk og er produceret samt kontrolleret efter retningslinjerne i EU's økologiforordning. Reglerne for økologisk produktion er beskrevet under beskrivelsen af Ø-mærket.</p> <p>Fra 1. juli 2010 er det obligatorisk at anvende EU's nye økologimærke på mærkningen af økologiske fødevarer, der pakkes eller mærkes inden for EU</p>	<p>Fødevarestyrelsen (2012).  <a href="http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Oekologi/eus_oko_logo/Sider/forside.aspx">http://www.foedevarestyrelsen.dk/Foedevarer/Oekologi/eus_oko_logo/Sider/forside.aspx</a></p>
<p>MSC-mærket</p> 	<p>MSC-mærket (Marine Stewardship Council) er en uafhængig international mærkningsordning for miljøvenligt og bæredygtigt fiskeri.</p> <p>Produkter med MSC-mærke er fremstillet af ikke-udrydningstruede fisk og under hensyn til, at havets biodiversitet bevares. Fiskeriaktiviteten skal således ligge på et niveau, som er bæredygtigt for fiskebestanden, og fiskeriet skal drives på en sådan måde, at det økosystem, som fiskeriet er afhængigt af, bevarer sin struktur, produktivitet, funktion og mangfoldighed.</p>	<p>Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2011).  <a href="http://www.forbrug.dk/Maerkning/guide/msc">http://www.forbrug.dk/Maerkning/guide/msc</a></p> <p>Marine Stewardship Council (2012).  <a href="http://www.msc.org/om-os/standarder/msc-miljostandard">http://www.msc.org/om-os/standarder/msc-miljostandard</a></p>
<p>Fairtrade-mærket</p> 	<p>Fairtrade-mærket er en international mærkningsordning for Fairtrade. Mærket betyder, at bønder får en fair betaling for deres råvarer, og at arbejds- og levevilkårene for nogle af verdens fattigste bønder og arbejdere skridt for skridt forbedres.</p> <p>Miljøet skånes desuden i produktionen. Der arbejdes på at forhindre, at produktionen ødelægger naturen i området, og der arbejdes med at beskytte jorden og vandløbene. Fairtrade understøtter desuden bønderne i gradvist at omlægge deres produktion til økologi - blandt andet gennem et særligt tillæg for økologiske råvarer.</p>	<p>Fairtrade Mærket (2012).  <a href="http://fairtrade-maerket.dk/bag-om-maerket/maerket-der-gor-en-forskel/">http://fairtrade-maerket.dk/bag-om-maerket/maerket-der-gor-en-forskel/</a></p>

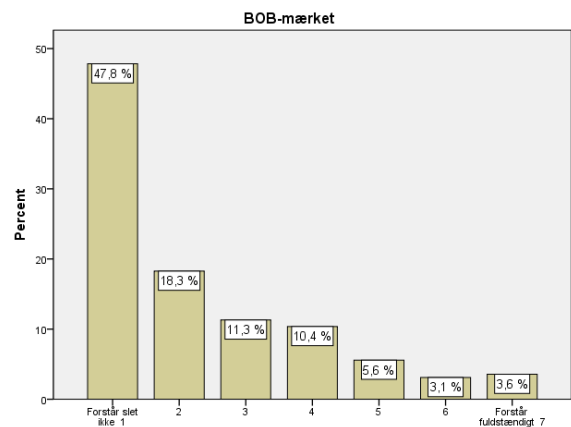
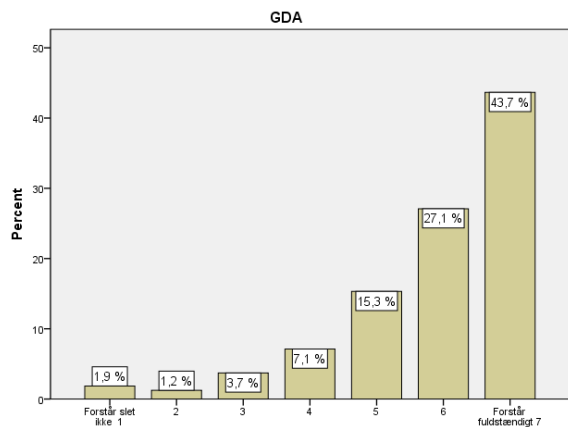
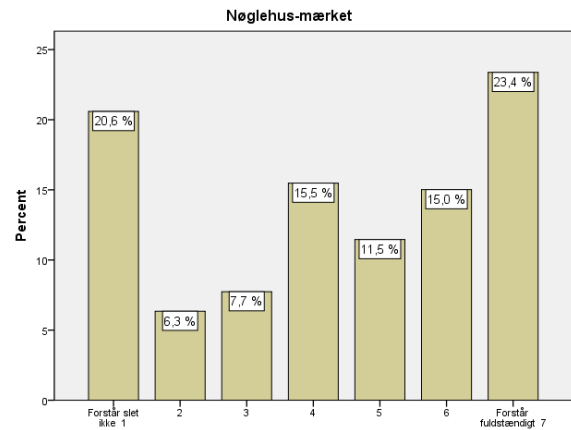
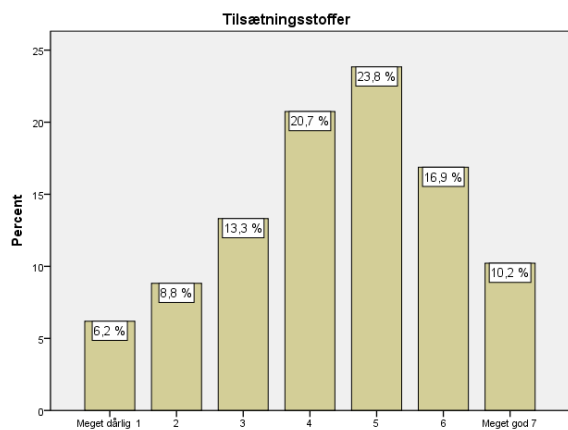
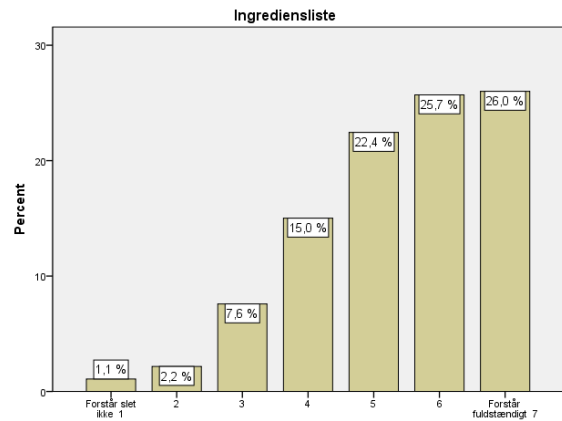
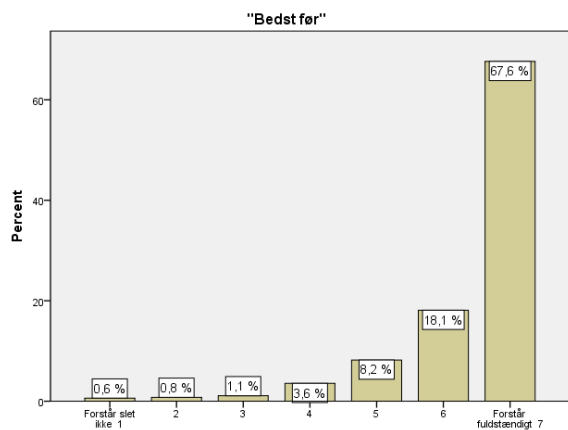
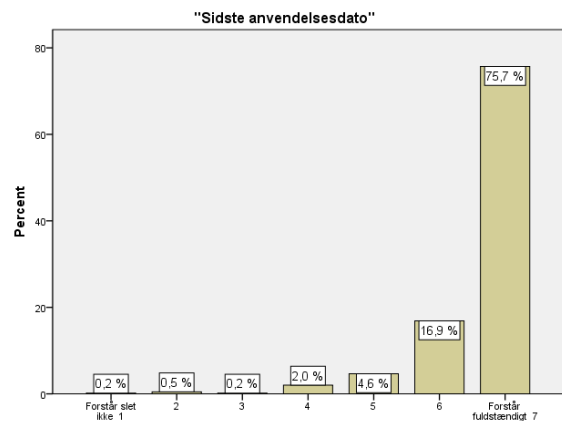
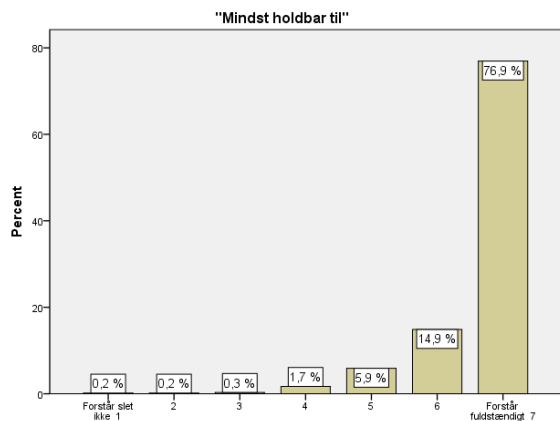
## BILAG 6: RESPONDENTER – DEMOGRAFISKE KARAKTERISTIKA

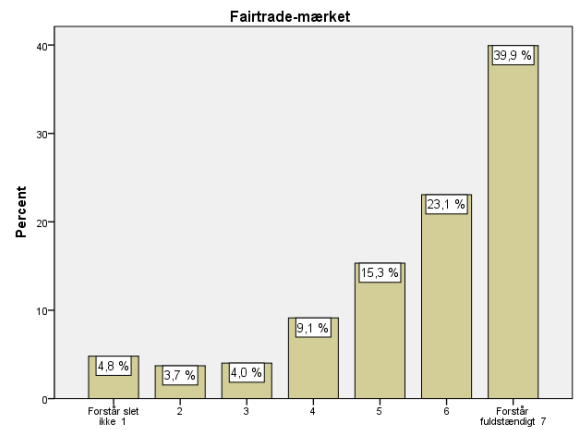
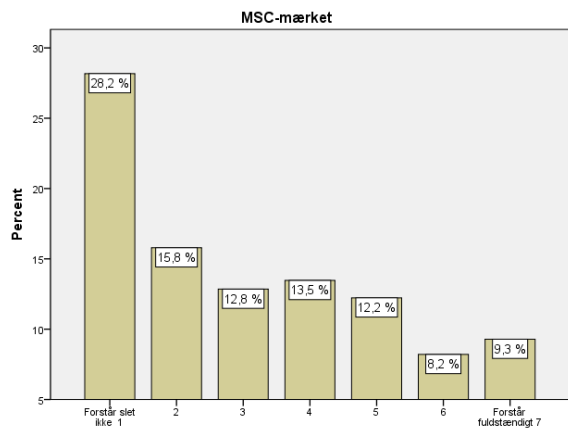
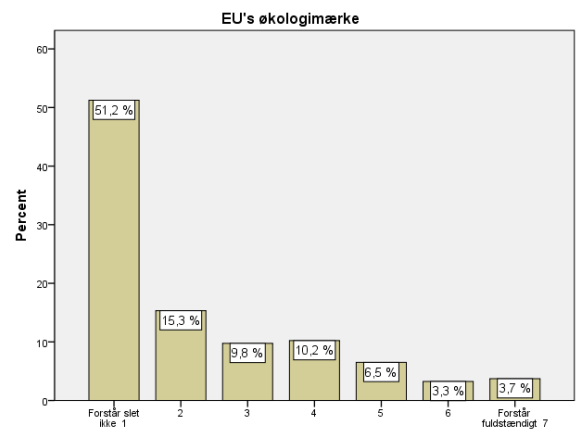
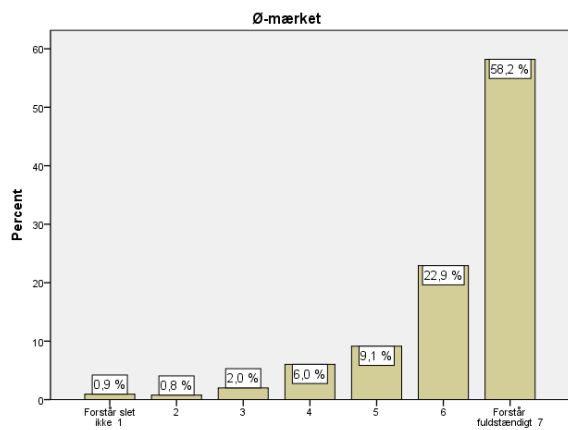
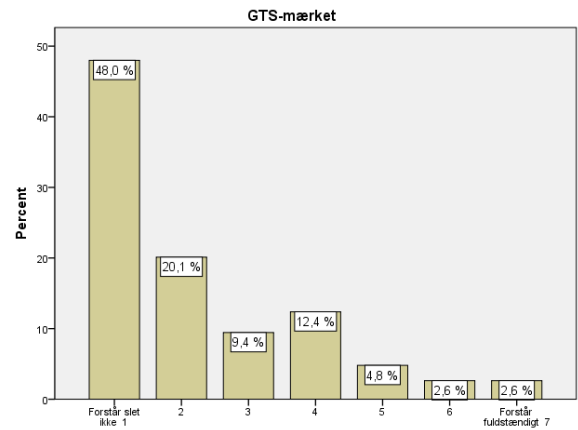
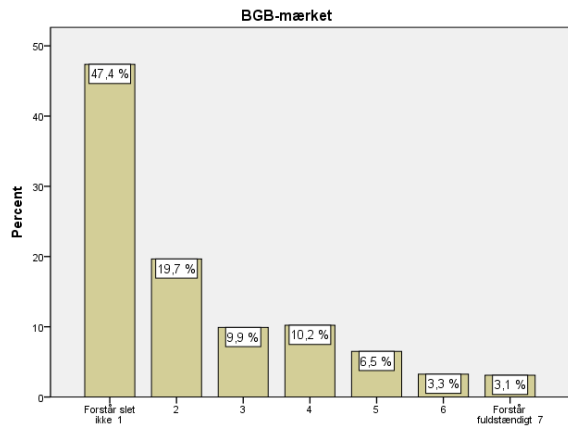
DEMOGRAFISKE KARAKTERISTIKA	N	%
Antal	646	
Køn		
Mænd	294	45,5
Kvinder	352	54,5
Alder		
18-35	205	31,7
36-50	223	34,5
51-65	218	33,7
Uddannelse**		
Folkeskole	50	7,7
Ungdomsuddannelse	99	15,3
Teknisk og kort videregående uddannelse	206	31,9
Mellemlang og lang videregående uddannelse	287	44,4
Beskæftigelse		
Arbejder, faglært	63	9,8
Arbejder, ufaglært	32	5,0
Funktionær/tjenestemand	91	14,1
Højere funktionær/tjenestemand	202	31,3
Selvstændig	25	3,9
Studerende	91	14,1
Pensionist/efterløn	70	10,8
Andet	29	4,5
Arbejdsløs	43	6,7
BMI*		
Undervægtige: BMI < 18,5 kg/m <sup>2</sup>	10	1,5
Normalvægtige: BMI: 18,5 - 24,9 kg/m <sup>2</sup>	297	46,0
Overvægtige: BMI: 25 - 29,9 kg/m <sup>2</sup>	199	31,6
Svært overvægtige: BMI > 30 kg/m <sup>2</sup>	123	19,6
Fødevareallergi		
Ja	68	10,5
Nej	563	87,2
Ved ikke	15	2,3
Husstandsindkomst før skat**		
0-399.999	218	33,7
400.000-799.999	243	37,6
800.000+	104	16,1
Børn under 12 år		
0	510	78,9
1	74	11,5
2+	62	9,6

\* BMI kunne ikke beregnes for alle, da det ikke var alle respondenter der oplyste højde og vægt.

\*\* Respondenter der svare ved *ikke* ønsker ikke at oplyse fremgår ikke.

## BILAG 7: SELVVURDERET FORSTÅELSE – FORDELING AF SVAR





## BILAG 8: RESULTATER FRA CONJOINT-ANALYSEN

		NYTTEVÆRDIER		RELATIV VIGTIGHED	
ATTRIBUTTER (MÆRKNINGSELEMENTER)	NIVEAUER (TILSTEDEVÆRELSE)	FISKEFARS	CHOKOLADE	FISKEFARS	CHOKOLADE
Holdbarhedsangivelse	Nej	- 0,436	- 0,256	17,1 %	19,0 %
	MHT	0,196	0,093		
	SA	0,239	0,163		
Angivelse af oprindelse	Nej	- 0,143	- 0,040	7,3 %	3,6 %
	Ja	0,143	0,040		
Ingrediensliste	NEJ	- 0,523	- 0,234	26,6 %	21,2 %
	Ja	0,523	0,234		
Angivelse af tilsætningsstoffer	Nej	- 0,103	- 0,049	5,2 %	4,4 %
	Ja	0,103	0,049		
nøglehulsmærket	Nej	- 0,120		6,1 %	
	Ja	0,120			
GDA-mærkning	Nej	- 0,338	- 0,262	17,1 %	23,8 %
	Ja	0,338	0,262		
BOB-mærket	Nej	- 0,115	- 0,058	5,8 %	5,3 %
	Ja	0,115	0,058		
Ø-mærket	Nej	- 0,178	- 0,134	9,0 %	12,1 %
	Ja	0,178	0,134		
MSC-mærket	Nej	- 0,112		5,7 %	
	Ja	0,112			
Fairtrade-mærket	Nej		- 0,117		10,6 %
	Ja		0,117		

MHT: Mindst holdbar til, SA: Sidste anvendelsesdato.

DCA - Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug er den faglige indgang til jordbrugs- og fødevareforskningen ved Aarhus Universitet (AU). Centrets hovedopgaver er videnudveksling, rådgivning og interaktion med myndigheder, organisationer og erhvervsvirksomheder.

Centret koordinerer videnudveksling og rådgivning ved de institutter, som har fødevarer og jordbrug, som hovedområde eller et meget betydende delområde:

Institut for Husdyrvidenskab  
Institut for Fødevarer  
Institut for Agroøkologi  
Institut for Ingeniørvidenskab  
Institut for Molekylærbiologi og Genetik

Herudover har DCA mulighed for at inddrage andre enheder ved AU, som har forskning af relevans for fagområdet.



## RESUME

Denne rapport om forbrugernes forståelse og oplevede relevans af mærkningselementer på fødevarer er et led i "Aftale mellem Aarhus Universitet og Fødevareministeriet om udførelse af forskningsbaseret myndighedsbetjening m.v. ved Aarhus Universitet". Rapporten er baseret på en spørgeskemaundersøgelse blandt danske forbrugere og afdækker forbrugernes forståelse af udvalgte obligatoriske og frivillige mærkningselementer på fødevarer. Endvidere belyses det hvilke af disse mærkningselementer, forbrugerne tillægger størst betydning i vurderingen af fødevarer.