

ØKOLOGI I OFFENTLIGE KØKKENER

TRINE MØRK, GEORGE TSALIS OG KLAUS G. GRUNERT

DCA RAPPORT NR. 039 · MARTS 2014



AARHUS
UNIVERSITET

DCA - NATIONALT CENTER FOR FØDEVARER OG JORDBRUG



ØKOLOGI I OFFENTLIGE KØKKENER

DCA RAPPORT NR. 039 · MARTS 2014



Trine Mørk, George Tsalis og Klaus G. Grunert

Aarhus Universitet
Business and Social Sciences
MAPP - Centre for Research and Customer Relations
in the Food Sector
Department of Business Administration
Bartholins Allé 10
Bygning 1323-321
DK-8000 Aarhus C

ØKOLOGI I OFFENTLIGE KØKKENER

Serietitel DCA rapport
Nr.: 039
Forfattere: Trine Mørk, George Tsalis og Klaus G. Grunert
Udgiver: DCA - Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug, Blichers Allé
20, postboks 50, 8830 Tjele. Tlf. 8715 1248, e-mail: dca@au.dk,
hjemmeside: www.dca.au.dk
Rekvirent: Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri
Fotograf: Forsidefoto: Colourbox.
Tryk: www.digisource.dk
Udgivelsesår: 2014
Gengivelse er tilladt med kildeangivelse
ISBN: 978-87-92869-99-9
ISSN: 2245-1684

Rapporterne kan hentes gratis på www.dca.au.dk

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 danskernes holdning til økologi i offentlige køkkener og kendskab til det økologiske spisemærke, er lavet på baggrund af en anmodning fra Fødevarestyrelsen om en undersøgelse af området. Undersøgelsen er en del af "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".

Mere økologi i de offentlige køkkener har til hensigt at imødekomme danskernes interesse for økologi samtidig med, at omlægningen skaber øget efterspørgsel efter økologiske fødevarer. Det er planen, at det økologiske jordbrugsareal skal være fordoblet i 2020. Der er imidlertid usikkerhed om, hvorvidt forbrugerens tilslutning til offentlig økologi er kontekst- og tilknytningsbestemt, og om forbrugeren kender til de økologiske spisemærker i guld, sølv og bronze, og ved hvad de står for. Viden om forbrugerens kendskab, holdning og brug af disse spisemærker og deres indstilling til omlægningen til økologi, er imidlertid central i forhold til videreudvikling af kampagner og Fødevarestyrelsens formidling af omlægningen. Denne rapport har til formål at belyse dette.

Rapporten er baseret på resultaterne fra en spørgeskemaundersøgelse blandt danske forbrugere, hvor både forbrugernes selvvaluerede forståelse og reelle forståelse af forskellige mærkningselementer blev målt. Herudover indgik i undersøgelsen en belysning af betalingsvillighed i forhold til mere økologi i de offentlige køkkener, og om villigheden og tilslutningen afhænger af tilknytning til den enkelte institution.

De mærkningselementer, der indgik i undersøgelsen, var: spisemærkerne (guld, sølv og bronze), EU-mærket og Ø-mærket.

Der rettes en tak til Professor John Thøgersen og Professor Tino Bech-Larsen, der har bidraget til udarbejdelse af spørgeskemaet.

Resumé

Baggrund og formål: Det er regeringens målsætning, at 60 % af et offentligt måltid skal være økologisk i 2020. Der serveres i dag ca. en halv million måltider hver dag i offentligt regi, og da den danske forbrugers interesse for økologi og bæredygtighed er stigende, er det naturligt at forsøge at bringe andelen af økologiske ingredienser i det offentlige måltid op. Den offentlige bespisning spænder bredt, og for at afdække befolkningens opbakning til regeringens økologiske handlingsplan 2020, er det denne rapport's formål at undersøge den danske forbrugers holdning til øget brug af økologiske fødevarer i de forskellige offentlige køkkener. Desuden ønskes det at klarlægge diversiteten i befolkningens holdninger, med en skelen til forbrugerens private forbrug af økologiske varer, således, at holdningerne kan blive taget i betragtning i omlægningen af det offentlige køkken.

Metode: Rapporten er baseret på et web-baseret spørgeskema, hvor forbrugerne bliver spurgt til deres holdning til økologisk bespisning i de offentlige køkkener samt en række variabler, der kan have indvirkning på denne holdning – værdier, normer, miljøbevidsthed, eget forbrug af økologi og demografiske karakteristika. Desuden var formålet at afdække forbrugerens kendskab til de økologiske spisemærker.

Resultater: I alt gennemførte 1005 respondenter spørgeskemaet. Undersøgelsens hovedresultat viser, at den danske befolkning i overvejende grad har en positiv indstilling til at fremme økologi i de offentlige køkkener. Undersøgelsen viser også, at der er ringe kendskab til de økologiske spisemærker, at ens sociale og personlige normer hænger sammen med holdningen til økologi i det offentlige, og at tilslutningen til øget økologi er størst blandt kvinder, byboere, unge og folk med højere indkomster og længere uddannelser.

Abstract

Background and objective: It is the government's goal that 60% of all public meals should be organic by 2020. Today around half a million meals are served every day in the public register. Since the Danish consumer interest in ecology and sustainability is increasing it is natural to try to bring the percentage of organic ingredients in public meals up. The public meals range widely, and to identify public support for the Government's Organic Action Plan 2020, it is the aim of this report to examine the Danish consumers' attitude to increased use of ecology in the various public kitchens. It is also the aim to clarify the diversity of public attitudes, while taking consumer's personal consumption of organic products into consideration in order to take this into account in the transformation of the public kitchen.

Method: The report is based on a web-based questionnaire, where the consumer is asked to give their views on organic meals in public kitchens and a number of variables that may affect this position - values, norms, environmental awareness, consumption of ecology and demographic characteristics. The questionnaire was also designed to uncover consumer awareness of organic eating brands.

Results: A total of 1,005 respondents completed the questionnaire. Overall the study's main conclusion is that the Danish population predominantly has a positive attitude towards promoting organic food in public kitchens. The study also shows that there is little knowledge of the organic eating brands, that one's social and personal norms is related to attitudes towards ecology in the public kitchens and the support for increased ecology is greatest among, women, city dwellers, young people and people with higher incomes and longer education.

Indholdsfortegnelse

Forord.....	3
Resumé.....	4
Abstract	5
1. Baggrund.....	6
2. Teoriramme	8
3. Metode	9
3.1 Kvantitativt web-baseret spørgeskema.....	9
3.2 Økologisk forbrug	9
3.3 Kendskab til de økologiske spsemærker	9
3.4 Holdninger til økologisk omlægning.....	10
3.5 Værdier	10
3.6 Normer	10
3.7 Socioøkonomiske og demografiske data	10
3.8 Respondenter	11
4. Resultater	13
4.1 Holdningen overordnet	13
4.2 Holdninger til økologisk mad i offentlige institutioner afhængig af institutionstype.....	14
4.3 Respondenternes argumenter for og imod økologi i offentlige køkkener	17
4.4 Respondenternes holdning til økologisk mad i offentlige institutioner hvis omkostningerne holdes udgiftsneutrale og hvis det bliver 5 % dyrere.....	18
4.5 Respondenternes holdning til/opfattelse af Fødevarestyrelsens budskaber om økologi	19
4.6 Om det private forbrug af økologiske fødevarer spiller ind på holdningen til økologisk mad i offentlige institutioner.....	21
4.7 Effekt af normer og miljøbevidsthed på holdningen	23
4.8 Hvilke værdier ligger bag befolkningens ønske om økologi	24
4.9 Hvordan demografi spiller ind på holdningen	27
4.10 Kendskab	33
4.11 Betydning	34
4.12 Hvem står bag de økologiske mærker	36
4.13 Tillid til de økologiske mærker	36
4.14 Hvor kan de økologiske spsemærker ses.....	38
5. Konklusion.....	40
Reference List	41
Bilag 1	42

1. Baggrund

Siden de tidlige 1990'ere er der i stadig højere grad brugt økologiske varer i de offentlige køkkener. Der findes nogen viden i forhold til udbytte og implementering/omlægning (Elle Jensen, 2006), men den almindelige danskers holdning til øget vægt på økologi i offentlige køkkener er hidtil ikke beskrevet. Sammenhængen mellem værdier og viljen til at handle bæredygtigt er forsøgt beskrevet i blandt andet en artikel af Thøgersen & Ölander, 2002. Her tyder forskningen på, at der er en sammenhæng mellem adfærd og værdier. Når det bæredygtige valg er det oplagte og nemme valg, så sker adfældsændringen hen af vejen (Thøgersen & Ölander, 2002). Det bæredygtige forbrug blandt danskerne har slået dybe rødder. Normalt ville man se en tilbagegang af det generelle forbrug under en økonomisk krise, men under den økonomiske krise, der startede i 2008 og stadig pågår, har økologien formået at holde sin markedsandel (Thøgersen, 2011). Denne tendens tyder på, at danskerne tager økologien alvorligt og ønsker at prioritere den, også selvom økonomien er presset (FDB, 2009; Thøgersen, 2011).

Selvom det går godt for økologien i Danmark, er der store geografiske forskelle på forbruget. I Region Syddanmark var forbruget af økologiske varer på 4,5 %, mens det i København er på 15,2 % (FDB, 2009). Det er regeringens målsætning, at 60 % af et offentligt måltid skal være økologisk i 2020 (Fødevareministeriet, 2012). Der serveres i dag omkring en halv million måltider hver dag i offentlig regi, og da den danske forbrugers interesse for økologi og bæredygtighed er stigende, er det naturligt at forsøge at bringe andelen af økologiske ingredienser i det offentlige måltid op (Fødevareministeriet, 2012).

Det økologiske spisemærke har siden 2009 været et statskontrolleret bevis på, at spisestedet satser på økologi. Mærket viser andelen af indkøbte økologiske føde- og drikkevarer på spisestedet. Meningen med dette spisemærke har været at give køkkenet mulighed for at kommunikere satsningen på økologi til forbrugeren (Det Økologiske Spisemærke, 2013).

Denne rapport har til formål at undersøge den danske forbrugers holdning til øget brug af økologi i de forskellige offentlige køkkener med en skelen til forbrugers private forbrug af økologiske varer.

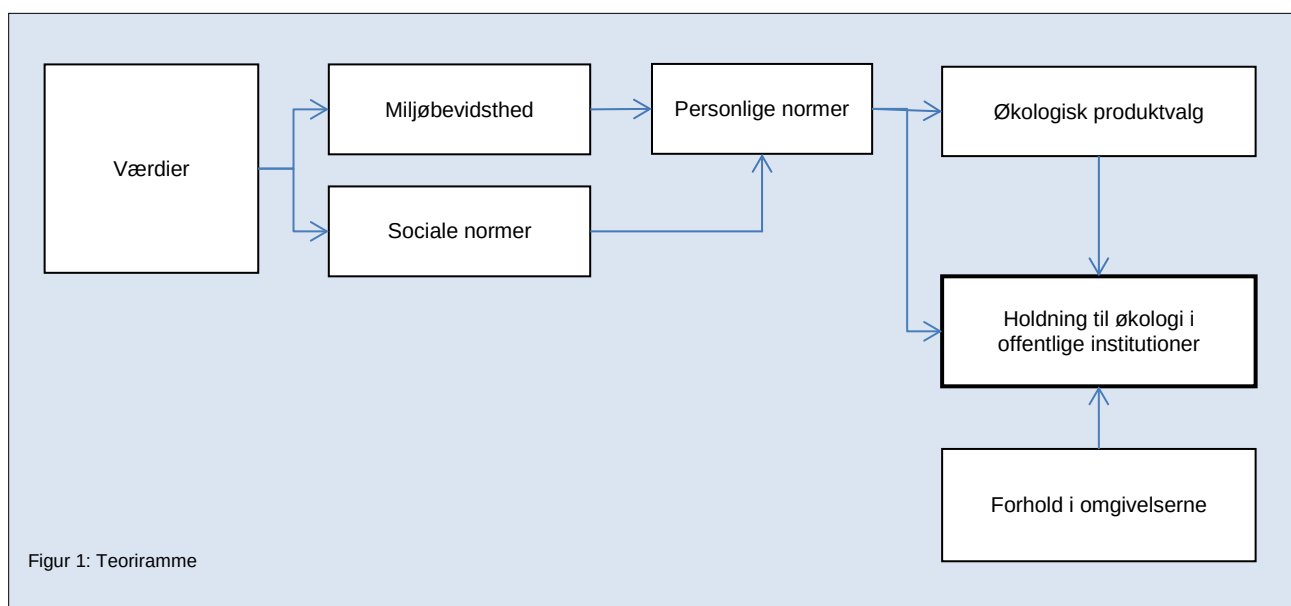
Herunder om der er en højere grad af accept inden for bestemte brugergrupper (børn, indsatte, plejehjemsboere, indlagte) eller, om befolkningens holdning afhænger af prisen for økologi-omlægningen.

Derudover vurderes forbrugers kendskab og holdning til spisemærket. Det er rapportens mål at klarlægge diversiteten i befolkningens holdninger således, at holdningerne kan blive taget i betragtning, når det offentlige køkken omlægges.

2. Teoriramme

Teorirammen, som er brugt i denne undersøgelse, er vist i figur 1. Modellen er inspireret af teorier om normer og miljøansvarlig adfærd, især Sterns Value-Beliefs-Norm model (P. Stern, Dietz, Abel, Guagnano, & Kalof, 1999; P. C. Stern, 2000) og Thøgersens model for generalisering af miljøvenlig adfærd, ”spillover” (Thøgersen, 1999; Thøgersen & Noblet, 2012).

Teoriramens grundantagelse er, at holdningen til økologisk bespisning i offentlige institutioner kommer frem som resultat af ens personlige og sociale normer vedr. det at spise økologisk – dvs., om man selv føler sig forpligtet til at spise økologisk, og om man mener, at ens omgivelser forventer, at man spiser økologisk. De sociale normer refererer til den ønskelige eller forventede adfærd i en gruppe eller hele samfundet. Normen angiver, hvad der ”bør” foregå i en given sammenhæng. De personlige normer er i sammenligning med de sociale normer, de normer som gælder for det enkelte individ. Denne norm indikerer, hvad den enkelte mener ”bør” foregå i givne situationer. De personlige normer hænger sammen med ens generelle miljøbevidsthed, og både normer med henblik på økologi og den mere generelle miljøbevidsthed hænger sammen med ens livsværdier, som er grundlæggende motiver, som påvirker vores holdninger og adfærd på tværs af mange forskellige livssituationer. Værdier er de forestillinger, der bestemmer og motiverer vores holdninger, handlinger og vurderinger. Alle mennesker lever deres liv på grundlag af værdier, der bliver grundlagt på et tidligt tidspunkt af deres liv. Individer, grupper og samfund kan være forskellige i den måde, de rangordner deres værdier på, men da visse værdier er dybt indlejret i kulturen, samfundets institutioner og en fælles levevis, udgør de grundlaget for det sociale liv, det politiske samfund og staten. Disse værdier, holdninger og normer forventes at påvirke både holdningen til økologi i de offentlige institutioner og ens eget valg og forbrug af økologiske produkter således, at der forventes en sammenhæng mellem eget forbrug af økologiske produkter og holdningen til brug af sådanne produkter i de offentlige køkkener. Holdningen kan desuden påvirkes af ydre begrænsninger som ens økonomi og demografiske karakteristika.



3. Metode

Rapporten er baseret på en web-baseret spørgeskemaundersøgelse, hvori forbrugernes kendskab, forståelse, holdninger og værdier til emnerne blev afdækket. I det følgende vil fremgangsmåden og de metodiske valg blive beskrevet i detaljer.

3.1 Kvantitativt web-baseret spørgeskema

Rapporten er baseret på en undersøgelse, som bygger på et web-baseret spørgeskema. Spørgeskemaet havde to hovedformål:

- At afdække forbrugerens kendskab og holdninger til de økologiske spsemærker.
- At dokumentere danskernes holdning til regeringens plan om at omlægge de offentlige køkkener til minimum 60 % økologi inden 2020, herunder hvorvidt deres holdning til dette influeres af økonomi, eget økologiforbrug, tilknytning til de forskellige køkkener, og hvor de mener, midlerne skal prioriteres.

Spørgeskemaet bestod overordnet af seks dele, der afdækkede: 1) privatforbrug af økologiske fødevarer, 2) forståelse af og kendskab til de økologiske spsemærker, 3) holdning til økologisk omlægning i offentlige køkkener, 4) værdier, der kan have indvirkning på forbrugerens holdning til og forbrug af økologiske fødevarer, 5) personlige normer, der kan have indflydelse på forbrugerens handlemonster i forhold til økologi og 6) demografiske data. Spørgeskemaets seks dele er nærmere beskrevet i de følgende seks afsnit, og spørgeskemaet kan ses i sammenhæng i bilag 1.

3.2 Økologisk forbrug

For at måle respondenternes indkøb og forbrug af økologiske fødevarer, blev de i spørgeskemaet præsenteret for en liste med 18 produkter, og ud fra den bedt om at svare på spørgsmålet: 'Af de sidste 10 gange du har købt følgende varer, hvor ofte var de da økologiske?'. Hyppigheden af indkøb af hvert produkt var angivet på en skala fra 1-5 (1=aldrig, 2=et par gange, 3=omkring halvdelen, 4=de fleste gange, 5=altid). Respondenterne kunne vælge en sjette valgmulighed "køber aldrig dette produkt", hvis de aldrig købte det pågældende produkt.

3.3 Kendskab til de økologiske spsemærker

Spørgsmålene omkring kendskab til de økologiske spsemærker afdækkede i hvor høj grad forbrugeren kendte til og forstod mærkernes betydning. Respondenterne angav først kendskabet til spsemærket, vist som billeder med en kort tekst, for derefter at blive bedt om at, mærke for mærke, angive, hvad de enkelte mærker betød. Dette spørgsmål var udformet som en multiple choice opgave med seks svarmuligheder, hvor kun én svarmulighed var korrekt. Respondenterne blev også spurgt om deres niveau af tillid til de forskellige mærker på en skala fra 1 – 7.

3.4 Holdninger til økologisk omlægning

Spørgsmålene omkring mere økologi i de offentlige institutioner afdækkede i hvor høj grad borgeren ville acceptere en omlægning af de offentlige køkkener. Respondenterne angav først deres holdning til den økologiske omlægning på en skala fra 1-7 bestående af tre spørgsmål, hvorefter de ved hjælp af et enkelt spørgsmål blev bedt om at tage stilling til, om de var overvejende for eller imod en omlægning. Herefter blev de bedt om at angive tre grunde til at støtte mere økologi i de offentlige køkkener og tre grunde til ikke at støtte mere økologi i de offentlige køkkener. For at få en idé om hvorvidt respondenternes holdning varierer i forhold til de forskellige institutionstyper, bad vi dem angive på en 7-skala, hvor vigtigt økologi er i en række forskellige institutioner. Og da vi havde bedt dem forholde sig til disse institutioner, bad vi dem redegøre for, hvilken tilknytning de selv eller deres nærmeste havde til forskellige typer af offentlige køkkener. Herunder om de spiser i disse køkkener, med hvilken frekvens, og om de betaler for måltiderne selv. Til slut i denne sektion blev respondenter spurgt om, hvorvidt de ville støtte en omlægning til økologi under forskellige økonomiske forudsætninger.

Svarene i denne del sammenholdes med svarene om økologiske indkøbsvaner og de demografiske og socioøkonomiske data for at belyse, hvorvidt dette har indvirkning på accepten af økologisk omlægning i offentlige køkkener.

3.5 Værdier

For at måle respondenternes værdier blev de præsenteret for 21 udsagn, hvor respondenterne skulle vurdere, på en skala fra 1-6, i hvor høj grad udsagnet lignede dem selv, og hvor 1 var "Ligner mig slet ikke", og 6 var "Ligner mig helt præcist". Udsagnene blev differentieret i forhold til køn således, at et udsagn til en mand kunne lyde: "Det er vigtigt for ham at være rig. Han vil gerne have mange penge og dyre ting". Udsagnene tillader at beregne, for hver respondent, scores i forhold til de 10 værdidomæner i Schwartz' teori om livsværdier (Schwartz, 2003).

3.6 Normer

I afsnittet, der skulle afdække respondentens og dens omgivelser normer, blev respondenter bedt om at tage stilling til 13 udsagn. Disse 13 udsagn, der reflekterer respondentens sociale normer, personlige normer og deres miljøbevidsthedsudsagn, skulle hver især svares på ud fra en 7-skala, hvor respondenter blev bedt om at angive, hvor enig eller uenig vedkommende var. Udsagnene er adapteret fra validerede spørgeskemaer (MESSIC, SUMMER)(Thøgersen, 2009).

3.7 Socioøkonomiske og demografiske data

Som det sidste i spørgeskemaet blev respondenter bedt om at angive data om børn, geografisk tilhørsforhold, uddannelsesbaggrund, indkomstforhold, alder og allergi.

3.8 Respondenter

Respondenterne blev rekrutteret igennem et analysebureau. De inviterede et repræsentativt udsnit af befolkningen, baseret på; alder, geografi, køn og uddannelsesbaggrund, til at deltage i undersøgelsen. Stikprøven havde en mindre overrepræsentation af kvindelige respondenter og højtuddannede, dvs. folk med en lang videregående uddannelse (fem år eller derover). Disse forskelle blev undersøgt ved hjælp af to chi square tests for at afgøre, om de var signifikante. Testerne viste, at forskellen ikke var statistisk signifikant ($\chi^2 = 0,116$, $df=1$, $p=0,73$) og ($\chi^2 = 1,571$, $df=1$, $p=0,21$). Undersøgelsen blev gennemført i juni 2013, og 1005 besvarede hele spørgeskemaet. En detaljeret oversigt over respondenternes demografiske karakteristika fremgår af tabel 1.

Tabel 1: Stikprøvens demografiske sammensætning

Demografiske karakteristika		
	N	%
Antal	1005	100
Køn		
Mænd	455	45,3
Kvinder	550	54,7
Børn		
Ja	519	51,6
Nej	486	48,4
Børn op til 3 år	50	5
Børn mellem 3 og 6 år	75	7,5
Børn mellem 7 og 12 år	118	11,7
Børn mellem 13 og 18 år	117	11,6
Børn over 18 år	312	31
Uddannelse		
Folkeskole	306	30,4
Ungdomsuddannelse	207	20,6
Kort videregående uddannelse +3 år	357	35,5
Lang videregående uddannelse +5år	115	11,4
Ønsker ikke at oplyse	20	2
Antal indbyggere i respondentens hjemby		
0-10.000	317	31,5
10.000-100.000	385	38,3
100.000+	303	30,1

Region		
Nordjylland	108	10,7
Midtjylland	269	26,8
Syddanmark	213	21,2
Sjælland	144	14,3
Hovedstaden (Bornholm)	271	27
Allergi i husstanden		
Fødevareallergi	76	7,6
Anden form for allergi	330	32,8
Ingen allergi	590	58,7
Ønsker ikke at oplyse	9	0,9
Ansvar/medansvar for husstandens indkøb		
Ja	894	89
Nej	111	11
Husstandens størrelse (antal personer)		
1-3	796	79,2
4-5	195	19,4
6+	14	1,4
Alder		
Op til -19 år	68	6,8
20-29	216	21,5
30-39	152	15,1
40-49	241	24
50-59	186	18,5
60+	142	14,1
Husstandens indkomst før skat		
0-300.000 DKK	297	29,6
300.001-600.000 DKK	293	29,2
600.001-900.000 DKK	217	21,6
900.000+	52	5,2
Ønsker ikke at oplyse	146	14,5

4. Resultater

Resultaterne er inddelt i 14 underafsnit, som stiller skarpt på resultaterne fra de forskellige aspekter ved dataindsamlingen.

4.1 Holdningen overordnet

Holdningen til at staten bruger midler på økologiske varer i den offentlige bespisning blev undersøgt ved hjælp af en skala bestående af tre spørgsmål. Respondenterne blev bedt om at tilkendegive deres mening på en skala fra 1-7.

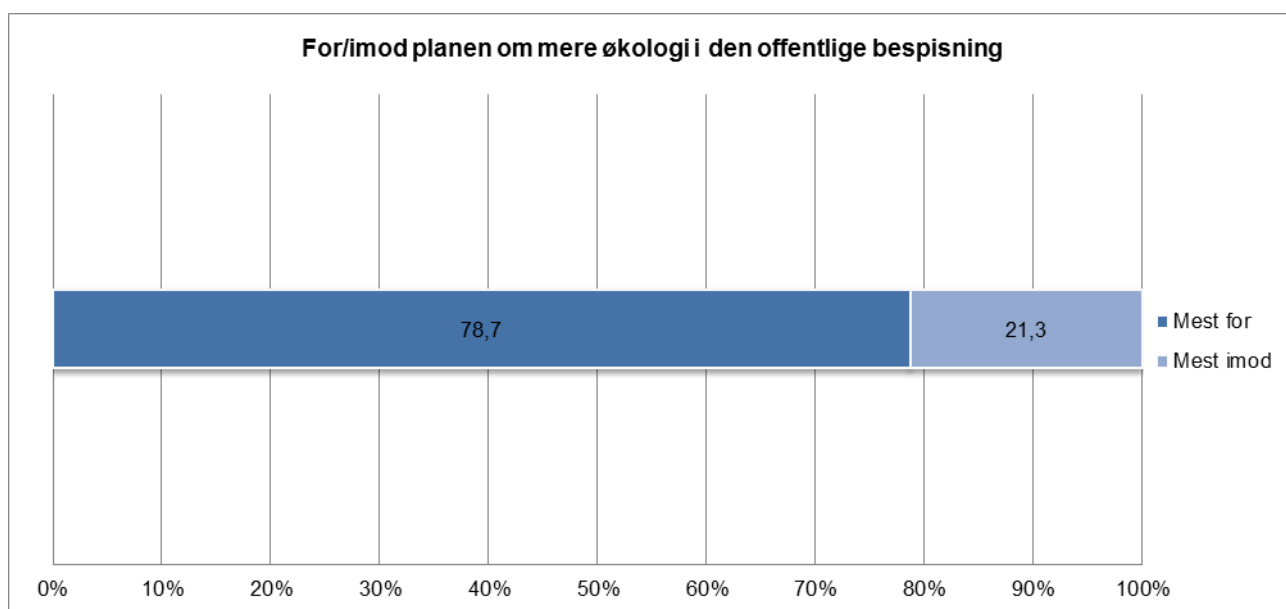
”At bruge økologiske varer i den offentlige bespisning er”; (1 = meget dårligt, 7 = meget godt).

”At bruge økologiske varer i den offentlige bespisning er”; (1 = meget dumt, 7 = meget klogt).

”At bruge økologiske varer i den offentlige bespisning er”; (1 = jeg meget imod, 7 = jeg meget for).

Efterfølgende blev de tre spørgsmål sammenlagt ved at tage et gennemsnit af de tre værdier. Den gennemsnitlige holdning for hele stikprøven lå på 5,43.

Overordnet viste resultaterne, at 78,7 % af respondenterne var mest for planen om mere økologi i den offentlige bespisning, mens 21,3 % var imod. Dette blev målt med et enkelt spørgsmål, hvor respondenterne blev bedt om at svare på, hvorvidt de var *for* eller *imod* planen om mere økologi i de offentlige køkkener. Svarfordelingerne fremgår i figur 2.



Figur 2

4.2 Holdninger til økologisk mad i offentlige institutioner afhængig af institutionstype

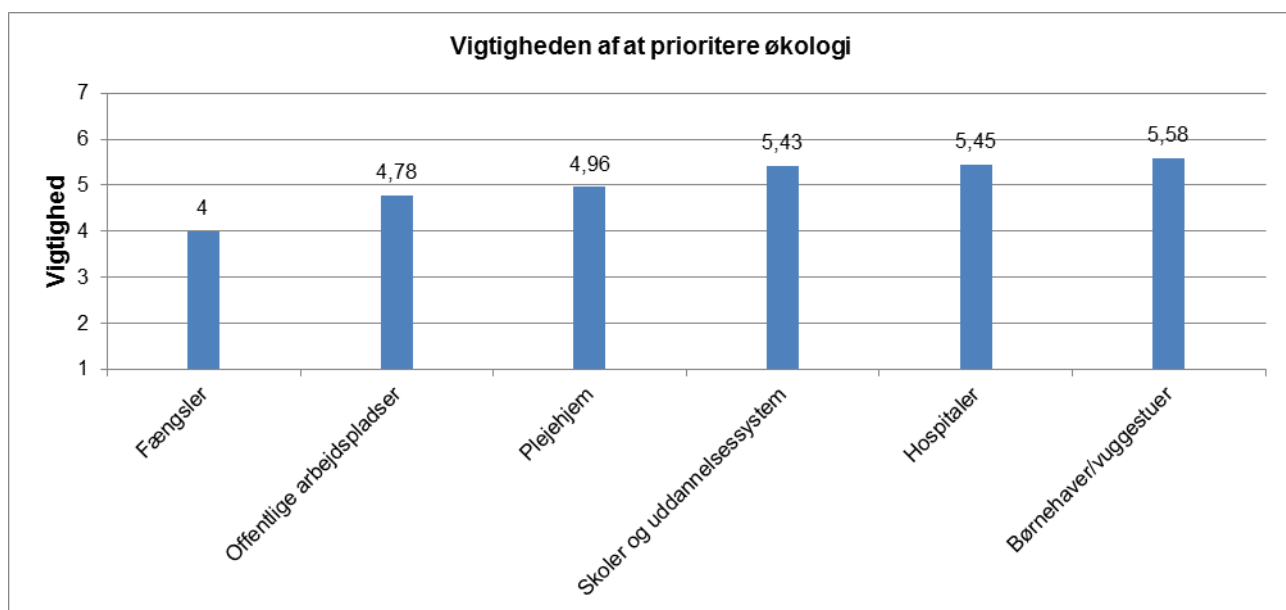
Holdningen til økologisk mad i offentlige institutioner, afhængig af institutionstype, blev målt på en skala fra 1-7 (1=slet ikke vigtigt, 7=meget vigtigt) for hver af seks forskellige typer af offentlige institutioner: plejehjem, børnehaver, fængsler, hospitaler, skoler/uddannelsesinstitutioner og kantiner i kommuner, stat eller regioner.

Den institution, hvor respondenterne syntes, at det var *mindst* vigtigt at bruge midler på at fremme økologi i, var fængsler, med en gennemsnitlig angivet vigtighed på 4. Kantiner i kommuner, staten eller regioner havde en gennemsnitlig angivet vigtighed, der lå på 4,78. Der var henholdsvis 22,5 % og 12 %, som syntes, at det slet ikke var vigtigt at prioritere økologi de steder, og hhv. 18,2 % 27,2 % som syntes, at det var meget vigtigt at gøre det.

Plejehjemmene fulgte efter med en gennemsnitlig vigtighed på 4,96, mens skoler/uddannelsesinstitutioner lå en del højere; 5,43, næsten vurderet lige så vigtigt som hospitaler på 5,45.

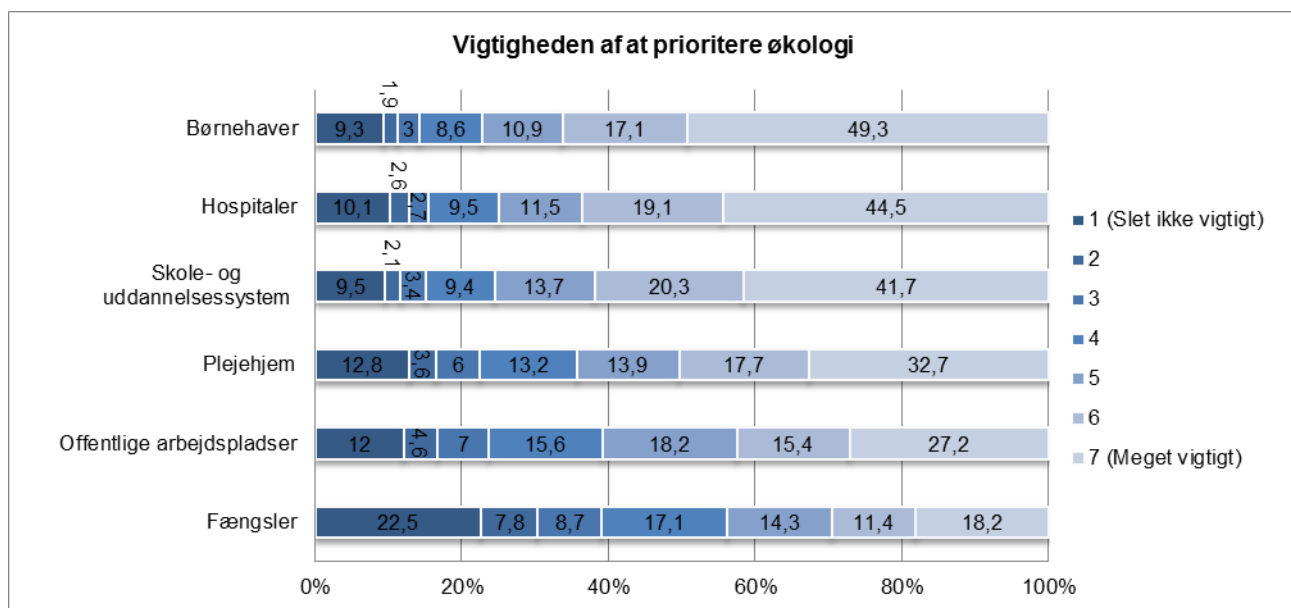
På plejehjem, skoler/uddannelsesinstitutioner og hospitaler, var der henholdsvis 12,8 %, 9,5 % og 10,1 %, som syntes, at det slet ikke var vigtigt at prioritere økologi, hvorimod 32,7 % (plejehjem), 41,7 % (skoler) og 44,5 % (hospitaler) syntes, at det var meget vigtigt. Respondenterne syntes, at det var mest vigtigt at bruge økologiske varer i børnehaver/vuggestuer, med en gennemsnitlig angivet vigtighed af 5,58, og en procentdel på kun 9,3 % som syntes, at det slet ikke var vigtigt at prioritere økologi der, hvorimod 49,3 % syntes, at det var meget vigtigt.

I figur 3 ses en oversigt over de gennemsnitlige holdninger for de enkelte institutioner.



Figur 3

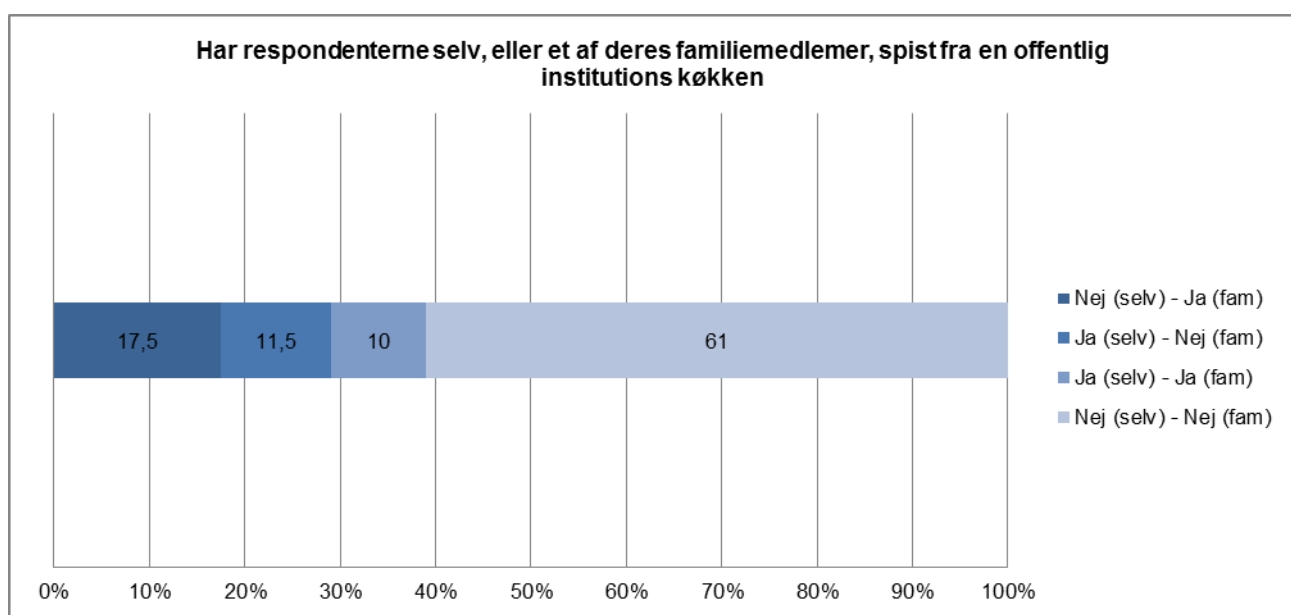
I figur 4 ses fordelingen af svar som procentdele for hver enkelt institution.



Figur 4

Respondenterne blev efterfølgende inddelt i fire grupper, som følge af deres svar på spørgsmålet: ”Har du eller et familiemedlem spist i en af de seks offentlige institutioner inden for den sidste måneds tid?” 10 % af respondenterne havde både selv spist i en af institutionerne og havde et familiemedlem, som havde. 61 % af respondenterne havde ikke spist i en offentlig institution og havde heller ikke noget familiemedlem, der havde. 17,5 % havde et familiemedlem, som havde spist i et offentligt køkken, og 11,5 % svarede, at det kun var dem selv, som i den sidste måned havde spist i et offentligt køkken.

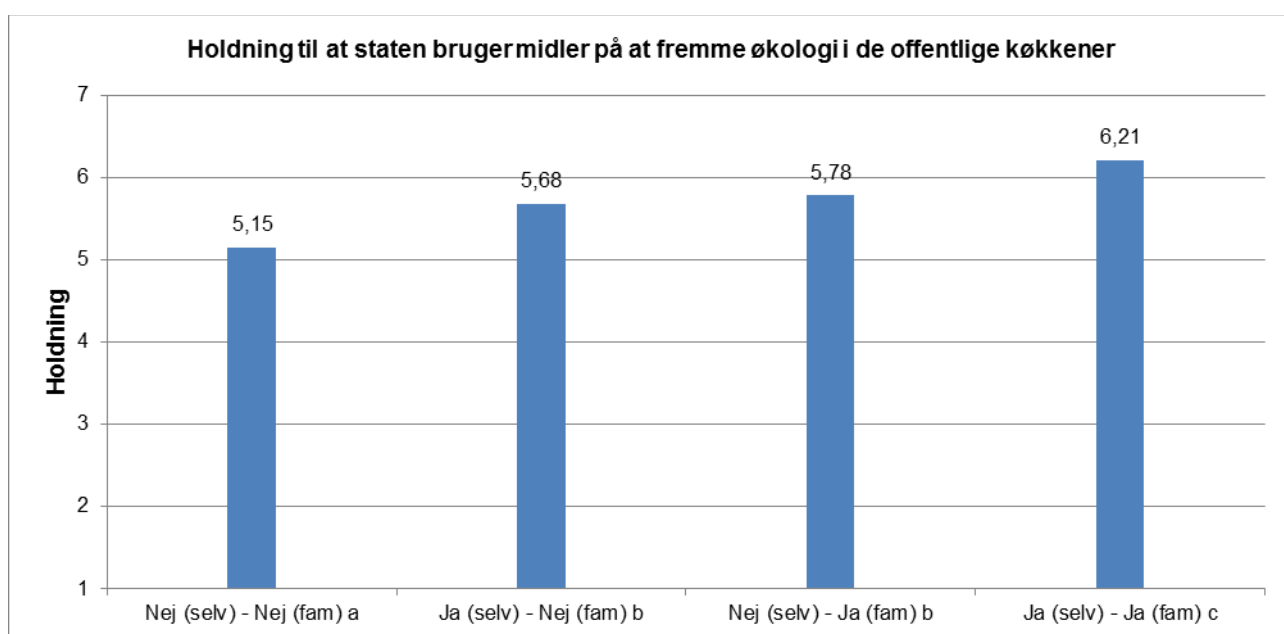
I figur 5 ses fordelingen af svar som procentdele for hver gruppe.



Figur 5

Den gennemsnitlige score, for holdningen til at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener, lå på 6,21, på en skala fra 1-7, i den gruppe, hvor både respondenter selv og et familiemedlem havde spist i et offentligt køkken. Ved brug af en Kruskal-Wallis test, blev der fundet en statistisk signifikant forskel mellem denne gruppe, og gruppen hvor hverken respondenter eller familiemedlemmer havde spist der. Der lå den gennemsnitlige holdning lavere, på 5,15. I de to andre grupper var der ikke statistisk signifikant forskel på den gennemsnitlige holdning. I gruppen, hvor kun respondenter havde spist i det offentlige køkken var gennemsnittet på 5,68, og gennemsnittet lå på 5,78 i den gruppe, hvor kun familiemedlemmer havde gjort det.

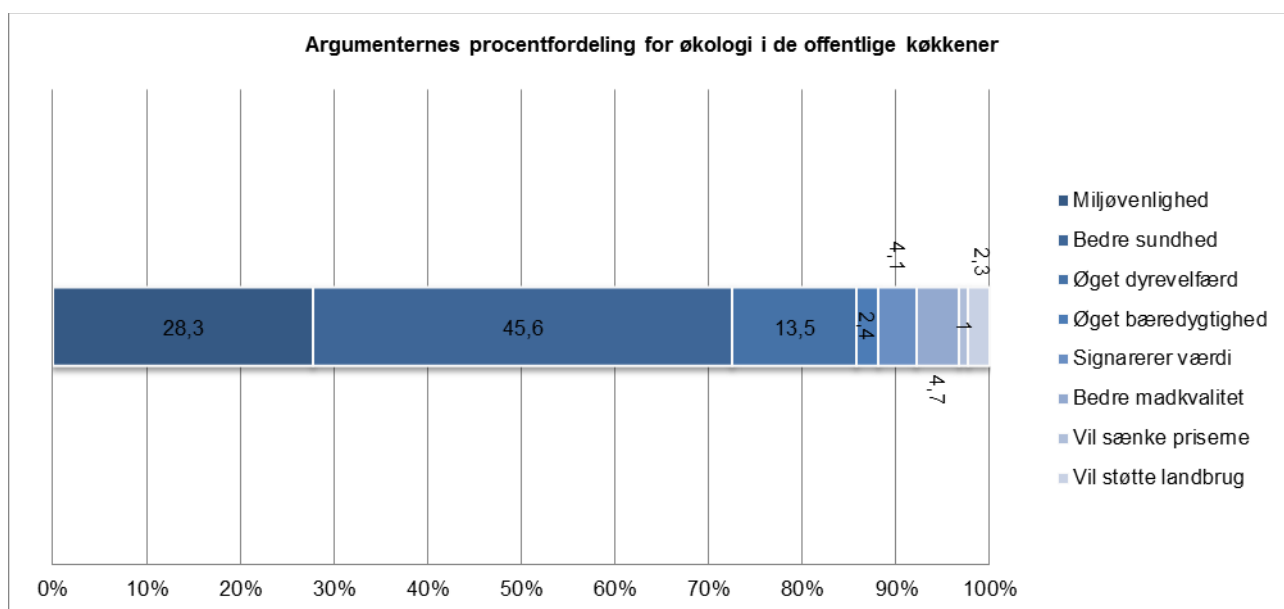
I figur 6 ses den gennemsnitlige holdning til at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener for hver gruppe.



Figur 6 (Grupper med samme bogstav-indeks er ikke signifikant forskellige)

4.3 Respondenternes argumenter for og imod økologi i offentlige køkkener

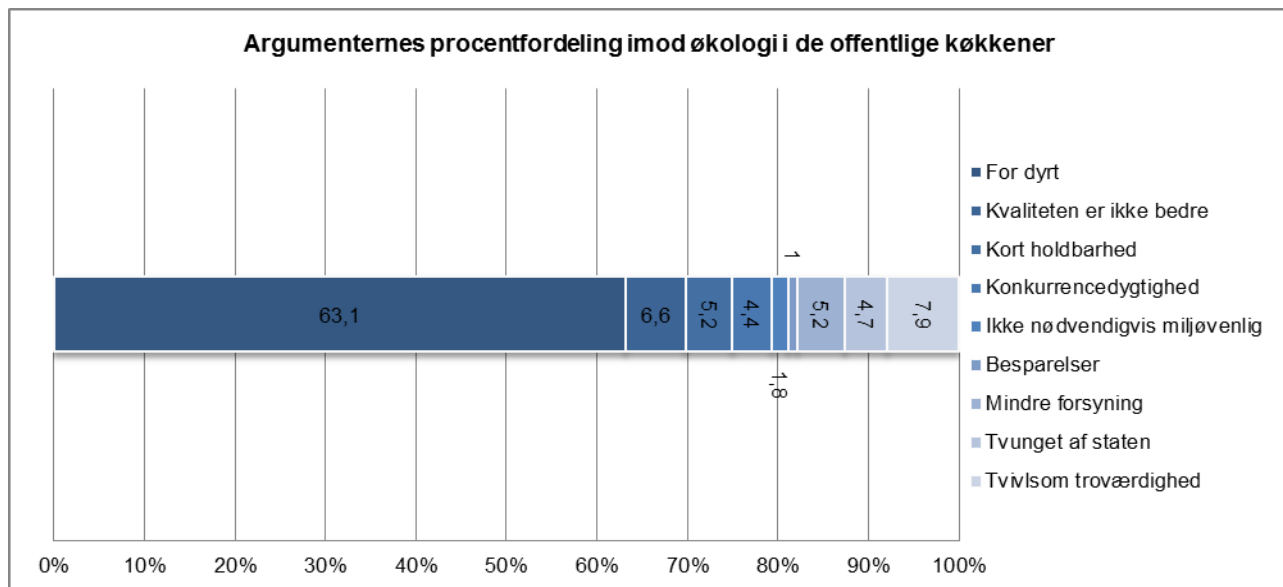
Respondenterne blev bedt om at angive de tre vigtigste grunde i prioriteret rækkefølge for at sige ja til mere økologi i de offentlige køkkener. Det var et åbent spørgsmål, og folk svarede i deres eget sprogbrug. Der var i alt 856 argumenter, som blev kategoriseret i otte forskellige kategorier. Se figur 7. De fleste af argumenterne for mere økologi i de offentlige køkkener (45,6 %) var forbundet med bedre sundhed. 28,3 % af argumenterne var forbundet med miljøvenlighed og minimering af de skadelige påvirkninger af miljøet på grund af brugen af sprøjtegifte og andre skadelige stoffer. 13,5 % af argumenterne for mere økologi i de offentlige køkkener drejede sig om øget dyrevelfærd i form af sundere foder og bedre levevilkår for dyrene. Resten af argumenterne dækkede over forskellige emner, såsom øget bæredygtighed (2,4 %), signalering af øget værdi (4,1 %), bedre mad kvalitet (4,7 %), støtte af økologisk landbrug (2,3 %) og et ønske om at tvinge produktionspriserne af økologiske produkter ned (1 %).



Figur 7

Respondenterne blev også bedt om at angive de tre vigtigste grunde i prioriteret rækkefølge for at sige nej til mere økologi i de offentlige køkkener. Der har været i alt 616 argumenter, som blev kategoriseret i ni forskellige kategorier. Se figur 8. Langt de fleste af argumenterne imod mere økologi i de offentlige køkkener var forbundet med omkostningerne: 63,1 % af argumenterne bestod af udsagn om, at de økologiske produkter er for dyre. Resten af argumenterne dækker over forskellige emner, såsom 6,6 % angav, at de økologiske produkter ikke nødvendigvis har bedre kvalitet end de konventionelle, 5,2 % at de økologiske produkter har kort holdbarhed, og 4,4 % at det økologiske landbrug ikke er konkurrencedygtigt i forhold til det traditionelle landbrug. Ydermere, angav 1,8 % af respondenterne, at de økologiske produkter ikke nødvendigvis er mere miljøvenlige, 1 % at det økologiske landbrug bruger flere ressourcer i form af tid og penge og 5,2 % at det producerer mindre mad til befolkningen. Udover det, mente 4,7 %, at det økologiske valg

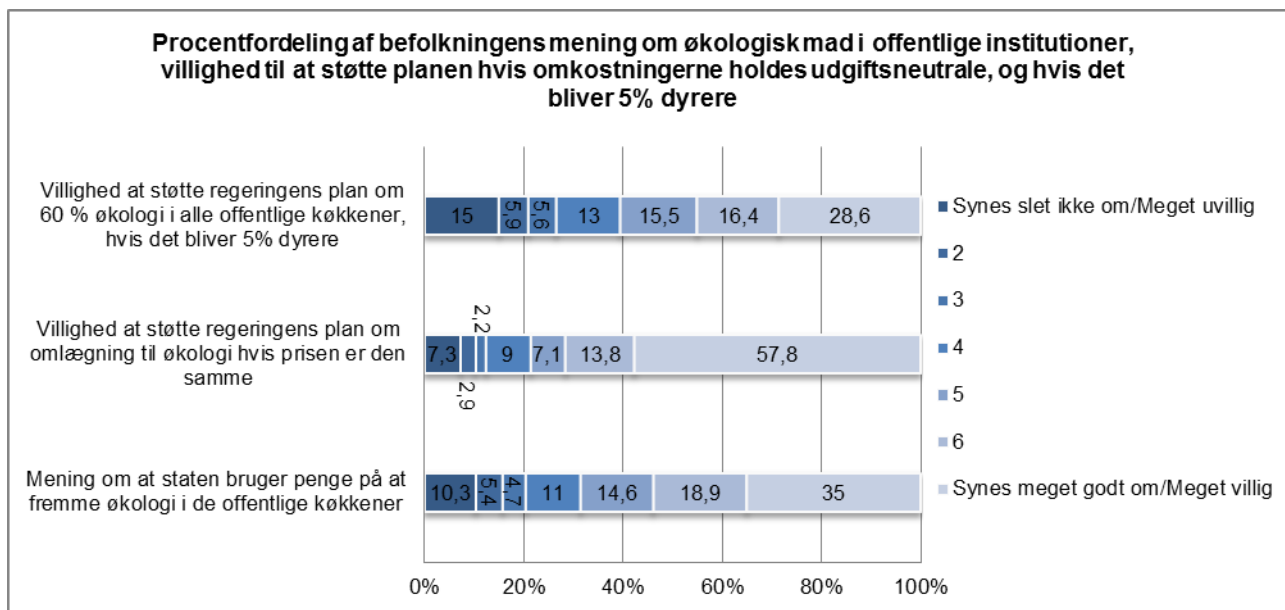
skulle være et frit valg og ikke et valg, som staten vil tvinge befolkningen til. Til sidst mente 7,9 % af respondenterne, at økologien har tvivlsom troværdighed.



Figur 8

4.4 Respondenternes holdning til økologisk mad i offentlige institutioner hvis omkostningerne holdes udgiftsneutrale, og hvis det bliver 5 % dyrere

Respondenterne blev bedt om at besvare tre spørgsmål vedrørende deres holdning til, at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener og deres villighed til at støtte dette, hvis prisen forblev den samme, og hvis prisen blev 5 % dyrere. Respondenternes generelle mening om, at staten bruger midler på at fremme økologi i det offentlige, lå på 5,11 på en skala fra 1-7 (1=synes slet ikke om, 7=synes meget godt om). Den gennemsnitlige villighed til at støtte regeringens plan om omlægning til økologi, hvis prisen var den samme, og hvis prisen blev 5 % dyrere, blev målt på en skala fra 1-7 (1= meget uvillig, 7=meget villig). Ifølge resultaterne lå deltagernes villighed at støtte regeringen på 5,78, hvis prisen blev den samme, og markant lavere, på 4,72, hvis prisen blev 5 % dyrere. Hvordan svarerne er fordelt på skalaen er vist i figur 9.

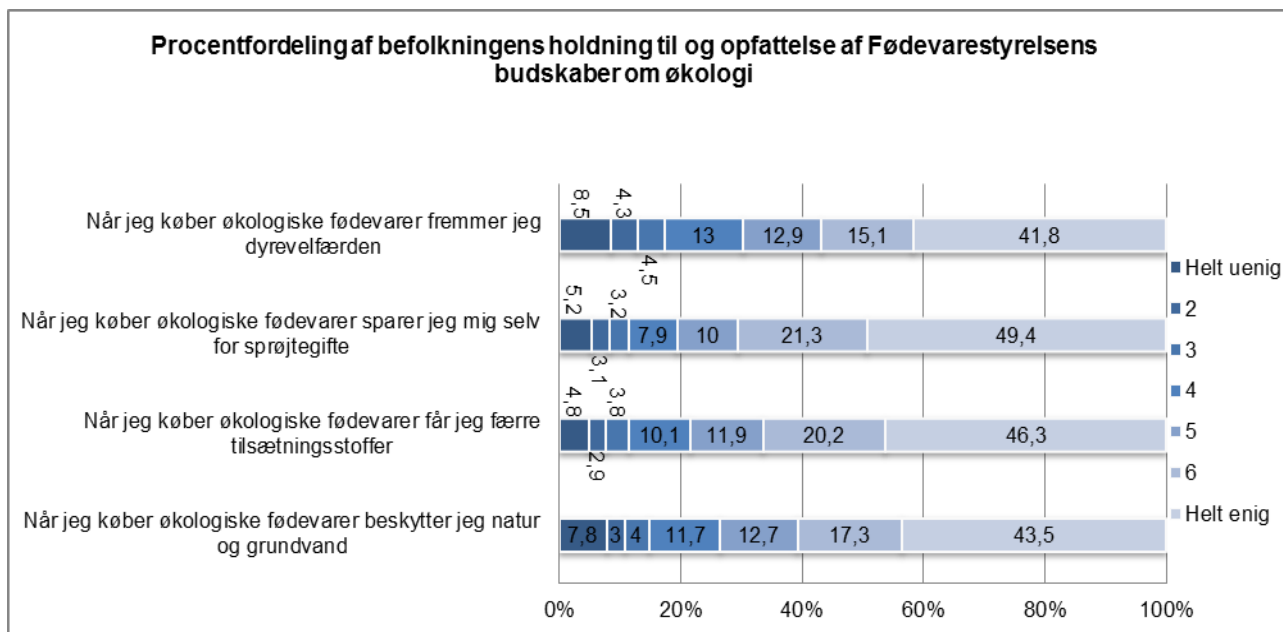


Figur 9

4.5 Respondenternes holdning til/opfattelse af Fødevarestyrelsens budskaber om økologi

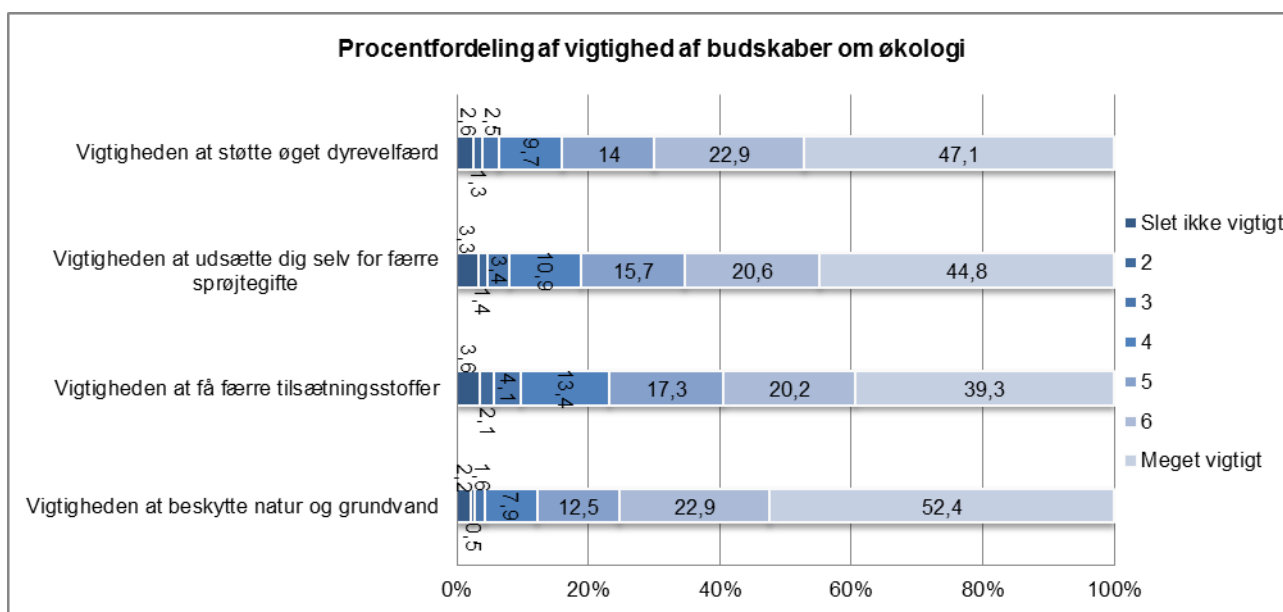
Befolkningens holdning til og opfattelse af Fødevarestyrelsens budskaber om økologi blev undersøgt ved at bede deltagerne om at tage stilling til fire udsagn om økologi (se figur 10). I hvert udsagn skulle deltagerne angive, hvor enige eller uenige var de på en skala fra 1-7 (1=meget uenig, 7=meget enig).

Økologien, og indkøb af økologiske produkter, blev i gennemsnit opfattet mest som en måde at spare på sprøjtegifte (5,76) og mindst som en måde at fremme dyrevelfærd (5,3). Det sidstnævnte udsagn blev ikke besvaret af fire personer. Den fremherskende holdning til "Indkøb af økologiske produkter er, at man beskytter naturen og grundvandet" (5,45), er lidt lavere end den gennemsnitlige holdning til: "Ved indkøb af økologiske produkter får man færre tilsætningsstoffer" (5,67). Der er generelt ikke store forskelle i graden af enighed på tværs af de fire udsagn. Hvordan svarene er fordelt på skalaen er vist i figur 10.



Figur 10

Respondenterne blev endvidere bedt om at angive, hvor vigtige de fire argumenter om økologi var ifølge deres mening. For hver af dem blev de bedt om at svare på en skala fra 1-7 (1=slet ikke vigtigt, 7=meget vigtigt). Beskyttelse af naturen og grundvand var ifølge respondenterne det vigtigste (6,06), og at få færre tilsætningsstoffer var det mindst vigtigt (5,57). Vigtigheden at udsætte sig selv for færre tilsætningsstoffer lå lidt højere på 5,75, selvom udsagnet ikke blev besvaret af fire personer, mens vigtigheden at støtte øget dyrevelfærd lå på 5,88. Der er igen ikke stor forskel mellem de fire argumenter. Hvordan svarene er fordelt på skalaen er vist i figur 11.



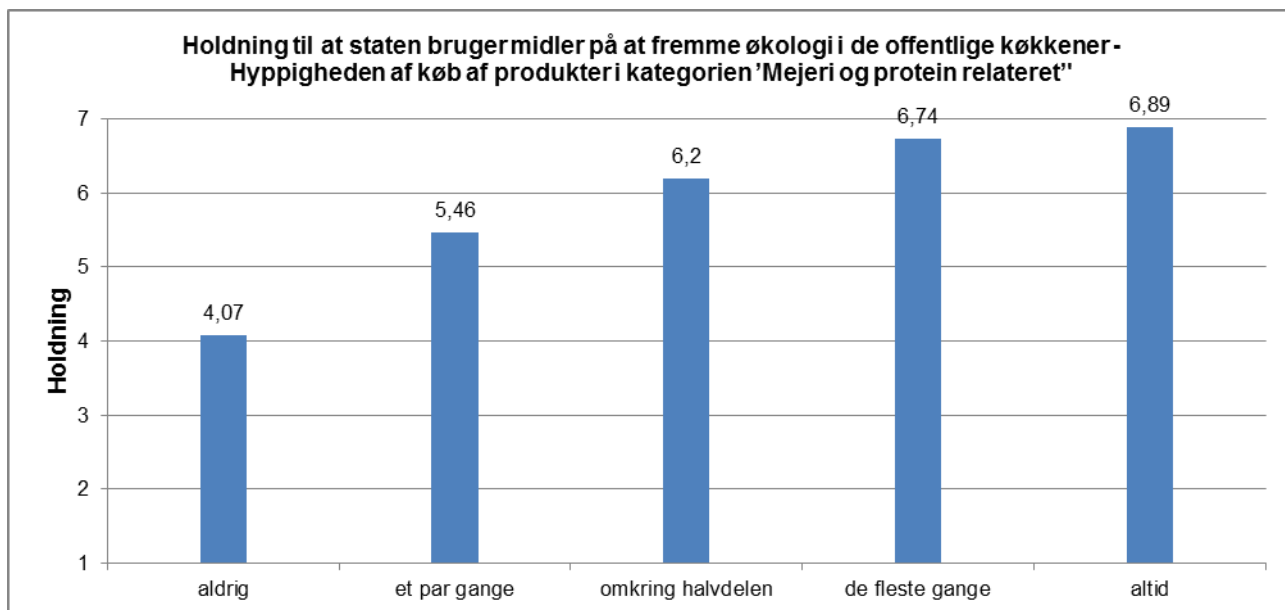
Figur 11

4.6 Om det private forbrug af økologiske fødevarer spiller ind på holdningen til økologisk mad i offentlige institutioner

Respondenterne fik en liste med 18 produkter, og blev bedt om at svare på spørgsmålet "Af de sidste 10 gange du har købt følgende varer, hvor ofte var de da økologiske?". Hyppigheden af indkøb af hvert produkt var angivet på en skala fra 1-5 (1=aldrig, 2=et par gange, 3=omkring halvdelen, 4=de fleste gange, 5=altid). Respondenterne kunne vælge en sjette valgmulighed "køber aldrig dette produkt", hvis de aldrig købte det pågældende produkt, hverken i dets økologisk eller almindelig udgave. Respondenterne, som angav denne valgmulighed, blev ikke inkluderet i analysen.

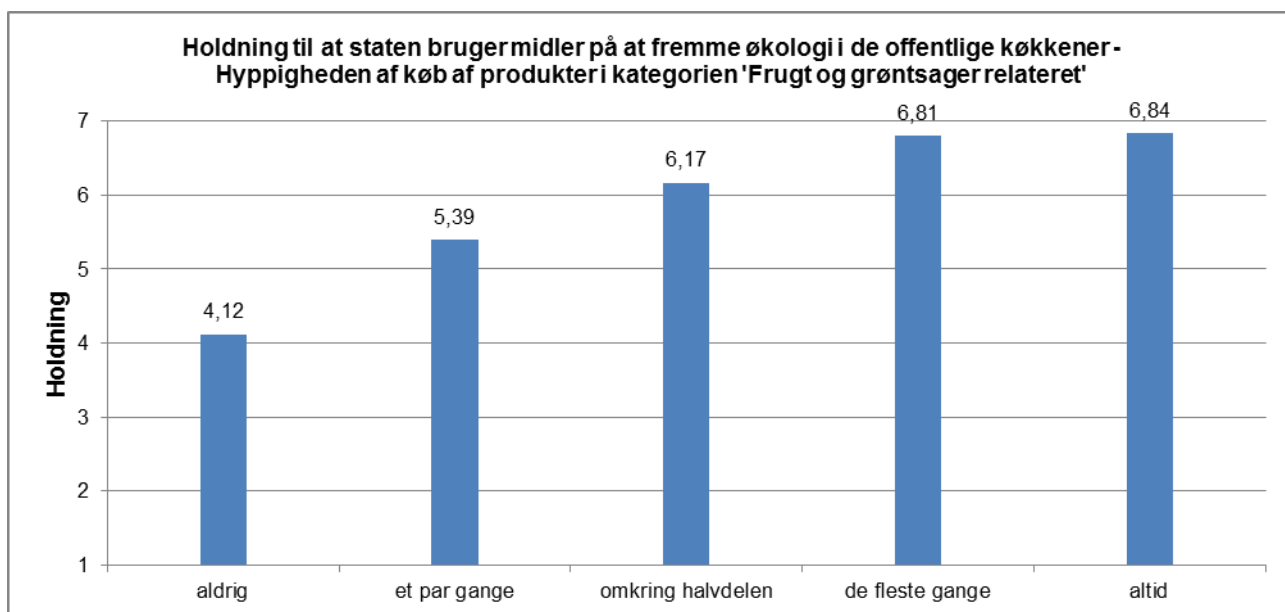
Efterfølgende, blev produkterne kategoriseret i tre kategorier ifølge deres primære konstituent: Korn (mysli, havregryn, hvedemel, pasta), mejeri-protein (mælk, svinekød, leverpostej, æg, oksekød, smør, kylling, ost, spegepølse) og frugt og grønt (æbler, juice, gulerødder, marmelade, madolie). Cronbach's alpha, som er en koefficient, der måler interne sammenhæng mellem svar i samme test, blev brugt for at tjekke, om der var interne sammenhæng mellem respondenternes svar i hver af de tre kategorier. En alpha-værdi på mere end 0,7 indikerer en stærk sammenhæng mellem de elementer, som blev lagt sammen. I dette tilfælde var sammenhængen meget høj i alle grupper, da Alpha-værdien var henholdsvis, 0,928 i "mejeri-protein", 0,850 i "korn" og 0,864 i "frugt og grønt". Overordnet, var der ikke en signifikant forskel i hyppigheden af indkøb af produkter mellem de tre kategorier, som i gennemsnittet lå på 1,95. Dette betyder, at respondenternes gennemsnitlige hyppighed af indkøb af økologiske varer fra alle tre kategorier lå på 1,95, på en skala fra 1 til 5 (1= Køber aldrig økologiske – produktets navn, 5=Køber altid økologiske – produktets navn).

Respondenter, som ikke i deres sidste 10 indkøb havde købt økologiske varer fra kategorien mejeri og protein (mælk, svinekød, leverpostej, æg, oksekød, smør, kylling, ost, spegepølse), havde en gennemsnitlig score på 4,07 på en skala fra 1-7 i forhold til deres holdning til, at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener. Folk, som altid køber nogle af de økologiske varer i kategorien, havde en gennemsnitlig score, som var signifikant højere, og lå på 6,89 (figur 12).



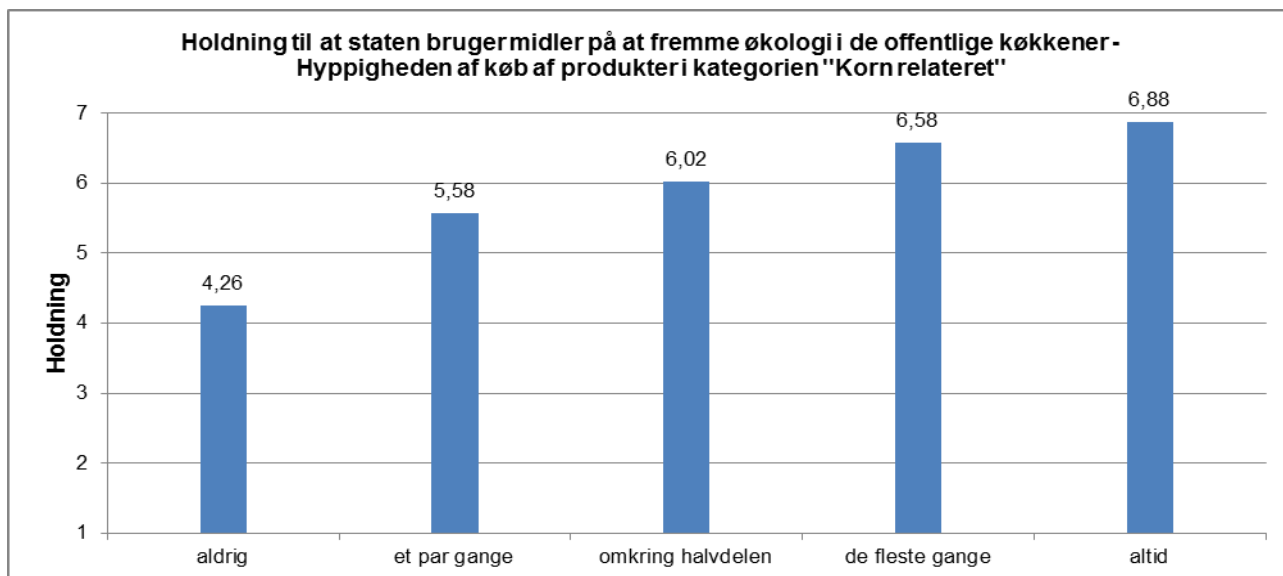
Figur 12

Folk, som ikke i deres sidste 10 indkøb havde købt økologiske varer, som var i kategorien relateret til frugt og grønt (æbler, juice, gulerødder, marmelade, madolie), havde en gennemsnitlig score på 4,12 på en skala fra 1-7. Folk, som altid køber nogle af de økologiske varer i kategorien, havde en gennemsnitlig score, som var signifikant højere og lå på 6,84 (figur 13).



Figur 13

Folk, som ikke i deres sidste 10 indkøb havde købt økologiske varer, som var i kategorien relateret til korn (mysli, havregryn, hvedemel, pasta), havde en gennemsnitlig score, som lå på 4,26 på en skala fra 1-7. Folk, som altid køber nogle af de økologiske varer i kategorien, havde en gennemsnitlig score, som var signifikant højere og lå på 6,88, på en skala fra 1-7 (figur 14).



Figur 14

Størrelsen af det private forbrug af økologiske varer har dermed en signifikant effekt på holdningen til, at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener. Jo mere respondenterne brugte økologiske varer, desto højere lå deres gennemsnitlige positive holdning til mere økologi i det offentlige.

4.7 Effekt af normer og miljøbevidsthed på holdningen

Sociale normer er fælles overbevisninger om, hvordan medlemmer i en større eller mindre social gruppe skal opføre sig i en given situation, mens personlige normer er ens egne overbevisninger om, hvordan man skal opføre sig i given situation. Korrelationen mellem de sociale normer og holdning til, at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener, var positiv (0,41). Det samme gælder for de personlige normer, som også er positivt korreleret med holdningen om mere økologi i de offentlige institutioner (0,65). Korrelationen mellem miljøbevidsthed målt gennem NEP (New Ecological Paradigm Scale) og holdningen til at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener, viste sig at være positiv (0,55). Et mere økologisk verdenssyn var associeret med en mere positiv holdning til mere økologi i det offentlige. Korrelationen er betydelig (signifikant), når den er højere end 0,01.

Tabel 2: Korrelation mellem normer/miljøbevidsthed og holdningen

	Holdning til at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener
Sociale normer	0,41**
Personlige normer	0,65**
Miljøbevidsthed	0,55**

** . Korrelationen er signifikant på 0,01 niveau.

4.8 Hvilke værdier ligger bag befolkningens ønske om økologi

For at undersøge hvilke værdier der ligger bag befolkningens ønske om økologi, blev respondenterne præsenteret for 21 korte beskrivelser af en person, og blev bedt om at markere ud for hver beskrivelse, hvor meget personen lignede respondenterne på en skala fra 1-6 (1=ligner mig slet ikke, 2=ligner mig ret dårligt, 3=ligner mig lidt, 4=ligner mig ret godt, 5=ligner mig virkelig godt, 6=ligner mig præcist). Udsagnene var tilpasset respondenternes køn, det vil sige, at mænd fik den mandlige, og kvinder den kvindelige version af udsagnene. Disse udsagn tillader at beregne, for hver respondent, en score i forhold til ti livsværdier. De ti livsværdier og måden at måle dem på er baseret på forskning af Shalom H. Schwartz, hvis teori siger, at mennesker motiveres af ti værdier: Præstation, stimulering, sikkerhed, hedonisme, tradition, gavmildhed, universalisme, magt, selvstændighed og konformitet. Resultaterne viste, at der var en stærk positiv korrelation mellem værdien universalisme og holdning til, at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener (0,44)(Schwartz, 2003).

Værdien "universalisme" inkluderer forståelse, påskønnelse, tolerance og beskyttelse af befolkningens og naturens velfærd. Det er en værdi, som er fremtrædende for mennesker, som har en åben indstilling, viden, tro på social retfærdighed og ligeværdighed, tror på fred i verden og verdens skønhed, naturens harmoni og miljøets beskyttelse.

Værdierne "sikkerhed" og "tradition" korrelerer svagt negativt med holdningen til, at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener (-0,03 og -0,08). Værdien "sikkerhed" indebærer ifølge Schwartz, tryghed, harmoni og stabilitet i samfundet, i relationer og i en selv. Familiens tryghed, national sikkerhed, samfundsorden og gengældelse af tjenester er kendetegn et menneske, som identificerer sig selv med den pågældende værdi.

Værdien "tradition" indebærer respekt, engagement og accept af de skikke og ideer, som den traditionelle kultur yder til en selv. Værdien kendetegner mennesker, som er beskedne, accepterer deres andel i livet, er fromme, moderate og respekterer traditionen.

Det fremgår af resultaterne af korrelationer, at mennesker, som viser sig at have en tilgang til livet, som er bedre beskrevet af udsagn af værdien "universalisme", har en positiv holdning til statens brug af midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener. Det modsatte er tilfældet med mennesker, som er trofaste overfor de traditionelle værdier og derfor er forandringsmodvillige, samt mennesker som foretrækker ikke at ændre etablerede situationer, som giver dem tryghed og stabilitet.

Det fremgår også af resultaterne, at der var andre værdier, som var positivt korreleret med holdningen til statens brug af midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener. Efter "universalisme", viste "hedonisme" sig at have en positiv korrelation med holdningen til økologi på 0,22. Den pågældende værdi indebærer nydelse og sanselig tilfredsstillelse af en selv og kendetegner mennesker, som godt kan lide at nyde livet og forkæle sig selv.

"Gavmildhed" var også positivt korreleret med holdningen til mere økologi i de offentlige køkkener (0,21). Denne værdi indebærer bevaring og forstærkning af velfærd af mennesker, man er i hyppig personlig kontakt med. Det kendetegner mennesker, som er hjælpsomme, ærlige, tilgivende, loyale og ansvarlige.

"Stimulering" var positivt korreleret med holdningen til økologi i de offentlige køkkener (0,20). "Stimulering" indebærer spænding, nyskabelse og udfordringer i livet. Mennesker, som lever med denne værdi, stræber efter et dristigt, varieret og ophidsende liv.

Det fremgik af resultaterne af undersøgelsen, at værdien "præstation" også var positivt korreleret med holdningen til mere økologi i de offentlige køkkener med en koefficient på 0,17. Den pågældende værdi drejer sig om at påvise personlig succes ifølge sociale standarder, og er kendetegnet ved mennesker, som er succesfulde, kompetente, ambitiøse og indflydelsesrige.

Der var en positiv korrelation mellem værdien "selvstændighed" og holdningen til mere økologi i de offentlige køkkener, på 0,16. Kendetegn for denne værdi er selvstændig tankegang og handling, konstant undersøgelse og kreativitet. Mennesker, som lever i forhold til denne værdi er kreative, tillægger frihed stor værdi, uafhængighed, nysgerrighed, og sætter sine egne mål.

"Konformitet" havde en svag positivt korrelation med holdning til mere økologi i de offentlige køkkener, på 0,07. Kendetegn af den pågældende værdi er tilbageholdenhed af handlinger og lyster der vil sandsynligt ryste eller skade andre, eller være i modstrid med sociale forventninger og normer. Det er den karakteristiske værdi af mennesker, som er høflige, lydige, har selvdisciplin og ærer forældre og ældre.

Den sidste værdi, som havde en positiv, dog svag, korrelation til holdningen til mere økologi i de offentlige, var "magt" (0,07). Denne værdi drejer sig om at have social status, prestige og om at have dominans over andre mennesker og ressourcer. Kendetegn af mennesker, som lever efter denne værdi, er social magt, autoritet, velstand og bevaring af deres offentlige image.

Tabel 3: Korrelationer mellem de 10 værdier og holdningen til at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener

Værdier	Holdning til at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener
Præstation	0,17**
Stimulering	0,20**
Sikkerhed	-0,035
Hedonisme	0,22**
Tradition	-0,086**
Gavmildhed	0,21**
Universalisme	0,44**

Magt	0,07*
Værdier	Holdning til at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener
Selvstændighed	0,16**
Konformitet	0,07*

** Korrelationen er signifikant på 0,01 niveau

*Korrelationen er signifikant på 0,05 niveau.

De 10 værdier kan grupperes i fire områder bestående af værdier, som ligger i nærheden af hinanden og har nærliggende karakteristika. Det første af de fire områder er det "kollektivistiske", som indeholder "universalisme" og "gavmildhed", det andet er det "individualistiske", som indeholder "magt" og "præstation", det tredje er det "forandringsorienterede", som indeholder "selvstændighed" og "stimulering", og det fjerde er det "konserverende", som indeholder "sikkerhed", "konformitet" og "tradition". Værdien "hedonisme" deler karakteristika med både det "forandringsorienterede" og "individualistiske" områder.

Korrelationer mellem de fire værdiområder og holdningen til brug af midler på mere økologi i de offentlige køkkener viser, at det "kollektivistiske" område, som indeholder værdier, der involverer bekymring og interessen for andre mennesker og miljøet, er stærkere korreleret med holdning til økologi (0,40) end det "individualistiske" område, som involverer forfølgelse af egne interesser (0,19). Det "forandringsorienterede" område er stærkere korreleret med holdningen til økologi i de offentlige køkkener (0,20) end det "konserverende" område (-0,02). Den førstnævnte indeholder værdier, der lægger vægt på selvstændighed og parathed for nye oplevelser, mens det andet fokuserer på selv begrænsning og modstand til forandringer.

Tabel 4: Korrelationer mellem de fire værdiområder og holdningen til at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener

Værdiområder	Holdning til at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener
Selv-Transcendens	0,40**
Åbenhed for forandringer	0,20**
Selvforbedring	0,19**
Konservering	-0,02

**Korrelationen er signifikant på 0.01 niveau.

Ydermere, blev respondenterne bedt om at vurdere 13 forskellige udsagn og tage stilling til, i hvilken grad de var enige eller uenige med udsagnene på en skala fra 1-7 (1=helt uenig og 7=helt enig). Formålet var, at kunne vurdere i hvor høj grad de sociale normer, de personlige normer og opbakningen til "New Ecological Paradigm" (NEP) spillede ind på holdningen til, at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener (Dunlap, Van Liere, Mertig, & Jones, 2000).

Der var fire udsagn, som var relateret til sociale normer, fire udsagn som var relateret til personlige normer, og fem udsagn som var relateret til miljøbevidsthed. Sociale normer er fælles overbevisninger om, hvordan medlemmer i en større eller mindre social gruppe skal opføre sig i en given situation, mens personlige normer er ens egne overbevisninger om, hvordan man skal opføre sig i given situation. Miljøbevidsthed blev målt gennem NEP-skalaen (Dunlap et al., 2000). NEP-skalaen måler hovedsageligt folks miljøbevidsthed gennem deres holdninger til naturen og menneskehedens forhold til naturens ressourcer.

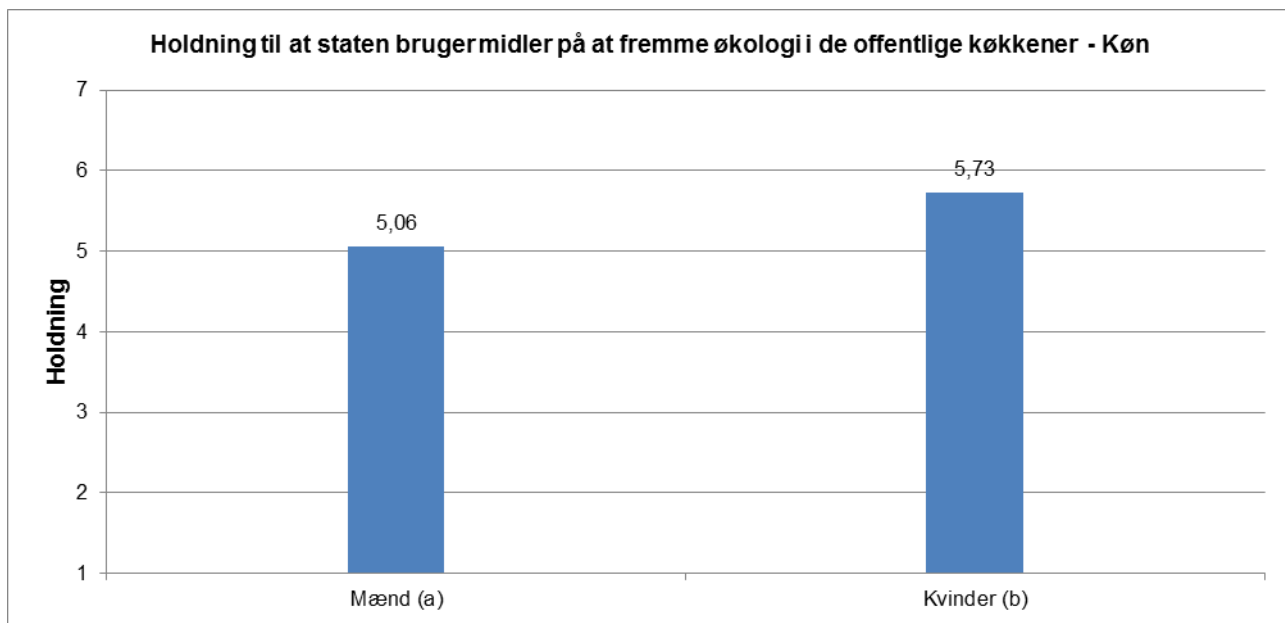
Overordnet var alle tre grupper positivt korreleret med holdningen om mere økologi i de offentlige køkkener. Der er en signifikant positiv korrelation mellem de personlige normer og holdningen til mere økologi i de offentlige køkkener (0,65). En mere positiv personlig holdning til økolog var associeret med en mere positiv holdning til mere økologi i det offentlige. Der har også været signifikant positiv korrelation mellem de sociale normer og holdningen til mere økologi i de offentlige køkkener (0,41).

4.9 Hvordan demografi spiller ind på holdningen

Indvirkningen på holdningen til at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener er i denne undersøgelse også vurderet i forhold til flere demografiske parametre. Indspil af køn, aldersgruppe, antal medlemmer i husholdningen, børn, indkomst, uddannelse, antal indbyggere i respondenterne by, geografisk placering af bopæl, forskellige former for allergi, og rollen som ansvarlig/medansvarlig til husholdningens madindkøb blev undersøgt for at vurdere, hvorvidt de spillede ind som influerende faktorer i holdningen om, at staten bruger midler på at fremme økologi i den offentlige bespisning. Alle de demografiske data er blevet testet ved hjælp af en Kruskal-Wallis test

Køn

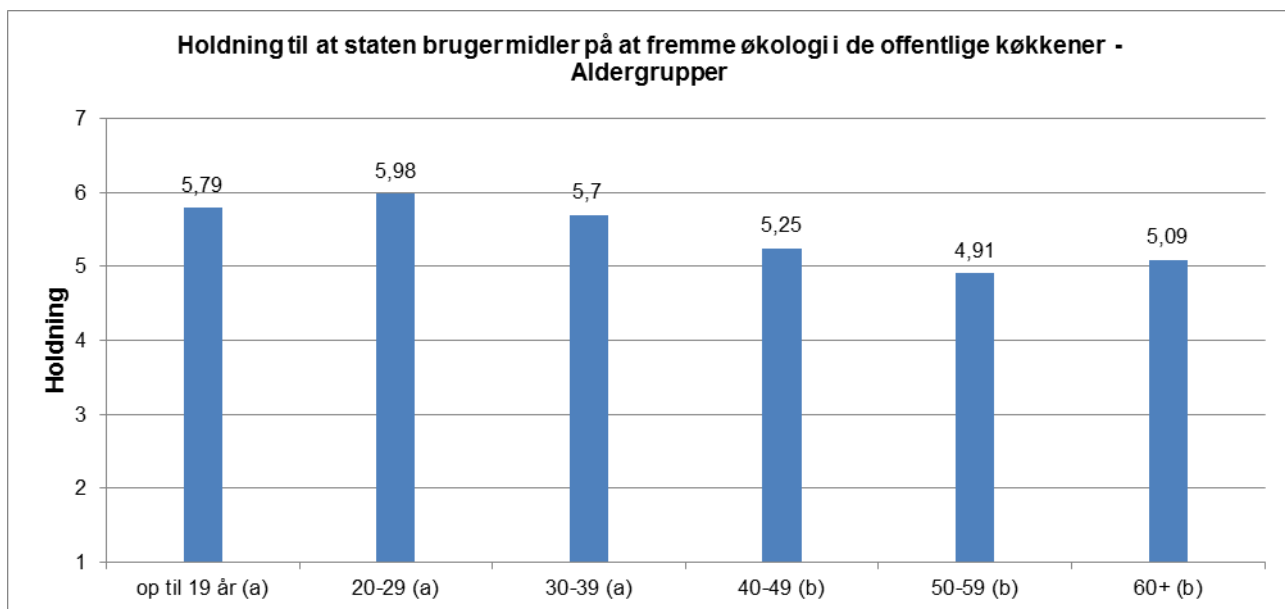
Testen viste en statistisk signifikant forskel mellem mændenes og kvindernes holdning til mere økologi i de offentlige køkkener. Mændenes score lå på 5,06 og var dermed lavere end kvindernes, som lå på 5,73 på en 7 trin skala (figur 15). Overordnet syntes kvinderne mere om, at staten bruger midler på økologiske varer i den offentlige bespisning, end mænd gør.



Figur 15

Alder

Testen viste, at der var statistisk signifikante forskelle mellem aldersgruppernes score i forhold til økologi i de offentlige køkkener. Forskellen fremgår af figur 16. Generelt synes de yngre mennesker mere om økologi i en bred vifte af offentlige institutioner. Ældre mennesker syntes i gennemsnit mindre om økologien i det offentlige.



Figur 16 (Grupper med samme bogstav indeks er ikke signifikant forskellige)

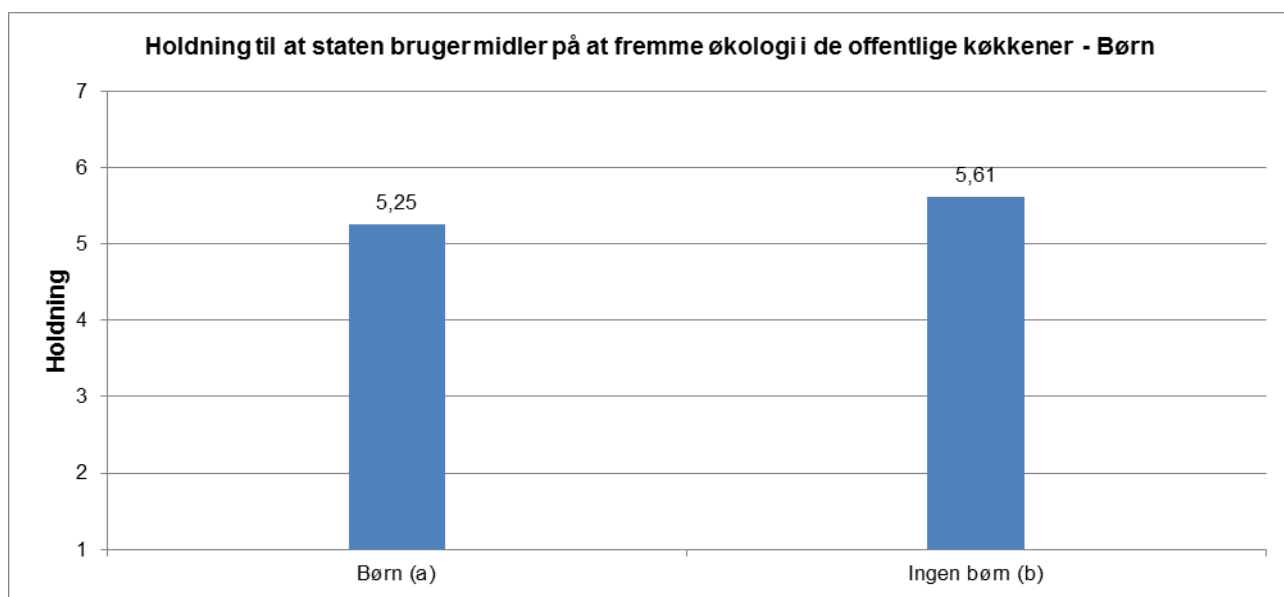
Antal medlemmer i husstanden

Testen viste, at der ikke var signifikant forskel i den gennemsnitlige score i forhold til, at staten bruger midler på mere økologi i de offentlige køkkener afhængig af antal medlemmer i husstanden.

Det betyder, at antallet af medlemmer i husstanden ikke er en influerende faktor på holdningen til mere økologi.

Børn

Testen viste, at der var en statistisk signifikant forskel på den gennemsnitlige score i forhold til, at staten bruger midler på mere økologi i de offentlige køkkener mellem gruppen af deltagere, som havde børn, og de som ikke havde børn. Der skelnes ikke imellem hjemmeboende eller udeboende børn. Den første gruppe havde en gennemsnitlig score på 5,25 på en skala fra 1-7, mens scoren var 5,61 for deltagere, som ikke havde børn.

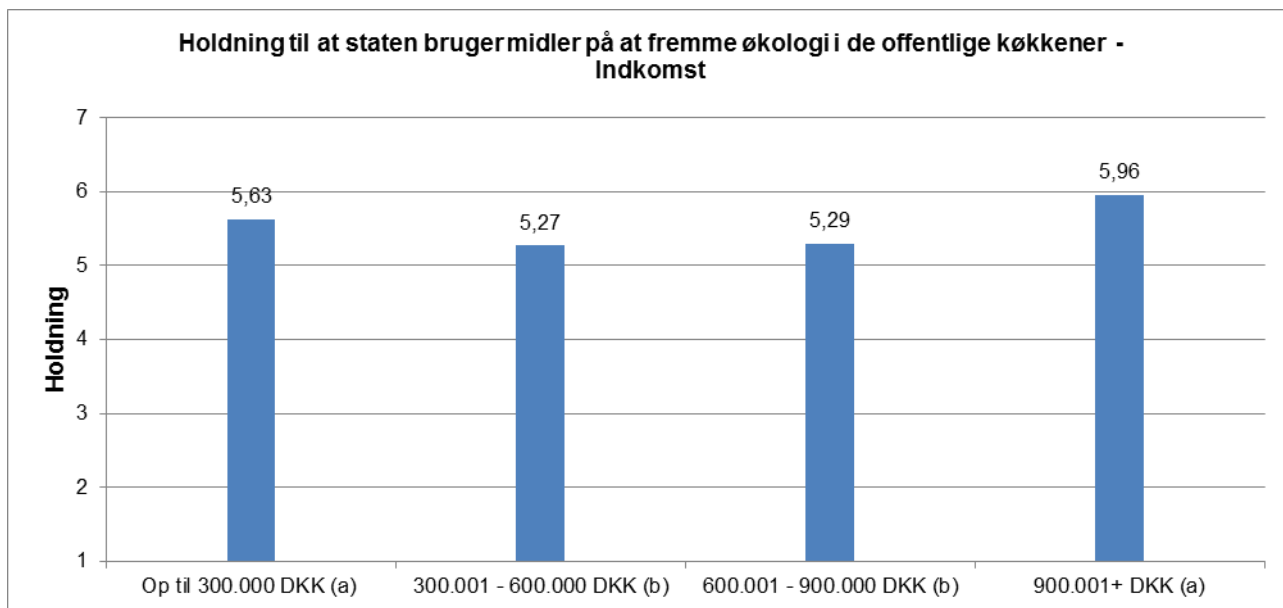


Figur: 17

Indkomst

Testen viste, at der var en statistisk signifikant forskel mellem grupper, som har en årlig indkomst på 300.001-600.000 DKK og 601.000-900.000 DKK, og gruppen som har en årlig indkomst på 900.001+ DKK. Holdningen er mere positiv i den høje indkomstgruppe, mens holdningen i den nederste indkomstgruppe på op til 300.000 DKK ligger midt imellem.

De økologiske produkter er generelt dyrere end de konventionelle. Dette betyder, at prisen kan have en påvirkning på ens beslutning om at støtte statens brug af midler på at fremme økologi, pga. frygt for en markant prisstigning. Folk i den højeste indkomstkategori har i gennemsnit en mere positiv holdning til økologi i de offentlige køkkener end de andre grupper (score på 5,96). Dog ligger den gennemsnitlige score til holdning økologi i de offentlige køkkener i gruppen med den laveste årlige indkomst ikke signifikant lavere (score på 5,63). Dette kan indikere, at indkomst alene ikke er en influerende faktor i holdning til økologi i de offentlige køkkener. Se figur 18.

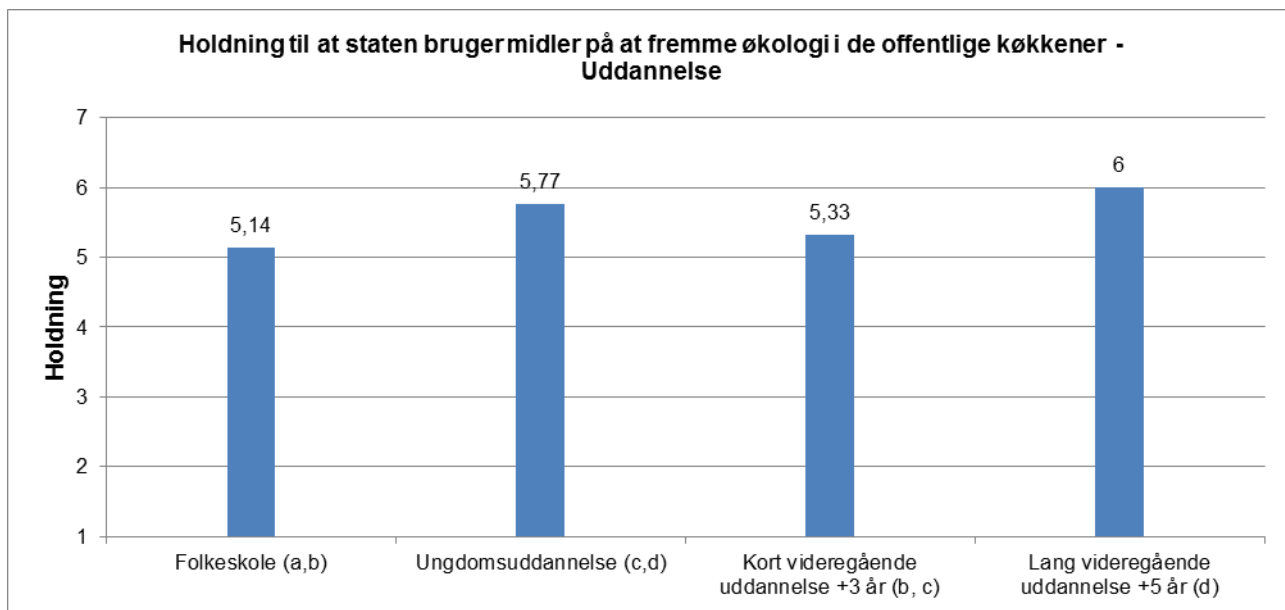


Figur 18: Forskel i gennemsnitlig holdning mod mere økologi i de offentlige køkkener afhængig af årligt indkomst. (Grupper med samme bogstav- indeks er ikke signifikant forskellige)

Uddannelse

Uddannelse har haft en betydelig effekt på respondenternes holdning til, at staten bruger midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener. Testen viste, at gruppen af respondenter med en lang videregående uddannelse generelt havde en mere positiv indstilling overfor økologi, end de andre grupper. Deres gennemsnitlige score på en skala fra 1-7, lå på 6, signifikant højere i forhold til 5,14 i gruppen hvor folkeskole var det højest opnåede uddannelsesniveau. Signifikante forskelle blev også observeret mellem "folkeskole" gruppen (5,14) og "ungdomsuddannelse" gruppen, hvor den gennemsnitlige score lå på 5,77. Den sidstnævnte gruppe havde ikke en statistisk signifikant forskel med "kort videregående uddannelse" gruppen, hvor den gennemsnitlige score lå på 5,33. Ydermere, var der signifikant forskel mellem den sidstnævnte gruppe og gruppen "lang videregående uddannelse", hvor den gennemsnitlige score lå på 6 (figur 19).

Det viser sig således, at uddannelsesniveau har en påvirkning på holdningen i forhold til økologi i de offentlige køkkener. Folk med en lang videregående uddannelse har en gennemsnitlig positiv holdning til økologi i det offentlige, som er højere end i de andre grupper. Generelt set har folk, som har en uddannelse, udover folkeskolen, en tendens til at synes mere om økologien i de offentlige køkkener.

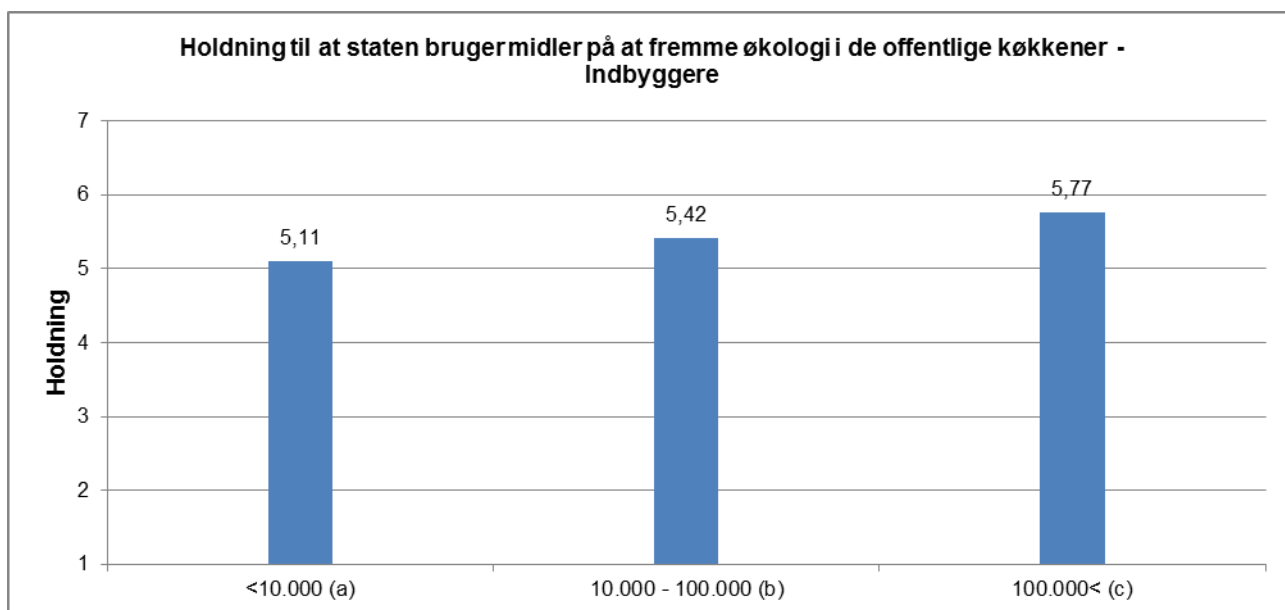


Figur 19 (Grupper med samme bogstav-indeks er ikke signifikant forskellige)

Antal indbyggere i respondenterne by

Testen viste, at der er en signifikant forskel mellem alle tre grupper i forhold til, om der skal være mere økologi i de offentlige køkkener. Gruppen < 10.000 indbyggere havde en gennemsnitlig score på 5,11 på en skala fra 1-7, lavere end gruppen 10.000-100.000, hvor scoren lå på 5,42. Den gennemsnitlige score lå på 5,77 i gruppen over 100.000 indbyggere, hvilket var signifikant højere end i alle af de andre grupper.

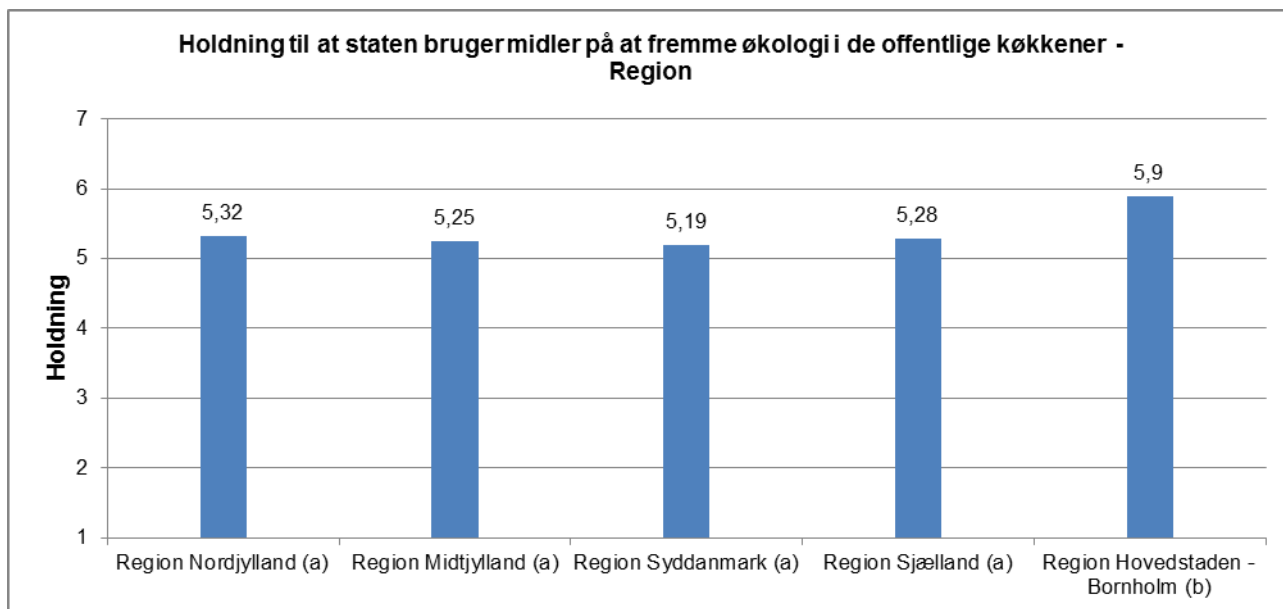
Man kan se af figur 20, at den gennemsnitlige score stiger således, at folk som bor i forholdsvis større byer har en mere positiv holdning til mere økologi i de offentlige institutioner (figur 20).



Figur: 20

Geografisk placering af bopæl

Testen viste, at der var en statistisk signifikant forskel mellem Region Hovedstaden-Bornholm og de andre regioner. Region Hovedstaden-Bornholm har en gennemsnitlig score i forhold til holdningen til mere økologi i de offentlige køkkener, som ligger på 5,9 på en skala fra 1-7. Imellem de øvrige regioner er der observeret mindre, ikke statistisk signifikante forskelle (figur 21).

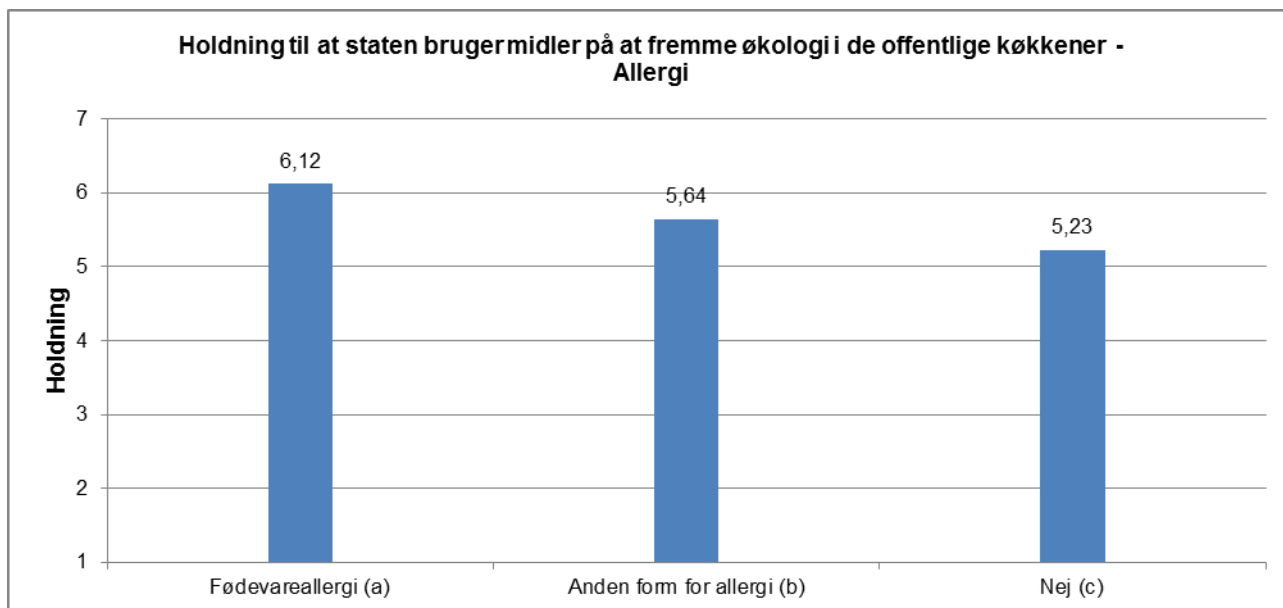


Figur 21 (Grupper med samme bogstav-indeks er ikke signifikant forskellige)

Allergi i husstanden

Respondenter, hvor der er allergi i husstanden, har en mere positiv holdning til mere økologi i de offentlige køkkener. I gruppen "fødevareallergi" lå den gennemsnitlige score på 6,12 på en skala fra 1-7, i forhold til 5,23 i gruppen, hvor ingen allergi eksisterede i respondenternes husstand. Mellem den sidstnævnte gruppe og gruppen "anden form for allergi", hvor scoren lå på 5,64, viste testen, at forskellen også var statistisk signifikant.

Dette indikerer, at folk som enten selv har eller har et familiemedlem, der lider af fødevareallergi er mere villige til at støtte statens brug af midler på at fremme økologi i de offentlige køkkener (figur 22).



Figur 22

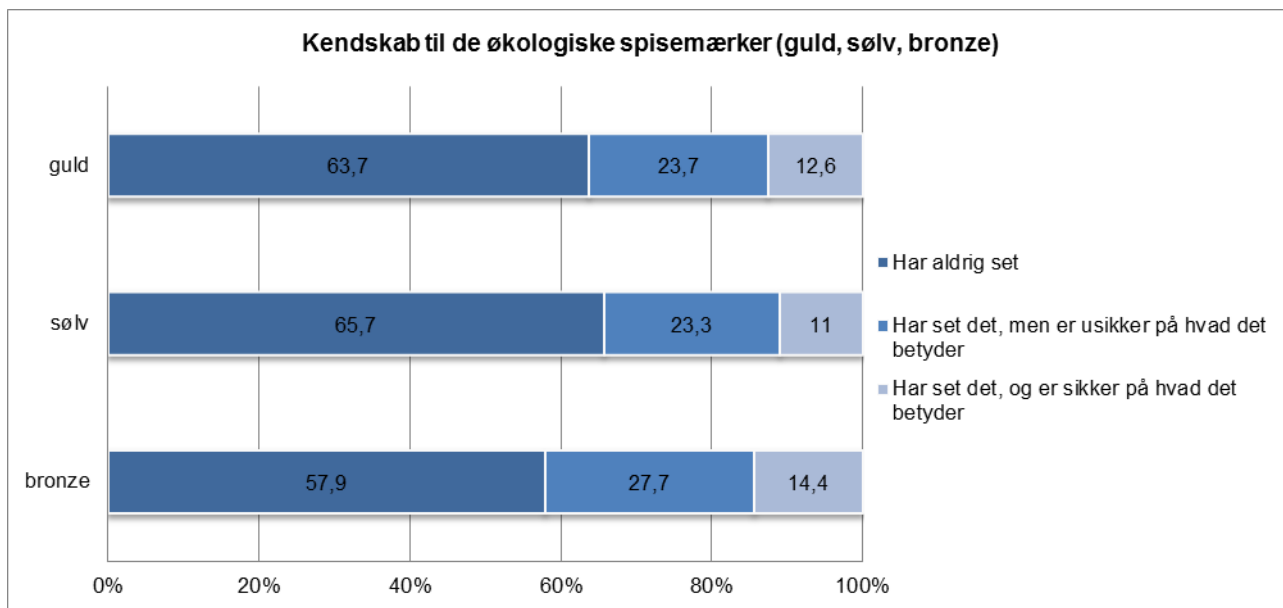
4.10 Kendskab

Respondenternes kendskab til de økologiske spisemærker blev vurderet ud fra deres svar på spørgsmålet "Hvilke af følgende mærker kender du?". De blev bedt om at vælge mellem tre udsagn (1. Har aldrig set, 2. Har set det, men er usikker på hvad det betyder, 3. Har set det og jeg er sikker på, hvad det betyder) som afspejler deres kendskab til henholdsvis bronze-, sølv- og guld-spisemærket.

Overordnet set var der et meget begrænset kendskab til alle de tre økologiske spisemærker. Kun 11 % af dem havde set sølv-spisemærket før og var sikker på dets betydning, 23,3 % var usikker på, hvad det betød, selvom de havde set det før, og 65,7 % havde aldrig set det før.

Kendskabet til guld-spisemærket lå på næsten samme niveau, da der kun var en procentdel på 12,6 % af respondenterne, som havde set det før, og som var sikre på dets betydning, mens 23,7 % var usikker på dets betydning, selvom de havde set det før, og 63,7 % havde aldrig set det før.

Der var en marginal forbedring i kendskabet til bronze-spisemærket, hvor en procentdel på 14,4 % havde set det før, 27,7 % var usikker på dets betydning, selvom de havde set det før, og 57,9 % havde aldrig set det før (figur 23).

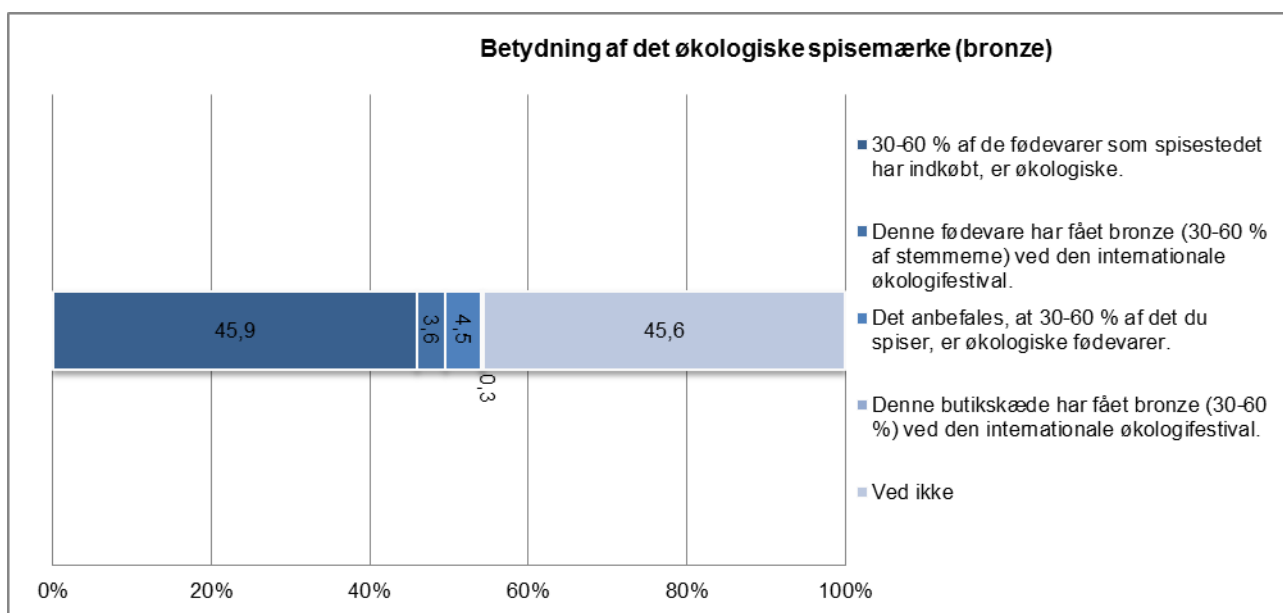


Figur 23

4.11 Betydning

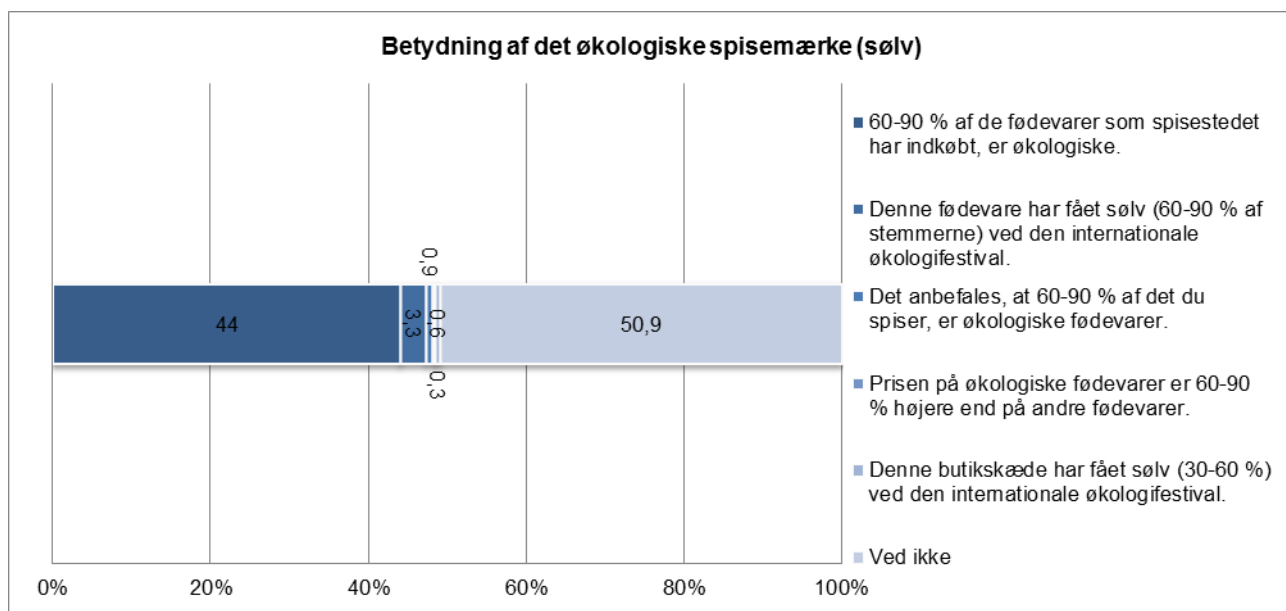
Deltagerne blev bedt om at angive deres forståelse af de økologiske spisemærker, ved at vælge én ud af seks valgmuligheder. Valgmulighederne var mulige fortolkninger af mærkernes betydning og de fleste var vildledende, bortset fra det rigtige svar samt 'Ved ikke' valgmuligheden.

Resultaterne viste, at 45,9 % af respondenter forstod den rigtige betydning af bronze-spisemærke, som var "30-60 % af de fødevarer som spisestedet har indkøbt, er økologiske". 45,6 % vidste ikke hvad dets betydning var, mens resten af svarene var fordelt i mindre procentdele mellem de fire andre valgmuligheder, som var forkerte. Valgmuligheden "Prisen på økologiske fødevarer er 30-60 % højere end på andre fødevarer" fik 0 % af svarene (figur 24).



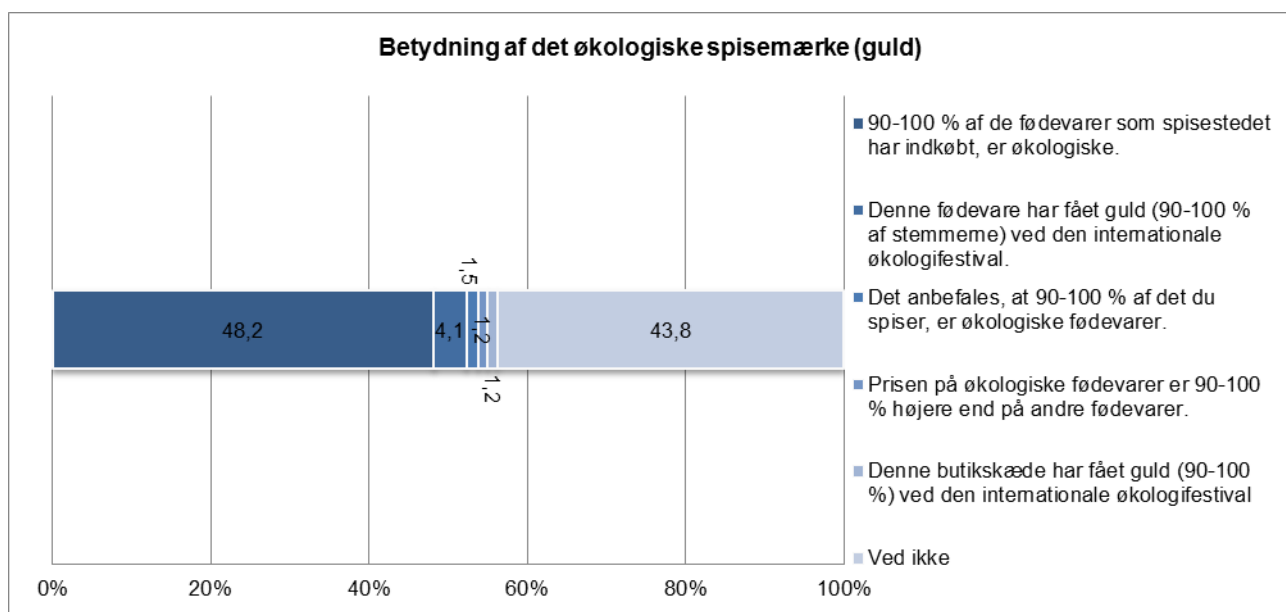
Figur 24

Vedrørende sølv-spisemærket var der 44 % af respondenter, som forstod dets betydning ("60-90 % af de fødevarer, som spisestedet har indkøbt, er økologiske"), mens 50,9 % ikke vidste, hvad dette var. Resten af svarerne var fordelt i mindre procentdele mellem de fire andre valgmuligheder, som var forkerte (figur 25).



Figur 25

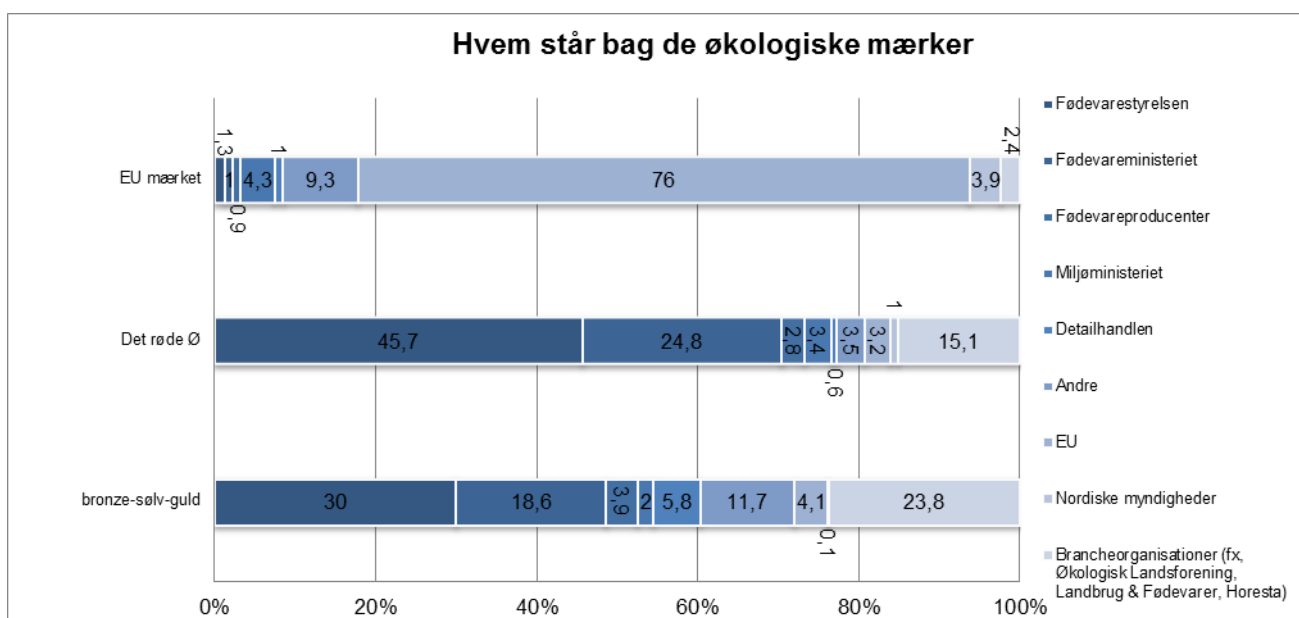
Det økologiske spisemærke med den højeste procentdel rigtige svar var guld-spisemærket med 48,2 %, dog var der en stor procentdel af respondenterne, som ikke kendte dets betydning (43,8 %). Resten af svarene var fordelt mellem de fire andre valgmuligheder, som var forkerte (figur 26).



Figur 26

4.12 Hvem står bag de økologiske mærker?

Respondenterne blev her bedt om at angive, hvem de troede stod bag hhv. det røde Ø-mærke, det grønne EU-mærke og de tre økologiske spsemærker. De fik ni svarmuligheder, hvoraf det ene var ”Andet”. Respondenterne svarede i høj grad rigtigt på dette spørgsmål. 76 % svarede rigtigt vedrørende det grønne EU-mærke, mens i alt 70,5 % af respondenterne gav rigtige svar vedrørende, hvem, der stod bag det røde Ø-mærke. Her svarede 45,7 %, at Fødevarestyrelsen stod bag mærket, og 24,8 % at Fødevareministeriet stod bag det. Begge svar er rigtige. På spørgsmålet omkring de tre økologiske spsemærker (bronze-, sølv- og guld-spsemærket), svarede 30 %, at Fødevarestyrelsen, og 18,6 % at Fødevareministeriet står bag dem. Igen begge svar var rigtige. Resten af svarene blev fordelt i større eller mindre procentdele blandt de andre valgmuligheder, som var forkerte. (figur 27).



Figur 27

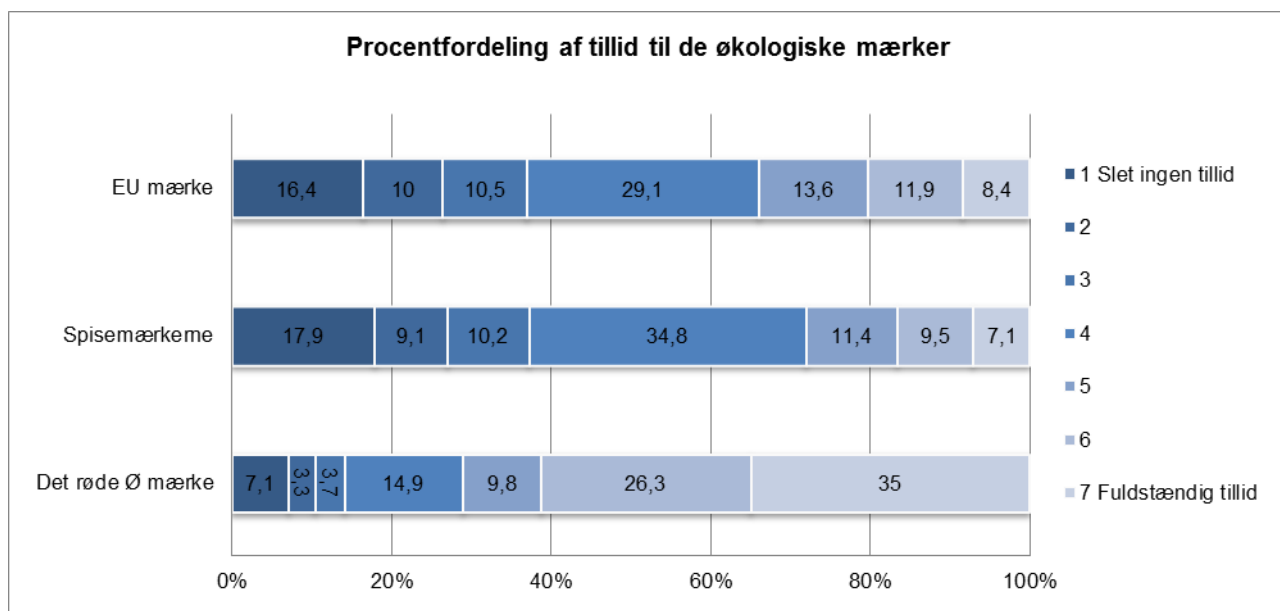
4.13 Tillid til de økologiske mærker

Respondenternes tillid til de tre økologiske mærker (EU-mærket, Det røde Ø-mærke og Spisemærkerne) blev målt på en skala fra 1-7 (1=slet ingen tillid, 7=fuldstændig tillid). Den gennemsnitlige score for tillid til Spisemærkerne var 3,69, og var den laveste blandt de tre, mens for EU-mærket var tilliden lidt højere på 3,83. Det røde Ø-mærke var det, som opnåede den højeste gennemsnitlige tillid blandt deltagerne, på 5,36.

En mindre procentdel på 8,4 % af respondenterne angav, at de havde fuldstændig tillid til det grønne EU-mærke, og 16,4 % at de slet ingen tillid havde til dette mærke. Procentdelen af deltagerne, som havde fuldstændig tillid til spisemærket, lå på 7,1 %, mens antallet af de der 'slet ingen tillid' havde nåede op på 17,7 %. Der var en markant større procentdel af respondenterne, som havde fuldstændig tillid til det røde Ø-mærke (35 %) i forhold til de to andre mærker.

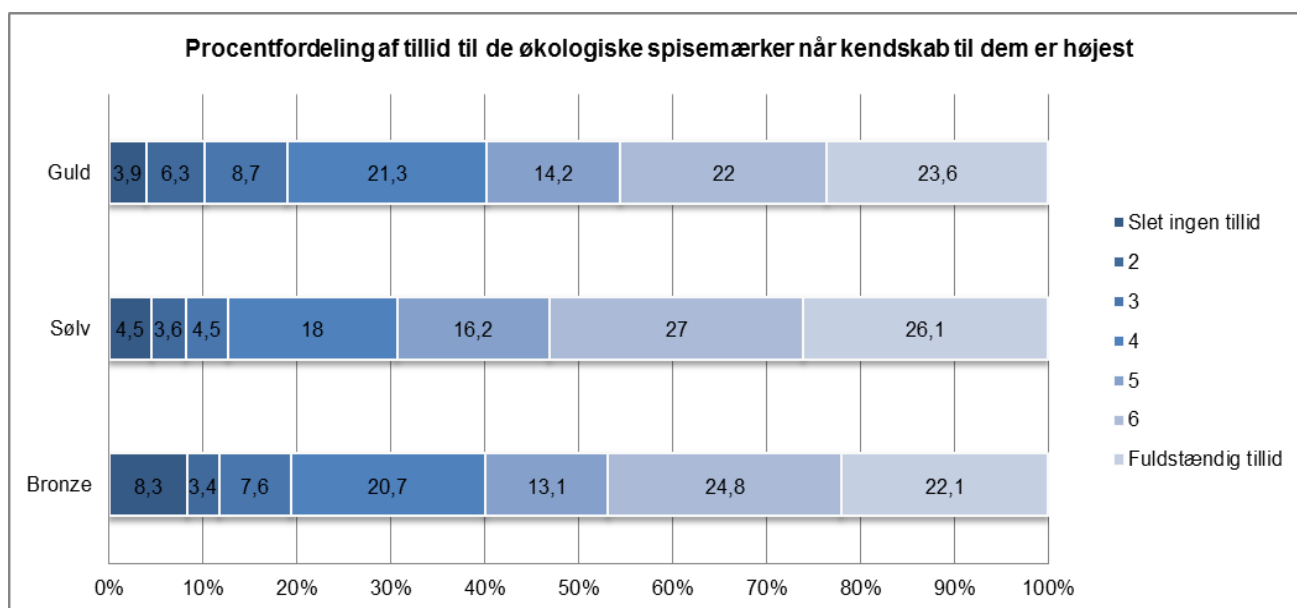
Derudover var procentdelen af respondenterne, som slet ingen tillid havde til det røde Ø-mærke på kun, 7,1 %.

På EU-mærket og Spisemærkerne lå størstedelen af respondenternes svar i midten af skalaen, på punkt 4 som er et neutralt punkt med henholdsvis 29,1 % og 34,8 %. Se figur 28 nedenfor.



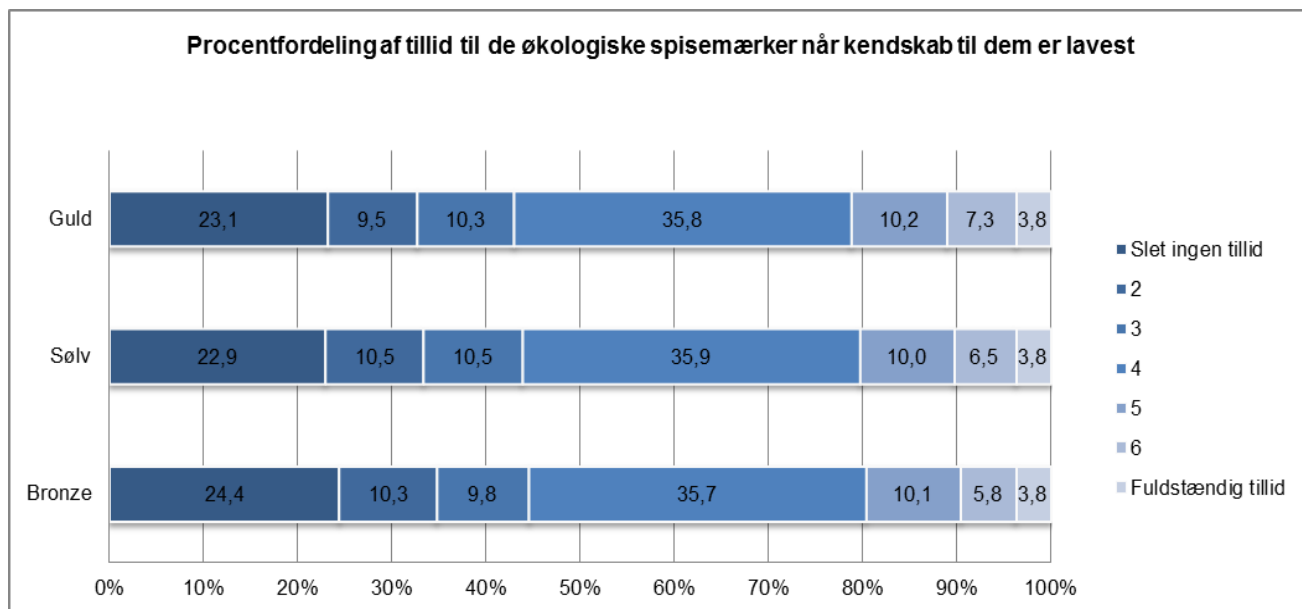
Figur 28

Af respondenterne som tidligere havde svaret, at de både havde set bronze-spisemærket før, og var hel sikre på betydningen af det, angav 22,1 %, at de havde fuldstændig tillid til spisemærket. Blandt respondenterne, som tidligere havde set det gyldne spisemærke og forstod dets betydning, var der 23,6 %, som havde fuldstændig tillid til spisemærket, og blandt de, som havde set og kendte betydningen af sølv-spisemærket, var der 26,1 %, som havde fuldstændigt tillid til spisemærket. Se figur 29 nedenfor.



Figur 29

Af respondenterne som tidligere havde svaret, at de aldrig havde set bronze spsemærket før, angav 3,8 %, at de havde fuldstændig tillid til spsemærket. Blandt respondenterne, som ikke tidligere havde set det gyldne spsemærke, var der 3,8 %, som havde fuldstændigt tillid til spsemærket, og blandt de, som ikke havde set sølv-spsemærket før, var der også 3,8 %, som havde fuldstændigt tillid til spsemærket. Se figur 30 nedenfor.

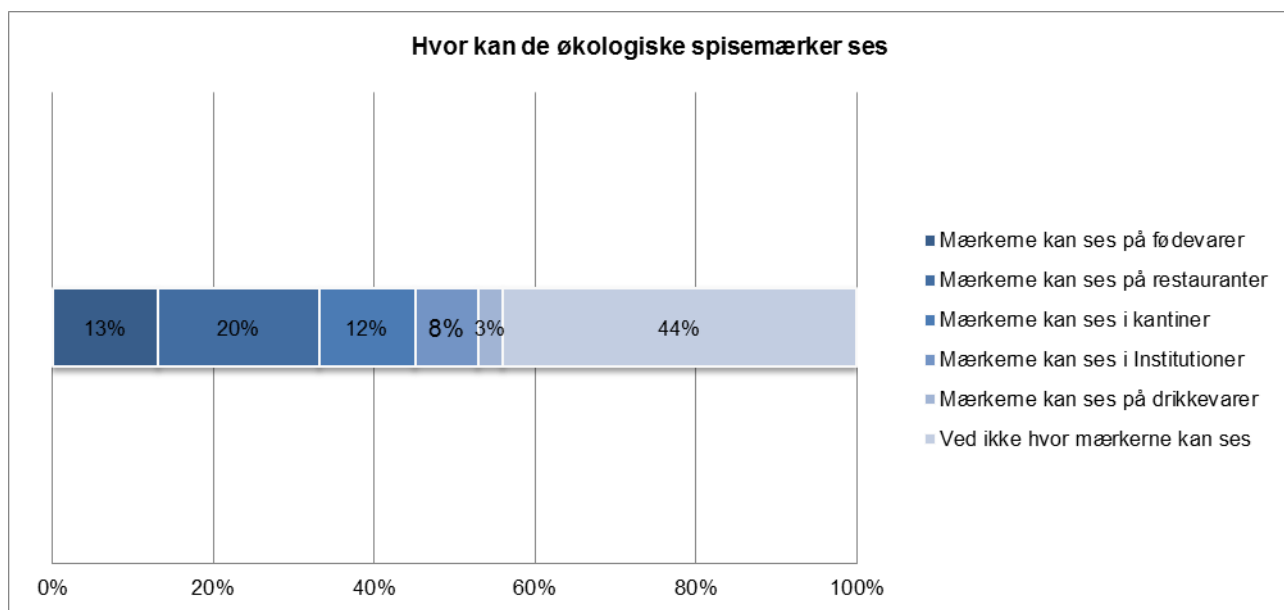


Figur 30

4.14 Hvor kan de økologiske spsemærker ses?

Respondenterne blev bedt om at angive, hvor de havde set bronze-, sølv- og guld-spsemærkerne, og blev præsenteret med seks valgmuligheder, hvor tre af dem var rigtige ("på restauranter", "i kantiner", "i institutioner"), to var forkerte ("på fødevarer", "på drikkevarer") samt "ved ikke".

Overordnet set var der et begrænset antal, som vidste, hvor de forskellige økologiske spsemærker kunne ses. I alt var der en kumulativ procentdel på 40 % rigtige svar, som var mindre end procentdelen af "ved ikke" svar, som bestod af 44 %. 16 % af svarene var forkerte, da der blev valgt "på fødevarer" og "på drikkevarer" (figur 31).



Figur 31 (% repræsenterer procentdel af svar i hver valgmulighed)

5 Konklusion

Formålet med rapporten har været at afdække danskernes holdning til at fremme økologi i de offentlige køkkener, herunder en belysning af betalingsvillighed, samt at belyse forbrugernes kendskab til de økologiske spsemærker. Disse emner blev belyst ved hjælp af et web-baseret spørgeskema, hvor både selvforståelsen og den reelle forståelse blev målt.

Overordnet viser undersøgelsens hovedresultat, at den danske befolkning i overvejende grad har en positiv indstilling til at fremme økologi i de offentlige køkkener.

Det er dog ikke alle, som er lige positive, og hvem der er mere eller mindre positiv følger for det meste det mønster, som man også kender fra holdningen til og efterspørgsel efter økologiske varer til eget forbrug. Kvinder, folk med højere indkomster og med højere uddannelse, yngre mennesker samt byboerne er mere positive indstillet end mænd, folk med mindre indkomster, ingen eller kort uddannelse, ældre mennesker, samt folk der bor i landlige omgivelser.

Der ses en sammenhæng mellem eget forbrug af økologiske produkter og holdningen til økologi i offentlige køkkener: de, der selv køber økologisk har også en mere positiv holdning til økologi i de offentlige køkkener, hvilket kan ses som udtryk for en 'spillover' effekt mellem forskellige livsområder.

Holdningen til økologi i offentlige køkkener hænger sammen med ens personlige og sociale normer i forhold til, i hvilken udstrækning man bør spise økologisk, hvilket var at forvente. Den hænger også sammen med folks livsværdier. Den største sammenhæng er med værdien 'universalisme', hvilket er i overensstemmelse med andre undersøgelser om holdninger til og køb af økologiske produkter. Interessant er det dog, at der også er sammenhæng med andre, mere egocentrerede værdier som hedonisme, stimulering og præstation, hvilket fint illustrerer, at den danske befolknings holdning til økologi ikke længere bare er et spørgsmål om et bedre samfund og et bedre miljø, men også om personlig nydelse og oplevelse.

Holdningen er lidt forskellig, når man differentierer efter institutionstype, hvor holdningen er mest positiv i forhold til økologi i børnehaver, vuggestuer og hospitaler og mindst positiv overfor økologi i fængsler.

Hvad de økologiske spsemærker angår, så er kendskabet til dem indtil videre begrænset, hvilket nok hænger sammen med deres indtil videre begrænsede udbredelse. Der var ikke mange egentlige misfortolkninger af, hvad mærkerne står for, men mange som ikke vidste, hvad disse mærker betød. Tilliden til spsemærkerne er markant lavere end til Ø-mærket, selv blandt de som kender deres betydning, og hvad de signalerer. Alt dette kan forandre sig i takt med spsemærkernes stigende udbredelse.

Reference List

- Dunlap, Riley E., Van Liere, Kent D., Mertig, Angela G., & Jones, Robert Emmet. (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. doi: 10.1111/0022-4537.00176
- Elle Jensen, Egberg Mikkelsen. (2006). Projekt Basiskost; Sunde og økologiske fødevarer i storkøkkener. In D. Fødevareforskning (Ed.), (pp. 44). København.
- FDB. (2009). Danskernes forbrug af ansvarligt producerede varer: Økologi, Fair Trade, miljømærker. Set i lyset af den økonomiske recession (pp. 40). København.
- Fødevareministeriet. (2012). Økologisk Handlingsplan 2020. København: Fødevareministeriet, Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri.
- Fødevareministeriet. (2013). Det Økologiske Spisemærke. from <http://www.oekologisk-spisemaerke.dk/det-offentlige>
- Schwartz, S. H. (2003). A Proposal for Measuring Value Orientations across Nations *the Questionnaire Development Package of the European Social Survey*.
- Stern, Paul , Dietz, Thomas, Abel, Troy, Guagnano, Gregory , & Kalof, Linda. (1999). A value-belief-norm theory of support for social movements: The case of environmentalism. *Human ecology review*, 6(2), 81-98.
- Stern, Paul C. (2000). New Environmental Theories: Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407-424. doi: 10.1111/0022-4537.00175
- Thøgersen, John. (1999). Spillover processes in the development of a sustainable consumption pattern. *Journal of Economic Psychology*, 20(1), 53-81. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0167-4870\(98\)00043-9](http://dx.doi.org/10.1016/S0167-4870(98)00043-9)
- Thøgersen, John. (2009). The Motivational Roots of Norms for Environmentally Responsible Behavior. *Basic and Applied Social Psychology*, 31(4), 348-362. doi: 10.1080/01973530903317144
- Thøgersen, John. (2011). Eksportstrategi for danske økologiske fødevarer (pp. 68). Fødevareministeriet: MAPP Centre for Research on Customer Relations in the Food Sector Aarhus Universitet.
- Thøgersen, John, & Noblet, Caroline. (2012). Does green consumerism increase the acceptance of wind power? *Energy Policy*, 51(0), 854-862. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.enpol.2012.09.044>
- Thøgersen, John, & Ölander, Folke. (2002). Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study. *Journal of Economic Psychology*, 23(5), 605-630. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0167-4870\(02\)00120-4](http://dx.doi.org/10.1016/S0167-4870(02)00120-4)

Default Question Block

Del 1:

Forbrug af økologiske fødevarer

Hvad er dit køn?

- ☐ Mand
- ☐ Kvinde

Af de sidste 10 gange du har købt følgende varer, hvor ofte var de da økologiske?
(Angiv hyppighed for hvert produkt)

	Aldrig	Et par gange	Omkring halvdelen	De fleste gange	Altid	Køber aldrig dette produkt
Mælk	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Æbler	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Müsli	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Juice	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Svinekød	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gulerødder	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Havregryn	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Leverpostej	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Æg	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Oksekød	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Smør	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hvedemel	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Marmelade	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kylling	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ost	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Madolie	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Spegepølse	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pasta	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Hvilke af følgende mærker kender du?

	Har aldrig set	Har set det, men er usikker på hvad det betyder	Har set det, og er sikker på hvad det betyder
	☐	☐	☐



☐	☐	☐
☐	☐	☐

Block 2

Hvad betyder dette mærke?



- ☐ Det anbefales, at 30-60 % af det du spiser, er økologiske fødevarer.
- ☐ Denne fødevarer har fået bronze (30-60 % af stemmerne) ved den internationale økologifestival.
- ☐ 30-60 % af de fødevarer som spisestedet har indkøbt, er økologiske.
- ☐ Prisen på økologiske fødevarer er 30-60 % højere end på andre fødevarer.
- ☐ Denne butikskæde har fået bronze (30-60 %) ved den internationale økologifestival.
- ☐ Ved ikke

Hvad betyder dette mærke?



60-90% økologi

- ☐ Denne fødevarer har fået sølv (60-90 % af stemmerne) ved den internationale økologifestival.
- ☐ Prisen på økologiske fødevarer er 60-90 % højere end på andre fødevarer.
- ☐ Det anbefales, at 60-90 % af det du spiser, er økologiske fødevarer.
- ☐ Denne butikskæde har fået sølv (30-60 %) ved den internationale økologifestival.
- ☐ 60-90 % af de fødevarer som spisestedet har indkøbt, er økologiske.
- ☐ Ved ikke

Hvad betyder dette mærke?



90-100% økologi

- ☐ 90-100 % af de fødevarer som spisestedet har indkøbt, er økologiske.
- ☐ Det anbefales, at 90-100 % af det du spiser, er økologiske fødevarer.
- ☐ Denne fødevarer har fået guld (90-100 % af stemmerne) ved den internationale økologifestival.
- ☐ Denne butikskæde har fået guld (90-100 %) ved den internationale økologifestival.
- ☐ Prisen på økologiske fødevarer er 90-100 % højere end på andre fødevarer.
- ☐ Ved ikke

Block 3

Hvor kan man se disse mærker henne?



☐ I Institutioner

- ☐ På drikkevarer
- ☐ På fødevarer
- ☐ I kantiner
- ☐ På restauranter
- ☐ Ved ikke

Hvem tror du står bag dette mærke?



- ☐ Miljøministeriet
- ☐ Detailhandlen
- ☐ Fødevarestyrelsen
- ☐ Fødevareministeriet
- ☐ EU
- ☐ Brancheorganisationer (fx, Økologisk Landsforening, Landbrug & Fødevarer, Horesta)
- ☐ Fødevareproducenter
- ☐ Nordiske myndigheder
- ☐ Andre

Hvem tror du står bag disse mærker?



- ☐ Nordiske myndigheder
- ☐ Fødevarestyrelsen
- ☐ Miljøministeriet
- ☐ Fødevareproducenter
- ☐ EU
- ☐ Detailhandlen
- ☐ Brancheorganisationer (fx, Økologisk Landsforening, Landbrug & Fødevarer, Horesta)
- ☐ Fødevareministeriet

☐ Andre

Hvem tror du står bag dette mærke?



- ☐ Detailhandlen
- ☐ EU
- ☐ Fødevareproducenter
- ☐ Fødevarestyrelsen
- ☐ Miljøministeriet
- ☐ Brancheorganisationer (fx, Økologisk Landsforening, Landbrug & Fødevarer, Horesta)
- ☐ Nordiske myndigheder
- ☐ Fødevareministeriet
- ☐ Andre

Hvor stor tillid har du til dette mærke?



Slet ingen tillid



Fuldstændig tillid

Hvor stor tillid har du til følgende mærke?



30-60% økologi

Slet ingen tillid



Fuldstændig tillid

Hvor stor tillid har du til følgende mærke?



Slet ingen tillid



Fuldstændig tillid

Regeringen ønsker at det offentlige skal gå foran i en grøn omstilling. Målet er 60 % af den offentlige bespisning skal være økologisk.

På en skala fra 1 - 7, hvad mener du om:

At bruge økologiske varer i den offentlige bespisning er

meget dårligt



meget godt

At bruge økologiske varer i den offentlige bespisning er

meget dumt



meget klogt

At bruge økologiske varer i den offentlige bespisning er

jeg meget imod



jeg meget for

Er du mest for eller imod planen om mere økologi i den offentlige bespisning?

☐ Mest for

☐ Mest imod

Nævn nedenfor de tre vigtigste grunde i prioriteret rækkefølge (1 er vigtigst) for at sige JA til mere økologi i de offentlige køkkener.

Nævn nedenfor de tre vigtigste grunde i prioriteret rækkefølge (1 er vigtigst) for at sige NEJ til mere økologi i de offentlige køkkener.

I hvilke offentlige institutioner mener du at det er vigtigst at prioritere økologi?

(Svar på en skala fra 1 - 7, for hver institution)

	Slet ikke vigtigt 1	2	3	4	5	6	Meget vigtigt 7

Skoler og uddannelsessystem	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Plejehjem	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fængsler	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kantiner på offentlige arbejdspladser (kommuner, regioner, Staten)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Børnehaver/vuggestuer	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hospitaler	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Nu vil vi bede dig om at tage stilling til følgende udsagn:

Hvor enig eller uenig er du i de følgende udsagn om økologi?

Når jeg køber økologiske fødevarer beskytter jeg natur og grundvand

Helt uenig ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Helt enig

Når jeg køber økologiske fødevarer får jeg færre tilsætningsstoffer

Helt uenig ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Helt enig

Når jeg køber økologiske fødevarer sparer jeg mig selv for sprøjtegifte

Helt uenig ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Helt enig

Når jeg køber økologiske fødevarer fremmer jeg dyrevelfærden

Helt uenig ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Helt enig

Hvor vigtigt er det for dig at beskytte natur og grundvand

Slet ikke vigtigt ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Meget vigtigt

Hvor vigtigt er det for dig at få færre tilsætningsstoffer

Slet ikke vigtigt ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Meget vigtigt

Hvor vigtigt er det for dig at udsætte dig selv for færre sprøjtegifte

Slet ikke vigtigt ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Meget vigtigt

Hvor vigtigt er det for dig at støtte øget dyrevelfærd

Slet ikke vigtigt ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Meget vigtigt

De næste spørgsmål handler om offentlige institutioner

Har du indenfor den sidste måned spist mad fra et eller flere af følgende offentlige institutioners køkken? (sæt kryds i JA hvis du *har* spist i een af institutionerne og sæt kryds i NEJ i de, du *ikke* har spist i)

	Klik for hver institution.		Svares kun for den institution hvori du har spist.	
	Ja	Nej	Hvis JA: Ca. hvor mange måltider har du spist i denne institution den seneste måned?	Hvis JA: Betaler du selv for disse måltider?
Plejehjem	☐	☐		
Vuggestuer/børnehaver	☐	☐		
Fængsel	☐	☐		
Hospital	☐	☐		
Skole og uddannelsesinstitution	☐	☐		
Kantine i kommune, Stat eller region	☐	☐		

Spiser dine børn og/eller nærmeste familiemedlemmer mad fra et eller flere af følgende offentlige institutioners køkken?
(sæt kryds i JA hvis de *har* spist i een af institutionerne og sæt kryds i NEJ i de, de *ikke* har spist i)

	Klik for hver institution.		Svares kun for den institution hvori de har spist.	
	Ja	Nej	Hvis JA: Ca. hvor mange måltider har de spist i denne institution den seneste måned?	Hvis JA: Betaler de selv for disse måltider?
Plejhjem	☐	☐		
Vuggestuer/børnehaver	☐	☐		
Fængsel	☐	☐		
Hospital	☐	☐		
Skole og uddannelsesinstitution	☐	☐		
Kantine i kommune, Stat eller region	☐	☐		

Hvad mener du om at Staten bruger penge på at fremme økologi i de offentlige køkkener?

Synes slet ikke om ☐ ☐ ☐ ☒ ☐ ☐ ☐ Synes meget godt om

Hvor villig er du til at støtte regeringens plan om omlægning til økologi hvis prisen for brugeren er den samme?

Meget uvillig ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Meget villig

Hvor villig er du til at støtte regeringens plan om 60 % økologi i alle offentlige køkkener, hvis det bliver 5 % dyrere for brugeren?

Meget uvillig | ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ | **meget villig**

Del 3:

Nedenfor beskrives kort en person hvor svarene fortæller noget om den persons værdier. Markér ud for hvert udsagn, hvor meget denne person ligner dig.

	Ligner mig slet ikke	Ligner mig ret dårligt	Ligner mig lidt	Ligner mig ret godt	Ligner mig virkelig godt	Ligner mig helt præcist
Det er meget vigtigt for ham at have stor succes. Han kan godt lide at imponere andre.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Han er altid på udkig efter nye eventyr og kan godt lide at tage chancer. Det er vigtigt for ham at have et spændende liv.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er meget vigtigt for ham, at hans land er i sikkerhed. Han synes, staten skal være på vagt overfor trusler, både indenfor og udenfor landet.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Han søger enhver mulighed for at have det sjovt. Det er vigtigt for ham at foretage sig noget, der giver ham fornøjelse og glæde.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Traditioner er vigtige for ham. Han prøver at følge de skikke, der stammer fra hans religion eller familietraditioner.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er meget vigtigt for ham at hjælpe mennesker omkring sig. Han går op i, om de har det godt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det ligger ham meget på sinde, at man skal beskytte naturen. Det er vigtigt for ham at passe på miljøet.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er vigtigt for ham at bestemme og fortælle andre, hvad de skal øre. Han vil gerne have, at folk gør, som man siger.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er vigtigt for ham at være loyal over for sine venner. Han ønsker at være noget for de mennesker, der står ham nær.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er vigtigt for ham at opføre sig ordentligt. Han vil gerne undgå at gøre noget, som andre ville sige, var forkert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Del 3:

Nedenfor beskrives kort en person hvor svarene fortæller noget om den persons værdier. Markér ud for hvert udsagn, hvor meget denne person ligner dig.

	Ligner mig slet ikke	Ligner mig ret dårligt	Ligner mig lidt	Ligner mig ret godt	Ligner mig virkelig godt	Ligner mig helt præcist
Hun er altid på udkig efter nye eventyr og kan godt lide at tage chancer. Det er vigtigt for hende at have et spændende liv.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Traditioner er vigtige for ham. Hun prøver at følge de skikke, der stammer fra hendes religion eller familietraditioner.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det ligger hende meget på sinde, at man skal beskytte naturen. Det er vigtigt for hende	☐	☐	☐	☐	☐	☐

at passe på miljøet.

Det er meget vigtigt for hende at have stor succes. Hun kan godt lide at imponere andre.

Det er meget vigtigt for hende, at hendes land er i sikkerhed. Hun synes, staten skal være på vagt overfor trusler, både indenfor og udenfor landet.

Det er vigtigt for hende at være loyal over for sine venner. Hun ønsker at være noget for de mennesker, der står hende nær.

Det er vigtigt for hende at opføre sig ordentligt. Hun vil gerne undgå at gøre noget, som andre ville sige, var forkert.

Hun søger enhver mulighed for at have det sjovt. Det er vigtigt for hende at foretage sig noget, der giver hende fornøjelse og glæde.

Det er vigtigt for hende at bestemme og fortælle andre, hvad de skal gøre. Hun vil gerne have, at folk gør, som man siger.

Det er meget vigtigt for hende at hjælpe mennesker omkring sig. Hun går op i, om de har det godt.

☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐

Del 3:

Nedenfor beskrives kort en person hvor svarene fortæller noget om den persons værdier. Markér ud for hvert udsagn, hvor meget denne person ligner dig.

	Ligner mig slet ikke	Ligner mig ret dårligt	Ligner mig lidt	Ligner mig ret godt	Ligner mig virkelig godt	Ligner mig helt præcist
Det er vigtigt for ham at være rig. Han vil gerne have mange penge og dyre ting.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er vigtigt for ham at lytte til mennesker, der er anderledes. Selv når han er uenig med dem, vil han alligevel gerne forstå dem.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er meget vigtigt for ham at vise, hvad han kan. Han vil gerne have, at folk beundrer det, han gør.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er vigtigt for ham at have det sjovt. Han kan godt lide at forkæle sig selv.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Han kan godt lide overraskelser og altid på udkig efter nyt at foretage sig. Han mener, det er vigtigt, at han får prøvet mange forskellige ting i livet.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Han mener det er vigtigt, at alle mennesker bliver behandlet lige. Han ønsker retfærdighed for alle, selv for mennesker han ikke kender.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Han synes, man skal gøre hvad man bliver bedt om. Han mener, at man altid skal følge reglerne, selv hvis der ikke er nogen, der ser hvad man	☐	☐	☐	☐	☐	☐

foretager sig.

Det er vigtigt for ham selv at bestemme, hvad han foretager sig. Han kan godt lide at være selvstændig og uafhængig af andre.

Han synes, det er vigtigt ikke at stræbe efter mere, end hvad man har. Han mener, at man skal være tilfreds med det, man har.

Det er vigtigt for ham at bo i trygge omgivelser. Han undgår alt, der kan bringe trygheden i fare.

Det er vigtigt for ham at få nye ideer og være kreativ. Han kan lide at gøre tingene på sin egen særlige måde.

☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐

Del 3:

Nedenfor beskrives kort en person hvor svarene fortæller noget om den persons værdier. Markér ud for hvert udsagn, hvor meget denne person ligner dig.

	Ligner mig slet ikke	Ligner mig ret dårligt	Ligner mig lidt	Ligner mig ret godt	Ligner mig virkelig godt	Ligner mig helt præcist
Hun mener det er vigtigt, at alle mennesker bliver behandlet lige. Hun ønsker retfærdighed for alle, selv for mennesker han ikke kender.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er vigtigt for hende at få nye ideer og være kreativ. Hun kan lide at gøre tingene på sin egen særlige måde.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er vigtigt for hende at lytte til mennesker, der er anderledes. Selv når hun er uenig med dem, vil hun alligevel gerne forstå dem.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hun kan godt lide overraskelser og altid på udkig efter nyt at foretage sig. Hun mener, det er vigtigt, at hun får prøvet mange forskellige ting i livet.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hun synes, man skal gøre hvad man bliver bedt om. Hun mener, at man altid skal følge reglerne, selv hvis der ikke er nogen, der ser hvad man foretager sig.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er vigtigt for hende selv at bestemme, hvad hun foretager sig. Hun kan godt lide at være selvstændig og uafhængig af andre.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hun synes, det er vigtigt ikke at stræbe efter mere, end hvad man har. Hun mener, at man skal være tilfreds med det, man har.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er meget vigtigt for hende at vise, hvad hun kan. Hun vil gerne have, at folk beundrer det, hun gør.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er vigtigt for hende at have det sjovt. Hun kan godt lide at forkæle sig selv.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er vigtigt for hende at være						

rig. Hun vil gerne have mange penge og dyre ting.

Det er vigtigt for hende at bo i trygge omgivelser. Hun undgår alt, der kan bringe trygheden i fare.

☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐

Del 4: 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, i hvilken grad du er enig eller uenig.

	Helt uenig 1	2	3	4	5	6	Helt enig 7
Der er mange der køber økologiske fødevarer.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Der er mange, der synes jeg skal købe økologiske fødevarer	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får dårlig samvittighed, hvis jeg ikke vælger økologiske fødevarer, når det er muligt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg føler, det er min pligt at vælge økologiske fødevarer.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Naturens balance er stærk nok til at klare påvirkningerne fra moderne industrinationer.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mange jeg kender køber økologiske fødevarer.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jorden har meget begrænset plads og begrænsede ressourcer.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hvis tingene fortsætter som nu, vil vi snart opleve en stor miljøkatastrofe.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mennesker der er vigtige for mig, synes at jeg skal købe økologiske fødevarer.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg føler, jeg bør vælge økologiske i stedet for konventionelle fødevarer.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mennesker misbruger miljøet i stort omfang.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
At menneskeheden står overfor en såkaldt "miljøkrise", er stærkt overdrevet.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg har det dårligt med at købe konventionelle i stedet for økologiske fødevarer.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Hvad er din alder?

Hvor mange personer bor der samlet set i din husstand?

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

Viden om forbrugerens indstilling til omlægning til økologi i offentlige institutioner samt kendskab til de økologiske spisemærker er central i forhold til videreudvikling af kampagner samt Fødevarestyrelsens formidling af omlægningen. Denne rapport er baseret på resultaterne fra en spørgeskemaundersøgelse blandt danske forbrugere, foretaget i sommeren 2013 af MAPP – Centre for Research on Customer Relations in the Food Sector, hvor både forbrugernes selv vurderede forståelse og reelle forståelse af forskellige mærkningselementer blev målt. Herudover indgik i undersøgelsen en belysning af betalingsvillighed i forhold til mere økologi i de offentlige køkkener, og om denne betalingsvillighed afhang af tilknytning til den enkelte institution. Endvidere er det undersøgt om forbrugerens tilslutning til offentlig økologi er kontekst- og tilknytningsbestemt, og om forbrugeren kender til de økologiske spisemærker i guld, sølv og bronze, og ved hvad de står for.