

KVALITETSIDEKS 24'

OM HYBRIDPRODUKTER



DEPARTMENT OF MANAGEMENT
AARHUS UNIVERSITY

LUNCH & LEARN
29 JANUARY 2025

ESBEN DURHUUS LEJSGAARD & TINO BECH-LARSEN
RESEARCH ASSISTANT - PROFESSOR



METODE

- Webaseret survey: Standardspørgsmål + Spm. om tema (sometider kvalitativt input).
- Sample: Danskere over 18, der deltager i husstandens indkøb og tilberedning af fødevarer
- Tilstræbt repræsentativitet på: alder, køn, bopæl og uddannelsesniveau
- Ca. 1000 besvarelser årligt ($n_{2014-2024} = 11506$).

TEMA KI24: HYBRIDPRODUKTER



DEPARTMENT OF MANAGEMENT
AARHUS UNIVERSITY

LUNCH & LEARN
29 JANUARY 2025

ESBEN DURHUUS LEJSGAARD & TINO BECH-LARSEN
RESEARCH ASSISTANT - PROFESSOR



LIDT BAGGRUND

- Kød eller fiskeprodukter hvor en del af kødet er skiftet ud med mindre klimabelastende ingredienser, som fx planteprotein eller grøntsager (Barone et al., 2021 & Banovic et al., 2021)
- Kan hybridprodukter bane vejen for omstillingen fra animalsk til vegetabilisk fødevareforbrug?



HVAD UNDERSØGER VI?

Vi undersøger danske forbrugeres forståelse og opfattelse af hybridprodukter på en række områder herunder

- Udbredelse og kendskab
- Forbrugeraccept
- Hvilke produktbetegnelser der er mest attraktive for forbrugeren
- Hybridprodukt som klimavenligt/bæredygtigt
- Hybridprodukt som et sundere alternativ til kød
- Betalingsvillighed

HYBRIDPRODUKTER ER KØDPRODUKTER

- Langt de fleste spiser kød hver dag
- Andel af danskere, der ikke spiser kød de fleste dage om ugen er hverken stor eller i vækst.
- Kan hybridprodukter kompensere for danskernes manglende lyst til reducere kødforbrug?

Tabel 10: Kostvaner med hensyn til kød: 2020, 2023 og 2024

Vælg det udsagn, der passer bedst til dig:	2020 (%)	2023 (%)	2024 (%)
<i>Jeg spiser som hovedregel kød hver dag</i>	59,1	51,8	56,0
<i>Jeg spiser kødfrit en eller flere dage om ugen</i>	30,5	38,9	31,6
<i>Jeg spiser som udgangspunkt ikke kød, men det hænder ved særlige lejligheder</i>	2,3	2,4	2,8
<i>Jeg spiser hovedsageligt plantebaseret, og lave mængder af kød samt moderate mængder af fisk, æg og mejeriprodukter</i>	4,5	4,1	6,4
<i>Jeg spiser aldrig kød, men spiser fisk</i>	2,0	1,7	1,1
<i>Jeg spiser aldrig kød og fisk</i>	0,9	0,8	0,9
<i>Jeg spiser aldrig kød, fisk, mejeriprodukter eller æg</i>	0,8	0,3	1,1

HYBRIDPRODUKTER ER KØDPRODUKTER

For mange forbrugere er kød mere end mad
– det er følelser, vaner og identitet.

Stærk kødtilknytning = lavere villighed til at
prøve hybridprodukter.

Variation mellem forbrugere: nogle er mere
åbne end andre.

Mindre kød eller kød med noget mere?

Tabel 11: Forbrugersegmenterne gennemsnitsscores på kødtilknytningsskalaen (MEAS). N=994

	Kvalitetsbevidste	Moderate	Uengagerede	På tværs af segmen- ter
Hedonisme	3,39 ^a	3,78 ^b	3,94 ^b	3,71
Affinitet	4,40 ^a	4,41 ^a	4,76 ^b	4,44
Berettigelse	2,92 ^a	3,36 ^b	3,56 ^b	3,29
Afhængighed	2,77 ^a	3,25 ^b	3,46 ^b	3,17
Samlet	3,22 ^a	3,55 ^b	3,75 ^b	3,50

Note: Værdier med forskellige hævede bogstaver er signifikant forskellige fra hinanden på niveauet $p > 0,05$

FORBRUGERACCEPT

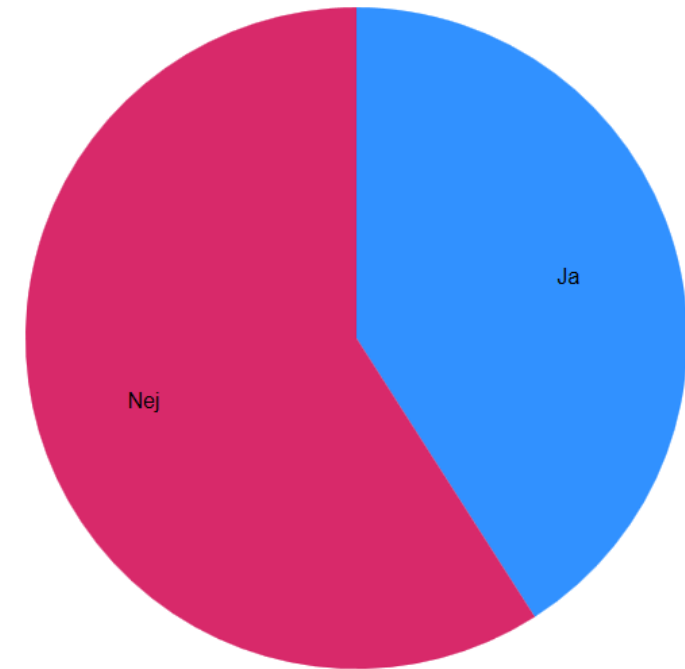
Accept hænger tæt sammen med klimabekymring

Jo mere bekymret → jo større villighed til at prøve

Hybridprodukter ses som et bæredygtigt alternativ

Ekstra: Ingen kønsforskel, få regionsforskelle (46 – 54 i Nordjy)

Har du smagt et hybridprodukt?



FORBRUGERACCEPT OG HYBRIDPRODUKTER

Accept af **andel tilsat planteprotein på 20–30 %** – højere blandt dem, der har prøvet.

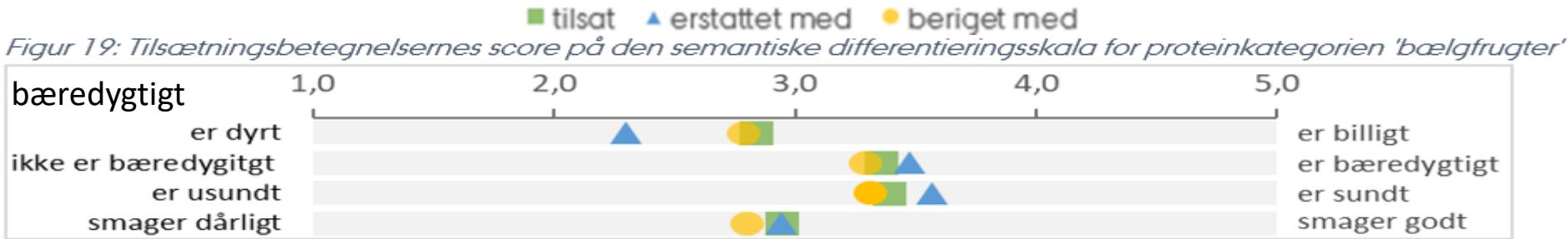
De der har prøvet, er mere positive (synes de er sundere, bæredygtige, smager bedre).

Betegnelser betyder noget: “Erstattet med” scorer bedre end “tilsat” eller “beriget”.

→ Fokus på eksponering

Fiskefars		
	Accept	Foretrukket
	29%*	19%*
	21%*	16%*

Oksefars		
Har du smagt et hybridprodukt?	Accept	Foretrukket
Ja	44%*	28%*
Nej	28%*	21%*



OPSUMMERING OG FREMTID

Kan hybridprodukter understøtte overgangen fra kød til plantebaseret kost?

- Manglende motivation for at reducere kødforbrug
 - Reference til forbrugernes praksis, kan styrke deres motivation for at udvide den.
- De afskrækker ikke – tværtimod kan de opleves som mere bæredygtige og velsmagende
- Forbrugerne forstår hybridprodukter som et klimavenligt alternativ
 - Jo højere klimabekymring desto mere tilbøjelighed er forbrugeren til at have prøvet et hybridprodukt – villigheden til at prøve stiger tillige.



DEPARTMENT OF MANAGEMENT
AARHUS UNIVERSITY