

17. juli 2017

Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000 E info@lf.dk
F +45 3339 4141 W www.lf.dk

Danskerne har tillid til Fairtrade-mærket

Fairtrade-mærket er en af de bedst kendte mærkningsordninger for produkter på det danske marked - kun overgået i kendskab af det såkaldte Ø-mærke. Samtidig opfattes Fairtrade-mærket i høj grad som et troværdigt mærke. Der er dog stor forskel på, hvor ofte danskerne køber Fairtrade-mærkede produkter.

Highlights:

- Analysen viser, at størstedelen af danskerne fortsat kender til Fairtrade-mærket og finder mærket meget troværdigt.
- Fairtrade-mærket er blandt de mest kendte mærker på det danske marked - kun overgået af Ø-mærket.
- Andelen som har hørt om Fairtrade-mærket og kender det godt er meget lig på tværs af alder, køn og regioner.
- Især de unge, kvinder og bosiddende i Region Hovedstaden kender Fairtrade-mærket godt.
- Over halvdelen af danskerne køber Fairtrade-mærkede produkter fra tid til anden - de fleste køber dem dog relativt sjældent.

Fortsat højt kendskab til Fairtrade-mærket

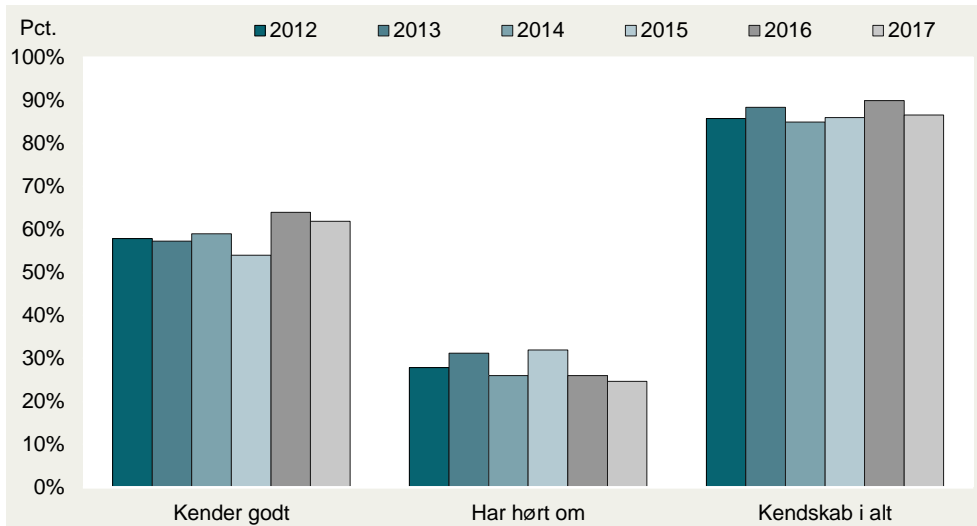
De fleste danskere kender Fairtrade-mærket

87 pct. af danskerne kender i større eller mindre grad Fairtrade-mærket. Mere end halvdelen af danskerne (62 pct.) angiver, at de kender mærket godt, mens en fjerdedel af danskerne svarer, at de 'har hørt om' Fairtrade-mærket. Fairtrade-mærket er således særdeles godt kendt blandt størstedelen af den danske befolkning.

Som figur 1 nedenfor viser, er kendskabet til Fairtrade-mærket blandt danskerne i 2017 på niveau med kendskabet fra tidligere undersøgelser. I de seneste 5 år har det samlede kendskab ligget på mellem 85 og 90 pct. I de tidligere undersøgelser har andelen af dem, som kender Fairtrade-mærket godt ligget relativt stabilt, hvilket også gælder den andel, som har hørt om Fairtrade-mærket.

Samlet set viser undersøgelsen således, at danskerne i høj grad kender til Fairtrade-mærket og at kendskabet ligger på niveau med de foregående 5 år. Dermed viser undersøgelsen også, at andelen af danskere, som ikke kender Fairtrade-mærket (ca. 10 pct.) er uændret.

Figur 1:
Hvilke af nedenstående mærker kender du eller har du hørt om? (Fairtrade) 2012-2017



Kilde: Notstat for Landbrug & Fødevarer, N= 1053

Anm.: I forbindelse med spørgsmålet er respondenterne også blevet vist billeder af de givne mærker.

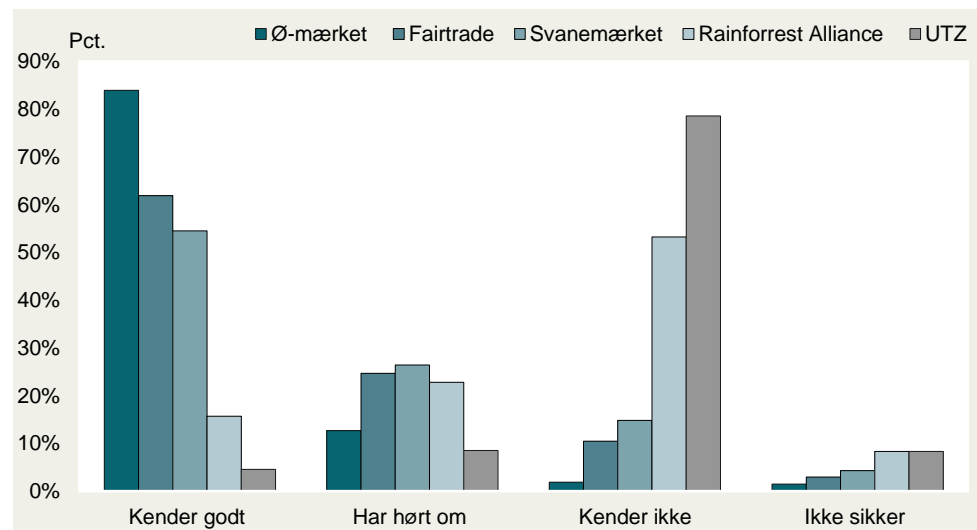
Fairtrade-mærket overgår af Ø-mærket i kendskab

En anden måde at se på danskernes kendskab til Fairtrade-mærket, er at sammenligne den med kendskabet til andre mærkningsordninger på det danske marked. I figur 2 er danskernes kendskab til 5 udvalgte mærkningsordninger i 2017 vist.

97 pct. af danskerne kender Ø-mærket

Det statslige danske økologimærke, det såkaldte Ø-mærke, er klart det bedst kendte af de 5 mærker. 97 pct. af deltagerne i 2017 har således svaret, at de enten har hørt om (13 pct.) eller kender Ø-mærket godt (84 pct.). Dernæst følger to mærker: Fairtrade-mærket og Svanemærket (Nordisk miljømærkning). Som tidligere nævnt angiver 87 pct. af deltagerne i undersøgelsen at de enten har hørt om eller kender Fairtrade-mærket godt, mens det gælder 81 pct. i forhold til Svanemærket. Der er således ingen tvivl om, at Ø-mærket klart er det mest kendte, dernæst Fairtrade-mærket efterfulgt af Svanemærket.

Figur 2:
Hvilke af nedenstående mærker kender du eller har du hørt om?



Kilde: Notstat for Landbrug & Fødevarer, N= 1053

Anm.: I forbindelse med spørgsmålet er respondenterne også blevet vist billeder af de givne mærker.

Der findes som bekendt mange forskellige mærker på det danske marked, og særligt på fødevaremarkedet. Det er dog ikke alle, der er så velkendte som de tre, vi har set på indtil videre. Dette ses for eksempel på kendskabet

til Rainforrest Alliance og UTZ. To mærker som fornyeligt har bekendtgjort at de i løbet af 2017 vil fusionere. Med et samlet kendskab på 39 pct. er Rainforrest Alliance det mest kendte blandt danskerne af de to, mens bare 13 pct. af deltagerne i undersøgelsen kendte UTZ. Ud over at disse mærker er mindre kendte end de resterende mærker i undersøgelsen, er det også værd at bemærke at andelen af dem, som kender dem godt, er lavere for Rainforrest Alliance og UTZ.

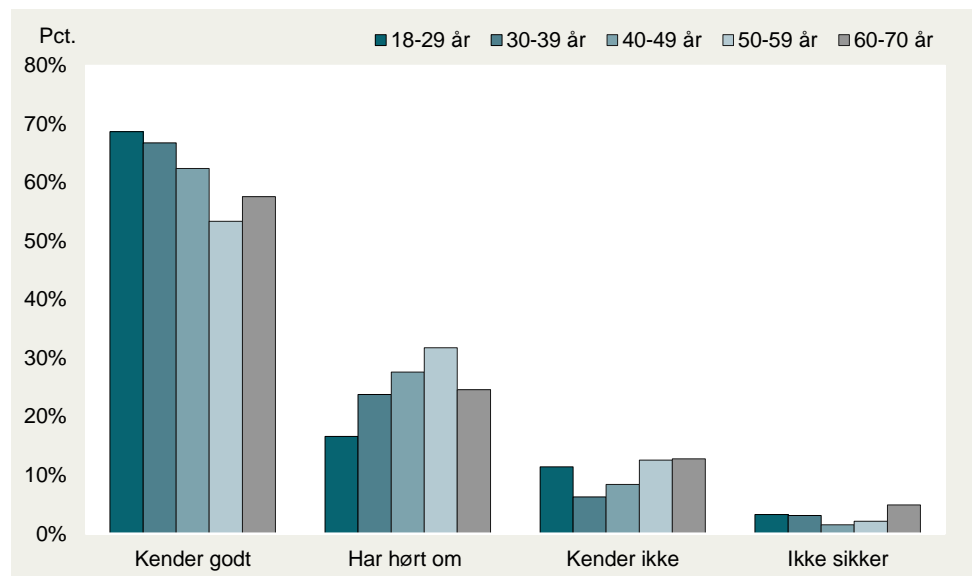
Fairtrade-mærket er bedst kendt blandt unge

Ser man nærmere på forskellige dele af befolkningens kendskab til Fairtrade-mærket, er der på tværs af eksempelvis alder, køn og geografi forskel på, hvor mange som kender Fairtrade-mærket og hvor godt de kender det.

Fairtrade-mærket er klart bedst kendt i aldersgruppen 30-49 år, da 90-91 pct. har angivet, at de har hørt om mærket eller kender det godt. For de øvrige aldersgrupper er det 82-85 pct., som har hørt om mærket eller kender det godt.

Dykker man længere ned og ser på, hvem det er som kender mærket godt og ikke blot har hørt om det, er det især den yngre del af befolkningen, som skiller sig ud. Figur 3 viser således, at 67-69 pct. af befolkningen under 39 år, kender Fairtrade-mærket godt, mens det kun er 53 pct. af dem i alderen 50-59 år.

Figur 3:
Hvilke af nedenstående mærker kender du eller har du hørt om? (Fairtrade)
Fordelt på alder



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, N= 1053.

Fairtrade-mærket er således udbredt blandt samtlige aldersgrupper, men langt flere af de unge angiver, at de kender mærket godt, mens de ældre i højere grad blot har hørt om det.

Kvinder kender Fairtrade-mærket bedre

Udover forskellene i alder ses der også en forskel på, hvor kendt Fairtrade-mærket er blandt kønnene.

67 pct. af kvinderne har svaret at de kender Fairtrade-mærket godt, mens det blandt mændene er 57 pct. Omvendt er der 27 pct. af mændene mod 23 pct. af kvinderne, der har hørt om Fairtrade-mærket. Samlet set vil det altså sige, at 90 pct. af kvinderne kender eller har hørt om Fairtrade-mærket,

mens det for mændene gælder 84 pct. Fairtrade-mærket er således bedre kendt blandt kvinder end hos mænd.

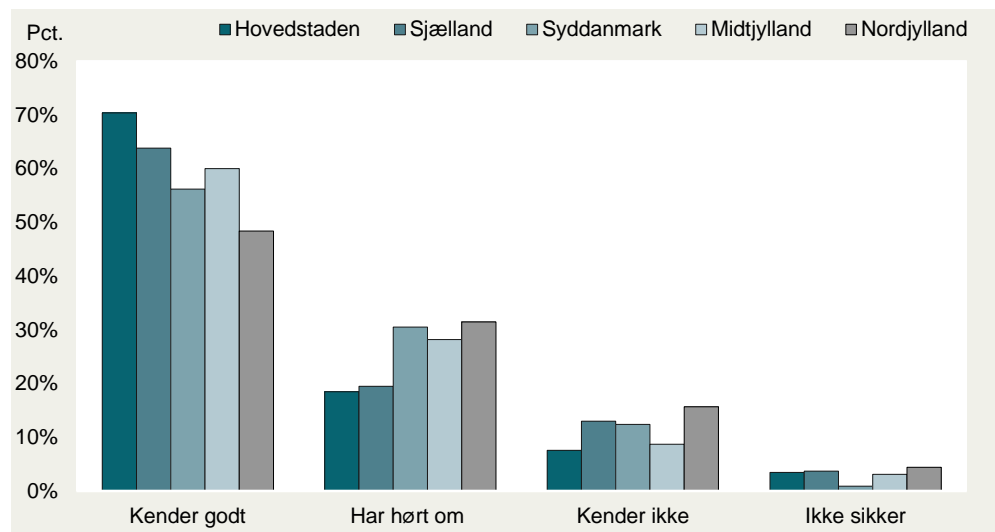
Region Nordjylland kender Fairtrade-mærket, men dårligst

Kendskabet til Fairtrade-mærket er generelt meget udbredt i de enkelte regioner. Region Nordjylland er dog der, hvor færrest kender til Fairtrade-mærket. Her svarer 80 pct. af indbyggerne, at de kender mærket godt eller har hørt om det. I Region Hovedstaden er dette tal 89 pct.

70 pct. i Region Hovedstaden 'kender Fairtrade-mærket godt'

Også i forhold til geografien er der imidlertid forskel på intensiteten af kendskabet. Blandt indbyggerne i Region Hovedstaden svarer 70 pct. at de kender Fairtrade-mærket godt, mens den tilsvarende andel i Region Nordjylland er 48 pct. Der er omvendt flest i Region Nordjylland, Syddanmark og Midtjylland, som har svaret, at de har hørt om Fairtrade-mærket, mens denne andel er lavere i Region Sjælland og Region Hovedstaden.

Figur 4:
Hvilke af nedenstående mærker kender du eller har du hørt om? (Fairtrade)
Fordelt på regioner



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, N= 1053.

Samlet set viser undersøgelsen altså, at størstedelen af danskerne kender Fairtrade-mærket, og at kendskabet stort set er lige på tværs af befolkningsgrupper. Særligt de unge, kvinderne og indbyggerne i Region Hovedstaden kender Fairtrade-mærket godt.

Ø-mærket er det mærke flest danskere tænker på først

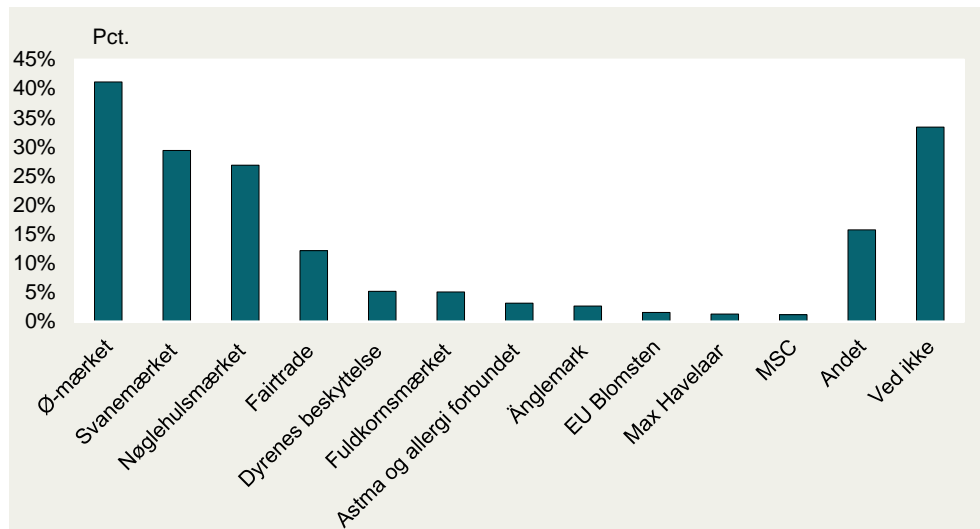
Der er flere forskellige måder at måle kendskabet til et mærke, eller i dette tilfælde en mærkningsordning på. Den første er som ovenfor at spørge deltagerne om de kender specifikke mærker. En anden måde er omvendt at bede deltagerne nævne de mærkningsordninger de kender.

Ø-mærket er det mærke flest danskere tænker på

Spørger man danskerne, hvilke mærkningsordninger de kender, som garanterer for en vis standard (miljømæssig, etisk etc.) for produkter og den måde, de er produceret på, svarer 4 ud af 10 Ø-mærket. Efter økologimærket er de tre bedst kendte mærker Svanemærket (29 pct.), Nøglehulsmærket (27 pct.) og Fairtrade-mærket (12 pct.). Dernæst følger en række forskellige mærker, som alle er blevet nævnt af 5 pct. eller mindre af deltagerne i undersøgelsen. En tredjedel af danskerne kan ikke nævne nogle mærker, der står inde for en vis etisk og/eller miljømæssig standard og svarer ved ikke. Den relativt høje andel af ved ikke svar må alt andet lige

ses som et udtryk for, at mange danskere ikke umiddelbart kender mærkningsordningerne så godt, at de af sig selv kan nævne dem.

Figur 5:
Hvilke mærker på
varer i
dagligvarehandlen kan
du komme i tanke om?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, N= 1053.

Anm.: Andelen for 'Ø-mærket' dækker over summen af besvarelserne: 'økomærket' og økologisk/økologi

Der er stor forskel på hvor mange, som kan nævne et mærke af egen hjælp, og når de bliver spurgt om de kender et specifikt mærke. Dette kan man eksempelvis se ved, at Rainforrest Alliance, som 39 pct. svarer, at de kender når man spørger dem direkte, ikke er nævnt blandt mærkerne i figur 5. Det vil derfor være forkert at se andelene i figur 5 som udtryk for, hvor mange danskere, som kender de givne mærker. I stedet kan man se dem som udtryk for, hvilke mærker de først tænker på, når de bliver bedt om, at tænke på mærkningsordninger. Derfor er det også interessant at se nærmere på, hvilke dele af befolkningen, som især nævner specifikke mærker.

De unge nævner i højere grad Fairtrade-mærket

Der er generelt omkring 10 pct. på tværs af befolkningsgrupper, der nævner Fairtrade-mærket, mens der er relativt flere helt unge og relativt færre i Midt- og Nordjylland, som gør det. Konkret er der 17 pct. af de 18-29 årige, der nævner Fairtrade-mærket sammenlignet med 13 pct. af de 30-49 årige, 10 pct. af de 60-70 årige og 7 pct. af de 50-59 årige. Geografisk er den største andel af danskere, som nævner Fairtrade-mærket blandt de mærker de kender, at finde i Region Sjælland med 17 pct. Den laveste er omvendt i Region Nordjylland med 7 pct. og lidt højere i Region Midtjylland med 9 pct. I Region Syddanmark og Hovedstaden er andelen henholdsvis 13 og 14 pct.

Fairtrade-mærket har høj troværdighed i danskernes øjne

En ting er at kende til et mærke, en anden er om man tør sætte sin lid til det. I undersøgelsen er danskerne derfor også blevet spurgt om, hvor troværdige de mener de enkelte mærkningsordninger er.

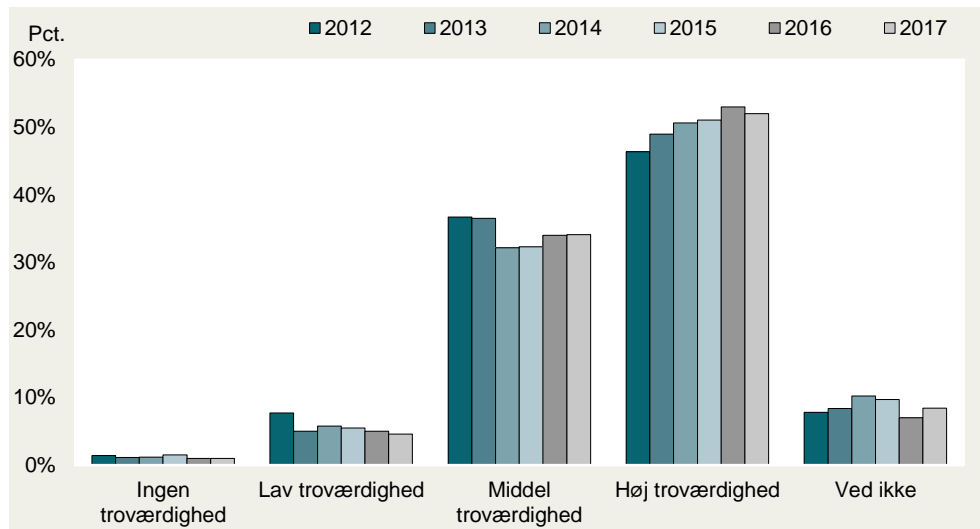
Mere end 8 ud af 10 danskere mener, at Fairtrade-mærket har middel eller høj troværdighed

Langt størstedelen (86 pct.) af danskerne finder Fairtrade-mærket troværdigt. Figur 5 viser desuden, at 52 pct. af danskerne mener, at Fairtrade-mærket har en høj troværdighed, mens omkring en tredjedel mener, at Fairtrade-mærket har en middel troværdighed.

Ses der på udviklingen i troværdigheden af Fairtrade-mærket, har mærket gennemgået en positiv udvikling siden 2012. På blot fem år er andelen af

danskere, som kender Fairtrade-mærket og har angivet at mærket har en høj troværdighed steget fra 46 pct. til 52 pct.

Figur 6:
Hvor troværdige finder du følgende mærker? (Fairtrade) 2012-2017



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, N= Fairtrade (912)
Anm.: Spørgsmålet er kun stillet til dem der har kendskab til Fairtrade-mærket.

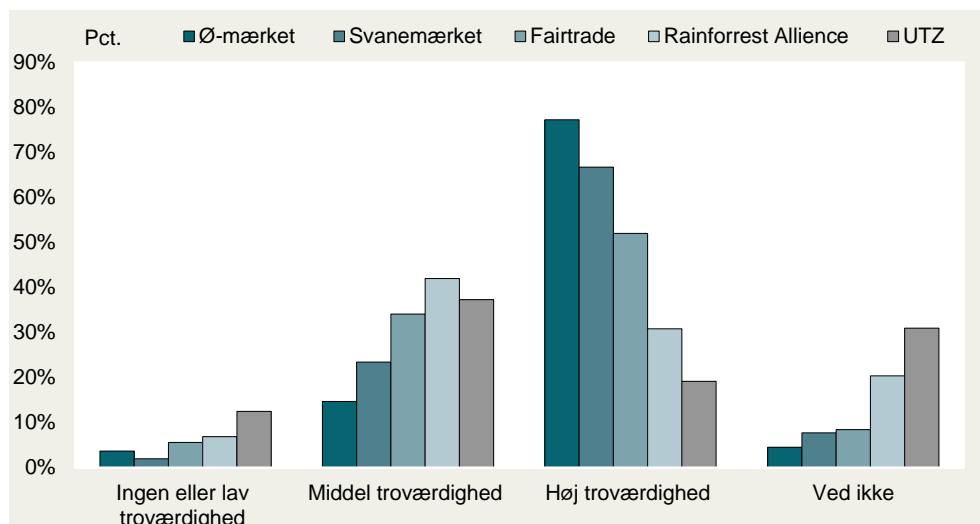
Flere vurderer, at Ø-mærket har højere troværdighed end Fairtrade-mærket

Størstedelen af danskerne, som kender til Fairtrade-mærket, har således tillid til det. Men ser vi på tilliden i forhold til andre mærker, overgås Fairtrade-mærket af Ø-mærket og Svanemærket.

Figur 6 viser således, at 92 pct. af danskerne som kender Ø-mærket, mener at mærket har en middel eller høj troværdighed. For Svanemærket er det 90 pct. af befolkningen, mens det for Fairtrade-mærket er 86 pct. Til sammenligning er det kun et fåtal af danskerne, som mener, at Rainforrest Alliance og UTZ har middel eller høj troværdighed.

Positivt for alle mærkerne er, at kun relativt få af de adspurgte, som kender de respektive mærker, vurderer, at det har lav eller ingen troværdighed. Denne andel er med 13 pct. højest for UTZ, mens den for de øvrige mærker ligger mellem 2 og 7 pct.

Figur 7:
Hvor troværdige finder du følgende mærker?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, N= 912, Nordisk Miljømærkning (Svanemærket) (852), Rainforrest Alliance (406), UTZ (138) og Ø-mærket (1017)
Anm.: Spørgsmålet er kun stillet til dem der har kendskab til Fairtrade.

Personer i Region
Hovedstaden og
Sjælland vurderer
Fairtrade-mærket mere
troværdigt end dem i
Region Syddanmark

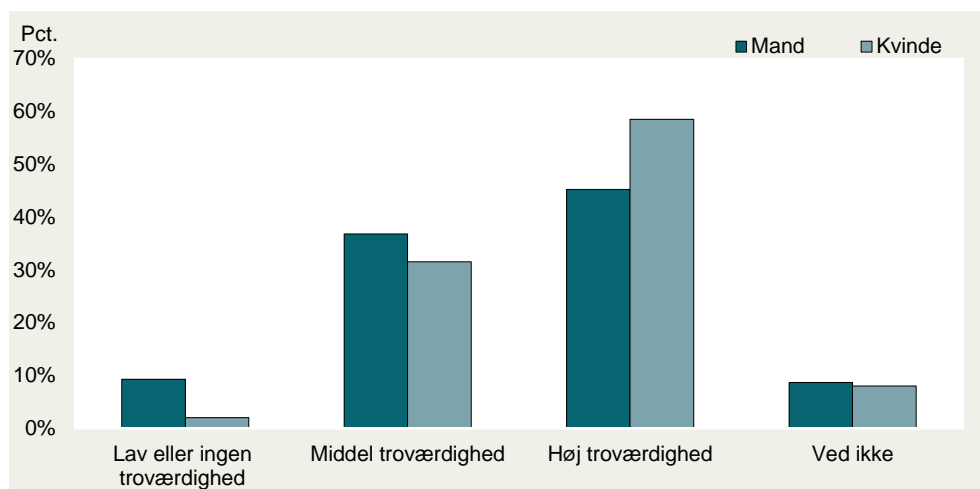
Hovedstaden, Sjællandere og kvinder finder Fairtrade-mærket mere troværdigt

I modsætning til hvad vi så ovenfor er der blandt de forskellige aldersgrupper ingen forskel på, hvordan de vurderer graden af Fairtrade-mærkets troværdighed. Ses der på regioner er der dog en væsentlig forskel på, hvordan personer i Region Hovedstaden og Sjælland vurderer troværdigheden i forhold til Region Syddanmark. 56 pct. af befolkningen, som bor i Hovedstaden eller på resten af Sjælland vurderer Fairtrade-mærkets troværdighed som værende høj, mens det i Region Syddanmark kun er 44 pct.

Flere kvinder end mænd
mener, at Fairtrade-
mærket har høj
troværdighed

Udover forskelle i geografien er der også en mindre forskel imellem kønnenes vurdering af Fairtrade-mærkets troværdighed. Figur 7 viser, der er lidt flere mænd (9 pct.), som mener Fairtrade-mærket har lav eller ingen troværdighed, mens der er færre kvinder (2 pct.), som mener dette. Omvendt er der flere kvinder (59 pct.) end mænd (45 pct.), der mener Fairtrade-mærket har høj troværdighed.

Figur 8:
Hvor troværdige finder du
følgende mærker?
(Fairtrade)
Fordelt på køn



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, N = mænd (442) og kvinder (470)
Anm.: Spørgsmålet er kun stillet til dem der har kendskab til Fairtrade-mærket.

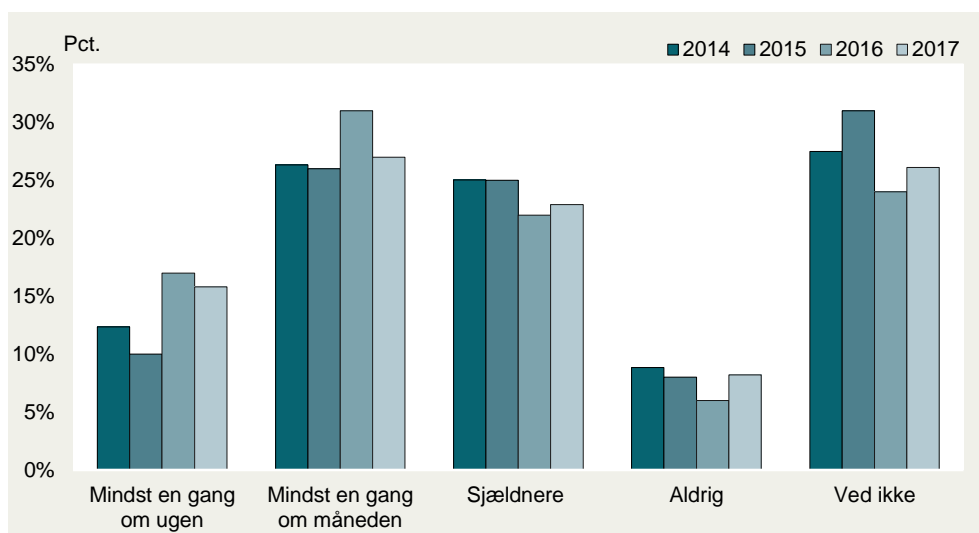
Forskel på hvor ofte danskerne køber Fairtrade-mærkede varer

Størstedelen af danskerne kender altså til Fairtrade-mærket og mener, at Fairtrade-mærket er troværdigt. Men hvor mange danskere køber Fairtrade-mærkede produkter?

To tredjedele af
danskerne køber
Fairtrade-mærkede varer

Undersøgelsen viser, at to tredjedele (66 pct.) af den danske befolkning køber Fairtrade-mærkede produkter, 8 pct. gør det aldrig, mens 26 pct. har svaret 'ved ikke'. Af årsager til, hvorfor 26 pct. af befolkningen ikke ved det kan bl.a. skyldes, at de ikke kan huske, at de har gjort det eller at de ikke ved, hvor ofte de gør det. Blandt andet derfor kan det være svært at konkludere, hvor stor en del af danskerne, som faktisk køber Fairtrade-mærkede produkter. Samtidig kan der også være forbundet en vis usikkerhed med, hvad undersøgelsens deltagere har svaret at de mener de gør og hvad de rent faktisk har gjort. Men der er altså tale om minimum 66 pct. og sandsynligvis også flere, som køber Fairtrade-mærkede produkter i Danmark.

Figur 9:
 Hvor ofte vil du sige, at du selv eller nogen i din husholdning køber Fairtrade-mærkede varer?
 2014-2017



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, N= 1053

Andelen af danskere som køber Fairtrade-mærkede varer er stabil

Andelen af danskere, som køber Fairtrade-mærkede produkter ligger umiddelbart på niveau med andelen fra de seneste tre års undersøgelser. Som nævnt er andelen af danskere som køber Fairtrade-mærkede varer i 2017 66 pct., mens den i de tidligere år har været mellem 61 og 70 pct. Det samme gør sig i vid udstrækning gældende, når man ser på frekvensen af, hvor ofte de køber Fairtrade-mærkede produkter.

Samlet set giver undersøgelsen således et billede af, at flertallet af danskerne køber Fairtrade-mærkede produkter fra tid til anden, men også at de fleste køber dem relativt sjældent. Det mest væsentlige forbehold i denne forbindelse er den store andel, som har svaret 'ved ikke', der som nævnt ovenfor kan tænkes også at købe Fairtrade-mærkede produkter.

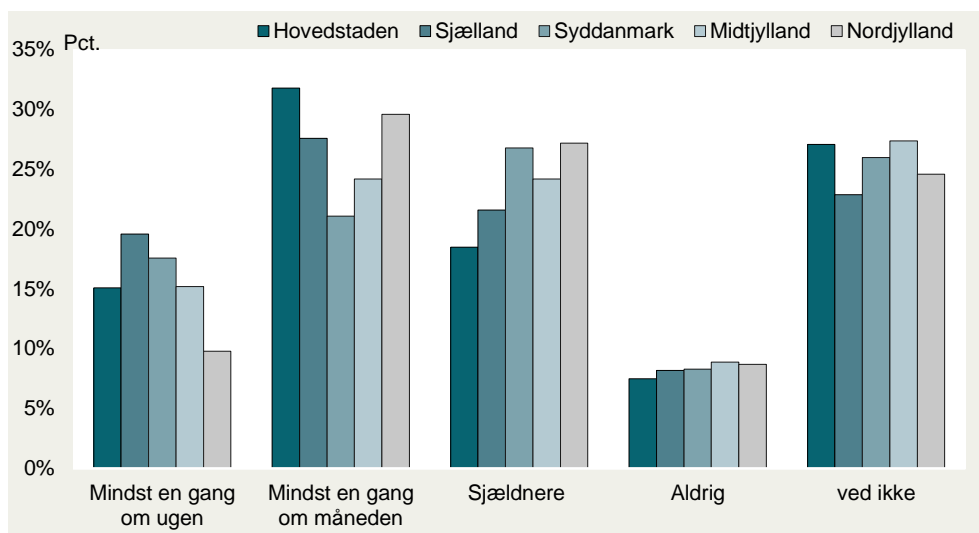
Personer i Region Sjælland og Syddanmark køber oftest Fairtrade-mærkede vare på ugebasis

Indkøbsfrekvensen varierer fra region til region

Som figur 9 nedenfor viser, er der væsentligt flere indbyggere i Region Sjælland (20 pct.) og Syddanmark (18 pct.), som køber Fairtrade-mærkede produkter mindst en gang i ugen end der er i Region Nordjylland (10 pct.). I Region Hovedstaden (47 pct.) og Region Sjælland (47 pct.) køber væsentligt flere personer Fairtrade-mærkede produkter på månedsbasis i forhold til de øvrige regioner (39 pct.).

Selvom man kan se variation i intensiteten af Fairtrade-mærkede køb på tværs af Regioner, og i mindre grad også mellem andre befolkningsgrupper, ændrer det således ikke ved det overordnede billede, nemlig at de fleste køber Fairtrade-mærkede produkter, men at andelen der gør det ofte er relativt lille.

Figur 10:
 Hvor ofte vil du sige at du selv eller nogen i din husholdning køber Fairtrade-mærkede varer?
 Fordelt på Regioner



Kilde Norstat for Landbrug & Fødevarer, N = 1053

Danskerne kender Fairtrade-mærket og har tillid til det

Samlet set viser analysen, at størstedelen af danskerne fortsat kender til Fairtrade-mærket og finder mærket meget troværdigt. Fairtrade-mærket er således blandt de mest kendte mærker på det danske marked - kun overgået af Ø-mærket, som også vurderes som det mest troværdige mærke af de i undersøgelsen medtagede mærker. Det er især den yngre del af befolkningen, kvinder og bosiddende i Region Hovedstaden som kender mærket godt, mens andelen som har hørt om mærket og kender det godt er meget lig på tværs af alder, køn og regioner. Samlet set giver undersøgelsen således et billede af, at flertallet af danskerne som kender Fairtrade-mærke finder det troværdigt og køber Fairtrade-mærkede produkter fra tid til anden, men også at de fleste køber dem relativt sjældent.

Om Fairtrade-mærket

Fairtrade er en international mærkningsordning, der arbejder for at forbedre fremtiden for bønder og arbejdere i nogle af verdens fattigste lande. Bønderne tjener en mindstepris for deres råvarer, og arbejderne tjener en minimumsløn. Begge grupper tjener derudover en bonus, som de for eksempel kan bruge på at bygge en skole eller sundhedsklinik. Fairtrade betyder også, at miljøet skånes. Læs mere på fairtrade-maerket.dk

Metode:

Landbrug & Fødevarer har siden 2012 hvert år gennemført en repræsentativ undersøgelse om danskernes holdning til Fairtrade-mærkede produkter. Den seneste undersøgelse er gennemført i juni 2017 af Norstat for Landbrug & Fødevarer blandt 1053 deltagere (530 mænd og 523 kvinder) repræsentativt udvalgt for den danske befolkning i alderen 18-70 år.



Landbrug & Fødevarer

Axeltorv 3
 1609 København V

T +45 3339 4000
 F +45 3339 4141

E info@lf.dk
 W www.lf.dk

Yderligere kontakt

Christie Nielsen
 Marianne Gregersen

3339 4376 chni@lf.dk
 3339 4677 mgr@lf.dk