

PLANTEBASERET GØDNING TIL PLANTE- BASEREDE FØDEVARER

Rybner Analyse

Kvalitativ rapport, oktober 2022



Indhold

3	INDLEDNING
5	MOTIVER FOR PLANTEBASERET KOST OG FOR ØKOLOGI
8	KENDSKAB TIL GØDNINGSFORHOLD I ØKOLOGISK PRODUKTION
10	EVALUERING AF NYE PLANTEBASEREDE GØDNINGSTYPER
14	FORBRUGERNES BETALINGSVILLIGHED
18	HYPOTESER
20	KONTAKT

INDLEDNING



Indledning

SITUATIONEN

Innovationscenter for økologisk landbrug (ICOEL) arbejder med et projekt, hvis formål er at skabe en rentabel og klimavenlig økologisk produktion af plantebaserede fødevarer, som er uafhængig af husdyrproduktion.

Som en del af projektet har ICOEL bedt Rybner Analyse om at gennemføre en fokusgruppe for at afdække unge økologiske flexitarers holdning til plantebaseret gødning, herunder viden om gødningsforholdene i den økologiske produktion i dag.

Formålet er at undersøge, om forbrugerne vil acceptere en merpris på plantebaserede fødevarer, der er gødet med plantebaserede gødningstyper.

Det skal fremhæves, at indeværende rapport er baseret på én fokusgruppe, hvorfor der er tale om indikationer og holdninger fra relativt få personer.

METODE OG INDHOLD

Der er gennemført en fokusgruppe i Aarhus d. 27. september 2022 med 9 deltagere. 6 af deltagerne er yngre forbrugere, som inkluderer en stor del plantebaserede fødevarer i deres diæt (flexitarer) og 3 er vegetarianere. De køber alle jævnligt økologiske fødevarer.

ICOEL har stået for rekrutteringen, og Rybner Analyse har udviklet spørgeguide, modereret gruppen og skrevet rapport.

Emner

Fokusgruppen tager udgangspunkt i en spørgeguide, der danner grundlag for de emner, der ønskes belyst.

De overordnede emner er:

- Motiver for plantebaseret kost og økologi
- Kendskab til gødningsforholdene i økologisk produktion
- Holdning til 3 nye typer af plantebaseret gødning
- Forbrugernes betalingsvillighed ifm. plantebaseret gødning

MOTIVER FOR EN PLANTE- BASERET KOST OG FOR ØKOLOGI



Klimahensyn er et meget væsentligt motiv for at spise en plantebaseret kost

“ Jeg synes, det er en win win situation at spise plantebaseret; det er bedre for klimaet, vi undgår at støtte dårlig dyrevelfærd, det er sundere, billigere end kød - på alle parametre er det bare bedre! (vegetar)

KLIMA-
HENSYN

Plantebaseret kost har et lavere C02 aftryk.
Det vigtigste argument for at spise plantebaseret er klimahensyn. Flexitarerne kan godt lide kød, men vil gerne gøre noget godt for miljøet og klimaet.

EGEN
SUNDHED

En plantebaseret kost giver øget velvære.
En kødrig kost kan medfører, at man føler sig tung og træt, hvorimod den plantebaserede kost føles lettere og giver en bedre fordøjelse. Man har det bedre i kroppen.

DYRE-
VELFÆRD

Hensyn til dyrene vægter også, men især tidligere.
Vegetarerne nævner, at det var dyrevelfærd, som fik dem til at fravælge kødet i starten, men at klimahensyn nu vejer tungere. Dårlig dyrevelfærd kobles til dårlige transport- og staldforhold.

ØKONOMI

Det opfattes som en billigere løsning at spise plantebaseret. At købe kød er dyrt, så grønt, linser, bønner mv. er økonomisk mere fordelagtigt. At købe plantebaseret fars ses dog som lige så dyrt som hakket kød.

Flexitarerne kan godt lide kød, så de går lidt på kompromis med det, når de spiser mere plantebaseret, men fordelene ved en plantebaseret kost opvejer ulemperne. Især hensynet til klimaet vægtes højt.

Det er interessant, at husstandene i vis udstrækning laver forskellige retter for at tage hensyn til div. diæter, ønsker og spisevaner. F.eks. køber de kød til barnet, som ikke kan lide grøntsager, og plantebaseret til de voksne. Eller tilbereder en kødret til manden og en plantebaseret ret til kvinden.

Motiverne for at spise økologisk minder om de plantebaserede, men koblingen til klimahensyn er svagere

“ ...For mig handler det især om at købe rene grøntsager uden sprøjtegifte (flexitar)

“ ...Det er lidt svært med klimaet, jeg tror økologi er godt for klimaet, men hvis f.eks. grøntsagerne er transporteret langt, så er det jo ikke godt (flexitar)

UNDGÅ SPRØJTE- GIFTE	At undgå sprøjtegifte og pesticider er et meget væsentligt motiv. Spontant nævnes dette som én af de vigtigste årsager til at købe økologiske fødevarer.	EGEN SUNDHED	Egen sundhed kobles til sprøjtegifte. Det handler ikke om at "føle sig bedre tilpas", som ved plantebaseret kost, men mere et udtryk for et ønske om ikke at fylde kroppen med rester af pesticider.
DYRE- VELFÆRD	Dyrevelfærd har størst relevans for animalske produkter. Motivet for at købe økologisk er i høj grad et ønske om, at dyrene skal have det godt.	IDENTITET	Signal værdi. Vil gerne ses som en person, der spiser økologisk. Det betyder, at økologi har et godt image, som man gerne vil identificeres med.
		KLIMA- HENSYN	Nævnes ikke direkte, men flere ser en positiv sammenhæng uden dog at kunne konkretisere det nærmere.

Økologien kobles stadig i høj grad sammen med "rene fødevarer og høj dyrevelfærd".

De stærkeste motiv for at købe økologisk blandt de personer, vi talte med, handler om at undgå sprøjtegifte og skabe bedre forhold for dyrene.

Koblingen til bæredygtighed og klimahensyn er til stede, men i mindre omfang. Det er mere kompliceret for forbrugerne at forholde sig til/forklare.



KENDSKAB TIL GØDNING I ØKOLOGISK PRODUKTION

Forbrugerne har et vist kendskab til gødningsforhold i økologiske produktion

Forbrugerne tænker spontant, at der nok bruges **animalsk gødning til plantebaserede fødevarer**. Ikke fordi, det er noget de tænker over, men alene fordi det er den gødningsform, de kender mest til. Enkelte fremhæver også problemstillingen med, at en vis andel af den økologiske produktion sker med input af konventionel animalsk gødning grundet mangel på økologisk gødning.

Det ses det ikke som et problem, at der anvendes animalsk gødning til produktion af økologiske plantebaserede fødevarer. Det ligger "langt fra produkterne", og det er ikke noget, forbrugerne går op i/tænker videre over. Det har ingen betydning for deres køb i butikkerne, og det påvirker ikke deres opfattelse af de plantebaserede økologiske produkter. **Det forekommer forbrugerne mere problematisk at der anvendes konventionel gødning indenfor økologien.**

HYPOTESE: De økologiske flexitarer kender til gødningsforholdene i det økologiske system, dvs. at økologiske plantebaserede fødevarer er produceret med input af animalsk gødning.

Dette er **delvist bekræftet**. Kendskabet er lavt, og det er ikke noget, man går op i - men det kendes dog.

“

...Jeg har aldrig tænkt over, hvordan der gødes i økologisk produktion

...Jeg er helt flov over, hvor lidt jeg ved om emnet

...mon ikke det kun betyder noget for veganere?



EVALUERING AF NYE PLANTEBASEREDE GØDNINGSTYPER



“ ...Udfase animalsk gødning? Det lyder godt.
Det giver rigtig god mening. At kunne gøre sig
uafhængig af animalsk produktion er glædeligt.
Det handler både om klima og dyreetik.

Konceptet

Plantebaseret gødning giver mulighed for...

1. Flere økologiske plantebaserede fødevarer uden flere køer og grise
2. Mere økologisk landbrug – også i Østdanmark hvor der ikke er så mange dyr (som er nødvendig for den animalske gødning..)
3. At dansk økologisk landbrug som helhed belaster klimaet mindre

Plantebaseret gødning er...

- **Kløvergræs** som gror på marker. Kløvergræs høstes og spredes på andre marker som gødning. Ved hjælp af rodbakterier hiver kløver næring ud af luften.
- **Kompost og have-parkaffald** er planterester fra villahaver og byparker, som afleveres på en losseplads eller genbrugsstation. Det kan bruges som gødning.
- **Recirkuleret plantebaseret madaffald** er eksempelvis komposterede skæve gulerødder, der kasseres, og rester fra forarbejdning af kartofler.

Forbrugerne ser positivt på idéen om plantebaseret gødning

... da det er et skridt i retning mod en øget uafhængighed af animalsk produktion og et mere bæredygtigt landbrug

Plantebaseret gødning ses som mere klimavenligt

Det væsentligste motiv for at spise plantebaseret er klimahensyn. Derfor ser forbrugerne også en mindre animalsk produktion som værende et klimavenligt tiltag, som på sigt giver et mere bæredygtigt landbrug.

Det nedsætter afhængigheden af animalsk produktion

At kunne udfase animalsk gødning og dermed mindske afhængigheden af animalsk produktion opfattes positivt. Det giver rigtig god mening i forbrugernes øjne. Flexitarerne og vegetarerne ønsker generelt en formindskelse af den animalske produktion.

Men bekymringer om faldende udbytte ved brug af plantebaseret gødning i forhold animalsk gødning er fremherskende

Forbrugernes perception er, at animalske gødning er den mest optimale og effektive gødning, som sikrer det bedste udbytte. De lægger vægt på, at de plantebaserede alternativer ikke må medføre mindre udbytte; det ses ikke som bæredygtigt. Holdningen er, at økologisk produktion i forvejen har en udfordring med mindre udbytte i forhold til det konventionelle, og at plantebaseret gødning ikke må gøre denne udfordring større.

Tiltaget harmonerer godt med økologiens image, men forbrugerne ser ikke for sig, at tiltaget kun er økologisk...

Plantebaseret gødning kan ikke "ejes" af økologien, da formålet bør komme hele landbruget/hele Danmark til gavn. Men det er naturligt, at det starter i økologien.

Alle tre plantebaserede gødningstyper skal i spil for at optimere processen. Der er ikke præference for én bestemt type.



Det er da kun godt at benytte alle tre typer plantebaseret gødning. Der vil være brug for så mange alternativer som muligt, hvis man skal komme i mål med at bliver uafhængig.

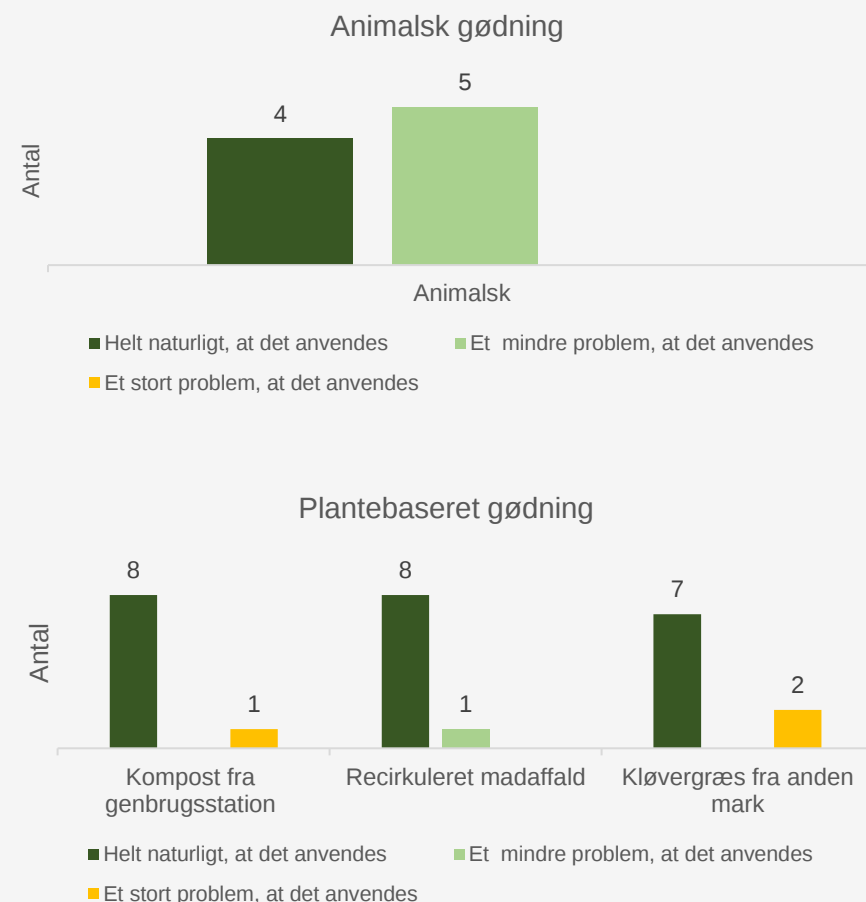
Animalsk gødning

- Delte mening om, hvorvidt det er helt naturligt eller et mindre problem at anvende animalsk gødning til plantebaserede økologiske fødevarer.
- Det er ikke et problem på produktniveau, dvs. at de konkrete plantebaserede fødevarer, man spiser, får input af noget animalsk, men det er et problem i relation til at det **det fastholder en animalsk produktion/en afhængighed**, som de gerne ser minimeret.



Plantebaseret gødning

- Langt hovedparten finder det langt **mere naturligt at anvende en plantebaseret gødning til plantebaserede fødevarer**.
- Igen handler det ikke om at man får "smittet" en plantebaseret kost med animalsk input, men derimod at det opfattes positivt, at Danmark på den lange bane kan blive mere **uafhængig af husdyrgødning og derved en animalsk produktion**.



På trods af en positiv opfattelse er der også skepsis overfor de forskellige gødningstyper, som bundet i manglende viden

“ Jeg synes, kløvermark-idéen lyder totalt molboagtigt! Det dér med at have en mark, som gøder en anden mark lyder sindssygt. Når man tænker på biodiversitetskrise og arealforbrug... Det lyder bestemt ikke bæredygtigt.

“ Jeg kan godt lide tanken om det cirkulære, at man genbruger rester. Men det er vigtigt, at det giver samme udbytte, og det kan jeg godt være i tvivl om.

Animalsk

At benytte animalsk gødning er ikke et stort problem for forbrugerne i dag. De er ikke bekymrede for de konkrete grøntsager, de spise. Men overordnet set ønsker de ikke et landbrug, hvor grøntsagsproduktion er afhængig af animalske produktion.

Kløvergræs

Kløvergræs rejser mange spørgsmål. Forbrugerne kan **ikke se logikken i at bruge et stort areal** til det. Det bør kommunikeres tydeligere. Men Kløvergræs lyder dog tiltalende og skaber nogle fine grønne billeder i forbrugernes bevidsthed.

Kompost fra genbrugsstation

Forbrugerne finder denne gødning problematisk, da de frygter, at **komposten kan bestå af alt muligt "urent"**. På en genbrugsstation kan du smide alt mulig – også planter med Round Up.

Recirkuleret madaffald

Forbrugerne er i tvivl om, hvorvidt der er tale om madaffald fra økologiske eller konventionelle plantebaserede fødevarer. De **frygter, at der blandes konventionelt madaffald** i gødningen til økologiske produkter.



FORBRUGERNES BETALINGSVILLIGHED

Klar præference for plantebaseret gødning frem for animalsk gødning

... men kun hvis prisen på de to produkter er ens!

ØVELSE



ALLE VILLER KØBE DET ØKOLOGISKE SALATHOVED MED PLANTEBASERET GØDNING.

Hvis prisen forudsættes at være ens på de to produkter, så ville ingen vælge det almindelige økologiske salathoved i en indkøbssituation.

Dvs. når prisen ikke er inde som et parameter, så foretrækker alle et produkt, som er produceret med input fra plantebaseret gødning.

Det betyder, at plantebaseret gødning vurderes at være mere positivt end den animalske gødning (den kendte vare) i forbrugernes øjne, men som det senere viser sig, så har prisen stor betydning for adfærden.

Der er lav interesse for at betale mere for plantebaseret gødning

A

Økologiske salathoveder



Pris: 12 kr.

Animalsk gødning (gylle fra husdyr)



Pris: 16 kr.

100% plantebaseret gødning fra kløvergræs



Pris: 16 kr.

100% plantebaseret gødning fra komposteret plantebaseret madaffald.



B

Økologiske havregryn



Pris: 12 kr.

Animalsk gødning (gylle fra husdyr)



Pris: 16 kr.

100% plantebaseret gødning fra kløvergræs



Pris: 16 kr.

100% plantebaseret gødning fra komposteret plantebaseret madaffald.



HYPOTESE: H2: Yngre forbrugere, som allerede inkluderer en stor del plantebaserede fødevarer i deres diæt, er villige til at betale en merpris for plantebaserede fødevarer produceret med plantebaseret gødning.

Ikke verificeret: Forbrugerne er overvejende ikke interesserede i at betale en merpris for plantebaseret gødning. Kun yderst få vil betale marginalt mere, og da kun hvis det bevisligt har lavere klimaaftryk.

Øvelsen viser at, henh. 6 og 7 ud af 9 personer ville købe den billige variant af salaten og havregrynene til 12 kr. dvs. produkterne, der er gødet med animalsk gødning.

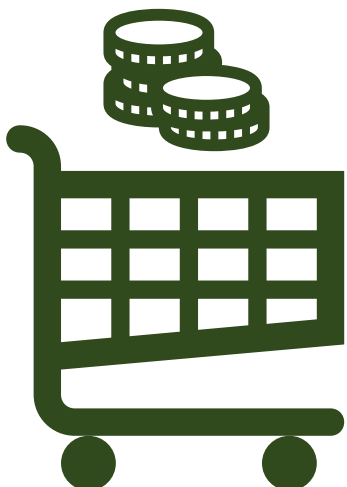
De få personer, som er villige til at betale merprisen på 16 kr., vælger alle gødningen fra komposteret plantebaseret madaffald.

Der er således ingen forskel på, om der er tale om en planteafgrøde, som er i tæt kontakt med jorden, eller et mere forarbejdet produkt som havregryn.

Gødning er et lavinteresseområde som ikke tillægges værdi

“ ...Der må findes en måde at gøre det på, så det ikke bliver dyrere. Jeg går ikke så meget op i det, at jeg er villig til at betale ekstra for den lille fordel, der er i det. Prisen er mere vigtig for mig.

“ ...Vi skal vænne os til at betale for de ting, som vi gerne vil have gennemført. Hvis merprisen er nødvendig for at få landbruget omstillet til et mere grønt landbrug, så vil jeg gerne betale lidt mere for at sikre det.



Gødningsforhold kommer langt nede på listen over bekymringer hos forbrugerne

Der er tale om et område, som ikke optager forbrugerne, og derfor er villigheden til at betale ekstra ikke til stede.

Men viden øger forståelsen...

Når problemstillingen italesættes, så øges forståelsen for området, og forbrugerne bliver lidt mere villige til at betale mere – men stadig på et lavt niveau.

Det er i den forbindelse vigtigt at få kommunikeret, at det medvirker til en mere grøn omstilling af landbruget og et mere bæredygtigt landbrug. Ligeledes at der bevisligt er et mindre aftryk på klimaet ved at vælge plantebaserede fødevarer med plantebaseret gødning. **Kun hvis det har en målbar effekt, kan det retfærdiggøre en merpris i forbrugernes øjne.**

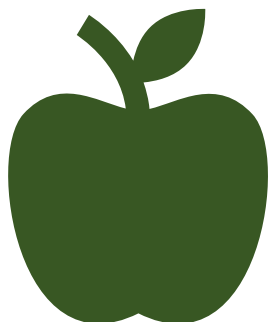


HYPOTESER

Hypoteser

Når plantebaseret gødning italesættes, så så problematiseres et område, som forbrugerne ikke har tænkt over eller set som et problem.

Men viden øger forståelsen, og det ses som et relevant tiltag, der i samspil med andre relevante tiltag, kan styrke økologiens branding ind i bæredygtighedsdagsordenen. Det er den samlede fortælling, der betyder noget i forbrugerens øjne; tiltaget alene kan nok ikke gøre den store forskel.



H1: Yngre forbrugere, som allerede inkluderer en stor del plantebaserede fødevarer i deres diæt, er bevidste om, hvilke typer af gødning, der bruges i de økologiske dyrkningssystemer, herunder at det er tilladt at anvende en andel konventionel gylle/halm.

Delvist verificeret: Forbrugerne ved, at der bruges animalsk gødning, men det er kun fordi det er "den gødning, der kendes" og ikke fordi, det er noget, de går op i. At der anvendes konventionel gødning i økologien er delvist kendt og ses som en større udfordring, end at der bruges animalsk.

H2: Yngre forbrugere, som allerede inkluderer en stor del plantebaserede fødevarer i deres diæt, er villige til at betale en merpris for plantebaserede fødevarer produceret med plantebaseret gødning.

Ikke verificeret: Forbrugerne er overvejende ikke interesserede i at betale en merpris. Kun yderst få vil betale marginalt mere, og kun hvis det bevisligt har lavere klimaafttryk.

H3: Det primære motiv for at ville betale en merpris for plantebaserede fødevarer produceret med plantebaserede gødninger er klimahensyn.

Verificeret blandt de få, som er villige til at betale en (lille)merpris.

H4: Betalingsvilligheden er højere for afgrøder, som er i kontakt med jorden, end for forarbejdede varer som f.eks. havregryn og hvedemel

Ikke verificeret: Forbrugerne skelner ikke mellem produkttyperne, og fanger spontant ikke forskellen (at en afgrøde er i kontakt med jorden vs. forarbejdet).

H7: Betalingsvilligheden er højere for økologiske plantebaserede fødevarer gødet med kløverekstrakt og pelleterede hestebønner end for recirkuleret næringsstoffer.

Ikke verificeret: Forbrugerne kan lide tanken om recirkulation. Brugen af "en ekstra mark" ved kløverekstrakt vækker stor mistro/undren.

Kontakt



 **Rybner Analyse**

Dorte Rübner Lauridsen

T: +45 61 97 49 04

E: info@rybneranalyse.dk

W: rybneranalyse.dk

Dorte Rübner Lauridsen, Rybner Analyse

- ✓ Kvantitativ ekspert med fokus på at gøre data handlingsorienterede
- ✓ Kvalitativ senior fokusgruppe-moderator
- ✓ Dyb indsigt i forbrugeradfærd, fødevarer, trends, FMCG og Retail

 **Rybner Analyse**

