

KVALITETSINDEKS 2017

- FOKUS PÅ FAMILIENS MÅLTIDSSTRUKTUR

KRISTIANE HOLK JEPPESEN, GITTE LUNDBERG HANSEN, TINO BECH-LARSEN OG KLAUS G. GRUNERT

DCA RAPPORT NR. 111 · JANUAR 2018



AARHUS
UNIVERSITET

DCA - NATIONALT CENTER FOR FØDEVARER OG JORDBRUG



KVALITETSINDEKS 2017

- FOKUS PÅ FAMILIENS MÅLTIDSSTRUKTUR

DCA RAPPORT NR. 111 · JANUAR 2018



Kristiane Holk Jeppesen, Gitte Lundberg Hansen, Tino Bech-Larsen, 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
8000 Aarhus C

KVALITETSINDEKS 2017

- FOKUS PÅ FAMILIENS MÅLTIDSSTRUKTUR

Serietitel: DCA rapport

Nr.: 111

Forfattere: Kristiane Holk Jeppesen, Gitte Lundberg Hansen, Tino Bech-Larsen 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: Miljø- og Fødevareministeriet

Fagfællebedømt: Professor Karen Brunsø, MAPP Centret

Fotograf: Forsidefoto: Colourbox

Tryk: www.digisource.dk

Udgivelsesår: 2018

Gengivelse er tilladt med kildeangivelse

ISBN: Trykt version 978-87-93643-10-9. Elektronisk version 978-87-93643-11-6

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 forbrugernes opfattelser af fødevarekvalitet er udarbejdet på baggrund af en bestilling fra Miljø- og Fødevareministeriet som 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, 2017-2020"

Kvalitetsindeks 2017 er den fjerde rapport i en serie, der afdækker danske fødevareforbrugeres opfattelser af fødevarekvalitet, måltidskvalitet og tilfredshed med mad. I Kvalitetsindeks 2017 er der sat fokus på danske familiers måltidsstruktur, roller og regler, samt på hvordan kvalitetsopfattelserne vedrørende fødevare- og måltidskvalitet udvikler sig over tid. En analyse af sidstnævnte er muligjort af, at der efter gennemførelsen af 2017-undersøgelsen foreligger data fra fire forløbende år.

Rapporten er udarbejdet af MAPP Centret, Aarhus Universitet på foranledning af Miljø- og Fødevareministeriets Departement. Resultaterne af undersøgelserne anvendes bl.a. af Madkulturen, der er en selvstændig institution under Miljø- og Fødevareministeriet. Madkulturen arbejder for "bedre mad til alle" med fokus på kvalitet, vækst i fødevareerhvervet og velfærd til danskerne, og Aarhus Universitet bidrager med nærværende rapport således også til, at nutidige og fremtidige generationer af forbrugere får større fokus på fødevarekvalitet.

Niels Halberg,

Direktør DCA – Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug

Indhold

Baggrund og formål.....	7
Teoretisk tilgang.....	8
Hovedundersøgelsen.....	10
Partnerundersøgelsen	11
Tidligere undersøgelser om måltidstrukturer, roller og regler	12
Resultater.....	15
Måltidsstrukturer, roller og regler.....	15
Børnenes deltagelse.....	18
Deltagelse i madlavning og det fælles måltid	19
Normer, oplevelsen af fællesskab og barrierer.....	20
Medieforbruget under måltidet.....	21
Oprydningssituationen.....	23
Hovedundersøgelsen: Kvalitetsindeks 2017.....	24
Tilfredshed med fødevarer- og madrelateret livskvalitet	24
Forbrugernes tilfredshed med den madrelaterede livskvalitet	26
Betalingsvillighed	27
Udviklingen i forbrugernes kvalitetsopfattelser	29
Forbrugersegmenternes opfattelse af kvalitet.....	32
Udviklingen i segmenternes størrelse	34
Udviklingen i segmenternes tilfredshed, betalingsvillighed og kompetencer	35
Kvalitetsindeksmodellen.....	39
Partnerundersøgelsen	41
Forskelle i betalingsvillighed og tilfredshed	47
Konklusion og perspektivering	49
Referencer	52
Bilag 1. Spørgeskema til hovedundersøgelse	54
Bilag 2. Spørgeskema til partner	90
Bilag 3. Demografisk overblik.....	108
Bilag 4. Hårde kompetencer i 2017 fordelt på segmenter	109
Bilag 5. Demografisk overblik – partnerundersøgelsen	112
Bilag 6. Hårde kompetencer i 2017 fordelt på køn i partnerundersøgelsen	114

Baggrund og formål

Med afsæt i et ønske om at nutidens og fremtidens generationer af forbrugere får større viden om og fokus på fødevarerets kvalitet, har Miljø- og Fødevarerministeriet via DCA - Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug bedt MAPP Centret ved Aarhus Universitet om at udvikle et Kvalitetsindeks, der kan bruges til at måle, hvad der påvirker kvalitetsopfattelserne, samt hvordan de ændrer sig over tid. Med udgangspunkt i sådanne målinger ønsker ministeriet at fremme og følge danskernes interesse for kvalitetsfødevarer.

Med henblik på politikudvikling vedrørende fremme af kvalitetsfødevarer har ministeriet brug for veldokumenteret viden om udviklingen i danskernes forbrug, opfattelser, kompetencer, tilfredshed og betalingsvillighed i forhold til kvalitetsfødevarer.

I 2014 blev et kvalitetsindeks således udviklet og afprøvet som instrument til at måle forbrugernes opfattelse af kvalitet og tilfredshed med fødevarer. I 2015 og 2016 blev dette instrument forbedret med fokus på henholdsvis madlavningskompetencer i 2015 og på fødevarerets kvalitet – herunder specifikt fokus på convenience og færdigretter – i 2016. Hensigten med dette års projekt er at udforske de sociale aspekter ved fødevarerindkøb, madlavning og måltider, herunder de måltidsstrukturer, roller og regler, der kendetegner danske familiers fødevarerforbrug.

I 2017 er der som forundersøgelse gennemført en grundig litteratursøgning, hvor formålet har været at give input til de dele af spørgeskemaet, der vedrører de sociale aspekter. Som i de foregående år 2014-2016 er der i 2017 gennemført en spørgeskemaundersøgelse med et repræsentativt udsnit af den danske befolkning. I tillæg hertil er der gennemført en supplerende spørgeskemaundersøgelse rettet mod samleverne til de respondenter, som har angivet, at de er gift/samlevende. Dette har muliggjort en sammenligning af tilfredshed, betalingsvillighed, madlavningskompetencer samt holdninger til indkøb og madlavning for to voksne fra samme husstand. I kvalitetsindeks 2017 vedrører analyserne af det sociale aspekt både forholdet mellem voksne og børn, og mellem de enkelte voksne i husstanden, idet der dog i den gennemgående analyse fokuseres på sidstnævnte.

Eftersom der efter gennemførelsen af 2017-undersøgelsen foreligger data fra fire forløbende år, har det desuden være muligt at analysere udviklingen i kvalitetsopfattelsen, kompetencerne og betalingsvilligheden siden 2014. Der er således på baggrund af det samlede datasæt fra de fire år estimeret en segmenteringsmodel, der også i de kommende år kan danne baggrund for at analysere udviklingen på området.

Teoretisk tilgang

Dette afsnit giver en kort gennemgang af den teoretiske baggrund for udviklingen af Kvalitetsindekset. Der henvises til Kvalitetsindeks 2014 for en grundigere gennemgang (Mørk et al., 2015).

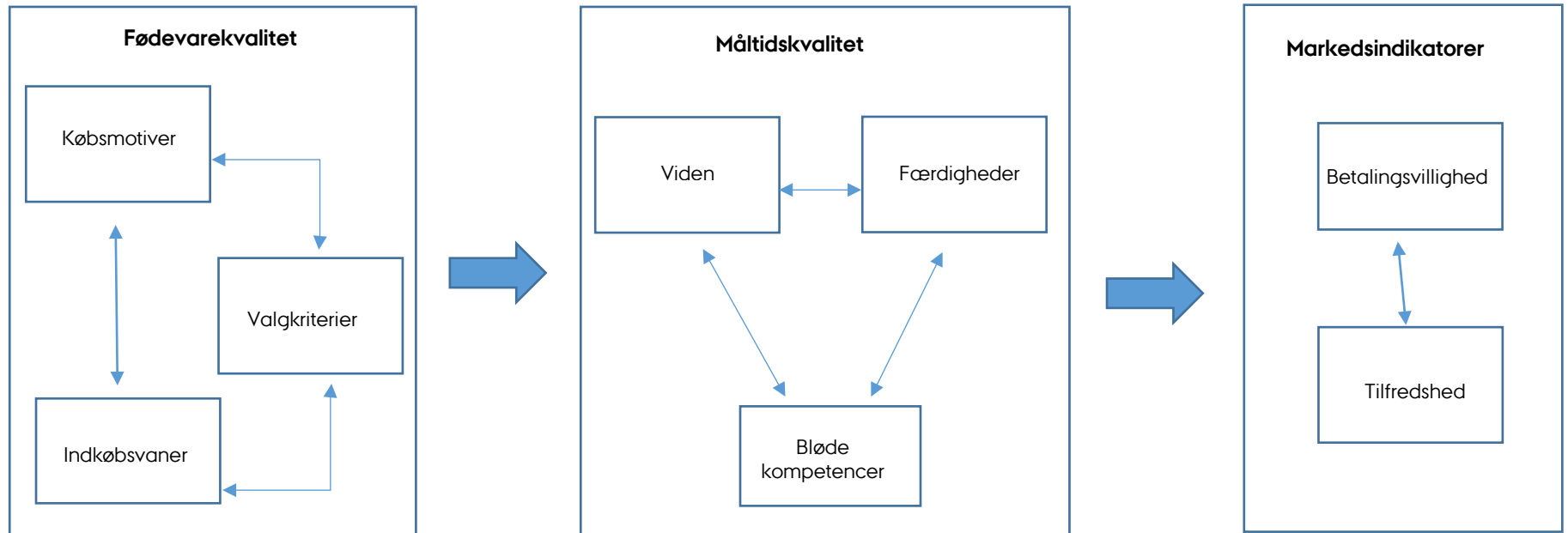
Set fra en forbrugersynsvinkel er kvalitet et begreb i flere dimensioner og i flere lag. Smag, sundhed, bekvemmelighed og produktionsmetode er kvalitetsdimensioner. Bag disse kvalitetsdimensioner ligger en hel række kvalitetsindikatorer (fx mærkevarer og offentlige mærkningsordninger), som forbrugerne bruger til at udlede, hvordan specifikke fødevarer klarer sig på de forskellige dimensioner, og som producenter og detailhandlen anvender til at signalere kvalitet. Derudover kan man, i et tredje lag, se på kvalitetsparametre, som er usynlige for forbrugeren, men som producenterne og detailhandlen bruger for at sikre og dokumentere, at et produkt har den rette kvalitet.

Denne rapport fokuserer på forbrugernes kvalitetsopfattelse – og herunder primært på de nævnte kvalitetsdimensioner og -indikatorer. For en udførlig gennemgang af forbrugernes kvalitetsopfattelse henvises til Kvalitetsindeks 2014 (Mørk et al., 2015), der udfolder de forskellige aspekter af kvalitetsbegrebet og præsenterer en model, der beskriver sammenhængen mellem forbrugernes kvalitetsopfattelser og tilfredshed.

I kvalitetsindeksmodellen (se figur 1 på næste side) skelnes mellem fødevarer- og måltidskvalitet og markedsindikatorerne: tilfredshed og betalingsvillighed ses som et resultat af samspillet mellem de to kvalitetstyper. Forbrugernes betalingsvillighed og tilfredshed er således både et resultat af, hvor meget forbrugerne går op i fødevarerindkøbet, samt af hvordan og med hvem forbrugerne tilbereder og spiser deres måltider. Den samlede kvalitetsoplevelse er på den måde resultatet af en samproduktionsproces, som både fødevarerproducenterne, detailhandlen og de private husholdninger har del i (Olsen & Mai, 2013).

Som det fremgår af figur 1, omfatter Kvalitetsindeksmodellen tre grupper af faktorer: fødevarer- og måltidskvalitet og markedsindikatorerne tilfredshed og betalingsvillighed. Fødevarer- og måltidskvalitet er den kvalitet, som forbrugeren opfatter i et produkt, når det endnu ikke indgår i en spisesituation. Denne er påvirket af forbrugers krav til fødevarer og af de motiver og den informations- og beslutningsproces, som kendetegner forbrugers købsadfærd i forhold til fødevarer. Fødevarer- og måltidskvalitet omfatter valgkriterier, købsmotiver samt indkøbsvaner. Måltidskvalitet vedrører fødevarers omdannelse til måltider, hvilket omfatter viden og erfaringer (der begge anses som hårde kompetencer) samt bløde kompetencer som fx 'kreativitet' (interesse for nye opskrifter og inspirationssøgning). Sidstnævnte blev i 2014 og 2015 beskrevet som engagement og inspiration.

Figur 1. Kvalitetsindeksmodellen



Metode

De undersøgelser, der er gennemført i forbindelse med udarbejdelsen af denne rapport, tager udgangspunkt i Kvalitetsindeksmodellen, der blev udviklet i 2014, og som er illustreret i figur 1 på forrige side.

Hovedundersøgelsen

Hovedundersøgelsen er gennemført som en webbaseret spørgeskemaundersøgelse, hvor et repræsentativt udsnit af den danske befolkning (se bilag 3), der deltager i husstandens fødevarerindkøb og madlavning, er blevet bedt om at svare på spørgsmål vedrørende indkøbsvaner, valgkriterier, købsmotiver, madlavningskompetencer, tilfredshed og betalingsvillighed. Disse tager, ligesom i de tidligere kvalitetsindeksundersøgelser, sit udspring i de spørgsmål, der indgår i instrumentet Fødevarerrelateret Livsstil (FRL) (se fx Grunert et al., 2001).

I år er spørgeskemaet udvidet til at omfatte en række spørgsmål om måltidsstrukturer, roller og regler – med andre ord det sociale omkring måltidet. Disse nye spørgsmål fokuserer primært på husstande med mere end én person og ser på husstandenes måltidsstrukturer, regler og rollefordelinger i forbindelse med indkøb, madlavning og spisesituation. Nogle spørgsmål er rettet mod rollefordelingerne i de enkelte husstande, mens andre er rettet direkte mod børnefamilierne, hvor både børnenes roller og deres samspil med forældrene analyseres. Herudover er der i år spurgt til vigtigheden af de kvalitetsindikatorer, som er udviklet til et andet rådgivningsprojekt, som er igangsat af Miljø- og Fødevarerministeriet om forbrug af kvalitetsfødevarer¹.

Således blev der i dette års hovedundersøgelse spurgt til:

- Kvalitetskriterier ved køb af fødevarer
- Motiver for valg af fødevarer
- Indkøbsvaner
- Spisevaner
- Hårde og bløde kompetencer
- Måltidsstrukturer, roller og regler i forbindelse med indkøb, madlavning og spisesituation
- Vigtigheden af en række kvalitetsindikatorer (jf. rådgivningsprojektet "Forbrug af kvalitetsfødevarer")
- Tilfredshed med de fødevarer, der sælges i butikkerne, samt den mad man spiser

¹ Rammeaftale om forskningsbaseret myndighedsbetjening 2017-2020 mellem Miljø- og Fødevarerministeriet og Aarhus Universitet. Arbejdsprogram 2017 - ydelsesaftale Fødevarer kvalitet og forbrugeradfærd. "Forbrug af kvalitetsfødevarer" - ID-nummer 15. Planlagt til udgivelse primo januar 2018.

- Forbrugernes madrelaterede livskvalitet
- Betalingsvillighed for forskellige typer af kvalitetsmærker
- Demografiske forhold

Partnerundersøgelsen

Som en del af hovedundersøgelsen er der i år gennemført en ekstra spørgeskemaundersøgelse. Partnerundersøgelsen er gennemført blandt ca. 200 partnere til de respondenter, som besvarede hovedundersøgelsen. Rekrutteringen til denne undersøgelse afhang af respondenterne fra hovedundersøgelsen og deres villighed og interesse i at sende spørgeskemaet videre til deres samlever/ægtefælle og herefter hvilke af disse, der var interesseret i at deltage.

Partnerundersøgelsen bestod i en gentagelse af nogle af de spørgsmål, som stilles i hovedundersøgelsen. Således blev der i partnerundersøgelsen spurgt til:

- Kvalitetskriterier ved køb af fødevarer
- Motiver for valg af fødevarer
- Indkøbsvaner
- Spisevaner
- Hårde og bløde kompetencer
- Tilfredshed med de fødevarer, der sælges i butikkerne, samt den mad de spiser
- Forbrugernes madrelaterede livskvalitet
- Betalingsvillighed for forskellige typer af kvalitetsmærker
- Demografiske forhold (få spørgsmål)

Denne tillægsundersøgelse giver mulighed for at sammenligne opfattelser af fødevarekvalitet mellem partnere i en husstand. Det er således muligt at undersøge, hvorvidt partnere har de samme holdninger til indkøb, betalingsvillighed, samme kompetenceniveau, samt hvordan dette påvirker deres tilfredshed.

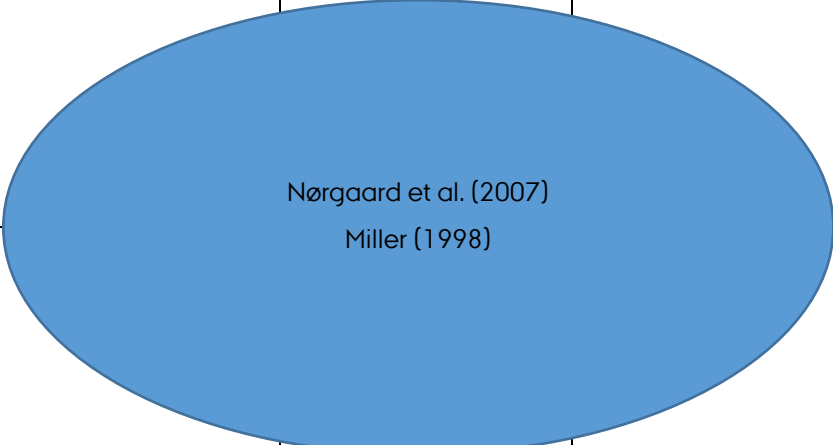
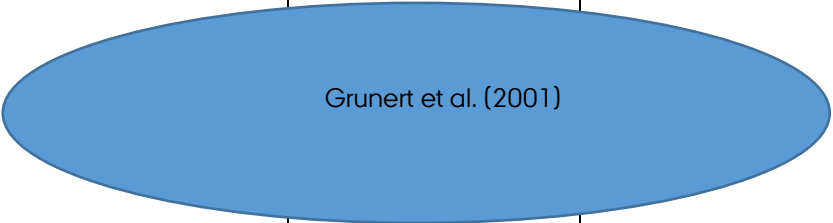
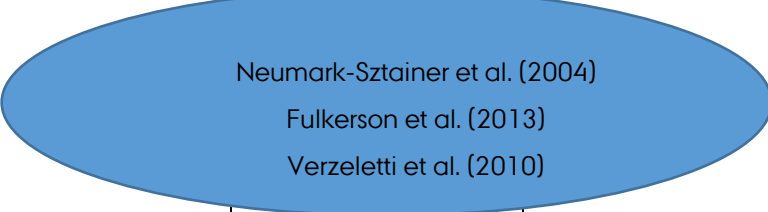
Typisk er det kun én person fra husstanden, som bliver brugt som repræsentant for de andre husstandsmedlemmer. Dette efterlader af gode grunde ikke megen plads til at undersøge forskelle mellem partnerne, hvorfor netop denne partnerdel er af stor forskningsmæssig interesse.

Begge spørgeskemaer blev opsat i software-programmet Qualtrics, testet internt og herefter justeret. Spørgeskemaet til hovedundersøgelsen kan ses i bilag 1, og spørgeskemaet til partnerundersøgelsen kan ses i bilag 2.

Tidligere undersøgelser om måltidsstrukturer, roller og regler

I kvalitetsindeks 2017 er der fokus på hvem, der bestemmer, hvad familien spiser (måltidsstrukturer), hvem der gør/bestemmer hvad i forbindelse med fødevarerindkøb og madlavning (roller), og hvordan det gøres (regler). Med henblik på at give input til undersøgelsen er tidligere undersøgelser på området blevet gennemført. Figur 2 på følgende side illustrerer resultaterne af denne litteratursøgning, og oplister de primære referencer, hvori inspirationen til spørgsmålene vedrørende måltidsstrukturer, roller og regler i spørgeskemaet er fundet (se bilag 1). I overensstemmelse med Kvalitetsindeksmodellen (se figur 1) skelner figur 2 desuden mellem fødevarer kvalitet og måltidskvalitet². For fødevarer kvalitet skelnes mellem planlægningen af indkøbet og købsadfærden i butikken. For måltidskvalitet skelnes mellem madlavning- og spise-/oprydningssituationen.

Figur 2. Rammen for årets litteratursøgning

		Måltidsstrukturer <i>Hvad</i>	Roller <i>Hvem</i>	Regler/ritualer <i>Hvordan</i>
Fødevarer kvalitet	Planlægning	 <p>Nørgaard et al. (2007) Miller (1998)</p>		
	I butikken			
Måltidskvalitet	Madlavning	 <p>Grunert et al. (2001)</p>		
	Spise-/oprydnings-situation	 <p>Neumark-Sztainer et al. (2004) Fulkerson et al. (2013) Verzeletti et al. (2010)</p>		

² Markedsindikatorerne betalingsvillighed og tilfredshed er ikke medtaget i tabellen, da disse ikke direkte lægger sig op af måltidsstrukturer, som der ønskes undersøgt.

Undersøgelsen er således, så vidt det var muligt, baseret på afprøvede spørgsmålsskalaer, men det har desuden været nødvendigt at udvikle nogle få supplerende spørgsmål. Nedenfor gennemgås hovedresultaterne af litteratursøgningen og udgangspunktet for de nye spørgsmål beskrives mere detaljeret.

Af Millers (1998) feltarbejde fremgår det, at selvom det ofte er enkeltindivider, der står for husstandens indkøb, er andre husholdningsmedlemmers præferencer i baghovedet, når det vælges, hvilke varer der puttes i vognen. Millers studie viser således, at langt størstedelen af de kvinder, som køber ind, har andre husstandsmedlemmers præferencer i tankerne. Om mrs. Wynn udtaler Miller fx "*Again and again her actual purchases are related back to household preferences*" (Miller, 1998: s.17). Med henblik på at undersøge dette fænomen spørger dette års spørgeskema til, hvorvidt respondenter tager hensyn til de andre husholdningsmedlemmers præferencer, når der købes ind.

Som udgangspunkt herfor, anvendes spørgsmål baseret på Nørgaard et al. (2007). Nørgaard et al. skelner mellem forskellige faser og elementer i indkøbet og måltidsproduktionen og spørger til, om det er de voksne eller børnene, der har størst indflydelse på de pågældende faser og elementer. I tillæg hertil indeholder kvalitetsindeks 2017 spørgsmål, der afklarer, hvilke af husstandens voksne, der har størst indflydelse på disse områder.

Dette ses i spørgsmålet vedrørende hvem i husstanden, der bestemmer, hvad der skal købes af morgenmad, frokost (inkl. madpakker), aftensmad og mad til andre måltider. Herudover spørges til børnenes rolle, når der købes ind – hjælper de med at vælge hvilken butik, der skal handles i? Finder de madvarerne i butikken? Skubber de indkøbsvognen? osv. Disse spørgsmål er ligeledes inspireret af Nørgaard et al. (2007).

Samproduktion deles som nævnt op i madlavning og spise-/oprydningssituationen. Dette års spørgsmål vedrørende madlavning tager udgangspunkt i Kvalitetsindeks 2014 (Mørk et al., 2015), hvor der blev stillet en række spørgsmål om børns deltagelse i madlavningen.

Med hensyn til spisesituationen tager en stor del af årets nye spørgsmål sit udgangspunkt i Neumark-Sztainer et al.'s undersøgelser om *family meal patterns* (Neumark-Sztainer et al., 2004). Netop *family meal patterns* er interessant, da ønsket er at sige noget om husholdningers måltidsmønstre. Det interessante er med andre ord, hvilke roller og regler de enkelte husholdninger har omkring måltiderne og netop dét, er disse spørgsmålsbatterier gode til.

Neumark-Sztainer arbejder med fire mål for *family meal patterns* – *frequency, priority, atmosphere* og *structure/rules* (Neumark-Sztainer et al., 2004: s. 353), som vi har valgt at oversætte og bruge i dette års Kvalitetsindeks (jf. bilag 1).

Et andet interessant emne, når fokus er på regler omkring måltidet, er medieforbrug under spisning (se bl.a. Holm et al., 2016; Fulkerson et al., 2014). For at undersøge, hvorvidt én eller flere familiemedlemmer ser tv,

spiller computer, taler i telefon osv., mens måltidet indtages, har vi benyttet os af Fulkerson et al.'s afprøvede skala (Fulkerson et al., 2014: s. 1054).

Oprydningssituationen afdækkes ved enkelte spørgsmål om, hvem der står for afrydning, opvask og for at gå ud med skraldet, jf. bilag 1.

Resultater

Nedenfor gennemgås først resultaterne fra dette års undersøgelse af måltidsstrukturer, roller og regler. Herefter diskuteres resultaterne af den fortløbende undersøgelse, herunder både 2017-resultaterne og analyserne af udviklingen fra 2014 til 2017. Afslutningsvist præsenteres resultaterne af partnerundersøgelsen.

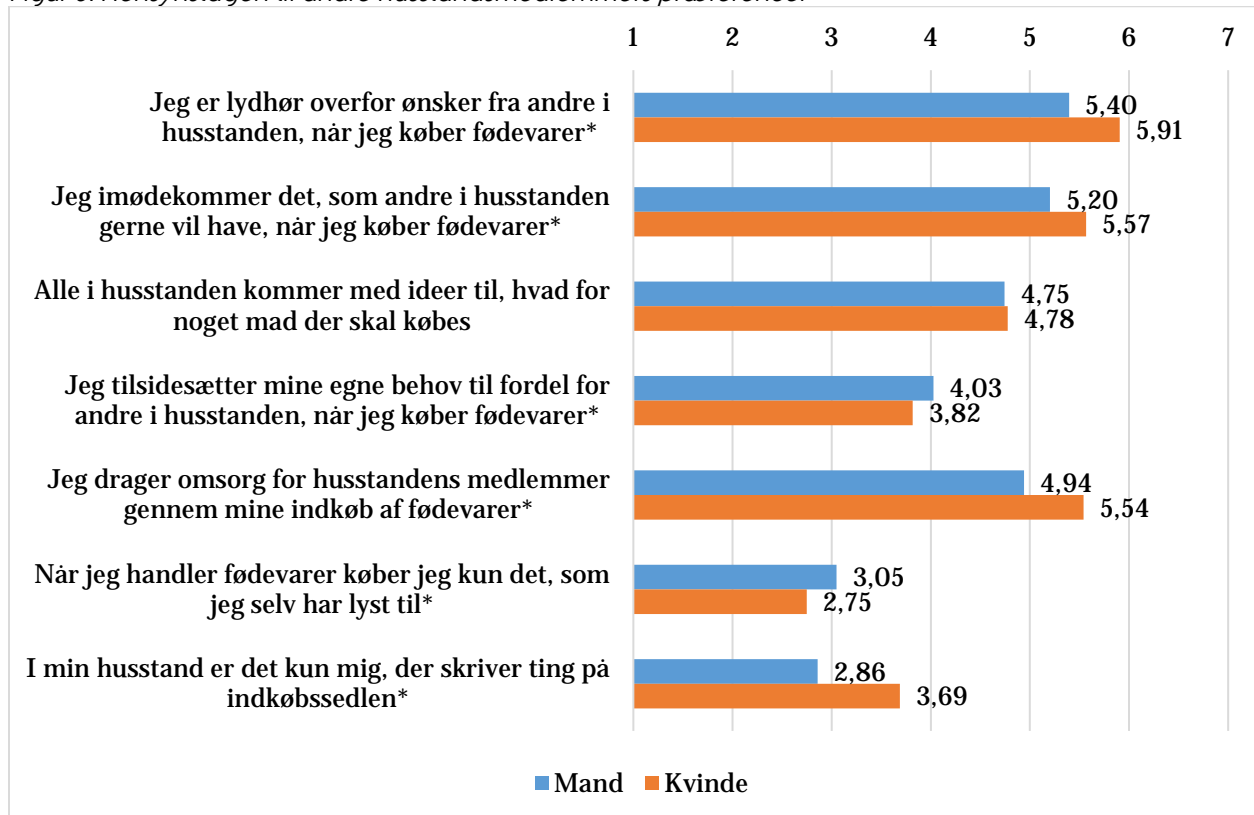
Måltidsstrukturer, roller og regler

Gennemgangen af resultaterne vedrørende måltidsstrukturer, roller og regler følger strukturen i figur 1 og figur 2. Det vil sige, at vi først diskuterer de resultater, der vedrører fødevareindkøbet, og derefter de resultater der vedrører tilberednings-, spise- og oprydningssituationerne.

Af figur 3 på følgende side fremgår det, at begge køn i overvejende grad angiver at være lydhøre over for andre husstandsmedlemmers ønsker, når fødevareindkøbet foretages³. Derudover bruges fødevareindkøbet som et omsorgsinstrument for både mænd og kvinder. Til trods for at begge køn angiver, at de i overvejende grad er lydhøre og imødekommer andre husstandsmedlemmers præferencer observeres en generel kønsforskel. På seks ud af de syv items vedrørende hensynstagen til andre husstandsmedlemmers præferencer ses en signifikant forskel mellem kønnene (t-test: $p < 0,05$). Når der tages hensyn til spørgsmålenes formulering, står det klart, at kvinder i forhold til mænd i højere grad angiver, at de tænker på andre husstandsmedlemmers præferencer. Dette manifesteres også ved, at flere kvinder angiver, at de skriver ting på indkøbssedlen i forhold til mænd. I sammenhæng med, at der ikke er forskel mellem mænd og kvinder i forhold til spørgsmålet '*Alle i husstanden kommer med ideer til, hvad for noget mad der skal købes*', kan det ses som udtryk for, at mænd i lige så høj grad som kvinder erkender, at der i familien findes forskellige præferencer, men at de i mindre grad tænker over det i indkøbssituationen.

³ Alle respondenter i nærværende Kvalitetsindeks har angivet, at de deltager i både husholdens madlavning samt madindkøb. Disse to spørgsmål er screenings spørgsmål, hvorfor personer, som ikke deltager i husholdens madlavning samt madindkøb, er sorteret fra (jf. bilag 1).

Figur 3. Hensynstagen til andre husstandsmedlemmers præferencer

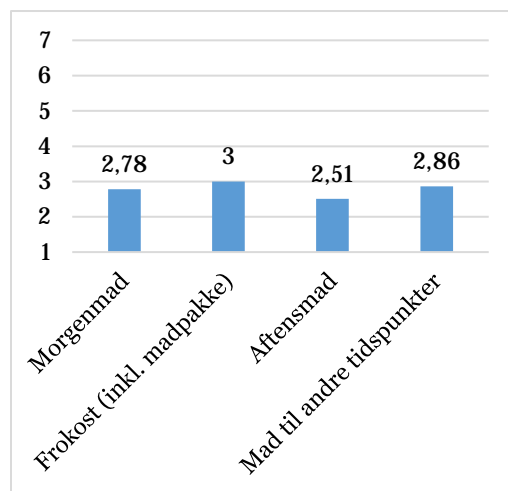


Figurforklaring: "Hvor enig eller uenig er du i nedenstående spørgsmål? Gennemsnit på skala fra 1-7, hvor 1 er 'helt uenig' og 7 er 'helt enig'. Felter markeret med * indikerer de signifikante kønsforskelle ($p < 0,05$).

Resultaterne fra dette års undersøgelse viser også, at rollerne i forhold til, hvem der bestemmer, hvad der skal købes ind til de forskellige måltider er forholdsvis klare (se figur 4). Forældre/forældre bestemmer det meste, men der bliver dog også lyttet til barnet/børnene, idet den gennemsnitlige værdi for de fire måltidsgrupper er 2,8 på en skala fra 1 til 7, hvor 1 er 'forældre/forældre bestemmer fuldstændigt', 4 er 'forældre og barn/børn bestemmer lige meget' og 7 er barn/børn bestemmer fuldstændigt.

Der, hvor børnene har den største medbestemmelse, er ved frokostindkøbet. Netop denne forskel bakkes op af anden forskning, der ligeså viser, at børn typisk har størst indflydelse på mad og de måltider, som er nemme at forberede og mindst indflydelse på aftensmaden (Nørgaard et al., 2007:s. 202).

Figur 4. Bestemmelse af, hvad der skal købes ind til forskellige måltider. Børn vs. forældre.



Figurforklaring: Gennemsnit på skala fra 1-7, hvor 1 er 'Forældre/forældre bestemmer fuldstændigt', 4 er 'Forældre og barn/børn bestemmer lige meget' og 7 er 'Barn/børn bestemmer fuldstændigt'.

Når der ses på husstandens voksne, angiver et flertal af respondenterne, at der er fuldstændig ligebestemmelse i husstanden (se tabel 1). Gennemsnittet for alle fire måltidsgrupper ligger således på cirka 3,47 på en skala fra 1 til 7, hvor 1 er 'jeg bestemmer fuldstændigt', 4 er 'jeg og husstandens anden voksen/andre voksne bestemmer lige meget' og 7 er 'min partner bestemmer fuldstændigt'.

Tabel 1. Bestemmelse af, hvad der skal købes ind til forskellige måltider. Respondenten vs. partneren

	Morgenmad	Frokost (inkl. madpakke)	Aftensmad	Mad til andre tidspunkter
Jeg bestemmer fuldstændigt\1	14,5 %	15,7 %	12,0 %	11,3 %
2	8,5 %	8,2 %	12,7 %	10,8 %
3	7,4 %	7,8 %	11,3 %	12,6 %
Jeg og husstandens anden voksen/andre voksne bestemmer lige meget\4	61,1 %	58,2 %	52,7 %	55,7 %
5	4,9 %	6,2 %	5,6 %	5,5 %
6	1,2 %	2,1 %	3,8 %	2,6 %
Husstandens anden voksen/andre voksne bestemmer fuldstændigt\7	2,5 %	1,8 %	1,9 %	1,6 %
Total i procent	100 %	100 %	100 %	100 %
Gennemsnit	3,47	3,45	3,47	3,47

Tabelforklaring: Tal angivet i procent. Gennemsnit på skala fra 1-7, hvor 1 er 'Jeg bestemmer fuldstændigt', 4 er 'jeg og husstandens anden voksen/andre voksne bestemmer lige meget' og 7 er 'Min partner bestemmer fuldstændigt'. Kun husstande med flere voksne er medtaget.

Med henblik på at undersøge om der er demografiske forskelle i resultaterne, er der gennemført en række t-tests og variansanalyser. Disse viste, at der er en klar kønsmæssig forskel. Således svarer kvinderne i gennemsnit signifikant (t-test: $p < 0,05$) lavere (3,2) på medbestemmelsesskalaen end mænd (3,7). De to køn er med andre ord enige om, at det er kvinderne, der bestemmer mest. Det bør her understreges, at nærværende resultater i modsætning til resultaterne vedrørende partnerundersøgelsen tager udgangspunkt i interviews med kvinder og mænd, der ikke bor i den samme husstand.

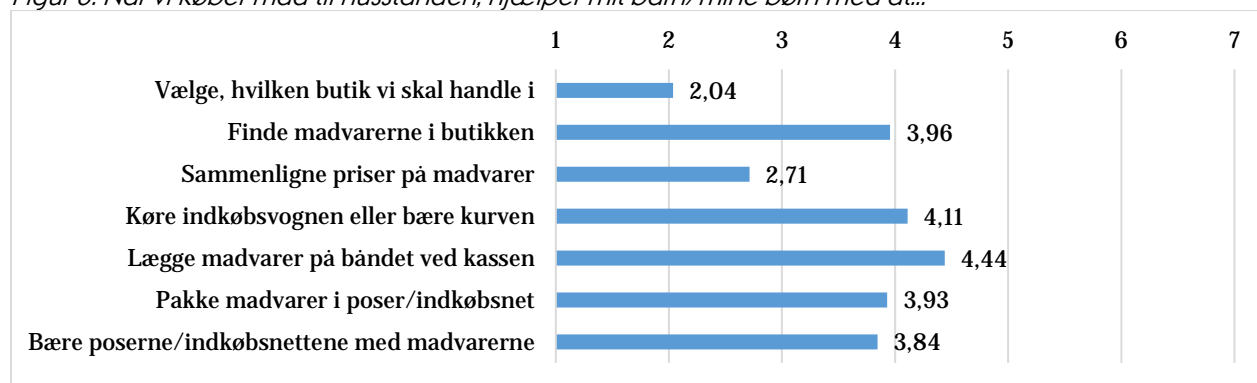
Foruden kønsforskellen står det klart, at der er en signifikant forskel mellem den laveste indkomstgruppe og den højeste indkomstgruppe (anova: $p < 0,05$). Forbrugere, hvis husstandsindkomster ligger over 600.000 kr. før skat, er i højere grad fælles om indkøbsbeslutningerne end forbrugerne i den laveste indkomstgruppe (Under 300.000 kr.). Analysen viste endvidere, at der er en signifikant (anova: $p < 0,05$) forskel på aldersgrupperne 18-29 år og de 50+ årige. Yngre par har mere ligebestemmelse, hvilket også ses ved sammenligning af gennemsnittene for de to ydergrupper, hvor den unge gruppe samlet scorer 3,66 på skalaen fra 1 til 7 modsat den ældste gruppe, som placerer sig på 3,34.

Endeligt viser analyserne, at antallet af børn under 18 år i husstanden, respondentens uddannelsesmæssige baggrund, samt region og bystørrelse ikke har indflydelse på medbestemmelsen.

Børnenes deltagelse

Som figur 4 viste, har børnene kun i et begrænset omfang indflydelse på, hvilket mad der skal købes ind, og derfor er det interessant at analysere, hvorvidt og hvordan de deltager i indkøbet. Som følgende figur 5 illustrerer, er børnene mere involveret i indkøbssituationen end i medbestemmelsesfasen, som gennemgået i foregående afsnit. Børnene kører ofte indkøbsvognen eller bærer kurven samt hjælper til med at lægge madvarer på båndet ved kassen. Til gengæld får børnene stort set ikke lov til at vælge, hvilken butik indkøbene skal foregå i⁴.

Figur 5. Når vi køber mad til husstanden, hjælper mit barn/mine børn med at...



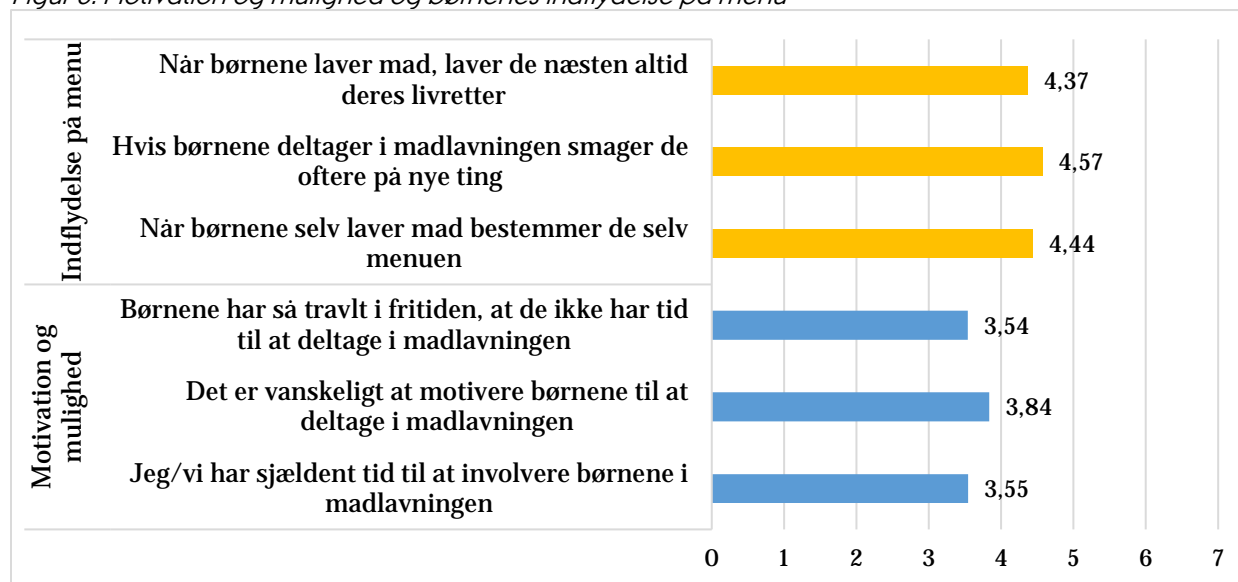
Figurforklaring: "Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?". Gennemsnit på skala fra 1-7, hvor 1 er 'helt uenig' og 7 er 'helt enig'.

⁴ Hyppigheden af børnenes deltagelse i indkøb- eller madlavningssituationer er ikke en del af datagrundlaget, hvorfor analyser omhandlende dette ikke er muligt i nærværende Kvalitetsindeks 2017.

Deltagelse i madlavning og det fælles måltid

For at undersøge mønstre i besvarelserne vedrørende børnenes deltagelse i madlavningen er der foretaget en analyse af børnenes motivation og mulighed for at deltage samt af børnenes indflydelse på menu, hvis de deltager. I følgende figur 6 ses svarfordelingen af de to kombinerede mål.

Figur 6. Motivation og mulighed og børnenes indflydelse på menu



Figurforklaring: "Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?": Gennemsnit på skala fra 1-7, hvor 1 er 'helt uenig' og 7 er 'helt enig'. Kun husstande med børn er medtaget. N=429. Missing values = 1123.

Den gennemsnitlige score for det kombinerede motivations- og mulighedsmål er på 3,64 på en skala fra 1-7, hvor 1 er 'helt uenig' og 7 er 'helt enig'. Dette antyder, at det ikke ses som et decideret problem at involvere eller få børnene til at deltage i madlavningen, men at det heller ikke er helt problemfrit. Når børnene så har kokketjansen, bestemmer de i betydelig grad (4,46) selv menuen.

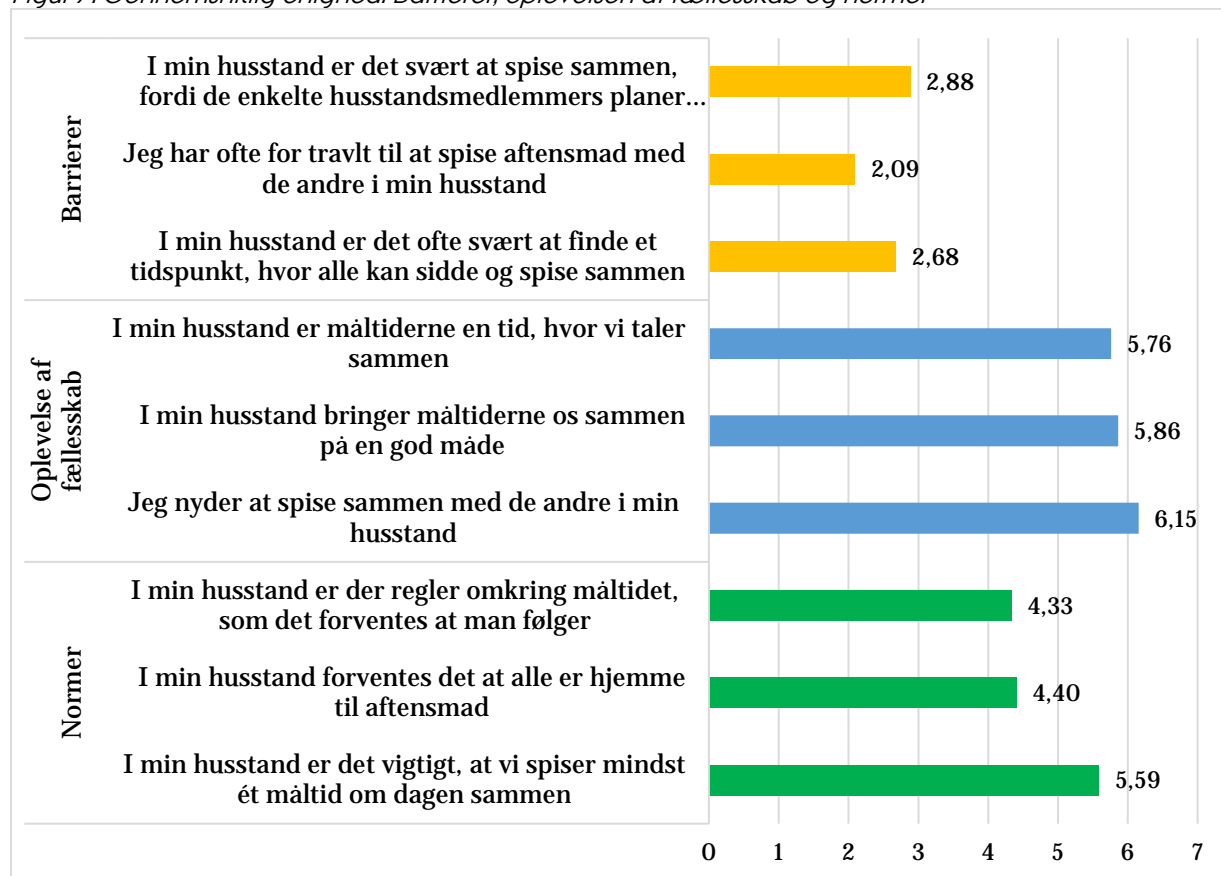
For at teste sammenhængen med børnenes alder er der gennemført en variansanalyse. Børnenes alder er rekodet til en samlet variabel med de yngste børn (0-6 år), de mellemste børn (7- 12 år) og de store børn (13-18+ år). De familier, der har børn i mere end en af de tre alderskategorier, er af analysemæssige årsager ikke medtaget i analysen. Ved motivation og muligheder er der signifikant (anova: $p < 0,05$) forskel mellem de yngste børn (2,96) og de ældste børn (3,46), mens der ikke er forskel mellem midtergruppen (3,31) og de to ydergrupper. Analysen viser således, at det i højere grad er vanskeligt at involvere de ældste børn i forhold til den yngste alderskategori. Omvendt bestemmer midtergruppen (4,44) og de ældste børn (4,72) i forhold til de yngste (3,46) i signifikant højere grad selv menuen, når de deltager i madlavningen (anova: $p < 0,05$).

Normer, oplevelsen af fællesskab og barrierer

Med henblik på at undersøge, om der er mønstre i besvarelserne vedrørende respondenternes holdninger til det fælles måltid, er der gennemført en faktoranalyse af de relevante spørgsmål fra spørgeskemaet (se bilag 1). Resultaterne af faktoranalysen viste, at respondenternes holdninger til det "at spise sammen" kan beskrives i tre dimensioner: normer, oplevelsen af fællesskab og barrierer (se figur 7). Disse tre dimensioner er i overensstemmelse med bredt validerede socialpsykologiske teorier som eksempelvis Theory of Planned behavior (Ajzen, 1991). Som det fremgår af figur 7 vedrører *normerne* de sociale forventninger husstandens medlemmer har til hinanden. *Oplevelsen af fællesskabet* er idealet, som ikke altid bliver opfyldt i hverdagen, fordi de udfordres af *barriererne*.

Figur 7 viser den gennemsnitlige enighed for spørgsmål, som danner baggrunden for de tre dimensioner. Som det fremgår af figuren, har de fleste danskere generelt stærke oplevelser af fællesskab og normer med hensyn til det fælles måltid. Dette er i overensstemmelse med tidligere undersøgelser på området (se fx Holm, 1995). Dette sammenholdt med, at barriererne ikke opfattes som en uoverstigelig udfordring (se figur 7), er ligeledes i overensstemmelse med de undersøgelser, der viser, at mange danske familier ofte spiser sammen (se tidligere Kvalitetsindeks: Hansen et al., 2017; Tsalis et al., 2015; Mørk et al., 2015).

Figur 7. Gennemsnitlig enighed: Barrierer, oplevelsen af fællesskab og normer



Figurforklaring: Gennemsnit på skala fra 1-7, hvor 1 er 'helt uenig' og 7 er 'helt enig'. Kun husstande med børn og mere end én voksen er medtaget. N = 1109. Missing values = 443.

Med henblik på at identificere eventuelle forskelle mellem mænd og kvinders normer, oplevelser af fællesskab og barrierer er der udført t-tests. Resultaterne viser, at kvinder har signifikant stærkere normer omkring det, at familien spiser sammen end mænd. Herforuden er det også kvinderne, som har de stærkeste oplevelser af fællesskab i forhold til, at måltidet skal være et socialt samlingspunkt (t-test: $p < 0,05$). Kvinderne nyder og vægter således i højere grad det fælles måltid end mændene. Derimod opfatter mændene barriererne som eksempelvis udfordringerne med at finde tid til at spise sammen med de andre i husstanden som større end kvinderne gør (t-test: $p < 0,05$).

Foruden t-tests er der blevet gennemført en række variansanalyser. Disse viser, at der i husstande med børn er stærkere normer omkring det at spise sammen (anova: $p < 0,05$) end i husstande uden børn. Omvendt er oplevelsen af fællesskab lavere. Jo flere børn, der er i husstanden, desto mindre angiver de voksne, at de nyder at spise sammen, og jo mindre ser de måltidet som et sted, hvor der er mulighed for at tale sammen. I overensstemmelse hermed opfattes barriererne omkring måltidet som signifikant stærkere, hvis der er børn i husstanden (anova: $p < 0,05$).

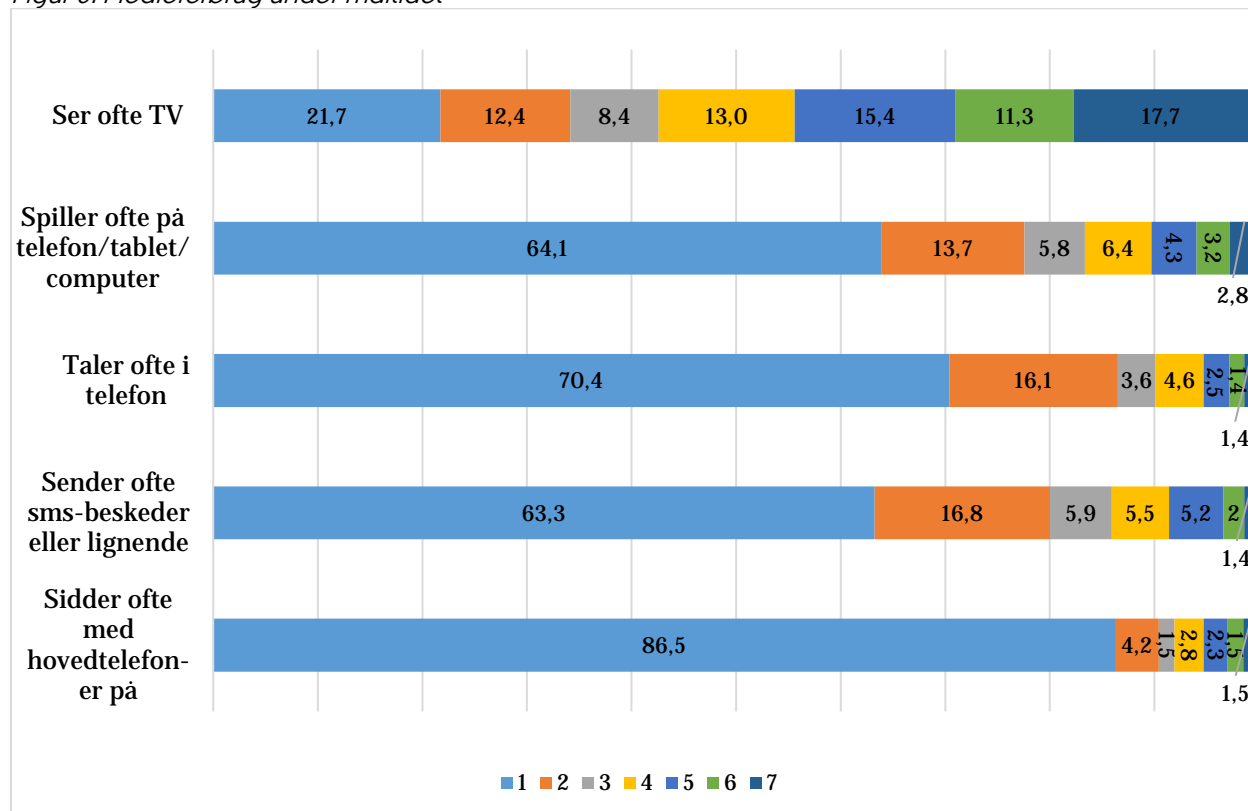
En analyse af bopælens betydning for de tre dimensioner viser, at der ikke er forskel på normerne og oplevelsen af fællesskab, alt efter om man bor i en større eller mindre by. Derimod opfattes barriererne for at få måltidet til at lykkes som et socialt samlingspunkt som signifikant (anova: $p < 0,05$) højere i hovedstaden (2,86) end på landet/ikke i en by (2,06).

På tværs af alder viser analysen endvidere, at den yngste aldersgruppe (18-29 år) har signifikant lavere normer og oplevelse af fællesskab angående det at spise sammen end de ældre aldersgrupper (anova: $p < 0,05$). Den yngste aldersgruppe scorer ligeledes signifikant (anova: $p < 0,05$) højere på barrierer end de andre aldersgrupper. Dette betyder, at denne gruppe er mere enige i, at det er svært at finde et tidspunkt, hvor alle kan sidde og spise sammen, da enkelte husstandsmedlemmers planer ikke passer sammen.

Medieforbruget under måltidet

I tillæg til ovenstående analyse af familiernes normer omkring det at spise sammen er det også undersøgt, hvor meget medier fylder i måltidssituationen. Selvom medieforbruget blandt Danmarks befolkning synes at være stort, er der ifølge respondenterne (se figur 8) stort set ingen, som sidder med hovedtelefoner på, spiller på computer eller taler i telefon, mens der spises. At TV-kiggeri derimod synes at være meget udbredt (44,4 % erklærer sig enige i, at de ofte ser TV, mens måltidet indtages) taler for resultaternes troværdighed. En mulig fortolkning af de observerede forskelle mellem tv og de andre medier er, at TV primært er et "forældremedie", og/eller at det opfattes som værende mere fællesskabsskabende end fx tablets, telefoner og computere.

Figur 8. Medieforbrug under måltidet



Figurforklaring: "Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Jeg og/eller andre i min husstand..." Skala fra 1-7, hvor 1 er 'helt uenig' og 7 er 'helt enig'. Angivet i procent.

For at afdække eventuelle demografiske forskelle i medieforbruget under måltiderne er der som i de foregående undersøgelser udført en række variansanalyser. Det viser sig således, at der er en signifikant forskel på, om man er gift/samlevende eller bor alene (anova: $p < 0,05$). I gennemsnit placerer personer i parforhold sig på 3,47 på en enighedsskala om TV-forbruget fra 1-7, hvor 1 er 'helt uenig' og 7 er 'helt enig', hvor enlige og fraskilte/enker/enkemænd placerer sig henholdsvis på 4,7 og 4,53. Imellem de sidste to civilstande er der ingen signifikante forskelle. Det er således i højere grad de husstande bestående af kun én person, som ser TV under måltidet. Når der ses på, hvem der spiller på mobil/tablet/computer, er de enlige også overrepræsenteret. Det samme gør sig gældende i forhold til at sende SMS-beskeder eller lignende, mens mæden spises. Her er der signifikant (anova: $p < 0,05$) forskel på at være gift/samlevende og enlig samt også signifikant forskel mellem de to enetilstande. Overraskende nok er der ingen signifikante forskelle mellem civilstandsgrupperne i forhold til, hvem der ofte taler i telefon under måltidet.

Oprydningsituationen

Som afslutning på dette afsnit om måltidsstrukturer gennemgås resultaterne af de spørgsmål i spørgeskemaet, der vedrører oprydningsaktiviteterne: Afrydning, opvask og det at gå ud med skraldet (jf. bilag 1). Som det fremgår af tabel 2, er der stort set bred enighed blandt mandlige og kvindelige respondenter med hensyn, til hvor meget deres barn/børn deltager i de tre oprydningsaktiviteter. For spørgsmålet om hvor meget partneren deltager, gælder det samme. Når der spørges til egen deltagelse, ser det ud til at kvinderne i højere grad mener, at de selv deltager mere end mændene i afrydning og opvask.

Tabel 2. Deltagelse i oprydningsaktiviteter den seneste uge

Respondentens køn	Respondenten		Partneren		Barnet/børnene	
	Mand	Kvinde	Mand	Kvinde	Mand	Kvinde
Aktivitet						
Afrydning	55,0 %	60,6 %	42,2 %	43,8 %	21,4 %	19,1 %
Opvask	52,3 %	60,8 %	40,3 %	39,9 %	10,2 %	10,2 %
Gå ud med skraldet	55,4 %	55,3 %	36,2 %	42,6 %	13,2 %	12,0 %

Figurforklaring: "Hvilke praktiske opgaver har husstandens medlemmer deltaget i inden for den seneste uge?" (gerne flere svar). Tal angivet i procent. Missing values er ikke medtaget. Kønnen viser tilbage til den respondent, som har svaret på spørgeskemaet, dvs. fx at 55 % af mændene mener, at de har deltaget i afrydningen inden for den seneste uge samt at 42,2 % af deres partnere også har deltaget i afrydningen.

I afsnittet, der vedrører partnerundersøgelsen (se s. 34), fokuseres der på, hvordan mænd og kvinder der bor i den samme husstand opfatter de sociale aspekter og andre forhold vedrørende fødevare- og måltidskvalitet.

Hovedundersøgelsen: Kvalitetsindeks 2017

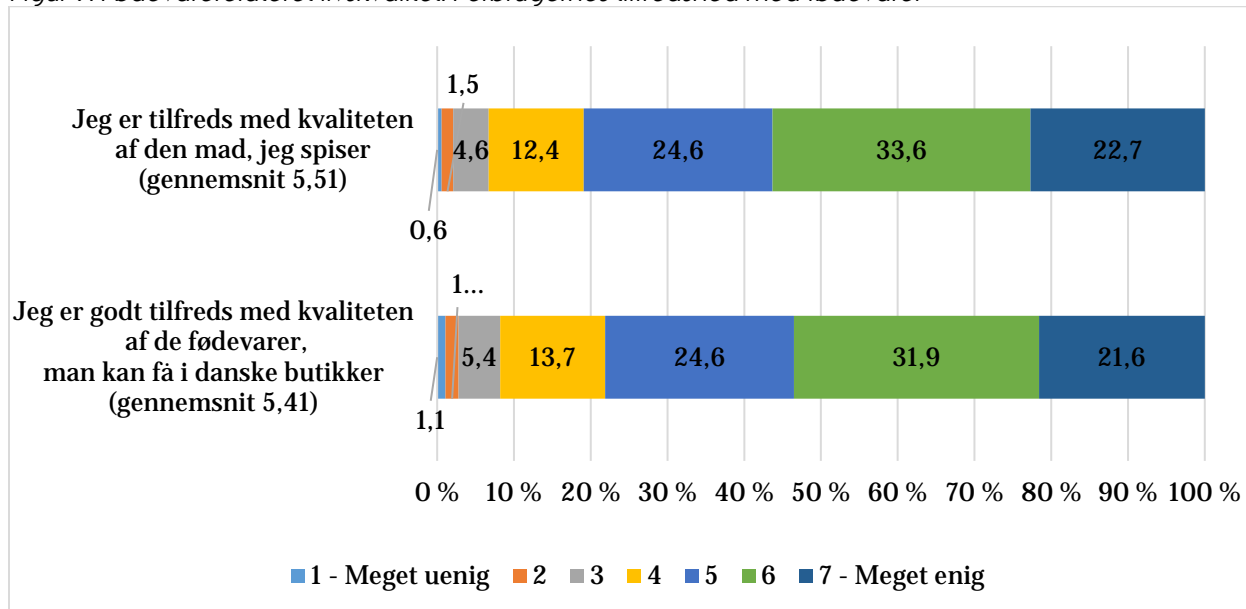
Først gennemgås resultaterne af forbrugernes tilfredshed med deres fødevarer- og madrelaterede livskvalitet. Dernæst analyseres betalingsvilligheden for det adspurgte repræsentative udsnit. Herefter præsenteres en ny og mere stabil segmentløsning, hvorefter karakteristika for forbrugersegmenterne gennemgås. Ydermere gennemgås udviklingen i segmenternes kompetencer, betalingsvillighed og tilfredshedsniveau. Endvidere analyseres segmenternes opfattelse af en række kvalitetsindikatorer. Afslutningsvist præsenteres en strukturel ligningsmodel, som beskriver sammenhængene mellem forbrugernes kvalitetsopfattelse, kompetencer, betalingsvillighed og tilfredshed med madrelateret livskvalitet.

Tilfredshed med fødevarer- og madrelateret livskvalitet

Forbrugernes tilfredshed med deres fødevarerrelaterede liv er som i de tre foregående kvalitetsindeks blevet undersøgt. For at kunne spore en mulig udvikling er samme spørgsmål samt måleniveau brugt. Ved hjælp af to udsagn skulle forbrugerne på en skala fra 1 til 7, hvor 1 er 'meget uenig' til 7 er 'meget enig', forholde sig til deres tilfredshed med kvaliteten af den mad, som de spiser og kvaliteten af den mad, som de har mulighed for at købe i de danske butikker. Gennemsnittet for begge spørgsmål befinder sig på henholdsvis 5,51 og 5,41, hvilket må siges at være et udtryk for en generel god tilfredshed. Dette er i lighed med foregående undersøgelser (se tidligere Kvalitetsindeks: Hansen et al., 2017; Tsalis et al., 2015; Mørk et al., 2015). For at se om de to udsagn er et udtryk for samme bagvedliggende variabel udregnes Cronbachs alpha-værdien⁵. Cronbachs alpha-værdien er for forbrugernes tilfredshed med deres fødevarerrelaterede liv 0,793, hvorfor det er fuldt ud acceptabelt at bruge det aggregerede mål til videre undersøgelse.

⁵ Cronbachs alpha beregnes på en skala fra 0 til 1. Hvis sammenlægningen giver et resultat på over 0,7 kan variabelsammenlægningen ses som et udtryk for samme bagvedliggende variabel (Jensen & Knudsen 2016).

Figur 9. Fødevarerrelateret livskvalitet. Forbrugernes tilfredshed med fødevarer



Figurforklaring: "Hvor enig eller uenig er du i nedenstående spørgsmål?" Målt på skala fra 1-7, hvor 1 er 'meget uenig' og 7 er 'meget enig'. Tal angivet i procent.

For at finde ud af om der er socioøkonomiske- og demografiske forskelle at spore i tilfredsheden, blev der gennemført en række variansanalyser og t-tests. For tilfredshedsmålingen med den fødevarerelaterede livskvalitet viste resultaterne, at der ingen signifikante forskelle er på respondenternes region og bystørrelse. Derimod er der signifikante forskelle i forhold til, om der er børn i husstanden eller ej og uddannelsesniveau (anova: $p < 0,05$). I lighed med tidligere år er det overordnet set de 50+ årige, som er mest tilfredse (se tidligere kvalitetsindeks: Hansen et al., 2017; Tsalis et al., 2015; Mørk et al., 2015). Derudover er der en yderligere tilfredshedsforskel, idet også de 30-39-årige og 40-49-årige adskiller sig signifikant fra den helt unge gruppe (anova: $p < 0,05$).

Antal voksne i husstanden har også betydning for tilfredsheden, idet tilfredsheden i husstande med kun én voksen er lavere end husstande med to eller flere voksne (anova: $p < 0,05$). Der er dog ikke forskelle at spore i tilfredsheden for husstande med to voksne kontra husstande med tre eller flere. Dette hænger sammen med civilstandens betydning for den fødevarerelaterede livskvalitet. Her viser det sig, at de enlige er signifikant mindre tilfredse med deres fødevarerelaterede livskvalitet end de andre civilstandsgrupperinger. Der er således en signifikant forskel i tilfredsheden med den fødevarerelaterede livskvalitet, hvorvidt man er enlig kontra at være gift/samlevende eller fraskilt/enke/enkemand. Imellem at være gift/samlevende og fraskilt/enke/enkemand er der ikke en signifikant forskel i den fødevarerelaterede livskvalitet.

Foruden civilstandens betydning er det ydermere interessant, at der er en kønsmæssig forskel på den fødevarerelaterede tilfredshed. Kvinderne er signifikant mere tilfredse med deres fødevarerelaterede livska-

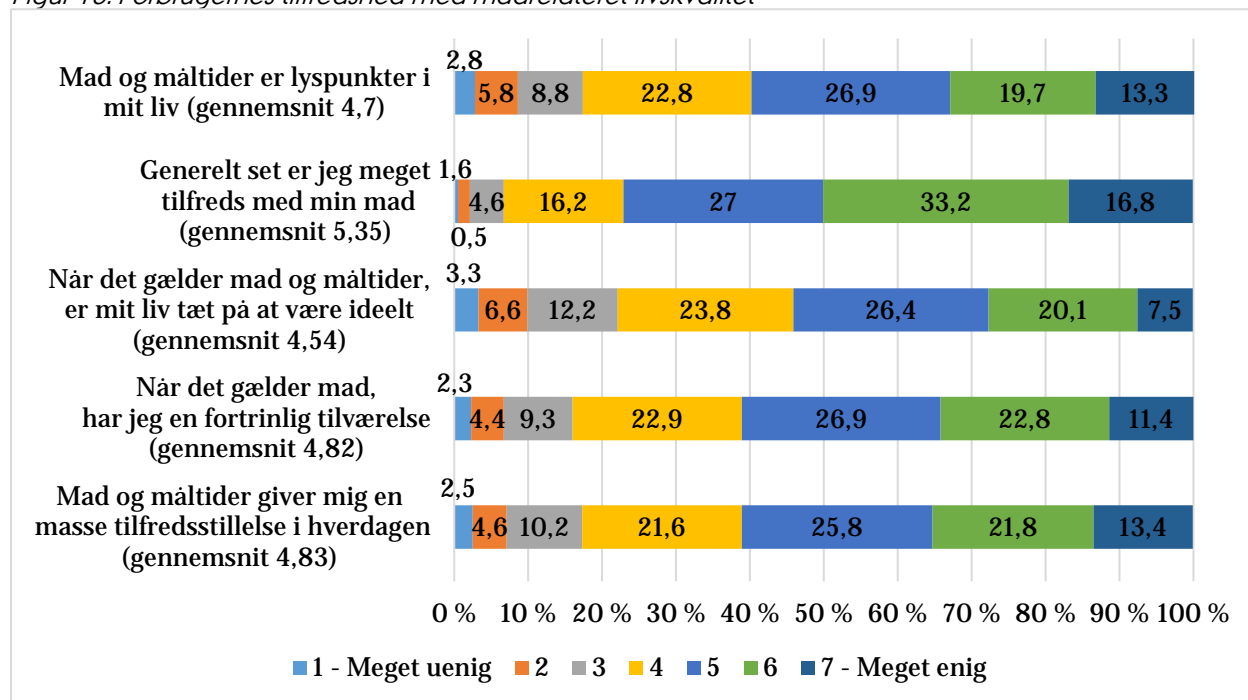
litet end mændene (t-test; $p < 0,00$), idet kvinderne placerer sig på 5,57 kontra mændene på 5,35 på skalaen fra 1 til 7.

Afsluttende har det vist sig, at der for tilfredsheden med den fødevarerrelaterede livskvalitet er en signifikant sammenhæng med indkomst, hvor de personer, der tjener mindre end 300.000 kr. om året er mindre tilfredse end de, der tjener over 600.000 kr. Der ses dog ingen signifikante forskelle for mellemgruppen (anova: $p < 0,05$).

Forbrugernes tilfredshed med den madrelaterede livskvalitet

Målet for tilfredshed med madrelateret livskvalitet er også endnu en gang blevet medtaget (se figur 10). Dette spørgsmålsbatteri er blevet anvendt i mange forskellige sammenhænge (fx Dean et al., 2008; Kim et al., 2012; Schnettler et al., 2013), hvilket gør brugen af det validt i målingen på tilfredshed i henhold til madrelateret kvalitet. Her benyttes også en likert-skala fra 1 til 7, hvor 1 er meget uenig, og 7 er meget enig. Figur 9 viser svarfordelingen for de fem udsagn. Samlet set for de fem udsagn er der en ganske fin tilfredshed på 4,86, om end der selvfølgelig er plads til forbedring. Cronbachs alpha-værdien (0,899) var for de fem udsagn høj nok til at kunne lægge udsagnene sammen til én samlet variabel.

Figur 10. Forbrugernes tilfredshed med madrelateret livskvalitet



Figurforklaring: "Hvor enig eller uenig er du i nedenstående spørgsmål?" Målt på skala fra 1-7, hvor 1 er 'meget uenig' og 7 er 'meget enig'. Tal angivet i procent.

I lighed med foregående tilfredshedsmåling blev der gennemført en række variansanalyser og t-tests for at kortlægge eventuelle socioøkonomiske- og demografiske forskelle i tilfredsheden med den madrelaterede livskvalitet. Samme resultat som ved den fødevarerrelaterede livskvalitet viste sig, idet der ingen signifikante forskelle er i tilfredsheden, når vi analyserer tilfredsheden sammenholdt med respondenternes region og bystørrelse. Derimod er der igen signifikante forskelle i forhold til, om der er børn i husstanden eller ej, samt at uddannelsesniveaet har en betydning for tilfredsheden (anova: $p < 0,05$). Foruden dette, er det i lighed med første tilfredshedsmåling de 50+ årige, som er mest tilfredse ved udelukkende at analysere den gennemsnitlige svarfordeling fordelt på alder. Der er dog kun signifikante forskelle mellem de 40-49 årige og de 50+ årige.

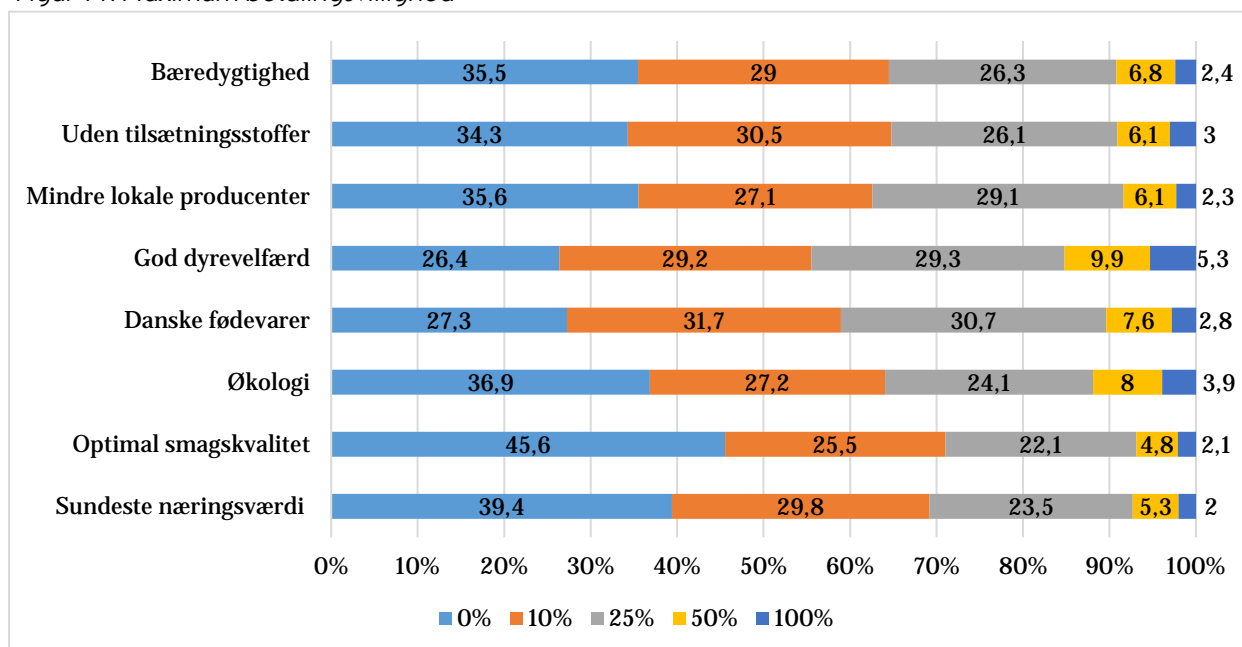
Antal voksne i husstanden har også betydning for tilfredsheden, idet tilfredsheden med den madrelaterede livskvalitet i husstande med kun én voksen er lavere end husstande med to eller flere voksne (anova: $p < 0,05$). Der er dog heller ikke i denne tilfredshedsmåling forskelle at spore i tilfredsheden for husstande med to voksne kontra husstande med tre eller flere. Dette er i tråd med resultaterne for civilstandens betydning for tilfredsheden. Her er det også tydeligt, at tilfredsheden er størst blandt de, der er gifte/samlevende i forhold til de enlige, når vi ser på den madrelaterede livskvalitet (anova: $p < 0,05$). Her er der ingen signifikante forskelle på at være enlig eller være fraskilt/enkemand/enke, hvilket der var ved den fødevarerrelaterede livskvalitet. Interessant er det ligeledes, at der er en kønsmæssig forskel på tilfredsheden ved den fødevarerrelaterede livskvalitet, men ikke ved den madrelaterede livskvalitet.

For tilfredsheden med madrelaterede livskvalitet er der en signifikant (anova: $p < 0,05$) sammenhæng med indkomst, hvor de personer, der tjener mindre end 300.000 kr. om året er mere utilfredse end de, der tjener over 600.000 kr. Derudover er der for tilfredshedsmålet med den madrelaterede livskvalitet forskel i forhold til mellemgruppen, hvor resultaterne viser, at den laveste indkomstgruppe er mindre tilfredse end både mellemgruppen og de personer, der tjener over 600.000 kr. om året. Imellem mellemgruppen og dem, der har den største indkomst, er der dog ingen forskelle i tilfredsheden.

Betalingsvillighed

Som i 2014 og 2015 blev respondenterne i dette års kvalitetsindeks bedt om at tage stilling til, om de ville betale (0, 10, 25, 50, 100 %) mere for fødevarer med mærkningsordninger eller specifikke fødevarerforbedringer end for fødevarer uden kvalitetsmærker. Fordelingen af deltagernes svar fremgår af figur 11. For alle mærkerne er der en betydelig (26-45 %) andel af forbrugerne, der ikke vil betale mere. I lighed med 2014- og 2015-undersøgelsen er det dyrevelfærd, som forbrugerne er mest interesseret i at betale ekstra for (se tidligere Kvalitetsindeks: Hansen et al., 2017; Tsalis et al., 2015; Mørk et al., 2015). Cirka 15 % erklærer, at de er villige til at betale over 50 % ekstra for produkter mærket med god dyrevelfærd.

Figur 11. Maximum betalingsvillighed



Figurforklaring: Maximum betalingsvillighed angivet i procent.

Især tallene i den øvre kvartil er dog vigtigt at tage med et vist forbehold. At forbrugere svarer ét i en spørgeskemaundersøgelse, men gør noget andet i indkøbssituationen er et kendt og meget undersøgt fænomen (fx Ajzen, 1991; Lange et al., 1999; Napolitano et al., 2010). Netop derfor kan resultaterne ikke tages som den absolutte efterspørgsel, men som et bud på, hvordan forbrugerne *selv siger*, at de vil agere i supermarkedet. Til trods for denne diskrepans kan resultaterne af forbrugernes betalingsvillighed stadig bruges til at få en god fornemmelse for forbrugernes prioritet i henhold til mærkningsordninger og villighed til at betale herfor.

Foruden den tilsyneladende villighed til at betale mere for dyrevelfærdsmærkede produkter ses der ligesom i de to foregående år en tendens til, at 'optimal smagskvalitet' stadig er den mærkning, som der er færrest forbrugere, der ønsker at betale mere for. I det hele taget kan det siges for undersøgelsen af betalingsvillighed, at en direkte udvikling er svært at spore fra 2014-2017. For de fleste mærkningsordninger er det marginaler, som adskiller resultaterne, hvorfor vi i højere grad kan tale om et konstant niveau af betalingsvillighed kontra en regulær ændring.

Betalingsvilligheden er signifikant (anova: $p < 0,05$) stigende med forbrugernes alder, hvilket i denne sammenhæng betyder, at de 40-49-årige er villige til at betale mere for fødevarer mærket med kvalitetsindikatorer end de 18-29-årige og 30-39-årige. Samtidig er den ældste aldersgruppe mere betalingsvillige end de andre grupper. Der er dog ingen signifikant forskel på de to yngste aldersgrupper.

Udviklingen i forbrugernes kvalitetsopfattelser

Med henblik på at opnå et stabilt grundlag for at spore udviklingen i forbrugernes kvalitetsopfattelser betalingsvillighed, kompetencer og tilfredshed er der som tidligere beskrevet udviklet en ny forbrugersegmentering. Segmentløsningen udspringer, som i de tidligere Kvalitetsindeks (Hansen et al., 2017; Tsalis et al., 2015; Mørk et al., 2015), af en række spørgsmål om fødevarer- og måltidskvalitet. I år har vi aggregeret data fra alle fire år, hvilket er muligt, da de samme spørgsmål går igen alle årene. Med 940 besvarelser i 2014, 993 i 2015, 997 i 2016 og 1.552 i 2017 ender vi med en samlet datapulje på hele 4.482 besvarelser.

I softwareprogrammet SPSS er der gennemført en faktoranalyse med alle disse spørgsmål med data fra alle fire år samt reliabilitetstests for de fremkomne faktorer. Efter at have rensset faktorløsningen for lave communalities, dårlige loadings og ikke meningsfulde faktorer, bliver resultatet fire faktorer, som ligger til grund for segmenteringen.

Tabel 3. Faktorer brugt til segmenteringen

Faktor	Spørgsmål	Cronbachs Alpha
Novelty	Jeg elsker at prøve nye retter og opskrifter fra andre lande.	0,881
	Jeg kan godt lide at afprøve nye opskrifter.	
	Opskrifter og artikler om mad fra andre kulinariske traditioner får mig til at eksperimentere i køkkenet.	
	Jeg kan godt lide at prøve madvarer, jeg aldrig har prøvet før.	
	Jeg søger ofte på internettet efter specifikke opskrifter og inspiration.	
Naturlighed	Når jeg køber mad er naturlighed en vigtig kvalitet.	0,858
	Jeg køber helst naturlige produkter, dvs. mad uden konservering og tilsætning.	
	Jeg foretrækker mad uden kunstig aroma og smagsforstærkere.	
	Jeg køber hellere friske råvarer end konserver eller frostvarer.	
	Jeg køber altid økologisk dyrkede produkter hvis jeg har muligheden.	
Engagement	At købe ind til aftensmaden er ikke noget, der har min store interesse. (Rekodet)	0,719
	Madlavning er noget, der skal overstås. (Rekodet)	
	At købe mad ind er nærmest en sport for mig.	
Convenience	Jeg bruger ofte kagemix, pulversovs (fx bearnaise), dinner kits (fx Knorr lasagne) eller lignende.	0,503
	Information fra reklamer hjælper mig til at tage bedre beslutninger, når jeg køber fødevarer.	
	Jeg bruger mange færdigretter i husholdningen.	

Softwareprogrammet Latent Gold er brugt til at danne de nye segmenter baseret på de fire faktorer i tabel 3. I Latent Gold bygges segmentstrukturen op af en 'latent class' klyngeanalyse. Denne løsning er mere stabil end K-means klyngeanalyse, som tidligere har været benyttet, idet denne bygger på en bagvedliggende model. De demografiske variable: køn, alder, region, uddannelse, antal voksne, antal børn i husstanden samt survey-året (de fire år, som kvalitetsindekset har kørt) indgår ligeledes i segmenteringsanalysen, men undersøges først i sammenhæng med segmenteringsvariablene efterfølgende. På denne måde er det muligt at profilere segmenterne i forhold til demografi samt at analysere segmenternes udvikling i de fire år (2014-17).

Tabel 4 nedenfor beskriver resultaterne af segmenteringen. Det fremgår, at der på baggrund af det samlede datasæt er estimeret en løsning med 3 segmenter: Det moderate flertal, de kvalitetsbevidste og de uengagerede. Parameterestimerne summer til nul på tværs af segmenterne, og beskriver således de tre segmenters relative scores på de fire faktorer: Novelty, Naturlighed, Engagement og Convenience. Det fremgår, at de kvalitetsbevidste scorer højere på alle fire faktorer end det moderate flertal, som igen scorer højere end de uengagerede. Nedenfor gives en mere detaljeret beskrivelse af de tre segmenter.

Tabel 4. Parameterestimer af de tre segmenter på interessen for novelty, naturlighed, engagement og convenience

	Segment 2 De kvalitetsbevidste	Segment 1 Det moderate flertal	Segment 3 De uengagerede	p-værdi	R ²
Novelty	1,6571	0,1781	-1,8352	<0,001	0,5480
Naturlighed	0,9314	-0,0951	-0,8364	<0,001	0,3099
Engagement	0,9842	0,0818	-1,0660	<0,001	0,3583
Convenience	-0,4429	0,2520	0,1909	<0,001	0,0949

De kvalitetsbevidste (29,93 %)

De kvalitetsbevidste forbrugere scorer højt på både novelty, naturlighed og engagement. De udgør med andre ord det segment, hvor forbrugerne er mest friske på at prøve nye opskrifter og eksperimentere i køkkenet. Samtidig går de mere op i naturlighed, herunder økologi, og de er mere engagerede, når det gælder indkøb og madlavning sammenlignet med de øvrige segmenter. Hvor de andre segmenter har en positiv score, hvad angår convenience, så er dette segment ikke meget for "de lette løsninger".

De kvalitetsbevidste forbrugere udgør knap en tredjedel af de danske forbrugere. Kvinder har større sandsynlighed for at tilhøre denne gruppe sammenlignet med mænd. Den allerstørste effekt ses, når vi kigger på uddannelse, hvor det er tydeligt, at sandsynligheden for at tilhøre dette kvalitetsbevidste segment stiger med uddannelsesniveaue. Aldersgruppen 50+ år har desuden større sandsynlighed for at tilhøre denne gruppe sammenlignet med de yngre aldersgrupper. Personer fra husstande med mere end én voksen har større sandsynlighed for at tilhøre dette kvalitetsbevidste segment sammenlignet med personer fra husstande med blot én voksen. Herudover har folk i region Hovedstaden større sandsynlighed for at tilhøre denne gruppe sammenlignet med de øvrige regioner, stærkt forfulgt af region Midtjylland.

Det moderate flertal (56,39%)

Som navnet på dette segment antyder, indeholder det de forbrugere, som hverken er kvalitetsbevidste eller uengagerede. Som parameterestimerne i tabel 4 antyder, ligger de også meget jævnt på alle parametre.

Med over halvdelen af de danske forbrugere er dette segment klart det største. Hvis man er mand, er sandsynligheden for at tilhøre dette segment højere, end hvis man er kvinde. Og jo yngre man er, jo større er sandsynligheden for at tilhøre denne midtergruppe. Personer fra husstande med mere end én voksen samt personer fra husstande med børn har større sandsynlighed for at placere sig i dette segment sammenlignet med personer fra husstande med blot én voksen samt personer fra husstanden uden børn. Med hensyn til region ses den laveste sandsynlighed for region Hovedstaden, stærkt efterfulgt af region Midtjylland. De

største sandsynligheder for at tilhøre dette segment ses altså for region Syddanmark, hernæst region Nordjylland og region Sjælland. Når vi kigger på uddannelse ses ikke samme klare effekt som ved de to andre segmenter. De eneste, der skiller sig ud her, er de allerhøjest uddannede, som har betydelig lavere sandsynlighed for at tilhøre dette segment sammenlignet med resten.

De uengagerede (13,68%)

De uengagerede scorer, modsat de kvalitetsbevidste, lavt på novelty, naturlighed og engagement. De går med andre ord ikke i lige så høj grad op i at eksperimentere med nye retter. Ej heller prioriterer dette segment, at maden, der indtages, skal være naturlig og økologisk. Til gengæld er modstanden mod convenience-produkter ikke stor. Ydermere er indkøbs- og madlavningssituationen noget, som i mange tilfælde skal "overstås".

Dette segment er klart det mindste af de tre med knap 14 % af de danske forbrugere. Mænd har større sandsynlighed for at tilhøre dette segment end kvinder, og personer fra husstande med én voksen har større sandsynlighed for at tilhøre dette segment end personer fra husstande med mere end én voksen. Derudover har personer med børn i husstanden mindre sandsynlighed for at tilhøre dette segment end personer, som ikke har børn i husstanden. I forhold til region så er forskellene mellem regionerne minimale, om end den mindste sandsynlighed for at tilhøre dette segment findes for region Syddanmark. Igen ses der for dette segment en klar uddannelseseffekt. Hvor sandsynligheden for at tilhøre det kvalitetsbevidste segment stiger med uddannelsesniveaue, gør præcis det modsatte sig gældende her.

Forbrugersegmenternes opfattelse af kvalitet

Til rådgivningsprojektet "Forbrug af kvalitetsfødevarer" er der blevet udviklet en række kvalitetsindikatorer. Disse indikatorer er i dette års kvalitetsindeks blevet brugt til at uddybe, hvordan førnævnte segmenter opfatter fødevarekvalitet. På længere sigt vil det være muligt at følge udviklingen i opfattelsen af disse kvalitetsindikatorer, og herved understøtte fortolkningen af de udviklinger, der konstateres i det omtalte projekt.

Som det fremgår af tabel 5 på forrige side, er det tydeligt, at de kvalitetsbevidste i signifikant langt højere grad forbinder de pågældende indikatorer med kvalitet end både det moderate flertal og de uengagerede. Især i angivelsen af hvorvidt økologi, dyrevelfærd, bæredygtighed samt at varerne har haft kort transporttid kan betragtes som kvalitetsindikatorer ses denne forskel. De tre segmenter er dog enige i, at angivelsen af at varen er dansk, er det bedste kvalitetsstempel om end graden af kvalitetsopfattelsen selvfølgelig er varierende. Derudover er der også en bred enighed i, at *laktosefri* ikke er en indikation på kvalitet.

Tabel 5. Forbrugersegmenternes opfattelse af kvalitet. For mig er det forbundet med kvalitet, hvis mine fødevarer...

		De kvalitetsbevidste	Det moderate flertal	De uengagerede	Gennemsnit
Kvalitetsopfattelse	Er økologiske	5,23	4,02	3,11	4,18
	Er nøglehulsmærkede	4,80	4,40	3,91	4,43
	Er fuldkornsmærkede	4,80	4,30	3,52	4,31
	Er laktosefri	2,32	2,54	1,97	2,42
	Er sundhedsmærkede (fortæller at der er en sammenhæng mellem en fødevarer, eller en af dens bestanddele og sundhed)	4,70	4,23	3,44	4,24
	Er danske	5,33	4,75	4,43	4,84
	Er produceret/dyrket i min region	4,49	3,72	2,65	3,75
	Er produceret/dyrket på en bestemt ø/egn i Danmark, men ikke nødvendigvis i min egen region (fx gulerødder fra Lammefjorden eller Læsø salt)	4,79	3,88	2,92	3,96
	Kommer fra en bestemt region i udlandet (fx serranoskinke eller parmaskinke)	4,18	3,46	2,31	3,48
	Er dyrevelfærdsmærkede (fx 'Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse')	5,29	4,30	3,45	4,41
	Er bæredygtighedsmærkede (fx Fairtrade eller Rainforest Alliance)	5,05	4,02	3,07	4,14
	Er produceret af en bestemt sort/race (fx Ølandshvede eller mælk fra Jerseykøer)	4,44	3,52	2,47	3,60
	Er håndlavede	4,81	3,97	3,26	4,07
	Har haft kort transporttid	5,10	4,18	3,10	4,25

Figurforklaring: Målt på en skala fra 1-7, hvor 1 er 'helt uenig' og 7 er 'helt enig'. Gennemsnit. Alle forskellene mellem segmenterne er signifikante (anova: $p < 0,00$) bortset fra kvalitetsopfattelsen af fødevarer mærket med laktosefri, hvor der kun er signifikant forskel mellem de kvalitetsbevidste og det moderate flertal i forhold til de uengagerede, men ikke signifikant forskel mellem det moderate flertal og de kvalitetsbevidste.

Udviklingen i segmenternes størrelse

Hvad angår udviklingen af segmenterne i de fire år, som Kvalitetsindekset har kørt (2014-2017), konstateres for det første et konstant fald i sandsynligheden for at tilhøre det kvalitetsbevidste segment (se tabel 6). Derimod er der blevet (endnu) flere, der tilhører det moderate flertal, mens andelen af uengagerede, bortset et fald fra 2014 til 2015 har været stabil. Samlet set viser analysen med andre ord, at der er blevet færre kvalitetsbevidste og flere moderate forbrugere.

Tabel 6. Udvikling i de tre segmenters relative størrelser fra 2014-2017.

	2014	2015	2016	2017
De kvalitetsbevidste	39,83 %	31,76 %	27,19 %	24,54 %
Det moderate flertal	50,07 %	52,33 %	59,48 %	60,80 %
De uengagerede	10,10 %	15,92 %	13,32 %	14,66 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Figurforklaring: *Estimeringen af segmentstørrelser er baseret på latent class klyngeanalyse.*

Der er flere mulige forklaringer på denne udvikling. En mulig forklaring er, at omtalen af og interessen for kvalitetsfødevarer var meget høj netop i årene 2014 og 2015. Herfor taler blandt andet det faktum, at Noma i disse år vandt titlen, som verdens bedste restaurant, og at det var i de år detailhandlen for alvor begyndte at fokusere på højkvalitetsfødevarer. Foruden dette blev det også i tiden op til disse år politisk besluttet at igangsætte flere forskningsprojekter inden for fødevarekvalitet, herunder det arbejde, der har resulteret i nærværende rapport.

En anden forklaring er, at det der især skabte forskellene mellem segmenterne i de tidligere undersøgelser ikke i ligeså høj grad er definerende i 2017. Convenience og halvfabrikata er blevet meget mere udbredt og antallet af varer samt kvaliteten af disse er steget (fx Roland et al., 2016; Hansen et al., 2017, RetailNews, 2016). Foruden at udbuddet af færdigretter og convenience-produkter er steget, er det derudover blevet mere socialt acceptabelt at benytte sig af convenience, end det var i 2014 og tidligere.

En supplerende forklaring kan lige så være, at det kvalitetsbevidste segment efterhånden er begyndt at lægge vægt på andre ting, end de gjorde i 2014, mens det moderate flertal har overtaget nogle af de kvalitetsbevidstes præferencer. En sådan mekanisme er i sociologien kendt som en "trickle down"-effekt (jf. Mccracken, 1986), og kunne manifesteres i, at interessen for økologi har bevæget sig fra at være et storby- til at være et mainstreamfænomen. Herfor taler flere undersøgelser samt det forhold, at det i dag er hele spektret af føde- og dagligvarekæder (inklusive discountbutikker), der tilbyder og forsøger at profilere sig på et bredt udbud af økologiske varer. Denne forklaring bakkes op af, at den økologiske markedsandel har været markant stigende siden 2014 (Landbrug & Fødevarer 2016; Danmarks Statistik 2017). Hvis dette er forklaringen på den observerede udvikling, betyder det imidlertid også, at det er sandsynligt, at de kvalitetsbevidste er begyndt at interessere sig for nye kvalitetskriterier. Hvilke nye kvaliteter, det drejer sig om,

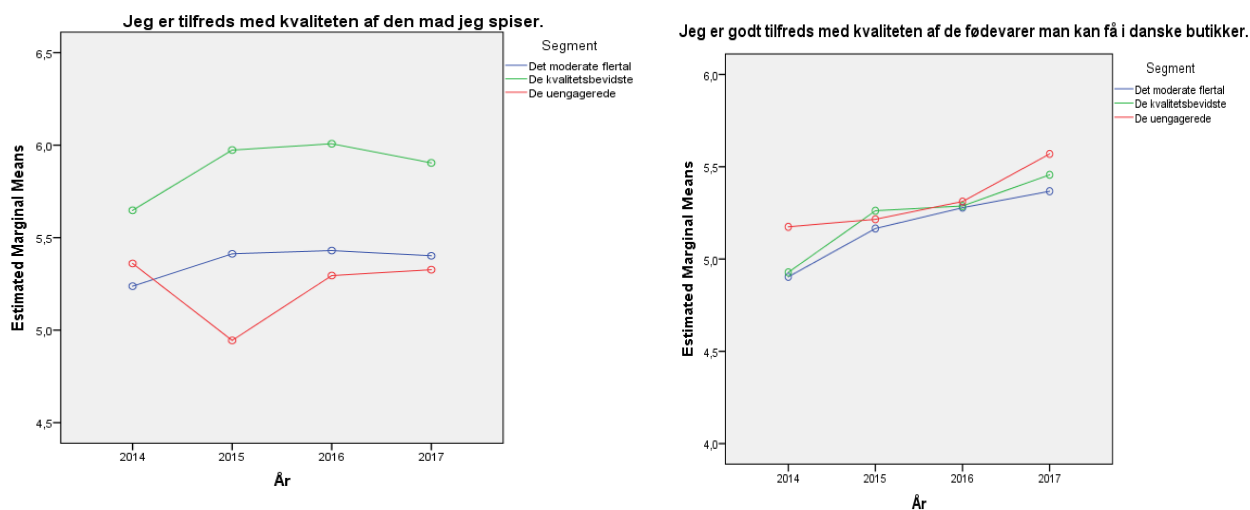
er svært at afgøre, men efter al sandsynlighed handler det om lokale fødevarer og/eller madspild, der begge er emner, som er kommet meget i forbrugernes fokus i de senere år.

Udviklingen i segmenternes tilfredshed, betalingsvillighed og kompetencer

Først analyseres segmenternes tilfredshed med henholdsvis kvaliteten af de fødevarer, man kan få i danske butikker, og kvaliteten af den mad der spises. Af figur 12⁶ nedenfor fremgår det, at der ikke er den store forskel segmenterne imellem, når det gælder tilfredsheden med kvaliteten af de fødevarer, man kan købe i danske butikker. Til gengæld bemærkes der for alle segmenterne en signifikant stigende tilfredshed med kvaliteten af fødevarer i danske butikker hen over årene (anova: $p < 0,05$).

Når vi analyserer tilfredsheden med den mad, man spiser, kan det konstateres, at de kvalitetsbevidste generelt er mere tilfredse end de to øvrige segmenter, og at både denne forskel mellem segmenterne samt den overordnede tilfredshed med den mad der spises er stabil i den undersøgte periode (2014-2017).

Figur 12. Segmenternes tilfredshed med kvaliteten af de fødevarer man kan købe i danske butikker og kvaliteten af den mad, de spiser.



Figurforklaring: Af ANOVA fremgår det, at variabelen *segment* er signifikant ($p < 0,05$) for tilfredsheden med kvaliteten af den mad man spiser. Variabelen *år* er signifikant ($p < 0,05$) både for tilfredsheden med kvaliteten af fødevarer i danske butikker og kvaliteten af den mad man spiser. Interaktionen *år*segment* er signifikant ($p < 0,05$) for tilfredsheden med kvaliteten af den mad man spiser.

Af følgende figur 13, der illustrerer udviklingen⁷ i segmenternes betalingsvillighed for fødevarer med seks forskellige kvalitetsindikatorer, bemærkes først og fremmest, at de kvalitetsbevidste generelt har større betalingsvillighed, samt at de uengagerede generelt har den laveste betalingsvillighed.

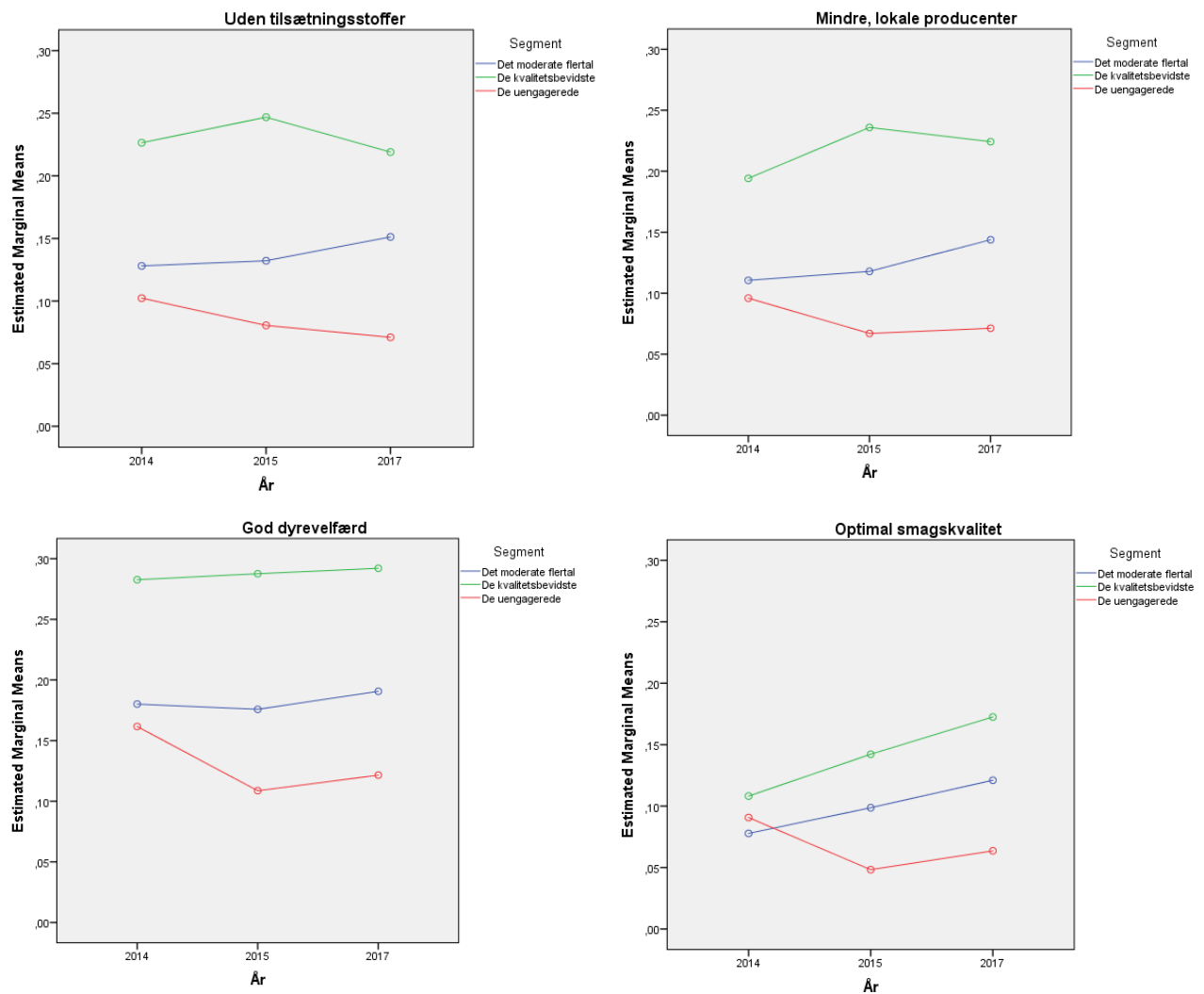
⁶ Note til aflæsning af figurene: Y-aksens intervaller er ikke de samme på figur 12, figur 13 og figur 14 – dette valg er truffet af grafiske grunde.

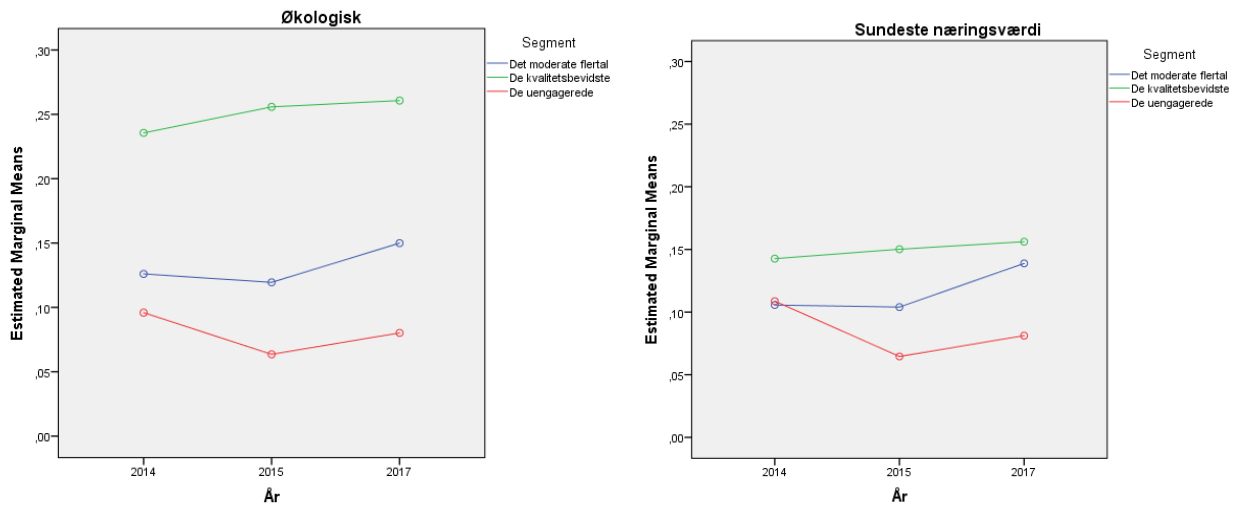
⁷ Undersøgelsen af betalingsvillighed er gennemført i 2014, 2015 og 2017

Herudover bemærkes der både for det moderate flertal og de kvalitetsbevidste en tendens til en stigning i betalingsvilligheden for produkter med en optimal smagskvalitet i perioden fra 2014-2017. Disse to segmenter ser med andre ord ud til at være signifikant (anova: $p < 0,05$) mere villige til at betale mere for produkter med optimal smagskvalitet i 2017, end de var i 2014 og 2015. Dette er interessant, da analysen af betalingsvillighed for 2017 viste, at optimal smagskvalitet er én af de kvalitetsindikatorer, som forbrugerne generelt set er mindst villige til at betale mere for.

At det moderate flertals betalingsvillighed i forhold til alle de undersøgte kvalitetsindikatorer stiger fra 2014 til 2017 (om end dette ikke er signifikant), mens de kvalitetsbevidstes betalingsvillighed ser ud til at være mere stabil, kan tages som en indikation på eksistensen af en "trickle down"-effekt, som den før omtalte.

Figur 13. Segmenternes maksimale betalingsvillighed

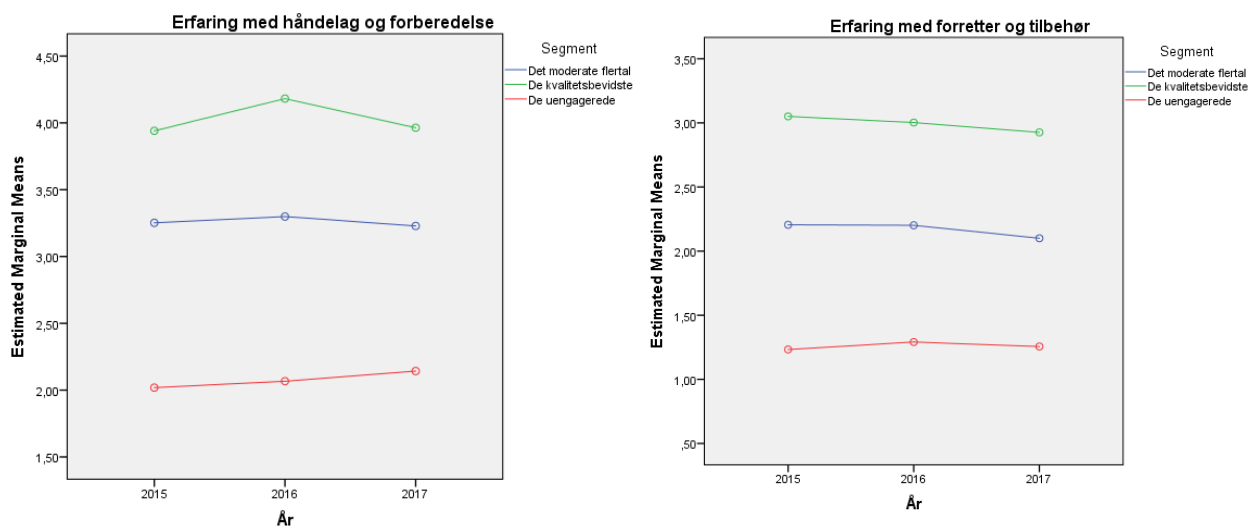




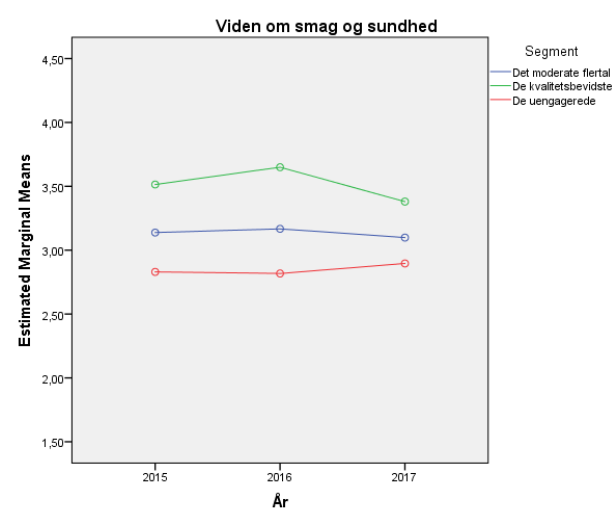
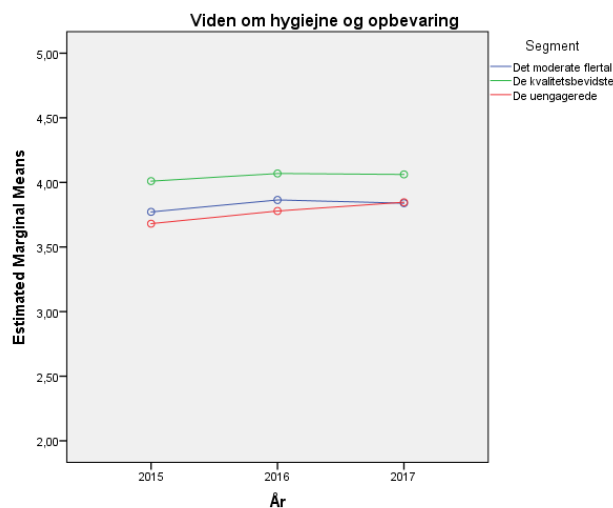
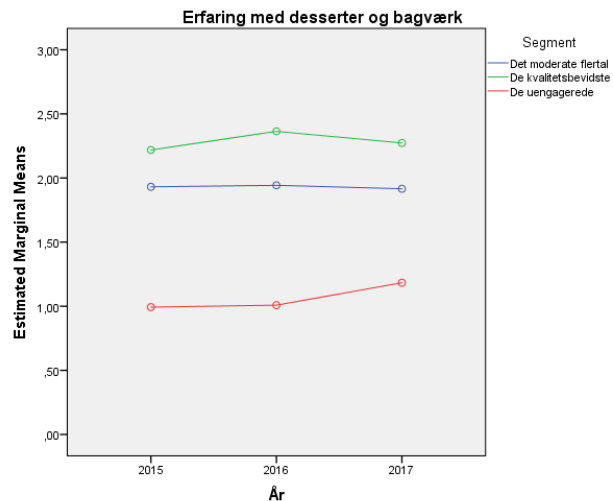
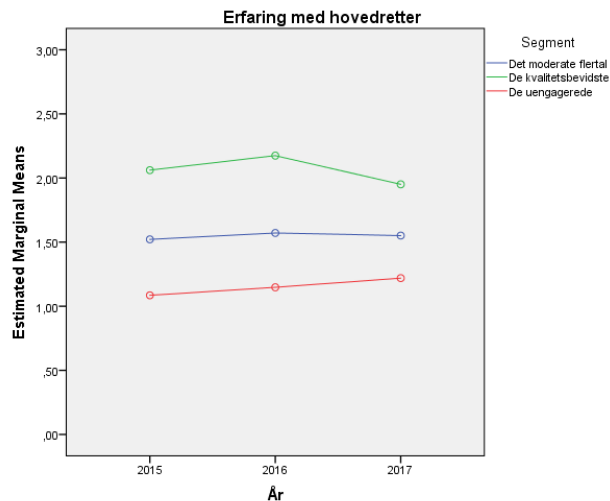
Figurforklaring: Af ANOVA fremgår det, at variabelen *segment* er signifikant ($p < 0,05$) for alle seks figurer. Variabelen *år* er signifikant ($p < 0,05$) for betalingsvillighed for optimal smagskvalitet. Interaktionen *år***segment* er signifikant ($p < 0,05$) for betalingsvillighed for fødevarer uden tilsætningsstoffer, for fødevarer fra mindre, lokale producenter og for fødevarer med optimal smagskvalitet.

Afslutningsvist undersøges udviklingen af segmenternes kompetencer hen over en treårig periode⁸. Ud fra figur 14 kan det konstateres, at de kvalitetsbevidste efter egen vurdering har de højeste kompetencer, mens de uengagerede generelt har det laveste kompetenceniveau, og at såvel kompetenceniveauerne som forskellen mellem segmenterne er stabile hen over de tre år, hvor målingen er foretaget.

Figur 14. Udviklingen i segmenternes hårde kompetencer



⁸2014 indgår ikke i denne analyse, da spørgsmålene vedrørende kompetencer først blev udviklet i forbindelse med 2015-undersøgelsen



Figurforklaring: Af ANOVA fremgår det, at variabelen *segment* er signifikant ($p < 0,05$) for alle seks figurer, mens *år* og interaktionen *år*segment* ikke er signifikant for nogle af de seks figurer.

At de kvalitetsbevidste har flere kompetencer og de uengagerede færrest er ligeså det billede, der tegner sig, hvis man kun fokuserer på kompetencemålingen fra 2017 (jf. bilag 4). Her er det tydeligt, at det kvalitetsbevidste forbrugersegment har flest kompetencer, og de uengagerede færrest. Denne forskel er dog ikke så udtrykkelig i alle de udvalgte retter. Der ses en større lighed blandt segmenternes kompetencer, når man ser på de mere 'almindelige hverdagsretter' retter, som eksempelvis en stegt bøf på panden. Her har alle tre segmentgrupper stort set inden for det seneste år stegt en bøf på panden (86,1-92,4 %). Forskellene er derfor tydeligst ved de retter og forberedelsesmetoder, som har et større kompetencekrav som eksempelvis hummus eller risotto (jf. bilag 4).

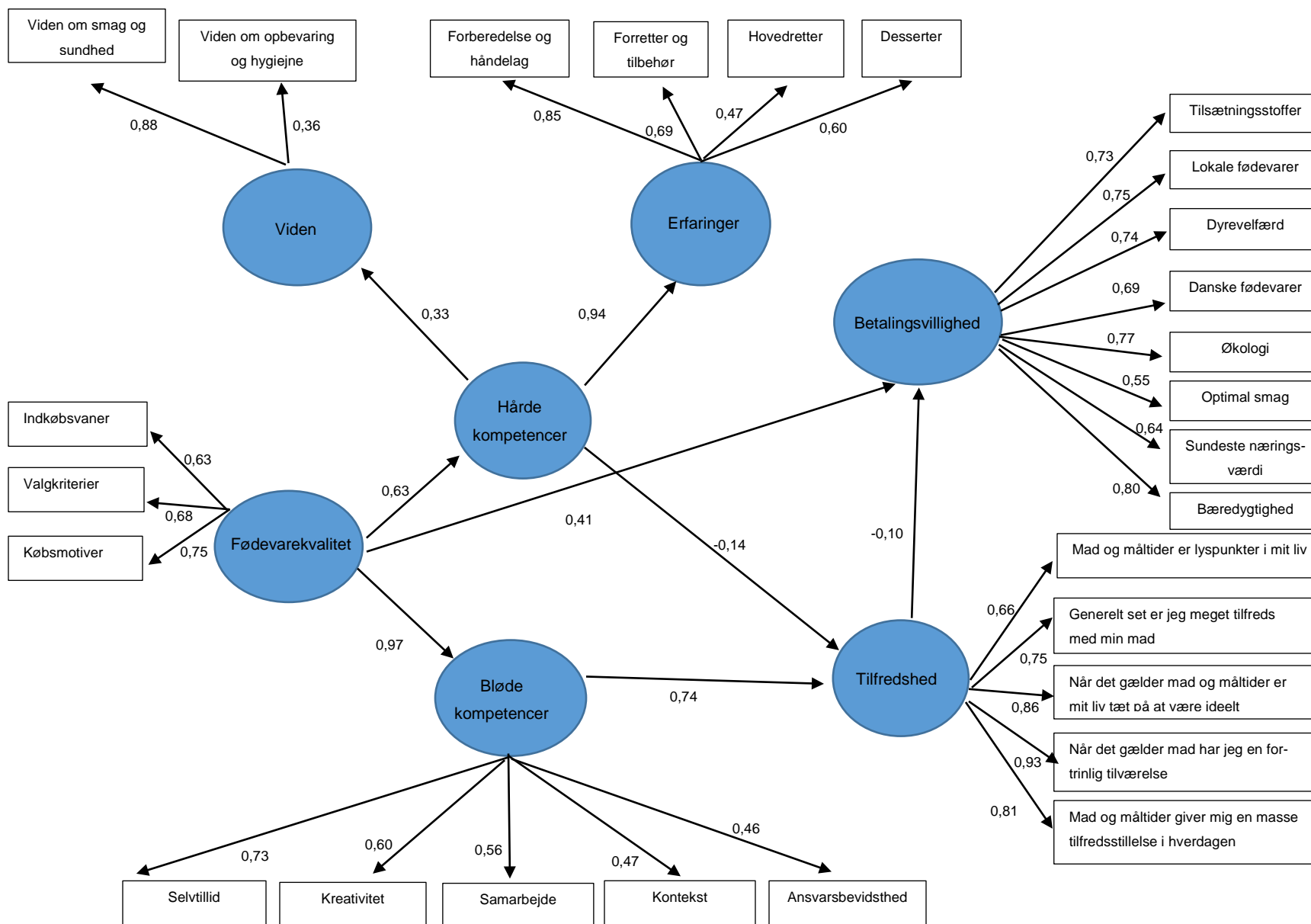
Kvalitetsindeksmodellen

Med henblik på at undersøge hvordan de forskellige dele af kvalitetsbegrebet påvirker forbrugernes tilfredshed med deres madrelaterede livskvalitet, er der ved hjælp af analyseprogrammet AMOS 24 estimeret en strukturel ligningsmodel (se figur 15). Det overordnede formål med den strukturelle ligningsmodel er at validere og dokumentere, hvilke komponenter der har en effekt, og hvor stærk denne effekt er (Grace, 2006). Opbygningen af den strukturelle ligningsmodel bygger på en række målemodeller (illustreret ved pilene fra de hvide kasser til de blå cirkler) og strukturelle effekter (pilene mellem de blå cirkler). De blå cirkler i figuren er en samlebetegnelse for nogle bagvedliggende items, som i de indledende statistiske analyser viste sig at have acceptable Cronbach alpha-værdier, hvorfor de kunne slås sammen til ét mål. Det vil med andre ord sige, at samlebetegnelsen *tilfredshed* (madrelateret livskvalitet) er et samlet mål, som bygger på fem bagvedliggende items, som måler omtrent det samme fænomen.

Som det fremgår af figur 15 påvirkes både de bløde og de hårde kompetencer af, hvor meget forbrugeren går op i fødevarekvalitet i selve indkøbssituationen. Hvor meget forbrugeren går op i fødevarekvalitet har en større betydning for de bløde kompetencer ($b=0,97$) end for de hårdere kompetencer som eksempelvis reelt hånddelag ($b=0,63$). Samme forskel i de to kompetencemål fremgår, når vi ser på effekten af kompetencerne i forhold til tilfredshed (madrelateret livskvalitet). Her er det igen effekten fra de bløde kompetencer, som har den største indvirkning på tilfredsheden ($b=0,74$). At der er denne forskel i betydningen af de to kompetencemål er ikke overraskende. De bløde kompetencer som kreativitet, nyskabelse, samarbejde og ansvarsbevidsthed er holdningspræget, hvorimod de hårde kompetencer er forbrugernes eksakte kunnen i køkkenet. Denne kunnen kan være på et så højt niveau, at det endda kan have en negativ indvirkning på tilfredsheden. Derved kan det siges, at meget viden og et højt niveau af madlavningserfaringer kan føre til højere forventninger og krav, der måske ikke altid kan indfries. Forbrugernes tilfredshed er således ikke kun et spørgsmål om niveauet af de madrelaterede oplevelser, men især også af de forventninger og krav forbrugerne har til disse.

Foruden sammenhængen mellem de to kompetencemål og tilfredsheden fremgår det ydermere af figur 15, at betalingsvilligheden er påvirket positivt af, hvor meget forbrugeren går op i fødevarekvalitet ($b=0,41$). Det betyder, at jo mere forbrugeren vægter og går op i det samlede mål for fødevarekvalitet (målt ud fra valgkriterier, indkøbsvaner og købsmotiver), desto mere er forbrugeren villig til at betale for fødevarer med kvalitetsindikatorer. Denne sammenhæng kan beskrives ved at vende tilbage til de karakteristika, som definerede de kvalitetsbevidste forbrugere. Her fremgik det, at netop denne gruppe scorede højt på både betalingsvillighed, men også på en lang række af de komponenter som har dannet det samlede mål fødevarekvalitet såsom eksempelvis en høj vægtning af naturlighed som en vigtig kvalitet eller en øget tendens til at købe økologisk, hvis der er mulighed for det i den enkelte butik.

Figur 15. Strukturel ligningsmodel. Sammenhæng mellem kvalitetsopfattelse, kompetencer, tilfredshed og betalingsvillighed



Vist er standardiserede estimater. Information om modellen: Chi-square=1569,716, df=308, p<0,001, chi-square/df=5,096, CFI=0,932, GFI=0,927, TLI=0,923, RMSEA=0,051, N=1552.

Partnerundersøgelsen

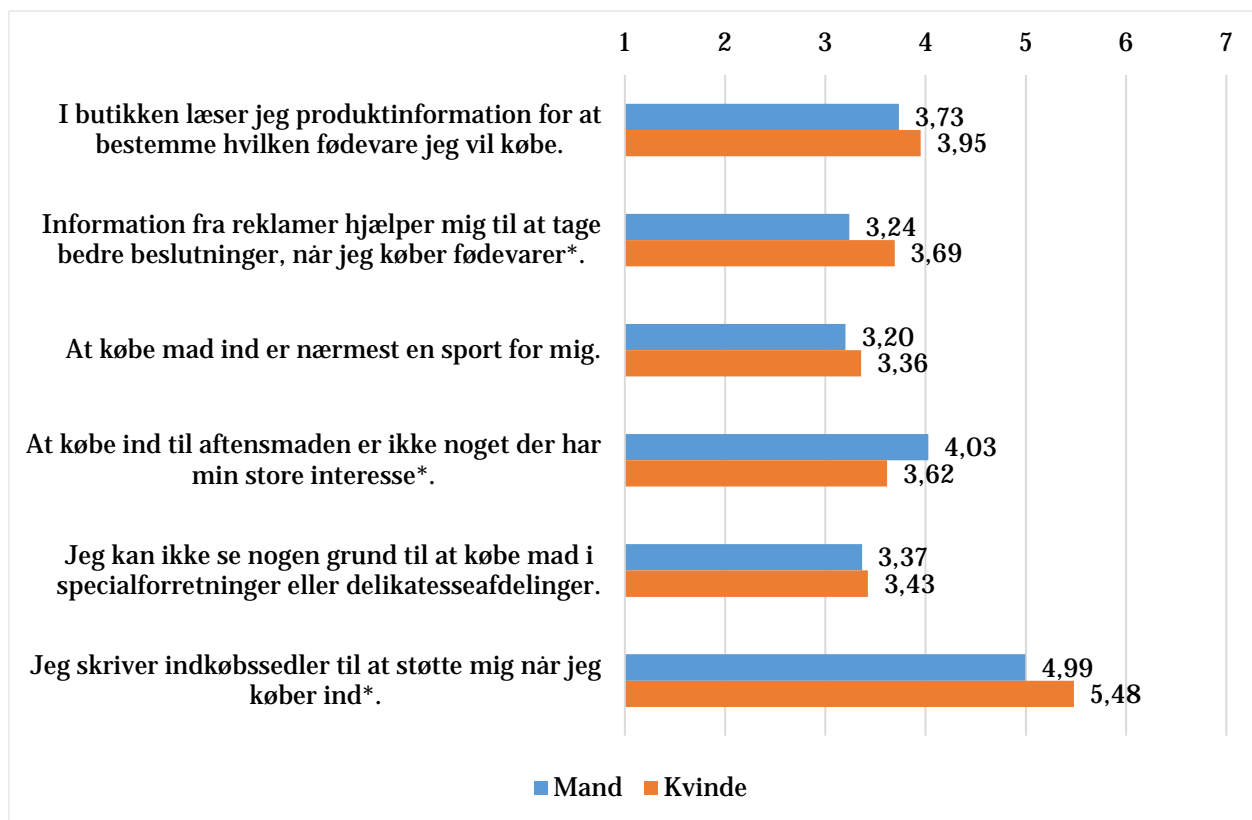
I ønsket om at undersøge, hvorvidt der er holdningsforskelle imellem mænd og kvinder fra samme husstand, har vi som tidligere beskrevet spurgt begge partnere i ca. 200 husstande. Det er vigtigt at understrege, at analysen af partnerundersøgelsen ikke som i den resterende del af nærværende rapport vedrører generelle kønsforskelle, men forskelle mellem kvinder og mænd der bor i samme husstand.

Rekrutteringen af partnerne foregik som beskrevet tidligere ved, at respondenter fra hovedundersøgelsen blev opfordret til at opgive sin partners mailadresse, hvorefter denne modtog et webbaseret spørgeskema (se bilag 2). Ud af en samlet stikprøve på 1552 respondenter i hovedundersøgelsen, hvor 894 angiver, at de er gift/samlevende, har 202 partnere besvaret spørgeskemaet til partnerdelen. Da formålet primært har været at undersøge forskelle mellem samlevende mænd og kvinder, er der frasorteret 13 par af samme køn. Det samlede datagrundlag for partnerdelen er derfor 189 par eller i alt på 378 respondenter (jf. bilag 5 for et demografisk overblik).

Analysen og diskussionen af forskelle og ligheder i partnernes opfattelse af fødevarer- og madkvalitet er struktureret i overensstemmelse med figur 1. Først analyseres forskelle i indkøbsvaner og valgkriterier, herefter kompetenceniveau (hårde og bløde kompetencer) og endeligt analyseres forskelle og ligheder med hensyn til betalingsvillighed og tilfredshed.

Med hensyn til indkøbsvanerne (se figur 16) ses det, at kvinderne i signifikant højere grad end mændene har interesse i at købe ind til aftensmaden og i højere grad støtter sig til indkøbssedlen (t-test: $p < 0,05$). At det nærmest er en sport at købe mad ind, er dog hverken noget mænd eller kvinder synes, og der er heller ikke signifikante forskelle at spore ved dette spørgsmål. Af figur 17, som beskriver valgkriterierne, fremgår det, at der kun er én signifikant forskel mellem partnerne. Når der købes ind, går kvinderne signifikant mere op i, at naturlighed er en vigtig del af fødevarernes kvalitet, end mænd (se figur 17).

Figur 16. Forskel i indkøbsvaner mellem partnerne



Figurforklaring: Gennemsnit på skala fra 1-7, hvor 1 er 'meget uenig' og 7 er 'meget enig'. Items markeret med * er signifikant ($p < 0,05$).

Figur 17. Forskel i valgkriterier mellem partnerne



Figurforklaring: Gennemsnit på skala fra 1-7, hvor 1 er 'meget uenig' og 7 er 'meget enig'. Items markeret med * er signifikant ($p < 0,05$).

Som tabellerne 7 og 8 viser, er mænd og kvinder, der bor i samme husstand, i overvejende grad lige kompetente. Gennemsnitligt set er kvinderne dog mere kompetente med hensyn til erfaringen med at fremstille desserter og bagværk. Den største forskel findes ved bolle- og brødbagningen, hvor der er flest kvinder, der gør dette. Der, hvor mændene har været mest på banen i køkkenet, er i pandekagebagningen efterfulgt af bolle- og brødbagning. Forskellene i kompetencer udjævnes stort set lineært med sværhedsgraden af aktiviteten. Som illustreret i tabel 7 er der stort set ingen af de to køn, som har lavet fragilité eller bagt tarteletter det seneste år.

Tabel 7. Forskel i erfaring med dessert og bagværk mellem partnerne

Dessert og bagværk	Mænd		Kvinder	
	JA	NEJ	JA	NEJ
Bagt boller og/eller brød*	59,3 %	40,7 %	91,0 %	9,0 %
Bagt pandekager*	68,8 %	31,2 %	85,7 %	14,3 %
Bagt en bradepandekage*	42,3 %	57,7 %	77,2 %	22,8 %
Lavet hindbærssnitte	16,4 %	83,6 %	21,2 %	78,8 %
Bagt kransekage*	19,6 %	80,4 %	30,7 %	69,3 %
Bagt vandbakkelse*	16,9 %	83,1 %	28,0 %	72,0 %
Lavet fragilité	3,7 %	96,3 %	3,2 %	96,8 %
Lavet hjemmelavet is	29,6 %	70,4 %	32,8 %	67,2 %
Bagt knækbrød*	19,0 %	81,0 %	38,6 %	61,4 %
Bagt rugbrød*	23,8 %	76,2 %	37,6 %	62,4 %
Pyntet en lagkage med fondant	11,1 %	88,9 %	13,8 %	86,2 %
Pyntet en lagkage med marcipan	18,0 %	92,0 %	20,1 %	79,9 %
Selv bagt tarteletter	5,3 %	94,7 %	4,8 %	95,2 %

Tabelforklaring: "Har du inden for det seneste år lavet følgende i dit køkken?" Felter markeret med * indikerer de signifikante kompetenceforskelle ($p < 0,05$). $N=378$.

For kompetencerne vedrørende hovedretter, tilbehør og madforberedelser er der otte signifikante forskelle at spore ud af 41 forskellige aktiviteter (se bilag 6 for alle kompetenceforskellene mellem partnerne) (t-test: $p < 0,05$). I lighed med kompetencerne vedrørende desserter og bagværk, vedrører disse forskelle primært de mindre avancerede aktiviteter. Til trods for et overvejende samme kompetenceniveau blandt partnerne er det kvinderne i parforholdet, som generelt har det største kompetenceniveau, når vi analyserer de signifikante forskelle. Det eneste sted mændene har et signifikant større kompetenceniveau er ved filetering af fisk.

Tabel 8. Signifikante kompetenceforskelle mellem partnerne

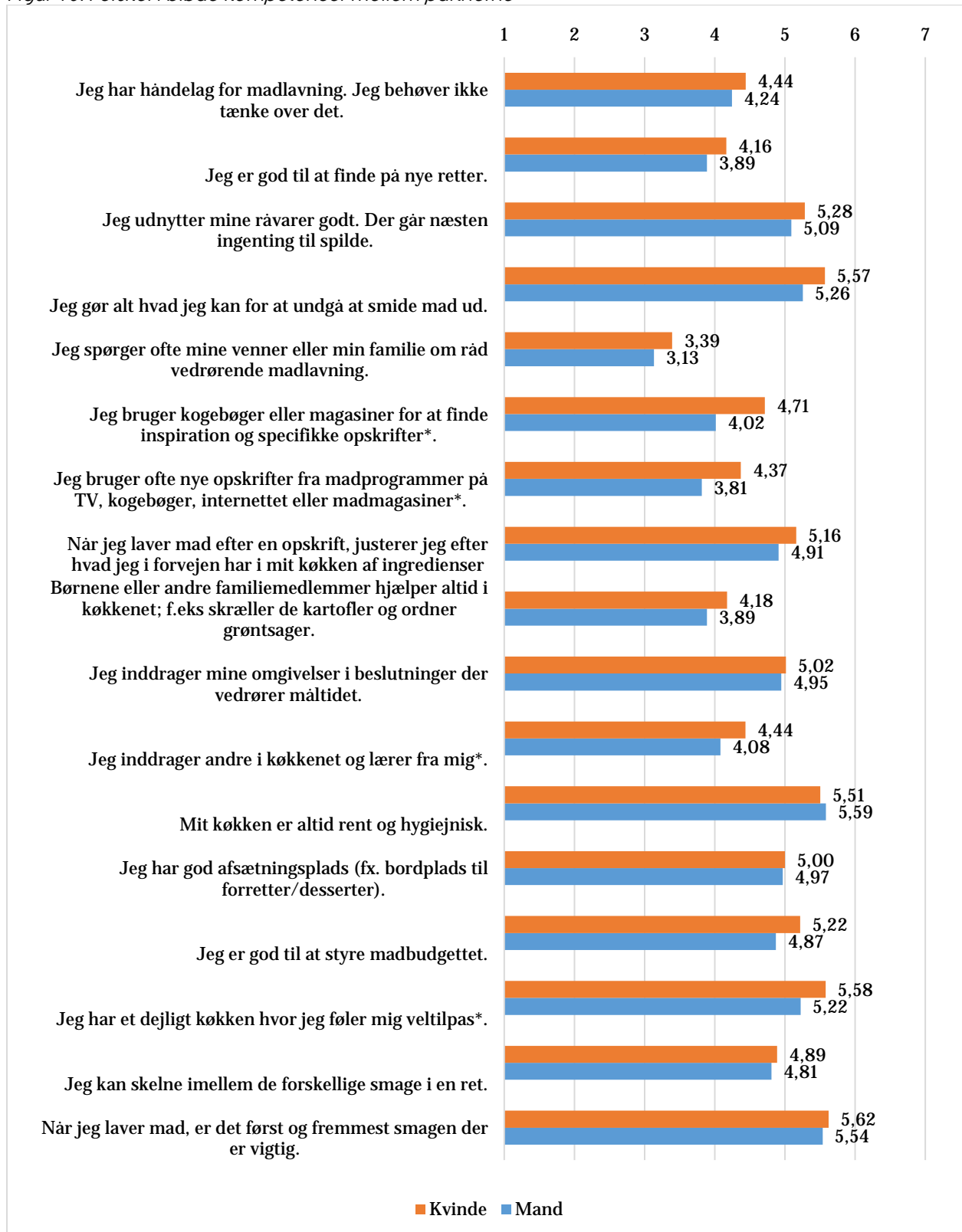
Signifikante kompetenceforskelle mellem partnerne	Mænd		Kvinder	
	JA	NEJ	JA	NEJ
Pisket æggehvinder stive	65,1 %	34,9 %	78,8 %	21,2 %
Fileteret en fisk	38,6 %	61,4 %	28,6 %	71,4 %
Tempereret chokolade (over et vandbad)	40,2 %	59,8 %	58,8 %	40,2 %
Brugt husblas	32,4 %	67,7 %	45,5 %	54,5 %
Lavet stuvning	47,6 %	52,4 %	58,7 %	41,3 %
Lavet pizza	78,3 %	21,7 %	87,8 %	12,2 %
Lavet hummus	18,0 %	82,0 %	29,6 %	70,4 %
Lavet tunmousse	39,7 %	60,3 %	52,9 %	47,1 %

Tabelforklaring: "Har du inden for det seneste år lavet følgende i dit køkken?"

Én ting er kompetencerne i forhold til madlavning, noget andet er de blødere kompetencer, som handler om, hvorvidt andre i husstanden bliver inddraget i beslutninger, som vedrører måltidet, hvorfra der søges information til madlavningen, og om der er fokus på at undgå madspild. Analysen af resultaterne af partnerundersøgelsen viser således, at kvinderne i signifikant (t-test: $p < 0,05$) højere grad indhenter idéer og opskrifter fra kogebøger, TV, internettet og madblogs, end mændene gør.

Derudover viser der sig et mønster i forhold til, at kvinderne i parforholdet i signifikant (t-test: $p < 0,05$) højere grad (4,4) lærer fra sig i køkkenet og synes, at de har et dejligt køkken (5,58), hvor de føler sig veltilpas i forhold til mændene (4,08 henholdsvis 5,22). I øvrigt er der ikke signifikante forskelle på de samlevende mænd og kvinders bløde kompetencer.

Figur 18. Forskel i bløde kompetencer mellem partnerne



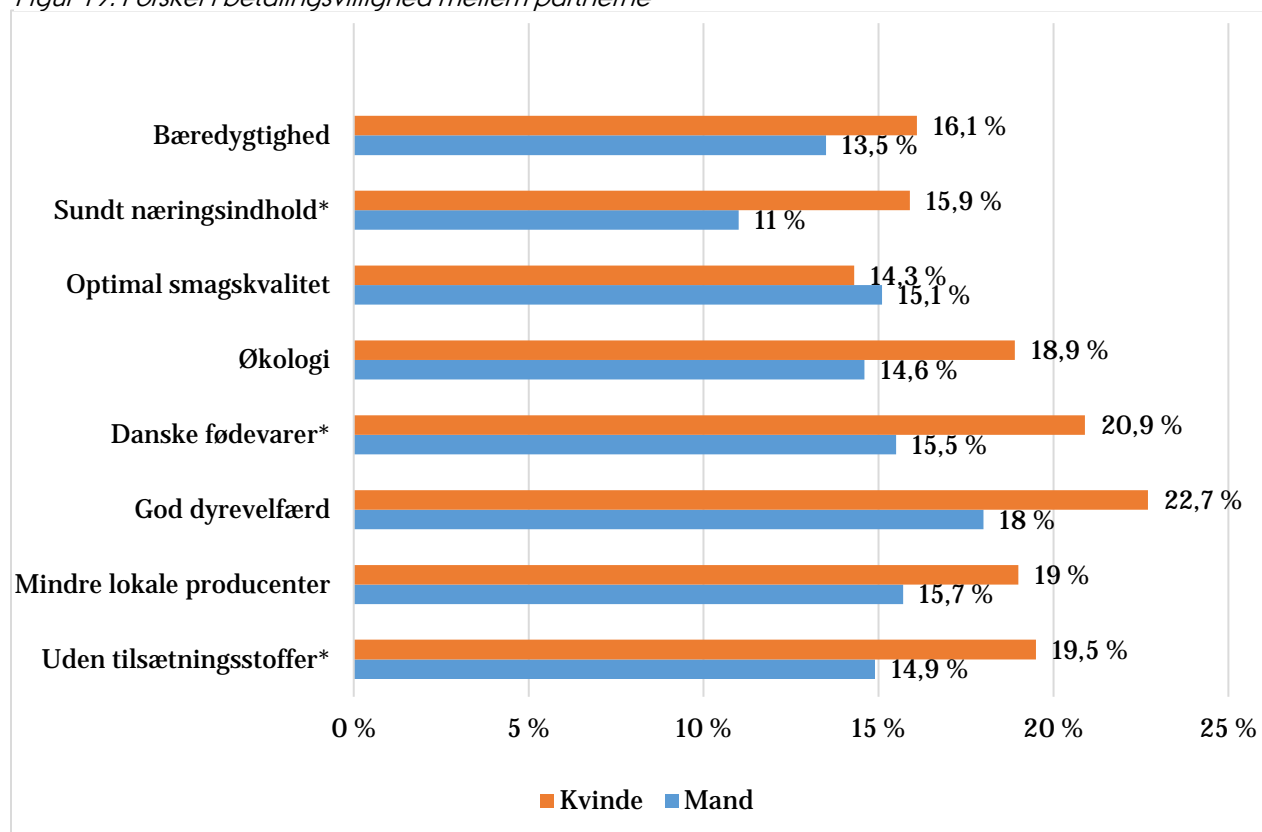
Figurforklaring: Gennemsnit på skala fra 1-7, hvor 1 er 'meget uenig' og 7 er 'meget enig'. Felter markeret med * indikerer de signifikante kompetenceforskelle ($p < 0,05$).

Forskelle i betalingsvillighed og tilfredshed

Når der ses på forskelle i betalingsvilligheden fordelt for de to partnere, fremtræder der et interessant mønster. Som det fremgår af figur 19, er kvinderne således mere villige til at betale ekstra for alle kvalitetsindikatorer på nær 'optimal smagskvalitet'. Det er dog kun for kvalitetsindikatorerne: sundt næringsindhold, danske varer og uden tilsætningsstoffer at forskellen er signifikant (t-test: $p < 0,05$).

Som figur 19 viser, er forskellen størst vedrørende danske varer, hvor kvinderne gennemsnitligt set er villige til at betale 20,9 % mere for danske sammenlignet med udenlandske varer, mens mændene kun vil betale 15,5 % mere. Selvom kvinderne generelt ser ud til at være mere villige til at betale mere, er den generelle forskel i betalingsvillighed dog ikke stor. En regressionsanalyse af forskellene i betalingsvillighed på husstandens samlede tilfredshed med deres madrelaterede livskvalitet, viser da også, at sidstnævnte ikke påvirkes af de nævnte forskelle. Der er altså ikke noget, der tyder på, at de observerede forskelle i samlevende mænd og kvinders betalingsvillighed er noget, der går ud over den fælles tilfredshed med den madrelaterede livskvalitet.

Figur 19. Forskel i betalingsvillighed mellem partnerne



Figurforklaring: Maximum betalingsvillighed angivet i procent. * markerer signifikante forskelle i betalingsvillighed mellem samlevende kvinder og mænd ($p < 0,05$).

I forlængelse heraf er det også interessant at se på, hvorvidt mænd og kvinder i samme husstand er lige tilfredse med deres madrelaterede livskvalitet⁹. Selvom kvinderne i gennemsnit scorer 5,11 på en enighedsskala fra 1 til 7, hvor 1 er 'meget uenig' og 7 er 'meget enig', og mændene placerer sig marginalt højere (5,20), kan det konkluderes, at partnerne er lige tilfredse med deres madrelaterede livskvalitet, idet forskellen ikke er signifikant.

Som opsummering af partnerundersøgelsen kan det konstateres, at der ikke er de store udsving i partnernes holdninger, generelle kompetencer eller generelle tilfredshed på de målte items. Der er dog enkelte forskelle vedrørende indkøbsvaner, betalingsvillighed og kompetencer. Disse forskelle har dog ikke indflydelse på partnernes tilfredshed med deres madrelaterede livskvalitet.

⁹Madrelateret livskvalitet er et aggregeret mål bestående af fem items: 'Mad og måltider er lyspunkter i mit liv', 'Generelt set er jeg meget tilfreds med min mad', 'Når det gælder mad og måltider, er mit liv tæt på at være ideelt', 'Når det gælder mad, har jeg en fortrinlig tilværelse' og 'Mad og måltider giver mig en masse tilfredsstillelse i hverdagen'.

Konklusion og perspektivering

Kvalitetsindeks 2017 er fjerde rapport i en serie (se Mørk et al., 2015, Tsalis et al., 2015 og Hansen et al., 2017), der dokumenterer danske fødevarerforbrugeres holdninger og opfattelser af fødevarer- og måltidskvalitet. Første kvalitetsindeks i 2014 fokuserede på udviklingen af det spørgeskemainstrument, der i sin grundform har dannet baggrund for de efterfølgende tre undersøgelser. I tillæg hertil er der i de efterfølgende år, blevet fokuseret på udvalgte aspekter af danskernes fødevarerforbrug. Hvor 2015-undersøgelsen rettede fokus på danskernes madlavningskompetencer, var temaet i 2016 danske forbrugeres holdninger til convenience og færdigvarer. I 2017 har fokus været på danske familiers måltidsstrukturer, roller og regler samt på hvordan kvalitetsopfattelserne vedrørende fødevarer- og måltidskvalitet udvikler sig over tid. En analyse af sidstnævnte er mulig gjort af, at der efter gennemførelsen af 2017-undersøgelsen foreligger data fra fire forløbende år.

I forbindelse med analysen af de måltidsstrukturer, roller og regler, der kendetegner danske familier, er der udviklet et mål for de normer, oplevelser af fællesskab og barrierer, der knytter sig til, at familien spiser sammen. I den forbindelse er der identificeret en klar kønsforskel. Kvinder har således stærkere oplevelser af fællesskab og normer i forhold til at måltiderne indtages i fællesskab, end mænd har. I forlængelse heraf oplever mændene barriererne for de fælles måltider, som stærkere end kvinderne gør. Foruden den kønsmæssige forskel stod det klart, at de yngre forbrugere (18-29 år) oplever barriererne som signifikant (anova: $p < 0,05$) stærkere end de ældste forbrugere (50+ år). I forhold til de yngste forbrugere har de ældre også signifikant større oplevelse af fællesskab og stærkere normer til, at måltidet skal udgøre socialt samlingspunkt.

I forbindelse med dette års fokus på familiernes måltidsstrukturer, roller og regler er der, ud over hovedundersøgelsen, gennemført et survey med 178 partnere til de forbrugere, der deltog i hovedundersøgelsen. Formålet hermed var at muliggøre en sammenligning af partnernes madlavningskompetencer, opfattelser af arbejdsfordeling, kvalitet og betalingsvillighed, samt at undersøge hvorvidt eventuelle forskelle påvirker partnernes tilfredshed med deres madrelaterede liv. Resultaterne af denne sammenligning viste, at der generelt er enighed blandt partnerne på de undersøgte parametre. Dog var der væsentlige forskelle med hensyn til betalingsvillighed, således at kvinderne generelt er villige til at betale mere for kvalitetsmærkede fødevarer end deres mandlige partnere.

I forhold til madlavningskompetencerne viste undersøgelsen også, at der er en høj grad af lighed mellem mænd og kvinder i den samme hustand. Således viste undersøgelsen, at det primært kun er i forhold til fremstillingen af dessert- og bagværk, at kvinderne er mere avancerede i deres kompetenceniveau end deres mænd. Med hensyn til forberedelse og håndslag og i fremstillingen af tilbehør og hovedretter viste

undersøgelsen, at partnerne stort set er lige kompetente (kun otte signifikante forskelle ud af 41 madlavningsaktiviteter). De nævnte forskelle i betalingsvillighed og kompetenceniveau er dog ikke noget, som påvirker partnernes tilfredshed med deres madrelaterede liv.

Med hensyn til udviklingen over tid, er der i forbindelse med dette års undersøgelse også gennemført en omfattende re-analyse af de data, der er indsamlet i forbindelse med 2014, 2015 og 2016-undersøgelserne. Således er der på baggrund af en sammenlægning af undersøgelserne fra disse tre år og resultaterne fra 2017 udviklet en ny segmenteringsløsning, der gør det muligt at vurdere, hvordan danske forbrugeres opfattelse af og interesse for fødevarer har udviklet sig siden 2014. I denne segmenteringsløsning inddrages de danske fødevarerforbrugere i tre segmenter: de kvalitetsbevidste, det moderate flertal og de uengagerede.

Henover alle de undersøgte år er det kvalitetsbevidste segment i forhold til de to andre segmenter generelt mere betalingsvillige, kompetente og tilfredse med den mad, de spiser. Men med hensyn til den forholdsvis mæssige udvikling af de tre segmenters størrelse, viser resultaterne imidlertid entydigt, at der siden 2014 er blevet færre forbrugere i det kvalitetsbevidste segment, (endnu) flere i segmentet med det moderate flertal, mens antallet af uengagerede forbrugere er forholdsvis konstant. Der er flere mulige forklaringer på denne udvikling. For eksempel er det sandsynligt, at året 2014, hvor undersøgelserne blev igangsat, udgjorde et højdepunkt i danskernes interesse for mad, om end man ikke kan tale om, at interessen for kvalitetsfødevarer har været aftagende siden. En anden forklaring kan være, at det kvalitetsbevidste segment efterhånden er begyndt at lægge vægt på andre ting, end de gjorde i 2014, mens det moderate flertal har overtaget nogle af de kvalitetsbevidstes præferencer og opfattelser. Hvis dette er forklaringen på den observerede udvikling, er det sandsynligt, at de kvalitetsbevidste er begyndt at interessere sig for nye aspekter af fødevarer. Hvilke nye kvaliteter det drejer sig om, bør undersøges i de kommende års analyser. Endelig kan en tillægsforklaring ligeså være, at det der var differentierende for segmenterne i de tidligere undersøgelser i mindre grad er differentierende i 2017 – eksempelvis vedrørende holdningen til convenience og halvfabrikata, som har haft en stigning i markedsandelen i perioden.

I tillæg til ovenstående, indeholder 2017-undersøgelsen en analyse af forbrugernes holdninger til en række kvalitetsindikatorer, der er blevet udviklet i forbindelse med rådgivningsprojektet "Forbrug af kvalitetsfødevarer", som også er igangsat af Miljø- og Fødevarerministeriet, og som på baggrund af analyse af scannerdata fra detailhandlen skal bruges til at analysere udviklingen i salget af kvalitetsfødevarer. Resultaterne viser entydigt, at det kvalitetsbevidste forbrugersegment i signifikant højere grad forbinder disse indikatorer med høj fødevarer kvalitet end det moderate flertal og de uengagerede. Den bedste kvalitetsindikator er ifølge alle tre segmentgrupper, at varen er *dansk*, mens *laktosefri* ikke ses som en indikation på kvalitet for nogle af segmenterne.

At betalingsvilligheden er nogenlunde stabil, trods et fald i andelen af det kvalitetsbevidste forbrugersegment, kan synes mærkværdigt. Man kunne have en formodning om, at den samlede betalingsvillighed for det repræsentative udsnit ville være dalende, idet netop de kvalitetsbevidste er det forbrugersegment, som har den største betalingsvillighed. Forklaringen på, at den samlede betalingsvillighed ikke er lavere i den undersøgte periode (2014-2017¹⁰), er, at det moderate flertal er villige til at betale mere. Den tiltagende bevidsthed vedrørende fødevarer med kvalitetsindikatorer giver en større betalingsvillighed, hvilket blandt andet var tydeligt i figur 13.

I sammenhæng med projektet "Forbrug af kvalitetsfødevarer" vil den nye segmenteringsmodel, der er udviklet i forbindelse med nærværende rapport, også i de kommende år gøre det muligt at analysere udviklingen i danske forbrugeres kvalitetsopfattelser, tilfredshed og betalingsvillighed for kvalitetsfødevarer.

Som i de tidligere undersøgelser (se Mørk et al., 2015, Tsalis et al., 2015 og Hansen et al., 2017), er der i nærværende rapport estimeret en model for, hvordan forbrugernes opfattelser af fødevarer- og måltidskvalitet påvirker deres tilfredshed og betalingsvillighed. At den estimerede model har samme struktur som de tidligere modeller (Mørk et al., 2015, Tsalis et al., 2015 og Hansen et al., 2017), styrker tiltroen til undersøgelsens validitet.

¹⁰ Med undtagelse af 2016, hvor betalingsvillighed ikke blev målt.

Referencer

- Ajzen, Icek (1991): *The theory of Planned Behavior*. Organizational behavior and human decision processes 50, 179-211. Academic Press, Inc.
- Blunch, N. J. (2006): *Faktoranalyse - en metode til datakomprimering*. Lokaliseret 15.10.2017: http://img.kb.dk/tidsskriftdk/pdf/leo/leo_0036-PDF/leo_0036_83285.pdf
- Danmarks Statistik (2017): *Økologisk frugt og grønt buldrer frem*. Lokaliseret 13.11.2017: <http://www.dst.dk/da/Statistik/nyt/NytHtml?cid=24103>
- Fulkerson, J. A., Loth, K., Bruening, M.m Berge, J., Eisenberg, M. E., Neumark-Sztainer, D. (2014): *Time 2 tik 2nite: Use of Electronic Media by Adolescents during Family Meals and associations with Demographic Characteristics, Family Characteristics, and Foods Served*. Academy of Nutrition and Dietetics, 2212-267.
- Grunert, K. G., Brunsø, K., Bredahl, L., & Bech, A. C. (2001). Food-related lifestyle: A segmentation approach to European food consumers. In *Food, people and society* (pp. 211-230). Springer Berlin Heidelberg.
- Grace, J.B. (2006). *Structural equation modeling and natural systems*. New York: Cambridge University Press.
- Hansen, G. L., Bundgaard, L., Grunert, K. G., & Bech-Larsen, T. (2017): *Kvalitetsindeks 2016 – fokus på færdigretter*. DCA Rapport nr. 92.
- Holm, L. (1995). *Måltidets rolle i familielivet*. Månedsskrift for praktisk lægegerning. Hvidovre: Pfizer
- Holm, L., Lauridsen, D., Lund, T. B, Gronow, J., Niva, M., & Mäkelä, J. (2016). *Changes in the social context and conduct of eating in four Nordic countries between 1997 and 2012*. Appetite 103 (2016) 358e368
- Jensen, J. M, & Knudsen, T. (2016): *Analyse af spørgeskemadata med SPSS. Teori, anvendelse og praksis*. 3. udgave. Odense: Syddansk Universitetsforlag
- Landbrug & Fødevarer (2016): *Det økologiske marked*. Lokaliseret 13.11.2017: <https://www.lf.dk/viden-om/oekologi/markedet>
- Lange, C., Rousseau, F., & Issanchou, S. (1999): Expectation, liking and purchase behavior under economical constraint. *Food Quality and Preference*, 10, 31-39
- McCracken, Grant (1986): *Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods*, Journal of Consumer Research, Volume 13, Issue 1, 71-84.
- Melbye, E. L., Øgaard, T., Øverby, N.C, & Hansen, H. (2013): *Parental food-related behaviors and family meal frequencies: associations in Norwegian dyads of parents and preadolescent children*. BMC Public Health 13:820
- Miller, D. (1998). Making love in the supermarkets. In *Theory of shopping*. Cambridge: Polity
- Mørk, T., Tsalis, G., Grunert, K. G., & Bech-Larsen, T. (2015). *Kvalitetsindeks 2014: Et instrument til kortlægning af fødevarer-forbrugernes kvalitetsopfattelse*. DCA Rapport nr. 56: <http://web.agrsci.dk/djfpublikation/index.asp?action=show&id=1194>

- Napolitano, F., Braghieri, A., Piasentier, E., Favotto, S., Naspetti, S., Zanolì, R. (2010):
Effect of information about organic production on beef liking and consumer willingness to pay. *Food Quality and Preference* 21. 207-212
- Neumark-Sztainer, D., Wall, M., Story, M., & Fulkerson, J. A. (2004): *Are family meal patterns associated with disordered eating behaviors among adolescents?* Journal of Adolescent Health. Volume 35, Issue 5, November 2004, Pages 350-359
- Nørgaard, M. K., Brunsø, K., Christensen, P. H., Mikkelsen, M. R. (2007), Children's influence on and participation in the family decision process during food buying. *Young Consumers*, Vol. 8 Iss 3 pp. 197 - 216
- Olsen, S. O., & Mai, H. T. X. (2013). Consumer participation: The case of home meal preparation. *Psychology & Marketing*, 30(1), 1-11.
- RetailNews (2016): *Salget af færdigretter stiger voldsomt*. Lokaliseret 13.11.2017:
https://www.retailnews.dk/article/view/287100/salget_af_faerdigretter_stiger_voldsomt
- Roland, T., Poulsen, D., Steenberg, M., Obelitz, M. & Falk, J. (2016): *Danskernes Madvaner 2016*. Lokaliseret 13.11.2017: https://om.coop.dk/Upload/om.coop.dk/Publikationer/analyser/Danskernes%20Madvaner%202016_Coop%20Analyse.pdf
- Tsalis, G., Mørk, T., & Bech-Larsen, T. (2015). *Kvalitetsindeks 2015 - Et instrument til kortlægning af fødevarer-forbrugernes kvalitetsopfattelser*. DCA Rapport nr. 69:
[http://pure.au.dk/portal/da/publications/kvalitetsindeks-2015\(8d11ca1a-60ca-47b7-8ee7-f0a7797b85f3\).html](http://pure.au.dk/portal/da/publications/kvalitetsindeks-2015(8d11ca1a-60ca-47b7-8ee7-f0a7797b85f3).html)
- Verzeletti, C., Maes, L., Santinello, M., Baldassari, D., & Vereecken, C. A. (2010): *Food-related family lifestyle associated with fruit and vegetable consumption among young adolescents in Belgium Flanders and the Veneto Region of Italy*. *Appetite* 54 (2010) 394-397.

Bilag 1. Spørgeskema til hovedundersøgelse

Undersøgelse om mad og indkøb

Spørgeskema om danske forbrugeres krav til fødevarekvalitet og måltidet.

Velkommen til denne undersøgelse om fødevare- og måltidskvalitet, som udføres for Miljø- og Fødevareministeriet af Aarhus Universitet.

Undersøgelsen tager ca. 20 minutter at gennemføre.

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

Vi glæder os til at høre din mening.

Skulle du have spørgsmål til undersøgelsen, er du velkommen til at kontakte:

Gitte Lundberg Hansen på glh@mgmt.au.dk

Med venlig hilsen
MAPP Centeret
Aarhus Universitet

Hvad er din alder? _____

Hvad er dit køn?

- Mand
- Kvinde

I hvilken region bor du?

- Region Nordjylland
- Region Midtjylland
- Region Syddanmark
- Region Sjælland
- Region Hovedstaden (inkl. Bornholm)
- Jeg bor i udlandet
- Ved ikke

Hvor bor du?

- Hovedstaden
- Jeg bor i en stor by (over 100.000 indbyggere: Århus, Odense, Ålborg)
- Jeg bor i en stor provinsby (20.000-100.000 indbyggere, fx Esbjerg, Randers, Vejle, Hjørring, Sønderborg)
- Jeg bor i en mindre provinsby (1.000-20.000 indbyggere, fx Skanderborg, Ikast, Nakskov, Rønde)
- Jeg bor i en landsby (50-1.000 indbyggere)
- Jeg bor på landet/ikke i en by

Hvad er din højest gennemførte uddannelse?

- Folkeskole
- Ungdomsuddannelse (Gymnasium, HHX, HTX, HF)
- Erhvervsuddannelse
- Kort videregående uddannelse (2-3 år)
- Mellemlang videregående uddannelse (3-4 år)
- Lang videregående uddannelse (5 år eller mere)
- Forskeruddannelse (Phd)
- Ønsker ikke at oplyse

Hvad er din husstands årlige indkomst før skat?

- 0-100.000
- 100.001-200.000
- 200.001-300.000
- 300.001-400.000
- 400.001-500.000
- 500.001-600.000
- 600.001-700.000
- 700.001-800.000
- 800.001-900.000
- 900.001-1.000.000
- 1.000.001-1.100.000
- 1.100.001-1.200.000
- 1.200.001-1.300.000
- 1.300.001-1.400.000
- 1.400.001-1.500.000
- Over 1.500.000
- Ønsker ikke at oplyse
- Ved ikke

Deltager du i husstandens madindkøb?

- Ja
- Nej

Deltager du i husstandens madlavning?

- Ja
- Nej

Display This Question:

If Deltager du i husstandens madindkøb? Nej Is Selected
And Deltager du i husstandens madlavning? Nej Is Selected

Tak for din deltagelse. Du mødte desværre ikke vores kriterier for deltagelse i projektet, men vi takker dig for din indsats. Nu mangler du blot at klikke på afslut (pilen) for at komme til afslutningssiden.

Condition: Tak for din deltagelse. Du ... Is Displayed. Skip To: End of Block.

Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand?

- 1
- 2
- 3 eller flere

Hvad er din civilstatus?

- Gift/samlevende
- Enlig
- Fraskilt/enke/enkemand
- Andet
- Ønsker ikke at oplyse

Har du børn?

- Ja
- Nej

Display This Question:

If Har du børn? Ja Is Selected

Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand?

- 0
- 1-2
- 3-4
- 5 eller flere

Display This Question:

If Har du børn? Ja Is Selected

Hvor gammel er dit barn/dine børn? (Flere krydser tilladt)

- 0-3 år
- 4-6 år
- 7-12 år
- 13-18 år
- Over 18 år

Hvor mange timer om ugen arbejder du?

- Under 25 timer
- 25-37 timer
- Over 37 timer
- Jeg er jobsøgende
- Jeg er studerende/under uddannelse
- Jeg arbejder ikke

Display This Question:

If Hvad er din civilstatus? Gift/samlevende Is Selected

Hvor mange timer om ugen arbejder din ægtefælle/samlever?

- Under 25 timer
- 25-37 timer
- Over 37 timer
- Han/hun er jobsøgende
- Han/hun er studerende/under uddannelse
- Han/hun arbejder ikke

Nedenfor listes nogle udsagn. Du bedes markere, hvor enig eller uenig du er i disse udsagn.

	Meget uenig 1	2	3	4	5	6	Meget enig 7
I butikken læser jeg produktinformation for at bestemme, hvilken fødevarer jeg vil købe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information fra reklamer hjælper mig til at tage bedre beslutninger, når jeg køber fødevarer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
At købe mad ind er nærmest en sport for mig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
At købe ind til aftensmaden er ikke noget, der har min store interesse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg kan ikke se nogen grund til at købe mad i specialforretninger eller delikatesseafdelinger.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg skriver indkøbssedler til at støtte mig, når jeg køber ind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
At få ros for min madlavning betyder rigtig meget for min selvtillid.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det at spise er for mig et spørgsmål om at røre, smage, dufte og se. Alle sanserne er med. Det er virkelig en spændende oplevelse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Man snakker så godt sammen over et måltid.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nedenfor listes nogle udsagn. Du bedes markere, hvor enig eller uenig du er i disse udsagn.

	Meget uenig 1	2	3	4	5	6	Meget enig 7
Når jeg køber mad er naturlighed en vigtig kvalitet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg køber helst naturlige produkter, dvs. mad uden konservering og tilsætning.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg foretrækker mad uden kunstig aroma og smagsforstærkere.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg prøver altid at opnå det bedst mulige forhold mellem pris og kvalitet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg sammenligner priser på mad for at få så meget som muligt for mine penge.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg køber hellere friske råvarer end konserver eller frosvarer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg køber hellere friskt udskåret kød og grønt i løs vægt end færdigpakkede varer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg køber altid økologisk dyrkede produkter, hvis jeg har muligheden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De kendte retter er nu engang de bedste.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg kan godt lide at prøve madvarer, jeg aldrig har prøvet før.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg elsker at prøve nye retter og opskrifter fra andre lande.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det er vigtigere, at vælge madvarer man kan lide for deres smag, fremfor madvarer der er ernæringsrigtigt sammensat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nedenfor listes nogle udsagn. Du bedes markere, hvor enig eller uenig du er i disse udsagn.

	Meget uenig 1	2	3	4	5	6	Meget enig 7
Jeg bruger mange færdigretter i husholdningen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg bruger ofte kagemix, pulversovs (fx bearnaise), dinner kits (fx Knorr lasagne) eller lignende.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hvad jeg skal have til aften er ofte en spontan beslutning.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Madlavning er noget der skal overstås.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg kan godt lide at afprøve nye opskrifter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opskrifter og artikler om mad fra andre kulinariske traditioner får mig til at eksperimentere i køkkenet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Man kan sagtens lave et velsmagende måltid på 20 min.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg søger ofte på internettet efter specifikke opskrifter og inspiration.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg spiser noget, så snart jeg føler sult.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?

For mig er det forbundet med kvalitet, hvis mine fødevarer...

	Helt uenig 1	2	3	4	5	6	Helt enig 7
Er økologiske	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er nøglehulsmærkede	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er fuldkornsmærkede	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er laktosefrie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er sundhedsmærkede (fortæller at der er sammenhæng mellem en fødevare, eller en af dens bestanddele, og sundhed)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er danske	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er produceret/dyrket i min region	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er produceret/dyrket på en bestemt egn/ø i Danmark, men ikke nødvendigvis i min egen region (fx gulerødder fra Lammefjorden eller Læsø salt)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kommer fra en bestemt region i udlandet (fx Serranoskinke eller Parmaskinke)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er dyrevelfærdsmærkede (fx "Anbefalet af dyrenes beskyttelse)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er bæredygtighedsmærkede (fx Fairtrade eller Rainforest Alliance)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er produceret af en bestemt sort/race (fx Ølandshvide eller mælk fra Jerseykøer)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er håndlavede	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Har haft en kort transporttid	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Betalingsvillighed

Nu vil vi bede dig om at tage stilling til, hvorvidt du er villig til at betale en mérpris for en række forskellige kvalitetsmærkede fødevarer i forhold til den pris, du betaler for en almindelig fødevare uden kvalitetsmærke.

F.eks. bliver du spurgt, om du vil betale 25% mere for en bestemt fødevare. Hvis du svarer "Ja", bliver du spurgt, om du vil betale 50% mere. Hvis du også svarer "Ja" her, bliver du spurgt, om du vil betale 100% mere. Derefter bliver du ledt videre til det næste mærke. Hvis du svarer "Nej" til at ville betale 25% mere, bliver du spurgt, om du vil betale 10% mere og bliver derefter ledt videre til næste mærke.

Der er i alt 8 mærker.

For fødevarer med mærkning for **fremstilling uden brug af tilsætningsstoffer**, betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for fremstilling uden brug af tilsætningsstoffer, betaler jeg gerne op til 25% mere. Nej Is Selected

For fødevarer med mærkning for **fremstilling uden brug af tilsætningsstoffer**, betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for fremstilling uden brug af tilsætningsstoffer, betaler jeg gerne op til 25% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **fremstilling uden brug af tilsætningsstoffer**, betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for fremstilling uden brug af tilsætningsstoffer, betaler jeg gerne op til 50% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **fremstilling uden brug af tilsætningsstoffer**, betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

For fødevarer med mærkning for **produktion af mindre, lokale producenter**, betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for produktion af mindre, lokale producenter, betaler jeg gerne op til 25% mere. Nej Is Selected

For fødevarer med mærkning for **produktion af mindre, lokale producenter**, betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for produktion af mindre, lokale producenter, betaler jeg gerne op til 25% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **produktion af mindre, lokale producenter**, betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for produktion af mindre, lokale producenter, betaler jeg gerne op til 50% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **produktion af mindre, lokale producenter**, betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

For fødevarer med mærkning for **god dyrevelfærd**, betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for god dyrevelfærd, betaler jeg gerne op til 25% mere. Nej Is Selected

For fødevarer med mærkning for **god dyrevelfærd**, betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for god dyrevelfærd, betaler jeg gerne op til 25% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **god dyrevelfærd**, betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for god dyrevelfærd, betaler jeg gerne op til 50% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **god dyrevelfærd**, betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

For **danske fødevarer**, betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For danske fødevarer, betaler jeg gerne op til 25% mere. Nej Is Selected

For **danske fødevarer**, betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For danske fødevarer, betaler jeg gerne op til 25% mere. Ja Is Selected

For **danske fødevarer**, betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For danske fødevarer, betaler jeg gerne op til 50% mere. Ja Is Selected

For **danske fødevarer**, betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

For **økologiske fødevarer**, betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For økologiske fødevarer, betaler jeg gerne op til 25% mere. Nej Is Selected

For **økologiske fødevarer**, betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For økologiske fødevarer, betaler jeg gerne op til 25% mere. Ja Is Selected

For **økologiske fødevarer**, betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For økologiske fødevarer, betaler jeg gerne op til 50% mere. Ja Is Selected

For **økologiske fødevarer**, betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

For fødevarer med mærkning for **en optimal smagskvalitet**, betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for en optimal smagskvalitet, betaler jeg gerne op til 25% mere.

Nej Is Selected

For fødevarer med mærkning for **en optimal smagskvalitet**, betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for en optimal smagskvalitet, betaler jeg gerne op til 25% mere.

Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **en optimal smagskvalitet**, betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for en optimal smagskvalitet, betaler jeg gerne op til 50% mere.

Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **en optimal smagskvalitet**, betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

For fødevarer med mærkning for **sundt næringsindhold**, betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for sundt næringsindhold, betaler jeg gerne op til 25% mere.

Nej Is Selected

For fødevarer med mærkning for **sundt næringsindhold**, betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for sundt næringsindhold, betaler jeg gerne op til 25% mere.

Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **sundt næringsindhold**, betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for sundt næringsindhold, betaler jeg gerne op til 50% mere.

Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **sundt næringsindhold**, betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

For fødevarer med mærkning for **bæredygtighed**, betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for bæredygtighed, betaler jeg gerne op til 25% mere.

Nej Is Selected

For fødevarer med mærkning for **bæredygtighed**, betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for bæredygtighed, betaler jeg gerne op til 25% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **bæredygtighed**, betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for bæredygtighed, betaler jeg gerne op til 50% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **bæredygtighed**, betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

Nedenfor listes nogle udsagn. Du bedes markere, om disse udsagn er sande eller falske.

	Sandt	Falsk	Ved ikke
Frugt og grøntsager, som ikke skrælles, skal vaskes, før man bruger dem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En hakkebøf er gennemstegt, når den er fast i midten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Salmonella er et fedtstof, som findes i laks (Salmon).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1 dl. sukker vejer ca. 85 gram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Magert kød smager af mere end andre mere fedtholdige varianter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mad, der har overskredet "mindst holdbar til", skal straks smides ud.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ifølge de offentlige anbefalinger bør man spise mange rodfrugter, kål og andre grøntsager.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rugbrød kan opbevares i fryseren i op til et år uden at miste smag.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Man skal vaske hænder, inden man starter på madlavningen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Har du indenfor det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

	Ja	Nej
Kogt et æg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pillet og hakket/presset et hvidløg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rørt en fars til frikadeller	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pisket æggehvinder stive	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blendet en suppe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parteret en kylling	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fileteret en fisk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tempereret chokolade (over vandbad)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brugt husblas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet en fond	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jævnet en sovs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porcheret et æg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet en surdej	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Har du indenfor det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

	Ja	Nej
Stegt en bøf på pande	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet lasagne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet mørbradgryde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet stuvning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet lammegryde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kogt en fiskesuppe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet sushi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet gratin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet risotto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet frikassé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stegt en flæskesteg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet pizza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet biksemad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet falafler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Har du indenfor det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

	Ja	Nej
Bagt boller og/eller brød	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bagt pandekager	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bagt en bradepandekage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet hindbærsmutter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bagt kransekage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bagt vandbakkelse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet fragilité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet hjemmelavet is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bagt knækbrød	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bagt rugbrød	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pyntet en lagkage med fondant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pyntet en lagkage med marcipan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selv bagt tarteletter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Har du indenfor det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

	Ja	Nej
Lavet råkostsalat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet en omelet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet hummus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet tunmousse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet bearnaisesovs (fra bunden)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dampet muslinger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet mayonnaise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet kartoffelmos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet kartoffelsalat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet guacamole	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet salsa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet flødestuede kartofler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet pesto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet kryddersmør (fx med hvidløg eller krydderurter)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nedenfor listes nogle udsagn. Du bedes markere, hvor enig eller uenig du er i disse udsagn.

	Meget uenig 1	2	3	4	5	6	Meget enig 7
Når jeg laver mad, er det først og fremmest smagen der er vigtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg kan skelne imellem de forskellige smage i en ret.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har et dejligt køkken, hvor jeg føler mig veltilpas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg er god til at styre madbudgettet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har god afsætningsplads (fx. bordplads til forretter/desserter).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mit køkken er altid rent og hygiejnisk.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg inddrager andre i køkkenet og lærer fra mig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg inddrager mine omgivelser i beslutninger, der vedrører måltidet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Børnene eller andre familiemedlemmer hjælper altid i køkkenet; f.eks skræller de kartofler og ordner grøntsager.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Når jeg laver mad efter en opskrift, justerer jeg efter, hvad jeg i forvejen har i mit køkken af ingredienser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?

	Helt uenig 1	2	3	4	5	6	Helt enig 7
Jeg bruger ofte nye opskrifter fra madprogrammer på TV, kogebøger, internettet eller madmagasiner.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg bruger kogebøger eller magasiner for at finde inspiration og specifikke opskrifter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg spørger ofte mine venner eller min familie om råd vedrørende madlavning.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg gør alt, hvad jeg kan, for at undgå at smide mad ud.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg udnytter mine råvarer godt. Der går næsten ingenting til spilde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg er god til at finde på nye retter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har håndslag for madlavning. Jeg behøver ikke tænke over det.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Display This Question:

If Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 1-2 Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 3-4 Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 5-6 Is Selected

Dette spørgsmål handler om, hvor meget henholdsvis forældre og barn/børn bestemmer, når der købes mad til husstanden. Hvem i din husstand bestemmer, hvad I skal købe af...

	Forælder/forældre bestemmer fuldstændigt 1	2	3	Forældre og barn/børn bestemmer lige meget 4	5	6	Barn/børn bestemmer fuldstændigt 7
Morgenmad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frokost (inkl. madpakke)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aftensmad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mad til andre tidspunkter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Display This Question:

If Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 2 Is Selected

Or Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 3 eller flere Is Selected

Dette spørgsmål handler om, hvor meget henholdsvis dig og den anden/de andre voksne i husstanden bestemmer, når der købes mad til husstanden. Hvem i din husstand bestemmer, hvad I skal købe af...

	Jeg bestemmer fuldstændigt 1	2	3	Jeg og husstandens anden voksen/andre voksne bestemmer lige meget 4	5	6	Husstandens anden voksen/andre voksne bestemmer fuldstændigt 7
Morgenmad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frokost (inkl. madpakke)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aftensmad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mad til andre tidspunkter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Display This Question:

If Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 1-2 Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 3-4 Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 5-6 Is Selected

Dette spørgsmål handler om, hvor meget henholdsvis forældre og barn/børn bestemmer, når der købes mad til husstanden.

Hvem i din husstand bestemmer, hvad I skal købe af...

	Forælder/forældre bestemmer fuldstændigt 1	2	3	Forældre og barn/børn bestemmer lige meget 4	5	6	Barn/børn bestemmer fuldstændigt 7	Køber aldrig
Frugt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grønsager	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pålæg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kød	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fisk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brød	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kager	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Slik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sodavand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mælk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yoghurt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Display This Question:

If Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 2 Is Selected

Or Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 3 eller flere Is Selected

Dette spørgsmål handler om, hvor meget henholdsvis dig og den anden/de andre voksne i husstanden bestemmer, når der købes mad til husstanden.

Hvem i din husstand bestemmer, hvad I skal købe af...

	Jeg bestemmer fuldstændigt 1	2	3	Jeg og husstandens anden voksen/andre voksne bestemmer lige meget 4	5	6	Husstandens anden voksen/andre voksne bestemmer fuldstændigt 7	Køber aldrig
Frugt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grønsager	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pålæg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kød	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fisk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brød	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kager	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Slik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sodavand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mælk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yoghurt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Display This Question:

If Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 1-2 Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 3-4 Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 5-6 Is Selected

Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?

Når vi køber mad til husstanden, hjælper mit barn/mine børn med at...

	Helt uenig 1	2	3	4	5	6	Helt enig 7
Vælge, hvilken butik vi skal handle i	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finde madvarerne i butikken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sammenligne priser på madvarer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Køre indkøbsvognen eller bære kurven	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lægge madvarer på båndet ved kassen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pakke madvarer i poser/indkøbsnet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bære poserne/indkøbsnettene med madvarerne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Display This Question:

If Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 2 Is Selected

Or Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 3 eller flere Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 1-2 Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 3-4 Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 5 eller flere Is Selected

Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?

	Helt uenig 1	2	3	4	5	6	Helt enig 7
Jeg er lydhør overfor ønsker fra andre i husstanden, når jeg køber fødevarer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg imødekommer det, som andre i husstanden gerne vil have, når jeg køber fødevarer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alle i husstanden kommer med ideer til, hvad for noget mad der skal købes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg tilsidesætter mine egne behov til fordel for andre i husstanden, når jeg køber fødevarer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg drager omsorg for husstandens medlemmer gennem mine indkøb af fødevarer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Når jeg handler fødevarer, køber jeg kun det, som jeg selv har lyst til	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I min husstand er det kun mig, der skriver ting på indkøbssedlen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Display This Question:

If Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 2 Is Selected

Or Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 3 eller flere Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 1-2 Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 3-4 Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 5 eller flere Is Selected

Hvor mange gange i den seneste uge har alle personer i din husstand været samlet for at spise...

	0 gange	1 gang	2 gange	3 gange	4 gange	5 gange	6 gange	7 gange
Morgenmad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frokost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aftensmad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hvor ofte...

	6-7 gange om ugen	3-5 gange om ugen	1-2 gange om ugen	Sjældnere end 1 gang om ugen	Aldrig
Får du/I mere end én ret til aftensmad?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Får du/I varm mad til aftensmad?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Får du/I rester fra dagen før til aftensmad?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Får du/I take away til aftensmad?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Display This Question:

If Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 1-2 Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 3-4 Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 5-6 Is Selected

Hvor enig eller uenig er du nedenstående udsagn?

	Helt uenig 1	2	3	4	5	6	Helt enig 7
Jeg/vi har sjældent tid til at involvere børnene i madlavningen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hvis børnene deltager i madlavningen, smager de oftere på nye ting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Når børnene laver mad, laver de næsten altid deres livretter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det er vanskeligt at motivere børnene til at deltage i madlavningen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Børnene har så travlt i fritiden, at de ikke har tid til at deltage i madlavningen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Når børnene selv laver mad, bestemmer de selv menuen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Display This Question:

- If Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 2 Is Selected
- Or Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 3 eller flere Is Selected
- Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 1-2 Is Selected
- Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 3-4 Is Selected
- Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 5 eller flere Is Selected

Hvilke praktiske opgaver har husstandens medlemmer deltaget i inden for den seneste uge?

(Gerne flere svar)

	Mig selv	Min partner	If Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 1-2 Is Selected Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 3-4 Is Selected Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 5 eller flere Is Selected Mit barn/mine børn	Anden voksen/andre voksne i husstanden	Ingen i husstanden har gjort dette
Indkøb af fødevarer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Borddækning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skrælle/snitte grønsager	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stegning/kogning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bagning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Afrydning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opvask	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gå ud med skraldet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Display This Question:

If Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 2 Is Selected

Or Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 3 eller flere Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 1-2 Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 3-4 Is Selected

Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 5 eller flere Is Selected

Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?

	Helt uenig 1	2	3	4	5	6	Helt enig 7
I min husstand er det vigtigt, at vi spiser mindst ét måltid om dagen sammen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har ofte for travlt til at spise aftensmad med de andre i min husstand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I min husstand er det svært at spise sammen, fordi de enkelte husstandsmedlemmers planer ikke passer sammen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I min husstand er det ofte svært at finde et tidspunkt, hvor alle kan sidde og spise sammen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I min husstand forventes det, at alle er hjemme til aftensmad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Display This Question:

- If Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 2 Is Selected
- Or Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 3 eller flere Is Selected
- Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 1-2 Is Selected
- Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 3-4 Is Selected
- Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 5 eller flere Is Selected

Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?

	Helt uenig 1	2	3	4	5	6	Helt enig 7
Jeg nyder at spise sammen med de andre i min husstand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I min husstand bringer måltiderne os sammen på en god måde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I min husstand er måltiderne en tid, hvor vi taler sammen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Display This Question:

- If Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 2 Is Selected
- Or Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din husstand? 3 eller flere Is Selected
- Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 1-2 Is Selected
- Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 3-4 Is Selected
- Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 5 eller flere Is Selected

Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?

	Helt uenig 1	2	3	4	5	6	Helt enig 7
I min husstand er der regler omkring måltidet, som det forventes at man følger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
If Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 1-2 Is Selected Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 3-4 Is Selected Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 5 eller flere Is Selected	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I min husstand er det ok for et barn, at det får noget andet at spise, hvis han/hun ikke kan lide det, der bliver serveret							
If Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 1-2 Is Selected Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 3-4 Is Selected Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 5 eller flere Is Selected	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I min husstand skal et barn spise al den mad, som der bliver serveret for det, selvom han/hun ikke kan lide det							
Manérer er vigtige, når vi spiser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I min husstand behøver vi ikke spise alle vores måltider ved køkken-/spisebordet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
If Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 1-2 Is Selected Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 3-4 Is Selected Or Hvor mange børn (under 18 år) bor der i din husstand? 5 eller flere Is Selected	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I min husstand skal et barn spise al den mad, det selv har øst op, selvom han/hun ikke kan lide det							

Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?

Jeg og/eller andre i min husstand...

	Helt uenig 1	2	3	4	5	6	Helt enig 7
Ser ofte TV mens jeg/vi spiser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spiller ofte på telefon/tablet/computer mens jeg/vi spiser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taler ofte i telefon mens jeg/vi spiser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sender ofte sms-beskeder eller lignende mens jeg/vi spiser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sidder ofte med hovedtelefoner på mens jeg/vi spiser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?

	Meget uenig 1	2	3	4	5	6	Meget enig 7
Jeg er godt tilfreds med kvaliteten af de fødevarer, man kan få i danske butikker.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg er tilfreds med kvaliteten af den mad, jeg spiser.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Når du svarer på de næste spørgsmål, skal du tænke på alle de ting, du gør og oplever i forbindelse med mad og måltider (planlægning, indkøb, madlavning, selve måltidet og oprydningen).

Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?

	Meget uenig 1	2	3	4	5	6	Meget enig 7
Mad og måltider er lyspunkter i mit liv.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Generelt set er jeg meget tilfreds med min mad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Når det gælder mad og måltider, er mit liv tæt på at være ideelt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Når det gælder mad, har jeg en fortrinlig tilværelse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mad og måltider giver mig en masse tilfredsstillelse i hverdagen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Partnerundersøgelsen

Til dette års undersøgelse om mad og indkøb skal vi ud over dine meninger også bruge din partners meninger. Det håber vi derfor, at du vil hjælpe os med.

Det eneste du skal gøre er at skrive din partners e-mailadresse nedenfor.

Det spørgeskema, som vil blive sendt til din partner indenfor den næste uge, vil indeholde nogle af de samme spørgsmål, som du selv lige har besvaret. Partnerundersøgelsen er dog kortere end denne, og det vil tage **ca. 10 minutter af din partners tid** at gennemføre.

Informer gerne din partner om, at han/hun vil modtage skemaet. Hvis din partner gennemfører det tilsendte spørgeskema, deltager han/hun i lodtrækningen om et **gavekort på 1.000 kr.**

Din partner behøver ikke være med i Userneeds' panel for at deltage.

Min partners e-mailadresse er:

Afslutning

Tak for deltagelsen i undersøgelsen. Det er en stor hjælp for vores videre arbejde. Nu mangler du blot at klikke på afslut (pilen) for at komme til afslutningssiden.

Bilag 2. Spørgeskema til partner

Undersøgelse om mad og indkøb

Spørgeskema om danske forbrugeres krav til fødevarer og måltidet.

Velkommen til denne undersøgelse om fødevarer- og måltidskvalitet, som udføres for Miljø- og Fødevarerministeriet af Aarhus Universitet.

Undersøgelsen tager ca. 10 minutter at gennemføre.

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

Vi glæder os til at høre din mening.

Skulle du have spørgsmål til undersøgelsen, er du velkommen til at kontakte:

Gitte Lundberg Hansen på glh@mgmt.au.dk

Med venlig hilsen

MAPP Centeret

Aarhus Universitet

Er du medlem af Userneeds' panel, og har du inden for de seneste par uger gennemført en anden undersøgelse med samme introduktionstekst som ovenfor? (den anden undersøgelse var dog estimeret til at tage 20 minutter at gennemføre)

- Ja, jeg er medlem af Userneeds' panel og har inden for de seneste par uger gennemført en anden undersøgelse med enslydende introduktionstekst
- Jeg er medlem af Userneeds' panel, men har ikke inden for de seneste par uger gennemført en anden undersøgelse med enslydende introduktionstekst
- Nej, jeg er ikke medlem af Userneeds' panel

Display This Question:

If Er du medlem af Userneeds' panel, og har du inden for de seneste par uger gennemført en anden undersøgelse med samme introduktionstekst som ovenfor? (den anden undersøgelse var dog estimeret til at tage... Ja, jeg er medlem af Userneeds' panel og har indenfor de seneste par uger gennemført en anden undersøgelse med enslydende introduktionstekst Is Selected

Tak for din deltagelse. Du mødte desværre ikke vores kriterier for deltagelse i projektet, men vi takker dig for din indsats. Nu mangler du blot at klikke på afslut (pilen) for at komme til afslutningssiden.

Condition: Tak for din deltagelse. Du ... Is Displayed. Skip To: End of Block.

Hvad er din alder? _____

Hvad er dit køn?

- Mand
- Kvinde

Hvad er din højest gennemførte uddannelse?

- Folkeskole
- Ungdomsuddannelse (Gymnasium, HHX, HTX, HF)
- Erhvervsuddannelse
- Kort videregående uddannelse (2-3 år)
- Mellemlang videregående uddannelse (3-4 år)
- Lang videregående uddannelse (5 år eller mere)
- Forskeruddannelse (Phd)
- Ønsker ikke at oplyse

Deltager du i husstandens madindkøb?

- Ja
- Nej

Deltager du i husstandens madlavning?

- Ja
- Nej

Display This Question:

If Deltager du i husstandens madindkøb? Nej Is Selected

And Deltager du i husstandens madlavning? Nej Is Selected

Tak for din deltagelse. Du mødte desværre ikke vores kriterier for deltagelse i projektet, men vi takker dig for din indsats. Nu mangler du blot at klikke på afslut (pilen) for at komme til afslutningssiden.

Condition: Tak for din deltagelse. Du ... Is Displayed. Skip To: End of Block.

Nedenfor listes nogle udsagn. Du bedes markere, hvor enig eller uenig du er i disse udsagn.

	Meget uenig 1	2	3	4	5	6	Meget enig 7
I butikken læser jeg produktinformation for at bestemme, hvilken fødevarer jeg vil købe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information fra reklamer hjælper mig til at tage bedre beslutninger, når jeg køber fødevarer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
At købe mad ind er nærmest en sport for mig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
At købe ind til aftensmaden er ikke noget, der har min store interesse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg kan ikke se nogen grund til at købe mad i specialforretninger eller delikatesseafdelinger.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg skriver indkøbssedler til at støtte mig, når jeg køber ind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
At få ros for min madlavning betyder rigtig meget for min selvtillid.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det at spise er for mig et spørgsmål om at røre, smage, dufte og se. Alle sanserne er med. Det er virkelig en spændende oplevelse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Man snakker så godt sammen over et måltid.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nedenfor listes nogle udsagn. Du bedes markere, hvor enig eller uenig du er i disse udsagn.

	Meget uenig 1	2	3	4	5	6	Meget enig 7
Når jeg køber mad er naturlighed en vigtig kvalitet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg køber helst naturlige produkter, dvs. mad uden konservering og tilsætning.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg foretrækker mad uden kunstig aroma og smagsforstærkere.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg prøver altid at opnå det bedst mulige forhold mellem pris og kvalitet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg sammenligner priser på mad for at få så meget som muligt for mine penge.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg køber hellere friske råvarer end konserver eller frostvarer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg køber hellere friskt udskåret kød og grønt i løs vægt end færdigpakkede varer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg køber altid økologisk dyrkede produkter, hvis jeg har muligheden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De kendte retter er nu engang de bedste.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg kan godt lide at prøve madvarer, jeg aldrig har prøvet før.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg elsker at prøve nye retter og opskrifter fra andre lande.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det er vigtigere at vælge madvarer, man kan lide for deres smag, fremfor madvarer, der er ernæringsrigtigt sammensat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nedenfor listes nogle udsagn. Du bedes markere, hvor enig eller uenig du er i disse udsagn.

	Meget uenig 1	2	3	4	5	6	Meget enig 7
Jeg bruger mange færdigretter i husholdningen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg bruger ofte kagemix, pulversovs (fx bearnaise), dinner kits (fx Knorr lasagne) eller lignende.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hvad jeg skal have til aften er ofte en spontan beslutning.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Madlavning er noget der skal overstås.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg kan godt lide at afprøve nye opskrifter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opskrifter og artikler om mad fra andre kulinariske traditioner får mig til at eksperimentere i køkkenet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Man kan sagtens lave et velsmagende måltid på 20 min.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg søger ofte på internettet efter specifikke opskrifter og inspiration.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg spiser noget så snart jeg føler sult.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Betalingsvillighed

Nu vil vi bede dig om at tage stilling til, hvorvidt du er villig til at betale en mérpris for en række forskellige kvalitetsmærkede fødevarer i forhold til den pris, du betaler for en almindelig fødevarer uden kvalitetsmærke.

F.eks. bliver du spurgt, om du vil betale 25% mere for en bestemt fødevarer. Hvis du svarer "Ja", bliver du spurgt, om du vil betale 50% mere. Hvis du også svarer "Ja" her, bliver du spurgt, om du vil betale 100% mere. Derefter bliver du ledt videre til det næste mærke. Hvis du svarer "Nej" til at ville betale 25% mere, bliver du spurgt, om du vil betale 10% mere og bliver derefter ledt videre til næste mærke.

Der er i alt 8 mærker.

For fødevarer med mærkning for **fremstilling uden brug af tilsætningsstoffer** betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for fremstilling uden brug af tilsætningsstoffer betaler jeg gerne op til 25% mere. Nej Is Selected

For fødevarer med mærkning for **fremstilling uden brug af tilsætningsstoffer** betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for fremstilling uden brug af tilsætningsstoffer betaler jeg gerne op til 25% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **fremstilling uden brug af tilsætningsstoffer** betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for fremstilling uden brug af tilsætningsstoffer betaler jeg gerne op til 50% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **fremstilling uden brug af tilsætningsstoffer** betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

For fødevarer med mærkning for **produktion af mindre, lokale producenter** betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for produktion af mindre, lokale producenter, betaler jeg gerne op til 25% mere. Nej Is Selected

For fødevarer med mærkning for **produktion af mindre, lokale producenter** betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for produktion af mindre, lokale producenter betaler jeg gerne op til 25% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **produktion af mindre, lokale producenter** betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for produktion af mindre, lokale producenter betaler jeg gerne op til 50% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **produktion af mindre, lokale producenter** betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

For fødevarer med mærkning for **god dyrevelfærd** betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for god dyrevelfærd betaler jeg gerne op til 25% mere. Nej Is Selected

For fødevarer med mærkning for **god dyrevelfærd** betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for god dyrevelfærd betaler jeg gerne op til 25% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **god dyrevelfærd** betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for god dyrevelfærd betaler jeg gerne op til 50% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **god dyrevelfærd** betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

For **danske fødevarer**, betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For danske fødevarer betaler jeg gerne op til 25% mere. Nej Is Selected

For **danske fødevarer** betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For danske fødevarer betaler jeg gerne op til 25% mere. Ja Is Selected

For **danske fødevarer** betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For danske fødevarer betaler jeg gerne op til 50% mere. Ja Is Selected

For **danske fødevarer** betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

For **økologiske fødevarer** betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For økologiske fødevarer betaler jeg gerne op til 25% mere. Nej Is Selected

For **økologiske fødevarer** betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For økologiske fødevarer betaler jeg gerne op til 25% mere. Ja Is Selected

For **økologiske fødevarer** betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For økologiske fødevarer betaler jeg gerne op til 50% mere. Ja Is Selected

For **økologiske fødevarer** betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

For fødevarer med mærkning for **en optimal smagskvalitet** betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for en optimal smagskvalitet betaler jeg gerne op til 25% mere. Nej Is Selected

For fødevarer med mærkning for **en optimal smagskvalitet** betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for en optimal smagskvalitet betaler jeg gerne op til 25% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **en optimal smagskvalitet** betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for en optimal smagskvalitet betaler jeg gerne op til 50% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **en optimal smagskvalitet** betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

For fødevarer med mærkning for **sundt næringsindhold** betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for sundt næringsindhold betaler jeg gerne op til 25% mere. Nej Is Selected

For fødevarer med mærkning for **sundt næringsindhold** betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for sundt næringsindhold betaler jeg gerne op til 25% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **sundt næringsindhold** betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for sundt næringsindhold betaler jeg gerne op til 50% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **sundt næringsindhold** betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

For fødevarer med mærkning for **bæredygtighed** betaler jeg gerne op til 25% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for bæredygtighed betaler jeg gerne op til 25% mere. Nej Is Selected

For fødevarer med mærkning for **bæredygtighed** betaler jeg gerne op til 10% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for bæredygtighed betaler jeg gerne op til 25% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **bæredygtighed** betaler jeg gerne op til 50% mere.

- Ja
- Nej

Display This Question:

If For fødevarer med mærkning for bæredygtighed betaler jeg gerne op til 50% mere. Ja Is Selected

For fødevarer med mærkning for **bæredygtighed** betaler jeg gerne op til 100% mere.

- Ja
- Nej

Nedenfor listes nogle udsagn. Du bedes markere, om disse udsagn er sande eller falske.

	Sandt	Falsk	Ved ikke
Frugt og grøntsager, som ikke skrælles, skal vaskes, før man bruger dem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En hakkebøf er gennemstegt, når den er fast i midten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Salmonella er et fedtstof, som findes i laks (Salmon).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1 dl. sukker vejer ca. 85 gram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Magert kød smager af mere end andre mere fedtholdige varianter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mad, der har overskredet "mindst holdbar til", skal straks smides ud.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ifølge de offentlige anbefalinger bør man spise mange rodfrugter, kål og andre grøntsager.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rugbrød kan opbevares i fryseren i op til et år uden at miste smag.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Man skal vaske hænder, inden man starter på madlavningen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Har du indenfor det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

	Ja	Nej
Kogt et æg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pillet og hakket/pillet et hvidløg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rørt en fars til frikadeller	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pisket æggehvinder stive	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blendet en suppe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parteret en kylling	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fileteret en fisk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tempereret chokolade (over vandbad)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brugt husblas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet en fond	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jævnet en sovs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porcheret et æg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet en surdej	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Har du indenfor det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

	Ja	Nej
Stegt en bøf på pande	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet lasagne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet mørbradgryde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet stuvning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet lammegryde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kogt en fiskesuppe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet sushi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet gratin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet risotto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet frikassé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stegt en flæskesteg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet pizza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet biksemad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet falafler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Har du indenfor det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

	Ja	Nej
Bagt boller og/eller brød	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bagt pandekager	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bagt en bradepandekage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet hindbærsmutter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bagt kransekage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bagt vandbakkelse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet fragilité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet hjemmelavet is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bagt knækbrød	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bagt rugbrød	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pyntet en lagkage med fondant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pyntet en lagkage med marcipan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selv bagt tarteletter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Har du indenfor det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

	Ja	Nej
Lavet råkostsalat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet en omelet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet hummus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet tunmousse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet bearnaisesovs (fra bunden)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dampet muslinger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet mayonnaise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet kartoffelmos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet kartoffelsalat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet guacamole	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet salsa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet flødestuede kartofler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet pesto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lavet kryddersmør (fx med hvidløg eller krydderurter)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nedenfor listes nogle udsagn. Du bedes markere, hvor enig eller uenig du er i disse udsagn.

	Meget uenig 1	2	3	4	5	6	Meget enig 7
Når jeg laver mad, er det først og fremmest smagen, der er vigtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg kan skelne imellem de forskellige smage i en ret.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har et dejligt køkken, hvor jeg føler mig veltilpas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg er god til at styre madbudgettet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har god afsætningsplads (fx. bordplads til forretter/desserter).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mit køkken er altid rent og hygiejnisk.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg inddrager andre i køkkenet og lærer fra mig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg inddrager mine omgivelser i beslutninger der vedrører måltidet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Børnene eller andre familiemedlemmer hjælper altid i køkkenet; f.eks skræller de kartofler og ordner grøntsager.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Når jeg laver mad efter en opskrift, justerer jeg efter, hvad jeg i forvejen har i mit køkken af ingredienser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?

	Helt uenig 1	2	3	4	5	6	Helt enig 7
Jeg bruger ofte nye opskrifter fra madprogrammer på TV, kogebøger, internettet eller madmagasiner.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg bruger kogebøger eller magasiner for at finde inspiration og specifikke opskrifter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg spørger ofte mine venner eller min familie om råd vedrørende madlavning.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg gør alt, hvad jeg kan, for at undgå at smide mad ud.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg udnytter mine råvarer godt. Der går næsten ingenting til spilde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg er god til at finde på nye retter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg har håndslag for madlavning. Jeg behøver ikke tænke over det.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?

	Meget uenig 1	2	3	4	5	6	Meget enig 7
Jeg er godt tilfreds med kvaliteten af de fødevarer, man kan få i danske butikker.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg er tilfreds med kvaliteten af den mad, jeg spiser.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Når du svarer på de næste spørgsmål, skal du tænke på alle de ting, du gør og oplever i forbindelse med mad og måltider (planlægning, indkøb, madlavning, selve måltidet og oprydningen).

Hvor enig eller uenig er du i nedenstående udsagn?

	Meget uenig 1	2	3	4	5	6	Meget enig 7
Mad og måltider er lyspunkter i mit liv.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Generelt set er jeg meget tilfreds med min mad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Når det gælder mad og måltider, er mit liv tæt på at være ideelt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Når det gælder mad, har jeg en fortrinlig tilværelse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mad og måltider giver mig en masse tilfredsstillelse i hverdagen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Afslutning

Tak for deltagelsen i undersøgelsen. Det er en stor hjælp for vores videre arbejde. Nu mangler du blot at klikke på afslut (pilen) for at komme til afslutningssiden.

Bilag 3. Demografisk overblik

Oversigt over baggrundsoplysninger

	Absolutte tal	Procent
Køn		
Kvinde	781	50,3
Mand	771	49,7
Alder		
18-29 år	320	20,6
30-39 år	208	13,4
40-49 år	474	30,5
50+ år	550	35,5
Højest gennemførte uddannelsesniveau		
Folkeskole	429	27,6
Gymnasium (STX, HTX, HHX, HF)	231	14,9
Erhvervsuddannelse	387	24,9
Kort videregående uddannelse (2-3 år)	131	8,5
Mellemlang videregående uddannelse (3-4 år)	232	14,9
Lang videregående uddannelse (5 år eller mere)	121	7,8
Forskeruddannelse (ph.d.)	14	0,9
Ønsker ikke at oplyse	7	0,5
Region		
Region Nordjylland	148	9,5
Region Midtjylland	378	24,4
Region Syddanmark	342	22
Region Sjælland	212	13,7
Region Hovedstaden (Inkl. Bornholm)	472	30,4
Indkomstniveau		
Under 300.000 kr.	403	26
300.001-599.999 kr.	468	30,2
Over 600.000 kr.	408	26,3

Forberedelse af madvarer	De kvalitetsbevidste		Det moderate flertal		De uengagerede		Samlet	
	JA	NEJ	JA	NEJ	JA	NEJ	JA	NEJ
Kogt et æg	96,6	3,4	92,3	7,7	81,2	18,6	91,8	8,2
Pillet og hakket/presset et hvidløg	97,5	2,5	86,3	13,7	60,4	39,6	85,5	14,5
Rørt en fars til frikadeller	86,5	13,5	81,3	18,7	64,4	35,6	80,3	19,7
Pisket æggehvinder stive	80,8	19,2	61,9	38,1	33,7	66,3	62,7	37,3
Blendet en suppe	78,9	21,1	49,7	50,3	19,3	80,7	52,4	47,6
Parteret en kylling	74,4	25,6	53,7	46,3	30,7	69,3	55,3	44,7
Fileteret en fisk	40,3	59,7	26,7	73,3	10,4	89,6	27,8	72,2
Tempereret chokolade (over et vandbad)	56,3	43,7	44,0	56,6	18,8	81,2	43,5	56,5
Brugt husblas	42,0	58,0	32,2	67,8	12,9	87,1	31,9	68,1
Lavet en fond	59,4	40,6	29,3	70,7	9,4	90,6	33,6	66,4
Jævnet en sovs	89,6	10,4	78,6	21,4	59,4	40,6	78,5	21,5
Porcheret et æg	27,3	72,7	15,3	84,7	3,0	97,0	16,4	83,6
Lavet en surdej	29,0	71,0	14,1	85,9	2,0	98,0	15,9	84,1
Ønsker ikke at oplyse				205		13,2		
Ved ikke				68		4,3		

Civilstatus

Gift/samlevende	894	57,5
Enlig	437	28,2
Fraskilt/enke/enkemand	133	8,6
Andet	76	4,9
Ønsker ikke at oplyse	12	0,8
Total	1552	100 %

Bilag 4. Hårde kompetencer i 2017 fordelt på segmenter

Forberedelse af madvarer - forbrugersegmenternes madvaner det seneste år. Tal angivet i procent.

Har du inden for det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

Hovedret - forbrugersegmenternes madvaner det seneste år. Tal angivet i procent.

Har du inden for det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

Dessert og bagværk - forbrugersegmenternes madvaner det seneste år. Tal angivet i procent.

Har du inden for det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

Hovedret	De kvalitetsbevidste		Det moderate flertal		De uengagerede		Samlet	
	JA	NEJ	JA	NEJ	JA	NEJ	JA	NEJ
Stegt en bøf på panden	92,4	7,6	92,0	8,0	86,1	13,9	91,2	8,8
Lavet lasagne	87,0	13,0	79,9	20,1	59,9	40,1	79,0	21,0
Lavet mørbradgryde	67,0	33,0	64,5	35,5	38,6	61,4	61,6	38,4
Lavet stuvning	64,2	35,8	48,2	51,8	24,3	75,7	48,7	51,3
Lavet lammegryde	29,3	70,7	12,6	87,4	4,5	95,5	15,4	84,6
Kogt en fiskesuppe	18,0	82,0	9,9	90,1	2,5	97,5	10,8	89,2
Lavet sushi	16,3	83,7	9,6	90,4	4,5	95,5	10,4	89,6
Lavet gratin	58,5	41,5	33,2	66,8	9,4	90,6	33,6	66,4
Lavet risotto	47,9	52,1	25,7	74,3	7,9	92,1	28,5	71,5
Lavet frikassé	25,6	74,4	17,4	82,6	5,0	95,0	17,8	82,2
Stegt en flæskesteg	74,1	25,9	68,8	31,2	55,0	45,0	68,2	31,8
Lavet pizza	86,5	13,5	78,9	21,1	60,4	39,0	78,2	21,8
Lavet biksemad	73,5	26,5	72,0	28,0	59,9	40,1	70,6	29,4
Lavet falafler	29,3	70,7	13,6	86,4	1,5	98,5	15,6	84,4

Dessert og bagværk	De kvalitetsbevidste		Det moderate flertal		De uengagerede		Samlet	
	JA	NEJ	JA	NEJ	JA	NEJ	JA	NEJ
Bagt boller og/eller brød	91,1	9,0	74,8	25,2	49,5	50,5	75,3	24,7
Bagt pandekager	81,4	18,6	74,7	25,3	53,0	47,0	73,3	26,7
Bagt en bradepandekage	63,9	36,1	60,2	39,8	38,1	61,9	58,2	41,8
Lavet hindbærsmutter	19,4	80,6	16,9	83,1	6,4	93,6	16,0	84,0
Bagt kranskekage	25,1	74,9	18,4	81,6	6,4	93,6	18,4	81,6
Bagt vandbakkelse	21,7	78,3	18,3	81,7	7,9	92,1	17,8	82,2
Lavet fragilité	8,2	91,8	5,4	94,6	1,5	98,5	5,5	94,5
Lavet hjemmelavet is	43,1	56,9	25,8	74,2	10,9	89,1	27,8	72,2
Bagt knækbrød	36,9	63,1	24,7	75,3	7,9	92,1	25,4	74,6
Bagt rugbrød	48,5	51,5	27,9	72,1	5,9	94,1	29,8	70,2
Pyntet en lagkage med fondant	9,3	90,7	11,2	88,8	4,5	95,5	9,9	90,1
Pyntet en lagkage med marcipan	22,5	77,5	16,4	83,6	6,4	93,6	16,6	83,4
Selv bagt tarteletter	5,6	94,4	5,3	94,7	1,0	99,0	4,8	95,2

Tilbehør - forbrugersegmenternes madvaner det seneste år. Tal angivet i procent.

Har du inden for det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

Tilbehør	De kvalitetsbevidste		Det moderate flertal		De uengagerede		Samlet	
	JA	NEJ	JA	NEJ	JA	NEJ	JA	NEJ
Lavet råkostsalat	91,3	8,7	72,9	27,1	44,6	55,4	73,3	26,7
Lavet en omelet	89,6	10,4	73,3	26,7	50,5	49,5	74,0	26,0
Lavet hummus	47,9	52,1	19,9	80,1	3,5	96,5	24,2	75,8
Lavet tunmousse	46,8	53,2	40,9	59,1	20,3	79,7	39,6	60,4
Lavet bearnaisesovs (fra bunden)	27,3	72,7	16,5	83,5	5,9	94,1	17,6	82,4
Dampet muslinger	24,5	75,5	9,8	90,2	3,0	97,0	12,4	87,6
Lavet mayonnaise	28,7	71,3	12,0	88,0	2,5	97,5	14,6	85,4
Lavet kartoffelmos	88,2	11,8	76,8	23,2	61,9	38,1	77,4	22,6
Lavet kartoffelsalat	77,5	22,5	56,3	43,7	32,2	67,8	58,1	41,9
Lavet guacamole	64,8	35,2	44,8	55,2	17,3	82,7	45,8	54,2
Lavet salsa	44,2	55,8	21,9	78,1	3,5	96,5	24,5	75,5
Lavet flødestuede kartofler	66,2	33,8	56,9	43,1	38,1	61,9	56,6	43,4
Lavet pesto	54,9	45,1	23,5	76,5	4,0	96,0	28,2	71,8
Lavet kryddersmør (fx med hvidløg eller krydderurter)	67,6	32,4	49,7	50,3	26,2	73,8	50,8	49,2

Bilag 5. Demografisk overblik – partnerundersøgelsen

Oversigt over baggrundsoplysninger

	Absolutte tal	Procent
Køn		
Kvinde	189	50
Mand	189	50
Alder		
18-29 år	173	45,8
30-39 år	86	22,8
40-49 år	108	28,6
50+ år	11	2,9
Højest gennemførte uddannelsesniveauer		
Folkeskole	83	22,0
Gymnasium (STX, HTX, HHX, HF)	31	8,2
Erhvervsuddannelse	93	24,6
Kort videregående uddannelse (2-3 år)	42	11,1
Mellemlang videregående uddannelse (3-4 år)	87	23,0
Lang videregående uddannelse (5 år eller mere)	41	10,8
Forskeruddannelse (ph.d.)	1	0,3
Total	378	100 %

Forberedelse af madvarer	Mænd		Kvinder	
	JA	NEJ	JA	NEJ
Kogt et æg	94,7	5,3	96,8	3,2
Pillet og hakket/presset et hvidløg	86,8	13,2	90,5	9,5
Rørt en fars til frikadeller*	75,1	24,9	88,4	11,6
Pisket æggehvinder stive*	65,1	34,9	78,8	21,2
Blendet en suppe	51,3	48,7	59,8	40,2
Parteret en kylling	66,7	33,3	61,4	38,6
Fileteret en fisk*	38,6	61,4	28,6	71,4
Tempereret chokolade (over et vandbad)*	40,2	59,8	58,8	40,2
Brugt husblas*	32,4	67,7	45,5	54,5
Lavet en fond	41,3	58,7	39,7	60,3
Jævnet en sovs	82,5	17,5	88,9	11,1
Porcheret et æg	15,9	84,1	17,5	82,5
Lavet en surdej	16,4	83,6	17,5	82,5

Bilag 6. Hårde kompetencer i 2017 fordelt på køn i partnerundersøgelsen

Forberedelse af madvarer -forbrugersegmenternes madvaner det seneste år. Tal angivet i procent.

Har du inden for det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

Felter markeret med * indikerer de signifikante kompetenceforskelle ($p < 0,05$). N=378.

Hovedret - forbrugersegmenternes madvaner det seneste år. Tal angivet i procent.

Har du inden for det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

Felter markeret med * indikerer de signifikante kompetenceforskelle ($p < 0,05$). N=378.

Tilbehør - forbrugersegmenternes madvaner det seneste år. Tal angivet i procent.

Har du inden for det seneste år lavet følgende i dit eget køkken?

Hovedret	Mænd		Kvinder	
	JA	NEJ	JA	NEJ
Stegt en bøf på panden	93,1	6,9	94,7	5,3
Lavet lasagne	77,2	22,8	83,1	16,9
Lavet mørbradgryde	63,5	36,5	66,1	33,9
Lavet stuvning*	47,6	52,4	58,7	41,3
Lavet lammegryde	21,2	78,8	18,0	82,0
Kogt en fiskesuppe	14,8	85,2	10,6	89,4
Lavet sushi	9,5	90,5	9,0	91,0
Lavet gratin	37,0	63,0	41,3	58,7
Lavet risotto	29,6	70,4	33,3	63,7
Lavet frikassé	19,0	81,0	19,0	81,0
Stegt en flæsketeg	78,8	21,2	74,6	25,4
Lavet pizza*	78,3	21,7	87,8	12,2
Lavet biksemad	75,1	24,9	72,5	27,5
Lavet falafler	17,5	82,5	19,9	81,0

Felter markeret med * indikerer de signifikante kompetenceforskelle ($p < 0,05$). N=378.

Tilbehør	Mænd		Kvinder	
	JA	NEJ	JA	NEJ
Lavet råkostsalat	77,2	22,8	84,7	15,3
Lavet en omelet	76,7	23,3	81,0	19,0
Lavet hummus*	18,0	82,0	29,6	70,4
Lavet tunmousse*	39,7	60,3	52,9	47,1
Lavet bearnaisesovs (fra bunden)	19,6	80,4	14,8	85,2
Dampet muslinger	19,6	80,4	13,8	86,2
Lavet mayonnaise	16,9	83,1	16,9	83,1
Lavet kartoffelmos	79,9	20,1	82,5	17,5
Lavet kartoffelsalat	63,0	37,0	68,8	31,2
Lavet guacamole	45,5	54,5	51,3	48,7
Lavet salsa	24,3	75,7	25,9	74,1
Lavet flødestuede kartofler	59,3	40,7	62,4	37,6
Lavet pesto	31,2	68,8	40,2	59,8
Lavet kryddersmør (fx med hvidløg eller krydderurter)	52,9	47,1	59,3	40,7

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

Med afsæt i Miljø- og Fødevareministeriets ønske om, at nutidige og fremtidige generationer af forbrugere får større fokus på fødevarekvalitet, blev der i 2014 udviklet og afprøvet et spørgeskemainstrument til afdækning af sammenhængen mellem forbrugernes opfattelse af fødevarekvalitet, måltidskvalitet og tilfredshed med fødevarer og måltider.

På baggrund af udviklingen af et instrument til at måle forbrugernes madlavningskompetencer, beskrev Kvalitetsindeks 2015, hvordan sådanne kompetencer påvirker forbrugernes tilfredshed. Tilsvarende beskrev Kvalitetsindeks 2016 en analyse af forbrugernes kvalitetsopfattelse af og tilfredshed med convenience-fødevarer.

På baggrund af en videreudvikling af det spørgeskemainstrument, der er blevet anvendt i de foregående år, har nærværende rapport fokus på de måltidsstrukturer, roller og regler, der kendetegner danske familiers fødevarerforbrug.