



Hvad tænker forbrugerne om bæredygtighed?

Bæredygtighed. Hvordan formidler vi om det til forbrugerne? For at blive klogere på det, har Landbrugets videncenter, SEGES, afprøvet nyt bæredygtighedskoncept i detailhandlen. Se, hvad forbrugerne synes.

02.12

Bæredygtighed er på alles læber. Men hvordan gøres det luftige begreb konkret? Og hvordan kan det kommunikeres til forbrugerne? Det stiller ny undersøgelse skarpt på.

Bæredygtighedskonceptet udfoldet i detailhandlen

SEGES Økologi har arbejdet med fire økologiske fødevarer i et projekt der skal undersøge, hvordan budskaber om bæredygtighed kan bruges i markedsføringen af økologiske fødevarer. Konceptet "Vi arbejder med bæredygtighed" blev i september 2016 afprøvet i Irma Axelborg i København og Føtex Food, Guldsmedegade i Aarhus.

Bæredygtighed er en vedvarende proces

På baggrund af konceptafprøvningen i de to butikker, er forbrugere blevet spurgt om, hvad de mener om konceptet og bæredygtighed. Denne undersøgelse er foretaget af forbrugersociolog Nina Preus fra Landbrug & Fødevarer, der har gennemført 11 dybdeinterviews med forbrugere, der på forhånd har tilkendegivet en interesse for økologi og bæredygtighed. "Undersøgelsen har blandt andet vist, at denne type forbruger afviser tanken om bæredygtighed som et fuldt opnåeligt, endeligt opfyldt mål, hvor man herefter kan læne sig tilbage og slappe af," siger forbrugersociolog Nina Preus fra Landbrug & Fødevarer og fortsætter: "De er til gengæld meget positivt stemte over for fortællinger om arbejdet frem mod mere en mere bæredygtig produktion. Målgruppen efterspørger konkrete fortællinger om bæredygtighedsindsatser og mål. Og så er de meget positive overfor gennemsigtighed i produktionen."

Gennemsigtighed er vigtig

Hvis man vil sælge bæredygtige fødevarer, skal man tage udgangspunkt i forbrugerne. "Ved at kende til forbrugernes tanker om bæredygtighed, kan vi blive klogere på, hvordan landmændenes og virksomhedernes arbejde med bæredygtighed kan kommunikeres klart til forbrugerne. Altså hvordan får vi gennemsigtighed mellem landbruget og forbrugerne," siger chefkonsulent Gustaf Bock fra SEGES.

Sådan kommunikerer du om bæredygtighed

På baggrund af projektet, er der udviklet et inspirationskatalog, som foreslår, at følgende strategi anvendes, ved kommunikation af bæredygtighed:

- *Historiefortællende koncepter*
Producenter og virksomheder skal fortælle om konkrete initiativer, der trækker i en mere bæredygtig retning.
- *Forbrugerinvolvering*
Ved at involvere forbrugerne, skal de udføre en aktiv handling og dermed tage stilling til, om de ønsker et mere bæredygtigt produkt.
- *Gennemsigtighed*
Det er vigtigt med gennemsigtighed og ærlighed i kommunikationen til forbrugerne – både om succeser og udfordringer.

Du kan læse mere om bæredygtighedsprojektet, forbrugerundersøgelsen og finde inspirationskataloget via boksene i højre side.

Dette print er foretaget fra <http://www.goderaaavarer.dk/aktuelt/aktuelt/2016/december/hvad-taenker-forbrugerne-om-baeredygtighed> d. 12/12-2016 klokken 10:15.