



Trends? – en måde at skabe overblik

Kilde: <http://pejgruppen.com/hvad-er-trend/>

- Trends påvirker de værdier, der præger menneskets handlinger
- Hvad der "bevæger sig i tiden"

Seks forskellige slags trends:

- Samfundstyper
- Paradigmer
- Gigatrends
- Megatrends
- Mode/stiltrends
- Døgnfluer

Trends indenfor eks.:

- Fødevarer
- Fællesskaber
- Teknologi
- Bolig
- Tøj
- Forbrug

**LEVERET TIL
DØREN**

**URBAN
FARMING**

**INTELLIGENT
MAD**

**LCHF,
PALÆO,
5:2**

**SMÅ
PORTIONER**

SUNDHED

NATURLIGT

GOURMET

**÷
MADSPILD**

TRYGHED

ØKOLOGI

RAW FOOD

Differentieret

**MÅLTIDSLØS
NINGER**

**ANSVARLIG
HED**

LOKALT

Hvad skal jeg bruge forbrugertrends til?

- Inspiration og nye ideer
- Komme forbrugernes behov og ønsker i forkøbet
- Se dit produkt og virksomhed fra forbrugerens vinkel – alt det der omgiver det
- Hold fokus - vælg retning for dine produkter og sortiment til en bestemt målgruppe eller situation = produktkoncepter
- Hvor mangler jeg viden?
- Lever produktet op til de krav kunderne stiller? – eks. sundhed



Hvad betyder trenden for min målgruppe?

Case: Vasagaardsgrisen

Målgruppe: Lokale børnefamilier, Turister & lokale gourmetrestauranter

Trends: Lokalt, Økologi, ÷ Madspild, Bæredygtighed, Måltidsløsninger



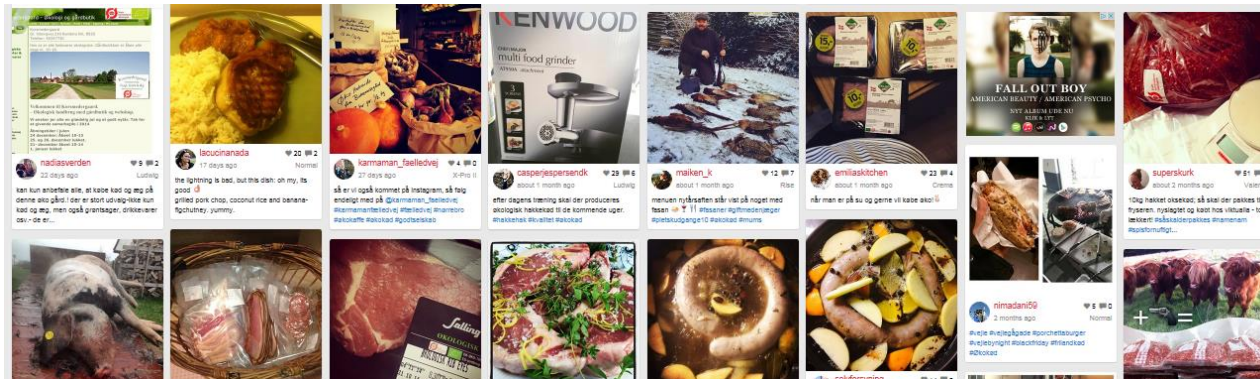
Målgrupper og forbrugertyper

- Demografisk?
- Alder?
- Køn?
- Brugssituation?
- Fællesskaber?
- Hvad er deres holdninger?
- Og hvad er deres handlinger?
- Indkøbsadfærd?



Kødtrends anno 2015

- Flexitar – kun kød engang i mellem
- Fra jord til bord – samarbejde mellem landmænd og afsætning/forbruger
- Bruge alle udsækninger – Ingen spild!
- Kød på nettet leveret til døren
- Bekvemmelighed
- Kød er ikke bare kød – videnskab bag den rette smag og konsistens
- Animalsk fedt = sundhed



Dyrevelfærd – hvorfor nu det?

Kilde: Landbrug & Fødevarer - Økonomisk analyse 13. marts 2014

- Mellem **47 og 60 pct.** af danskerne lægger i høj eller meget høj grad vægt på dyrevelfærd, når de handler.
- De danskere der i høj eller meget høj grad går op i dyrevelfærd, vælger hovedsagligt **dansk, økologisk eller fra fritgående dyr.**
- **Kvinder** går mere op i dyrevelfærd end mænd
- Betydningen af dyrevelfærd er stort set den **samme i øst og vest** for Storebælt, når det kommer til indkøb af svine- og oksekød. Ved indkøb af fjerkræ, mejeriprodukter og æg har dyrevelfærd større betydning øst for Storebælt.
- Dyrevelfærd har større betydning for **røde vælgere** (R, S, SF, Ø) end blå vælgere ((V, K, O, I)
- Danskerne er **tilfredse med udbuddet i supermarkederne** – dog forbedring af udbuddet i supermarkederne af kødprodukter med en **bedre dyrevelfærdsprofil**

Dyrevelfærd – betydning for forbrugeren

Kilde: Landbrug & Fødevarer - Økonomisk analyse 13. marts 2014

1. Dyrene skal være sunde og raske
2. Dyrene skal leve så naturligt som muligt
3. Dyrene har tilstrækkelig plads



Smag på landskabet forbrugerundersøgelser

- Spørgeskemaundersøgelse sommer/efterår 2014
- Studerende undersøgelse efterår 2014
- Deltagelse på Landsskuet og Food Festival 2014 – test af emballage
- Snakket med "gud og hver mand"



Smag på landskabet undersøgelse 2014

Distributionsform

Facebook/hjemmeside
188

Email
111

Respondentgruppe

A) Landmand B) Kantine, m.m.
44 42

C) Forbruger
219

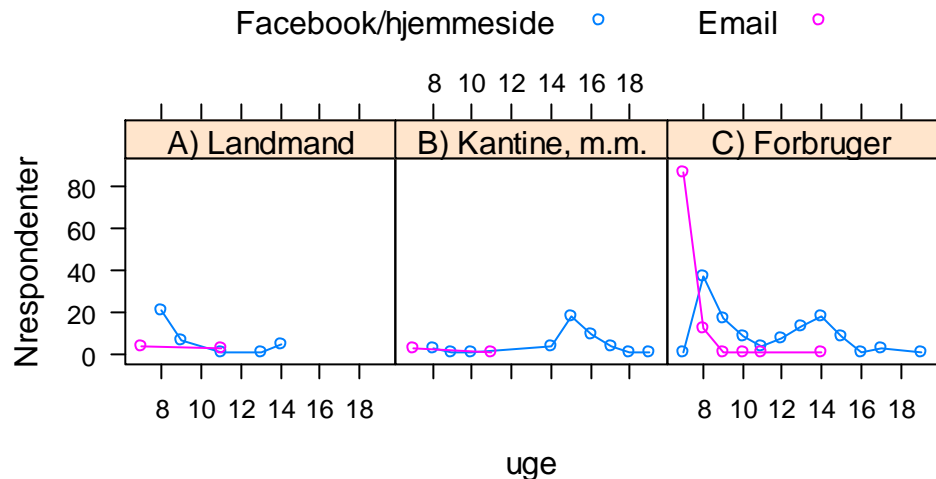


Deltager du i undersøgelsen som landmand, forbruger eller fordi du driver en kantine, restaurant, gårdbutik eller slagterbutik? Vælg kun en valgmulighed nu. Vælger du A eller B, vil du have mulighed for at vælge C senere igen.

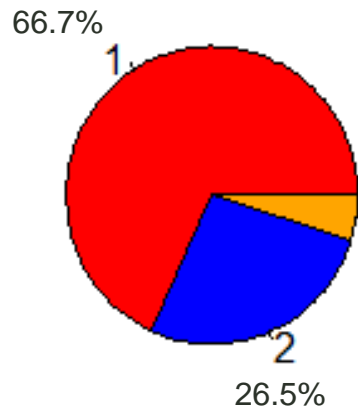
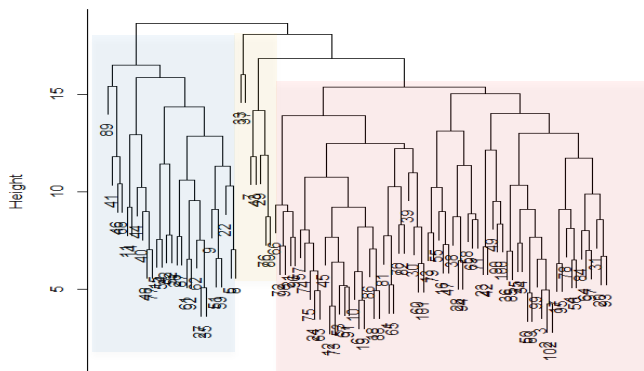
A) Landmand
 B) Jeg driver en kantine, restaurant, gårdbutik, slagterbutik, grossistvirksomhed eller lignende
 C) Forbruger

< > Næste

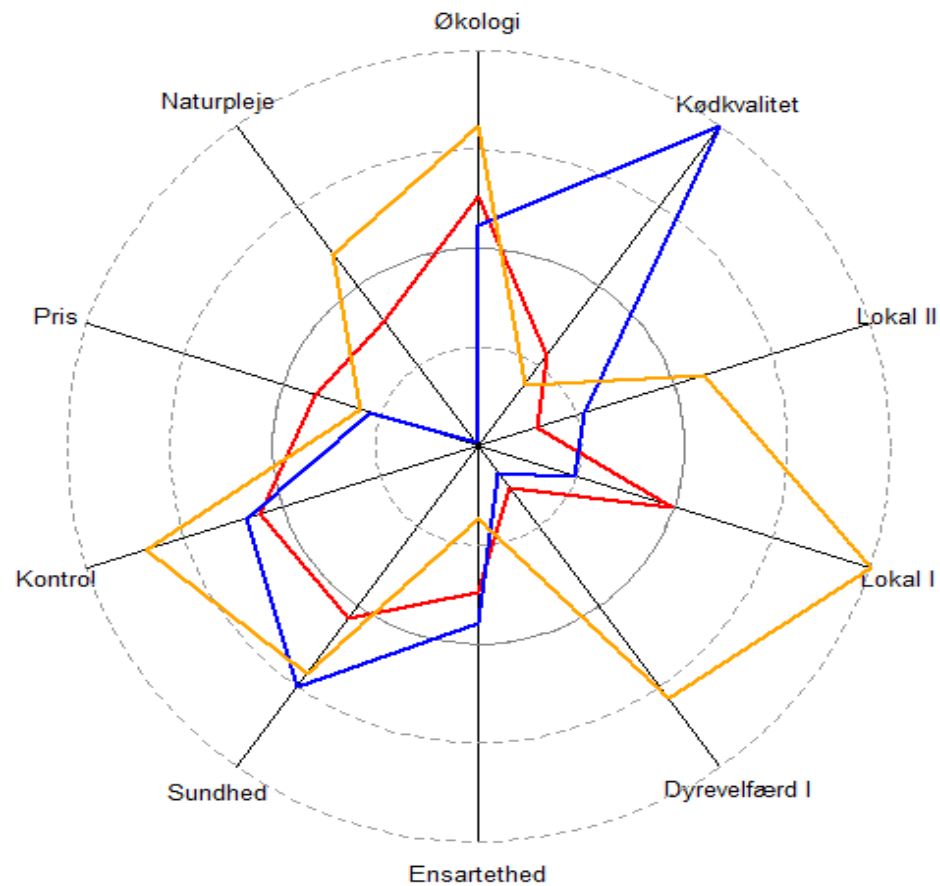
Besvarelseshistorik



Cluster Dendrogram



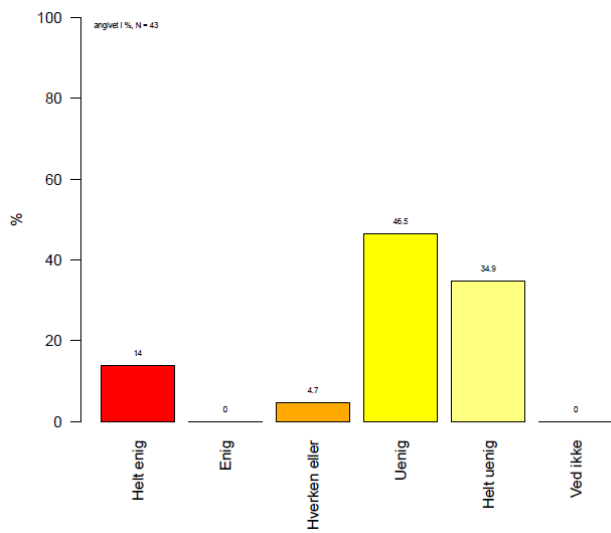
Forbruger



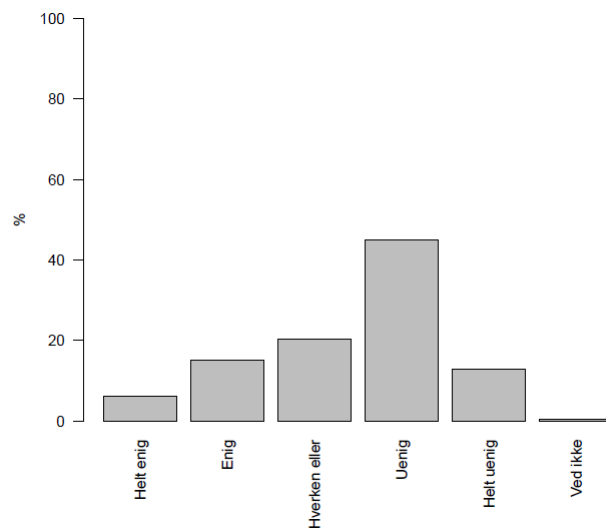
- Gruppe 1
- Gruppe 2
- Gruppe 3

Naturkød må ikke koste mere end almindeligt kød

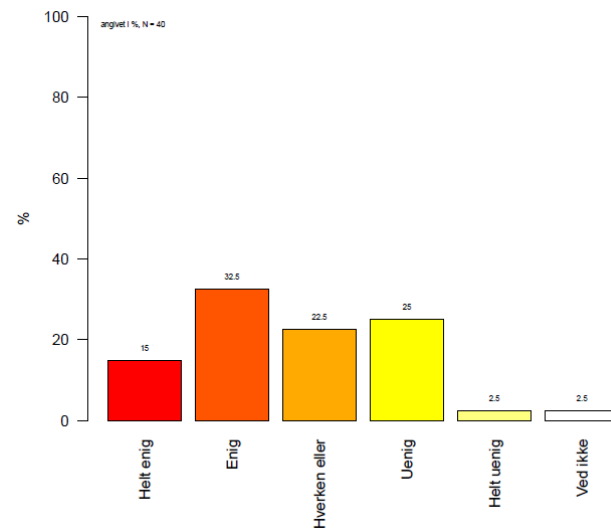
Producenter



Forbrugere



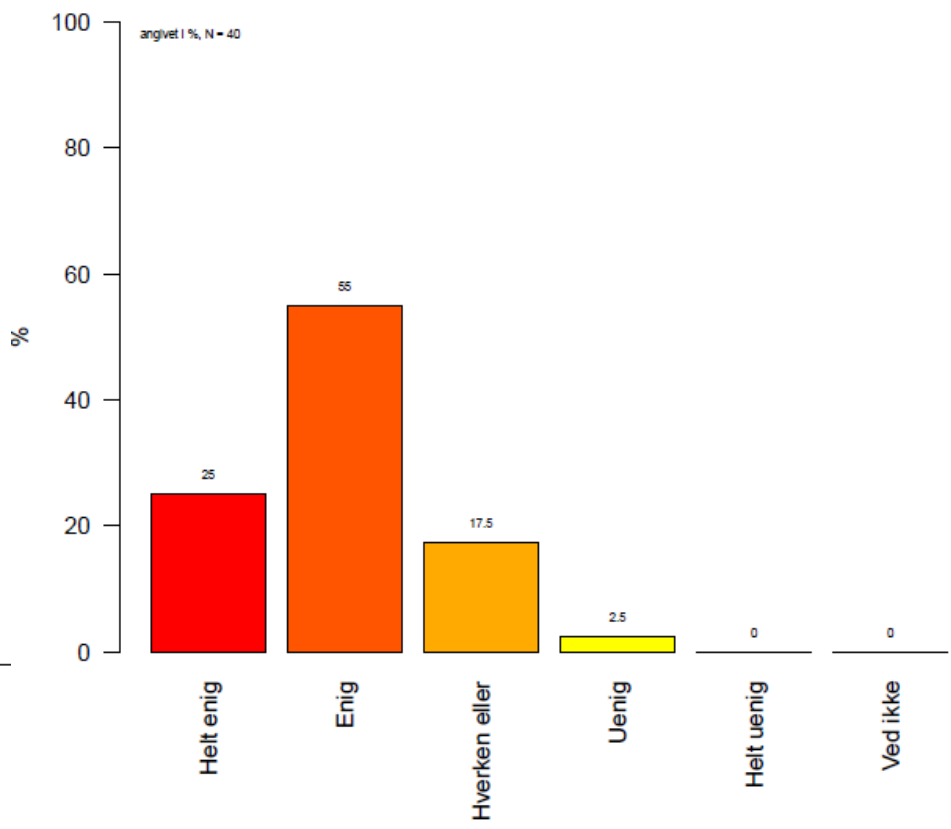
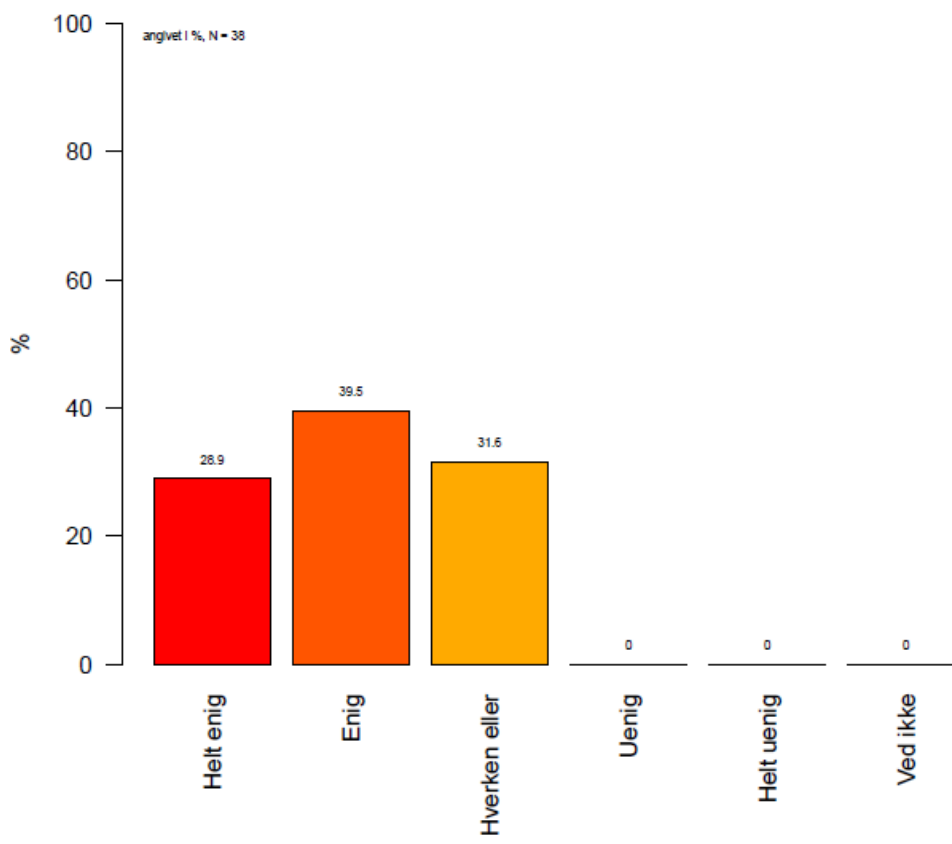
Afsætning



Afsætning

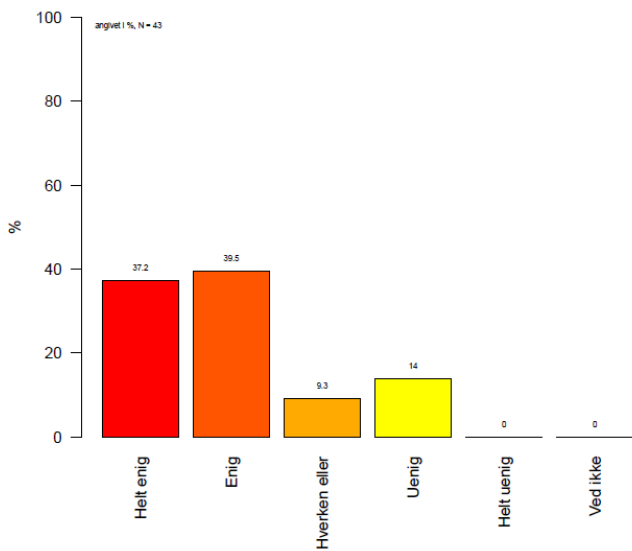
Jeg vil gerne profilere mig på at tilbyde naturkød

Den gode historie om et produkt er afgørende for mine kunders oplevelse

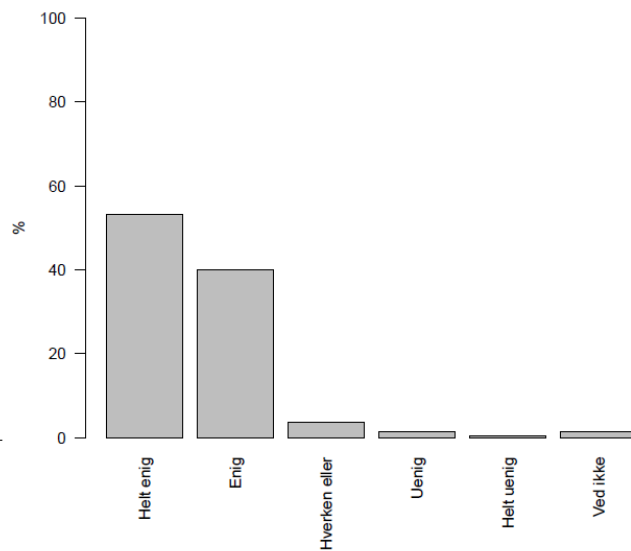


Naturkød skal være under løbende kontrol

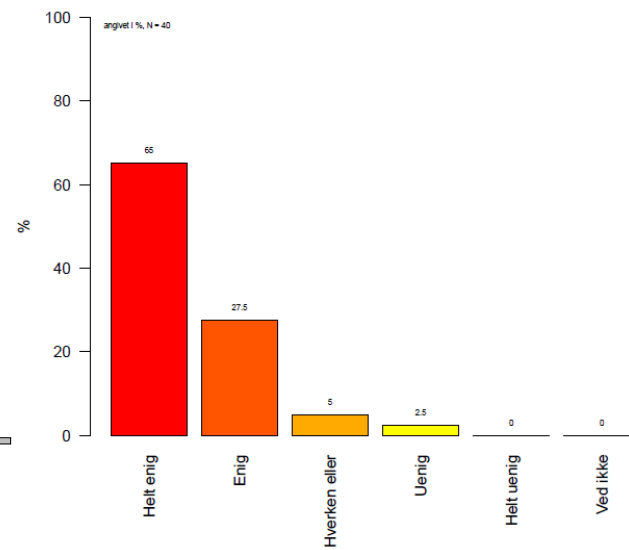
Producenter



Forbruger

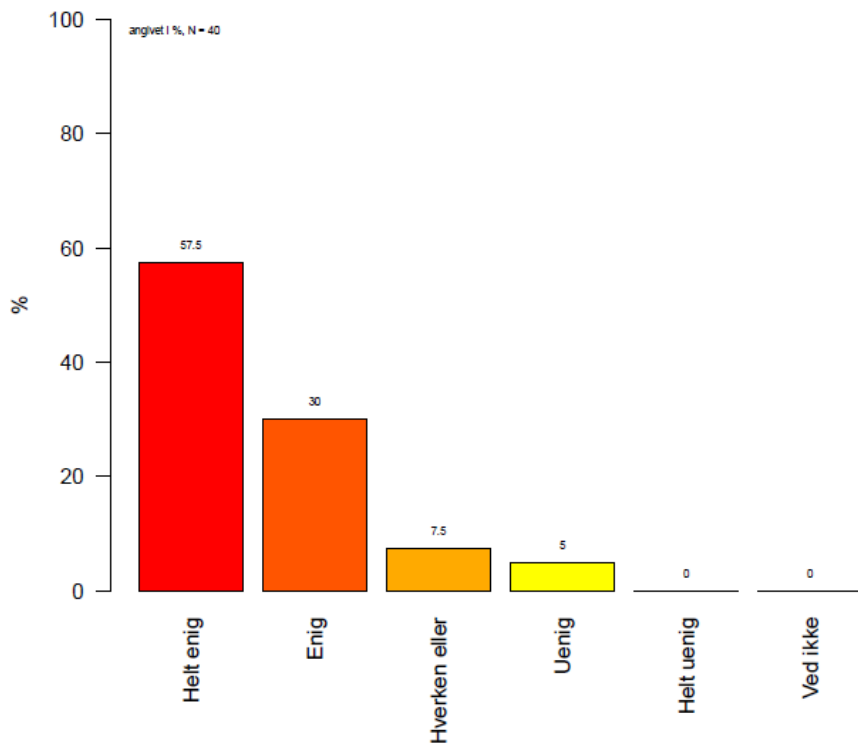


Afsætning

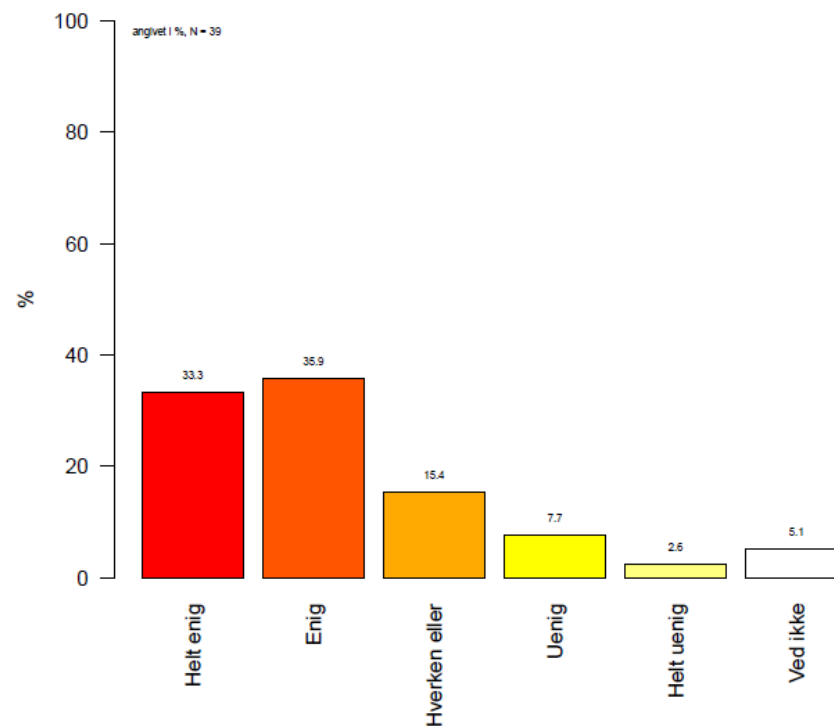


Afsætning

Det er vigtigt, at naturkød underligger kontrol for at øge troværdigheden i produktet

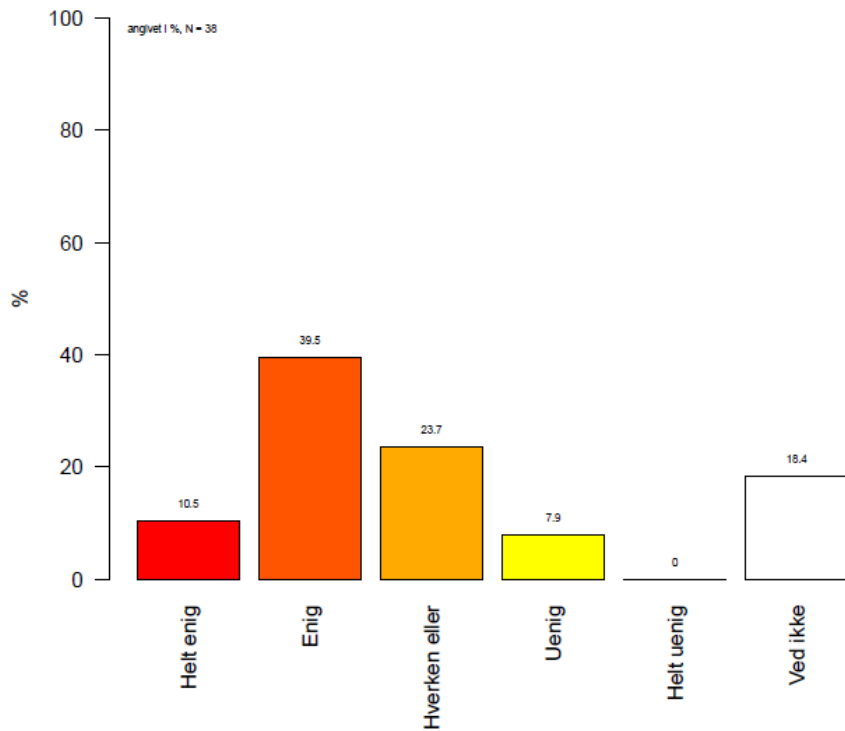


Det er vigtigt for mine kunder, at naturkød er et kontrolleret produkt



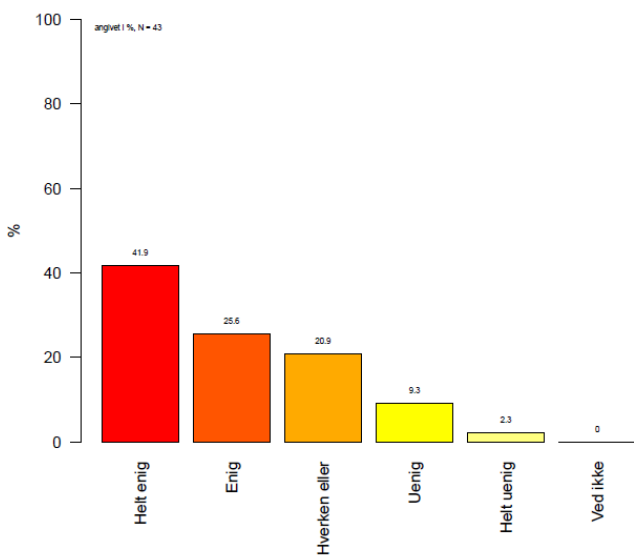
Afsætning

**Kød fra dyr,
der græsser naturarealer,
har en bedre kvalitet end koventionelt kød**

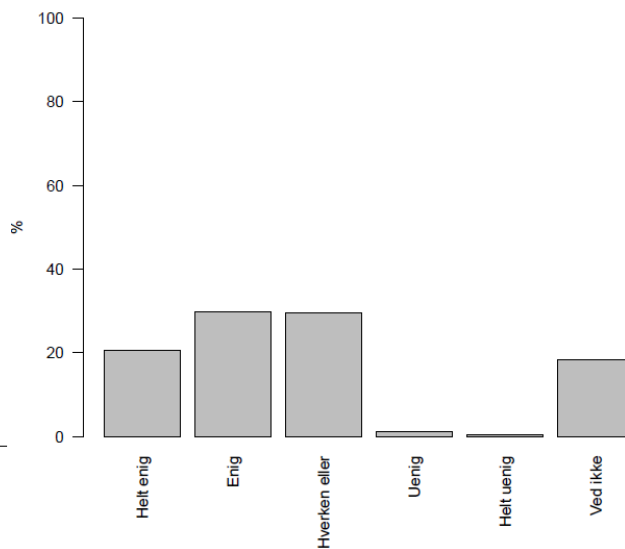


Vinterfoderet til naturkød dyr skal være græsbaseret

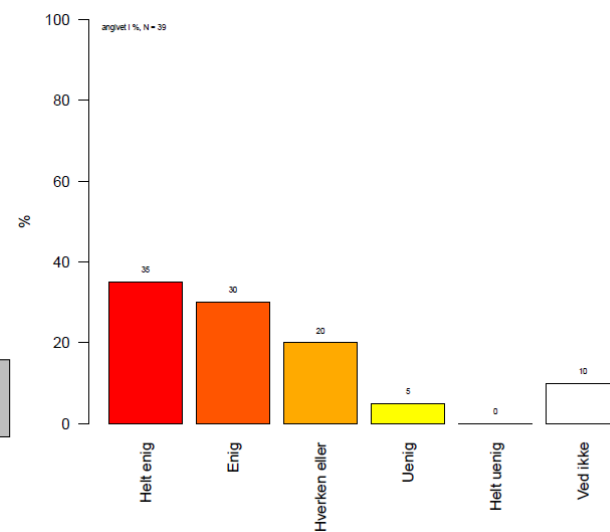
Producenter



Forbruger

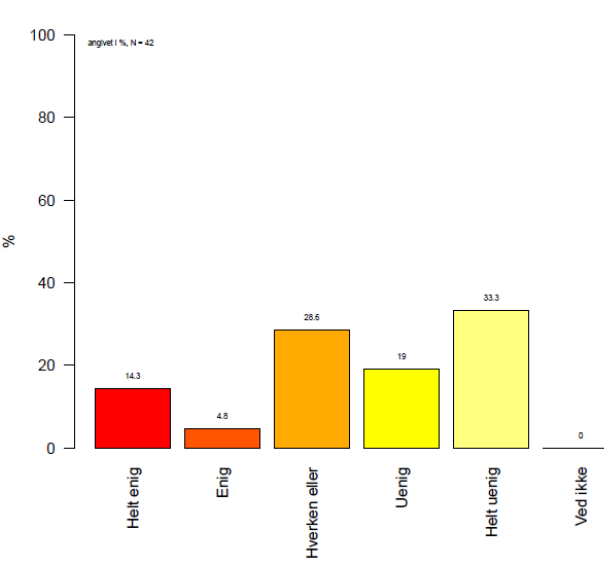


Afsætning

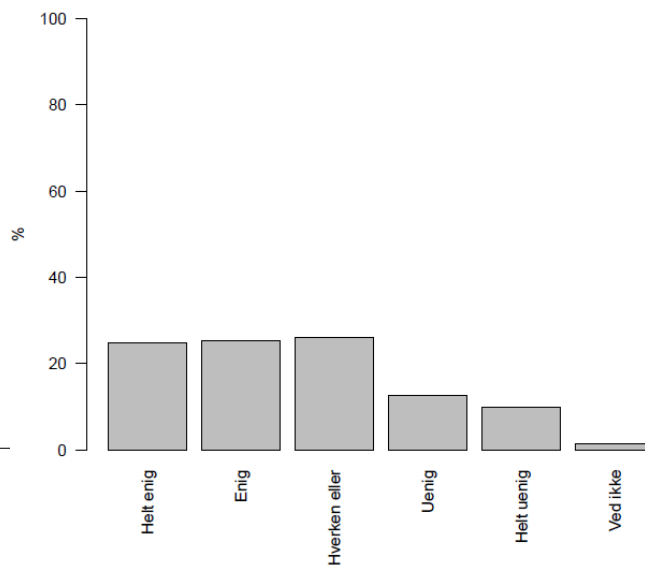


Naturkød skal være økologisk

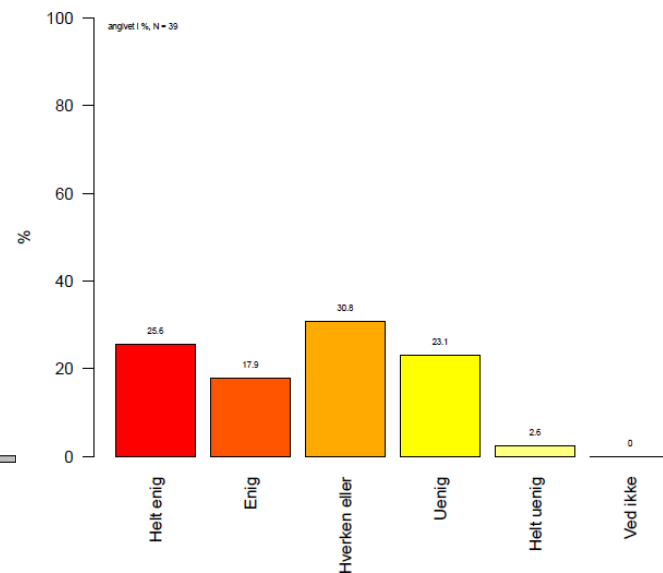
Producenter



Forbruger

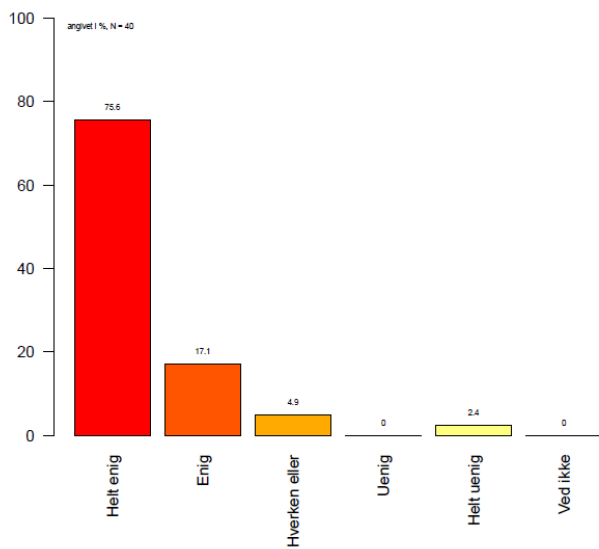


Afsætning

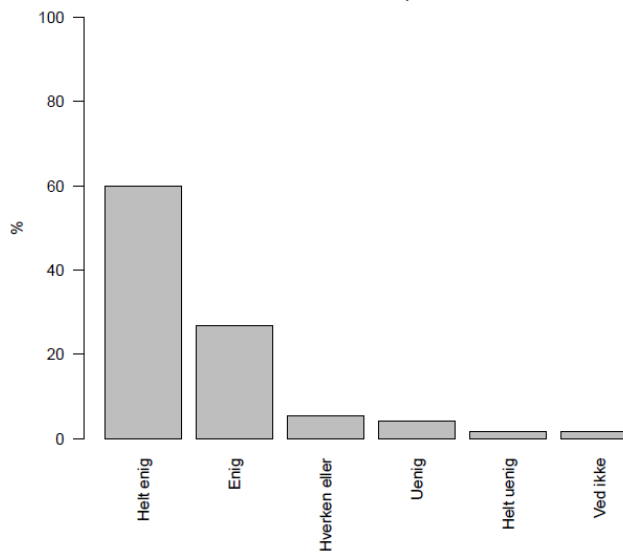


Naturkød skal være dansk produceret

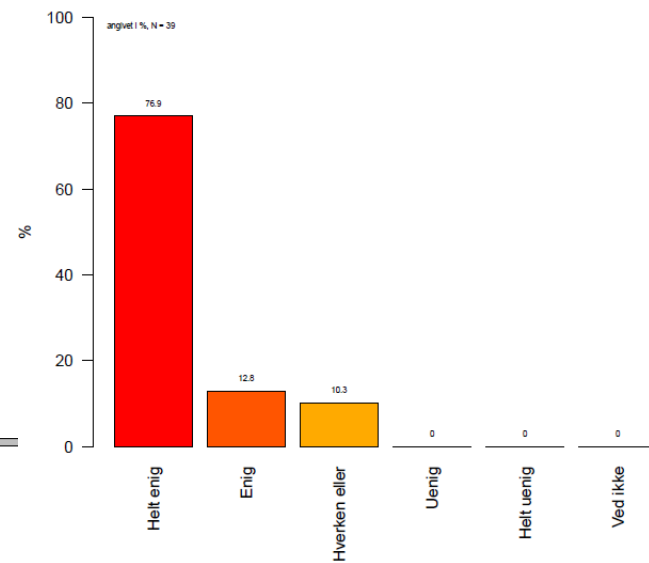
Producenter



Forbruger



Afsætning



Studerende fra Natur- og Kulturformidlingsuddannelsen i Hjørring – spørgeskemaundersøgelse 2014

- 107 svar – god fordeling post. Nr., indkomst, alder
- 14 spørgsmål

Hvilke grunde kan få dig til at vælge at købe kød fra naturplejearealer?

1. Dyrevelfærd
2. Dansk Kød
3. Naturpleje
4. Smag

Studerende fra Natur- og Kulturformidlingsuddannelsen i Hjørring – spørgeskemaundersøgelse 2014

Hvad ville gøre at du IKKE køber kød fra naturplejearealer?

- Svært at finde
- Pris
- Manglende tillid

Ville du betale mere for kød fra naturplejearealer?

- Ja 26 %
- Ja til en hvis grænse 67 %

Studerende fra Natur- og Kulturformidlingsuddannelsen i Hjørring – spørgeskemaundersøgelse 2014

Hvor vil forbrugeren informeres? (På pakken, i butik, på internet)

På pakken	På Internettet
Hvor det kommer fra 71 %	Biodiversitet generelt 42 %
Økologi 67 %	Biodiversitet lokalområde 38 %
Slagtet og forarbejdet 64 %	Information om hver enkelt dyr 27 %
Hvilken landmand 50 %	Kødets sundhedsværdi 25 %
Forhold under opvækst 45 %	Brugen af kødet 23 %
Brugen af kødet 39 %	
Foder betydning for smag 34 %	
Sundhedsværdi 30 %	
Information om hver enkelt dyr 23 %	

Studerende fra Natur- og Kulturformidlingsuddannelsen i Hjørring – spørgeskemaundersøgelse 2014

Købssituation – her vil jeg ønske jeg kunne købe naturkød:

64 % - Supermarked/Købmand

43 % - Gårdbutik

37 % - Slagter

37 % - Leveret til døren

Her køber jeg mest kød:

50 % - Dagligvareforretning

14 % - slagter

13 % - gårdbutik

5 % - internettet

Så ofte spiser jeg kød:

59 % - 3-6 gange om
ugen

29 % - Hver dag

Koncept – Det' Naturkød



Man kan også
skabe trends og
påvirke
forbrugerne

Gør det der giver
mening for dig!

Tak for i dag!

Forretningsudvikling gennem viden og innovation



Læs mere på agrotech.dk eller kontakt:

Elena Sørensen Skytte
Innovationskonsulent



Mobil 21729847
Email esk@agrotech.dk

AgroTech A/S
Institut for Jordbrugs- og FødevarerInnovation
Institute for Agri Technology and Food Innovation

Agro Food Park 15 . DK-8200 Aarhus N
Tel. +45 8743 8400 . Fax +45 8743 8410
www.agrotech.dk . info@agrotech.dk