

# Hvordan oppfatter konsumenter miljømerker på fryst fisk?

Sunniva Fjelde & Geir Sogn-Grundvåg, Nofima

# Miljømerker

- 70 % (26) oppga at de hadde observert miljømerkene på det valgte produktet og at et eller flere var viktige for deres produktvalg når de fikk direkte spørsmål om miljømerkene.

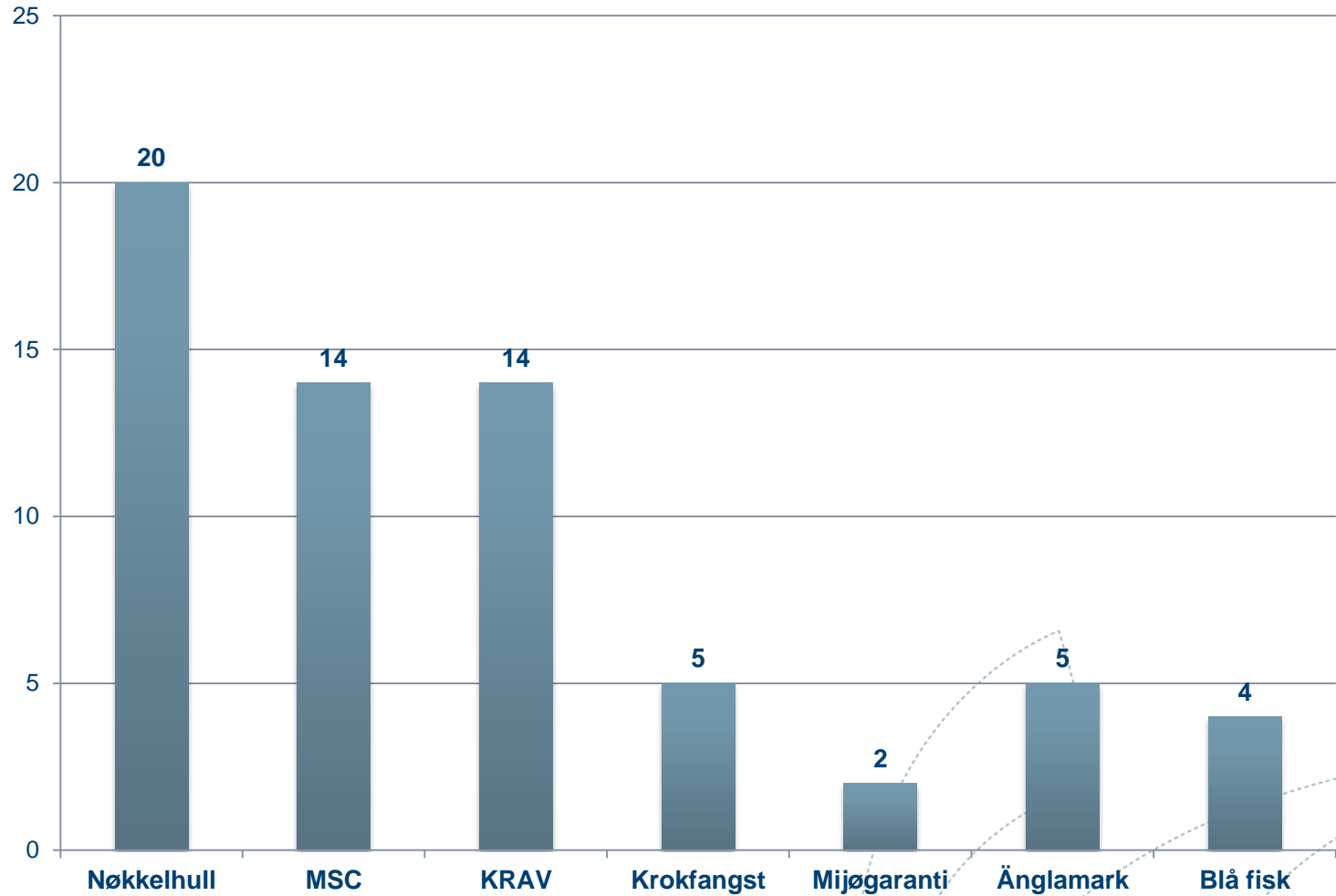
- *"Prøver så ofte jeg kan å kjøpe produkter som er miljøvennlige."*

- *"Jeg vil jo ikke at fisken skal bli borte."*

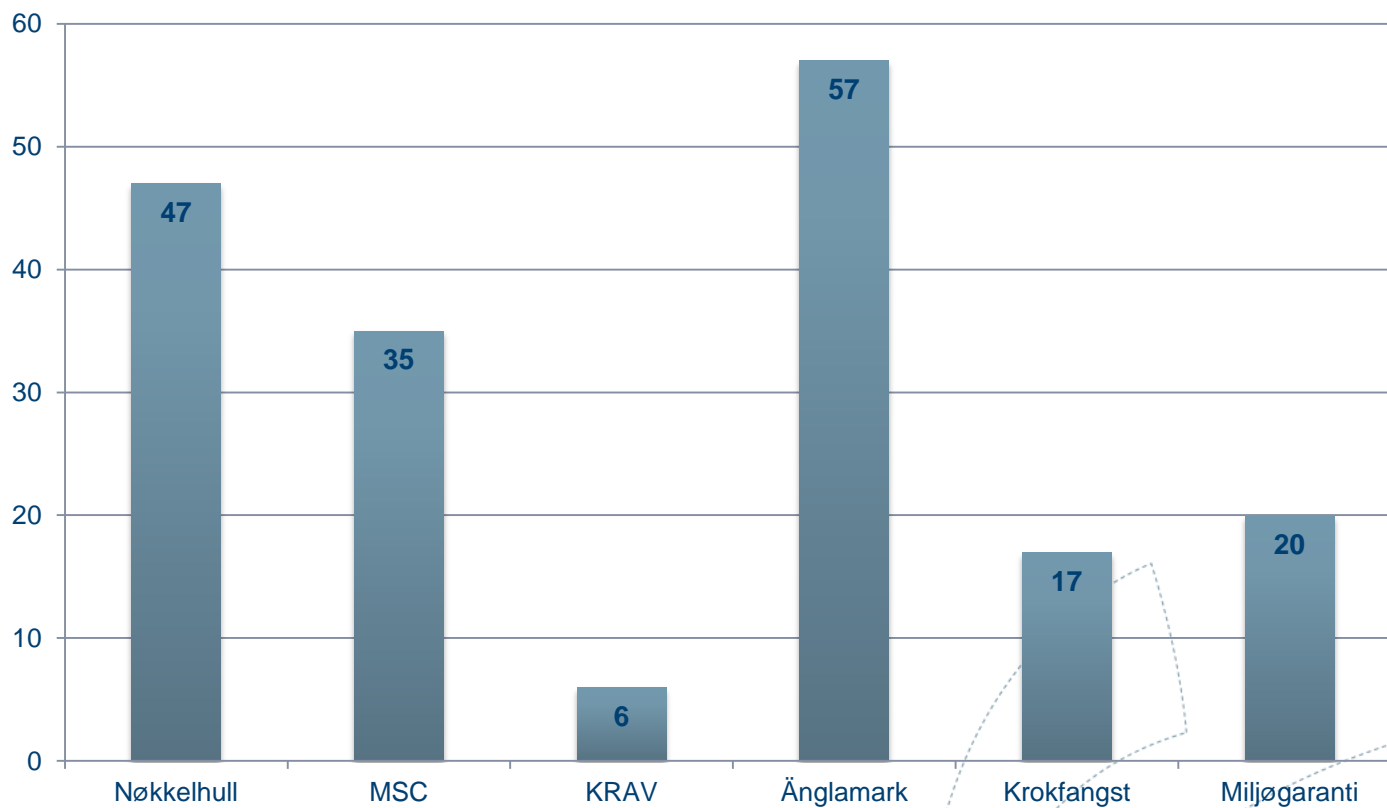
- *"Vil verne om naturen."*

- *”MSC er viktig fordi de har kontroll på hvor fisken blir fisket.”*
- *”Jeg vil at fisken jeg kjøper skal være bærekraftig.”*
- *Syns MSC er viktig, fordi da vet jeg at fisken er fisket på rett vis.”*
- *”Syns det er viktig at fisken er fanget med krok.”*
- *”Jeg bruker ofte å velge Änglamark fordi det er bedre produkter når det kommer til innholdet og produksjonen.”*
- *”MSC og miljøgarantien er viktig for meg, da vet jeg at fisken er fisket på rett vis.”*

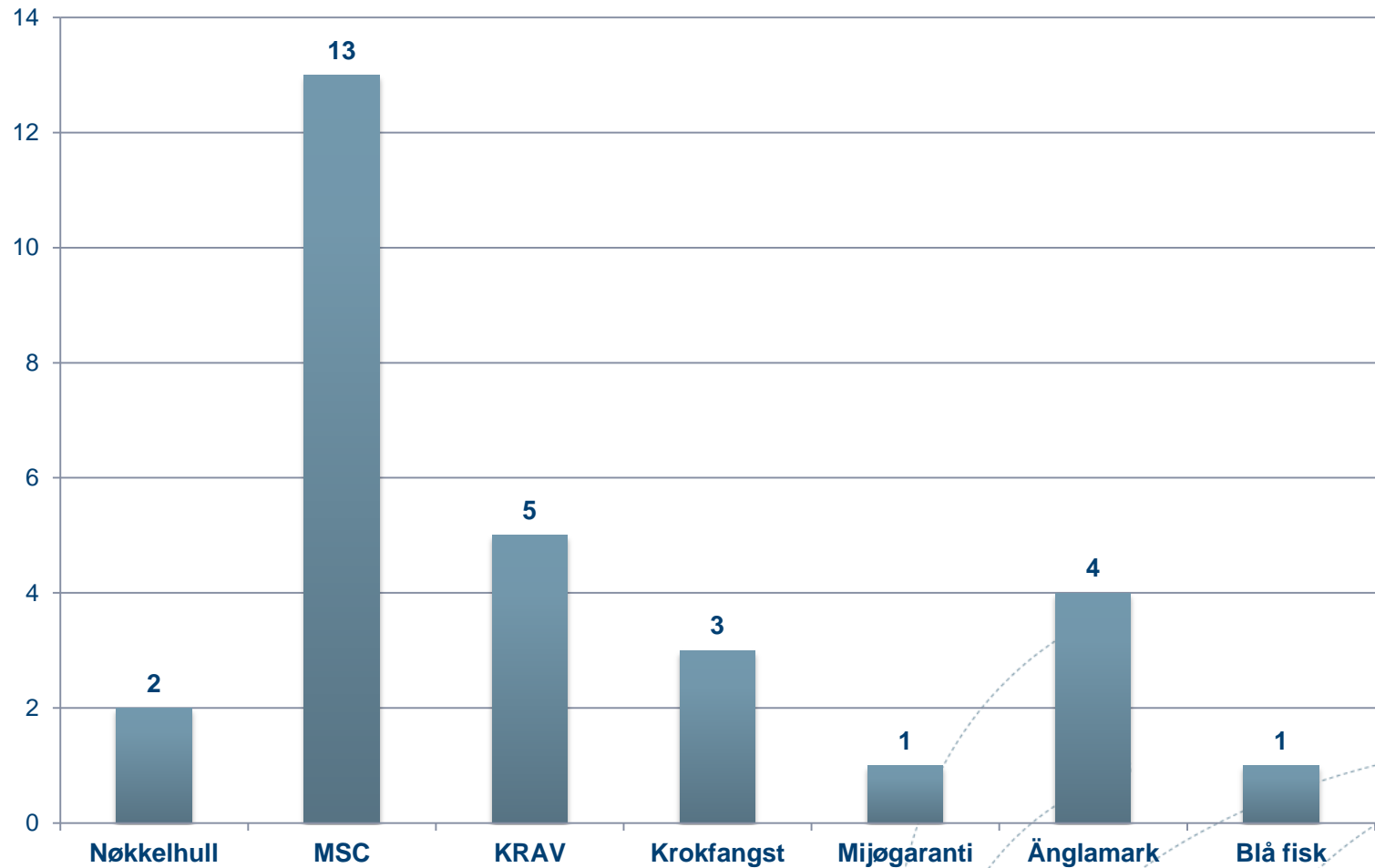
## Har du sett noen av merkene?



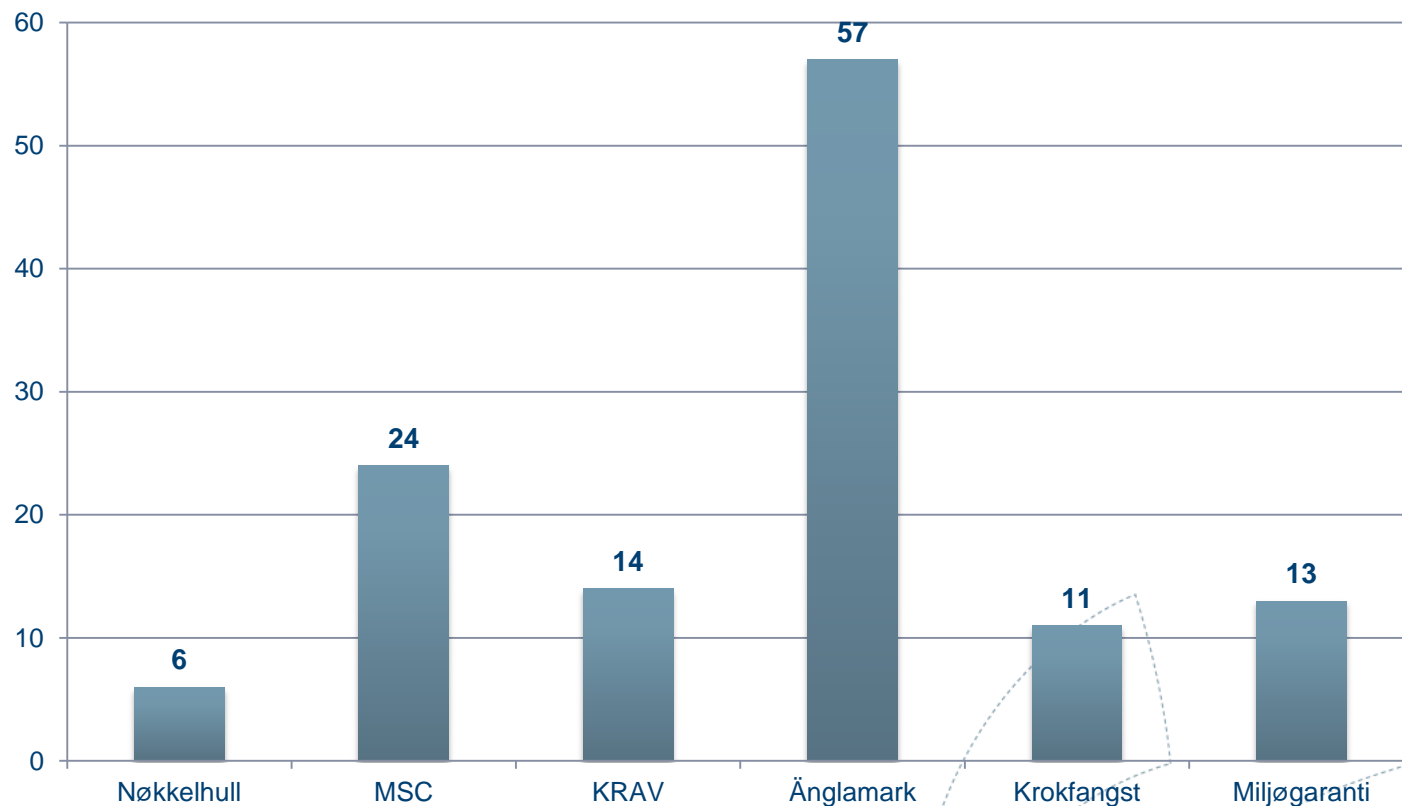
## Andel av de som kjøpte produkt med merke som hadde sett merket



## Er noen av merkene viktig for deg?



## Andel av de som hadde kjøpt produktet som syntes merkene var viktige



- Kom likevel frem at ikke alle alltid så etter miljømerker når de handlet fryst fisk:
  - *”Jeg forsøker å se etter miljømerker når jeg handler, men ikke alltid jeg gjør det.”*
  - *”Ikke alltid jeg husker på det.”*
  - *”Ser nok ikke alltid etter miljømerker.”*
  - *”Prøver å se etter miljømerker, men jeg gjorde det ikke nå.”*



# Trygghet

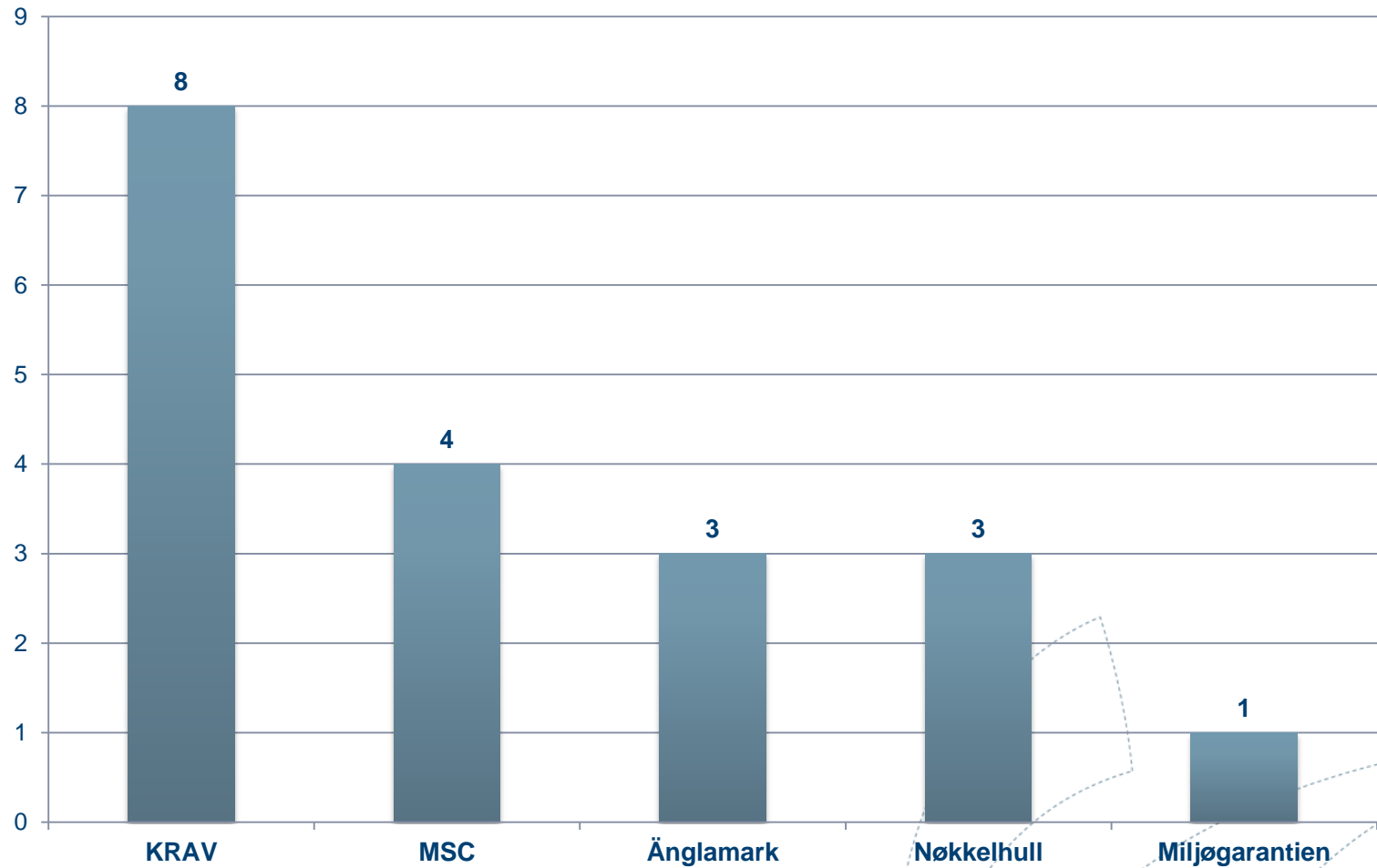
- 65 % (24) følte en ekstra trygghet når de handlet fisk med miljømerker.
  - *”Føler en ekstra trygghet fordi fisken føles trygg å spise.”*
  - *”Trygg på at det er bra å kjøpe produktet.”*
  - *”Føler meg trygg på at jeg kan handle produktet med god samvittighet.”*
  - *”Gir en ekstra trygghet om at produktet er fanget på riktig vis.”*

- *”Änglamark og krokfangst gir meg mest trygghet, føler at jeg kan være helt trygg på at det er miljøvennlig fisk.”*
- *”Hvor fisken er fisket og med hvilken båt er informasjon som gir meg en ekstra trygghet.”*
- *”MSC-merket gjør meg trygg på at det er bærekraftig fisk.”*
- *”KRAV gir meg trygghet om at det er bedre å kjøpe produktet både for meg selv og for miljøet.”*
- *”Nøkkelhullmerket gir meg trygghet om at produktet er sunt, men fisk er jo sunt uansett.”*
- *”Er det ikke trygt å kjøpe fisk?”*

# Tillit

- 41 % (15) hadde like mye tillit til alle miljømerkene.
  - *“Har tillit til alle merkene som er på pakningen, har vel ikke noe annet valg enn å stole på dem.”*
  - *“Har like mye tillit til alle sammen”*
  - *“Jeg har tillit til alle merkene. Velger å tro at man ikke bare kan slenge på masse merker.”*
  - *“Jeg stoler på at jeg kan ha tillit til de produktene jeg får kjøpt i butikken.”*

## Er det noen av merkene du har mer tillit til?



# Krokfangst

- To respondenter som oppga krokfangst som bakgrunn for produktvalg.
- 13,5 % (5) hadde sett krokfangstmerket på produktet.
- 22 % (8) viste hva krokfangst innebar.
  - *“slipper bifangst også er det bedre for havbunnen, krokfangst er mer miljøvennlig.”*
  - *“Krokfangst er mer miljøvennlig ettersom havbunnen ikke ødelegges på samme måte som ved tråling.”*
  - *“Får bare den fisken man skal ha.”*

- To respondenter svarte at krokfanget fisk hadde bedre kvalitet enn fisk som ikke var krokfanget.
  - *“Kvaliteten blir bedre ettersom fisken ikke ligger tett i tett som i nett.”*
  - *“Fisken blir bedre behandlet og derfor blir kvaliteten bedre.”*
- 30 % (11) mente at krokfangst ikke påvirket kvaliteten.
  - *“Hvorfor skulle det være bedre kvalitet? Det er jo samme fisken.”*
  - *“Samme fisken som biter på kroken som havner i nettet, så er nok ikke noe kvalitetskilte.”*
  - *“Samme fisken som svømmer i havet.”*

# Domstein´s miljøgaranti

- 11 % (4) hadde lest Domstein´s miljøgaranti.
  - “Denne informasjonen er veldig verdifull for meg. Her står det at fisken er fanget med krok”
  - *“Ja, den har jeg lest og synes det er veldig verdifullt at slik informasjon finnes på pakningen.”*
  - *“Verdifull for meg ettersom det står at den er fanget med krok. Mange av produktene har jo MSC-merket, med de er ikke fanget med krok.”*

- 59 % (22) syntes informasjonen var verdifull, selv om de ikke hadde lest den:
  - *“Jeg har ikke lest denne informasjonen, men jeg synes det er verdifullt at jeg kan lese om miljømerkene som jeg ikke har hørt om.”*
  - *“Jeg synes absolutt at denne informasjonen er verdifull, men jeg har ikke sett den før. Hvis man ikke vet hva miljøgarantien innebærer, er det absolutt verdifullt at det står på pakningen.”*
  - *“Når jeg ikke kjenner miljømerket, synes jeg det er verdifullt at det er informasjon om det på pakningen.”*
  - *“Jeg synes slik informasjon er veldig verdifull, men jeg må jo vite at den er der for at jeg skal kunne lese den.”*



- *”Hvis jeg ikke kunne finne MSC-merket, ville jeg begynt å lese informasjon om de andre merkene, men hvis jeg finner MSC-merket, så vil jeg velge produktet med MSC-merket.”*
- *”Det er fint å ha slik informasjon tilgjengelig, men akkurat nå så jeg etter MSC-merket.”*

# Informasjon om fiskebåt og fangstzone

- 8 % (3) hadde lest informasjon om fiskebåt og fangstzone.
  - *“Ja, det er veldig verdifull informasjon for meg. Når det står hvilken fiskebåt og hvor den er fanget, så er det viktigere for meg enn noe annet.”*
  - *“Da kan jeg se at den er fisket på riktig sted.”*
  - *“Jeg synes denne informasjonen er veldig bra.”*

- 43 % (16) syntes denne informasjonen var verdifull, selv om de ikke hadde lest den.
  - *“Ja, det kan jo være verdifull informasjon hvis man er misfornøyd med produktet. Da er det kanskje enklere å finne årsaken.”*
  - *“Det er bra å vite hvor fisken er fisket. Spesielt hvis det er noen områder man ikke bør spise torsk fra”*
  - *“Det er bra at det står der, er en slags ekstra trygghet.”*
  - *“Da har man en garanti for at fisken ikke er fisket fra gale områder.”*

- 49 % (18) syntes ikke denne informasjonen var verdifull:
  - *“Denne informasjonen sier meg ingen ting.”*
  - *“Jeg vet veldig lite om hvor fisken skal være fisket, så denne informasjonen hjelper ikke meg.”*
  - *”Slik informasjon er ikke viktig for meg.”*
  - *”Har ikke mulighet til å benytte meg av denne informasjonen.”*
  - *”Er litt vanskelig å forstå. Må kanskje vite litt mer for å forstå denne informasjonen.”*
  - *”Jeg vet veldig lite om fising.”*

# Oppfattet kvalitet

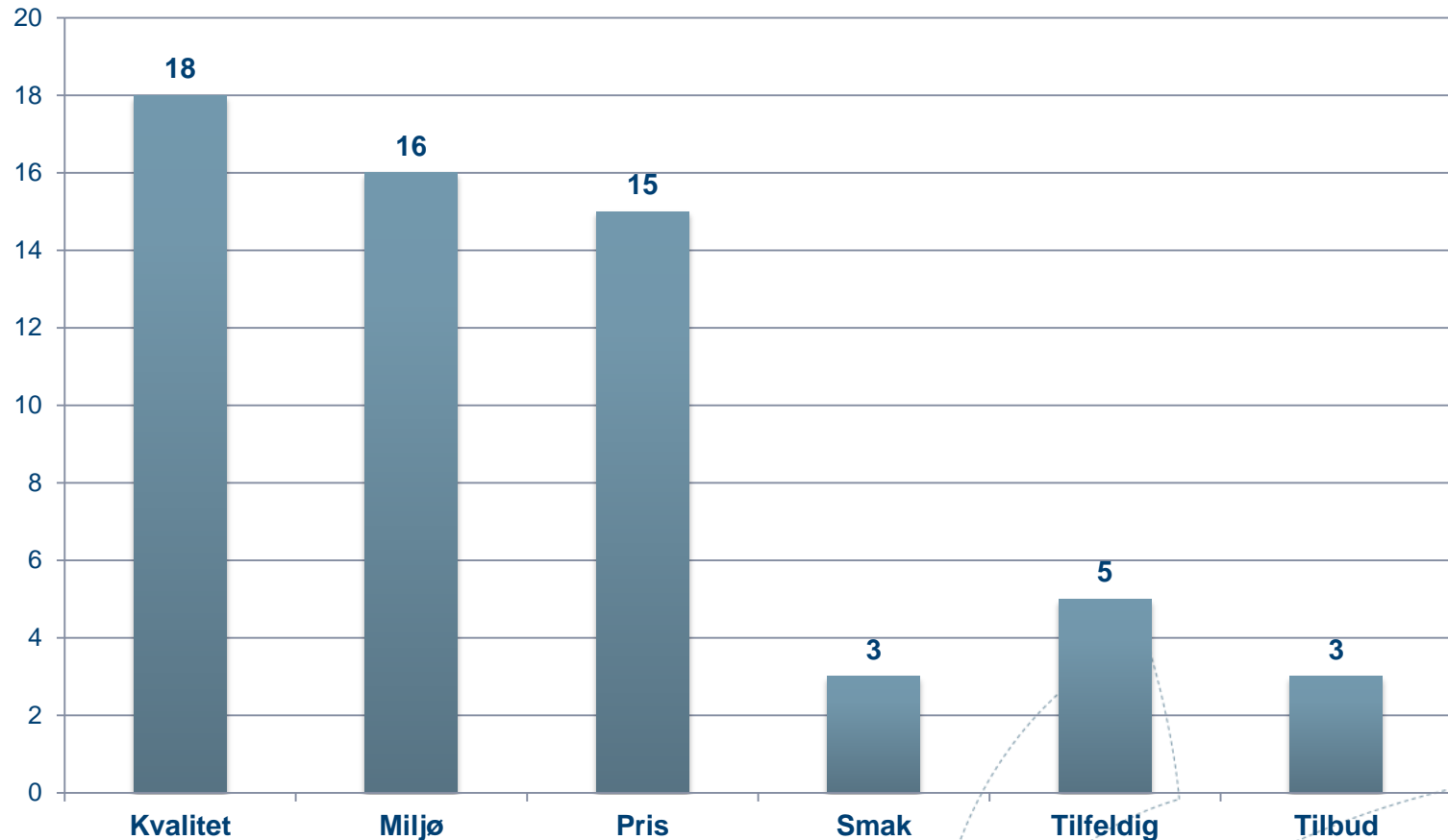
- 19 % (7) mente at miljøvennlige produkter har bedre kvalitet, enn produkter som ikke er miljøvennlige.
- Miljøbevisste konsumenter benytter miljømerker som en kvalitetsindikator.
- Har i utgangspunktet positive holdninger til miljøvennlige produkter. Den subjektive evalueringen påvirker derfor deres bedømmelse av kvaliteten.
- 43 % (16) som ikke så noen sammenheng mellom pris og kvalitet på frysst fisk.

# Hva er viktigst for deg når du handler fisk?

- Etter at respondentene hadde fått direkte spørsmål om miljømerker, krokfangst, og Domsteins miljøgaranti, fikk de spørsmål om hva som var viktigst for dem når de handlet fryst fisk.
- Respondentene oppgav ofte flere faktorer på dette spørsmålet.
  - *"Kvalitet og smak er viktigst for meg."*
  - *"Det viktigste er at det er miljøvennlig."*
  - *"Prisen er nok det viktigste, men kvaliteten er også viktig."*

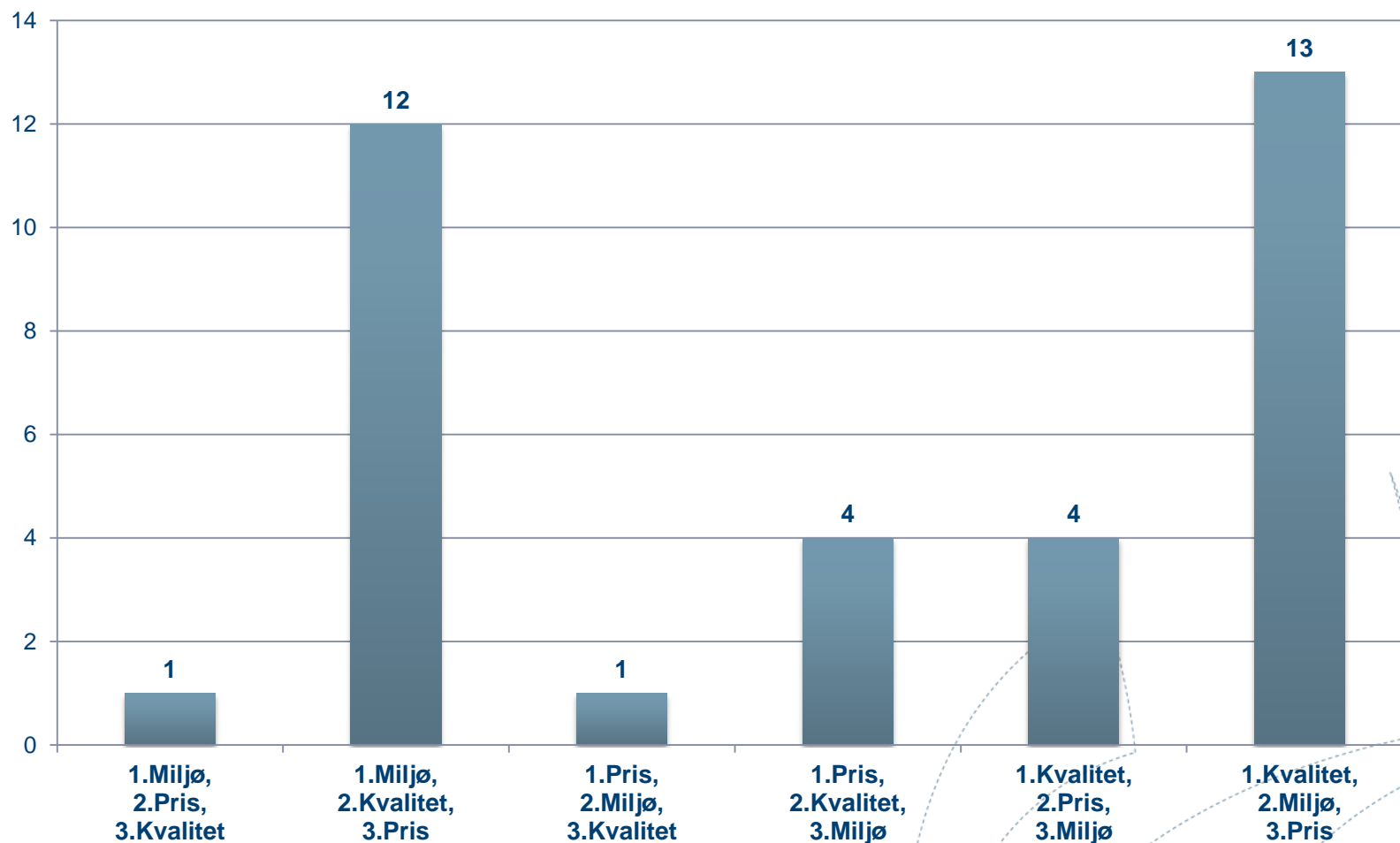
- *”Det er litt tilfeldig, men akkurat nå var det viktigste at produktet var på tilbud.”*
- *”Kvaliteten er det viktigste.”*
- *”Det er en blanding mellom pris og kvalitet.”*
- *Figuren på neste slide viser hvilke faktorer respondentene oppga. I denne figuren er alle faktorene som respondentene nevnte tatt med.*

## Hva er viktigst for deg når du handler fisk?





## Rangering av miljø, pris og kvalitet



# Avslutning - Årsaker til avvik mellom intensjon og atferd.

- Har for lite kunnskap, vektlegger derfor andre egenskaper.
  - *”Det er for mange merker til at jeg kan huske alle sammen.”*
  - *”Det er så mange forskjellige merker, som tar for seg så mye forskjellig.”*
- Er ikke miljøbevisst nok.

- Konsumentene oppfatter at alle produktene er lik når det kommer til miljøvennlighet.
  - *”Det er ikke avgjørende for hvilket produkt jeg velger, fordi alle produktene har slike merker.”*
  - *”Nesten alle produktene har miljømerker.”*
  - *”Jeg tenker at det er det samme hvilket produkt jeg kjøper, ettersom alle har miljømerker.”*

# Andre betraktninger

- Konsumenter må ha kunnskap til å kunne vurdere miljømerkene og skille dem.
- Hvordan skal man få konsumenter til å opparbeide seg kunnskap nok til å skille miljømerker fra hverandre?
- Konsumenter ønsker å få informasjon om hvordan produksjonen skiller seg fra hverandre. Må kommuniseres tydelig.
- Konsumenter må overbevises om at deres produktvalg kan gjøre en forskjell for miljøet.
- Viktig å gi informasjon til konsumenter som er miljøbevisste, slik at de kan ta miljøvennlige beslutninger som er tilfredsstillende.

# Takk for meg!