

# Efterfrågedriven innovation för högre kvalitet på nöt- och lammkött

Ett treårigt EU-finansierat projekt med målsättning att skapa bättre förutsättningar för nöt- och lammköttproducenter i regionen Västra Götaland (Sverige), Nord- och Midtjylland (Danmark).

Detta är ett samarbete mellan forskning, lantbruk och industri som verkar inom köttnäringen.

I projektet fokuserar vi på att öka kunskapen om god ätkvalitet och etisk kvalitet från uppfödare till konsument.

Projektid: 2016-09-01 – 2019-08-31



# Delaktivitet 5.1: Kundens opfattelse af koblingen mellem dyrevelfærd og kødkvalitet

MAPP har tidligere arbejdet med dyrevelfærd i forskellige sammenhænge. Vi ønsker at bygge videre på disse erfaringer og **at opnå en dybere forståelse for den rolle dyrevelfærd spiller for forskellige interessenters kvalitetsopfattelse af okse- og lammekødsprodukter**

- I nærværende projekt undersøges især tre typer af interessenter:
  - forbrugere
  - professionelle indkøbere (food service, detailhandel og fødevarerforarbejdende virksomheder)
  - opinionsdannere (journalister, kokke, etc.).
- To undersøgelser:
  - Forbrugerundersøgelser
  - Værdikædeundersøgelse



# Delaktivitet 5.1: Kundens opfattelse af koblingen mellem dyrevelfærd og kødkvalitet

Arbejdet er blevet forsinket pga. udfordringer i forbindelse med ansættelse af forskningsmedarbejdere til at gennemføre undersøgelserne.

- Ingen egnet ansøger til post.doc.-stilling trods genopslag
- Nu besættelse af to stillinger som videnskabelige assistenter – start 1. juli 2017
  - Forbrugerundersøgelser – fokusgruppe og survey: Krisitiane Holk Jeppesen
  - Værdikædeundersøgelse – interviews og analyse heraf: Klaus Brønd Laursen



# Forbrugerundersøgelsen

- Kvalitative (fokusgruppeinterview) og kvantitative undersøgelser
- Vi vil undersøge
  - hvordan forskellige dyrevelfærdsaspekter påvirker kvalitetsopfattelse og hvilke konsekvenser det har for betalingsvilligheden
  - hvordan kvalitetsopfattelsen påvirkes af hvordan dyrevelfærd certificeres og dokumenteres
  - om betydningen af dyrevelfærd er forskellig for forskellige okse- og lammekødsprodukter



# Første step - litteraturstudium

## Databaser

- Scopus, Elsevier (Science Direct), Web of Science, Google Scholar

## Søgeord

- Animal welfare, beef, lamb, quality perception, organic production, willingness to pay, meat quality, consumer, organic, total quality food model, sheep, beef liking, lamb liking
- Kvalitetsopfattelse, dyrevelfærd, betalingsvillighed, forbruger, lammekød, oksekød, økologi

## Antal artikler (udvides fortsat)

- 21



# Første step - litteraturstudium

## Uddrag af litteraturliste

- Thorslund, C. A. H., Sandøe, P., Aaslyng, M.D., og Lassen, J. (2016): *A good taste in the meat, a good taste in the mouth – Animal welfare as an aspect of pork quality in three European countries*. Livestock science 193, 58-65.
- Napolitano, F., Braghieri, A., Piasentier, E., Favotto, S., Naspetti, S., Zanolli, R. (2009): *Effect of information about organic production on beef liking and consumer willingness to pay*. Food Quality and Preference 21. 207-212.
- Hoogland, C. T., Boer, J. D. & Boersema, J. J. (2005): *Transparency of the meat chain in the line of food culture and history*. Appetite 45. 15-23
- Skarstad, G.Å., Terragni, L. og Torjusen, H. (2007): *Animal welfare according to Norwegian consumers and producers: definitions and implications*. International Journal of Sociology of Food and Agriculture. Vol. 15(3).
- Napolitano, F., Girolami, A., Braghieri, A. (2010): *Consumer liking and the willingness to pay for high welfare animal-based products*. Trends in food Service & Technology 21, p. 537-543



Öresund-Kattegat-Skagerrak  
European Regional Development Fund



# Hovedkonklusioner

- Begrænset forskning om koblingen mellem dyrevelfærd for okse- og lamme kød og kvalitetsopfattelse
- Begrebet dyrevelfærd opfattes og defineres forskelligt
- Forskellige holdninger til, hvorvidt dyrevelfærd er en vigtig kvalitetsindikator
  - Eksempel: Thorslund et al (2016). Forbrugernes opfattelse af svinekød og kødforbruget i relation til dyrevelfærd i England, Sverige og Danmark.
- Forbrugere bruger ofte dyrevelfærd som en indikator for andre produktkvaliteter: Oprindelsesland, bedre spisekvalitet, højere fødevarer sikkerhed og økologisk status
- Betalingsvillighed for dyrevelfærdsmærkede produkter: borger vs. forbruger
  - Forskellig betalingsvillighed for forskellige udskæringer af samme kød
- Forskelle mellem forskellige grupper af forbrugere



# Dataindsamling – next steps

## Den kvalitative del

- **Baggrunden for valget af metode**
  - Formål med fokusgruppeinterview som dataindsamlingsmetode
  - Målet: hvad vi regner med at kunne afdække ved brug af fokusgruppeinterview som dataindsamlingsmetode
- **Fokusgruppeinterview**
  - 6 fokusgruppeinterviews i alt – to i hvert land (7-9 deltagere pr. fokusgruppeinterview)
  - De to første fokusgruppeinterviews i Danmark afholdes primo/medio november 2017 – de resterende 4 i Norge og Sverige fra medio januar 2018





# Dataindsamling – kriterier og det videre forløb

- **Udvælgelseskriterier af deltagere**

- Spiser oksekød mindst én gang om måneden og ingen aversion mod lammekød
- Spredning i socio-demografiske forhold
- Deltagerne må ikke have nogen faglig/professionel interesse i at deltage

## Den kvantitative del

- Formålet er at bekræfte resultaterne fra den kvalitative undersøgelse
- Dataindsamling vha. onlinespørgeskemaer i Danmark og Sverige
- Data analyseres i SPSS



# Værdikædeanalysen - tidlige forskning

- **Rural sociology – kædeperspektiv**

- **Alternative food networks**

- Renting, H., et al. (2003). "Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development." Environment and Planning A **35**(3): 393-411.

- **Value based food chains**

- Stevenson and R. Pirog (2008). Values-based supply chains: Strategies for agrifood enterprises of the middle. Food and the mid-level farm: Renewing an agriculture of the middle: 119-143.

- **Konventionaliseringsdebatten – fastholdelse af værdier**

- Buck, D., et al. (1997). "From farm to table: The organic vegetable commodity chain of Northern California." Sociologia Ruralis **37**(1): 3-19.
    - Noe, E. and H. F. Alrøe (2011). "Quality, coherence and co-operation: A framework for studying the mediation of qualities in food networks and collective marketing strategies." Int. J. of Soc. of Agr. & Food **18**(1).
    - Darnhofer, I., et al. (2010). "Conventionalisation of organic farming practices: from structural criteria towards an assessment based on organic principles. A review." Agronomy for sustainable development **30**(1): 67-81.



# Værdikædeanalysen

- Værdikædeperspektivet anlægger et helhedsorienteret perspektiv på værdikæden
- Det klassiske udfordring for højværdikæder: hvordan fastholdes værdier så som 'dyrevelfærd', samtidig med at en økonomisk profitabel forretnings- og kædemodel udvikles?
- Informationsdeling er en væsentlig faktor: gennemsigtighed – sporbarhed
- Men der er ingen sikkerhed for at værdier iagttages ens i alle led af kæden
- Tillid til at producenterne faktisk leverer, hvad produktet lover, er derfor centralt



# Interviewguide

- Interviewguiden tager udgangspunkt i markedspraksisteorien af Kjellberg og Helgesson (2007)
  1. Representational practices
    - Aktiviteter der medvirker til at skabe en markedsforståelse samt en forståelse af, hvordan markedet fungerer
  2. Normalizing practices
    - Aktiviteter der medvirker til at etablere normative objekter
  3. Exchange practices
    - Aktiviteter der medvirker til at realisere individuelle økonomiske transaktioner



# Mulige cases i Danmark

- Primærproducenter
- Friland Food – interview gennemført med dir. Henrik Bilman
- Danish Crown Beef
- Thise og Ko
- Dansk Angus og Kødgrossisten
- Grambogård
- Himmerlandskød
- Smag på landskabet
- Coop (måske både FDB og trading)
- Dansk Supermarked
- Rema 1000
- Dagrofa

