

Økologi og kompleksitet i de daglige madindkøb

AF ANNE HOLST ANDERSEN OG ULF HJELMAR

I DETTE KAPITEL undersøger vi, hvordan forbrugerne håndterer økologi og madindkøb i hverdagen. Hvordan passer det at købe økologisk ind i den række af forskellige hensyn, som er på spil i hverdagens madindkøb, og hvordan forholder forbrugerne sig til madindkøbene og de mange hensyn i praksis? Kapitlet bygger på resultaterne af to kvalitative undersøgelser. Fokus er dels på forbrugeres strategier til at håndtere spørgsmålet om køb eller ikke-køb af økologi i forhold til den mængde af ofte modstridende kriterier for gode madindkøb, de opererer med. Dels er fokus på betydningen af rutiner og 'nemme' løsninger i lyset af de krav, det moderne hverdagsliv stiller til forbrugerne. I kapitlet understreges madindkøbenes og hverdagslivets kompleksitet og forbrugernes behov for at reducere kompleksiteten. På den baggrund argumenteres for, at tiltag til at fremme det økologiske forbrug må bidrage til at gøre økologisk forbrug 'nemmere', ikke mere komplekst. Det indebærer et fokus på at gøre det lettere i praksis at forene økologi med de mange forskellige kriterier for gode madindkøb, som er i spil, frem for et mere snævert fokus på at informere om økologi og fødevarerproduktion.

Forbrugernes håndtering af økologi i hverdagens indkøb

Hverdagens madindkøb bringer mange forskellige hensyn i spil. Der er hensyn til, hvad forskellige medlemmer af husstanden kan lide, hvad økonomien rækker til, hvordan indkøbene tidsmæssigt kan passes ind imellem hverdagens andre gøremål osv. Ikke mindst det tidsmæssige hensyn er blevet vigtigt de senere år i takt med, at folk føler sig mere presset i hverdagen. Forbrugerne består i højere grad end tidligere af enlige og af kvinder, og mænd, som arbejder uden for hjemmet. Det er med til at gøre travlhed til en del af det moderne hverdagsliv [19]. Også andre hensyn har fået øget vægt de senere år. Det gælder for eksempel hensyn til sundhed, miljø, dyrevelfærd, bæredygtige handelsvilkår og andre forhold, som medierne er

med til at sætte på forbrugernes dagsorden [20,21]. Forbrugerne er også i stigende grad blevet tilskrevet et medansvar for at løse samfundsmæssige problemer med for eksempel miljøet gennem deres forbrugsvalg [22]. Samlet set peger dette på de mange forskellige krav og hensyn, som forbrugerne skal forholde sig til i hverdagens madindkøb.

Dette kapitel omhandler, hvordan forbrugerne håndterer de mange hensyn i madindkøb, og hvad det betyder for økologien. Kapitlet bygger på resultaterne af to kvalitative undersøgelser, hvor den ene har handlet om forbrugeres strategier til at håndtere spørgsmålet om køb eller ikke-køb af økologi i forhold til forskellige og ofte modstridende kriterier for gode madindkøb. I den anden undersøgelse har vi blandt andet set på betydningen af rutiner og 'nemme' løsninger i lyset af madindkøbets kompleksitet og hverdagens krav. Fokus i dette kapitel er dermed ikke på at identificere og karakterisere forskellige typer eller segmenter af forbrugere. Vi søger i stedet at identificere forskellige praktiske måder at håndtere økologi og madindkøb på i hverdagen. De håndteringsmåder, som opridses i kapitlet, kan bruges til at udbygge forståelsen af, hvordan det økologiske forbrug udspiller sig konkret mellem hverdagens mange hensyn.

Økologien og forbrugernes kriterier for gode madindkøb

Vi har undersøgt det økologiske forbrug fra et hverdagslivsperspektiv ved at udfolde de mange forskellige kriterier for gode madindkøb, forbrugerne trækker på i hverdagens indkøbspraksis. Således har vi i den ene undersøgelse set på, hvordan forbrugerne vurderer det at købe økologisk i forhold til de forskellige kriterier, og hvordan de i praksis håndterer spørgsmål om køb og ikke-køb af økologi på den baggrund. Resultaterne bygger på deltagelse i indkøbsture og efterfølgende interview med i alt 21 madindkøbere fra 14 forskellige danske husstande (se nærmere i boksen *Madindkøbere i undersøgelsen om kompleksitet*).

Undersøgelsen viser, at forbrugere til tider reagerer imod de mange krav og hensyn, man som forbruger forventes at tage i hverdagens madindkøb. En kvinde i undersøgelsen udtrykker det for eksempel således:

"Det fylder utroligt meget med alt det der, hvor man tænker: 'Nå, det kan jeg så ikke spise mere'. Burhøns og... hvordan man behandler svin i Danmark, og de har bylder, og de har sår. [...] Bortset fra at det også

Madindkøbere i undersøgelsen om kompleksitet

Deltagerne er udvalgt efter:

- hvor ofte de efter eget udsagn køber økologi (hyppigt, regelmæssigt, lejlighedsvis, så godt som aldrig)
- deres alder (18-29 år, 30-49 år, 50 år eller derover)
- deres køn
- typen af husstand (enlige uden hjemmeboende børn, par uden hjemmeboende børn, familier med hjemmeboende børn)
- deres uddannelsesniveau (ingen eller kort videregående uddannelse, mellemlang eller lang videregående uddannelse)
- deres bopæl (København, en udvalgt landkommune)

Yderligere oplysninger om undersøgelsernes metodiske grundlag fås ved henvendelse til forfatterne.

er usundt at spise svinekød, og det er usundt at spise smør og bla bla bla, så er det også mishandlede dyr og... det er så forfærdeligt! [...] Det synes jeg ikke. Altså, man skal da være glad for, at man kan have mad på bordet, ikke? Så det er da noget hysteri. Nyd det dog, for fanden! [...] Fordi det er så pragtfuldt! Der er ikke noget bedre end at lave en fin middag og servere gode vine til og have folk på besøg. Eller bare os to! Noget ordentlig mad, som man bliver glad for at spise, i stedet for alt det her med: 'Nej, det er for farligt, det er for fedt, det er for...' Man vil helst være på den dyrerigtige side, men jeg tror også, man kan overreagere."

Generelt peger undersøgelsen på, at forbrugere opererer med flere forskellige og ofte modstridende sæt af konventioner eller kriterier for, hvad der udgør gode madindkøb og madvarer. Det gælder også i forhold til økologiske fødevarer. De forskellige kriterier rejser relevante spørgsmål i forhold til det at købe økologisk, for eksempel:

- Er økologiske fødevarer (mer)prisen værd?
- Er det at købe økologisk foreneligt med effektiv og økonomisk husførelse?

- Gavner økologi den kollektive velfærd, for eksempel miljøet, dyrevelfærd og folkesundheden, og gør det en forskel, hvad den enkelte forbruger køber?
- Gavner det de lokale fødevarerproducenter at købe økologisk, og kan man stole på producenterne og deres produkter?
- Er økologisk mad 'ordentlig' mad, fremmer den familiens velbefindende og familiemedlemmernes sundhed?
- Giver økologisk mad gode sansemæssige oplevelser – ser den indbydende ud, dufter og smager den godt?
- Står Ø-mærket for god kvalitet?

Økologi vurderes ikke altid entydigt positivt i forhold til kriterierne for gode madindkøb. Mange forbrugere vil svare bekræftende på et eller flere af spørgsmålene ovenfor, men selv regelmæssige økologiske forbrugere i undersøgelsen giver også udtryk for tvivl og usikkerhed, for eksempel omkring de helbreds- og miljømæssige effekter af at købe og spise økologisk mad.

En del af forbrugernes tvivl og usikkerhed omkring økologi kommer til udtryk ved en manglende tiltro til deres egen viden om, hvad økologien egentlig dækker over. Et eksempel er en kvinde, som er meget skeptisk over for, hvad konventionelt dyrket frugt og grønt er behandlet med, for at det bedre kan holde sig. Hun køber derfor helst økologisk frugt og grønt, hvis det ikke er for dyrt – især hvis der er tale om frugter og grøntsager, som ikke skal skrælles eller pilles, før de spises. Når det kommer til andre fødevarer, opfatter hun stadig økologien som et sundere valg, men hun er i tvivl om, hvornår sprøjterester og andre giftige stoffer kan påvirke den spisende, og spørger, om ikke de skadelige stoffer mon nedbrydes ved tilberedning, for eksempel når rugbrødet bages i ovnen i flere timer. Denne type usikkerhed kan pege på et behov for mere information om økologi og økologisk fødevarerproduktion til gruppen af forbrugere, der har denne tvivl og usikkerhed om økologi.

En anden type usikkerhed peger dog på mere grundlæggende dilemmaer, usikkerheder og kontroverser i forhold til økologisk produktion og forbrug, som ikke nødvendigvis elimineres gennem yderligere information. Et eksempel er en kvinde, som går meget op i miljøhensyn i hverdagen – ikke kun i forhold til madindkøb. Hun køber økologisk af hensyn til miljøet, men stiller sig også kritisk over for, om økologi nødvendigvis altid er det mest miljørigtige valg:

"Altså, jeg køber ikke økologi for enhver pris, vel? Fordi... Der kan man så sige, at de der øko-varer, der kommer så langvejs fra, at der er noget, der er gået fløjten, ikke? [...] Jeg synes, det er svært med den lokalisering. Jeg har ikke sådan tænkt det igennem, hvad der ville være smartest, men der er virkelig mange spørgsmål omkring det der. Hvad gør man rigtigt?"

Kvinden henviser her til en grundlæggende problematik omkring forskellige miljøhensyn i produktionen og distributionen af fødevarer. Selvom økologiske fødevarer er produceret under hensyn til miljøet, er det så miljømæssigt – og ikke mindst klimamæssigt – fornuftigt at transportere dem over lange afstande for at få dem frem til forbrugerne? Andre spørgsmål går for eksempel på, om økologien nu også entydigt er sundere, og om den er bedre for dyrevelfærden (se i øvrigt kapitlet *Hvor mange kompromiser har økologien råd til?* om dyreetiske dilemmaer i økologisk produktion).

Strategier til håndtering af indkøbenes kompleksitet

Trods de mange forskellige hensyn, som er på spil i madindkøb, og de usikkerheder og dilemmaer, som omgiver økologisk forbrug, viser undersøgelsen, at forbrugerne finder måder at håndtere hverdagens madindkøb og spørgsmålet om økologi på i praksis. En løsning er at prioritere økologien konsekvent som et overordnet princip, en anden er at gå mere pragmatisk til værks.

En 'øko-konsekvent' løsning

At prioritere økologien konsekvent indebærer at sætte økologien op som et overordnet mål i madindkøbene, som andre hensyn må tilpasses efter eller forenes med i det omfang, det er muligt. Sådant en løsning praktiserer et af de ægtepar, som indgår i undersøgelsen. De har mange lighedstræk med de *overbeviste* økologiske forbrugere, som er beskrevet som et segment i kapitel 1, og siger for eksempel om økologi:

"Jamen, det er balance og bæredygtighed. [...] Det er det hele! Altså en harmoni, faktisk, ikke? Jeg køber jo heller ikke mere, end jeg kan spise. [...] Man skal ikke svine og ikke ødsle og..."

Ægteparret formår meget langt hen ad vejen at forene forskellige kriterier for 'gode madindkøb' med ønsket om at købe økologi. De mener klart, at økologiske varer er værd at betale en merpris for, og de har tidligere ned-

prioriteret ferier til udlandet og dyre restaurantmiddage til fordel for økologien i hverdagen. Nu, hvor økologiske produkter er blevet en slagvare, går de efter økologiske tilbud, og deres indkøbsture er indrettet effektivt efter at kunne nå omkring de butikker, som aktuelt har økologiske varer på tilbud. De mener, at de med deres indkøb gør en forskel for de landmænd, som producerer de økologiske varer, og dermed for bæredygtigheden og de kollektive goder, men betragter samtidig økologisk mad som både sundere og mere velsmagende end konventionelt producerede fødevarer. For dem er det således ikke mængden af kriterier for gode madindkøb, der truer økologien, men snarere en kompromittering af økologibegrebet:

”Takket være EU, så er økologibegrebet jo blevet udvandet, fordi de har tilladt nogle stoffer, som ikke var der i starten. Altså sådan noget med nitrit og ... forskellige andre ting, der dybest set enten er overflødige eller også er skadelige.”

Ved at sætte økologiske principper i højsædet og insistere på, at økologi er lig med gode madindkøb, er det altså muligt at opnå et konkret og konsekvent pejlemærke at navigere efter i madindkøbene. Den konsekvente prioritering af økologien bliver et redskab til at forenkle madindkøbenes kompleksitet. Omvendt betyder det, at økologien er sårbar over for en udvanding af de økologiske principper.

En 'pragmatisk' løsning

En anden måde at håndtere de mange kriterier for gode madindkøb i forhold til spørgsmålet om økologi er at forhandle og balancere mellem dem på pragmatisk vis. For de fleste forbrugere er økologi ikke det overordnede princip i madindkøb, men et hensyn blandt mange. Det betyder også, at de fleste i et eller andet omfang benytter sig af pragmatisme i forhold til økologi og madindkøb. En pragmatisk løsning ophæver ikke konflikter mellem forskellige kriterier for gode madindkøb, og den afklarer ikke nødvendigvis usikkerheder og uenigheder omkring, hvordan økologien passer ind i kriterierne, for eksempel om den økologiske mad er bedre for miljøet og for familiens sundhed og velbefindende. Alligevel gør den det muligt og overskueligt at håndtere madindkøb og økologi i hverdagen.

En pragmatisk løsning kan for eksempel være at opstille nogle mere eller mindre faste retningslinjer for, hvornår hvilke hensyn vejer tungest, og

hvornår det skal give sig udslag i køb af økologiske produkter. I en familie i undersøgelsen kommer det til udtryk ved en enkel tommelfingerregel: Når maden er til forældrene, er den kun økologisk, hvis de synes, det økologiske produkt smager bedre end alternativet. Når den er til deres fireårige søn, er den altid økologisk af hensyn til hans sundhed. Som faderen siger: *"Det er to forskellige husholdninger"*. Den løsning er dog aldrig mere fast, end at den kan genforhandles. For eksempel er faderen temmelig skeptisk over for moderens overbevisning om, at økologisk mad er sundere, og den skepsis bruger han til at udfordre hende og deres fælles løsning. Det kommer blandt andet til udtryk i følgende ordveksling:

K: Det [økologiske grønt] er bedre, fordi det har flere vitaminer.

M: Har du undersøgt det? [griner] Har du på papir, at der er flere vitaminer i økologiske grøntsager, hva'? [griner]

K: [griner lidt] Og ikke så mange kemikalier ... Men det er også meget interessant, fordi for eksempel når jeg har smidt gulerødder ud, når der er økologiske, og der er ikke-økologiske, så spiser fuglene først det økologiske!

M: Bah bah bah bah... [...] Det er bare fordi, det er mere råddent, det er blødere at gå til. Det andet det holder sig bedre.

En anden pragmatisk løsning er at operere med en mere uformel liste over prioriteter i madindkøb. Et par med tre børn prioriterer for eksempel økologi relativt højt, men dog ikke højere end alle andre hensyn. Vigtigere end økologien er, at indkøbene kan overstås hurtigt og effektivt, så forældrene efter hver sit fuldtidsjob kan nå at købe ind, hente børnene og lave aftensmad til dem, inden de bliver alt for trætte og sultne. (Læs mere om sammenhængen mellem tid, penge og økologisk forbrug i kapitel 1.) Det betyder, at der typisk ikke er tid til at lede efter et økologisk alternativ:

M: Men i dag kan du også godt se, der har jeg handlet fuldstændigt ikke-økologisk. Også gulerødder, det er jo helt åndssvagt! Så det er jo altså fordi, at det er sådan ... nu skulle det bare lige gå lidt hurtigt, ikke? Med lige at løbe lidt rundt.

K: Ja. Hvis det er sådan, at de økologiske gulerødder ligger lige ved siden af de almindelige, jamen så tager jeg de økologiske, men skal man lede ... Står man med de der [konventionelle] gulerødder, og man skal ... så bliver det bare dem!

Heller ikke i denne familie er håndteringen af madindkøb og økologi uforanderlig over tid. Efter familiens ældste søn kom til verden, blev økologi en meget høj prioritet for forældrene, og først efter at de har fået deres tredje barn, er økologien for alvor gledet i baggrunden til fordel for kravet om tidsmæssig effektivitet:

K: Det var hundrede procent [økologisk] med den første. Og med nummer to egentlig også.

M: Men så døde det! [...] Og med ham her den sidste, der er det meget tilfældigt.

En pragmatisk løsning indebærer i dette tilfælde, at madindkøb tilpasses de praktiske omstændigheder i familien, og faste principper omkring madindkøb glider i baggrunden, for eksempel et princip om at købe økologisk. Køb af økologi kan stadig være sårbart over for principielle spørgsmål om eksempelvis økologiske produkters troværdighed i forhold til de økologiske principper, men det ændrer ikke ved, at for mange forbrugere er madindkøb først og fremmest bestemt af pragmatiske hverdagshensyn frem for økologiske principper.

Rutinerne og de 'nemme' løsninger

Den anden af de to undersøgelser, som omtales i dette kapitel, fokuserer på betydningen af rutiner og 'nemme' løsninger i lyset af madindkøbenes kompleksitet og det moderne hverdagslivs krav [1]. Resultaterne bygger på personlige interview med i alt 22 danske forbrugere fra 16 forskellige husholdninger (se nærmere i boksen *Madindkøbere i undersøgelsen om kompleksitet*).

For den moderne forbruger kan rutiner fungere som en aflastning fra nogle af de mange krav og hensyn, man forventes at tage i hverdagens madindkøb [23]. Rutiner letter indkøbene, fordi forbrugeren ikke hele tiden behøver at tage stilling til de mange og ofte modstridende hensyn i madindkøb og overveje, om de skal vælge det ene produkt eller indkøbssted frem for det andet. Det sparer forbrugeren for fysisk og psykisk energi, som han eller hun kan have behov for at lægge andre steder end i indkøbssituationen. På den måde bliver det ikke kun lettere at håndtere de mange hensyn og kriterier i selve indkøbene. Det bliver også lidt lettere at få det travle hverdagsliv til at hænge sammen.

At rutiner spiller en stor rolle i hverdagens madindkøb, kommer klart til udtryk i undersøgelsen. Blandt andet giver en indkøbsansvarlig i en af husholdningerne udtryk for, at "automatpiloten" tit bliver slået til, når der skal købes ind:

"Jeg køber økologisk mælk, fordi det tror jeg bare, jeg har fået med hjemmefra – der købte vi også økologisk mælk. Jeg kan godt lide, at dyrene har haft det sådan nogenlunde godt – men ud over det tænker jeg ikke så meget over økologi, og hvorfor jeg køber det."

Faktisk peger undersøgelsen på, at rutiner i nogle tilfælde kan være så gennemgribende et handlingsmønster hos forbrugere, at det fuldstændig kan fortrænge en bevidst stillingtagen. Selv ikke når en forbruger står over for at købe en type af fødevarerprodukt for første gang, tænker han eller hun nødvendigvis særlig meget over valget mellem det ene eller det andet produkt, men handler stadig rutinemæssigt ud fra erfaringer med lignende typer af produkter. Det ses blandt andet af, at forbrugere i undersøgelsen giver udtryk for, at der skal noget ekstraordinært til, for at de stopper op på deres vej gennem supermarkedet og begynder at reflektere over deres køb af fødevarer. En meget synlig promovning af produkter eller en pris, som afviger markant fra den typiske pris, kan være faktorer, som får forbrugerne til at stoppe op og reflektere mere bevidst over, hvilket produkt de skal købe.

Rutiner og bevidste overvejelser spiller altså sammen i hverdagens madindkøb på forskellige måder. Hvad der i starten er bevidste valg, kan udvikle sig til rutiner, ligesom rutiner kan blive afbrudt af nye bevidste overvejelser [23]. Et eksempel kunne være, hvis medierne rejser en debat om produktionsforholdene ved en bestemt type af fødevarer, og forbrugeren begynder at sætte spørgsmålstejn ved sit vanemæssige køb af sådanne fødevarer. Blandt andet nævner en deltager i undersøgelsen, at en bestemt udsendelse i fjernsynet fik ham til at ændre indkøbsadfærd:

"Som barn så jeg i fjernsynet, hvordan man opdrættede kyllinger, og så stoppede jeg simpelthen med at spise kyllinger. Jeg tænker stadig på det i dag, og det er sjældent, jeg spiser kylling, og altid med dårlig samvittighed."

Indkøbsrutiner er rare at have som forbruger, fordi de gør hverdagens madindkøb lettere. Samtidig viser eksemplet ovenfor dog også, at indkøbsrutiner ikke er urokkelige over for eksempelvis debat i medierne om økologi og fødevarerproduktion. Typisk ønsker vi som forbrugere at handle på en måde, som vi kan forsvare over for os selv og omverdenen.

Det travle hverdagsliv med udearbejde kan altså til en vis grad aflastes gennem rutiner, der reducerer indkøbenes kompleksitet. Som vi så i forhold til forbrugernes pragmatiske håndteringsstrategier, kan det have en meget høj prioritet at få indkøbene overstået hurtigt og effektivt, for eksempel i børnefamilier. Det taler ikke altid til fordel for økologien. Til gengæld taler det for en række af de moderne og 'nemme' løsninger.

En af de mere pragmatisk orienterede forbrugere i undersøgelsen forklarer for eksempel, at hun foretrækker at foretage de daglige indkøb i en enkelt dagligvareforretning – 'one-stop shopping' – og at hun ikke går i en ekstra forretning for at få økologiske varer:

"Det er sjældent, at jeg afviger fra min normale rute for at købe nogle specielle varer; det skal være på vejen. Jeg kører ikke til Irma bare for at få økologiske fødevarer."

I forhold til forbruget af økologiske fødevarer tyder præferencen for at købe det hele ind i den samme forretning altså på, at der skal være et udbud af økologiske fødevarer i en dagligvareforretning "på vejen", for at den pragmatiske forbruger køber økologisk. Hvis der ikke er økologiske fødevarer i forretningen, så er konsekvensen ofte, at forbrugeren køber konventionelle varer i stedet (læs mere om sammenhængen mellem indkøbssted og økologisk forbrug i kapitel 2).

Økologiske fødevarer skal også være klart synlige i butikken, for at den travle forbruger køber de økologiske frem for de konventionelle fødevarer. Det røde Ø-mærke er vigtigt i forhold til at skabe en synlighed omkring de økologiske fødevarer, men endnu mere vigtigt er det, at butikken placerer de økologiske fødevarer på måder, som gør det oplagt for forbrugeren at vælge dem. En af deltagerne i undersøgelsen bemærker således, at økologiske fødevarer efterhånden bliver placeret mere synligt i supermarkederne, og det får hende til at købe de økologiske varer:

"De økologiske produkter er nu i øjenhøjde. Du behøver ikke at gå og lede efter dem; de er der bare."

Betydningen af de økologiske varers synlighed og placering så vi også afspejlet i eksemplet med småbørnsforældrene, der kun køber økologisk, hvis de ikke skal bruge ekstra tid på at lede efter de økologiske varer.

Listen over mulige 'nemme' løsninger rummer også for eksempel færdigretter og andre former for 'convenience food', diverse abonnementsordninger såsom Aarstiderne osv. Sådanne 'nemme' løsninger appellerer til travle forbrugere i deres søgen efter måder at reducere madindkøbenes og hverdagens kompleksitet på.

Økologien skal gøres 'nemmere', ikke mere kompleks

Udgangspunktet for dette kapitel har været at se på det økologiske forbrug fra et hverdagslivsperspektiv. Det indebærer et blik for de mange forskellige hensyn, som er på spil i hverdagens madindkøb, og for det travle hverdagsliv, som madindkøbene indgår i. De to kvalitative undersøgelser, som kapitlet bygger på, fokuserer på den baggrund på, hvordan forbrugerne håndterer madindkøb og økologi i praksis.

Forbrugernes behov for at reducere madindkøbenes og hverdagslivets kompleksitet tilfredsstilles ikke nødvendigvis ved at informere mere om økologi og fødevarerproduktion. Mere information kan måske øge opmærksomheden omkring økologi og være med til at eliminere visse usikkerheder eller misforståelser omkring, hvad økologien står for. Men mere information eliminerer ikke mere grundlæggende usikkerheder og tvister omkring økologiens fordele og ulemper og kan måske i nogle sammenhænge gøre forbrugerne forvirrede. For eksempel er der, selv blandt eksperter, ikke enighed om, hvorvidt og under hvilke betingelser økologi er bedre for miljøet og klimaet, for sundheden osv. [24,25]. Det er komplekse spørgsmål, som endnu ikke er undersøgt til bunds, og som uanset mængden af ekspertviden næppe lader sig afgøre i form af et enkelt 'for' eller 'imod' økologi. Den problematik bekræftes af en skotsk undersøgelse, som har vist, at forbrugere, der modtog detaljeret information om økologisk og konventionel mælkeproduktion, ikke markant ændrede deres erklærede hensigter om at købe økologisk eller ej. Snarere fik informationen dem til at forholde sig positivt til nogle aspekter af økologisk produktion og kritisk til andre [26].

Mere information kan dermed øge indkøbenes kompleksitet uden nødvendigvis at fremme det økologiske forbrug. Firkantet sagt vil information, der bidrager til kompleksiteten i madindkøb, paradoksalt nok også bidrage til behovet for pragmatisme, rutiner og 'nemme' løsninger.

Frem for et snævert fokus på at stille viden og information til rådighed for forbrugerne peger analyserne i dette kapitel på vigtigheden af at gøre det let at inkorporere økologien i hverdagens rutiner og strategier for madindkøb. Det indebærer at gøre økologien overkommelig for forbrugeren i forhold til økonomiske såvel som tids- og energimæssige ressourcer, for eksempel ved at øge tilgængeligheden og synligheden af de økologiske produkter i de forretninger, hvor forbrugerne gør hovedparten af deres indkøb. Sagt på en anden måde, indebærer det en opmærksomhed på at gøre økologien lettere at forene med hele det spektrum af kriterier for gode madindkøb, som er i spil. Det er ikke tilstrækkeligt kun at informere om økologi og fødevarereproduktion. Hele den komplekse indkøbssituation, som forbrugeren står i, skal medtænkes, hvis man ønsker at øge det økologiske fødevarerforbrug.

Økologiske fødevarer

— hvor bevæger forbrugerne sig hen?



CENTER FOR BIOETIK
OG RISIKOVURDERING

Økologiske fødevarer

— hvor bevæger forbrugerne sig hen?

REDIGERET AF GEIR TVEIT OG PETER SANDØE

CENTER FOR BIOETIK
OG RISIKOVURDERING

Økologiske fødevarer
– hvor bevæger forbrugerne sig hen?

© Forfatterne og
Center for Bioetik og Risikovurdering 2011

Udgivet i samarbejde med
Fødevareøkonomisk Institut,
Københavns Universitet

Redigeret af
Geir Tveit og Peter Sandøe

ISBN 978-87-988065-8-5

Grafisk tilrettelægning:
Oktan, Peter Waldorph

Forsidebillede: Mikael Damkier / ScanStockPhoto
Fotos: Mikael Damkier / ScanStockPhoto (s.6),
ronfromyork / ScanStockPhoto (s.12),
Morten Telling / Økologisk Landsforening (s.28, s.48, s.92),
fritz langmann / ScanStockPhoto (s.62),
Knud Nielsen / ScanStockPhoto (s.78)

Tryk: Rosendahls-Schultz Grafisk

Center for Bioetik og Risikovurdering
Rolighedsvej 25
1958 Frederiksberg C
www.bioethics.dk