



Unge madvaner under forandring

Rapport

Udgivet: Februar 2021

Forfattere: Mikael Bellers Madsen og Clara Laurine Berg-Jensen

Støttet af: VELUX FONDEN



CONCITO

DANMARKS GRØNNE TÆNKETANK

Sammenfatning

Uddrag fra en kvantitativ surveyundersøgelse af danskernes madvaner gennemført af Københavns Universitet og Danmarks grønne tænketank CONCITO i 2020

I disse år tales og skrives der meget om de unges engagement i klimakampen. Det fremhæves, at de unge skubber til normer og værdier og er i færd med at ændre vaner hen imod en mere bæredygtig levevis. Det gælder ikke mindst på madområdet.

En stor kvantitativ undersøgelse af danskernes madvaner, gennemført af Københavns Universitet og CONCITO, viser imidlertid et mere nuanceret billede. Selv om der er en udvikling i retning af større bæredygtighed i danskernes og de unges valg af fødevarer, og at de unge gør sig mange overvejelser i den retning, så adskiller unges madvaner sig endnu ikke markant fra andre aldersgrupper. Det betyder, at også unges madvaner ændrer sig for langsomt i forhold til det tempo omstillingen kræver.

Trods de unges relativt store fokus på klimaforandringerne, tyder resultaterne af undersøgelsen på, at danskernes madvaner ikke vil ændre sig af sig selv uden også udefrakommende initiativer. Det understreger behovet for yderligere handling både fra politisk hold, fra producenter, detailhandel og foodservicebranchen.

Indhold

Sammenfatning	2
1. Indledning og baggrund	4
2. Overordnede surveyresultater	5
3. Barrierer og drivkræfter for omlægning af madvaner - vaner, samtalen og den gode smag	10
Danskernes madvaner	11
Samtalens forandringspotentiale	12
Den gode smag, vaner og tilgængelighed	17
4. anbefalinger til politikere, fødevarerproducenter, detailhandlen og servicebranchen	20
5. Litteratur	22

Rapporten er revideret d. 08.03.2021 med korrektionen af figur 4 på side 9, som er erstattet med et mere retvisende cirkeldiagram, da der blev identificeret en fejl i figuren. En lille andel af teksten er derfor også blevet rettet på side 9.

1. Indledning og baggrund

Fødevarerforbruget i Danmark er generelt set forbundet med en stor klimabelastning. Udledningen af drivhusgasser fra gennemsnitsdanske personers fødevarerindtag er større end den samlede belastning fra personens el-, varme- og brændstofforbrug tilsammen. Kødet, herunder specielt det røde kød som okse, kalv og lam, har en meget høj udledning. Gris, fjerkræ og fisk har en lavere udledning, mens de fleste vegetabiliske fødevarer har det laveste aftryk fra drivhusgasser (CONCITO, 2019). En væsentlig måde at omlægge til en mere klimavenlig kost er derfor at spise mindre af det røde kød og generelt meget mindre kød samt markant mere vegetabilisk. FN slår i en særberet om landbrugets og fødevarers betydning for klimaforandringerne fast, at det er afgørende for fødevarerens bæredygtighed at få omlagt madvanerne til en mere planterig kost, særligt i rige lande som Danmark, der i dag har et meget højt forbrug af animalske fødevarer (IPCC 2019).

Primo 2020 igangsatte Sociologisk Institut ved Københavns Universitet og CONCITO med støtte fra VELUX FONDEN det treårige projekt "*Sociale drivkræfter og barrierer for klimavenlig kost*". Projektets overordnede formål er at skabe forsknings- og praksisbaseret viden om drivkræfter og barrierer for omlægning til og fastholdelse af mere klimavenlige kostmønstre. Denne viden kan være med til at fremme den grønne omstilling af det danske samfund. Målgruppen for projektet er specielt de unge i alderen 18-30 år. De unge vurderes som interessante, da de som oftest er eksponenter for nye trends, der vil forme det fremtidige fødevarerforbrug.

Som en del af projektet blev der i sommeren 2020 gennemført en kvantitativ surveyundersøgelse af danskernes madvaner, herunder om oplevede drivkræfter og barrierer for at spise grønnere. Undersøgelsen er lavet med afsæt i et repræsentativt udvalg af den danske befolkning på 3.000 respondenter baseret på køn, alder, region og uddannelsesniveau. Det er denne survey, der er grundlaget for nærværende rapport.

Undersøgelsen er gennemført som telefoninterviews af Norstat i perioden 1.6.2020 til 1.8.2020. Surveysspørgsmål er udarbejdet af Bente Halkier og Thomas Bøker Lund, Københavns Universitet, i samarbejde med projektleder Mikael Bellers Madsen, CONCITO.

Formålet med delprojektet, hvori surveyundersøgelsen indgår, var dobbelt. For det første genereres der viden om danskernes kostvaner her og nu, herunder udbredelsen af planterig kost og de oplevede drivkræfter og barrierer for kostomlægning samt holdningerne hertil. Dette vil udgøre ny viden og udfylde et hul i den sparsomme kvantitative viden om klimavenlig kost i Danmark. For det andet giver denne viden et overblik over, hvordan unge adskiller sig fra de øvrige aldersgrupper med hensyn til klimavenlig kost anno 2020.

Surveyet vil munde ud i en række udførlige videnskabelige artikler, som forskerne ved Københavns Universitet udarbejder. Denne rapport er en første overordnet analyse foretaget af CONCITO.

2. Overordnede surveyresultater

Indledning

Indledningsvist skal vi slå fast, at denne rapport ikke er en fuldstændig gennemgang af surveyundersøgelsen, men en række nedslagspunkter i dens resultater, som vi finder centrale.

Vi har valgt i denne rapport at fokusere på spørgsmålene:

- Hvad spiste du i går til aftensmad?
- Hvor ofte spiser du okse, kalv og lam?
- Hvilken af de fire følgende svarmuligheder beskriver bedst dine spisevaner i forhold til kød? ("jeg spiser kød", "jeg spiser lidt kød", "jeg spiser vegetarisk mad" og "jeg spiser vegansk mad")
- Er du inden for det sidste år begyndt at spise mindre kød end tidligere?

Disse spørgsmål har vi medtaget, fordi de tydeligt illustrerer forskelle, men ofte også de store ligheder, der er mellem de unges madvaner og danskernes generelt, som de kommer til udtryk i undersøgelsen.

Herudover diskuteres nogle af de bevæggrunde respondenterne selv angiver for at spise, som de gør, herunder vigtige barrierer og drivkræfter, der enten hæmmer eller fremmer danskernes omlægning til mere bæredygtige madvaner. Her ser vi særligt på: Vanen, samtalen og smagen.

I analysen af spørgsmål fra surveyen inddrages også andre kilder, der kan belyse og perspektivere respondenternes svar.

Endelig afslutter vi rapporten med anbefalinger til konkrete tiltag, der kan understøtte en bevægelse hen imod en mere klimavenlig kost.

Rapportens konklusioner, anbefalinger og muligheder for at sætte dem i spil vil blive videre udforsket som en senere del af det overordnede projekt, der løber frem til udgangen af 2022.

Resultater

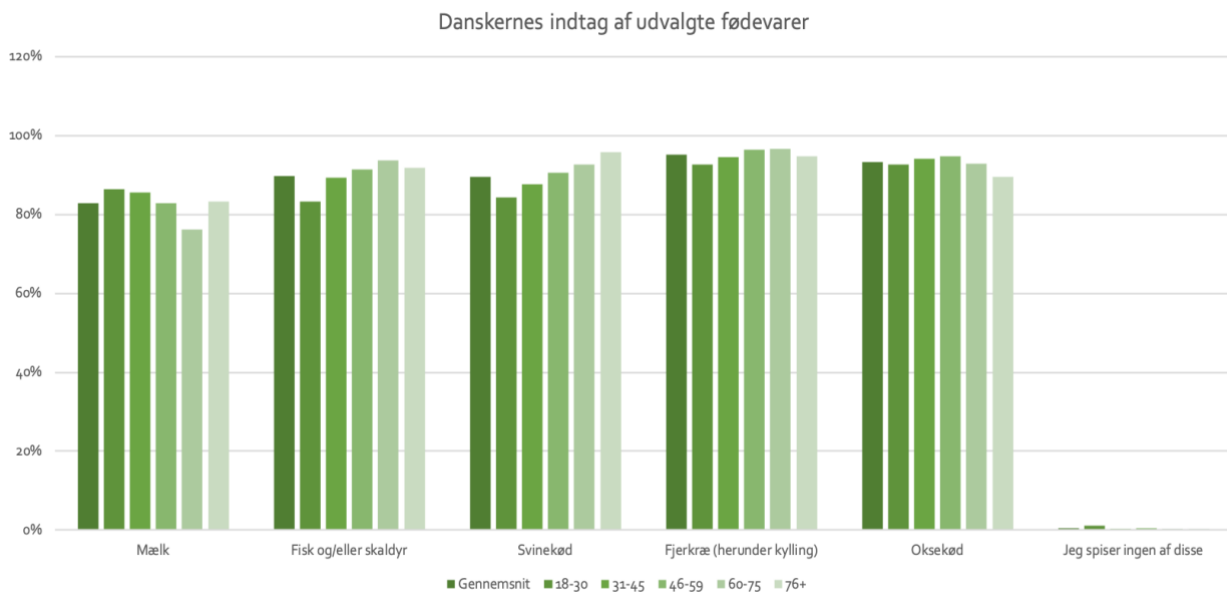
I CONCITOs egen store holdningsundersøgelse *Klimabarometer* fra 2020 (CONCITO 2020) spørges der til, hvor alvorligt et problem respondenterne anser de globale klimaforandringer for at være. Her mener 38 pct. af alle respondenter, at klimaforandringerne er et meget alvorligt problem. Blandt de unge 18-29-årige svarer 48 pct., at klimaforandringerne er et meget alvorligt problem.

De unge er også mest bekymrede. Knap 70 pct. af de unge svarer, at de i høj eller nogen grad er bekymrede over klimaforandringerne mod 50 pct. blandt eksempelvis de 40-49-årige. 74 pct. af de unge mellem 18 og 29 år understreger, at partiernes indsats for at imødegå klimaforandringerne får betydning for, hvor de sætter deres kryds ved næste folketingsvalg mod 58 pct. på tværs af aldersgrupperne. Tendenser man også så afspejlet ved det såkaldte klimavalg i 2019, hvor især de unges rolle blev fremhævet.

Nærværende surveyundersøgelse udforsker ikke de unges generelle klimaengagement. Men det kan konstateres, at bekymringen for klimaforandringerne tilsyneladende endnu ikke har sat markante aftryk på de unges personlige madvaner uagtet, at lige præcis fødevarerne er noget af det, der fylder mest i danskernes personlige CO₂-aftryk.

I undersøgelsen spørges respondenterne om, hvad de fik at spise i går til aftensmad. Her svarer 32 pct. af de unge (18-30), at de fik okse, kalv eller lam mod 30 pct på tværs af aldersgrupperne. 44 pct. af respondenterne svarer, at de dagen i forvejen indtog mælkeprodukter, mens det gjaldt for 49 pct. af de unge. Blandt vores fødevarer er mælkeprodukter blandt de mest CO₂-udledende.

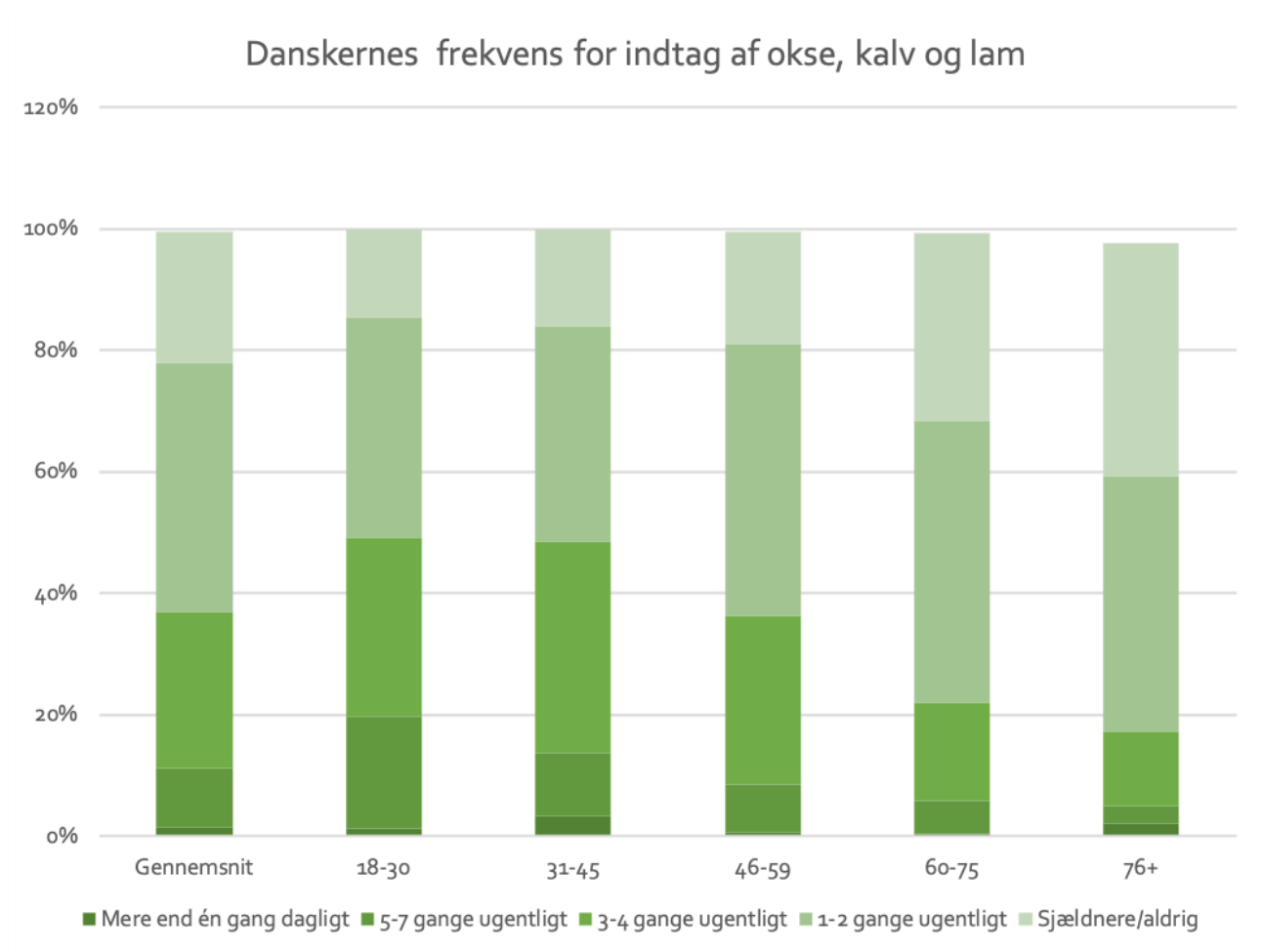
Der er lidt mere forskel mellem unge og andre aldersgrupper med hensyn til, hvilke fødevarer der generelt spises, hvilket er vist i figur 1 nedenfor. Her svarer 93 pct. af de unge 'ja' til, at de spiser oksekød, hvilket er samme procentandel på tværs af alle aldersgrupper. 86 pct. blandt de unge svarer bekræftende på, at de drikker mælk mod 83 pct. på tværs af aldersgrupperne. Færre unge spiser fisk ift. gennemsnittet, mens de unge også ligger noget lavere, hvad svinekød angår. Til det sidste svarer 90 pct. blandt alle respondenter, at de spiser svinekød mod 84 pct. af de unge mellem 18 og 30. Cirka 1 pct., både på tværs af aldersgrupperne og blandt de unge, svarer, at de hverken spiser æg, smør, ost, mælk, fisk, fjerkræ, svine-, lamme- eller oksekød, hvilket svarer til en vegansk diæt.



Figur 1: Spørgsmålet der ligger til grund for grafen er: *Nu læser jeg nogle fødevarer op. Angiv for hvert af dem, om du spiser den pågældende fødevarer.* Antal respondenter: 3000

Ovenstående siger ikke noget om, hvilke mængder kød danskerne spiser, og respondenterne i undersøgelsen er ikke blevet spurgt til det specifikke mængdeindtag. Til gengæld spørges der om, *hvor ofte deltagerne spiser forskellige typer kød og grøntsager.*

På spørgsmålet om hvor ofte man spiser okse, kalv eller lam svarer 10 pct. på tværs af aldersgrupperne, at det gør de så ofte som 5-7 gange ugentligt. Som det fremgår af figur 2 herunder, ligger de unge markant højere, nemlig på 19 pct. for samme frekvens. For alle andre aldersgrupper svarer mellem 3 og 10 pct., at de spiser kød 5-7 gange ugentligt. 22 pct. svarer, at de sjældent eller aldrig spiser okse-, kalve- eller lammekød, hvor blot 14 pct. af de unge svarer det samme.

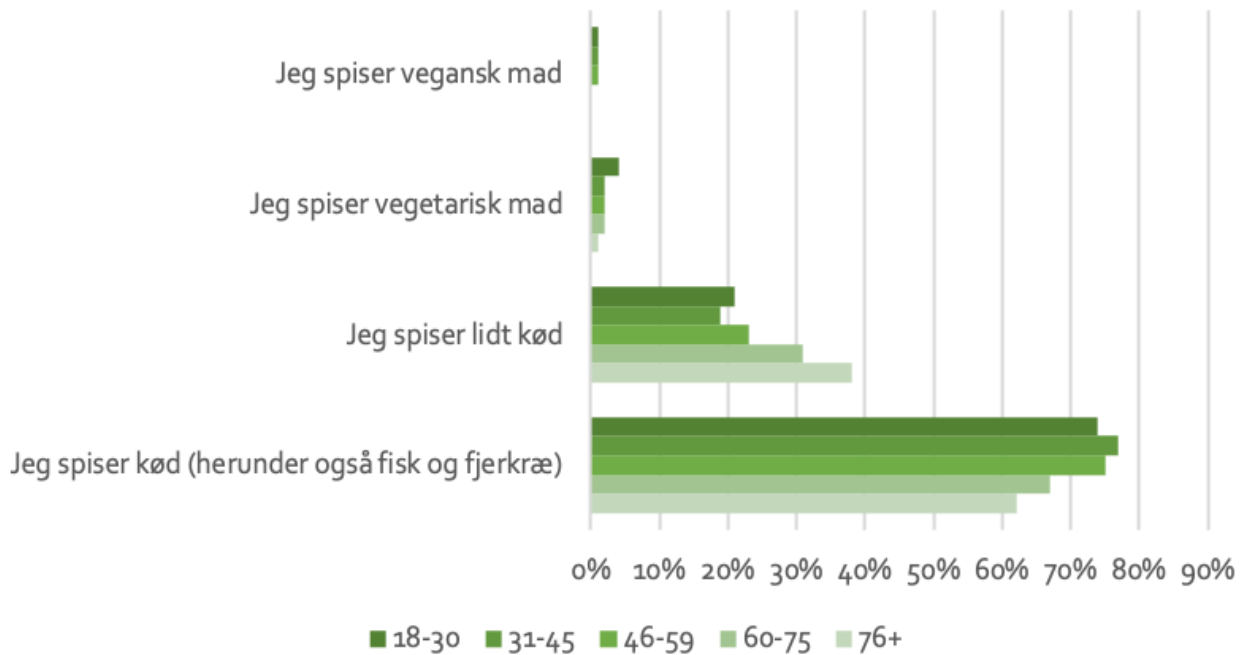


Figur 2: Spørgsmålet for denne graf er: *Hvor ofte spiser du okse, kalv, eller lam?* Antal respondenter: 3000

Hvad angår frekvensen af indtag af grøntsager ligger de unge på niveau med tværtallet for alle aldersgrupperne.

Som det er illustreret i figur 3 herunder, spørges der i undersøgelsen til, hvilket udsagn der bedst beskriver deltagerens spisevaner i forhold til kød. Disse udsagn er: 1) Jeg spiser kød, 2) Jeg spiser lidt kød, 3) Jeg spiser vegetarisk mad og 4) Jeg spiser vegansk mad.

Danskernes spisevaner i forhold til kød i procent

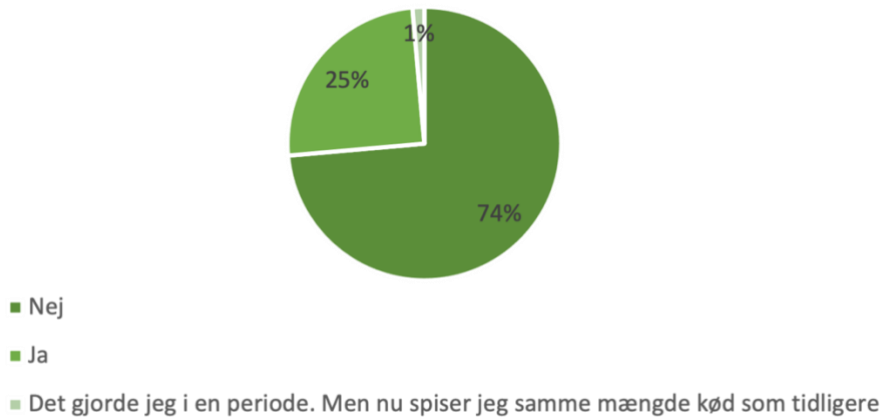


Figur 3: Spørgsmålet der ligger til grund for grafen er: *Hvilken af de fire følgende svarmuligheder beskriver bedst dine spisevaner i forhold til kød?* Antal respondenter: 3000

74 pct. af de unge svarer "jeg spiser kød", hvilket er lidt over tallet på tværs af aldersgrupperne, der er på 72 pct. 25 pct. på tværs af aldersgrupperne melder, at de "spiser lidt kød", mod 21 pct. af de unge. Det vil sige, at der er færre unge, der angiver, at de ikke spiser så meget kød i forhold til andre aldersgrupper. 4 pct. af de unge betegner til gengæld sig selv som vegetarer, hvilket er dobbelt så højt som gennemsnittet på 2 pct. Cirka 1 pct. af befolkning såvel som blandt de unge angiver, at de spiser vegansk mad.

Resultaterne fra surveyundersøgelsen viser dog også, at næsten halvdelen af respondenterne har taget stilling til deres kødforbrug samt forsøgt at skære ned. Det ser man ved at lægge andelen af respondenterne som spiser lidt kød og respondenter, der spiser vegetarisk og vegansk sammen med den andel, som har skåret ned på kødet inden for det sidste år (se figur 4). Her ender man på 46 pct. af respondenterne. Det er altså næsten halvdelen af respondenterne, som af den ene eller anden grund spiser eller er begyndt at spise mindre kød eller helt har stoppet deres kødforbrug.

Er du inden for det sidste år begyndt at spise mindre kød end tidligere?



Figur 4: Spørgsmålet der ligger til grund for grafen er: *Er du inden for det sidste år begyndt at spise mindre kød end tidligere?* Spørgsmålet er kun stillet til de respondenter, som i ovenstående spørgsmål siger, at de spiser kød. Antal respondenter: 2167

Der er imidlertid en diskrepans mellem andelen af respondenter, der siger, at de ikke spiser kød eller har skåret ned på kødet, og faldet i kødsalg i detailhandlen. Lars Aarup, Analysechef i landets største detailkæde COOP tilkendegiver, at man ser et fald i kødsalget, men at der stadig kun er tale om et mindre fald på 1-2 procentpoint årligt (COOP 2020). Diskrepansen mellem respondenternes udmelding og det forholdsvis lille fald kan muligvis være et udtryk for, at nogle segmenter er begyndt at spise mere kød, mens andre er begyndt at spise mindre. Der kan også være en forskydning mellem detailhandel og servicebranchen (restauranter, grillbarer mm). Desuden kan det heller ikke udelukkes, at respondenter i surveyen giver udtryk for at have lavet større adfærdsændringer, end hvad de i virkeligheden har.

Det er også værd at bemærke, at blandt de respondenter som svarer "jeg spiser kød" svarer 74 pct. nej til, at de inden for det sidste år er begyndt at spise mindre kød. Af denne gruppe, som endnu ikke har skåret ned på deres kødforbrug, siger hele 81 pct., at de ikke overvejer at spise mindre kød i fremtiden. Andelen af de unge der melder, at de ikke har skåret ned på kødet, ligger tilsvarende på 74 pct. Dog er det her 70 pct., som heller ikke overvejer at skære ned på kødet, mens 30 pct. af de unge melder, at de har overvejet det inden for det sidste år.

3. Barrierer og drivkræfter for omlægning af madvaner - vaner, samtalen og den gode smag

Unge er særligt optagede og bekymrede for klimaets tilstand, men det store flertal spiser fortsat kød, også de særligt belastende kødtyper som okse-, kalve og lammekød. Men der er også positive ting at sige om de unges viden og praksis i forhold til klima og kostvaner og sammenhængen mellem de to. I undersøgelsen spørges der til, i hvilken grad man er enig i, at plantemad er mere klimavenligt end kød. Her erklærer 71 pct. af respondenterne sig enten meget enige eller enige. De unge ligger noget højere, nemlig på 80 pct.

Det vil sige, at bevidstheden om sammenhængen mellem det vi spiser og klimapåvirkningen er høj blandt de unge, men også i befolkningen generelt. Noget tyder også på, at flere og især flere unge er begyndt at tage de nye plantebaserede produkter til sig.

På spørgsmålet om, hvad man fik at spise til aftensmad i går svarer 4 pct. "køderstatning" (undersøgelsens betegnelse for et forarbejdet plantebaseret produkt), mens det gælder for 8 pct. i gruppen 18-30-årige. Blandt den gruppe i undersøgelsen, der svarer bekræftende på, at de nu spiser mindre kød end før, peger 71 pct. af de unge på alle de nye plantebaserede produkter i butikkerne som en vigtig drivkraft for at spise mindre kød. Her er tallet 59 pct. for respondenterne generelt.

Ifølge COOP-analyse er der fra 2012 til 2019 da også sket mere end en tredobling af danskernes forbrug af, hvad COOP betegner som *vegi-produkter*. Det er varer, som ikke indeholder kød, og som i en eller anden grad er forarbejdet, f.eks. linsebøffer, plantefars, vegetarpålæg og lignende. Stigningen er sket fra et meget lavt udgangspunkt og de udgør i dag stadig kun ca. 3 pct. af det samlede salg af forarbejdede varer (plantedrikke lidt mere), men salget stiger ifølge Lars Aarup, Analysechef i COOP, med ca. 20 pct. om året. Aarup ser især den unge generation som drivende for denne udvikling, og vurderer det stigende salg af plantealternativerne som en blivende trend, og ikke bare som et modefænomen (COOP 2020).

Denne positive tendens kan genkendes, hvis man sammenligner med undersøgelser, der over tid har spurgt til danskernes madvaner. COOP og Dansk Vegetarisk Forening har siden 2010 lavet undersøgelsen om vegetarisk levevis i Danmark (Coop Analyse & DVF 2019). I undersøgelseerne indgår kategorien "fleksitar", som defineres som en person, der mindst spiser 3-4 rent vegetariske frokostmåltider og samtidig mindst 3-4 vegetariske aftensmåltider ugentligt. Andelen af de unge i disse undersøgelser, der definerede sig som fleksitarer var i ifølge formand for Dansk Vegetarisk Forening, Rune-Christoffer Dragsdahl, "næsten ikke målbar" tilbage i 2010 (Dragsdahl 2020). Dykker man ned i senere rapporter fra samme organisationer lå flexitarandelen blandt deres ungegruppe (18-34) i 2017 på 12 pct. og i 2020 på 28 pct. Der er altså sket en markant udvikling.

Dette er sammenligneligt med tallene i denne survey, hvor andelen af de unge, der siger, at de spiser lidt kød, som angivet ovenfor, ligger på 21 pct. og veganere og vegetarer i samme aldersgruppe på ca. 5 pct. Altså i alt ca. 26 pct. af de unge som enten spiser lidt kød, vegetarisk eller vegansk (se figur 3). Her ligger gennemsnittet for alle aldersgrupper lidt højere, nemlig på 28 pct.

Udviklingen går for langsomt

Ikke desto mindre må man konstatere, at det stadig går for langsomt. Der er for få danskere, der indtil videre har omlagt deres kost set i forhold til ambitionen om en grøn omstilling af det danske samfund inden 2030.

Bente Halkier, der er professor i sociologi på Københavns Universitet, har forsket i danskernes kostmønstre i en lang årrække. Hun er samtidig leder af det projekt, som denne surveyundersøgelse er en del af (se beskrivelse ovenfor). Hun medgiver med afsæt i denne survey og andre undersøgelser, at danskerne, herunder de unge, er i gang med en omstillingsproces, men at der er brug for mere:

“Vores madvaner skal ændres radikalt for at blive mere bæredygtige, men forandringen bliver ikke skabt alene af kampagner og grønne kogeboøger. (Bente Halkier 2020).

Det er også CONCITO's vurdering, at der skal mere end kampagner og gode råd til for at danskerne for alvor omlægger deres kostvaner i en markant retning. Det understreges blandt andet af, at 81 pct. (70 pct. af de unge) af dem som endnu ikke har skåret ned på kødet, ifølge denne survey, end ikke har overvejet at spise mindre kød end tidligere i løbet af det sidste år.

Og denne nuværende situation bekræftes som sagt af, at COOP koncernens kødsalg også kun er faldet med mellem 1 og 2 pct. hvert år fra 2012 til 2019. Kødsalget steg endda steget lidt igen i 2020, men det kan være et udslag af coronapandemien, som har gjort det sværere at spise ude (COOP 2020).

Danskeres madvaner

Danskerne er et af de mest kødspisende folkefærd i verden (CONCITO 2019) og vores madvaner er indlejret i vores historie som kødproducerende landbrugsland. Vores madvaner, der for de flestes vedkommende er forbundet med et stort kødindtag (Gronow & Holm, 2019), rodfæstes tidligt i vores opvækst og tages med ind i voksenlivet, hvor populære retter bliver rutine og forbindes med familietraditioner - som “det vi gør” (Bellers Madsen 2019).

Derfor giver det god mening, at respondenterne i surveyundersøgelsen angiver vaner som en stor barriere for kostomlægning. Af ca. 50 pct. af respondenterne, som ikke har planer om, at spise mindre kød angiver 86 pct. (87 pct. af de unge), at “Jeg er vant til at spise kød”, som én af de vigtigste grunde til, hvorfor de ikke spiser mindre animalsk.

Kødspisning opfattes som det normale. Blandt de 24 pct. af respondenterne, der svarer, at de ikke spiser plantebaserede måltider, angiver 66 pct. af respondenterne og hele 70 pct. af de unge, at grunden er, at de “Ikke er vegetarer eller veganere”. Således forbinder en stor gruppe det at spise mere plantebaseret som en stor forandring – en identitet og en kategori, man ikke ser sig selv i. “Kødspiser” som kategori findes stort set ikke, da det opfattes som det normale og derfor ikke behøver at kategoriseres eller italesættes.

Derimod opfattes kategorierne vegetar og veganer ofte som noget identitetsbærende og afvigende (Bellers Madsen 2019).

Der er derfor ikke meget som tyder på, at danskernes indkøbsvaner ændrer sig drastisk mod de grønnere fødevarer i de nærmeste år, medmindre vi får et puf, som grønne organisationer efterlyser, fx i form af afgifter på klimabelastende varer eller momsdifferentiering, så vegetabiliske varer bliver billigere.

Med afsæt i sin forskning peger professor Bente Halkier i citatet ovenfor på, at kampagner ikke gør det alene. Når Klimaministeriet i kampagnen *Madglade Klimatips* fra august 2020 kommer med velmenende råd om "grøn mad" (Klima, Energi- og Forsyningsministeriet 2020), synes det at bygge på en underliggende antagelse om, at forbrugeren selv kommer til at vælge den mere bæredygtige mad, hvis blot man oplyser om alternativerne til kød eller opfordrer til at spise lidt grønnere.

Men de fleste ved jo godt, som denne undersøgelse også viser, at et markant større forbrug af plantebaserede fødevarer både er sundere og bedre for klimaet. Så på trods af mange års viden om både sundheds-, klima og dyreetiske forhold, og alverdens kogebøger, blogindlæg og opfordringer til at spise grønnere, er der kun rykket forholdsvis lidt ved danskernes fast indgroede vaner og kostmønstre. En kampagne som *Madglade Klimatips* eller de helt nye kostråd, som inddrager klimahensyn, kan rykke noget, men forskningen om kampagner viser, at det langt fra er nok i forhold til at ændre folks vaner (Almlund et al, 2020). Hvis kampagner og velmente råd derfor får lov at stå alene, kan det forekomme som en strategi fra politisk hold for at skærme sig fra at tage sværere valg, der både handler om for alvor at anfægte normer om vores madtraditioner og tage fat på eksempelvis en anden og højere prissætning på de mest klimabelastende fødevarer.

Spørgsmålet om prissætning skal vi vende tilbage til under anbefalinger, men måden vi taler om maden på siger surveyundersøgelse også noget om.

Samtalens forandringspotentiale

"En af de ting, der motiverer os til at ændre vaner, er, når vi kan se, at mange andre gør det, og noget tyder på, at det også gælder vores madvaner" (Bente Halkier 2020).

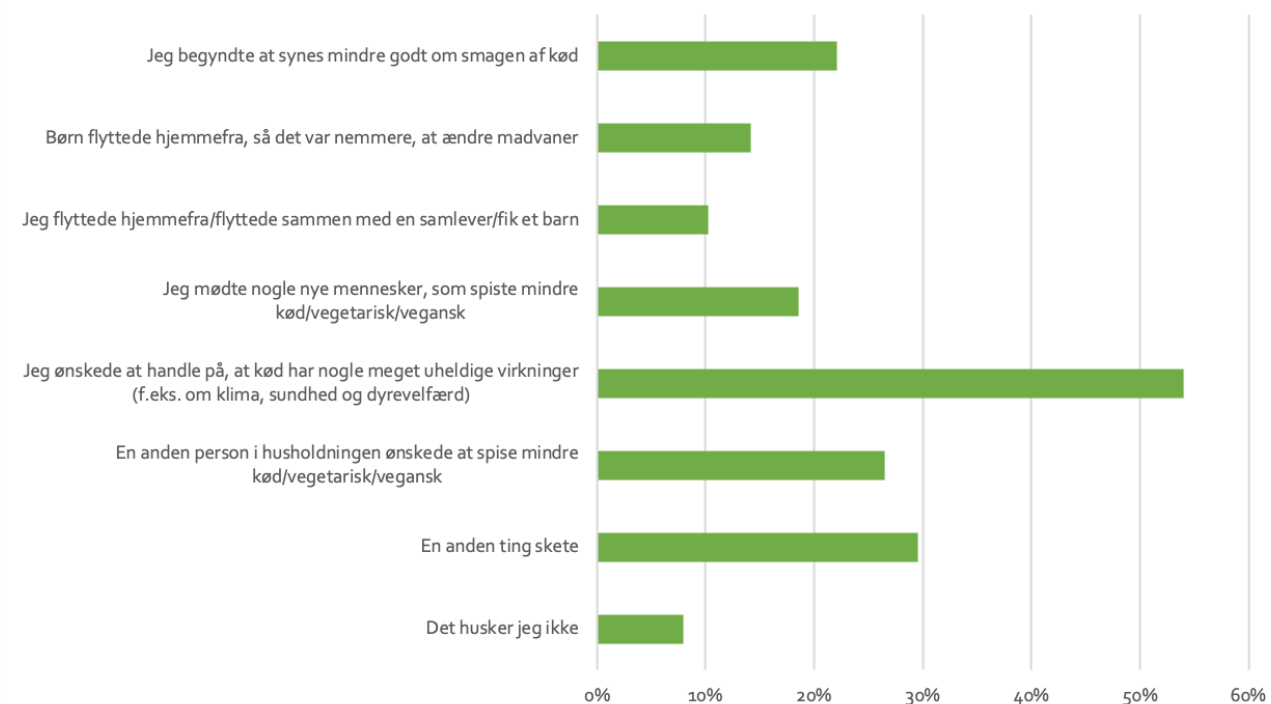
CONCITO skal som en central del af det overordnede samarbejdsprojekt med Københavns Universitet gennemføre et udviklingsforløb, hvor vi tester samtalen som forandringsdrivkraft i forhold til etableringen af mere bæredygtige madvaner. Samtalerne skal gennemføres blandt unge på kollegier, i idrætsklubber og i foreninger, hvor unge mødes og spiser sammen.

Derfor har det været vigtigt gennem denne survey at undersøge, hvordan respondenterne påvirkes af, hvad deres omgangskreds spiser, og i hvilken grad man samtaler om madens klimapåvirkning med familie, kollegaer og venner.

Den gennemførte survey viser, at på tværs af aldersgrupperne har 44 pct. af danskerne slet ikke drøftet det at spise mindre kød eller plantebaseret kost med nogen i deres omgangskreds indenfor det sidste halve år. Det på trods af, at 71 pct. af danskerne, ifølge surveyen, erklærer sig enige eller meget enige i, at plantebaseret mad er mere klimavenlig mad og 82 pct. af danskerne er stødt på debat eller kommentarer om kødreduktion i fjernsyn, sociale medier eller andre steder indenfor det sidste halve år.

54 pct. af dem som allerede har reduceret deres kødindtag, melder, at de har truffet valget for at handle på kødforbrugets uheldige følger for klima, sundhed og dyrevelfærd, som det ses i figur 5 herunder. Plantebaseret mads positive konsekvenser for klimaet er altså med i danskernes bevidsthed, men det kan have negative konsekvenser for norm- og kostændringer, hvis samtaler blot fører til konflikt eller udskamning, eller hvis vi slet ikke har samtalen om forandring i vores madvaner med hinanden.

Årsager til danskernes reduktion af kød



Figur 5: Spørgsmålet der ligger til grund for grafen er: *Der kan være mange årsager til at komme i gang med ændring af spisevaner. Nu læser jeg nogle årsager op.* Antal respondenter: 1374

Surveyundersøgelsen viser, at vi påvirkes meget af madvaner, herunder nye madvaner, både i vores familie og omgangskreds i øvrigt. 70 pct. af respondenterne svarer, at en af grundene til, at de ikke spiser mindre kød er, at deres venner spiser kød. Det peger på, at kød stadig ses som normalen og tyder på, at vi har svært ved at gå imod normen, eller slet ikke overvejer det, hvis vores vennekreds spiser kød. Dette er specielt en tungtvejende årsag hos de unge, hvor 77 pct. siger, at de er enige i, at venners kødforbrug gør det svært at spise mindre kød.

Omvendt fungerer det også som en positiv drivkraft for mange af respondenterne - at de bliver inspireret af andre til at spise grønnere. 52 pct. af respondenterne som har skåret ned på kødet svarer, at de kender flere, som har skåret ned på deres kødforbrug eller spiser vegetarisk/vegansk, hvilket hjælper dem til at

spise mindre kød. Det vidner altså om, at vi har behov for rollemodeller eller fællesskaber, der betragter og taler om plantebaseret mad som naturligt og lækkert.

Andres madvaner betyder noget for, hvordan vi selv spiser, og det gør måden vi taler om maden også. Det gælder i familien, blandt venner og kollegaer, men det handler også om den offentlige samtale om mad i medierne og blandt de meningsdannere, som vi lytter til.

En brancheorganisation indenfor landbruget advarede i medierne danskerne om ikke at lytte til skræmmekampagner om den danske kødproduktion, herunder at det kan være sundhedsskadeligt at basere sin mad på planteproteiner (Hækkerup, Politiken 2017).

Da Folketingets kantine Snapsetinget på et tidspunkt debatterede, hvorvidt der på visse ugedage skulle serveres vegetarmad, var der store protester, og flere folketingspolitikere lod sig symbolsk fotografere foran en lokal pølsevogn, hvor de fremover ville indtage deres frokost, hvis vegetardagene blev fastholdt.

Thorning-regeringen opgav en samtale om mindre kød på de danske tallerkener og udskrev i stedet en konkurrence om at identificere Danmarks nationalret, hvilket endte med at blive stegt flæsk med persillesovs. Senest trak Finansministeriet i efteråret 2020 et forslag om to vegetardage i de statslige kantiner tilbage efter stor modstand fra blandt andet politikere og fagbevægelsen.

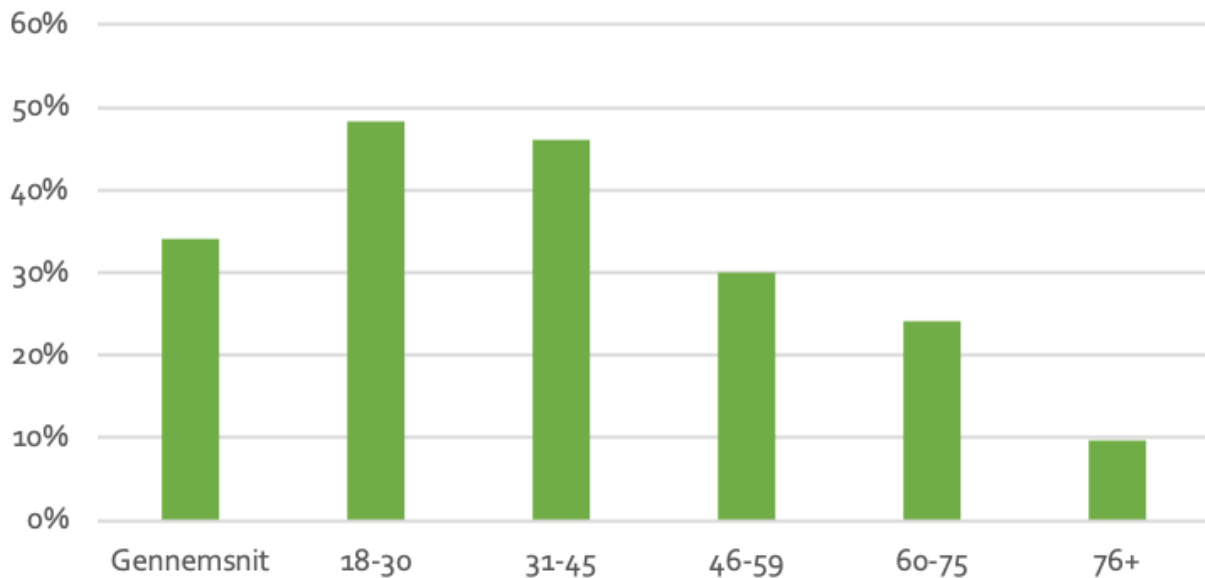
Stillet overfor en privat eller offentlig dagsorden af den art kan gøre det svært som borger og forbruger at træffe valg om markante ændringer af levevis. Andre og mindre kødforbrugende kostvaner risikerer at fremstå som afvigende, fjollede eller ligefrem sundhedsskadelige.

Retfærdigvis skal det med, at de netop lancerede nye kostråd (januar 2020) medtager klimahensynet som et centralt element. Det er et fint skridt fremad, men som anført ovenfor, siger forskningen, at kampagner kun har en begrænset virkning, hvis de ikke følges op af andre tiltag. Her kan rygeloven måske tjene som eksempel, som har virket i en kombination af kampagner, restriktioner og øget priser på cigaretter. Se anbefalinger nedenfor.

Surveyundersøgelsen viser, at de unge i højere grad end de ældre har taget hul på samtalen om bæredygtig mad og reduktion af kød. For respondenterne mellem 18-30 gælder det, at 65 pct. har drøftet plantebaseret mad med nogen fra deres omgangskreds inden for det sidste halve år. Når vi ser på de ældre aldersgrupper, falder andelen som drøfter en grønnere kost med andre stejlt. For de 46-59-årige melder 44 pct., at de ikke har drøftet det med nogen.

Ser vi på gruppen der er 75+ har kun 32% talt med nogen om kødreduktion eller plantebaseret kost i løbet af det sidste halve år. Det tyder på, at samtalen om ændringer i kost i en vis grad nu er etableret hos mange unge, men i mindre grad i den midaldrende og ældre del af befolkningen. Det er positivt, men mangler endnu at afsætte markante spor i de unges faktiske kostmønstre.

Talt med ven om plantebaseret kost eller at skære ned på kødet



Figur 6: Spørgsmålet der ligger til grund for grafen: *Nu vil jeg høre om du inden for det seneste halve år har drøftet det at spise mindre kød eller plantebaseret kost med en række personer i din omgangskreds? Har du drøftet det med en ven?* Der blev i surveyen også spurgt ind til drøftelser med andre relationer end "ven", hvilket giver de højere tal nævnt ovenfor i grafen. Antal respondenter: 3000

Men tesen er ikke desto mindre, at samtalen om klimavenlig mad kan vise sig at være en drivkraft for vores omlægning af madvaner i fremtiden. Men vi ved også, at samtalen om mad kan være svær, da vi som regel har formet vores madvaner over lang tid, og derfor knytter identitet, følelser og traditioner til vores mad. Derfor kan det føles som et angreb, fx på vores opvækst og familie, hvis andre advokerer stærkt for, at vi skal ændre adfærd (Holm 2020).

Forskning peger på, at det er vigtigt, at vi i højere grad tør tage en fordomsfri debat med hinanden, og at vi som borgere inddrages i offentlige debatter og samtaler om, hvordan vi sammen skaber omstillingen.

Hvis vi tager den offentlige samtale først, er der flere eksempler på den modstand, der kan opstå, hvis ikke vi inddrages i beslutninger, der har indflydelse på vores hverdag (Holm 2020). Et klassisk eksempel er vindmøller, hvor modstand ytrer sig som "ikke i min baghave".

På fødevarerområdet er Finansministeriets forslag nævnt ovenfor i et eksempel - to ugentlige vegetardage i statslige kantiner (efterår 2020). Forslaget var i princippet fornuftigt, og modstanden måske ude af proportioner, men fremgangsmåden viste sig at være problematisk. Forslaget blev præsenteret uden nogen forudgående dialog med andre partier, fagforeninger, kantiner og personale. Uden medejerskab fra andre vakte det modstand og blev derfor også hældt ned af brættet.

Taler man om samtalen i den nærmere omgangskreds, kan man pege på den såkaldte flertalsmisforståelse, der kan være med til at forklare, hvorfor vi sommetider sidder fast i vores madvaner. Flertalsmisforståelser handler om vores forventninger til andre, fx til, hvad andre spiser eller mener.

Begrebet beskriver det fænomen, hvor folk hver især tror de går alene med en viden eller holdning til et emne, men som mange i virkeligheden deler (Delon 2018).

Når vi eksempelvis inviterer til middag, kan vi have en fornemmelse af, at det ville være mest passende at servere kød. Man vil måske helst selv skære ned på kødet, men har en forventning om, at det ikke er gæsternes ønske. Gæsterne på deres side viser glæde og taknemlighed for valget af menuen.

Du kan imidlertid ikke se ind i hovedet på dine gæster, som måske også tænker, at det ville være godt at skære ned på kødet. De står ikke i en position, hvor de kan anfægte dit valg af mad, da det ville virke uhøfligt, så ingen nævner noget, og alle virker glade. Man kan altså godt være mange, som synes det ville være fint at spise mere grønt, men det italesættes ikke, hvorfor det kan være nemmere at køre 'business as usual'.

Man kan forestille sig et lignende scenarie udspille sig i kantinen på vores arbejdspladser. Det kan være svært at tage hul på samtalen om, at man synes, det ville være rart, hvis kødet ikke altid var i centrum for kantinens frokost. Vi ved ikke om de andre er enige, og der kan være en tendens til, at nogle siger meget hårdt fra overfor idéer om mere grøn mad, med henvisning til "grønsagsdiktatur", "økofacisme" eller "kaninføde". Blandt andet derfor kan det være svært at gå foran og frabede sig kødet, foreslå grønnere mad, osv. Man risikerer at skulle stå på mål for hånlige kommentarer og drillerier, og en afvigelse kan føre til stigmatisering (Bellers Madsen 2019).

Man kan dog stadigvæk godt være et stille flertal som mener, at det ville være fint at skære ned på kødet. Finder man frem til disse andre, som også har en bekymring for kødets klimabelastning, sundhedspåvirkning eller dyreetik, kan man finde ro fra udgrænsende og latterliggørende kommentarer. Fællesskaberne omkring klimabekymring og ændring af kostvaner kan være vigtige for, at vi ikke lader os snyde af flertalsmisforståelser eller føler os forkerte eller afvigende i vores tanker og handlinger (Kjeldahl & Hendricks 2018).

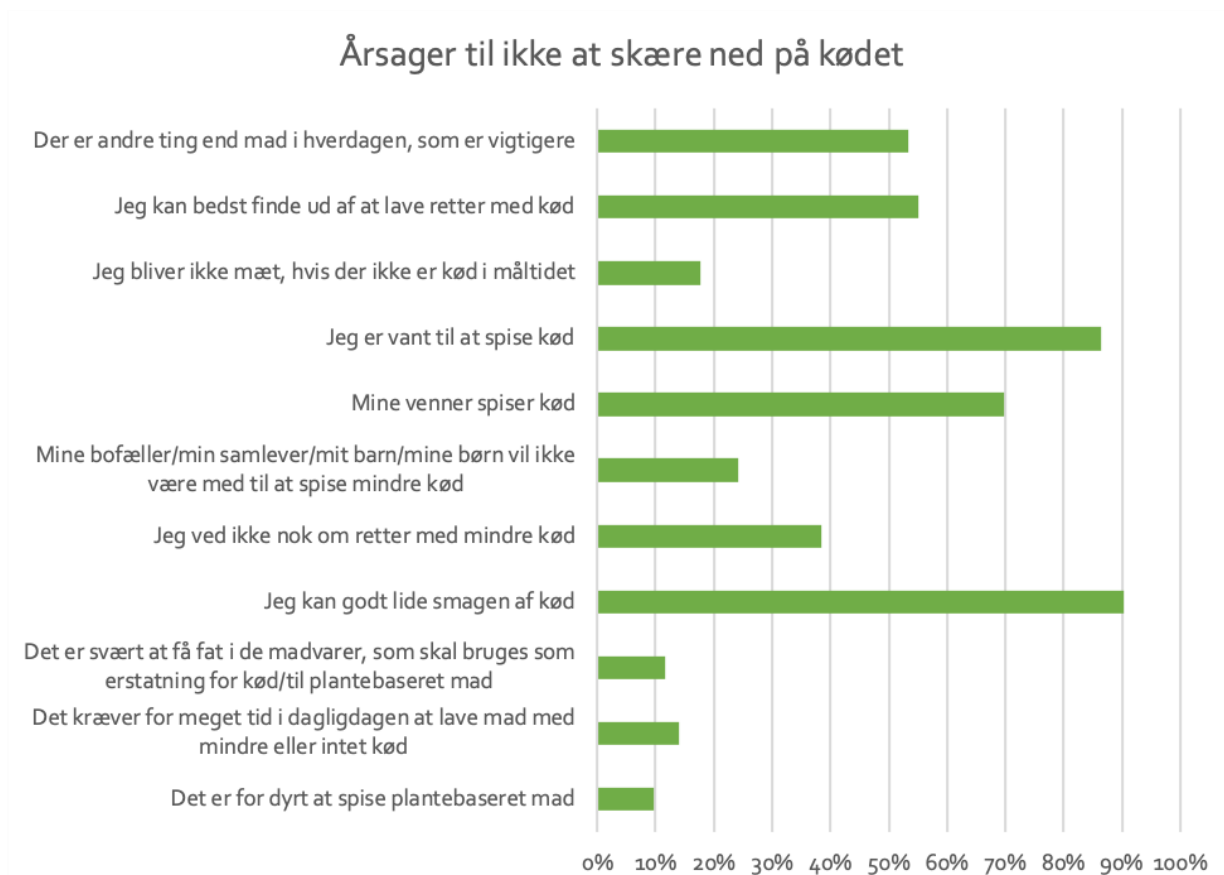
Vores forestillinger om det normale, og om hvad andre tænker, har indflydelse på vores vaner og på, hvorfor vi ofte reproducerer kostmønstre. Og det kan være med til at forklare, det nogle forskere kalder *the meat paradox* eller *kødparadokset*. 71 pct. af respondenterne i spørgeskemaundersøgelsen er som sagt enige i, at plantebaseret mad er mere klimavenligt. Alligevel fortsætter et markant flertal med at spise kød. Der ses en diskrepans mellem det vi tænker er det rigtige, og det vi gør, hvilket er paradokset. Studier lavet på kødparadokset peger på, at vi som forbrugere har let ved at gå imod vores værdier, fordi de ofte overgås af vanetænkning og sociale normer (Aaltola 2014).

I den forbindelse er det ikke CONCITO's ærinde at moralisere eller komme med konkrete forslag til nøjagtigt, hvor meget kød vi skal spise eller kødtypeper, men det er centralt for CONCITO at sætte fokus på fødevarernes store påvirkninger af klimaet og dermed også danskernes høje aftryk fra dette område. Derfor er en ny samtale om maden vigtig for at skabe vaneændringer.

Og så er det vigtigt, at der findes alternativer til kød. Danske landmænd er dygtige, og hvorfor skulle vi ikke kunne blive verdens bedste til at producere smagfulde plantebaserede fødevarer?

Den gode smag, vaner og tilgængelighed

Det siger sig selv, at smagen af vores fødevarer betyder meget. Smagen hænger også sammen med vaner. Surveyundersøgelsen viser, at ca. 80 pct. af dem som endnu ikke har skåret ned på kødet, heller ikke overvejer at reducere deres kødforbrug i fremtiden. Som det ses i figur 7 her under, mener 90 pct. af disse responder, at (den gode) smag af kød for dem er en barriere for at vælge en grønnere kost.



Figur 7: Spørgsmålet der ligger til grund for grafen er: *Nu læser jeg nogle begrundelser op for at lade være med at spise mindre kød? Du bedes angive, hvilke af begrundelserne, som også har betydning for, at du har valgt ikke at spise mindre kød, eller vende tilbage.* Dette spørgsmål er stillet til den andel, som har placeret sig i kategorien "jeg spiser kød" og endnu ikke har skåret ned på kødet. Antal respondenter: 1626

Det viser, at mange af os bare virkelig godt kan lide kød. Men 83 pct. svarer også, at vanen med at vælge kød har en stor betydning for, at de endnu ikke har skåret ned på det animalske.

Det kan pege på, at deres smagspræferencer er noget de enten er vokset op med eller har praktiseret gennem længere tid, hvorfor det nu bare er det de gør.

Og vanen spiller også ind, når det kommer til tilberedningen af vores mad. 37 pct. af alle respondenter svarer, at "de bedst kan finde ud af at lave retter med kød". Dette gælder yderligere for hele 49 pct. af de unge mellem 18 og 30 år. Det peger på, at unge endnu ikke skiller sig ud, hvad ny madkundskab angår trods flere unge end ældre køber de nye plantebaserede retter.

Når 90 pct. af de respondenter som spiser kød mener, at smagen af kød er en barriere for at vælge en grønnere kost, er udbuddet af de nye plantebaserede alternativer samt smag og kvalitet selv sagt afgørende for en bredere forandring. Hertil kommer, at alternativerne skal være lette at få fat på og lette at lave, ikke mindst når så mange unge tilkendegiver, at de har svært ved at lave mad uden kød.

Endvidere synes efterligning af kødsmag at være meget vigtig for at få flere danskere til at tage de grønnere alternativer ned i kurven.

Så smag, vaner og viden om mad og madlavning betyder noget. Det er måske ikke overraskende. Men det understreger, at der i høj grad stadig forestår et stort arbejde for producenter, detailhandel, servicebranchen, skoler og politikere. Der skal udvikles nye produkter, der tilbyder smagsoplevelser, der for kødspisere er på højde med den oplevelse, de har med kød, herunder for at lave gode plantebaserede retter, der ligner det, vi kender så godt. Detailhandlen skal udbyde endnu flere og varierede produkter og skolerne skal skabe større viden om tilberedning af de klassiske grøntsager, men også af alle de nye grønne planteprodukter.

Og der sker noget. Nogle producenter arbejder på højtryk for at lave nye produkter, og produkter som ligner og smager, som det vi kender, så vi let kan efterligne burgeren, pølsen og pasta-bolognesen.

I de seneste år har vi set en stor vækst i fremkomsten af plantebaserede produkter på hylderne. Udbuddet begynder at gøre det muligt og lettere for forbrugerne at vælge de mere klimavenlige alternativer. Denne udvikling bør fortsætte. I den forbindelse kan det forekomme kontraproduktivt, når brancheorganisationer og politikere kæmper imod, at producenter af de plantebaserede "efterligninger" af de klassiske retter ikke må kalde deres produkter for eksempelvis *veggie-burgere* og *plantepølser*, som det er blevet stemt om i Europa Parlamentet (Se fx Bredsdorff 2020). Det kan hæmme den hurtige forandring, der er brug for. Politisk har man et ansvar for at skabe rammer og incitamentsstrukturer, der kan fremme en sådan udvikling.

En vaneændring kan også drives af, at noget kommer på mode (Holm 2020). Derfor står restaurationsbranchen også med et ansvar for at vise vejen for det nye vegetabiliske køkken. Det er der allerede en række serviceudbydere, der gør, fx i måltidskasser, kantineservice, enkelt-restauranter og nogle kæder. Det er glædeligt, og hvis endnu flere fødevarer virksomheder mobiliseres på den grønne dagsorden og prioriterer god og spændende plantebaseret mad, kan det være en stor drivkraft for omstillingen, da borgerne i endnu højere grad vænnes til, at planterig mad sagtens kan være smagfuldt, mættende og spændende.

Mere grøn mad i kantiner og restauranter kan inspirere os til at afprøve de mere klimavenlige alternativer i vores eget køkken og forstærke udviklingen. Ifølge sensoriker (ekspert i at sanse fødevarer) Lisbeth Ankersen kan vi sagtens opnå mæthedsfølelse og umami-smag ved hjælp af det rette kendskab til grøntsager og tilberedningsmetoderne (Ankersen). Det kalder på, at vi tør være nysgerrige i køkkenet og prøve nye opskrifter, så vi kan få de gode smage og konsistenser frem i grøntsagerne og skubbe de nye vaner frem. Ifølge CONCITO rapporten "*Større trivsel med mindre klimabelastning*" (CONCITO 2017) kræver en mere bæredygtig livsstil tid og øvelse, men det skaber også større trivsel, når man får nye (klima-)kompetencer, eksempelvis mere viden om nye fødevarer og bedre håndlag af dem i køkkenet.

Og så handler det ikke mindst om at præsentere nye fortællinger, der kan konkurrere med de historier, vi i mange år har fortalt hinanden om kød i kogebøger, i skønlitteraturen og f.eks. i udbuddet og arten af kulinariske oplevelsesrejser.

Den amerikanske tænketank World Resources Institute er verdens største klimatænketank, baseret bl.a. i Washington, London og København. WRI arbejder blandt andet med at fremme klimavenlige fødevarer netop også ved at skabe nye fortællinger om maden. Gennem initiativet *Better Buying Lab* har WRI i samarbejde med bl.a. restauranter, cafeer og take-aways over hele verden eksperimenteret med, hvordan man bedst skaber større efterspørgsel på plantebaserede fødevarer.

Det handler blandt andet om nye produkter, ny indpakning og uddannelse af kokke og tjenere. Og så handler det om sproget og nye fortællinger ikke mindst. Kort fortalt eksperimenteres med sproglige og kategoriseringsmæssige drivkræfter for mersalg af vegetariske og veganske retter. Eksempelvis skiftede kæden Panera Bread navnet på retten "Low fat vegetarian black bean soup" til "Cuban black bean soup", hvilket fik salget til at stige kraftigt.

Det svarer til resultaterne fra en lang række andre forsøg, der viser, at plantebaserede fødevarer sælger langt bedre, hvis de gives nye navne og beskrivelser, der fortæller historier om retternes smag, oprindelse og historie, der appellerer til kundernes nysgerrighed, rejseoplevelser, egen oprindelse, osv. Omvendt stagnerer salget tilsyneladende, hvis retter udelukkende får prædikatet "vegansk" eller "vegetarisk" ligesom betegnelsen "sund" skaber ringere interesse.

Det fortæller også, at det er vigtigt, at restauranter f.eks. placerer plantebaserede retter blandt andre retter på menukortet og ikke i særlige bokse, som kunder, der ikke ser sig selv som vegetarer eller veganere vil have en tendens til at springe over (WRI 2020).

Så smag og nye fortællinger betyder meget for vores valg. Derfor skal nedenstående anbefalinger handle om nødvendige politiske initiativer, men også alt det andet, som mad også handler om, og som kan sætte mere fart i udviklingen mod mere bæredygtige fødevarer og madvaner.

4. anbefalinger til politikere, fødevareproducenter, detailhandlen og servicebranchen

Denne rapport er udgivet af CONCITO og fremhæver nogle hovedlinjer fra surveyundersøgelsen gennemført i et samarbejde mellem Københavns Universitet og CONCITO i sensommeren 2020. Surveyundersøgelsen og rapporten omhandler danskernes madvaner, drivkræfter og barrierer for omlægning til mere klimavenlige kostmønstre. Hertil kommer, at rapporten peger på nogle af de bevæggrunde, der med afsæt i forskning og rapporter, kan være for, at vi har de madvaner, vi har.

Analysen ovenfor og anbefalingerne her giver altså eksempler på, hvordan surveyresultaterne kan forstås samt forslag til tiltag. Hverken analyse eller anbefalinger er dog en udtømmende forklaring af undersøgelsens resultater, måderne hvorpå de kan forstås, endsige et komplet bud på, hvordan vi lægger om til mere klimavenlige madvaner. Her henvises til igangværende ph.d. projekt, der er en del af det overordnede projekt, der refereres til i indledningen samt til de konklusioner, der vil fremgå ved afslutningen af projektet ultimo 2022.

Endvidere henvises der til anden forskning samt til andre tidligere CONCITO-rapporter, eksempelvis *Klimavenlige Madvaner*, CONCITO 2019. Flere af anbefalingerne nedenfor bygger også på fund fra denne rapport.

Anbefalinger:

1. Borgerne kan med fordel etablere egne grønne fællesskaber, hvor det i højere grad er legitimt at tale om bæredygtig mad og klimakrisen. Mobilisering af grønne fællesskaber giver også mulighed for at skabe opbakning til grøn omstilling. Disse fællesskaber kan blandt andet etableres på: arbejdspladser, skoler eller i lokalmiljøet og både omfatte fællesindkøb, fællesspisning og meget andet.
2. Kommuner, regioner og staten bør i langt højere grad indtænke forbrugssiden i den grønne omstilling og tage fat i dialogen med borgerne, herunder med borgerinitieret grønne fællesskaber, om deres private forbrug. Det indebærer, at offentlige myndigheder påtager sig en værtsrolle, der bistår borgere med evidensbaserede tiltag samt inddrager borgerne i nye initiativer på fødevareområdet, fx på plejehjem, i børneinstitutioner, i offentlige kantiner, men også når det handler om borgernes generelle madvaner. Kommuner kan oprette digitale platforme, hvor borgerne kan udveksle erfaringer og starte nye fællesskaber.
3. Vi må alle skabe de ændringer, som vi magter. Det betyder blandt andet at tilvælge den grønne kost derhjemme. Lad dig inspirere af de nye kostråd samt de tiltag, du oplever på restauranter og møder i kantiner og skab derigennem en efterspørgselsdrevet udvikling gennem de ressourcer, der allerede anvendes til fødevareindkøb og måltidsproduktion.
4. Der bør politisk indføres et klart prissignal på området, eksempelvis gennem CO₂-afgifter på de mest klimaskadelige fødevarer som anbefalet af Klimarådet og en lang række andre aktører.

Afgifter bør omfatte mejeriprodukter, det røde kød og eventuelt andre fødevarer. Afgifter skal omfatte hensyn til folkesundheden og lavindkomstgrupper, men dette sidste bør ikke give anledning til at aflyse afgiftsinstrumentet. Et alternativ eller supplement kunne være momsdifferentiering, så de sunde og klimavenlige fødevarer bliver billigere.

5. Politikere skal sørge for, at de relevante sektorpolitikker fremmer bæredygtige kostvalg og sikrer sammenhæng mellem hensyn til klima, landbrug, sundhed, miljø og ressourcer. Der skal sættes mål for klimavenlig mad, læres af resultaterne og succeserne skal stå som eksempel.
6. Offentlige og private virksomheder bør supplere indkøbspolitikken med krav om mere planterig kost. Plantebaseret køderstatning såsom den nye burger fra Impossible Foods eller de allerede udbredte varer fra Naturlig, Hälsans Kök m.fl. Grønne måltidskasser fra Aarstiderne, Simple Feast m.fl. Opstilling af mål for den klimavenlige omlægning i offentlige køkkener og understøttelse af omlægningen med målrettede puljeordninger for både køkkener og produktionssiden.
7. Fødevarerproducenter, kantiner og restauranter bør klimaoptimere eller tilbyde helt plantebaserede menuer, buffeter, måltidskasser eller andre convenience-løsninger, der inspirerer og udfordrer vanerne. Inddragelse af sundhedsvidenskabelig og kulinarisk kompetence i udviklingen af klimarigtige, sunde og velsmagende måltider og madvaner. Det vil bidrage til at åbne brugernes øjne for lækre plantebaserede alternativer til animalske fødevarer, eksempelvis ved at gøre kød som tilvalg til plantebaseret hovedret.
8. Der bør forskes i effektiv i markedsføring, nudging og reklame for de nye klimavenlige plantebaserede produkter, der minder om kød, og som kan mindske en oplevet negativ forandring for inkarnerede kødelskere. Dette kan være et vigtigt indsatsområde for fremtidig forskning og innovation i et stort fødevareland som Danmark.
9. Der bør laves tiltag, som opbygger kompetencer og viden hos den næste generation gennem undervisning af børn, særligt i folkeskolen. Undervisning, der skal give børn og unge handlemuligheder til at vælge klimavenlig mad og få klimavenlige madvaner.
10. Rejsebureauer, der udbyder kulinariske rejser bør overveje at udvide paletten med nye mål. I 2016 udnævnte borgmesteren i Torino, Chiara Appendino, byen til Italinens vegetarhovedstad. Byen, der ligger i Pimonte-regionen i Italien og er kendt for stolte kødtraditioner, har nu over 30 vegetarrestauranter, og flere kommer til. Med et stigende antal vegetarer i Danmark kunne det give anledning til at promovere vegeturisme til Torino og andre steder (dette kunne også inkludere opfordring til mere klimavenlige transportformer end fly).

5. Litteratur

Aaltola, Elisa (2014) *The Meat Paradox, Omnivore's Akrasia, and Animal Ethics*, Animals

Almlund, Pernille; Andersen, Nina Blom, Halkier, Bente & Schrøder, Kim Christian (2020) *Public communication campaigns as mundane category*, Mediekultur

Ankersen, Lisbeth (Ukendt) [https://voresmad.dk/kokkeskole/groentsager-der-praesterer](https://voresmad.dk/kokkeskole/groentsager-der-<u>praesterer</u>) Landbrug Fødevarer [09.12.2020]

Bellers Madsen, Mikael (2019) *Klimatosserne - Fortællinger om klima, forbrug og det personlige ansvar*, Haslund Publishing

Bredsdorff (2020) EU-forslag: *Veggie-burger og plantepølser skal slettes fra ordbogen*, <https://politiken.dk/klima/art7960032/Veggie-burger-og-plantep%C3%B8lser-skal-slettes-fra-ordbogen> 14. 09.2020, Politikken [04.01.2021]

CONCITO (2017) *Større trivsel med mindre klimabelastning*, Concito rapport, januar 2017, (red.) Bellers Madsen, Mikael & Nygaard, Simon Elsborg

CONCITO (2019) *Klimavenlige madvaner*, rapport, april 2019 (red.) Minter, Michael

CONCITO (2020) *Klimabarometeret 2020*, rapport, september 2020 (red.) Bellers Madsen, Mikael

COOP analyse & DVF (2019) *Statistik om vegetarisk levevis i Danmark*, <https://vegetarisk.dk/statistik-om-danmark/> [04.01.2021]

COOP (2020) V/Analysechef Aarup, Lars, telefonisk interview udført af Mikael Bellers Madsen d. 21.12.2020

Delon, Nicolas (2018) *Social norms and farm animal protection*, Palgrave Communication

Dragsdahl, Rune-Christoffer (2020) Telefonisk interview med Rune-Christoffer Dragsdahl udført af Mikael Bellers Madsen og Clara Berg-Jensen d. 16.12.2020

Gronow, Jukka & Holm, Lotte (2019) *Everyday eating in Denmark, Finland, Norway and Sweden. A comparative study of meal patterns 1997-2012*. London, Bloomsbury.

Halkier, Bente (2020) *Du bliver nødt til at ændre madvaner, men du kan ikke gøre det alene*, Nordjyske Stiftstidende [26.11. 2020]

Holm, Lotte (2000) *The role of meat in everyday food culture: an analysis of an interviewstudy in Copenhagen*

Holm, Lotte (2020) Telefonisk interview med Lotte Holm udført af Mikael Bellers og Clara Berg-Jensen d. 07.12.2020

IPCC (2019) *Climate change and land. Report from the Intergovernmental Panel on Climate Change*, <https://www.ipcc.ch/report/srcccl/>

Kjeldahl, Esther Michelsen & Hendricks, Vincent F (2018) *The sense of social influence: pluralistic ignorance in climate change*, EMBO reports

Klima, Energi- og Forsyningsministeriet (2020) *Dan Jørgensen og Mogens Jensen steger frikadeller*, <https://twitter.com/klimamin/status/1299942424165392386>,

WRI (2020) *Better Buying Lab*, <https://www.wri.org/our-work/project/better-buying-lab> [06.01.2021]



CONCITO

DANMARKS GRØNNE TÆNKETANK

CONCITO er en uafhængig tænketank, der formidler klimaviden og -løsninger til politikere, erhvervsliv og borgere.

Vores formål er at medvirke til en lavere udledning af drivhusgasser og en begrænsning af skadevirkningerne af den globale opvarmning.