



Linda Gilbert mener ud fra sin erfaring med de amerikanske forbrugere ikke, at danskerne vil være interesseret i mærkning af fødevarer, som forbrugerminister Henriette Kjær har foreslået.

Råd til minister: Drop trafiklyset

Forbrugerne er imod sundhedsmærkning af fødevarer, mener amerikansk ekspert

Mærkning

AF ESPEN BULL

Forbrugerminister Henriette Kjær (K) skal ikke bruge hverken »trafiklys« (mærkning rød-gul-grøn) eller særlig skat på fedt og sukker, hvis hun vil vende de danske forbrugeres indstilling til sunde fødevarer i en mere positiv retning.

»Det duer ikke. Det skader mere, end det gavner. For forbrugerne vil ikke påduttet love eller regler om, hvad de må og ikke må,« siger Linda Gilbert.

»Det handler derimod om en stærk personlig kommunikation til danske forbrugere,« tilføjer hun.

Hun er en kvinde, der om nogen kan fortælle forbrugermi- nisteren, hvordan forbrugere reagerer i supermarkederne, forspændt en indkøbsvogn. Siden 1990 har hun gennem det amerikanske analysefirma HealthFocus International styret den største globale undersøgelse af forbrugerhold- ninger til sundhed og fødevarer.

Lidt af et chok

Og hun fik lidt af et chok, da hun så tallene fra Danmark, der i år for første gang var med i den verdensomspændende undersøgelse af forbrugers holdninger til sunde fødevarer.

Som omtalt i FødevarerSundhed for en måned siden er hver tredje danske forbruger ligeglad med alverdens sundhedsbudskaber, når der tages fødevarer ned fra hyl- derne. Børsen udråbte dan- skerne som de mindst sundhedsbevidste i Norden. Det var en klar underdrivelse. Vi er de mindst sundheds-aktive forbrugere i hele verden, ifølge HealthFocus International.

I undersøgelsen var 35 pct. af danske forbrugere uinter- esseret i sundhedsaspektet, når de købte ind. Alle andre landes forbrugere lå langt efter på listen. Sverige lå nær- mest med 26 pct. umotivere- de forbrugere.

I den positive ende ligger Indien, Thailand og andre østasiatiske lande. Blandt de europæiske lande kommer kun italienske forbrugere ind på top-10.

Bortset fra at der kan findes kulturelle og sociale årsager til, at asiater er langt mere præget af forholdet mad og helbred, er der så noget speci- elt med danskerne, der ligger helt i bunden?

»Jeg kan ikke finde anden forklaring end livsstilen,« siger Linda Gilbert. »Danske forbrugere er meget mere drevet af smag og kvalitet end af ernæringsmæssige kompo- nenter. Og det er der ikke noget dårligt i, for kan man samtidig banke noget be- vidsthed om sundhed ind, er det godt nok,« tilføjer hun.

Ingen lovindgreb

Hun erklærer sig fundamen- tal modstander af skarpe lov- givningsindgreb. Erfaringer fra USA med rød-gul-grøn- mærkning har ikke virket.

»Forbrugerne ved jo, at det sunde valg og det mindre sunde valg indgår i en slags sameksistens i den balancerede kost. De bryder sig ikke om at få en ordre om, hvad der er en god fødevarer, og hvad der er en dårlig fødevarer. Hvad der er en god fødevarer for mig, er måske en dårlig føde- vare for dig. Det er ikke så sort/hvidt, og derfor duer det ikke med hverken rød-gul- grøn eller skat på særligt usunde produkter,« siger hun.

Linda Gilberts råd til Hen- riette Kjær er, at hun skal lægge en plan for en meget målrettet kommunikation til danske forbrugere. »Hun skal kommunikere på en person- lig måde, som er meningsfuld for forbrugerne,« siger den amerikanske ekspert i for- brugerholdninger.

Det er hendes rapporter om sundhed og mad, verdens førende fødevarerkoncerner køber for at være ajour med nye tendenser i markedet.

»Det er kun bedre informere- rede forbrugere, der vælger at blive mere sundhedsbevidste forbrugere,« lyder hendes helt banale konstatering.

Linda Gilbert påpeger, at regerings-programmer og myndigheders anvisninger kan skade mere, end de gavner.

»Vi var meget sundheds- aktive i USA gennem 1990'erne, men de valg, vi tog, har ikke forbedret vores helbred. Mange anbefalinger fra FDA (sundhedsmyndighederne) har faktisk skadet den offent- lige sundhed mere, end den har gavnnet den. Vi sagde til folk, at de skulle spise mindre fedt, men de blev alligevel fe- dere. For de spiste flere kulhy- drater. Nu er man tilbage til low-carb.«

espen.bull@borsen.dk



Som omtalt i FødevarerSundhed 9. august er hver tredje danske forbruger ligeglad med sunde fødevarer ifølge undersøgelsen fra HealthFocus International.

Fødevarer skal øge livskvalitet

Trends

AF ESPEN BULL

Danske forbrugere vil vælge fødevarer ud fra et ønske om at øge livskvaliteten. De vil ikke fylde indkøbskurven i supermarkedet med henblik på at undgå sygdomme.

Sådan lyder spådommen fra den amerikanske forbrugspecialist Linda Gilbert.

»Folk vil leve længere, men de vil samtidig leve livet fuldt ud,« siger hun.

I USA var det tilbage i sidste århundrede den store jagt på at undgå sygdomme, der drev forbrugernes valg af fødevarer. Det ændrede sig i dette århundrede til, at man nu søger – med et modeord – wellness. Det betyder med et andet modeord: Feeling good – fysisk, følelsesmæssigt, spirituelt at være i god balance. Det har ifølge Linda Gilbert ændret forbrugsvaner markant i USA, og det vil også slå igennem i Europa.

Konsekvenserne

»Du køber ikke fødevarer efter, om det forhindrer sygdomme, men efter om det øger din livskvalitet. Selv for fedme, USA's største sundhedsproblem, er det ikke mere selve fedmen, der optager forbrugerne. Det er konsekvensen af fedmen, der optager folk. Om mit barn er upopulært, fordi hun ikke klarer sig i sportskonkurrencen, om jeg selv kan være i det tøj, jeg gerne vil være i,« siger Linda Gilbert.

Alt dette vil drive forbrugere til at ændre indkøbsvaner. De køber det, som de mener er godt for deres livssituation

netop nu samt for deres behagelighed og også gerne for deres udseende.

Om danskernes bundposi- tion på listen over sundheds- bevidste indkøbere (hver tredje er ligeglad med sunde fødevarer) forudser Linda Gilbert, at der sker en lang- som ændring, så danskerne efterhånden bevæger sig op i gruppen af »strugglers«.

Det vil ifølge HealthFocus Internationals segmentering af forbrugere betyde, at mange flere danskere fremover vil være i en yo-yo-position mel- lem sund mad og usund mad. I den nye måling er hele 35 pct. af danskerne rubriceret som umotiverede forbrugere, når det handler om valg af sunde fødevarer. Kun 3 pct. er såkaldte »strugglers«, der slås dagligt mellem flødeskums- kager og slankekur. Det er den gruppe, der vil vokse i fremtiden i Danmark.

»Men forbrugere er evoluti- onære, så jeg tror ikke, der vil ske en markant ændring de næste fire-fem år. Det afhæ- nger også af, hvordan informa- tion, mærkning og sundheds- anprisninger bliver reguleret i Danmark,« siger hun.

»Når berigede fødevarer har en generelt svag position blandt danske forbrugere, skyldes det selvfølgelig, at politikere og myndigheder går imod det. Forbrugerne tror på udsagn fra eksperter. Da diætister og sundhedsprofes- sionelle i USA for to år siden gav ok til berigede fødevarer, gav det et mægtigt løft i for- brugernes vurdering af, hvor vigtigt berigede fødevarer er i den daglige ernæring,« siger Linda Gilbert.

espen.bull@borsen.dk