



# Lad os tale om madspild

En interimrapport udarbejdet af Camilla Falk Rønne Nissen,  
Janus Mortensen og Jacob Thøgersen

23. september 2024

Center for Internationalisering og Parallelsproglighed

# Indhold

INDLEDNING .....	3
HVAD SKAL VI TALE OM? .....	5
ANSVAR.....	7
REGNSKAB .....	16
SYNLIGHED.....	32
FAKTA OM UNDERSØGELSEN.....	45

# INDLEDNING

## Baggrund og formål

Der er bred enighed i Danmark om at madspild må bekæmpes, og der har været mange tiltag gennem de senere år for at komme spildet til livs. Alligevel udgør madaffald ifølge Miljøministeriets seneste kortlægning af husstandsindsamlet affald fortsat ca. 507.000 ton hvilket svarer til 36 % af den samlede mængde affald der årligt indsamles hos danske husstande. Kategorien *madaffald* omfatter alle former for affald der stammer fra mad, altså også kartoffelskræller og kaffegrums, mens *madspild* defineres som fødevarer der kunne være spist, men i stedet er blevet smidt ud. Af den samlede mængde madaffald udgør madspild alene ca. 235.000 ton<sup>1</sup>. En stor del af madspildet i Danmark sker sent i den værdikæde der går fra produktion til forbruger, nemlig hos forbrugerne. Denne rapport sætter fokus på hvilke muligheder og barrierer der findes hos forbrugerne i kampen mod madspild.

## Metode

Rapporten er baseret på en landsdækkende spørgeskemaundersøgelse med deltagere i alle aldersgrupper fra 18 år og op, udsendt i samarbejde med analysebureauet Wilke i marts og april 2024. Spørgeskemaet, som blev anvendt i undersøgelsen, er designet på baggrund af de foreløbige resultater fra en kvalitativ interviewundersøgelse med 28 danskere i alderen 18-34 år udført i perioden efteråret 2023 til foråret 2024 i regi af forskningsprojektet *Bekæmpelse af madspild – samspil mellem værdier, valg og vaner*.

Spørgeskemaet blev sendt til 2.500 deltagere, og vi modtog i alt 1.948 besvarelser. Deltagerne fordeler sig ligeligt på køn (48 % kvinder og 52 % mænd), og de repræsenterer alle regioner i Danmark. Aldersfordelingen blandt respondenterne afspejler aldersfordelingen i den danske befolkning generelt.

---

<sup>1</sup> Affaldskortlægning af husstandsindsamlet affald. Miljøministeriet 2023. <https://www2.mst.dk/Udgiv/publikationer/2023/02/978-87-7038-490-2.pdf>

Spørgeskemaet er bygget op omkring tre overordnede temaer der har vist sig i vores interviews. Vi kalder dem *ansvar*, *regnskab* og *synlighed*, og denne afrapportering følger samme model. Vi behandler temaerne hver for sig, men i praksis hænger de meget tæt sammen. Kort fortalt kan de beskrives som følger.

**Ansvar.** Dette tema handler om hvem der har ansvaret for at mindske madspild. For eksempel kan man opleve at man som individ har et ansvar – fx over for fællesskabet eller klimaet. Man kan også se sig selv som en del af et fællesskab der har et *kollektivt* ansvar for at mindske madspild, eller man kan fralægge sig ansvar – måske fordi man oplever at man ikke kan gøre så meget på egen hånd, eller fordi man mener at nogle *andre* er skyld i problemet, og derfor er det også andre der skal løse det. Spørgsmålet om ansvar handler om sociale normer og har ofte moralsk karakter.

**Regnskab.** Dette tema handler om de mange forskellige regnskabslogikker der kan komme i spil når vi tænker over og taler om madspild. Det drejer sig fx om det private, økonomiske regnskab – det er surt at spilde penge på mad der smides ud. Men det handler også om moralske regnskaber: Kan man fx tillade sig at smide lidt mere mad ud når man har valgt at tage tog på ferie i stedet for fly? De forskellige former for regnskab væver sig ofte ind i hinanden og bruges tit som en del af overvejelserne når der skal placeres et ansvar.

**Synlighed.** Dette tema handler om madspild som synligt eller usynligt fænomen, og synlighedens betydning for hvor meget mad der spildes. Madspild hos den enkelte forbruger er til en vis grad usynligt for andre fordi det foregår i hjemmet. Madspild kan også være usynligt for forbrugeren selv fordi det kan være svært at holde styr på hvor meget eller lidt mad der egentlig spildes. I supermarkedet eller i kantinen kan synliggørelse af initiativer der bekæmper madspild bruges til at skabe bestemte fortællinger der ofte handler om moralsk ansvar og socialt regnskab.

## HVAD SKAL VI TALE OM?

De resultater vi præsenterer i rapporten, giver anledning til formulering af en række samtalepunkter som vi har opsummeret nedenfor, fordelt på de tre temaer: ansvar, regnskab og synlighed. De svar man kan formulere på baggrund af resultaterne, er hverken entydige eller simple, så i stedet for at komme med anbefalinger, foreslår vi at spørgsmålene gøres til genstand for debat.

### Hvem har ansvaret?

Alle er enige om at det er en god ide at reducere madspild, men der er ikke klarhed over hvem der egentlig har ansvaret for at det kommer til at ske. Vores undersøgelse peger på at det primært er de ældre og ikke de yngre der synes at det må være et *individuel* ansvar at mindske madspild. Dette billede kan muligvis hænge sammen med hvilke handlemuligheder de forskellige grupper har. De yngre deltagere i undersøgelsen ser det ikke (alene) som deres ansvar at reducere madspild. Til gengæld er de optimistiske om at de ville kunne reducere deres madspild hvis de fik de rette redskaber. Så hvordan får vi fordelt ansvaret for at bekæmpe madspild, og mangler der reelt handlemuligheder hos nogle grupper, eller handler det om ansvarsfralæggelse?

### Hvad er vigtigst – klimaet, økonomien eller begge dele?

Vores undersøgelse giver anledning til at spørge om klimaspørgsmålet bør fylde *mere* eller *mindre* i debatten om madspild hvis man gerne vil reducere madspild hos forbrugerne. Klimaspørgsmålet ser nemlig ikke ud til at være det som den brede befolkning primært motiveres af når det handler om at reducere madspild – i nogle tilfælde tværtimod: Klimaspørgsmålet fungerer for nogle som en rød klud der skaber harme snarere end handling. Omvendt er de fleste tilsyneladende lydhøre overfor økonomiske argumenter når det handler om vigtigheden af at reducere madspild. Batter det så overhovedet at bruge klima som argument for at bekæmpe madspild (som det ofte er tilfældet i dag), eller skal man hellere tale til folks pengepung?

## Er madspild usynligt?

Resultater fra spørgeskemaundersøgelsen viser at synliggørelse af madspild i detailhandlen ikke ser ud til at have den store effekt i bekæmpelsen af madspild. Det er i hvert fald ikke noget deltagerne i undersøgelsen efter eget udsagn vægter højt. Omvendt ser det ud til at *manglen* på synlighed af det madspild man som forbruger *selv* genererer, er noget der principielt er potentiale i at sætte fokus på, særligt for de yngre forbrugere. De er nemlig mere tilbøjelige til at være enige i at de ville kunne mindske deres madspild gennem forskellige former for synliggørelse af bl.a. mængderne af madspild. Så hvordan sørger vi for at synliggørelsen af – og bevidstheden om – madspild følger med fra supermarkedet hjem i køkkenerne?

## ANSVAR

Som indledning til dette tema har vi taget to citater med fra de kvalitative interviews vi gennemførte inden spørgeskemaundersøgelsen. Citaterne viser to yderpoler i debatten om hvem der har ansvaret for at reducere madspild i samfundet.

*”Der er nogle ressourcer på jorden som vi snart skal forstå [...] er knappe [...]. Hvis vi bare vækster og vækster og vækster, så har vi måske i sidste ende en jordklode der ikke kan følge med. Og hvis væksten stadigvæk skal ske, så bliver vi nødt til at reducere vores madspild og vores brug af jordens ressourcer [...] For mig at se er det et kollektivt ansvar som vi bliver nødt til at tænke på alle sammen.”*

*Interview, mand, 27 år, Region Midtjylland*

*”Herhjemme der er [madspild] ikke rigtigt et emne [...]. Enten så smider jeg ikke nok ud til at jeg tænker over det, eller også er det fordi der bare ikke bliver smidt særligt meget ud. [...] Men jeg tænker jo lidt på en eller anden måde – og det er jo lidt ansvarsfralæggelse – men jeg tænker ikke det er mit ansvar.”*

*Interview, mand, 26 år, Region Hovedstaden*

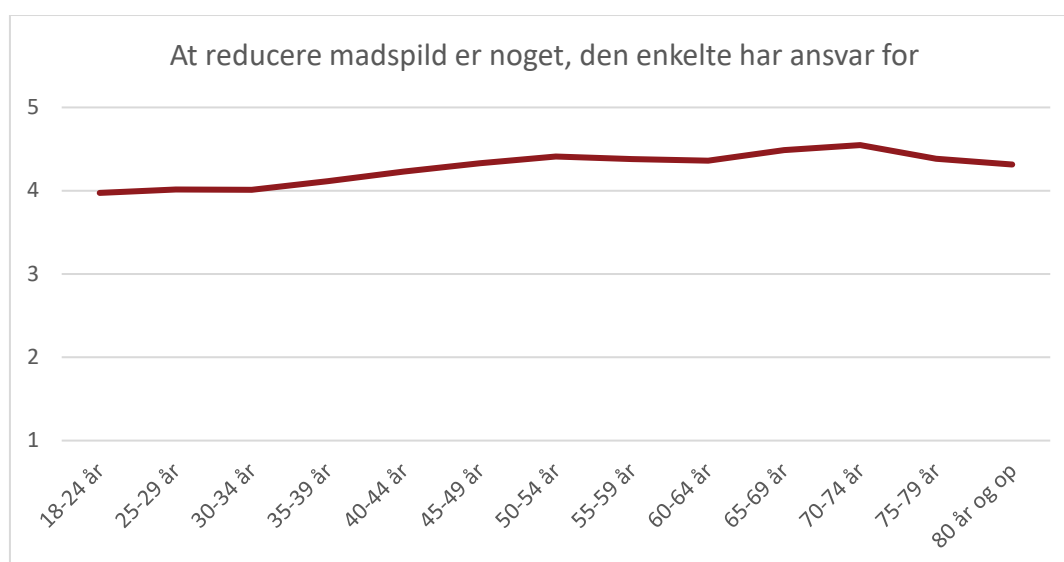
## Hvem har ansvaret?

I de kvalitative interviews viste det sig at det ikke var så nemt endda at placere ansvaret for at mindske madspild. Det blev både talt om som et individuelt ansvar, som et kollektivt ansvar og som nogle andres ansvar. For at undersøge hvor danskerne generelt placerer ansvaret for at mindske madspild, adresserer spørgeskemaet dette tema gennem en række spørgsmål. Deltagerne fik blandt andet denne opgave:

**Du bedes angive, hvor enig eller uenig, du er i følgende udsagn, der handler om madspild:**

*At reducere madspild er noget, den enkelte har ansvar for.*

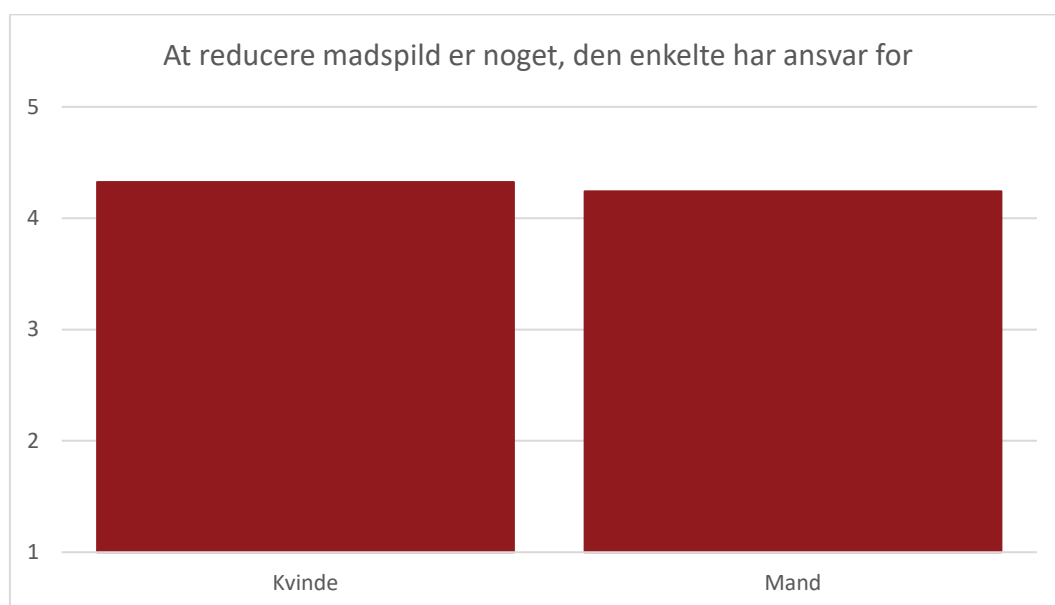
Svarmulighederne lød: (1) Helt uenig, (2) Overvejende uenig, (3) Hverken enig eller uenig, (4) Overvejende enig, og (5) Helt enig. Hvis vi behandler svarskalaen som om det var en talskala og antager at forskellen mellem ”helt enig” og ”overvejende enig” er lige så stor som forskellen mellem ”hverken enig eller uenig” og ”overvejende enig”, kan vi opgøre besvarelserne som i Figur 1.



Figur 1: Graden af enighed i udsagnet ”at reducere madspild er noget, den enkelte har ansvar for” fordelt på aldersgrupper.



Tallet 1 på den lodrette akse betyder ”helt uenig”, mens 5 betyder ”helt enig”. Besvarelsene er opgjort som et gennemsnit for hver af de aldersgrupper der indgår i undersøgelsen (anført på den vandrette akse). Samlet set viser figuren at der blandt alle aldersgrupper i undersøgelsen (i gennemsnit) er overvejende enighed i udsagnet ”at reducere madspild er noget, den enkelte har ansvar for”. Med undtagelse af de to ældste grupper (75-79 og 80+) gælder det samtidig at jo ældre man er, desto større er graden af enighed. Til gengæld er der kun meget lille kønsforskel hvor det er kvinderne der er mest tilbøjelige til at være minimalt mere enige, se Figur 2 nedenfor.



Figur 2: Graden af enighed i udsagnet ”at reducere madspild er noget, den enkelte har ansvar for” fordelt på køn. Svarmulighederne er omregnet til talværdier på samme måde som i Figur 1.

I vores forsøg på at afklare hvor ansvaret for madspild placeres af deltagerne, inkluderede vi en række yderligere udsagn der på forskellig vis fokuserer på ansvar. Når vi ser samlet på besvarelsene, kan vi se at de forskellige udsagn i praksis falder i to grupper (eller faktorer) som vi har kaldt *individuel* og *ikke-individuel* ansvar (jf. Tabel 1). Hvis man er meget enig i ét udsagn inden for den ene gruppe, fx ikke-individuel ansvar, så er der en tendens til at man også udviser enighed i de andre udsagn inden for den gruppe.

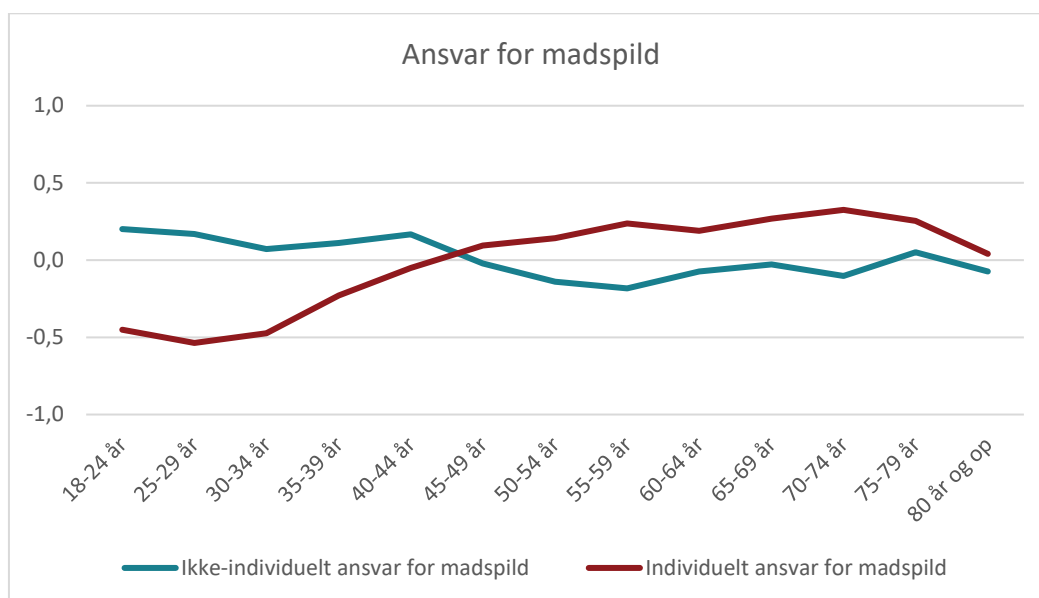
Tabel 1

Individuelt ansvar	Ikke-individuelt ansvar
<i>Jeg tænker tit på, hvordan jeg kan reducere madspild i hverdagen</i>	<i>Supermarkederne burde gøre mere for at mindske madspild, fx ved at tage færre varer hjem og have færre varer på hylderne</i>
<i>At reducere madspild er noget, den enkelte har ansvar for</i>	<i>Politikerne burde gøre mere for at reducere madspild i samfundet</i>
<i>Madspild er ikke noget, jeg kan gøre så meget ved (*)</i>	<i>Det er vigtigt at reducere madspild for at beskytte klimaet</i>
<i>Jeg skammer mig, hvis der spildes mad hjemme hos mig</i>	
<i>Jeg forsøger at undgå madspild, fordi det er spild af penge at smide mad ud</i>	
Cronbachs alpha: 0,713	Cronbachs alpha: 0,675

*\* Bemærk at dette spørgsmål vender anderledes end de andre fordi det inkluderer negationen 'ikke'. For at kunne sammenligne besvarelserne har vi i beregningerne vendt besvarelserne på dette spørgsmål om, så de i praksis er svar på spørgsmålet: "madspild er noget jeg kan gøre noget ved".*

Det individuelle ansvar handler om at man ser sig selv som ansvarlig for at reducere madspild. Det ikke-individuelle ansvar kan handle om at ansvaret for at mindske madspild betragtes som et fælles anliggende – det er et kollektivt snarere end et individuelt anliggende. Det kommer fx til udtryk når man angiver enighed i udsagn som ”det er vigtigt at reducere madspild for at beskytte klimaet” som er formuleret som et almengyldigt princip. Men det ikke-individuelle kan også handle om at man mener at ansvaret ligger hos nogle *andre* end en selv. Det kan komme til udtryk hvis man er enig i et udsagn som ”politikerne burde gøre mere for at reducere madspild i samfundet”. Baseret på vores undersøgelse er det spørgsmålet om hvorvidt ansvaret er individuelt eller ej der ser ud til at være det centrale. Hvis man tilhører den gruppe der primært ser ansvaret som ikke-individuelt, er det ikke afgørende om ansvaret placeret hos bestemte andre aktører, eller om det fremstår som et mere abstrakt fælles ansvar.

Når vi ser samlet på besvarelsene for hver af de to faktorer, så ser svarene fordelt på alder således ud for henholdsvis individuelt og ikke-individuelt ansvar:



Figur 3: Samlede faktorscorer for individuelt og ikke-individuelt ansvar fordelt på aldersgrupper.

Den lodrette akse i Figur 3 viser faktorscorer hvor 0 er gennemsnittet for alle respondenter, mens +/- 1 er én standardafvigelse fra gennemsnittet. Når den blå linje der angiver ikke-individuelt ansvar ligger *over* 0 for gruppen på 18-24 år, betyder det altså at der i denne gruppe er større grad af enighed med de udsagn der er samlet under 'ikke-individuelt ansvar' i Tabel 1. På samme måde viser den røde linje der angiver individuelt ansvar at der i denne aldersgruppe er mindre grad af enighed om 'individuelt ansvar'-udsagn end for datasættet som hele.

Som Figur 3 indikerer, er der statistisk signifikant forskel på alder: Deltagere over 45 år scorer generelt højere ift. enighed på den faktor der handler om individuelt ansvar. Sagt på en anden måde: Jo yngre man er, desto *mindre* tilbøjelig er man til at se madspild som noget man selv har ansvaret for at gøre noget ved. Og omvendt: Jo ældre man er, desto *mere* tilbøjelig er man til at se madspild som noget man selv har ansvaret for at gøre noget ved.

Det er vigtigt at bemærke at vi ikke ud fra svarene kan afgøre om deltagere der vægter det ikke-individuelle ansvar højere end det individuelle ansvar hermed *fralægger* sig ansvar for at deltage i kampen mod madspild. Man kan godt tolke resultaterne på den måde, men man kan også tolke dem sådan at vægtningen af det ikke-individuelle ansvar handler om at man gerne vil bidrage, men ikke mener man kan gøre det på egen hånd.

### **Hvem kan reducere madspild?**

At de unge i mindre grad end de ældre ser ansvaret for at reducere madspild som et individuelt anliggende, kan muligvis hænge sammen med at der kan herske usikkerhed om *hvordan* man egentlig gør hvis man vil reducere sit madspild. Spørgeskemaet inkluderede en sektion hvor deltagerne blev bedt om at svare på om de mente de ville kunne reducere deres madspild hvis de fik forskellige former for hjælp. Instruksen og to af svarmulighederne lød sådan her:

**Du bedes forholde dig til, hvor enig eller uenig, du er i følgende udsagn:**

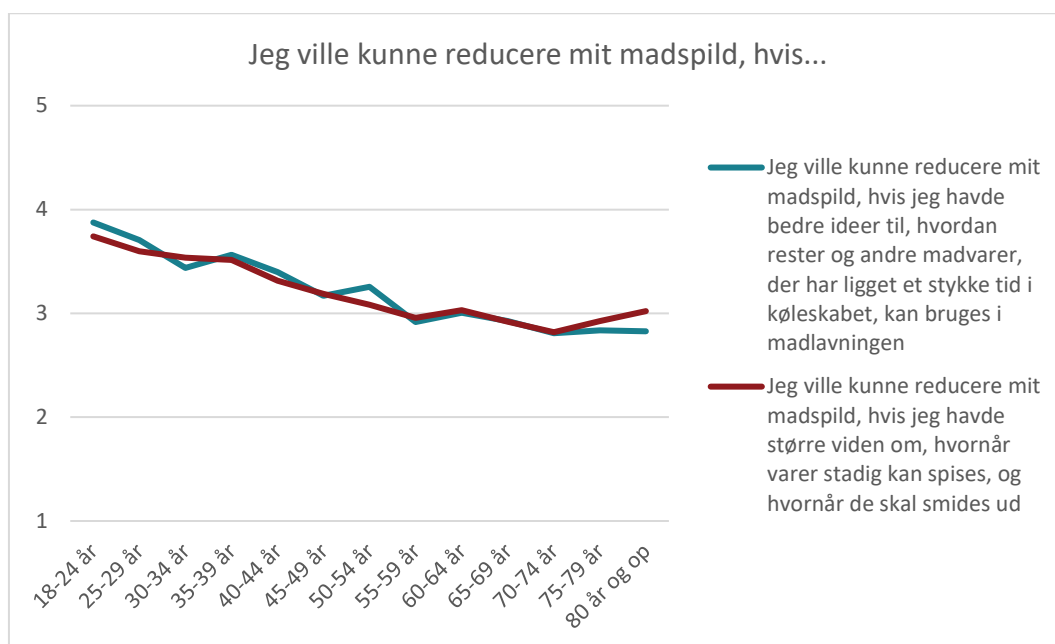
Jeg ville kunne reducere mit madspild, ...

*hvis jeg havde bedre ideer til, hvordan rester og andre madvarer, der har ligget et stykke tid i køleskabet, kan bruges i madlavningen*

*hvis jeg havde større viden om, hvornår varer stadig kan spises, og hvornår de skal smides ud*

Svarskala: (1) Helt uenig, (2) Overvejende uenig, (3) Hverken enig eller uenig, (4) Overvejende enig, og (5) Helt enig.

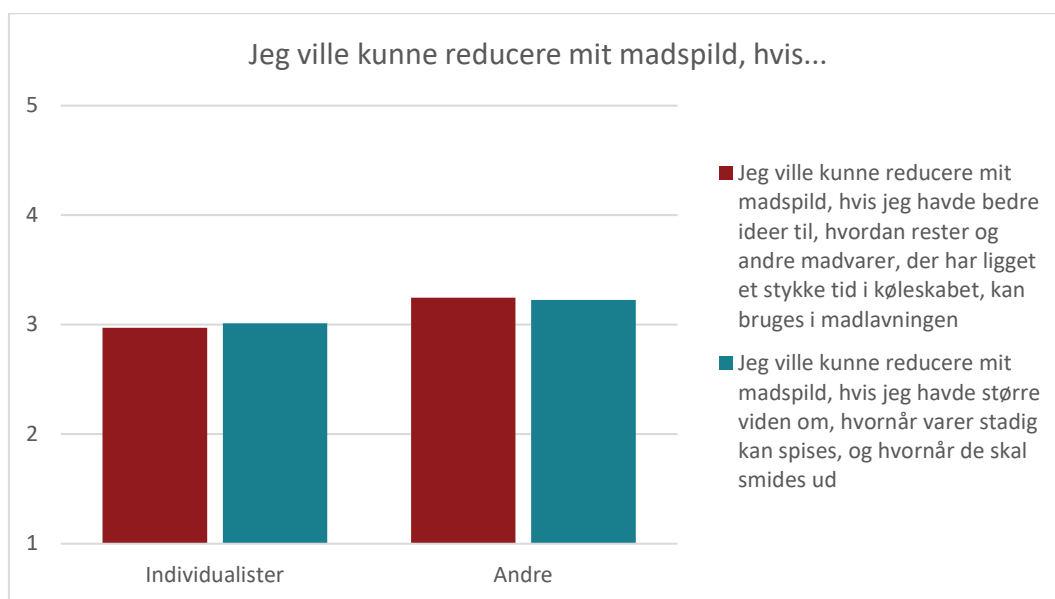
Hvis man ser på svarene fordelt på alder, ser det således ud:



Figur 4: Enighed fordelt på alder. Svarmulighederne er omregnet til talværdier på samme måde som i Figur 1.

Som det fremgår af Figur 4, er der en sammenhæng mellem alder, og hvorvidt man mener at man kan reducere sit madspild hvis man havde større viden om hvordan madvarer kan bruges, og hvor længe de kan holde. Det er i begge tilfælde de yngste deltagere som i højest grad mener at disse tiltag kan hjælpe dem med at reducere deres madspild, og de ældre som i ringest grad mener at tiltagene kan hjælpe dem.

Det viser sig at der er en sammenhæng mellem enighed i spørgsmålet om madspild som et individuelt ansvar, og om man mener at man kan reducere sit madspild hvis man får større viden om hvordan man håndterer madvarer, jf. Figur 5. Hvis man ser madspild som et ikke-individuelt ansvar, svarer man systematisk højere på at man kunne reducere sit madspild hvis man vidste mere om hvordan man håndterer madvarer. Og omvendt: Hvis man ser madspild som et individuelt ansvar, vurderer man systematisk nytteværdien af øget viden om madvarer lavere – muligvis fordi man mener at man har tilstrækkelig viden allerede. Sammenhængen her er ikke så overraskende idet begge resultater hænger sammen med alder.



Figur 5: Gennemsnitlig grad af enighed i to udsagn fordelt på dem der mener at madspild er et individuelt ansvar (her kaldet individualister), og dem der mener at det er et ikke-individuelt ansvar.

Når man ser på indholdet i de to udsagn som indgår i Figur 4 og Figur 5, handler de om det man kan kalde *madkundskaber*, det vil sige viden om madlavning og behandling af råvarer. Det er umiddelbart ikke så opsigtsvækkende at de unge ser det at vide mere om madvarerne og hvordan de skal behandles som en mere oplagt hjælp end de ældre gør, da de alt andet lige må antages at have mindre erfaring med husholdning givet deres alder. Men man kan også spekulere i om korrelationen mellem ikke-individuelt ansvar og bedre *madkundskaber* som en potentiel hjælp, handler om at se *handlemuligheder*. Forstået på den måde at hvis man selv mener at være i stand til at mindske sit madspild med den viden man har, så ser man det som et individuelt ansvar, men hvis man har behov for større viden om *hvordan* man mindsker sit madspild, så ser man det i højere grad som et ikke-individuelt eller kollektivt ansvar.

### Opsamlende samtalepunkt

Der er bred enighed om at det er en god ide at reducere madspild, men der er ikke klarhed over hvem der egentlig har ansvaret for at det kommer til at ske. Vores undersøgelse peger på at det primært er de ældre og ikke de yngre der synes at det

må være et *individuel* ansvar at mindske madspild. Dette billede kan muligvis hænge sammen med hvilke handlemuligheder de forskellige grupper har. De yngre deltagere i undersøgelsen ser det ikke (alene) som deres ansvar at reducere madspild, men de er til gengæld mere optimistiske når det handler om at vurdere hvorvidt de ville kunne gøre det bedre hvis de fik de rette redskaber. Så hvordan får vi fordelt ansvaret for at bekæmpe madspild, og mangler der reelt handlemuligheder hos nogle grupper, eller handler det om ansvarsfralæggelse?

## REGNSKAB

For at slå dette tema an indleder vi med to eksempler fra den kvalitative interviewundersøgelse vi har lavet forud for spørgeskemaundersøgelsen. Interviewciterne illustrerer hvordan forskellige former for regnskab kan indgå i den måde vi tænker og taler om madspild på. Det kan fx handle om moralske eller økonomiske regnskaber.

*"Jeg føler jo lidt det [at undgå madspild] er en måde at redde verden på, og så er det også den måde sådan at man sparer penge, så man får også en bedre følelse. Det kommer jo nok tilbage til at man har det bedre med sig selv, og man prøver sådan lidt, eller jeg prøver lidt at veje det op og sige: Jeg rejser rigtig meget, og fly er jo ikke godt for verdenen, men at jeg så sorterer plastik og glas og ikke smider mad ud, så føler jeg at det vejer det op eller sådan... men jeg kan også godt lide at spare penge og det er jo også en fed følelse."*

*Interview, kvinde, 24 år, Region Midtjylland*

*"Det nager mig [når jeg spiser det jeg har lyst til frem for de rester der er i køleskabet], men alligevel så trumfer det der med at jeg tænker ikke mig som så stor en synder fordi så køber jeg aldrig nogensinde nyt tøj nærmest... Det er satanedme godt nok sjældent jeg gør det. [...] Ja så på den måde prøver jeg at få det til at gå op."*

*Interview, mand, 28, Region Midtjylland*



## Mad er penge – men hvad med klimaet?

I de kvalitative interviews finder vi flere typer af regnskaber. Regnskaberne kan ses som ”logikker” som de interviewede lægger til grund for deres handlinger. Der er det økonomiske regnskab: At mad koster penge. I de kvalitative interviews siger flere at det føles som spild af penge at smide mad ud, og jo dyrere madvaren er, desto mere føles det som spild af penge hvis den ender i skraldespanden. I den offentlige diskurs bliver behovet for bekæmpelse af madspild ofte begrundet med klimamæssige hensyn. I interviewene finder vi på samme måde det vi har kaldt det ”moralske regnskab” der ofte handler om at retfærdiggøre de valg man foretager i forhold til klimaet. Hvis man synder på én klimakonto, fx den der handler om at rejse med fly, kan man måske opveje for det ved at forsøge at mindske sit madspild – eller vice versa.

I spørgeskemaet har vi undersøgt hvilke regnskaber der har størst vægt for danskere på tværs af aldersgrupper. I den del af spørgeskemaet hvor vi bad deltagerne om at forholde sig til deres  *eget*  ansvar for at reducere madspild, viste det sig at det økonomiske regnskab var fremtrædende.

Opgaven lød således:

**Du bedes angive hvor enig eller uenig, du er i følgende udsagn, der handler om madspild:**

*Jeg tænker tit på hvordan jeg kan reducere madspild i hverdagen*

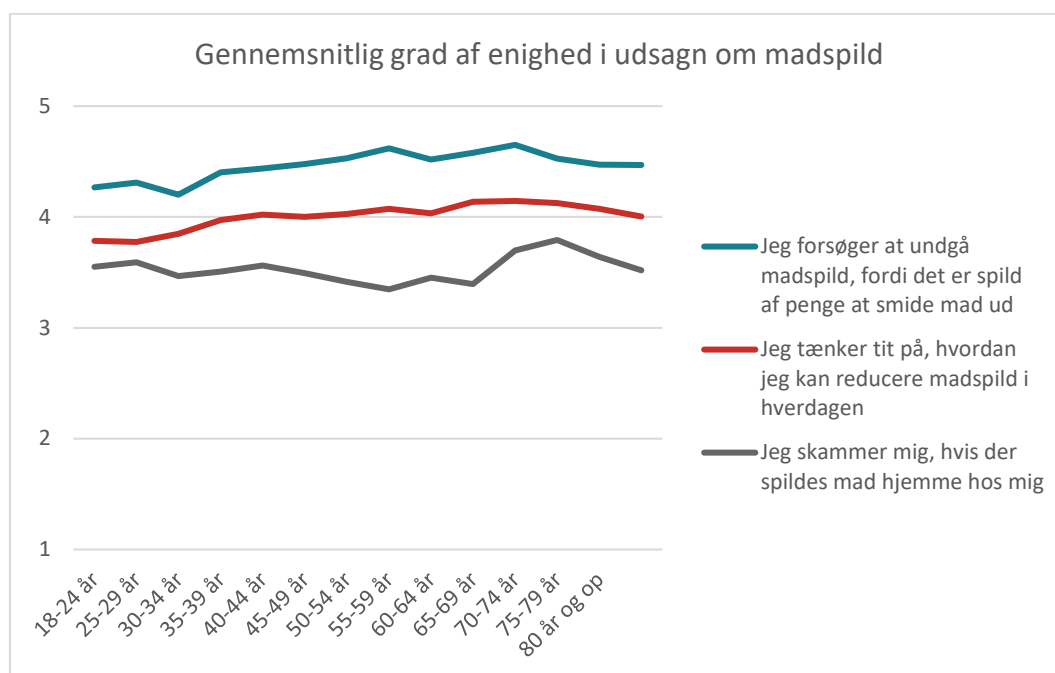
*Jeg forsøger at undgå madspild fordi det er spild af penge at smide mad ud*

*Jeg skammer mig hvis der spildes mad hjemme hos mig*

Svarskala: (1) Helt uenig, (2) Overvejende uenig, (3) Hverken enig eller uenig, (4) Overvejende enig, og (5) Helt enig.

Vi har omregnet svarmulighederne til en skala fra 1 til 5 hvor 1 betyder ’helt uenig’, 5 betyder ’helt enig’ og 3 betyder ’hverken enig eller uenig’.

Som Figur 6 viser er alle aldersgrupper i gennemsnit mere enige end uenige i de tre udsagn (gennemsnitsværdierne er i alle tilfælde over 3), og de er alle *mest* enige i det udsagn der kobler madspild til et økonomisk regnskab: ”Jeg forsøger at undgå madspild fordi det er spild af penge at smide mad ud.”



Figur 6: Gennemsnitlig grad af enighed i tre udsagn fordelt på aldersgrupper. Svarmulighederne er omregnet til talværdier på samme måde som i Figur 1.

I en anden samling spørgsmål bad vi deltagerne om at angive hvor enige de var i en række udsagn der handlede om *andres* ansvar for at reducere madspild. I denne samling indgik også et spørgsmål der med en mere abstrakt formulering bad deltagerne om at angive hvor enige de var i udsagnet ”det er vigtigt at reducere madspild for at beskytte klimaet”:

**Du bedes angive hvor enig eller uenig, du er i følgende udsagn, der handler om madspild:**

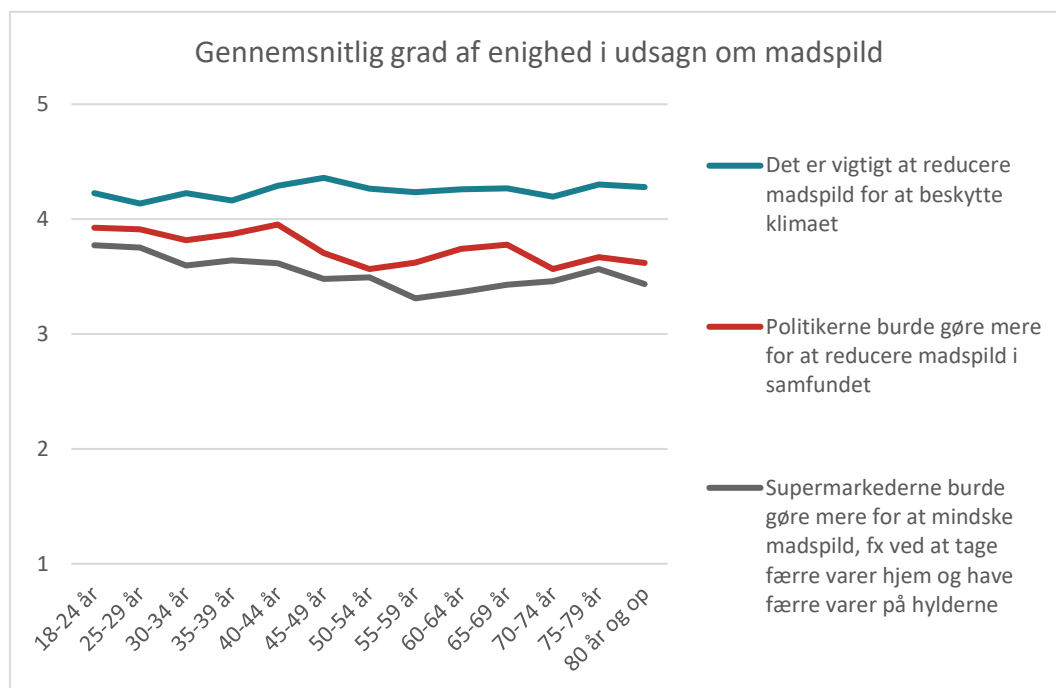
*Supermarkederne burde gøre mere for at reducere madspild, fx ved at tage færre varer hjem og have færre varer på hylderne*

*Politikerne burde gøre mere for at reducere madspild i samfundet*

*Det er vigtigt at reducere madspild for at beskytte klimaet*

Svarskala: (1) Helt uenig, (2) Overvejende uenig, (3) Hverken enig eller uenig, (4) Overvejende enig, og (5) Helt enig.

Det viser sig også her at alle respondenter, på tværs af alder, er mere enige end uenige i alle tre udsagn, jf. Figur 7.



Figur 7: Gennemsnitlig grad af enighed i tre udsagn fordelt på aldersgrupper. Svarmulighederne er omregnet til talværdier på samme måde som i Figur 1.

Som Figur 7 viser, er det udsagn der opnår størst grad af enighed – for alle aldersgrupper – det abstrakte udsagn om at ”det er vigtigt at reducere madspild for

at beskytte klimaet”. Her kobles behovet for at reducere madspild altså direkte til klimaet, mens det i Figur 7 var en økonomisk begrundelse der scorede højest. I begge tilfælde er den gennemsnitlige enighed høj i alle aldersgrupper – konsekvent over 4 i gennemsnit. Betyder det så at det økonomiske regnskab og klimaregnskabet står lige – at de vejer lige tungt?

Det kan vi blive klogere på ved at se på besvarelsene fra andre dele af spørgeskemaet. Et andet sted i spørgeskemaet fik deltagerne fx til opgave at prioritere fire grunde til at mindske madspild på en liste fra 1 til 4 hvor 1 angiver den vigtigste grund.

Instruksen lød som følger:

**Du vil nu se en række mulige begrundelser for, hvorfor reduktion af madspild er vigtigt. Du bedes prioritere begrundelserne efter, hvad der er vigtigst for dig personligt, så 1 er den vigtigste begrundelse og 4 er den mindst vigtige.**

*Vi har alle et ansvar for at spare på jordens ressourcer*

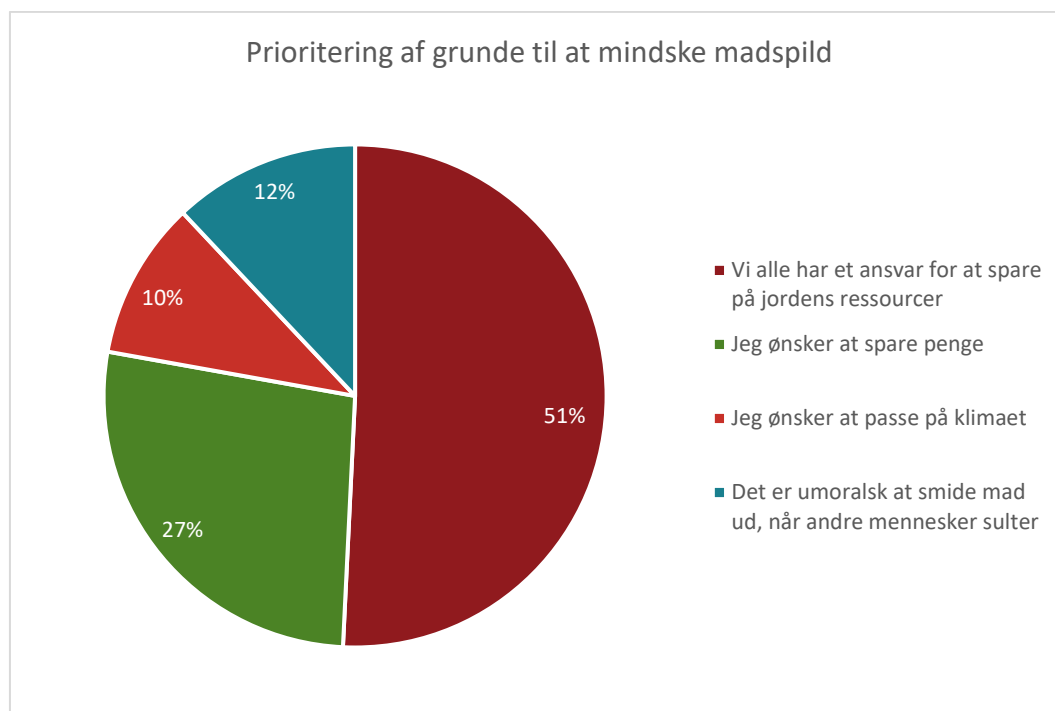
*Jeg ønsker at spare penge*

*Jeg ønsker at passe på klimaet*

*Det er umoralsk at smide mad ud, når andre mennesker sulter*

De fire begrundelser er formuleret så der er to begrundelser der taler til individet: “jeg ønsker at spare penge” og “jeg ønsker at passe på klimaet”, og to begrundelser der taler til fællesskabet: “vi har alle et ansvar for at spare på jordens ressourcer” og den mere moralsk forpligtende “det er umoralsk at smide mad ud, når andre mennesker sulter”. Den begrundelse som oftest vælges som førsteprioritet, er ”vi har alle et ansvar for at spare på jordens ressourcer”. Næstoftest er det økonomi (“jeg ønsker at spare penge”), mens det individuelle

ønske om at passe på klima ("jeg ønsker at passe på klimaet") interessant nok er den grund som færrest deltagere har valgt at angive som førsteprioritet, jf. Figur 8.



Figur 8. Hvad er den vigtigste grund til at reducere madspild? Fordeling af førsteprioriteter på fire forskellige valgmuligheder blandt alle deltagere.

Der er flere interessante ting i dette resultat. For det første er det interessant at det fælles ansvar for at "spare på jordens ressourcer" er den samlede topscorer. 51 % af deltagerne har valgt denne begrundelse som førsteprioritet. Samtidig er det individuelle ansvar for at passe på klimaet ("jeg ønsker at passe på klimaet") det som færrest har valgt som den *vigtigste* grund til at mindske madspild, faktisk kun 10 % af respondenterne. Ser man derimod på hvor mange der har valgt "jeg ønsker at passe på klimaet" som deres 4. og altså laveste prioritet, så er det 23 % (ikke vist i Figur 8).

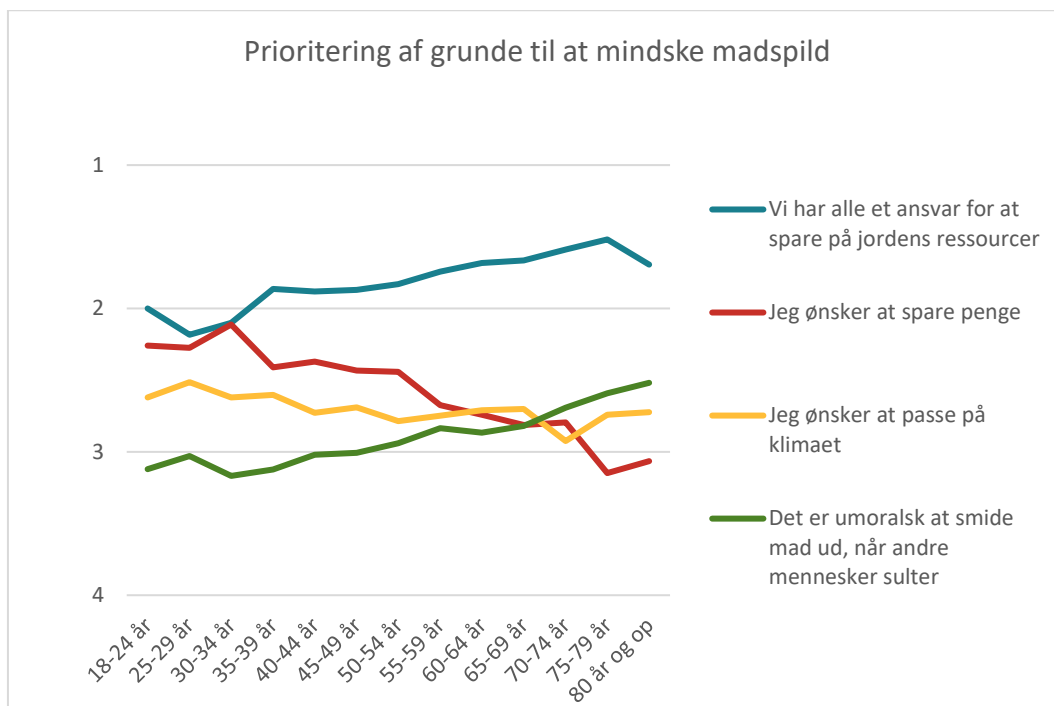
Vi kan tolke resultatet sådan at deltagerne nok accepterer præmissen om at det er vigtigt at passe på jordens ressourcer (et regnskab der ikke direkte har med økonomi at gøre, selvom ordet ressourcer har økonomiske konnotationer), men at

det ikke først og fremmest handler om klimaet, da den begrundelse som eksplicit handler om klima kun anses for at være den vigtigste hos 1 ud af 10 deltagere. På den måde er der måske ikke en kobling mellem ”jordens ressourcer” og ”klimaet” for deltagerne.

En anden tolkning kunne fokusere på at forskellen ligger i individuelt over for kollektivt ansvar: Er det *os* eller er det *mig* der har ansvaret? Det er her værd at bemærke at de udsagn der handler om klima i hhv. enighedsspørgsmålet (vist i Figur 7) og prioriteringsspørgsmålet (vist i Figur 8) er formuleret forskelligt: ”**Det** er vigtigt at reducere madspild for at beskytte klimaet” og ”**jeg** ønsker at passe på klimaet”. Der er altså den væsentlige forskel at det første udsagn ikke angiver nogen aktør, hvorimod det andet udsagn har individet, i dette tilfælde spørgeskemadeltageren selv, som aktør. Formuleringen uden eksplicit aktør er ikke individuelt forpligtende, men det er den formulering der peger direkte på individet som den ansvarlige aktør.

Endelig er det interessant at 27% af deltagerne har valgt det økonomiske regnskab (”jeg ønsker at spare penge”) som det vigtigste. At begrænse madspild er for denne gruppe primært et spørgsmål om at spare penge. Omvendt har 32 % placeret det økonomiske regnskab som deres 4. prioritet og altså som den *mindst* vigtige grund (ikke vist i Figur 8). Som 2. og 3. prioritet fordeler tallene sig for denne valgmulighed med hhv. 21 % og 20 %. Penge er altså hverken topscorer eller bundprop, men derimod noget der fordeler sig nogenlunde jævnt.

Prioriteterne hænger sammen med alder. Det er især de unge der prioriterer ”at spare penge” og ”passe på klimaet”, og de ældre der prioriterer ”ansvar for jordens ressourcer” og til dels ”det er umoralsk at smide mad ud når der er andre der sultet”, jf. Figur 9 nedenfor. Tallene på y-aksen er den prioritet som de enkelte svar i gennemsnit er givet. ”1” betyder ”højeste prioritet i gennemsnit”, ”2” betyder næsthøjest osv. På x-aksen er deltagerne inddelt i aldersgrupper.



Figur 9: Prioritering af de fire grunde til at mindske madspild fordelt på alder.

Figur 9 viser at den økonomiske motivation (”jeg ønsker at spare penge”) og den moralske motivation (”vi har alle et ansvar for at spare på jordens ressourcer”) til dels er aldersbetingede – jo ældre man er, desto mindre betyder det økonomiske regnskab, og desto mere betyder det moralske regnskab. Derimod er klimaet ikke noget der for alvor slår igennem som en primær grund hos nogen af aldersgrupperne.

Dette resultat kan afspejle at der ofte er meget stærke holdninger til klimaspørgsmålet, og at gennemsnittet derfor flader ud. Som illustration af yderpolerne i debatten om klima, kan man se fritekstbesvarelser gengivet i Tabel 2 på næste side som fire forskellige deltagere valgte at tilføje til allersidst i spørgeskemaet. Klimaspørgsmålet deler vandene. For nogen er klima helt sikkert en vigtig grund til at mindske madspild. For andre virker fokuset på klima helt modsat som noget der skaber modstand.

Tabel 2

Dejligt med opmærksomhed på emner med en relevans der betyder noget	Madspild har absolut intet med klimaet at gøre, og meget lidt med CO2, som heller ikke har noget med klimaet at gøre. Præmissen for undersøgelse holder ikke, og den er ikke videnskab, men politik.
Spændende og bestemt VIGTIG FOR VORES KLODE OG FREMTID MV.	Madspild er et spørgsmål om miljø og økonomi ikke klima. Klimahysteriet er bare en modesag i den danske middelklasse. Hvad dk gør for klima har ingen effekt (det handler om Kina og usa).

Tabel 2: Fire fritekstsvar fra spørgeskemaundersøgelsen.

### Kender du typen?

I spørgeskemaet skelner vi mellem tre forbrugertyper som vi har identificeret i vores interviewmateriale. Det drejer sig om ”den klimabevidste”, ”den økonomisk bevidste” og ”livsnyderen”. ”Den klimabevidste” er en der tænker over de klimamæssige konsekvenser af egne handlinger når det kommer til mad. Det kan fx være ved at spise plantebaseret eller gå op i affaldssortering. ”Den økonomisk bevidste” er en der overvejer madens pris i penge som grundlag for egne handlinger når det kommer til mad. Det kan fx være en der handler efter tilbud eller vælger den billigste madvare. ”Livsnyderen” er en der sætter madens kvalitet højt og derfor ikke tænker så meget over pris eller klima, men primært over den nydelse som maden giver.

Pointen med at skelne mellem de tre typer har bl.a. været at undersøge hvordan folk ser sig selv, og om der er sammenhænge mellem hvordan de ser sig selv, og hvad de svarer at de gør.



I spørgeskemaet havde vi to sektioner der adresserede disse forbrugertyper direkte. De to sektioner var ikke placeret i forlængelse af hinanden i spørgeskemaet.

I den første sektion lød opgaven som følger:

**Du bedes angive hvor enig eller uenig, du er i følgende udsagn:**

*Jeg ser mig selv som typen, der er klimabevidst, når det handler om mad*

*Jeg ser mig selv som den økonomiske type, hvad angår mad*

*Jeg ser mig selv som typen, der går op i at lave god mad*

I den anden sektion fokuserede vi på livsstile og bad deltagerne om at angive hvor enige de var i de tre følgende udsagn:

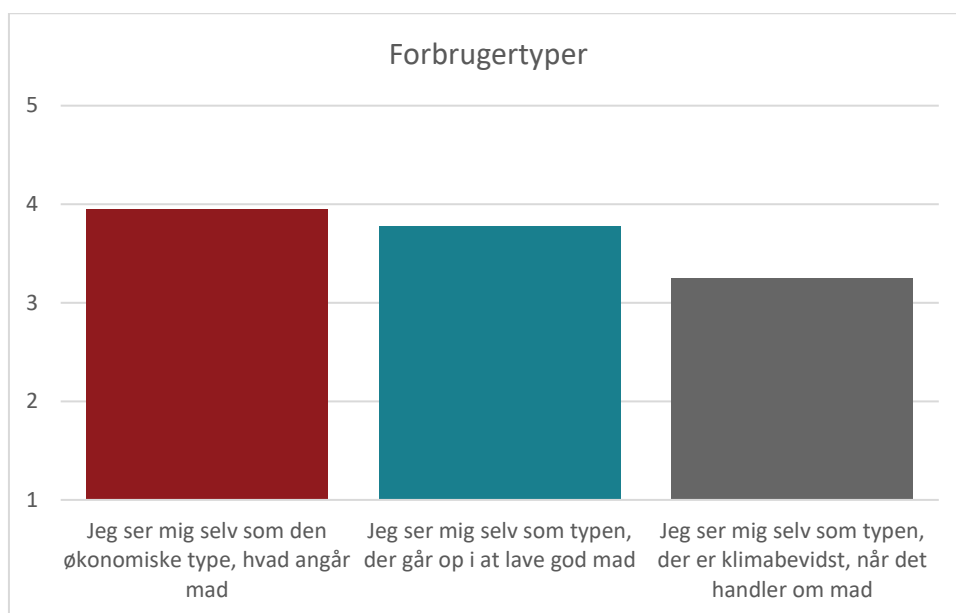
*At være ansvarlig i brugen af økonomiske ressourcer er en vigtig del af, hvem jeg er*

*At passe på klimaet er en vigtig del af, hvem jeg er*

*At leve godt er en vigtig del af, hvem jeg er*

Svarmulighederne lød i begge tilfælde: (1) Helt uenig, (2) Overvejende uenig, (3) Hverken enig eller uenig, (4) Overvejende enig, og (5) Helt enig.

Hvis vi ser på svarfordelingen i den første sektion hvor der fokuseres eksplicit på tre forbrugertyper, ser billedet således ud:



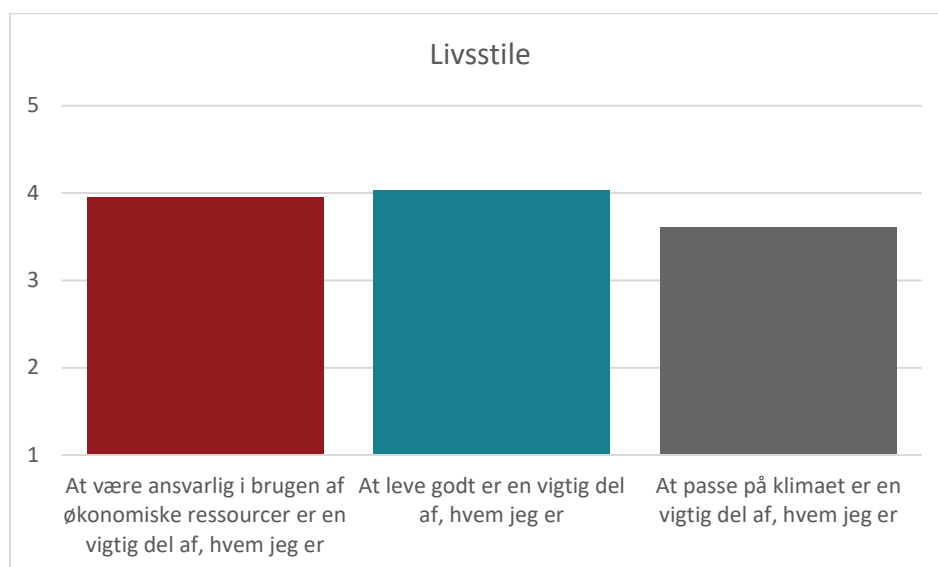
Figur 10: Gennemsnitlig grad af enighed i tre udsagn om forbrugertyper. Alle deltagere. Svarmulighederne er omregnet til talværdier på samme måde som i Figur 1.

Med en gennemsnitlig enighedsscore tæt på 4 på tværs af alle deltagere i undersøgelsen står den ”økonomiske” type stærkt. I alt 28,7 % af deltagerne svarer at de er ”helt enige” i udsagnet: ”Jeg ser mig selv som den økonomiske type, hvad angår mad.” Efter den økonomiske type følger ”livsnyderen”. Samlet set svarer 24,4 % af deltagerne at de er ”helt enige” i udsagnet: ”Jeg ser mig selv som typen, der går op i at lave god mad.” Den ”klimabevidste” kommer ind på tredjepladsen. Kun 8,1 % af deltagerne svarer at de er ”helt enige” i udsagnet: ”Jeg ser mig selv som typen, der er klimabevidst, når det handler om mad.”

Man kan imidlertid godt være ”helt enig” i flere af udsagnene på samme tid, og man ser altså ikke nødvendigvis udelukkende sig selv som den ene eller den anden type. Især er der en positiv korrelation mellem ”den klimabevidste” og ”livsnyderen”, altså: Hvis man identificerer sig som klimabevidst, er der også en tendens til at man samtidig går op i (at lave) god mad.

Ser vi på de udsagn der handler om livsstile (Figur 11), er det i endnu højere grad sådan at hvis man er enig i det ene af de tre udsagn, er man nok også enig i de

andre. Der er størst sammenhæng mellem ”passe på klimaet” og ”økonomisk ansvarlig”; svagest sammenhæng mellem ”passe på klimaet” og ”leve godt”.



Figur 11: Gennemsnitlig grad af enighed i tre udsagn om livsstile. Alle deltagere. Svarmulighederne er omregnet til talværdier på samme måde som i Figur 1.

”At leve godt” er den svarmulighed der er størst enighed om med en gennemsnitlig enighedsscore lige over 4. I alt 25,8 % svarer at de er ”helt enige” her. Den gennemsnitlige score ligger imidlertid ikke meget højere end gennemsnittet for enighed i udsagnet ”at være ansvarlig i brugen af økonomiske ressourcer er en vigtig del af hvem jeg er”. Her er den gennemsnitlige enighedsscore lige under 4, og det er 25,1 % af deltagerne der svarer at de er ”helt enige”. Interessant nok er det endnu en gang klimaet der scorer lavest når vi ser på det samlede gennemsnit, og kun 16,3 % siger at de er ”helt enige” i det udsagn der fokuserer på klimaet.

Klimaregnskabet er altså ikke umiddelbart det der primært fylder hos deltagerne når de skal beskrive sig selv som typer. Men betyder den opfattelse man har af sin livsstil eller sig selv som type noget for hvordan man handler? I spørgeskemaet inkluderede vi en række ”handlingsspørgsmål” for at undersøge sammenhængen

mellem holdninger og handlinger. Vi bad blandt andet deltagerne om at angive hvor vigtige en række forskellige grunde var for deres valg af indkøbssted:

**Hvor vigtige er de følgende grunde for dit valg af indkøbssted?**

*At butikken altid har et stort udvalg af friske varer inden for de fleste typer af fødevarer*

*At butikken har synlige madspildsreducerende tiltag, for eksempel nedsat pris på varer der er tæt på udløbsdato, eller skilte med besked om at hylden kan være tom, fordi butikken ønsker at minimere madspild*

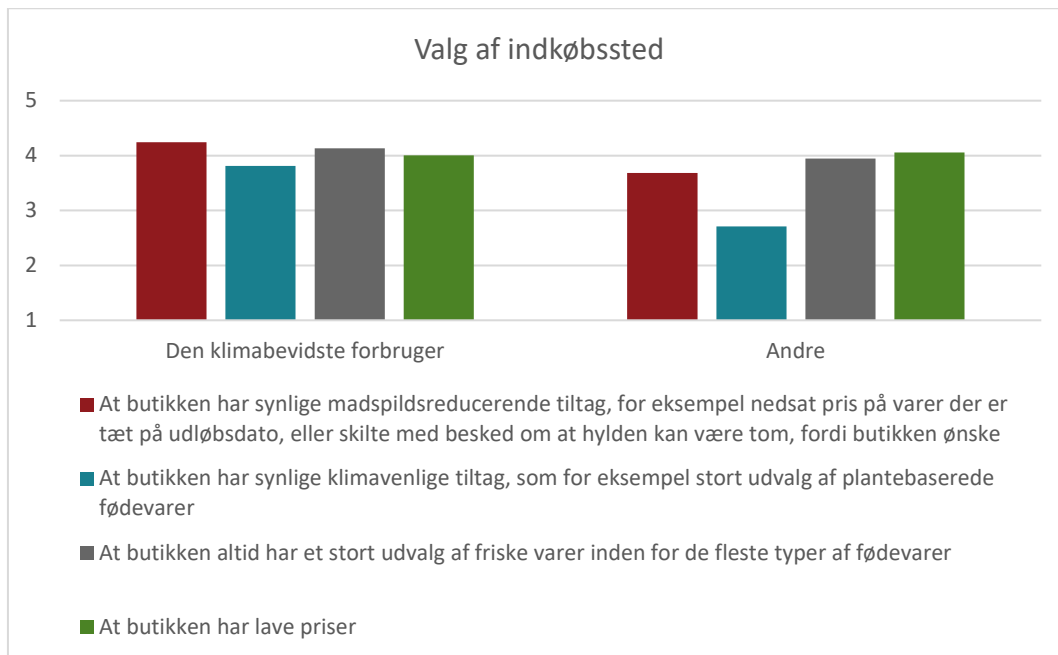
*At butikken har lave priser*

*At butikken har synlige klimavenlige tiltag, som for eksempel stort udvalg af plantebaserede fødevarer*

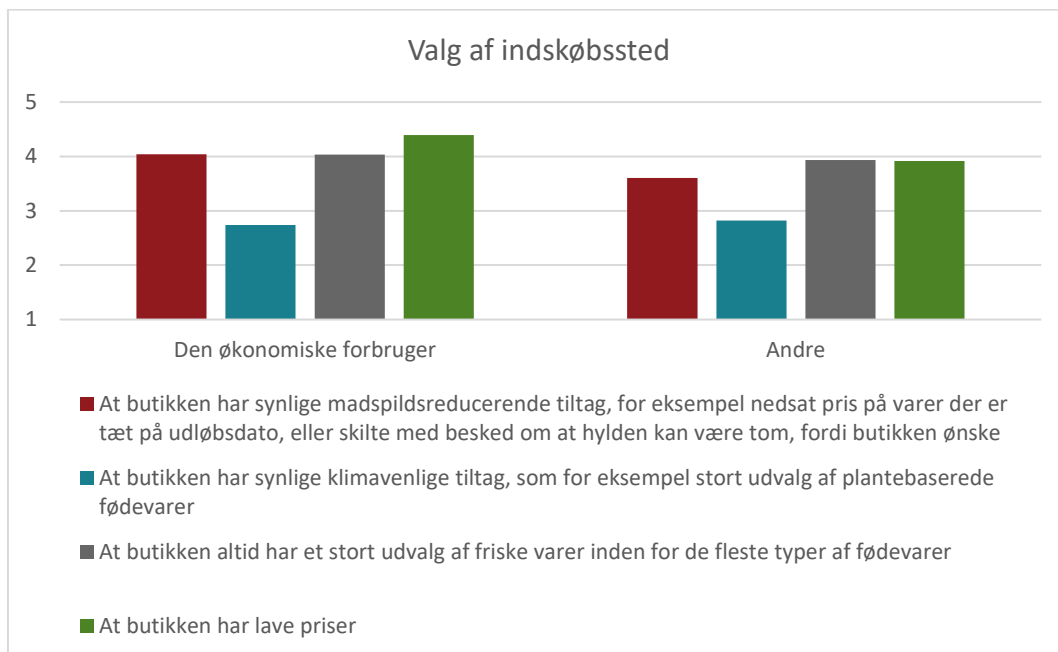
Svarskala: (1) Slet ikke vigtigt, (2) Ikke vigtigt, (3) Hverken eller, (4) Vigtigt, (5) Meget vigtigt.

I det følgende behandler vi svarskalaen som om det var en talskala hvor værdien 1 svarer til ”slet ikke vigtigt” mens 5 betyder ”meget vigtigt” og de tre andre svarmuligheder fordeler sig herimellem.

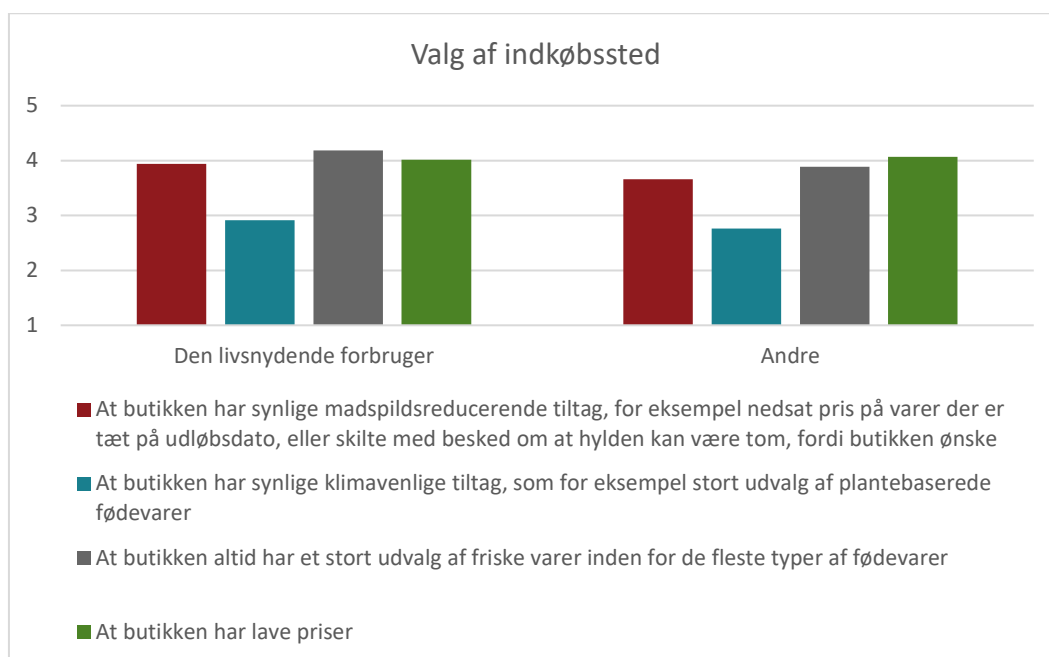
Figur 12, 13 og 14 viser at der faktisk er en sammenhæng mellem forbrugertype og prioritering af indkøbssted. ”De klimabevidste forbrugere” (her defineret som dem der erklærer sig ”helt enige” i udsagnet ”jeg ser mig selv som typen, der er klimabevidst, når det kommer til mad”) svarer i højere grad at de prioriterer ”madspildsreducerende” og ”klimavenlige” tiltag når det kommer til valg af indkøbssted (Figur 12), mens ”de økonomiske forbrugere” i højere grad prioriterer pris (Figur 13). På samme måde er der en tendens til at ”de livsnydende forbrugere” i (lidt) højere grad prioriterer friske varer (Figur 14). Det vil sige at den måde man ser sig selv på og de valg man tager – i hvert fald i disse tilfælde – stemmer overens.



Figur 12: De klimabevidste forbrugeres vægtning af de fire grunde sammenlignet med de deltagere der ikke har svaret "helt enig" i udsagnet om "jeg ser mig selv som typen, der er klimabevidst, når det kommer til mad". De klimabevidste forbrugere er her defineret som dem der har erklæret sig "helt enige" i udsagnet.



Figur 13: De økonomiske forbrugeres vægtning af de fire grunde sammenlignet med de deltagere der ikke har svaret "helt enig" i "jeg ser mig selv som den økonomiske type, hvad angår mad". De økonomiske forbrugere er her defineret som dem der har erklæret sig "helt enige" i udsagnet.



Figur 14: De livsnydende forbrugeres vægtning af de fire grunde sammenlignet med de deltagere der ikke har svaret "helt enig" i "jeg ser mig selv typen, der går op i at lave god mad". De livsnydende forbrugere er her defineret som dem der har erklæret sig "helt enige" i udsagnet.

Det fremgår af Figur 12, 13 og 14 at begrundelserne der handler om "at butikken har synlige klimavenlige tiltag, som for eksempel stort udvalg af plantebaserede fødevarer" og "at butikken har synlige madspildsreducerende tiltag, for eksempel nedsat pris på varer, der er tæt på udløbsdato, eller skilte med besked om at hylden kan være tom, fordi butikken ønsker at minimere madspild" figurerer højere hos "de klimabevidste forbrugere" (Figur 12) end hos hhv. "de økonomiske forbrugere" (Figur 13) og "de livsnydende forbrugere" (Figur 14).

Når man ser på tværs af de resultater vi har vist i dette afsnit om REGNSKAB, så er der flest der er enige i at tænke økonomisk når det kommer til mad og færrest der ser sig selv som den klimabevidste type, eller ser det at passe på klimaet som en vigtig del af hvem de er. De resultater passer godt med den prioriteringsøvelse vi så på længere oppe (vist i Figur 8) der handlede om grunde til at reducere madspild. Her var der færrest der valgte klimaet som den vigtigste grund.

På denne baggrund kunne en overordnet konklusion på dette afsnit være at det økonomiske regnskab vejer tungere end klimaregnskabet hos danskerne. Det er dog nok at forsimpler sagen. Vi kan nemlig se at der *også* er en gruppe for hvem klimaspørgsmålet er centralt, og at medlemmer af denne gruppe i vid udstrækning angiver at de handler i overensstemmelse med deres type, fx når det kommer til valg af indkøbssted. Det kan man tolke sådan at ”den klimabevidste forbruger” lader sig motivere af klimamæssige hensyn, og derfor er madspildsdebatten ikke *kun* et spørgsmål om økonomi.

Man kan altså spekulere i om der er en tendens til at de ”regnskaber” man laver, hænger sammen med den type man ser sig selv som. Vores resultater indikerer at det økonomiske regnskab generelt står stærkt, men hvis man er typen der ser sig selv som klimabevidst, er det ikke nødvendigvis (udelukkende) det økonomiske regnskab der er i spil når det handler om madspild.

### **Opsamlende samtalepunkt**

Skal klimaspørgsmålet fylde mere eller mindre i debatten om madspild? Hvis klimaspørgsmålet ikke (primært) er det den brede befolkning motiveres af, og hvis mange i øvrigt ikke ser nogen sammenhæng mellem klima og madspild, batter det så at bruge klima som argument for at bekæmpe madspild, eller skal man hellere tale til folks økonomiske regnskab? Vi ser at dem der i forvejen er optaget af klimaet tilsyneladende bliver motiveret af klimamæssige tiltag, fx i supermarkederne, men de udgør iflg. vores undersøgelse et mindretal af den samlede befolkning.

## SYNLIGHED

Vi indleder dette afsnit med en tegning og et citat fra den kvalitative interviewundersøgelse som gik forud for spørgeskemaundersøgelsen. Tegningen viser en såkaldt biospand med penge i og illustrerer således en regnskabsforståelse af madspild (mad er penge), men den peger også på vigtigheden af synlighed. Biospanden var et tilbagevendende tema i interviewene som et af de få steder hvor madspild bliver synligt i hjemmet. Interviewcitaterne viser, udover at tematisere både regnskab og ansvar gennem inddragelse af klima og samvittighed, også at synlighed – eller som her, *mangel* på synlighed – kan opfattes som en udfordring i kampen mod madspild.



*Billede 1: Tegning af "madspild" lavet af en informant i forbindelse med et interview. Tegningen forestiller en biospand med penge i.*



*”Jeg tror der er rigtig meget med sådan klima... Der er sådan lidt statussymbol at gå op i det eller sige man går op i det uden så at gå så meget op i det måske eller sådan... Det gør man jo nok men hvor de andre ting [klimatiltag] er jo nogen ting man kan se. Det der med madspild det er jo noget der foregår derhjemme – ja i hvert fald sådan som privat forbruger, og der lægger man ikke rigtig... Altså der er jo ikke noget med at man skal stå til ansvar for nogen udover sig selv og sin samvittighed på en eller anden måde.”*

*Interview, mand, 24 år, Region Hovedstaden*

### **Hvad betyder synlighed?**

I afsnittet om REGNSKAB så vi at de unge deltagere i lidt højere grad end de ældre prioriterer klimaet som en begrundelse for at mindske madspild. Vi så også at *synlige* klimahensyn og madspildsreducerende tiltag i supermarkederne motiverede en bestemt type af forbrugere, nemlig de klimabevidste. I interviewundersøgelsen ser vi synlighed som et tema der kommer til udtryk bl.a. i forbindelse med klima, men i det hele taget i forbindelse med de udfordringer der kan være ved at mindske madspild. Interviewcitatet ovenfor repræsenterer ét standpunkt hvor madspild bliver beskrevet som usynligt, og på samme måde bliver de tiltag man kan gøre for at mindske madspild beskrevet som usynlige for andre. På den måde kan man ikke bruge madspildsmindskende tiltag som en identitetsmarkør; man kan ikke vise at man gør noget, man kan ikke vise at man mindsker madspild.

I spørgeskemaet satte vi fokus på synlighed ved at spørge til forskellige scenarier i forbrugernes møde med detailhandlen. Blandt andet ville vi gerne vide hvordan folk tænker i forbindelse med køb af varer der er synligt sat ned i pris, ofte ved hjælp af et gult tilbudsmærke, såkaldte ”datovarer”. Er det at købe datovarer en

handling man ønsker at andre skal se – måske fordi det viser at man tager ansvar og gør noget for klimaregnskabet? Eller er det noget man ønsker at skjule – måske fordi det viser at man har problemer med det økonomiske regnskab?

Et af de spørgsmål vi stillede i spørgeskemaet, handlede netop om hvorfor – eller hvorfor ikke – man som forbruger ville vælge at købe en vare der var nedsat i pris, fordi den nærmede sig ”bedst før”-datoen. ”Bedst før” er den beskrivelse som sættes på fødevarer som over tid forringes i kvalitet, men hvis varen stadig ser fin ud og dufter og smager fint, så kan den sagtens spises eller drikkes efter denne dato. Spørgsmålet så således ud:

**Forestil dig at du står i supermarkedet med valget mellem at købe en helt frisk vare eller en vare, som er tæt på ”bedst før”-datoen og derfor er sat 20 % ned i pris. Hvilken vare vælger du at købe?**

*Den friske vare til fuld pris*

*Den nedsatte vare som er tæt på ”bedst før”-datoen*

Afhængigt af svaret bliver man ledt videre til et opfølgende spørgsmål. Har man svaret ”den friske vare til fuld pris” får man spørgsmålet:

**Du bedes prioritere begrundelserne for, hvorfor du har valgt den friske vare til fuld pris. 1 er den vigtigste begrundelse og 4 er den mindst vigtige.**

*Varen der er tæt på ”bedst-før”-datoen, er mindre appetitlig*

*Jeg synes ikke, at prisen er sat tilstrækkeligt ned på den vare, der er tæt på ”bedst-før”-datoen*

*Jeg foretrækker, at varen kan holde sig længere, så jeg er sikker på, at jeg kan nå at få den brugt*

*Jeg har ikke lyst til at blive set som en, der har behov for at købe nedsatte varer*

Har man svaret ”den nedsatte vare som er tæt på ”bedst før”-datoen, får man spørgsmålet:

**Du bedes prioritere begrundelserne for, hvorfor du har valgt den nedsatte vare tæt på ”bedst-før”-datoen. 1 er den vigtigste begrundelse og 4 er den mindst vigtige.**

*Varen der er tæt på ”bedst-før”-datoen, er lige så god som den friske vare*

*Den nedsatte vare er det eneste valg for mig af økonomiske årsager*

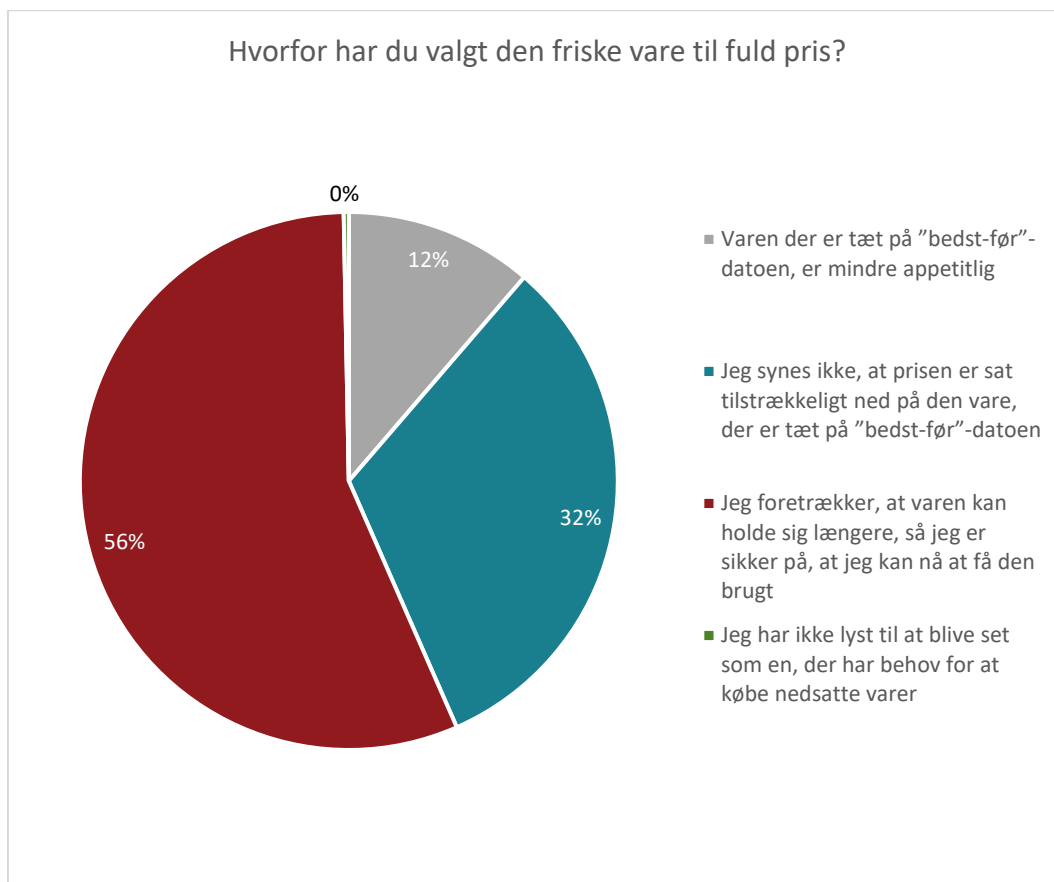
*Varen skal bruges med det samme, så den korte holdbarhed er ikke et problem*

*Jeg vil gerne ses som en, der træffer klimabevidste valg, når jeg handler*

Svarene er altså en prioriteringsrække hvor man kun kan vælge én grund på hver plads. Vi har designet spørgsmål og svar således at der er én svarmulighed der taler til synlige identitetshensyn i hver af de to scenarier. Det drejer sig om: ”Jeg har ikke lyst til at blive set som en, der har behov for at købe nedsatte varer” og ”jeg vil gerne ses som en, der træffer klimabevidste valg, når jeg handler”.

Der er 16,8 % af deltagerne der har svaret at de ville vælge den friske vare (i det følgende kaldet scenarie A), mens hele 83,2 % svarer at de ville vælge den nedsatte vare (i det følgende kaldet scenarie B).

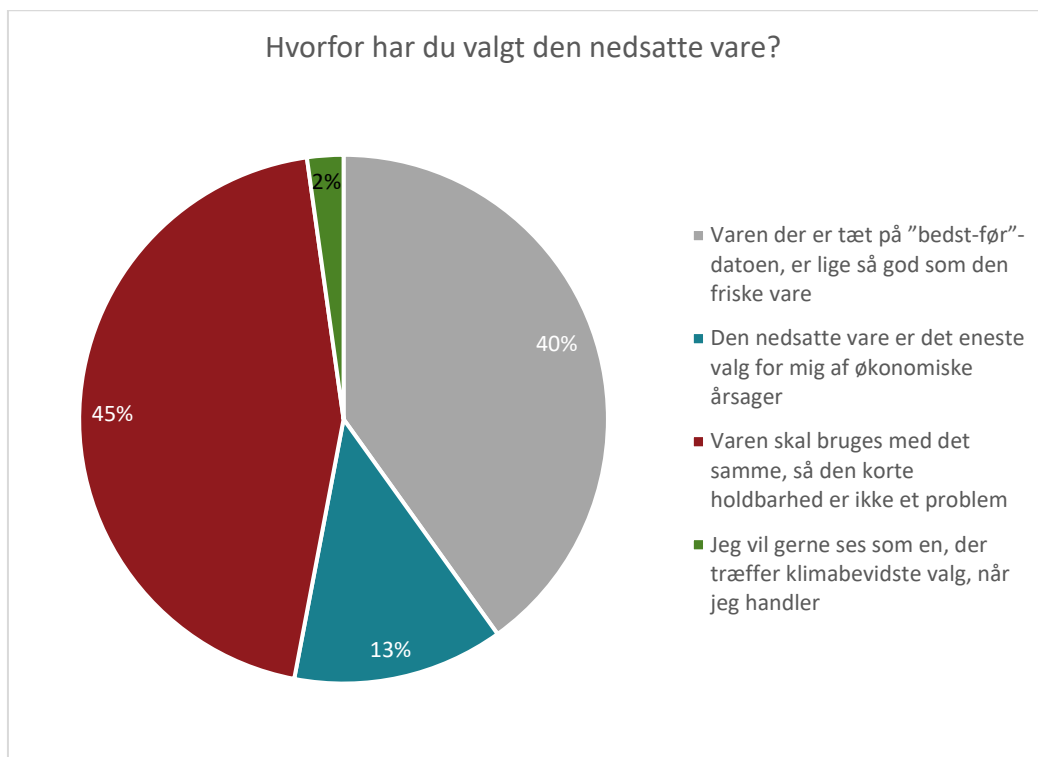
For de deltagere der i det tænkte scenarie valgte ”den friske vare”, altså scenarie A, ser svarenes fordeling sådan her ud:



Figur 15: Fordelingen af førsteprioriteter blandt deltagerne i scenarie A.

Figur 15 viser hvor mange der har valgt de forskellige begrundelser som førsteprioritet. Det der er mest interessant i denne sammenhæng, er at så godt som *ingen* (1 deltager ud af de 327 der valgte scenarie A) har valgt begrundelsen "jeg har ikke lyst til at blive set som en der har behov for at købe nedsatte varer" som den vigtigste grund (18 deltagere ud af de 327 som valgte scenarie A, har valgt denne begrundelse som andenprioritet).

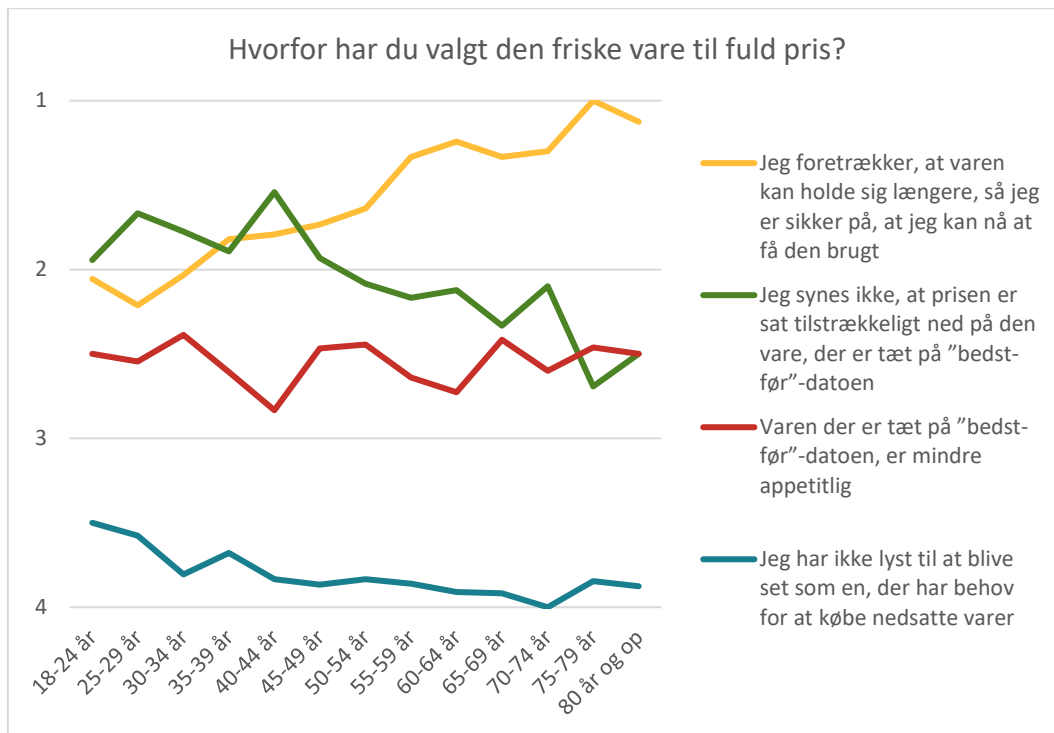
For de deltagere der i scenariet vælger "den nedsatte vare", altså scenarie B, ser vi samme mønster. Kun 2% vælger begrundelsen "jeg vil gerne ses som en, der træffer klimabevidste valg, når jeg handler" (36 ud af de 1621 deltagere der har valgt scenarie B har det som førsteprioritet og 135 ud af de 1621 har det som andenprioritet). Figur 16 nedenfor viser svarene for scenarie B.



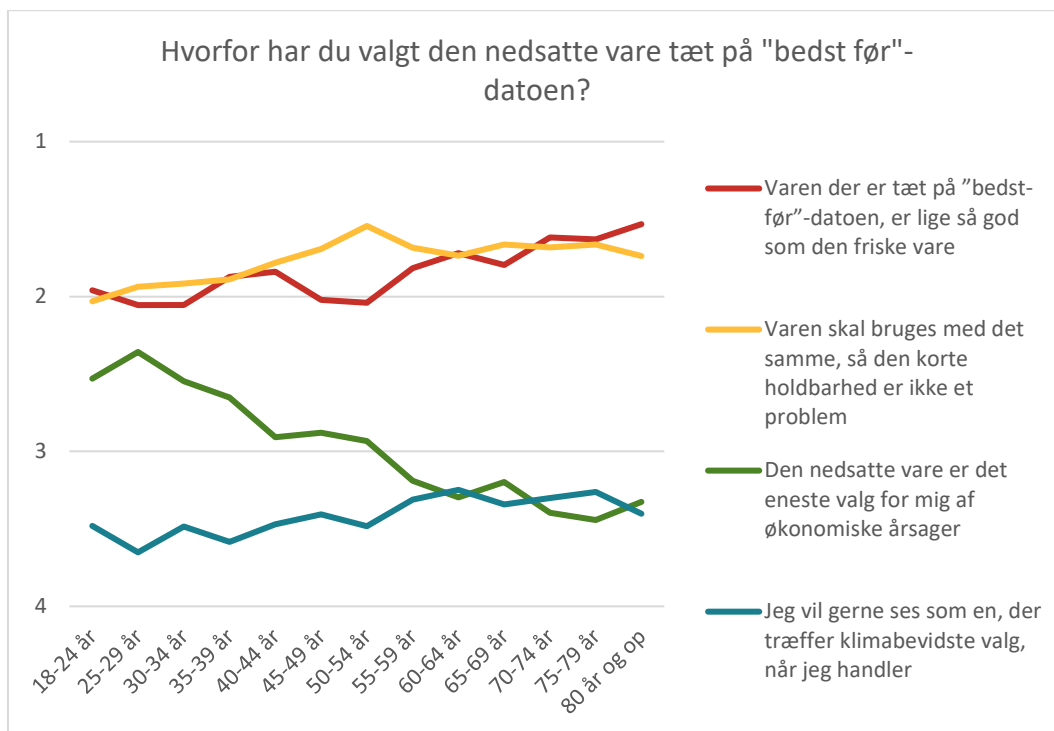
Figur 16: Fordelingen af førsteprioriteter blandt deltagerne i scenarie B.

Det vi kan kalde "de synlige identitetshensyn", altså de svarmuligheder der handler om at "jeg har ikke lyst til at blive set som en, der har behov for at købe nedsatte varer" og "jeg vil gerne ses som en, der træffer klimabevidste valg, når jeg handler", spiller i begge tilfælde en minimal rolle, selvom det man *gerne* vil ses som, spiller en minimalt større rolle end det man *ikke* vil ses som.

Selvom synlige identitetshensyn spiller en minimal eller ingen rolle i begge tilfælde, så betyder alder imidlertid noget for hvordan prioriteterne fordeles sig. Jo ældre man er, desto mindre betyder prisen tilsyneladende for hvorfor man vælger hhv. den ene eller den anden vare. Figur 17 og Figur 18 viser svarenes fordeling på alder. Den lodrette akse viser prioritering hvor "1" betyder at det er den årsag der er prioriteret højest, "2" er næsthøjest osv.



Figur 17: Prioritering fordelt på alder på spørgsmålet om hvorfor man har valgt den friske vare til fuld pris (scenarie A).



Figur 18: Prioritering fordelt på alder på spørgsmålet om hvorfor man har valgt den friske vare til fuld pris (scenarie B)

Det er bemærkelsesværdigt at især de yngre bruger økonomiske argumenter for hvilken vare de vælger, altså ”den eneste jeg har råd til” og ”ikke nedsat tilstrækkeligt”, mens de ældre vurderer varens kvalitet, altså ”lige så god” og ”kan holde sig længe” og dermed ikke prioriterer prisen lige så højt.

Når noget – i dette tilfælde synlige identitetshensyn – prioriteres lavest, betyder det også at der er noget andet der ses som vigtigere, og for de unge er det altså i høj grad prisen. Ofte taler vi om *valg* ifm. madspild, og vi talte også om valg ifm. de forskellige regnskaber som vi har præsenteret i ovenstående afsnit om REGNSKAB. Men har man altid et valg? I spørgeskemaet har vi også indhentet en række baggrundsinformationer på deltagerne, herunder deres husstandsindkomst. De 18-29-årige er de af deltagerne der har den laveste gennemsnitlige husstandsindkomst, og det er altså værd at bemærke at det også kan forholde sig sådan at forbrugerne ikke altid har – eller i hvert fald ikke *ser* et valg – fordi økonomien kan stå i vejen.

### **Kan synliggørelse hjælpe med at reducere madspild?**

Selvom de synlige identitetshensyn tilsyneladende fylder ganske lidt, er det ikke det eneste aspekt af SYNLIGHED i forbindelse med madspild. Det handler nemlig også om synliggørelsen af madspild – altså i form af fx mængder, ligesom det sås i forbindelse med biospanden som i forbindelse med et interview blev illustreret som et synligt symbol på madspild.

I spørgeskemaet introducerede vi en række scenarier som deltagerne blev bedt om at forholde sig til som mulige hjælpemidler i kampen mod madspild. Vi har allerede berørt dette spørgsmål under ANSVAR i rapportens første afsnit (se Figur 4) hvor det viste sig, at særligt unge deltagere angav at de ville kunne reducere deres madspild (og tage større ansvar) hvis de vidste mere om hvordan man anvender fødevarer (*madkundskaber*).

I dette afsnit dykker vi ned i de forskellige andre former for ”hjælpemidler” som vi spurgte til i spørgeskemaet. Vi forsøgte nemlig også at inkludere synlighed i en række af de forslag til madspildsmindskende hjælpemidler vi præsenterede deltagerne for.

Spørgsmålet lød:

**Du bedes forholde dig til, hvor enig eller uenig, du er i følgende udsagn:**

*Jeg ville kunne reducere mit madspild,...*

I Tabel 3 nedenfor ses svarmulighederne kategoriseret i hhv. synlighed/regnskab eller madkundskaber (de to svarmuligheder som vi undersøgte under ANSVAR og vises i Figur 4). Rapportens tre temaer er tæt forbundne, og som Tabel 3 indikerer, taler mange af hjælpemiddelsscenerierne i praksis til synlighed og regnskab på samme tid.

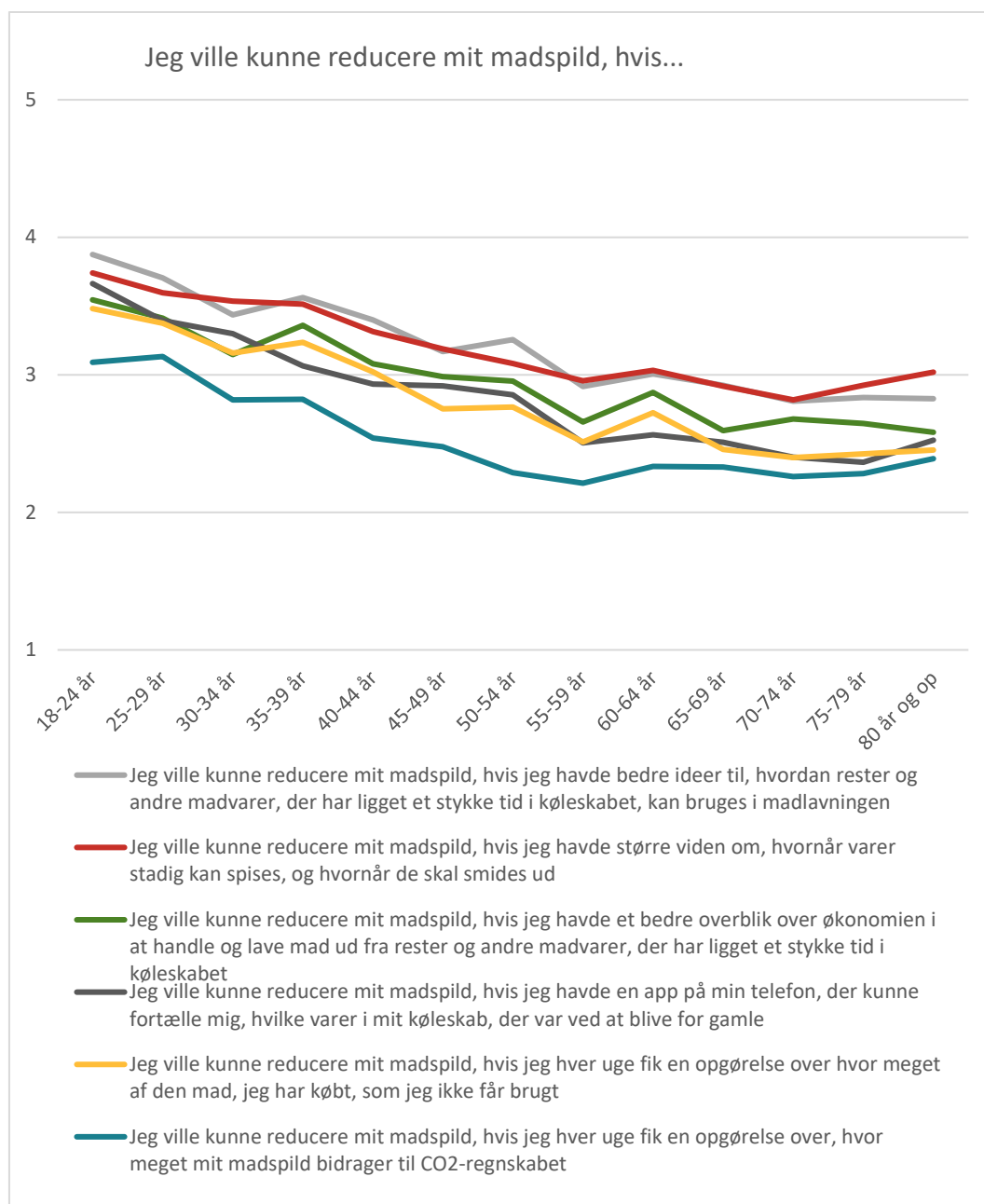
Tabel 3

<b>Synlighed/regnskab</b>	<b>Madkundskaber</b>
<i>hvis jeg hver uge fik en opgørelse over, hvor meget mit madspild bidrager til CO2-regnskabet</i>	<i>hvis jeg havde bedre ideer til, hvordan rester og andre madvarer, der har ligget et stykke tid i køleskabet, kan bruges i madlavningen</i>
<i>hvis jeg havde en app på min telefon, der kunne fortælle mig, hvilke varer i mit køleskab, der var ved at blive for gamle</i>	<i>hvis jeg havde større viden om, hvornår varer stadig kan spises, og hvornår de skal smides ud</i>
<i>hvis jeg hver uge fik en opgørelse over hvor meget af den mad, jeg har købt, som jeg ikke får brugt</i>	
<i>hvis jeg havde et bedre overblik over økonomien i at handle og lave mad ud fra rester og andre madvarer, der har ligget et stykke tid i køleskabet</i>	

Svarskala: (1) Helt uenig, (2) Overvejende uenig, (3) Hverken enig eller uenig, (4) Overvejende enig, og (5) Helt enig.



Figur 19 viser de gennemsnitlige scorer inden for hver aldersgruppe for hver af de seks hjælpemiddelscenarier. Svarene er også her omregnet til en skala fra 1 til 5, hvor 1 betyder 'Helt uenig', 5 betyder 'Helt enig', og 3 betyder 'Hverken enig eller uenig'.



Figur 19: Gennemsnitlig grad af enighed i seks udsagn fordelt på aldersgrupper. Svaremulighederne er omregnet til talværdier på samme måde som i Figur 1.

Når vi ser på Figur 19, er det interessant at bemærke kurvernes nedadgående tendens, men også hvilke ”hjælpemidler” respondenterne mener kan hjælpe dem med at reducere deres madspild.

Blandt de deltagere der er op til 40-44 år, udtrykkes i gennemsnit generelt mere enighed end uenighed i alle udsagn.<sup>2</sup> Det vil sige at deltagerne i denne aldersgruppe – op til 44 år – generelt mener at de ville kunne mindske deres madspild med hjælp. At det dog kun er de to yngste grupper der mener at en opgørelse over hvor meget deres eget madspild bidrager til CO<sub>2</sub>-regnskabet ville kunne hjælpe, passer i øvrigt med at det generelt er de yngre deltagere der ser sig selv som klimabevidste. Når vi kommer på den anden side af 45 år, udtrykkes der omvendt i gennemsnit mere uenighed end enighed for alle udsagn. Undtaget herfra er de to scenarier der handler om *madkundskaber*. Her skal vi op i aldersgruppen fra 65 år og op for at der i gennemsnit udtrykkes mere uenighed end enighed.

Vores undersøgelse kan ikke give et svar på hvad denne aldersforskel skyldes. Men svarene viser en tendens til at de yngre respondenter mener at de kunne mindske deres madspild ”med hjælp”, hvorimod de ældre respondenter enten ikke ser samme behov for at mindske deres madspild, eller ikke ser behovet for hjælp dertil. Man kan spekulere i om dette resultat skal tolkes sådan at denne gruppe af deltagere (fra 45 år) ikke ser behovet fordi de ikke ser madspildet. Hvis det er tilfældet, kunne det tyde på at en synliggørelse af madspild alligevel kunne hjælpe, selvom deltagerne ikke selv ser behovet for det. Samtidig ser vi at de yngre (op til 44 år) altså *selv* mener at forskellige former for hjælpemidler der handler om synliggørelse, kan hjælpe dem.

---

<sup>2</sup> Eneste undtagelse er ”jeg ville kunne reducere mit madspild, hvis jeg hver uge fik en opgørelse over, hvor meget mit madspild bidrager til CO<sub>2</sub>-regnskabet”. På dette spørgsmål er det kun er to yngste grupper der mener det vil hjælpe.

Når vi dykker ned i de forskellige ”hjælpemidler”, ligger de scenarier som vi har kategoriseret som nogle der har med synlighed (og regnskab) at gøre, generelt relativt lavere på tværs af alder, mens dem der handler om *madkundskaber*, generelt ligger højest, sammen med hjælpeforanstaltninger der handler om at få synliggjort de økonomiske konsekvenser.

De svarmuligheder der handler om madkundskaber, er de mest umiddelbart konkrete ift. hvad man gør med en fødevarer man helst vil undgå at smide ud. Det er altså måske i virkeligheden det mest ”synlige” tiltag fordi det er umiddelbart tilgængeligt i den situation hvor en madvare enten skal spises, gemmes eller smides ud. Samtidig leder synliggørelsen af de økonomiske konsekvenser af madspild tanker hen på den biospand med penge i som en informant tegnede i forbindelse med et interview, og som er vist som indledning til dette afsnit; den står som et meget konkret billede på hvordan madspild målt i penge, bliver synligt.

Allernederst i Figur 19 ligger til gengæld CO<sub>2</sub>-regnskabet. Der er altså færrest der mener at synliggørelse af deres eget madspilds bidrag til CO<sub>2</sub>-regnskabet ville kunne hjælpe dem med at mindske deres madspild. Dette resultat passer med de resultater der findes i afsnittet om REGNSKAB hvor det viste sig at klimaregnskabet ikke er det regnskab der er dominerende i den danske befolkning. Men denne svarmulighed kan også siges at være det mest abstrakte løsningsforslag og på den måde ikke et regnskab der er synligt i selve den situation hvor man står og skal vurdere om en madvare skal gemmes, bruges eller smides ud.

### **Opsamlende samtalepunkt**

I dette afsnit om SYNLIGHED har vi set at synlighed og synliggørelse af madspild, bl.a. i detailhandlen, ikke umiddelbart ser ud til at have den store effekt i bekæmpelsen af madspild når man spørger den almene dansker. Det leder os til følgende samtalepunkt: Hvordan sørger vi for at synliggørelsen af – og

bevidstheden om – madspild følger med fra supermarkedet hjem i køkkenerne?

For det ser nemlig omvendt ud til at *manglen* på synlighed af det madspild man som forbruger *selv* genererer, er noget der er potentiale i at sætte fokus på – i hvert fald for de yngre forbrugere som generelt udviser enighed i at det ville kunne hjælpe dem med at mindske deres madspild.

## FAKTA OM UNDERSØGELSEN

### En del af forskningsprojektet:

#### **”Bekæmpelse af madspild – samspil mellem værdier, valg og vaner”**

Denne undersøgelse er en del af forskningsprojektet ”Bekæmpelse af madspild – mellem værdier, valg og vaner” som er finansieret af VELUX FONDEN og løber fra 2022-2025. Projektet er et samarbejde mellem forskere fra det Humanistiske Fakultet, det Juridiske Fakultet og Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi på Københavns Universitet samt fire centrale aktører på madspildsområdet:

Forbrugerrådet Tænk, Fødevarerbanken, Stop Spild Lokalt og Salling Group.

Projektet huses af Center for Internationalisering og Parallelsproglighed (CIP) på Københavns Universitet.

Det overordnede formål med projektet er at undersøge hvilke barrierer og muligheder der findes for at undgå madspild i samspillet mellem forbrugere, detailhandel og madspildsorganisationer. Det gør vi ved at udvikle økonomiske modeller for madspild, undersøge momslovgivningen på fødevarer og ved at bruge sproglige analyser til at forstå danske forbrugeres egne forståelser og meningsskabelser omkring madspild.

Rapporten er udarbejdet af Camilla Falk Rønne Nissen, Janus Mortensen og Jacob Thøgersen fra Det Humanistiske Fakultet på Københavns Universitet.

Spørgeskemaet blev udsendt af analysebureauet Wilke i marts og april 2024 til deres panel. Udregningerne som ligger til grund for rapporten, er foretaget af Jacob Thøgersen og kvalitetssikret gennem sparring med Jørgen Dejgård Jensen fra Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi på Københavns Universitet. Spørgeskemaet er udarbejdet i samarbejde mellem Camilla Falk Rønne Nissen, Janus Mortensen, Kamilla Kraft, Sofie Emilie Abrahamsen Søndergaard og Jørgen Dejgård Jensen fra Københavns Universitet samt Camilla Udsen og Marie Dehn Holgersen fra Forbrugerrådet Tænk.

Arbejdet med spørgeskemaundersøgelsen og den foreliggende rapport er blevet styrket gennem løbende diskussion med alle deltagere i projektet. Udover de projektdeltagere som allerede er nævnt, vil forfatterne gerne takke Karin Schwarz Revsbeck Rasmussen fra Det Juridiske Fakultet på Københavns Universitet, Clara Garcia Bouyssou fra Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi på Københavns Universitet, Maja Effersøe Kahn fra Forbrugerrådet Tænk, Henrik Olsen fra Fødevarebanken og Rasmus Erichsen fra Stop Spild Lokalt og bestyrelsesmedlem i One/Third for input og sparring.

### **Udarbejdet på baggrund af foreløbige resultater fra en kvalitativ interviewundersøgelse**

Spørgeskemaet er udarbejdet på baggrund af de foreløbige resultater fra en kvalitativ interviewundersøgelse med 28 danskere i aldersgruppen 18-34 år fordelt på alle fem regioner i Danmark. Interviewene foregik i interviewdeltagernes hjem, varede ca. 1,5 time og er lyd- og videooptaget og efterfølgende transskriberet. Interviewene havde til hensigt at få den interviewede til at fortælle om en typisk ”maduge”; hvordan kommer der mad på bordet og i maven – og hvad sker der efterfølgende med den mad der ikke spises? Den interviewede blev opfordret til at tegne sig gennem sin fortælling, og tegningerne er efterfølgende blevet brugt i arbejdet med at identificere temaer i interviewmaterialet. Interviewene var ikke stramt styret af en række prædefinerede spørgsmål, men der var formuleret en række hjælpespørgsmål hvis samtalen skulle hjælpes på vej:

- Tænker du over hvor meget madspild du producerer i løbet af en uge?
- Tror du at du smider mere eller mindre mad ud end andre?
- Tænker du over hvad andre tænker om dit madspild? (venner, familie, kollegaer, holdkammerater/medstuderende)?
- Hvem synes du der har ansvaret for at mindske madspild (forbrugerne, producenterne, supermarkederne, politikere osv.)?
- Tager du bevidste valg ift. at mindske madspild?
- Hvor meget fylder madspild i dine daglige overvejelser omkring madlavning og indkøb?

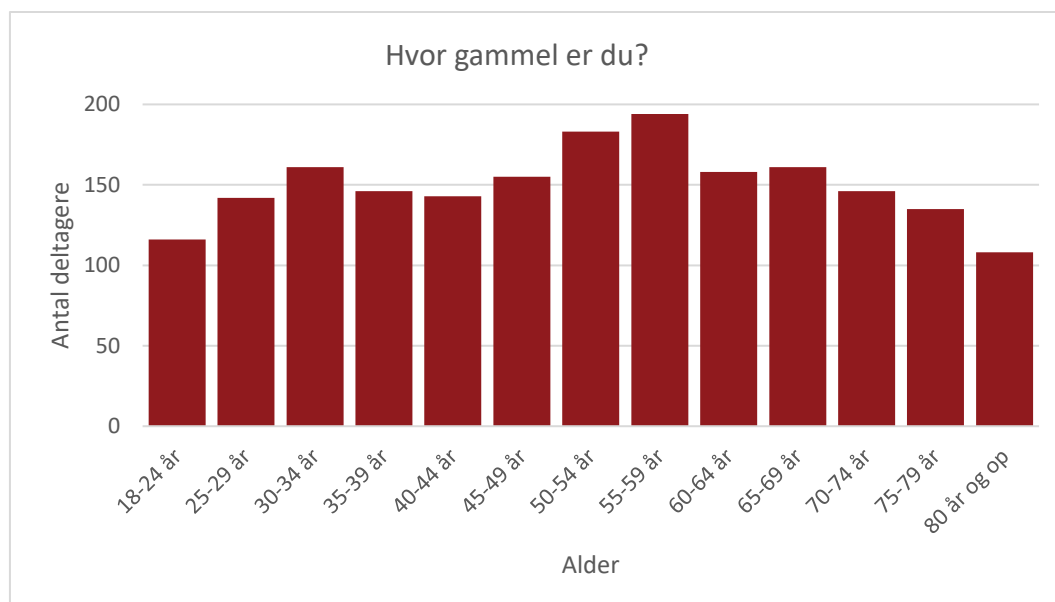
## Spørgeskemaundersøgelsens datagrundlag

Der er i alt 1948 respondenter på spørgeskemaundersøgelsen. De fordeler sig således:

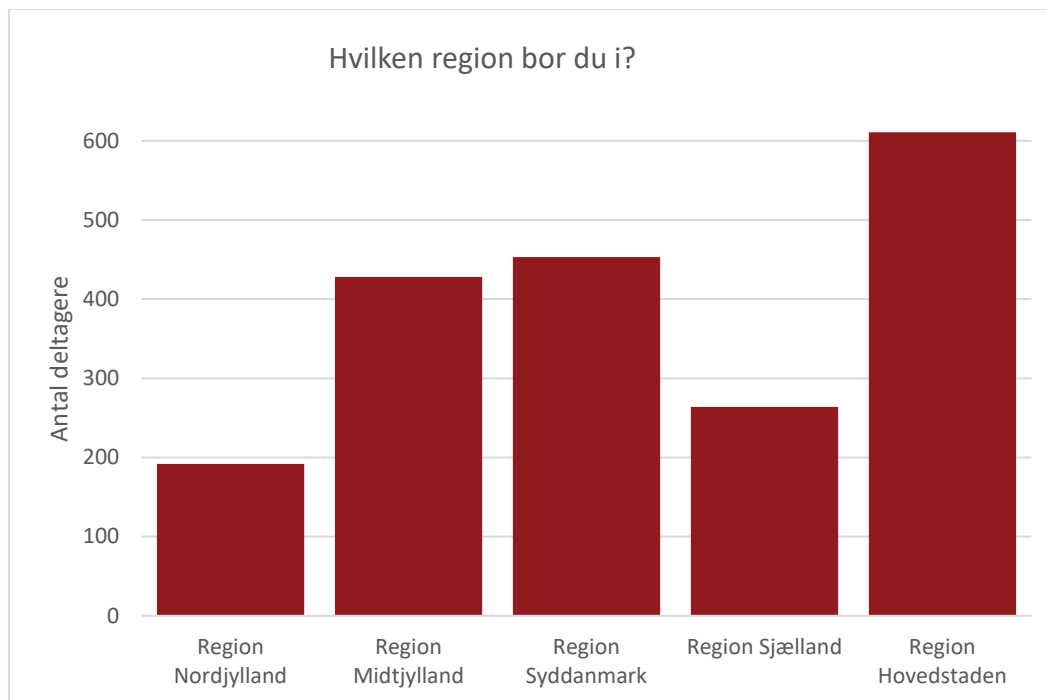
### Køn



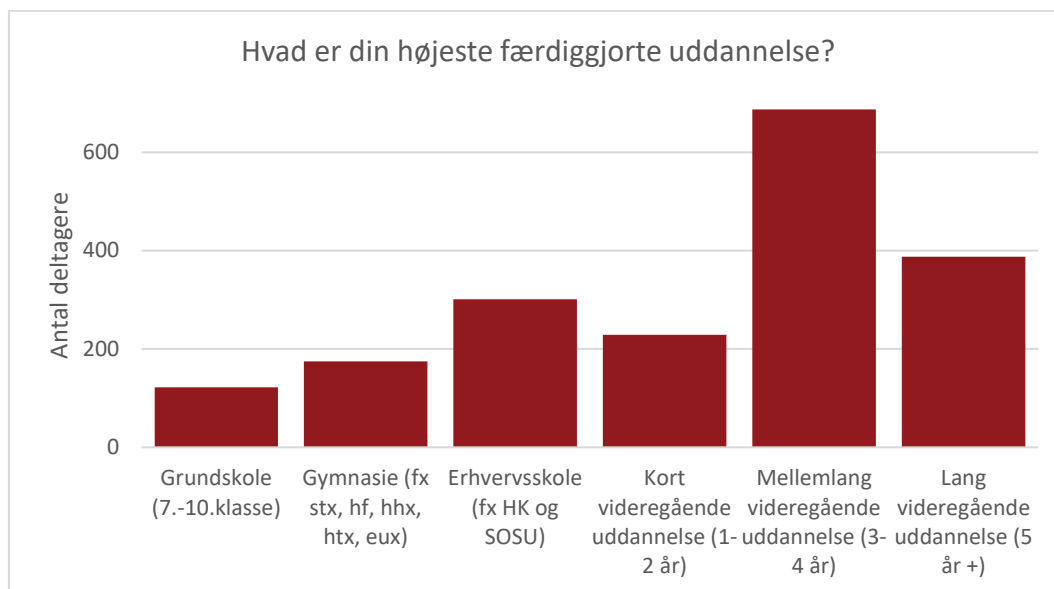
### Alder



## Region

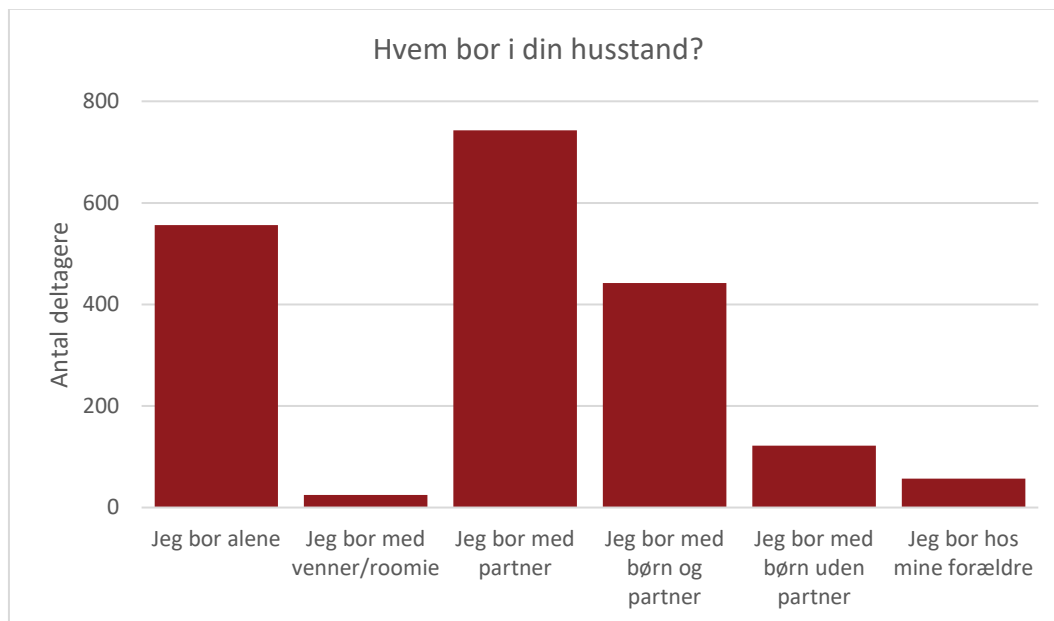


## Uddannelsesniveau





## Husstandsforhold

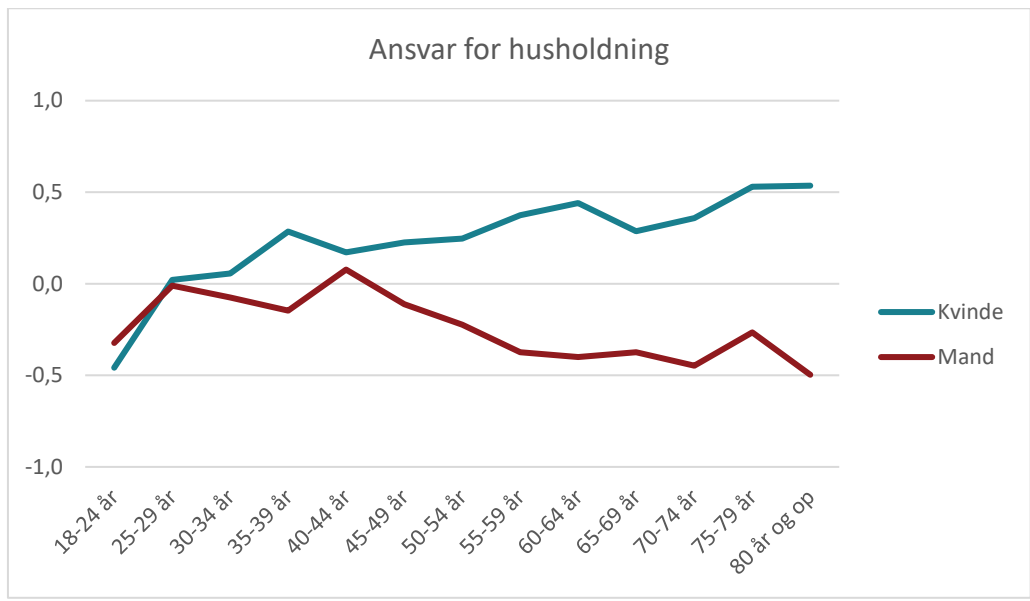


## Ansvar for husholdning

Ud fra en række spørgsmål om fordelingen af opgaver i hjemmet, kan vi også se hvem der typisk har ”ansvaret for husholdningen”.

- Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn omkring dine opgaver i hjemmet?
  - Jeg tager mig af al planlægning af hvad der skal købes ind og laves til måltiderne
  - Jeg tager mig af al madlavning
  - Jeg tager mig af al oprydning efter måltider og håndtering af evt. rester
  - Jeg tager mig af al indkøb
  - Jeg tager mig af at holde styr på beholdningen af mad i køleskabet, køkkenskabe og dybfryser

Her ses svarene omregnet til en faktor og derefter fordelt på køn og alder. Den lodrette akse viser faktorscorer: 0 er gennemsnittet for alle respondenter, +/- 1 er én standardafvigelse fra gennemsnittet. Det vil sige at højere betyder mere. Både køns- og alderseffekten er statistisk signifikant.



## Spørgeskemaet i sin helhed

I hvilket postnr. bor du?

---

Hvilket køn identificerer du dig med?

- Kvinde
- Mand
- Andet
- Ønsker ikke at oplyse

---

I hvilket år er du født?

---

Hvilken region bor du i?

- Region Nordjylland
- Region Midtjylland
- Region Syddanmark
- Region Sjælland
- Region Hovedstaden

---

Hvor gammel er du?

----vælg----

---

Hvad er din højeste færdiggjorte uddannelse?

- Grundskole (7.-10. klasse)
- Gymnasie (fx stx, hf, hhx, htx, eux)
- Erhvervsskole (fx HK og SOSU)
- Kort videregående uddannelse (1-2 år)
- Mellemlang videregående uddannelse (3-4 år)
- Lang videregående uddannelse (5 år +)

- Anden uddannelse
  - Ved ikke
- 

**Hvad er din nuværende hovedbeskæftigelse?**

- Studerende
  - I arbejde
  - Selvstændig
  - Ledig
  - På orlov
  - Pensioneret
  - Efterlønsmodtager
  - Andet
- 

**Hvem bor i din husstand?**

- Jeg bor alene
  - Jeg bor med venner/roomie
  - Jeg bor med partner
  - Jeg bor med børn og partner
  - Jeg bor med børn uden partner
  - Jeg bor hos mine forældre
  - Andet, notér....
- 

**Hvad er din husstands samlede indkomst?**

- Under 200.000 kr.
- 200.000-299.999 kr.
- 300.000-39.999 kr.
- 400.000-499.999 kr.
- 500.000-599.999 kr.
- 600.000-699.999 kr.
- 700.000-799.999 kr.
- 800.000-899.999 kr.
- 900.000-999.999 kr.
- 1.000.000 kr. eller derover
- Ved ikke
- Vil ikke oplyse

---

**Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn omkring dine opgaver i hjemmet?**

- Jeg tager mig af al planlægning af hvad der skal købes ind og laves til måltiderne
- Jeg tager mig af al madlavning
- Jeg tager mig af al oprydning efter måltider og håndtering af evt. rester
- Jeg tager mig af al indkøb
- Jeg tager mig af at holde styr på beholdningen af mad i køleskabet, køkkenskabe og dybfryser

Svarskala: Helt uenig, Uenig, Hverken eller, Enig, Helt enig, Ved ikke

---

**Du bedes angive, hvor enig og uenig, du er i følgende udsagn, der handler om madspild:**

- At reducere madspild er noget, den enkelte har ansvar for
- Jeg tænker tit på, hvordan jeg kan reducere madspild i hverdagen
- Jeg skammer mig, hvis der spildes mad hjemme hos mig
- Jeg forsøger at undgå madspild, fordi det er spild af penge at smide mad ud
- Madspild er ikke noget, jeg kan gøre så meget ved

Svarskala: Helt uenig, Uenig, Hverken eller, Enig, Helt enig, Ved ikke

---

**Du bedes angive hvor enig eller uenig du er i følgende udsagn, der handler om madspild i et samfundsperspektiv:**

- Supermarkederne burde gøre mere for at mindske madspild, fx ved at tage færre varer hjem og have færre varer på hylderne
- Politikerne burde gøre mere for at reducere madspild i samfundet
- Det er vigtigt at reducere madspild for at beskytte klimaet
- Madspild i kantiner på arbejdspladser og offentlige institutioner er et større problem end det madspild, der finder sted i private hjem

Svarskala: Helt uenig, Uenig, Hverken eller, Enig, Helt enig, Ved ikke

---

**Du vil nu se en række mulige begrundelser for, hvorfor reduktion af madspild er vigtigt. Du bedes prioritere begrundelserne efter, hvad der er vigtigt for dig personligt, så 1 er den vigtigste begrundelse og 4 er den mindst vigtige.**

- Vi har alle et ansvar for at spare på jordens ressourcer
  - Jeg ønsker at spare penge
  - Jeg ønsker at passe på klimaet
  - Det er umoralsk at smide mad ud, når andre mennesker sulter
- 

**Hvor ofte vælger du at spise noget andet, end det du har lyst til for at undgå madspild?**

- Dagligt
  - Flere gange om ugen
  - Ca. én gang om ugen
  - Mindst én gang om måneden
  - Mindst én gang hvert halve år
  - Sjældnere end hvert halve år
  - Aldrig
- 

**Hvor ofte spiser du mere end du har behov for, for at mindske madspild?**

- Dagligt
  - Flere gange om ugen
  - Ca. én gang om ugen
  - Mindst én gang om måneden
  - Mindst én gang hvert halve år
  - Sjældnere end hvert halve år
  - Aldrig
- 

**Hvor ofte planlægger du indkøb og måltider for at kunne udnytte maden fuldt ud og dermed undgå madspild?**

- Dagligt
- Flere gange om ugen
- Ca. én gang om ugen
- Mindst én gang om måneden
- Mindst én gang hvert halve år

- Sjældnere end hvert halve år
  - Aldrig
- 

**Hvor vigtige er de følgende grunde for dit valg af indkøbssted?**

- At butikken altid har et stort udvalg af friske varer inden for de fleste typer af fødevarer
  - At butikken har synlige madspildsreducerende tiltag, for eksempel nedsat pris på varer der er tæt på udløbsdato, eller skilte med besked om at hylden kan være tom, fordi butikken ønsker at minimere madspild
  - At butikken har lave priser
  - At butikken har synlige klimavenlige tiltag, som for eksempel stort udvalg af plantebaserede fødevarer
- 

**Forestil dig at du står i supermarkedet med valget mellem at købe en helt frisk vare eller en vare, som er tæt på ”bedst før”-datoen og derfor er sat 20 % ned i pris. Hvilken vare vælger du at købe?**

(”bedst før” sættes på fødevarer som over tid forringes i kvalitet, men hvis varen stadig ser fin ud og dufter og smager fint, så kan fødevaren sagtens spises efter datoen)

- Den friske vare til fuld pris
  - Den nedsatte vare som er tæt på ”bedst før”-datoen
- 

**Du bedes prioritere begrundelserne for, hvorfor du har valgt den friske vare til fuld pris. 1 er den vigtigste begrundelse og 4 er den mindst vigtige.**

- Varen der er tæt på ”bedst-før”-datoen, er mindre appetitlig
  - Jeg synes ikke, at prisen er sat tilstrækkeligt ned på den vare, der er tæt på ”bedst-før”-datoen
  - Jeg foretrækker, at varen kan holde sig længere, så jeg er sikker på, at jeg kan nå at få den brugt
  - Jeg har ikke lyst til at blive set som en, der har behov for at købe nedsatte varer
- 

**Du bedes prioritere begrundelserne for, hvorfor du har valgt den nedsatte vare tæt på ”bedst-før”-datoen. 1 er den vigtigste begrundelse og 4 er den mindst vigtige.**

- Varen der er tæt på ”bedst-før”-datoen, er lige så god som den friske vare

- Den nedsatte vare er det eneste valg for mig af økonomiske årsager
  - Varen skal bruges med det samme, så den korte holdbarhed er ikke et problem
  - Jeg vil gerne ses som en, der træffer klimabevidste valg, når jeg handler
- 

**Hvis du skulle købe en madvare som har sidste anvendelsesdato om tre dage, hvor stor en prisreduktion vil du så forvente?**

(”sidste anvendelsesdato” sættes på fødevarer, som du kan blive syg af at spise, hvis datoen overskrides.)

- Ingen prisreduktion
  - 0-10 % prisreduktion
  - 10-25 % prisreduktion
  - 25-50 % prisreduktion
  - Mere end 50 % prisreduktion
  - Ville ikke købe varen uanset prisen
  - Ville købe varen uanset prisen, fordi det mindsker madspild
  - Ved ikke
- 

**Hvis du skulle købe en madvare som har sidste anvendelsesdato samme dag, hvor stor en prisreduktion vil du så forvente?**

- Ingen prisreduktion
  - 0-10 % prisreduktion
  - 10-25 % prisreduktion
  - 25-50 % prisreduktion
  - Mere end 50 % prisreduktion
  - Ville ikke købe varen uanset prisen
  - Ville købe varen uanset prisen, fordi det mindsker madspild
  - Ved ikke
- 

**Du bedes angive hvor enig eller uenig, du er i følgende udsagn:**

- Jeg ser mig selv som typen, der er klimabevidst, når det handler om mad
- Jeg ser mig selv som den økonomiske type, hvad angår mad
- Jeg ser mig selv som typen, der går op i at lave god mad

Svarskala: Helt uenig, Uenig, Hverken eller, Enig, Helt enig, Ved ikke

---



**Har du nogensinde købt varer eller madspildsposer med madvarer, der var nedsat, fordi indholdet var tæt på sidste anvendelsesdato, eller ikke længere var helt friskt, fx brød?**

- Ja
  - Nej
- 

**Når du køber varer tæt på sidste anvendelsesdato eller madspildsposer, i hvor høj grad plejer du så at få brugt varerne?**

- I meget lav grad
  - I lav grad
  - I nogen grad
  - I høj grad
  - I meget høj grad
- 

**Du bedes forholde dig til, hvor enig eller uenig, du er i følgende udsagn:  
Jeg ville kunne reducere mit madspild,...**

- hvis jeg hver uge fik en opgørelse over, hvor meget mit madspild bidrager til CO<sub>2</sub>-regnskabet
- hvis jeg havde en app på min telefon, der kunne fortælle mig, hvilke varer i mit køleskab, der var ved at blive for gamle
- hvis jeg hver uge fik en opgørelse over hvor meget af den mad, jeg har købt, som jeg ikke får brugt
- hvis jeg havde et bedre overblik over økonomien i at handle og lave mad ud fra rester og andre madvarer, der har ligget et stykke tid i køleskabet
- hvis jeg havde bedre ideer til, hvordan rester og andre madvarer, der har ligget et stykke tid i køleskabet, kan bruges i madlavningen
- hvis jeg havde større viden om, hvornår varer stadig kan spises, og hvornår de skal smides ud

Svarskala: Helt uenig, Uenig, Hverken eller, Enig, Helt enig, Ved ikke

---

**Du bedes angive hvor enig eller uenig, du er i følgende udsagn:**

- At være ansvarlig i brugen af økonomiske ressourcer er en vigtig del af, hvem jeg er

- At passe på klimaet er en vigtig del af, hvem jeg er
- At leve godt er en vigtig del af, hvem jeg er

Svarskala: Helt uenig, Uenig, Hverken eller, Enig, Helt enig, Ved ikke

---

**Hvis du har yderligere kommentarer til undersøgelsen eller til emnet madspild generelt, kan du skrive dem her.**

---