



Rapport nr. 3-1999

Ellen Bjørkum

Opprinnelsesmerking av mat

en studie av forbrukernes syn på

opprinnelsesmerking

SIFO

© SIFO 1999
Rapport nr. 3 – 1999

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
Sandakerveien 24 C, Bygg B
Postboks 4682 Nydalen
0405 Oslo
www.sifo.no

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

Rapport nr. 3 - 1999

Opprinnelsesmerking av mat

En studie av forbrukernes syn på
opprinnelsesmerking

Country-of-origin labelling of food

av

Ellen Bjørkum

1999

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
Postboks 173, 1324 Lysaker

Forord

Denne rapporten er et resultat av undersøkelsen "Opprinnelsesmerking av mat. En studie av forbrukernes syn på opprinnelsesmerking", gjennomført ved Statens institutt for forbruksforskning (SIFO) høsten 1998. Undersøkelsen er gjennomført på oppdrag fra Statens Næringsmiddeltilsyn (SNT). Åse Fulke har vært prosjektansvarlig ved SNT. Datainnsamlingen ble foretatt i september og november og består av fire fokusgrupper samt en telefonsurvey. Både fokusgruppene og spørreundersøkelsen ble gjennomført i samarbeid med Norsk Gallup A/S.

Unni Kjærnes og Randi Lavik har vært prosjektleder.

Lysaker januar, 1999

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING (SIFO)

Innhold

Forord	5
Sammendrag	9
Summary	17
1 Innledning	25
1.1. Bakgrunn	25
1.2. Mat, risiko og tillit i det moderne samfunn	27
1.3. Formål og problemstillinger	30
1.4. Rapportens videre organisering	32
2 Metode	33
2.1 Fokusgrupper	33
2.2. Spørreundersøkelsen	39
3 Opprinnelsesmerking av kjøtt	41
3.1 Opprinnelsesmerking av kjøtt - et forbruker-ønske?	42
3.2 Relevans for ulike kjøttslag	44
3.3. Ulike begrunnelser for ønsket om opprinnelsesmerking. Resultater fra fokusgruppene	46
3.3.1 Mulighet til å velge norsk kjøtt	50
3.3.2 Valgfrihet som prinsipp	62
3.3.3 Valgfrihet på bakgrunn av kvalitetsegenskaper som smak og mørhet	63
3.4. Ulike begrunnelser for ønsket om opprinnelsesmerking. Resultater fra spørreundersøkelsen	64
3.5. Medienes innflytelse og retorikk i kjøttdebatten	69

3.6.	Ulike begrunnelser for liten interesse for opprinnelsesmerking. Resultater fra fokus-gruppene	72
3.6.1.	Tillit, kontroll og nærhet til landbruksproduksjonen	72
3.6.2.	Motreaksjoner mot risikofokuseringen	76
3.7.	Ulike begrunnelser for liten interesse for opprinnelsesmerking. Resultater fra spørreundersøkelsen	81
3.8.	Angivelse av merkingen	84
4	Omfanget av opprinnelsesmerkingen	87
4.1.	Informasjon om gård, bonde og distrikt	88
4.2.	Rase	93
4.3.	En biff er en biff er en biff...	97
5	Opprinnelsesmerking av annen mat enn kjøtt	105
5.1.	Frukt, grønnsaker, ost og egg	105
5.2.	Fisk	116
6	Hvem skal stå bak opprinnelsesmerkingen?	119
7	Oppsummering og konklusjon	123
	Litteratur	133
	Vedlegg	139

Sammendrag

Målsettingen med denne studien er å oppnå bedre innsikt i og forståelse av forbrukerens oppfatninger og tanker om opprinnelsesmerking av mat generelt og kjøtt spesielt. Spørsmålet om opprinnelsesmerking av kjøtt er aktualisert gjennom en politikk som sikter mot økt handel over landegrensene og redusert grensekontroll. Samtidig har økt turbulens på kjøttmarkedet bidratt til å sette spørsmålet på dagsorden, både her til lands og i andre land. Opprinnelsesmerking eksisterer i dag som en frivillig ordning i mange land. I Norge garanterer for eksempel merkeordningen Godt Norsk norske råvarer. Fra og med år 2000 innfører EU et obligatorisk system med merking av storfekjøtt med opprinnelsesland. Også her til lands vil det gjennomføres en ordning med opprinnelsesmerking av storfekjøtt.

Forbrukerne har rett til å føle seg trygge på at maten de spiser ikke utgjør en fare for liv og helse. For forbrukerne er det derfor viktig å få informasjon slik at man kan gjøre velbegrunnede valg. I et samfunn hvor avstanden mellom produsent og forbruker er større enn før, blir muligheten til førstehånds informasjon stadig mindre. Det blir derfor viktig at forbrukerne har *tillit* til at maten er produsert og distribuert på en måte som ikke medfører fare for den enkeltes helse. Opprinnelsesmerking av mat kan være en strategi med tanke på å oppnå og beholde forbrukernes tillit.

Flere studier viser at angivelse av opprinnelsesland er et sentralt forbrukerønske. Årsakene til et slikt ønske kan være mange. Noen vil gjerne ha muligheten til å velge bort kjøtt fra land som bruker hormoner eller andre omdiskuterte stoffer i kjøttproduksjon. Andre vil kanskje ha muligheten til å velge eller velge bort kjøtt fra land av politiske årsaker. Hovedspørsmålet i denne undersøkelsen har

vært hvorvidt og i hvilken grad opprinnelsesmerking er ønskelig fra forbrukernes side, og i så fall hvorfor eller hvorfor ikke, forbrukerne etterspør slik informasjon. Vi har rettet et spesielt fokus mot kjøtt, men også andre matvarer som frukt, grønnsaker, ost og fisk har vært tema. Vi har også vært opptatt av hvordan, på hvilken måte og i hvilken sammenheng forbrukernes oppfatninger kommer til uttrykk. Samtidig har det også vært viktig å få svar på hvor omfattende og detaljert forbrukerne synes en slik ordning med opprinnelsesinformasjon skal være. Er det tilstrekkelig med informasjon om opprinnelsesland eller er det ønskelig med annen opprinnelsesinformasjon, så som opplysninger om dyrets fødested, oppdrettssted, bondens navn, distrikt, dyrets rase, kjønn etc.?

Vi har benyttet både kvalitativ og kvantitativ metode for å besvare problemstillingen. Rapporten baserer seg først og fremst på resultater fra 4 fokusgruppeintervjuer av kvinner og menn i ulike aldersgrupper. I tillegg ble det gjennomført en surveyundersøkelse med et begrenset antall spørsmål. Disse er først og fremst benyttet for å supplere de kvalitative analysene. Begge undersøkelsene ble gjennomført i samarbeid med Gallup Institutt A/S.

I kapittel 3 tar vi for oss interessen blant forbrukerne for informasjon om opprinnelse i form av land. Spørsmålet som ble stilt var *hvorvidt* forbrukerne er opptatt av denne type informasjon og i så fall *hvorfor/hvorfor ikke*. Spørreundersøkelsen avdekket at majoriteten av norske forbrukere synes det er viktig med informasjon om hvilket land kjøttet kommer fra (47 prosent svarer svært viktig og 28 prosent svarer ganske viktig). Kvinner synes slik informasjon er viktigere enn menn og yngre aldersgrupper synes det er viktigere enn eldre.

Også fokusgruppene viser at interessen for opprinnelsesmerking for kjøtt er stor. Gruppediskusjonene avdekker imidlertid også at spørsmålet om kjøttets opprinnelsesland blant flere i liten grad har vært gjenstand for refleksjon. Det tas *for gitt* at kjøtt i norske butikker er norsk. Andre gir mer eksplisitt uttrykk for i liten grad å være interessert i den type informasjon om kjøtt. Hvilke argumenter ligger så til grunn for de oppfatninger som kommer til uttrykk blant informantene? Hva er årsaken til at noen ser det som viktig med slik informasjon, mens andre i mindre grad er opptatt av det? Og i hvilken sammenheng kommer spørsmålet om slik merking til uttrykk?

Valgfrihet som prinsipp eller mulighet til å velge på bakgrunn av smak, mørhet og lignende er blant de argumentene som fremkommer i undersøkelsen. Disse argumentene er imidlertid ikke dominerende. Fokusgruppene avdekket at det er vanskelig å diskutere spørsmålet om merking av kjøtt med land *uavhengig* av preferansen for norske varer. De av informantene som ønsker å få informasjon om opprinnelsesland ønsker dette av hensyn til å kunne velge norsk kjøtt. Oppfatningen om at norsk kjøtt er tryggere, og dyrenes velferd bedre enn i andre land, er de viktigste begrunnelsene for å velge norsk. Ønske om å støtte norsk landbruk er et annet argument. Noen ønsker også å velge norsk kjøtt fordi de ikke stoler på at kontrollen av importert kjøtt er god nok. Mistillit til importkontrollen er således et argument for å velge norsk. Resultatene fra spørreundersøkelsen peker i samme retning. Majoriteten av befolkningen (83 prosent) oppgir hensynet til trygg mat som den viktigste grunnen til ønsket om informasjon om opprinnelsesland. Hensynet til dyrenes velferd og retten til å kunne velge får også stor oppslutning blant mange.

Resultatene fra fokusgruppene viser at det er en utbredt skepsis til utenlandsk kjøtt. Mens utenlandsk kjøtt gir assosiasjoner til salmonella, hormoner og antibiotikabruk, oppfattes norsk kjøtt å være fri for slike problemer. Det handler imidlertid ikke bare om hvorvidt maten er trygg å spise eller ikke, men også om ulike måter å *produsere* på. Det synes å være en oppfatning om at norsk kjøttproduksjon er ”bedre” enn i andre land og at produksjonen foregår etter “visse kriterier”. Implisitt synes det å ligge en oppfatning om at industrialiseringen i landbruket har overskredet en grense for hva mange anser som akseptabelt ut fra en etisk standard. For den enkelte forbruker er det vanskelig å vite nøyaktig hvordan produksjonen av kjøtt foregår, hverken her til lands eller i andre land. Ønsket om å velge norsk fremfor utenlandsk kjøtt blir derfor langt på vei et spørsmål om tillit. Norsk kjøtt synes å være i besittelse av det som kalles for *tillitsbasert kvalitet*. Tillit til norsk kjøtt og kjøttproduksjon kombinert med en uttrykt *skepsis* eller *mistillit* til utenlandsk kjøtt og kjøttproduksjon, er derfor en viktig forklaring på preferansen for det norske. Selv om mistilliten til ulike land varierer, er det likevel mye som tyder på at grensen for tillit går ved Norges yttergrenser. *Nærhet* til matvareproduksjonen både geografisk, kulturelt og mentalt er viktig i denne sammenheng. Det som er nært og kjent er ofte et grunnlag for trygghet, mens det som er fremmed og med en annen geografisk

opprinnelse i større grad oppleves som usikkert. Tilliten til det norske må også ses i sammenheng med at Norge har hatt færre kriser på matområdet sammenlignet med mange andre land.

Det er også en del av informantene som i liten grad synes å være opptatt av spørsmål om hvor kjøttet kommer fra. Dette synes delvis å henge sammen med en tillit til at det kjøttet som importeres til Norge kontrolleres på en tilfredsstillende måte. Så lenge kjøttet har passert den norske grensekontrollen er det mindre viktig hvor kjøttet kommer fra; om det kommer fra Sverige, Danmark eller Botswana, spiller liten rolle. Vårt inntrykk er at denne gruppen av informanter legger større vekt på kontroll enn på informasjon. Dette kan forstås som en reaksjon mot å måtte forholde seg til spørsmål om valg. Enkelte påpeker også at de vet for lite til å kunne velge. Tillit til kontrollen kan tenkes å være en *strategi for mestring* når det gjelder å håndtere risiko ved mat. Det kan også forstås som en mer bevisst *avstandstagen* fra forbrukernes side mot en forskyvning av ansvar for trygg mat fra myndighetene og over på forbruker.

En del av informantene er i liten grad opptatt av spørsmålet om risiko ved mat. Interessen rettes i større grad mot matens sosiale og smaksmessige sider. Maten skal nytes, man skal kose seg med maten og ikke minst oppfattes det som viktig å overføre positive holdninger til barna. Denne gruppen informanter har en nærmest fatalistisk holdning til matens potensielle helsefare. Deres manglende interesse for opprinnelsesmerking kan skyldes at spørsmålet om merking for en stor del kommer opp i tilknytning til et tema som de i liten grad er opptatt av.

Resultatene fra spørreundersøkelsen viser at oppfatningen om at kontrollen av mat er god nok, er den viktigste årsaken til at informasjon om land i liten grad anses som viktig. Over halvparten av befolkningen mener at kontrollen av kjøtt er tilstrekkelig. Det er også en del (19 prosent) som svarer at man vet for lite om maten fra andre land til å kunne velge. Nesten like mange mener at tryggheten når det gjelder kjøtt er like god i alle land, mens 26 prosent svarer "andre grunner".

I kapittel 4 diskuteres spørsmålet om *hva slags* opprinnelsesinformasjon som er interessant for forbrukerne. Spørsmålet er hvorvidt forbrukernes interesse begrenser seg til å omfatte

informasjon om land, eller om det også er ønskelig med ytterligere opprinnelsesinformasjon. Både fokusgruppene og spørreundersøkelsen viser at interessen for kjøttets opprinnelse *først og fremst* er knyttet til informasjon om land. Informasjon om hvor dyret er født og oppdrettet, navn på bonde og hvilket distrikt det kommer fra, har mindre interesse. Enkelte peker på at informasjon om geografisk opprinnelse i form av gård og distrikt kan være av interesse hvis det kan påvises at for eksempel beitestet har betydning for kjøttets smak og kvalitet. Flere av informantene mener at informasjon om gården hvor dyret er født og oppdrettet blir for omfattende og vanskelig å forholde seg til for den enkelte forbruker, og at slik informasjon har liten nytteverdi i den konkrete kjøpsituasjon. Det pekes imidlertid på at det kan være nyttig *etter* at kjøpet/salget av en vare er foretatt. Forbrukeren kan rette sin klage direkte til bonden hvis ønskelig, og detaljisten på sin side har mulighet til å spore kjøttet tilbake til gården hvor dyret er oppdrettet. Flere mener også at foruten denne praktiske betydningen av "gårdsinformasjon" kan slik informasjon ha en viktig *tillitsskapende* effekt. Det bidrar etter fleres oppfatning til å skape "ansvarlighet i systemet".

Men, opprinnelse handler ikke bare om geografisk opphav, men kan også knyttes mer direkte til selve dyret. Diskusjonen omhandlet først og fremst spørsmål knyttet til dyrets rase og kjønn (storfe). Når det gjelder spørsmålet om rase viser resultatene fra fokusgruppene (dette spørsmålet ble ikke stilt i spørreundersøkelsen) at få ser relevansen av denne type informasjon. Enkelte kjenner imidlertid til ulike typer av kjøttferaser, og kan gi beskrivelser av dyrene i form av egenskaper som lynne og utseende, men svært få kobler spørsmålet om rase til egenskaper ved selve kjøttet. Interessen for informasjon om hvorvidt kjøttet kommer fra okse eller ku er langt større. 45 prosent av befolkningen oppgir at slik informasjon er svært eller ganske interessant. Av fokusgruppetudien fremgår det at flere har en oppfatning om at oksekjøtt er kvalitetsmessig bedre enn kukjøtt. Samtidig er flere usikre på om biffen de kjøper i butikken er av okse eller ku. Flere av informantene gir uttrykk for misnøye ved at det ikke skilles mellom okse- og kukjøtt ut til forbruker. Flere har en oppfatning om at forbrukerne blir lurt. Det hersker også forvirring blant noen av informantene når det gjelder hva slags kjøtt som ligger i betegnelsen "storfekjøtt". Blant informantene i fokusgruppene er det også noen som gir uttrykk for interesse for

informasjon om *slaktedato*. Det er også en del som savner informasjon om næringsinnhold i rent kjøtt, særlig fettinnhold.

Resultatene fra fokusgruppene viser også at noen oppfatter det som problematisk hvis informasjon knyttet til dyrets identitet blir for detaljert. Dette gjelder for eksempel informasjon om dyrets navn og bilde av dyret. En slik personifisering av dyr fremstår til en viss grad som urovekkende og ubehagelig og kan ha sammenheng med at man helst vil slippe å bli minnet om at kjøttets opprinnelse er det levende dyret.

I kapittel 5 retter vi søkelyset mot interessen for opprinnelsesmerking når det gjelder annen mat enn kjøtt. Vi diskuterte først og fremst frukt og grønnsaker, men også i noen grad ost og fisk. I spørreundersøkelsen ble det kun spurt om ønsket om informasjon om land for de to førstnevnte matvarene. Resultatene fra spørreundersøkelsen viser at mange anser informasjon om opprinnelsesland som viktig også når det gjelder frukt og grønnsaker. Men, aller viktigst er det for kjøtt. Mens 75 prosent av befolkningen oppgav at det var svært eller ganske viktig å få informasjon om opprinnelsesland når det gjelder kjøtt, var tilsvarende tall for frukt og grønt 45 prosent. Fokusgruppediskusjonene bragte oss nærmere noen mulige forklaringer på denne forskjellen. Flere peker på det faktum at import av disse matvarene har eksistert i lang tid. De fleste har erfaring med importerte grønnsaker, frukt og ost. Når det gjelder kjøtt, stiller det seg annerledes. En annen forklaring går på oppfatningen om at helsefaren er betydelig større for kjøtt. Flere mener at man blir sykere av "dårlig" kjøtt enn "dårlige" appelsiner. At kjøtt oppleves som farligere enn frukt og grønt kan ha sammenheng med at det ofte kontrasteres med det de fleste oppfatter som sunt, nemlig grønnsaker. Mens grønnsaker og frukt for mange er entydig sunt har kjøtt en mer tvetydig posisjon; på den ene siden en matvare med høy status, på den andre siden en matvare som oppfattes som risikofylt og etisk sett mer problematisk. Dette bidrar indirekte til at informasjon om opprinnelsesland er mindre viktig for frukt og grønt enn kjøtt. Noen peker også på at pressen i mindre grad fokuserer på risiko og fare ved frukt og grønnsaker, sammenlignet med kjøtt. Dette har en innvirkning på folks oppfatninger hevdes det. Flere peker også på at muligheten til egenkontroll er større for frukt og grønnsaker enn kjøtt. Ved å se, kjenne og lukte kan man selv vurdere kvaliteten. Grønnsaker, frukt og til en viss grad ost, er

i besittelse av det som kalles *synlig* kvalitet. Kjøtt på sin side er i større grad avhengig av det som kan beskrives som *tillitsbasert* kvalitet. Dette er kvalitetsegenskaper som det kreves ekspertkunnskap for å fastslå. Kvalitet for forbrukeren blir dermed knyttet til *informasjon og tillit*. Undersøkelsen gir også flere eksempler på at kvalitet vurderes annerledes for frukt og grønnsaker enn kjøtt. Flere synes å vektlegge kvalitetsegenskaper som *smak og friskhet*, mens egenskaper som berører helsemessig trygghet i mindre grad er fremtredende.

Ifølge enkelte av informantene bør også fisken opprinnelsesmerkes. Enkelte kunne for eksempel tenke seg informasjon om hvor i fjorden fisken er fisket. Men, interessen for merking av fisk omhandler i første rekke oppdrettslaks. Flere er interessert i å vite hvilket oppdrettsanlegg fisken kommer fra. Noen kunne også tenke seg informasjon om fôrinnholdet. Dette synes å ha sammenheng med oppdrettsnæringens bruk av antibiotika på 80-tallet. Selv om næringen i dag i svært liten grad bruker antibiotika, gjør oppfatningen om antibiotikabruk seg fremdeles gjeldende blant noen. Selv om det også har vært utstrakt bruk av antibiotika i kjøttbransjen synes ikke dette å ha festet seg på samme måte i forbrukerens bevissthet. En mulig forklaring på dette kan være at folks forestillinger om fisk er annerledes enn for kjøtt. At fisken skal leve fritt og fanges i havet oppfattes som like selvfølgelig som at kua står på bås og grisen i bing. Overgangen fra fangst til oppdrett av fisk strider mot våre kategorier og kan dermed oppleves som "naturstridig".

I kapittel 6 har vi stilt spørsmålet om hvem som "skal stå bak" en ordning med opprinnelsesmerking. Her er informantenes svar, med enkelte unntak, entydige. En slik ordning bør være det offentlige ansvar. Få har tillit til at bransjen selv kan stå som garantist for denne type informasjon. Dette beskrives som forholdet mellom bukken og havresekken. Hvilken offentlig instans som skal tillegges dette ansvaret fremstår imidlertid som mer uklart.

Summary

The objective of this study is to gain more insight into and a better understanding of consumers' conceptions of and views on country-of-origin labelling of food, focusing particularly on meat. The issue of country-of-origin labelling of meat has become highly relevant through a policy that encourages increased trade between countries and reduced border control. At the same time, increased turbulence in the meat market has helped place this issue on the agenda, both at home and abroad. Country-of-origin labelling exists today on a voluntary basis in many countries. Here in Norway, for instance, the labels "Godt Norsk" and "Gilde" guarantee that the products contain only Norwegian raw materials. Starting in the year 2000, the EU will implement a mandatory scheme for country-of-origin labelling of beef. Norway will also be introducing a scheme for country-of-origin labelling of beef.

Consumers have a right to feel certain that the food they eat does not represent a threat to their lives and health. Thus consumers have the right to information which allows them to make informed choices. In societies in which the distance between producer and consumer has increased, the possibility of attaining first-hand information is continually shrinking. Accordingly, it is important that consumers have *confidence* that the food they eat is produced and distributed in a way that does not represent a threat to their health. Country-of-origin labelling of food can be a strategy to win and maintain consumer confidence.

A number of studies have shown that information about the country of origin is a key consumer demand. There may be several reasons for this: Some consumers would like to be able to avoid meat from countries that use hormones or other controversial

substances in the production of meat. Others may want to be able to choose or avoid meat from certain countries for political reasons. The main questions in this survey have been whether and to what extent consumers want country-of-origin labelling, and why they do not ask for such information. We have placed the primary focus on meat, but other foods such as fruits, vegetables, cheese and fish have also been discussed. We have also been interested in how, in what manner and in what context consumer views are expressed. At the same time, it has been important to determine how comprehensive such a scheme should be. Is information regarding the country of origin sufficient, or are further details desired, for instance, information about where the animal was born and raised, the name of the farmer, the district, the breed and sex of the animal, etc?

We have used qualitative and quantitative methods to answer these questions. This report is based primarily on the results of interviews with four focus groups consisting of women and men from various age cohorts. In addition, a questionnaire survey containing a limited number of questions was conducted. This survey serves primarily to supplement the qualitative analyses. Both surveys were conducted in co-operation with Gallup Institutt A/S.

The results of the study are presented in chapters 3, 4, 5 and 6. Chapter 7 contains a summary of the survey results and the conclusion.

In Chapter 3, we investigate consumer interest in information on country of origin. The question was *whether* consumers are interested in this type of information and *why/why not*. The questionnaire showed that the majority of consumers think information on the country-of-origin of meat is important (46 per cent responded very important and 27 per cent quite important). We also found that the demand for such information varies among different groups in the population. The focus groups also show a strong interest in country-of-origin labelling. However, a number of respondents have not reflected on the issue of origin. They *assume* that meat sold in Norwegian meat counters is Norwegian. Others respond that they are not particularly interested in that type of labelling.

The focus group interviews enabled us to go into more detail regarding various views on country-of-origin labelling. Why do some people consider this information important, while others are less interested in it? And in what context is the question of such labelling expressed? The focus groups showed that it is virtually impossible to discuss the question of country-of-origin labelling of meat *separately* from the preference for Norwegian products. The respondents who want information about the country of origin do so in order to be able to buy Norwegian meat. The conviction that Norwegian meat is safer and that the welfare of production animals is better in Norway than in other countries is the most important reasons for choosing Norwegian products. The desire to support Norwegian agriculture is another objective.

The results of the questionnaire support the above-mentioned findings. Whereas foreign meat evokes associations with salmonella, hormones and antibiotics, Norwegian meat is considered free from such problems. However, it is not solely a question of whether food is safe to eat, but also of different methods of *production*. There seems to be a perception that Norwegian meat production is “better” than that in other countries and that meat production is governed by “certain criteria”. There seems to be an implicit feeling that the industrialisation of agriculture has gone beyond the limit of what many people consider acceptable in terms of ethics. For the individual consumer, it is impossible to know exactly how meat is produced either in Norway or abroad. Thus the desire to choose Norwegian rather than foreign meat is largely a question of confidence. Norwegian meat seems to possess what might be called *confidence-based quality*. Confidence in Norwegian meat and meat production, combined with an explicit *scepticism towards* or *lack of confidence in* foreign meat and meat production, provides an important explanation for the preference for Norwegian meat. Although the degree of distrust towards different countries varies, it appears that confidence is limited to Norway. *Proximity* to food production, geographically, culturally and psychologically, is important in this context. Closeness and familiarity often provide the basis for security, while that which is unfamiliar and of a different geographic origin is considered unsafe to a greater extent. Confidence in Norwegian meat must also be considered in the light of the fact that Norway has had fewer crises in the food sector than many other countries.

Some of the respondents did not seem particularly interested in knowing where meat is produced. This seems to be partially due to a belief that meat that is imported into Norway is inspected in a satisfactory manner. As long as the meat has been approved by Norwegian border control authorities, it is of less importance where the meat comes from; whether it comes from Sweden, Denmark or Botswana makes little difference. It is our impression that this group places greater emphasis on inspection than on information. This may be seen as a reaction to having to make choices. Some respondents also pointed out that they know too little to be able to choose. Confidence in meat inspection may be a *strategy for coping* with the question of food hazards. It may also be understood as a more conscious *reluctance* on the part of consumers to accept the shift of responsibility from authorities to consumers.

Some of the respondents were not particularly interested in the question of food hazards. They were more interested in the social aspects of food, including the question of flavour. Food should be enjoyed, it should be a source of pleasure, and it is important that these positive attitudes be passed on to children. This group of respondents had an almost fatalistic attitude towards the potential health hazards of food. Their lack of interest in country-of-origin labelling may be attributed to the fact that the issue of labelling is primarily raised in connection with a topic in which they are not very interested.

The results of the questionnaire show that the belief that food inspection is good enough is the most important reason for considering information on country of origin unimportant. More than half the population feel that today's meat inspection is adequate. Another group (20 per cent) respond that they know too little about food from other countries to be able to choose. Nearly as many feel that meat safety is equally good in all countries, while 26 per cent responded that country-of-origin information is unimportant for "other reasons".

Chapter 4 addresses the question of *what type* of information on origin is of interest to consumers. The question is whether consumer interest is limited to country of origin, or whether further details of origin are desired. Both the focus groups and the questionnaire suggest that interest in the origin of meat is

primarily linked to the question of country. Information about where the animal was born and raised, the name of the farmer and the district is of less interest. Some respondents pointed out that identifying the farm and the district may be of interest if it can be shown that the pastureland affects the taste and quality of the meat. Many respondents felt that information about the farm where the animal was born and raised would be too comprehensive and difficult to use, and that such information has little utilitarian value in the concrete purchasing situation. However, it was pointed out that such information might be useful *after* the purchase/sale of a product. Consumers can send complaints directly to the farmer if desired, and the retailer has the possibility of tracing meat back to the farm where the animal was raised. Many respondents also felt that in addition to the practical significance of information about the farm, this information could have a *confidence-building* effect. Many feel that it would help create “accountability in the system”.

However, origin is not solely a question of geography; it may also be linked more directly to the animal itself. The discussion dealt primarily with the question of the breed and sex of the animal (beef). The results from the focus groups show that few people consider the question of breed relevant (this question was not included on the questionnaire). Some people are familiar with different breeds of beef cattle and can describe them in terms of appearance and disposition, but very few link the question of breed to characteristics of the meat itself. The interest for information as to whether the meat is from a steer or a cow is much greater. Forty-five per cent of the population report that such information is of great or considerable interest. The focus group study reveals that many people believe that meat from steers is of better quality than meat from cows. Many people feel consumers are deceived. There was also confusion among a number of the respondents as to what is meant by the Norwegian term for “beef”. Some of the respondents in the focus groups also expressed interest in information on the *date of slaughter*. A number also expressed a desire for information on the nutritional value of pure meat, particularly the fat content.

The results from the focus groups show that some people consider it a problem if information about the animal’s identity is too detailed, including, for instance, information about the animal’s name and a picture of the animal. Personification of animals in

this manner seems somewhat disturbing and unpleasant, and may be related to a desire not to be reminded of the fact that meat comes from live animals.

In Chapter 5, we turned to the question of interest in country-of-origin labelling for foods other than meat. We discussed primarily fruits and vegetables, and to some extent cheese and fish. The questionnaire included only the first two categories. The questionnaire shows that many people consider information about country of origin important for fruits and vegetables. However, it is of utmost importance for meat. This impression is confirmed by the focus groups. Such information is not considered particularly relevant for cheese. The focus group interviews brought us closer to an explanation of why this seems to be the case. Several respondents pointed out these foods have been imported for a long time. Most people have experience with imported vegetables, fruits and cheese. That is not the case with meat. Another explanation is the conception that the health hazard is considerably greater from meat. A number of respondents report that you get sicker from “bad” meat than from “bad” oranges.

The fact that meat is considered more dangerous than fruits and vegetables may be related to the fact that it is often contrasted with what most people consider healthy, namely vegetables. Some respondents also point out that the press to a lesser extent focuses on the risks and hazards from fruits and vegetables compared to meat. They claim that this influences public opinion.

A third explanation is more symbolic. Because of the high position of meat in the food chain, it is able to evoke distaste and repulsion in a way quite different from other foods. Indirectly, this helps make information on origin less important for fruits and vegetables than for meat. A number of respondents also pointed out that the possibility for personal inspection is greater for fruit and vegetables than for meat. By looking, feeling and smelling, the consumer can judge the quality for him- or herself. Vegetables, fruits and to a certain extent cheeses possess what is called *visible* quality. Meat is to a greater extent dependent on what is called *confidence-based* quality. These are quality characteristics that can only be ascertained with expertise. Thus quality for the consumer is linked to *information* and *confidence*. The study also contains several examples of the fact that quality is assessed differently for

fruits and vegetables than for meat. Many respondents seemed to emphasise quality characteristics such as *taste* and freshness, while characteristics related to health safety were less prominent.

According to some of the respondents, fish should also be labelled. Some of them would be interested in knowing where in the fjord fish were caught. However, the interest in labelling of fish was primarily linked to fish farming. A number of respondents were interested in knowing which fish farm fish was from. Some of them would also be interested in information about the composition of the fish food. This question seems related to the use of antibiotics in fish farming during the 1980s. Even though fish farming uses very little antibiotics today, the impression that antibiotics are used remains alive in some circles. And although there has also been extensive use of antibiotics in beef production, this fact does not seem to have got a foothold in consumer awareness in the same way. One possible explanation for this may be that popular conceptions of fish differ from conceptions of meat. The expectation that fish should live unfettered lives and be caught in the ocean seems just as natural as that cows live in barns and pigs in sties. The transition from catching to farming fish comes into conflict with these categories and may thus be felt to be “unnatural”.

Chapter 6 raises the question of who should be in charge of a scheme for country-of-origin labelling. The response, with a few exceptions, is unambiguous. The authorities should be in charge of such schemes. Few people have confidence that the industry itself can guarantee this type of information, a phenomenon akin to setting the fox to keep the geese. However, it is less clear which government agency should be assigned responsibility for the task.

1 Innledning

1.1. Bakgrunn

Det har i den senere tid vært en sterk fokusering på *opprinnelsesmerking* av matvarer både fra forbrukernes, næringslivets og myndighetenes side. Spørsmålet om merking har blant annet blitt aktualisert gjennom en politikk som sikter mot økt handel over landegrensene og redusert grensekontroll (Kjærnes 1996). I den senere tid har særlig debatten omkring Veterinær-avtalen rettet søkelyset mot spørsmålet om merking av mat med opprinnelsesland. Når det gjelder storfekjøtt har særlig den omfattende turbulensen på kjøttområdet i forbindelse med BSE-krisen i England forsterket kravet til merking. Norsk import av storfekjøtt fra de såkalte MUL-landene (mindre utviklede land), først og fremst Namibia og Botswana, synes også å ha bidratt ytterligere til å rette søkelyset mot opprinnelsesmerking av kjøtt. I 1996 ble det importert 2000 tonn kjøtt fra disse landene og i 1997 var dette kvantumet økt til 2300 tonn (Storstad 1998). I 1996 ble imidlertid importen av storfekjøtt fra Namibia stoppet på grunn av gjentatte funn av salmonella. Dagens import omfatter derfor kun storfekjøtt fra Botswana. Ifølge Budsjettneimda for Jordbruket (i Storstad 1998) beregnes importen fra Botswana til å bli 3900 tonn i 1998. Alt i alt importeres det imidlertid lite kjøtt til Norge. Fra EU-land importeres i dag overveiende eksklusive kjøttslag som and, fasan, skogsduer og lignende. Nye forhandlinger om tollreduksjoner gjennom WTO-avtalen kan likevel på sikt føre til en økning av importen.

Opprinnelsesmerking av kjøtt eksisterer i dag som en frivillig ordning i mange land. Land som Nederland, Tyskland og Belgia er

kommet langt når det gjelder utvikling av såkalte sporbarhets-systemer som gjør det mulig å følge dyret gjennom hele livet, fra fødsel, gjennom slakteprosessen og helt ut i butikken. Dyrene blir utstyrt med et identifikasjonskort som på mange måter kan sammenlignes med et slags pass, der nasjonal opprinnelse og genetisk opphav er viktig informasjon (Lien 1997). Også her til lands finnes det enkelte ordninger på frivillig basis. Merkeordningen Godt Norsk er ett eksempel hvor forbrukerne garanteres norske råvarer. Også Gilde gir forbrukerne garantier for levering av norske produkter. Fra 1. januar 2000 skal det etableres et system for obligatorisk *opprinnelsesmerking* av storfekjøtt og storfekjøttprodukter i alle land tilknyttet EU. Samtidig innføres også en ordning med merking, registrering og rapportering av dyr. I Rådets forordning nr. 820/97 heter det at merkingen *skal* gi opplysninger om referansenummer/referansekode som er entydig sporbar, medlemsland som kjøttet stammer fra, hvor dyret er født eller har vært, eller er slaktet. Inntil denne datoen er opprinnelsesmerking frivillig. Også her til lands vil det innføres et slikt obligatorisk system innen år 2000.

I Norden er det et uttalt forbrukerønske om angivelse av opprinnelsesland (Kjelkevik 1997). I Norge viser en undersøkelse at nesten 70 prosent av forbrukerne synes at det var ganske eller svært viktig med informasjon om hvilket land kjøttet kommer fra (Kjærnes 1996). En annen norsk undersøkelse om grønnsaker viser også at informasjon om opprinnelsesland er høyt prioritert (Lien og Døving 1996). Ønsket om informasjon om opprinnelsesland kan ha flere årsaker. Sentralt står muligheten til å *velge bort*. Noen ønsker å ha muligheten til å velge bort for eksempel kjøtt fra land som bruker hormoner eller andre omdiskuterte stoffer i husdyrholdet. Andre kan ha politiske motiver og ønsker å velge bort mat fra ett bestemt land som en protest mot landets politikk. Eksempler på det er boikott av sørafrikanske produkter under apartheidstyret, eller boikott av franske produkter under prøvesprengingen (Kjelkevik 1997). Ønske om merking av opprinnelsesland kan også knyttes til økende interesse for dyrenes velferd, samt miljømessige aspekter ved moderne kjøttproduksjon. En del forbrukere vil kunne ha muligheten til å velge kjøtt fra land som - etter deres mening - har et forsvarlig dyrehold og omvendt, velge bort kjøtt fra land som ikke holder en ønsket standard.

Et sentralt forbrukerkrav er at forbrukerne skal kunne kjenne seg trygge på at maten de spiser ikke utgjør en fare for liv og helse. Forbrukerne har derfor en rett til å få informasjon slik at de kan gjøre velbegrunnede valg. Når det gjelder mat vil slik informasjon først og fremst dreie seg om hvor maten kommer fra, hvordan den er produsert og hva den inneholder. I et samfunn hvor varehandelen foregår på et globalt marked med økt avstand mellom produsent og forbruker, blir muligheten til førstehånds informasjon stadig mindre. Mot en slik bakgrunn blir spørsmålet om tillit sentralt. Den nære relasjonen mellom mat og kropp krever *absolutt* tillit til at maten er produsert og distribuert på en måte som ikke medfører fare for den enkeltes helse (Fine og Leopold 1993). Det er således ikke bare viktig at maten er sikker å spise, men at den også *oppfattes* som sikker. Merking av matvarer kan være en strategi som sikrer forbrukerne mulighet for informasjon og setter den enkelte bedre i stand til å velge produkter ut i fra preferanser og behov, såvel smaksmessig, helsemessig, etisk som økonomisk. Samtidig er merking en strategi som tas i bruk for å oppnå og beholde forbrukernes tillit.

1.2. Mat, risiko og tillit i det moderne samfunn

Forbrukerne har mange ønsker, forventninger og oppfatninger når det gjelder mat og valg av mat i butikken. Faktorer som pris, tilgjengelighet, friskhet, smak, tilberedningstid, sunnhet og helsemessig sikkerhet er viktige elementer i den sammenheng. Mange er opptatt av helse og sunnhet i valget av matvarer. Det er imidlertid umulig for den enkelte forbruker å ha oversikt over hva som er sunt og usunt, hva maten inneholder av ulike næringsstoffer, tilsetningsstoffer og lignende, hvordan maten er produsert, hvor og av hvem. Derfor er det en grunnleggende forbrukerrett å bli *informert*, blant annet om egenskaper og valgmuligheter når det gjelder mat. Slik informasjon kan skaffes til veie på mange måter, både muntlig og skriftlig. Tidligere foregikk mye informasjonsoverføring som følge av direkte personkontakt mellom kunder og ansatte i butikken (Lavik og Brusdal 1996). Overgangen fra spesialbutikker til selvbetjeningsbutikker har blant annet bidratt til at mye av den faglige kompetansen som tidligere fantes "bak disken" i mange tilfeller er dårligere enn før. Generelt er menneskelige servicefaktorer som personlig kontakt, personalets kunnskaper og egenskaper i mindre grad fremtredende i de

moderne supermarkedene (Bugge 1993, Lavik og Brusdal 1996). I for eksempel slakterbutikken kunne man få informasjon om kjøttets kvalitet, om produksjonsmåte, hvor kjøttet kom fra og lignende; informasjon som i liten grad er tilgjengelig i dagens selvbetjeningsbutikker. Mens det å kjøpe kjøtt tidligere var preget av en direkte og til dels personlig relasjon mellom den ansatte og kunden, er denne kontaktformen i dag av en langt mer upersonlig og abstrakt karakter (Bjørkum, Lien og Kjærnes 1997:46). Endringen i distribusjonsform og avpersonaliseringen av detaljhandelen har bidratt til at denne kontakten i stor grad har forsvunnet. Behovet for *merking* direkte på produktet er derfor forsterket (Wandel og Bugge 1995).

Globalisering av matvaremarkedet er en annen faktor som har forsterket behovet for informasjon og merking. Gjennom internasjonale avtaler som GATT og EØS har Norge forpliktet seg til å tilpasse seg et felles internasjonalt/europeisk regelverk. Denne tilpasningen skaper åpnere grenser og økt internasjonalisering av handel med mat. En slik internasjonalisering innebærer at den maten vi finner i butikken i dag ikke lenger bare er lokalt produsert, men består av en rekke matvarer fra mange ulike deler av verden. Dette betyr også at før maten når forbrukeren, har det enkelte produktet passert en rekke ledd på veien. Som en følge av dette har vi som forbrukere i mindre grad kunnskap om hvem som faktisk produserer maten vi spiser, hvordan den har blitt høstet, behandlet og slaktet, eller hvordan den ankommer i butikkhyllene. Denne situasjonen forsterkes av at stadig mer av arbeidet med maten foregår før maten kommer inn i husholdet. I mange tilfeller blir matvarene prosessert, pakket og presentert for forbrukerne i en form som i liten grad minner om de opprinnelige råvarene. Man kan si at matens forhistorie er ukjent for mange (Fischler 1988). Denne mangelen på kunnskap når det gjelder matens "identitet", samt den økte avstanden mellom produsent og forbruker antas å være noe av forklaringen på at det eksisterer en betydelig skepsis blant forbrukerne både til matens innhold og produksjonsmåte (Fine og Leopold 1993). De mange krisene på matområdet de senere år, deriblant BSE-krisen i England har trolig bidratt til å forsterke denne uroen. Forbrukernes skepsis og oppfatning av risiko vil, i den grad man har et valg, ha betydning for hva man "ender opp med" i handlekurven. Nedgangen i kjøttforbruket som fulgte (i en del land) i kjølvannet av BSE-krisen er et godt eksempel på det. Forbrukernes vurdering av hva som er risikofylt

og ikke, får dermed helt konkrete følger for deres handlinger. Derfor er det ikke bare viktig for forbrukerne at maten er sikker å spise, men at forbrukerne også oppfatter maten som sikker. Her kommer tillit inn som en avgjørende faktor.

Tillit kan erstatte den mangel på kunnskap forbrukerne har til moderne mat og matproduksjon. Ifølge Giddens (1996) har tillitsrelasjoner endret karakter i overgangen fra det tradisjonelle til det moderne samfunn. Dette skyldes først og fremst at verden er blitt større. Tidligere var maten i større grad både lokalt produsert og lokalt konsumert, noe som muliggjorde tillit bygd på kjennskap til de enkelte produsenter. Forbrukernes tillit var forankret i lokale rutiner og erfaringer, hvor tillit var basert på ansikt til ansikt forpliktelser mellom aktører som befant seg på fysisk sett samme sted. I dag er tilliten i større grad basert på et omfattende system av kontroll, der eksperter utgjør en sentral rolle, og der de beslutninger som tas får følger langt utover egne landegrenser. Dette er en tillit som først og fremst er knyttet til samfunnets mer abstrakte systemer og som er typisk for moderne samfunn. Ifølge Giddens (1996) er denne formen for tillit i stor grad ubevisst forankret i vår bevissthet, i den betydning at den sjelden er gjenstand for refleksjon.

Det å ha tillit til noen eller noe er viktig på de fleste områder i det moderne samfunn. Den nære relasjonen mellom mat og kropp betyr imidlertid at maten står i en særstilling sammenlignet med annet forbruk, noe som igjen innebærer absolutt tillit til at maten er produsert på redelig vis (Fine og Leopold 1993:149). Dette krever at det foreligger et kontinuerlig tillitsforhold mellom samtlige aktører i matsystemet, inkludert produsenter, eksperter og forbrukere. Brudd på tilliten i et ledd kan føre til at hele kjeden av tillit bryter sammen. Dette fører til at tillitsforhold blir svært sårbare og meget raskt kan bryte sammen. Et eksempel på det er reaksjonene som fulgte i kjølvannet av BSE-krisen i Storbritannia. Ikke bare ble tilliten til britiske storfeprodusenter brutt ned, men tilliten til hele den europeiske kjøttbransjen ble berørt. Matskandaler i andre land kan derfor indirekte påvirke tilliten til de forskjellige norske aktører i matmarkedet. Hvorvidt mulighetene for å importere problemet til Norge er reelle eller ikke, eller at problemet ikke eksisterer i Norge, synes å ha mindre betydning i slike sammenhenger. Dette har sammenheng med at tillit i det moderne samfunn inngår i helt nye sosiale

sammenhenger som strekker seg fra det intimt personlige til globale samhandlingssystemer (Giddens 1996). Av dette følger videre at det kan være svært vanskelig å bygge tillitsforholdet opp igjen. Når matskandaler eller andre hendelser begynner å rokke ved dette omfattende systemet av tillit, medfører dette at forbrukerne setter spørsmålstejn ved relevans og pålitelighet i den informasjon og de vurderinger som gis. Giddens (1996) beskriver det moderne samfunn som et samfunn hvor mekanismene for tillit skifter. Med økt turbulens i matvaremarkedet har behovet økt for å gå mer aktivt til verks i forhold til å etablere og beholde forbrukernes tillit. Tillit kan ikke lenger tas for gitt på basis av f.eks. posisjon, noe som innebærer en helt ny virkelighet for markedsaktører så vel som eksperter. Økt skepsis blant forbrukerne, samt uttrykt uenighet og motstridende informasjon fra eksperthold, er delvis forklaringen på dette.

Både produsenter, eksperter og myndigheter tar i bruk ulike strategier for å oppnå og beholde forbrukernes tillit. Mer informasjon og økt åpenhet er en strategi, oppbygging av merkeloyalitet en annen. Opprinnelsesmerking av mat er en tredje strategi.

1.3. Formål og problemstillinger

Som nevnt viser flere studier at forbrukerne ønsker informasjon om opprinnelsesmerking av kjøtt. Hva som ligger til grunn for et slikt ønske og hvordan slik informasjon påvirker i den konkrete kjøpsituasjon er imidlertid mer usikkert. Formålet med denne undersøkelsen er derfor å få bedre innsikt i og forståelse av forbrukerens oppfatninger og tanker om opprinnelsesmerking av kjøtt spesielt og mat generelt. Den overordnede problemstillingen i prosjektet kan formuleres som følger: *i hvilken grad er opprinnelsesmerking ønskelig og hvilke argumenter ligger til grunn for forbrukernes synspunkter.* Og videre: *hvordan kommer forbrukernes synspunkter til uttrykk og hvilke meningssammenhenger inngår disse i?* Prosjektet har følgende underproblemstillinger.

- Er det slik at et ev. ønske om opprinnelsesmerking er knyttet til spesielle kjøttslag eller gjelder det kjøtt generelt?

Det er mange faktorer som har betydning for forbrukernes valg av matvarer i den konkrete kjøpsituasjon. En viktig faktor er pris. En annen er kvalitet. Betydningen av hvilket land et produkt kommer fra vil trolig vurderes opp mot disse og andre faktorer som er viktige i kjøpsituasjon. I denne sammenheng vil vi i liten grad diskutere prisen og andre forholds betydning for kjøp. Først og fremst rettes fokus mot betydningen av matvarens opprinnelse. Når det gjelder kjøtt, er det som tidligere nevnt, lite utenlandsk kjøtt i norske butikkhyller og det som tilbys forbrukerne er bare i liten grad merket. Forbrukernes erfaringer er derfor begrenset. Langt på vei blir derfor følgende spørsmål av hypotetisk karakter;

- Hvilken praktisk betydning har opprinnelsesinformasjon for forbrukerne i den konkrete kjøpsituasjon?

Og videre:

- Er ønske om opprinnelsesmerking av kjøtt annerledes enn ev. ønske om opprinnelsesmerking av andre matvarer, så som frukt og grønnsaker? Eller med andre ord; står kjøtt i en *særstilling* når det gjelder opprinnelsesmerking - og i så fall hvorfor?
- Hvem bør stå bak merkingen og hvorfor?

Ett av formålene med merking er å sette forbrukerne i stand til å treffe informerte valg. Dette stiller krav til at merkingen er korrekt og tilstrekkelig. Merkingen skal på den ene siden gi mest mulig fullstendig opplysning om matvaren og på den andre - være lett tilgjengelig og forståelig. Faren kan ofte være at det blir så mange opplysninger på etikettene at merkingen blir uoversiktlig og uforståelig for forbrukerne. Dette stiller store krav til utformingen av kravene til merking. Den konkrete utformingen av merkingen er ikke tema i vår sammenheng. Men, vi ønsker å se nærmere på forbrukernes synspunkter på innholdet i opprinnelsesmerkingen og på hvor omfattende den bør være. Problemstillingen kan formuleres i følgende spørsmål:

- Hvor omfattende skal opprinnelsesmerkingen være? Er det tilstrekkelig med informasjon om opprinnelsesland eller er det ønskelig med annen opprinnelsesinformasjon så som opplysninger om distrikt, dyrets fødested, gård og bondens navn, dyrets rase etc.

- Hva er relevant forbrukerinformasjon og hva oppfattes som irrelevant?

Vi vil også kort se på forbrukernes synspunkter når det gjelder hvordan informasjon om land best kan angis på emballasjen.

1.4. Rapportens videre organisering

Rapporten er inndelt i 7 kapitler. I neste kapittel vil vi redegjøre for den metodiske tilnærmingen i studien. I kapittel 3 vil vi ta for oss spørsmålet om hvorvidt det er ønskelig med en ordning med opprinnelsesmerking med land, hvilke argumenter som ligger til grunn og hvordan de kommer til uttrykk. Vi vil både se på grunner til at mange stiller seg positive til slik informasjon, så vel som grunner til at mange i mindre grad er interessert. I kapittel 4 vil vi gå nærmere inn på synspunkter omkring opprinnelsesinformasjon utover informasjon om land. Er det ønskelig med informasjon om andre sider ved kjøttets opprinnelse, så som informasjon om gård, distrikt, dyrets rase o.l. I begge disse kapitlene, kapittel 3 og 4, begrenser diskusjonen seg til å gjelde kjøtt. I neste kapittel (kap.5) retter vi fokus mot behovet for opprinnelsesmerking også når det gjelder annen mat. Vi diskuterer først og fremst behovet for merking av grønnsaker og frukt og i noen grad egg, ost og fisk. Dernest, i kapittel 6, vil vi ta for oss spørsmålet om hvem som skal “stå bak” eller hvem som skal være “garantist” for en ordning med opprinnelsesmerking. Til slutt, i kapittel 7, vil vi oppsummere resultatene og trekke noen konklusjoner på bakgrunn av disse.

2 Metode

For å belyse problemstillingene skissert i kapittel 1 har vi valgt å kombinere kvalitative og kvantitative metoder. En slik kombinasjon gir oss mulighet både til å få en dypere forståelse av oppfatninger om opprinnelsesmerking og samtidig kartlegge utbredelse av ulike synspunkter i befolkningen. De to tilnæringsmåtene vil således ha en utfyllende funksjon. For å belyse problemstillingene kvalitativt har vi benyttet fokusgrupper. Fokusgrupper er en form for gruppeintervjuer og er en effektiv måte å få frem mye informasjon på relativt kort tid (Patton 1990). I løpet av 1 ½ -2 timer - som ofte er en fokusgruppes varighet - vil man kunne frembringe relativt detaljerte data fra en rekke personer. Resultatene som fremkommer i fokusgruppene vil i seg selv ha verdi når det gjelder å besvare problemstillingene i studien. I tillegg danner resultatene et nyttig grunnlag for utformingen av spørsmålene i spørreundersøkelsen. Spørreundersøkelsen ble utført ved hjelp av telefonintervjuer av et representativt utvalg av befolkningen. Både fokusgruppene og spørreundersøkelsen ble gjennomført høsten 1998 i samarbeid med Norsk Gallup Institutt A/S.

2.1 Fokusgrupper

Siktemålet med fokusgrupper er å få i stand samtaler og diskusjoner som ligner - så langt det er mulig - på samtaler folk fører i det daglige med familie, kolleger og venner. Hensikten med fokusgrupper er å få innsikt i deltakernes erfaringer og perspektiver. Metoden er særlig nyttig for å avdekke deltagerens oppfatninger og meninger om et tema, og ikke minst, hvorfor de mener og tenker som de gjør (Morgan 1988).

Krueger (1988) beskriver fokusgrupper som en sosialt orientert forskningsprosedyre. Med dette menes at deltageres kommentarer og reaksjoner omkring et tema kommer som et ledd i samhandlingen innad i gruppen. Samhandlingen i fokusgrupper beskrives derfor som fokusert. Mange er av den oppfatning at fokusgrupper gjør intervjusituasjonen mindre kunstig og at deltagerne lettere kan gi uttrykk for sine meninger og oppfatninger om de temaene som presenteres. Således kan fokusgrupper frembringe informasjon som kanskje ikke ville ha kommet frem ved bruk av andre forskningsmetoder og i andre sammenhenger.

Ifølge Patton (1990) og Rieper (1993) er fokusgrupper en metode som bidrar til en form for kvalitetskontroll av de dataene som frembringes. Gjennom samhandlingen i gruppen tenderer deltakerne til å teste og balansere hverandres synspunkter på en måte som stimulerer ekte og nyanserte utsagn. På denne måten korrigeres eventuelle ekstreme og usanne opplysninger som fremkommer i diskusjonen. Flere påpeker også metodens fleksibilitet. Det er lett å *probe* eller følge opp uforutsette temaer som dukker opp i samtalen. Ifølge Morgan (1988) egner fokusgrupper seg spesielt til å eksplorere emner og generere hypoteser.

Sammensetning av gruppene

Det er svært viktig at kommunikasjonen mellom deltagerne i fokusgruppen flyter på en mest mulig naturlig måte. Alle faktorer som på en eller annen måte hemmer eller fremmer kommunikasjonen er derfor av stor betydning for kvaliteten på de resultater som fremkommer. En slik faktor er sammensetningen av gruppene. Det er viktig at deltagerne er like så vel som ulike. Likhet er viktig for å sikre at deltagerne evner å kommunisere på en lett og ledig måte. Det er viktig at deltagerne forstår hverandre og hører på hverandre. Og vel så viktig er det at deltakerne ikke bruker mye energi og tid på å ta hensyn til hverandre. Ulikhet på sin side skal sikre at det blir tilstrekkelig variasjon i de synspunkter og meninger som kommer frem. I vår sammenheng ble fokusgruppene delt inn etter hhv. kjønn og alder. Kjønn og alder er vanligvis to viktige forklaringsvariabler når det gjelder atferd og holdninger til mat. Flere undersøkelser viser at dette særlig kommer til uttrykk når det gjelder kjøtt (Holm og Møhl 1994, Kjærnes 1996, Bjørkum et al.1997, Lien et al.1998). På

områder hvor menn og kvinner har ulike perspektiver, erfaringer og oppfatninger, vil det være fruktbart med separate manns- og kvinne grupper, blant annet av hensyn til kommunikasjonen innad i gruppen. Likeledes kan store aldersforskjeller mellom deltagerne bidra til å hemme kommunikasjonen (Morgan 1988). I tillegg til å fremme kommunikasjonen innad i gruppene fremmer en inndeling etter kjønn og alder variasjon når det gjelder meninger og synspunkter. Av tidsmessige hensyn vil eventuelle forskjeller mellom gruppene på bakgrunn av disse faktorene i liten grad diskuteres.

Antall fokusgrupper

Hvor mange fokusgrupper som skal gjennomføres er ikke et spørsmål om å få et tilstrekkelig stort utvalg til å teste hypoteser. Kriteriet for mange grupper som skal gjennomføres er snarere i hvilken grad emnet som skal undersøkes er uttømt. Når det gjelder antall fokusgrupper bør man ideelt sett gjennomføre så mange grupper at det ikke lenger fremkommer noe nytt i forhold til tidligere grupper. Ifølge Krueger (1988) bør det gjennomføres fire gruppeintervjuer innenfor hvert segment av deltagere. I vår sammenheng tilsier det 16 fokusgrupper. Av hensyn til den økonomiske så vel som den tidsmessige rammen for dette prosjektet har vi begrenset oss til å gjennomføre 4 grupper - med andre ord en innenfor hvert segment. Gruppeinndelingen kan illustreres ved hjelp av følgende tabell.

		Alder	
		25-40 år	41-65 år
Kjønn	Gruppe 1:	Gruppe 1: yngre kvinner	Gruppe 3: eldre kvinner
	Gruppe 2:	Gruppe 2: yngre menn	Gruppe 4: eldre menn

Figur 1.1 Sammensetning av fokusgruppene

Faren ved en slik begrensning er imidlertid at man risikerer å ikke få dekket bredden av erfaringer og synspunkter innenfor hvert segment hvis gruppene er for spesielle. Det som taler for at vår fremgangsmåte likevel kan forsvares, er at undersøkelsen har et

eksplorerende siktemål med høy grad av struktur. Dette krever ifølge Morgan (1988) færre grupper enn hvis siktemålet er en detaljert innholdsanalyse med lav grad av strukturering. En indikator på at antall grupper er tilstrekkelig er graden av uenighet og spredning i de synspunkter og oppfatninger som kommer til uttrykk i gruppene. I ettertid kan vi si at dette var tilfelle i denne undersøkelsen.

Antall deltagere

Det er ulike oppfatninger når det gjelder hva som er det ideelle antall deltagere i fokusgrupper. Ifølge Morgan (1988) er 4 deltagere et minimum mens det maksimale antall er rundt 12 deltagere. Rieper (1993) opererer med et noe høyere antall og mener at en fokusgruppe normalt bør ha 8 til 12 deltagere. Det ideelle antallet i fokusgrupper er ifølge Morgan og Krueger (1988) et sted mellom 6 og 10 personer. I gruppene i denne undersøkelsen har antallet vært 8 deltagere. Dette syntes å være et passende antall i vår sammenheng. Gjennomføringen av gruppene gikk i all hovedsak uten store problemer og de aller fleste i gruppen engasjerte seg i diskusjonen.

Rekruttering av deltagere

Gruppedeltagerne ble rekruttert i uken før fokusgruppene fant sted. Av hensyn til å unngå såkalte ”eksperter” på det aktuelle temaet, valgte vi å utelukke personer som på en eller annen måte hadde tilknytning til landbruk og næringsmiddelindustri. Dette betyr at for eksempel personer tilknyttet landbruk og landbruksrelatert sektor, slakteri, næringsmiddelindustri og lignende ble ”sjaltet ut” i rekrutteringsprosessen. Likeledes ble personer som jobber innenfor reklame, markedsføring og markedsanalyse utelatt. Andre kriterier for rekruttering var at deltagerne skulle delta i innkjøp av dagligvarer til husstanden og at de skulle spise kjøtt i en eller annen form. Nederste aldersgrense for deltagelse ble satt til 25 år av hensyn til det førstnevnte.

Design

Det ble på forhånd utformet en forholdsvis omfattende intervjuguide (vedlegg). Intervjuguiden ble fulgt i alle gruppene, i den forstand at alle temaene og de viktigste spørsmålene ble gjennomgått i hver gruppe. De ulike temaene ble tatt opp i stort sett samme rekkefølge, men med enkelte unntak der det følte naturlig å ”hoppe” i guiden, samt følge opp nye emner. Således hadde våre grupper en relativt strukturert karakter. Moderatoren involverte seg ganske mye, ved å styre diskusjonen i ønsket retning, samt følge opp temaer av interesse. Vårt inntrykk er at dette fungerte godt og diskusjonen fløt relativt godt i alle gruppene. Det ble gitt en generell introduksjon av undersøkelsens innhold og siktemål. Det ble også opplyst om at oppdragsgiver var en ikke-kommersiell virksomhet. Gruppene ble ledet av en profesjonell moderator fra Gallup i samarbeid med forskeren. Begge var aktive i diskusjonen.

Etablering av kontekst

Noe av det som er spesielt med fokusgrupper er nettopp at samhandlingen mellom deltagerne i gruppen er fokusert. Det settes fokus på ett bestemt, eller flere tema som er relatert til hverandre. Det er imidlertid viktig at man i diskusjonens første fase forsøker å etablere en naturlig og relevant kontekst for det aktuelle temaet som skal diskuteres. En slik generell kontekst danner så bakgrunn for de mer konkrete temaene og spørsmålene som tas opp senere i diskusjonen. En slik tilnærming innebærer at en starter diskusjonen ganske vidt i forhold til de aktuelle problemstillingene, mens man gradvis skjerper fokuset for diskusjonen. Man går altså fra det generelle til det mer spesifikke. På denne måten forsøker man også å stimulere til naturlig samtale som ligner - så langt det er mulig - på samtaler folk fører i det daglige. I denne undersøkelsen startet vi diskusjonen med å snakke litt løst om mat og hva deltagerne syntes var viktig både ved mat generelt og ved innkjøp av mat. Etter hvert forsøkte vi å styre diskusjonen i retning av informasjon om mat med spesielt fokus på merking. Fra å diskutere merking generelt gikk vi dernest over til å snakke om opprinnelsesmerking. I noen grupper kom deltagerne selv inn på spørsmålet om opprinnelsesmerking, mens andre grupper måtte styres i retning av temaet. Fokuset ble relativt raskt satt på kjøtt,

mens det i en senere fase av diskusjonen ble utvidet til også å omfatte andre matvarer. Utgangspunktet for diskusjonen var i første rekke informasjon om land, mens vi noe senere i samtalen tok opp andre aspekter ved opprinnelsesmerking.

Bruk av fiktive opprinnelsesmerker (dummy-merker)

Opprinnelsesmerking av mat er i dag lite utbredt i Norge. Stiftelsen "Godt Norsk" er den eneste opprinnelsesmerkeordningen som finnes her til lands. I all hovedsak er det opp til produsentene å avgjøre om maten skal merkes eller ikke. Det betyr at forbrukerne har liten erfaring med merking av mat med opprinnelse. Etter vår oppfatning kunne dette bidra til å vanskeliggjøre en fruktbar diskusjon om temaet. For å gjøre det lettere å diskutere emnet ble deltagerne introdusert for 4 ulike typer fiktive opprinnelsesmerker (se vedlegg). Hensikten med merkene var ikke primært å teste ut konkrete utforminger av en slik merking, men først og fremst å fungere som et fruktbart utgangspunkt for en diskusjon av temaet. Merkene fungerte som underlagsmateriale, først og fremst mot slutten av gruppediskusjonene. I ettertid kan vi si at utformingen av etikettene kunne vært gjort enklere, da det til tider ble for mye informasjon å forholde seg til for gruppedeltagerne. Problemet ble omgått ved å utelate en del informasjon fra diskusjonen.

Fremstilling av resultatene

Med hensyn til databehandling er fokusgrupper ressurskrevende. Informasjon om de ulike temaene kom opp på ulike steder i diskusjonen. Databehandlingen innebar derfor mye "rydding" og organsiering.

Datamaterialet fra fokusgrupper fremstår som utskrifter av diskusjoner hvor mange deltar med ulike meninger om de aktuelle temaene. Mange synspunkter kastes frem på en og samme gang og diskusjonen løper på kryss og tvers i gruppen. På kort tid har diskusjonen frembragt informasjon både om hvorfor informasjon om land er ønskelig og hvorfor det ikke er det. For å lette fremstillingen av materialet har vi mange steder valgt å fremstille resultatene som enkeltsitater. For eksempel er resultatene fra

diskusjonen om hvorfor/hvorfor ikke informasjon om land er ønskelig, organisert i ulike kapitler hvorav ett omhandler grunner til at mange stiller seg positive til å få slik informasjon, det andre tar for seg grunner til at mange ikke ser et slikt behov. Ulempen med en slik fremstilling er at uenighet, nyanser og presiseringer som fremkommer i diskusjonene ikke kommer så godt frem, men fremkommer bare indirekte av teksten. Der diskusjonen er skilt på denne måten har vi forsøkt å gjøre rede for den konteksten informantenes meninger er fremkommet i. Det er også lagt vekt på at fremstillingen ikke skulle endre meningsinnholdet i sitatene eller at sentrale betydninger skulle falle bort.

Sitatene gjengis i så stor grad det er mulig, slik de fremkom under intervjuene. Enkelte steder er imidlertid sitatene gitt en noe mer leservennlig form. Det innebærer at fyllord i en del sammenhenger er utelatt av teksten. Sitatene er også en del steder kortet ned for å gjøre presentasjonene mer fokusert. Der det er gjort er det merket med (...) i teksten. Det er også angitt hvilken gruppe sitatet er hentet fra, G1 (Kvinner 25-40 år), G2 (Menn 25-40 år), G3 (Kvinner 41-65 år), og G4 (Menn 41-65 år). Der moderators spørsmål eller replikk er gjengitt i teksten, er dette markert med bindestrek. Sitatene er markert med innrykk fra teksten for øvrig.

2.2. Spørreundersøkelsen

Den kvantitative delen av undersøkelsen ble gjennomført med en telefonsurvey til et tilfeldig utvalg av befolkningen på over 15 år. Undersøkelsen er gjennomført i forbindelse med Norsk Gallups ordinære omnibus i perioden 9 til 13 november 1998.

Spørreskjemaet inneholdt 8 spørsmål, samt bakgrunnsspørsmål om alder, kjønn, utdanning etc. Samtlige spørsmål inneholdt prekodete svaralternativer. Svaralternativene ble rotert på enkelte av spørsmålene for å unngå at rekkefølgen på de oppleste svaralternativene skulle få innvirkning på resultatene.

Spørreskjemaet (vedlegg) omfattet spørsmål knyttet til forbrukernes vurdering av opprinnelsesinformasjon både for kjøtt, frukt og grønnsaker og hva som er de viktigste årsakene til at slik informasjon betraktes som viktig/uviktig. Spørsmålene tok først og fremst utgangspunkt i behov for informasjon om land, men også

spørsmål vedrørende behov for mer omfattende opprinnelsesinformasjon ble stilt. Det ble også stilt spørsmål om preferanser for norske versus utenlandske kjøttvarer.

Datamaterialet analyseres ved hjelp av enkle frekvensfordelinger og bivariat krysstabellanalyse. Frekvensfordelinger beskriver fordelinger i befolkningen når det gjelder et bestemt fenomen, for eksempel interesse for opprinnelsesmerking, mens krysstabellanalyse beskriver sammenhenger mellom 2 ulike variable, for eksempel interesse for opprinnelsesmerking og alder. Mer omfattende analyser av tidsmessige årsaker ikke mulig i denne sammenheng.

Resultatene er vektet med hensyn til geografi, kjønn og alder.

3 Opprinnelsesmerking av kjøtt

I dette kapitlet skal vi først se nærmere på hvorvidt og i hvilken grad forbrukerne synes det er viktig å få informasjon om kjøttets opprinnelse. Med andre ord; oppfattes opprinnelsesinformasjon som relevant blant forbrukerne. Dernest skal vi se nærmere på ulike typer av argumenter og begrunnelser som benyttes, både blant de som anser slik informasjon som viktig og blant de som i mindre grad gjør det. Vi skal også redegjøre for hvordan hhv. interessen for og mangelen på interesse for denne type informasjon kommer til uttrykk blant informantene. For å besvare det første spørsmålet vil vi i all hovedsak legge vekt på resultatene fra spørreundersøkelsen. I de neste spørsmålene vil hovedvekten av analysen basere seg på resultatene fra fokusgruppene. Resultatene fra spørreundersøkelsen vil benyttes til å se nærmere på utbredelsen av de ulike typene av argumenter som fremkom i fokusgruppeintervjuene.

Begrepet opprinnelse er ikke et entydig begrep. Det kan referere til stedet hvor dyret er født, gården hvor det er føret opp, slakteriet hvor det er slaktet, det kan være distrikt og det kan være land, kontinent og lignende. Det kan også omfatte rase, slaktedata som dyrets alder, slaktetidspunkt og om kjøttet stammer fra okse, kalv, kvige eller ku. Merking og informasjon om kjøttets opprinnelse kan derfor berøre mange ledd i dyrets "livsløp" og "identitet". Spørsmålet om kjøttets opprinnelse vil i dette kapitlet først og fremst dreie seg om informasjon om og merking av kjøtt med land. Først i neste kapittel, (kap.4) vil vi diskutere nærmere forbrukernes ønsker om en mer omfattende merkeordning knyttet til kjøttets opprinnelse.

3.1 Opprinnelsesmerking av kjøtt - et forbruker- ønske?

Spørsmålet om opprinnelsesmerking av kjøtt har blitt aktualisert de senere år blant annet gjennom økt internasjonalisering av handel med mat og redusert grensekontroll. BSE-krisen i England og andre ”matskandaler” har, etter manges oppfatning, bidratt til å forsterke behovet for opprinnelsesmerking. Her til lands bidro også debatten omkring Veterinæravtalen til et sterkere fokus på spørsmålet om slik merking.

Foreliggende studier tyder på at det er et utbredt ønske i den norske befolkning om opprinnelsesmerking av kjøtt (Kjærnes 1996). En studie gjennomført i 1996 (Kjærnes) viste at 68 prosent syntes det var viktig å få vite hvilket land kjøttet kom fra. En like stor andel la vekt på å kjøpe norske matvarer, noe vi skal komme nærmere tilbake til senere i rapporten.

Dette er resultater som støttes av funn i denne undersøkelsen. Spørreundersøkelsen viser at hovedparten av norske forbrukere synes det er viktig å få informasjon om hvilket land kjøttet kommer fra. Som det fremgår av tabell 3.1 svarer 47 prosent at det er svært viktig å vite hvor kjøttet kommer fra, mens 28 prosent synes det er ganske viktig. Samlet utgjør dette 75 prosent av befolkningen. Bare 16 prosent av forbrukerne mener det i liten grad er viktig med denne type informasjon, mens 9 prosent svarer at det både er viktig og mindre viktig. Til tross for at de aller færreste har erfaring med importert kjøtt i butikkhyllene synes altså behovet for merking å være stort.

Tabell 3.1. Hvor viktig er det for deg å vite hvilket land kjøttet du spiser kommer fra¹? Prosent.

	1996	1998
Svært viktig	39	47
Ganske viktig	29	28
Både og	13	9
Ikke særlig viktig	12	10
Svært lite viktig	7	6
N	100 (982)	100 (1022)

Når vi sammenligner med resultater fra studien ” Kjøttimport og forbrukerinformasjon” fra 1996 (Kjærnes), ser vi at andelen som ønsker informasjon om hvilket land kjøttet kommer fra har økt noe. Mens andelen som synes denne type informasjon var svært eller ganske viktig var på 68 prosent i 1996, var tilsvarende andel på 75 prosent i 1998. Dette er en økning på 7 prosentpoeng. Tidspunktet for gjennomføringen av denne spørreundersøkelsen (9-13 nov.) falt omtrent på samme tid som diskusjonen omkring utvidelsen av Veterinæravtalen fant sted i aviser, TV og radio. Det var med andre ord stor oppmerksomhet rundt spørsmålet om import av kjøtt og levende dyr til Norge, endring i grensekontroll og konsekvenser både for befolkningens og for dyrenes helse. Saken fikk bred dekning i pressen og temaet var gjenstand for diskusjon i en rekke debatter i mediene for øvrig. Medias søkelys på problematikken omkring utvidelsen av Veterinæravtalen kan bidra til å forklare noe av den økningen som fremgår av materialet. Økningen kan også forklares med at importen av kjøtt til Norge har økt noe. Perioden har også vært preget av mye oppmerksomhet omkring BSE-saken i England.

Ønsket om opprinnelsesmerking synes imidlertid ikke å være like stort i alle grupper av befolkningen. Resultatene viser blant annet at viktigheten av informasjon om land er større blant kvinner enn blant menn, noe som er i tråd med resultatene fra 1996. Dette må ses på bakgrunn av at kvinner i større grad enn menn har ansvar for innkjøp og matlaging til husholdningen. Det kan også ha sammenheng med at kvinner generelt uroer seg mer for matens helseskadelige effekter enn hva tilfellet er for menn (Wandel 1994, Lien, Bjørkum og Bye 1998).

¹ Spørsmålet er nesten identisk med spørsmålet fra 1996 (presiseringen ”du spiser” var ikke med). Resultatene er gjengitt i tabell 3.1.

Tabell 3.2. Viktighet av informasjon om land etter kjønn, alder og utdanning. Prosent.

	Kjønn		Alder				Utdanning		
	M	K	15-29	30-44	45-59	60+	Gr.s.	Vidr.	Un./H
Svært viktig	43	52	28	48	56	61	47	48	47
Ganske viktig	27	29	35	30	25	21	30	27	29
Både og	9	9	15	7	4	8	11	9	8
Ikke særlig viktig	12	7	13	8	10	8	8	11	10
Svært lite viktig	9	4	8	7	6	3	6	6	7
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	494	509	279	273	197	254	228	494	273

Kjønn og alder er signifikant: $p < 0.001$ (kji-kvadrat-test)

Også alder har betydning for hvor viktig man oppfatter informasjon om land. Som det fremgår av tabellen anser de eldre slik informasjon som viktigere enn yngre aldersgrupper. Sammenhengen er monoton, dvs. at jo eldre en blir, jo viktigere oppgis informasjon om land å være. Dette er i tråd med SIFO-undersøkelsen fra 1996. Tendensen går imidlertid i motsatt retning når det gjelder forskjeller i alder blant de som oppgir at slik informasjon er ”ganske viktig”; denne andelen reduseres med andre ord med alderen. Det største skillet når det gjelder alder og interesse for opprinnelsesinformasjon går således mellom de som på den ene siden synes dette er ”svært viktig” og de som på den andre siden, oppgir at det er ”ganske”, ”ikke særlig” eller ”svært lite viktig”. Svarkategorien ”svært viktig” må kunne tolkes dithen at vedkommende nettopp synes slik informasjon er svært viktig. Det er imidlertid mer usikkert hva som ligger i svarkategorien ”ganske viktig”. Dette er en type spørsmål som til en viss grad inviterer til å være enig.

I tillegg til kjønn og alder gjengir tabellen sammenhengen mellom utdanning og vurdering av viktigheten av informasjon om land. Utdanningsnivå synes imidlertid *ikke* å ha betydning i den sammenheng.

3.2 Relevans for ulike kjøttslag

Spørreundersøkelsen viser altså at det er stor interesse for informasjon om hvilket land kjøttet kommer fra. Inntrykket fra fokusgruppediskusjonene er mer sammensatt, men resultatene

viser også her at interessen for informasjon om kjøttets opprinnelsesland er stor. Hva som ligger til grunn for en slik interesse skal vi komme tilbake til i neste avsnitt. Her skal vi bare kort se nærmere på den diskusjonen som foregikk i gruppene når det gjaldt spørsmålet om hvorvidt informasjon om opprinnelsesland har like stor relevans for alle typer kjøtt, eller om det er viktigere for noen typer enn andre.

Blant de av informantene som anser informasjon om opprinnelsesland som viktig, er det flere som er av den oppfatning at slik informasjon er like viktig for alle typer kjøtt.

"Jeg synes det er viktig uansett. Jeg synes det er betryggende å vite at det er norsk, eller i hvert fall vite hva jeg kjøper".

"Vi har jo den historien med de engelske kuene. Vi er litt skeptisk til storfe. Vi har jo hatt litt med sauer her også

". "Salmonella finner vi i kylling og sånne ting. Jeg tror tiltroen går over hele fjelen jeg egentlig".

(G4)

"Jeg synes det er viktig for alle typer jeg".

"Jeg vil gjerne vite hvor dyret kommer fra og det gjelder pølser så vel som indrefiletten".

(G3)

Selv om enkelte, som det første sitatet illustrerer, synes å være større mistro til enkelte kjøttslag enn andre, som f.eks. storfe og sau, avsluttes diskusjonen med en oppfatning om at det egentlig er like viktig uansett type kjøtt; det gjelder over "*hele fjelen*" som en sier. Enkelte mener også at det er vel så viktig å få slik informasjon om pølser som for biffkjøtt, og skiller således ikke mellom rene og bearbejdede produkter. Det at interessen for noen synes å være like stor for alle kjøttslag, inkludert bearbejdede produkter, kan ha sammenheng med at det har vært fokus på problematiske forhold med alle typer av kjøtt, salmonella i kylling og svin, skrapesyke for sau og BSE for storfe. I løpet av de siste årene har alle disse problemområdene stått på dagsorden både i norske og utenlandske medier. For den enkelte forbruker kan det også være vanskelig å skille det ene problemområdet fra det andre, det blir mye å forholde seg til og det enkleste og tryggeste kan være å "*helgardere*".

Noen av informantene syntes imidlertid å være mer opptatt av informasjon om opprinnelsesland når det gjelder ubearbejdet rått

kjøtt, enn kjøtt som har høy bearbeidelsesgrad, som for eksempel pølser. Informantene knytter dette til ulikheter i holdbarhetsgrad og lagringstid. Mens fersk kjøtt som kjøttdeig og biff oppfattes som lett bedervelige og smitteutsatte produkter stiller det seg annerledes med pølser som enten er kokt eller røkt. Sitatene under illustrerer:

"Jeg er mer redd for å kjøpe kjøtt som er rått enn å kjøpe en pølse for den tåler å ligge der noen timer".

(G4)

"Når biffen er lite stekt da, da er det all right å få vite ...det som har ligget der en stund og boblet seg er vel ikke så galt for det er jo kokt både før og etter. Det er sjelden vi får rå pølser".

(G4)

"(...)det er enda viktigere for ting som man ikke kommer til å gjennomsteke enn det som skal kokes grundig for eksempel".

"Det med kjøttdeig. Jeg har jobbet i kjøttdisk på EPA, det var utrolig mye rart i kjøttdeigen som ble laget der da, de puttet alt kjøttet som var ute av dato i en kjøttkvern og sendte det ut på tilbud, sånn at det er en greie som man blir litt skeptisk av (...)jeg lurer på hva jeg egentlig kjøper og spiser, man har ikke så mye kontroll på det heller (...)".

(G1)

Skepsisen er høyere til kjøtt som er rått enn kjøtt som ikke er det. Derfor blir det også viktigere å få informasjon om hvilket land biffen kommer fra enn hvilket land pølsene kommer fra. Særlig gjelder det kjøtt som ikke alltid gjennomstekes, som for eksempel biff. Dette resonnementet berører forhold relatert til behandling av mat på eget kjøkken. Ved å gjennomsteke kjøttet kan forbrukeren selv håndtere faren for å bli smittet av for eksempel salmonellainfisert kjøtt.

3.3. Ulike begrunnelser for ønsket om opprinnelsesmerking. Resultater fra fokusgruppene

En ordning med opprinnelsesmerking har kun mening i praksis dersom det er noe å velge mellom (Kjærnes 1996). En kan for eksempel bare foretrekke norske varer dersom det er noe å velge bort. Hittil har imidlertid valgfrihet på en slikt grunnlag vært en hypotetisk situasjon for folk flest. Det har så langt vært lite import

av kjøtt til Norge og til tross for at kjøttimporten har økt de senere år har likevel de færreste erfaring med utenlandsk kjøtt i butikkhyllene. Importert kjøtt er heller ikke, med enkelte unntak, merket med opprinnelsesland². Resultatene fra fokusgruppene bærer preg av denne situasjonen. Gruppedeltagerne selv peker på den manglende erfaringen med utenlandsk kjøtt i norske butikkhyller som årsak til at de ikke har tenkt særlig gjennom spørsmålet om opprinnelsesmerking. Problemstillingen med merking av kjøtt med opprinnelsesland, oppleves blant flere å være lite relevant i Norge i dag. Det er lite import og dermed liten mulighet til å velge noe annet enn norsk kjøtt.

"(...) det er vel for lite kjøtt innført fra utlandet enda. Jeg har ikke vært borti situasjoner at det har stått og at du måtte velge enda, at det er norsk eller ikke".
(G1)

"Sånn som pr. i dag så har vi ikke noe valg så da trenger vi ikke tenke på det."
(G4)

"Jeg husker aldri å se på det".
"Jeg leser aldri på et produkt hva det inneholder, jeg er ikke bevisst på det i det hele tatt".
(G2)

-Når du spiste den strutsen tenkte du på hvor den kom fra?
"Nei, skal jeg si hva jeg tenkte på, det måtte vært utrolig godt med et speilegg på strutsen og det ble gjort".
(G2)

Undersøkelsen viser også at noen tar det *for gitt* at det kjøttet som befinner seg i norske butikkhyller faktisk er norsk. Spørsmålet om kjøttets opprinnelse har aldri vært gjenstand for refleksjon, det er ikke tatt stilling til, slik det kommer til uttrykk i sitatet under. For eksempel er tilliten høy til at kjøtt fra Gilde er ensbetydende med norske kjøttråvarer.

"(...) Jeg har aldri tenkt over det at det ikke er fra Norge".
"Jeg stoler på at det er fra Norge".
"Er det fra Gilde, så tar jeg det for gitt at det er fra Norge".
(G1)

² "Bunnpris" i Trondheim har innført merking med opprinnelsesland for kjøtt fra Botswana.

I sitatet over kommer denne ”tatt for gittheten” til uttrykk både til norsk kjøtt generelt og til kjøttprodusenten Gilde som er en konkret aktør i markedet. Ifølge Kjærnes og Dulsrud (1998) kan man skille mellom stilltiende, underforstått tillit på den ene siden og reflektert tillit på den andre. Det at man aldri har tenkt over muligheten for at kjøttet kan være annet enn norsk, kan forstås som en form for *stilltiende* tillit.

Det er imidlertid også noen som gir uttrykk for skepsis til at det som finnes i norske butikkhyller er av norsk opprinnelse. Det kan like gjerne være importert som norsk kjøtt slik enkelte ser det. Denne skepsisen kommer til uttrykk i sitatene under:

”Det er inngrodd at dette er norsk liksom, det kan like gjerne være kjøtt fra forskjellige land nå”.

”Vi får jo ikke vite det, vi lever litt på merkene enda og plukker det automatisk”.

(G1)

”Jeg har inntrykk av at jeg kjøper norsk når jeg går i butikken, det er jo ikke sikkert det, det er jo kjeder alle steder nå”.

(G4)

Utsagnene over synes å være et resultat av en refleksjonsprosess som stimuleres i det problemstillingen settes på dagsorden. Spørsmålet om hvor kjøttet kommer fra har for en del av gruppedeltagerne ikke vært et tema. I det problemstillingen lanseres i fokusgruppene bekrefter de fleste at tilliten til at det som finnes i butikkene er norsk, er høy. Men enkelte stiller, som sitatene over eksemplifiserer, spørsmålstegn til denne underforståtte tilliten til både ”det norske” og til Gilde.

Sistnevnte sitat retter også fokus mot forhold som synes å *aktualisere* ønsket om informasjon om land. Mens mesteparten av kjøttomsetningen tidligere fant sted gjennom spesialforretninger for kjøtt foregår i dag omsetningen hovedsakelig gjennom vanlige dagligvarebutikker (kjeder). I perioden 1965 til 1994 har antallet spesialforretninger for kjøtt blitt redusert fra 2.800 til 196 (Berg 1994). Endringen i distribusjonsform har blant annet bidratt til at kjøtt som ferskvare er langt mer tilgjengelig enn det var før. Men det har også ført til at mye av den faglige kompetansen som tidligere fantes ”bak disken” i mange tilfeller er dårligere enn tidligere. Generelt er menneskelige servicefaktorer som personlig kontakt, personalets kunnskaper og egenskaper i mindre grad

fremtredende i de moderne supermarkedene (Bugge 1993, Lavik og Brusdal 1996). I slakterbutikken kunne man få informasjon om kjøttets kvalitet, om produksjonsmåte, hvor det kommer fra og lignende, informasjon som i liten grad er tilgjengelig i dagens selvbetjeningsbutikker. Mens det å kjøpe kjøtt tidligere var preget av en direkte og til dels personlig relasjon mellom den ansatte og kunden, er denne relasjonen i dag langt mer upersonlig og abstrakt (Bjørkum, Lien og Kjærnes 1997:46). Overgangen fra spesialbutikker til selvbetjeningsbutikker er en faktor som enkelte av informantene mener aktualiserer behovet for merking. Sitatene under illustrerer.

”Hadde det vært en kjøpmann som det var før så hadde det vært greit for da kunne du spørre han om hvor han fikk kjøttet fra. Men spør du betjeningen i disse store kjedene, da sier de nei, beklager”.
(G4)

Flere peker på at de faktisk foretrekker å kjøpe kjøtt hos slakteren for da kan de som sitatene under illustrerer ”spørre”, samtidig som slakteren kan ”garantere litt” på hva de får.

“(…)skal du ha en biff så går vi til slakteren for å få god kvalitet og da kan du spørre”.
(G2)

”Jeg har tillit til at det er bra nok på en måte, jeg ville nok ikke gått til en pakkedisk, jeg ville ha gått til en slakter som kan garantere litt på hva jeg får”.
(G3)

”Jeg må si at når jeg kjøper kjøtt i stykker så spør jeg hverken hvor det kommer fra eller noe annet liksom. Når jeg kjøper den biffen eller de lammekotelettene jeg skal ha så tenker jeg ikke, for når jeg kjøper det over disk så er det greit”.
(G3)

Flere peker på at de helst oppsøker en slakter når de skal kjøpe kjøtt for da er det mulig å ”spørre hvor det kommer fra, og da er det ofte at de vet det (G3). Slakteren fremstår således som en garantist for produktet. Ved kjøp av kjøtt i dagligvarebutikken er garantisten for produktet langt mer diffus og abstrakt og i mye større grad basert på et indirekte tillitsforhold.

Til tross for at det foreløpig er liten import av kjøtt til Norge fremgikk det av fokusgruppediskusjonene at det blant en god del av informantene er stor interesse for spørsmål som berører merking av mat med opprinnelse. I enkelte av gruppene ble temaet bragt på bane av deltagerne selv, mens det i andre grupper var nødvendig for moderator å stille spørsmålet eksplisitt. En god del av deltagerne mente dette var viktig og relevant informasjon som de som forbrukere kunne dra nytte av. Flere påpeker at på samme måte som mange andre forbruksvarer merkes med opprinnelse, bør dette også gjelde maten. Grunnene til at mange ønsker slik informasjon er varierte. Noen ønsker valgfrihet på et *prinsipielt* grunnlag. Andre (noen få) ønsker å velge på bakgrunn av kvalitetsegenskaper som smak og mørhet. I begge disse tilfellene er ønske om opprinnelsesmerking uavhengig av preferanser for kjøtt fra bestemte land. Mye tyder imidlertid på at ønsket om informasjon om land er ensbetydende med å kunne velge norske fremfor utenlandske varer. Eller sagt på en annen måte; ønsket om opprinnelsesinformasjon begrunnes med å kunne *velge bort* kjøtt fra andre land.

Vår erfaring er at det er vanskelig å diskutere spørsmålet om merking av kjøtt med land uavhengig av preferansen for norske varer. Hensynet til trygg mat, dyrenes velferd og et ønske om å støtte norsk landbruk synes å være de viktigste argumentene bak en slik preferanse. I det videre skal vi derfor se litt nærmere på denne typen av argumenter, hvordan de kommer til uttrykk og hvordan de kan forstås. Til slutt skal vi se litt nærmere på de mer prinsipielle typene av argumenter som fremkom i undersøkelsen.

3.3.1 Mulighet til å velge norsk kjøtt

Matsikkerhet og dyrevelferd

Resultatene fra fokusgruppediskusjonene avdekker, som nevnt ovenfor, at den viktigste begrunnelsen for en ordning med opprinnelsesmerking er knyttet til et ønske om å kunne kjøpe norske varer. Ønsket om å kjøpe norsk begrunnes først og fremst med utgangspunkt i en overbevisning om at norske varer er *tryggere* enn importerte og at *dyrevelferden er bedre* her til lands. Trygghet tematiseres i form av *fravær* av uønskede komponenter og smittestoffer i maten, som salmonella, antibiotikarester,

vekstfremmende hormoner, miljøgifter og tilsetningsstoffer. Det påpekes blant annet at forekomsten av salmonella er langt lavere i Norge, sammenlignet med mange andre land. Flere argumenterer også med at bruken av hormoner og antibiotika i kjøttproduksjon er et mye større problem i utlandet enn her til lands. I tillegg er dyrevelferden, etter fleres oppfatning, bedre i Norge enn i mange andre land. Når det gjelder trygghet og etisk standard synes det derfor som om mange er av den oppfatning at norsk kjøttproduksjon står i en særstilling, sammenlignet med de fleste andre land. Sitatene under illustrerer denne typen av argumenter. Sitatene er fremkommet på bakgrunn av spørsmål om *hvorfor* man kan tenke seg informasjon om hvilket land kjøttet kommer fra. Utsagnene er *typiske* eksempler på hvordan informantene argumenterer når spørsmålet om opprinnelsesmerking av kjøtt kommer opp.

"Norsk kjøtt er bedre enn det som kommer utenfra. Vi merker jo ikke noe vi, men lenger sydoover så er det mer salmonella og andre sykdommer enn det som er i Norge. Vi er så og si 100% frie. Drar du bare ned til Danmark så er salmonella mer utbredt".

(G2)

"På grunn av den klussen de driver med nedover, doping og genspleisinga, det er jeg ikke helt for liksom. Du kan si at jeg handler deretter, jeg kan tenke meg informasjon om det".

(G2)

"På grunn av hormonbehandlingen".

"Det er viktigere nå som handelsbarrierene blir borte slik at du kan få kjøtt som du ikke vet hvor kommer fra i kjøttdisken. Vi har vært såpass trygge på det hittil at norsk landbruk er blitt drevet etter visse kriterier, ikke sant (...)"

"Nedover i Europa har det vært salmonella".

"Det er masse flere sånne tilfeller for eksempel i Danmark enn i Norge. Det er helt nylig at de oppdaget salmonella i norsk kjøtt tror jeg. Det er nesten uhørt her."

"Så har du tradisjonene i de forskjellige land hva de tilsetter fôret, som i Belgia og USA, av hormoner eller antibiotika. Det har de lov til å bruke som forebyggende i andre land. Her er det vel at du skal bare gi dyra det når de blir syke. Det eneste er melken tror jeg, som de kan levere med medisiner i".

(G4)

Oppfatningen om at matsikkerheten er bedre ivaretatt i Norge enn i andre land står sterkt i ovennevnte sitater. Det er imidlertid svært få som relaterer dette til spørsmål om kontroll; først og fremst synes det å dreie seg om forhold knyttet til primærleddet og til det

mer diffuse «norske», til nasjonen Norge. Preferansen for det norske kommer til uttrykk i form av fravær av problemer knyttet til blant annet salmonella, hormoner og antibiotika. Men, ikke bare er norsk mat tryggere å spise enn mat fra andre land, men også dyrenes velferd ivaretas, etter fleres oppfatning, bedre her til lands. Sitatene under illustrerer:

"Når det gjelder sykdommer, hører du mer om det i utlandet".
 -Er kjøtt fra Norge mindre sykt?
 "Det er nøyere kontroll tror vi".
 "Bedre behandling av dyrene før de kommer så langt at de får en sykdom".
 "Ta for eksempel en gris som blir veldig påvirket av stress, jeg tror dyrene har det bedre i Norge".
 (G1)

"Jeg har da inntrykk av at den norske maten er sunn og så er vi veldig snille mot dyra i Norge - unntatt burhøns da".
 (G4)

Som det fremgår av sitatene over råder en oppfatning om at behandlingen av dyrene er "bedre" i Norge og at "vi er veldig snille mot dyra", bortsett fra, som en sier, når det gjelder burhøns³.

Generelt gis det altså uttrykk for skepsis til kjøtt som kommer fra andre land. Denne skepsisen er særlig knyttet til forhold som berører matsikkerhet og etiske forhold i kjøttproduksjonen. "Lenger sydover" har man problem med "salmonella og andre sykdommer" og man skal ikke lenger enn til Danmark for å møte forhold som etter informantenes oppfatning er langt dårligere enn i Norge. Den skepsis til utenlandsk kjøtt som kommer til uttrykk blant flere kan tolkes som en generell kritikk av industrialiseringen i landbruket, en industrialisering som etter manges oppfatning har kommet lengre i mange andre land enn i Norge. Norsk kjøtt oppfattes generelt som "bedre" enn utenlandsk og flere gir uttrykk for tillit til at norsk landbruk produserer etter "visse kriterier", som en uttrykker det. Det kan synes som om norsk kjøttproduksjon betraktes som renere og mer naturlig enn i mange andre land. Flere synes å ha en oppfatning om at norsk landbruk produserer i tråd med grunnleggende normer for hva som anses som

³ Unntaket for burhøns har trolig sammenheng med at burhønsdrift er den driftsformen som er mest industrialisert i Norge, og at burhønsenes levekår har vært særlig fokusert i media.

akseptabelt, mens mye utenlandsk produksjon har overskredet en grense for hva som er akseptabelt. Det betyr ikke nødvendigvis at det ikke er kritiske forhold i norsk landbruksproduksjon, men at det sammenlignet med andre land er en større tiltro både til norske produsenter og norske myndigheter. Blant enkelte synes denne skepsisen å ha økt som følge av de endringer som pågår i forbindelse med Norges tilpasning til et mer åpnere marked. ”Handelsbarrierene blir borte og det åpnes for å ”(...) importere stort sett hva man vil”, etter fleres oppfatning.

En oppfatning av norsk mat som bedre og tryggere enn utenlandsk mat fremgår også i flere andre norske studier. En studie gjennomført av Dalen (1997) viser for eksempel at tilliten til nasjonalt produsert mat er høyere enn tilliten til importert mat. Flere andre studier kan vise til lignende resultater (Opinion 1993, Wandel og Bugge 1994, Bugge 1995, MMI 1997). En slik oppfatning er imidlertid ikke et særnorsk fenomen. Lignende tendenser kan, ifølge Bugge (1995), spores blant for eksempel tyske, svenske og amerikanske forbrukere (Auld 1994, Konsumentberedningen 1994, Oltersdorf 1994 i Bugge 1995).

Grenser for tillit

Det fremgår altså av materialet at en god del av informantene mener norsk kjøtt og kjøttproduksjon er tryggere enn utenlandsk og at dyrenes velferd ivaretas bedre enn i andre land. Det er veldokumentert at for eksempel salmonellasmitte er mindre utbredt i Norge enn i mange EU-land. Samtidig er inntrykket at norske aktører, både myndigheter og bransjen selv, er flinke til å håndtere problemsaker på en tillitsvekkende måte (f.eks skrapesykesaken). Bildet er imidlertid ikke entydig og det eksisterer også problematiske forhold her til lands. Vi skal uansett ikke ta stilling til hvorvidt norsk kjøtt *er* tryggere eller dyrevelferden *er* bedre enn i andre land. Det viktigste i denne sammenheng er at norsk kjøtt *oppfattes* som sikker og dyrevelferden som god. En viktig forutsetning for at forbrukeren skal oppleve maten som sikker er *tillit*. Forbrukertillit har fått økt oppmerksomhet i den offentlige debatten og i matvaremarkedet de senere år og flere norske studier viser at det eksisterer en utbredt tillit, så vel til norsk kjøttproduksjon som norske myndigheter i den norske befolkning (se for eksempel Bugge 1995, Lien et al. 1998). Økt fokus på

risiko i kjølvannet av et mer turbulent matvaremarked og endringer i produksjon av matvarer, samt økte muligheter for import kan være noen av årsakene til det. Den preferansen for norsk fremfor utenlandsk kjøtt som avdekkes i undersøkelsen har trolig mye med tillit å gjøre. Tilliten til det norske løper samtidig parallelt med en utbredt skepsis, eller mistillit til utenlandsk kjøtt og utenlandsk kjøttproduksjon, både når det gjelder matsikkerhet og dyrevelferd. Det synes likevel ikke som om skepsisen er like stor til alle land. Tilliten synes å være høyere til noen land enn andre. For eksempel gir noen uttrykk for høyere tillit til land i Norden enn land utenfor. Sitatet under illustrerer:

“(…) Hvis det hadde stått landet og jeg hadde valgt mellom to produkter, så hadde jeg valgt bort det belgiske fremfor et norsk eller dansk produkt. Jeg stoler tross alt mer på de skandinaviske landene enn andre land”.
(G2)

Et slikt skille når det gjelder tillit, mellom land i Norden på den ene siden og land utenfor på den andre, fremkommer også i en annen norsk studie (Storstad 1998). Studien, som tar for seg forbrukernes holdninger til import av kjøtt, viser at tilliten til kjøtt og kjøttproduksjon er høyere til land som Sverige og Danmark enn mange andre land. Dette kan, som Storstad (1998) påpeker, ses i sammenheng med at land som Danmark og Sverige er våre naboland. De fleste har vært der, spist mat der og ikke minst vært på handletur der. Gjennom egen og andres erfaring har man utviklet en tillit til kjøtt fra disse landene.

Enkelte er imidlertid av den oppfatning at svensk kjøtt og kjøttproduksjon er dårligere enn det norske etter at Sverige ble medlem av EU. Ettersom Norge ”står utenfor” EU befinner norsk kjøttproduksjon seg etter fleres oppfatning i en særstilling. Mens kjøtt fra EU synes å være synonymt med noe som er ”dårlig”, er norsk kjøtt ensbetydende med noe som er ”bra”. Land utenfor EU tilkjenngis således høyere tillit enn land som er medlem av EU.

”Sverige er jo i EU og de har andre regelverker”.
(G1).

-Hvis dere går i butikken og disse (kylling) koster akkurat like mye - kjøper dere den ene fremfor den andre?
“Jeg ville kjøpe den norske (stor enighet om det)”.
“Sverige er jo i EU, ellers hadde jeg ikke gjort det”.

“Norsk er et kvalitetsmerke fordi det ikke er i EU. Da vet du hvor kjøttet kommer fra, men ellers er du ikke sikker på om det kommer fra Sverige en gang”.

(G1)

“Det er mye billigere i Sverige og Danmark. Jeg kjøpte noe i Sverige her, men det fløt av fett”.

“Jeg føler at det er mye EU der. Det må være norsk”.

(G1)

Sitatene avdekker at det å kjøpe kjøtt i Sverige eller Danmark forbindes med en viss usikkerhet. Dette synes å ha sammenheng med at Sverige er medlem av EU. Norsk kjøtt på sin side er ensbetydende med kvalitet fordi Norge ”står utenfor” EU. Skepsisen til kjøtt fra EU-land uttrykkes på forskjellige måter; konkret ved at regelverket er annerledes og implisitt dårligere enn det norske, og mer abstrakt gjennom en oppfatning om at ”norsk er et kvalitetsmerke fordi det ikke er i EU” og ”jeg føler at det er mye EU der”. Den generelle mistilliten som kommer til uttrykk overfor kjøtt fra EU-land kan forstås som en mistillit, så vel til regelverk og kontrollsystem som produksjonsmåte. Likevel er det noe uklart hvem denne mistilliten egentlig er rettet mot. Det synes imidlertid å være grunnlag for å si at det først og fremst dreier seg om en mer overordnet og diffus form for mistillit, som knytter seg til det som oppfattes som det abstrakte ”EU-systemet”.

EU-land synes generelt å komme dårlig ut når det gjelder tillit til kjøttproduksjon og kontrollsystem. Særlig synes Storbritannia og Belgia å ha lav tillit blant mange. Om britisk biff sier en; “*Hvis det står at biffen er fra England så ville jeg fortsatt holdt meg unna den (...)*”.(G2). At engelsk biff kommer dårlig ut er ikke så overraskende og det er liten tvil om at dette må ses i sammenheng med problemene i forbindelse med kugalskap (BSE) og den antatte forbindelsen til visse former for Creutzfeldt Jacobs sykdom hos mennesker. Og selv om faren på et vis er avblåst, vil mange, som sitatet illustrerer, ennå avstå fra å spise engelsk biff. Dette tyder på at enkelte matskandaler har en lang og vedvarende effekt. Belgisk biff forbindes med hormoner og okser som knapt kan gå. Selv om EU praktiserer et generelt forbud mot bruk av hormoner i kjøttproduksjon, representerer likevel illegal omsetning og bruk i enkelte land, deriblant Belgia, et stort problem (Lang Ree 1995, Nygård 1994). Det er kjøtt fra disse landene som oftest omtales i negative ordelag i fokusgruppene, i tillegg til svensk og dansk kjøtt.

Resultatene tyder videre på at amerikansk kjøtt har et like dårlig omdømme som kjøtt fra EU-land. Amerikansk kjøtt oppfattes som ”urent”, noe som synes å ha sammenheng med oppfatninger om utstrakt bruk av antibiotika og hormoner.

-Er det noen forskjell på kjøtt fra USA og kjøtt fra EU ?
 “Det må være reglene om hva som er tillatt og ikke tillatt (...)
 f.eks. om antibiotika og doping”.
 “Det er forskjellige regler, jeg kan ikke reglene”.
 “Jeg rynker like mye på nesen av kjøtt fra USA som kjøtt fra
 kontinentet altså”.
 (G2)

Mens kjøtt fra EU-land og USA generelt vekker skepsis er f.eks. kjøtt fra Botswana ikke like entydig negativt. Flere gir uttrykk for en positiv oppfatning av kjøtt fra Botswana. Kjøtt fra Botswana antas for eksempel å være ”reiner” enn kjøtt fra USA eller Belgia, og flere peker på at produksjonsmåten i Botswana trolig ligger nærmere den økologiske produksjonsmåten enn konvensjonell industriell produksjon.

”Virkeligheten er vel at kjøttet i Botswana er produsert slik at det er ganske lik den økologiske produksjonen i Norge. Jeg ville ha kjøpt kjøttet fra Botswana på grunn av prisdifferansen (...).”
 (G4)

“Her om dagen så jeg noe om amerikansk ytrefilet, og min tanke var at hva er det som er så spesielt med det. Og den var ganske kostbar også. Jeg er ikke noe tryggere på at kjøtt fra Amerika er reinere eller bedre enn fra Afrika. Jeg vil tro heller motsatt. Der er det hormoner osv.”
 (G1)

Enkelte foretrekker også botswansk fremfor svensk biff.

”Da ville jeg heller tatt biffen fra Botswana”.
 ”Jeg hadde en veldig dårlig opplevelse med svensk kjøtt. Vi kjøpte flere sorter og vi var ikke fornøyd med noen av dem. Det var den ene gangen og det var nok til å kurere meg”.
 -Hvorfor Botswana?
 ”Jeg synes ikke svenskene har noe godt kjøtt i det hele tatt, enkelt og greit”.
 (G4)

Alle har imidlertid ikke et like positivt syn på botswansk biff og gir uttrykk for at skepsisen øker jo lenger sør kjøttet kommer fra.

”Jeg har vært mer skeptisk jo lenger sørfra det kommer, Botswana”.
(G4)

”Afrikanske land er jeg litt skeptisk til ihvertfall. Det er sikkert fordi jeg har fordommer mot det. Kanskje dårligere hygiene ved slaktingen og litt sånn forskjellig. Det er sånn jeg tenker på det”.
(G2)

En slik skepsis til kjøtt fra afrikanske land kan forstås på bakgrunn av at Botswana ligger fjernt fra Norge og Sverige både geografisk, kulturelt og mentalt (Storstad 1998). Botswansk kultur og folk representerer noe som er annerledes og fremmed. Dette gjelder også måten landbruket drives på. Botswana og botswansk kjøtt blir i denne sammenheng ”de andre”, de er annerledes enn oss, mens amerikanere derimot er som ”oss”. Som en av informantene selv påpeker;

”Vi identifiserer oss lettere med amerikanere enn afrikanere. Det som er afrikansk er litt mer fremmed og litt skummelt”.
(G1)

Til tross for at enkelte skiller mellom ulike land når det gjelder tillit, synes resultatene å danne grunnlag for å si at det viktigste skille går mellom norsk kjøtt og kjøttindustri på den ene siden og utenlandsk på den andre. I en markeds kontekst er det mange ulike aktører å forholde seg til som forbruker. Vi velger butikk, merke og produkttype. Det er imidlertid lite som tyder på at den tilliten som kommer til uttrykk er rettet mot bestemte aktører i markedet eller konkrete institusjoner, men i at det i større grad handler om «det nasjonale systemet» eller «det norske produksjonssystemet». Tilliten er rettet mot det norske, det som er innenfor landets grenser, mens mistilliten på sin side handler om det utenlandske, ”det som kommer utenfra”. Informantene uttrykker seg ved bruk av ord og vendinger som ”lenger sydfra”, ”nedover i Europa”, ”nede på kontinentet”, ”andre land”, ”ikke lenger enn til Danmark” osv. Således kan det tyde på at en del opererer med en grense for tillit som for manges vedkommende går ved Norges yttergrenser. At mange opererer med en slik grense når det gjelder tillit, samsvarer med resultater fra flere andre norske studier (Nygård 1998, Storstad 1998). Dette kan forstås på bakgrunn av at den moderne forbruker opererer i et marked som for den enkelte kan oppfattes som uoversiktlig og komplisert. Å forholde seg til

grenser når det gjelder tillit i stedet for til konkrete aktører blir en måte å forenkle virkeligheten på. Det blir en måte å skape forutsigbarhet og følelse av sikkerhet i hverdagen. Sellerberg (1991) mener at forbrukerne søker etter forskjellige strategier ("strategies of confidence") for å skape trygghet omkring maten de spiser. Det å foretrekke det norske kan forstås som en strategi for mestring av potensiell risiko ved kjøtt.

Nærhet til landbruket og kjøttproduksjon

Preferansen for det norske fremfor det som kommer "utenfra" kan også mer konkret forstås i lys av følelsen av *nærhet* til matvareproduksjonen, både geografisk, kulturelt og mentalt. Vi skal se litt nærmere på dette her. Den franske antropologen Claude Fischler (1988) er opptatt av matens forbindelse mellom nærhet og kjennskap til matvareproduksjonen på den ene siden og matens rolle i forhold til identitet og trygghet på den andre. Gjennom det å spise inkorporerer vi ikke bare maten rent fysisk, men også matens meningsbærende aspekter. Fischler betrakter maten og det å spise som et middel til å skape orden, både i forhold til egen identitet og i forholdet mellom individ og samfunn. Følelsen av å ikke vite *hva* man spiser eller *hvor* maten kommer fra kan derfor, slik han ser det, være en kilde til usikkerhet og utrygghet. Trygghet handler om stabilitet, orden og forutsigbarhet i hverdagen. Når dette utfordres kan dette skape en følelse av utrygghet og uro hos den enkelte. Når forbrukerne gir uttrykk for skepsis til utenlandsk mat og foretrekker norske kjøttvarer, kan dette forstås i lys av dette. I sitatet under fremheves kjennskap til produksjonsforholdene, informasjon og innflytelse som viktige grunner til å velge norske kjøttvarer.

"(...) vi har et slags forhold til hvordan kjøttvarene er produsert, vi har en slags informasjon om det og kanskje også en slags innflytelse på det, som vi jo er avskåret fra når det hentes inn fra andre land (...)"

(G4)

Norsk mat og matvareproduksjon er nærmere både fysisk og mentalt og man opplever dermed høyere grad av kontroll over og innsikt i hvordan produksjonen foregår. Denne informanten mener også at forbrukeren har større *innflytelse* når det gjelder

produksjon og produksjonsforhold i Norge, sammenlignet med andre land.

En annen understreker at nettopp kunnskap om norsk matvareproduksjon er en viktig årsak til at norsk mat er, som han sier, “et godt varemerke” for folk i Norge.

”(...) det har med kunnskap å gjøre. Norsk er veldig godt varemerke for folk i Norge. Og det kan man prøve å latterliggjøre ved å snakke om nisseluer og greier, men det jo sånn at folk i Norge vet mer om produksjonen i Norge enn i andre land og sånn vil det alltid være”.

(G4)

Motsatt, fremstår opplevelsen av kunnskapsmangel om kjøttproduksjon i andre land som en viktig årsak til den skepsis til utenlandsk kjøtt som råder blant en god del av informantene.

“Jeg føler at jeg vet så lite om maten jeg spiser jeg, av og til tenker jeg på det og blir litt engstelig”.

(G3)

”(...) vi kunne få vite litt mer om det (kjøtt fra Botswana), hvilke hensyn som tas når det produseres, hvordan dyrene har det underveis og hvordan de blir slaktet, hva de spiser. Jeg tror vi vet for lite om det så vi er skeptiske på grunn av det liksom”.

(G1)

“Det hadde hjulpet å få vite noe mer om kjøttproduksjonen i Botswana, ikke nødvendigvis på denne etiketten, men i hvert fall som tilgjengelig informasjon (...)”.

(G1)

Undersøkelsen antyder på mange måter at opplevelse av nærhet til norsk matvareproduksjon, ikke bare geografisk, men også kulturelt og mentalt, er en viktig årsak til at mange velger norske kjøttvarer. Som det fremgår av sitatene, oppleves mangel på kunnskap om matvareproduksjonen i Botswana som en årsak til den følelsen av usikkerhet overfor utenlandsk kjøtt som kommer til uttrykk blant flere av informantene. Det etterlyses informasjon om hvordan produksjonsprosessen foregår, både måten dyrene behandles på, slaktemetode og hva de spiser. Mer informasjon til forbrukeren kan være en strategi når det gjelder å redusere denne usikkerheten. Og kanskje kan det også bidra til å endre forbrukernes holdning til en del utenlandsk kjøtt. Denne informasjonen trenger imidlertid

ikke, som det fremgår av sistnevnte sitat, å angis direkte på emballasjen, men kan gjøres tilgjengelig for forbrukeren også i en annen form.

Mistillit til importkontrollen

Preferansen for norsk kjøtt er ikke bare begrunnet med en skepsis til utenlandsk kjøtt og utenlandsk kjøttproduksjon. Skepsis til den norske *importkontrollen* er også en grunn til å velge norsk. Denne skepsisen kommer til uttrykk som reaksjon på den *tilliten* som flere tilkjenner den norske grensekontrollen og som vi senere skal se (jf. 3.6.1), benyttes som argumentasjon for en mer avmålt interesse for informasjon om opprinnelsesland.

Mistilliten til importkontrollen har en mer konkret form enn den abstrakte tilliten til det norske, som vi har redegjort for ovenfor. Det hevdes blant annet at kontrollmyndighetene har for lite ressurser til å føre tilstrekkelig tilsyn, at det kun foretas stikkprøver av det enkelte kjøttparti og at etaten preges av underbemanning.

"Den næringskontrollen i Norge er ikke den veldig underbemannet? Er det ikke tre stykker som skal kontrollere alt som kommer inn?"

"Jeg tror at de kontrollerer ca. 5% av kjøttet som kommer (...) det er ikke stort".

"Det har vært snakk om at det er altfor lite bemanning, sånn som det er i dag så er den for dårlig".

"Den dagen vi går inn i EU så blir den helt borte".

"Det var en sak om det nå, jeg husker ikke detaljene, men det var om at det ble enda mindre".

(G4)

"Nå er det fritt til å importere stort sett hva du vil, det er ikke noe særlig kontroll på grensen mer".

(G4)

"Jo, men hvor mye blir sjekket, det er vel bare stikkprøver".

(G2)

Sitatene illustrerer den mistillit som råder blant enkelte av informantene når det gjelder den norske grensekontrollen. Mistilliten er knyttet til bemanningsproblemer og måten kontrollen gjennomføres på. Sitatene avdekker også en viss kjennskap til at

det vil skje endringer i grensekontrollen som følge av Veterinæravtalen. Ingen synes imidlertid å ha konkret kjennskap til disse endringene.

Lav tillit til måten kontrollen av importert kjøtt foregår på er altså er grunn til å velge norsk, som igjen er et argument for ønske om opprinnelsesmerking.

Støtte norsk landbruk og hensynet til miljø og fordeling av mat i verden

I tillegg til at norsk kjøtt oppleves som tryggere enn utenlandsk, peker enkelte på mer politiske eller ideologiske grunner til å få informasjon om land og derigjennom ha mulighet til å velge norske kjøttvarer. Ønsket om å støtte norsk landbruk, samt hensynet til ressursbruk og fordeling av mat i verden er slike argumenter. Dette er imidlertid ikke argumenter som opptar mange i særlig grad. Følgende sitater kan eksemplifisere argumenter av denne art:

“(...) jeg støtter norsk landbruk, enkelt og greit”.
(G2)

"Det er en helt annen grunn, men jeg tenker aldri på det når jeg går inn i en butikk - men å opprettholde norsk landbruk. De nedlegger ganske mange gårder hvert år. Det kan være en økonomisk grunn for å kjøpe norsk mat, det er distriktspolitikk også. Ikke det at jeg stemmer Senterpartiet, men, det er et visst poeng å være med på å støtte norsk landbruk".
(G4)

Ønsket om å støtte norsk landbruk synes å omhandle så vel støtte til norske arbeidsplasser i landbruket, samt å kunne bidra til å opprettholde bosetning i distriktene. Støtte til norsk landbruk er en type argument som på mange måter er et typisk eksempel på et kulturelt konvensjonelt svar; vi vet hva vi bør svare. I sitatet over påpekes også at argumentet om å støtte norsk landbruk i liten grad synes å være utslagsgivende for hva man ender opp med i handlekurven.

Noen få peker på at hensynet til ressursbruk og fordeling av mat i verden er en faktor som taler til fordel for å kjøpe norsk. Med

utgangspunkt i at fôring av husdyr krever mye ressurser i forhold til den energien og det proteinet dyrene kan gi, stiller enkelte spørsmål ved om dette er moralsk forsvarlig i land hvor mange har lite mat. Og videre kunne kornet som går til kjøttproduksjon heller vært benyttet som mat til mennesker. En av kvinnene i den yngste aldersgruppen gir uttrykk for betenkeligheter ved å kjøpe kjøtt fra fattige land hvor kornet i stedet kunne vært brukt til mat.

"(...) hvis de bruker 90% av kornet i det landet til å fø opp dyr som vi skal spise så betyr det litt. Jeg husker ikke, men er det ikke 10 ganger mer enn det vi kan leve av de bruker av korn? (...)"
(G1)

En annen i samme gruppe peker på at det er "*prinsipielt veldig mye ressursbruk til transport av mat*". Ved å velge norske produkter reduseres slik ressursbruk.

De ovennevnte argumenter synes imidlertid ikke å oppta mange i særlig grad. I den grad de tematiseres knyttes argumentene først og fremst til forhold som ligger utenfor forbrukerens umiddelbare interesse i den konkrete kjøpsituasjonen.

3.3.2 Valgfrihet som prinsipp

Retten til å kunne velge er en sentral forbrukerrett. Det er imidlertid få som oppgir dette som grunn i seg selv til å få informasjon om land. *Prinsippet* om å kunne velge er således lite fremme i diskusjonen om opprinnelsesmerking. Enkelte argumenter likevel på en måte som synes å berøre det prinsipielle knyttet til forbrukernes rett til å få informasjon og derigjennom til å kunne velge. Følgende sitater kan tjene som en illustrasjon:

"(...)fint at det står på og at det ikke bare havner i disken uten at det er merket på noen som helst måte, for da kan man velge selv (...)"
(G3)

"(...) har du alternativer som du vet hvor kommer fra, enten det er fisk eller kjøtt, så kan du på en måte velge selv hva du skal spise".
(G4).

“Man bør jo rett og slett ha krav på å vite hva man kjøper”.
 “Det er jeg enig i”.
 (G4)

Som det fremgår av sitatene over så uttrykkes det et ønske om å ha tilstrekkelig informasjon til å kunne ”velge selv”. Motivet synes ikke å være knyttet til et ønske om å kunne velge på bakgrunn av bestemte egenskaper ved kjøttet, men ut fra en oppfatning av mer prinsipiell karakter. Forutsetningen er selvsagt at det finnes valgmuligheter i markedet, noe som foreløpig bare er en hypotetisk situasjon for de fleste forbrukere.

3.3.3 Valgfrihet på bakgrunn av kvalitetsegenskaper som smak og mørhet

Til slutt skal vi peke på et argument som bare svært få av informantene legger til grunn for ønsket om opprinnelsesmerking, nemlig hensynet til smak, mørhet og lignende kvalitetsegenskaper ved kjøttet. Koblingen mellom kjøttets på den ene siden smak og mørhet og opprinnelsesland på den andre, synes å være helt fremmed for de aller fleste. Det er imidlertid enkelte som foretar denne koblingen og som benytter dette som begrunnelse for hvorfor det er interessant å få vite hvilket land kjøttet kommer fra. Sitatene under illustrerer dette poenget.

“Det må være at man kanskje liker noe bedre enn noe annet da, for eksempel at du kjøper noe og ikke vet hvorfor det kjøttet ikke var godt.”
 “Eller at det kjøttet ikke var så mørt, det er greit å vite”.
 (G3)

“Det er greit å kunne velge”.
 “Det også. Men landet kan jo også bli et kvalitetsstempel hvis man tenker smak også”.
 “Sånn burde det være, men det er ikke sånn nå for jeg husker ikke om det var biff fra Gilde eller biff fra et annet sted for jeg tar det de har i butikken, det smaker likt”.
 (G2)

Informasjon om land kan altså være nyttig hvis det er slik at man ”liker noe bedre enn noe annet” eller hvis noe kjøtt er mørere enn noe annet. Opprinnelseslandet kan således ses på som en faktor som berører kulinarisk kvalitet og som på sikt kan bli et kvalitetsfortrinn. Slik “burde det være” som en av informantene

sier, som ikke “husker” om kjøttet han kjøper i butikken kommer fra Gilde eller andre leverandører og som “tar det de har i butikken”.

Til tross for at *enkelte* setter fokus på sammenhengen mellom smak/mørhet og opprinnelsesland, er det mest interessante i denne sammenheng den nærmest ikke-eksisterende bevisstheten omkring en slik kobling. Dette må forstås på bakgrunn av at det er liten import av kjøtt fra andre land til Norge, og det som importeres er, med få unntak, ikke merket. Men, det sier også noe om at man i Norge har liten erfaring med å tenke smak som kvalitetsegenskap når det gjelder kjøtt. Lien (1997) påpeker at kjøtt skal være saftig og mørt (ikke seigt), det skal ikke ha for mye fett og det skal være trygt å spise. At kjøttet ikke skal være seigt, men mørt, er også ett av de temaene som oftest kommer opp i fokusgruppene, ut over det at det skal være trygt å spise. Lien (1997) påpeker at vi i Norge har et begrenset ordforråd for å beskrive kjøttets egenskaper og at kvalitetsegenskaper i hovedsak beskrives gjennom fravær av uønskede egenskaper. Og, som hun sier, hvis vi forsøker å beskrive kjøttets gode smak i positive termer, vil mange av oss komme i beit for ord. Et begrenset ordforråd kjennetegner også den tradisjonelle måten å snakke om mat på. Lien eksemplifiserer med utgangspunkt i en studie foretatt i Båtsfjord, hvor hun påpeker at uttrykk som “det var no etandes” kan være noe av det mest anerkjennende man kan si om mat (Lien 1989).

3.4. Ulike begrunnelser for ønsket om opprinnelsesmerking. Resultater fra spørreundersøkelsen

Resultatene fra fokusgruppene viser at det ligger mange ulike argumenter til grunn bak forbrukernes ønske om opprinnelsesmerking av kjøtt. Trygg mat, etikk i dyreholdet, retten til å vite hva man spiser, og politiske hensyn er de argumentene som oftest kommer opp i gruppediskusjonene. Hensynet til trygg mat er dominerende i alle gruppene. Vi har også sett at ønsket om å få informasjon om hvilket land kjøttet kommer fra løper parallelt med en utbredt skepsis til utenlandsk kjøtt, samt en preferanse for norske kjøttprodukter. Oppfatningen om at norsk mat er tryggere enn utenlandsk står sterkt blant svært mange og et ”ja” til

opprinnelsesmerking er på mange måter identisk med et ”ja ”til norsk kjøtt.

I det følgende skal vi se på oppslutningen blant norske forbrukere om de ulike typene av argumenter som fremkom i fokusgruppene. Vi skal også se på i hvilken grad forbrukerne vektlegger norske kjøttvarer ved kjøp og hva som er den viktigste grunnen til det.

I tabellen under fremgår resultatene på spørsmålet ”Hva er de 2 viktigste grunnene til at du synes slik informasjon om kjøtt er viktig?”. Majoriteten av befolkningen oppgir hensynet til trygg mat som den viktigste grunnen til ønsket om slik informasjon. Hensynet til dyrenes velferd og retten til å kunne velge får også stor oppslutning blant mange. Muligheten til å velge eller velge bort kjøtt fra land ut fra politiske motiver får derimot liten oppslutning. En noe større andel oppgir årsaken å være ”andre grunner”. Dette kan tenkes å omhandle faktorer som for eksempel smak, mørhet og lignende.

Tabell 3.3. De viktigste grunnene til at informasjon om land er viktig⁴. Prosent.

	Prosent
Velge kjøtt fra land som kan garantere trygge matvarer	83
Velge kjøtt fra land som ivaretar dyrenes velferd	28
Det er en forbrukerrett å kunne velge	21
Velge/velge bort kjøtt fra land av politiske hensyn	6
Andre grunner	8
Ubesvart/vet ikke	2
N	756

Fokusgruppeintervjuene viste at ønsket om opprinnelsesmerking i stor grad ble begrunnet med muligheten til å kunne velge norske kjøttvarer. Av tabell 3.4 fremgår det i hvilken grad norske forbrukere vil legge vekt på å kjøpe norsk kjøtt hvis importen av kjøtt øker.

⁴ Det er kun de som har svart at informasjon om land er ganske eller svært viktig som har fått dette spørsmålet. Kategoriene er ikke gjensidig utelukkende. Man har hatt mulighet til å gi 2 svar. 409 respondenter har kun avgitt ett svar. Spørsmålet er rotert.

Tabell 3.4. Hvis det blir mer import av kjøtt, hvor stor vekt vil du da legge på at det er norske varer du kjøper?

	Prosent
Stor vekt	54
Noe vekt	17
Både og/varierer	13
Liten vekt	11
Ingen vekt	3
Vet ikke/ubesvart	2
N	100 (1022)

Majoriteten, i overkant av 70 prosent, svarer at de vil legge stor eller noe vekt på å kjøpe norsk kjøtt hvis importen øker. Dette er i tråd med den tidligere nevnte undersøkelsen til Kjærnes (1996). Vi ser imidlertid en økning på 9 prosentpoeng fra 1996. Særlig har andelen som svarer at de i *stor grad* vektlegger norske varer økt; fra hhv. 33 prosent i 1996 til 54 prosent i 1998. Spørsmålet fra 1996 omfatter imidlertid norske varer i alminnelighet og ikke kun kjøttvarer som i denne undersøkelsen. Det var heller ingen spesifikasjoner med hensyn til import av kjøtt. Det er derfor en mulighet for at resultatene i like stor grad reflekterer spørsmålets karakter som en reell økning i preferansen for norske kjøttvarer. En annen norsk studie gjennomført av 4 FAKTA for Forbrukermagasinet "Tett på" (1998), viser at ni av ti ville valgt norsk fremfor afrikansk biff hvis de hadde valget i butikken. En preferanse for eget lands forbruksvarer fremfor andre, både når det gjelder mat og andre varer, er en tendens som også kan dokumenteres i andre land (Bilkey and Nes 1982). I en norsk studie fremgår det at preferansen for varer av norsk opprinnelse er større for matvarer enn for mer varige forbrugsgoder (Stø 1995).

Resultatene fra fokusgruppeintervjuene dannet grunnlaget for en hypotese om at ønsket om opprinnelsesmerking syntes å være motivert ut fra et ønske om å kunne velge norske kjøttvarer. Resultatene i tabell 3.5. gir støtte til en slik hypotese.

Tabell 3.5. Sammenheng mellom viktighet av opprinnelsesmerking og det å legge vekt på å kjøpe norsk kjøtt. Prosent.

Vil kjøpe norsk kjøtt:	Viktighet av informasjon om opprinnelse (land) for kjøtt					
	Svært viktig	Gansk. viktig	Både og	Ikke særlig viktig	Svært lite viktig	Vet ikke/ ubes
Stor vekt	80	45	26	8	17	44
Noe vekt	10	25	26	18	25	0
Både og/varierer	7	18	26	19	15	11
Liten vekt	2		18	43	32	6
Ingen vekt	1	8	6	10	12	11
Vet ikke/ubes.	1	2	0	1	0	28
N	0	2	0	0	0	0
	100 (474)	100 (283)	100 (90)	100 (98)	100 (60)	100 (18)

p<0.001 (kji-kvadrat-test)

Som tabellen viser; jo viktigere det er med informasjon om land, jo større vekt vil man legge på å kjøpe norsk. Ser vi på andelen som synes det er svært viktig med informasjon om land er det 90 prosent som vil legge stor, eller noe vekt på å kjøpe norsk kjøtt. Blant de som vurderer slik informasjon som ganske viktig er denne andelen på 70 prosent. Resultatene gir altså støtte til det inntrykket vi fikk av fokusgruppeintervjuene; at ønsket om opprinnelsesmerking med land, for mange er sterkt knyttet opp mot å kunne velge norske kjøttvarer.

Ser vi på årsaken til en vektlegging av norske fremfor utenlandske kjøttvarer, så er det de samme typene av argumenter som får høyest oppslutning som i spørsmålet om årsaker til ønsket om opprinnelsesmerking. Hensynet til trygg mat er den viktigste årsaken, mens oppfatningen om at kontrollen av importert kjøtt ikke er god nok og ønsket om å støtte norsk landbruk, er andre viktige argumenter. Hensynet til dyrenes velferd synes imidlertid å være mindre viktig i denne sammenheng.

Tabell 3.6. Hva er den viktigste grunnen til at du ville legge vekt på at kjøttet er norsk⁵? Prosent.

	Prosent
Trygghet	49
Importkontrollen er ikke god nok	21
Støtte norsk landbruk	18
Dyrenes velferd	5
Smak	3
Annet	2
Vet ikke/ubesvart	1
	100 (726)

Det er interessant å merke seg at smak i liten grad synes å være en viktig grunn til å vektlegge kjøp av norske kjøttvarer. Noe av forklaringen bunner trolig i spørsmålets karakter, hvor det bare var mulig å oppgi den viktigste grunnen til å velge norsk. Dette fordrer en prioritering hvor hensynet til trygg mat for de aller fleste vil veie tyngre enn hensynet til smak. Resultatet kan også forklares med at norske forbrukere generelt har liten erfaring med kjøtt fra andre land, noe som gjør det vanskelig å sammenligne med hensyn til smak. Kjøttet er heller ikke merket slik at man har mulighet til å skille. En annen tolkning kan være at det er liten grunn til å velge norsk kjøtt på bakgrunn av smak.

Våre resultater er noe annerledes enn resultater som fremkom i en studie gjennomført av Wandel og Bugge (1994). På spørsmål om ulike begrunnelser for å kjøpe norskproduserte varer, oppgav majoriteten hensynet til norsk bosetting og arbeidsplasser som de viktigste årsakene. Bedre matkontroll var det argumentet som skåret høyest etter hensynet til bosetting og arbeidsplasser. Det er imidlertid vanskelig å sammenligne resultatene da svaralternativene var noe annerledes enn våre. En tilsynelatende vridning fra mer politiske argumenter til et større fokus på helse og risiko, kan imidlertid reflektere en langt større oppmerksomhet i media om problemer som salmonella, hormonbruk, ulike matskandaler som BSE-saken i Storbritannia, skrapesyke og lignende.

⁵ Det er kun de som har svart at de vil legge stor eller noe vekt på at kjøttet er norsk som har fått dette spørsmålet. Spørsmålet er rotert.

3.5. Mediernes innflytelse og retorikk i kjøttdebatten

Det er interessant å merke seg at spørsmålet om opprinnelse først og fremst tolkes inn i en ramme hvor temaet dreier seg om trygg versus utrygg mat. På den ene siden finner vi det trygge, norske kjøttet og på den andre, det utrygge, farlige utenlandske. Samme kontraster gjør seg gjeldende når det gjelder spørsmålet om dyrevelferd. Andre kvalitetsegenskaper ved kjøtt tematiseres i svært liten grad i den sammenheng. Dette er, som vi har påpekt et paradoks, i og med at mange er svært opptatt av for eksempel mørhet som en viktig kvalitetsegenskap ved kjøtt. Opptattheten av mørhet og andre kvalitetsegenskaper ved kjøtt kobles imidlertid i svært liten grad til spørsmål om opprinnelse.

Det kan settes i sammenheng med hvordan kjøtt fremstilles og omtales i norske medier. Ser vi både på den debatten som har pågått i media i høst i forbindelse med Veterinæravtalen og på måten man ”snakker om kjøtt” i media generelt, er vårt inntrykk at slike positive egenskaper ved kjøtt i svært liten grad tematiseres. Særlig synes det å gjelde utenlandsk kjøtt. I den offentlige debatten omkring Veterinæravtalen har det norske kjøttet generelt blitt fremstilt som tryggere enn det utenlandske og at nedbygging av grensevern etter manges oppfatning, nesten uvilkårlig, vil føre til økt helserisiko, så vel for mennesker som dyr⁶. Kjøtt fra Botswana, som utgjør den største delen av kjøttimporten til Norge, fremstilles nesten utelukkende i en negativ kontekst, for eksempel i forbindelse med salmonella i importerte partier, dårlig hygiene i slakterier, inntektstap for norske bønder, kjøttoverskudd etc⁷. Nå er ikke hensikten her å gå inn på en analyse av fremstilling, vinklinger og retorikk av utenlandsk kjøtt i norske medier. Det ligger utenfor rammene av denne rapporten. Vi vil bare peke på at måten kjøtt fremstilles på og debatteres på i norske medier *kan* ha en betydning for hvordan folk oppfatter spørsmålet om opprinnelse. Det er viktig å ha i bakhodet når vi skal forklare hvorfor norske forbrukere gjerne vil ha informasjon om opprinnelsesland og hvorfor dette først og fremst ser ut til å ha

⁶ se for eksempel Aftenposten 18.09.98, 4.11.98, Dagbladet 26.10.98, Dagsavisen 29.10.98.

⁷ se for eksempel Nationen 14.10.98, 21.10.98, Aftenposten 4.11.98, 12.11.97.

sammenheng med et ønske om å kjøpe norsk fremfor importert kjøtt.

Man kan diskutere i hvilken grad informantenes holdninger er et resultat av personlige erfaringer eller i større grad et resultat av den ”diskursive” kulturen som informantene befinner seg innenfor. I hvilken grad mediene har innflytelse på folks holdninger og atferd er et kompleks og vanskelig spørsmål å gå inn på, noe vi heller ikke skal gjøre. Dataene indikerer imidlertid at de holdninger og den forståelse som flere legger til grunn når det gjelder oppfatninger om kjøtt fra andre land til en viss grad synes å være preget av de fremstillinger som kommer til uttrykk i offentlige debatter, utspill og reportasjer i media. Undersøkelsen viser for eksempel at medienes fokusering på dyrenes levekår i andre land synes å ha hatt betydning for flere av informantenes oppfatninger. Enkelte refererte til programmer de hadde sett på TV om temaet, og som det påpekes i situatene under, var dette bilder som gjorde sterkt inntrykk.

”Man har jo sett noen filmer om hvordan man behandler dyr i andre land, og det satte iallfall hodet mitt i brann. Jeg vet jo ikke, det jo ingen som kan garantere meg det, tror jeg, men jeg håper at det ikke foregår sånn i Norge”.
(G1)

”(...) jeg har vært en del i Belgia og sett de dyrene”.
”Jeg har sett en del TV-program hvordan de behandler dyrene sine da. Vi ser hvordan de stapper i dem hormoner”.
(G1)

Fjernsynsbilder av belgiske hormon-behandlede okser gjør inntrykk. Og flere peker på at kjøtt fra belgiske dyr som er ”*så store at de må ta keisersnitt ved fødselen*” (G4), det vil de iallfall ikke ha. Det oppfattes som så unaturlig at man umiddelbart vegrer seg for å spise kjøtt fra den slags dyr.

Enkelte medier bringer ofte sensasjonspreget stoff om mat og ulike risikofaktorer med fokus på konsekvenser for den enkelte forbruker. Kjøtt fremstilles ofte som usunn og farlig mat i tråd med en forestilling om kjøtt som utrygg mat (Observer Media Intelligence 1998). Dette kan bidra til å bygge opp en frykt blant forbrukerne. Undersøkelsen tyder på at medias fokus på matskandaler har innvirkning både på den enkeltes opplevelse av uro og bekymring og for konkrete matvalg.

"Den gangen det var så veldig i fokus på denne kugalskapen i engelsk storfekjøtt (...)da tenkte man kanskje på det for sin egen del i en periode, og så var det anfallet over, og så tar man fra disken det man har lyst på" .

-Er det sånn det er?

"Man lar seg lede av media".

"Ja, selvfølgelig, når det blir store overskrifter om sånt så tror jeg enhver av oss tenker sånn..

(G2).

"(...) plutselig så er det en gård i en eller annen dal og det slaktes og det er smittefare da, og så blir det at man ikke spiser det kjøttet på en måned og så er det glemt. Det er veldig periodisk synes jeg. Man blir litt skremt når media kommer med sånt. Det var noe med egg også og da holdt jeg meg litt unna egg i et par uker. Men det går fort over".

(G1)

Nygård (1998) peker på ulike forhold som kan bidra til at folk "våkner" med tanke på å ha et kritisk og bevisst forhold til matens innhold. Foruten sykdom, allergi og lignende, samt etablering av familie og barn, peker hun på at matskandaler som slås stort opp i media kan fungere som et slikt "vendepunkt". Vårt inntrykk er imidlertid at medias innflytelse i den sammenheng er av svært kortvarig og periodisk karakter. Så snart en sak er ute av mediernes søkelys, daler den enkeltes interesse for og oppmerksomhet av en sak. Ovennevnte sitater gir også et inntrykk av at tilliten til det som står i media er varierende og at enkelte opplever en følelse av avmakt og inntar en ironisk og humoristisk tilnærming til det budskap som fremkommer i mediene. Mange blir skremt og "lar seg lede" til å kjøpe noe annet for en kort periode, men som en sier, snart "(...)var det anfallet over". Lignende resultater fremkom også i en studie gjennomført av Bugge (1995). Slike reaksjoner kan ses i sammenheng med at det i perioder fokuseres svært mye på mat og helserisiko og at en del av oppslagene er av sensasjonspreget karakter, med store overskrifter og til dels skremmende scenarier. Samtidig oppfattes ekspertenes vurderinger av mange å sprike i ulike retninger (Bugge 1995). Resultatet kan bli at det blir vanskelig for forbrukerne å forholde seg til de opplysningene som fremkommer i media. Dessuten kan det være både slitsomt og ubehagelig å tenke på slike forhold i lengden. Når en fare oppleves som ukontrollerbar er det ifølge (Giddens 1996) ikke uvanlig å forsøke å sortere bort den type informasjon som virker truende for egen sikkerhet. Giddens benytter begrepet

”protective cocoon” for å beskrive denne formen for forsvarsmekanisme.

3.6. Ulike begrunnelser for liten interesse for opprinnelsesmerking. Resultater fra fokusgruppene.

Vi har ovenfor pekt på ulike grunner til at mange argumenterer *for* en ordning med opprinnelsesmerking og hvordan det fordeler seg i den norske befolkning. Fokusgruppeintervjuene viser også at en god del av informantene i liten grad ser behov for en ordning med opprinnelsesmerking. Mange gav uttrykk for at informasjon om land var uinteressant. En sier helt enkelt; *”for meg så spiller det ingen rolle hvor kjøttet kommer fra altså”* (G2). Årsakene til dette er flere. Noen mener at det blir for mye negativ fokus på mat og reagerer, av den grunn, negativt på spørsmålet om opprinnelse. Andre peker på at de helt enkelt vet for lite om kjøtt fra andre land til å kunne velge. Den viktigste grunnen synes imidlertid å være at mange har høy tillit til at kontrollen med import av kjøtt er god nok og dermed, at det kjøttet som befinner seg i norske butikker er trygt. Det synes altså som om de vektlegger kontroll fremfor informasjon. Vi skal i det følgende se litt nærmere på hvert av disse argumentene og hvordan de kommer til uttrykk. Til slutt skal vi redegjøre for resultatene fra spørreundersøkelsen.

3.6.1. Tillit, kontroll og nærhet til landbruksproduksjonen

Vi har tidligere sett hvordan ønsket om opprinnelsesinformasjon i mange tilfeller synes å være uløselig knyttet til ønsket om å kjøpe norske varer. Dette er igjen knyttet til en oppfatning om at norskprodusert mat er tryggere enn utenlandsk, og at dyrene behandles bedre i Norge enn i andre land. Høy tillit til det ”norske” i form av tillit til norske produkter og produsenter ble direkte benyttet som en begrunnelse for å kjøpe norsk og indirekte for en ordning med opprinnelsesmerking. I tillegg ble *lav* tillit til importkontrollen benyttet som et argument *for* opprinnelsesmerking. I det videre skal vi se at også det omvendte gjør seg gjeldende ved at *tillit til den norske importkontrollen* synes å gjøre informasjon om kjøttets opprinnelse overflødig. Flere påpeker at så lenge kontrollen utføres på en skikkelig måte, så er det

irrelevant hvor kjøttet fra og heller ikke interessant med opprinnelsesinformasjon. Sitatene under illustrerer dette synspunktet.

"(...) for meg spiller det ingen rolle for jeg regner med at det er kontrollert. Om det er fra Afrika, eller Australia eller USA eller Norge, det tenker jeg ikke på" .
(G3)

"(...)det er egentlig det som er viktigst at kontrollen blir utført, og at vi er garantert at kontrollen er gjort. Det spiller da egentlig ikke noen rolle om kua kommer fra Botswana eller Sverige" .
(G1)

-Litt tilbake til dette med norskheten. Er det et garantibegrep at kjøttet er norsk?
"Jeg vil bare si at det er det i og med at både det norske og det utenlandske kjøttet blir kontrollert, det er den norske kontrollen som er viktig" .
(G1)

"Det må være kvalitetssjekket rett og slett".
"Kvalitet er et vidt begrep, men det de vil komme frem til er at kjøttet er i orden".
"Altså har dette kjøttet det merket som viser at det er sjekket, ja vel da er det greit".
(G2)

Det som er viktigst, slik disse sitatene illustrerer, er at kjøttet er kontrollert og at forbrukeren får garantier for at det er "i orden", at det er "kvalitetssjekket", som en uttrykker det. Så lenge kjøttet underlegges norsk kontroll spiller det således ingen rolle hvilket land kjøttet kommer fra. Sitatene avdekker videre at det eksisterer en generell tiltro til at kontrollen fungerer tilfredsstillende. Man "regner med" at kjøttet er kontrollert og man "stoler på" norske myndigheter. I likhet med funn fra andre studier (Nygård 1998, Storstad 1998) synes det å være en grunnleggende tillit til at helsefarlig kjøtt stoppes på grensen og ikke finner veien til norske butikker. Kjøtt i norske butikker er dermed trygt. Denne tilliten synes videre å være forankret i det norske kontrollsystemet. Tillit til systemer er ifølge Giddens (1996) en form for tillit som vi i liten grad er oss bevisst, og som det sjelden reflekteres over. Dette kommer til uttrykk ved at folk i liten grad later til å vite hvordan dagens kontroll foregår i praksis, eller kjenner til de endringer som følger av for eksempel Veterinæravtalen. Tilliten synes å være

rettet mot den uspesifiserte *kontrollen* i alminnelighet, ikke bestemte institusjoner eller konkrete aktører, eller måten kontrollen gjennomføres på. I stedet synes det som om det handler om en slags underforstått tillit til det norske kontrollsystemet. Norsk kontroll og norsk regelverk fungerer dermed som en slags garantist for at importert kjøtt er trygt og ikke skadelig for helsen (Storstad 1998). Det er det norske kontrollsystemet som tilliten tilkjennegis og ikke produsenten (bonden) eller det utenlandske kontrollsystemet. Sitatet under forsterker dette resonnementet.

”Kvaliteten tenker jeg, er på en måte sikret gjennom disse leddene, det er noe annet hvis du hadde vært i Botswana og gått i en ferskvarebutikk og kjøpt kjøtt, det ville man kanskje ikke ha gjort. Når du kjøper det på REMA og det står Norsk Kjøttimport så...”

(G2)

Kvaliteten på kjøttet sikres «gjennom disse leddene» som denne informanten uttrykker det. Produktets vei gjennom norsk kontrollsystem og norsk importør danner grunnlag for tillit til at det kjøttet som havner i norske butikker er trygt. Det samme kjøttet betraktes imidlertid annerledes i botswanske butikkhyller. Tillit er derfor som Nygård (1998) påpeker, kontekstavhengig.

Enkelte gir uttrykk for at selv om de stoler på at kontrollen blir utført ville de likevel handlet hos en slakter som kunne gi ytterligere garantier.

-Dere stoler på at den norske kontrollen fungerer godt?

”Jeg har tillit til at det er bra nok på en måte. Men, jeg ville nok ikke gått til en pakkedisk. Jeg ville ha gått til en slakter som kunne garantere litt på hva jeg fikk”.

(G3)

Dette kan tolkes som at tilliten til det abstrakte systemet ikke er tilstrekkelig. I tillegg vil man ha garantier gjennom det Giddens (1996) kaller for ”facework commitments” - ansikt-til-ansikt forpliktelser. Slik garanti får man ved å gå til en slakter. På den måten oppnår man en slags ”dobbel” garanti for at kjøttet man kjøper har en viss standard.

Flere synes altså å vektlegge kontroll fremfor informasjon om opprinnelse. Disse faller ned på en *annen* konklusjon i spørsmålet om opprinnelsesmerking. Merking av kjøtt med opprinnelsesland

blir mindre viktig så lenge man har tillit til at kjøttet *kontrolleres* på en måte som anses som forsvarlig. Vektleggingen av kontroll i større grad enn informasjon kan tolkes som en reaksjon mot å måtte forholde seg til et spørsmål om valg. I dagens samfunn blir den enkelte konfrontert med et mangfold av hendelser og informasjon som det er nødvendig å ta stilling til. På stadig flere områder stilles man overfor tilsynelatende ubegrensede valgmuligheter med en økt fokusering på individet som ansvarlig for eget liv (Ziehe 1989). Når det gjelder mat gjenspeiles det blant annet i påstanden om at enhver er ansvarlig for sin egen helse (Holm 1991). For mange oppleves det snarere som en byrde enn en mulighet og kan skape en følelse av utrygghet og maktesløshet hos den enkelte. For å kunne velge må man også ha kunnskap. Dette er ikke alltid like enkelt i et matsystem som stadig blir mer kompleks. Enkelte påpeker nettopp kunnskapsmangel som et problem når det gjelder å kunne nyttiggjøre seg informasjon om opprinnelsesland.

“(...) hva de har av tilsetningsstoffer og eventuelle medisiner på dyrene, det mener iallfall jeg å vite for lite om til å velge bort noe og foretrekke andre ting”.
(G3)

Det er ikke bare kunnskap om hvordan maten fremstilles og hva den inneholder som er mangelfull. Vi har heller ikke kunnskap om hvorvidt enkelte stoffer i maten har negative følger for helsen på lang sikt. Derfor er det av avgjørende betydning at forbrukerne har tillit til at maten produseres, distribueres og kontrolleres på en måte som ikke medfører fare for den enkeltes helse. Vi pekte tidligere på at det å foretrekke norsk fremfor utenlandsk kjøtt kan være en strategi med tanke på å mestre risiko og usikkerhet ved mat. Det å ha tillit til matkontrollen kan forstås som en annen slik strategi. Det kan også forstås som en mer bevisst *avstandstagen* fra forbrukernes side mot en forskyvning av ansvar for trygg mat fra myndighetene og over på forbruker.

Men, det er ikke nødvendigvis et spørsmål om enten eller; informasjon om opprinnelsesland på den ene siden og kontroll på den andre. Det synes å være flere blant “kontrolltilhengerne” som i løpet av diskusjonen kommer frem til at det kan være nyttig med informasjon om hvilket land kjøttet kommer fra i tillegg. Mens kontrollen ivaretar sikkerhetsaspektet ved maten, kan informasjon om opprinnelse, som vi tidligere har vært inne på, handle om

valgmulighet på bakgrunn av f.eks. smak eller andre kvalitets-egenskaper ved kjøttet. Sitatene under eksemplifiserer en slik oppfatning.

- Hvis de på en måte går god for at kvaliteten på dette kjøttet er bra, da trenger man ikke informasjon om land da, er det det dere mener?

“Jeg mener det”.

“Det kan gjerne bare stå i tilfelle noen er i interessert i det og sånn i forhold til pris også. Neste gang du kjøper så likte du det, men ikke det”.

“Jeg synes det bør stå, det lille flagget opp i hjørnet for da husker man det til neste gang”.

(...)

“Jeg synes det bør stå”.

“Det synes jeg også”.

“Det er kjekt å vite”.

-Det handler om valgfrihet da?

“Det er greit å kunne velge”.

“Det også, men flagget (landet) kan jo også bli et kvalitetsstempel hvis man tenker smak også”.

“Sånn burde det være, men det er ikke sånn nå for jeg husker ikke om det var biff fra Gilde eller biff fra et annet sted. Jeg tar det de har i butikken, det smaker likt”

(G2).

Flere synes altså at det bør informeres om kjøttets opprinnelse selv om kontrollen synes å være aller viktigst.

I neste avsnitt skal vi se nærmere på resultatene fra spørreundersøkelsen når det gjelder årsaker til at noen i liten grad er opptatt av opprinnelseslandet for kjøtt.

3.6.2. Motreaksjoner mot risikofokuseringen

Mye av diskusjonen i fokusgruppene omhandlet opprinnelsesmerking i lys av ønsket om å kunne velge norsk kjøtt av hensyn til spørsmålet om trygg mat. Norsk kjøtt ble ansett for å være tryggere enn utenlandsk, mens utenlandsk kjøtt på sin side ble betraktet med generell skepsis. Dyrenes velferd ble også fremsatt som et argument for å velge norsk. I alle fokusgruppene medførte fokuset på risiko og oppfatninger om norsk kjøtt som tryggere og bedre enn utenlandsk til sterke motreaksjoner. Flere gav uttrykk for et syn på dagens fokus på risiko ved mat som overdrevent og “hysterisk”. Et slikt syn gjorde seg gjeldende i alle gruppene, men

syntes å være særlig fremtredende blant kvinnene i den eldste aldersgruppen. Denne gruppen deltagere fremstår som lite interessert i informasjon om kjøttets opprinnelse, noe som kan skyldes at spørsmålet om opprinnelsesmerking i stor grad diskuteres innenfor konteksten trygg/utrygg mat. Spørsmålet kommer således opp i relasjon til et tema som de i liten grad er opptatt av. Det understrekes at det er viktig å ikke glemme matens positive sider. Maten skal nytes, man skal kose seg med maten og ikke minst er det viktig å overføre positive holdninger til barna. Deres manglende eller i alle fall avmålte holdning til opprinnelsesmerking kommer til uttrykk på flere måter.

Enkelte peker på at så lenge man spiser variert, så er det ikke så viktig hva maten kan inneholde av reststoffer o.l. Dermed er det heller ikke viktig å vite hvor kjøttet kommer fra.

"Jeg tenker som så jeg, at du spiser jo ikke så utrolig mengder av disse tingene, (...) man spiser ikke biff og alt mulig sånt hver eneste dag, det er variert og det kommer fra forskjellige steder. Så jeg tenker litt her og litt der. OK. Det kan kanskje bli en del, men jeg føler som deg, at jeg er litt avslappet til akkurat det. Da må man vel kanskje drive egen bondegård og ale opp dyrene på naturlig vis hvis du skal vite akkurat hva du får i deg. At man er litt opptatt av det er greit, men at det blir hysteri på det, det tror jeg det kan (...)"
"Jeg tror på variasjoner i kosten".
(G3)

Denne informanten gir uttrykk for å ha et avslappet forhold til kjøtt og risiko. Det påpekes at biff ikke står på menyen hver dag, inntaket er begrenset, maten har forskjellig opphav - "*så jeg tenker litt her og litt der*" som hun uttrykker det. I dette utsagnet kan det spores et snev av fatalisme, som kan tolkes som en følelse av avmakt i forhold til spørsmålet om mat og risiko. En slik fatalisme kommer til uttrykk også på flere andre måter. I forbindelse med faren for å bli syk ved inntak av BSE- infisert storfe eller kjøtt fra sau med skrapesyke blir det benyttet argumenter som at sykdommen ikke utvikles før om mange år. Faren er potensiell, den griper langt inn i fremtiden og omfanget er vanskelig å vurdere. Dette faktum blir et argument for å la bekymringen ligge. Sitatene under kan tjene som illustrasjon.

”Vi er en gjeng som spiser smalahoved hvert år og det har vi gjort i ganske mange år og det var også i forbindelse med skrapesyken. Da fant vi ut at det var sikkert for sent allikevel, fordi vi hadde spist disse sauehodene i så mange år tilbake, at sannsynligvis så hadde vi fått i oss det, før de begynte å snakke om det og at det virkelig ble oppdaget (...) og vi regnet med at OK – dette her er kontrollert og dette her er sikkert greit liksom”.

(G3)

“(...) det (kugalskap) setter jo ikke spor før 20 år etter at man har fått det i seg, så det er ikke noe å tenke på”.

(G3)

(...) “det må ikke være sånn at du er fiksert på dette matinnholdet, hva du kan spise og hva som er farlig og ikke farlig, for vi lever farlig hele tiden. Vi kan si at det er farligere å kjøre hit enn å spise”.

(G3)

Som det påpekes i det første sitatet, denne vennegjengen resonnerer seg frem til at det var liten grunn til frykt, fordi de allerede i mange år før skrapesyken virkelig ble ett tema, hadde spist smalahoved og skaden kunne allerede være skjedd. I tillegg ”regnet de med” at kjøttet var kontrollert. Denne informanten benytter en dobbel argumentasjon, på den ene siden er uroen liten fordi det allerede er for sent, og hvis det skulle være grunn til frykt, sørger kontrollen for resten.

En slik fatalistisk og avslappet tilnærming til mat og spørsmål om risiko som kommer til syne i disse sitatene, kan forstås som en av flere måter å reagere på i forhold til et matsystem som er kompleks og til dels uoversiktlig for forbrukerne. Ifølge Beck (1992) kan folks tendens til å trivialisere, bagatellisere eller fornekte en risiko forstås som en måte å beskytte seg mot alle farene man blir konfrontert med. Denne tendensen øker, slik Beck ser det, med risikoens størrelse. En slik tilnærming til risiko kan også tolkes som en slags aksept av risiko som ligger implisitt i det å “leve moderne”. Giddens (1996) peker på hvordan aktiviteter som bilkjøring og røyking på den ene siden kan betraktes som risikoer som man frivillig utsetter seg for, samtidig som de på den annen side er mer eller mindre innbakt i det sosiale liv eller livsstilmønster. I den grad det siste er tilfelle, kan de omtales som en kulturelt betinget risiko. Faren ved å kjøre bil er en fare de fleste finner vanskelig å velge bort. Bilen representerer frihet,

mobilitet og uavhengighet, verdier som står sterkt i det moderne samfunn. Bilkjøring er innbakt i en livsstil som det for mange vil virke sterkt begrensende å måtte velge bort. På samme måte kan man se på mat. All mat er potensielt farlig. Det er imidlertid alltid mulig å velge noe annet. Men, i likhet med bilen, vil det for enkelte oppleves som *begrensende* å hele tiden å ta hensyn til hva som er trygt/sunt å spise og hva som er farlig/usunt. Maten har også et kulturelt aspekt og er en viktig markør for høytid og tradisjon. Således kan det, være vanskelig å velge bort pinnekjøtt til jul til tross for bekymring om skrapesyke hos sau. Å la seg begrense av sjansen for å bli syk av "farlig" mat kan også oppleves som uforenlig med en livsstil som for mange er knyttet til "det gode liv", f.eks. utprøving av andre kulturers mat og retter. Følgende sitater illustrerer dette poenget:

"(...)Jeg vil jo si at jeg vil spise noe annet enn kjøttkaker eller laks hvis jeg befinner meg et eller annet sted i Østen. Jeg vil jo gjerne prøve deres retter. Det er jo det som er litt spennende med å reise. Så fanatisk kan man ikke bli".
(G3)

"Når man er i Østen og reiser rundt omkring som veldig mange gjør i dag så spiser vi jo det vi får. Vi vet jo ikke hva vi får. Noen ganger så vet du ikke om du spiser hund eller katt eller hva du spiser, ikke sant?".
(G3)

"Og så reiser vi en del og så spiser vi disse og tenker ikke på det i det hele tatt, jeg er ikke spesielt redd for det. Jeg har funnet en del spesialiteter i Danmark f.eks, som jeg kjøper med god appetitt. Det koster bagateller i forhold til hva det koster her. Annet blir stoppet på grunn av salmonella. Men det er en sjanse jeg tar. Om vi tar det her eller om vi reiser og får en magesjau, så greit nok."
(G3)

Som enkelte av sitatene illustrerer oppfattes maten som en del av opplevelsen ved det å reise. Det er ingen motforestillinger mot å spise god og spennende mat i utlandet og få synes å la seg skremme av sjansen for å bli syk. Det er heller ingen som har motforestillinger mot å reise til Sverige og Danmark for å kjøpe kjøtt. Enkelte påpeker at den eventuelle fare man utsetter seg for er en sjanse man frivillig tar. Det å gjøre noe annet oppfattes av noen nærmest som fanatisme.

Denne gruppen av informanter er i det hele tatt lite opptatt av risiko ved å spise kjøtt, hverken hjemme eller i utlandet. Derfor synes de heller ikke å være særlig interessert i å få informasjon om hvor kjøttet kommer fra. De gir heller ikke uttrykk for å være opptatt av informasjon om land av andre grunner. Inntrykket er at de handler det de skal ha, det de trenger der og da, uten å tenke på hvor kjøttet kommer fra.

”Jeg tror at det er mer sånn at man er der og da og handler det man skal ha. Vi har hytte ikke så langt fra svenskegrensen (..), så vi reiser dit og kjøper kylling og kjøtt uten problemer. Noen er nok veldig opptatt av dette. Men jeg vet ikke jeg.....”

-Er Sverige veldig forskjellig fra Norge?

”Nei da, det er det ikke”.

-Men nå da, når Sverige er blitt medlem av EU?

”Det blir akkurat det samme”.

(G3)

“Jeg har handlet mye kjøtt både i Sverige og i Danmark, men jeg har aldri tenkt på at det har smakt noe annerledes”.

(G3)

“Jeg mener - om det er norsk eller hvor det enn kommer fra - er det mørt så er jeg happy i alle fall”.

(G3)

Sitatene eksemplifiserer en holdning som er typisk for de av informantene som i liten grad er opptatt av de risikomessige sidene ved kjøtt som mat. Kjøttets opprinnelse har liten betydning hverken for deres oppfatninger om kjøtt eller valg i den konkrete kjøpsituasjon. Om kjøttet er norsk eller utenlandsk spiller således ingen rolle. Det er f.eks. ingen motforestillinger å spore med tanke på å kjøpe og spise botswansk kjøtt. Flere påpeker at kjøtt fra Botswana kan være vel så mørt, hvis ikke mørere enn det norske. Det samme gjelder amerikansk kjøtt.

“Jeg tror jeg ville valgt den botswanske, for den er nok vel så mør som den andre, hvis ikke mørere for alt utenlandsk kjøtt er mørere enn den norske” .

(G3)

“Jeg har bodd i USA i flere år og der var jo alt kjøttet mørt liksom, jeg opplevde aldri der borte å få noen seige biffer eller sånne ting som du kan oppleve her hjemme”.

(G3)

"...australsk biff reklamerer de for og det synes jeg bare er kjempepositivt og jeg innbiller meg at den er bedre enn den norske. Og det samme med det fra USA også (...). Jeg er møkka lei av å høre at det er godt norsk, derfor gjør jeg det motsatte".

(G2)

Sitatene over avdekker en positiv holdning til kjøtt fra andre land. Flere (eksemplet er hentet fra en annen gruppe) gir også uttrykk for å være lei oppfatninger om at norsk alltid er best. Sitatene avdekker også, noe vi har vært inne på tidligere, at kvalitetsegenskaper som mørhet og smak for mange er viktige aspekter i diskusjoner om kjøtt og at slike egenskaper ved kjøttet kan variere fra land til land. For eksempel antas den botswanske biffen å være mørere enn den norske, for som en sier; "alt utenlandsk kjøtt er mørere enn det norske". Til tross for en slik oppfatning er det ingen som eksplisitt ser nytten av informasjon om opprinnelse; informasjon som ville muliggjort valg mellom kjøtt fra ulike land på bakgrunn av faktorer som smak og mørhet. Dette paradokset er diskutert nærmere i kapittel 3.3.3.

3.7. Ulike begrunnelser for liten interesse for opprinnelsesmerking. Resultater fra spørreundersøkelsen

Diskusjonene i fokusgruppene viser at de som i liten grad er opptatt av å få informasjon om opprinnelsesland benytter i hovedsak tre ulike typer argumenter. Det argumentet som synes å få mest oppslutning er tiltroen til at importert kjøtt kontrolleres på en tilfredsstillende måte *før* det havner i kjøttdisken. Kjøtt i norske butikker er dermed trygt å spise. Andre mener at man vet for lite om kjøtt fra andre land til å kunne velge. Flere er av den oppfatning at det i alt for stor grad fokuseres på mat i et negativt perspektiv, at matgleden forsvinner og at spørsmålet om opprinnelsesmerking er en del av dette. Vi skal i dette avsnittet se nærmere på hvordan denne typen av argumenter fordeler seg i befolkningen. Hva synes å være den viktigste grunnen til at man ikke anser informasjon om land som viktig? Svaralternativene ble delvis utarbeidet på bakgrunn av resultatene fra fokusgruppeintervjuene og gjenspeiler de viktigste argumentene som fremkom av intervjuene. Enkelte av svaralternativene er imidlertid formulert

på et mer generelt grunnlag. Til en viss grad representerer noen av svaralternativene motsatsen til svaralternativene i tabell 3.3.

Som det fremgår av tabellen under, er det oppfatningen om at kontrollen av mat er god nok som får størst oppslutning i den norske befolkning. Over halvparten av befolkningen mener at kontrollen av kjøtt er tilstrekkelig. Dette samsvarer med inntrykket fra fokusgruppene om at tillit til det norske kontrollsystemet er hovedgrunnen til liten interesse for informasjon om opprinnelsesland. At tilliten blant mange er høy når det gjelder spørsmål om kontroll, fremgår også av en rekke andre studier (Bjørkum, Lien og Kjærnes 1997, Kjærnes 1996, Lien, Bjørkum og Bye 1998).

Oppfatningen om at man vet for lite om maten fra andre land til å kunne velge får også oppslutning blant mange. Nesten 20 prosent er av den oppfatning. Nesten like mange mener at tryggheten når det gjelder kjøtt er like god i alle land. Det er med andre ord ingen grunn til å skille kjøtt fra forskjellige land fra hverandre med utgangspunkt i trygghetsaspektet; det vil ikke være farligere å spise kjøtt fra for eksempel Danmark enn kjøtt fra Norge⁸.

⁸ I en undersøkelse gjennomført av Feedback Research (1998) fremkom lignende resultater. 27 prosent av befolkningen mener at matvarer produsert i Norge og i EU-land er like trygge og rene.

Tabell 3.7. De viktigste grunnene til at informasjon om land ikke er viktig⁹. Prosent.

	Prosent
Kontrollen av mat er god nok	53
Vet for lite om maten fra andre land til å kunne velge	19
Tryggheten når det gjelder kjøtt er like god i alle land	18
Det blir for mye informasjon	5
Andre grunner	26
Vet ikke/ubesvart	3
N	158

Vi ser videre av tabellen at det er et fåtall som mener at det blir for mye informasjon. Dette samsvarer med inntrykket vi fikk i fokusgruppene. Det er imidlertid en relativt stor andel, 26 prosent, som oppgir ”andre grunner” som årsak til at informasjon om land ikke vurderes som viktig. Tilsvarende andel var på 8 prosent når det gjaldt grunner til at slik informasjon anses som viktig (jf tabell 3.3). Et så vidt høyt tall tyder på at vi ikke har klart å spesifisere godt nok mulige årsaker til forbrukernes manglende interesse for opprinnelsesinformasjon. Vi kan imidlertid tenke oss at ”andre grunner” kan omfatte flere forhold. For eksempel kan det tenkes å være knyttet til det faktum at det foreløpig er liten import av kjøtt til Norge og at informasjon om opprinnelsesland dermed oppfattes som lite relevant. En vel så viktig forklaring kan være at problemstillingen i liten grad har vært gjenstand for refleksjon. I stedet for å svare ”vet ikke” besvares spørsmålet med ”andre grunner”. Det kan også være uttrykk for at man helt enkelt ikke er opptatt av å få informasjon om mat eller at man er opptatt av andre aspekter ved mat, for eksempel hva maten inneholder.

På bakgrunn av resultatene fra fokusgruppeintervjuene og spørreundersøkelsen, synes det å være grunnlag for å kunne konkludere med at den viktigste grunnen til at en del *ikke* betrakter informasjon om opprinnelsesland som viktig er forankret i en tiltro til at kontrollsystemet for import av kjøtt fungerer tilfredsstillende.

⁹ Det er kun de som har svart at informasjon om land ikke er særlig/svært lite viktig som har fått dette spørsmålet. Man har hatt mulighet til å gi 2 svar.122 har kun avgitt ett svar, kategoriene er derfor ikke gjensidig utelukkende. Spørsmålet er rotert.

3.8. Angivelse av merkingen

Ett av formålene med merking er å sette forbrukerne i stand til å treffe informerte valg. Dette stiller krav til at merkingen er korrekt og tilstrekkelig. Merkingen skal på den ene siden gi mest mulig fullstendig opplysning om matvaren og på den andre - være lett tilgjengelig og forståelig. Dette stiller store krav til utformingen av kravene til merking. Den konkrete utformingen av merkingen har ikke vært hovedtema i vår sammenheng. I fokusgruppene diskuterte vi likevel kort hvordan angivelse av opprinnelsesland best kan angis. Utgangspunktet for diskusjonen var de fiktive dummymerkene (se vedlegg), hvor informasjon om opprinnelsesland ble angitt både med flagg og tekst. Utgangspunktet var hhv. norsk, svensk og botswansk kjøtt.

Flere likte symbolbruken i merkingen. Det ble påpekt at flagg både er lett å se og lett å forstå og gjør det enklere for forbrukeren i kjøpsituasjonen. Særlig nyttig er det når man står i butikken og har dårlig tid. Følgende sitater illustrerer:

“(...)hvis jeg har liten tid og skal lage middag, så er det ikke sikkert at jeg ser forskjell på svensk og norsk når det er skrevet, men hvis det er flagg, da er det mye lettere for meg å oppfatte det”.
(G4)

“Symboler hjelper folk som handler fort, men da måtte varene vært veldig like (...)”.
(G1)

”Jeg likte det (flagget) veldig godt. Det er veldig tydelig hvor det kommer fra”.
(G4)

”Men hvis du har et valg så er flagg veldig lett å se når du er stresset. Til og med finsk for den saks skyld (...)”.
”Et flagg man ikke kjenner da?”
”Da er det jo greit for da legger du bort den da”.
(G4)

Dette med liten tid i handlesituasjonen ble understreket av flere og i den sammenheng er merking med symboler i stedet for tekst nyttig for å kunne foreta raske vurderinger. Men, det forutsetter imidlertid at man kjenner flagget, noe som fremgår av sitatet over. Et ukjent flagg resulterer for informanten over i at han legger

kjøttet tilbake i disken. Problemer knyttet til flagg som er ukjent kom særlig til syne i diskusjonen av det botswanske kjøttet. Det var nesten ingen som kjente det botswanske flagget. Samtidig var det noen som mente det var vanskelig å se at det i det hele tatt skulle forestille et flagg.

"Den er fra Estland (...)."

"Nei, det er Botswana".

"Det er første gang vi ser det flagget".

"Det er et ukjent flagg".

"Det kan være misvisende det".

"Jeg ser ikke at det er et flagg en gang jeg, ser bare på logoen".

(G2)

"Jeg synes det er veldig dårlig at det ikke er noen ramme på det. Der ser det ut som det er ett eller annet som skal skrives i de strekene, det flagget er helt ukjent for meg".

"Du må ha en flaggstang på det".

"Botswana burde stått under flagget med skrift".

(G4).

"Jeg kan altfor få flagg".

(G1)

Flagget fra Botswana er ukjent for de aller fleste. Således er flagg som indikasjon på opprinnelsesland kun informativt der forbrukerne har kjennskap til flagget. Dette vil fungere så lenge kjøttet kommer fra land i Norden og fra andre kjente europeiske land, samt USA. Flere påpeker at de kjenner altfor få flagg. Kjøtt som importeres f.eks. fra land i Afrika må derfor merkes på annen måte.

Enkelte påpekte at merking av land med flagg *i seg selv* gir positive signaler om produktet. Under refereres det til den svenske merkingen.

"Patriotisk (...) da må de være stolte av produktet sitt siden de setter et flagg på det. Det virker på en positiv måte hvis jeg skulle kjøpe den".

(G2)

Ved å merke kjøttet med produsentlandets flagg gis det uttrykk for stolthet over produktet og det signaliseres at dette er et godt produkt. Dette avhenger imidlertid av merkingen og hvordan den utformes. Flere peker på at utformingen av etiketten på den

botswanske biffen bidrar til å mistenkeliggjøre produktet. Flagget er utydelig, og navnet Botswana er angitt diskret, nærmest bevisst “bortgjemt” nederst på etiketten, påpekes det. Oppfatningen er den at hvis produktet er av god kvalitet så bør informasjon om opprinnelsesland opp og frem.

”De kunne jo gjort et poeng av at det faktisk er fra Botswana, eller hvis de hadde gjort det så hadde det vært mye mer spennende med en gang, mens her så står det Botswana et sted gjemt nederst og med flagget, hvis du vet at det er et flagg fra Afrika”.

(G1)

-Kan det virke som litt negativ markedsføring da?

”Ja, hvorfor skal det være så gjemt eller hvorfor skal det være så diskret”.

”Vi vet jo ikke nok om det”.

”Hvis det opparbeidet seg et rykte på markedet tror jeg det flagget kan ha innflytelse”.

“ (...)ikke skjule at den er fra Botswana.

”Og så er den billig i tillegg”.

”Det ser ut som folk skal ta den i farta uten egentlig å tenke på de, og å spise den og finne ut at den er fra Botswana, ja, ja den var ikke så verst likevel også kjøper man den en gang til”.

(G1)

Utformingen synes å ha mye å si for hvordan et produkt oppfattes. At biffen er billig i tillegg blir et ytterligere signal om at her er det “ugler i mosen”. I tillegg var fargen på etiketten noe “grumsete” og uklar. Samtidig kan man si at fordi mange er negative til kjøtt fra Botswana i utgangspunktet, kreves det mer å selge et slikt produkt enn et produkt fra Norge eller et annet land man har tillit til. Det skal også sies at etiketten for den norske biffen var ekstra spesiell, da biffen i tillegg til å være norsk, også var økologisk (merket med Debio) og fra rasen Hereford. For noen vil det være som å velge mellom Lada og BMW! Uansett er det viktig å merke seg at måten produktet fremstilles på er av viktig betydning for hvordan forbrukerne oppfatter produktet.

4 Omfanget av opprinnelsesmerkingen

Hva handler matens opprinnelse om? Hva er for eksempel et kjøttstykkets opprinnelse? De fleste i denne undersøkelsen forbinder ordet opprinnelse med land. Enkelte nevner også distrikt og gård, mens andre får assosiasjoner til sporbarhet; "*hvis det er noe galt med kjøttet, så går det tilbake til den som har produsert det*". Vi har i det foregående kun diskutert interessen for opprinnelsesinformasjon i form av informasjon om hvilket land kjøttet kommer fra. Men, man kan også tenke seg at slik opprinnelsesinformasjon omfatter andre forhold. Slike forhold kan omfatte stedsinformasjon, som for eksempel produksjonssted (gården) og distrikt, men også forhold som i større grad er knyttet til dyrets "identitet". Vi tenker her på dyrets genetiske opphav, dyrets rase og kjønn, men også hva det har spist, hvor det har beitet og lignende. Jo lenger veien er fra "bås til bord", jo flere ledd, og jo mer bearbeidet matvaren er, jo mer omfattende vil slik informasjon være. I flere land er det utviklet systemer som muliggjør å spore kjøttet helt tilbake til dyret det kommer fra. Spørsmålet er hvorvidt dette er informasjon som oppleves som relevant for den enkelte forbruker. Ønsker forbrukerne å få informasjon om kjøttets opprinnelse *ut over* informasjon om opprinnelsesland? Og i så fall, hva slags informasjon er det forbrukerne etterspør? Og videre – hva er grunnene til at man ønsker eller ev. ikke ønsker slik informasjon? I neste kapittel skal vi se på interessen for informasjon om hvilken gård og hvilket distrikt kjøttet kommer fra. Dernest ser vi nærmere på informasjon om hvilken kjøttferase kjøttet kommer fra og hvorvidt biffkjøttet stammer fra ku eller okse.

4.1. Informasjon om gård, bonde og distrikt

Hovedinntrykket fra fokusgruppeintervjuene er at det er liten interesse for informasjon om hvilken gård kjøttet kommer fra. Dette gjelder alle gruppene. Hovedparten av informantene mener dette er informasjon som forbrukeren, av ulike grunner, ikke kan nyttiggjøre seg og at den har liten betydning i den konkrete kjøpsituasjonen. Det vil for eksempel være vanskelig å skille kjøtt fra forskjellige gårder fra hverandre i butikken. En dominerende oppfatning er at det helt enkelt blir for mye informasjon, at det blir for omfattende og vanskelig å dra nytte av. Sitatene under eksemplifiserer typiske reaksjoner på spørsmålet om informasjon om gård.

"(...) da vil jeg gå på land og ikke hver enkelt bonde, men du kan gå ned på fylket, men det blir like mye for det".
(G2)

"Jeg synes det blir for mye informasjon".
(G2)

"La oss si at du har stemplet Norsk på norsk kjøtt fra en norsk bonde, og gjennom Kjøttsentralen så har den 100 bønder. Det er ikke 100 like ute i butikken med hver sin gård, for de ligger hulter til bulter. Per Dalum ligger under Ole Olsen (...)".
(G2)

Dette inntrykket støttes av resultatene fra spørreundersøkelsen. Bare 15 prosent oppgir at informasjon om hvilken gård/bonde kjøttet kommer fra, har interesse, mens 74 prosent ikke synes slik informasjon er interessant.

Tabell 4.1 . Interesse for informasjon om gårdsbruk/bonde.

	Prosent
Svært interessant	6
Ganske interessant	9
Både og	10
Ganske uinteressant	31
Svært uinteressant	43
Ubesvart/vet ikke	2
N	100 (1022)

Resultatene viser videre at interessen for informasjon om gård varierer mellom ulike grupper av befolkningen (se vedlegg).

Kvinner vurderer slik informasjon som mer interessant enn menn og interessen øker med økende alder. Utdanning har ingen betydning for grad av interesse. De samme tendensene gjorde seg gjeldende når det gjaldt spørsmålet om informasjon om land (jf. tabell 3.2).

Fokusgruppene viser at informasjon om gård i liten grad er relevant når det gjelder den konkrete kjøpsituasjon. Det er imidlertid stor enighet om at informasjon om gård og bonde kan være nyttig når det gjelder muligheten til å spore et produkt tilbake til dets opphav. Nytteeffekten er imidlertid ikke først og fremst for forbrukeren, men for forhandleren, helsemyndigheter eller andre som i bestemte situasjoner kan ha interesse av å kartlegge produktets opprinnelse. Følgende sitater kan tjene som illustrasjon:

"Det er klart at det kan være nyttig, men ikke nødvendigvis for den som bruker varen. Hvis halve Oslo vest blir syke så vil jo noen begynne og lure på hvorfor (...)"

(G2)

-Er det bra det der, at det kan spores tilbake til hvilket dyr og parti?

"Ja, det er det, men det lite anvendelig for forbruker, det er mer for produsenten at de kan inndra et parti hvis det er dårlig".

(G1)

"Navnet har vel først sin verdi hvis man skal klage eller vite opprinnelsessted og partier som kan være ødelagt, men ikke for valget av varen der og da".

(G3)

Informasjon om hvilken gård dyret stammer fra kan altså være nyttig informasjon, men ikke primært for forbrukeren. Som grunnlag for valg i den konkrete kjøpsituasjon har denne type informasjon liten relevans. Først og fremst er det informasjon som er nyttig i forbindelse med behovet for sporbarhet. Men informasjon om gård kan være nyttig for forbrukeren som klageinstans. Når gårdens og bondens navn oppgis kan klagen rettes direkte til den konkrete bonde. Flere peker også på at slik informasjon kan ha en *tillitsskapende* effekt og bidra til å skape "ansvarlighet i systemet", som en uttrykker det. Sitatene under illustrerer disse to poengene.

"De må stå ved det."

"Det er betryggende og man har en klagemulighet".

"Det er lett å kontrollere hvis det har vist seg at de har produsert en sykdom. Myndighetene kan finne tilbake til det".
(G4)

"Det er betryggende, det står jo hvor den er produsert. Det er jo han (bonden) som står som garantist hvis jeg blir syk går jeg ut fra (...).

"Leverer man dårligere varer så blir man satt fast for det".
(G4)

"Akkurat hvor gården ligger hen tror jeg ikke er interessant, men hvis det for eksempel er noe galt med maten, at du kan se på pakningen at den var ikke norsk allikevel, da kan vi gå tilbake til butikken og klage. Jeg tror ikke det at vi som sitter rundt her er interessert i om det kommer fra Hansen i Drøbak eller fra Pettersen fra Hedmark. Det spiller ingen rolle tror jeg".

"Ikke nødvendigvis det, men at det finnes ansvarlighet i systemet. Vi er for eksempel interessert i at det er mulig å spore seg frem til Hedmark, og også at Hansen på Hedmark står ansvarlig, så i systemet så har vi for så vidt interesse av det".

"Det er jeg enig i (...)".
(G4)

"Jeg tror det gir litt ubevisst sans for trygghet for du vet at det er et kontrollorgan som kan spore det tilbake. Men jeg behøver ikke den informasjonen personlig".

(G4)

"(...) jeg tror mye av det som står her (på dummyene) har med tilliten å gjøre".

(G2)

Ifølge sitatene tyder altså mye på at informasjon om gård og bonde er viktig for å bygge opp tillit i matvaresystemet. Det synes å handle om tillit på to forskjellige nivåer. På den ene siden tillit til en bestemt aktør, nærmere bestemt bonden. Og på den andre siden tillit til det mer abstrakte matvaresystemet. Informasjon om gård og bondens navn kan bidra til at man opparbeider et slags personlig, om ikke "ansikt til ansikt" forhold, til en bestemt bonde. Ved å oppgi navn på gård og bonde stilles det visse krav til ansvarlighet fra bondens side. Bonden er ikke lenger en anonym aktør i et omfattende og abstrakt system, men står personlig ansvarlig, (han må "stå ved det") hvis noe skulle vise seg å være galt. I et system med mulighet for direkte tilbakeføring til bonden blir det vanskelig å fraskrive seg ansvar. Informasjon om gård gir

også grunnlag for en mer abstrakt og indirekte form for tillit. Her skilles det ikke mellom ulike aktører, men det dreier seg om en tillit som bygger på at det finnes ”ansvarlighet i systemet”, som en uttrykker det. Eller som en annen sier; slik informasjon, samt vissheten om at det finnes et kontrollorgan som kan spore produktet tilbake gir en ”ubevisst sans for trygghet”.

Informasjon om gård synes altså å ha liten betydning for forbrukeren i den konkrete kjøpsituasjon. Det er først og fremst etter kjøp at informasjonen kan være nyttig; på den ene siden for forbrukeren gjennom muligheten til å klage og på den andre, for forhandleren gjennom muligheten til å spore et produkt tilbake til dets opphav. I tillegg har informasjonen betydning når det gjelder oppbygging av tillit. Det er imidlertid enkelte som mener at informasjon om gård kan være av betydning for forbrukeren også i kjøpsituasjonen, dersom det er grunn til å tro at produksjonsstedet har betydning for produktet rent smaksmessig. Det er litt uklart på hvilken måte produksjonsstedet har betydning for sluttproduktet. Som vi ser av sitatene under spesifiseres, denne koblingen bare i noen grad og da gjennom hva dyret har spist. Sitatene under eksemplifiserer.

”Hvis det er grunn til å tro at stedet har innvirkning på produktet (...)”.
(G1)

”Hvis det er sånn at kjøttet fra en gård smaker annerledes enn kjøttet fra en annen gård”.
”At det var fra forskjellige distrikt for eksempel , kunne det tenkes å ha noen betydning for hvordan kjøttet smaker?
”Nei, jeg tror ikke det”.
”Hva dyrene spiser har vel noe å si på kjøttsmaken”.
”Hvis det er fôret opp bare på krafffôr.....”.
(G1)

Sammenhengen mellom smak og produksjonssted i form av gård/distrikt, fremstår, som vi ser, noe uklar og diffus blant enkelte. Noen hevder at dette har en betydning, mens andre stiller seg mer spørrende til en slik kobling. Det er tydelig at tankegangen om at stedet hvor dyret er fôret opp har en direkte innvirkning på kjøttsmaken, oppleves fremmed for mange.

Enkelte, som i sitatet under, foretar også koblingen mellom hva dyret har spist og smak på en mer tydelig måte.

"Akkurat med kylling så er jeg litt obs på hva de har spist. Kylling er det så forskjell i smak på. Det kan godt smake fisk av kyllingen hvis de har fått fiskefôr. Og så sier de at det er forbudt å mate kylling med mais i Norge, men jeg har ofte funnet mais i skroget på den. Akkurat kyllinger kunne det vært greit å vite hva de har spist, mais eller mel osv."
(G1)

Det er imidlertid bare noe få som er opptatt av dette aspektet. Koblingen mellom kjøttets smaksmessige egenskaper, hva dyrene spiser og hvor de beiter er uvanlig i Norge, sammenlignet med mange andre land. I land som for eksempel Argentina er kvaliteten på argentinsk kjøtt i stor grad knyttet til hva dyra spiser. Frodige beiter bestående av alalfa på Pamparegionen anses for gi kjøttet en helt særegen smak (Lien 1997).

Vi diskuterte i liten grad relevansen av opprinnelsesinformasjon i form av distrikt i fokusgruppene. Gruppediskusjonen dreide seg først og fremst om informasjon om gård og bonde. I spørreundersøkelsen ble det imidlertid stilt spørsmål om interesse for informasjon om distrikt i relasjon til kjøttets opprinnelse. Som vi ser av tabellen under er det relativt liten interesse for slik informasjon. En av fem (20%) svarer at det er svært eller ganske interessant med slik informasjon, mens majoriteten har liten interesse for informasjon om distrikt.

Tabell 4.2 Interesse for informasjon om hvilket distrikt kjøttet kommer fra.

	Prosent
Svært interessant	6
Ganske interessant	14
Både og	10
Ganske uinteressant	29
Svært uinteressant	39
Ubesvart/vet ikke	2
N	100 (1022)

Distrikt kan for eksempel være interessant i forbindelse med variasjoner i beitegrunnlag som igjen kan ha en smaksmessig betydning. Den lave interessen for slik informasjon kan, som nevnt over i forbindelse med gård, forklares med den lave bevisstheten omkring slike forhold her til lands. Ser vi på variasjoner mellom ulike grupper av befolkningen (se vedlegg), viser undersøkelsen at kvinner i større grad enn menn er interessert i slik informasjon og

at eldre aldersgrupper er mer interessert enn de yngre. Utdanning har imidlertid ingen betydning i den sammenheng. Vi fant de samme variasjonene når det gjaldt interesse for informasjon om land og gård.

4.2. Rase

Mens behovet for å få informasjon om biffen er av ku eller okse synes å være stort, synes interessen for hva slags rase kjøttet kommer fra å være av mindre interesse. Det ble ikke stilt spørsmål om dette i spørreundersøkelsen, men resultatene fra fokusgruppene gir belegg for en slik konklusjon.

Enkelte gav uttrykk for kjennskap til at det eksisterer ulike kjøttferaser, men de færreste kunne navngi noen av disse. De aller fleste var seg i liten grad temaet bevisst og hadde ikke reflektert noe videre over spørsmålet. Utgangspunktet for diskusjonen var kjøttferasen Hereford som er en av de mest brukte kjøttferasene i Norge. Som sitatene under viser synes enkelte å ha noe kunnskap om rasen, mens andre hverken kjenner til eller har hørt om denne spesifikke rasen.

"Det er en egen rase kuer som er kun for kjøttproduksjon og de er veldig familievennlige og gode kyr (...)"
(G1)

"Det de fleste forbinder Hereford med, det er når de har sett en cowboy film (...)"
(G4)

"Når jeg så Hereford (på etiketten), så tenkte jeg på disse som vralter nede i Belgia jeg".
"Det er Belgisk?"
"Hereford er disse gule som går ute hele året".
"Nei, de er brune og hvite".
(G4)

"Det går på min manglende kompetanse altså, jeg vet at den der er en type storfe, men jeg trodde ikke at vi hadde den i Norge".
"Vi importerer en masse Hereford dyr. Så den er typisk norsk".
(G1)

En del har hørt om rasen Hereford og noen har litt kunnskap om den. De fleste har imidlertid lite konkret kunnskap om rasen. Når det er sagt, er det likevel flere enn antatt som har et visst kjennskap til rasen, hva som er spesielt med den og hvordan den ser ut. Som det fremgår av sitatene over kommer kunnskapen om kjøttrasen Hereford i all hovedsak til uttrykk i form av beskrivelser av dyrets lynne, utseende og bruksområde. Få gir beskrivelser i form av smak og andre egenskaper ved selve sluttproduktet. Enkelte refererer imidlertid til slike forskjeller mellom for eksempel Norsk Rødt Fe og Hereford:

"Ja, det er det. Kanskje mer på konsistensen. Smaken er det føringen som gjør. Men kjøttet eller trevlene er ikke så seige".

"Dere er ganske kunnskapsrike på dette, jeg hadde ikke reagert selv om jeg kommer fra et land hvor denne finnes, jeg vet ikke hva det betyr i forhold til andre kjøttraser(...)".

(G4)

"(...)jeg har hørt at Hereford er bedre".

(G1)

Men, de færreste har noen gang tenkt på hva slags rase kjøttet stammer fra og det er få som er opptatt av det eller kunne tenke seg informasjon om det.

"Vi ser det aldri, trodde det var et vanlig fe og norsk".

"Jeg tenker at det er en ku".

"Jeg vet om Røroskua".

(G1)

"Nei, det spiller ingen rolle".

(G3)

En av deltagerne i fokusgruppene synes imidlertid det er viktig å få informasjon om rasen hvis det er kjøtt fra land som benytter helt andre typer raser enn her til lands. Ifølge denne informanten er det ingen vesensforskjell mellom Hereford og Norsk Rødt Fe, mens man i land som Afrika og Australia bruker helt andre raser. Derfor kan biff fra Afrika like gjerne være bøffel, etter hans oppfatning.

"Hvis det er fra Afrika eller Australia så har du et helt annet storfe. Det er en vesensforskjell. Hereford fe og Norsk Rødt Fe er jo veldig like (...).

-Hva er forskjellig?

"Hvis du kjøper en biff fra et land i Afrika, så er det ikke en ku du kjøper biff av, det kan være en bøffel!"

"(...) derfra (Botswana), så er det ikke det samme produktet, for derfra får du ikke europeisk biff, det blir en helt annen rase på biffen. Det bør jo merkes hva slags dyr det er".
(G4)

Årsaken til denne lave interessen og kunnskapen rundt temaet kjøtt og raser kan ha sin forklaring i at det helt enkelt er sjelden man i Norge får anledning til å smake annet enn kjøtt fra melkekyr av rasen Norsk Rødt Fe. Og hvis man smaker noe annet, er man neppe klar over det. Som en sier; *"her hjemme må vi lære disse tingene om fe hvis de skal selge på det"*. Det er ikke tradisjon i Norge for profilering og skille mellom ulike raser ut til forbruker. Enkelte har imidlertid innført en slik ordning. Fra Fellesslakteriet i Oslo er det mulig å kjøpe kjøtt fra både Hereford, Charolais og andre raser. Kjøttet markedsføres gjennom merkeordningen "Landfe", og selges som gourmetmat. Ifølge Tore Holt i Fellesslakteriet (Nasjonen 11.09.98) er lanseringen så langt ingen stor suksess og bare 10 prosent har blitt solgt som gourmetmat. Det er først og fremst restaurantene som har interessert seg for produktet. For forbrukere flest er det derfor få muligheter til å opparbeide kunnskap og personlig erfaring om sammenhengen mellom rase og kjøttkvalitet. I de fleste andre land er rase imidlertid en svært viktig egenskap som anses for å ha stor betydning for kjøttets smak (Lien 1997). I Frankrike markedsføres storfekjøtt nesten utelukkende som rase, som igjen kobles til region og av og til også til selve gårdsbruket. I tillegg blir kjøtt markedsført gjennom en rekke ulike merkeordninger som til dels kan rangeres hierarkisk (Lien 1997). Bakgrunnen for en slik inndeling har trolig sammenheng med franskmennenes grunnleggende interesse for kulinarisk kvalitet.

Fokusgruppene avdekker også at det er en viss type informasjon om dyrets opprinnelse som enkelte finner det ubehagelig å bli konfrontert med og som man helst ikke vil ha. Dette synes først og fremst å gjøre seg gjeldende for kvinnene i undersøkelsen.

"For å være helt ærlig så synes jeg dyrets identifikasjon, det blir litt småekkelt, da så jeg liksom kua i øynene. Og så var det nummeret, det ble for detaljert for meg. Det er selvfølgelig feigt når du spiser kjøtt at du har sånne holdninger at du ser kua i ansiktet, men det var for detaljert for meg".
(G1)

"Så lenge det ikke står navnet på kua, for da får jeg egentlig litt dårlig samvittighet".
 "Nummeret er greit altså".
 -Men bildet av kua skal det ikke være?(latter)
 (G3)

"Hvis det hadde stått 'Dette er Dagros'... altså jeg synes det er altfor mye og jeg hadde ledd hvis jeg hadde sett det".
 (G1)

Ifølge disse uttalelsene oppfattes det altså som "litt småekelt" og tydelig ubehagelig å bli konfrontert med så detaljert informasjon om dyrets opphav at man nærmest får følelsen av å måtte se kua i øynene. En annen gir uttrykk for å få dårlig samvittighet av å måtte forholde seg til navnet på kua. Å tenke på at det man spiser kommer fra et levende dyr, fremstår til en viss grad som urovekkende og ubehagelig, og noe man helst vil slippe å bli minnet om. Dette er et fenomen som også avdekkes i andre studier (Holm og Møhl 1994, Lien et al. 1998, Guzmán og Kjærnes 1998). En dansk studie (Holm og Møhl 1994) viser for eksempel at enkelte misliker å se deler av dyret som er lett gjenkjennelige og som minner om kjøttets opprinnelige identitet som levende dyr. Dette kan være et resultat av en form for fremmedgjøring i forhold til husdyrhold og kjøttproduksjon. En slik fremmedgjøring kan forstås som et resultat av at folk flest i liten grad eksponeres for husdyr og slaktning. Dette er et fenomen som er nøye beskrevet av blant andre den franske antropologen Vialles (1994).

Avslutningsvis, etter å ha diskutert behovet for informasjon om land, distrikt, gård etc. gav enkelte uttrykk for at de synes det blir *for mye* informasjon. Dette kommer særlig til uttrykk når diskusjonen om opprinnelse blir satt på spissen, som i spørsmålet under.

-Hva med nasjonalitet hvis for eksempel den norske kua er inseminert med sæd fra en okse fra Belgia?
 "Det der bryr jeg meg ikke et sekund om".
 "Situasjonen blir så omfattende og komplisert at du rekker ikke å handle altså, du står og leser deg i hjel".
 "Det kommer an på hva slags skandale som kommer i media, hva slags informasjon man er opptatt av (...) jeg gir i alle fall f. i all sann stedsinformasjon til det skjer en skandale".
 -Er det positivt å få den slags informasjon nettopp fordi det kan skje en skandale, det har vi sett flere ganger?
 "Jeg synes det blir for mye informasjon".
 (G2)

”Jeg er ikke interessert i stamtavlen og hva de har spist fra fødsel til de ble slaktet (...)
(G2)

Som det fremgår av sitatene er oppfatningen blant flere at det kan bli for mye informasjon. Det blir for mange og delvis kompliserte opplysninger å forholde seg til. Med all den informasjon som forbrukeren blir stilt overfor så blir det knapt tid til å gjøre innkjøp slik enkelte ser det.

4.3. En biff er en biff er en biff....

Et annet forhold som berører kjøttets opprinnelse er informasjon om hvorvidt kjøttet man kjøper er av ku eller okse. De fleste steder i landet får du ikke vite stort annet om biffen du kjøper at det er storfe kjøtt. Pakket i plast ser biffen likedan ut, enten det er okse eller ku, kvige eller kalv. Fokusgruppene viser at flere anser dette for å være et problem. Særlig syntes dette å gjøre seg gjeldende i gruppen eldre menn. En god del av informantene ønsker å få vite om de spiser ku eller okse og flere har en lettere oppgitt og til dels ironisk tilnærming til denne praksisen. Som det påpekes i sitatet under; man vil vite hva man spiser og på samme måte som det skilles mellom lammekjøtt og fårekjøtt, bør det skilles mellom hva som er oksekjøtt og hva som er kukjøtt.

”(...)jeg ville ikke kjøpt lammekjøtt som fårekjøtt. Når jeg skal ha en oksestek så vil jeg ikke ha kukjøtt (...).
(G3)

Vårt inntrykk er at en rekke av informantene har en oppfatning om at forbrukerne blir lurt. Bonden har høyere fortjeneste på oksekjøtt enn kukjøtt, men til tross for dette, skilles det ikke på prisen ut til forbruker. Som en sier; ”*de sorterer ikke - vi spiser ku og betaler for okse*”. Samtidig er det en generell overbevisning om at oksekjøtt er av en annen og bedre kvalitet enn kukjøtt. I Norge skilles det i liten grad mellom melkeproduksjon og kjøttproduksjon, og mye av det kjøttet som finnes på markedet er kjøtt fra kuer som tidligere er benyttet til melkeproduksjon. Produksjonsdyret ”Norsk Rødt Fe” er avlet frem med det som formål, og nettopp derfor oppfattes kukjøttet som seigere og mindre mørt enn oksekjøtt.

"En feishmecker da, han kjøper ikke ku. Vi blir lurt, for vi får storfe og ferdig med det".

(G4)

"Bonden får mye mindre for ku enn for okse når han leverer dem til slakteriet. Det er slakteriet som tar merkingen og selger det ut som okse. De påstår at kuene forandrer seg når de blir levert til hengeren og går ut som okse".

"Det hadde vært interessant for meg om det var okse eller ku, for en ku har gått som melkeku i 10 år, så det blir den vel ganske seig etter 10 år".

"Den holder seg lenge vet du, alle skal ut og ha mosjon nå."

(G4)

"(...) det ordentlige kveget er ikke sortert fra det andre. Er det rødt så er det storfe. Vi spiller på lotteri hver gang vi kjøper biff i hvert fall".

(G4)

"Om det står storfekjøtt så kan det være okse eller ku, det smaker forskjellig".

"Det ser du forskjell på om det er okse når vi tenker på hele stykker":

"Ikke hvis det er karbonade for eksempel eller noe som ligger i en plastdings, du ser ikke forskjellen da".

-Ville dere hatt informasjon om det?

"Ja, det ville jeg".

"Jeg har tenkt på at det må være utrolig få okser så jeg har på følelsen av at noen ganger så blir du lurt i noe kukjøtt altså , særlig i kjøttdeig".

"Der står det bare storfekjøtt på".

(G3)

Kjøtt fra den norske melkekua Norsk Rødt Fe har, som sitatene viser, ikke spesielt godt omdømme blant forbrukerne. Kukjøtt er noe som "lures inn i" for eksempel kjøttdeig, den anses for å være seig og forbrukeren "spiller på lotteri" når han/hun kjøper biff. Oppfatningen er, at det ikke er godt å vite hva vi som forbrukere får. Når det gjelder smaksforskjell mellom ku og okse, er imidlertid ikke alle like sikre i sin overbevisning om at okse er bedre enn ku. Flere gir uttrykk for å mangle personlig erfaring på dette området. Men, hvis det kan påvises at det faktisk har en betydning for smaken, bør forbrukerne informeres om dette.

"Nei, hvis ikke noen kunne fortelle meg at det virkelig hadde en betydning, hvis det er smaksforskjell eller noe som vi ikke vet".

"Vi kan jo ikke vite om den seige biffen kanskje var en ku da".
(G1)

Av sitatene over avdekkes også en manglende kunnskap og forvirring omkring hva som menes med begrepet storfe. Noen synes å være av den oppfatning at storfekjøtt er synonymt med ku, mens andre hevder at det kan være både ku og okse. Følgende sitat belyser dette ytterligere:

"Storfe må være ku".

"Det kan like gjerne være ku som okse".

"Jeg tror storfe er ku jeg".

-Det er litt uklart rett og slett?

"Ja".

(G3)

At det hersker slik forvirring blant forbrukerne fremkommer også i en studie Feedback Research har gjennomført for Opplysningskontoret for kjøtt (Feedback 1998). Undersøkelsen avdekker at begrepet "storfekjøtt" er problematisk, og at mange ikke vet hva slags kjøtt det dreier seg om. Ku, okse, hest og elg var blant flere forslag som fremkom i undersøkelsen.

Spørreundersøkelsen støtter erfaringene fra fokusgruppene om at det er et ønske blant mange forbrukere om denne type informasjon ved kjøp av kjøtt. Resultatene viser at nesten halvparten av befolkningen synes det er svært eller ganske interessant å få vite om kjøttet kommer fra ku eller okse. 39 prosent synes slik informasjon i liten grad er interessant.

Tabell 4.3 Interesse for informasjon om hvorvidt kjøttet kommer fra ku eller okse.

	Prosent
Svært interessant	20
Ganske interessant	25
Både og	12
Ganske uinteressant	17
Svært uinteressant	22
Ubesvart/vet ikke	5
N	100 (1022)

Selv om det er en ikke ubetydelig andel av befolkningen som *ikke* har interesse av denne type kjøttinformasjon synes altså majoriteten å stille seg positive til en slik informasjon. Ser vi på variasjoner mellom ulike grupper av befolkningen (se vedlegg), viser undersøkelsen at hverken kjønn eller utdanning har betydning for interessen for hvorvidt det er ku- eller oksekjøtt. Dataene viser imidlertid at interessen varierer med alderen og at interessen grovt sett er større blant de eldre enn blant de yngre.

Blant informantene i fokusgruppene er det også en del som gir uttrykk for interesse for informasjon om *slaktedato*. En av informantene mener det er like selvfølgelig å få vite slaktedatoen ved kjøp av fersk kjøtt som ved kjøp av fersk fisk. Enkelte etterlyser slik informasjon for å kunne ha et bedre utgangspunkt for å vurdere kjøttets mørhet, mens andre ikke helt kan begrunne sitt ønske.

“Jeg vil ha slaktedato hvis jeg skal ha mørt kjøtt, for da skal det henge så og så lenge etter at det er slaktet for å få den riktige mørheten”.

“Hvis du kjøper fersk fisk så vil du vite hvilken dag den er fisket og når du skal kjøpe ku så vil du vite hvilken dag den er slaktet”.

(G3)

“Jeg er av og til nysgjerrig på slaktedatoen, men er ikke sikker på om det gir meg noe nyttig informasjon egentlig. Nå må jeg bare forholde meg til siste dato for bruk”.

“Jeg vet ikke hvor lenge den skal henge for å mørnes for vår smak”.

(G1)

“Er det ferskt så hvor lenge det har hengt o.l. Hvilken pakkedag eller slaktedatoen, det er veldig viktig og det er veldig uklart, vi får gjerne bare en dato på (...)”.

“Noen ganger står det pakkedato og på andre står det siste bruksdag så det er ofte uklart”.

-Er det noe dere vil ha på, pakkedato, slaktedato?

“Ja, og om det er frosset også”.

“Slaktedato er ikke så viktig, men pakkedato kanskje og om det har vært frosset”.

(...)

“Oksekjøtt har bare godt av å ligge pakket, og der synes jeg det er nok med siste forbruksdag og enda kan det ligge litt, så det er det viktigste”.

“(…)det har hendt at jeg har klaget på maten fordi jeg synes det smaker rart og så viser det seg at det er pakkedatoen og at det ikke var forbruksdatoen da som jeg trodde”.
(G3)

Som det fremgår av sitatene etterlyses opplysninger om slaktedato og mørning. Sitatene avdekker også at det blant noen hersker en viss forvirring når det gjelder informasjon om pakkedato og siste forbruksdato. I enkelte sammenhenger angis begge datoer, mens det andre ganger kun er enten eller. Enkelte påpeker også at de gjerne vil vite hvorvidt kjøttet de kjøper har vært frosset eller ikke. Dette kan tyde på at enkelte har hatt erfaring med at tidligere nedfrosset kjøtt har vært lagt ut til salg som ferskt i butikken.

Spørsmålet om næringsinnhold, særlig fettinnholdet, er ett tema som stadig kommer opp i gruppediskusjonene. Blant informantene er det flere som etterlyser informasjon om *næringsinnhold* i rent kjøtt. Det er i liten grad praksis å angi næringsinnhold, for eksempel fettprosenten i rent kjøtt, selv om innholdet av både mettede og umettede fettsyrer varierer mellom ulike kjøttslag. Flere peker på at de gjerne skulle hatt informasjon om næringsinnhold så som fettprosent, saltinnhold og lignende *også* når det gjelder rent kjøtt. Enkelte nevner også innholdet av tilsetningsstoffer.

”Det er mulig jeg spør om noe dumt her, men det står ingenting om tilsetninger”.
”Eller næringsinnhold heller og det savner jeg for det ser jeg alltid på, hvor mye fett osv.”
(G1)

”Jeg savner en del informasjon om kjøttet, altså næringsinnhold”.
”Det er det jeg pleier å lese egentlig, jeg gidder ikke å lese det andre der”.
”Det er ofte veldig dårlig på kjøttprodukter”.
-Skulle det vært mer av det om næringsinnhold?
”Det kunne stått hvor mye saltvann de har sprøytet inn for å øke volumet eller vekten. Når den er ferdigstekt så er det bare en liten klump tilbake. Det er litt vesentlig”.
-Er det viktigere enn informasjon om hvor kjøttet kommer fra?
”Ja, det er det”.
”For meg er det ikke så viktig for jeg spiser det likevel”.
”Det er litt viktig hvis du har den nydelige biffen i stekepannen og så er det lite igjen”.
(G2)

“(…)jeg synes det er OK å ha næringsinnholdet, den savner jeg på den ytrefileten der. Det er viktig for mange som må leve på diett (..).

-Dere savner det her?

“Jeg vil si at jeg savner næringsinnholdet”.

(G3)

Flere vurderer også informasjon om næringsinnhold som *viktigere* enn informasjon om opprinnelsesland. Dette opptar alle, men spesielt gjelder det gruppen unge menn. På spørsmål om hvorvidt det er viktig med informasjon om hvor kjøttet kommer fra svarer enkelte, som i ett av sitatene over, at “*det er viktigere hva innholdet er*” (G1). Særlig synes det å gjelde pølser og annen blandingsmat.

“Det er ikke så farlig hvor de (pølsene) kommer fra, men hva pølsen inneholder og hvor mye soya, vann, salt og hvor mye sårne ting synes jeg er greit å få vite, og hvor mye E-stoffer. Men hvor dyrene kommer fra spiller ingen rolle”.

(G3)

Når det gjelder blandingsmat er det altså noen som er mer opptatt av selve næringsinnholdet enn hvor råvarene kommer fra. Dette kan ha sammenheng med at det er lettere å relatere rent kjøtt til dyret det kommer, enn hva tilfellet er når det gjelder pølser. At pølsene er produsert av kjøtt fra dyr som ku og svin, kan tenkes å være en kobling som krever noe mer refleksjon.

Helt til slutt skal vi se på forbrukernes oppfatninger om hva det er viktigst å få mer informasjon om når det gjelder kjøtt. Hensikten var å sammenligne ønsket om informasjon om opprinnelse i form av land, med informasjon knyttet til informasjon om næringsinnhold, etterbehandling og produksjonsmåte. Det kunne bare gis ett svar og resultatene er derfor uttrykk for prioriteringer. Resultatene fremgår av tabellen under.

Tabell 4.4 Hva er det viktigste for deg å få mer informasjon om når du kjøper kjøtt?

	Prosent
Landet kjøttet kommer fra	37
Hvordan kjøttet er produsert	15
Fettinnhold	15
Møring	13
Ønsker ikke mer informasjon	12
Annet	4
Vet ikke/ubesvart	5
N	100 (1022)

Vi ser at majoriteten vurderer det som viktigst å få mer informasjon om hvilket land kjøttet kommer fra. Mange ønsker også mer informasjon om produksjonsmåte og fettinnhold. Informasjon om land er som vi tidligere har diskutert nesten uløselig knyttet til preferansen for norske varer. Indirekte handler det om viktigheten av å vite hva man spiser og hvordan maten er produsert. Få vet nøyaktig hvordan produksjonen foregår, hverken her til lands eller i andre land. Norsk kjøtt oppleves likevel som tryggere enn utenlandsk. Å skille mellom ulike land blir enklere å forholde seg til enn å skulle skille mellom ulike lands måter å produsere på. Dette kan forklare hvorfor så mange anser informasjon om land som langt viktigere enn informasjon om hvordan kjøttet er produsert. Spørsmålet vi har stilt er nesten identisk med ett spørsmål stilt i en annen undersøkelse om forbrukerinformasjon (Kjærnes 1996). Forskjellen er at svaralternativet ”opprinnelsesland” var utelatt. Undersøkelsen viste at 35 prosent av de spurte anså det som viktigst å få informasjon om hvordan kjøttet er produsert, altså langt flere enn i tabellen over. Dette støtter opp under en betraktning om at informasjon om produksjonsmåte og informasjon om land er to sider av samme sak. Men, det har trolig også sammenheng med at det er enklere og mer konkret å svare ”land” enn ”produksjonsmåte”.

5 Opprinnelsesmerking av annen mat enn kjøtt

Vi har så langt tatt for oss gruppedeltagernes synspunkter på opprinnelsesmerking av kjøtt. Vi har også sett på resultater fra spørreundersøkelsen. Først og fremst har vi konsentrert oss om å diskutere ønsket om informasjon om opprinnelse i form av land, men vi har også diskutert ønsket om å få vite noe om hvilken gård og hvilket distrikt kjøttet kommer fra, samt informasjon om dyrets rase og om biffkjøttet stammer fra ku eller okse. I dette kapitlet skal vi se nærmere på ønsket om opprinnelsesmerking av *annen mat* enn kjøtt. Vi har spesielt tatt for oss synspunkter på opprinnelsesmerking når det gjelder frukt og grønnsaker. I tillegg diskuterte vi i noen grad behovet for slik informasjon når det gjelder ost og egg. I de eldste aldersgruppene, var det i tillegg flere som tok opp problemstillingen om merking i forbindelse med fisk. Mesteparten av diskusjonen i gruppene dreide seg imidlertid om frukt og grønt. Vi skal i det videre se nærmere på resultatene både fra fokusgruppene og fra spørreundersøkelsen.

5.1. Frukt, grønnsaker, ost og egg

I spørreundersøkelsen ble det stilt spørsmål om viktigheten av å få informasjon om frukt og grønt¹⁰. Resultatene viser at det på ingen måte er uinteressant å få informasjon om opprinnelsesland når det gjelder frukt og grønnsaker. Nesten halvparten (45 prosent) av befolkningen mener det er svært eller ganske viktig å få slik informasjon, mens 34 prosent synes det i liten grad er viktig. Men,

¹⁰ Vi valgte å fokusere på disse matvarene fordi det tradisjonelt har vært en del import.

sammenlignet med interesse for informasjon om opprinnelsesland når det gjelder kjøtt, er interessen mindre for frukt og grønt. Mens 75 prosent av befolkningen oppgav at det var svært eller ganske viktig å få informasjon om opprinnelsesland når det gjelder kjøtt (jf. tabell 3.1), er tilsvarende tall for frukt og grønt 45 prosent.

Tabell 5.1 Hvor viktig er det for deg å vite hvilket land frukt og grønnsaker kommer fra?

	Prosent
Svært viktig	22
Ganske viktig	23
Både og	20
Ikke særlig viktig	20
Svært lite viktig	14
Vet ikke/ubesvart	2
N	100 (1022)

Av resultatene fremgår det også at det i all hovedsak er de samme som gjerne vil ha slik informasjon om kjøtt som også ønsker det for frukt og grønt (se vedlegg). Det er også en god del som ikke synes informasjon om land er viktig når det gjelder frukt og grønt, men som synes det er viktig for kjøtt. Dette tyder på at informasjon om opprinnelsesland er viktigere når det gjelder kjøtt enn frukt og grønt. Det er imidlertid *ingen* som synes det er viktig med informasjon om opprinnelsesland når det gjelder frukt og grønt som *ikke* synes det er viktig når det gjelder kjøtt. I likhet med ønsket om opprinnelsesinformasjon for kjøtt, er det også forskjeller i befolkningen når det gjelder ønsket om slik informasjon for frukt og grønnsaker. Kvinner synes slik informasjon er viktigere enn menn og eldre synes det er viktigere enn yngre. Utdanning har imidlertid ingen betydning (se vedlegg).

Ser vi på resultatene fra fokusgruppene peker disse i samme retning. I den grad man ønsker informasjon om opprinnelsesland så har det større relevans for kjøtt og kjøttprodukter enn annen mat¹¹. Matvarer som frukt og grønnsaker anses som mindre viktig.

“Det er mindre viktig med frukt og grønnsaker”.
 “Kjøtt er viktigere”.
 (G3)

¹¹ Resultatet er i tråd med en undersøkelse av sporbarhet gjennomført av MMI (1997) for Stiftelsen Godt Norsk.

Flere, særlig i gruppen unge menn, mener helt enkelt at ”*det er irrelevant*”. Andre mener at det allerede eksisterer slik informasjon og at informasjon om opprinnelsesland ofte er angitt på ”kassene”, eller direkte på frukten i form av klistremerker.

“Det står på kassene, det er greit å vite hvor det kommer fra” .
(G3)

“Det vet man stort sett”.
“De er flinke på de tingene. Det står klistremerker på de tingene. Når det kommer norske varer så er de veldig flinke til å markedsføre det”.
(G4)

Frukt og grønnsaker er unntatt fra alminnelige merkebestemmelser for matvarer, med unntak av merking med vareslag og pris. Ut over det skjer informasjon på frivillig basis (Lien og Døving 1996). Noen gir informasjon om produsentland, men det varierer imidlertid fra butikk til butikk og mellom ulike vareslag. I det sistnevnte sitatet påpekes det at informasjon om opprinnelse særlig fremgår når det er sesong for norske varer. Mange grønnsaker og all frukt er sesongvare i Norge, og når sesongen kommer, er ”de veldig flinke til å markedsføre det”, som en sier.

Fokusgruppeintervjuene viser videre at oppfatningen om at informasjon om land allerede er tilgjengelig også gjelder for ost. Nasjonalitet synes i stor grad å fremstå som en del av ostens identitet som igjen har en kobling til osten som merkevare.

“Man får alltid opplysninger om hvor den (osten) kommer fra”.
(G3)

“Det står på ostene når du går i en ordentlig ostedisk”.
“Leser du da hvilket meieri den kommer fra da?”
“Nei, ikke meieri, det gjør jeg ikke, men hvilket land, Brie Dansk eller fransk ”.
(G3)

“Kjøper du ost så vet du at den er fransk, engelsk eller norsk. Sveitserost fra Sveits osv”.
(G2)

“Jarlsberg vet vi er norsk, men jeg tar den ikke på grunn av det, men fordi den er all right. Men jeg tror ikke vi er så nøye på det”.
(G3)

Jarlsbergost oppfattes *per definisjon* å være et norsk produkt, Sveitserost et sveitsisk produkt osv. Produksjon av ost kobles til merker som igjen assosieres med land. Få synes å reflektere over at Sveitserost ikke bare produseres i Sveits, men også i mange andre land, i likhet med andre oster som Brie, Edamer, Camembert etc. Jarlsbergost og andre oster er først og fremst merkevarer som i stor grad knyttes til nasjonalitet. Den sterke koblingen til merker synes å bidra til at spørsmålet om ostens opprinnelse i form av land er mindre fremme. Det kan synes som om det i større grad er typen ost som er bestemmende for valg og ikke som i mange tilfeller med kjøtt – landet. Og som det påpekes i det sistnevnte sitatet over, er nasjon i liten grad bestemmende for valg av ost; man kjøper for eksempel ikke Jarlsbergost fordi den er norsk, men fordi den er god.

Opprinnelse i form av land synes således å være et irrelevant aspekt ved ost som matvare. Det fremgår heller ingen preferanser for norsk ost generelt på samme måte som for kjøtt og som en sier;

"skal du ha osteparty så kan det ikke bare bli norsk altså, da blir det helt galt".
(G2)

I enkelte grupper diskuterte vi også så vidt ønsket om opprinnelsesmerking for egg. Ønsket om informasjon i form av land kommer ikke like tydelig til uttrykk som for kjøtt, men det synes likevel å ligge implisitt i preferansen for Prior. På samme måte som enkelte stoler på at Gilde bruker norske produkter, synes dette også å gjelde for Prior.

"Egg kommer fra høna".
"Det er litt annerledes for jeg bor på Tøyen og der får du kjøpt en masse egg for billig penge uten noe stempel og da kjøper jeg bare Prior. Det er ofte fordi jeg finner noe guffe inni egget og det er ikke noe kult. Så Prior er en trygghet".
-Er det kvaliteten eller?
"Det er feighet for ikke å prøve noe annet, tror jeg. Prior vet jeg hva er for noe. Jeg har sett hvordan andre egg blir behandlet som står ute i solen osv".
(G2)

Prior representerer trygghet og forutsigbarhet ifølge denne informanten. Egg som ikke er "stemplet" vekker derimot mistenksomhet og fremkaller usikkerhet. Vi har imidlertid lite

informasjon om synet på opprinnelsesmerking når det gjelder egg til å kunne trekke noen videre konklusjoner.

Når det gjelder frukt og grønt ser vi imidlertid en annen tendens. Det synes å være større bevissthet omkring sammenhengen mellom produksjonssted i form av distrikt på den ene siden og produktets smak på den andre, enn hva tilfellet var for kjøtt. Flere peker på at i den grad distriktet har innvirkning på produktet så bør det merkes. Informantene eksemplifiserer med utgangspunkt i epler og ost.

“Når deg gjelder frukt så er det mer Hardanger som er interessant og ikke gården, altså distrikt kan jo kanskje være interessant, det er mer kulinarisk interesse enn økologisk”.

(G1)

“Hvis det er grunn til å tro at stedet har innvirkning på produktet, så er merking relevant. Når det gjelder ost for eksempel, så er det en eller annen policy fra meieriene at det skal ikke stå hvor osten kommer fra, at en gulost er en gulost. I Frankrike selger man nettopp på at vin og ost er fra et bestemt sted - og så vet man at osten derfra er god”.

(G1)

Ønsket om informasjon om hvilket distrikt/meieri produktet kommer fra synes først og fremst å være motivert ut fra kulinariske hensyn. I sitatet over fremgår det også at det er misnøye med den praksis Tine har når det gjelder produksjon av ost. I produksjonen skilles det ikke mellom melk fra ulike gårder eller ulike distrikt. I den grad det gjøres er dette informasjon som i liten grad kommer forbrukeren til gode. Frankrike trekkes fram som et godt eksempel på hvordan osten opprinnelse i form av distrikt er et viktig aspekt ved produktets kvalitet og en viktig dimensjon ved produktets smaksmessige egenskaper.

Hvorfor er informasjon om land viktigere for kjøtt enn annen mat?

Resultatene fra fokusgruppeintervjuene viser altså at det er en generell enighet blant informantene om at det er *viktigere* å vite opprinnelseslandet for kjøtt enn for frukt, grønt m.m. At informasjon om land er viktigst for kjøtt synes, som det påpekes i sitatet under, imidlertid å fremstå som et paradoks.

“Hvorfor er vi mer opptatt av at kjøttet kommer fra Botswana enn at epler gjør det”?
og en annen;
“Sprøytemidler er like giftig enten det går gjennom fôr eller direkte på frukten”.
(G5)

Flere påpeker at det *burde* være like viktig med slik informasjon enten det er kjøtt eller frukt/grønt.

“Det burde jo vært like viktig (som kjøtt) når det gjelder disse sprøytemidlene og det som er tillatt (...) jeg burde kanskje vært mer opptatt av det, men er det ikke. Vi burde hatt litt mer opplysninger da, kanskje”.
(G4)

“Hvorfor er det det første de sier når vi er i utlandet; ikke spis ferske grønnsaker, ikke sant, og så importerer vi grønnsaker som vi ikke tenker på hvor kommer fra”.
(G4)

At man er mer opptatt av opprinnelsesland når det gjelder kjøtt enn frukt og grønnt må ses i sammenheng med at det er en helt annen tradisjon for import av grønnsaker og frukt. Norsk import av grønnsaker tilsvare ca. 50 prosent av den samlede omsetningen her til lands (Lien og Døving 1996). Dermed har de fleste forbrukere erfaring med frukt og grønnsaker fra andre land. Det inngår allerede som en del av kostholdet og de daglige rutinene når det gjelder mat, mens import av kjøtt fremdeles er nytt og fremmed. Generelt avdekker gruppediskusjonene en helt annen og langt mer positiv holdning til frukt og grønnt fra andre land. Det betraktes som spennende og eksotisk, mens kjøtt i større grad er skummelt og forbundet med en viss risiko.

Gruppedeltagerne peker på flere grunner til at det er viktigere å vite opprinnelseslandet når det gjelder kjøtt enn frukt og grønnt. En viktig forklaring slik flere ser det, er at pressen i mindre grad fokuserer på risiko og fare når det gjelder frukt og grønnsaker. Samtidig som reportasjer om ”det farlige kjøttet” slås større opp og gis en mer dramatisk vinkling enn tilsvarende reportasjer om frukt og grønnsaker. Fordi det i mindre grad settes fokus på risiko ved disse matvarene, anses informasjon om opprinnelseslandet som mindre viktig. Sitatene under illustrerer dette poenget.

“Det har ikke vært noen skrekkartikler i pressen eller i media om det så vi tenker ikke over det”.
(G4)

“Det er vel for man til stadighet hører om all elendighet som det er med kjøttet”.
(G2)

”Det har ikke vært skrevet så veldig mye om det antageligvis”.
(G4)

”Kjøtt og egg kommer inn under det samme. Man har hørt om at det er mer bakterier, mer mediaoppslag”.
“Sure appelsiner fra Florida står det liksom ikke hver dag om”.
“Og det blir man ikke så veldig syk av heller”.
“Konsekvensene er større for dårlig kjøtt”.
(G1)

Som det påpekes i sitatene, er oppfatningen den at man leser og hører mer om ”dårlig kjøtt” enn annen mat. Det samme gjelder for egg. Dermed er det slik flere ser det, viktigere med informasjon om kjøtt, og til en viss grad egg (egg ble i liten grad diskutert), enn frukt og grønt. Enkelte peker også på at de helsemessige konsekvensene er større ved å spise ”dårlig” kjøtt enn frukt og grønnsaker. ”Sure appelsiner” fra Florida ”blir man ikke så veldig syk av” som det uttrykkes i sitatet over. Dette er et synspunkt som deles av flere og om illustreres ytterligere i sitatet under.

-Du sa at kjøtt var viktigere?
”Jeg innbiller meg at det kan skje verre ting med kjøtt enn grønnsaker. Det er godt mulig jeg tar feil, det er bare en følelse. Jeg synes det er fint å vite hvor frukt og grønnsaker kommer fra også, men absolutt viktigst for kjøtt”.
(G3)

En slik oppfatning må også ses i sammenheng med medias fokus på kjøtt. Men, det kan også forklares i lys av at kjøtt står i en særstilling som mat. Kjøtt (særlig rødt kjøtt) har og har hatt en høy status i den vestlige kultur, selv om enkelte vil hevde at dette er i ferd med å endres (se for eksempel Fiddes 1991). Kjøttets posisjon øverst i mathierarkiet innebærer at det er den matvaren som vurderes høyest. I det ligger at det også står nær det tabulagte (Twigg 1983). Det er velkjent innenfor antropologien at det som verdsettes høyest også er det man tar mest avstand til på grunn av dets styrke og kraft (Twigg 1983). Twigg hevder derfor at kjøtt og andre animalske matvarer, i en helt annen grad enn for eksempel

frukt og grønnsaker, kan vekke ubehag og avsky. Denne tosidigheten ved kjøttet, på den ene siden en høyt verdsatt matvare, på den andre siden en matvare som er forbundet med motvilje og avsky, kan være en årsak til at de helsemessige konsekvensene for kjøtt anses for å være større enn for frukt og grønt. Igjen kan dette forklare hvorfor mange vurderer det som viktigere å vite hvor kjøttet kommer fra enn frukt og grønt.

Et annet poeng i denne diskusjonen er at frukt og grønt nærmest *per se* representerer den sunne og ”gode” maten. Sammenlignet med kjøtt har grønnsaker og frukt en mer entydig posisjon. At kjøtt oppleves som farligere og dårligere enn frukt og grønt kan ha sammenheng med at det ses i relasjon til det som de fleste oppfatter som sunt, nemlig grønnsaker (Holm 1994) . Kjøtt fremstår derfor som motpolen til frukt og grønt. Fordi grønnsaker og frukt har en ”image” som først og fremst er positiv blir det heller ikke så viktig å få informasjon om opprinnelsesland, iallfall ikke i lys av spørsmålet om helsemessig trygghet.

Et annet argument som benyttes av enkelte for å forklare hvorfor det er forskjellig behov for informasjon om opprinnelsesland mellom kjøtt på den ene siden og frukt og grønt på den andre, er knyttet til vesensforskjellen mellom dyr og planter. Sitatet under illustrerer.

”Det går litt på forskjellen i behandlingen dyr/eppler. Vi er opptatt av at dyret ikke lider fryktelig også med en problematisk produksjon”.
(G1)

-Er kjøtt litt annerledes enn annen mat. Trenger man annen informasjon om kjøtt?
”Jeg synes det er greit å vite hvordan dyrene blir behandlet, det vil gjenspeile seg i maten og kvaliteten (...)”.
”Hvis jeg skulle tenke for mye på det så tror jeg at jeg først ville bli vegetarianer, enn å vite hvordan den kua var vokst opp, da tror jeg at jeg hadde sluttet å spise kjøtt jeg”.
(G4)

Argumentet er altså at dyr kan føle og erfare smerte, glede og lignende, noe som ikke gjør seg gjeldende for planter. Dermed stilles det helt andre krav til produksjon av kjøtt enn annen mat (Guzmán og Kjærnes 1998). Hensynet til dyrenes velferd er derfor en av flere årsaker til at mange er mer opptatt av

opprinnelsesmerking for kjøtt enn for annen mat. Implisitt i et slikt argument ligger en oppfatning om at dyrene behandles forskjellig og dyrevelferden er forskjellig fra land til land.

Et annet argument som benyttes er at kjøtt befinner seg lenger opp i næringskjeden. Veien fra ”bås” til ”bord” er lengre, det er flere ledd i produksjonsprosessen og giftstoffer akkumuleres underveis. Derfor er det, ifølge enkelte, viktigere å vite hvor kjøttet kommer fra enn frukt og grønnsaker.

“(…) det er vel fordi det ligger lenger opp i næringskjeden sånn at de kan akkumulere en masse gift. Frukt har vi på en måte et slags forhold til om den er bedervet. Mens kjøtt kan du ikke se om er bedervet”.

-Det er lettere å stå og vurdere grønnsaker og frukt?

“Ja, det er det altså”.

“Produksjonstiden på grønnsakene er mye kortere enn på dyr”.

(G4)

I sitatet fremkommer også et annet poeng, nemlig det at det oppfattes som *lettere* å vurdere kvaliteten på frukt og grønnsaker enn kvaliteten på kjøtt. Muligheten for egenkontroll oppfattes helt enkelt å være større. Dette er en oppfatning som synes å deles av mange av gruppedeltagerne. Ved å se, lukte og kjenne kan forbrukerne selv vurdere kvaliteten på frukt og grønt. Det samme gjelder også til en viss grad ost. Følgende sitater illustrerer dette poenget:

“Det er vanskelig å se om det er bedervet sånn som du kan med frukt”.

“Jeg kan trykke på biffen i butikken gjennom plasten, det er bare det du ser.”

(G2)

“Vi snakket i sted om at konsekvensen ofte kunne være større ved dårlig kjøtt enn dårlige appelsiner, for de ser du jo med en gang på og kjenner med en gang når du biter i det, av kjøttet så kan du bli dårligere senere”.

(G1)

“Osten kan du ta litt på og kjenne om den har den mykheten det skal være”.

“Og så ser du om den er svett”.

(G2)

I sitatene over påpekes det at det er vanskelig å se om kjøttet er ”dårlig” eller ”bedrevet”, i motsetning til for eksempel frukt og ost. Grønnsaker, frukt og til en viss grad ost er i besittelse av det Lien og Døving (1996) omtaler som *synlig* kvalitet¹². Dette er kvalitetsegenskaper som omfatter egenskaper som farge, friskhet o.l. og som kan fastslås gjennom syn, berøring eller lukt. Visse egenskaper ved kjøtt og kjøttproduksjon er av en slik art at de ikke kan ses, smakes, eller luktes i det ferdige produkt. Forbrukeren er dermed avhengig av at produsenten har fremstilt kjøttet på en riktig måte. Derfor er kvalitetsegenskaper for kjøtt i langt større grad avhengig av det som kan beskrives som *tillitsbasert* kvalitet. Kvalitet vil for eksempel være knyttet til fravær av fremmedstoffer i kjøttet. Dette er kvalitetsegenskaper som det kreves ekspertkunnskap for å fastslå. Kvalitet for forbrukeren blir dermed knyttet til *informasjon og tillit*.

At kvalitet vurderes annerledes for frukt og grønnsaker enn kjøtt gir undersøkelsen flere eksempler på. Kvalitetsegenskaper som *smak og friskhet* synes å tillegges stor vekt mens egenskaper som berører helsemessig trygghet i mindre grad er fremtredende. Dette er i samsvar med flere andre undersøkelser ved SIFO (Wandel og Bugge 1994, Lien og Døving 1996). Når valget står mellom norske og italienske jordbær så er det smaken som avgjør.

“Altså grønnsaker og frukt må være frisk da”.

-Er land da sekundært?

“Det går på smak, italienske jordbær er ikke som de norske”.

“Hvis du har fraktet frukten så er den ikke så veldig god”.

(G4)

“Jeg vil heller ha norske jordbær enn utenlandske for det går veldig mye på smak”.

“Importert betyr gjerne at det er lagret over lengre tid, det blir høstet halvmodent”.

“Disse eplene som er så grønne at du greier ikke å bite over skallet en gang, jeg kjøper aldri de”.

-Men det betyr gjerne norsk i sesong for norske varer?

“Men samtidig så kjøper jeg masse utenlandske og spennende ting som vi ikke har, men ting som jeg kjenner til da. Tomater synes jeg de norske er bedre, det går veldig mye på smak. Jeg er blitt kjent med masse nye ting som jeg bruker nå og som jeg ikke gjorde før, og som absolutt ikke er norsk”.

¹² Begrepet synlig kvalitet tilsvarer det Darby og Karni (1973) kaller for ”search quality”. Tillitsbasert kvalitet tilsvarer ”credence quality”.

“Hvis du har akkurat den samme varen som den utenlandske så velger man kanskje ut fra smak, men hvis det er ting som du får kjøpt som bare er utenlandske da kjøper man jo det”.
(G1)

Som det fremgår av sitatene er smak en viktig faktor ved kjøp av frukt og grønnsaker. Norske jordbær og tomater foretrekkes fremfor utenlandske på grunn av smaken. I en viss grad synes altså preferanser for norske varer å gjøre seg gjeldende også når det gjelder frukt og grønnsaker, men på langt nær så kategorisk som for kjøtt. Sammenlignet med kjøtt er det imidlertid i større grad smaken som avgjør, mens det refereres mindre til trygg mat.

Oppsummert kan vi si at til tross for at en god del av informantene oppfatter det som positivt med merking med opprinnelsesland på frukt og grønnsaker, synes det å være grunnlag for å konkludere med at slik informasjon har større relevans for kjøtt. Det samme gjelder forholdet mellom kjøtt og andre varer, som for eksempel ost. *Argumentene* som benyttes for å begrunne forskjellen mellom grønnsaker/frukt/ost og kjøtt og betydningen av opprinnelsesmerking kan oppsummeres ved hjelp av figuren under:

Kjøtt	Grønnsaker/frukt/ost
<ul style="list-style-type: none"> • ikke erfaring med import • flere ”skandaler” • større helsefare • helsemessig sikkerhet som kvalitet • ekspertkontroll 	<ul style="list-style-type: none"> • erfaring med import • få ”skandaler” • helsefaren mindre • smak/friskhet som kvalitet • egenkontroll

Figur 2

Når det gjelder kjøtt har de fleste liten erfaring med importerte varer. Det motsatte gjelder for matvarer som grønnsaker, frukt og ost. Flere er av den oppfatning at ”skandaler” er mer utbredt for kjøtt enn grønnsaker og lignende. Det er også en oppfatning blant flere om at det helsemessig er større risiko forbundet med ”dårlig” kjøtt enn ”dårlige” grønnsaker etc. Samtidig fremgår det av undersøkelsen at de kvalitetsmessige egenskapene er annerledes for kjøtt enn disse andre matvarene. Mens mat som frukt og grønnsaker til en viss grad kan vurderes gjennom egenkontroll, er kjøtt i større grad avhengig av ekspertkontroll. Dette bidrar til at

vurderingen av kjøttets kvalitet, i større grad enn andre matvarer, er avhengig av tillit og informasjon. Alt dette bidrar til at det vurderes som viktigere med informasjon om opprinnelsesland for kjøtt enn frukt, grønnsaker og ost.

5.2. Fisk

Fokusgruppene viser også at flere er opptatt av fisk i diskusjon om opprinnelse. Særlig gjør dette seg gjeldende blant de eldste gruppene. Dette kan ha sammenheng med at det er blant de eldre vi finner det høyeste forbruket av fisk (Døving 1997, Fagerli 1999). Flere gir uttrykk for et ønske om at også fisken bør opprinnelsesmerkes. Opprinnelse går i denne sammenheng ikke så mye på land, men på hvor i fjorden fisken er fisket, og når det gjelder laks, hvilket oppdrettsanlegg fisken kommer fra.

“Det er jo enkelte steder ute i fjorden som man ikke skal fiske hverken fisk eller skalldyr, så derfor så synes jeg det kunne vært greit å vite hvor den var fisket. Er det sommeren og ellers i året så får man vite hvor man kan spise skalldyr fra og ikke kan gjøre det”.

“Det er jo blåskjell det”.

“Krabbe også”.

(G4)

Først og fremst er det imidlertid oppdrettslaksen diskusjonen om fisk dreier seg om. Dette engasjerer særlig gruppen med eldre menn. Flere mener at oppdrettsfisk bør merkes med oppdrettsanlegg i tillegg til at informasjon om fôret fisken spiser bør gjøres tilgjengelig. Produksjonsmåte synes særlig relevant for laks, fordi det er først og fremst for laks at produksjonsmetoden er vesentlig endret. Oppdrett var for inntil 20-30 år siden en relativt ukjent og ubrukt produksjonsmetode for fisk i Norge. Først på begynnelsen av 80-tallet fikk oppdrett et betydelig omfang her til lands. I tillegg har oppdrettsnæringens utstrakte bruk av antibiotika på 80-tallet medført at næringen har fått et dårlig rykte, som en av informantene selv påpeker. Selv om næringen i dag i svært liten grad bruker antibiotika, gjør oppfatningen om at oppdrettslaks er helsefarlig seg fremdeles gjeldende. Dette viser også resultater fra en norsk studie av holdninger til fisk (Døving 1997). Følgende sitater kan tjene til å illustrere noen av disse synspunktene:

“Det spiller vel egentlig ikke noen rolle om den er norsk eller ikke, det som betinger er hvordan den er produsert. Fisk har

jo stort sett vært produsert under kjente betingelser, mens nå som du har fått oppdrettsfisken så er det veldig interessant å vite at det er oppdrettsfisk. Hvis halvparten av torsken kommer til å være oppdrettstorsk så er det interessant å vite at den er det og ikke om den er norsk”.

“Sånn som villaks så er det greit å vite at den ikke er oppdrett”.

-Produksjonsmetoden er interessant for fisk - hvorfor er det viktig?

“Det er vel det med at det skal være rent og tilsetningen”.

“Når vi tenker på at vi har ødelagt alle fjordene med oppdrettsanlegg. Vi er opptatt av dette med oppdrett på grunn av tilsetningen av føret”.

(G3)

-Vil dere vite hvilket oppdrett laksen kommer fra for eksempel?

“Ja, egentlig kunne det være interessant, men det kan jeg så lite om”.

“De stapper de fulle av antibiotika”.

“Det er slutt på de norske nå”.

“Det er klart at oppdrett og vill er det stor forskjell på, den ene lever langt ute i havet og den andre ligger inne i sjøkanten”.

“Da må du vite hvor stedene er liksom”.

“Det kan man få etter hvert for hører man om et sted som den er veldig god så får man et forhold til det etter hvert og ser etter den”.

“Likedan med røkt laks, noen er bedre enn andre”.

(G3)

Sitatene peker også på et dilemma knyttet til merking med spesifikke oppdrettsanlegg. Siktemålet er å gi forbrukeren informasjon slik at man har et bedre grunnlag for valg av produkt. Men, for å kunne utnytte slik informasjon må man ha kjennskap til de ulike oppdrettsanleggene og hvordan de produserer. Det settes med andre ord høye krav til forbrukerens kunnskap. Samme type argument ble brukt i diskusjonen om informasjon om gård når det gjaldt kjøtt. Men, samtidig pekes det på at slik kunnskap vil man opparbeide etter hvert som en slik ordning blir kjent og man får erfaring med ulike produkter.

På spørsmål om hvorfor noen synes å være mer opptatt av informasjon om produksjonsmåte når det gjelder fisk enn kjøtt, pekes det på at dette har sammenheng med at bransjen har drevet på en måte som oppfattes som problematisk og som har skapt debatt.

“Når det gjelder oppdrettsfisk så har det skjedd en skandale, gitt dem tonnevis med medikamenter uten at myndighetene har grepet inn. Men der har det skjedd noe og de har vært nødt til å gjøre noe med det. Men de har fremdeles et dårlig rykte som skader den bransjen. I og for seg så er det ikke noe annerledes å oppdrette fisken enn å oppdrette kyr altså. Men likevel så har den bransjen et problem fordi de har drevet på den måten den har”.

(G4)

Selv om det også har vært utstrakt bruk av antibiotika etc. i kjøttbransjen, har ikke dette festet seg på samme måte i forbrukerens bevissthet. Dette kan, ifølge Døving (1997), ha sammenheng med at folks forestillinger om fisk er annerledes enn for kjøtt. Fisken lever fritt i naturen og fanges i havet. Døving påpeker at gjennom oppdrett av fisk domestiseres fisken på en måte som oppleves ”naturstridig”. Fisk skal være vilt og er den ikke det, er den feil. Dette kommer til uttrykk både gjennom oppfatninger om smak, så vel som sunnhet. Oppdrettslaksen både smaker dårligere og er mindre sunn enn villaksen. Gjennom oppdrett har fisken skiftet status, fra vilt til buskap, noe som strider mot våre kategorier. Kjøtt fra husdyr er derimot som det skal være. Det er få som ser det som naturstridig med en ku på bås, eller en gris i bunge. En slik forklaring antydes også av en av gruppedeltagerne selv:

“Det var den tanken om at vi forventer mer av fisk når det gjelder renhet, oppdrettsfisk kontra kjøtt. Jeg tror at i underbevisstheden så gjør vi det fordi vi forbinder fisken med havet, at når de går over til oppdrettsproduksjon , så er det noe som skurrer litt bak i hodet. For vi er vant til oppdrettskuer og sånne ting. Hvordan skal du få en ku ellers, mens fisk produserer seg selv, ikke sant”.

(G4)

Som det blir sagt her; det forventes mer av fisk. Dette har trolig, som det også påpekes i sitatet over, sammenheng med at fisken hører til i havet, hvor den er den ren og sunn. Overgang til oppdrett bryter dermed med våre forventninger og kategorier. Men, når det gjelder kjøtt, så har man ikke, som det blir sagt her, noe alternativ. Husdyrhold har eksistert i lang tid og det fremstår som den eneste tenkelige måten å fremskaffe visse typer kjøtt på.

6 Hvem skal stå bak opprinnelsesmerkingen?

Flere av informantene gir uttrykk for mistenksomhet og tvil når det gjelder hvorvidt man kan stole på en ordning med opprinnelsesmerking. Kan man stole på at det som er merket ”norsk” faktisk er norske produkter? Enkelte refererer til tilfeller i Sverige hvor importert kjøtt pakkes om, selges som svensk kjøtt.

”I Sverige så pakker de om det de importerer og så tror de at det er svensk”.
(G2)

”Selv om det står norsk på så kan man ikke stole på at det er norsk. Det er sånn de gjør i Sverige. De pakker om og svenskene trodde de hadde kjøpt svensk flesk og så var det importert. Det er et falsum (...).
(G4)

”Det står så mye rart på som er norsk” .
(G4)

”Selv om det er et stempel fra en butikk som sier at det er norsk kjøtt så er det ikke sikkert at det er fra Norge (...).
(G2)

Som det påpekes i sitatene, har man ikke uten videre tillit til at merkingen er til å stole på. For at en ordning med opprinnelsesmerking skal fungere, er det viktig at det ikke sår tvil om den. Det er derfor av avgjørende betydning at de som står bak en slik ordning har tillit hos forbrukerne. På spørsmål om hvem som skal stå bak en slik ordning med opprinnelsesmerking synes det å være allmenn enighet om at det må være en statlig myndighet. Det tas nærmest for gitt at en slik merking må være det

offentliges ansvar. Produsentene har egeninteresser å ivareta og man har liten tillit til at bransjen selv kan stå som garantist for denne type informasjon; det blir som bukken og havresekken. Det er likevel enkelte som mener at produsentene selv kan stå bak, men et slikt synspunkt får liten oppslutning. En av deltagerne mener at det private kan stå ansvarlig, gitt at det eksisterer klare retningslinjer. Men, som det fremgår av sitatene under, er det en generell skepsis til en ordning om opprinnelsesmerking i regi av bransjen selv.

“Jeg synes det må være en tillitsak jeg at en produsent som driver kvalitet ikke trikser”.

“Men, kunne ikke produsenten melde fra til Statens Næringstilsyn for å få jevnlig kontroll?”.

“Jeg er skeptisk til bransjeinformasjon, både kjøtt- og fiskeribransjen driver verdifull informasjon med de heftene de gir ut, og det er veldig mye som er all right, men likevel trengs det andre til å holde dem i ørene og det trengs andre til å gi informasjon nøytralt”.

(G4)

“Det er viktigere at det er det offentlige som merker enn det private”.

“De private har ikke noen egen vinning, det kan jo godt være en privat uhildet instans også”. “Jo, det tror jeg hvis de hadde klare retningslinjer. Eller så måtte det være et direktorat eller noe sånt, de måtte rapportert de også”.

“En eller annen objektiv part iallefall, Statens institutt for Debiomerking”.

(G2)

“Vi tror på staten eller noe veterinær eller noen offentlig instans”.

-Kan for eksempel Gilde ha sin egen?

“Nei, det går ikke”.

(G3)

“Som nevnt tidligere så er det vel Norsk Næringsmiddelkontroll som vi har tillit til de fleste av oss her. Jeg ville ha hevet øyenbrynene hvis det sto noe annet”.

-Skal det være en offentlig myndighet?

“Det må være en nøytral kontroll, at det ikke er noen med næringsvirksomhet å gjøre, det må være en statlig myndighet”.

(G2)

Som det fremgår av sitatene synes det å være allmenn enighet om at offentlige myndigheter bør stå bak en slik ordning. Offentlige

myndigheter representerer nøytralitet og objektivitet i motsetning til bransjen som har egeninteresser å ivareta. Det er imidlertid mindre klart nøyaktig hvilken statlig myndighet som skal stå som garantist for ordningen. Enkelte nevner spesifikke instanser som “Norsk Næringsmiddelkontroll”, “Statens Næringstilsyn”, “Statens kjøttkontroll” og “Statens institutt for Debiomerking”. Ingen av disse navngitte instansene eksisterer i virkeligheten. Man kan anta at de fleste har “Statens Næringsmiddeltilsyn” (SNT) i tankene, som er den instansen som ivaretar næringsmiddelkontrollen her til lands. Ingen nevner imidlertid denne instansen spesifikt. Andre oppgir offentlige instanser mer generelt i form av staten, et direktorat, eller en veterinær eller offentlig instans. Vårt inntrykk er at det er vanskelig for forbrukerne å skille mellom ulike aktører. Det handler først og fremst om de private aktørene på den ene siden og de offentlige på den andre. Dette må ses i sammenheng med at det er mange aktører som opptre på den offentlige arena, og det er uklart hvem som står ansvarlig for hva. Det viktigste for informantene synes imidlertid å være at det står en offentlig, nøytral instans bak. For at en slik ordning skal oppnå troverdighet hos forbrukerne, blir det derfor viktig å få frem hvem som er avsender av informasjon om kjøttets opprinnelse.

7 Oppsummering og konklusjon

Et av de viktigste spørsmålene i denne undersøkelsen har vært hvorvidt forbrukerne er opptatt av informasjon om matens opprinnelse og dernest, hvilke motiver som ligger til grunn for ulike oppfatninger. Rapporten har i all hovedsak tatt opp spørsmål om forbrukerens interesse for slik informasjon når det gjelder kjøtt, men relevansen for andre matvarer, særlig frukt og grønnsaker, har også blitt diskutert. Søkelyset har først og fremst vært rettet mot informasjon om opprinnelsesland, men også informasjon om andre aspekter ved matens opprinnelse har blitt tatt opp. Resultatene er fremkommet delvis gjennom fokusgruppeintervjuer, delvis gjennom surveyspørsmål.

Studien gir grunnlag for å kunne konkludere med at informasjon om hvilket land kjøttet kommer fra er viktig for mange forbrukere. Dette er i tråd med tidligere undersøkelser (Kjærnes 1996). Spørreundersøkelsen viser at 47 prosent anser det som *svært* viktig å vite hvor kjøttet kommer fra, mens 28 prosent anser det som *ganske* viktig. Samlet utgjør dette 75 prosent av befolkningen. Resultatene fra fokusgruppeintervjuene tyder på at denne interessen er like stor for alle typer kjøtt. Andelen som vurderer slik informasjon som viktig når det gjelder kjøtt, har økt noe sammenlignet med en undersøkelse fra 1996 (Kjærnes). Resultatene fra spørreundersøkelsen viser at kvinner vurderer slik informasjon som viktigere enn menn. Videre anser eldre informasjon om opprinnelsesland som viktigere enn yngre. Undersøkelsen viser videre at viktigheten av opprinnelsesinformasjon er størst for kjøtt, men at også matvarer som frukt og grønnsaker har interesse. Resultatene både fra fokusgruppene og spørreundersøkelsen peker her i samme retning.

En ordning med opprinnelsesmerking gjør forbrukeren i stand til å kunne velge mellom mat fra ulike land på bakgrunn av de ønsker og prioriteringer den enkelte legger til grunn. Slike ønsker og prioriteringer kan knytte seg til forhold som berører sikkerhet og helse, dyrenes velferd, eller støtte til, ev. boikott av bestemte land, ut fra politiske motiver. Hensynet til kvalitetsegenskaper som smak o.l. kan også være en grunn til at man foretrekker kjøtt fra ett land fremfor et annet. Eller det kan rett og slett handle om prinsipp eller ønsker om å kunne velge. En rekke motiver kan altså tenkes å ligge til grunn for ønsket om opprinnelsesmerking. Valgfrihet som prinsipp eller mulighet til å velge på bakgrunn av smak, er blant de argumentene som fremkommer i undersøkelsen. De er imidlertid ikke dominerende. Vår erfaring fra *fokusgruppene* er at det er vanskelig å diskutere spørsmålet om merking av kjøtt med opprinnelsesland uavhengig av preferansen for norske varer. Hensynet til trygg mat, dyrenes velferd og et ønske om å støtte norsk landbruk synes å være de viktigste argumentene bak en slik preferanse. Undersøkelsen viser samtidig at spørsmålet om opprinnelsesland nesten utelukkende diskuteres innenfor rammen av temaet trygt versus helsefarlig kjøtt. Trygt kjøtt er i stor grad ensbetydende med norsk kjøtt. Mens utenlandsk kjøtt gir assosiasjoner til salmonella, hormoner og antibiotikabruk, er norsk kjøttproduksjon og norsk kjøtt fritt for slike problemer, slik mange ser det. Preferansen for norsk kjøtt er ikke bare begrunnet med en skepsis til det utenlandske, men kommer også til uttrykk blant enkelte som skepsis til den norske importkontrollen. Resultatene fra *spørreundersøkelsen* støtter inntrykket fra fokusgruppene om at det først og fremst er hensynet til trygg mat sammen med hensynet til dyrenes velferd, som er begrunnelsen for ønsket om opprinnelsesmerking. Samtidig viser resultatene at hovedparten av de som ønsker opprinnelsesmerking svarer at de vil legge vekt på å kjøpe norsk kjøtt, hvis importen til landet øker. Igjen er det hensynet til trygg mat, lav tillit til importkontrollen, samt ønsket om å støtte norsk landbruk som er de viktigste grunnene til å velge norsk.

De oppfatningene som kommer til uttrykk i fokusgruppene handler imidlertid ikke bare om spørsmålet om helseskadelig versus trygg mat, men like mye om ulike måter å produsere på. Mens den norske kjøttproduksjonen produserer etter "visse kriterier" som en uttrykker det, foregår produksjonen i mange andre land på en måte som anses som uakseptabel. Mye tyder på at industrialiseringen

innenfor landbruket har overskredet en grense for hva er etisk sett akseptabelt etter manges oppfatning. Den enkelte forbruker har ikke mulighet til å vite hvordan produksjonen av kjøtt foregår, hverken her til lands eller i andre land. Til det er prosessen for komplisert. Det å kjøpe kjøtt blir derfor en tillitssak. Preferansen for norsk fremfor utenlandsk kjøtt handler derfor langt på vei om tillit. Undersøkelsen viser at tillit til norsk kjøtt, norsk kjøttproduksjon og delvis også norske kontrollmyndigheter er høy. Denne tilliten løper parallelt med en uttrykt skepsis eller mistillit til utenlandsk kjøtt og utenlandsk kjøttproduksjon. I noen grad skilles det mellom ulike land når det gjelder tillit. Enkelte synes for eksempel å stole mer på land i Norden enn land utenfor. Andre skiller mellom EU-land på den ene siden og andre land på den andre. Kjøtt fra land som Belgia og USA synes særlig å ha lav tillit blant informantene. Selv om tilliten varierer, synes det likevel i all hovedsak å dreie seg om norsk vis å vis utenlandsk kjøtt. Således kan vi si at grensen for tillit følger Norges yttergrenser. Ifølge Sellerberg (1991) søker forbrukerne etter forskjellige strategier ("strategies of confidence") for å skape trygghet omkring maten de spiser. Det å foretrekke det norske fremfor det "som kommer utenfra" kan forstås som en strategi for mestring av potensiell risiko ved kjøtt. Å forholde seg til grenser når det gjelder tillit til kjøtt i stedet for til konkrete aktører blir en måte å forenkle virkeligheten på.

Preferansen for det norske fremfor det som kommer "utenfra" kan også mer konkret forstås i lys av følelsen av *nærhet* til matvareproduksjonen både geografisk, kulturelt og mentalt. Mens det som er nært og kjent oppleves som trygt, oppleves det som er fremmed og med en annen geografisk og kulturell opprinnelse i større grad som usikkert. Trygghet handler mye om stabilitet, orden og forutsigbarhet i hverdagen. Følelsen av å ikke helt vite *hva* man spiser eller *hvor* maten kommer fra kan derfor være en kilde til usikkerhet og utrygghet.

Oppsummert synes det å være grunnlag for å si at norskhet for mange fremstår som en form for *kvalitetsgaranti*. Kvalitet er på ingen måte et entydig begrep, men henspiller ofte på noe som er "bra" (Troye 1990). Når det gjelder kjøtt kan det dreie seg om smak, mørhet, helsemessig sikkerhet, etikk i produksjonen etc. Hva som skal til for at noe skal være "bra", vil imidlertid variere, fra formål til formål og mellom ulike grupper og aktører. Kvalitet

er dermed et relativt begrep (Lien 1989). Norsk kjøtt og kjøttproduksjon oppfattes av mange som ”bra”; landbruket driver på en skikkelig måte, dyrevelferden er god, og det er strenge regler for kontroll. Samlet gir dette grunnlag for en oppfatning om at norsk kjøtt har kvalitetsmessige fortrinn fremfor kjøtt fra andre land. Dette er en kvalitetsoppfatning som synes å være forankret i forhold knyttet til informasjon og tillit. For forbrukeren synes derfor norsk kjøtt å være i besittelse av det som kalles for *tillitsbasert kvalitet* (se Lien og Døving 1996).

Men norsk fremstår som en garanti også på en annen måte. Denne gang er det imidlertid først og fremst den norske grensekontrollen som tilkjennegis tillit. Tillit til at kontrollen av importert kjøtt er tilstrekkelig, er det dominerende argumentet blant de som i *liten grad* er opptatt av å vite hvor kjøttet kommer fra. Hvorvidt kjøttet er norsk, svensk eller dansk spiller ingen rolle så lenge kontrollen er utført på en tilfredsstillende måte. Vårt inntrykk er at denne gruppen av informanter legger større vekt på kontroll enn informasjon. Dette kan tolkes som en reaksjon mot å måtte forholde seg til spørsmål om valg. Flere påpeker også at de vet for lite til å kunne velge og således ikke kan nyttiggjøre seg informasjon om hvor kjøttet kommer fra. Mange opplever kanskje muligheten til å velge snarere som en byrde enn en frihet. Resultatet kan være opplevelse av utrygghet og maktesløshet hos den enkelte. Tillit til kontrollen kan, i likhet med det å velge norsk, forstås som en *strategi for mestrings* når det gjelder å håndtere risiko ved mat. Det kan også forstås som en mer bevisst avstandstaken fra forbrukernes side mot en forskyvning av ansvar for trygg mat fra myndighetene og over på forbruker. Det å velge norsk fremfor utenlandsk kjøtt er kanskje en strategi der forbrukernes egeninnsats er noe større.

Som følge av den nye Veterinæravtalen har Norge fått felles *yttergrense* med EU når det gjelder kontroll av kjøttvarer, levende dyr, fisk og andre animalske produkter. Grensekontrollen, slik den har fungert i dag, med stikkprøver av alle partier forsvinner, med unntak for import fra land *utenfor* EU¹³. Det sentrale i avtalen er at avsenderlandet (myndighetene autoriserer eksportbedriftene) har

¹³ Dette omfatter blant annet import av kjøtt fra MUL-landene. Denne kontrollen blir strengere enn før, blant annet med egne fysiske grensekontrollstasjoner (mailkontakt med Kjell Solem, informasjonssjef i SNT).

ansvaret for at matvarer er kontrollert og funnet i orden for eksport. Varepartier kan kun holdes tilbake ved *berettiget* ”mistanke”. Det som kommer til erstatning for grensekontrollen er økt kontrollinnsats ved stikkprøver i alle ledd i markedet, så vel hos importør som detaljist. Norske matimportører får et spesielt ansvar for å sjekke at varene er i tråd med norske forskrifter, men også distributørene vil få et selvstendig ansvar. Denne undersøkelsen viser at tilliten til norsk importkontroll er høy blant mange. Tillitsforhold er imidlertid svært sårbare og kan meget raskt bryte sammen. Hvis kontrollen av mat *oppfattes* som dårligere fra forbrukernes side, kan dette få store konsekvenser for den tilliten som eksisterer til den norske importkontrollen. Konsekvensen kan bli at mange lar det importerte kjøttet bli liggende i disken (Storstad 1998). Det blir derfor viktig at informasjon om endringer som følge av Veterinæravtalen, både om kontrollarbeidet og kontrollsystemet, kommer ut til forbrukeren. Få har konkret kunnskap om dette.

Selv om en god del er opptatt av spørsmålet om kjøtt og risiko, er det imidlertid også en ikke ubetydelig gruppe som er lite personlig engasjert og nærmest fatalistisk i forhold til dette temaet. Denne gruppen informanter bekymrer seg i liten grad for hvorvidt kjøttet er trygt, de har en oppfatning om at diskusjonen om risiko og fare i forbindelse med mat er overdrevet. De stiller seg derfor litt likegyldige og nærmest negative til spørsmålet om opprinnelsesmerking og er i liten grad opptatt av spørsmålet om hvor kjøttet kommer fra. Slik informasjon synes å bli oppfattet som ytterligere et moment i en tilnærming til mat som de i stor grad misliker og ikke ønsker å forholde seg til. I likhet med både det å velge norsk fremfor utenlandsk kjøtt, og det å stole på at kontrollen er god nok, kan også denne tilnærmingen forstås som en slags strategi for å mestre risiko ved mat. En strategi som i større grad går ut på å trivialisere og bagatellisere det som fremstilles som usikkert og farlig (Beck 1992). Dette kan ha sammenheng med at det kan være både slitsomt og ubehagelig å tenke på det som er usikkert i lengden. Det å ikke tenke så mye på det, kan betraktes som en slags forsvarsmekanisme. Giddens (1996) benytter begrepet ”protective cocoon” for å beskrive denne formen for forsvarsmekanisme.

Interessen for informasjon om geografisk opprinnelse begrenser seg først og fremst til informasjon om *opprinnelsesland*. Dette er

informasjon som danner grunnlag for valg i den konkrete kjøpsituasjonen. Informasjon om produksjonssted i form av navn på gård, bonde og distrikt har mindre interesse i den sammenheng. Noen få peker imidlertid på at slik informasjon kan være av interesse hvis det kan påvises at for eksempel beitested har betydning for kjøttets smak og kvalitet. Generelt er oppfatningen den at informasjon ut over opprinnelsesland blir for omfattende og vanskelig å nyttiggjøre seg for den enkelte forbruker. Informasjon om gård har således liten verdi i den konkrete kjøpsituasjon. Men, slik informasjon kan være nyttig *etter* at kjøpet/salget av en vare er foretatt. Forbrukeren gis mulighet til å rette sin ev. klage direkte til bonden hvis han ikke er fornøyd med produktet. Detaljisten på sin side har mulighet til å spore kjøttet tilbake til gården hvor dyret er oppdrettet. I tillegg til denne praktiske betydningen av ”gårdsinformasjon” synes slik informasjon å ha en viktig *tillitsskapende* effekt. Angivelse av oppdrettssted og bondens navn bidrar, slik flere ser det, til å skape ”ansvarlighet i systemet”. Bonden fremstår ikke lenger som en anonym aktør i et abstrakt og omfattende produksjonssystem, men som en konkret aktør som kan identifiseres. Dette antas å anspore bonden til å produsere i tråd med alminnelige betingelser for ærlighet og redelighet. Igjen handler det mest om å skape tillit og mindre om smak og lignende.

Opprinnelse handler imidlertid ikke bare om geografisk opphav, men kan også relateres til informasjon om selve dyret og produksjonen. I den sammenheng tok vi for oss spørsmål om informasjon om dyrets rase og kjønn (storfe). I likhet med informasjon om gård og distrikt var interessen for denne type informasjon liten blant de aller fleste. Selv om flere hadde kjennskap til ulike typer av raser, var det få som koblet spørsmålet om dyrets rase til kjøtt som mat. Beskrivelser av kjøttferasen Hereford (ble diskutert spesielt) ble gitt i form av egenskaper som lynne og utseende, mens få kunne beskrive rasen ved hjelp av smak, mørhet eller andre kvalitetsegenskaper. At det generelt er liten interesse for informasjon om rase, må ses på bakgrunn av at storfekjøtt i Norge for en stor del stammer fra rasen Norsk Rødt Fe. Det er heller ikke tradisjon her til lands for profilering og skille mellom ulike raser ut til forbruker med hensyn på smak og lignende.

Mens interessen for informasjon om dyrets rase syntes å være liten, er interessen for informasjon om hvorvidt kjøttet kommer fra

okse eller ku langt større. Dette spørsmålet opptar særlig gruppen med eldre menn. Studien viser at det er en allmenn oppfatning at oksekjøtt er kvalitetsmessig bedre enn kukjøtt og flere mener forbrukerne blir ført bak lyset av produsenten som ikke skiller mellom hhv. okse- og kukjøtt ut til forbruker. Undersøkelsen avdekker også forvirring blant forbrukerne når det gjelder hva slags kjøtt som ligger i betegnelsen ”storfekjøtt”. Blant informantene i fokusgruppene er det også noen som gir uttrykk for interesse for informasjon om *slaktedato*. Det er også en del som savner informasjon om næringsinnhold i rent kjøtt, særlig fettinnhold.

Når det gjelder informasjon om opprinnelse, viser studien altså at noe informasjon oppfattes som relevant forbrukerinformasjon, mens andre ting i liten grad har interesse for den enkelte forbruker. Men studien viser også at det er informasjon om kjøttets opprinnelse som ikke bare er uinteressant, men som forbrukeren helt enkelt *ikke* vil ha. Dette gjelder detaljert informasjon som knytter seg til dyrets identitet, som for eksempel dyrets navn. Flere betrakter slik informasjon som ”litt småekket”. Å tenke på at det man spiser kommer fra et levende dyr, fremstår til en viss grad som urovekkende og ubehagelig, og noe man helst vil slippe å bli minnet om. En slik reaksjon kan være et resultat av en form for fremmedgjøring i forhold til husdyrhold og kjøttproduksjon, noe som igjen kan ses i sammenheng med at folk flest i liten grad eksponeres for husdyrhold og slakting (Vialles 1994, Guzmán og Kjærnes 1998). Konsekvensene av denne type produktinformasjon kan, i ytterste konsekvens, føre til en tiltakende skepsis mot kjøtt som mat mer generelt.

Flere studier viser at kjøtt står i en særstilling når det gjelder mat (Holm 1994, Fiddes 1991, Guzmán og Kjærnes 1998). Det er en matvare med høy prestisje og status, samtidig som den har og har hatt en sentral posisjon på tallerkenen, i sammensetning av retter og i markering av fest eller høytid. Dette gjenspeiler seg i forskjeller når det gjelder ønske om opprinnelsesinformasjon for andre matvarer enn kjøtt. Mens mange ønsker informasjon om opprinnelsesland når det gjelder kjøtt, er det langt færre som ønsker denne type informasjon om matvarer som frukt og grønnsaker. En viktig forklaring på det er at de fleste allerede bruker en del importerte grønnsaker, frukt og ost. Man har erfaring med den type import, det er en del av matrutinene i dagliglivet.

Flere begrunner sin manglende interesse for slik informasjon om frukt og grønt med at helsefaren er betydelig større for kjøtt. Oppfatningen om kjøtt som mer helsefarlig kan ha sammenheng med at grønnsaker oppfattes mer entydig som den sunne og ”gode” maten, mens kjøtt har en mer tvetydig posisjon; på den ene siden en høyt verdsatt matvare, på den andre siden risikofylt og etisk sett mer problematisk (Holm 1994). Flere peker også på at muligheten for egenkontroll er større for grønnsaker, frukt og ost enn kjøtt. Ved å se, kjenne og lukte, kan forbrukerne selv vurdere disse matvarenes kvalitet. Grønnsaker, frukt og til en viss grad ost, er i besittelse av det som kalles *synlig* kvalitet. Kjøtt på sin side er i større grad avhengig av det som kan beskrives som *tillitsbasert* kvalitet (Lien og Døving 1996). Dette er kvalitetsegenskaper som det kreves ekspertkunnskap for å fastslå. Kvalitet for forbrukeren blir dermed knyttet til *informasjon og tillit*. Undersøkelsen gir også flere eksempler på at kvalitet vurderes annerledes for frukt og grønnsaker enn kjøtt. Flere synes å vektlegge kvalitetsegenskaper som *smak* og friskhet, mens egenskaper som berører helsemessig trygghet i mindre grad er fremtredende.

Flere peker derimot på at fisken bør opprinnelsesmerkes. Først og fremst gjelder dette oppdrettslaks. Informasjon om oppdrettsanlegg og fôret fisken spiser bør gjøres tilgjengelig etter fleres oppfatning. Dette synes å ha sammenheng med oppdrettsnæringens bruk av antibiotika på 80-tallet. Selv om næringen i dag i svært liten grad bruker antibiotika, gjør oppfatningen om antibiotikabruk i næringen seg fremdeles gjeldende. Selv om det også har vært utstrakt bruk av antibiotika i kjøttbransjen, har ikke dette manifestert seg på samme måte i forbrukerens bevissthet (Døving 1996). En mulig forklaring på dette kan være at folks forestillinger om fisk er annerledes enn for kjøtt. At fisken skal leve fritt og fanges i havet oppfattes som like selvfølgelig som at kua står på bås og grisen i binge. Overgangen fra fangst til oppdrett av fisk strider mot våre kategorier og kan dermed som oppleves ”naturstridig” (Døving 1996).

Når det gjelder spørsmål om hvem som ”skal stå bak” en ordning med opprinnelsesmerking er svarene, entydige. En slik ordning må, slik de aller fleste ser det, være det offentliges ansvar. Tilliten til at bransjen selv kan stå som garantist for denne type informasjon er liten, det blir slik enkelte påpeker; som bukken og

havresekken. Hvilken offentlig instans som skal tillegges dette ansvaret fremstår imidlertid som mer uklart.

Undersøkelsen viser altså at det er en god del som ønsker informasjon om opprinnelse, men at denne interessen i all hovedsak begrenser seg til opprinnelsesland. Størst er ønsket om informasjon når det gjelder kjøtt. Dette til tross for at importen av kjøtt til Norge er lav. Interessen for slik informasjon må ses på bakgrunn av den turbulens som har vært på kjøttmarkedet de senere år både internasjonalt og nasjonalt, og det søkelys som mediene retter mot "farlig" utenlandsk kjøtt. Nordmenn flest har liten erfaring med utenlandsk kjøtt i norske kjøttdisker og importert kjøtt er bare i få tilfeller merket med opprinnelsesland. Likevel viser studien at mange foretrekker norsk fremfor utenlandsk kjøtt. Begrunnelsen er først og fremst knyttet til ønsket om å unngå smittefarlig mat. Med praksis og over tid kan det være slik at folk ikke nødvendigvis bare holder seg til det som er norsk, men at de foretrekker kjøtt fra noen land fremfor andre. Smak og mørhet er viktige kvalitetsegenskaper ved kjøtt og et gjennomgående tema i samtlige fokusgrupper. Det er imidlertid svært få som kobler egenskaper som mørhet og smak til opprinnelsesland. Ved konkret erfaring vil det være mulighet for mer nyanserte reaksjoner og flere vil kanskje ønske å kunne velge produkter fra andre land med begrunnelse for eksempel i at den smaksmessige kvaliteten er vel så bra eller bedre (Kjærnes 1996). Pris er også en faktor som vil bidra til at forbrukerne i fremtiden ikke bare holder seg til det som er norsk. Hvorvidt det vil være mulig å fremkalle mer nyanserte oppfatninger om utenlandsk kjøtt, vil trolig avhenge av i hvilken grad man klarer å etablere tillit i markedet, samtidig som det eksisterer reelle valgmuligheter. Balanse mellom kontroll som sikrer kvalitet og muligheten til å velge, vil stadig bli utfordret av ulike aktører i matvaresystemet både i Norge og internasjonalt.

Litteratur

Beck, U. (1992): *Risk society. Towards a new modernity*. London, Sage Publications

Berg, Olav (1996): *Info Norconserv* (Joh.Johansson). Nr.3.

Bilkey, W, Nes, E. (1982): Country of Origin effects on product evaluations. *Journal of International Business Studies*, Vår/Sommer: 89-99.

Bjørkum, Ellen, Lien, Marianne og Unni Kjærnes (1997): *Kjøtt, forbrukeropfatninger og offentlig debatt. En litteraturstudie*. Arbeidsrapport nr.3, Statens institutt for forbruksforskning (SIFO), Lysaker.

Bugge (1993): *Fra kundeveileder til ekspederingsmaskin. En analyse av relasjonen mellom butikkansatt og kunde*. Arbeidsrapport nr. 14, Statens institutt for forbruksforskning (SIFO), Lysaker.

Bugge, A. (1995): *Mat til begjær og besvær*. Arbeidsrapport nr.6, Statens institutt for forbruksforskning (SIFO), Lysaker.

Døving, Runar (1997): *Fisk. En studie av holdninger , vurderinger og forbruk av fisk i Norge*. Rapport nr. 12, Statens institutt for forbruksforskning (SIFO), Lysaker.

Fagerli, Rønnaug (1999): *Endringer i nordmenns matvaner på 80- og 90 tallet*. Rapport nr. 1, Statens institutt for forbruksforskning (SIFO), Lysaker.

Feedback Research (1998): *"Holdninger til og oppfatninger av storfekjøtt"*.

- Fiddes, N. (1991): *Meat: a natural symbol*. Routledge, London.
- Fine, B. og Leopold, E. (1993): *The world of Consumption*. Routledge, London.
- Fischler, C. (1988): Food, self and identity. *Antropology of Food*, 27 (2):275-92.
- Forbrukerbladet Tett på (1998). Nr. 1
- Giddens, A. (1996): *Modernitet og selvidentitet. Selvet og samfundet under sen-moderniteten*. Hans Reitzels Forlag, København.
- Guzmán, Maria og Unni Kjærnes (1998): *Mennesker og dyr. En kvalitativ studie av holdninger til kjøtt*. Arbeidsrapport nr. 6, Statens institutt for forbruksforskning (SIFO), Lysaker.
- Holm, L. (1991): *Kostens forandring*. Akademisk forlag, København.
- Holm, L. og Møhl, M. (1994): *Kød i hverdagens madkultur*. Internotat, Forskningsinstitut for Human Ernæring Kgl. Veterinær- og Landbohøjskole.
- Kjelkevik, Ragnhild (1997): *Merking av mat*, TemaNord, 550.
- Kjærnes, U. (1996): *Kjøttimport og forbrukerinformasjon*. Arbeidsnotat nr. 3, Statens institutt for forbruksforskning (SIFO), Lysaker.
- Kjærnes, U. og Dulsrud, A. (1998): *Consumption and mechanisms of trust*. Paper to the ESA subgroup "The Sociology of Consumption", University of Milan, Italy, 16-17 sept.
- Krueger A. (1988): *Focus Groups. A Practical Guide for Applied Research*. Sage, Newbury Park.
- Lang-Ree, R. (1995): *Etiske problemstillinger ved import av mat*. Upublisert notat. Norsk Rødt Fe.
- Lavik, Randi og Ragnhild Brusdal (1996): *Varehandelens utvikling*. Cappelen Akademiske Forlag, Oslo.

Lien, Marianne E. (1989): *Fra bokna fesk til pizza. Sosiokulturelle perspektiver på matvalg og endring av spisevaner i Båtsfjord, Finnmark*. Occasional Paper nr. 18. Institutt og Museum for Antropologi, Universitetet i Oslo.

Lien, Marianne E. (1995): *Food products in the making; An ethnography of marketing practice*. Doktorgradsavhandling ved Institutt og museum for Antropologi, Universitetet i Oslo.

Lien, Marianne E. og Døving, Runar (1996): *Grønnsaker som mat og handelsvare; Kvalitetsoppfatninger fra produsent til forbruker*. Rapport nr.2., Statens institutt for forbruksforskning (SIFO), Lysaker.

Lien, Marianne E. (1997): *Markedsføring av kjøtt i ulike land. Inntrykk fra SIAL 1996*, Arbeidsnotat nr. 2, Statens institutt for forbruksforskning (SIFO), Lysaker.

Lien, Marianne E., Bjørkum Ellen og Elin Bye (1998): *Kjøtt, holdninger og endring*. Rapport nr. 4, Statens institutt for forbruksforskning (SIFO), Lysaker.

Morgan, David L.(1988): *Focus Groups as Qualitative Research*. Sage Publications, London

MMI (1997): *Kvalitativ rapport fra 4 gruppesamtaler om sporbarhet*. Utarbeidet for Stiftelsen Godt Norsk.

Nygård, Berit (1994): *Moderne bioteknologi, næringsmiddel og grunnleggjande verdiar*. Rapport nr. 4, Senter for Bygdeforskning, Trondheim.

Nygård, Berit (1998): *Mekanismer for tillit og mistillit blant forbrukere i matvaresektoren*. Paper til Nordisk Konsumentforskning, Lillehammer 11-14 nov.

Observer Media Intelligence (1998): *"Kjøttbransjen: Et lett bytte for mediene"* (notat på oppdrag fra Opplysningskontoret for kjøtt). *Opinion (1993):* Kommentarrapport. Konkurransestrategier for norsk mat. Forbrukernes holdninger til norske matvarer. Bergen.

- Patton, Michael Q. (1990): *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Sage, Newbury Park.
- Rieper, Olaf (1993): *Gruppeinterview i praksis – bruk av fokusgruppeinterview i evalueringsforskning*. AKF Forlaget, København.
- Sandman, P. M. (1987): Risk communication: Facing public outrage. *EPA Journal*, 13, p. 21-222.
- Sellerberg, Anne-Marie (1991): In food we trust: vitally necessary confidence – and unfamiliar ways of attaining it. In E. Fürst, R. Prättälä, M. Ekström, L. Holm, U. Kjærnes (eds) *Palatable Worlds; Sociocultural Food Studies*, Solum Forlag, Oslo.
- Storstad, Oddveig (1998): *Forbrukertillit til norsk og importert kjøtt*. Paper til Nordisk Konsumentforskning, Lillehammer 11-14 nov.
- Stø, Eivind (1995): *Consumer attitudes towards domestic and foreign products*. Paper presentert på ”The Second European Sociology Association Conference”. Budapest 30 august – 2. september.
- Troye, Sigurd V. (1990): *Markedsføring. Styring av kvalitet*. Oslo, Universitetsforlaget.
- Tufte, Per Arne og Lavik, Randi (1997): *Helse- og miljøinformasjon. Forbrukernes behov for informasjon om skadelige stoffer i produkter*. Rapport nr 4, Statens institutt for forbruksforskning (SIFO), Lysaker.
- Twigg, J. (1983): Vegetarism and the meanings of meat. I: Murcott, A., *The sociology of Food and Eating*. Gower House, Aldershot.
- Vialles, N. (1994): *Animal to edible*. Cambridge University Press. Cambridge.
- Wandel, M. (1993): *Mat og helserisiko. Forbrukernes oppfatninger*. Arbeidsnotat nr. 1, Statens Institutt for Forbruksforskning (SIFO), Lysaker.

Wandel, M. (1994): Understanding consumer concern about food related health risks. *British Food Journal*, (96):35.40.

Wandel M., Bugge, A. (1994): *Til bords med forbrukerne. Forbrukernes ønsker og prioriteringer på matområdet i 90-årene.* Rapport nr. 2, Statens Institutt for Forbruksforskning (SIFO), Lysaker.

Wandel M., Bugge, A. (1995): *Merking av matvarer- til gagn eller bry? Forbrukernes vurderinger.* Arbeidsrapport nr. 5, Statens Institutt for Forbruksforskning (SIFO), Lysaker.

Ziehe,T.(1989): *Ungdom, utbildning, modernitet.* Stockholm/ Stehag:Symposium Bokförlag.

Aftenposten 18.09.98, 4.11.98, Dagbladet 26.10.98, Dagsavisen 29.10.98.

Nationen 14.10.98, 21.10.98, Aftenposten 4.11.98, 12.11.97.

Nationen 11.09.98

Vedlegg 1: Tabeller

Tabell 1 Interesse for informasjon om gård etter kjønn, alder og utdanning. Prosent. N=1022

	Kjønn		Alder				Utdanning		
	M	K	15-29	30-44	45-59	60+	Gr.s.	Vidr.	Un./H
Sv. interes.	3	8	2	3	8	10	8	5	5
Ganske interes.	8	10	6	10	8	14	9	9	10
Både og	9	11	9	12	9	10	11	10	9
Ganske uinter.	27	34	34	35	26	27	30	31	33
Sv. uinteres.	50	35	48	40	47	36	41	45	41
Ubes/vet ikke	2	2	2	1	1	4	2	1	2
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Kjønn og alder er signifikant: $p < 0.001$ (kji-kvadrat-test)

Tabell 2 Interesse for informasjon om distrikt etter kjønn, alder og utdanning. Prosent. N=1022

	Kjønn		Alder				Utdanning		
	M	K	15-29	30-44	45-59	60+	Gr.s.	Vidr.	Un./H
Sv. interes.	4	8	3	4	7	10	5	5	8
Ganske interes.	13	15	8	16	17	16	15	14	14
Både og	9	11	11	10	9	10	12	10	10
Ganske uinter.	28	30	34	30	22	29	27	29	33
Sv. uinteres.	45	33	41	39	44	31	39	41	34
Ubes/vet ikke	1	3	2	1	3	5	3	2	2
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Kjønn og alder er signifikant: $p < 0.001$ (kji-kvadrat-test)

Tabell 3 Interesse for informasjon om biffkjøttet kommer fra ku eller okse etter kjønn, alder og utdanning. Prosent. N=1022

	Kjønn		Alder				Utdanning		
	M	K	15-29	30-44	45-59	60+	Gr.s.	Vidr.	Un./H
Sv. interes.	18	21	11	20	27	25	21	21	
Ganske interes.	24	26	24	29	20	25	25	25	
Både og	11	12	14	12	7	11	9	11	
Ganske uinter.	18	16	19	18	18	13	15	17	
Sv. uinteres.	26	19	30	16	25	19	25	21	
Ubes/vet ikke	4	5	2	5	4	8	4	5	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Alder er signifikant: $p < 0.001$ (kji-kvadrat-test)

Tabell 4 Viktighet av å vite hvilket land frukt og grønnsaker kommer fra etter kjønn, alder og utdanning. Prosent

	Kjønn		Alder				Utdanning		
	M	K	15-29	30-44	45-59	60+	Gr.s.	Vidr.	Un./H
Svært viktig	21	24	8	22	27	35	23	22	23
Ganske viktig	22	23	18	24	26	24	24	20	27
Både og	18	21	31	22	14	10	21	20	19
Ganske viktig.	19	20	24	17	23	15	15	23	18
Svært viktig	18	10	20	15	9	10	14	14	13
Ubesvart/vet ikke	2	2	0	1	1	5	3	2	0
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Kjønn er signifikant: $p < 0.01$ og alder er signifikant: $p < 0.001$ (kji-kvadrat-test)

Tabell 5. Sammenheng mellom kjøtt og frukt/grønnsaker når det gjelder viktighet av informasjon om land. Prosent.

Frukt/grønt: Kjøtt:	Svært viktig	Ganske viktig	Både og	Ikke særlig viktig	Svært lite viktig	Vet ikke/ ubes.
Svært viktig	46	2	4	0	0	10
Ganske viktig	25	38	6	2	2	0
Både og	14	31	39	13	3	10
Ikke særlig viktig	10	17	26	70	12	30
Svært lite viktig	5	11	21	14	84	20
Vet ikke/ubesvart	2	1	4	0	0	30
	100 (474)	100 (281)	100 (90)	100 (98)	100 (61)	100 (20)

$p < 0.001$ (kji-kvadrat-test)

Vedlegg 2: Intervjuguide fokusgrupper

A. Innledning og presentasjon

Moderator ønsker velkommen, forteller kort om gruppesamtaler og om innholdet i dagens gruppesamtale. Fortelle at myndighetene står bak Presentere meg (Ellen) og fortelle at jeg skal assistere moderator. Fortelle at temaet er mat og hva som er viktig når det gjelder mat. Vi er særlig opptatt av å få vite hva slags informasjon dere synes det er viktig å få om mat. Fortelle at målet med undersøkelsen er at myndighetene ønsker å få kunnskap om hva forbrukerne anser som viktig informasjon når det gjelder mat. Be om tillatelse til å ta opp på video/tape. Deltakerne presenterer seg, navn, alder, stilling, hustands sammensetning, fritidsinteresser etc. Påpeke at alle typer synspunkter er interessante. Vi er ute etter å få fram ulike meninger og ikke riktige eller gale svar.

B. Hva er viktig når det gjelder mat/når dere handler mat?

C. Informasjon om mat – eksisterende merking

- betydning av informasjon/ulike kilder til informasjon?
Dreie diskusjonen over på merking
- når dere kjøper kjøtt i butikken. Hva leser dere, hva ser dere etter? (næringsinnhold, holdbarhet ingredienser)
- hva er relevant/hva er ikke relevant?
- hvor ofte leser dere merkingen?
- hvor, når?
- hva kan unnværes, hva kunne vært annerledes?
- savner/ønsker mer av?

D. Opprinnelsesmerking av kjøtt (hovedbolk)

I det siste har det vært snakket en del om opprinnelsesmerking av mat.

- assosiasjoner - hva slags informasjon dreier det seg om?
- er det viktig? hvorfor/hvorfor ikke ? (probe: trygghet, politisk, dyrevelferd /miljø, være informert, kvalitet)
- er det forskjell mellom ulike kjøttslag/bearbeidelsesnivå? (probe: biff, sau, pølser)

- hva slags informasjon er viktig? (probe: land, distrikt, gård/bonde, fødested, rase, produksjonsmåte/behandling)

VIS MERKER. (ett merke av gangen i denne rekkefølgen)

Dummy 1

Dummy 2

Dummy 3

Dummy 4

Diskutere videre med utgangspunkt i merkene. Særlig diskutere synspunkter på følgende informasjon. Relevans og nytte.

- Levert av
- ID nr.
- Rase
- Debio-merket (prod.måte).
- Informasjonstelefon

Krever noe av denne informasjonen kunnskaper fra forbrukerens side? Synes dere merkingen er komplisert/vanskelig å forstå? Kunne det vært gjort bedre/annerledes?

- Er det noe dere ønsker å vite om opprinnelsen som merkingen ikke dekker? (probe: dyrets alder, slaktedato, kjønn, møringstid)
- Er det noe dere helst ikke vil vite?
- Når er det viktigst å få informasjon om opprinnelse? (probe: emballerte/uemballerte varer/slakter, restaurant)

Kjøpsatferd:

- Hvilken betydning har merkingen i praksis?

Norskhet:

- Hva betyr det for eksempel at biffen er norsk/svensk/botswansk? Hva slags informasjon får dere egentlig? Sier det noe om selve produktet? (kvalitet, trygghet o.l.)?
- Hva er årsaken (ev.) til at dere foretrekker norske produkter?
- Kan dere peke på noen land dere ikke kunne tenke dere å kjøpe kjøtt fra?
- Har dere noen gang latt være å kjøpe utenlandsk mat av en eller annen grunn? Hva slags mat? Hvorfor?

E. Opprinnelsesmerking – annen mat

- grønnsaker/frukt (f.eks tomater, appelsiner)
- egg
- ost

- Hvorfor/hvorfor ikke opprinnelsesmerking er interessant?
- Hva slags informasjon er interessant?
- Forskjeller & likheter til kjøtt? Hva slags produkt er det viktigst å få informasjon om?
- Hva med matvarer som er foredlet?_F.eks juice? Hva vil være opprinnelsen til et slikt produkt? (der hvor appelsinene er dyrket, hvor de er presset, hvor den er konsentrert etc.)
- Matvarer som det er uinteressant å få slik informasjon om?
- Er det produkter fra bestemte land dere unnlater å kjøpe. I så fall; hvorfor?

- Hvor viktig er informasjon om opprinnelse sammenlignet med andre opplysninger i merkingen som ingredienser, holdbarhet, behandlingsmåte etc. Er det forskjell mellom ulike produkter?

F. Hvem skal stå bak merkingen?

- Hvem skal stå bak merkingen? Har det betydning hvem som står bak merkingen? Hvorfor/hvorfor ikke?

Takk for deltagelsen!
Utdeling av gavekort.

Vedlegg 3: Spørreskjema telefonsurvey

Vedlegg 4: Fiktive merker

