



Fagrapport nr. 1-2005

Lisbet Berg

Tillitens triangler

om forbrukertillit og matsikkerhet

SIFO

© SIFO 2005
Fagrapport nr. 1 - 2005

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. Rapporten er lagt ut på internett 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.

Tittel Tillitens triangler. Om forbrukertillit og matsikkerhet.	Antall sider 148	Dato 15.01.2005
Title Triangles of Trust. On consumer trust and food safety.	ISBN 82-7063-403-4	ISSN 1502-6760
Forfatter Lisbet Berg	Prosjektnummer 11-2002-01	Faglig ansvarlig sign. 
Oppdragsgiver Norges forskningsråd		
Sammendrag Forbrukerne i Norge har i utgangspunktet oftere tillit til at Mattilsynet enn markedet kan ivareta matvaresikkerheten. På spørsmål om hvem som bør ha hovedansvar for matvaresikkerheten, mener to av tre at offentlige myndigheter ved Mattilsynet bør ha hovedansvaret. Tilliten til mattilsynet er imidlertid ikke bunnsolid. Den er ofte svært intuitivt forankret, mer enn halvparten av forbrukerne sier de har dårlig kunnskap om hvordan matkontrollen i Mattilsynet fungerer. Men likevel, kanskje basert på fravær av dårlige erfaringer, konkluderer gjerne forbrukeren med at systemet fungerer bra. Butikkeiere og matindustrien oppfattes ofte som mer pengeorienterte enn folk flest. Disse markedsaktørene blir av de fleste – omtrent tre av fire forbrukere – oppfattet som mer opptatt av å tjene penger enn av å sikre trygg mat. Noe av mistilliten til markedet kan ligge forankret her. Men mistilliten rettet mot markedet er heller ikke total. Selv om majoriteten antar at butikkeiere og matindustrien er mer opptatt av å tjene penger enn å sikre trygg mat, er respondentene svært fornøyde med matvaresikkerheten der de selv handler. Men under den generelle fornøydheten ulmer en viss misnøye knyttet til for dårlig matvareinformasjon og manglende tilbud på alternative varer som økologisk mat, mat som tar hensyn til dyrevelferd, samt 'rettferdig handel'-produkter.		

Summary

This study supports previous results showing that consumers in Norway feel confident that the government food control (Mattilsynet) secures safe food, while they are rather sceptical towards how market actors would comply with this. In a representative survey two out of three respondents say that it is Mattilsynet, and not the market actors or the consumers themselves that should carry the main responsibility for food safety in Norway. This trust in public authority food control, however, is not rock solid, and it is quite intuitively founded; each second respondent says that they actually do not know how the government food control operates. However, perhaps based on lack of bad food safety experiences, they normally conclude that the public food safety system functions well.

Owners of grocery stores and food industry are expected to be more money-oriented than other people. These market actors are considered by most consumers – three out of four – to be more concerned about earning money than to secure safe foods. Distrust towards the market is not total: Even though the majority express a general market actor scepticism, they do think that the food safety is well secured in the shop where they normally buy their own food. However, under this general satisfaction there is a smouldering discontent related to poor food information, and lack of supply of alternative products like organic foods and fair-trade products.

Stikkord

Forbrukertillit, trygg mat, evaluering av dagligvarehandelen, matkontroll, matnasjonalisme

Keywords

Consumer trust, safe foods, evaluation of the grocery stores, food control, food nationalism

Tillitens triangler

Om forbrukertillit og matsikkerhet.

av

Lisbet Berg

2004

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
postboks 4682 Nydalen, 0405 Oslo

Forord

Dette er sluttrapporten fra det NFR-finansierte prosjektet '*Tillit til mat 2002*'. Prosjektet bygger på to tidligere NFR-finansierte Sifo-prosjekter: *Forutsetninger for forbrukertillit til matvarer* (1996-99), som hovedsakelig fokuserte på forståelsen av tillit innen ulike deler av forvaltningen og i grupper av forbrukere, og: *Forbrukertrygghet og tillit i et komparativt perspektiv* (1998 – 2001), en kvantitativ analyse av forbrukeres vurderinger, holdninger, handlinger og preferanser knyttet til matsikkerhet i Norge, England og Belgia.

Prosjektet ble innledet med to kvalitative intervjustudier blant henholdsvis markedsaktører (Terragni 2004) og forbrukere (Torjusen 2004), samt analyser av et eksisterende kvantitativt survey-materiale som omfatter respondenter fra Norge, England, Belgia, Danmark og Russland (Berg m.fl. 2005). Resultater fra alle disse studiene ble videreført i en kvantitativ telefonsurvey blant norske forbrukere i juni 2004, som presenteres i denne rapporten.

I prosjektperioden har Sifo v/Unni Kjærnes ledet det EU-finansierte prosjektet 'Trust in Food', med delvis overlappende problemstillinger og samordning. De kvalitative intervjuene med markedsaktører inngår både som én av de to kvalitative studiene som danner grunnlaget for den kvantitative analysen som presenteres i denne rapporten, og i Trust in Food-prosjektets *Institutional strategies for the production of trust in Norway* (Terragni 2004).

Til slutt vil jeg takke Christian Poppe, Hanne Torjusen, Laura Terragni og Unni Kjærnes for nyttige innspill og kommentarer etter gjennomlesning av hele eller deler av rapporten.

Innhold

Forord.....	5
Innhold	7
Sammendrag.....	9
1 Innledning	13
1.1 Formål og problemstillinger.....	14
1.2 Funn fra de kvalitative studiene	15
1.3 Presiserte problemstillinger for den kvantitative analysen.....	17
2 Tillitens betydning for hvordan forbrukerne velger og vurderer i matvaremarkedet.....	21
2.1 Forbrukervalg i en kompleks verden.....	22
2.2 Reflektert og ikke-reflektert tillit	23
2.3 Tillit som følelse og tillit som handlingstype.....	25
2.4 Tillit som valgenererende prinsipp.....	26
2.5 Å føle, ha og vise tillit.....	29
3 Metode	33
3.1 Det kvantitative datatilfanget	33
3.2 Svarprosent.....	34
3.3 Bakgrunnsvariable	34
3.4 Sammenligning over tid og mellom land	35
4 Status quo: Hvor 'farlig' er maten?	37
4.1 Næringsmiddelbåren smitte	37
4.2 Skadelige stoffer i maten.....	41
4.3 Usunn mat	42
5 Forskjeller mellom land og utvikling over tid	45
5.1 Rammevilkår i 1999, 2001 og 2004.....	45
5.2 Forbrukernes tillit til matsikkerhet i 1999, 2001 og 2004.....	47
5.3 Foretrukne produksjonsmetoder.....	51
5.4 Tillit til marked og stat.....	56
6 Forbrukernes vurdering av den tilgjengelige varekvaliteten.....	61

6.1	Fornøyd eller misfornøyd med matvaresikkerheten.....	63
6.2	Fornøyd eller misfornøyd med vareutvalget	65
6.3	Fornøyd eller misfornøyd med spesialvaretilbudet	67
6.4	Fornøyd eller misfornøyd med matvareinformasjonen	70
6.5	Forbrukernes samlede vurdering av dagligvarehandelen.....	71
6.6	Hvem er mest misfornøyd?	72
6.7	Hva betyr vurdering av tilgjengelig varekvalitet for vurdering av Mattilsyn og markedsmekanismene?	74
7	Hva mener forbrukerne om matkontrollen?.....	77
7.1	Forbrukernes evaluering av matkontrollen	79
7.2	Er matkontrollen for streng eller for svak?	81
7.3	Bør matkontrollen privatiseres?	82
7.4	Hvem bør ha hovedansvaret for at maten er helsesikker og etisk forsvarlig?.....	84
7.4	Forbrukerkompetanse, forbrukerinnflytelse og forbrukermakt.....	89
7.5	Pris, pris, pris, 'godt norsk' eller 'godt nok'?	92
8	Preferanser for norsk mat og utenlandsk mat.....	97
8.1	Foretrekkes norsk eller utenlandsk fisk, kjøtt, ost, frukt?	98
8.2	Matnasjonalisme	101
8.3	Hvorfor norsk?	103
9	Samlet vurdering	109
	Litteratur.....	115
	Vedleggstabeller og figurer.....	125
	Spørreskjemaet.....	133

Sammendrag

Bakgrunnen for dette prosjektet var at tidligere studier hadde vist at forbrukere i Norge – på tross av høy tillit til at maten i Norge er trygg å spise - har relativt lav tillit til at markedet selv kan ivareta matsikkerheten (Berg 2000). Ikke bare er tilliten til markedet liten, den er også mindre enn i andre land i Europa (Berg 2000, Poppe & Kjærnes 2003).

Hovedproblemstillingen for prosjektet har vært å finne forklaringer til hvorfor forbrukerne i følge tidligere studier har så lav tillit til markedet og markedsaktørene.

Den kvantitative studien som presenteres i denne rapporten bygger på to kvalitative intervjustudier med henholdsvis markedsaktører (Terragni 2004) og forbrukere (Torjussen 2004). Det er også gjennomført kvantitative analyser av eksisterende datamaterialer der norske forbrukere sammenlignes med forbrukere i Danmark og Russland (Berg m.fl. 2005).

Av de kvalitative intervjuene gikk det fram at strategier knyttet til matvaresikkerhet gjerne ble relatert til selve innkjøpssituasjonen. I surveyen har vi derfor lagt vekt på at forbrukernes møte med markedet som regel rent konkret finner sted i butikken der de handler mat. Det er rimelig å tenke seg at tilliten til matmarkedet har sammenheng med hvordan forbrukerne opplever matvarekvalitet og matvaresikkerhet i butikken der de handler inn dagligvarer.

I likhet med resultatene fra 1999 og 2001 (Berg 2000, Berg 2001), viser 2004-materialet at forbrukere flest har tillit til Mattilsynet, mens mange er kritiske til at markedet selv vil sørge for at maten er trygg. På tross av markedsskepsisen finner vi imidlertid at forbrukere i Norge er tildels svært fornøyde med butikkene der de gjør sine dagligvare-innkjøp.

Som antatt er det en klar signifikant sammenheng mellom forbrukernes vurdering av varekvaliteten slik de møter den i sine/e butikk/er, og deres vurdering av på den ene siden markedet, på den andre siden Mattilsynet: Jo

mer fornøyd forbrukeren er med butikken/e der de handler, jo oftere har hun eller han *tillit* til at Mattilsynet sikrer trygg mat. Men; jo mer fornøyd forbrukeren er med butikken/e der de handler, jo sjeldnere har hun eller han *mistillit* til markedets evne til å ivareta matsikkerheten. Tilliten til nærbutikkene slår altså ikke ut i tillit til markedet, men i litt mindre mistillit.

I utgangspunktet hadde vi en antagelse om at den enkelte forbrukers vurdering av butikken/e der de vanligvis handler inn mat avhang av bredden i varetilbudet, og at grad av fornøydhet dermed ville øke med antall dagligvarebutikker den enkelte forbruker vanligvis benytter. Vi fant ikke støtte for dette i materialet. Tvert imot var det slik at jo flere butikker respondentene benyttet for innkjøp av mat, jo oftere ga de uttrykk for misnøye med tilbudet. Dette tyder på at årsaksretningen går den andre veien: Det er de matinteresserte, kritisk-reflekterte, krevende forbrukerne som handler i flest butikker. Materialet viser at det er yngre forbrukere med høyere utdanning og bosatt i bykommuner som benyttet seg av flest butikker.

Når vi ber forbrukerne vurdere styrken på matkontrollen, finner vi at svært mange er rimelig fornøyde. Omtrent to tredjedeler (66%) mener den offentlige matkontrollen er passe streng, og over halvparten (54%) mener at butikkenes egen kvalitetskontroll er passe streng. De som ikke er fornøyde mener vanligvis at matkontrollen er for svak. Hovedtendensen i materialet gir sterk støtte til at forbrukere foretrekker og ønsker offentlig matkontroll, ikke bare knyttet til 'trygg mat', men også for å sikre dyrevelferd og tildels også at maten vi kjøper og spiser skal være 'sunn'.

Vi kan imidlertid stille spørsmålsteget ved hvor godt fundert forbrukernes evaluering av matkontrollen er. Bare 19 prosent sier de har 'god' kunnskap om den offentlige matvarekontrollen, og enda færre, 15 prosent, sier de har 'god' kunnskap om butikkenes egne kontrollrutiner. Vi må derfor anta at respondentenes vurderinger ofte er svært intuitive, og at dette er noe forbrukerne sjelden reflekterer over til daglig. Det er ubetydelige forskjeller i vurderingene til de som sier de har kunnskap om matkontrollen og de som sier de ikke har det. Det lave refleksjonsnivået kan i seg selv være en indikasjon på at matkontrollen fungerer rimelig bra sett fra forbrukerne: Den slumrende tilliten har ikke blitt vekket av forhold som ville mobilisert mistilliten. Forbrukerne tillater seg derfor å hvile i sin behagelige erfaring som tilsier at Norge er et trygt sted å bo og spise i.

I de kvalitative studiene fant vi en del mismatch mellom forbrukernes og markedsaktørenes oppfatninger om hva forbrukerne ønsker og mener om dagligvaretilbudet. Vi finner liten støtte i det kvantitative materialet for at forbrukere flest kun tenker pris, slik markedsaktørene ga uttrykk for. Et litt morsomt funn er at også respondentene – i likhet med markedsaktørene – trodde folk flest prioriterer pris framfor kvalitet (55%). Men på spørsmål om hva de selv – som jo skal representere 'folk flest' - prioriterte, var det svært få

som prioriterte pris framfor smak (16%) eller framfor at maten skulle være sunn og helsesikker (14%).

Mens markedsaktørene tror at forbrukerne hovedsakelig er opptatt av at maten skal være billigst mulig, beskylder forbrukerne markedsaktørene for å være mer opptatt av å tjene penger enn å sikre trygg mat. En forklaring til forbrukernes markeds skepsis kan nettopp være antagelsen om at markedsaktører styres av egeninteresse, mens offentlige aktører – som Mattilsynet – forventes å fremme fellesskapets interesser. Majoriteten av forbrukerne mener at både butikkeiere (71%) og matindustrien (74%) er mer opptatt av å tjene penger enn å sikre trygg mat. De langt på vei frikjenner én markedsaktør: Bonden. 'Bare' 40 prosent mente bøndene var mer opptatt av å tjene penger enn å sikre trygg mat.

Forbausende mange sier de 'kjøper norsk mat for å støtte norske bønder' (48% 'helt enig' og 24% 'delvis enig'). Og motsatt er det bare én av ti som mener at man bør redusere norsk landbruk og heller importere mer mat fra utlandet.

Det er godt dokumentert at forbrukere i Norge i stor grad foretrekker norsk mat. Vår analyse viser at befolkningen er tredelt i synet på henholdsvis norsk og utenlandsk mat: Omtrent en tredjedel spiser helst norsk og synes ikke utenlandsk mat er spesielt spennende. En tredjedel spiser riktignok helst norsk mat, men synes likevel det kan være spennende med mat fra utlandet. Den siste tredjedelen mener at mat fra utlandet er spennende, og er ikke spesielt opptatt av å spise norskprodusert mat.

I vårt komparative datamateriale har vi undersøkt om det vi har kalt 'matnasjonalisme' er et norsk fenomen, eller om preferansen for det norske skyldes mer universelle mekanismer? I alle landene vi har sett på (Danmark m/salmonellaproblemer, Belgia rett etter dioksinskandalen, England med kugalskapskandalen, og Russland med et stort fattigdomsproblem og mye 'fake food') finner vi at forbrukerne oftere er trygge på maten i hjemland enn i utland. Med andre ord; Et universelt trekk er at tillit som ikke kan hvile på kunnskapsbasert rasjonalitet og/eller erfaringsbasert kjennskap til den maten vi spiser blir svært skjør.

I surveyen har vi også tatt med en del spørsmål som er stilt i tidligere undersøkelser slik at vi kan undersøke endringstendenser. Vi finner blant annet en økende interesse for økologisk og vegetarmat i perioden 1999-2001-2004, selv om vi fortsatt ligger godt under f.eks. Belgia og England. Et interessant funn er at det er langt flere som sier de er misfornøyde med tilbud på vegetarmat og økologisk mat i de butikkene der de handler enn de som sier de foretrekker økologisk mat, eller er helt eller delvis vegetarianer. En god del gir med andre ord uttrykk for at de ønsker å ha mulighet for å spise

vegetarmat eller økologisk en gang i blant, selv om de ikke ønsker totalt skifte i kosthold.

På en del variable har vi også tidsserier (1999, 2001, 2004). Vi finner at den direkte tilliten til mat målt gjennom forbrukernes stillingstagen til om de mener det er 'stort sett trygt' eller 'ikke helt trygt' å spise 12 forskjellige typer mat har holdt seg rimelig stabil gjennom perioden. Tilliten varierer alle årene mellom at nesten alle mener det er trygt å spise fisk, til at svært få mener det er helt trygt å spise gatekjøkkenmat. Oppdrettsfisk kommer heller ikke spesielt godt ut de tre årene. Mønsteret har holdt seg temmelig stabilt, og viser en generell høy tillit til mat i Norge. Tilliten har økt noe i perioden i for kylling og storfekjøtt.

Andelen som sier de foretrekker økologisk mat har økt fra 13 prosent i 2001 til 21 prosent i 2004. I 2004 var det enda flere, 31 prosent, som sier de er udeelt misfornøyde med tilbudet på økologisk mat i butikken/e der de handler. Vi finner også tegn til at interessen for vegetarmat er økende, men her er tallene fortsatt lave. I 2004 var det fire prosent som sier de er helt eller delvis vegetarianere, mens det er langt flere – 16 prosent – som sier de er udeelt misfornøyde med tilbudet på vegetarmat i butikken/e der de vanligvis handler. Samlet kan dette tyde på at det er glidende overganger mellom det å være vegetarianer og kjøtteter, og at mange, selv om de ikke gjennomfører et økologisk kosthold, likevel tidvis ønsker å spise økologisk. Resultatene tyder på at interessen for vegetarkost og økologisk mat fortsatt er lavere enn i England og Belgia. Dette kan bety at interessen fortsatt vil stige også her.

1 Innledning

Forbrukertrygghet og tillit til mat er et komplekst felt som kan studeres på ulike nivåer (forbrukernivå, institusjonsnivå, politisk nivå, nasjonalt og internasjonalt nivå) og fra forskjellige ståsteder (sett fra forbruker, produsent, myndigheter, etc.). Sifo har siden 1993 engasjert seg i prosjekter som på ulike måter belyser forbrukernes holdninger, verdier og oppfatninger om mat i et helse- og risikoperspektiv. Fra å være mest opptatt av forbrukernes forståelse av risiko, har vi de senere årene rettet oppmerksomheten mer mot tillit (Wandel 1994, Wandel & Bugge 1994, Wandel 1995, Wandel 1997, Bjørkum m.fl. 1997, Tuft & Ali 1998, Kjærnes 1999, Kjærnes 2000, Berg & Kjærnes 1999, Wandel & Fagerli 2000, Berg 2000, Berg 2001, Bjørkum & Lien 2001, Poppe & Kjærnes 2003).

Et samlet inntrykk basert på tidligere studier er at forbrukere i Norge i forhold til forbrukere i andre land i Europa har i) stor tillit til matsikkerheten, og ii) stor tillit til den offentlige matkontrollen, men iii) lav tillit til markedet og markedsaktørene (Eurobarometer 47,0 1998, Berg 2000, Berg m.fl. 2005, Poppe & Kjærnes 2003)¹.

¹ Mens komparative Sifo-studier (data fra 1999, 2001) og Sifo-resultater sammenlignet med Eurobarometer-data (data fra 1998/1999) tydet på at forbrukere i Norge hadde høyere tillit til mat enn forbrukere i England og Danmark (Berg 2000, Berg m.fl. 2005), tydet Trust in Food prosjektet (data fra 2003) på at forbrukere i England og Danmark hadde høyere 'generell tillit' til maten enn forbrukere i Norge. Resultater fra 'Trust in Food'-studien viser imidlertid samtidig at det fortsatt var forbrukere i Norge som oftest var trygge på at maten de kjøpte inn til eget hushold ikke var helseskadelig (Poppe & Kjærnes 2003: henholdsvis tab. 3.3 & fig. 3.3). En mulig forklaring til at England og Danmark i 2003 skåret så høyt på generell tillit til mat i forhold til for få år tidligere, kunne være positive endringer i matsystemene. Engelske, og også danske, forbrukere var få år tilbake utsatt for store matskandaler (kugalskap, munn og klovsyke, salmonella), som ikke uventet gikk ut over forbrukernes tillit til matsikkerheten. I England ble tillitstapet forsøkt gjenopprettet ved en forsterkning av den offentlige matkontrollen og gjennom industriens og kjedenes egne interne kvalitetskontroller. I Danmark ble salmonella problemet forsøkt løst gjennom omfattende offentlige informasjonskampanjer. Sifo-studien fra 1999 viste at forbrukere i Norge hadde langt høyere tillit til offentlig matkontroll enn til markedet, mens forbrukerne i England og

Den relativt stabilt høye tilliten til mat vi finner blant forbrukere i Norge kan for det første skyldes et lykkelig fravær av matskandaler tilsvarende det vi har sett i andre europeiske land. For det andre tror vi den høye tilliten til mat har sammenheng med en generelt høy tillit til myndigheter og det offentlige blant innbyggerne i Norge (Listaug 1995, Brusdal 1991). Studier tyder også på at skandinaver oftere enn andre har tillit til folk rundt seg (Mackie 1998, Poppe & Kjærnes 2003, fig 6.3). For det tredje er velferdsnivået høyt og forbrukerne har relativt stor frihet til å velge bort matvarer de eventuelt mener kan være helseskadelige.

I realiteten avhenger matsikkerheten av en rekke aktører. Både myndigheter, markedsaktører og forbrukerens egen praksis er med på å bestemme hvor sikker den maten vi setter på bordet er. På bakgrunn av et bredt empirisk materiale kan vi anta at den høye tilliten norske forbrukere har til mat, også i europeisk sammenheng, først og fremst skyldes tillit til at offentlige myndigheter gjennom sine kontrollrutiner og reguleringer 'beskytter' oss mot uheldige sider ved markedet (Berg 2000, Berg m.fl. 2005). Men hvor robust er denne tilliten? Vi vet for eksempel ikke om tillit/mistillit til det offentlige er basert på kunnskap, erfaring eller intuisjon. Dette kommer vi tilbake til i teorkapittelet.

1.1 Formål og problemstillinger

Sett fra forbrukerne er det av stor verdi å kunne få beholde den tilliten de fleste av oss fortsatt har til mat kjøpt i Norge (St meld nr 40, 1996-97). Det er derfor viktig å møte globalisering og hurtig bioteknologisk utvikling på matområdet o.a. med kunnskap som kan bidra til å skape/opprettholde tilliten mellom forbruker, marked og offentlighet. Å sette fokus på tillit til mat kan bidra til større bevissthet blant forbrukerne, som deretter, gjennom en mer aktiv forbrukerrolle, vil kunne forhindre en uheldig utvikling på matområdet (Kjærnes 1999).

Belgia hadde relativt lav tillit til både matkontroll og marked. Trust in Food-prosjektet med data fra 2003 viste at forbrukere i både England, Danmark, Norge, Tyskland, England, Italia og Portugal oftere hadde tillit til offentlige myndigheter enn til dagligvarekjedene og matindustrien. Men forbrukere i de skandinaviske landene hadde oftere enn forbrukerne i de andre landene tillit til de offentlige aktørene, mens forbrukere i England og Danmark var de som oftest – men likevel relativt sjeldent – hadde tillit til matvarekjedene (Poppe & Kjærnes 2003: tab. 5.2).

I dette prosjektet har vi ønsket å følge opp hovedfunn fra foregående Sifo-studier knyttet til forbrukertillit og matsikkerhet med følgende hovedproblemstillinger:

- Hvorfor har norske forbrukere så stor tillit til det offentlige og så liten tillit til markedet?
- Hvor forankrer forbrukere i Norge sin tillit til mat?
- Hvordan vurderer henholdsvis representanter for forbrukere og næringsliv ansvarsfordelingen mellom det offentlige og næringsliv i arbeidet med å sikre at maten som produseres og omsettes i Norge skal være helsemessig sikker?
- Hvilke tillitsfremmende strategier benytter næringslivet?
- Hvordan kan næringslivet vinne forbrukernes tillit?

For å belyse og presisere disse problemstillingene har vi gjennomført to kvalitative intervju-undersøkelser blant henholdsvis forbrukere (Torjusen 2004) og markedsaktører (Teragni 2004) i Norge. I denne foreliggende rapporten presenteres resultater fra den etterfølgende kvantitative undersøkelsen, der representativiteten for en del av funnene fra de kvalitative studiene testes ut.

1.2 Funn fra de kvalitative studiene

I forbrukerstudien (Torjusen 2004) var det sentralt å finne eksempler på hvor forbrukerne plasserer sin tillit til mat og hvordan de tenker i forhold til matsikkerhet. Det var også viktig å få informantene til å reflektere rundt hvordan de eventuelt takler mistillit og hvorvidt og hvordan f.eks. BSE og munn og klovsyke i Europa har påvirket tillit og praksis i forhold til mat. Noen viktige hovedfunn i den kvalitative studien blant forbrukere var:

1. *Den antatt høye tilliten til offentlige instanser ble bekreftet av informantene, men det viste seg at denne tilliten i liten grad var basert på konkret kunnskap om for eksempel mattilsynet.*
2. *Når informantene deretter ble lovet til videre refleksjon rundt matsikkerhet viste det seg at systemtilliten knyttet til den offentlige matkontrollen ikke var så robust som først antatt. Gjennom intervjuene ble tillitsrelasjonene mer nyanserte og samtidig mer doble: På den ene siden ble det påpekt at vi som forbrukere vet lite om hva maten egentlig inneholder av potensielt skadelige tilsetningsstoffer. På den andre siden ble spesifikke markedsaktører, nærmere bestemt fagpersoner i dagligvarebutikken/e der de handler – gjerne over disk - trukket fram som tillitsverdige. Tillit og mistillit eksisterte parallelt, rettet både mot markedsaktører og offentlig matkontroll. Imidlertid; gode erfaringer, eller fravær av alvorlige hendelser knyttet til matsikkerhet, veide tungt i det vi kan kalle informantenes*

konklusjon: Den offentlige matkontrollen ser tross alt ut til å fungere bra og det er trygt å spise maten i Norge.

3. *'Det norske' ble trukket fram som en slags matsikkerhetsgaranti. Ofte knyttet opp mot produksjonsforholdene i norsk landbruk som ble antatt å være mer naturlige enn lenger sør i Europa. Smakskvalitet ble imidlertid av informantene ikke knyttet til norsk mat, snarere tvert imot*

I markedsaktørstudien (Terragni 2004) var det sentralt å finne informanter som kunne beskrive og forklare hvordan aktører som opererer i matmarkedet tenker og handler i forhold til forbrukertillit og matsikkerhet. Intervjuene fant sted samtidig med den store omstruktureringen av matkontrollen, der blant andre tidligere Statens næringsmiddeltilsyn gikk inn under det nyopprettede Mattilsynet (januar 2004). Reorganiseringen av den offentlige matkontrollen innebar en overføring av noe ansvar fra det offentlige til markedsaktørene selv. Noen viktige hovedfunn i den kvalitative studien blant markedsaktører var:

1. *For de fleste store aktørene innen matproduksjon – særlig de med internasjonal tilknytning - var endret ansvarsfordeling etter opprettelsen av Mattilsynet mindre problematisk, da de gjerne allerede hadde de nødvendige kvalitetssikringsrutiner med egenkontroll på plass. For mindre aktører er omlegging til egne kontrollrutiner mer problematisk. De foretrekker derfor gjerne den gamle ordningen der de kunne støtte seg på den offentlig matkontrollen. Hovedinntrykket er likevel at både små og store aktører har en forestilling om at det er den offentlige matkontrollen som bærer hovedansvaret for trygg mat i Norge.*
2. *I likehet med forbrukerne mener markedsaktørene at 'norsk mat' er 'trygg mat'.*
3. *Mens forbrukerne i de kvalitative intervjuene etterspør 'kvalitetsmat', ga markedsaktørene uttrykk for at norske forbrukere ikke er opptatt av gourmet-mat, men derimot stort sett kun opptatt av pris. Forbrukernes prisfokusering hemmet i følge markedsaktørene utviklingen av nettopp kvalitetsmat og andre nisjeprodukter.*
4. *Mens aktørene kunne se på det å fremme 'norsk trygg mat' som en type markedsføringsstrategi, var interessen for dyrevelferd, økologisk mat og vegetarmat nærmest fraværende.*

1.3 Presiserte problemstillinger for den kvantitative analysen

Hensikten med de kvalitative intervjuene var å komme fram til mer presise problemformuleringer for videre testing og analyse i en kvantitativ og landsrepresentativ survey. Hovedproblemstillingen for prosjektet var å finne forklaringer på hvorfor forbrukerne i følge tidligere studier har så lav tillit til markedet og markedsaktørene.

Av de kvalitative intervjuene gikk det fram at strategier knyttet til matvaresikkerhet gjerne ble relatert til selve innkjøpssituasjonen. I surveyen legger vi derfor vekt på at forbrukernes møte med markedet som regel rent konkret finner sted i butikken der de handler mat. Det er rimelig å tenke seg at tilliten til matmarkedet har sammenheng med hvordan forbrukerne opplever matvarekvalitet og matvaresikkerhet i butikken der de handler inn dagligvarer:

- Er forbrukernes tillit til markedet en funksjon av deres vurdering av matvarekvaliteten og varetilbudet slik de møter det i butikken/e der de vanligvis handler inn mat?

Alternativt kan vi tenke oss, slik informantene gir uttrykk for, at det ikke er markedsmekanismene, men snarere Mattilsynet som får æren dersom dagligvarebutikkene tilfredsstiller forbrukernes behov:

- Har tillit til dagligvarebutikken/e større effekt på tilliten til Mattilsynet enn på tilliten til markedsmekanismene?

Man kan tenke seg at den enkelte forbrukers vurdering av butikken/e der de vanligvis handler inn mat avhenger av bredden i varetilbudet, og at grad av fornøydhet derfor øker med antall butikker den enkelte forbruker gjør sine dagligvareinnkjøp:

- Er forbrukere som har tilgang på og benytter seg av mange butikker for sine dagligvareinnkjøp mer fornøyde med matvaresikkerhet, vareutvalg, spesialvaretilbud og matvareinformasjon, enn de som gjør alle sine innkjøp i én butikk?
- Eller er det tvert i mot slik at det er de kritiske kundene som handler i flere butikker?

Gjentatte studier tyder på at forbrukerne mener Mattilsynet er bedre egnet til å ivareta matsikkerheten enn at dette skal overlates til markedsaktørene og markedsmekanismene:

- Skyldes den høye tilliten til Mattilsynet en oppfatning om at den offentlige matkontrollen er passe streng, mens for eksempel butikkkjedenes interne kvalitetskontroll er for svak?

I følge informantintervjuene er det enklere for en forbruker å velge 'sunn' mat enn å sikre seg 'trygg' mat. Kvalitet og matsikkerhet ble også knyttet til dyrevelferd, men at det er vanskelig for forbrukerne å vite om maten produseres under forsvarlige forhold:

- Hvem bør i følge forbrukerne ha hovedansvaret for henholdsvis trygg mat, sunn mat og dyrevelferd: offentlige myndigheter, markedsaktører eller forbrukeren selv?

I informantintervjuene viste det seg at forbrukernes reelle kunnskap om matvarekontrollen, både den offentlige og den private, var basert mer på intuisjon enn på konkret kunnskap:

- Har forbrukerne kunnskap om hvordan Mattilsynet og matvarekjedenes internkontroll ivaretar matvaresikkerheten?
- Har forbrukere med kunnskap om matkontrollen oftere eller sjeldnere tillit til denne?

Vi fant en del mismatch mellom forbrukernes og markedsaktørens oppfatninger om hva forbrukerne ønsker og mener om dagligvaretilbudet:

- Er forbrukerne bare opptatt av pris og i liten grad opptatt av kvalitet?
- Er økologisk mat, vegetarmat, dyrevelferd, og etisk forbruk av marginal interesse for forbrukerne?

I globaliseringens tidsalder med økt tilfang av matvarer fra hele verden, knytter både markedsaktørene og forbrukerne 'trygg mat' til 'norsk' mat. Informantene ga uttrykk for at mat produsert i Norge var 'renere og mer naturlig' enn mat produsert lenger sør i Europa. På den annen side ble kvalitetsmat gjerne knyttet opp mot utenlandsk gourmetmat.

- Foretrekker forbrukerne norskprodusert mat framfor mat produsert i utlandet?
- Ønsker forbrukerne å opprettholde et norsk landbruk?
- Er 'matnasjonalisme' et norsk fenomen eller er dette et universelt fenomen?

I surveyen har vi også tatt med en del spørsmål som er stilt i tidligere undersøkelser slik at vi kan undersøke endringstendenser:

- Er det endringer over tid i forbrukernes tillit til matsikkerheten i Norge?
- Er det endringer over tid i preferansen for vegetarmat, økologisk mat, norskprodusert mat, mat med tilsetningsstoffer og genmodifisert mat?
- Er det endringer over tid i forbrukernes tillit til offentlig og privat matkontroll?

Innledningsvis har vi også prøvd å få et bilde av den faktiske matsikkerheten i Norge basert på en gjennomgang av blant annet dokumentasjon fra Folkehelseinstituttet:

- Hvor mange blir årlig syke av matbåren smitte i Norge?

2 Tillitens betydning for hvordan forbrukerne velger og vurderer i matvaremarkedet

Hovedfokus i denne studien rettes mot forbrukernes tillit. Grunnen til dette er oppfatningen om at tillit – ved siden av rasjonalitet, vaner, individuelle muligheter og samfunnets rammebetingelser – er med på å bestemme hvordan den enkelte forbruker orienterer seg og gjør sine valg i et marked når preferansene er lagt.

Matområdet gir god anledning til å studere tillit empirisk. I denne rapporten relateres tillits-fenomenet til hvordan forbrukerne forholder seg til matsikkerhet. Fordi man ikke kan vite med sikkerhet om maten er helsesikker og ufarlig, og fordi inntak av helseskadelig eller infisert mat kan være fatalt, er risiko-aspektet og dermed forbrukernes behov for tillit tydelig tilstede. Alle må ha mat, så alle er berørt. Mange har riktignok et ikke-reflektert forhold til matsikkerhet. De tar matsikkerheten for gitt, og tenker i liten grad over om maten de spiser er helsesikker og ufarlig.

Til tross for at de fleste av oss helt uanstrengt benytter tillitsbegrepet i dagligtalen, er dette et svært komplekst og komplisert begrep. I dagligtalen benyttes tillit i tre ulike betydninger: Vi kan føle tillit (som intuisjon eller magefølelse), ha tillit (mer eller mindre velfundert) og vise tillit (gjennom mer eller mindre bevisst handling eller praksis).

Teoretisk og analytisk benyttes også tillit på ulike måter. Noen, gjerne psykologer, fokuserer på tillit som et fenomen inne i det enkelte menneske (Frewer 1996, 1999). Andre, gjerne statsvitere, har fokus rettet mot institusjonsnivå, der det særlig er tillitsrelasjonene og deres betingelser som vies oppmerksomhet (Poppe & Kjærnes 2003). Til slutt har vi de, gjerne sosiologer, som er opptatt av hvordan sosiale rammebetingelser påvirker den enkeltes tillit, og hvordan tillit påvirker valg og praksis (Berg 2000). I denne rapporten anlegges sistnevnte perspektiv.

Det er ikke teoretisk enighet om hvordan tillit forholder seg til for eksempel rasjonalitet, rutiner og følelser. I det følgende argumenteres det for at dette langt på vei skyldes at noen teoretikere behandler tillit som følelse, andre fokuserer på det å ha tillit eller vise tillit, og atter andre er opptatt av betingelser for systemtillit eller institusjonell tillit.

I kapittelet argumenteres det for at tillit inngår i forbrukernes repertoar av mer eller mindre bevisste teknikker når de velger og vraker i et marked og at tillitsdimensjonen er vel så viktig som rasjonalitet og vaner når vi skal forstå forbrukernes praksis. Videre prøver jeg å syntetisere konkurrerende teoretiske forståelser av tillitsbegrepet gjennom å skille mellom det å føle tillit, det å ha tillit og det å vise tillit. Selv om den følgende analysen primært omhandler det å ha tillit eller ikke, skjeler vi også til tillit som følelse og det å vise tillit gjennom praksis. Hensikten med kapittelet er å presentere den teoretiske forståelsen av tillitsbegrepet slik det benyttes i denne rapporten.

2.1 Forbrukervalg i en kompleks verden

En innkjøpsrunde kan inneholde en uendelig mengde mulige valg. Som forbrukere foretar vi daglig en rekke rasjonelle overveielser knyttet til innkjøp av mat: I hvilken butikk går innkjøpene raskest? Hvor mye sparer jeg på å kjøpe den største innpakningen? Har jeg råd til dette? Hvilket brød skårer høyest på både pris, sunnhet, smak og holdbarhet? Et hovedproblem knyttet til det rasjonelle valg, er imidlertid at vi sjelden har full informasjon om ulike valgutfall (Elster 1989). De fleste valg inneholder dermed en større eller mindre usikkerhetsmargin. Det å foreta et godt fundert valg kan være både vanskelig og tidkrevende.

Et av Luhmanns (1999) hovedpoenger er nettopp at tillit kan erstatte, eller frita oss fra, en del rasjonelle overveielser foran valg. Han poengterer at verden er så kompleks, og livet så fylt med valgsituasjoner, at det er umulig å samle tilstrekkelig informasjon for å kunne ta det optimale valg foran et hvert valg vi blir stilt overfor. Løsningen på dette problemet er ifølge Luhmann å benytte tillit/mistillit som en kompleksitetsreducerende mekanisme. Vi velger blant det vi har tillit til.

Kjærnes (1999) påpeker at det å forenkle verden gjennom tillit/mistillitsmekanismer ikke bare betyr en reduksjon av valgrommet, for eksempel ved at man bare kjøper og spiser økologiske produkter eller kjente varemerker. Tillit kan også bety at valgrommet øker gjennom at valgene blir mindre krevende, for eksempel gjennom å stole på at Mattilsynet sørger for at all mat kjøpt i Norge er helsesikker.

I klassikeren '*Den samfunnsskapt virkelighet*' beskriver Berger og Luckmann en annen løsning på samfunnets kompleksitetsproblem: '*Enhver handling, der gentages ofte, vil bli indpasset i et mønster, som derefter kan reproduceres med ringe anstrengelse.... Psykologisk set er vanedannelsen en viktig gevinst, fordi valgmulighetene indsnævres*' (Berger og Luckmann 1976:71). Rutiner og vaner kan være resultat av egne tidligere preferanser og valg, som etter hvert har gått over til å bli selvfølgeligheter det ikke stilles spørsmål ved, eller de kan være kulturelt bestemte institusjonaliserte handlinger som er overført fra generasjon til generasjon uten at nye samfunnsmedlemmer har funnet grunn til å stille spørsmål ved deres berettigelse (Berger og Luckmann 1976).

Vår orientering i omverdenen – f.eks. når vi handler mat – ledes med andre ord for det første av *rasjonelle overveielser* og kalkuleringer: Prising og merking av matvarer åpner for muligheten til å velge fettfattig, glutenfritt og sukkerfritt. Av to like produkter velger vi det billigste, og vi kjøper ikke pølser som har gått ut på dato. For det andre preges i stor grad matinnkjøp av *vaner*: Vi kjøper og spiser rutinemessig det vi alltid har kjøpt og spist; knekkebrød til frokost, kjøttkaker på tirsdag og pizza på fredag. Våre individuelle valg av butikk og hverdagsmat gjennomgår små forandringer over tid (Holm & Kildevang 1996, Gronow & Warde 2001). Sist men ikke minst preges matinnkjøp av *tillit*: Vi ønsker ikke handle mat i en butikk der vi føler at vi blir lurte. Er vi engstelig for kugalskap unngår vi storfekjøtt.

2.2 Reflektert og ikke-reflektert tillit

I følge Luhmann (1999:73,110,127) er *den rene tilliten* bevisst eller reflektert. Andre vil imidlertid tvert i mot si at den rene tilliten er ubevisst eller ikke-reflektert: Først når man føler mistillit blir man klar over at man har lidd et tillitstap (Lagerspetz 1996).

Dulsrud (2001) viser empirisk at en type ikke-reflektert tillit faktisk også kan vokse fram gjennom samhandling over tid i miljøer som i utgangspunktet er preget av mistillit. Altså en utvikling fra reflektert mistillit gjennom reflektert tillit til ikke-reflektert tillit. I sin studie av hvitfisk-markedet, et marked der atferdsrisikoen antas å være høy, finner han sterke eksempler på muntlige, huskelappaktige million transaksjoner - uten formelle kontrakter - basert på en ikke-reflektert tillit mellom partene² (Dulsrud 2001:242).

² Dulsrud (2001: 245) finner at av det som går under navnet spot-handel, der pris skal være eneste kriterium for valg av kunde, skjer tvert i mot $\frac{3}{4}$ av transaksjonene med prioriterte kunder innenfor et stabilt og langsiktig samarbeidsforhold uten formelle kontrakter.

Elster mener at det å vise tillit er det samme som å 'avstå fra å ta forholdsregler når muligheten for å bli skuffet er tilstede'. Han mener imidlertid likevel at en slik tillit kan være så vel reflektert som ureflektert: '*[trust] might be unthinking and unreflective, as in the blind trust of a child*' (Elster 2000).

Beck (1992) er mer opptatt av mistillit enn tillit. Han beskriver hvordan 'Risikosamfunnet' skaper bekymring og mistillit, og hvordan dette i sin tur bidrar til en økende refleksivitet knyttet til risiko. Med refleksivitet mener imidlertid ikke Beck reflektert i betydningen være seg noe bevisst. Han skriver eksplisitt at hans begrep 'reflexive modernisation' '*does not imply (as the adjective 'reflexive' might suggest) reflection, but (first) self-confrontation*' (Beck 1994:5). Becks' refleksivitet synes å være mer i overensstemmelse med 'kritisk tenkning' (Perry 1988) eller kritisk refleksjon, som har en langt smalere betydning enn refleksjon generelt. Mistillit er krevende og kan være slitsomt.

Kjærnes (1999) er opptatt av mistillitens nyttefunksjon og at et matsystem med helt stabile tillitsrelasjoner er lite hensiktsmessig. Institusjonalisering av mistillit – med andre ord å legge til rette for kritikk og mistillit – er viktig både for institusjonell kvalitetssikring og for å opprettholde forbrukernes refleksivitet.

Definisjonsmessig kan det se ut som om det ikke foreligger enighet om hvorvidt begrepet tillit skal forstås som en bevisst eller ubevisst tilstand. Noe av uenighetene kan imidlertid skyldes linguistiske problemer: I den anglosaksiske faglitteraturen skilles det gjerne mellom *trust*, *confidence* og *familiarity*, som viser til tre ulike relasjonstyper. Hvis vi baserer oss på Luhmann (1988) og Seligman (1997), retter 'trust' og 'familiarity' seg mot personer, mens 'confidence' er rettet mot systemer³. Forskjellen mellom 'trust' og 'familiarity' er at 'trust' oppstår på tross av en erkjent usikkerhet eller risiko, mens 'familiarity' oppstår i kjente og trygge situasjoner:

<i>Tre tillitsrelasjoner:</i>	<i>Rettet mot:</i>	<i>Erkjent risiko:</i>
'Trust' (tillit)	Personer	Ja
'Familiarity' (familiaritet/trygghet)	Personer (gjen-)kjente	Nei
'Confidence' (systemtillit/trygghet)	Rolle-sett & systemer	Ja&Nei

I dette perspektivet kan altså tillit til at maten trygt kan spises enten bygge på i) 'trust', f.eks. tillit til at betjeningen bak kjøttdisken har gitt deg kjøtt av god kvalitet - på tross av muligheten for det motsatte, ii) 'familiarity', f.eks. at det er din mor eller venn - som vil deg vel - som har valgt ut, kjøpt og tilberedt maten, eller iii) 'confidence', f.eks. at du er trygg på at næringsmiddeltilsynet fungerer etter hensikten.

³ Systemer er fastlagte rammebetingelser bestemt av normer, regler, lover, roller, stillingsinstruksjoner, etc.

Det er ikke helt opplagt hvordan de tre ovenfor nevnte modi skal oversettes til norsk. Seligman (1997) viser til det tyske ordtaket '*Vertrauen ist gut, Sicherheit noch besser*', som han oversetter til; '*Trust is good, confidence better*'. En mulig oversettelse til norsk kan være: '*Tillit er bra, men trygghet er bedre*'⁴, der tillit innebærer en erkjent risiko, mens trygghet forstås som en ikke-reflektert tillit.

2.3 Tillit som følelse og tillit som handlingstype

I det følgende argumenteres det for at ulike forståelser og definisjoner av tillit beror på at f.eks. Coleman (1990) ser tillit som en handlingstype, mens f.eks. Lagerspetz (1996) ser tillit som en følelse.

Gulbrandsen (2000) beskriver tillit som [først og fremst] en kognitiv emosjonell opplevelse eller psykologisk innstilling *inne* i det enkelte menneske. Dette er implisitt en forståelse knyttet til hvordan vi *braker* indre tillit i vår orientering i omverden. I stedet for å kalkulere rasjonelt lar vi magefølelsen bestemme hvorvidt vi kjøper det ene eller andre.

Teoretikere fra 'rational choice'- tradisjonen forstår tillit som en bevisst valgt strategi for handling. Representanter for denne tradisjonen ser tillit som et svar på en erkjent risiko. Coleman mente at en rasjonell aktør ville velge å plassere tillit dersom forholdet mellom sjansen for vinning og for tap er større enn forholdet mellom omfanget av det potensielle tapet og den potensielle gevinsten (Coleman 1990:99). Sagt på en annen måte sier formelen at en rasjonell aktør vil kaste blåskjellene dersom det er den aller minste mulighet for at de inneholder dødelige alger, mens han vil spise fårrikål selv om sannsynligheten for mageknip er svært stor. Colemans matematiske formulerte forståelse viser til en risiko-kalkulering basert på hvorvidt det er *rasjonelt* å *plassere - eller ha - tillit* eller ikke: Når det eventuelle tapet er stort, er det rasjonelt ikke å ta sjansen selv om risikoen for tap er liten. Og når tapet er lite, er det rasjonelt å ta en sjanse selv om risikoen for tap er stor. I følge definisjonen er ikke en rasjonell aktør i stand til å *føle og bruke* tillit som valgenererende prinsipp, fordi det nettopp er fravær av følelser som kjennetegner det rasjonelle valg.

Å plassere tillit ut fra rasjonelle sannsynlighetsberegninger, slik Coleman skisserer, er ikke det samme som å bruke eller basere et valg på en følelse av tillit. Det er først når vi ikke kan gjøre relativt sikre risikokalkuleringer som i eksempelet ovenfor, at det å føle tillit eller mistillit kommer oss til unnsetning i en valgsituasjon. Men de fleste vil si seg enige i at det samtidig er slik at jo

⁴ Dette utsagnet er ikke alltid sant: Dersom trygghetens ikke-erkjente risiko tilslører en risiko som snarere skulle fremmet mistillit, kan den ikke-reflekterte tryggheten være både kortsiktig og fatal.

flere rasjonelle begrunnelser man har for at en person er tillitsverdig, jo lettere er det tross alt å føle, samt vise, tillit.

Mens Coleman altså forklarer tillit rasjonelt, ser den danske filosofen Løgstrup tvert imot tillit som 'spontan livsytring'. Han eksemplifiserer dette med at vi ofte finner oss selv som tillitsfulle, i situasjoner der vi på forhånd hadde bestemt oss for å være skeptiske og fylt av mistillit. Motsatt: i situasjoner der det rasjonelt sett kan være fornuftig å vise tillit, eller man ikke har annet valg enn å vise tillit, kan den *egentlige* følelsen domineres av mistillit (Christoffersen 2001). Man kan riktignok *fortrenge* denne mistilliten, men vi kan likevel vanskelig kalle det tillit (for eksempel i valg mellom to onder).

Yamagishi (1998) ser på tillit – eller mer presist evne til tillit - som en type sosial intelligens. Hennes empiriske studier blant studenter viste at de fleste forbandt generell tillitsfullhet med lettlurthet og naivitet, mens mistillit ble knyttet til skarpsindighet og smartheit. Yamagishi går imot denne gjengse oppfatningen, og hevder på bakgrunn av sine egne studier at en generell mistillit tvert imot bidrar til mindre sosial interaksjon, som igjen bidrar til lavere sosial intelligens, som igjen øker sannsynligheten for å bli lurt i risikofylte situasjoner, noe som gir dårlige erfaringer og økt mistillit rettet mot andre. Slik jeg forstår Yamagishis beskrivelse av mistillitens onde sirkel, fremstår tillit som en type evne eller følelsesbasert intuisjon som mer eller mindre vellykket benyttes i risikofylte sosiale valgsituasjoner.

Dunn (1988) har innslag av begge de ovenfor refererte syn i sin forståelse av tillit. Han poengterer at tillit *både* er en handlingstype (modality of human action) og en følelse: Mens tillit som handlingstype er en mer eller mindre bevisst valgt strategi for å takle usikkerheten som følger av andre aktørers eller representanters frie handlingsvalg, kan tillit som følelse aldri være strategisk. Følelsen av tillit eller mistillit kan ta uante veier. Tillit som følelse er som en tillitsfull forventning om at den andre har gode intensjoner og vil deg vel.

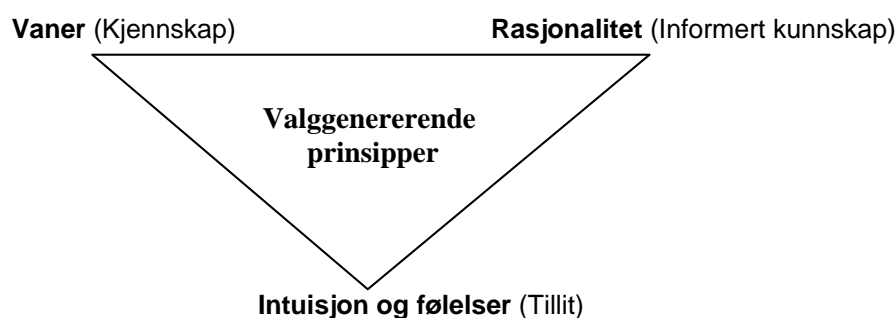
2.4 Tillit som valgenererende prinsipp

Det er forholdsvis lett å predikere forbrukerpraksis basert på forbrukernes kjente vaner. For eksempel øker salget av svineribbe med stor sikkerhet rett før jul. Rasjonaliteten er også forutsigbar: Pris og mengde er enkelt kalkulerbare størrelser som påvirker resultatet av innkjøpsrunden for mange forbrukere. Tillit som valgenererende prinsipp er mer komplisert, men likevel desto viktigere for å kunne forstå og forklare forbrukerpraksis, ikke minst fordi både rasjonelt baserte valg og vanebaserte valg til syvende og sist forutsetter tillit, eller mer presist på fravær av mistillit. For å forstå forbrukernes praksis

kan det være nyttig å fokusere på selve valgsituasjonene gjennom å dessifere i disse tre vesensforskjellige valggenererende prinsippene:

- *Vaner* knyttes til erfaringer og kjennskap – valget er på en måte tatt for lenge siden
- *Rasjonalitet* er knyttet til informert kunnskap - av to produkter velger vi det beste
- *Intuisjon og følelser* knyttes direkte til hvorvidt vi føler tillit eller mistillit. Vi vil føle oss mest mulig trygge på at vi ikke blir lurt

Jeg tenker meg at dette er tre valggenererende hovedteknikker vi som forbrukere kan ta i bruk – i varierende blandingsforhold - når vi skal orientere oss på et marked, etter at preferansene er lagt, f.eks. ønske om helsesikker mat (Wandel 1997), billig mat (Lavik 2004, Lavik & Dulsrud 2001), moralsk forsvarlig mat (Bugge 1995, Døving 2003: 311-336, Bugge 2005), mat som selvpresentasjon (Bugge & Døving 2000, Bugge 2005) morsom mat, smakfull mat og/eller mat som er rask å lage (Bugge 2005).



Figur 1: Forbrukervalgtrekanten: Tre valggenererende prinsipper forbrukerne kan benytte i sin orientering i et marked.

Avhengig av situasjonen får hver av de tre teknikkene større eller mindre vekt i de valg vi tar når vi for eksempel handler mat. I det følgende argumenteres det for at det å *føle* tillit er et overordnet prinsipp, samtidig som *det å ha tillit* kan hvile behagelig godt på de to andre prinsippene. Grunnen til at forbrukervalgtrekanten er plassert på hodet, er nettopp for å illustrere at både hovedsakelig rasjonelt baserte valg og hovedsakelig vanebaserte valg nesten alltid forutsetter at det foreligger en følelse av tillit. Og behovet for tillit er basalt. Dersom følelsen av tillit erstattes av mistillit, endres gamle vaner og de beste rasjonelle begrunnelser mister sin effekt. *Tapt tillit kan velte stort lass.*

Forbrukervalgtrekanten er kun et analytisk hjelpemiddel. De fleste valg preges av mer enn ett valggenererende prinsipp. Både vanebaserte og rasjonelt baserte valg inneholder vanligvis innslag av følelsesbasert tillit. Men jo mer vanebasert kjennskap vi har til et produkt, og/eller jo mer konkret kunnskap vi

har om et produkt, jo mindre avhenger kjøpet av følelsen tillit/mistillit. Og motsatt; jo større usikkerhet det er knyttet til kjøp av et produkt, fordi vi mangler både kunnskap og kjennskap, jo mer må baseres på tillit. Eller som Lewis and Weigert (1985) presist formulerer det: *Trust begins where simple prediction ends*. Tillitfølelse som valggenererende prinsipp fyller usikkerheten knyttet til et valgutfall.

Tilsvarende blir det også slik at en klar følelse av tillit eller trygghetsfølelse gjør at informasjonsinnhenting for rasjonelle overveielser ikke er nødvendig (Luhmann 1999).

Hovedsakelig vanebaserte kjøp bygger på en type ureflektert tillit til at det kjente og kjære vi alltid har kjøpt og spist er like bra og sikkert i dag som i går. Denne tilliten kan lett gå tapt og erstattes av bevisst mistillit dersom forbrukeren opplever uregelmessigheter knyttet til sine vanebaserte innkjøp. Kjøp som hovedsakelig er rasjonelt begrunnet gjennom vurderinger og kalkuleringer basert på kunnskap om produktet, forutsetter også at det foreligger tillit (hvis ikke alle parametere er kjente). Selv de beste rasjonelle begrunnelser kommer gjerne til kort hvis mistillit oppstår.

Et eksempel: På vei inn i supermarkedet med trillevogn og dårlig tid, kobler jeg inn autopiloten og nærmer meg vanemessig melkedisken, plukker opp en lettmeik, går videre til ostedisken og plukker det jeg skal ha der før jeg styrer mot brødhyllen. Her oppstår imidlertid en uregelmessighet; det er mugg på det brødet jeg pleier å kjøpe. Jeg skrur av autopiloten og kopler inn rasjonaliteten, eller med Beck's ord; mistilliten våkner, og refleksiviteten – som her innebærer en kritisk og skeptisk holdning til varevalget – tar over. Jeg studerer kritisk brødvarenes pris, holdbarhet og korninnhold. Problemet er at butikken har utrolig mange brødsorter og jeg blir lettere handlingslammet. Heldigvis faller blikket på en brødtype som jeg mener en kollega hadde skrytt av i lunsjen, og lettet slipper jeg brødet ned i trillevoggen. Jeg nærmer meg deretter kjøttdisken samtidig som jeg lurar på hva slags kjøtt jeg skal ha til middag, kjøttkaker kanskje? Ved synet av kjøttdeigen får jeg imidlertid et flashback, jeg ser dyrebålene etter munn- og klovsykekatastrofen fra 2001 som de viste på TV i går. Mavefølelsen er dårlig og mistilliten treffer kjøttdeigen. Jeg bestemmer meg derfor for å ha kyllingfillét i stedet for kjøttkaker til middag, selv om jeg rasjonelt sett egentlig vet at munn og klovsyke ikke smitter til mennesker og risikoen for å bli smittet av kugalskap gjennom kjøttdeigen er uhyre liten, og med overveiende sannsynlighet langt mindre enn risikoen for å bli smittet av salmonella gjennom kyllingen. Men så langt tenker jeg ikke der og da, for jeg har allerede koplet inn den behagelige autopiloten for resten av innkjøpsrunden.

I dette eksempelet brytes først vanen av mugg på brødet. Rasjonaliteten koples inn, men fordi man sjelden har full informasjon som muliggjør det optimalt beste brødvalg, oppstår en aldri så liten handlingslammelse. Tillit til

en kollegas erfaring og brødanbefaling blir løsningen. Valget av kylling fillét framfor kjøttdeig, illustrerer hvordan følelsen av mistillit lett får forrang framfor både vane og rasjonelt baserte risikovurderinger.

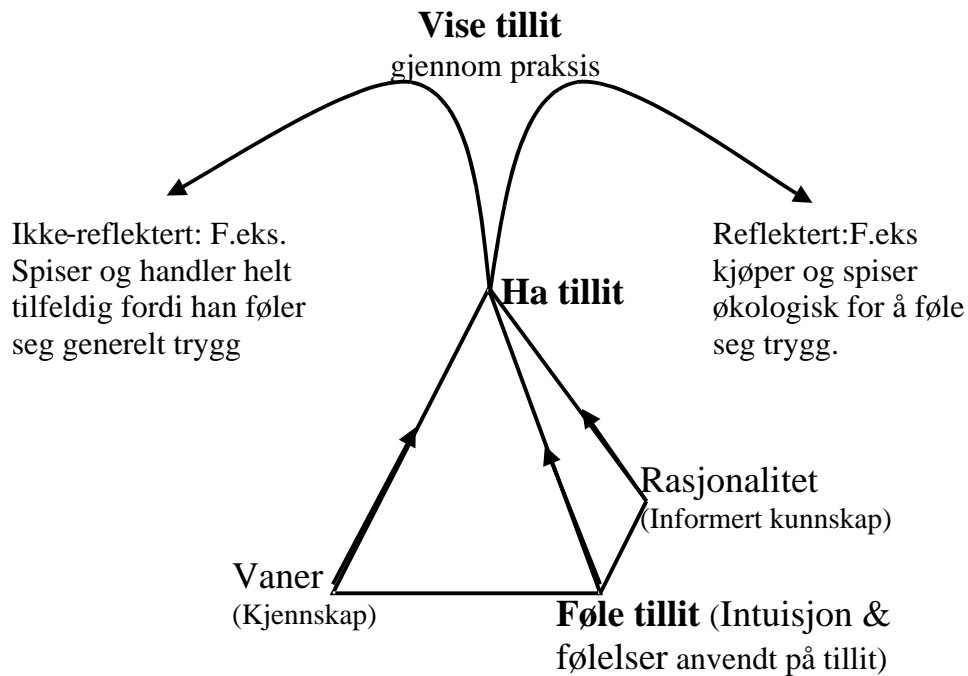
2.5 Å føle, ha og vise tillit

Forståelsen og bruk av tillitsbegrepet i den kommende analysen henter innsikt og inspirasjon fra de foran nevnte konkurrerende tilnærminger til begrepet. Ved å skille mellom det å føle, ha og vise tillit, kan ulike forståelsesmåter plasseres i en og samme modell. Gjennom å trekke på et bredt spekter av teoretiske tilnærminger kommer vi fram til at tillit kan være reflektert så vel som ikke-reflektert, tillit kan være en følelse og tillit kan være faktabasert. Hvorvidt man har tillit eller mistillit kan aldri være strategisk, men det kan tilsynelatende tillitsfull handling eller praksis.

I dagligtalepråket kan man 'føle tillit', man kan 'ha tillit' og man kan 'vise tillit'. Dette tilsvarer tillit som følelse, tillit som tilstand og tillit som handlingstype. Hvis vi reserverer det å *føle tillit* til bruk av følelser eller magesfølelsen i vurderings- og valgsituasjoner på linje med rasjonell bruk av kunnskap og vanemessig bruk av kjennskap (forbrukervalgtrekanten), vil det å *ha tillit* vise til en tilstand preget av den akkumulerte bruk av tillitfølelsen, kunnskap og kjennskap, mens det å *vise tillit* er en handlingstype tilsvarende en mer eller mindre bevisst og strategisk plassering av tillit.

Det å ha tillit kan altså hvile på en bevisst vurdering av hva som fornuftsmesig taler for - og hva som taler i mot - det å ha tillit til for eksempel at en matvare er helsesikker. Det å ha tillit kan også hvile på fravær av negative erfaringer med et produkt man vanemessig har kjøpt og spist lenge. Sistnevnte tillit er ofte ikke-reflektert og muliggjør rutiniserte innkjøp. Det å benytte intuisjon og følelser for å avgjøre om et produkt er ens tillit verdig og dermed verdt å kjøpe, gjøres antageligvis både bevisst og ubevisst. Jo mindre kjennskap og kunnskap man har om et produkt, jo mer må overlates til intuisjon og følelser.

I overensstemmelse med Elster, mener vi tillit som handlingstype også kan være mer eller mindre bevisst og dermed mer eller mindre strategisk. Forholdet mellom 'tillit som følelse', 'tillit som tilstand' og 'tillit som handlingstype' viser til tre nivåer – der det nederste nivået tilsvarer forbrukervalgtrekanten presentert ovenfor. De tre tillitsnivåene kan skisseres slik:



Figur 2.1: Tre nivåer av tillit⁵: i) Tillit som følelse (ett av tre valggenererende prinsipper), ii) Tillit som tilstand (basert på bruk av tillitfølelsen, rasjonalitet og vaner), og iii) Tillit som handlingstype (reflektert eller ikke-reflektert, mer eller mindre strategisk plassering av tillit).

Det å føle tillit er nærmest en forutsetning for å ha tillit. Dersom følelsen av mistillit inntreffer, rakner rasjonelle begrunnelser og gamle vaner står for fall. Men det er også slik at det er lettere å erstatte usikkerhet med følelsesbasert tillit dersom usikkerheten er liten fordi man har positivt rasjonelt vurdert kunnskap og/eller positivt vanebasert kjennskap til handlingsutfallet. Motsatt: Jo mindre kunnskap og jo mindre kjennskap man har om et felt, jo mer avhenger det å ha tillit av tillitfølelsen.

Å vise tillit (entrusting) er ikke like avhengig av tillitfølelsen. Noen ganger har man ingen valgmuligheter og er nødt til å vise tillit selv om relasjonen er høyst usikker. Studier blant russiske forbrukere viste tydelig at det å kjøpe et produkt ikke nødvendigvis innebærer tillit til produktet. Tvert imot kan et kjøp hvile på en følelse av makteløshet på grunn av manglende valgmuligheter

⁵ Modellen har naturligvis et motstykke, nemlig det å føle, ha og vise mistillit.

(Berg 2001). Andre ganger – for eksempel i foreldre-barn relasjonen - kan man vise tillit strategisk for å oppnå tillitsverdighet; *I trust you, and you are the one who is to fulfill the trust* (Hardin 1998). Likeledes kan erkjent irrasjonell mistillit, for eksempel flyskrekk, bevisst fortrenkes eller overses dersom flyturen er svært nødvendig eller ønsket. Mens det å ha tillit, i likhet med det å føle tillit, aldri kan være strategisk, kan det å vise tillit være strategisk. Men det behøver ikke være det.

Hvorvidt man implisitt viser tillit ved å spise eller ikke spise for eksempel norsk storfekjøtt, kan hvile på ulike valggenererende prinsipper: Noen spiser storfekjøtt - vanemessig - uten å være seg bevisst at de ikke knytter noen risiko til det å spise storfekjøtt. Andre spiser storfekjøtt etter å ha vurdert og funnet risikoen for å få BSE i Norge som forsvinnende liten, atter andre føler at de kan stole på at de får bra kjøtt hos kjøbmannen på hjørnet.

Når vi spør forbrukerne om de *har* tillit til matsikkerheten i Norge, antar vi at svarene både vil kunne bygge på informasjon og fakta-kunnskap om matvarekontrollen, antagelser basert på egne erfaringer knyttet til mat, samt den intuitive følelsen av det meste er trygt i Norge, og at dette sikkert gjelder for matsikkerheten også.

I forståelsen av tillit skilles det altså analytisk mellom tre nivåer av tillit: *tillitfølelsen*, som ved siden av rasjonelle betraktninger og vaner påvirker det å *ha tillit eller ikke*, som gjerne får betydning for hvordan forbrukerne gjennom praksis implisitt (og mer eller mindre bevisst og/eller strategisk) *viser tillit*.

Surveyemetoden innebærer klare begrensninger i form av antall spørsmål som kan stilles, og hva slags spørsmål det er rimelig at respondenten har mulighet til å gi valide svar på. Survey'en, som den kommende analysen hviler på, er derfor i hovedsak rettet mot praksisnivå og det å ha tillit eller ikke. I forbrukerintervjuene (Torjusen 2004) hadde vi imidlertid mulighet til å forfølge – eller be informantene forklare – hvorfor de hadde, eller ikke hadde, tillit til ulike instanser (valggenererende nivå). Et viktig skille gikk mellom det å *tro* og det å *vite* at noe var trygt å spise. Mens faktakunnskap kan bidra til at forbrukerne sier de *vet* at det er trygt å spise for eksempel egg fra den spesielle gården, vil følelsesbasert tillit – eller mistillit - bidra til at forbrukerne *tror* at for eksempel 'litt for pene tomater ikke er helt trygt å spise'.

I surveyen nærmer vi oss det valggenerende nivået gjennom for eksempel å spørre respondentene – etter at de har blitt spurt om de har tillit til matkontrollen – om de har kunnskap om feltet. Vi kan dermed undersøke om tilliten – ifølge informantene selv – er basert på faktabasert kunnskap eller ikke.

3 Metode

Prosjektet 'Tillit til mat' består av to kvalitative og en kvantitativ studie. For å belyse de innledende problemstillingene (skissert i kapittel 1) ble det utført to kvalitative studier blant henholdsvis markedsaktører (Terragni 2004) og forbrukere (Torjusen 2004). På bakgrunn av disse studiene er det generert mer presise problemstillinger som deretter er operasjonalisert i eget spørreskjema. I den kvantitative studien ønsker vi å teste generaliserbarheten av funn gjort i de kvalitative studiene.

3.1 Det kvantitative datatilfanget

I det kvantitative materialet innsamlet i 2004 har vi sørget for å ha med noen spørsmål som er direkte sammenlignbare med data fra tidligere undersøkelser blant norske forbrukere, slik at vi kan si noe om endrings- eller stabilitetstendenser. I tillegg er det gjennomført komparative analyser basert på eksisterende materiale fra Russland, Danmark, England, Belgia og Norge (Berg m.fl. 2005). Analyser og resultater som presenteres i denne rapporten er hentet fra følgende syv surveyer á ca. 1000 respondenter. Hovedanalysen er basert på 2004-materialet.

Tabell 3.1: Det kvantitative datatilfanget.

1999	Forbrukere i Norge (Norsk Gallup)	Forbrukere i England (adm. Norsk Gallup)	Forbrukere i Belgia (adm. Norsk Gallup)
2001	Forbrukere i Norge (Opinion)	Forbrukere i Russland* (COMCON-SPb)	Forbrukere i Danmark** (Gallup Copenhaguen)
2004	Forbrukere i Norge (Opinion)		

*I samarbeide med State University of St. Petersburg v/Vera Minina og Helen Ganskau

**Forskningsinstitutt for Human Ernæring i København v/Lotte Holm og Roskilde Universitet v/Bente Halkier.

Den første Sifo-studien i denne survey-serien ble samlet inn i 1999. Ved siden av det norske datamaterialet (oktober 1999), ble det også samlet et belgisk og engelsk datamateriale (november 1999) der utvalgte kjernespmåsmål fra hoved-surveyen ble innsamlet gjennom omnibus. Belgia ble valgt pga. dioksinskandalen sommeren 1999 og England pga. de mange tilfellene av kugalskap (Tilfeller av BSE oppdages i Italia, Spania etc. først et år senere). En del av disse kjernespmåslene, samt noen nye, ble senere stilt i Russland (april 2001) i samarbeide med forskere ved State University of St. Petersburg, og i Danmark (mai 2001) i samarbeid med forskere ved Roskilde Universitet og Forskningsinstitutt for Human Ernæring i København. Russland og Danmark er to land det er spesielt interessant å sammenligne norske forhold med: Danmark fordi det på tross av store likheter også er svært ulikt Norge når det gjelder forbrukernes erfaring med matsikkerhet, f.eks hyppige forekomster av salmonella. Russland fordi rammebetingelsene der er svært ulikt det vi forbinder med Vesteuropiske forhold (Berg m.fl. 2005).

3.2 Svarprosent

Dataene for hovedanalysen (Opinion 2004) ble samlet inn gjennom telefonintervjuer (CATI) i perioden 1. – 10. juni 2004. Denne innsamlingsmetoden gjør at man kan bestemme utvalgets størrelse på forhånd, som ble satt til 1000 respondenter, og i noen grad tillater innsamlingsmetoden at man kan korrigere for skjevheter i det responderende utvalget under veis i datainnsamlingen.

Det ble trukket et landsrepresentativt utvalg av befolkningen over 18 år og med telefon i husstanden. Utvalget er trukket tilfeldig fra Telenors abonnementsregister. Det ble totalt brukt 2834 telefonnumre. Av det totale utvalget var det i 446 tilfeller ikke svar i løpet av intervjuperioden. Alle telefonnumre ble forsøkt oppringt inntil seks ganger. Vi fikk svarnekt i 1388 tilfeller. Dette tilsvarer 42 prosent svar.

3.3 Bakgrunnsvariable

Villigheten til å besvare spørsmål varierer. For eksempel er det vanlig at kvinner sier ja til å besvare et spørreskjema noe oftere enn menn, og de yngste kan være vanskelig å få tak i på fasttelefon. For at resultatene skal bli mest mulig landsrepresentative, er derfor resultatene vektet etter kjønn og alder. I tabellen under viser vi fordelingen på de viktigste bakgrunnsvariablene, med både vektete og ikke-vektede resultater:

Tabell 3.2: Bakgrunnsvariable. Vektete (etter kjønn og alder) og ikke-vektede fordelinger. Prosent. N=1000.

	Vektet resultat	Ikke vektet utgangspunkt
Menn	49	39
Kvinner	51	61
18-29år	20	11
30-44år	29	31
45-59år	26	31
over 60år	25	28
Enslig	17	19
Par u/barn	34	35
Par m/barn	28	28
Storfamilie	17	16
Enslig m/barn	3	3
God råd	53	54
Middels	43	42
Dårlig råd	4	4
Høyere utdanning	42	41
Bykommune	49	48
Landkommune	51	52
Botetthet 0-49,9%	23	23
50-89,9%	38	39
90-100%	39	39
Handler vanligvis i		
1 butikk	36	37
2 butikker	30	30
3 butikker	19	19
flere butikker	16	14

Bortsett fra for kjønn og alder viser figur 3.2 at de vektete fordelingene ikke avviker svært mye fra de ikke-vektede. Variasjonene blir enda mindre når vi vet at resultatene må tolkes innenfor feilmarginer på +/- 1,4 (5/95%-fordeling) til 3,2 (50/50%-fordeling) for hovedfrekvenser. Dette tyder på at det responderende utvalget synes å være rimelig representativt sett i lys av våre utvalgte bakgrunnsvariable. I presentasjonen av dataene vil vi presentere resultater vektet etter kjønn og alder.

Imidlertid, resultatene avviker i hovedsak lite om vi benytter et vektet eller ikke vektet utvalg. I de multivariate analysene vektet ikke utvalget der det kontrolleres for kjønn og alder.

3.4 Sammenligning over tid og mellom land

I sammenligninger over tid og mellom land, må vi i tolkningene ta høyde for ulike skjema-design for de tre årene. Dette betyr at plassering av

spørsmålene i spørreskjemaene ikke er identiske, noe som i prinsippet vil kunne påvirke svarene. Alle data er imidlertid innsamlet gjennom telefonintervjuer, og spørsmålene – eller utsagnene - er med hensikt gjort enkle og omtrentlige for å minimalisere slike skjevheter. I utformingen av de forskjellige skjemaene er spørsmålene bevisst ordnet på en slik måte at tidligere spørsmål i minst mulig grad skal påvirke etterfølgende spørsmål.

I sammenligninger mellom land må vi i tillegg ta høyde for oversettelsesskjevheter. F.eks. er det forståelsesnyanser mellom det engelske 'safe food' og det norske 'trygg mat'.

I 2004 materialet er det gjort endringer på to viktige variable som har til hensikt å måle respondentenes tillit til henholdsvis den offentlige og private håndteringen av matsikkerheten: Den første endringen skyldes omorganiseringen av den offentlige matkontrollen der Statens næringsmiddeltilsyn fra og med januar 2004 ble en del av det nyopprettede Mattilsynet. Den andre endringen skyldes et ønske om likere ordlyd på utsagnene som skulle måle tillit til henholdsvis det offentlige og private. Utsagnene respondentene har tatt stilling til ble endret fra: 'Næringsmiddelkontrollen sikrer oss trygg mat' til 'Mattilsynet sikrer oss trygg mat'. Og 'Markedsmekanismene sørger for at maten holder god nok kvalitet' til 'Markedet sørger selv for at maten er trygg'.

Dette betyr at vi i enda større grad må være varsomme i tolkningen av endringer over tid fra 1999 og 2001 til 2004. Samlet betyr dette at vi må tolke forskjeller i frekvensfordelingene de tre årene svært omtrentlig. Sammenligninger mellom ulike utvalg innebærer at vanlige signifikanstester ikke er tilstrekkelig for å sikre reliabiliteten.

4 Status quo: Hvor 'farlig' er maten?

Før presentasjon og analyse av Sifo-materialet, skal vi på bakgrunn av blant annet rapporter fra Folkehelseinstituttet og Matportalen belyse følgende spørsmål: Hvor 'farlig' er egentlig maten? Har vi grunn til å stole på matsikkerheten i Norge? Og hvor mange – omtrent – blir smittet av matbåren smitte i løpet av et år?

4.1 Næringsmiddelbåren smitte

Vann- og matbåren smitte er fortsatt blant de vanligste årsakene til sykdom og død i u-landene. Fra og med begynnelsen av forrige århundre – da prinsipper for næringsmiddelhygiene i økende grad ble akseptert og praktisert - ble forekomsten av slik smitte betydelig redusert i de vestlige i-landene. Siden midten av 1980-tallet har imidlertid denne positive trenden snudd. Økningen forklares med: i) økt internasjonal handel med matvarer, husdyr og dyrefor, ii) økt industrialisering av husdyrhold, slakting og matproduksjon, iii) nye metoder for produksjon, oppbevaring og tilberedning av mat iv) økt reisetrafikk og migrasjon, v) endrede spisevaner, vi) mangelfulle kunnskaper om kjøkkenhygiene (Folkehelseinstituttet 2004).

I følge Folkehelseinstituttet er kostnadene som påføres samfunnet som følge av næringsmiddelbårne infeksjonssykdommer betydelige og undervurderte. Omkostningene er ikke store fordi enkelttilfellene er svært alvorlige, men fordi det er så mange som rammes. Oversikter og statistikker over sykdomstilfeller teller kun de alvorligste tilfellene der lege oppsøkes. Mørketallene blir dermed svært store. I Norge registreres næringsmiddelbårne sykdommer av 'Meldingssystem for smittsomme sykdommer' (MSIS) ved Nasjonalt folkehelseinstitutt. Med hjemmel i Smittevernloven er alle leger pålagt meldingsplikt til MSIS. Årlig registreres rundt 5000 pasienter med ulike mage-tarm infeksjoner:

Tabell 4.1: Meldte tilfeller av antatte næringsmiddelbårne, smittsomme sykdommer til MSIS. Kilde: Folkehelseinstituttet Rapport 2003:9, side 194.

Årsaksfaktor	Registrerte tilfeller pr. år	Prosent smitte utland*
<i>Bakterier:</i>		
Salmonella	1500-2000	80-90
Campylobacter	2500-3000	50
Yersinia enterocolitica	100-150	25
Shigella spp.	150-200	>80
Salmonella typhi	40-50	>95
Salmonella paratyphi	10-30	>95
E.coli	40-50	>50
Listeria	10-20	0
Clostridium botulinum	0-5	0
<i>Virus:</i>		
Calicivirus**	200-300	<10
Hepatitt A-virus***	100-200	50
Hepatitt E-virus	0-10	100
Polyomyelitt-virus	0-1	100
<i>Parasitter:</i>		
Giardia lamblia	300-500	>80
Entamoeba histolytica	100-200	>80
<i>Prioner:</i>		
BSE	0	-

*Personer som ble syke i utlandet eller like etter hjemkomsten. **Har ikke vært meldingspliktig siden 1991. ***Vesentlig stoffmisbrukere.

På tross av store mørketall har vi ønsket å sammenligne norske forhold med land det er naturlig å sammenligne med. Samtidig som mørketallene er svært store, er det også vanskelig å finne direkte sammenlignbare tall. Et søk på internett viser at både norske, danske og svenske myndigheter har programmer for å redusere forekomster av særlig campylobacter og salmonella. På den ene siden rapporteres i alle landene om økte utfordringer knyttet til matbåren smitte, på den andre siden rapporteres om vellykkede offentlige programmer og initiativ for å redusere forekomsten av slik smitte. Jeg har ikke funnet tallmateriale som viser dødsfall som følge av matbåren smitte. I følge tabell 4.1 er salmonella og campylobacter de største synderne, og i en tentativ sammenligning mellom Norge, Sverige og Danmark tar jeg utgangspunkt i nettopp disse, samt yersinia infeksjoner.

I Sverige rapporteres det for året 2003 om i overkant av 7000 registrerte tilfeller av personer smittet av campylobakter, hvorav 65-70 prosent antas å være smittet i utlandet. Ca. 3800 ble registrert som salmonella smittede,

hvorav 22 prosent smittet i Sverige. Og det var ca. 700 meldte tilfeller av Yersinia infeksjoner, 25 prosent smittet i utlandet. Til sammen utgjør de tre årsaksfaktorene 11.500 registrerte tilfeller.

I Danmark har de hatt store problemer med salmonella i fjærkre, egg og svin. De siste årene har de registrerte sykdomstilfellene i Danmark likevel vist en kraftig nedgang. Dette skyldes ikke at de har fått bukt med det store antallet salmonellasmittede dyr⁶, men at informasjonskampanjer har fått forbrukerne til å behandle maten på en slik måte at smitten elimineres. I Danmark oppgir Statens Serum Institut at det årlig er opp mot 10.000 registrerte tilfeller av sykdom som skyldes matbåren smitte. Tallmaterialet (for 2001) viser at av disse knyttes ca. 8000 til Campylobakter, Salmonella eller Yersinia (Fødevederedirektoratet 2004). I de danske oversiktene opereres det ikke med andeler smittet i utlandet.

Hvis vi forutsetter at de registrerte tilfellene i Norge, Sverige og Danmark teller de alvorlige sykdomsutbruddene, og at registreringsrutinene er rimelig like, finner vi at 1.250 personer pr. million årlig blir alvorlig syke av disse typene matbåren smitte i Norge. I Sverige er tallet alvorlig smittede 1.300 pr. million, og i Danmark 1.500 pr. million⁷. Tallene er som nevnt svært omtrentlige, men med forbehold kan vi konkludere med at variasjoner i registrerte tilfeller ikke er veldig store. I klar tekst betyr i så fall tallene at årlig blir mellom en og en og en halv person pr. 1000 innbyggere *alvorlig eller kraftig* syke av matbåren smitte.

Imidlertid blir mange av tilfellene av næringsmiddelbårne sykdommer aldri meldt til MSIS, fordi langt fra alle smittede oppsøker lege (noe som i følge Folkehelseinstituttet heller ikke er helsemessig nødvendig) eller melder fra selv.

Basert på en Sifo-survey (Berg 2000:58/59), som blant annet inneholder opplysninger om selvrappert sykdom etter inntak av mat, får vi som forventet et langt høyere estimat enn det som framkommer av MSIS registeret. I Sifo-surveyen svarer 11 prosent av forbrukere i Norge (smittet i Norge og utlandet), 8 prosent av forbrukere i Belgia og 17 prosent av forbrukere i England at de har vært syke etter inntak av mat i løpet av det siste året. I Norge utgjør dette nesten fem hundre tusen, eller 110.000 sykdomstilfeller pr. million innbyggere. Mye tyder på at selv dette høye tallet kan være underestimert. For det første fordi vi må regne med forglemmelsesfeil på retrospektive spørsmål som strekker seg et helt år tilbake i tid. For det andre blir kanskje en del sykdomsutbrudd heller ikke tilskrevet matbåren smitte i utgangspunktet. Det er også sannsynlig at milde

⁶ Coop-Danmark oppgir – riktignok i en reklame for samlonellafri kylling – at 90 prosent av dansk kylling er salmonellabefengt.

⁷ Norge: 5000/4,5 mill. Sverige 11.500/8,9 mill. Danmark 8.000/5,4 mill.

sykdomsutbrudd lettere blir glemt, og altså ikke registrert i en slik retrospektiv survey.

I Nederland og USA har det vært gjennomført mer grundige studier og beregninger av antall syke etter næringsmiddelbårne infeksjoner og intoksikasjoner. I disse studiene konkluderes det med at så mange som 30 – 35 prosent av innbyggerne blir syke av mat i løpet av ett år (referert Folkehelseinstituttet 2003:191).

I Europa er matbåren smitte den nest hyppigste årsak til sykdom, etter luftveisinfeksjonene (Folkehelseinstituttet 2003:190). Matbåren smitte kan forårsake alt fra død til milde diareer, oppkast og mageknip. Inkubasjonstiden kan variere fra noen timer til flere år. Norske forbrukere har i de senere år gått fri fra de store matskandalene som har herjet i Europa. Norge er ett av svært få land der sannsynligheten for BSE (kugalskap) er vurdert som minimal⁸. Folkehelseinstituttet konkluderer med at Norge sett i et internasjonalt perspektiv ligger bra an i forhold til næringsmiddelbårne infeksjoner, mens vi antagelig skiller oss lite fra andre europeisk land i forekomst av intoksikasjoner – som i hovedsak skyldes brudd på elementære hygieneregler⁹ (Folkehelseinstituttet 2003:189).

De store forskjellene mellom tabell 4.1 og estimatene fra de ovenfor nevnte studiene viser på den ene siden at det er store mørketall, men på den andre siden sannsynligvis også at sykdom forårsaket av matbåren smitte vanligvis ikke er alvorlig eller langvarig, i og med at lege ikke har vært oppsøkt.

Hvor mange forbrukere i Norge blir syke av mat i løpet av et år? Basert på resultatet fra Sifo-surveyen og den mer grundige studien fra USA og Nederland, kan vi anta at svaret ligger et sted mellom ti og tredve prosent. Et røft og intuitivt overslag, vil være at omtrent hver femte nordmann blir rammet *mer eller mindre mildt* av matbåren smitte årlig¹⁰.

⁸ Nivå 1 sammen med New Zealand, Chile, Argentina og Paraguay (Veterinærinstituttet 2004)

⁹ I rapporten fra Folkehelseinstituttet skilles det mellom matbåren smitte som skyldes henholdsvis infeksjoner og intoksikasjoner. Infeksjoner skyldes mat som inneholder sykdomsfremkallende bakterier, virus eller encellede parasitter. Intoksikasjoner skyldes at maten selv under lagring har skapt vekst i bakterier, muggsopp eller alger.

¹⁰ Mye tyder på at estimatene i Sifo-surveyen har store mørketall. Hvis vi forutsetter at forekomsten av matbåren smitte er omtrent like utbredt i England og Nederland, dekker Sifo-estimatet for England kun omtrent halvparten av tilfellene. Hvis Sifo-estimatet for Norge kun dekker halvparten av de reelle tilfellene, kan vi røft regne at omtrent 20 prosent blir syke av mat årlig.

4.2 Skadelige stoffer i maten

Det er ikke bare infeksjoner og intoksikasjoner som trigger forbrukernes forhold til matsikkerheten. Både uheldige tilsetninger i dyrefor, rester etter plantevernmidler, giftige tilsetningsstoffer, forurensninger, samt farlig emballasje, er forhold som kan gi helseskader.

Etter tilpasning til EUs regelverk i 1999 er det i Norge tillatt å bruke ca. 340 *tilsetningsstoffer*. Tilsetningsstoffer i mat brukes for å gi økt holdbarhet eller en bestemt konsistens, farge, lukt eller smak. En nordisk gruppe har vurdert sikkerheten og grenseverdiene for tillatt bruk av tilsetningsstoffene, og har på den ene siden konkludert med at det ikke er forbundet fare med nåværende bruk, men på den andre siden at det er ønskelig med en nøyere oppfølging av enkelte tilsetningsstoffer (Folkehelseinstituttet 2003:166). Matsminkedebatten rundt årtusenskiftet dreide seg om hva matindustrien kan tilsette av E-fargestoffer i maten. Man fryktet at EU's fargestoffdirektiv ville bidra til økt bruk av E-stoffer i Norge.

I likhet med overvåkingen av tilsetningsstoffer, baseres også helserisikovurderinger på grenseverdier for et akseptabelt daglig inntak (ADI) av rester av *plantevernmidler*. I 2001, etter undersøkelse av 2618 prøver av matvarer, ble det funnet overskridelse av grenseverdien på 5 prosent av de undersøkte frukt og grønnsakene (Folkehelseinstituttet 2003). Dette kan bety at hvis vi spiser fem om dagen, slik det anbefales, vil vi hver fjerde dag få i oss en frukt eller grønnsak med for høye grenseverdier dersom denne ikke skyldes grundig.

Økt *antibiotikaresistens* er et alvorlig problem i hele den vestlige verden. Det er nå forbudt i Norge å bruke antibiotika i fôr for å forbygge sykdom eller fremme vekst. Etter forbudet har bruken av antibiotika i fisk og husdyrbruket gått drastisk ned, særlig i oppdrettsnæringen. Der har bruken av antibiotika gått ned fra 37 000 kilo i 1990 til 654 kilo i 2001. I husdyrproduksjonen har bruken av antibakterielle midler blitt redusert med 40 prosent siden 1995 (til 5639 kilo i 2003). Etter forbudet har nivået av restmengder i kjøtt og andre næringsmidler ligget betydelig lavere enn de anbefalte grenseverdier (Folkehelseinstituttet 2001:169).

Det har aldri vært tillatt i Norge å bruke *hormoner* for å fremme husdyrs vekst, muskelfylde eller melkeproduksjon. I USA, og i enkelte andre land, er noen vekstfremmende kjønns hormoner tillatt i kjøttproduksjon, og det er også gitt foreløpig tillatelse til et veksthormon til storfe som fremmer melkeproduksjonen. På tross av at det ikke er tillatt bruk av beta-adrenerge agonister i kjøttproduksjon, er det forekommet forgiftninger hos mennesker og det antas at det eksisterer et illegalt marked for disse stoffene i Europa. På tross av overvåking av nettopp slike stoffer i importert kjøtt, gir økt

internasjonal handel økt risiko for eksponering av restmengder, særlig av illegal import og salg (Folkehelseinstituttet 2003:170).

Gjennom matkjeden overføres *skadelige stoffer i gjødsel og dyrefôr* til mennesker. De mest alvorlige matskandalene i vår tid har vært forårsaket av forsøk på å framstille 'billig' fôr: Mest alvorlig og mest omfattende var – eller er – spredningen av kugalskap. Kugalskap – som britiske myndigheter i 1996 ikke lenger kunne utelukke at kunne overføres til mennesker og forårsake CJD (Creutzfeldt-Jakobs sykdom) – oppsto og smittet gjennom bruk av benmel fra storfe i fôr. Dioksinskandalen i Belgia sommeren 1999 - som førte til at fjørfe, samt alle varer som inneholdt mer enn 2 prosent egg, måtte fjernes fra butikkhyllene og destrueres - skyldtes at dyrefôr til fjækrer var blitt drøyd med olje inneholdende kreftframkallende dioksiner. Dioksiner tilhører langsomt nedbrytbare miljøgifter som opphopes i fettvev hos dyr og kan overføres til mennesker særlig gjennom konsum av fisk, fiskeolje og melkefett (Folkehelseinstituttet 2003:175). Å spise fisk inneholdende dioksiner gir økt kreftfare og kan forstyrre hormonballansen. For Norge, som er en verdens største eksportør av fisk, er det like viktig å unngå dioksiner, som antibiotika, i oppdrettsfisken.

I 2002 rapporterte svenske forskere om funn av til dels store forekomster av akrylamid i maten, særlig i potetgull. Dette er en av flere *prosessframkalt kontaminanter* som kan oppstå under tilberedelse av maten. Akrylamid som kan oppstå ved steking på høy temperatur, er kreftframkallende (Folkehelseinstituttet 2003:179).

4.3 Usunn mat

Et sunt kosthold skal gi energi og god livskvalitet. I vår rike del av verden er underernæring og feilernæring grunnet mangel på mat en sjeldenhet, mens helseskadelig fedme er et stort og økende problem. Det er godt dokumentert at et høyt inntak av sukker og fett er helseskadelig (Mølgaard 2003, St.meld.nr. 16 (2002-2003), Klepp 2004). I USA er det beregnet at anslagsvis 400.000 amerikanere dør av fedme årlig. Til sammenligning knyttes 435.000 for tidlige dødsfall til tobakk og 43.000 til bilulykker (Spurlock 2004, Samuelson 2004).

I Norge er omsetningen av brus og mineralvann mer enn tidoblet siden 1950-årene. Sosial- og helsedirektoratet anbefaler et sukkerinntak på høyst ti prosent av energiinnholdet i kosten til barn og voksne. Kostholdsundersøkelser tyder på at voksne inntak av tilsatt sukker holder seg under dette (9 prosent i 1993 og 1997), mens barns sukkerinntak har økt til langt over det akseptable (13-åring: 13 prosent i 1993 og 18 prosent i 2000). Fettinnholdet i kosten er redusert (fra 40 til 35 energiprosent i

perioden 1970 til 1990, og ligger nå rundt 34 energiprosent) og forbruket av grønnsaker har økt betydelig de siste 25 årene. Dette har bidratt til en halvering av dødelighet av hjerteinfarkt blant de under 70 år. Fortsatt har likevel de fleste et for høyt inntak av mettet fett. Usunne kostholdsvaner er sosialt skjevfordelt (Sosial- og helsedirektoratet 2003).

I Norge er det både blant eksperter og blant folk flest en generell enighet om at for mye fett og sukker er lite helsebringende, og at frukt, grønnsaker og fisk er bra (Sosial- og helsedirektoratet 2003, MMI studie referert i Aftenposten 03.08.2004). Men hvorvidt inntak av karbohydrater i form av pasta og potet er sunt eller for enkelte skadelig fetende, hersker det uenighet om både blant lek og lærd. Den såkalte potetdebatten (Fendon Lindberg & Kaare Norum) sommeren 2004 bidrar uansett til økt oppmerksomhet rundt kosthold og ernæring, og er slik sett kanskje helsebringende.

Oppsummeringsvis kan vi si at begrepet helsesikker mat omhandler både fravær av matbåren smitte, fravær av skadelige reststoffer i maten og i tillegg et ernæringsmessig helsebringende kosthold. Det er også mulig å reise spørsmål om genmodifisert mat representerer en helserisiko - og om økologisk mat er sunnere enn annen mat.

5 Forskjeller mellom land og utvikling over tid

I dette kapittelet tar vi utgangspunkt i hele tilfanget av kvantitative data for å sammenligne både utviklingen i Norge over tid, og norske forhold sammenlignet med forholdene i en del andre land. Først vil vi imidlertid beskrive situasjonen på matområdet for de årene vi benytter data fra.

5.1 Rammevilkår i 1999, 2001 og 2004.

Ved SIFO er det gjennomført landsdekkende og representative, surveyer med enkelte direkte sammenlignbare spørsmål knyttet til matsikkerhet i 1999, 2001 og 2004. Det er rimelig å anta at hendelser på matområdet de ulike årene kan påvirke forbrukernes forhold til matsikkerhet. Før vi skal se på endringstendenser i materialet skal vi derfor kort repetere hva som preget mediebildet rundt de tre datainnsamlingsperiodene:

Mens NRK i 1999 gjentatte ganger viste filmsnutten av kalven med kugalskap, viste de i 2001 bilder av dyrebål og hauger med dyrekadavre klare for destruering for å stoppe spredning av munn- og klovsyke. Da dataene for 2004 ble samlet inn, var medieoppslagene på matområdet preget av en norsk hendelse; tomme butikkhyller forårsaket av transportarbeiderstreiken. Det skal også nevnes at tidligere studier tyder på at norske forbrukere i 1999 og 2001 først og fremst var tilskuere til de store matskandalene i Europa, uten at dette så ut til å innvirke særlig på tilliten til maten i Norge (Berg 2004).

1999

Da 1999 materialet ble samlet inn, var Europa preget av store matskandaler: Kugalskap (BSE) skandalen herjet fremdeles i England¹¹ og dioksinskandalen

¹¹ 1981: Britiske landbruksmyndigheter oppfordrer bønder til å fore storfe med proteinrikt benmel fra slakteavfall av kyr og sau (inkl. sau med skrapesyke). For å effektivisere

pågikk i Belgia. Dioksinskandalen skyldtes at profittsøkende aktører hadde brukt spill-olje til å drøye dyrefôr. Dioksiner i mat kan selv i små mengder være skadelige og gi skader på nervesystemet, gi nedsatt immunforsvar og økt risiko for kreft. I likhet med BSE infisert kjøtt kan dioksiner i mat verken sees, luktes eller smakes, og gir heller ingen umiddelbare reaksjoner. I Belgia førte dioksinskandalen til at alt fjærkre og alle matvarer som inneholdt mer enn 2 prosent egg ble fjernet fra butikkhyllene. De belgiske forbrukernes mistillit rammet både mat og myndigheter etter at myndighetene ble beskyldt for å ha holdt tett om skandalen, som skal ha blitt oppdaget allerede i januar, mens EU ikke ble informert før 27 mai. Skandalen resulterte i omfattende nasjonale handelsboikotter og både den belgiske handelsministeren og helseministeren måtte gå av (Johnsen 1999) .

2001

Mens strenge tiltak bidro til at spredning av dioksininfisert mat i Belgia ble stoppet, spredde kugalskap seg etter hvert til de fleste landene i Europa. *Den som leter finner*, sa den franske landbruksministeren . Da 2001 materialet ble samlet inn var det registrert kugalskap i Irland (579), Portugal (491), Sveits (366), Frankrike (251), Tyskland (24), Belgia (22), Nederland (9), Spania (8), Italia (2), Danmark (2) og Luxembourg (1), foruten England (179.338) (EU-kommisjonen 2001). Samtidig med datainnsamlingen i 2001, var media preget av enda en dyrehelseskandale med utspring i England: Munn og klovsyken. Også den resultat av kontaminert fôr¹². Strenge tiltak for å hindre/begrense spredning nasjonalt og internasjonalt ble igangsatt, med massedestruksjon av dyr og strenge smittehygieniske tiltak. Norge var tidlig ute med å stenge grensene for import av kjøtt og melkeprodukter, også fra land der det ikke var oppdaget munn og klovsyke. Etter råd fra dyrehelsetilsynet iverksatte den norske landbruksministeren strengere smittevern tiltak enn EU ellers (Liven 2001).

produksjonsprosessen får kraftforproducentene tillatelse til å senke temperaturen i produksjonsprosessen med noen få grader.

1986: Første tilfellet av kugalskap oppdages. Det utelukkes at smitte kan overføres til mennesker.

1988: Forskere finner sammenheng mellom BSE og produksjonsmetoden av benmel i kraftfor.

1992: 36.681 dyr dør av BSE i England. Forbrukerne forsikres fortsatt om at storfekjøtt er ufarlig.

1995: 19 år gamle Stephen Churchill dør av Creutzfeldt-Jakobs sykdom (CJS).

1996: Britiske myndigheter kan ikke lenger utelukke at BSE kan overføres til mennesker. EU innfører forbud mot britisk storfekjøtt. BSE oppdages i Frankrike. Bruk av benmel i fôr forbyr i England.

1997: 23 mennesker dør av CJS. Usikkerhet blant eksperter om hvor mange som er smittet. Inkub.tid ca. 5-20år.

1998: Eksportforbudet oppheves.

2000: Kugalskap oppdages i Danmark. Tilsammen 83 mennesker er hittil døde av CJS (Kilde A-posten16.01.01)

2004: En risikovurdering foretatt av Folkehelse tyder på at en til to personer i Norge kan utvikle CJS som følge av smitte under opphold i Storbritannia i perioden 1980-1996 (Matportalen 2004)

¹² Det var foring med matavfall med opprinnelse fra Asia som startet munn- og klovsyke epidemien i Nord-øst England (Liven 2001).

2004

I 2004 var ikke matområdet preget av europeiske matskandaler tilsvarende situasjonen i 1999 og 2001. Viktig av året var at Statens næringsmiddelinspekt, sammen med blant andre Statens institutt for ernæring og fysisk aktivitet, samt Dyrehelsetilsynet ble samlet i én institusjon: Mattilsynet. Egne informasjonskampanjer kan ha bidratt til at norske forbrukere fikk økt bevissthet og kanskje styrket tillit til offentlig matkontroll.

Siden siste datainnsamling ble det i Norge i november 2002 oppdaget at flere Meny butikker ulovlig lagret kjøtt som var gått ut på dato, og at varer utgått på dato ble brukt i ferdigretter som ble solgt i butikkene¹³ (Dagsavisen 2004). Mange kunder følte seg lurte, men først og fremst var dette et pris-kvalitetsproblem. Vi tror ikke dette har påvirket 2004 materialet. Av større betydning for rammebetingelsene i 2004 var den fem uker lange transportarbeiderstreiken. Da dataene ble samlet inn var streiken over, men det var fortsatt mangel på en del varer i butikkene. Streiken rokket imidlertid neppe ved forbrukernes tillit til at maten de fikk kjøpt var trygg å spise.

Tiden før 2004-materialet ble samlet inn var også preget av Potet-debatten mellom ernæringseksperter Fedon Lindberg og Kaare R. Norum som er uenige om hvor mange poteter vi bør spise, men enige om at vi bør spise mer fisk, frukt og grønt, mindre sukker og fett. Dataene ble samlet inn før de 147 WTO landene klarte å bli enige om å fjerne eksport subsidier på landbruksvarer, blant annet for at u-landsprodukter skal få bedre tilgang til markedene i de rike landene. Bønder frykter at dette kan gi dyptgripende landbruksreformer (Markovski 2004).

5.2 Forbrukernes tillit til matsikkerhet i 1999, 2001 og 2004.

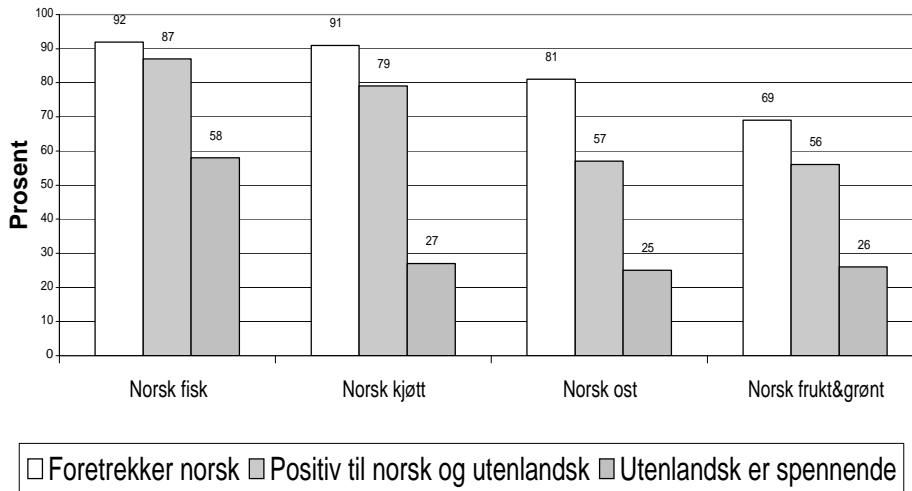
Spørsmålet vi ønsker å belyse er om forbrukernes tillit til matsikkerhet i Norge ser ut til å endre seg i en bestemt retning, eller om den – på tross av ulike historiske matkontekster de tre årene vi har loddet stemningen – ser ut til å holde seg rimelig konstant.

Det er godt dokumentert at norske forbrukere – sammenlignet med forbrukere i andre land - har høy tillit til at de trygt kan spise mat kjøpt – og særlig hvis den også er produsert – i Norge (Berg 2000, 2001, Glitsh 2000, Poppe & Kjærnes 2003, Berg m.fl. 2004). I de tre Sifo-surveyene ble forbrukerne bedt

¹³ Kun én Meny-butikk ble i følge Dagsavisen ekskludert fra kjeden, og det rapporteres om én matforgiftet kunde.

om å ta stilling til om de mente en rekke matvarer var 'stort sett trygt' eller 'ikke helt trygt' å spise. Mens ordlyden og kategoriseringen har vært lik de tre årene, har enkelte matvarer kommet til, og – ved en innsamlingsglipp – én matvare gått ut i 2004.

Hva slags norske varer foretrekkes?



Figur 5.1: Tillit til ulike typer mat blant forbrukere i Norge. Tillitsprofiler for 1999, 2001, 2004. Vektet etter kjønn og alder. Prosent. N= ca. 1000 pr. år.

Ved å sammenligne profilene basert på forbrukernes vurdering av hvorvidt det var trygt å spise ulike matvarer de tre årene, er hovedinntrykket fra figur 3.1 at tilliten har holdt seg rimelig stabil og høy for de fleste matvarer. Unntakene er en signifikant økt tillit til kylling og egg siden 1999, og økt tillit til storfekjøtt siden 2001.

Som vi ser er nesten alle, rundt ni av ti forbrukere – alle tre årene - enige om at det er trygt å spise fisk, frukt og grønnsaker, samt lam og svin. Vi er omtrent like enige i at det ikke er helt trygt å spise gatekjøkkenmat: Med små variasjoner de tre årene er det grovt sett bare rundt en fjerdedel som mener det er stort sett trygt å spise gatekjøkkenmat. Vi vet ikke om mistilliten rettet mot gatekjøkkenmat skyldes at forbrukerne tror man lett kan bli syke etter å ha spist gatekjøkkenmat pga. uhygieniske forhold etc., eller om forbrukerne er skeptiske til at gatekjøkkenmaten inneholder for mye fett og sukker, noe ernærings ekspertene har overbevist oss om er helseskadelig (MMI-studie sitert av Leander 2004).

Det er også en god del skepsis knyttet til det å spise oppdrettsfisk, kylling og kjøttdeig. Det er interessant å merke seg at den negative vurderingen av oppdrettsfisk i forhold til fisk¹⁴ har holdt seg konstant de tre årene. Flere Sifo-studier viser lignende resultater: I 2001 var det 75 prosent som mente at villfisk var sunnere enn oppdrettsfisk, mens bare 3 prosent mente oppdrettsfisk var sunnest (Berg 2001). I en annen undersøkelse gikk det fram at hele 60 prosent mente at vill-laks også smaker bedre enn oppdrettslaks, mens bare én liten prosent mente oppdrettslaks smaker bedre enn vill-laks (Døving 1997). Videre finner vi i en studie knyttet til dyrevelferd at mens 93 prosent 'gjærne spiste villfisk', var det færre - 70 prosent - som 'gjærne spiste oppdrettsfisk'. På spørsmål om hvorvidt forbrukerne mente ulike dyreslag hadde akseptable levekår, var det 93 prosent som svarte at villfisk hadde det akseptabelt, mens bare 49 prosent mente oppdrettsfisk hadde det akseptabelt. Selv om det var en klar signifikant sammenheng mellom hvordan folk vurderte dyrevelferden og selvrappertert konsum, var hovedbildet likevel at de fleste spiser det meste, også de som mener dyret eller fisken ikke har hatt det akseptabelt. Hovedbegrunnelsene for ikke å spise oppdrettsfisk var i) uheldige stoffer i fôr/medisinering ii) smak iii) dårlige forhold for fisk i oppdrettsanlegg (Berg 2003).

I følge figur 5.1 har forbrukernes tillit til at kylling og egg er trygt å spise økt signifikant siden 1999. Fra at (bare) 55 prosent mente kylling var trygt å spise i 1999, var det 70 prosent som mente kylling var trygt å spise i 2001 og 2004. Det var spesielt uventet at andelen økte fram mot 2001, da det i løpet av perioden var avslørt ulovlig import av kylling som ble pakket og solgt som 'norsk'. Det kan nesten se ut som om matskandalene i Europa med oppdagelse av kugalskap i stadig flere land, og utbrudd av munn- og klovsyken bidro til at mange forbrukere oppjusterte sin tillit til kylling og egg, i stedet for å nedjustere sin tillit til kjøtt. Det kan nevnes at i dyrevelferdstudien (datainnsamling i 2002) ble kyllingers levekår vurdert som dårligst blant de tolv dyreartene forbrukerne tok stilling til. Bare 27 prosent mente kyllinger hadde det akseptabelt (Berg 2001).

Figur 5.1 viser også at andelen som mente det var trygt å spise kjøtt var den samme i 1999 og 2001 (En programmeringsglipp under innsamlingen gjør at vi ikke har estimatet for 2004). Vi ser imidlertid en klar og statistisk signifikant økning i tillit til storfekjøtt fra 2001 til 2004, kanskje som en følge av at de (relativt få) som fryktet kugalskap er beroliget etter sannsynligheten for å bli smittet av BSE i Norge er beregnet til minimal av en internasjonal komité (Veterinærinstituttet 2004). Bjørkum og Lien (2001) fant at forbrukere som var skeptiske til kjøtt knyttet sin skepsis til enkelte kjøttslag og ikke til kjøtt generelt. Dette ble bekreftet i dyrevelferdsstudien, selv om metodikken¹⁵

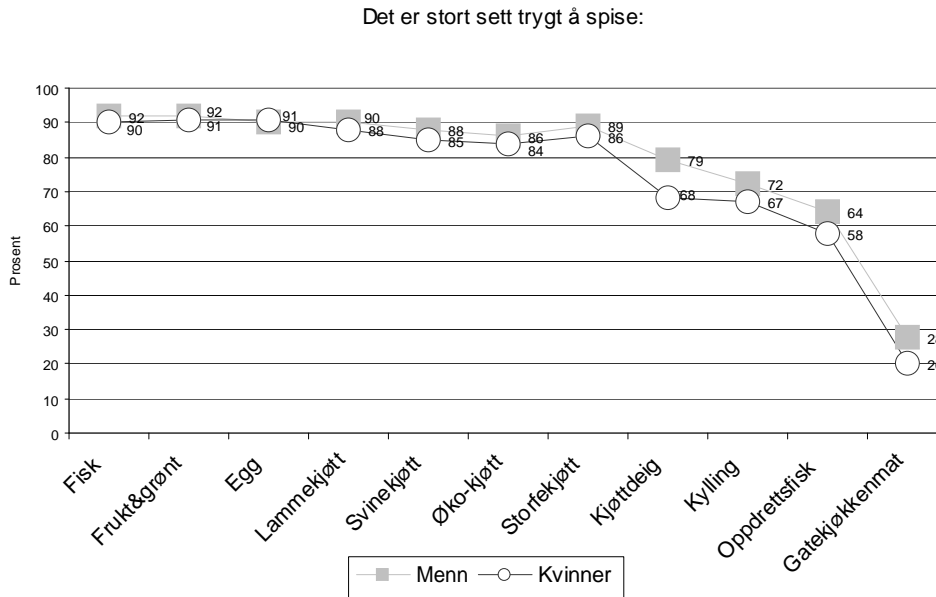
¹⁴ Dette tyder på at forbrukerne forbinder 'fisk' med villfisk.

¹⁵ Ulike problemstillinger, spørreskjemadesign og spørsmålsbatterier.

varierte i de to studiene. De vanligste årsakene til at forbrukerne ikke så gjerne spiser ett eller flere kjøttslag var i) smak ii) at kjøtt var usunt og iii) at de ville unngå å få i seg uheldige stoffer fra fôr og medisiner (Bjørkum og Lien 2001, Berg 2002).

Både i studien fra 1999 og 2001 er kvinner mer skeptiske til matsikkerheten enn det mennene er. En rekke studier bekrefter at dette mønsteret gjenfinnes i mange europeiske land (Berg 2000, Poppe & Kjærnes 2003).

Figur 5.2 viser hvordan kvinner og menn i Norge vurderte matsikkerheten i 2004:



Figur 5.2: Tillit til ulike typer mat blant kvinner og menn i 2004. Vektet etter alder og kjønn. Prosent. (N=1000)

Figur 5.2 viser i likhet med tidligere studier at menn oftere enn kvinner mener det stort sett er trygt å spise de fleste matvarer i Norge. Selv om ikke alle forskjellene i figur 5.2 er signifikante på 5-prosents nivå, er mønsteret så klart og gjentakende at vi kan regne med at dette mønsteret er rimelig robust¹⁶. Den største - klart signifikante - forskjellen finner vi i synet på kjøttdeig. Mens omtrent syv av ti kvinner mener kjøttdeig er stort sett trygt å spise, er det betraktelig flere menn, åtte av ti, som føler de trygt kan spise kjøttdeig. En

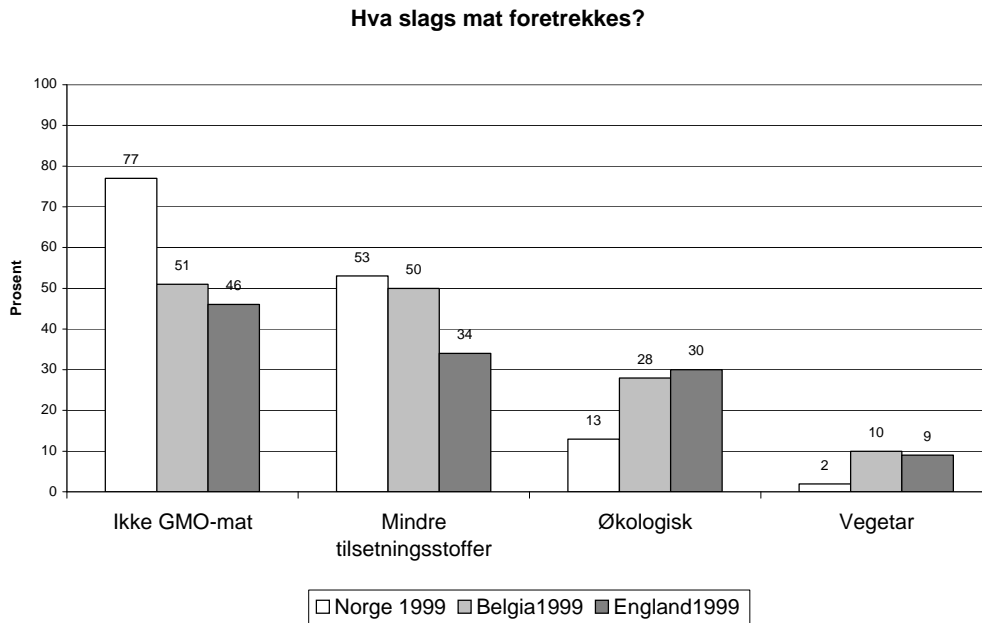
¹⁶ Signifikante kjønnsforskjeller i tillit til kjøttdeig, kylling, oppdrettsfisk og gatekjøkkenmat.

rekke studier, med ulike metodikker, støtter antagelsen om at kvinner er mer skeptiske til kjøtt enn menn (Wandel 1997, Lien, Bjørkum & Bye 1998, Bjørkum og Lien 2001, Berg 2000, 2001, 2002). I den tidligere siterte dyrevelferdsstudien var det så mange som 45 prosent av kvinnene, mot 29 prosent av mennene som helst ikke, eller helt unngikk, å spise ett eller flere kjøttslag (Berg 2003).

Det har vært hevdet at kjøtt er maskulin mat, mens fisk er feminin mat (Bourdieu 1984). Vi finner støtte for at kjøtt er maskulin mat, men ikke at fisk er feminin mat. Mens henholdsvis 19 og 20 prosent av mennene 'ikke liker' kjøtt (minst ett slag) og fisk, er tilsvarende andeler for kvinner 35 og 25 prosent (Berg 2002:60). Menn mener oftere enn kvinner at de trygt kan spise både fisk og oppdrettsfisk (figur 5.2), og mens 34 prosent av kvinnene helst ikke spiser eller unngår helt å spise fisk, gjelder dette 'bare' for 26 prosent av mennene. Også målt etter smakspreferanser, finner vi støtte for at kjøtt er maskulin mat, men ingen støtte for at fisk er feminin mat. Kvinner ser altså ut til å være både mer kritiske og mer kresne i matveien enn menn.

5.3 Foretrukne produksjonsmetoder

Som det framgår av avsnittet over, har forbrukerne i Norge høy tillit til matsikkerheten generelt, men mange er likevel skeptiske til for eksempel gatekjøkkenmat, oppdrettsfisk og enkelte kjøttslag. En måte å takle skepsis rettet mot mat er å velge spesifikke matsorter, eller mat produsert på spesifikke måter. Sifo-studiene inneholder data om forbrukernes preferanser for økologisk mat, vegetarmat, norskprodusert mat, samt mat uten tilsetningsstoffer. Vi har også loddet stemningen for eller imot genmodifisert mat, på tross av at dette ikke er tillatt solgt i Norge eller Europa. I 1999-studien ble også et utvalg engelske og belgiske forbrukere stilt et utvalg av Sifo-spørsmålene:



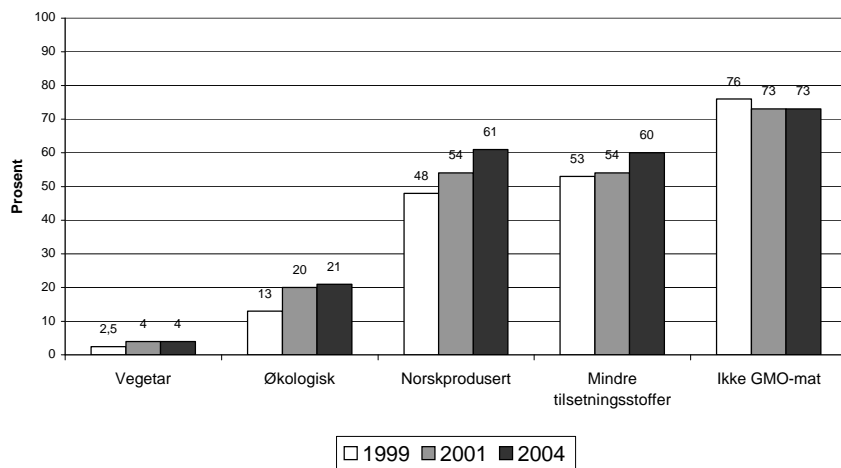
Figur 5.3: Foretrukne produksjonsmetoder i Norge, Belgia og England i 1999. Andeler som er helt enige i utsagnene: Jeg vil helst unngå mat som kan være genmodifisert. Jeg prøver å spise mindre mat med tilsetningsstoffer. Jeg spiser helst mat som er økologisk dyrket. Og i tillegg andeler som sier de er helt eller delvis vegetarianere. Vektet etter kjønn og alder. N= ca.1000 i hvert land.

Hovedinntrykket etter figur 5.3 er at forbrukerne i Norge i 1999, sammenlignet med forbrukere i England og Belgia, skåret svært høyt på motstand mot genmodifisert mat og ønske om å redusere konsum av tilsetningsstoffer i mat. Figuren viser også at preferansen for økologisk mat i Norge sammenlignet med i England og Belgia er lav, og likeledes at det var svært få i Norge som sa de var helt eller delvis vegetarianere.

Som beskrevet foran skyldes både BSE-skandalen og dioksinskandalen 'tukling' med dyrefôret for å øke profitten i kjøttproduksjonen. En måte å unngå infisert kjøtt er naturligvis å la være å spise kjøtt generelt – bli vegetarianer – eller kun spise økologisk kjøtt, der det er strenge regler for hva dyrene kan spise. Med de den gang pågående matskandalene var det ikke uventet at forbrukere i England og Belgia anno 1999 var mer opptatt av økologisk mat og at de oftere er vegetarianere enn forbrukere i Norge, som satt på betryggende tilskuerplass til dyrehelsetragediene i England og Belgia.

Det er vanskeligere å forklare hvorfor forbrukere i Norge er så mye mer negative til genmodifisert mat, samt tilsetningsstoffer i mat, enn forbrukere i England og Belgia. En mulig forklaring kan være at nordmenn er spesielt opptatt av natur og 'det naturlige' og at genmodifisert mat – i likhet med mat som har *for* lang holdbarhetstid - oppleves som svært unaturlig, og derfor vil unngås. Men ville det ikke da vært naturlig at vi var spesielt opptatt av økologisk mat også? Vi vil forfølge dette spørsmålet etter presentasjonen av neste figur, der vi ser på hvordan preferansene for ulike produksjonsmetoder har utviklet seg i Norge fra 1999 til 2004. I tillegg skal vi se hvordan forbrukernes preferanser for 'norskprodusert' mat har utviklet seg i perioden:

Hva slags mat foretrekker vi?



Figur 5.4: Foretrukne produksjonsmetoder blant forbrukere i Norge i 1999, 2001, 2004. Andeler som er helt enige i utsagnene: Jeg vil helst unngå mat som kan være genmodifisert. Jeg prøver å spise mindre mat med tilsetningsstoffer. Jeg foretrekker mat som jeg vet er produsert i Norge. Jeg spiser helst mat som er økologisk dyrket. Og i tillegg andeler som sier de er helt eller delvis vegetarianere. Vektet etter kjønn og alder. N= ca.1000 hvert år.

Hovedinntrykket fra figur 5.4 er at skepsis rettet mot genmodifisert mat har holdt seg høy i perioden vi ser på, der grovt regnet tre av fire forbrukere i Norge alle tre årene er helt enige i at de vil unngå genmodifisert mat. Skepsis rettet mot tilsetningsstoffer i mat har likeledes holdt seg høy alle tre årene, og

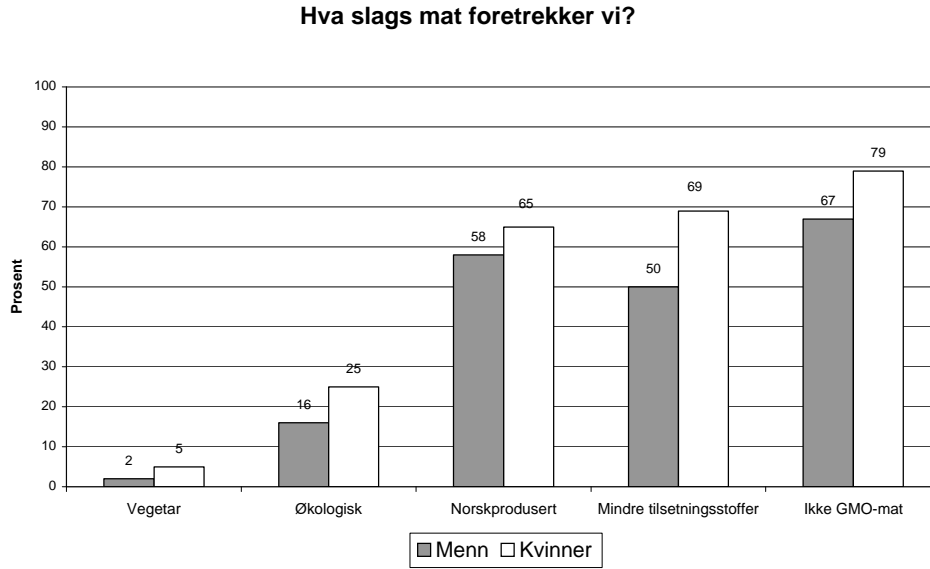
har sannsynligvis også økt siste året (ulike spørreskjemadesign gjør at vi må tolke endringer med forsiktighet).

En opplagt strategi for forbrukere, myndigheter og markedsaktører i Norge når matskandalene herjer i Europa, er å satse på norskprodusert mat. Litt uventet er det at andelen som foretrekker norskprodusert mat fortsatte å stige inn i 2004. Økt internasjonalisering og et økt innslag og vanliggjøring av utenlandsk mat i norske butikkhyller har med andre ord ikke bidratt til at færre er opptatt av at maten skal være norsk. Forbrukernes preferanser for norsk mat følges videre i kapittel 8.

Andeler som foretrekker økologisk mat viser en klar økning siden 1999. I 2001 og 2004 svarte én av fem forbrukere i Norge at de foretrekker økologisk mat. Dette er fortsatt lite i forhold til andelen som ønsker økologisk mat i Europa. En forklaring til at færre forbrukere i Norge enn i England og Belgia ønsker økologisk mat kan være at pris og tilgang på økologisk mat er dårligere utbygd i Norge (Torjusen 2001, Vittersø 2001). En annen forklaring kan være at forbrukere oppfatter norsk jordbruk som 'nesten økologisk', særlig sett i forhold til det industrielle jordbruket i Mellom Europa, slik at det å spise norskprodusert mat blant mange forbrukere oppfattes som tilstrekkelig økologisk (Berg 2001c).

Mye tyder på at også andel vegetarianere har økt mellom 1999 og 2004. Mer omfattende beregninger viser at økningen i andel vegetarianere er spesielt høy når vi ser på unge kvinner, særlig kvinnelige studenter. I 2001 var mer enn én av ti kvinnelige studenter helt eller delvis vegetarianer. I dyrevelferdsundersøkelsen fra 2002 gjentar dette bildet seg (Berg 2001:33, Berg 2002:42). Og beregninger basert på 2004 materialet viser igjen at blant unge kvinner finner vi 'svært mange', hele 12 prosent vegetarianere.

Er det slik at kvinner også er sterkere tilhenger av økologisk mat og norskprodusert mat enn mennene er? Og er kvinnene mer kritiske enn menn til 'unaturlig' mat? I neste figur tar vi utgangspunkt i 2004 materialet og skiller på kvinner og menn:



Figur 5.5: Foretrukne produksjonsmetoder blant kvinner og menn i Norge i 2004. Andeler som er helt enige i utsagnene: Jeg vil helst unngå mat som kan være genmodifisert. Jeg prøver å spise mindre mat med tilsetningsstoffer. Jeg foretrekker mat som jeg vet er produsert i Norge. Jeg spiser helst mat som er økologisk dyrket. Og i tillegg andeler som sier de er helt eller delvis vegetarianere. Vektet etter kjønn og alder. N= ca.1000

Hovedbildet i figur 5.5 er helt entydig: Kvinner er oftere vegetarianere, de foretrekker oftere økologisk mat, de foretrekker oftere norskprodusert mat, er oftere skeptisk til tilsetningsstoffer og de er enda større motstandere av genmodifisert mat enn det menn er. Alle kjønnsforskjellene er statistisk signifikante på 5-prosent nivå. Dette er helt i tråd med tidligere funn som viser at kvinner er mer skeptiske til matsikkerhet enn det menn er, og at de oftere har et refleksivt forhold til matsikkerhet (Berg 2000, Berg 2004).

5.4 Tillit til marked og stat

Den direkte bakgrunnen til at Sifo-studien ble gjentatt i 2004, var resultatene fra de foregående studiene som tydet på at norske forbrukeres tillit til mat ikke var forankret i tillit til markedsaktørene og markedskreftene, men at de hadde stor tillit til den offentlige matkontrollen.

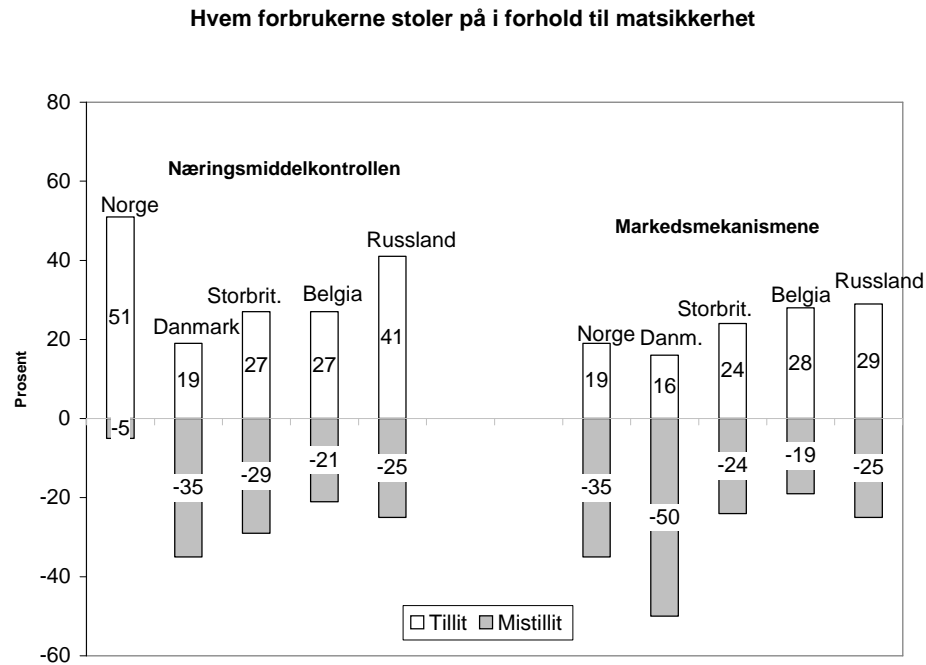
I 1999 studien ble respondentene bedt om å ta stilling til hvem de ville stole på på fortalte den hele og fulle sannhet i forhold til en hypotetisk matskandale i norsk kyllingoppdrett (Prior skandalen kom senere). Vi fant da at offentlige myndigheter hadde høy tillit blant forbrukerne, særlig forbrukerrådet og næringsmiddeltilsynet, mens svært få forbrukerne trodde matindustrien og politikere ville fortelle den hele og fulle sannhet uten verken å skjule eller overdrive faren. Pressen og miljøvernorganisasjonene kom heller ikke spesielt godt ut i denne evalueringen. Ikke fordi de ble mistenkt for å ville holde ting tilbake, men fordi de ble antatt å ville overdrive faren. Tilliten til at bøndene og dagligvarehandelen ville gi riktig informasjon, var også temmelig låber blant forbrukerne. Bare 12 prosent hadde tillit til at bøndene og aktørene i dagligvarehandelen ville fortelle sannheten (Berg 2000:110).

Dette spørsmålsbatteriet ble gjentatt i den komparative Trustinfood-studien i 2002 blant forbrukere i Danmark, Norge, Tyskland, Storbritannia, Italia og Portugal. Hovedmønsteret i Norge var som i 1999. I denne multinasjonale sammenligningen hadde alle landene høyest tillit til forbrukerorganisasjonene. Og i alle landene hadde flere tillit til offentlig matkontroll (food authorities) enn til ulike markedsaktører. De danske og norske forbrukerne hadde oftere tillit til offentlig matkontroll enn det forbrukerne i de andre landene hadde. Og mens norske, danske og tyske forbrukere hadde lavest tillit til matindustrien, hadde engelske, italienske og portugisiske forbrukere enda lavere tillit til politikere. (Poppe & Kjærnes 2003:91).

Neste figur viser forbrukernes tillit til henholdsvis offentlig matkontroll og markedsmekanismer i Norge, Danmark, Storbritannia, Belgia og Russland. Forbrukerne i de fem landene har tatt stilling til utsagnene:

- Næringsmiddeltilsynet sikrer oss trygg mat
- Markedsmekanismene sørger for at maten holder god nok kvalitet

Respondentene kunne velge mellom svaralternativene 'helt enig', 'delvis enig' og 'uenig'. I figuren er 'helt enig' kategorisert som 'tillit', mens 'uenig' er kategorisert som 'mistillit'.



Figur 5.6: Tillit og mistillit til myndigheter og marked blant forbrukere i Norge 1999, Storbritannia 1999, Belgia 1999, Danmark 2001 og Russland 2001. Vektet etter kjønn og alder. Prosent. (N=950, 969,947, 959, 992).

Figur 5.6 viser resultater innsamlet i forskjellige land på forskjellige tidspunkt og er strengt tatt ikke direkte sammenlignbare. Vi kan likevel si at hovedinntrykket – særlig når vi bare ser på 1999-tallene - er at Norge utpreger seg relativt til de andre landene med høy tillit til den offentlige matvarekontrollen og lav tillit til markedsmekanismene. Imidlertid ser vi at de russiske forbrukerne i 2001 også hadde ganske høy tillit til offentlig matkontroll, og at danske forbrukere i 2001 hadde enda lavere tillit til markedet enn forbrukerne i Norge. Figur 5.6 støtter også inntrykket fra 'Trustinfood'-dataene (Poppe & Kjærnes 2003): I alle landene bortsett fra i Belgia, er det flere som har tillit til offentlig matvarekontroll enn til markedsmekanismene. Datainnsamlingen i Belgia 1999 foregikk som vi har beskrevet foran under Dioksinskandalen, der myndighetene ble beskyldt for å ha holdt sannheten om katastrofen skjult i nesten et halvt år.

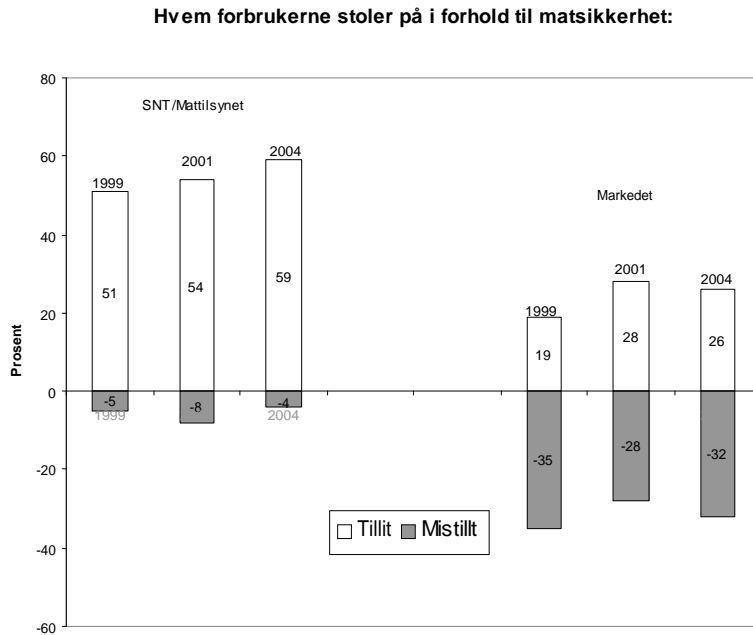
I et russisk-dansk-norsk forskningssamarbeide studeres *sammenhengen* mellom tillit til mat og forbrukernes tillit til henholdsvis stat eller marked (Berg m.fl. 2005). Det kvantitative datamaterialet tar utgangspunkt i forbrukere i Danmark 2001, Russland 2001 (St. Petersburg) og Norge 2001. Analysen viser at systemtillit – både til offentlig matkontroll og til markedsmekanismene – har signifikant effekt på forbrukernes tillit til at de trygt kan spise maten i alle

de tre landene. Men mens danske og norske forbrukeres tillit til matsikkerheten i større grad avhenger av om de har tillit til offentlig matkontroll enn til markedsmekanismene, er bildet faktisk motsatt i Russland¹⁷. Dette skyldes på ingen måte at markedsmekanismene fungerer bedre i Russland enn i Danmark og Norge. Dette skyldes landenes ulike sosiale kontekster: Markedskreftenes inntog i Russland har på den ene siden bidratt til en enorm vekst i vareutvalget, men på den andre siden til store inntekts- og levekårsforskjeller, som gjør at bare et lite mindretall har tilgang på den nye varerikdommen. I St. Petersburg regionen, der de russiske dataene er samlet inn, er det bare de rike som kan kjøpe kvalitetsmat, majoriteten av de russiske forbrukerne er henvist til et marked med mye 'fake food'¹⁸ og dårlig matkvalitet. Frislipp av markedskreftene har altså bidratt til at en liten gruppe har blitt svært rike sammenlignet med resten av befolkningen, og det er denne lille gruppen, som har tilgang på kvalitetsmat, som i særlig grad sier de har tillit til markedskreftene. I Danmark og i Norge er den sosiale konteksten en helt annen; for det første er det langt mindre levekårsforskjeller enn i Russland, og de fleste, om ikke absolutt alle, har mulighet til å velge bort mat de mener ikke er helsesikker. Denne analysen peker på at i tillegg til faktisk varetilbud og matsikkerhet, er både systemtillit og sosiale rammebetingelser viktige for forbrukernes tillit til at maten de kjøper og spiser er helsesikker (Berg m.fl. 2004).

Neste figur viser hvordan tillit til henholdsvis stat og marked i Norge har utviklet seg over tid. I perioden vi ser på ble Næringsmiddeltilsynet innlemmet i det nyopprettede Mattilsynet (1.januar 2004). Denne omorganiseringen av offentlig matkontroll ble fulgt av opplysningskampanjer som kan ha styrket forbrukernes tillit til den offentlige matkontrollen. På den annen side kan omorganiseringen, som innebar en overføring av en del kontroll og ansvar til markedsaktørene, ha bidratt til en svekkelse av tilliten til offentlig matkontroll. I 2004 er også utsagnet som benyttes for å måle tilliten til markedskreftene endret, for å bli mer direkte sammenlignbart med tilliten til den offentlige matkontrollen. Utsagnet som benyttes for å måle tillit til den offentlige matkontrollen var så vidt like at endret ordlyd neppe får betydning for svarfordelingen (fra 'Næringsmiddelkontrollen sikrer oss trygg mat' til 'Mattilsynet sikrer oss trygg mat'). Endringen av utsagnet knyttet til markedet er mer omfattende (fra 'Markedsmekanismene sørger for at maten holder god nok kvalitet' til 'Markedet sørger selv for at maten er trygg'), slik at sammenligning over tid blir svært omtrentlig og hypotetisk.

¹⁷ Som vist i figur 5.6 er det *flere* i Russland som har tillit til offentlig matkontroll enn til markedsmekanismene. Tilliten til det offentlige gir imidlertid mindre utslag på direkte tillit til mat.

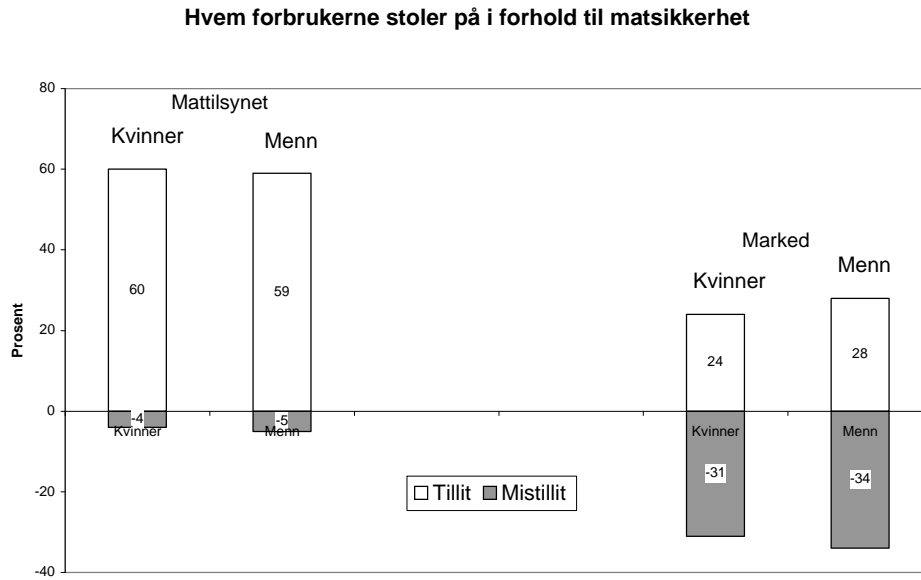
¹⁸ Falske kopier av kjente matmerker.



Figur 5.7: Tillit og mistillit til myndigheter og marked blant forbrukere i Norge 1999, 2001 og 2004. Vektet etter kjønn og alder. Prosent. (N = ca 1000 pr. år).

Hovedinntrykket fra Figur 5.7 er et relativt stabilt bilde over tid som viser at forbrukerne i Norge oftere har tillit til den offentlige matkontrollen enn til at markedet selv kan sørge for at maten vi spiser er helsesikker og av god kvalitet. Figuren tyder også på at etableringen av Mattilsynet i hvert fall ikke har bidratt til redusert tillit til den offentlige matkontrollen. I 2004 var det 59 prosent av forbrukerne som var 'helt enige' i at Mattilsynet sikrer oss trygg mat. I tillegg er 34 prosent er 'delvis enige' (vises ikke i figuren). Svært få, bare 4 prosent sier seg uenig i denne påstanden.

Mens svært få uttrykker mistillit til den offentlige matkontrollen, er det en betydelig andel – alle tre årene – som gir uttrykk for mistillit til at markedet selv kan sørge for at forbrukerne får mat de trygt kan spise.



Figur 5.8: Andel kvinner og menn som er enige eller uenige i at henholdsvis offentlige myndigheter og marked sikrer oss trygg mat i 2004. Prosent. Vektet etter kjønn og alder. (N= 1000)

I matrelaterte spørsmål finner vi ofte store kjønnsforskjeller. Alle tre årene finner vi for eksempel at kvinner langt oftere enn menn har hovedansvar for innkjøp av mat. I 2004 var det 62 prosent av kvinnene, mot 26 prosent av mennene, som sa de alltid hadde hovedansvaret for innkjøp av mat. Gjennomgangen i dette kapitlet har også vist at kvinner er mer kritiske til matsikkerheten enn menn. Figur 5.8 viser imidlertid at systemtilliten i forbindelse med matsikkerhet er rimelig jevnt fordelt mellom kvinner og menn. Tillit til Mattilsynet etter kjønn er så å si identisk. Vi ser at menn noe oftere enn kvinner tar stilling til utsagnet 'Markedet sørger selv for at maten er trygg', ved at de litt oftere enten er 'helt enig' eller 'uenig' enn det kvinnene er. Men verken vurdering av Mattilsyn eller markedskreftene viser signifikante kjønnsforskjeller.

Hovedinntrykket er at menn og kvinner samlet gir en relativt lik vurdering av hvorvidt den offentlige matkontrollen og markedskreftene er tillitsverdige i forhold til å ivareta matsikkerheten: Tilliten til offentlig matkontroll er langt høyere enn tilliten til at markedet selv vil sørge for at maten er trygg å spise. I kapittel 7 går vi videre i analysen av forbrukernes systemtillit.

6 Forbrukernes vurdering av den tilgjengelige varekvaliteten

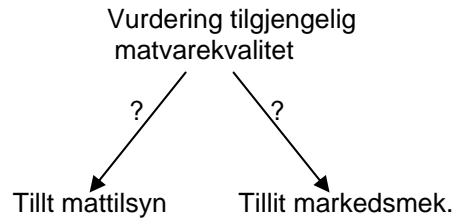
Etter å ha sammenlignet skandinaviske og russiske forbrukeres tillit til hvorvidt maten er helemessig sikker å spise eller ikke, ble det klart at *den tilgjengelige varekvaliteten* – som er svært forskjellig i Russland og Skandinavia - er en usedvanlig viktig variabel for å forklare variasjoner i tillit. Forbrukere i Norge kan i langt større grad velge bort matvarer de føler det ikke er helt trygt å spise, enn det forbrukere i Russland har anledning til¹⁹ (Berg 2001b, Berg m.fl. 2005). Vi kan imidlertid ikke se bort fra at tilgang på helsesikker mat kan variere både geografisk og sosioøkonomisk også i Norge. I Norge er det regionale variasjoner både i butikk tetthet og priser (Lavik 2001). Det er ikke mulig å måle den objektivt tilgjengelige varekvaliteten i en survey. Vi antar imidlertid at forbrukernes vurdering av tilgjengelig varekvalitet er en avspeiling av – om ikke identisk med - den faktiske varekvaliteten.

For de fleste forbrukerne er både 'markedet' og 'offentlig matkontroll' abstrakte størrelser. I sine vurderinger av hvorvidt disse institusjonene er tillitsverdige, baserer sannsynligvis de fleste seg på sine hverdagserfaringer som forbrukere. Av forbrukerintervjuene (Torjusen 2004) gikk det fram at informantenes vurderinger rent konkret ble knyttet opp mot matvarebutikken/e der de selv vanligvis handler mat. Vi ønsker derfor å undersøke hvordan tillit til markedet og den offentlige matkontrollen påvirkes av forbrukernes subjektive erfaringer, opplevelser og vurderinger av den faktiske varekvaliteten slik de møter den i butikken/e der de vanligvis handler.

- Er forbrukernes tillit til markedet en funksjon av deres vurdering av matvarekvaliteten og varetilbudet slik de møter det i butikken/e der de vanligvis handler?

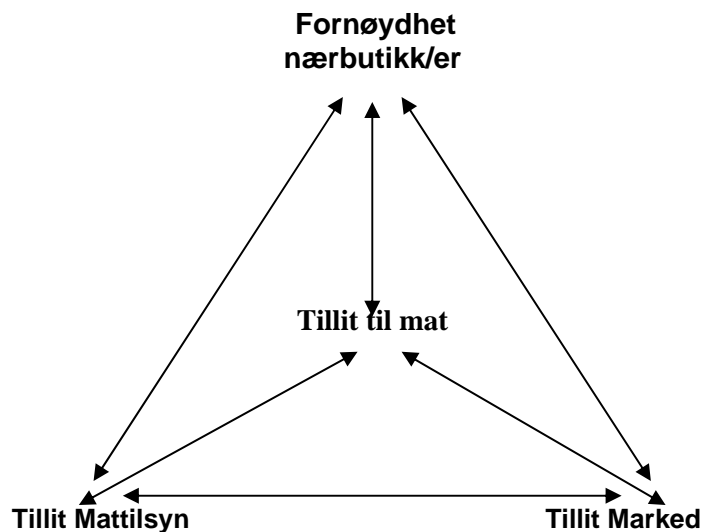
¹⁹ I materialet som danner grunnlaget for den russisk-dansk-norske analysen hadde vi dessverre ikke kvantitative data om forbrukernes vurdering av den tilgjengelige varekvaliteten. I 2004 materialet har vi imidlertid sikret oss forbrukernes vurderinger av varetilbudet i butikken (e) der de vanligvis handler.

- Eller har fornøydhets/misfornøydhets med dagligvarebutikken/e større effekt på tilliten til Mattilsynet enn på tilliten til markedsmekanismene?



Hovedspørsmålet er:

- Hvor forankrer forbrukerne sin tillit til mat? Er tilliten forankret i dagligvarebutikkene der den enkelte forbruker handler, eller er tilliten forankret i en mer eller mindre diffus systemtillit til at henholdsvis markedskreftene og/eller Mattilsynet sørger for at vi trygt kan spise maten vi kjøper?



Modell 6.1: Faktorer som påvirker forbrukernes tillit til matsikkerhet.

Før vi vil prøve å estimere den skisserte modellen, skal vi først konsentrere oss om hvordan forbrukerne vurderer den tilgjengelige matvarekvaliteten. For å belyse dette har vi bedt respondentene om å vurdere hele seksten forskjellige sider ved matvaretilbudet og matvarekvaliteten slik de opplever det. For å få et bilde av hvordan den enkelte forbruker vurderer sitt

tilgjengelige varetilbud, ble vurderingene relatert til den eller de butikkene der den enkelte forbruker vanligvis gjør sine dagligvareinnkjøp²⁰.

De seksten forholdene vi ber respondentene vurdere kan inndeles i fire hovedgrupper: Vurdering av matvaresikkerheten, vurdering av matvareutvalget, vurdering av spesialvaretilbudet, og vurdering av matvareinformasjonen. På bakgrunn av de seksten variablene konstrueres en indeks som viser grad av misnøye med tilgjengelig varekvalitet for bruk i den multivariate analysen.

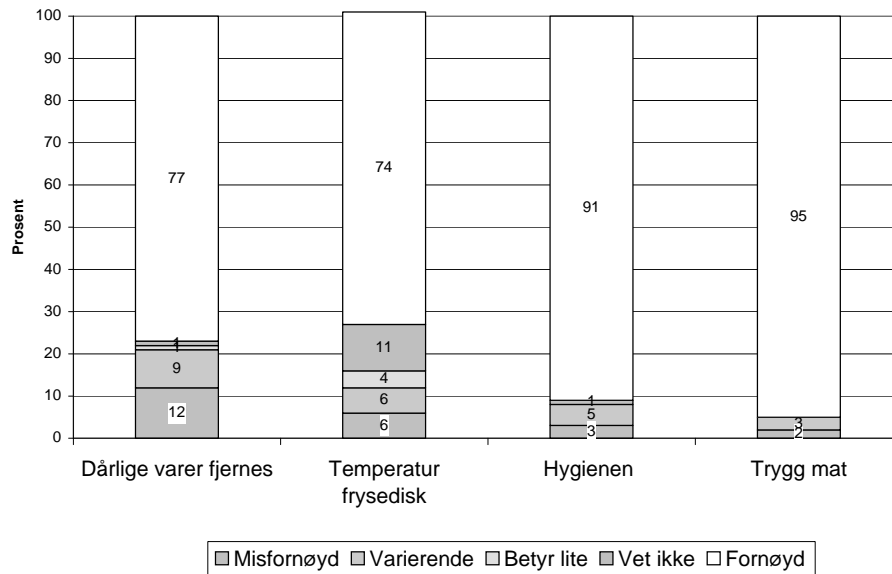
6.1 Fornøyd eller misfornøyd med matvaresikkerheten

Som vist i forrige kapittel har forbrukerne i Norge høy tillit til at de trygt kan spise de fleste matvarer (figur 5.1). I neste figur har vi bedt forbrukerne vurdere fire ulike sider knyttet til matvaresikkerheten der de vanligvis handler. Samlet skal disse fire forholdene si noe om forbrukernes vurdering av matvaresikkerheten ut fra den enkeltes rammebetingelser i matvaremarkedet.

Vi har spurt våre respondenter om de er fornøyd – eller misfornøyd – med: tilgang på mat de trygt kan spise, butikkens hygiene, temperatur i frysedisk og kjøledisk, og hvorvidt gamle og dårlige varer fjernes fra butikkhyllene - eller om disse forholdene betyr lite for dem personlig. I og med at vi allerede vet at de fleste forbrukerne i Norge har høy tillit til matvaresikkerheten (se fig. 5.1, de kan velge bort gatekjøkkenmat!) har vi grunn til å tro at de fleste også er fornøyde med både tilgang på trygg mat, hygiene, temperaturer og at dårlige varer fjernes:

²⁰ Først fikk respondentene spørsmålet: Handler du stort sett mat i én butikk, to butikker, tre butikker eller enda flere forskjellige butikker? Dernest ble de som hadde svart to eller flere butikker gitt følgende tilleggsintroduksjon til butikk-evalueringens spørsmålene: Tenk deg de butikkene der du vanligvis handler slått sammen til én butikk med alle mulighetene dette gir, når du svarer på de neste spørsmålene.....

Er du fornøyd eller misfornøyd med matvaresikkerheten der du vanligvis handler?



Figur 6.1: Andel forbrukere som er misfornøyd med tilgang på mat de trygt kan spise, butikkens hygiene, temperatur i frysedisk og kjøledisk, samt fjerning av gamle og dårlige varer fra hyllene, i de butikkene/e der de vanligvis handler. Prosent. Vektet etter kjønn og alder. (N=1000).

Selv om vi på bakgrunn av tidligere studier vet at forbrukernes tillit til matsikkerhet i Norge er svært høy, er resultatene i Figur 6.1 overraskende positive for matvarehandelen. Nesten ingen, bare to prosent sier at de er misfornøyd med tilgang på mat de trygt kan spise. I tillegg er det 3 prosent som sier de er varierende eller delvis fornøyd. Nesten alle, hele 95 prosent, sier de er fornøyd med tilgang på trygg mat i den eller de butikkene der de vanligvis handler. Når vi går litt nærmere inn på forhold som kan påvirke matvaresikkerheten, ser vi at det fortsatt er relativt få som har noe å utsette på butikkene der de vanligvis handler mat: Bare 3 prosent er udelt misfornøyd med hygienens, 6 prosent med temperatur i frysedisk og kjøledisk.

Litt flere er misfornøyd med hvordan butikkene sørger for å fjerne gamle varer fra hyllene: 12 prosent er misfornøyd, og i tillegg er 9 prosent delvis misfornøyd. Til sammen er det altså så mange som en av fem forbrukere som kunne tenke seg bedre rutiner for fjerning av gamle og dårlige varer fra

butikkhyllene. Imidlertid, dette er en side ved matvaresikkerheten som forbrukerne i stor grad kan kontrollere selv gjennom å sjekke datostempling og la være å kjøpe mat med synlig dårlig kvalitet.

6.2 Fornøyd eller misfornøyd med vareutvalget

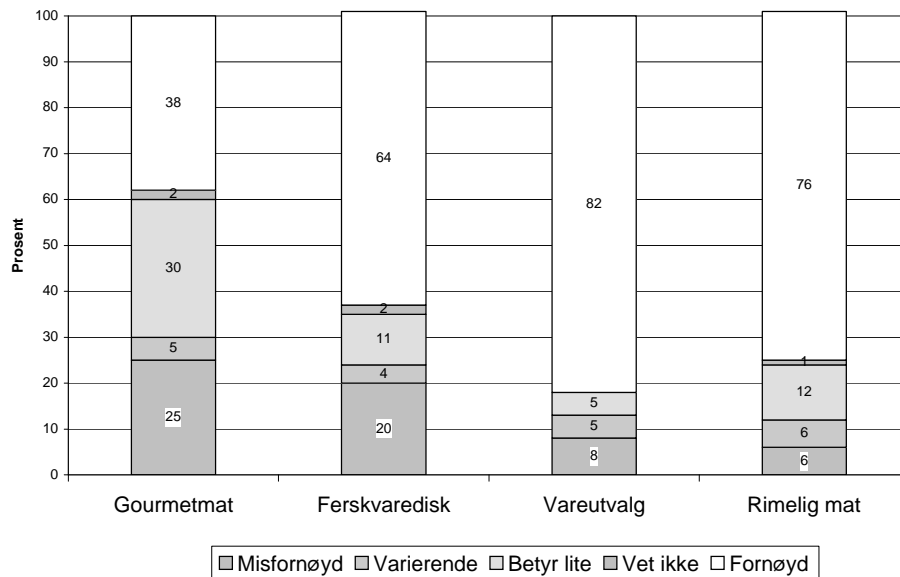
Utvalg av varer bestemmer muligheten for å velge bort varer man mener ikke tilfredsstillende til kvalitet. For eksempel betyr tilgang på villfisk at de som er skeptiske til oppdrettsfisk kan velge bort denne og fortsatt ha fisk på menyen. De som er skeptiske til ferdiglaget mat med tilsetningsstoffer kan velge mat fra ferskvaredisken, dersom butikken har ferskvaredisk. Den kvalitative variasjonsbredden i vareutvalget gir rammer for i hvilken grad forbrukerne kan velge det de anser som trygg mat.

Det har vært reist spørsmål rundt variasjonsbredden i norsk dagligvarehandel. Fire markedsaktører har kontroll med 99 % av dagligvarehandelen, der over halvparten av markedet domineres av lavpris butikker, noe som kan gå på bekostning av variasjonsbredden i vareutvalget (ACNielsen 2003). Mens vi i denne studien ber respondentene vurdere utvalg etc. i de butikkene der de vanligvis gjør sine dagligvareinnkjøp, har Lavik (2001) undersøkt forbrukernes tilfredshet med lavprisbutikker. Hun finner at rundt tre fjerdedeler er tilfreds med vareutvalget i lavprisbutikker til hverdags, mens under halvparten er tilfreds med vareutvalget i slike butikker når de skal handle inn mat for weekenden. Mange av disse oppsøker sannsynligvis butikker med bedre utvalg på kvalitetsvarer når de skal lage weekendmat og festmat.

I de kvalitative intervjuene med markedsaktører, ble forbrukerne beskrevet som nesten endimensjonalt opptatt av pris (Terragni 2004). I de kvalitative intervjuene med forbrukere gikk imidlertid misfornøydheten mer i retning det kvalitative varetilbudet (Torjusen 2004).

Vi har spurt respondentene om de er fornøyd – eller misfornøyd – med: vareutvalget, tilgang på betjent ferskvaredisk, tilgang på gourmet mat, og tilgang på rimelig mat, eller om dette betyr lite for dem personlig. I neste figur kan vi altså undersøke om forbrukerne er fornøyd eller misfornøyd med vareutvalget generelt, og hvorvidt de er opptatt av billig pris, eller det å kunne handle kvalitetsvarer:

Er du fornøyd eller misfornøyd med matvareutvalget der du vanligvis handler?



Figur 6.2: Andel forbrukere som er misfornøyd med tilgang på rimelig mat, vareutvalget, tilgang på ferskvaredisk, og gourmetmat i butikken/e der de vanligvis handler. Prosent. Vektet etter kjønn og alder. (N=1000).

Figur 6.2 (søyle 3) viser at de fleste er fornøyd med vareutvalget i butikken/e der de vanligvis handler mat. Bare 8 prosent er misfornøyd, og i tillegg gir fem prosent uttrykk for at de er fornøyd med noe men misfornøyd med andre sider ved vareutvalget. På spørsmål om folk vil ha mer, eller om de er fornøyd som det er, er det vanligvis en tendens til at folk svarer 'ja, takk, gjerne mer'. Noe overraskende ser vi altså likevel at så mange som 82 prosent sier seg eksplisitt fornøyd med vareutvalget i butikken/e der de vanligvis handler.

Dersom vi spør mer spesifikt, for eksempel om forbrukerne er fornøyd med tilgang på betjent ferskvaredisk og tilgang på gourmetmat, øker andelen misfornøyd. En av fem gir klart uttrykk for at de ønsker bedre tilgang på betjent ferskvaredisk, og det er faktisk så mye som en av fire som er misfornøyd med tilgang på gourmetmat. Men vi ser også at ganske mange, hele 30 prosent sier at tilgang på gourmetmat 'betyr lite for dem'. Vi vet ikke om dette skyldes at de ikke synes de kan ta seg råd til gourmetmat, eller om de er uinteresserte i gourmetmat. Den største gruppen, nesten førti prosent, sier at de er fornøyd med tilgangen på gourmetmat. Mens det er stor positiv

enighet blant forbrukerne om forholdene knyttet til matvaresikkerhet (figur 6.1), og vareutvalget generelt, er forbrukerne svært delt i synet på tilgjengeligheten av gourmetmat og tilgang på ferskvaredisk.

Det er vanskelig å vite om markedsaktørenes vurdering av forbrukerne som opptatt av billig pris er en myte eller om den store utbredelsen av lavpris butikker kort og godt dekker forbrukernes ønsker om billig-billig-billig. Resultatene viser ihvertfall at forbrukerne ikke er endimensjonalt opptatt av pris. Langt flere gir uttrykk for misnøye med tilgang på gourmetmat enn tilgang på rimelig mat. Bare 6 prosent sier de er misfornøyde med tilgang på rimelig mat, tolv prosent er uinteresserte – de svarer eksplisitt at pris betyr lite for dem, mens den store majoriteten - tre av fire forbrukere - er fornøyd med tilgang på rimelig mat. Figur 6.2 viser tydelig at forbrukernes savn i langt større grad går i retning bedre kvalitet enn rimeligere priser. Alt i alt sier imidlertid forbrukerne seg fornøyd med sine valgmuligheter i sin/e dagligvarebutikk/er.

6.3 Fornøyd eller misfornøyd med spesialvaretilbudet

Den store fornøydheten med vareutvalget generelt (fig. 6.2) og tilgangen på trygg mat spesielt (fig.6.1), rimer med at så vidt mange forbrukere sier de er stort sett trygge på maten de kjøper og spiser i Norge (fig 5.1). Som vist i forrige figur øker imidlertid misfornøydheten med vareutvalget noe når man spør mer spesifikt, slik også de kvalitative intervjuene med forbrukerne ga inntrykk av (Torjusen 2005).

Bekymring rundt matsikkerheten løses ofte gjennom å spise alternativ mat, som økologisk dyrket mat eller vegetarmat (Holm 1999, Halkier 2000). Flere og flere ser også sammenheng mellom dyrevelferd og dyrehelse på den ene side og matvarekvalitet og menneskehelse på den andre siden (Liven 2001, Berg 2002, Forbrukerpanelet 2003). Også etiske sider ved dyrehold gis større oppmerksomhet (Poppe & Larssen 2004). I de kvalitative intervjuene ga informantene uttrykk for at det kunne være vanskelig å få fatt i mat av virkelig god kvalitet, dvs. mat fra dyr de visste hadde det bra, samt frukt og grønnsaker som var dyrket på en slik måte at næringsinnholdet var bra og smaken god. Mange var for eksempel skeptiske til 'for pen' mat (Torjusen 2005).

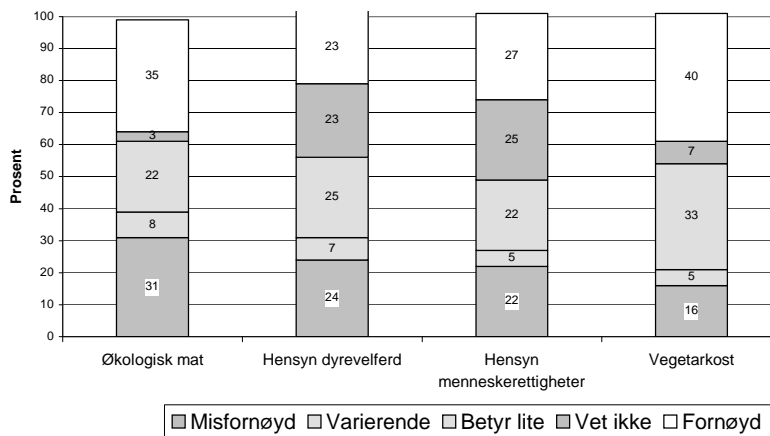
Figur 5.4 viste at andelen som betegner seg som helt eller delvis vegetarianer har økt fra små 2 prosent i 1999 til 4 prosent i 2001 og 2004, men at andelen vegetarianere fortsatt er lav i Norge i forhold til andre land i Europa (fig. 5.3). Vi vet også at andelene som foretrekker økologisk mat har økt i perioden, fra 13 prosent i 1999 til 21 prosent i 2004, noe som også er lavt i forhold til andre europeiske land vi har sammenlignet oss med (Berg 2000).

Studien fra 1999 viste også at selv om bare 13 prosent den gangen svarte at de helst spiste økologisk mat, var det hele 70 prosent som svarte positivt på at økologisk mat var best for miljøet og 37 prosent svarte at de mente økologisk mat var sunnere enn annen mat (Berg 2001c, 2000:118). Torjusen (2001) påpeker at det er en sammenheng mellom tilgang på økologisk mat og andel som spiser økologisk. Siden 1999 har flere kjedebutikker inkludert økologiske matvarer i sine sortiments. Dette kan forklare økningen i andeler som svarer at de foretrekker økologisk mat i 2004. Men er forbrukerne fornøyd med tilbudet av økologisk mat, eller kunne kanskje økningen vært enda større?

I dyrevelferdsstudien fra 2002 ga majoriteten av forbrukerne uttrykk for at de gjerne ville betale mer for kjøtt hvis dyra hadde hatt det bra. Størst var bekymringen for dyrs levekår i moderne kyllingoppdrett. Likevel spiste de fleste 'gjerne' kylling (Berg 2002, 2003).

Er de – i utgangspunktet fornøyd forbrukerne av 2004 - fornøyd med tilgang på økologiske matvarer, tilgang på vegetarkost, samt med produkter som tar hensyn til dyrenes velferd? Vi har også bedt forbrukerne svare på om de er fornøyd med tilgang på mat som tar hensyn til menneskerettighetene:

Er du fornøyd eller misfornøyd med spesialvaretilbudene der du vanligvis handler?



Figur 6.3: Andel forbrukere som er misfornøyd med tilgang på økologisk mat, vegetarkost, på produkter som tar hensyn til dyrenes velferd, samt produkter som tar hensyn til menneskerettighetene, i de butikken/e der de vanligvis handler. Prosent. Vektet etter kjønn og alder. (N=1000).

Figuren viser svært tydelig at langt flere sier seg misfornøyde dersom det stilles direkte spørsmål knyttet til vareutvalget, enn dersom vi spør om de er fornøyd eller misfornøyd med vareutvalget generelt (fig. 6.2).

I tillegg til langt flere misfornøyde, er det en annen stor forskjell på resultatene i figur 6.3 i forhold til resultatene i de to foregående figurene: På denne gruppen spørsmål er det svært mange som svarer at dette 'betyr lite for dem personlig' eller 'vet ikke'. Dette er altså spørsmål en god del forbrukere fortsatt ikke tar stilling til.

Det kanskje mest interessante i figur 6.3 er at andelene som sier seg misfornøyde er relativt høye sett i forhold til annen kunnskap vi har om forbrukerne: Mens fire prosent oppgir å være helt eller delvis vegetarianer (fig. 5.4) viser figur 6.3 at langt flere ser ut til å ønske et bedre tilbud av vegetarkost: 16 prosent sier seg udelte misfornøyde med tilbud på vegetarkost i de/n butikken/e der de vanligvis handler. Dette betyr at mange ikke-vegetarianere tidvis ønsker muligheten for å spise et vegetarmåltid. Resultatet kan med andre ord tyde på at det er glidende overganger mellom det å være kjøtteter og det å være fulltids vegetarianer.

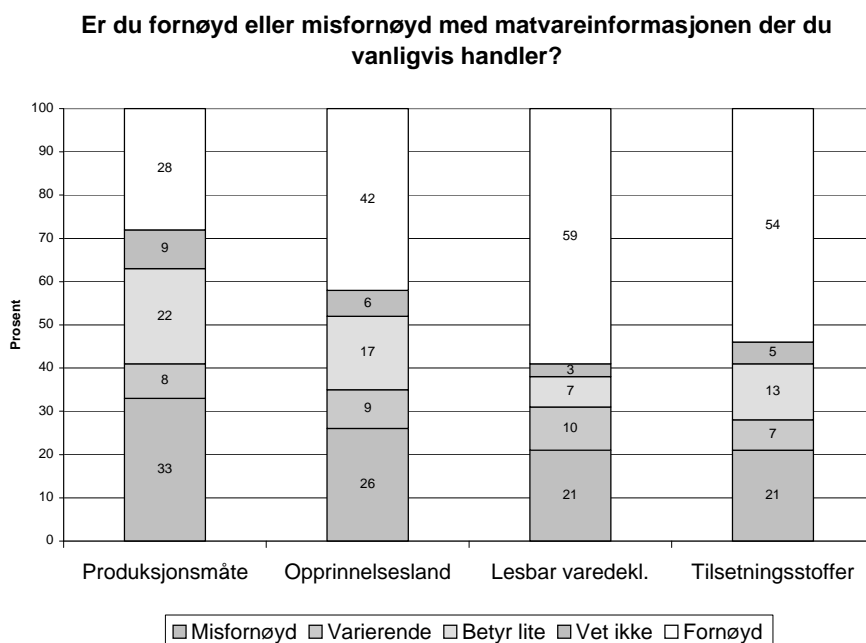
Videre viser våre data at mens 21 prosent oppgir at de helst vil spise økologisk dyrket mat (fig. 5.4) er det enda flere, hver tredje forbruker, som mener at utvalget av økologisk mat er for dårlig. Dette tyder på at en god del forbrukere - selv om de stort sett spiser 'vanlig' mat - gjerne også vil ha mulighet for å kjøpe og spise økologisk. Dette samsvarer med resultatene referert over: mange mener det er sunnere å spise økologisk. Og en tidligere studie har som nevnt vist at de fleste mener økologisk jordbruk er best for miljøet (Berg 2000).

Relativt mange - 23 prosent - sier de er misfornøyde med tilgang på matvarer som tar hensyn til dyrevelferden. Like mange sa de hadde unnlatt å kjøpe mat pga. dyrs levekår i dyrevelferdsstudien (Berg 2002).

Det er også relativt mange – 22 prosent – sier at de gjerne så større innslag av matvarer som tok menneskerettshensyn. Materialet viser også at korrelasjonen mellom spesialutvalg variablene er høye. De som er misfornøyde med tilgang på matvarer som tar hensyn til dyrevelferd er ofte også misfornøyde med tilgang på matvarer som tar hensyn til menneskeverd (corr. .54**). Og de som er misfornøyde med tilgang på økologisk mat, er også ofte misfornøyde med tilgang på vegetarmat (corr.42**).

6.4 Fornøyd eller misfornøyd med matvareinformasjonen

For at forbrukerne skal kunne ta informerte valg, og derigjennom utøve sin del av forbrukermakten, må de ha tilgang på god informasjon om det de skal velge mellom. Nettopp bedre informasjon, spesielt knyttet til kjøtt, var et av kravene Forbrukerrådets matpolitiske forbrukerpanel kom fram (Forbrukerpanelet 2003). Vi har derfor spurt respondentene om de er fornøyd eller misfornøyd med merking av hvor maten kommer fra, informasjon om hvordan maten er produsert, opplysning om tilsetningsstoffer, og til slutt lesbarheten på varedeklarasjonene.



Figur 6.4: Andel forbrukere som er misfornøyd med 'Merking av hvor maten kommer fra', 'Informasjon om hvordan maten er produsert', 'Opplysning om tilsetningsstoffer', og 'Lesbarheten på varedeklarasjonen' i de butikken/e der de vanligvis handler. Prosent. Vektet etter kjønn og alder. (N=1000).

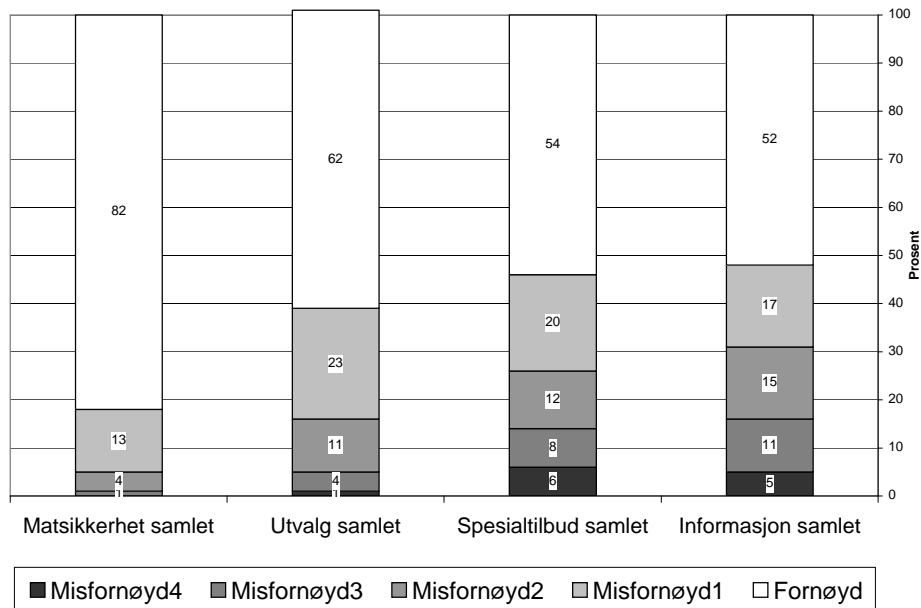
Figur 6.4 viser at forbrukerne er delt i sin vurdering av matvareinformasjonen. En av fem er misfornøyd med opplysninger om tilsetningsstoffer i maten, og like mange mener varedeklarasjonenes lesbarhet kunne vært bedre.

Hver fjerde forbruker sier seg misfornøyd med manglende opplysninger om varenes opprinnelsesland, og så mange som hver tredje forbruker sier seg misfornøyd med opplysninger om hvordan varen er produsert. Mao støtter resultatene en av hovedkonklusjonene i forbrukerpanelets første rapport: bedre merking av matvarer (Forbrukerpanelet 2003).

6.5 Forbrukernes samlede vurdering av dagligvarehandelen

De fire forutgående figurene, basert på til sammen 16 variable, er ment å dekke fire forhold knyttet til dagligvarehandelen: Matvaresikkerheten, vareutvalget, spesialvareutvalget og matvareinformasjonen. I neste figur har vi dannet indekser for å måle forbrukernes *misfornøydhet* på disse fire områdene. Indeksene framkommer gjennom at vi teller hvor mange forhold den enkelte forbruker er udeelt misfornøyd med. Vi teller altså ikke med de som sier at dette varierer.

Er du fornøyd eller misfornøyd med butikken(e) der du vanligvis handler?



Figur 6.5 : Andel forbrukere som er fornøyd eller misfornøyd med én, to, tre eller fire sider ved matsikkerheten, vareutvalget, spesialtilbudet og matvareinformasjonen. Prosent. Vektet etter kjønn og alder. (N=1000).

Evaluering av matvarehandelen i Norge, basert på hvordan forbrukerne opplever den i sin hverdag, viser at det er minst misnøye knyttet til matvaresikkerhet og størst misnøye knyttet til matvareinformasjon.

Nesten annenhver forbruker er udelte misfornøyd med minst ett av fire forhold knyttet til matvareinformasjon, og som vist var misnøyen størst i forhold til informasjon om hvordan matvarene var produsert.

Nesten like mange sier seg misfornøyd med tilgang på minst ett av fire spesialvaretilbud, og som tidligere vist var det særlig tilgang på økologisk mat forbrukerne savnet.

Omtrent førti prosent sier seg misfornøyd med minst ett av fire forhold knyttet til matvareutvalget, og som vist var den største misnøyen knyttet til utvalg av gourmetmat.

Mindre enn hver femte forbruker er klart misfornøyd med minst ett av fire forhold knyttet til matvaresikkerhet, og som vist foran var det størst misnøye med at butikken ikke var flik nok til å fjerne varer som var dårlige eller utgått på dato.

Hvis vi ser samlet på forbrukernes vurderinger av sin/e butikk/er, finner vi at omtrent en fjerdedel er stort sett fornøyd med alle de seksten forholdene vi har spurt etter. Hele to tredjedeler er misfornøyd med mindre enn tre av de seksten forholdene (vedleggstabell 6.1).

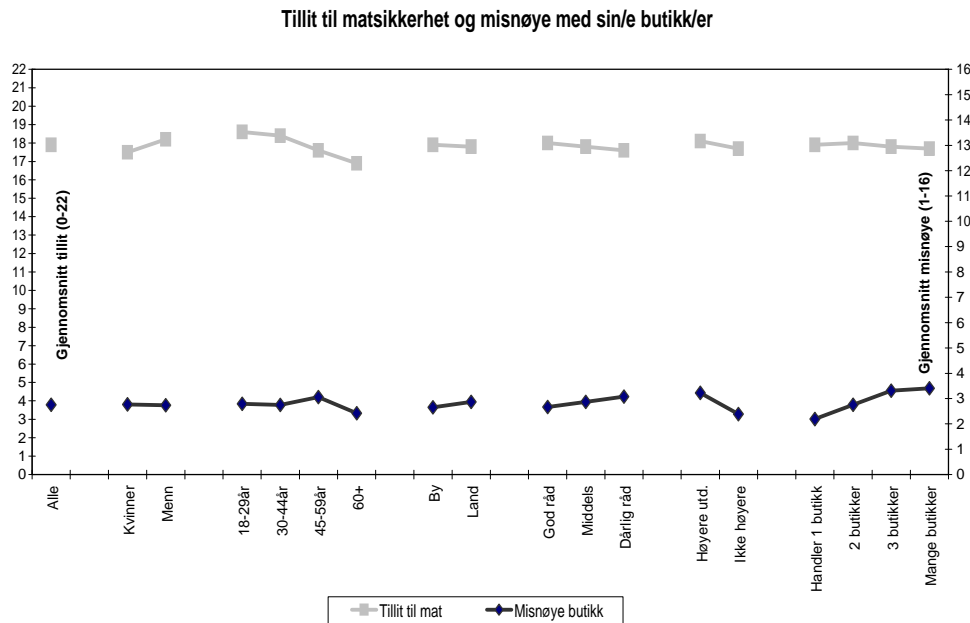
I denne gjennomgangen har vi kun regnet de som sier seg udelte misfornøyd. Hvis vi inkluderer de som sier at de er varierende fornøyd/misfornøyd med forholdene vi har spurt etter, finner vi at femten prosent er helt fornøyd med alle seksten forholdene, og over halvparten er fortsatt misfornøyd med mindre enn tre forhold (vedleggstabell 6.2).

6.6 Hvem er mest misfornøyd?

For bruk i den videre analysen har vi konstruert en samlet misnøye-indeks. Her gis de som er klart misfornøyd på alle de 16 punktene vi har spurt om 16 misfornøydhetspoeng, mens de uten klar misnøye på noen av punktene - de fornøydte - får verdien 0. Vi kan dermed sammenligne grad av misfornøydhet mellom ulike undergrupper av forbrukere. Er det for eksempel slik at kvinner – som vi vet er mer kritiske enn menn i forhold til matspørsmål – også er mer misfornøyd med matvarehandelen? Betyr alder noe for hvor misfornøyd man er? Er folk på landet – der det er færre butikker å velge mellom – mer misfornøyd enn folk i byene? Er de høyt utdannede mer kritiske og dermed mer misfornøyd enn de uten høyere utdanning? Er de som har færre

valgmuligheter pga dårlig råd mer misfornøyde enn de med god råd, som kan velge på øverste hylle? Er de som vanligvis handler dagligvarer i mange forskjellige butikker mer fornøyde enn de som handler i få butikker?

I figur 6.6 sammenlignes grad av misfornøydheth med tillitsnivået målt gjennom hvorvidt respondentene mente det var 'stort sett trygt' eller 'ikke helt trygt' å spise 11 forskjellige matvarer (som vist i figur 5.2). Figuren er tilpasset slik at begge skalaene (høyre og venstre skala) vises i sin totale lengde. Er det slik at høy misfornøydheth generelt viser seg i mindre tillit til matsikkerheten? Følges indeksene ad i de ulike grupperingene?



Figur 6.6: Gjennomsnittlig misfornøydheth med tilgjengelig varekvalitet (0-16, høyre skala) og tillit til matsikkerheten (0-22, venstre skala). Gjennomsnitt. Vektet etter kjønn og alder. Fordelingen i de uavhengige variablene; se tabell 2.1. ($N \leq 1000$).

Det forventede mønsteret vil være at jo lavere misnøye, jo høyere tillit. Dette er tilfelle for hele utvalget samlet. De to skalaene viser en korrelasjon på -0.26^{**} (Pearson Corr). Figur 6.7 viser at norske forbrukere, uansett gruppe, har høy tillit til mat (ligger i øverste skikt av tillitsskalaen) og vi finner relativt liten misnøye knyttet til dagligvarehandelen (ligger i nederste skikt av misfornøydhethsskalaen). Når vi ser på forskjeller mellom enkeltgrupper, blir dette mønsteret svakt, utydelig eller ikke tilstede.

Misnøyeindeksen (høyre akse) viser at respondentene i gjennomsnitt var misfornøyde med omtrent tre (2.76) av seksten forhold ved de butikkene der de handlet. Kvinner og menn ser ut til å være omtrent like misfornøyde. De eldre forbrukerne er sjeldnere misfornøyde (sig. 1%-nivå) med sin/e butikk/er enn de yngre. Forskjellen i misfornøydhet mellom folk i bykommuner og landkommuner er ikke signifikant. Det er heller ikke variabelen som skiller mellom de med god og dårlig råd²¹.

De med høyere utdanning er signifikant mer misfornøyde (sig. 1%-nivå) med sin/e butikk/er enn de uten høyere utdanning, særlig med informasjonen og spesialtilbudet. Vi antok at jo flere butikker²² respondenten vanligvis handlet i, jo bredere og bedre ville det faktiske varetilbudet være, og jo bedre ville han eller hun dermed vurdere sin tilgjengelige varekvalitet. Vi finner ikke støtte for dette i datamaterialet. Det er tvert imot omvendt: Jo flere butikker forbrukerne sier de benytter, jo større er misnøyen (sig. 1%-nivå) med disse butikkene. Forklaringen kan være at den mest dominerende årsaksretningen går den andre veien: jo mer kritisk og krevende, jo flere butikker innlemmes i dagligvarehandelen. Datamaterialet viser (vedleggsfigur 6.1) at de som handler i flere butikker er spesielt misfornøyde med informasjonen og spesialtilbudet. Dette støtter antagelsen om at dette er de mest kritiske og reflekterte forbrukerne.

Multivariat analyse (vedleggstabell 6.4 & 6.5) viser at det særlig er de unge med høyere utdanning bosatt i byer som benytter seg av mange butikker når de handler dagligvarer - og at det særlig er de som handler i mange butikker som er kritiske til butikkene der de handler.

6.7 Hva betyr vurdering av tilgjengelig varekvalitet for vurdering av Mattilsyn og markedsmechanismene?

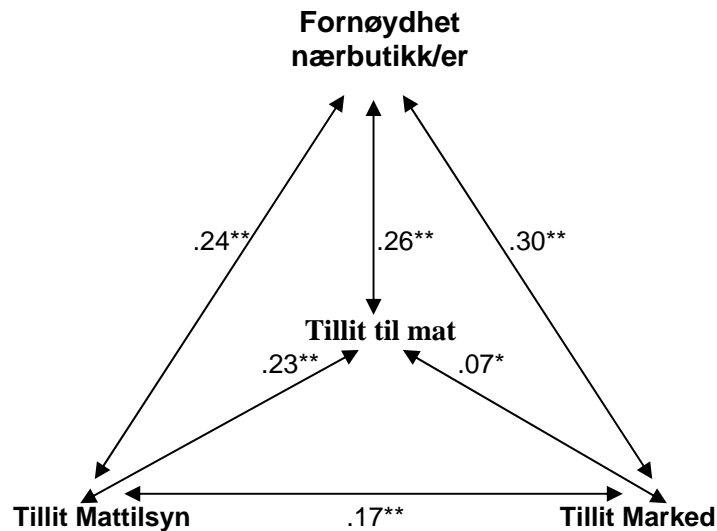
Det er godt dokumentert at norske forbrukere har høy tillit til at maten de kjøper er trygg å spise. Tidligere studier har – i likhet med denne studien - vist at forbrukerne har høyere tillit til Mattilsynet enn til markedsmechanismenes evne til å ivareta matvaresikkerheten (fig. 5.7). En målsetning med denne studien har vært å søke svar på hvorfor så vidt få forbrukere har tillit til markedet. Siden forbrukernes møte med markedet skjer i selve innkjøpssituasjonen, er det rimelig å tenke seg at forbrukerne enten ikke knytter vurderingen av markedet til egne dagligvarebutikk-erfaringer, eller at de er misfornøyde med en rekke sider ved butikkene der de vanligvis gjør

²¹ Svært få (4%) har oppgitt at de har dårlig råd (god råd = 53%, middels god råd =43%).

²² 36 prosent handler vanligvis i én butikk, 30 prosent i to butikker, 19 prosent i 3 butikker og 16 prosent i fire eller flere butikker.

sine matinnkjøp. Den foregående gjennomgangen viser at vi kan forkaste den sistnevnte forklaringen: Forbrukerne er i stor grad fornøyde med sine dagligvareforretninger. Med andre ord; mye tyder på at forbrukerne ikke gir markedsmechanismene æren for at maten oppleves å være trygg å spise i Norge.

I neste figur viser vi sammenhengene mellom tillit til mat og de tre potensielle forklaringsvariablene: tillit til Mattilsyn, tillit til markedet og vurdering av tilgjengelig varekvalitet i butikken/e der den enkelte respondent vanligvis handler:



Figur 6.7: Korrelasjoner mellom fornøydhets med butikk, tillit til markedet, tillit til Mattilsynet og tillit til mat. Pearson corr. (N=ca.1000)

**= sig. 1 %-nivå, *=sig. 5 %-nivå.

Figur 6.7 viser de bivariate korrelasjonene mellom fire variable. Valg av korrelasjonsanalyse innebærer at vi ikke har bestemt hvilken variabel som skal være avhengig variabel, men at variablene tvert imot antas å kunne påvirke hverandre gjensidig. Korrelasjonene viser at forbrukernes tillit til mat særlig har sammenheng med hvordan de vurderer den tilgjengelige varekvaliteten i butikken/e der de handler, og av deres tillit til Mattilsynet. Tillit til at markedet selv sørger for at maten er trygg, har relativt svak sammenheng med forbrukernes tillit til mat.

For å belyse spørsmålet om hvor forbrukerne forankrer sin tillit til mat, trekker alle de tre forklaringsvariablene vist i figur 6.7 med i en multivariat analyse der forbrukernes tillit til mat behandles som avhengig variabel (se vedleggstabell

6.8). Vi finner da at forbrukernes vurdering av sin/e dagligvarebutikk/er har størst effekt, men at forbrukerne også forankrer sin tillit i Mattilsynet. Tillit til at markedet selv sørger for at maten er trygg å spise har ingen signifikant effekt på tillit til mat når vi kontrollerer for hvordan forbrukerne vurderer sine dagligvarebutikker. I tillegg viser multivariat analyse ikke uventet at kvinner er mer mer kritiske til matvaresikkerheten enn menn. Effekten av alder og utdanningsnivå på tillit til mat har vist divergerende resultater i tidligere studier i Norge og andre land (eks. Berg m.fl. 2005, Poppe & Kjærnes 2003). I det foreliggende materialet finner vi at de med høyere utdanning, og de yngre forbrukerne oftere enn andre har tillit til at maten er trygg å spise, alt annet likt (vedleggstabell 6.8).

Med andre ord: forbrukernes tillit til mat ser ut til å være forankret i tillit til Mattilsynet på den ene siden og fornøydhet med butikken/e der de handler på den andre siden.

Innledningsvis ble det stilt spørsmålsteget ved om forbrukernes tillit til at markedet er en direkte funksjon av deres vurdering av butikken/e der de vanligvis handler, eller om vurderingen av dagligvarehandelen først og fremst gir positive utslag på tillit til Mattilsynet. Vi kan svare 'ja' på begge spørsmålene: Resultatene tyder på at jo mer positive forbrukerne er til sin/e dagligvarebutikk/er, jo bedre vurderer de både markedets og Mattilsynets evne til å ivareta matsikkerheten. Imidlertid, i tolkningen av resultatene må vi huske på at svært mange ga uttrykk for mistillit til markedet, mens majoriteten hadde tillit til Mattilsynet (fig. 5.7). Sammenhengene kan beskrives med at; jo mer fornøyd forbrukeren er med butikken, jo sjeldnere har hun eller han *mistillit* til markedets evne til å ivareta matsikkerheten. Mens jo mer fornøyd forbrukeren er med butikken, jo oftere har hun eller han *tillit* til at Mattilsynet sikrer trygg mat.

Hvis vi går litt tilbake og ser på de seksten forholdene respondentene ble bedt om å vurdere, var det knyttet størst misnøye til opplysning om produksjonsmåter (33%), tilgang på økologisk mat (31%), og opplysning om opprinnelsesland (26%). Mest fornøyd var kundene med tilgang på trygg mat (95%), hygien (91%) og vareutvalget (82%). Vurderingen av vareutvalget ble mer negativ når vi spurte direkte om spesialvareutvalget. Vi ser altså at forbrukerne i hovedsak er fornøyd med de forholdene som Mattilsynet er satt til å ivareta, og mindre fornøyd med de sidene man regner med at markedsmekanismene ivaretar.

En foreløpig oppsummering er at forbrukerne i Norge er rimelig fornøyd med butikkene der de gjør sine dagligvareinnkjøp, men de fleste er likevel kritiske til at markedet selv vil kunne sørge for at maten er trygg.

7 Hva mener forbrukerne om matkontrollen?

I januar 2004 ble flere tilsyn²³ samlet under det nye Mattilsynet. Mange, blant annet representanter fra Forbrukerrådet, hadde ønsket å legge det nye Mattilsynet under et nytt og uavhengig Matdepartement (EU-modellen), andre ville plassere Mattilsynet under Helse- og sosialdepartementet, mens atter andre mente Mattilsynet burde ligge under Landbruksdepartementet. Resultatet ble at Mattilsynet, i likhet med tidligere Statens næringsmiddeltilsyn (SNT), ble knyttet til flere departementer: Helse- og sosialdepartementet, Landbruksdepartementet og Fiskeridepartementet. I de kvalitative intervjuene med markedsaktører og representanter for offentlige myndigheter gis det uttrykk for at dette mer er et kompromiss enn en ideell løsning (Terragni 2004).

I den nye organiseringen av matkontrollen er markedsaktørenes ansvar for matsikkerheten blitt mer eksplisitt. Mattilsynet skal fortsatt foreta kontroller, men markedsaktørene skal nå selv ha ansvar for å gjennomføre kvalitetssikringsrutiner og sørge for at maten holder forsvarlig kvalitet. Markedsaktørenes egenkontroll skal med andre ord erstatte en del av tidligere SNT's matkontroll. Delegering av ansvar til produsenter og forhandlere gjør at Mattilsynets oppgaver i større grad konverteres til sertifiseringsoppgaver og dokumentasjonskontroll (Terragni 2004).

For de store – gjerne internasjonale - markedsaktørene er denne overgangen uproblematisk, og ofte er foreskrevne kvalitetssikringsrutiner allerede innført på eget initiativ fordi dårlig mat med følgende tillitstap hos forbrukerne ville fått store negative økonomiske konsekvenser. For de mindre aktørene kan det imidlertid oppleves som vanskelig å følge opp myndighetenes krav om egenkontroll (Terragni 2004).

²³ 1. januar ble Statens næringsmiddeltilsyn, Statens dyrehelsetilsyn, Statens landbrukstilsyn, de kommunale næringsmiddeltilsyn og deler av Fiskeridirektoratet samlet i Mattilsynet, som er Statens tilsyn for planter, fisk, dyr og næringsmidler (Forbrukerrådet 2004) <http://forbrukerportalen.no/organisasjoner/mattilsynet>

Flere internasjonalt komparative studier dokumenterer at norske forbrukere har spesielt høy tillit til matsikkerhet (Berg 2000, Poppe & Kjærnes 2004). I de kvalitative forbrukerintervjuene ble æren for at maten i Norge oppleves som 'stort sett trygg å spise' først og fremst lagt på Mattilsynet, men også til dels på markedet – eller mer presist til de norske produksjonsforholdene: Det ble pekt på at de klimatiske og geografiske forholdene var fordelaktige, med småskalaproduksjon og utmarksbeite (Torjusen 2004). Mange norske forbrukere ser ut til å oppfatte tradisjonelt norsk landbruk som 'nesten-økologisk' (Berg 2001c). Også i intervjuene med markedsaktørene ble gunstige geografiske og klimatiske forhold trukket fram som en av årsakene til høy matsikkerhet i Norge (Terragni 2004).

Et interessant funn fra de kvalitative studiene, er hvordan mistilliten kan spre seg: En kvinnelig innformant beskriver hvordan Prior-skandalen, der importert kylling ble påstemplet 'Godt norsk'-merket, fikk henne til å miste lysten på - og tillit til; først all Prior-kylling, deretter alle Prior-produkter, for til slutt å legge deler av skyld på myndighetene for manglende kontroll (Torjusen 2004). Dette eksempelet viser hvor sårbare de store markedsaktørene er, noe intervjuene med markedsaktørene viste at de er fullstendig klar over. Det er nettopp det at de store markedsaktørene er bevisst på sin sårbarhet overfor forbrukernes tillitstap, som i seg selv fremmer interne kontrollrutiner (Terragni 2004).

Mistilliten kan også spre seg fra andre arenaer til matområdet: En innformant forklarer sin mistillit til matvarekjedene med tidsånden som kjennetegnes ved korrupsjon og ensidig opptatthet av å tjene penger. Indirekte blir GMO-industrien smittebærer for mistillit til markedsaktører generelt (Torjusen 2004). I de kvalitative intervjuene blir det også trukket fram at markedsaktørenes målsetninger er rettet mot økonomisk profitt, noe som blir betraktet som en trussel mot andre altruistiske verdier (Torjusen 2004).

Basert på de kvalitative intervjuene med markedsaktører og forbrukere, kan vi reise hypotesen, eller anta, at forbrukernes skepsis til markedsaktørene og tillit til offentlig matkontroll skyldes at de er klar over at disse styres av ulike interesser: Matvaresikkerheten avhenger både av offentlig matvarekontroll og av at markedet selv fungerer seriøst. Men mens den offentlige matvarekontrollens mandat er å ivareta fellesskapets interesser, er matmarkedets hovedinteresse knyttet opp mot enkeltbedrifters og enkeltaktørers ønske om økonomiske profitt.

7.1 Forbrukernes evaluering av matkontrollen

Som vi allerede har sett er forbrukernes tillit til at markedet selv ivaretar matsikkerheten langt lavere enn tilliten til myndighetenes offentlige matkontroll (fig 5.7). Den foregående analysen gir støtte til at forbrukerne i større grad har forankret sin tillit til mat i Mattilsynet enn at markedet selv (markedsmekanismene) sørger for trygg mat. Imidlertid, tillit til butikken/e der den enkelte forbruker handler, som jo er en del av markedet, gis stor betydning for matvaresikkerheten (fig. 6.8).

I det følgende skal vi gå nærmere inn på forbrukernes tillit til offentlig matvarekontroll versus forbrukernes tillit til markedsaktørene og tar utgangspunkt i respondentenes enighet/uenighet i følgende utsagn:

- Mattilsynet sikrer oss trygg mat
- Markedet sørger selv for at maten er trygg

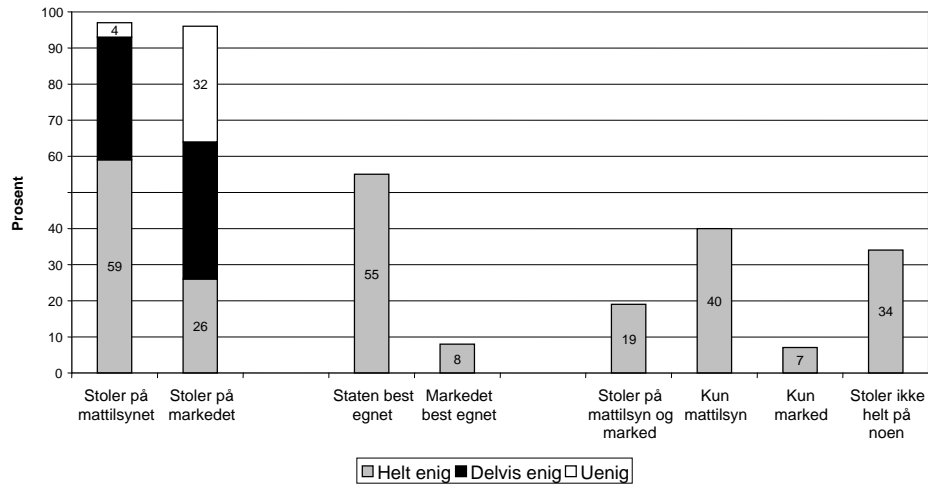
De to utsagnene er ikke gjensidig utelukkende. Egentlig burde forbrukerne ideelt sett svare positivt på begge utsagnene. Vi tolker svarene slik at de som har svart 'helt enig' har tiltro til henholdsvis Mattilsyn og marked, mens de som svarer 'uenig' ikke stoler på institusjonenes evne til å ivareta matsikkerheten. I neste figur skal vi kombinere de to variablene på ulike måter, for å få et mer nyansert bilde av hvor forbrukerne plasserer sin tillit. Er det for eksempel slik at de som stoler på markedet ikke stoler på Mattilsynet og viseversa? Hvor mange har tillit til begge institusjonene?

De fire første søylene i figur 7.1 på neste side gjengir frekvensfordelingen på de to variablene. Vi ser at uansett om vi tar utgangspunkt i tillit eller mistillit, kommer Mattilsynet best ut. Langt flere stoler på Mattilsynet enn på markedet, og mens nesten ingen gir uttrykk for ren mistillit til Mattilsynet, er hver tredje forbruker skeptisk til markedets evnet til å ivareta matkontrollen.

I de neste to søylene har vi krysset de to variablene, og kan dermed registrere hvorvidt den enkelte respondent foretrekker henholdsvis Mattilsyn eller marked. Vi ser at hele 55 prosent har større tillit til Mattilsyn enn marked og mener dermed at staten er best egnet til å ivareta matkontrollen, mens 8 prosent har størst tillit til markedet, og mener dermed at markedet selv er best egnet til å ivareta matkontrollen (de resterende 37 prosent har vurdert utsagnene likt²⁴). Denne presentasjonsmetoden sier imidlertid ikke noe om grad av tillit til henholdsvis stat og marked som ivaretaker av matkontrollen.

²⁴ Her regnes også kombinasjonen delvis tillit over mistillit.

Tiltro matkontrollen. Samme variable, ulike kategoriseringsmåter



Figur 7.1 Tillit til matkontrollen blant forbrukere i Norge 2004, basert på variablene: 'Mattilsynet sikrer oss trygg mat' og 'Markedet sørger selv for at maten er trygg'. Tre forskjellige kategoriseringsmåter. Prosent. Vektet etter alder og kjønn. (N=1000)

I de fire søylene helt til høyre tar vi kun utgangspunkt i de som gir klart uttrykk (helt enig) for at de stoler på henholdsvis Mattilsyn og marked. De som bare er 'delvis enige' tilkjenner en viss skepsis og regnes altså ikke i gruppen som stoler på henholdsvis Mattilsyn og marked. Vi ser da at den største gruppen 40 prosent kun stoler på Mattilsynet, mens den minste gruppen 7 prosent bare stoler på markedet. Omtrent en av fem - eller 19 prosent - stoler på både Mattilsynet og markedet, mens 34 prosent – hver tredje forbruker – ikke helt stoler på noen.

Uansett hvordan vi kategoriserer, kommer Mattilsynet bra ut, mens markedsaktørene langt sjeldnere oppfattes å være tillitsverdige for ivaretagelse av matkontrollen.

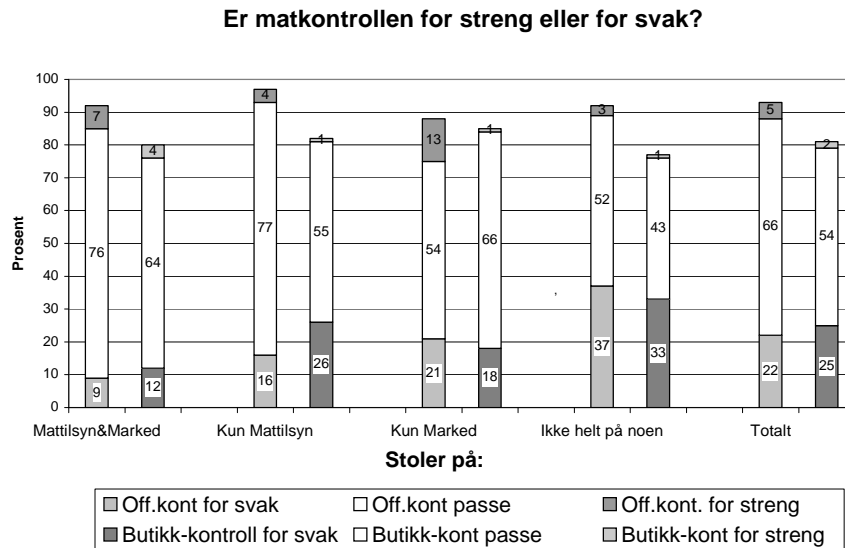
Basert på analysen i forrige kapittel kan vi reise spørsmål om begrepet 'marked' er for abstrakt og generelt for forbrukerne, og at resultatene blir annerledes dersom man tar utgangspunkt i den delen av markedet forbrukerne først og fremst møter, nemlig butikken/e der de handler. Vi vil i det følgende derfor knytte vurderingen av 'markedet' nærmere butikkene.

7.2 Er matkontrollen for streng eller for svak?

Det kan kanskje virke litt paradoksalt at mens forbrukerne er svært fornøyde med Mattilsynet og mer skeptiske til markedsaktørene (fig. 7.1), overføres en del kontrollrutiner fra nettopp Mattilsyn til marked. I neste tabell skal vi undersøke om forbrukernes lave tillit til markedet skyldes at de mener butikkene har for svake egne kontrollrutiner? Og at tilliten til Mattilsynet skyldes at de mener Mattilsynets kontroll er akkurat passe streng?

I telefonintervjuene ble respondentene spurt om de syntes henholdsvis den offentlige matkontrollen og de store butikk-kjedenes egne kontrollrutiner var for strenge, passe strenge eller for svake. Ved siden av å vise hele utvalgets vurderinger av dette, skiller vi også etter tillitsforhold til Mattilsyn og marked som vist i forrige figur (siste kategorisering):

- Synes du den offentlige matkontrollen i dag er for streng, passe streng, eller for svak?
- Synes du de store butikk-kjedenes egne kontrollrutiner er for strenge, passe strenge, eller for svake?



Figur 7.2: Vurdering av matkontrollen blant forbrukere i Norge 2004, basert på variablene: Fordelt etter respondentenes tillit til eksisterende matkontroll. Prosent. Vektet etter alder og kjønn. (N=1000)

Figur 7.2 viser at majoriteten av forbrukerne er rimelig fornøyde (de lyse feltene) og mener matkontrollen – Mattilsyn og/eller butikkenes egenkontroll, er passe strenge. Hele 66 prosent mener den offentlige matkontrollen er passe streng, og 54 prosent mener butikkenes egne kontrollrutiner er passe strenge.

Resultatene viser videre at av de som ikke mener matkontrollen er 'passe streng', mener de fleste at matkontrollen er for svak; 22 prosent mener den offentlige matkontrollen er for svak, og 25 prosent mener butikkenes egenkontroll er for svak. Svært få, henholdsvis fem og to prosent mener kontrollen er for streng. En god del har ingen oppfatning om hvorvidt matkontrollen er for streng eller for svak, særlig ikke butikkenes egenkontroll.

Vi ser også at de som stoler på både Mattilsynets og markedets evne til å sikre trygg mat er de som oftest er fornøyde med styrken på både offentlig kontroll og butikkenes egne kontrollrutiner. De som kun stoler på Mattilsynet er mer fornøyde med matkontrollen enn de som kun stoler på markedet. Minst fornøyde er logisk nok de som ikke helt stoler på noen, og i denne gruppen – som utgjøres av hver tredje forbruker – mener 37 prosent at den offentlige kontrollen er for svak og 33 prosent mener butikkenes egenkontroll er for svak. Men vi skal også merke oss at ganske mange av de som ikke helt stoler på verken offentlig eller privat matkontroll faktisk mener disse er passe strenge. Kan dette bety at mange svarer på tross av at de ikke har tenkt så mye over disse spørsmålene? Dette kommer vi tilbake til.

7.3 Bør matkontrollen privatiseres?

Forbrukernes vurdering av matkontrollen slik den er i dag viste at flere har tillit til mattilsynet enn til markedets evne til å ivareta matsikkerheten (figur 7.1), og at majoriteten mente at både Mattilsynets kontroll og butikkenes egenkontroll er passe streng som den er. Den misnøyen som kom fram, gikk mer på at matkontrollen var for svak enn for streng (figur 7.2).

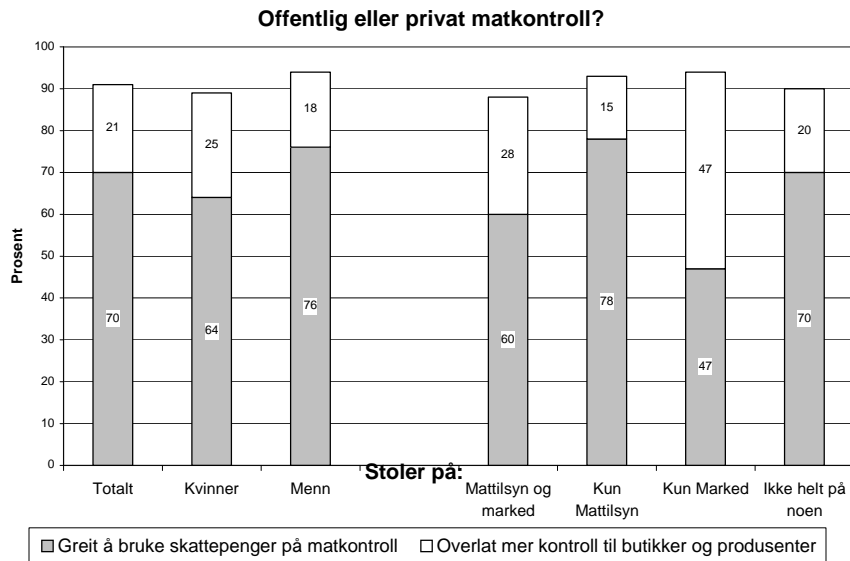
Som nevnt er nå mer av kontrollen overlatt til markedsaktørene (Terragni 2004). Men er forbrukerne klar over dette? De foregående presenterte dataene gir klare indikasjoner på at majoriteten av forbrukerne ønsker offentlige fellesløsninger for å få best mulig matsikkerhet. Foretrekker de fleste forbrukerne fortsatt offentlig matkontroll når vi minner om at dette betales med deres skattepenger? I en tid der effektivisering ofte kobles til privatisering, har vi bedt respondentene ta stilling til følgende utsagn:

- Synes du det er greit å bruke skattepenger på offentlig matkontroll, eller synes du mer av matkontrollen skal overlates til matindustrien og butikkene? '

Grunnen til at vi her knytter kostnader (bruk av skattepenger) til den offentlige matkontrollen – og samtidig ber forbrukerne velge mellom to alternativer - er at respondenter lett svarer 'ja-takk-gjerne-mer' på det meste dersom de ikke tvinges til å prioritere. Dette vil særlig være en fare når resultatene – som vi kommer tilbake til (figur 7.5) - viser at svært mange svarer på tross av tynt kunnskapsgrunnlag.

Implisitt spør vi her om forbrukerne – eller borgerne – er for felles ordninger betalt av det offentlige (skattepenger) eller om dette bør overlates til markedet og den enkeltes ressurser. Skal matkontrollen privatiseres eller er matkontrollen et fellesanliggende?

Det er rimelig å tenke seg at det er en overvekt blant de som sier de bare stoler på mattilsynet at de gjerne betaler skatt for å opprettholde matkontrollen, mens de som bare stoler på markedet logisk sett burde ønske å overføre mer kontrollen til butikkene. Men hva svarer de som stoler på begge institusjoner? Og hva svarer de som ikke stoler på noen?



Figur 7.3: Andel forbrukere som mener det er greit å bruke skattepenger på offentlig matkontroll mot andeler som mener mer kontroll skal overlates til butikker og produsenter. Vektet for kjønn og alder. Prosent. (N=1000)

Figur 7.3 viser at de fleste – hele 70 prosent velger det offentlige alternativet – selv om det koster skattepenger - framfor å overlate mer kontroll til butikker og produsenter. Det er med andre ord bred støtte i befolkningen for offentlige

fellesskapsløsninger for å ivareta matsikkerheten. Bare 21 prosent ser ut til å støtte dagens matpolitiske utvikling, som innebærer en overgang fra offentlig matkontroll til butikker og produsenters egenkontroll.

Som forventet ser vi at de som kun stoler på mattilsynet, stort sett ikke ønsker overføre mer kontroll til butikker og produsenter. I de kvalitative intervjuene (Torjussen 2004) gikk det imidlertid fram at reflekterte forbrukere med kunnskap og tillit til matkontrollen, likevel hadde en viss reservasjon i forhold til om denne var tilstrekkelig for å sikre trygg mat. Noen - 15 prosent av de som i utgangspunktet kun stoler på mattilsynet - foretrekker å overføre noe kontroll til butikkenes intern-kontroll. De 15 prosentene (15% av 40% = 6%) støtter den matpolitiske omleggingen som nå pågår, selv om de altså mai 2004 kun hadde tillit til den offentlige matkontrollen.

De som kun har tillit til markedet svarer ikke helt som forventet. Av de som svarer, er det 50/50 som svarer til fordel for offentlig kontroll og butikkenes egenkontroll. Det at halvparten – på tross av manglende tillit - støtter offentlig matkontroll – kan bety at mistilliten skyldes at de mener den offentlige matkontrollen er for svak. Imidlertid kan dette svarmønsteret også skyldes omtrentlige, tilfeldige svar, som følge av lav refleksjon rundt spørsmålet.

Ser vi på de som stoler på både Mattilsyn og marked, er det fortsatt en klar overvekt som foretrekker å betale skatt for opprettholde matkontrollen (60%) enn å overføre kontroll til butikkene selv (28). Og av de som ikke stoler verken Mattilsyn eller marked er tendensen enda tydeligere – og den tilsvarende faktisk fordelingen når vi ser utvalget under ett – den store majoritet (70%) foretrekker å betale skatt for å opprettholde fellesskapsløsninger framfor å overlate mer ansvar for matvaretrygghet til butikkene.

Samlet viser resultatene at norske forbrukere – riktignok ofte litt intuitivt - i hovedsak er fornøyd med, og støtter at det offentlige tar hånd om og finansierer matkontrollen gjennom Mattilsynet. Den femtedelen som både stoler på både Mattilsynet og markedsmekanismene er naturlig nok mest fornøyd med styrken på kontrollen. Mens den tredjedelen som verken stoler på Mattilsyn eller markedsmekanismene har høyest andel som mener at butikkenes egne kontrollrutiner er for svake og Mattilsynets kontroll er for svak.

7.4 Hvem bør ha hovedansvaret for at maten er helsesikker og etisk forsvarlig?

Hva betyr det at maten er helsesikker? Dette har vært tema i de kvalitative intervjuene med forbrukere (Torjussen 2004). Hvorvidt maten oppfattes å være

helsesikker - eller bra for helsen – blir av informantene i den kvalitative forbrukerstudien knyttet opp mot både trygg mat (matsikkerhet) og sunn mat (ernæring). På den ene siden oppfattes 'sunt' og 'trygt' som vesenforskjellig, på den andre siden kan disse kategoriene overlappe hverandre. Er det for eksempel usunt eller utrygt å spise mat med for mye tilsetningsstoffer? I følge informantene går det et hovedskille mellom det forbrukerne i det hele tatt *kan* kontrollere, og det som ligger utenfor forbrukernes mulighetsområde. Vanligvis faller dette skillet sammen med nettopp det vi forbinder med 'sunn mat' på den ene siden og 'trygg mat' på den andre. Slik sett vil hovedansvaret for å sikre 'trygg mat' ligge på det offentlige, mens hovedansvar for å spise 'sunn mat' vil ligge på forbrukerne selv.

Dette skillet finner vi igjen i hvordan matområdets offentlige institusjonene er organisert. Mattilsynet skal sørge for at forbrukerne skal få trygg mat, mens Statens institutt for ernæring og fysisk aktivitet (Sosial- og helsedirektoratet) skal fremme sunne kostholdsvaner og en sunn aktiv livsstil i befolkningen.

Også i intervjuene med representanter for markedet og det offentlige (Terragni 2004), var det enighet om at det offentlige har stort ansvar for at maten i Norge skal være helsesikker. Forbrukerne skal kunne stole på at myndighetene sørger for at maten er 'trygg' å spise. Å velge 'sunt' – riktignok på bakgrunn av helsestrategisk offentlig informasjon og tilrettelegging – oppleves imidlertid i langt større grad å være forbrukernes eget ansvar.

Denne store enigheten slår imidlertid sprekker hvis vi vender blikket bakover i tid. Norge har solide tradisjoner for offentlig styring av folks kostholdsvaner. Et godt eksempel er Døvings (2003) beskrivelse av matpakkens opprinnelse; et direkte resultat av norske ernæringspolitiske tiltak: I 1920-årene, etter oppdagelsen av vitaminene, ble 'Oslofrokosten' opprettet. I første omgang var dette et sosialpolitisk prøveprosjekt der hensikten var å sørge for sunn og vitaminrik kost til Oslo-barn. Barn skulle ikke sitte sultne mens de holdt på med skolearbeidet. 'Oslofrokosten' besto av grovt brød med pålegg, melk, èn rå grønnsak eller frukt, samt tran. Det ble ansett som umulig å gi dette tilbudet til hele landet, men en *medbragt* 'Oslofrokost' – laget i hjemmene - ville kunne la seg gjennomføre uten for store offentlige kostnader. Dermed var matpakken oppfunnet. Etter landsdekkende kostholdspropaganda, påbud og kontroll, ble matpakken alminneliggjort i 1936. Det geniale med matpakken var, i følge sentrale pådrivere for denne omfattende kostholdsreformen, at ved å legge ansvar for skolefrokosten til hjemmene, ville også resten av befolkningen, ikke bare barna, gå over til et sunnere kosthold (Lyngø 2003, Døving 2003).

Både de kvalitative intervjuene (Terragni 2004, Torjusen 2004) og den kvantitative surveyen ble gjennomført før media diskusjonen i kjølevannet av filmen 'Super size me' fra USA. I filmen kritiseres både markedsaktører, sterkest representert ved McDonalds, samt myndigheter for nettopp det å ikke

ta ansvar for ernæringspolitikk og befolkningens sunnhet. Kritikken rettes blant annet mot det usunne lunsjtilbudet til skoleelever - hovedsakelig brus og helseskadelig fast-food – som har bidratt til et økende helse og fedmeproblem blant unge i USA (Spurlock 2004). Det er med andre ord kanskje ikke like innlysende - som antatt etter de kvalitative intervjuene (Terragni 2004, Torjusen 2004) – at hovedansvaret for sunne kostholdsvaner ligger på forbrukerne?

Maten har også en etisk side. Det er kanskje enda mer komplisert å svare på hvem som skal ha hovedansvar for dyrevelferden og at maten er etisk forsvarlig produsert (f.eks. i forhold til barnearbeid og menneskeverd). Liven (2001) påpeker at det er en sammenheng mellom dyrevelferd og matsikkerhet. Dyrevelferdsstudien (Berg 2002) viste at de norske forbrukerne er opptatt av – og bekymret for – dyrs levekår. Men selv om majoriteten sa at de 'gjærne betaler mer for mat dersom dyra har hatt det bra', var det relativt få som oppga at de faktisk *hadde* unnlatt å kjøpe fisk, kjøtt eller kylling pga dårlige levekår. En forklaring på dette misforholdet kan være at dagens urbane forbrukere ikke tenker etisk dyrehold i innkjøpssituasjonen, men at de på direkte spørsmål likevel foretrekker å betale mer for at oppdrettsdyr skal ha det bra. En tilgrensende forklaring er at forbrukerne mener at de gjærne betaler mer, men at dette må være myndighetenes ansvar: De vil på sett og vis at myndighetene påtar seg litt av forbrukermakten, at myndighetene sørger for at vi alle velger litt mer etisk. Dette synet er i overensstemmelse med hva det matpolitiske forbrukerpanelet kom fram til. I sin første rapport foreslås det at myndighetene bør heve nivået på dyrevelferden generelt (Forbrukerpanelet 2003:28).

Terragni (2004) finner at det er uenighet om hvem som bør ha hovedansvar for at matvarene holder etisk standard: De intervjuede markedsaktørene mener tilbud på for eksempel 'fair-trade' produkter og økologiske produkter avhenger av forbrukernes etterspørsel og hva de er villige til å betale. Som vist i kapittel seks i denne rapporten etterlyser mange forbrukere tilbud på mat som tar hensyn til menneskerettigheter ('fair-trade' produkter) og mat som tar hensyn til dyrevelferd. Men resultatene tydet også på at svært mange hadde et ikke-reflektert forhold til det vi kan kalle etisk forbruk (fig. 6.3). Noen organisasjoner, for eksempel dyrevernorganisasjoner, mener vi trenger en mer etisk-aktiv offentlig politikk for å fremme kommersialiseringen av slike produkter (Terragni 2004).

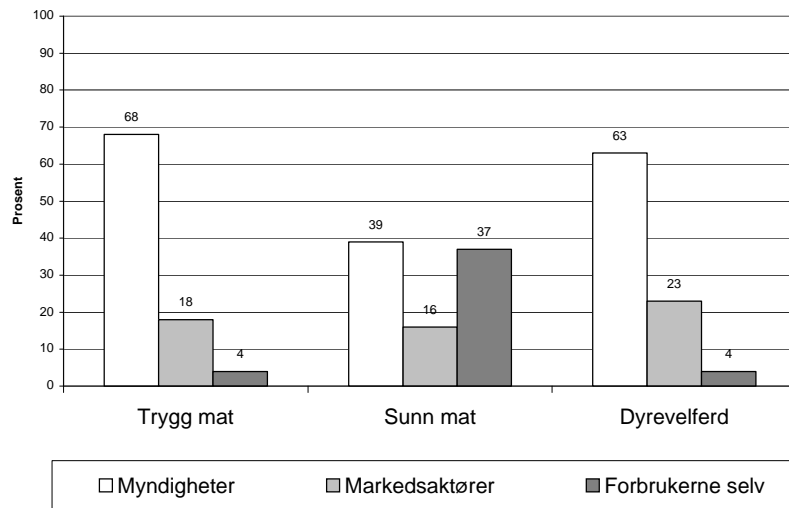
For å belyse hva forbrukerne mener om hvem som bør ha ansvar for at maten vi spiser skal være etisk forsvarlig og helsesikker, ble følgende spørsmål stilt i telefonintervjuene:

- Dersom du har gjort deg opp en mening, hvem mener du bør ha hovedansvaret for at maten vi spiser skal være trygg og ufarlig å

spise: Offentlige myndigheter ved Mattilsynet, butikker og matprodusenter, eller forbrukeren selv?

- Dersom du har gjort deg opp en mening, hvem mener du bør ha hovedansvaret for at maten vi spiser skal være sunn og helsesikker: Offentlige myndigheter, butikker og matprodusenter, eller forbrukeren selv?
- Dersom du har gjort deg opp en mening, hvem mener du bør ha hovedansvaret for å ivareta dyrevelferden: Offentlige myndigheter, bøndene og matindustrien, eller forbrukerne selv?²⁵

Hvem bør ha hovedansvaret for trygg mat/sunn mat/dyrevelferd?



Figur 7.4: Hvem mener forbrukerne skal ha hovedansvar for trygg mat, sunn mat og dyrevelferden? Prosent. Vektet for kjønn og alder (N=1000)

Figur 7.4 viser som forventet etter de kvalitative intervjuene (Torjusen 2004) at majoriteten (68%) av forbrukerne mener det er det offentlige ved Mattilsynet som skal ha hovedansvar for at maten er trygg å spise. Vi får også støtte for vår antagelse basert på dyrevelferdsstudien (Berg 2002) om at forbrukerne ønsker at offentlige myndigheter må ta hovedansvar for at dyr i oppdrett for matproduksjon har det etisk forsvarlig. Omtrent to av tre forbrukere mener myndighetene bør ta hovedansvar for at mat i Norge er trygt å spise, og at dyr for matvareproduksjon har tilfredsstillende levekår.

²⁵ Disse vanskelige spørsmålene kom helt mot slutten i skjemaet, kun etterfulgt av kunnskapsspørsmålene (figur 7.5) og personopplysninger. Henholdsvis 10, 8 og 10 prosent svarte 'vet ikke' eller 'ingen mening'.

Noen, men likevel relativt få, mener markedsaktørene bør ha hovedansvaret for trygg mat (18%) og dyrevelferd (23%). Nesten ingen (4%) mener forbrukerne selv bør ha hovedansvaret for dyrevelferden og at maten er trygg å spise. I de kvalitative forbrukerintervjuene (Torjusen 2004) blir dette forklart med forbrukernes svake stilling. Det ble klaget over dårlig tilgjengelighet på den ene siden, samt moderne matvareproduksjon og distribusjons manglende gjennomsiktighet og mulighet for kontroll på den andre siden. Hvis varene ikke finnes i butikkene, kan heller ikke forbrukerne velge varene. Basert på intervjuene og survey-dataene, er forbrukernes budskap at myndighetene bør ta hovedansvaret for matsikkerhet og dyrevelferd fordi forbrukerne svært sjeldent har mulighet for å sjekke hvordan maten produseres og dyrene behandles.

I intervjuene (Torjusen 2004) viser respondentene implisitt til instansenes ulike motiver og interesser – Mattilsynet er satt til å fremme fellesskapets interesser, mens markedsaktørene tross alt primært styres av egeninteresse og økonomiske motiver. Bakgrunnen for at forbrukerne mener offentlige myndigheter, og ikke markedsaktørene, bør ha hovedansvaret, kan med andre ord skyldes en mer eller mindre bevisst oppfatning om at offentlige instanser representerer en type traust rettferdighet til fellesskapets beste, mens dominerende egeninteresse kan få privat virksomhet til å foreta økonomisk-effektive etiske overtramp²⁶.

Mens forbrukerintervjuene tydet på at forbrukerne mener de selv har hovedansvar for å spise sunt (Torjusen 2004), viser resultatene i figur 7.4 at forbrukerne er mer delt i synet på hvor hovedansvaret for sunne kostvaner skal ligge. Matpakkens historie (Døving 2003) illustrerer, som referert over, hvordan 'den norske formynderstaten' på sitt mest effektive kan knyttes til nettopp ernæringspolitikk. I følge resultatene i figur 7.4 er det mange forbrukere som støtter at staten skal ha en slik rolle (37%) også i forbindelse med våre daglige kostholdsvaner. Denne andelen ville muligens vært høyere dersom dataene var samlet etter mediaoppmerksomheten etter filmen 'Super size me' (Spurlock 2004).

Hovedinntrykket fra figur 7.4 er at forbrukerne nærmest enstemmig avviser at de selv bør ta hovedansvaret for 'trygg mat' og 'dyrevelferd', mens synet er mer delt i forhold til hvem som skal ha hovedansvar for det å spise sunt; forbrukeren selv eller det offentlige. På alle områdene er det relativt få som satser på at markedet selv skal ta hovedansvar for trygg mat, sunn mat og dyrevelferd. Norske forbrukere ser med andre ord ut til å være skeptiske til markedets evne til å regulere disse sidene ved mat.

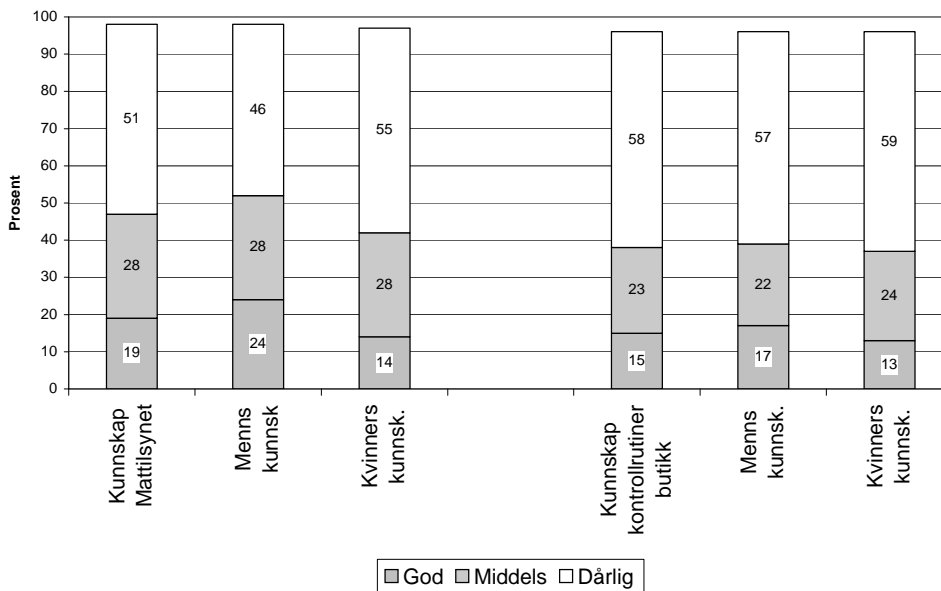
²⁶ Inntrykk etter MMI's fagdag 02.09.2004: 'Etikk og foretningsutvikling – en vanskelig balansegang'.

7.4 Forbrukerkompetanse, forbrukerinnflytelse og forbrukermakt

Resultatene over kan tolkes til at majoriteten av forbrukerne, omtrent to av tre, roper på 'formynderstaten'. De vil at staten skal sørge for at dyra har det bra, og sørge for at forbrukerne ikke får i seg farlig mat. Selv det å spise sunt, mener mange først og fremst bør være det offentliges ansvar. Betyr dette at forbrukerne ser seg selv som en maktesløs og retningsløs gruppe? Opplever forbrukerne at de ikke har forbrukermakt? Det å utøve forbrukermakt forutsetter at forbrukerne er informert, eller har kunnskap om feltet de ønsker å påvirke. Innledningsvis skal vi derfor undersøke hvor velbegrunnede evalueringene av den offentlige og private matkontrollen var – ifølge forbrukerne selv. Mot slutten av telefonintervjuene ble informantene stilt følgende spørsmål:

- Vil du si at du har god eller dårlig kjennskap til hvordan den offentlige matkontrollen – Mattilsynet – ivaretar matsikkerheten?
- Vil du si at du har god eller dårlig kjennskap til hvordan matvarekjedene ivaretar matsikkerheten?

Forbrukernes kunnskap om matkontrollen



Figur 7.5: Forbrukernes egen vurdering av egen kunnskap om matvarekontrollen. Vektet etter alder og kjønn. Prosent (N=1000)

Basert på respondentenes egne vurderinger har mer enn halvparten besvart spørsmålene referert i dette kapitlet på bakgrunn av svært tynne faktakunnskaper. Bare 19 og 15 prosent sier de har 'god' kunnskap om henholdsvis Mattilsynet og kjedenes egen matkontroll. Vi merker oss at på tross av at matområdet fortsatt domineres av kvinner, både målt gjennom ansvar for matlaging og innkjøp, vurderer mennene oftere enn kvinnene sin kompetanse om matkontrollen – både den offentlige og den private – som 'god'.

Forbrukerne har ifølge dem selv bedre kunnskap om Mattilsynet enn om butikk-kjedenes kvalitetssikringsrutiner. Dette er kanskje litt underlig i og med at forbrukerne rent fysisk ofte er i kontakt med butikken, mens oppfatninger om Mattilsynet helst vil dannes gjennom presseomtale. Uansett viser resultatene at mange respondenter har tatt stilling til de foregående spørsmålene på et veldig intuitivt grunnlag.

Det er imidlertid viktig å merke seg at det er svært små forskjeller i vurderingene av matkontrollen blant de med og uten kunnskap om denne. Det er altså ikke slik at de som sier de har kunnskap om butikk-kjedenes egne kontrollrutiner tenderer til å vurdere disse forskjellig fra andre. De eneste forskjellene vi finner er at de som sier de har kunnskap om Mattilsynet litt oftere mener at butikkenes kontrollrutiner er for svake (Pearsons corr. = .07*), mens det blant de som sier de har kunnskap om butikkenes kontrollrutiner litt oftere mener at den offentlige matkontrollen er for streng (Pearsons corr. = .07*). Med andre ord: De som sier de har kunnskap om feltet gir *litt* oftere uttrykk for støtte til overføring av ansvar fra Mattilsynet til butikkene selv, som er i tråd med norsk matpolitikk.

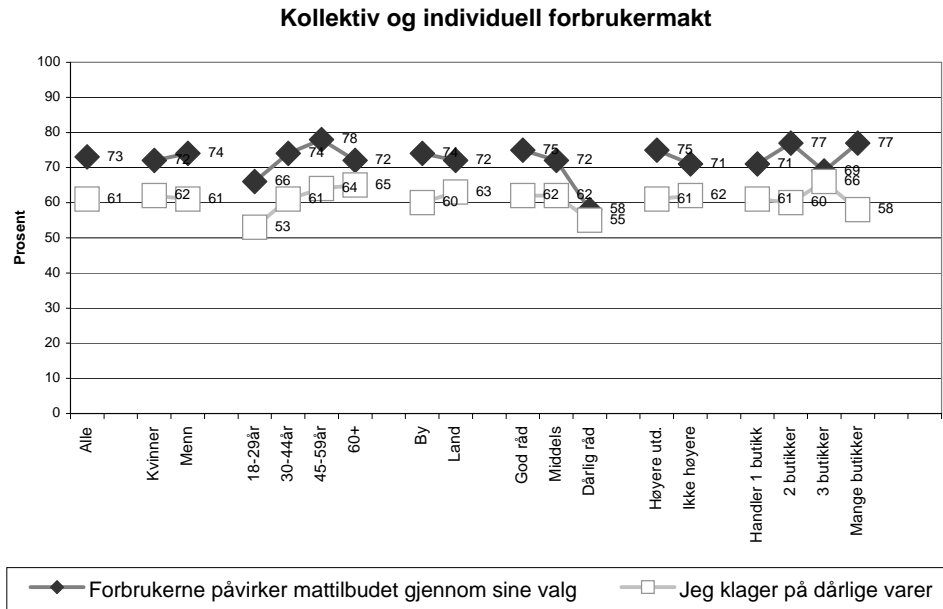
På tross av at markedsføringsbudsjettene i den vestlige verden har vist en formidabel vekst de senere tiår, mener enkelte markedsøkonomer at produksjonen i dag i stadig større grad enn tidligere styres av forbrukernes etterspørsel (Dokk Holm 2003)²⁷. De mener dette gir økt forbrukermakt, at det ligger makt i forbrukernes ønsker og potensielle valg. Dette synet støttes ikke av denne studien: I følge forbrukernes evaluering av tilbudet i deres dagligvarehandel har ikke markedsanalysene ført til at tilbudet er i helt takt med forbrukernes ønsker/faktiske etterspørsel. Som dokumentert i kapittel seks i denne rapporten, er det mange forbrukere som er misfornøyde med både tilgang på etisk forsvarlige matprodukter, økologisk mat og vegetarmat. Vi får stadig flere produkter å velge mellom, men de store valgene (økologisk – rent vann, etc) blir kanskje likevel mindre? Uansett; mener – og er forbrukerne seg bevisst – at det ligger makt i de valg de gjør? Vi har bedt respondentene si om de er 'helt enig', 'delvis enig' eller 'uenig' i utsagnet:

- Forbrukerne påvirker matvaretilbudet gjennom sine valg av matvarer.

²⁷ De argumenterer at markedsanalyser er en måte å la etterspørsel styre tilbudet.

I en studie knyttet til kosmetikk, finner vi lav aktiv klageadferd. Vanligste respons på plager etter bruk av kosmetiske produkter var å slutte å kjøpe produktet (Berg 2004b). Er forbrukerne like lite aktive i forhold til det å klage på matvarer? Vi har stilt forbrukerne følgende spørsmål:

- Klager du dersom du får dårlige matvarer?²⁸



Figur 7.6: Andeler som er 'helt enig' i at forbrukerne har kollektiv forbrukermakt gjennom valg av matvarer, og at de selv utøver forbrukermakt gjennom at de klager dersom de får dårlige matvarer. Prosent. Vektet for kjønn og alder (N=1000)

Mens det bare var 13 prosent klagere blant de som hadde opplevd skader etter bruk av kosmetiske produkter (Berg 2004), var det hele 61 prosent som sa at de klager dersom de får dårlige matvarer. Respondentenes forklaring til at de ikke hadde klagd på kosmetiske produkter, var at de fleste bortforklarte misnøye med at problemet i grunnen skyldtes deres egen hud og/eller at

²⁸ Dette spørsmålet ble naturligvis stilt *før* evalueringsspørsmålene av butikkene der de vanligvis handlet.

plagen var ubetydelig. Dårlige matvarer ser i følge forbrukerne ut til å være en mer objektiv og udiskutabel klagegrunn.

Mens det var klare forskjeller i kvinner og menns klageadferd i forhold til kosmetikk (kvinner klager mest), finner vi ingen kjønnsforskjeller i egenrapportert klageadferd i forhold til mat. De yngste forbrukerne både klager sjeldnere og har mindre tro på at deres valg påvirker mattilbudet (sig. 5%-nivå). De med dårlig råd har sjeldnere enn andre tro på forbrukermakten gjennom hva de måtte velge av matvarer (sig. 5%-nivå). Ellers er det små og ikke signifikante forskjeller etter forbrukernes kjennetegn.

Nesten tre av fire er helt enige i at forbrukerne som gruppe påvirker matvaretilbudet gjennom de matvarevalg de gjør. På tross av dette, tyder resultatet fra denne og andre studier at de fleste likevel mener at dyrevelferd og etisk forbruk helst bør ivaretas gjennom offentlige reguleringer og påbud.

7.5 Pris, pris, pris, 'godt norsk' eller 'godt nok'?

I følge markedsaktørene i de kvalitative intervjuene (Terragni 2004) er forbrukere hovedsakelig opptatt av én ting: Pris. Det er forbrukernes ensidige prisfokusering som i følge disse informantene hindrer utvikling av nye produkter og økt mangfold i varetilbudet. En matekspert forklarer imidlertid manglende variasjon og fokus på kvalitet med at det er *kjedene* som kun er opptatt av pris. Kvalitetsprodukter gis ikke hylleplass fordi; én vare inn, er en annen vare ut. Småprodusenter har dessuten kapasitetsproblemer med å forsyne 70 supermarkeder med eventuelle nisjeprodukter (Terragni 2004). Ingen andre land domineres så sterkt av kjedebutikker som Norge, der 99 prosent av dagligvarematen omsettes gjennom kjedebutikker, hvorav svært mange er lavprisbutikker (Lavik & Dulsrud 2001).

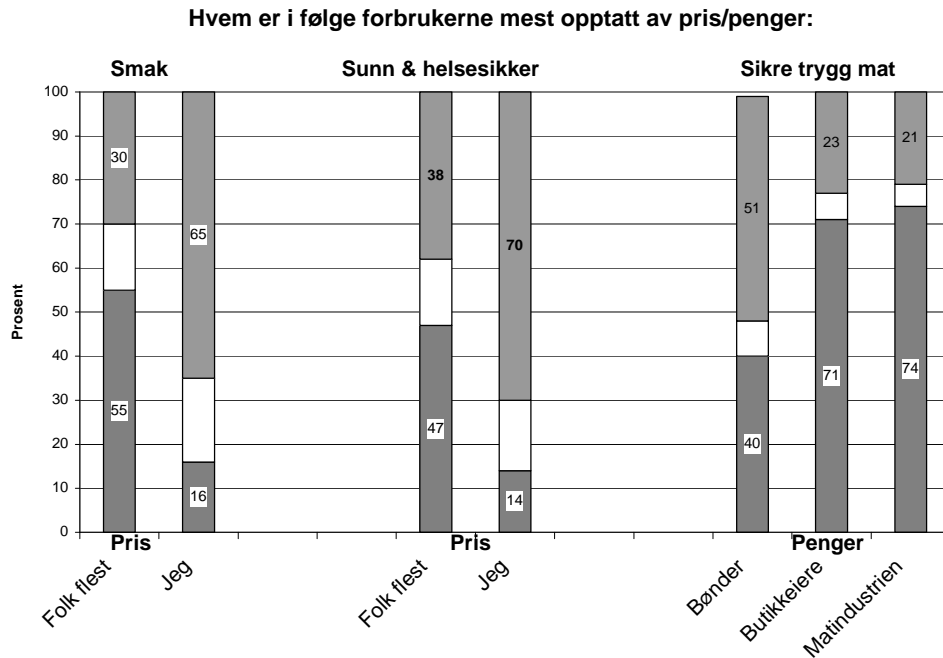
For å finne forklaringer til at matvaremangfoldet i Norge er langt smalere enn i andre europeiske land vi kan sammenligne oss med, har Jacobsen & Stræte (2002) intervjuet aktører i melke- og kjøttvaresektoren. Lav satsing på produktmangfold ble også av bransjefolk i melke- og kjøttvaresektoren forklart med på den ene siden forbrukernes pris-fokusering, og på den andre siden dagligvarekjedenes lavprisfokus. Jacobsen & Stræte (2002) trekker også fram landbrukskooperativenes rolle: Mesteparten av kjøttet og nesten all melk går gjennom kooperativene, som i større grad ivaretar produsentenes enn forbrukernes interesser. Basert på det norske likhetsidealet har kooperativene tradisjonelt sørget for at forbrukerne skal få 'godt nok' kvalitet framfor varemangfold og mulighet for å velge mellom ulike kvaliteter.

Avisenes fokus på matvarepriser og jevnlig presentasjoner av sammenlignbare prisbarometre bidrar til å forsterke inntrykket av at de fleste

forbrukerne er hovedsakelig opptatt av pris. Stemmer dette? I de kvalitative studiene med forbrukere (Torjusen 2004) rettet kritikken seg primært mot at det var et smalt utvalg av kvalitetsvarer og spesialvarer. Ingen klaget over at maten var for dyr, noen ga tvert imot uttrykk for at de som regel ikke så på prisen når de handler mat, andre tolket lav pris som dårlig kvalitet og lav matsikkerhet.

I kapittel 6 har vi allerede sett at svært få – bare seks prosent – sa de var misfornøyde med tilbud på rimelige dagligvarer, mens langt flere - 25 prosent – sa de var misfornøyde med tilbudet av gourmetmat og tyve prosent var misfornøyde fordi det er for dårlig tilgang på mat fra ferskvaredisk (figur 6.2). At såvidt få gir uttrykk for ønske om bedre tilgang på rimelig mat kan enten bety at forbrukere av i dag i liten grad er opptatt av pris, eller at forbrukernes ønsker om rimelig mat er godt ivaretatt. Hvis det siste er tilfellet, er uansett markedaktørene i langt større grad sensitive for forbrukernes prispreferanser enn for forbrukernes kvalitative preferanser. Vi har altså sett at markedsaktørene mener forbrukerne er prisfokuserne, hva mener forbrukerne? Er det bøndene, matindustrien, kjedene eller forbrukere selv som er mest opptatt av pris? For å belyse dette har vi bedt respondentene ta stilling til følgende spørsmål & utsagn:

- Tror du folk flest i Norge er mest opptatt av pris eller smak?
- Og du, er du mest opptatt av pris eller smak?
- Tror du folk flest i Norge er mest opptatt av pris eller at maten skal være sunn og helsesikker?
- Og du, er du mest opptatt av pris eller at maten skal være sunn og helsesikker?
- Bønder er mer opptatt av å tjene penger enn å sikre trygg mat
- Butikkeiere er mer opptatt av å tjene penger enn å sikre trygg mat
- Matindustrien er mer opptatt av å tjene penger enn å sikre trygg mat



Figur 7.5: Hvem er i følge forbrukerne mest opptatt av pris i forhold til smak, i forhold til sunn & næringsrik kost og i forhold til trygg mat? Vektet på kjønn og alder. Prosent. (N= ca. 1000)

Som vist i figur 7.5 tror respondentene at 'folk flest' er mer opptatt av pris enn det de selv er. Imidlertid skal respondentene representere nettopp 'folk flest'. Respondentene tror altså, i likhet med markedsaktørene, at folk flest ofte er mer prisfokuserte enn det folk flest i virkeligheten er. Over halvparten tror folk flest er mer opptatt av pris enn smak, mens det ifølge deres egne svar bare er 16 prosent som er mer opptatt av pris enn smak. Det samme bildet gjør seg gjeldende når vi sammenligner preferanse for pris og preferanse for sunn og helsesikker mat. Forbrukerne er altså i følge dem selv mer opptatt av smak og at maten skal være sunn og helsesikker, enn av pris.

Vi ba også forbrukerne vurdere hvorvidt markedsaktørene først og fremst var pengefokuserte eller opptatt av å produsere og distribuere trygg mat. Vi ser da, litt overraskende, at respondentene antar at 'folk flest' er mer pengefokuserte enn bøndene. Butikkeiere og matindustrien oppfattes oftere som pengeorienterte enn folk flest. Disse markedsaktørene blir av de fleste - omtrent tre av fire forbrukere – oppfattet som mer opptatt av å tjene penger

enn å sikre trygg mat. Noe av mistilliten til markedet kan ligge forankret her. Og som vist i figuren, bøndene er delvis frikjent, over halvparten tror bønder er mer opptatt av å sikre trygg mat enn av å tjene penger. Uansett hvem som vurderes, vurderes 'de andre' oftere som pengeorientert enn 'meg selv'.

Det at forbrukerne mener at både smak og sunt er viktigere enn pris, betyr ikke at forbrukerne ikke vurderer prisen. Men denne studien og tidligere studier (Berg 2001) kan tyde på at pris er sekundært for de fleste når de velger varer. Først kvalitet, så pris. Eller først sunn mat, så god pris. Men, som nevnt, det er også mulig at tilgangen på rimelige matvarer nå tilfredsstillende forbrukernes ønsker, altså at lavprissortimentet nå er bra nok, mens det er kvaliteten som er det svakeste ledd.

Samlet gir kapitlet ytterligere støtte til tidligere studier som har vist at forbrukere i Norge har høy tillit til den offentlige matkontrollen, mens de er skeptiske til markedsaktørene. En forklaring til denne skepsisen kan være antagelsen om at markedsaktører primært styres av ønske om profit, og at matsikkerheten i kritiske tilfeller kan nedprioriteres. Risikoen for matskandaler kan aldri fjernes helt, og markedsaktørers risikovillighet kan være større enn det forbrukerne er villige til å godta.

8 Preferanser for norsk og utenlandsk mat

I de kvalitative intervjuene med forbrukere finner Torjusen (2004) et tydelig skille i vurderingen av norsk henholdsvis utenlandsprodusert mat: Norsk mat ble oppfattet som tryggere enn mat fra utlandet, men norsk mat falt ikke like bra ut i sammenligninger som gikk på smak og kvalitet. En informant sammenlignet for eksempel tilbudet i franske butikker med tilbudet i de norske butikkene, og da kom de norske butikkene til kort. Men den samme informanten ville ikke handlet kjøtt på et utendørs marked – eller fra enkle butikk-boder – i Frankrike. For flere av informantene i Torjusens (2004) studie var det å handle 'norsk' framfor utenlandsk mat en strategi for å føle seg trygge på maten. For andre innebar det å handle mat i Norge i seg selv en trygg kontekst, som de egentlig ikke hadde reflektert særlig mye over.

Og som nevnt, mens norsk mat gjerne ble oppfattet som tryggere enn utenlandsk mat, kan likevel utenlandsk mat oppleves som mer spennende. I det følgende skal vi se om vi gjenfinner dette i vårt representative utvalg av forbrukere ved å krysse de to variablene 'Jeg foretrekker mat som er produsert i Norge' og 'Jeg synes det er spennende med mat fra andre land'²⁹:

Tabell: 8.1: Andeler i 2004 som 'foretrekker mat produsert i Norge' og som synes det 'er spennende med mat fra andre land'. Firefeltstabell med totalprosent. Vektet på alder og kjønn (N= ca. 1000)

		Spennende med mat fra andre land		Totalt
		Uenig	Helt enig	
Foretrekker mat som er produsert i Norge	Uenig	8	30	38
	Helt enig	32	30	62
Totalt		40	60	100

²⁹ Vi teller kun de som uforbeholdent er enige i utsagnene, de som bare er delvis enig, slås sammen med de uenige.

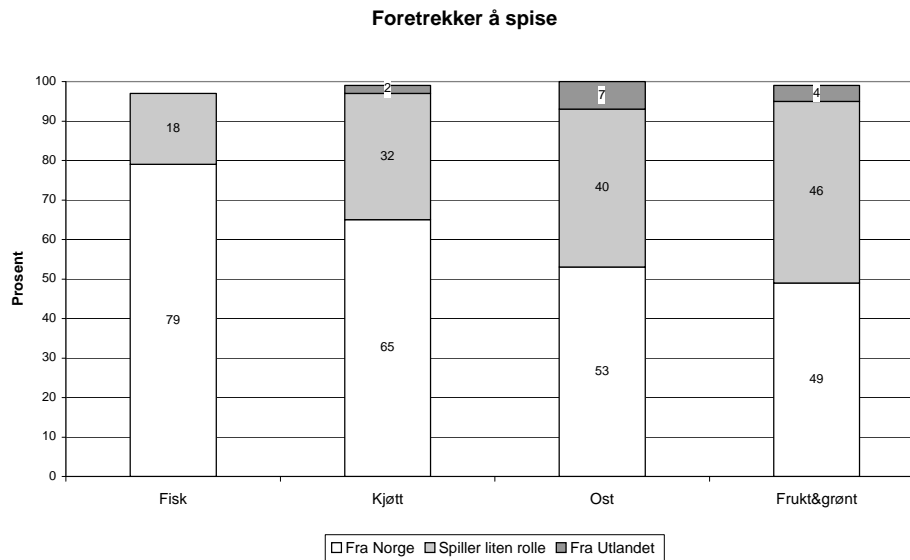
Vi finner at grovt regnet en tredjedel er enig i begge utsagnene, de gir altså uttrykk for at de foretrekker mat som er produsert i Norge, men samtidig synes de også at det er spennende med mat fra utlandet. En tredjedel foretrekker mat produsert i Norge og synes ikke utenlandsk mat er spesielt spennende. Og den siste tredjedelen mener det er spennende med mat produsert i utlandet og er ikke spesielt opptatt av at maten bør være produsert i Norge.

Resultatene viser at befolkningen er delt i spørsmålet om preferanser for utenlandsk eller norsk mat. Men resultatene viser også at omtrent halvparten av de som sier at de foretrekker norskprodusert mat, tross alt også synes det er spennende med utenlandsk mat.

Som tidligere vist i denne rapporten tyder sammenligning over tid på at tendensen til å foretrekke norskprodusert mat er økende (figur 5.4).

8.1 Foretrekkes norsk eller utenlandsk fisk, kjøtt, ost, frukt?

Studier blant norske og utenlandske forbrukere viser at tilliten logisk nok varierer etter hva slags mat det er tale om (figur 5.1 i denne rapporten, Berg m.fl. 2004, Poppe & Kjærnes 2003:tab 3.1, Berg 2000). Det er rimelig å anta at forbrukernes preferanser for norsk og utenlandsk mat også vil variere etter hvilken matvare det er snakk om. For eksempel er det rimelig å anta at forbrukere fra fiskerinasjonen Norge foretrekker norskprodusert fisk, mens mange kanskje vil foretrekke en ost fra Frankrike, kjøtt fra Danmark og frukt og grønnsaker fra middelhavslandene? En av informantene som deltok i forbrukerintervjuene (Torjusen 2004) hadde bodd i England, og mente at 'ordentlig kjøtt' det måtte hun til England for å få. Hun mente utvalget av kjøtt i Norge var dårlig og som regel pakket i lite fristende plastpakninger, mens man i England kunne gå til kjøttthandlere som presenterte kjøttet på en fristende måte samtidig som utvalget av så vel økologisk som annet kjøtt var stort. En annen informant mente utvalget av kjøtt var blitt mye dårligere nå enn før, hun unngikk vakuumpakket kjøtt og var lite imponert over betjeningen bak kjøttdiskene i supermarkedene. På den annen side er det flere informanter som gir uttrykk for at det å kjøpe norsk mat er en type sikkerhetsgaranti for at maten er trygg å spise. Gjennom intervjuene fikk vi også demonstrert at det er godt mulig å være misfornøyd med norsk kjøttkvalitet og samtidig foretrekke norsk fordi det er trygt. Vi har spurt forbrukerne om de foretrekker å handle henholdsvis kjøtt, fisk, frukt & grønnsaker, og ost produsert i Norge, i utlandet eller om opprinnelsesland ikke spiller noen rolle?



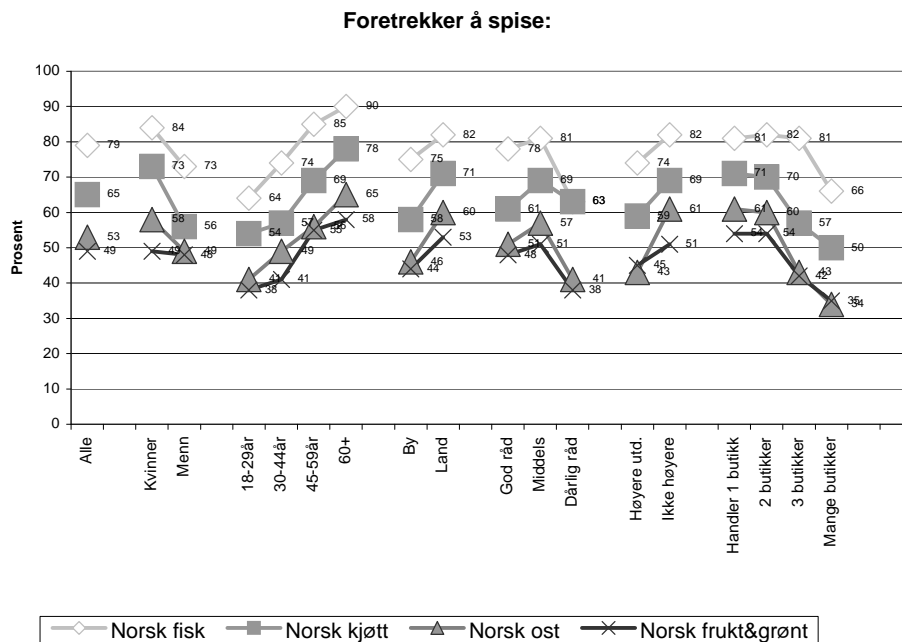
Figur 8.1: Andeler som foretrekker henholdsvis fisk, kjøtt, ost og frukt og grønt fra Norge eller fra utlandet. Vektet på kjønn og alder. Prosent. (N= ca. 1000)

I utgangspunktet forventet vi en høy preferanse for norsk fisk. Figur 8.1 viser at det også er en relativt høy preferanse for norsk kjøtt. Det var imidlertid uventet at så mange som rundt halvparten av forbrukerne sier de foretrekker norsk frukt og grønnsaker, og norsk ost. Nesten ingen – bare fire prosent - foretrekker frukt og grønnsaker fra utlandet og bare syv prosent foretrekker utenlandsk ost. Rangeringen kan ikke forklares av manglende kjennskap til utenlandsk frukt og grønnsaker all den stund det kun er utenlandsk frukt og grønnsaker å få kjøpt gjennom store deler av året. Dette resultatet stemmer med funnene fra de kvalitative intervjuene, der informantene sier at det å kjøpe norsk er en strategi for å føle seg trygg på maten. På bakgrunn av informantintervjuene (Torjusen 2004) vet vi imidlertid at det å foretrekke norsk mat ikke behøver bety at forbrukerne mener norsk mat er av best kvalitet.

Figur 8.1 viser at når vi stiller mer konkrete spørsmål knyttet til spesielle matvarer varierer andelene som foretrekker norskprodusert. Men ser vi på gjennomsnittet får vi omtrent samme resultat som i tabell 8.1. Spørsmålene er stilt på forskjellige måter, men kan likevel sammenlignes: Med utgangspunkt i de spesifiserte matvarene var det i gjennomsnitt $((79+65+53+49)/4)$ 62 prosent som sa at de foretrekker norskproduserte matvarer framfor

utenlandsproduserte. Akkurat like mange - 62 prosent - sa seg 'helt enig' i utsagnet 'Jeg foretrekker mat som jeg vet er produsert i Norge'³⁰.

Vi kan også undersøke om det er spesielle grupper av forbrukere som foretrekker norskprodusert mat:



Figur 8.2: Andeler i ulike grupperinger som foretrekker norsk fisk, norsk kjøtt, norsk ost, samt norsk frukt og grønnsaker framfor mat importert fra utlandet. Vektet på kjønn og alder. Prosent. (N= ca. 1000)

Figur 8.2 viser en del klare og signifikante mønstre: Kvinner foretrekker enda oftere enn menn at maten er norskprodusert. Som tidligere vist var det også flere kvinner enn menn som sa seg helt enige i at de 'foretrekker mat som er produsert i Norge' (fig. 5.5). Videre viser figuren en helt klar tendens til at jo eldre man er, jo flere sier de foretrekker at fisken, kjøttet, osten, frukten og grønnsakene er norske. Videre ser vi at preferansen for norske matvarer er høyere i sprettbygde enn i tettbygde strøk, de med høyere utdanning er mer åpen for utenlandsk produsert mat enn andre, og de som kun handler i én butikk er mer norskorientert enn de som handler i mange butikker. Det siste gjelder imidlertid i liten grad for fisk, bare de som handler i mange butikker er

³⁰ På dette utsagnet var det 16 prosent som i tillegg var 'delvis enig', mens 21 prosent var 'ueneige'.

litt sjeldnere enn de andre opptatt av at fisken helst bør være tatt i Norge. Forskjellene knyttet til inntekt gir ikke signifikante utslag.

8.2 Matnasjonalisme

Det er godt dokumentert at norske forbrukere oftere har tillit til norsk mat enn til utenlandsk mat (Wandel og Bugge 1994, Nygård 1999, Berg 2000, Berg 2001). Og mange opplever det tryggere å spise utenlandsk produsert mat i Norge, enn å spise utenlandsk produsert mat i utlandet (Nygård 1999, Storstad 1999). Er dette et særnorsk fenomen, eller kan dette forklares gjennom mer universelle mekanismer knyttet til tillit?

Hva bygger forbrukerne sin tillit på når de svarer på om de har tillit til mat? I teorikapittelet ble det skilt mellom det å føle tillit, ha tillit og vise tillit. Å ha tillit – f.eks. til at maten i Norge trygt kan spises – kan baseres både på informert kunnskap og vanebasert kjennskap til matområdet, og/eller det å føle seg trygge på at de som har kontrollert, produsert, distribuert og servert maten vi spiser er til å stole på. Sagt på en annen måte: Når forbrukerne sier de *har* tillit – f.eks. til maten i Norge, hviler dette på *følelsen* av tillit, ved siden av rasjonelle overveielser og vaner (se teorikapittelet).

Når vi velger ut matvarer i butikken benytter vi oss i varierende grad av rasjonalitet, vaner, og magefølelsen. Har vi mye informasjon om matvarene som kan vurderes rasjonelt, og/eller solide erfaringer knyttet til egne vaner, er risikoen liten for at vi blir skuffet. Det som overlates til magefølelsen eller følelsen av tillit blir i slike tilfeller minimal. En tillit som hviler på tre ben; jeg *vet* det er trygt, jeg *har erfart* det er trygt og jeg *føler* det er trygt, er stødigere enn en tillit som kun hviler på ett ben.

Det er vanskelig å tenke seg rent tillitsbaserte kjøp, dvs. valg av matvarer under total usikkerhet. Men på ferie i utlandet, med mange ukjente matvarer og produkter, kan usikkerhet knyttet til både innhold og matsikkerhet kunne øke betraktelig. Man kan tenke seg fjerntliggende steder der muligheten for å basere seg på kjennskap (vaner) og informert kunnskap (rasjonalitet) blir minimal, og vi henvises til hovedsakelig bruk av intuisjon og følelser (tillit) i valg av hva vi skal spise. Mange vil kanskje som Nygård (1999) beskriver da søke seg til vestlig kjente varemerker som Coca Cola og Mac Donalds, noe som nettopp viser at turisten simpelthen ikke er i stand til å bringe fram tilstrekkelig tillit til å kunne spise de lokale rettene.

Dersom det er slik at manglende kjennskap og kunnskap gjør det vanskeligere å ha eller plassere tillit, vil forbrukere i alle land, ikke bare i trygge Norge, tendere til å føle seg tryggere på maten i hjemlandet enn i utlandet. Videre kan vi tenke oss at en negativ kunnskap – f.eks. om

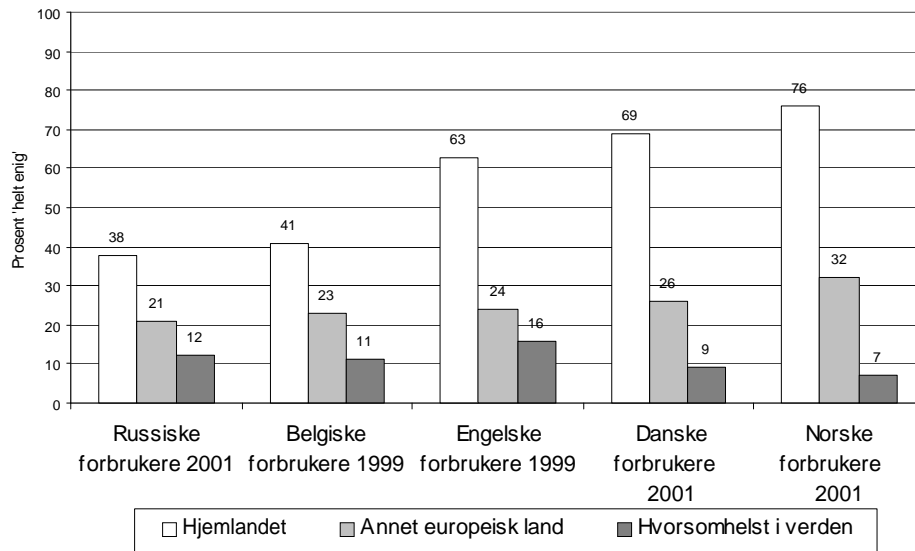
kugalskap eller andre matskandaler – rimelig nok gjør det vanskeligere å ha tillit til at f.eks. biffen er trygg å spise. Vi skal i det følgende undersøke om forbrukere, selv i England med kugalskap, i Belgia rett etter dioksinskandalen og i Russland med et voksende fattigdomsproblem blandet med stor utbredelse av falske og til dels helsefarlige produkter (Ganskau 2001, Minina 2001, Berg m.fl. 2004), likevel oftere har tillit til maten i hjemlandet enn til maten i andre europeiske land? Og vil andelen med tillit til maten synke ytterligere hvis vi spør om tilliten til mat utenfor Europa? Eller er det tvert imot slik at når vi mister tillit til maten i hjemlandet, oppjusterer vi tilliten til maten i utlandet? Er gresset grønnere på den andre siden av gjerdet? Hvordan varierer innbyggeres tillit til mat i våre fem land, som bortsett fra Norge, er valgt ut nettopp fordi innbyggernes tillit har vært sterkt utfordret?

Mønsteret i figur 8.3 på neste side er tydelig og klart: I alle landene, uansett hva de har opplevd av matkatastrofer og rammebetingelser for matsikkerhet i hjemlandet, er det flere som føler seg trygge på maten i hjemlandet enn i Europa ellers, og bare et lite mindretall, i alle land, vil føle seg trygge på maten hvor enn i verden de måtte være. Vi kan altså forkaste den konkurrerende hypotesen: Når det gjelder mat er ikke gresset grønnere på den andre siden av gjerdet. Og særlig ikke på den andre siden av gjerdet bortenfor. Vi finner med andre ord støtte for at *jo lenger hjemmefra vi kommer, og jo mindre kjennskap og kunnskap vi har om maten, jo mer skal det til for at vi har tillit til maten vi blir servert.*

Figur 8.3 på neste side viser at det ikke er slik at jo færre som føler seg trygge på maten i hjemlandet, jo flere vil foretrekke maten i utlandet. Resultatene tyder snarere på at det er motsatt, noe som bryter med logiske relativitetsbetrakninger. Burde ikke forbrukerne i landene med de største matkatastrofene (dioksinskandalen i Belgia og 'fake-foods'-problemet i Russland) i større grad enn de andre ha tillit til maten i Europa ellers ('worst case removed')? Resultatene tyder tvert i mot på at det er forbrukere i Norge, der andelen med tillit til maten i hjemlandet er høyest, som oftest føler seg trygge på maten i andre europeiske land. Norske forbrukere mener faktisk at det stort sett er trygt å spise maten i EU oftere enn det EU-borgerne selv mener. Kanskje er det slik at den høye norske tilliten til mat så og si 'smitter over' på vår oppfatning av maten i EU?

Figur 8.3 viser også store nasjonale forskjeller i forbrukerens vurdering av hvorvidt det stort sett er trygt å spise maten i hjemlandet. Mønsteret er som forventet. Norge har ikke vært utsatt for matkatastrofer tilsvarende det vi har sett i England og Belgia, og matområdet preges heller ikke, som i Russland, av et statlig og privat fattigdomsproblem, med stort innslag av piratprodukter på markedet. At Danmark skårer lavere enn Norge kan skyldes flere problemer knyttet til matsikkerhet i Danmark, som salmonella og forekomster av kugalskap (Berg m.fl. 2005). Mulige forklaringer til at England skårer høyere enn Belgia kan skyldes at dioksinskandalen lå nærmere i tid, og at

Jeg er stort sett trygg på mat jeg spiser i:



Figur 8.3: Tillit til maten i hjemlandet, andre europeiske land og hvorsomhelst i verden blant forbrukere i Russland (St.Petersburg), Belgia, England, Danmark og Norge. Vektet på alder og kjønn. Prosent. Sig.nivå <.01 innen landene. (N=1001,969,979,1002)

forbrukerne i England har hatt lenger tid på å tilpasse seg situasjonen med kugalskap. Tillit er ingen statistisk følelse, og fordi vi må ha mat, uansett om vi føler oss trygge på at den er helsesikker eller ikke, er en generell mistillit uutholdelig. Etter en matskandale vil vi derfor som forbrukere søke nye produkter, markeder og rutiner, for slik å gjenvinne tilliten til maten vi spiser.

8.3 Hvorfor norsk?

Som vist i tabell 8.1 er forbrukerne delt i synet på hvorvidt norsk mat er å foretrekke framfor utenlandsk mat eller omvendt. Omtrent en tredjedel foretrekker norsk framfor utenlandsk mat, en tredjedel er mer opptatt av at utenlandsk mat er spennende, mens en tredjedel både foretrekker norsk samtidig som de synes utenlandsk mat er spennende. I det følgende skal vi prøve å finne hva som ligger bak disse preferansene.

Hva er det forbrukerne legger vekt på når de foretrekker norsk mat? I intervjuene med markedsaktører, byråkrater og eksperter (Terragni 2004) stilles det spørsmål ved om norske matvarer kan konkurrere på pris og kvalitet med utenlandske produkter dersom subsidiene – i tråd med WTO avtalen – reduseres. Enkelte informanter mener konsekvensene av en slik omlegging vil være dramatiske. Landbruksminister Sponheim (sitert i Terragni 2004) er mer positiv og mener at selv om norske produkter ikke kan konkurrere på pris, kan de konkurrere på kvalitet. Han mener vi kan få et konkurransefortrinn ved å knytte kvalitet opp mot ren natur og friske og sunne dyr. Flere undersøkelser har vist at ferskhets og naturlighet verdsettes høyt av forbrukerne (Wandel og Bugge 1994, Torjusen et al. 2001). I forbrukerintervjuene (Torjusen 2004) var det også flere som knyttet matkvalitet opp mot norsk, ren natur. For eksempel var det et par som påpekte at pølser smaker bedre når man vet de er laget av dyr som har vokst opp i flott og ren natur på Vestlandet, mens en annen la vekt på at selvjaktet hjort smaker spesielt godt fordi man vet den har hatt et godt liv i flott natur. Er det slik at de som foretrekker norsk mat oftere enn andre mener at norsk mat er renere og mer naturlig enn mat fra EU?

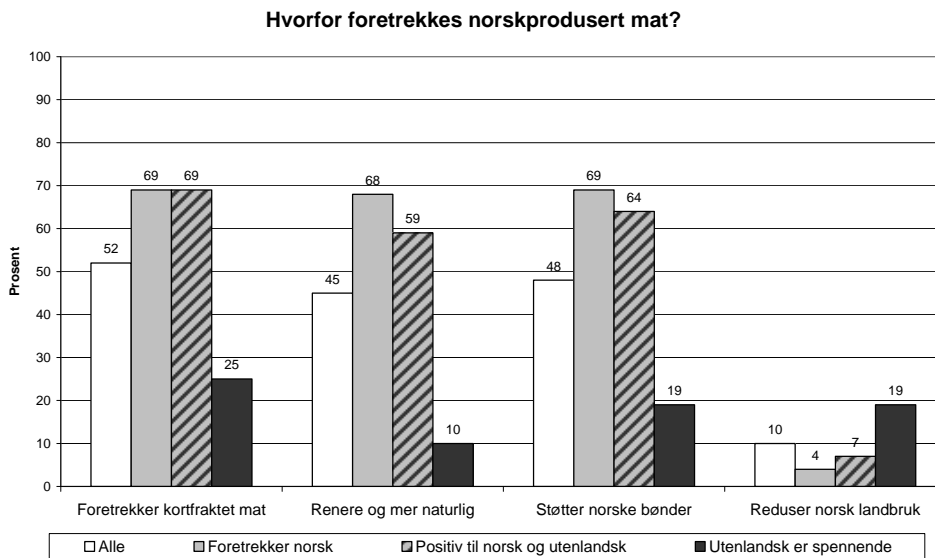
En av informantene (Torjusen 2004) hadde reflektert litt rundt dette med matens opprinnelse. Hun hadde kommet fram til at hun helst ville spise norsk mat i Norge, italiensk mat i Italia og fransk mat i Frankrike. Begrunnelsen var at hun ønsket kort vei fra der maten var produsert til der maten ble konsumert, fordi hun antok at kortere transport (tid) fremmet både matsikkerhet og kvalitet. Er det slik at de som foretrekker norsk mat er mer opptatt av slike forhold enn andre?

Norske bønder har kanskje verdens høyeste landbrukssubsidier (Lavik & Dulsrud 2001). Imidlertid utgjør dyrket areal i Norge bare rundt tre prosent, som er svært lite sammenlignet med EU, der mer enn halvparten er dyrket mark. Andelen yrkesaktive som arbeider innen jordbruk, skogbruk eller fisk i Norge er svært lav, bare 3,9 prosent (Terragni 2001). Noen vil dermed kunne mene at norsk landbruk er bevaringsverdig, mens andre vil vektlegge at norsk landbruk er for dyrt. I informantintervjuene (Torjusen 2004) var det flere forbrukere som begrunnet sin preferanse for norskprodusert mat med gunstige forhold i norsk landbruk i forhold til matsikkerhet. Det ble antatt at klimatiske forhold gjør det mindre nødvendig med bruk av plantevernmidler, at norske dyr i småskalaproduksjon lever sunnere og har det bedre enn dyr i EUs industrialiserte husdyrhold, og det ble også pekt på – som et slags bevis på at maten i Norge er trygg - at vi ikke har vært rammet av dyreskandaler som kugalskap. Enkelte ga eksplisitt bøndene æren for at vi har sluppet unna kugalskap (Torjusen 2004).

På bakgrunn av informasjon hentet fra de kvalitative intervjuene har vi spurt forbrukerne om de er 'helt enige', 'delvis enige' eller 'uenige' i følgende utsagn:

- Mat dyrket og produsert i Norge er renere og mer naturlig enn mat produsert i EU
- Jeg foretrekker mat som ikke er fraktet over lange avstander
- Jeg kjøper norsk mat fordi jeg vil støtte norske bønder
- Jeg synes vi skal redusere norsk landbruk og heller importere mer mat fra utlandet

I neste figur undersøker vi om det er forskjeller i andelen som er helt enige i disse utsagnene etter om de foretrekker norsk eller utenlandsk mat (tabell 8.1).



Figur 8.4: Andeler som er 'helt enig' i at de foretrekker mat som ikke er fraktet over lange avstander, som mener at norsk mat er renere og mer naturlig enn mat fra EU, som kjøper norsk mat for å støtte norske bønder, og andeler som mener man bør importere mer mat fra utlandet og redusere norsk landbruk. I grupper etter om de generelt sett foretrekker norskprodusert mat eller ikke og om de mener utenlandsk mat er spennende eller ikke (tabell 8.1). Vektet på kjønn og alder. Prosent. (N= ca. 1000)

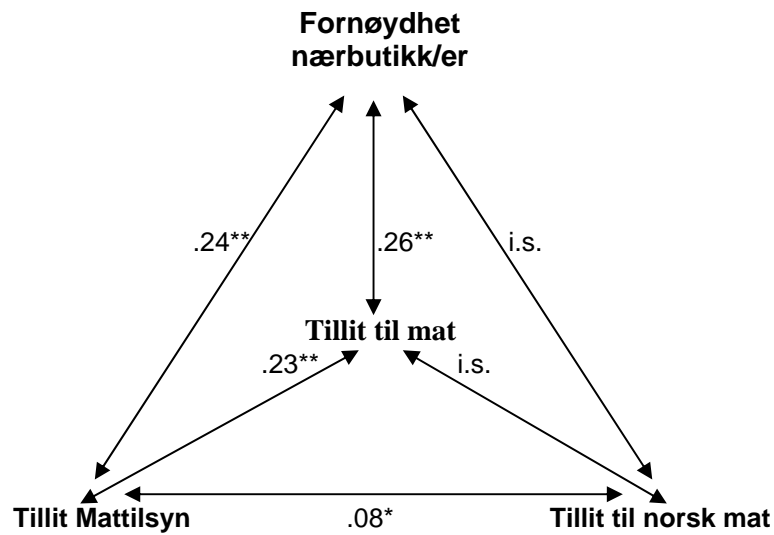
Figur 8.4 tyder på at norske forbrukere er positive til at vi opprettholder landbruket i Norge. I figuren vises bare de som sier seg 'helt enige' i utsagnene presentert over. Hvis vi legger til de som er 'delvis enige' støtter mer enn to av tre de landbrukspositive utsagnene over, mens bare en av fem

foretrekker økt import framfor å opprettholde norsk landbruk (se vedleggsfigur 8.1).

Bakgrunnen for disse holdningsspørsmålene var å søke etter forbrukernes begrunnelser for ønske om norskprodusert mat. Figur 8.4 viser at det er klare sammenhenger mellom holdningene som framkommer gjennom utsagnene og hvorvidt respondenten foretrekker norskprodusert mat eller ikke. Det store skillet går mellom hvorvidt man foretrekker norsk produsert mat eller ikke, uavhengig av om man synes utenlandsk mat er spennende. Det som kjennetegner gruppen som foretrekker norsk mat, er at de mener mat ikke bør fraktes over lange avstander, at norsk mat er renere og sunnere enn mat fra utlandet og de ønsker også å støtte norske bønder ved å kjøpe norsk.

I regresjonsanalyse kan man undersøke hvilke av de fire begrunnelsene som har størst effekt på det å foretrekke norskprodusert mat framfor spennende utenlandsk mat. Alle de fire utsagnene gir signifikante effekter på preferansen for det norske. Størt effekt har variabelen 'Mat dyrket og produsert i Norge er renere og mer naturlig enn mat produsert i EU'. Samme variabel slår sterkest ut dersom vi benytter en skala basert på hvorvidt man foretrekker henholdsvis norsk eller utenlandsk fisk, kjøtt, frukt&grønt, samt ost (se vedleggstabellene 8.1 & 8.2). Svakest (negativ naturligvis) effekt har oppfatningen om at man bør redusere norsk landbruk og heller importere mer mat fra utlandet. Som vist i figur 8.4 var det selv blant de som foretrekker utenlandsk mat bare 19 prosent som var helt enige i at man burde redusere norsk landbruk og heller importere mer mat fra utlandet. Samlet tyder analysen på at norske forbrukere ønsker norsk mat fordi de har en oppfatning om at norsk landbruk er renere og mer naturlig enn landbruket i landene vi eventuelt skal importere mat fra. Mange sier også at de handler norsk for å støtte norske bønder og at de foretrekker mat som ikke er fraktet over lange avstander. Et klart mindretall går inn for økt import av mat. Dersom vi benytter en indeks basert på preferansen for norsk fisk, kjøtt, ost, frukt&grønt som avhengig variabel, framkommer nøyaktig samme mønster.

Resultatene over tyder på at den norske forbrukertilliten til matsikkerhet også er forankret i en tro på 'det norske'. Er det slik at det å ha tillit til 'det norske' har sammenheng med direkte 'tillit til mat'? I figur 8.5 har vi skiftet ut 'tillit til markedet' med 'tillit til norsk mat':



Figur 8.5: Korrelasjoner mellom fornøydhhet med butikk/er der man vanligvis handler, tillit til norsk mat (foretrekker mat produsert i Norge), tillit til Mattilsynet og tillit til mat. Pearson corr. (N=ca.1000)

**= sig. 1 %-nivå, *=sig. 5 %-nivå. i.s.= ikke signifikant

Det å ha tillit til 'det norske' samvarierer ikke med hvordan forbrukerne vurderer om det er 'stort sett trygt' eller 'ikke helt trygt' å spise de elleve oppgitte matvarene som inngår i Tillit til mat-indeksen. Tillit til 'det norske' samvarierer heller ikke med det å ha tillit til Mattilsynet. Hvordan kan vi da hevde at tillit til mat hviler på 'det norske'?

Grunnen til manglende signifikante sammenhenger er først og fremst at det å foretrekke norske produkter ofte - men ikke alltid - er en mer eller mindre bevisst strategi for å redusere usikkerhet knyttet til matsikkerhet. Som det framgår av informantintervjuene (Torjusen 2004) og den foregående analysen, forklares det å velge norsk som en slags trygg-mat-strategi basert på mer eller mindre velfundert kunnskap om norske produksjonsforhold, klima og kort transport.

For det andre er det vanskelig å finne sammenhenger når nesten 'alle' er tilhengere av norsk mat; 61 prosent er 'helt enige' og 16 prosent er 'delvis enige' i at de foretrekker mat som de vet er produsert i Norge (se vedleggstabell 8.1). Mens matskeptikere spiser norsk mat for å redusere risiko, har andre tillit til mat fordi den er norsk.

På tross av lave korrelasjoner vil vi altså fortsatt kunne hevde at tilliten til mat for mange hviler på en generell tillit til at det er trygt – eller for skeptikerene tryggere – å spise mat produsert i Norge.

9 Samlet vurdering

I følge Folkehelseinstituttet er kostnadene som påføres samfunnet som følge av næringsmiddelbårne infeksjonssykdommer betydelige og undervurderte. (Folkehelseinstituttet 2003:9). Årlig registreres rundt 5000 pasienter med mage-tarm infeksjoner. Men mørketallene er store. Studier kan tyde på at mellom ti og tredve prosent blir syke av mat i løpet av et år. Selv om vi i Norge har vært lykkelig forskånet fra de store matskandalene som har preget Europa siste tiår (Kugalskap, munn- og klovsyke, dioksinskandalen i Belgia), må forbrukertillit knyttet til matsikkerhet sies å være et relevant tema også her.

Flere studier har vist at forbrukere i Norge i forhold til forbrukere i andre land har stor tillit til matsikkerheten og til den offentlige matkontrollen, men lav tillit til markedets og markedsaktørenes evne til å ivareta matsikkerheten. Hovedproblemstillingen i det NFR finansierte Sifo-prosjektet 'Forbrukertillit og matsikkerhet', har nettopp vært å belyse hvorfor så mange forbrukere er skeptiske til markedsaktørene. Prosjektet omfatter tre studier: En kvalitativ intervjustudie blant markedsaktører (Terragni 2004), en kvalitativ intervjustudie blant forbrukere (Torjusen 2004) og en landsrepresentativ survey (foreliggende rapport) som bygger på de to innledende intervjustudiene. Datainnsamlingen ble utført av Opinion as i juni 2004.

Offentlig og privat matkontroll

De innledende kvalitative studiene ga innblikk i hvordan informantene – representanter for henholdsvis forbrukere og markedsaktører – tenker rundt matsikkerhet og rollefordelingen mellom Mattilsyn og markedsaktører. Intervjuene fant sted samtidig med den store omstruktureringen av matkontrollen, der blant andre tidligere Statens næringsmiddeltilsyn gikk inn under det nyopprettede Mattilsynet (januar 2004). Reorganiseringen av den offentlige matkontrollen innebar en overføring av noe ansvar fra det offentlige til markedsaktørene selv.

I markedsaktørstudien var det sentralt å finne informanter som kunne beskrive og forklare hvordan aktører som opererer i matmarkedet tenker og handler i

forhold til forbrukertillit og matsikkerhet. Hva tenker markedsaktørene selv om forordelingen av ansvar for matsikkerheten?

Både representanter for små og store markedsaktører ga uttrykk for at det er den offentlige matkontrollen som fortsatt må bære hovedansvaret for trygg mat i Norge. Det ble uttrykt noe bekymring over at Mattilsynets ressurser ble noe forskjøvet fra matkontroll i retning papirkontroll og sertifiseringsarbeid, der deler av selve matkontrollen ble overlatt til matindustriens og kjedenes egne kvalitetssikringsrutiner.

For de fleste store aktørene på matfeltet – særlig de med internasjonal tilknytning – betyr endret ansvarsfordeling etter opprettelsen av Mattilsynet lite, da de gjerne allerede har de nødvendige kvalitetssikringsrutiner med egenkontroll på plass. For mindre aktører er omlegging til egne kontrollrutiner mer problematisk. De foretrekker gjerne den gamle ordningen der de kunne støtte seg på den offentlig matkontrollen.

Ikke-reflektert systemtillit

Ufordringen i den kvalitative forbrukerstudien var å få informantene til å reflektere rundt matsikkerhet. Hvordan oppfatter forbrukerne at matvaresikkerheten blir ivarettatt av henholdsvis offentlige myndigheter og private markedsaktører? Hvor er tilliten til mat forankret? I dybdeintervjuer kan man 'tvinge' informantene til refleksjon rundt temaer de vanligvis har et ikke-reflektert forhold til. Selv på direkte spørsmål ser systemtilliten knyttet til den offentlige matkontrollen ut til å være litt diffus. Som informantene selv formulerer det:

- Vi vet nok ikke nok om akkurat hvem som styrer hva, men vi har vel en sånn tillit til at myndighetene i hvertfall passer på at det er et kontrollorgan.

- Ja, hvem har egentlig ansvaret for å kontrollere, og hva har de ansvar for å kontrollere? Og hvem ivaretar det vi er interessert i å få vite? Liksom; hva er det sprøyta med, er det skadelig? Hva gjør de stoffene, og hva gjør de stoffene? Hvem gjør det? Det lurte jeg på. Og er det i det hele tatt noen som gjør det?

Både de kvalitative intervjuene og telefonsurveyen blant 1000 landsrepresentative forbrukere i Norge, gir klare signaler om at forbrukere i Norge ønsker en sterk offentlig matkontroll. To av tre sier seg fornøyde med styrken på den offentlige matkontrollen slik – de tror – den er, og av de som ikke er fornøyde vil de fleste ha en strengere kontroll. Omtrent halvparten er fornøyde med butikk-kjedenes egne kontrollrutiner slik – de tror – den er, og igjen ønsker de som ikke er fornøyde stort sett en strengere kontroll.

På spørsmål om hvem som bør ha hovedansvar for matvaresikkerheten, mener to av tre (68%) at offentlige myndigheter ved Mattilsynet bør ha

hovedansvaret, cirka én av fem (18%) mener butikker og matindustri bør ha hovedansvar, og bare fire prosent mener at dette bør være forbrukernes eget ansvar. En klar majoritet (70%) foretrekker at vi bruker skattepenger på matkontrollen, framfor å overføre mer matvarekontroll til butikker og produsenter (21 %).

Tilliten til mattilsynet er imidlertid ikke bunnsolid. Den er ofte svært intuitivt forankret, mer enn halvparten av respondentene i den kvantitative studien sier – etter å ha evaluert og gitt uttrykk for preferanser om hvem som bør ha ansvar for matkontrollen – at de egentlig har dårlig kunnskap om hvordan Mattilsynet fungerer. Mange av de som tar avstand fra å overføre matvarekontroll fra Mattilsyn til markedsaktører er altså antageligvis ikke orientert om at det nettopp er en slik utvikling på gang.

Skepsis til markedsaktørene, men tillit til nærbutikken

Mens forbrukernes innstilling til mattilsynet preges av en ofte ikke-reflektert tillit, er innstillingen til markedsaktørene mer preget av skepsis. I den kvalitative informantstudien var hovedskillet i synet på offentlig matkontroll og private markedsaktører knyttet til økonomisk egeninteresse. Mens offentlige myndigheter antas å skulle sørge for fellesskapets beste, blir markedsaktørene antatt å være endimensjonalt opptatt av å søke egen profitt:

Alle skal tjene penger, ikke sant? Alle skal tjene, tjene, tjene. Jeg tror det ligger like mye dritt innenfor matbransjen som det gjør ellers.

Surveyresultatene viser at informantenes skepsis rettet mot markedsaktørene deles av mange: Majoriteten av forbrukerne mener at både butikkeiere (71%) og matindustrien (74%) er mer opptatt av å tjene penger enn å sikre trygg mat.

Analysen viser at mistilliten rettet mot markedet ikke er total. Mens majoriteten antar at butikkeiere og matindustrien er mer opptatt av å tjene penger enn å sikre trygg mat, er respondentene i hovedsak svært fornøyde med både vareutvalg og matvaresikkerheten der de selv handler. På mer inngående spørsmål viser imidlertid dobbeltheten seg også i forholdet til vurdering av nærbutikken: Under den generelle fornøydheten ulmer en viss misnøye knyttet til for dårlig matvareinformasjon og manglende tilbud på alternative varer som økologisk mat, mat som tar hensyn til dyrevelferd, samt 'rettferdig handel'-produkter.

Gjentatte tidligere studier har vist at norske forbrukere gjerne foretrekker norsk mat. Også blant informantene ble 'det norske' trukket fram som en slags matsikkerhetsgaranti, gjerne knyttet opp mot norsk landbruk og klimafordeler:

-Jeg har mer trua på det norske enn det utenlandske. Så jeg ville heller betalt mer for å være sikker på at det var norsk kjøtt jeg fikk, altså. Jeg trur tross alt de dyra har det mye bedre her i Norge, har en sunnere oppvekst, da, for å si det sånn, enn de har nedover. Det er vel fortsatt en del frittgående her i Norge.... Og det er klart; jo lenger sydover, jo varmere vær, og jo mer plantevernmidler bruker de. Det er det vel ikke noe tvil om. Sånn sett vil jeg tro da, at de produktene vi har i Norge er noe av det beste eller noe av det sikreste vi kan få tak i.

Resultater fra surveyen tyder på at denne informantens holdninger til norsk landbruk er representativt for norske forbrukere: To av tre forbrukere er helt (45%) eller delvis (21%) enige i at 'Mat dyrket og produsert i Norge er renere og mer naturlig enn mat produsert i EU.' En annen studie viste at 58 prosent mener at dyr for matproduksjon har det bedre i Norge enn i EU (Berg 2002). Mindre enn en av fire er helt (10%) eller delvis (12%) enige i at vi bør redusere norsk landbruk og importere mer fra utlandet, mens mer enn to av tre sier seg helt (49%) eller delvis (23%) enige i utsagnet om at de 'kjøper norsk mat fordi de vil støtte norske bønder'.

Matnasjonalisme

Basert på sammelignbare surveydata fra England, Belgia, Russland og Danmark – land som har vært rammet av store matkatastrofer - finner vi at det å foretrekke den kjente maten i hjemlandet ser ut til å være et universelt trekk: Når det gjelder mat er ikke gresset grønnere på den andre siden av gjerdet. Og særlig ikke på den andre siden av gjerdet bortenfor. Jo lenger hjemmefra vi kommer, og jo mindre kjennskap og kunnskap vi har om maten, jo mer skal det til for at vi har tillit til maten vi blir servert.

Tillitens triangler

Sluttrapporten har fått navnet 'Tillitens triangler'. Tittelen viser på den ene siden til hvordan tillitsbegrepet blir forstått i denne rapporten: Det antas at tre forhold – i varierende grad - får betydning for hvorvidt en forbruker *har* tillit til mat: Kjennskap (erfaringer), kunnskap (rasjonalitet) og den intuitive tillitsfølelsen. Jo mindre informert, rasjonell kunnskap og erfaringsbasert kjennskap, jo mer må baseres på tillitsfølelsen. På den andre siden viser tittelen til hvor forbrukerne i Norge har forankret sin tillit til mat: i) Tillit til Mattilsynet, ii) Tillit til butikken der de vanligvis handler, og iii) Tillit til 'det norske'.

Samlet kan vi si at tillitsrelasjonene ofte er ikke-reflekterte og komplekse. Tilliten til butikken der den enkelte forbruker vanligvis handler ser ut til å være litt dobbel. I det store og hele er forbrukerne fornøyde, men hvis de blir bedt om å tenke etter, er det en rekke ting å sette fingeren på. Tilliten til 'det norske' ble kunnskapsrasjonelt forklart, som en strategi for å sikre trygg mat. Hvorvidt dette er eterrasjonaliseringer, og hvor riktig kunnskapsgrunnlaget er, tar vi ikke stilling til her. Tilliten til Mattilsynet er mer basert på en intuitiv følelse enn kunnskap. Gode erfaringer, eller fravær av alvorlige hendelser

knyttet til matsikkerhet, veide tungt i informantenes konklusjon: Den offentlige matkontrollen ser tross alt ut til å fungere bra og det er stort sett trygt å spise maten i Norge.

Forbrukerne er skeptiske til den generaliserte markedsaktørs - eller markedskreftenes - evne til å ivareta matsikkerheten. Når alt fungerer bra forblir tilliten til mat intakt. Men dersom uregelmessigheter skulle inntreffe, har forbrukerne nærmest allerede plassert skyld.

Det å ha tillit til at maten trygt kan spises er viktig for selve livskvaliteten. Mange vil nok som denne informanten fortrenge en eventuell mistillit i det lengste:

Jeg tror ikke det er så bra - egentlig – altså hvis jeg begynner virkelig å tenke meg om. Det kan jeg tenke når jeg tenker meg om, men det gjør jeg jo ikke i det daglige. Da kan man jo bli gæærn - så det – det velger jeg ikke å gjøre. For ellers kan du jo ikke kose deg i det hele tatt, ikke sant?

Litteratur

ACNielsen (2003) : Dagligvareregisteret Strukturrapport 2003.

Almås R. & B. Nygård (1995): New Biotechnologies: Attitudes, Social Movements and Regulation . A comparative analysis of a European discourse. Centre for Rural Research, Trondheim.

Beck, U. (1992) Risk Society. Towards a new modernity. Sage.

Beck, U., A.Giddens, S. Lash (ed) (1994): Reflexive Modernization. Politics, tradition and aesthetics in the modern social order. Polity Press, Blackwell Publishers, Oxford.

Beck, U. (1994). The Reinvention of Politics: Towards a Theory of Reflexive Modernization. In U. Beck, A. Giddens, & S. Lash (Eds.), Reflexive Modernization. Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order. (pp. 1-56). Cambridge: Polity Press.

Berg, L. (2000): Tillit til mat i kugalskapens tid. En komparativ kartlegging, med fokus på forbrukertillit og matsikkerhet i Norge, England i Belgia. Rapport nr. 5-2000, Sifo, Lysaker.

Berg, L. (2000b) Trust in food in Europe – Focus on consumer trust in Norway, England and Belgium. Working paper No. 15 – 2000, Oslo; SIFO

Berg, L. (2001): Norske forbrukeres forhold til matsikkerhet i 1999 og 2001. Oppdragsrapport nr. 20-2001, Oslo, SIFO

Berg, L. (2001b): Praxis, Preferences and Trust Related to Foods among Russian and Norwegian Consumers. Working paper No. 3 – 2001, Oslo; SIFO

Berg, L. (2001c): Økomatens framtid i krisetider, Kronikk i Jordvett, månedsavis for økologisk landbruk. Mars. Nr. 3-2001.

Berg, L. & U. Kjærnes (2001): Consumers and Food Safety Policies in the Nordic Countries. In Kjærnes (ed) Eating Patterns. A Day in the Lives of Nordic People. Sifo Report No 7 - 2001

Berg, L. (2002): Dyr er ikke bare mat. Om synet på dyrevelferd i Norge. Oppdragsrapport nr. 10 – 2002. Oslo, Sifo.

Berg, L. (2003): Forbruk og dyrevelferd. Kronikk i Ren Mat. Magasin for økologi, mat og miljø. Nr. 2 – 2003.

Berg, L. (2004): Trust in Food in the Age of Mad Cow Disease. Appetite. Volume 42, February 2004

Berg, L. (2004b) *Bivirkninger ved bruk av kosmetiske produkter*. Oppdragsrapport nr. 1-2004. Oslo, Sifo.

Berg, L, H. Ganskau, B. Halkier, L. Holm, U. Kjærnes, V. Minina, & L. Voltchkova (2005): Trust in Food Safety in Russia, Denmark and Norway. *European Societies*, Volume 7, no. 1, 2005.

Bjørkum, E., M. Lien & U. Kjærnes (1997): *Kjøtt, forbrukeropfatninger og offentlig debatt. En litteraturstudie*. Arbeidsrapport nr. 3- 1997. Oslo; SIFO

Bjørkum, E. & M. Lien (2001): Kjøtt, holdninger og endring – en oppfølgingsstudie. Oppdragsrapport nr. 10 – 2001. Sifo, Lysaker.

Bourdieu, P. (1984): *Distinction*. A social critique of the judgement of taste. London: Routledge.

Brusdal, R.(1991): Naiv økonomi – velferdsstatens barn. I Barn – Nytt fra forskning om barn i Norge, Nr. 1, 1991. Trondheim; Norsk senter for barneforskning.

Bugge, A. (1995): Mat til begjær og besvær – Forbrukernes vurderinger og kunnskaper om helse, miljø og etiske aspekter ved mat. Sifo, Lysaker.

Bugge, A. & R. Døving (2000): Det norske måltidsmønsteret – ideal og praksis. Sifo-rapport nr. 2-2000. Oslo.

Bugge A. (2005): Middag – En sosiologisk analyse av den norske middagspraksis. Doktoravhandling innlevert juli 2004.

Christoffersen S.Aa (2000): Tillit og konvensjon i K.E. Løgstrups etikk. I (red. A. Dulsrud) Sosiologi i dag: Tillit. No 3/2000, Novus forlag, Oslo.

Coleman, J.S (1990): Foundations of Social Theory. Chapt. 5&8. The Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts and London, England.

Cook, K. S. (1998): Trust in Society. Volume II in the Russell Sage Foundation series on Trust. New York.

Dagsavisen (2004): Menyavsløringene – Fra 1. november til 2 desember: www.dagsavisen.no/innenriks/article966246.ece

Dokk Holm, E. (2004): Fra Gud til Gucci. Gyldendal Norsk Forlag AS.

Dulsrud, A. (2001): Tillit og transaksjoner. En kvalitativ analyse av kontraktsrelasjoner i norsk hvitfiskeeksport. Avhandling for Dr.polit graden, Institutt for sosiologi. Universitetet i Oslo.

Dunn, J. (1988): Trust and Political Agency. In Gambetta (ed) Trust. Making and Breaking Cooperative Relations. New York. Basil Blackwell.

Døving, R. (1997): Fisk. En studie av holdninger, vurderinger og forbruk av fisk i Norge. Rapport nr. 12-1997, Sifo, Lysaker.

Døving, R. (2003): Rype med lettøl. En antropologi fra Norge. Pax Forlag AS, Oslo.

Elster, J. (1989) Nuts and Bolts for the Social Sciences. Cambridge, Cambridge University Press.

Elster, J. (2000): Trust and emotions. I (red. A. Dulsrud) Sosiologi i dag: Tillit. No 3/2000, Novus forlag, Oslo.

Ensminger, J. (1998): Reputations, Trust, and the Principal Agent Problem. In K. S. Cook (ed.): Trust in Society. Volume II in the Russell Sage Foundation series on Trust. New York.

Frewer, L.J. et al (1994): Biotechnology and Food Production: Knowledge and Perceived Risk, British Food Journal, 96 (9):26-32.

Frewer, L.J. et al (1996): What determines trust in information about food-related risks? Underlying psychological constructs. Risk Analysis 16(4): 473-485

Frewer, L. (1998): Consumer perceptions and novel food acceptance. Outlook on Agriculture. Vol 27, No 3. pp153-156.

Frewer, L.J. (1999): Public risk perception and risk communication. In Bennet P. and Calman K. (eds) Risk Communication and Public Health, Oxford University Press, Oxford. Pp20-32.

Folkehelseinstituttet 2004: Miljø og helse – en forskningsbasert kunnskapsbase. Rapport 2003:9, Folkehelseinstituttet, Oslo

Folkehelseinstituttet 2004: Sykdommer som smitter gjennom mat og vann. www.fhi.no/artikler/?id=28716

Fødevarerdirektoratet 2004: Zoonoser.
www.foedevaredirektoratet.dk/foedevare/mikrobiologiske-forureninger

Forbrukerpanelet (2003) Kjøtt fra gård til bord. <http://>

Forbrukerrådet (2004): Om Mattilsynet i Forbrukerportalen
<http://forbrukerportalen.no/organisasjoner/mattilsynet>

Forbrukerrådet (2003): Mer informasjon og mangfold. <http://Matportalen.no>
18.06.2003

Ganskau, E. (2001): Consumers' understanding of food related risks. Paper presented at the Second Nordic-Russian Seminar on the Sociology of Food and Consumption 'Changing Consumer Strategies in Risk Society', St. Petersburg, May 3-4, 2001.

Giddens, A. (1994). Living in a Post-traditional Society. In U. Beck, A. Giddens, & S. Lash (Eds.), Reflexive Modernization. Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order. (pp. 56-109). Cambridge: Polity Press.

Gronow, J. & A. Warde (2001): Epilogue: Conventional consumption. I J.Gronow & A. Warde (eds): Ordinary Consumption. London: Harwood Academic.

Gulbrandsen, T. (2000): Om Tillit. I (red. A. Dulsrud) Sosiologi i dag: Tillit. No 3/2000, Novus forlag, Oslo.

Glitsch, K. (2000): Consumer Perceptions of Fresh Meat Quality: Cross-National Comparison. British Food Journal 102(3): 177-194.

Halkier, B. (2000) Risk and Food: Environmental Concerns and Consumer Practices. Food ethics review. 2000.

Halkier, B. (1999) Consequences of the politicization of consumption: The example of environmentally friendly consumption practices. Journal of Environmental Policy and Planning.

Hardin, R (1998): Conceptions and Explanation of Trust. In Cook, K. S. (ed): *Trust in Society*. Volume II in the Russell Sage Foundation series on Trust. New York.

Holm, L. (1999): "Det smager kunstigt" – om risikobevindsthed og kvalitetsopfattelser blant fødevareforbrugere. i B.S. Hansen, L. Holm & J. Breck (eds) Risikosamfundet – afvikling eller udvikling, København; Tek-Sam forlaget Pp.57-67.

Holm, L. & H. Kildevang (1996): Consumers' Views on Food Quality. A Qualitative Interview Study. *Appetite*, 1996, 27 (pp1-14) Academic Press Ltd.

Holm, L. (1997): Sundhed i dagliglivets madkultur: Forbrugeres tanker og handlinger. In U. Kjærnes (Ed.), *Utfordringer i ernæringspolitikken*. Nord-Rapport 619. (pp. 27-35). København: Nordisk Ministerråd.

Holm, L. (1999): "Det smager kunstigt" – om risikobevindsthed og kvalitetsopfattelser blant fødevareforbrugere. I B.S. Hansen, J. Holm, & T.Breck (Eds) *Risikosamfundet: Udvikling eller afvikling?* (pp57-67) Roskilde: Tek-Sam forlaget.

Jacobsen, E. & E.P. Stræte (2002): Et land av gulost og grillpølser? Maktperspektiv på produktutvikling og sortimentspolitikk. I H. Rommetvedt (red.): *Matmakt. Politikk, forhandling, marked*. Fagbokforlaget, Bergen.

Jacobsen, E. & U.Kjærnes (2003): Sikker mat til forbrukerne – et offentlig eller privat ansvar, i Jacobsen, E.,R. Almås & J.P. Johnsen (red.) *Den politiserte maten*, Oslo: Abstrakt Forlag.

Johnsen, G. jr. (1999): Jakt på forgiftet mat over hele EU-området. *Aftenposten* 03.06.1999.

Kjærnes, U. (1999) Food Risks and Trust Relations. In *Sosiologisk tidsskrift. Journal of Sociology*. Årgang 7, nr.4. (pp 265-284) Scandinavian University Press, Oslo

Kjærnes, U. (2001): Food, Trust and Politics. In L. Voltchkova, J.Gronow, & V. Menina. *Sociology of Consumption*. St.Petersburg: sociological Association. The Library of contemporary sociology of Journal of Sociology and Social Antropology. Russia.

Kjærnes, U. & A. Dulrud (1998): Consumption and Mechanisms of Trust. Paper presented at the ESA subgroup 'The Sociology of Consumption' University of Milan, Italy, 16-17 Sept. 1998.

Klepp, Knut-Inge (2004): De sunne valgene. Tidsskrift for Den norske lægeforening. Nr. 9/6.mai 2004.

Lagerspetz, O. (1996): The Tacit Demand. A Study in Trust. Åbo. Filosofiske Institusjonen.

Lavik, R. (2004): Prisforskjeller, prisutvikling og prisspredning i Norge og Sverige 2002 – 2003 – 2004. Merkevarer og typiske grensehandlesvarer. Sifo-Fagrapport nr. 3-2004, Oslo.

Lavik, R (2001): Dagligvaretilgang i ulike regioner – utvikling 1980 – 2000. SIFO-Oppdragsrapport nr. 5-2001.

Lavik, R & A. Dulrud (2001): The price of Cross Border Shopping. In S. O. Borgen (ed.) The Food Sector in Transition – Nordic Research. Nilf-Report 2001-2, Oslo.

Leander, S. (2004): Vi kan matrådene utenatt. Aftenposten 03.08.2004.

Lewis, J.D. & A. Weigert (1985): Theory of the Firm: Managerial Behaviour, Agency Costs, and Ownership Structure. Social Forces 63: 967-85.

Lien, M (1998) Skepsis til kjøtt – konsekvenser for forbruk. SIFO-Arbeidsnotat nr. 5-1998

Listhaug, O. (1995): Komparativ offentlig opinion i Europa; En oversikt over nyere forskning. Tidsskrift for samfunnsforskning, nr.4 1995, pp583-615 Oslo; ISF

Liven, E. (2001): Hva vi lærte av munn- og klovsyken. Kronikk Aftenposten. 16.07.2001.

Luhmann, N. (1988): Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Alternatives. In Gambetta (ed) Trust. Making and Breaking Cooperative Relations. New York. Basil Blackwell.

Luhmann, N. (1999): Tillid – en mekanisme til reduktion av social kompleksitet. København: Hans Reitzlers Forlag.

Lyngø, I. J. (2003): Vitaminer! Kultur og vitenskap i mellomkrigstidens kostholdspropaganda. Acta Humaniora. Det historisk-filosofiske fakultet. Universitet i Oslo.

Markovski, P. (2004): Historisk WTO-avtale for u-landene. Aftenposten. 02.08.2004

Matportalen (2004) Prioner. [http://matportalen .no/Saker/1070636410.66](http://matportalen.no/Saker/1070636410.66)

Minina, V (2001): Trust at the food market in the light of the mass media. Paper presented at the Second Nordic-Russian Seminar on the Sociology of Food and Consumption 'Changing Consumer Strategies in Risk Society', St. Petersburg, May 3-4, 2001.

MMI (2004): MMI's undersøkelse for myndighetene om kosthold. Presentert i Aftenposten 03.08.2004.

Mølgaard, C. m.fl. (2003): Sukkers sunhedsmæssige betydning. Publ. 33 – Ernæringsrådet i Danmark.

Nygård, B. (1999): Den moderne forbruker – refleksive vurderinger og tillitsforhold i endring. I Sosiologisk tidsskrift. Journal of Sociology. nr. 4 1999, (pp 305-322) Oslo, University Press

Poppe, C. & U. Kjærnes (2003): Trust in Food in Europe. A Comparative Analysis. Professional Report No. 5-2003. Sifo, Oslo.

Poppe, T.T. & R.B.Larssen (2004): dyrenes velferd må gjelde også i havbruk. Aftenposten 25.08.2004.

Samuelson, R.J.: Velstandsfellen. Artikkel oversatt til norsk og presentert i Aftenposten 22.03.2004.

Seligmann, A. B. (1997): The Problem of Trust. Princeton University Press.
Slovic, P. (1992): Perception of risk: Reflections on the psychometric paradigm. In: S.Frimsky & D. Golding (eds.) Social Theories of Risk. Praeger, Westport, Connecticut. Pp.117-152.

Sosial- og helsedirektoratet (2003): Utviklingen i norsk kosthold. Matforsyningsstatistikk og Forbruksundersøkelser. Sosial- og helsedirektoratet 2003 IS-1144

Spurlock, M. (2004): Super size me. Am. doc. film. IDP

Statens veterinärmedicinska anstalt 2004: Svensk Zoonosrapport år 2003 – en sammanfattning. www.smittskyddsinstitutet.se/SMItemplates/newsarticle

Storstad, O. (1999): Betydningen av forbrukertillit i det norske matvaremarkedet. I Sosiologisk tidsskrift. Journal of Sociology. nr. 4 1999, Oslo, University Press

St.meld.nr. 16 (2002-2003) Resept for et sunnere Norge. Folkehelsepolitikken.

Terragni, L. (2004): *Institutional strategies for the production of trust in food in Norway*. Professional Report No. 8 – 2004. Sifo, Oslo.

Torjusen, H. (2001): *Hindringer og muligheter of forbruk av økologisk mat sett fra forbrukernes side*. Oppdragsrapport nr. 16-2001. Sifo, Lysaker

Torjusen H.,G. Lieblein, M. Wandel, C.A. Francis (2001): Food system orientation and quality perception among consumers and producers of organic food in Hedemark County, Norway. *Food Quality and Preference*, 12/13:207-216.

Torjusen, H. (2004): *Tillit til mat i det norske markedet: Hvordan oppfatter forbrukere trygg mat?* Oppdragsrapport nr. 11-2004. Sifo, Oslo.

Tufte, P.A. & A. Ali (1998): Innflytelse, tillit og forbrukeradferd. Arenaer for dannelse av holdninger til miljø i Nederland, Storbritannia, Tyskland og Norge. Arbeidsrapport nr. 3 – 1998. Lysaker SIFO.

Tufte, P.A. (2002): Brukerundersøkelse av dyresmitte – Kontakt med husdyr under utenlandsopphold og innførsel av landbruksprodukter. Sifo, Lysaker.

Veterinærinstituttet (2004): Bovin Spongiform Encephalopati (BSE) www.vetinst.no/inet_no/index.asp?strur1_1000332i

Vitersø, G. (2001): Fra Helios til Prix. Begrensninger og muligheter for salg av økologisk mat i dagligvarehandelen. Oppdragsrapport nr. 15-2001. Sifo, Lysaker.

Wandel, M. & A. Bugge (1994): Til bords med forbrukerne. Forbrukernes ønsker og prioriteringer på matområdet i 90-årene. Rapport nr. 2-1994, Lysaker: Sifo.

Wandel, M. (1997): Mat og helse. Forbrukeropfatninger og strategier. Rapport nr. 5-1997. Sifo, Lysaker.

Wandel, M. and R.Aa Fagerli (2000) Consumer Concern about Food Related Health Risks and their Trust in Experts.

Yamagishi, T. (1998): Trust as a Form of Social Intelligence. In K. S. Cook (ed.): Trust in Society. Volume II in the Russell Sage Foundation series on Trust. New York.

Vedleggstabeller og figurer

Vedleggstabell 6.1: Andeler som sier de er misfornøyde med fra 0 – 16 forhold knyttet til dagligvarebutikkene der de vanligvis handler.

		Frequency	Percent Valid	Percent Cumulative	Percent
Valid	,00	246	24,6	26,2	26,2
	1,00	156	15,6	16,7	42,9
	2,00	127	12,7	13,6	56,4
	3,00	94	9,4	10,0	66,5
	4,00	86	8,6	9,1	75,6
	5,00	66	6,6	7,1	82,7
	6,00	55	5,5	5,8	88,5
	7,00	46	4,6	4,9	93,4
	8,00	25	2,5	2,7	96,1
	9,00	15	1,5	1,6	97,7
	10,00	9	,9	1,0	98,7
	11,00	6	,6	,6	99,3
	12,00	6	,6	,6	99,9
	13,00	1	,1	,1	100,0
	Total	937	93,7	100,0	
Missing	System	63	6,3		
Total		1000	100,0		

Vedleggstabell 6.2: Andeler som sier de er misfornøyde & varierende fornøyde/misfornøyde med fra 0 – 16 forhold knyttet til dagligvarebutikkene der de vanligvis handler.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	,00	145	14,5	15,4	15,4
	1,00	126	12,6	13,5	28,9
	2,00	145	14,5	15,5	44,4
	3,00	93	9,3	10,0	54,4
	4,00	83	8,3	8,8	63,2
	5,00	79	7,9	8,5	71,7
	6,00	80	8,0	8,6	80,2
	7,00	62	6,2	6,6	86,9
	8,00	35	3,5	3,8	90,6
	9,00	37	3,7	4,0	94,6
	10,00	18	1,8	2,0	96,6
	11,00	18	1,8	1,9	98,5
	12,00	7	,7	,8	99,3
	13,00	2	,2	,2	99,5
	14,00	5	,5	,5	100,0
	Total	937	93,7	100,0	
Missing	System	63	6,3		
Total		1000	100,0		

Vedleggstabell 6.3: Gjennomsnitt antall forhold i dagligvarebutikkene kvinnelige og mannlige forbrukere er misfornøyd med. Gjennomsnitt. (N=937)

Kjønn		Udelt misfornøyd	Helt/delvis misfornøyd
mann	Mean	2,7382	3,7261
	N	440	440
	Std. Deviation	2,7906	3,1626
Kvinne	Mean	2,7774	3,7839
	N	497	497
	Std. Deviation	2,6886	3,1028
Total	Mean	2,7590	3,7568
	N	937	937
	Std. Deviation	2,7355	3,1295

Vedleggstabell 6.4: Hva påvirker 'Antall butikker for dagligvareinnkjøp'(1-4).
Lineær regresjon. $R^2=.06$ (N=945)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,368	,133			17,848	,000
	Kjønn	-6,897E-02	,069	-,031	-,996		,319
	Alder	-9,529E-03	,002	-,146	-4,551		,000
	HUTD	,331	,069	,155	4,782		,000
	GODRAD	-8,737E-03	,069	-,004	-,126		,900
	DAARAAD	-1,810E-02	,175	-,003	-,103		,918
	By/land-kommune	,230	,067	,109	3,441		,001

Vedleggstabell 6.5: Hva påvirker 'Misnøye med tilgjengelig varekvalitet' (0-16). Lineær regresjon. $R^2=.06$ (N=945)

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	1,789	,396			4,521	,000
Kjønn (Kvinne=1)	,103	,178	,018		,577	,564
Alder	-2,033E-03	,005	-,012		-,373	,709
Høyere UTD	,840	,180	,153		4,655	,000
By/landkommune	-,270	,173	-,050		-1,558	,120
DAARAAD	-4,204E-02	,451	-,003		-,093	,926
GODRAD	-,243	,178	-,045		-1,363	,173
Antall BUTIKKER	,442	,084	,172		5,255	,000

Vedleggstabell 6.6: Hva påvirker forbrukernes tillit til Markedet (0-1). Logistisk regresjon. (N=946) Avh. Variabel = Tillit til at Markedet selv sørger for trygg mat.
Pseudo r^2 Nagelkerke = .15.

----- Variables in the Equation -----							
Variable	B	S.E.	Wald	df	Sig	R	Exp(B)
BUTIKKER	-,1995	,0793	6,3260	1	,0119	-,0636	,8191
KJONN	-,3321	,1603	4,2928	1	,0383	-,0463	,7174
ALDER	,0035	,0046	,5609	1	,4539	,0000	1,0035
HUTD	-,7282	,1747	17,3741	1	,0000	-,1198	,4828
GODRAD	-,1853	,1622	1,3038	1	,2535	,0000	,8309
DAARAAD	-,9363	,4706	3,9578	1	,0467	-,0428	,3921
BYLAND	,0380	,1595	,0569	1	,8115	,0000	1,0388
TILLITMAT	-,0275	,0248	1,2304	1	,2673	,0000	,9729
TILMATT	,7089	,1769	16,0627	1	,0001	,1146	2,0318
TILBUTIK	,1545	,0355	18,9800	1	,0000	,1259	1,1671
Constant	-1,5510	,8415	3,3968	1	,0653		

Vedleggstabell 6.7: Hva påvirker forbrukernes tillit til Mattilsynet (0-1). Logistisk regresjon. (N=946) Avh. variabel = Tillit til Mattilsynet. Pseudo r^2 Nagelkerke = .16.

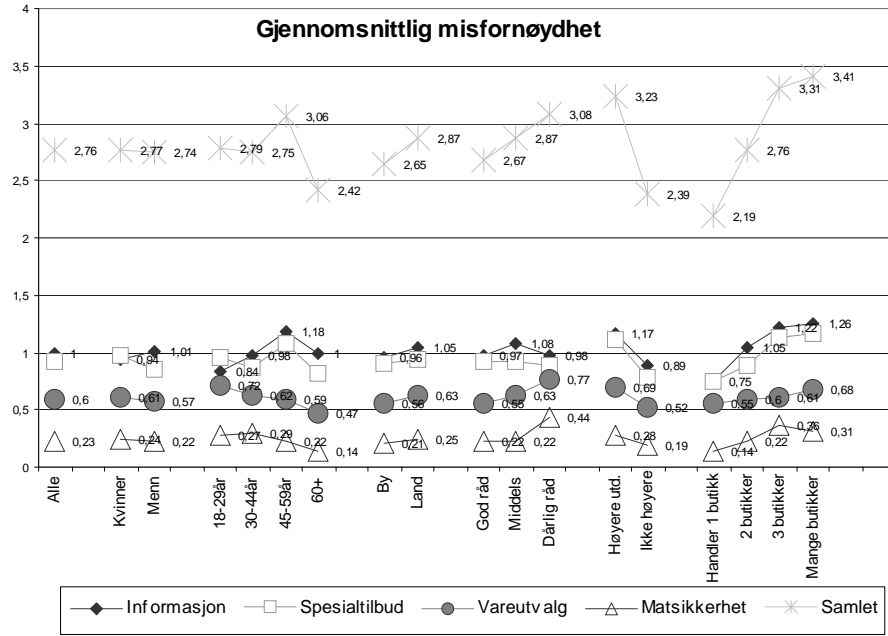
----- Variables in the Equation -----							
Variable	B	S.E.	Wald	df	Sig	R	Exp(B)
BUTIKKER	,1485	,0708	4,3966	1	,0360	,0436	1,1601
KJONN	,0753	,1442	,2725	1	,6016	,0000	1,0782
ALDER	-,0052	,0044	1,4193	1	,2335	,0000	,9948
HUTD	-,6283	,1503	17,4764	1	,0000	-,1108	,5335
GODRAD	-,1007	,1487	,4583	1	,4984	,0000	,9042
DAARAAD	-,6401	,3477	3,3885	1	,0657	-,0332	,5273
BYLAND	-,2672	,1442	3,4328	1	,0639	-,0337	,7655
TILITMAT	,1017	,0221	21,2253	1	,0000	,1235	1,1070
TILBUTIK	,1192	,0279	18,2597	1	,0000	,1136	1,1266
TILMARK	,7266	,1788	16,5096	1	,0000	,1073	2,0681
Constant	-3,5376	,7550	21,9565	1	,0000		

Vedleggstabell 6.8: Hva påvirker forbrukernes tillit til mat (Index 11 matvarer 0-22). Lineær regresjon. $r^2 = .14$ (N=946)

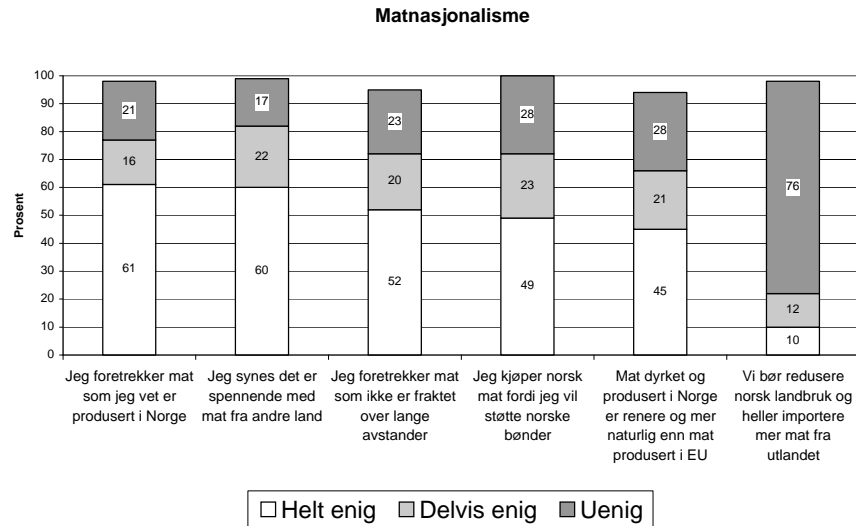
Model	Unstandardized Coefficients	Standard Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	29,895	,622		48,059	,000
Kjønn	-,645	,216	-,091	-2,982	,003
Alder	-3,448E-02	,006	-,168	-5,332	,000
HUTD	,654	,229	,092	2,857	,004
GODRAD	7,540E-02	,224	,011	,337	,736
Æ DAARAAD	7,092E-02	,534	,004	,133	,894
By/land-kommune	-7,823E-02	,217	-,011	-,360	,719
Antall	-8,284E-02	,106	-,025	-,784	,433
BUTIKKER					
MISBUTIK	-,302	,043	-,234	-7,069	,000
Mattilsynet	1,098	,197	,179	5,586	,000
Markedet	-3,473E-02	,152	-,007	-,228	,819

Vedleggstabell 6.9: Hender det at du har ansvar for matvareinnkjøp i din familie/ditt hushold? Prosent. (N=510,489)

	Kvinner	Menn	Totalt
Nei	3	10	6
Ja, av og til	8	32	20
Ja, ofte	27	32	30
Ja, alltid	62	26	44
Sum	100	100	100

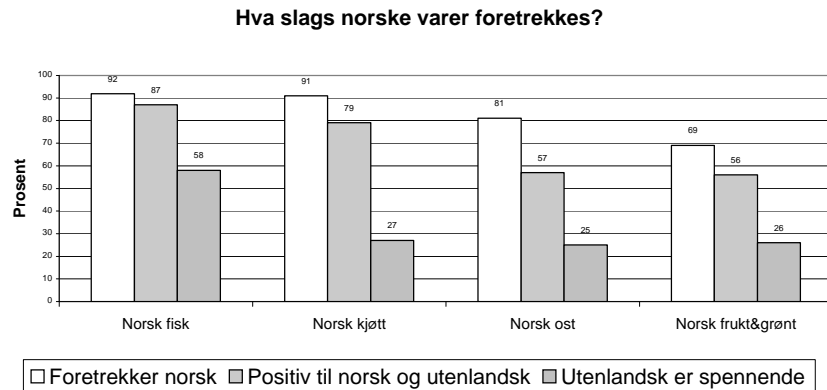


Vedleggsfigur 6.1: Gjennomsnittlig misfornøydhet (0-4) med matvareinformasjonen, spesialtilbudet, vareutvalget, matsikkerheten og samlet misfornøydhet (0-16) med butikken/e der forbrukerne vanligvis handler. Gjennomsnitt. Vektet etter kjønn og alder. Fordelingen i de uavhengige variablene; se tabell 2.1. (N_≤1000).



Vedleggsfigur 8.1: Prosentfordelinger på utsagn knyttet til preferanser for norsk mat. Vektet etter kjønn og alder. (N=1000)

Vedleggsfigur 8.2: Andeler som foretrekker norsk fisk, kjøtt, ost og frukt&grønt, etter om de generelt sett foretrekker norsk eller utenlandsk mat.



foretrekker norskprodusert mat eller ikke og om de mener utenlandsk mat er spennende eller ikke (tabell 8.1). Vektet etter kjønn og alder. Prosent. (N=1000)

Vedleggstabell 8.1: Hva påvirker 'Prefereanse for norsk henholdsvis utenlandsk mat' (Foretrekker norsk mat =3, positiv til norsk og utenlandsk =2, Utenlandsk = spennende =). Lineær regresjon. $R^2=.38$.. Vektet etter kjønn og alder. (N=923)

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Stand Coeff Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,115	,057		19,518	,000
	Jeg foretrekker mat som ikke er fraktet over lange avstander	,215	,029	,212	7,467	,000
	Mat dyrket og produsert i Norge er renere og mer naturlig enn mat produsert i EU	,376	,032	,378	11,800	,000
	Jeg kjøper norsk mat fordi jeg vil støtte norske bønder	,150	,031	,154	4,872	,000
	Jeg synes vi skal redusere norsk landbruk og heller importere mer mat fra utlandet	-6,950E-02	,037	-,055	-1,892	,059

Vedleggstabell 8.2: Hva påvirker preferanse for norsk fisk, kjøtt, frukt&grønt, samt ost. (0-4). Lineær regresjon. $R^2=.47$. Vektet for kjønn og alder. (N=995)

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Stand Coeff Beta	t	Sig.
	(Constant)	,986	,082		12,074	,000
	Jeg foretrekker mat som ikke er fraktet over lange avstander	,330	,042	,196	7,817	,000
	Mat dyrket og produsert i Norge er renere og mer naturlig enn mat produsert i EU	,600	,047	,364	12,808	,000
	Jeg kjøper norsk mat fordi jeg vil støtte norske bønder	,358	,045	,221	7,878	,000
	Jeg synes vi skal redusere norsk landbruk og heller importere mer mat fra utlandet	-,290	,054	-,137	-5,388	,000

Spørreskjemaet

Innsamlet 1-10 juni 2004 av Opinion as:

INTRO:

God kveld/god dag, mitt navn er..... og jeg ringer fra OPINION AS i forbindelse med en undersøkelse vi gjør om matvaner for Statens institutt for forbruksforskning. Jeg vil gjerne snakke med en i husstanden som er over 18 år. Hvis det er flere, vil jeg gjerne snakke med den som har først fødselsdag. Intervjuet tar ca. 10 minutter.

OPPDRA GSGIVER: Statens institutt for forbruksforskning

SELEKSJONSPØRSMÅL:

Sp1 Hender det at du har ansvar for matvareinnkjøp i din familie (ditt hushold)?

HVIS JA SPØR: av og til, ofte eller alltid?

ETT SVAR MULIG

- 0: Nei
- 1: Ja, av og til
- 2: Ja, ofte
- 3: Ja, alltid

SELEKSJON: HVIS SP1=0, ENDRE TEKST I SP2: SKIFT UT 'DU KJØPER' MED 'SOM KJØPES INN TIL DITT HUSHOLD'

Sp2 I hvilken grad kjenner du deg trygg på at matvarene du kjøper ikke er skadelige for din eller din families helse? I stor grad eller liten grad?

ETT SVAR MULIG

- 1: I stor grad
- 2: I noen grad/delvis/av og til. IKKE LES OPP
- 3: I liten grad
- 9: Vet ikke IKKE LES OPP

Sp3 I hvilken grad velger du det du mener er sunt i ditt daglige kosthold? I stor eller liten grad?

ETT SVAR MULIG

- 1: I stor grad
- 2: I noen grad/delvis/av og til IKKE LES OPP
- 3: I liten grad
- 9: Vet ikke

SPURT I TILFELDIG REKKEFØLGE, MEN GRUPPEN STORFEKJØTT, SVINEKJØTT, LAMMEKJØTT OG OPPDRETTSFISK, ØKOLOGISK KJØTT TIL SLUTT

Sp4 Tror du det er stort sett trygt eller ikke helt trygt å spise de matvarene jeg nå skal lese opp? HVIS DE SPØR: I Norge)

IKKE LES SVARALTERNATIV HVIS DE IKKE NØLER. HVIS DE NØLER, SPØR FØRST 'STORT SETT TRYGT ELLER IKKE HELT TRYGT?', HVIS FORSATT NØLING, SPØR DA OM DU SKAL KRYSSSE FOR 'usikker'.

ETT SVAR MULIG

a) *Først: Frisk frukt og grønnsaker, tror det er stort sett trygt, eller ikke helt trygt?*

- 1: Ikke helt trygt
- 2: Usikker
- 3: Stort sett trygt

b Fersk fisk (villfisk)

c Ferskt kjøtt

d Fersk kylling

e Egg

f Gatekjøkkenmat

g Storfekjøtt

h Svinekjøtt

i Lammekjøtt

j Oppdrettsfisk

k Økologisk kjøtt

l Kjøttdeig

Spm5a Tror du folk flest i Norge er mest opptatt av matvarenes pris eller smak? IKKE LES OPP SVARALTERNATIVER. , MEN HVIS DE SVARER AT DE ER LIKE OPPTATT AV BÅDE PRIS OG SMAK, KRYSS AV FOR 3.

- 1: Pris
- 2: Smak
- 3: Betyr like mye
- 9: Vet ikke

Spm5b Og du, er du mest opptatt av pris eller smak?

IKKE LES OPP SVARALTERNATIVER. , MEN HVIS DE LIKEVEL SVARER AT DE ER LIKE OPPTATT AV BÅDE PRIS OG SMAK, KRYSS AV FOR 3.

- 1: Pris
- 2: Smak
- 3: Betyr like mye
- 9: Vet ikke

Spm5c Tror du folk flest i Norge er mest opptatt av pris eller at maten skal være sunn og helsesikker? IKKE LES OPP SVARALTERNATIVER. , MEN HVIS DE LIKEVEL SVARER AT DE ER LIKE OPPTATT AV BÅDE PRIS OG SMAK, KRYSS AV FOR 3.

- 1: Pris
- 2: Sunn og helsesikker
- 3: Betyr like mye
- 9: Vet ikke

Spm5d Og du, er du mest opptatt av pris eller at maten skal være sunn og helsesikker?

IKKE LES OPP SVARALTERNATIVER. , MEN HVIS DE LIKEVEL SVARER AT DE ER LIKE OPPTATT AV BÅDE PRIS OG SMAK, KRYSS AV FOR 3.

- 1: Pris
- 2: Sunn og helsesikker
- 3: Betyr like mye
- 9: Vet ikke

Spm5e

Er det ditt inntrykk at folk flest er opptatt av hvordan maten er dyrket og industrielt framstilt?

IKKE NØDVENDIG Å LESE OPP SVARALTERNATIVER

- 0: Nei
- 1: delvis/bare litt (ikke les opp)
- 2: Ja
- 9: Vet ikke

Spm5f

Og du, er du opptatt av hvordan maten er dyrket og industrielt framstilt? (IKKE LES OPP SVARALTERNATIVER)

- 0: Nei
- 1: delvis/bare litt (ikke les opp)
- 2: Ja
- 9: Vet ikke

Spm5g

Er det ditt inntrykk at norske forbrukere klager dersom de får dårlige matvarer?
(IKKE LES OPP SVARALTERNATIVER)

- 0: Nei
- 1: av og til/vanligvis ikke (ikke les opp)
- 2: Ja
- 9: Vet ikke

Spm5h

Og du, klager du dersom du får dårlige matvarer?
(IKKE LES OPP SVARALTERNATIVER)

- 0: Nei
- 1: av og til/vanligvis ikke (ikke les opp)
- 2: Ja
- 9: Vet ikke

SELEKSJON: HVIS 0 PÅ Spm1,
HOPP OVER SPØRSMÅL 6 OG HELE SPRØSMÅL 7, DVS. HOPP TIL SP8A

Spm6: I de neste spørsmålene skal du tenke på perioden før transportarbeiderstreiken.
Handlet du vanligvis stort sett mat i én butikk, to butikker, tre butikker eller enda flere
forskjellige butikker?

KUN ETT SVAR

- 1: 1 butikk
- 2: 2 butikker
- 3: 3 butikker
- 4: mange butikker
- 9: Vet ikke

Hvis svart 2,3 eller mange:TILLEGSINTRO Spm7:

Tenk deg disse butikkene slått sammen til én butikk med alle muligheter dette gir når
du svarer på de neste spørsmålene. Og..

INTROAlle:

Vi er fortsatt opptatt av situasjonen før streiken,

Sp7a) Var du *fornøyd* eller *misfornøyd* med vareutvalget der du vanligvis handler, eller betyr dette lite for deg?

IKKE LES SVARALTERNATIVENE. HVIS RESPONDENTEN NØLER LENGE SPØR OM DETTE 'VARIERER'/'LITT OPP OG NED', KRYSS AV FOR 2, HVIS DE SIER 'VET IKKE' KRYSS AV FOR 9.

	0 Betyr lite
	1 Fornøyd
ikke les:	2 varierende/litt opp og ned
	3 Misfornøyd
ikke les: 9	Vet ikke

7b) Var du fornøyd eller misfornøyd med - Tilgang på betjent ferskvaredisk – eller betyr dette lite for deg?

IKKE LES SVARALTERNATIVENE. HVIS RESPONDENTEN NØLER LENGE SPØR OM DETTE 'VARIERER'/'LITT OPP OG NED', KRYSS AV FOR 2, HVIS DE SIER 'VET IKKE' KRYSS AV FOR 9.

	0 Betyr lite
	1 Fornøyd
ikke les:	2 varierende/litt opp og ned
	3 Misfornøyd
ikke les: 9	Vet ikke

7c) Tilgang på gourmetmat (HVIS DE SPØR ekstra god mat), var du fornøyd – misfornøyd eller betyr dette lite?

7d) - Tilgang på rimelig mat – fornøyd, misfornøyd eller betyr lite?

7e) - At gamle og dårlige varer fjernes fra butikkhyllene?

7f) - Temperatur i frysedisk og kjøledisk

7g) - Tilgang på mat du føler du trygt kan spise

7h) Butikkenes hygiene

7i) - Merking av hvor maten kommer fra

7j) Informasjon om hvordan maten er produsert

7k) Opplysning om tilsetningsstoffer

7l) - Lesbarhet på varedeklarasjon

7m) - Tilgang på økologiske matvarer

7n) Tilgang vegetarkost

7o) - Tilgang på produkter som tar hensyn til dyrenes velferd

7p) Tilgang på mat som tar hensyn til menneskerettigheter

Sp7x: Har transportarbeider streiken gjort at du kommer til å handle i andre butikker enn du gjorde før streiken? Ja, delvis, nei.

INTRO spm8: Jeg skal nå lese opp noen påstander. Hvis du har en mening, fortell meg om du er 'helt enig', 'delvis enig' eller 'u~~en~~ig' (EVNT. IKKE ENIG) i påstandene:

Sp8a Mattilsynet sikrer oss trygg mat
 DERSOM RESPONDENTENE SVARER 'STEMMER' TILSVARER
 DETTE NATURLIGVIS 'HELT ENIG', OSV.

- 1: Helt enig /Stemmer
- 2: Delvis enig/stemmer delvis
- 3: Uenig/stemmer ikke
- 9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

sp8b Markedet sørger selv for at maten er trygg
 LES OPP 1-3 OM NØDVENDIG

- 1: Helt enig
- 2: Delvis enig
- 3: Uenig
- 9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

sp8c Jeg spiser helst mat som er økologisk dyrket
 LES OPP 1-3 OM NØDVENDIG

- 1: Helt enig
- 2: Delvis enig
- 3: Uenig
- 9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

sp8d Jeg vil helst unngå mat som kan være genmodifisert
 LES OPP 1-3 OM NØDVENDIG

- 1: Helt enig
- 2: Delvis enig
- 3: Uenig
- 9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

sp8e Jeg prøver å spise mindre mat med tilsetningsstoffer
LES OPP 1-3 OM NØDVENDIG
1: Helt enig
2: Delvis enig
3: Uenig
9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

sp8f. Jeg foretrekker mat som jeg vet er produsert i Norge

LES OPP 1-3 OM NØDVENDIG
1: Helt enig
2: Delvis enig
3: Uenig
9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

Sp8g Jeg foretrekker mat som ikke er fraktet over lange avstander

LES OPP 1-3 OM NØDVENDIG
1: Helt enig
2: Delvis enig
3: Uenig
9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

Sp8h Mat dyrket og produsert i Norge er renere og mer naturlig enn mat produsert i EU

LES OPP 1-3 OM NØDVENDIG
1: Helt enig
2: Delvis enig
3: Uenig
9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

Sp8i Jeg synes vi skal redusere norsk landbruk og heller importere mer mat fra utlandet

LES OPP 1-3 OM NØDVENDIG
1: Helt enig
2: Delvis enig
3: Uenig
9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

Sp8k Jeg kjøper norsk mat fordi jeg vil støtte norske bønder

LES OPP 1-3 OM NØDVENDIG
1: Helt enig
2: Delvis enig
3: Uenig
9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

Sp8l Jeg synes det er spennende med mat fra andre land

LES OPP 1-3 OM NØDVENDIG

- 1: Helt enig
- 2: Delvis enig
- 3: Uenig
- 9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

Sp8m Bønder er mer opptatt av å tjene penger enn å sikre trygg mat

LES OPP 1-3 OM NØDVENDIG

- 1: Helt enig
- 2: Delvis enig
- 3: Uenig
- 9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

Sp8n Butikkeiere er mer opptatt av å tjene penger enn å sikre trygg mat

LES OPP 1-3 OM NØDVENDIG

- 1: Helt enig
- 2: Delvis enig
- 3: Uenig
- 9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

Sp8o Matindustrien er mer opptatt av å tjene penger enn å sikre trygg mat

LES OPP 1-3 OM NØDVENDIG

- 1: Helt enig
- 2: Delvis enig
- 3: Uenig
- 9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

sp8p Forbrukerne påvirker matvaretilbudet gjennom sine valg av matvarer

LES OPP 1-3 OM NØDVENDIG

- 1: Helt enig
- 2: Delvis enig
- 3: Uenig
- 9: Vet ikke, har ikke gjort meg opp noen mening, usikker

Sp9a

Synes du den offentlige matkontrollen i dag er for streng, passe streng, eller for svak?

0: For svak

1: passe streng

2: For streng

9: Vet ikke

Sp9b

Synes du de store butikk-kjedenes egne kontrollrutiner er for strenge, passe strenge, eller for svake?

- 0: For svak
- 1: Passe
- 2: for strenge
- 9: Vet ikke

Sp10

Synes du det er greit å bruke skattepenger på offentlig matkontroll, eller synes du mer av matkontrollen bør overlates til matindustrien og butikkene?

- 1: Greit å bruke skattepenger på off kontroll
- 2: Overlat kontroll til matindustrien og butikkene
- 3: Begge må kontrollere (ikke les opp)
- 9: Vet ikke (ikke les opp)

Spm11a

Foretrekker du å spise kjøtt fra Norge, eller fra utlandet, eller spiller dette liten rolle?

**HVIS DE SPØR, GJELDER SPØRSMÅLENE NÅR DE ER I NORGE
IKKE LES SVARALTERNATIVENE**

- 1: Norge
- 2: Utlandet
- 3: Spiller liten rolle
- 9: vet ikke

Spm11b

Foretrekker du å spise fisk fra Norge, eller fra utlandet, eller spiller dette liten rolle?

**HVIS DE SPØR, GJELDER SPØRSMÅLENE NÅR DE ER I NORGE
IKKE LES SVARALTERNATIVENE**

- 1: Norge
- 2: Utlandet
- 3: Spiller liten rolle
- 9: vet ikke

Spm11c

**HVIS DE SPØR, GJELDER SPØRSMÅLENE NÅR DE ER I NORGE
IKKE LES SVARALTERNATIVENE**

Foretrekker du å spise frukt og grønt fra Norge, eller fra utlandet, eller spiller dette liten rolle?

- 1: Norge
- 2: Utlandet
- 3: Spiller liten rolle
- 9: vet ikke

Spm11d

HVIS DE SPØR, GJELDER SPØRSMÅLENE NÅR DE ER I NORGE
IKKE LES SVARALTERNATIVENE

Foretrekker du å spise ost fra Norge, eller fra utlandet, eller spiller dette liten rolle?

- 1: Norge
- 2: Utlandet
- 3: Spiller liten rolle
- 9: vet ikke

Spm12a

Hvem mener du bør ha hovedansvaret for at maten vi spiser skal være trygg og ufarlig
å spise:

LES ALTERNATIV 1,2,3:

- 1 Offentlige myndigheter ved Mattilsynet
- 2 Butikker og matprodusenter
- 3 (eller) Forbrukeren selv
- 4 eller har du ingen oppfatning om dette?
- 9 Vet ikke/Usikker

Spm12b

Hvem mener du bør ha hovedansvaret for at maten vi spiser skal være sunn og
næringsrik?

LES ALTERNATIV 1,2,3:

- 1 Offentlige myndigheter
- 2 Butikker og matprodusenter
- 3 (eller) Forbrukeren selv
- 4 eller har du ingen oppfatning om dette?
- 9 Vet ikke/Usikker

Spm12c

Hvem mener du bør ha hovedansvaret for å ivareta dyrevelferden?

LES ALTERNATIV 1,2,3:

- 1 Offentlige myndigheter
- 2 Bønder og matindustrien
- 3 (eller) Forbrukeren selv
- 4 eller har du ingen oppfatning om dette?
- 9 Vet ikke/Usikker

Sp14a

Vil du si at du har god eller dårlig kjennskap til hvordan Den offentlige matkontrollen – Mattilsynet - ivaretar matsikkerheten?

- 0 Dårlig
- 1 Middels
- 2 God
- 9 Vet ikke

sp14b

Vil du si at du har god eller dårlig kjennskap til hvordan matvarekjedene ivaretar matsikkerheten?

- 0 Dårlig
- 1 Middels
- 2 God
- 9 Vet ikke

Født Til slutt har jeg noen bakgrunnsspørsmål. Hvilket år er du født?
NOTÉR ÅRSTALL

Utd Hva er din høyeste fullførte utdanning?
LES OPP OM NØDVENDIG ETT SVAR MULIG

- 0: Folkeskole, Grunnskole, Fagutdanning, yrkesutdanning på videregående nivå (fagbrev), Gymnas, Allmennfaglig videregående
- 1: Minst ett år fra universitet eller høyskole
- 2: Høyskole, universitet lavere grad, Bachelor/cand.mag
- 3: Avsluttet høyere grad fra høyskole, univ, fra Mastergrad til Dr.grad
- 9: Annet

Hus Hvor mange personer er det i husstanden? fyll ut.....

HVIS FLER ENN 1 PÅ Hus

Barn

Er det barn under 18 år i husstanden?

Vege

Er du vegetarianer?

IKKE LES SVARALTERNATIVER, HVIS DE NØLER, SPØR 'DELVIS'?

- 0: nei
- 1: delvis
- 2: ja
- 9: vet ikke

Econ

Vil du si at din husstands økonomi er god, middels eller dårlig?

IKKE LES OPP SVARALTERNATIVER

- 1: God
- 2: Middels
- 3: Dårlig
- 4: Varierende
- 9: Vet ikke

kjonn(noter)

- 0: Mann
- 1: Kvinne

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.