



Kooperativa Förbundet KF  
Postadress: 171 88, Solna • Besöksadress: Englundavägen 4, Solna • Tel: 010 740 00 00 • E-post: info@kf.se • www.kf.se

## *Pressmeddelande*

2016-12-14

# Ny studie visar stark misstro mot köttbranschen

En majoritet av Sveriges konsumenter tror att det förekommer fusk i köttbranschen. Det visar en ny studie som KF låtit utföra. Enligt studien, som bland annat undersöker konsumenters attityder till olika märkningar av livsmedel, tror 6 av 10 tillfrågade att fusk förekommer i någon utsträckning inom köttbranschen. Samtidigt finns en stark tilltro till främst bröd- och spannmålsbranschen.

Drygt 55 procent av de tillfrågade tror att det misstänkta fusket ligger hos producenterna, följt av butikerna. Förhållandevis få tror att bönderna fuskar.

- Det är djupt problematiskt att så många konsumenter inte känner tillit till köttbranschen, säger Tommy Ohlström, VD på KF. Tidigare under hösten släppte vi en rapport om den svenska köttmarknaden som bl.a. visade att det förekommer vilseledande produktnamn, som får konsumenter att tro att importerat kött är svenskt. Sådant riskerar att underminera konsumentens motivation att betala för det mervärde som svenskproducerat kött ger. Det som krävs är inte nödvändigtvis hårdare lagstiftning, utan bland annat att fler kontroller utförs.

Undersökningen bekräftar det som tidigare studier visat, nämligen att ursprungsmärkning av livsmedel är mycket viktigt för svenska konsumenter. 91 procent av de tillfrågade ansåg att det är viktigt att den mjölk de köper är svensk, och 49 procent tycker att ursprungsmärkning har blivit mycket viktigare för alla livsmedel.

Undersökningen visar också att vissa märkningar är mer kända än andra. 44 procent säger att de känner till innebörden av KRAV-märkta varor, medan motsvarande siffra för Svenskt Sigill enbart är 10 procent. Även kännedomen om EU-ekologisk märkning är förhållandevis låg – 42 procent säger att de över huvud taget inte allt känner till märkningen.

- Konsumenternas kunskap om olika märkningar påverkar givetvis deras inställning till märkningarna och huruvida de kan göra medvetna val i butikerna, säger Tommy Ohlström. 8 av 10 uppger att de är villiga att betala mer om det leder till bättre djurhållning men hur ska man veta skillnaden i djurhållning om man inte känner till märkningarna? Det finns helt klart ett mervärde med märkningarna, men det måste kommuniceras bättre.

KF har under 2016 lanserat flera studier där olika livsmedelsbranscher granskas ur konsumentsynpunkt. Först ut är tre rapporter om kött, mejeri och ägg respektive bröd och spannmål. Syftet med rapporterna är att bidra till större diskussion om hur konsumentens roll på livsmedelsmarknaden kan stärkas.

### **Kort om undersökningen**

Undersökningen har gjorts i KFs medlemspanel under september månads första hälft. Totalt svarade 1072 personer på undersökningen, som hade en svarsfrekvens på 54%.

Hitta KFs tre rapporter om livsmedelsmarknaden i Sverige på [www.kf.se/livsmedelsmarknaden/](http://www.kf.se/livsmedelsmarknaden/)

### **Om Kooperativa Förbundet**

Kooperativa Förbundet (KF) är förbund för landets konsumentföreningar och en detaljhandelskoncern med Coop som kärnverksamhet. Tillsammans samlar KF 3,4 miljoner medlemmar. Se även [www.kf.se](http://www.kf.se)

### **Kontakt:**

Vidar Aronsson, KF, 070-2200016 och [vidar.aronsson@kf.se](mailto:vidar.aronsson@kf.se)



