Sammendrag af litteraturstudiet for WP3 – Detailhandelshandels- og markedsanalyse

Kathrine Nørgaard Hansen and Lars Esbjerg
MAPP – Centre for research on customer relations in the food sector
Aarhus University, 8210 Aarhus V, Denmark
Email: lae@asb.dk. Phone: +45 871 65058

Litteraturstudiet tager udgangspunkt i Kjellberg og Helgessons teori (2007), hvor der skelnes mellem tre former for "markedspraksis": (1) exchange practices (samhandelspraksis), som refererer til de specifikke og generelle aktiviteter, som er forbundet med samhandel (2) representational practices (repræsentationel praksis), som refererer til de aktiviteter, som bidrager til, at forskellige aktører danner forståelser af markedet, og (3) normalizing practices (normaliserende praksis), som refererer til aktiviteter gennem hvilke forskellige aktører forsøger at ændre praksis, og som bidrager til, at der dannes bestemte normer for, hvordan et marked bør fungere.

Exchange practices er relateret til de forskellige salgs- og marketingsaktiviteter, der gør sig gældende for svinekød. Tidligere studier peger på, at mærkningsordninger er en af de mest hensigtsmæssige muligheder, som aktørerne har, for at fremme salget af svinekød fra løse søer produceret under hensyntagen til højere dyrevelfærd (De Roest, Ferrari & Schiff 2010). Mærker på kødets emballage kan dels være med til at gøre det lettere for forbrugere hurtigt at vælge kød i supermarkedet og dels skaber det differentiationsmuligheder (Hatanaka, Bain & Busch 2005). Omvendt viser tidligere undersøgelser, at forbrugerne har svært ved at finde og/eller forstå informationen om dyrevelfærd på emballagen (McEachern & Warnaby 2004; McEachern & Warnaby 2005; Hubbard et al. 2007). De Roest, Ferrari og Schiff 2010 indikerer, at mærkningsordninger er mest effektive, hvis de understøttes af andre salgsfremmende aktiviteter, som også kan give forbrugerne information. Der kan eksempelvis være tale om at give information via supermarkedets hjemmeside eller uddannelse af salgspersonalet.

Selvom de nye EU krav til løsgående drægtige søer først træder i kraft fra 2013, har mange danske landbrug allerede implementeret disse omlægninger (Nielsen 2009). En af litteraturstudiets konklusioner er, at den manglede promovering og salg skyldes, at det tager tid for markedet at tilpasse sig. Aktørernes manglende tiltro til lige præcis denne type køds afsætningsmulighed som et

nicheprodukt med mulighed for højere pris resulterer dermed i, at aktørerne ikke vil investere de fornødne ressourcer i forhold til promovering- og salgsaktiviteter.

I forhold til normalizing practices så peger litteraturstudiet på, at både nationale organisationer såsom Landbrug og Fødevarer og Dyrenes Beskyttelses og aktører i forsyningskæden (eksempelvis slagterier eller detailkæder) kan være med til at forme og ændre markedet, hvilket kan omfatter forbedring af dyrevelfærden for danske søer. Magtbalancen mellem de forskellige organisationer og aktører kan dog også skabe barrierer for forbedret dyrevelfærd hos løse søer. Litteraturstudiet har belyst, at primærproducenterne vil ændre produktionsforholdene grundet de lovmæssige krav for drægtige søer. Grundet en vis usikkerhed forbundet til afsætningsmulighederne og dermed mulighederne for at få dækket deres anlægsomkostninger er der stort set ingen landmænd, der frivilligt ønsker at ændre produktionsforholdene, hvis de ikke tror, at de kan få dækket deres ekstra omkostninger (Hubbard, Bourlakis & Garrod 2007).

Når det drejer sig om representational practices viser tidligere studier, at producenterne har konstrueret en forståelse af, at detailhandlerne ikke tager del i ansvaret for at fremme salget af svinekød produceret med højere dyrevelfærd (Nielsen & Kristensen 2008). I første omgang er det producenterne, der bærer den økonomiske risiko i forbindelse med øgede dyrevelfærd (Christensen, Esbjerg & Sandøe 2011). Dette skaber også barrierer for tilliden i forholdet mellem de forskellige aktører i forsyningskæden Hvad angår producenternes syn på detailkæderne viser tidligere undersøgelser, at producenterne har konstrueret den forståelse, at detailhandelsindkøberne ikke ønsker at købe svinekød til højere priser, men i stedet vil købe det billigere kød i udlandet, og at detailkæderne ikke tager nok del i ansvaret for at informere og informere forbrugerne om, hvad dyrevelfærd indebærer, eller hvordan forbrugerne lettest kan finde kødprodukter med dyrevelfærd (Hubbard, Bourlakis & Garrod 2007).

Litteraturstudiet har endvidere belyst, at det ikke kun er den manglede tillid i forholdet mellem aktørerne i værdikæden, som skaber barrierer for svinekød produceret med højere dyrevelfærd. Den forståelse, som aktørerne i værdikæden har konstrueret af forbrugerne, har ligeledes en negativ indflydelse på aktørernes motivation for at fremme dyrevelfærd for løse søer (Nielsen & Kristensen 2008). Tidligere studier har dokumenteret, at forbrugerens holdning og købsadfærd ikke altid stemmer overens. Til trods for at flere forbrugere udtrykker bekymring for dyrevelfærd og udtaler,

at de gerne vil betale ekstra for bedre dyrevelfærd, kommer deres holdning ikke til udtryk, når de står i supermarkedet (Norwood 2011). Alle aktørerne i forsyningskæden er af den opfattelse, at forbrugerne er meget prisfølsomme og derfor ikke er villige til at købe svinekød fra løsgående søer, hvis de skal betale en højere pris. Ligeledes har tidligere studier belyst, at aktørerne har konstrueret den forståelse, at de fleste forbrugere ved meget lidt om dyrevelfærd, hvorfor de danner denne viden fra såkaldte ”skræmme-reportager” fra medierne (Nielsen & Kristensen 2008).