

3. september 2021

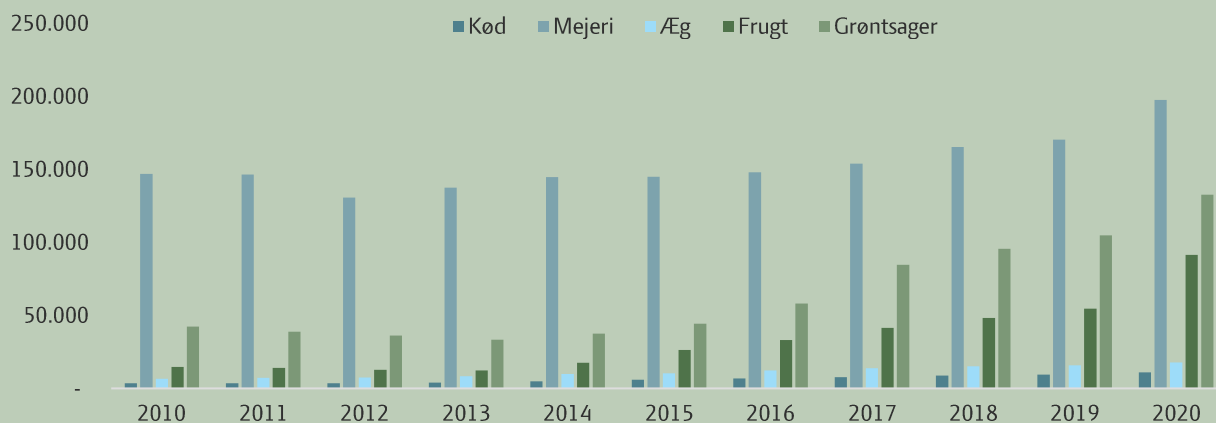
Økologiske fødevarer vækster i stor stil

- Økologiske fødevarer er i fremgang. Særligt i løbet af 2020 steg salget af de økologiske fødevarer, både i henhold til volumen og værdien.
- Det er i høj grad æg, frugt og grøntsager, der er vækstet, men mejeri er fortsat den største økologiske fødevarekategori, målt i volumen.
- Hver tredje forbruger køber ofte økologiske fødevarer, og det er særligt de økologiske grøntsager, som forbrugerne angiver, at de køber. Som den primære grund til at købe økologi nævnes, at forbrugerne ønsker at undgå sprøjterester i frugt og grønt, samt at økologi skåner miljø og drikkevand.
- Mere end hver fjerde forbruger køber økologi, fordi de mener at det bidrager til et bedre klima. Det er en væsentlig stigning i andel siden 2013, hvor godt 15 pct. angav klima som årsag.

Fremgang i salg af økologiske fødevarer

Økologiske fødevarer i detailhandlen er i fremgang. Tal fra Danmarks Statistik viser, at uanset om, der alene ses på volumen eller værdien, så kan der ses en væsentlig vækst for området. For fem udvalgte økologiske fødevarekategorier kan det ses, at der siden 2010, trods forskellige udgangspunkter, har været en støt stigende vækst. Særligt i 2020 oplevede den økologiske fødevareomsætning en meget stor stigning.

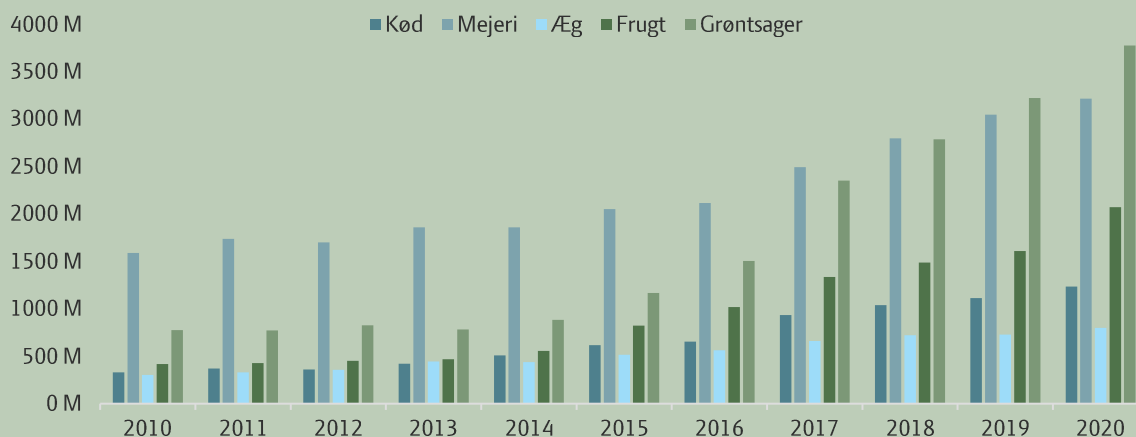
Udvikling i detailomsætning af de 5 udvalgte økologiske fødevarekategorier, opgjort i volumen i tons



Kilde: Danmarks Statistik august 2021, tabel OEK03

Hovedsageligt æg, frugt og grøntsager har solgt godt med mere end en tredobling i detailomsætningen i volumen. I 2010 blev der solgt ca. 14.000 tons økologisk frugt, mens det i 2020 var steget til mere end 91.000 tons.

Udvikling i detailomsætning af de 5 udvalgte økologiske fødevarer, opgjort i værdi i mio. kr.



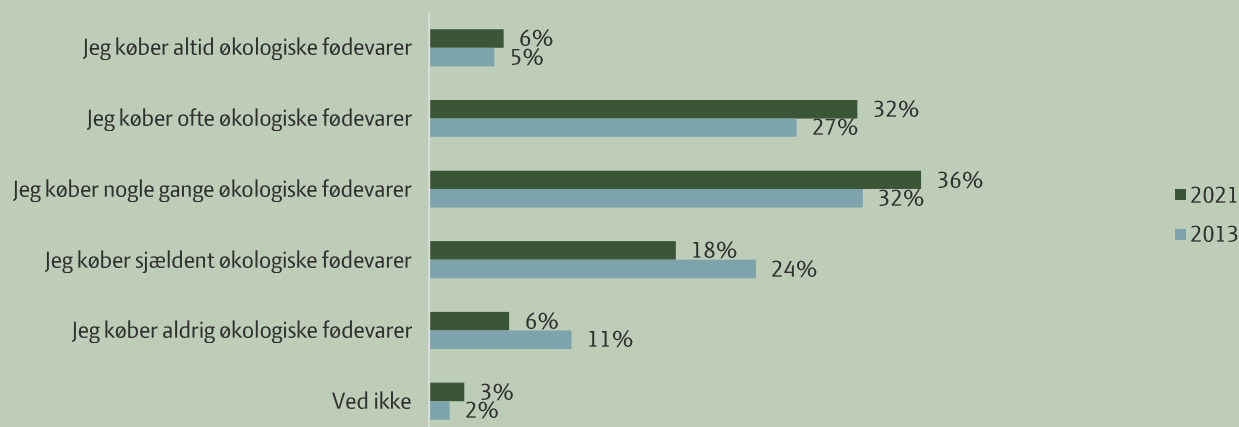
Kilde: Danmarks Statistik august 2021, tabel OEKO3

Det samme billede tegner sig, når omsætningen opgøres i værdi, hvor især grøntsager tegner sig for en helt utrolig vækst. Fra en omsætning på godt 775 mio. kr. i 2010 til ca. 3,7 mia. kr. i 2020.

Knap fire ud af ti køber ofte eller altid økologiske fødevarer

En ny analyse fra Landbrug & Fødevarer fra maj 2021 viser, at knap fire ud af ti danske forbrugere ofte eller altid køber økologiske fødevarer, mens 36 pct. svarer, at de køber økologi nogle gange. Det er i høj grad forbrugere i aldersgruppen 30-39 år, samt forbrugere, der er bosat i Region Hovedstaden, der svarer, at de ofte eller altid køber økologiske fødevarer. Ligeledes stiger andelen i takt med husstandsindkomst og uddannelseslængde.

Spg. Hvor ofte køber du økologiske fødevarer?



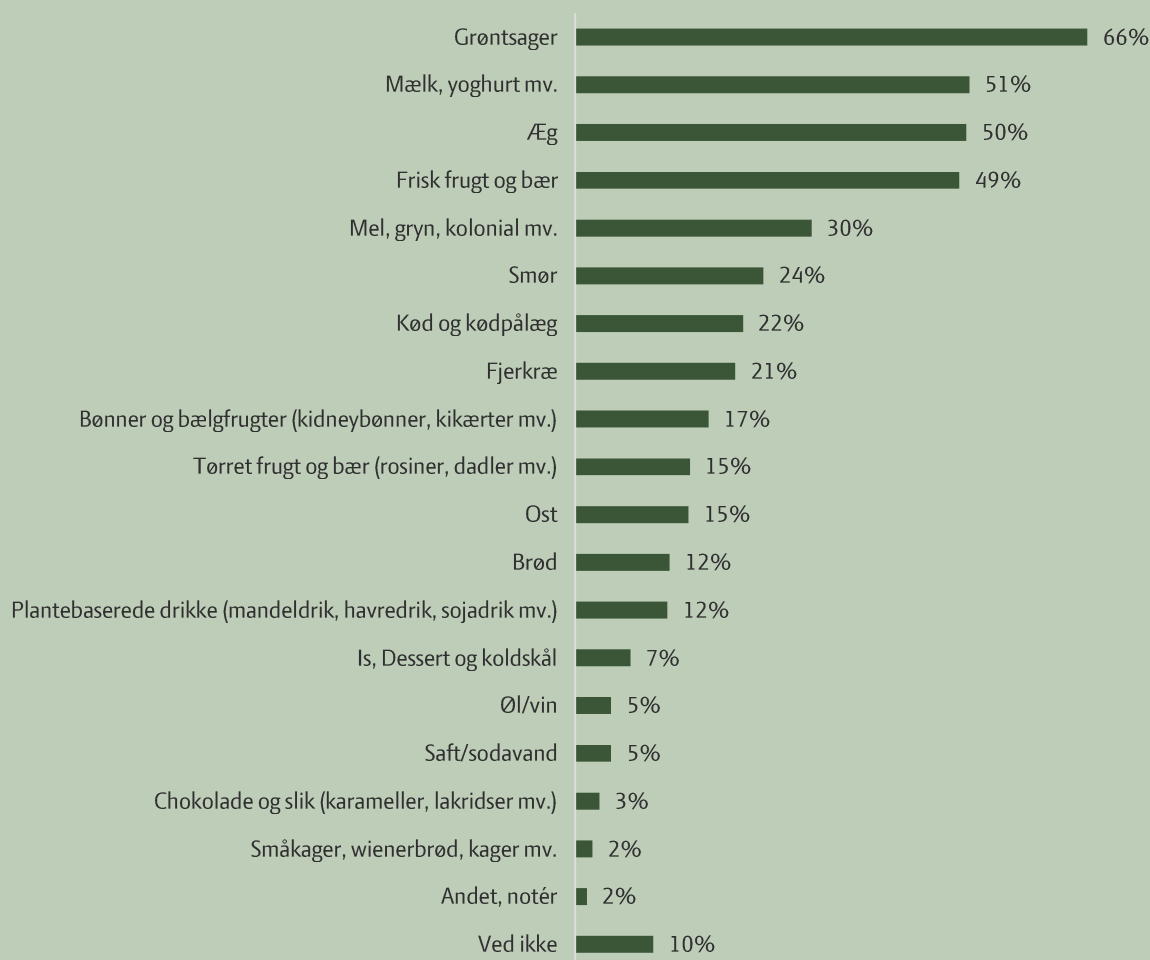
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, maj 2021, n=1.003

Sammenligner vi med én af de tidligste målinger, som Landbrug & Fødevarer har foretaget tilbage i 2013, kan vi se denne positive udvikling, der har været gennem de seneste år. Især er andelen af forbrugere, der svarer at de nogle gange, ofte eller altid køber økologi steget fra 64 pct. i 2013 til nu 73 pct. – en stigning på 9 procentpoint. Det er især andelen, der svarer at de ofte køber økologi, der er vokset fra 27 pct. i 2013 til nu 32 pct. På samme vis er andelen af forbrugere, der svarer, at de aldrig køber økologisk, faldet fra 11 pct. i 2013 til 6 pct. i seneste måling. I denne gruppe er der flere i blandt de helt unge forbrugere i alderen 18-29 år, der ikke køber økologisk.

Økologiske grøntsager hitter iblandt forbrugerne

Som tallene fra Danmarks Statistik viste, så er grøntsager den mest handlede økologiske vare iblandt forbrugerne i undersøgelsen. Overordnet set er det i høj grad varer, der indgår i hverdags-husholdningen, som forbrugerne køber økologisk.

Spg. Hvilke fødevarer vælger du typisk at købe økologisk?



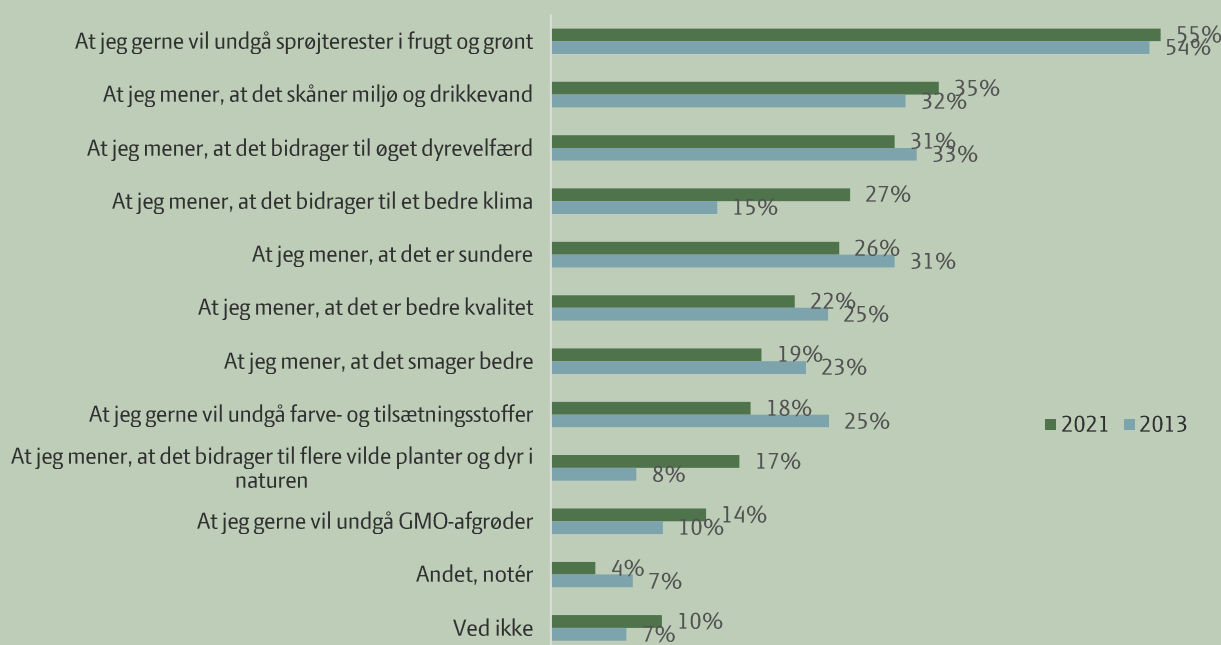
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, maj 2021, n=918 (Køber økologi minimum sjældent)

Blandt forbrugere i alderen 30-39 år er det 80 pct., der køber grøntsager økologisk, mens de også samtidig hyppigere angiver at købe mel, gryn og kolonialvarer økologisk. Disse forbrugere køber også langt oftere plantebaserede drikke, især i forhold til de ældste forbrugere. 23 pct. har således angivet at købe de plantebaserede økologiske drikkevarer, mod 5 pct. blandt forbrugere i alderen 60-70 år.

Forbrugere vil især gerne undgå sprøjterester i frugt og grønt

At undgå sprøjterester i frugt og grønt er den klart hyppigst nævnte årsag til køb af økologi. Det stemmer overens med, at grøntsager samtidig topper listen over det, som forbrugerne køber økologisk. På 2. pladsen finder vi 35 pct., der begrundet det med, at det skåner miljø og drikkevand, mens 31 pct. nævner, at det bidrager til øget dyrevelfærd.

Spg. Hvad er de vigtigste grunde til, at du køber økologiske fødevarer?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, maj 2021, n=918 (Køber økologi minimum sjældent). Mulighed for op til 4 svar.

Ser man på udviklingen i begrundelser fra 2013 og frem til 2021, er det største spring sket i forhold til andelen, der mener, at økologi bidrager til et bedre klima. Her er der i dag næsten dobbelt så mange, som angiver dette som årsag til køb. Det samme gælder for andelen, der mener at det bidrager til flere vilde plante og dyr i naturen. Omvendt er der i dag, færre der køber økologi fordi det er sundere, eller fordi de ønsker at undgå farve- og tilsætningsstoffer.

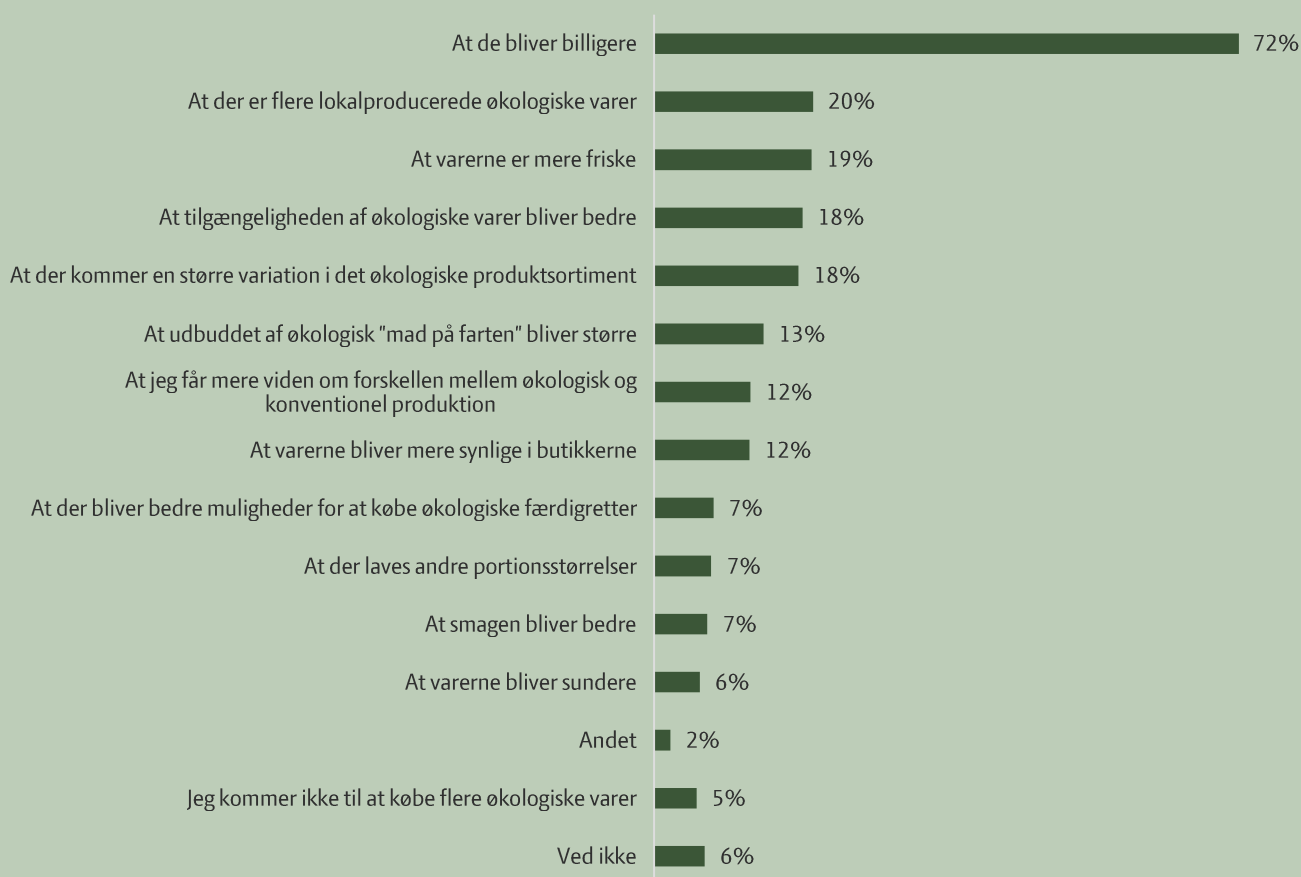
Når vi kigger lidt nærmere efter i tallene for 2021, ser vi, at de yngre forbrugere og kvinder er mere tilbøjelige end ældre forbrugere til at mene, at det bidrager til øget dyrevelfærd. 38 pct. af de 18-29-årige og 37 pct. af kvinderne er enige i den betragtning. Modsat gælder, at 24 pct. af mændene samt 23 pct. af de 60-70-årige køber økologisk grundet dyrevelfærd. De ældre er omvendt mere tilbøjelige til at mene, at økologi er sundere. Her er det 34 pct. af de ældste modsat 23 pct. af de yngste, der nævner dette som begrundelse. Især danskere bosat i Region Hovedstaden nævner som begrundelse, at økologi bidrager til et bedre klima. 34 pct. blandt danskere bosat i Region Hovedstaden har dette som begrundelse, mens det samme gælder 17 pct. i Region Nordjylland og 23 pct. i Region Syddanmark.

Lokale varer, friskhed og større tilgængelighed og variation kan få hver femte til at købe mere økologi

Når man spørger danskerne, hvad der skal til for, at de vil købe flere økologiske fødevarer, svarer tre ud af fire, at de økologiske fødevarer skulle være billigere. Fra andre undersøgelser ved vi, at en stor del af forbrugerne prioriterer lav pris, når de handler ind. Derfor er det ikke overraskende, at en lavere pris kan motivere til at købe mere økologi. Prisen er imidlertid ikke det eneste, som kan spille en rolle. Hver femte forbruger – 20 pct. – efterspørger flere lokalproducerede økologiske varer, 19 pct. efterspørger at varerne bliver mere friske og på en delt 4. plads nævner 18 pct. større tilgængelighed og mere variation i det økologiske produktsortiment som noget, der kan motivere til at købe mere økologi.

Spændende bliver det dog især, når vi kigger specifikt på de danskere, der har svaret, at de ofte eller altid køber økologisk mad og drikke. Hvad skal der til, for at de ville købe endnu mere økologi, end de gør i forvejen? Disse forbrugere nævner oftere end andre betydningen af flere lokalproducerede økologiske varer, bedre tilgængelighed og en større variation i sortimentet, som noget, der ville kunne få dem til at købe mere økologi, end de gør i forvejen. Desuden peger de oftere end gennemsnittet på, at et større udbud af økologisk 'mad på farten' ville være noget, der kunne motivere dem til at købe mere økologi.

Spg. Hvad skal der til, for at du vil købe flere økologiske fødevarer? Angiv gerne op til 4 svar.



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, maj 2021, n=863 (Køber økologi 'ofte', 'nogle gange', 'sjældent' eller 'aldrig'). Mulighed for op til 4 svar.

Blandt de 18-29-årige nævnes oftere en øget synlighed i butikkerne, samt bedre mulighed for at købe økologisk mad på farten som noget, der kan få dem til at købe mere økologi. Der er også flere i blandt de yngste forbrugere, der ønsker sig flere færdigretter i det økologiske fødevarerudvalg. Blandt de 18-29-årige er det 18 pct., der ønsker mere økologisk mad på farten, mens det samme gælder blot 8 pct. blandt de 60-70-årige. For de ældre forbrugere i alderen 60-70 år, gælder det i højere grad, at de gerne vil have flere, lokalproducerede økologiske varer, samt at der kommer en endnu større variation i det økologiske varesortiment. Kun 5 pct. angiver, at de ikke kommer til at købe flere økologiske varer, end de gør i forvejen. Det er hovedsageligt de ældre forbrugere i alderen 60-70 år, som har den vurdering.

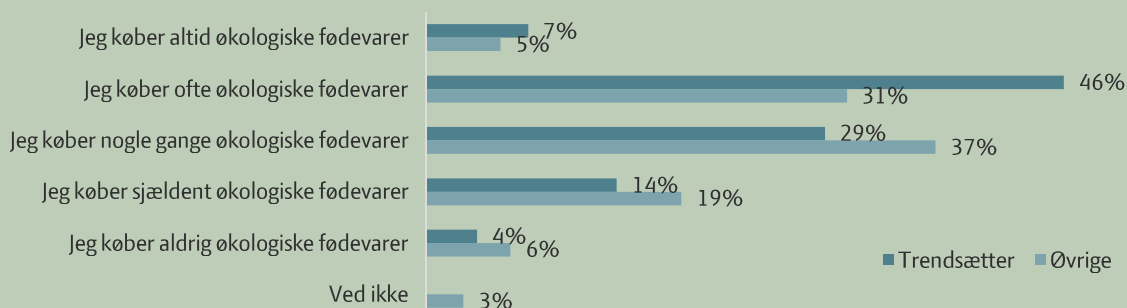
Lys fremtid for økologien

Økologien er populær blandt danskerne. Både arealet og salget af økologiske fødevarer stiger. Det afspejler sig også i andelen af danskere, der køber økologiske fødevarer.

Grøntsager, æg, mejeriprodukter og frisk frugt er fortsat de kategorier, der typisk nævnes som noget, man køber i en økologisk udgave og der ses potentiale for endnu mere økologi, hvis der kom fx flere lokalproducerede varer, en større variation og en bedre tilgængelighed i det økologiske produktsortiment. Ser vi specifikt på de forbrugere, der i forvejen ofte køber økologi, er det oftere disse ting, der nævnes som noget, der ville kunne få dem til at købe (endnu) mere økologi, end de gør i dag. Det kunne først og fremmest dreje sig om muligheden for at vælge en økologisk variant inden for kategorien, så man kan få alle ingredienser. Men det kunne også dreje sig om flere sorter inden for frugt og grønt, flere typer udkæringer på kød eller flere varer fra forskellige lokale producenter. For at få unge til at købe økologisk mad og drikke tyder noget samtidig på, at det kan have betydning, at der kommer flere muligheder for at købe økologiske færdigretter.

Men hvordan vil det udvikle sig i fremtiden? En indikator på, hvordan danske forbrugere i fremtiden kommer til at agere i relation til økologiske fødevarer, kan findes i den adfærd og de holdninger, som madtrendsættere udviser. Madtrendsættere er kendetegnet ved bl.a. at være meget udforskende, når det gælder nye mad- og drikkevare-tendenser. De eksperimenterer gerne selv med at tilpasse opskrifter, så maden får en ny og bedre smag. Og de fortæller gerne aktivt andre om nye og spændende produkter, som de selv er blevet glade for. Ved at kigge nærmere på madtrendsætteres adfærd og holdninger, kan det give et fingerpeg om, hvordan 'massemarkedet' vil agere om nogle år. I Landbrug & Fødevarers undersøgelse peger en analyse af madtrendsætterne på, at de langt oftere end befolkningen som helhed køber økologiske fødevarer. Mens det er 37 pct. af befolkningen, der køber økologiske fødevarer altid eller ofte, er det 54 pct. blandt trendsætterne.

Spg. Hvor ofte køber du økologiske fødevarer?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, maj 2021, n=1.003

Trendsætternes adfærd peger her på, at vi i fremtiden kommer til at se et stadigt stigende køb af økologiske fødevarer. Hvor det er 7 pct. blandt danskere generelt, der peger på anderledes portionsstørrelser som

noget, der kan motivere til at købe mere økologi, er det hele 19 pct. blandt trendsætterne. Udover et større udbud af lokalproducerede varer samt et mere varieret produktudbud, kan anderledes portionsstørrelser således være en vej fremad for producenter af økologisk mad og drikke.

Om analysen

Denne analyse baserer sig på en befolkningsundersøgelse gennemført i maj 2021 af Norstat for Landbrug & Fødevarer blandt 1003 danskere mellem 18-70 år. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region. Der refereres i undersøgelsen til en anden undersøgelse gennemført i februar 2013 af Userneeds for Landbrug & Fødevarer blandt 1005 danskere mellem 18-70 år. Denne undersøgelse er ligeledes repræsentativ på køn, alder og region. Desuden refereres til statistik fra Danmarks Statistikbank "Indenrigshandel med økologiske fødevarer" hentet august 2021.