

Økologi er populært blandt danske forbrugere

Oktober 2019

Markedsanalyse, Forbrugerøkonomi & Statistik



Noget at leve af. Noget at leve for.



15. oktober 2019

Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000 E info@lf.dk
F +45 3339 4141 W www.lf.dk

Økologi er populært blandt danske forbrugere

Økologiske fødevarer er populære hos danskerne, og flere end tidligere svarer, at de ofte eller altid køber økologi. Blandt de, der allerede ofte køber økologi ses en tendens til, at de ville købe endnu mere, hvis der kom flere lokalproducerede varer, større variation og et bredere sortiment.

Resumé:

- 43 pct. af danskerne svarer, at de 'ofte' eller 'altid' køber økologi. Det er en stigning på 6 procentpoint ift. samme måling året før. I alt svarer 95 pct., at de køber økologi. Dog varierer det, hvor ofte man gør det.
- Blandt danskere bosat i Region Hovedstaden er det 51 pct., der svarer, at de 'ofte' eller 'altid' køber økologiske fødevarer.
- De hyppigst nævnte årsager til at købe økologi er at undgå sprøjterester i frugt og grønt, at skåne miljø og drikkevand, samt at bidrage til bedre dyrevelfærd.
- Grøntsager er dét, som flest danskere typisk køber økologisk. Dernæst kommer æg, mejeriprodukter og frugt.
- Pris er som tidligere år en vigtig faktor, hvis danskerne skulle købe mere økologi. Men også faktorer som flere lokalproducerede varer, større variation i sortimentet og bedre tilgængelighed spiller en rolle. Blandt unge er der signifikant flere, der svarer, at mere viden om økologisk produktion ville få dem til at købe mere økologi.
- Ser vi nærmere på de, der svarer, at de ofte køber økologi, ses der her en tendens til, at prisen spiller en mindre rolle end hos gennemsnittet. Denne gruppe svarer, at de ville købe (endnu) mere økologi, hvis der kom et større udbud, mere variation og bedre tilgængelighed. Det indikerer et stort potentiale for økologi.

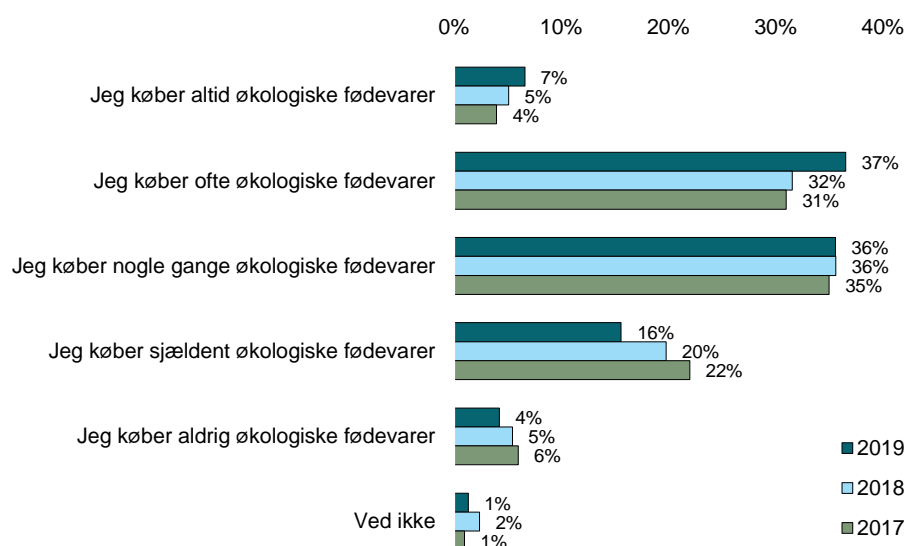
Økologi i vækst

Økologi er populært blandt danskerne. Ifølge Danmarks Statistik steg detail-salget af økologiske varer på blot ét år med 14 pct. og udgjorde i 2018 hele 12,9 mia. kr. mod 11,3 mia. kr. i 2017. Frugt og grønt, mejeriprodukter og æg er nogle af de typer mad og drikke, der udgør den største andel af salget i detailhandlen. Frugt og grønt alene udgjorde 38 pct. af den samlede stigning, dog især grøntsager, hvor salget steg med 18 pct. på ét år.¹

Flere køber ofte økologiske fødevarer i forhold til for et år siden

Økologiens popularitet afspejler sig også i nærværende nye undersøgelse fra Landbrug & Fødevarer, hvor vi har set nærmere på forbrugernes holdning til økologi. Her svarer 95 pct. af befolkningen, at de køber økologiske fødevarer. Det varierer dog, hvor ofte danskerne gør det. 43 pct. køber altid eller ofte økologi, mens 52 pct. køber økologi 'nogle gange' eller 'sjældent'. Interessant er det her, at flere end tidligere svarer, at de ofte eller altid køber økologi. Sammenligner vi med samme måling året før, var det her 37 pct., der svarede, at de 'ofte' eller 'altid' købte økologi, mens 56 pct. svarede, at de købte det 'nogle gange' eller 'sjældent'.

Figur 1:
Hvor ofte køber du økologiske fødevarer?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer: 2019, base (1029), 2018, base (1013), 2017, base (1004)

Kigger vi lidt nærmere på tallene, ser vi, at det især er kvinderne, der har øget andelen af økologiske varer i indkøbskurven i forhold til for et år siden. Signifikant flere kvinder end mænd svarer nemlig i år, at de 'ofte' eller 'altid' køber økologi. Konkret er det 48 pct. blandt kvinder, der 'ofte' eller 'altid' køber økologi, mens det samme gælder 38 pct. blandt mænd – en forskel på 10 procentpoint. Sidste år var det til sammenligning 34 pct. blandt mænd og 39 pct. blandt kvinder, der 'ofte' eller 'altid' købte økologi. Forskellen mellem mænd og kvinder er dermed blevet mere udtalt.

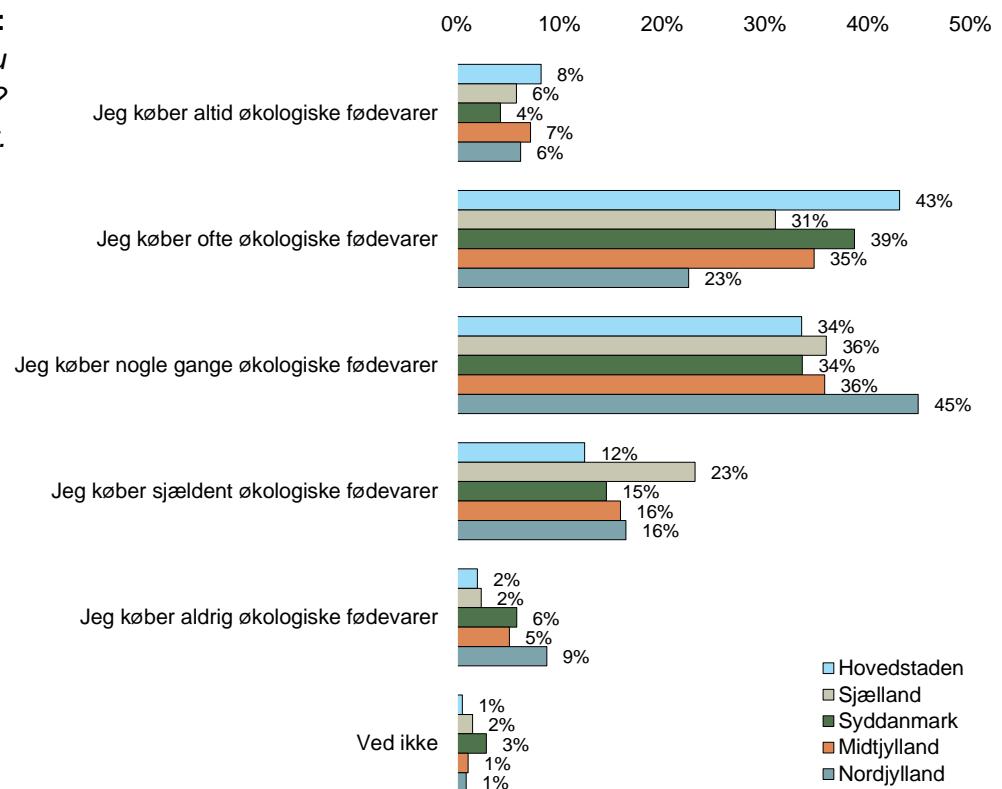
¹ Kilde: Danmarks Statistik "Detailomsætningen af økologiske fødevarer 2018"

Husstandens sammensætning synes samtidig at have betydning for, hvor ofte du køber økologi. Det er 41 pct. blandt danskere uden børn i husstanden, der svarer, at de ofte eller altid køber økologi. Blandt danskere med ét barn i husstanden er det 47 pct., mens det blandt danskere med to eller flere børn i husstanden er hele 50 pct., der svarer, at de ofte eller altid køber økologi.

Danskere bosat i Region Hovedstaden køber oftere økologi

Det er ligeledes interessant at se nærmere på, hvor udbredt økologiske fødevarer er i de danske regioner. Der er en højere andel blandt indbyggerne i Region Hovedstaden, som 'ofte' eller 'altid' køber økologiske fødevarer sammenlignet med indbyggere i andre regioner. Helt konkret køber 51 pct. af forbrugerne i Region Hovedstaden ofte eller altid økologiske fødevarer, mens det kun er gældende for 29 pct. i Region Nordjylland. Til gengæld er der signifikant flere i Region Nordjylland, der svarer, at de køber økologiske fødevarer 'nogle gange', mens der er signifikant flere blandt danskere bosat i Region Sjælland, der svarer, at de 'sjældent' køber økologiske fødevarer.

Figur 2:
Hvor ofte køber du økologiske fødevarer?
Fordelt på regioner.



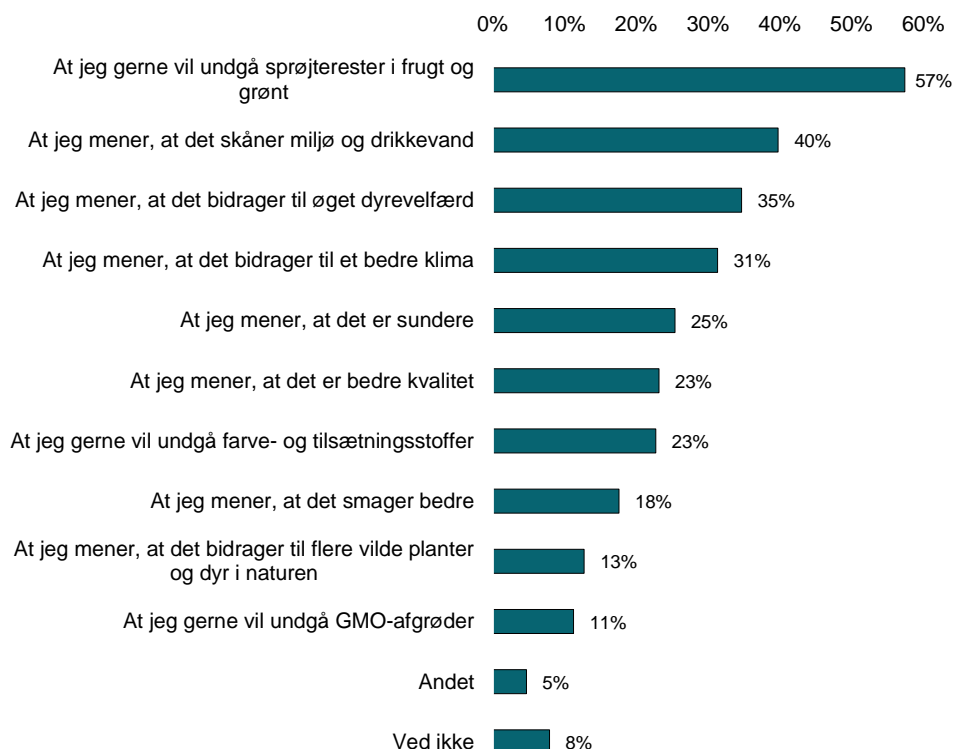
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019, base (1029), heraf Region Hovedstaden (334), Region Sjælland (145), Region Syddanmark (213), Region Midtjylland (234), Region Nordjylland (104).

Mange årsager til at købe økologi

Spørger vi danskerne om de vigtigste grunde til, at de køber økologiske fødevarer, er der fire årsager, som over 30 pct. finder vigtige. At undgå sprøjterester i frugt og grønt ligger på 1. pladsen som den hyppigst nævnte grund – hvilket den har gjort i mange år. At skåne miljø og drikkevand samt at bidrage

til en øget dyrevelfærd ligger – igen – på 2. og 3. pladsen. På fjerdepladsen nævner 31 pct., at de mener, økologiske fødevarer bidrager til et bedre klima, mens vi længere nede på listen finder 13 pct., der mener, at det bidrager til flere vilde planter og dyr i naturen.

Figur 3:
Hvad er de vigtigste grunde til, at du køber økologiske fødevarer? Angiv gerne op til 4 svar.



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019. Base: Køber økologiske fødevarer (971).
 NB: Mulighed for op til 4 svar.

Grøntsager, æg og mælk/yoghurt er oftest det, der købes økologisk

Når danskerne køber økologisk, er det ofte grøntsager, som puttes i indkøbskurven. Konkret siger 71 pct. af befolkningen, at de typisk køber grøntsager, når de køber økologisk, mens færrest køber økologiske småkager, wienerbrød og kager. Næst efter grøntsager finder vi æg, som 58 pct. svarer, at de typisk køber i en økologisk variant, mens tredjepladsen indtages af mælk og yoghurt mm., som 54 pct. typisk køber økologisk.

Omvendt er der ikke mange, der vælger økologiske varianter af chokolade, slik og kager/småkager, mens heller ikke drikkevarer som saft/sodavand og øl/vin typisk er noget, der vælges i en økologisk variant.

Figur 4:
Hvilke fødevarer vælger du typisk at købe økologisk? Angiv gerne flere svar.



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019. Base: Køber økologiske fødevarer (971)
 NB: Mulighed for flere svar

Ser vi nærmere på, hvem der typisk vælger forskellige mad og drikkevarer i økologiske udgaver, ser vi en tendens til, at kvinder har et bredere repertoire end mænd. Hvor både mænd og kvinder typisk køber kategorier som 'grøntsager', 'mælk/yoghurt' og 'frisk frugt og bær', så ser vi signifikant flere kvinder, der typisk køber kategorier som 'æg', 'mel/gryn/kolonial', 'bønner/bælgfrugter', 'tørret frugt og bær', 'ost' og 'plantebaserede drikke'. For en kategori som mel og gryn er det fx hele 40 pct. blandt kvinder, der typisk vælger en økologisk variant, mens det er 26 pct. blandt mænd. Og for en kategori som bønner og bælgfrugter er det 21 pct. blandt kvinder, mens det er 11 pct. blandt mænd.

Også blandt aldersgrupper ses der enkelte spændende forskelle på, hvad man typisk vælger at købe økologisk. Blandt danskere mellem 18-35 år er det 15 pct., der typisk vælger at købe plantebaserede drikke som mandel- eller havredrik økologisk, mens det blandt danskere over 35 år er 8 pct. Omvendt ser vi, at blandt danskere ml. 50-70 år er 19 pct., der vælger at købe ost økologisk, mens det blandt danskere under 50 år er 12-13 pct.

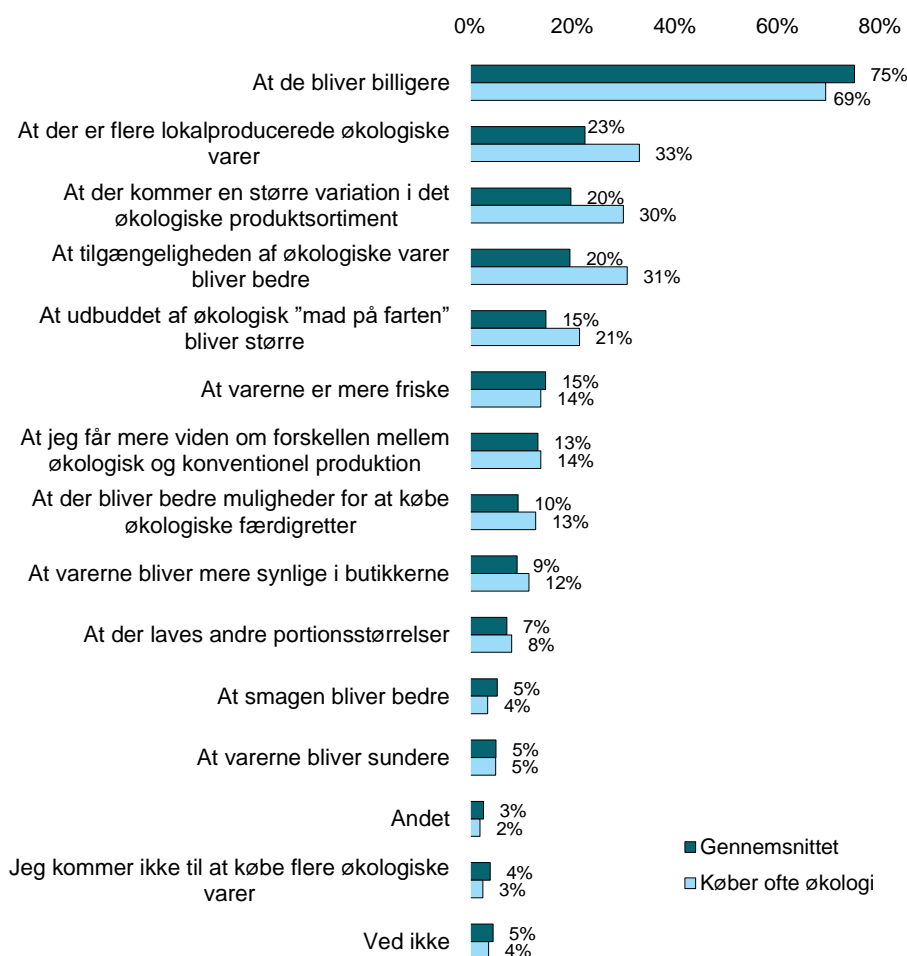
Blandt børnefamilier købes oftere mejeriprodukter som mælk/yoghurt og smør sammenlignet med husstande uden hjemmeboende børn. Overordnet ses der en generel tendens til, at husstande med to eller flere børn køber flere typer fødevarer økologisk end husstande uden børn eller med ét barn. De køber fx signifikant oftere økologisk mel, gryn, kolonial mv.

Økologi-interesserede ønsker sig flere lokalproducerede varer og en større variation i sortimentet

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. Prisen er imidlertid ikke det eneste, der spiller en rolle. Også at der er 'flere lokalproducerede økologiske varer' vil have betydning for knap hver fjerde, mens hver femte peger på 'større variation i det økologiske produkt-sortiment'. Det er 13 pct., der ville købe mere økologi, hvis de fik 'mere viden omkring forskellene mellem økologisk og konventionel produktion'. Blandt de 18-29-årige er det dog hele 22 pct. – dvs. knap hver fjerde – der nævner det som noget, der ville kunne få dem til at købe flere økologiske fødevarer.

Spændende bliver det dog især, når vi ser specifikt på de danskere, der har svaret, at de 'ofte' køber økologisk mad og drikke. Hvad skal der til, for at de ville købe endnu mere økologi, end de gør i forvejen? Her ser vi, at prisen har mindre betydning end for gennemsnittet. De, der ofte køber økologisk, nævner oftere end andre, at flere lokalproducerede økologiske varer og en større variation i sortimentet ville kunne få dem til at købe mere økologi. Desuden peger de oftere end gennemsnittet på en bedre tilgængelighed, samt et større udbud af økologisk 'mad på farten':

Figur 5:
Hvad skal der til, for at du vil købe flere økologiske fødevarer?
Angiv gerne op til 4 svar.



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019. Base: Køber økologiske fødevarer (971), Køber ofte økologi (376). NB: Mulighed for op til 4 svar.

Potentiale for mere økologi

Danskerne er verdensmestre i økologi, og både arealet og salget af økologiske fødevarer stiger. Det afspejler sig i andelen af danskere, der ofte og altid køber økologiske fødevarer. I år er denne andel steget til 43 pct. – en stigning på 6 procentpoint i forhold til samme måling sidste år. Her tyder noget på, at det især er kvinder, der har øget deres forbrug af økologi inden for det seneste år. I maj 2018 var det nemlig 39 pct. blandt kvinder, der svarede, at de ofte eller altid købte økologi, mens det nu er steget til 48 pct. Økologi købes over hele landet, dog ser vi – som tidligere år – at det især er populært i Region Hovedstaden, hvor halvdelen svarer, at de ofte eller altid køber økologi. Grøntsager, æg, mejeriprodukter og frisk frugt er fortsat de kategorier, der typisk nævnes som noget, man køber i en økologisk udgave.

Økologien er populær blandt danskerne, 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 udskæringer på kød eller flere varer forskellige lokale producenter. For at få unge til at købe økologisk mad og drikke tyder noget samtidig på, at mere oplysning om forskellene på økologisk og konventionel produktion potentielt ville kunne få dem til at købe mere økologi. Blandt unge er det nemlig knap hver fjerde, der savner mere viden om forskellene – hele 9 procentpoint flere end gennemsnittet.

Om analysen:

Analysen er baseret på data indsamlet af Norstat for Landbrug & Fødevarer blandt 1.029 repræsentativt udsnit af danskere i alderen 18-70 år. Undersøgelsen er gennemført i maj måned 2019. Analysen medtager desuden data fra to tidligere målinger, begge gennemført af Norstat for Landbrug & Fødevarer i hhv. maj 2018 og maj 2017.

Billedet på forsiden er fra pexels.com, fotograf: Jessica Lewis.



Landbrug & Fødevarer

Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000
F +45 3339 4141

E info@lf.dk
W www.lf.dk

Analyse & Statistik:

Nina Preus
Per Vesterbæk

3339 4674 npre@lf.dk
3339 4677 peve@lf.dk