

## Økologi i vækst gennem kriseåret 2009 – nyt boom på vej

**Til trods for finanskrisens indflydelse på forbrugernes vaner i 2009, så fortsatte økologiske fødevarer væksten gennem finanskrisen. Det økologiske salg steg med 5,7 procent og er dermed mere end fordoblet siden 2005.**

Salget af økologiske fødevarer i Danmark er steget markant gennem de senere år og er fordoblet siden 2005. Senest med en vækst på 5,7 procent gennem finanskrisen 2009, viser tal fra Danmarks Statistik.

- En vækst på 5,7 procent er imponerende i et marked, hvor stort set alle varegrupper har været under massivt pres. Økologiske landmænd og virksomheder har under hele krisen været offensive og nægtet at ligge under for pessimistiske spådomme. Tallene viser, at det har været den rigtige strategi, siger Henrik Hindborg, der er markedschef i Økologisk Landsforening.

- Trods forventninger om, at økologi ville gå tilbage under krisen, så viser det stigende salg, at når forbrugerne skal prioritere, så bliver rene og sunde fødevarer til familien vægtet højt. Særligt i krietider er det naturligt, at prioritere de nære værdier, siger Henrik Hindborg.

Der blev omsat for 4,9 milliarder kroner økologiske fødevarer i 2009. Salget af frugt og grønt steg markant, mens danskerne forbrug af økologisk kød er faldet. Samlet set udgør de økologiske varer syv procent i 2009 mod fire procent i 2006. For nogle varegrupper andelen væsentligt højere – mere end hver tredje liter mælk i danskernes indkøbskurv er eksempelvis økologisk – og danskerne er det folkefærd i verden, som køber mest økologisk mad.

### Nyt øko-boom på vej

Hos Økologisk Landsforening, som repræsenterer økologiske virksomheder, landmænd og forbrugere forventer man, at det økologiske salg vil stige med to cifrede rater i 2010 og igen være fordoblet senest i 2015.

- De tilbagemeldinger vi får fra kæderne viser, at væksten i årets første måneder har været højere end i 2009. Det giver os en forventning om 12-18 procents vækst i det økologiske salg i år og forventninger om vækstrater på minimum samme niveau i årene fremover, siger Henrik Hindborg.

### Hvem køber øko og hvorfor?

Den kundegruppe, der har den største andel økologi i deres fødevalg, er folk med en lang videregående uddannelse. Helt friske tal fra GFK ConsumerTrackings husstandspaneler viser, at danskere med en lang videregående uddannelse har en økoandel i deres forbrug på hele 21,3 procent.

- De højtuddannede har ud over de nære værdier også en ideologisk tilgang til deres forbrug og en tro på, at de kan påvirke verden, naturen, dyrevelfærden og miljøet gennem deres indkøb. Andre grupper køber også økologisk, men lægger i højere grad alene de nære værdier som egen og børns sundhed – at undgå risiko for pesticidrester i fødevarer og lignende i deres valg af økologi, siger Thomas Roland, afdelingschef i FDB Ansvarlighed.

### For yderligere oplysninger

Henrik Hindborg, markedschef, Økologisk Landsforening, 87 32 27 13

Joachim Plaetner Kjeldsen, pressechef, Økologisk Landsforening, 87 32 27 07 / 28 93 18 06, [ijkj@okologi.dk](mailto:ijkj@okologi.dk)