

Dagligvarehandlen: Øko-væksten fortsætter i 2017

Salget af økologiske varer fortsætter med at vokse i 2017, melder detailhandlen. Øko-salget steg med 14 procent i 2016, viser tal, som Danmarks Statistik har offentliggjort her til morgen. Hos Rema 1000 voksede salget af økologi hele 31 procent.

Danskernes efterspørgsel efter økologi bliver ved med at vokse. Den positive udvikling i øko-salget i 2016 fortsætter i 2017, lyder forventningerne fra dagligvarehandlen.

En af de dagligvarekæder, der for alvor mærker den øgede øko-efterspørgsel, er Rema 1000. Her steg salget af økologiske varer med hele 31 procent i 2016, fortæller indkøbs- og marketingdirektør, Anders René Jensen.

- Vi har haft stort fokus på økologi gennem en årrække. Jeg tror, at de flotte væksttal de seneste år skyldes, at vores kunder har opdaget, at vi har et stort og bredt udvalg af økologiske produkter i god kvalitet, som dækker de flestes behov – og at det er til priser, hvor alle har råd til at være med. Vi forventer en fortsat positiv udvikling i 2017 – bl.a. med nye produkter fra Gram Slot, som har udvidet med både mere jord og flere køer. Så her ligger der mulighed for flere nye øko-produkter i år.

Aldrig solgt mere økologi

Også hos Dansk Supermarked forventer man, at øko-salget fortsætter væksten i 2017. Ikke mindst hos kæden Netto.

– Vi har aldrig solgt mere økologi end i årets første måneder af 2017. Så de flotte takter fra 2016 fortsætter helt bestemt, hvilket er meget positivt. Vi mener, at økologi er vigtigt, og vi ved, at mange danskere gerne vil have mere økologi ind i deres hverdag. Vi har eksempelvis lanceret en helt ny økologisk serie, ØGO, som har fået en flot modtagelse, og som vi vil udvide gennem hele 2017 for at følge med efterspørgslen, siger Brian Seemann, ladedirektør i Netto.

Øko-salget har bidt sig fast i hele landet

Coop meddeler, at væksten i øko-salget her i 2017 er forankret i hele landet, hvilket giver håb om at nå den fordobling af økologiomsætningen i 2020, som koncernen sigter mod.

- Det økologiske salg har for alvor bidt sig fast i hele landet. Og den generation af forbrugere, som er på vej nu, er vokset op med det røde Ø-mærke. For dem er økologi helt naturligt. Så basen af forbrugere, som naturligt vælger økologiske varer vokser sig stærkere dag for dag, siger Thomas Roland,

En positiv, selvforstærkende spiral

Økologisk Landsforening glæder sig over, at dagligvarehandlen har så stort fokus på økologi.

- Dagligvarekæderne spiller en stor rolle i den meget positive udvikling, økologien oplever. Kæderne øger både synligheden og udvalget af de økologiske varer. Det gør det væsentligt mere interessant at være økologisk forbruger, og det belønner danskerne øjeblikkeligt ved at putte flere øko-varer i kurven. Det giver så endnu større grundlag for at få flere øko-produkter på hylderne. Det er således en meget positiv spiral, der er sat i gang – til stor gavn for vores natur og miljø, dyrene og vores egen sundhed, siger Per Kølster, formand for Økologisk Landsforening.

Salget af økologiske varer voksede fra syv til otte milliarder kroner i 2016, viser [nye tal fra Danmarks Statistik](#). Det svarer til en vækst på 14 procent.

Økologisk Landsforening estimerer, at den samlede økologiske omsætning via dagligvarehandlen, alternative salgskanaler, foodservice og eksport udgjorde cirka 14 mia. kr. i 2016.

For yderligere oplysninger:

Per Kølster, formand, Økologisk Landsforening, tlf. 22 22 07 37, pk@okologi.dk

Line Skouboe, pressemedarbejder, Økologisk Landsforening, tlf. 24 42 69 52, lsk@okologi.dk