

NYE TAL FRA DANMARKS STATISTIK:

Historisk stor vækst i øko-salget

Salget af økologi vokser med rekordfart. Danskerne købte økologiske fødevarer for 11,3 milliarder kroner i dagligvarehandlen i 2017, ifølge nye tal fra Danmarks Statistik. Det er en stigning på 31 procent i forhold sidste års opgørelse. Tallene inkluderer for første gang det boomende online-salg af økologi. Selv uden online-tallene er der tale om en rekordvækst i kroner og øre, vurderer Økologisk Landsforening.

I 2017 købte danskerne økologiske fødevarer til en værdi af 11,3 milliarder i dagligvarehandlen inklusiv online salg, viser [nye tal fra Danmarks Statistik](#). Det er en stigning på 2,6 milliarder – svarende til 31 procent – på et år, hvilket bringer den økologiske andel af det samlede fødevarer salg i dagligvarehandlen op på hele 13,3 procent.

- Opbakningen til økologi har aldrig været mere overbevisende. Danskerne skaber et grønnere Danmark ved at lægge stadig mere økologi i indkøbskurven – til gavn for vores natur, miljø og dyr. Udviklingen skyldes ikke mindst dagligvarehandlen, hvor det nu er alle kæder, der arbejder aktivt for at gøre udvalget af økologiske varer større og mere interessant for danskerne. Det vil skubbe øko-salget yderligere i vejret i de kommende år, siger Henrik Hindborg, markedschef for Økologisk Landsforening.

De øko-varegrupper, der har oplevet den største vækst i salget i 2017, er frugt og grønt og kød med en samlet vækst på 1,7 mia. kr. På enkelte varetyper er kyllingekød med 60 procent, babymad med 74 procent samt fisk og skaldyr med 110 procent vækst blandt højdespringerne.

Online-salget af økologi boomer

De nye tal fra Danmarks Statistik inkluderer for første gang data for salget af økologiske varer fra de største online-butikker. Det fremgår ikke præcist af statistikken, hvor stor en del af det samlede beløb, der stammer fra online-salg, men Økologisk Landsforening anslår det til at være cirka 1,4 milliarder kroner.

- Vi ved, at online-salget vokser meget markant, og at økologi fylder endnu mere i de digitale indkøbskurve end de fysiske. Det er især børnefamilier fra de større byer, der køber fødevarer på nettet – og de køber markant mere økologi end gennemsnittet, siger Henrik Hindborg.

Detailhandlen: Væksten vil fortsætte

Økologisk Landsforenings forventning om, at udviklingen i øko-salget fortsætter med at vokse, vækker genklang hos dagligvarehandlen.

- Vi oplever også i år en særdeles markant vækst i salget af økologi på tværs af føtex, Netto og Bilka og på tværs af varegrupper. Økologiske varer er efterhånden blevet en fast bestanddel af den almindelige indkøbskurv, og forbrugernes efterspørgsel på økologi bliver ved med at tage til. Derfor kommer vi også til at udvide udvalget af øko-varer mærkbart i de kommende år, siger Kasper Reggelsen, kommunikationskonsulent hos Dansk Supermarked.

- Vi ser fortsat to-cifret vækst i økologisalget i Coops kæder her i 2018. Hvor vi tidligere kunne sælge én økologisk variant inden for mange vareområder, er der nu plads til flere kvalitetsniveauer af økologiske varer. Økologi er blevet for alle. Det er den nye basisstandard for mange forbrugere, når de vælger almindelige hverdagsvarer til husholdningen, siger CSR-chef hos Coop, Thomas Roland.

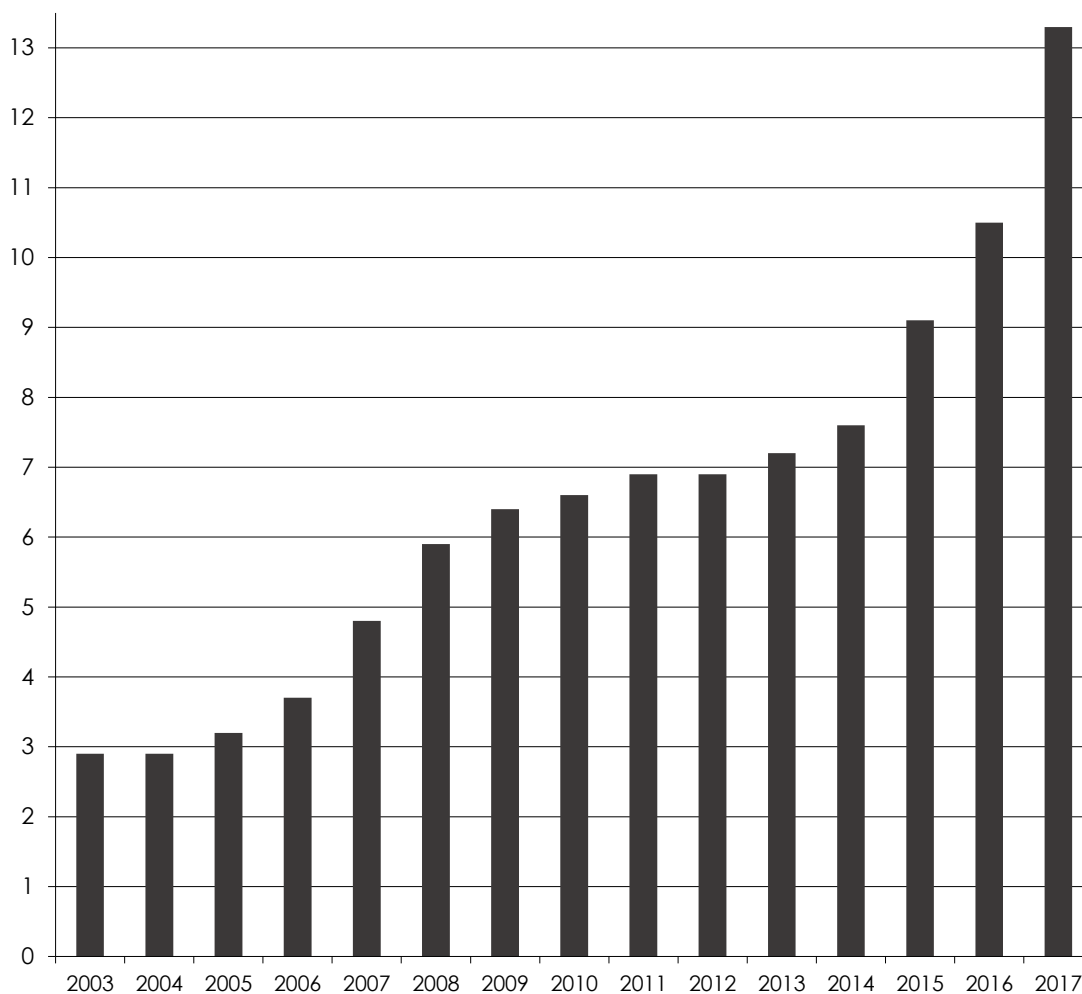
Fakta:

- Mere end halvdelen af danskerne - 51,4 procent – køber nu økologiske varer hver eneste uge.

- Økologisk Landsforening estimerer, at den samlede økologiske omsætning via dagligvarehandlen, online-salg, alternative salgskanaler og professionelle køkkener udgjorde cirka 14,4 mia. kr. i 2017.
- 13,3 procent af det samlede fødevarer salg i Danmark er økologisk – det er en verdensrekord.

Udviklingen i den økologiske markedsandel 2003 – 2017:

%



Kilde: Danmarks Statistik.

For yderligere oplysninger:

Henrik Hindborg, markedschef, Økologisk Landsforening, tlf. 51 55 84 82, hh@okologi.dk

Joachim Kjeldsen, pressemedarbejder, Økologisk Landsforening, tlf. 30 54 39 30, jkj@okologi.dk