

VELKOMMEN TIL

WEBINAR ØKOLOGISK MARKEDSUPDATE JANUAR 2026

v/

BIRGITTE JØRGENSEN, MARKEDSCHEF DETAIL



FØDEVARE- MARKEDET GENERELT

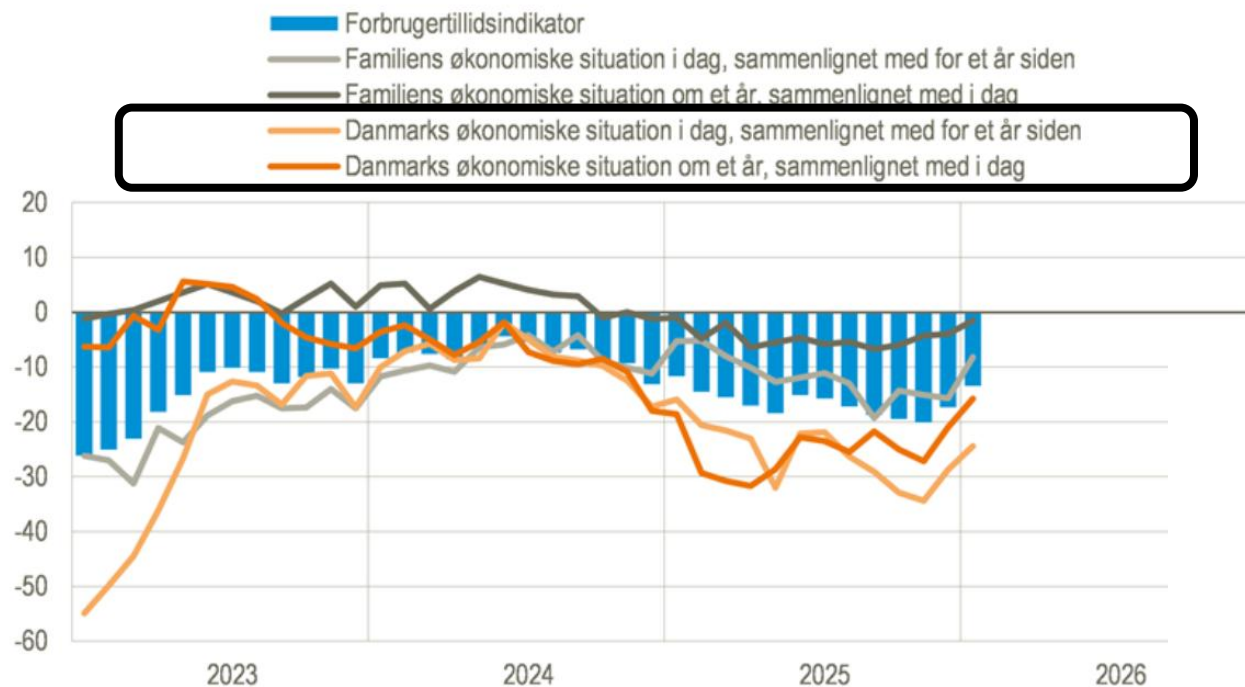


2025 BØD PÅ STORE FORANDRINGER I DAGLIGVAREMARKEDET – HVAD KOMMER VI TIL AT SE I 2026?



FORTSAT LAV FORBRUGERTILLID (PERCEPTION)

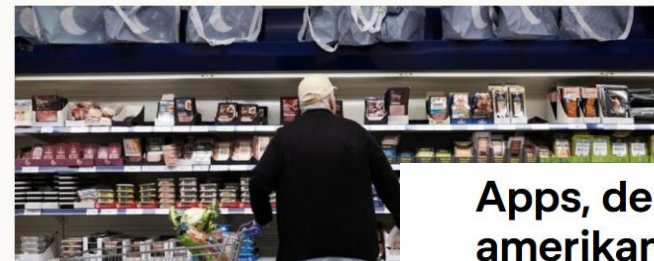
Forbrugertillidsindikatoren og udvalgte delindikatorer



Anm.: Femte delindikator om anskaffelse af større forbrugsgoder er ikke med i figuren af hensyn til overskueligheden.

Kilde: www.statistikbanken.dk/forv1

Regeringen samler prispatrulje: Fortsat høje fødevarerpriser giver forbrugere dybe panderynker



Apps, der kan frasortere amerikanske varer, stryger til tops

Et stille oprør mod den amerikanske supermagt lurker i supermarkederne.

Penge

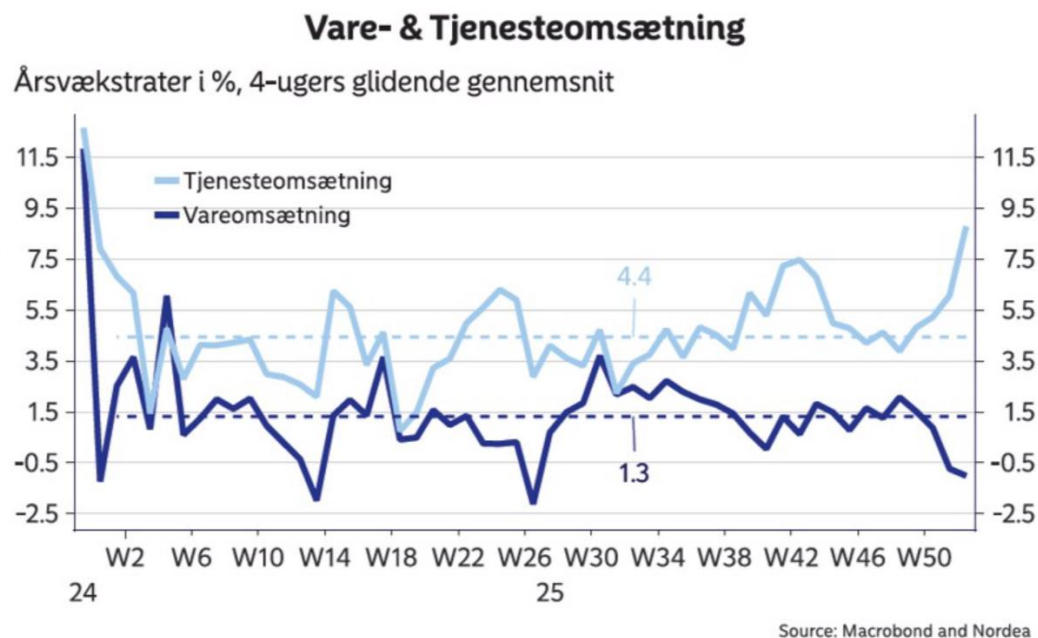
Prisen på fødevarer falder og falder: Sådan har 67 priser udviklet sig siden juli

Fødevarerpriserne falder for fjerde måned i træk, men er stadig en del højere end for et år siden.

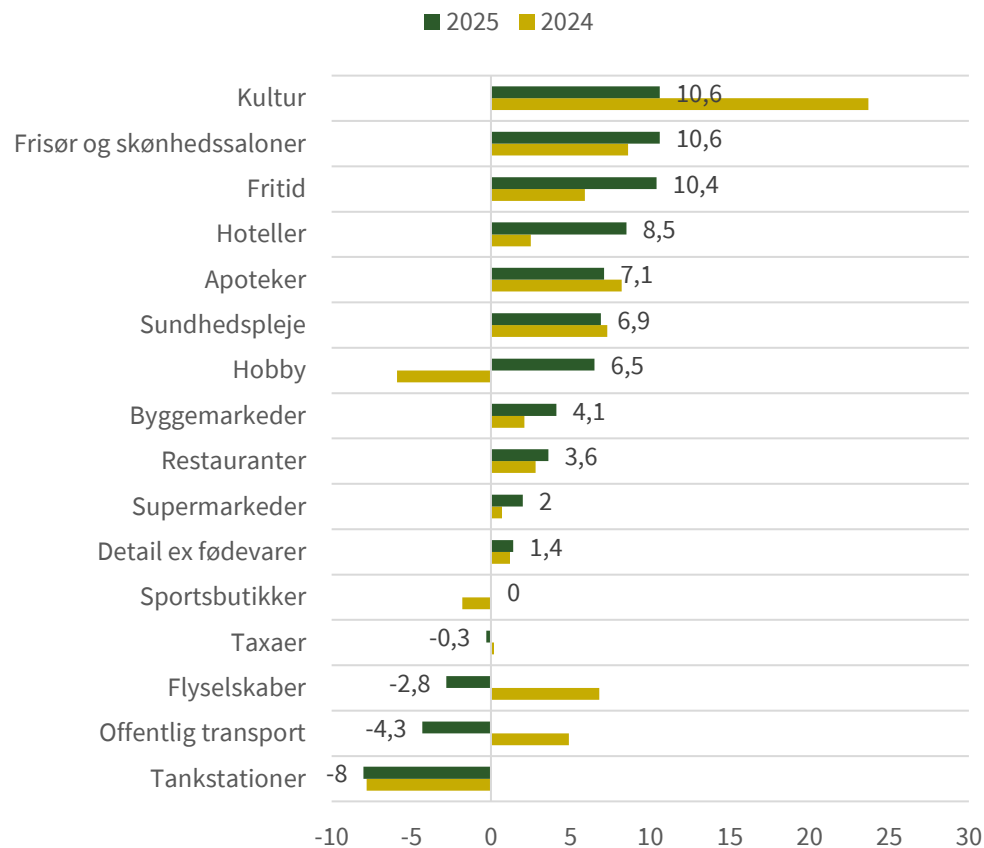


SELVOM FORBRUGERNE KLAGER OVER STIGENDE FØDEVAREPRISER, STIGER FORBRUGET MERE PÅ ANDRE KATEGORIER, ISÆR TJENESTEYDELSE SOM KULTUR, SKØNHEDSSALONER MV.

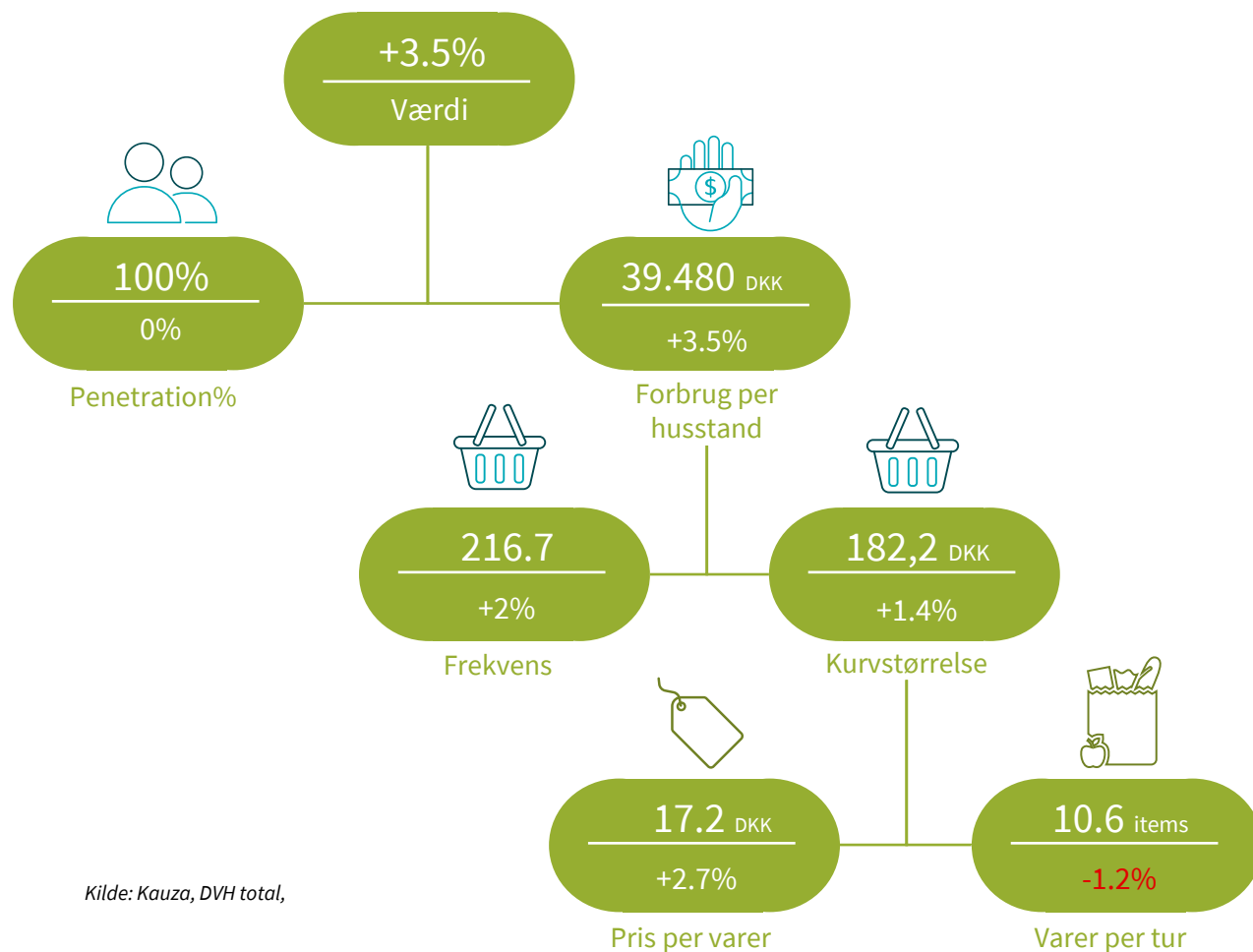
- Væksten findes i højere grad i tjenesteydelser end for varer.



Årsvækstrate %, Gennemsnit for hhv. 2024 og 2025



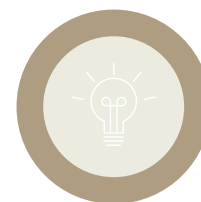
FY 2025, FMCG, DK total



Kilde: Kauza, DVH total,



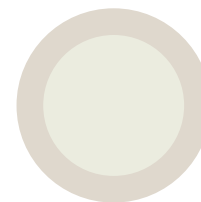
Kurstørrelse stiger drevet af prisstigninger



Højere frekvens i 2025 men færre varer i kurven per tur – kan udfordre kæderne i at drive værdifulde kurve



Højere handlefrekvens øger muligheden for at blive valgt til – men også chancen for højere brand-switch adfærd! HUSK dette når vi kommer til tallene for økologien



65% af kategorierne taber volumen

94% af kategorierne der tager volumen har øget priserne

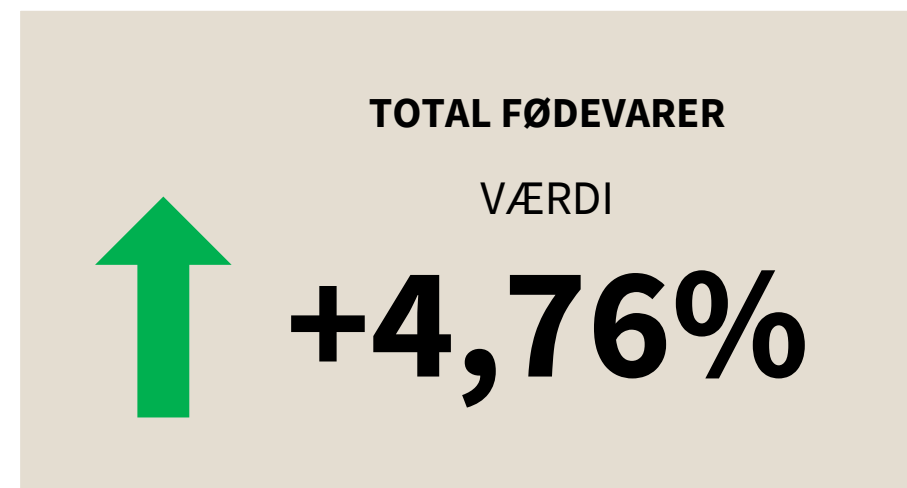
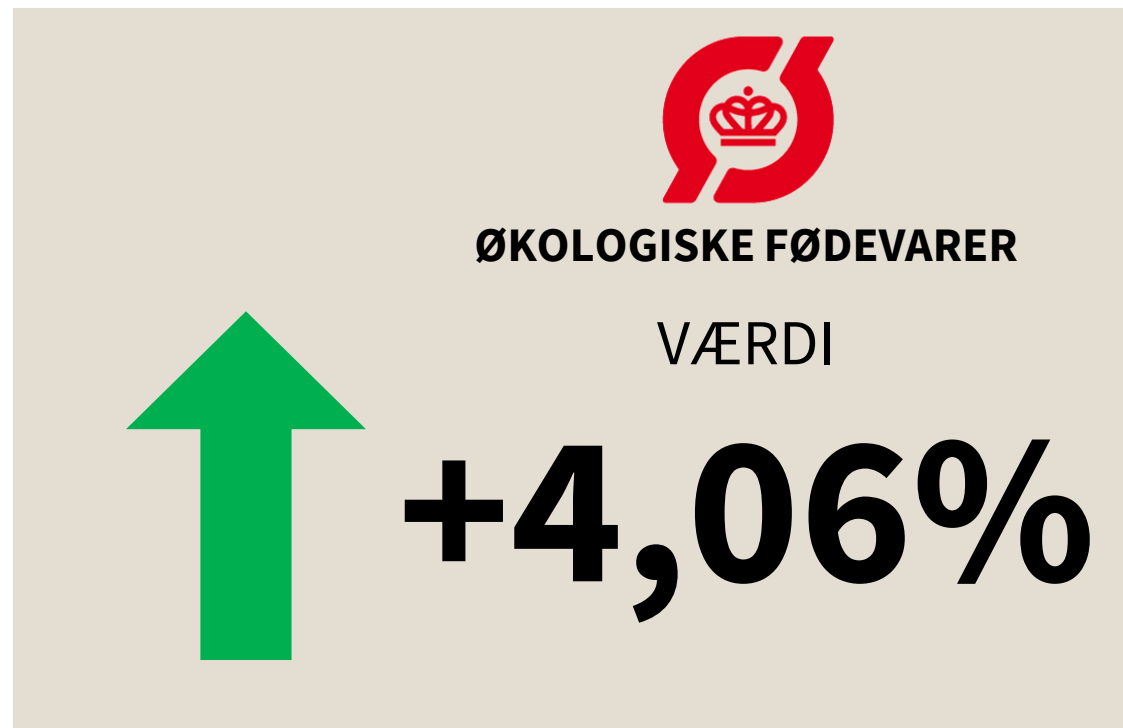
ØKOLOGI

FOKUS PÅ FULL YEAR (FY) 2025



VÆKSTEN I VÆRDI PÅ FY2025 LYDER PÅ 4,06%

ØKOLOGIEN TABER IGEN MARKEDSANDELE PÅ FØDEVARER

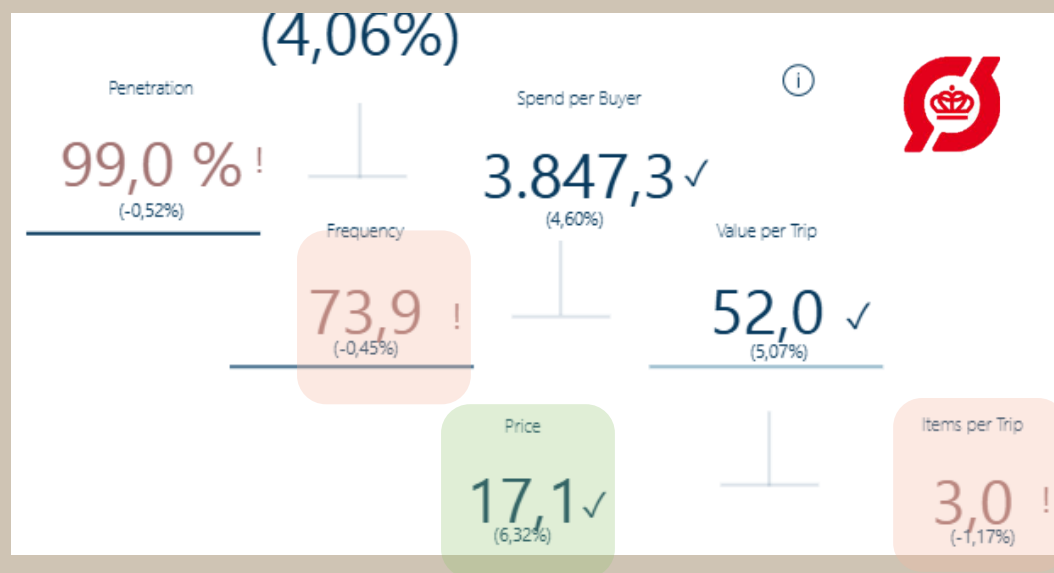


Kilde: Kauza, DVH total,

FREKVENSEN FALDER FOR DE ØKOLOGISKE INDKØB OG SAMTIDIG FYLDES DER FÆRRE ØKOLOGISKE VARER I KURVEN PER TUR

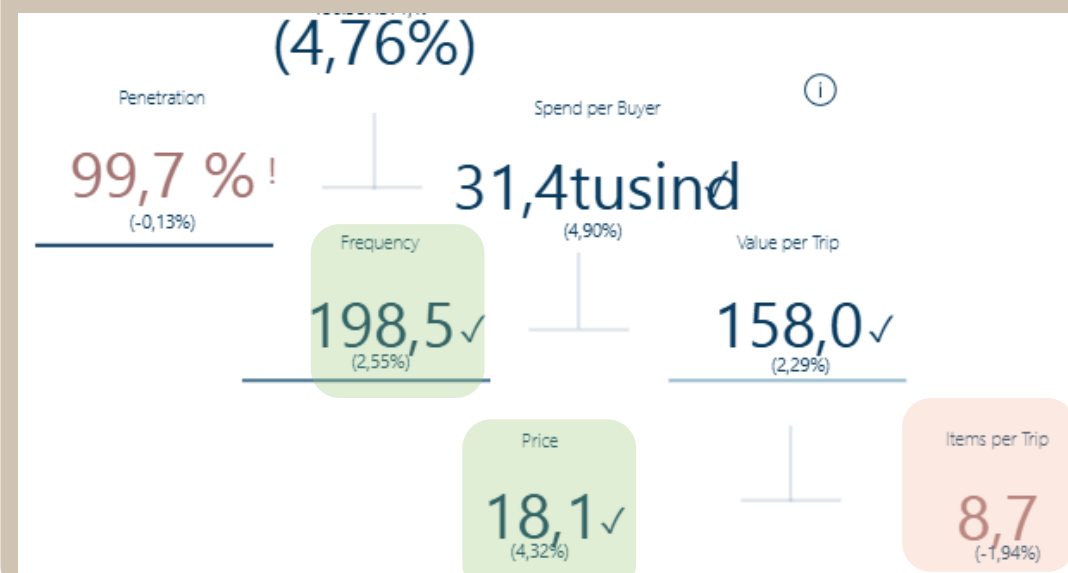
Økologiske fødevarer, Værdi

FY 2025 vs. LY, DVH total



Fødevarer total, Værdi

FY 2025 vs. LY, DVH total



- Frekvensen falder indenfor økologiske fødevarer.
- Antal varer i kurven per tur falder indenfor økologiske varer, og på fødevarer generelt.
- Der er fortsat større prisstigninger indenfor økologi end på fødevarer total set.

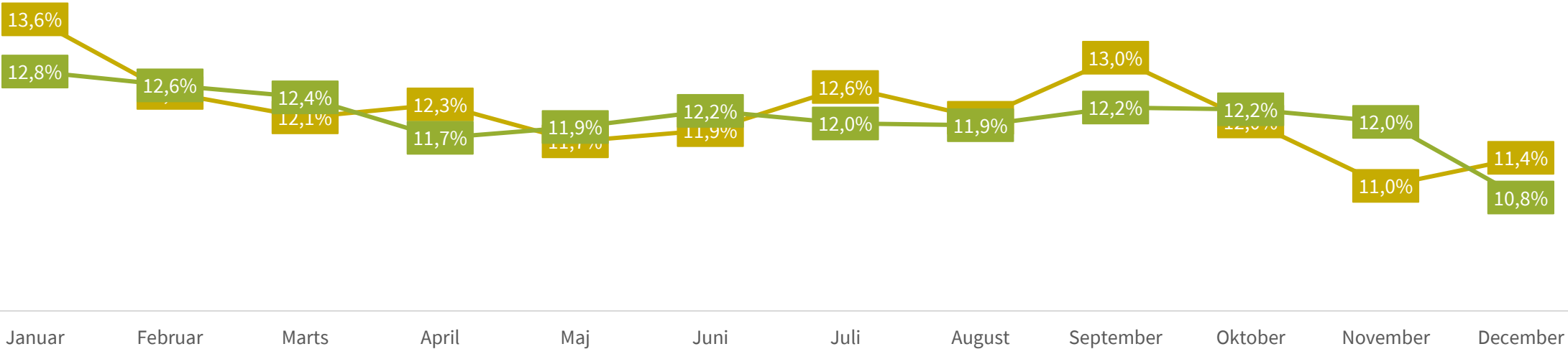
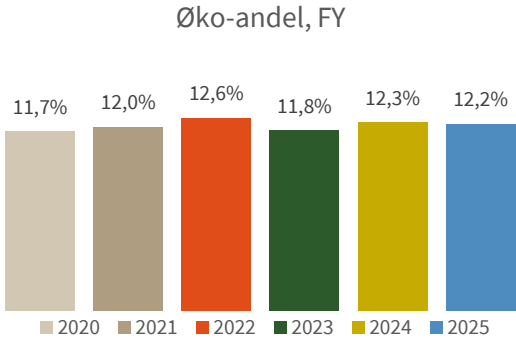
Kilde: Kauza, DVH total, full-year 2025 vs. LY

NIVEAUET FOR 2025 ER NÆSTEN DET SAMME SOM SIDSTE ÅR



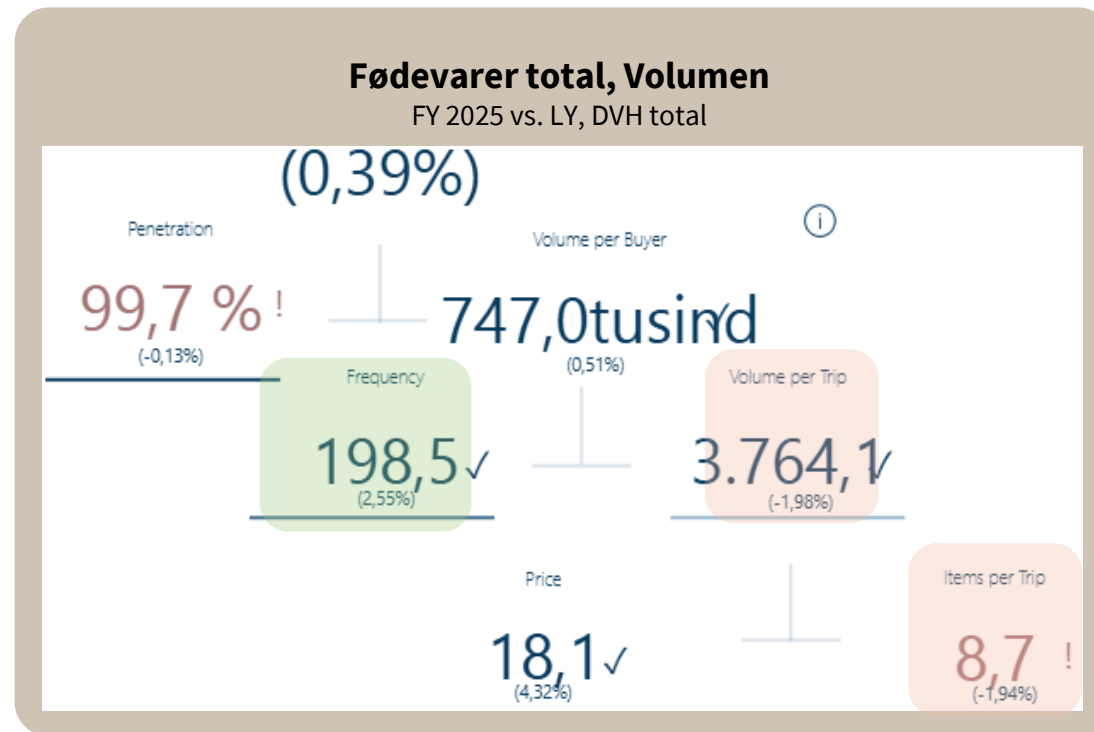
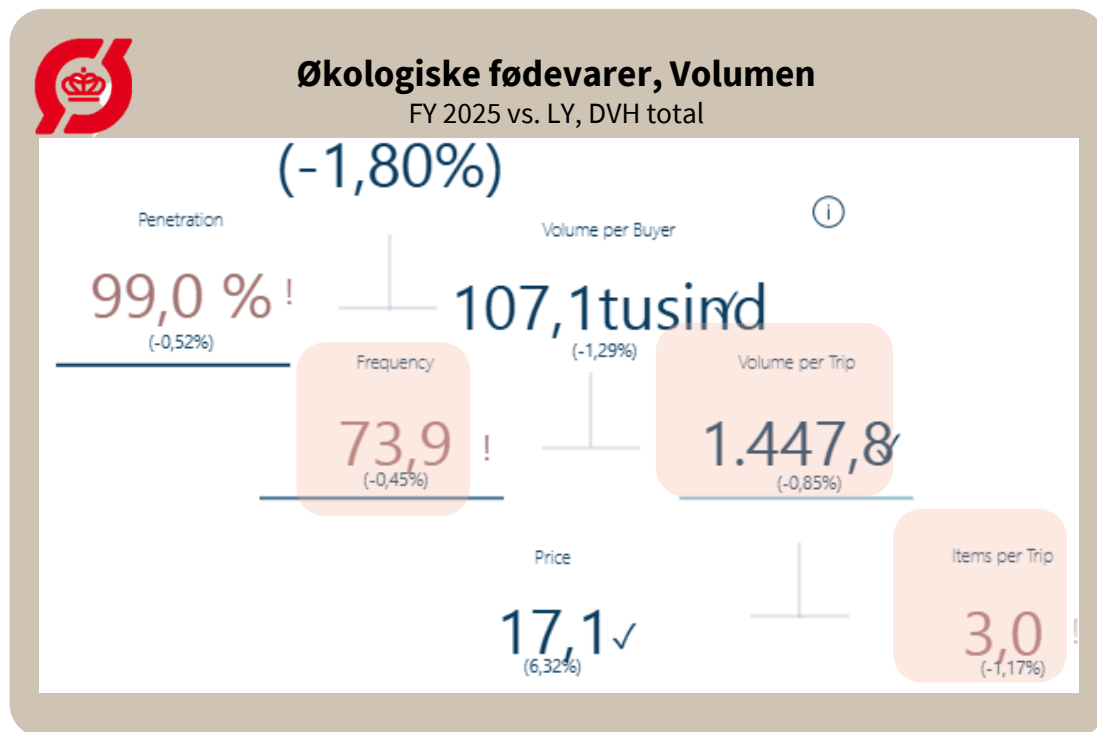
Økologi-andel (værdi) DVH total

— 2024 — 2025



ØKOLOGI TABER VOLUMEN

- MEN DET GØR FØDEVARER GENERELT IKKE



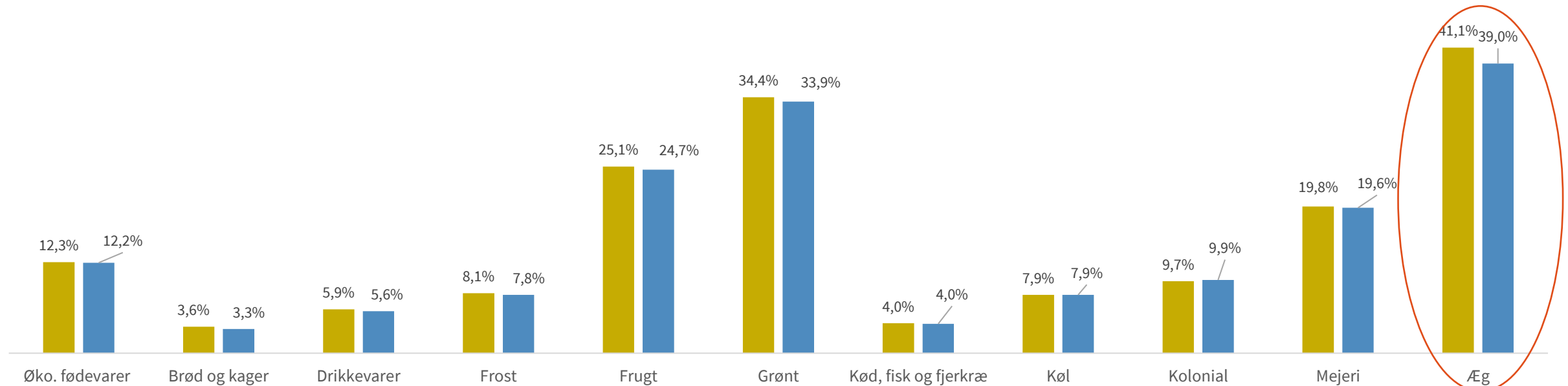
Kilde: Kauza, DVH total, full-year 2025 vs. LY

ØKOANDELENE ER STABILE PÅ TVÆRS AF KATEGORIER - VÆRDI

Kategoriandel for økologisk fødevarer (værdi-andel)

DVH total

■ 2024 ■ 2025



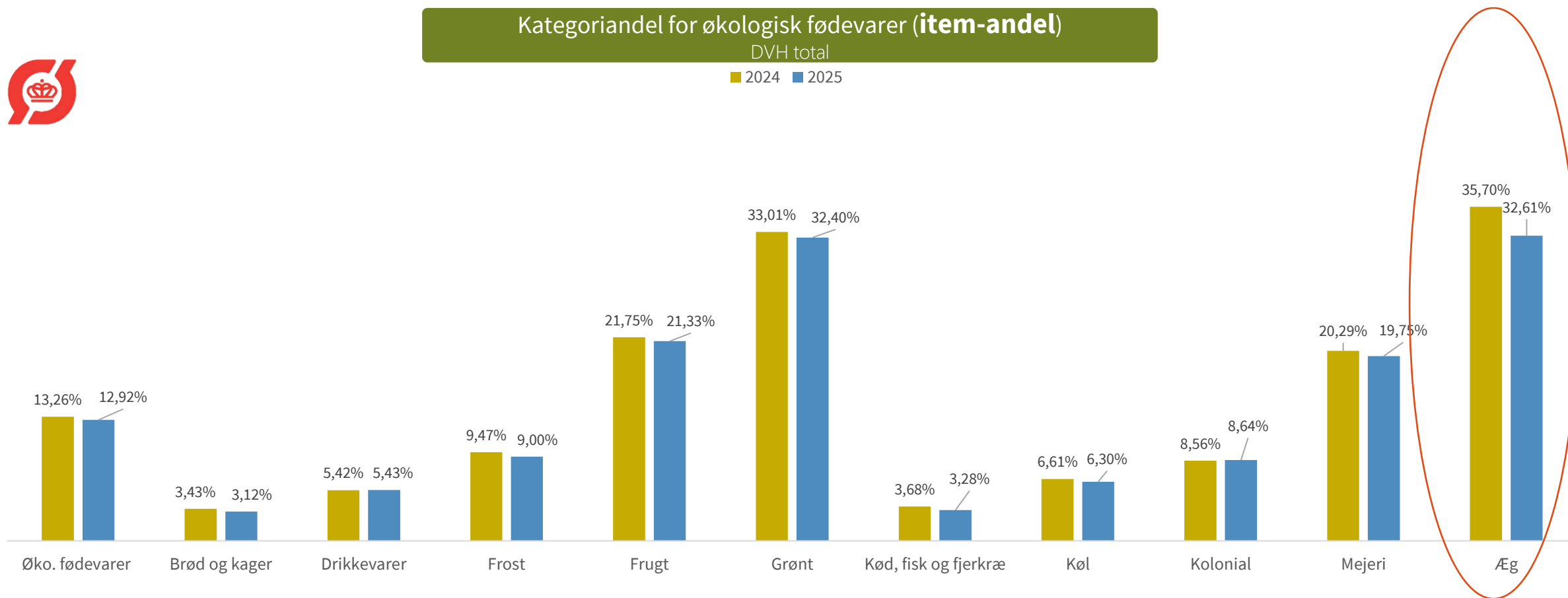
PÅ VOLUME (ANTAL VARER) TABER FLERE KATEGORIER ØKOLOGISK ANDEL



Kategoriandel for økologisk fødevarer (item-andel)

DVH total

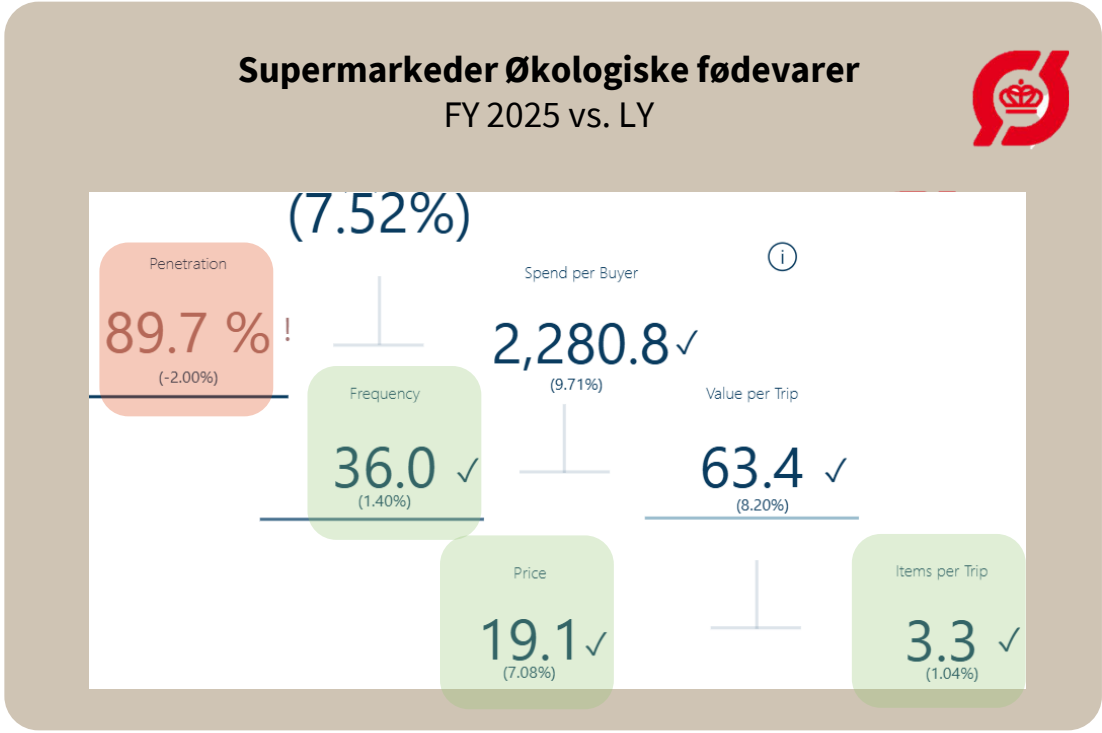
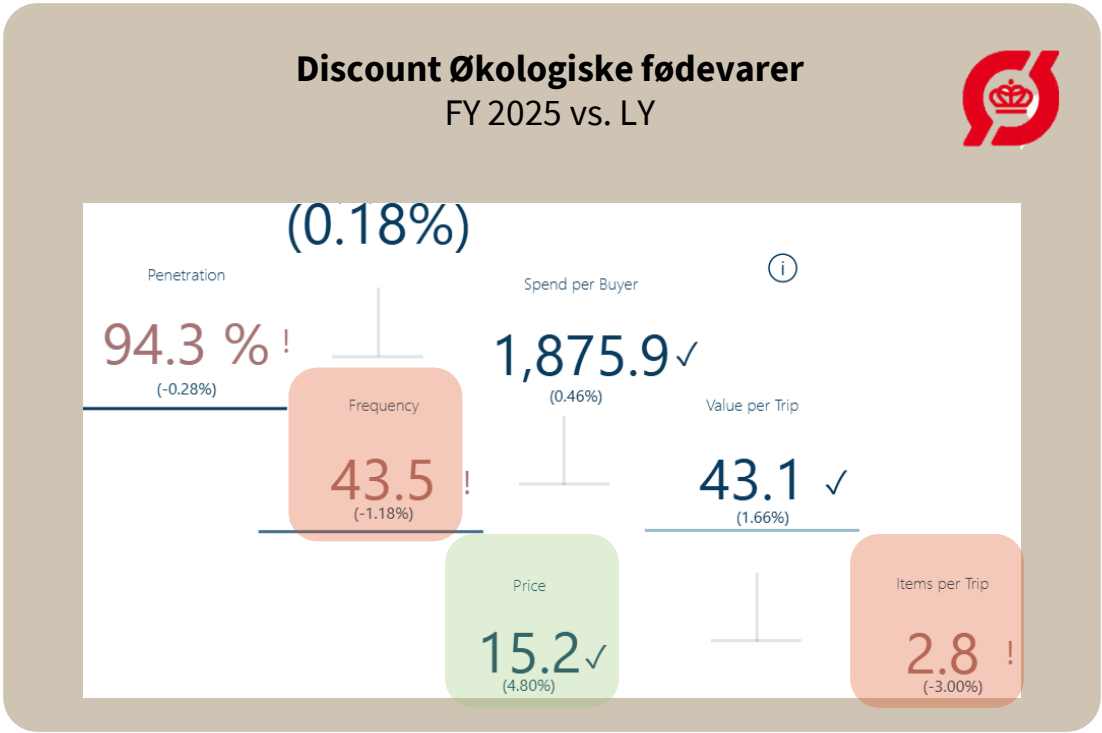
■ 2024 ■ 2025



ØKOLOGI I KÆDERNE

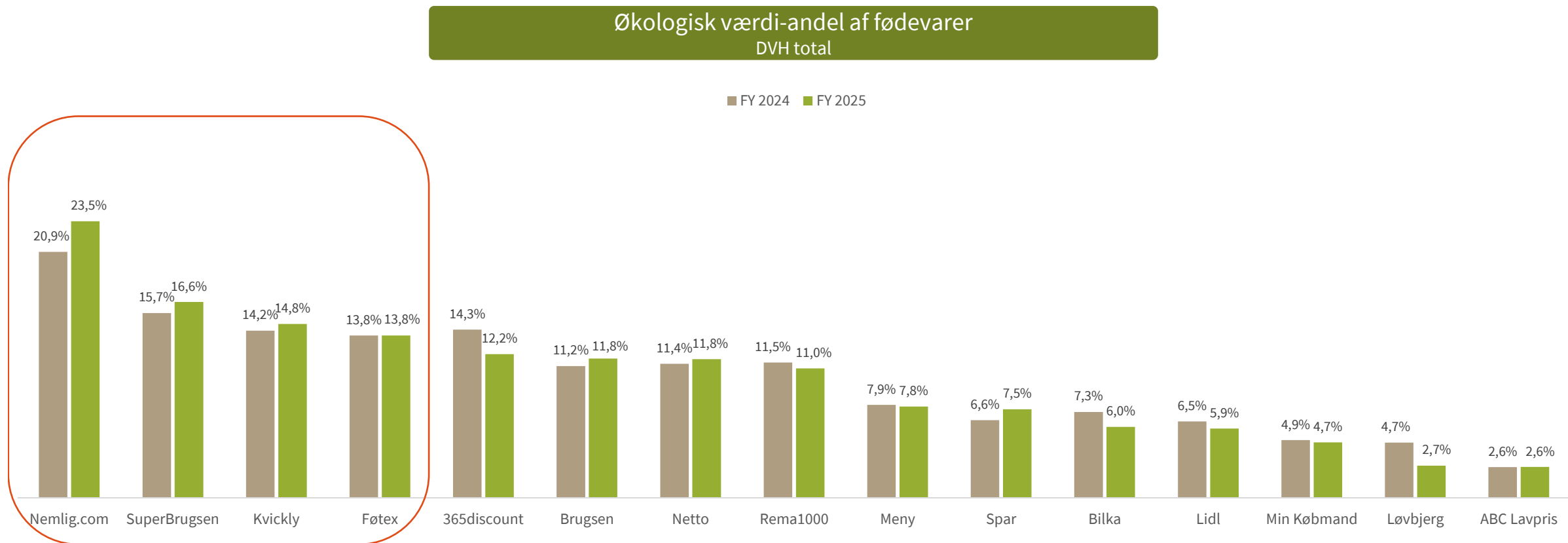


ØKOLOGI VÆKSTEDE I 2025 I SUPERMARKEDERNE



Kilde: Kauza, DVH total, full-year 2025 vs. LY

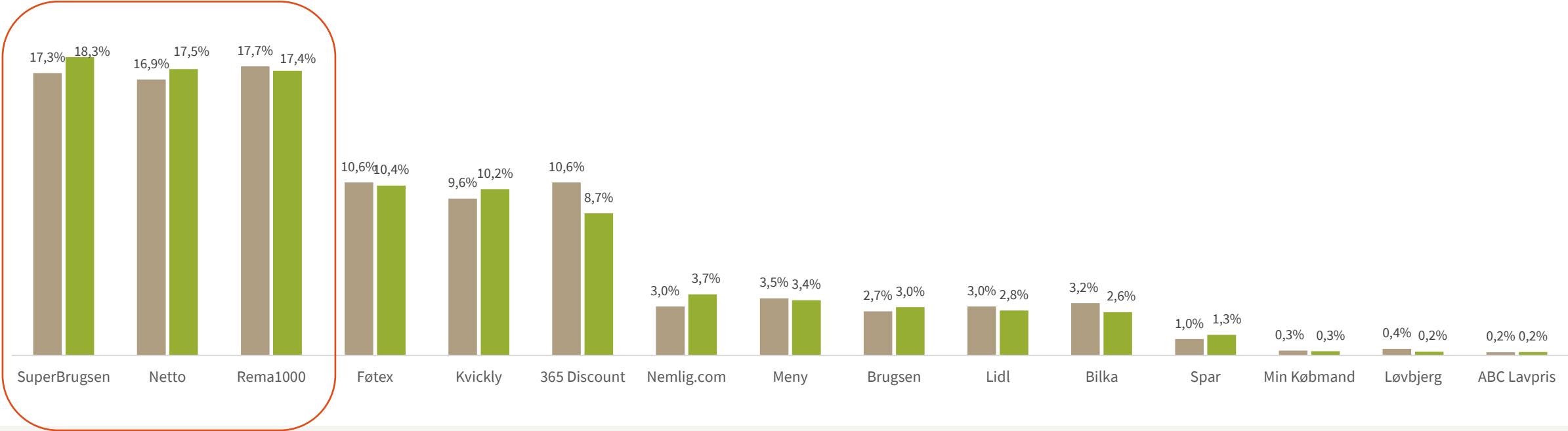
SUPERMARKEDERNE HAR STØRST ØKOANDEL AF DERES FØDEVARESALG



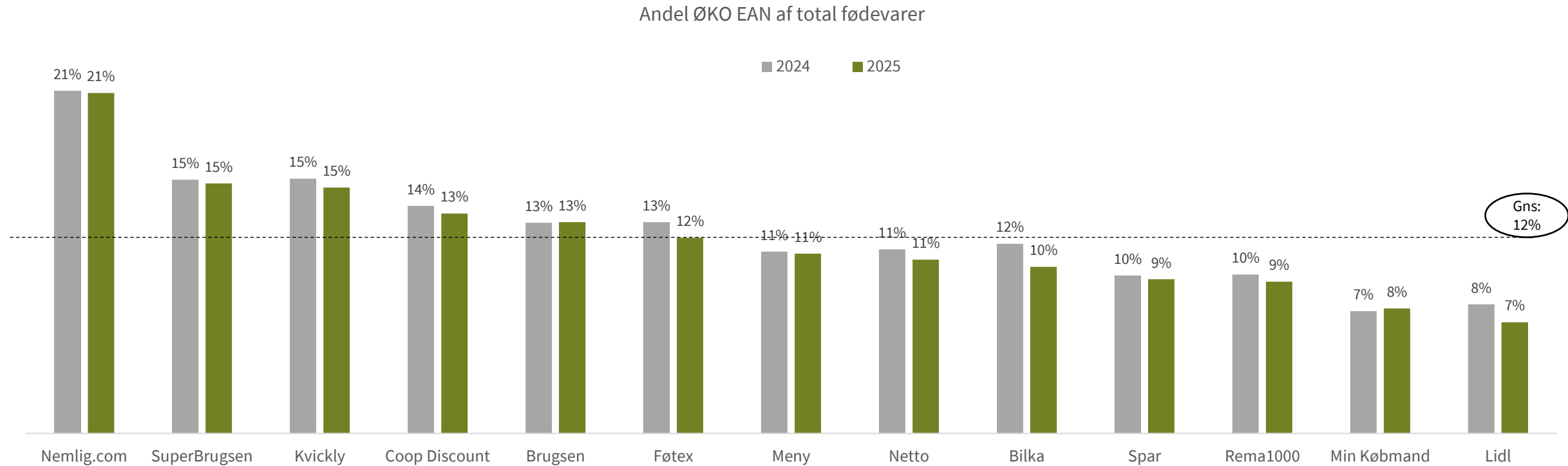
KAMPEN ER STADIG TÆT

Økologisk markedsandel værdi DVH total

FY 2024 FY 2025



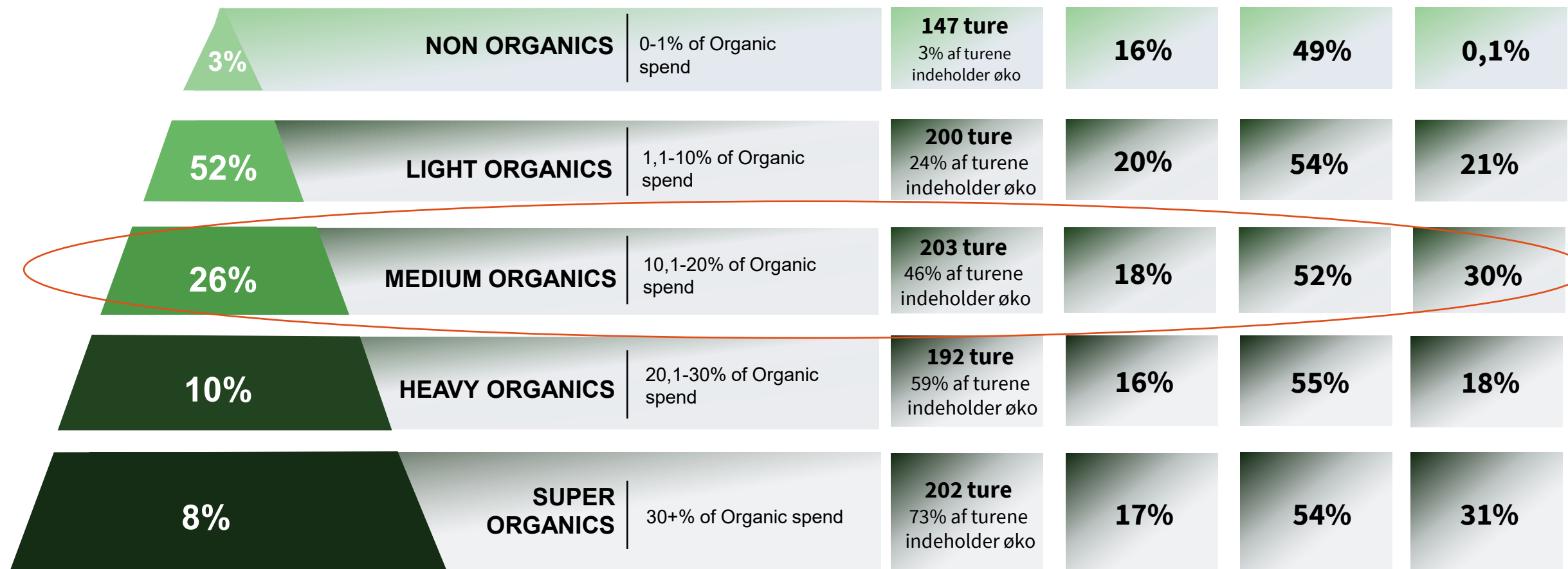
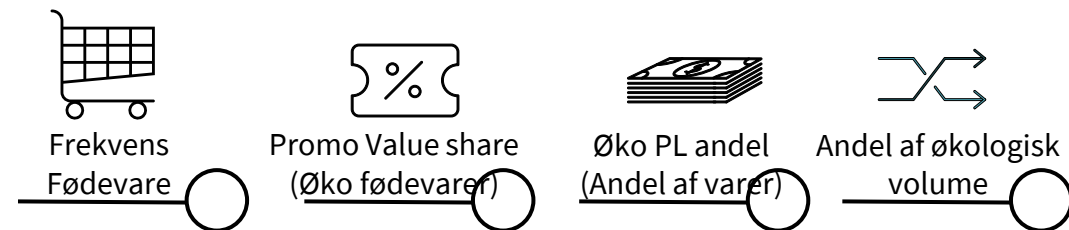
ALLE KÆDER SÆNKER ANDELEN AF SOLGTE ØKOLOGISKE VARER



DE ØKOLOGISKE FORBRUGERE



DE ØKOLOGISKE FORBRUGERE I 2025

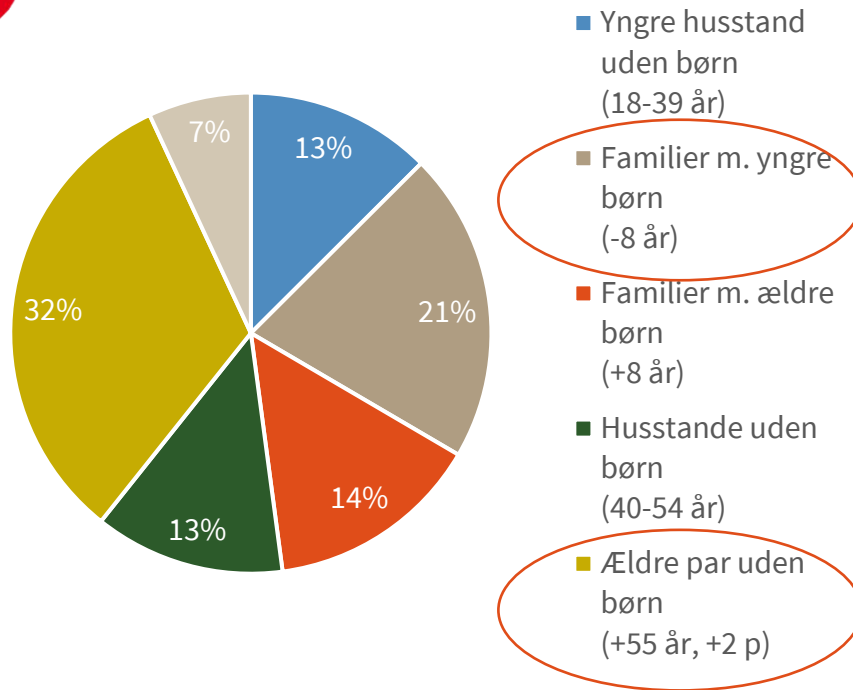


ÆLDRE PAR UDEN BØRN STÅR FOR EN STØRRE ANDEL AF DEN ØKOLOGISKE VÆRDI RELATIVT TIL FØDEVARER TOTAL

Det samme gør sig gældende for familier med yngre børn

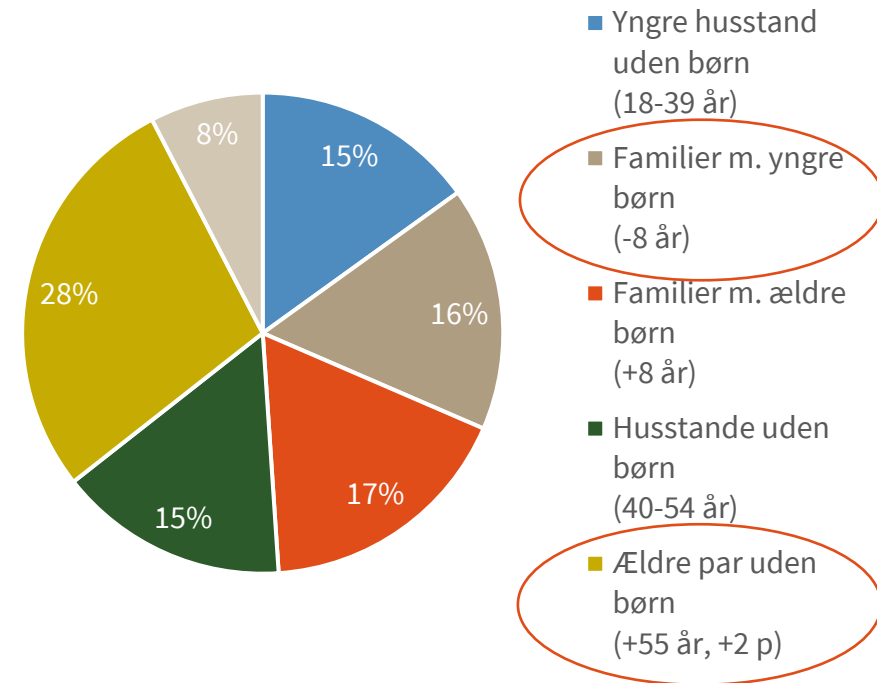
Økologiske fødevarer, Værdi%

2025, DVH total



Fødevarer total, Værdi%

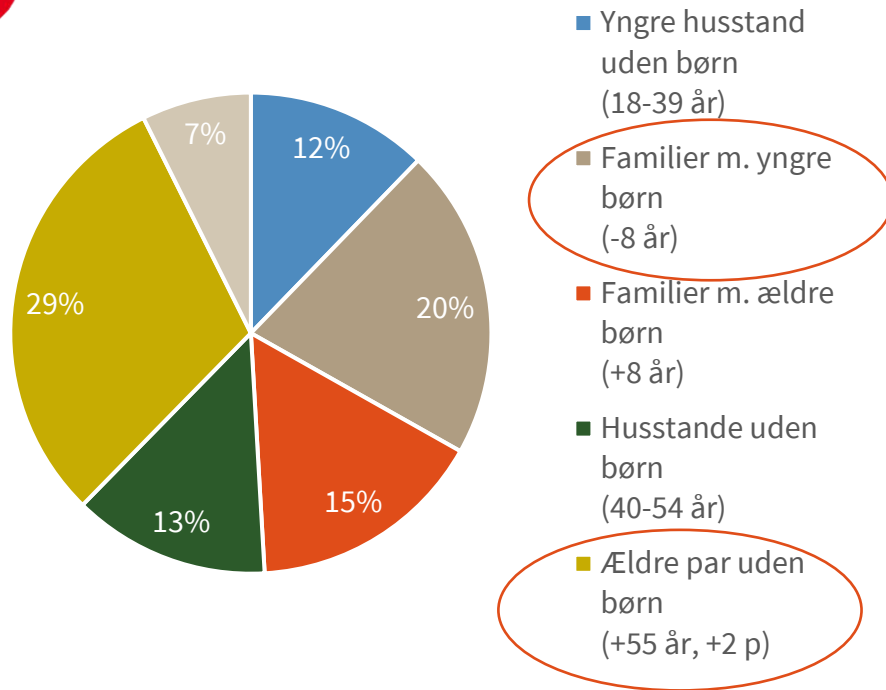
2025, DVH total



ÆLDRE PAR UDEN BØRN OG FAMILIAR M UNGRE BØRN STÅR FOR EN STØRRE ANDEL AF DEN ØKOLOGISKE VOLUME RELATIVT TIL FØDEVARER TOTALEN

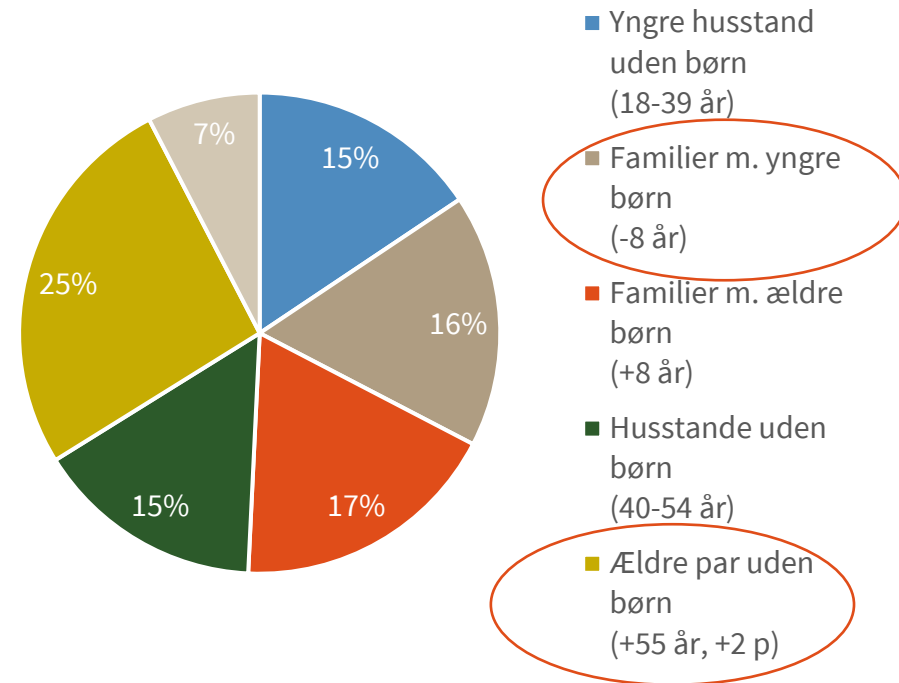
Økologiske fødevarer, Volume%

2025, DVH total



Fødevarer total, Volume%

2025, DVH total

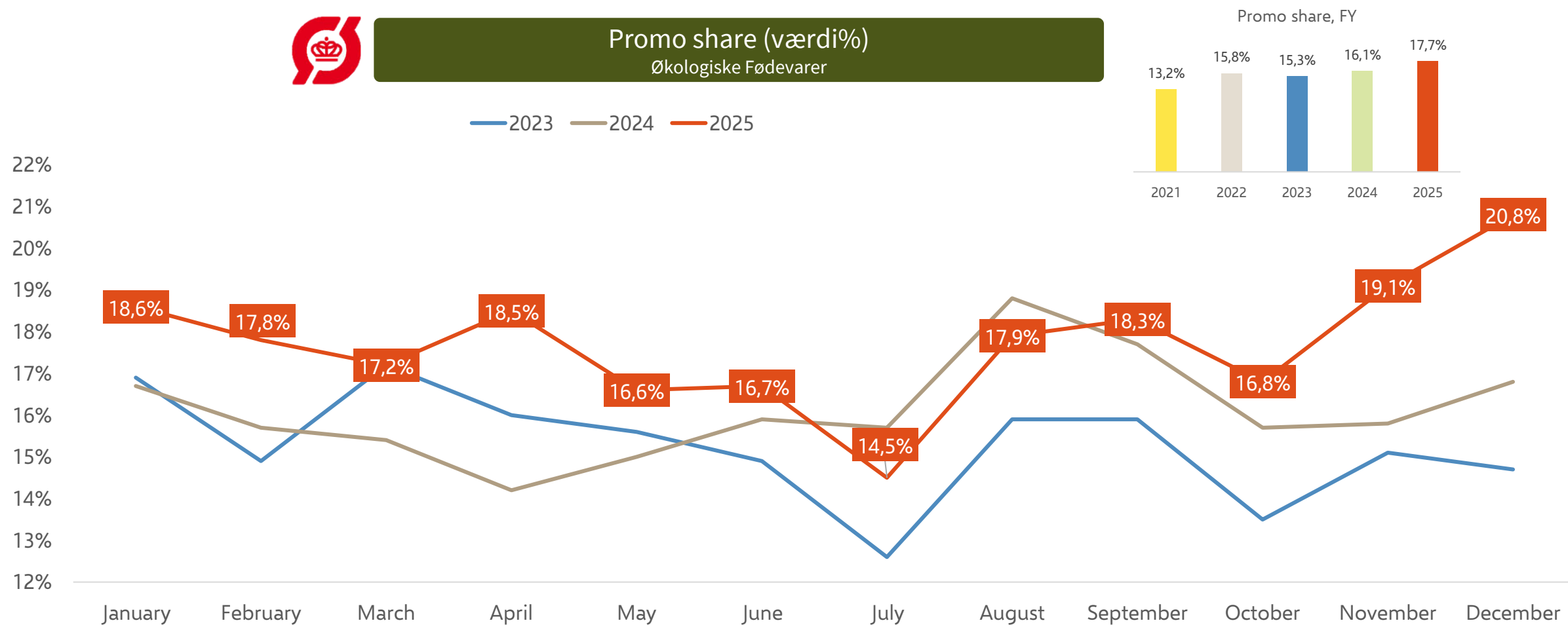


AKTIVERING AF DE ØKOLOGISKE FØDEVARER (KAMPAGNER)

NYE KAMPAGNER ER I GANG HOS KÆDERNE



PROMO-ANDELEN FOR ØKOLOGISKE FØDEVARER HAR GENERELT VÆRET HØJERE I 2025

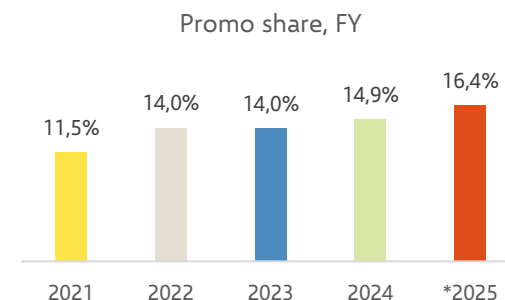
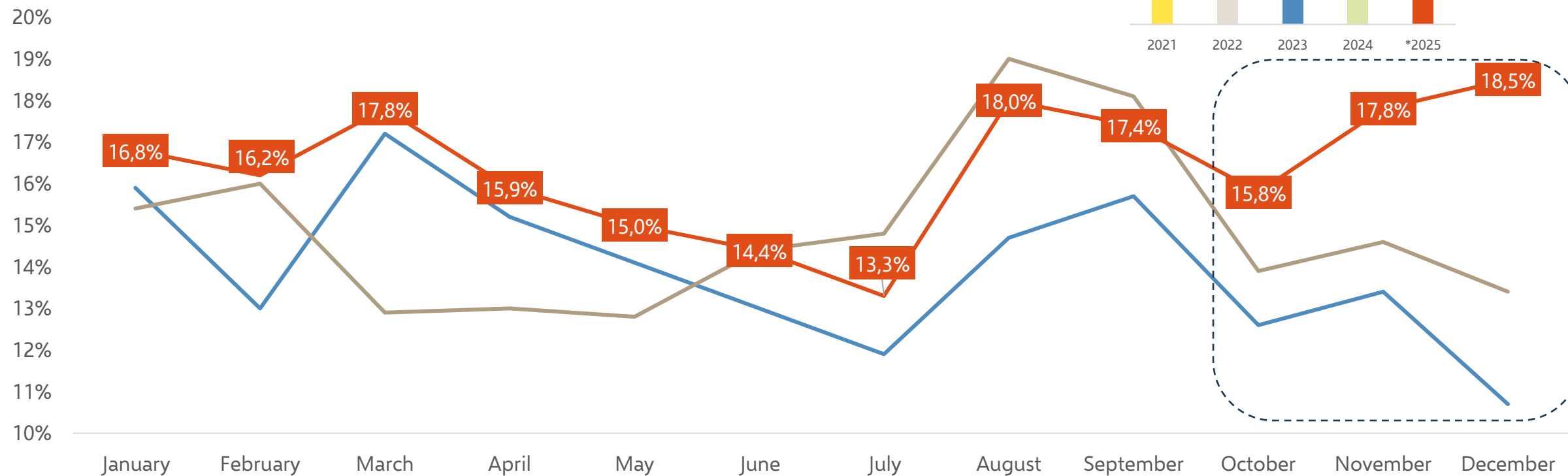


PROMO-ANDELEN FOR PL I 2025 – HVAD SKER DER I Q4?



Promo share (værdi%)
Økologiske Fødevarer PRIVATE LABEL

— 2023 — 2024 — 2025

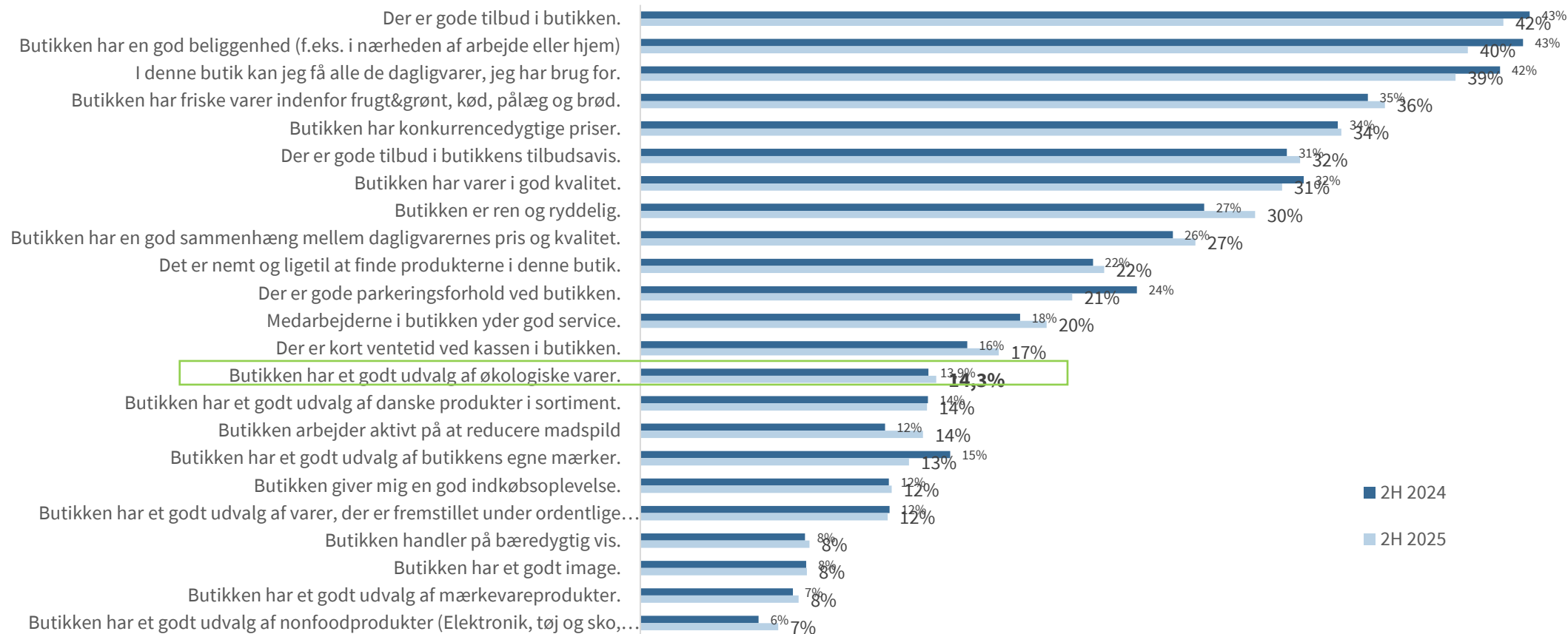


ØKOLOGISKE EAN- NUMRE

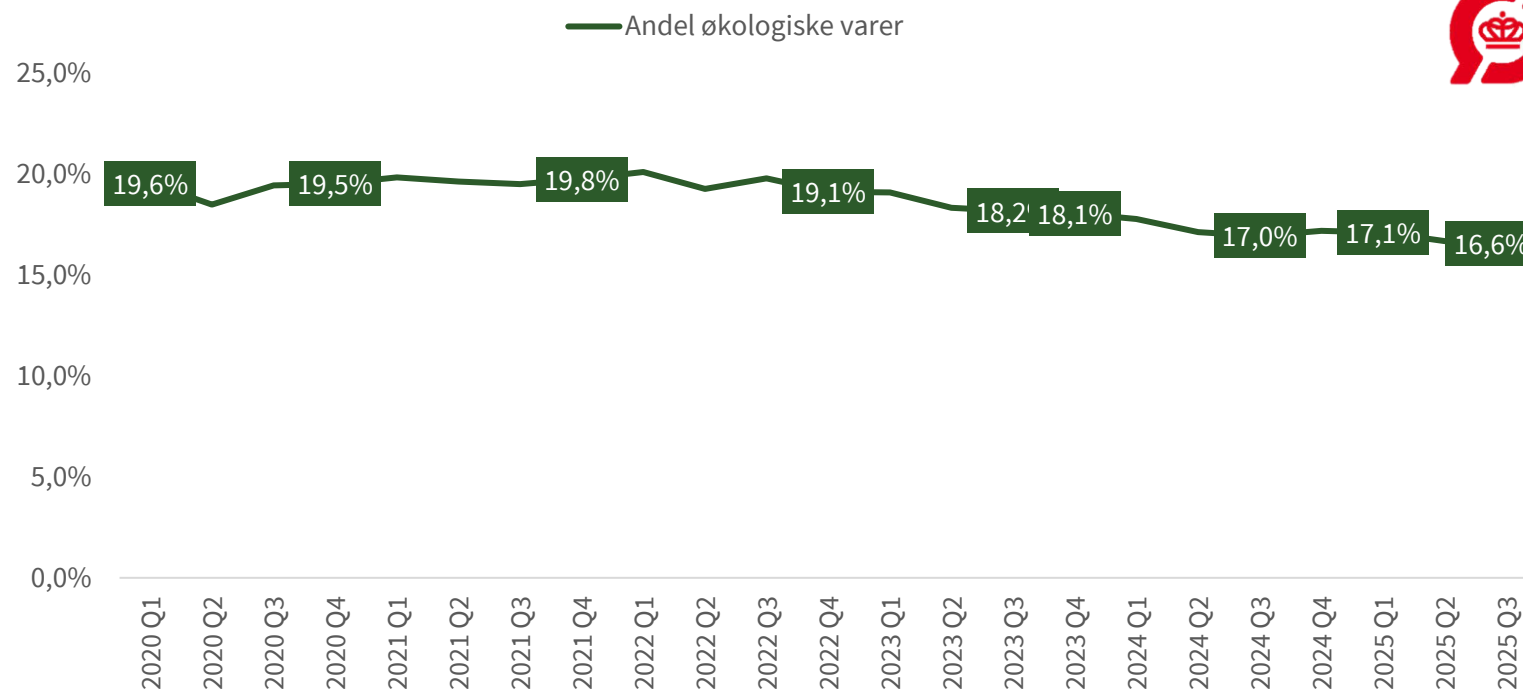
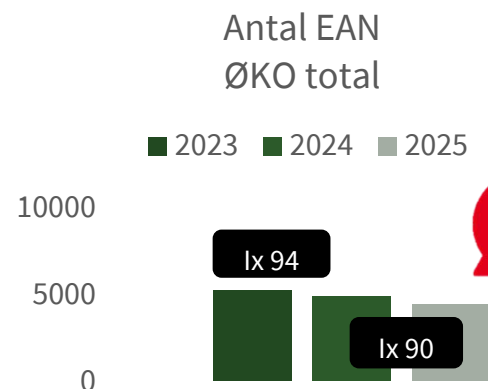
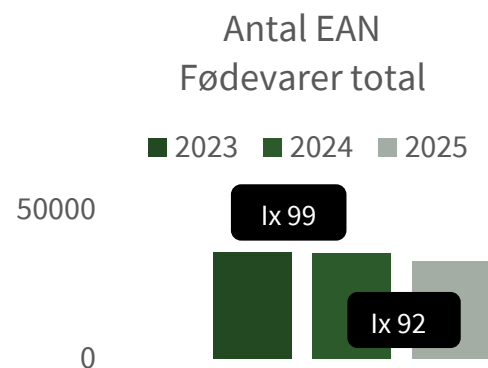


UDVALG AF ØKOLOGISKE VARER ER I HØJERE GRAD VIGTIGT SAMMENLIGNET MED SIDSTE ÅR

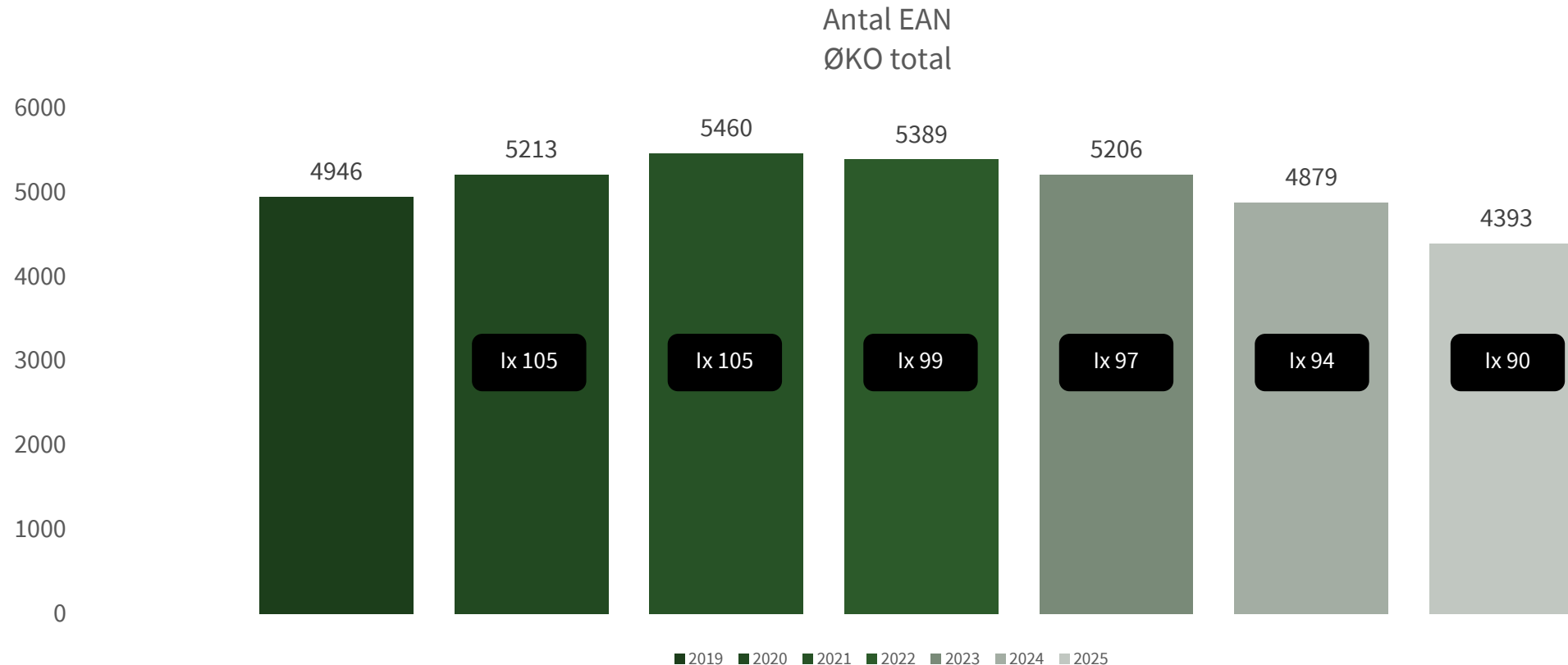
Hvilke faktorer er vigtigt for dit valg af butik?



ANTALLET AF UNIKKE EAN FALDT I 2025 GENERELT FOR FØDEVARER - MEN ØKOLOGISKE EAN FALDT MERE



ANTAL UNIKKE ØKO EAN FOR FØDEVARER HAR VÆRET FALDENDE DE SENESTE 5 ÅR, OG LIGGER PÅ LAVESTE NIVEAU HIDTIL IFT DE MÅLINGER VI HAR



FRUGT OG GRØNT

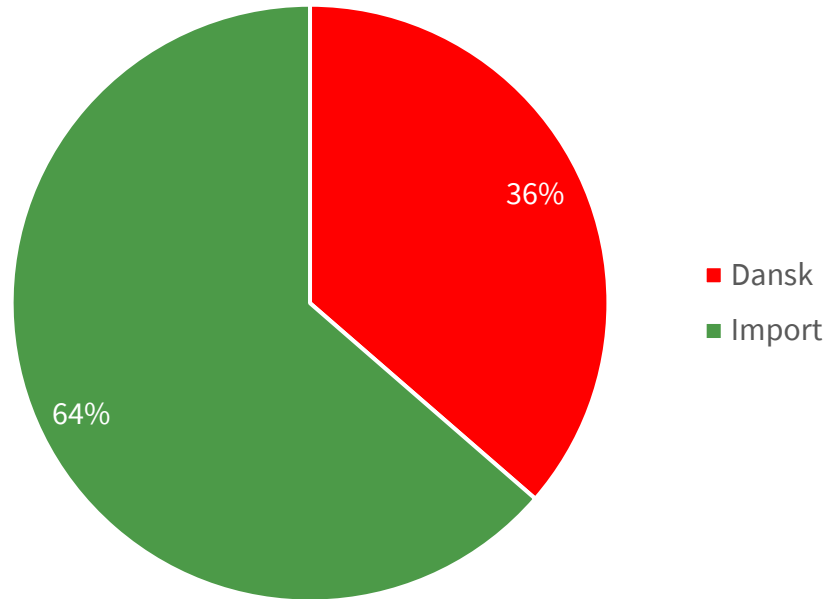
LILLE OPSAMLING FRA SIDST



DANSKE VARER STÅR FOR EN STØRRE ANDEL AF DEN ØKOLOGISKE FRUGT OG GRØNT VÆRDI

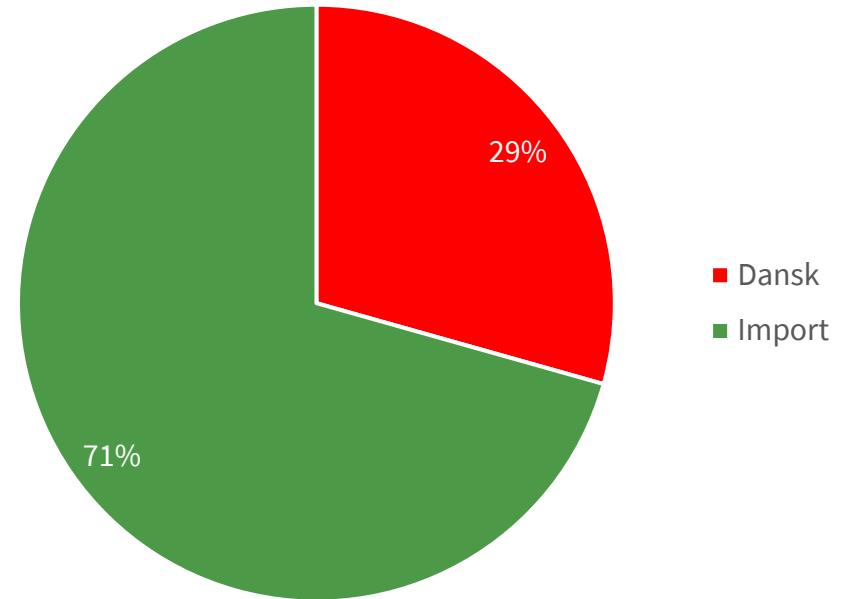
Økologisk Frugt og Grønt, Værdi%

FY 2025, DVH total



Frugt og Grønt total, Værdi%

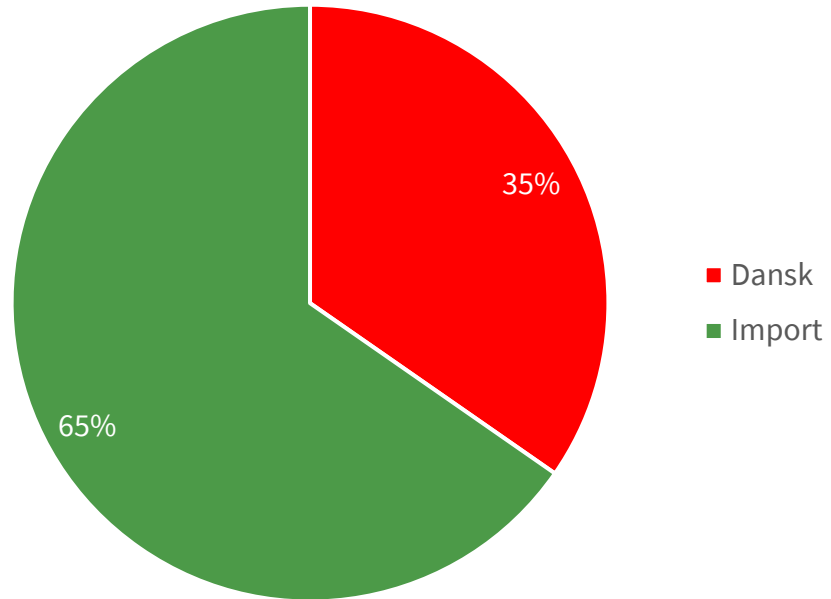
FY 2025, DVH total



DANSKE VARER STÅR FOR EN STØRRE ANDEL AF DE ØKOLOGISKE FRUGT OG GRØNT VARER

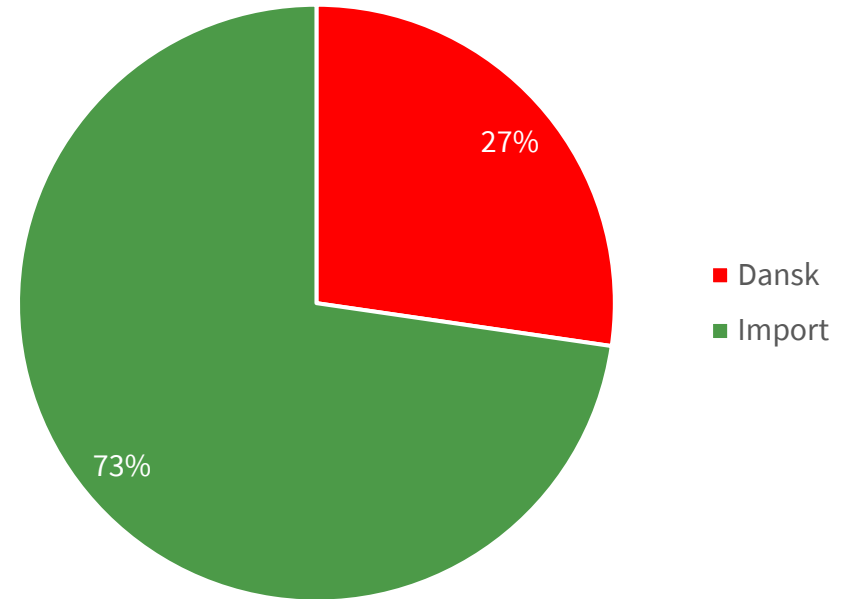
Økologisk Frugt og Grønt, Item%

FY 2025, DVH total



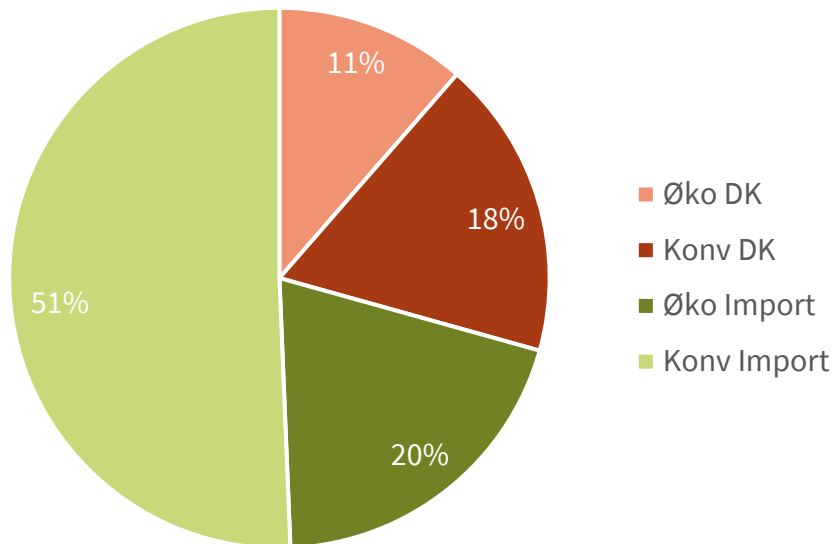
Frugt og Grønt total, Item%

FY 2025, DVH total

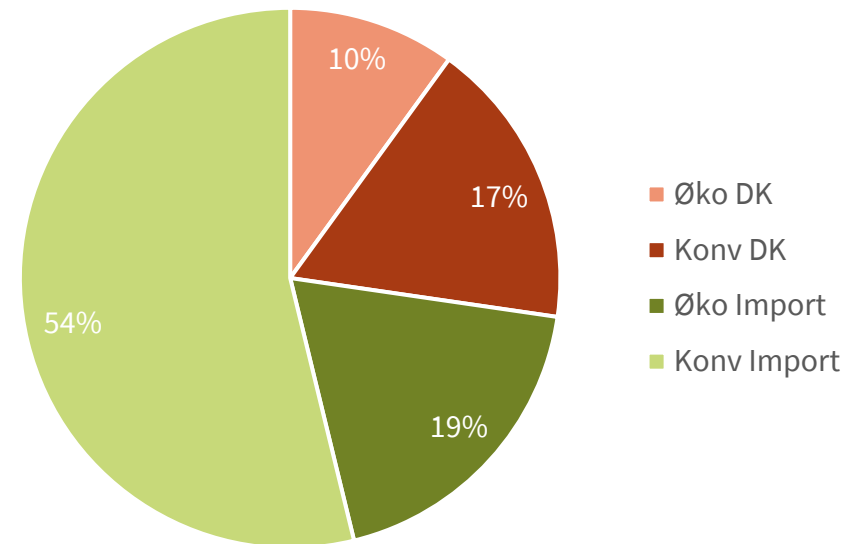


KONVENTIONEL IMPORT FYLDER OVER HALVDELEN AF MARKEDET PÅ BÅDE VÆRDI OG ANTAL VARER

Frugt og Grønt total, Værdi%
FY 2025, DVH total



Frugt og Grønt total, Item%
FY 2025, DVH total



KOMMENDE ARRANGEMENTER



12.05.2026 - 12.05.2026

Webinar: Økologisk Markedsupdate - Dagligvaremarkedet Q1 2026

Hvordan går det med afsætningen af økologi i dagligvarehandlen i Danmark? Få overblikket til dette webinar.

12. maj 9:00-9:45

TILMELD DIG HER!



<https://okologi.dk/arrangementer/webinar-oekologisk-markedsupdate-dagligvaremarkedet-q1-2026/>

PLANLAGTE TEMAER PÅ KOMMENDE WEBINARER

WEBINARERNE DÆKKER STADIG DE OVERORDNEDE TENDENSER I MARKEDET OG PÅ FORBRUGER-DELEN
ÅRETS TEMAER ER IKKE FASTLAGT ENDNU – KOM GERNE MED ØNSKER



19.08.2026 – 19.08.2026

Webinar: Økologisk Markedsupdate - Dagligvaremarkedet Q2 2026

Hvordan går det med afsætningen af økologi i dagligvarehandlen i Danmark? Få overblikket til dette webinar.



04.11.2026 – 04.11.2026

Webinar: Økologisk Markedsupdate - Dagligvaremarkedet Q3 2026

Hvordan går det med afsætningen af økologi i dagligvarehandlen i Danmark? Få overblikket til dette webinar.

FROKOSTMØDE

UDVIDET PRODUCENT ANSVAR

OPLÆG OG Q&A



VI HAR FÅET FULDMÆGTIG LISE LARSEN FRA CIRKULÆR OMSTILLING I MILJØ- OG LIGESTILLINGSMINISTERIET TIL AT HOLDE ET KORT OPLÆG, OG HEREFTER ÅBNER VI FOR SPØRGSMÅL FRA DELTAGERNE.

D. 24. FEBRUAR 2026
KL. 12.00– 13.30

TILMELD DIG HER: [HTTPS://OKOLOGI.DK/ARRANGEMENTER/ONLINE-MOEDE-UDVIDET-PRODUKTANSVAR-FROKOSTMOEDE-FOR-OEKOLOGISKE-VIRKSOMHEDER/](https://okologi.dk/arrangementer/online-moede-udvidet-produktansvar-frokostmoede-for-oekologiske-virksomheder/)

KONTAKT



BIRGITTE JØRGENSEN
+45 24 34 90 49
bij@okologi.dk



**ORGANIC
A PART OF
THE SOLUTION**