

De økologiske arketyper



Den økobevidste 14% af alle husstande - 22,8% af fødevarer er økologiske

Karakteristika:

- Vægter økologiske eller Fairtrade mærkede produkter højt.
- Produkter skal være produceret med hensyn til miljø og natur.
- Foretrækker produkter fra en lille producent i forhold til en stor.
- Føler et stort ansvar for at passe på jorden.
- Handler gerne fødevarer mange forskellige steder – online, specialbutikker eller gårdspladser.
- Emballagen skal være miljøvenlig.
- Vil gerne købe mere økologi i fremtiden, fordi de får god samvittighed af det.
- Den største barriere er begrænset udbud.



Madentusiasten - 13% af alle husstande - 15,8% af fødevarer er økologisk

Karakteristika:

- Vægter økologisk, Fairtrade samt anbefalet af Dyrenes Beskyttelse højt.
- Føler et stort ansvar for at passe på jorden.
- Køber gerne Superfood eller dyre fødevarer af god kvalitet.
- Følger med i de nye madlavningstrends og elsker at eksperimentere i køkkenet.
- Kan godt lide at handle i specialbutikker eller på gårdspladser og laver ofte madplaner.
- Læser ofte hvad der står på emballagen og varedeklarationen.
- Vælger økologi for at undgå GMO, tilsætningsstoffer og medicinrester.
- Får god samvittighed af at købe økologi og forventer at købe mere i fremtiden.
- Vil gerne have et større udbud af økologi og lavere pris.

Kilde: GfK ConsumerScan



Den nemhedsorienterede - 19% af alle husstande - 7,5% af fødevarer er økologisk

Karakteristika:

- Varerne skal være billige, på tilbud, kaloriefattige og af god kvalitet.
- Køber ofte fastfood eller nemme løsninger, og bruger hellere penge på andet end fødevarer.
- Går ikke op i madlavning – den skal være nem og hurtig.
- Indkøbene er tidsspilde og foregår ofte på internettet.
- Synes økologi er sundt og vælger det pga. sygdom i husstanden.
- Er relativt positive over for økologi og vil gerne købe mere.
- Barrierer mod køb af mere økologi er mange rutinekøb og mener økologi er en forretningsfidus.



Pragmatikeren - 27% af alle husstande - 6,7% af fødevarer er økologisk

Karakteristika:

- Interesserer sig for varer med en god historie og produceret 'som i de gode gamle dage'.
- Er bekymret for sygdomsfremkaldende bakterier og er begyndt at spise mindre kød.
- Følger med i nye trends, og har inden for det seneste halve år været på kur/diæt.
- Tilbudsavisen bliver læst, madplanen bliver lagt, og flere butikker bliver gerne besøgt samme dag.
- Pæn emballage er vigtig, og de læser ofte, hvad der står på emballagen.
- Vælger økologi pga. børnenes sundhed og vil gerne undgå GMO og tilsætningsstoffer.
- De får god samvittighed, når de køber økologi.
- Barrierer mod køb af mere økologi er, at de køber det de plejer og er kritiske overfor smag og kvalitet.



Den traditionelle - 18% af alle husstande - 2,9% af fødevarer er økologisk

Karakteristika:

- Interesserer sig for produkter, der er produceret 'som i de gode gamle dage'.
- Produkter skal være billige eller på tilbud.
- Elsker at prøve nye produkter, men køber også gerne samme kendte mærke.
- Kan godt lide gode, gamle danske retter og laver maden fra bunden.
- Emballagen skal være pæn og varedeklarationen skal stå tydeligt.
- Sygdom i husstanden samt børnenes sundhed er grunde til at vælge økologi.
- Relativ positive over for økologi og vil gerne købe mere i fremtiden.
- Barrierer mod at købe mere økologi er, at økologi er en forretningsfidus og der snydes for meget med det. De ved ikke, hvad de får ved at købe økologi.



Skeptikeren - 9% af alle husstande - 2,0% af fødevarer er økologisk

Karakteristika:

- Interesserer sig for billige produkter eller tilbudsvare, der er af god kvalitet og sunde.
- Køber gerne nemme måltidsløsninger eller fastfood.
- Madlavningen skal være nem og hurtig, men interesserer dem egentligt ikke.
- Læser tilbudsaviser og vil gerne handle i flere butikker på samme dag.
- Uinteresset i varedeklarationen, og emballagen skal bare være pæn.
- Mener at økologi er en forretningsfidus og mangler dokumentation for, at økologi er bedre.