

Danskerne er vilde med at købe øko-mad på nettet

Danskerne lægger masser af øko-varer i den digitale indkøbskurv. Der blev solgt økologiske fødevarer for cirka 1,4 mia. kroner via online-butikker i 2017, estimerer Økologisk Landsforening på baggrund af nye tal fra Danmarks Statistik. Den økologiske markedsandel hos fødevarer-netshopperne er tæt på 60 procent, vurderer foreningens markedschef.

Der blev solgt økologiske fødevarer på nettet for cirka 1,4 mia. kroner i 2017, og online-handlen med fødevarer står for cirka 12 procent af den totale økologiske omsætning. Det vurderer Økologisk Landsforening på baggrund af [nye tal fra Danmarks Statistik](#).

- Det økologiske online-salg vokser markant, og øko-andelen af de fødevarer, der bliver solgt på nettet, er skyhøj - helt oppe omkring 60 procent, er vores vurdering. Til sammenligning er den økologiske markedsandel af salget i dagligvarebutikkerne på ca. 12 procent, siger Henrik Hindborg, markedschef i Økologisk Landsforening.

Han peger på, at det især er børnefamilierne, der flittigt benytter sig af online-indkøbsmulighederne, og de er vilde med økologi.

- Det er hovedsageligt de travle børnefamilier i de større byer, der køber fødevarer på nettet. De sætter sig i stigende grad foran computeren, når børnene er puttet, og lægger øko-varer i den digitale indkøbskurv. De ønsker at servere økologisk mad for børnene, som er fri for rester af sprøjtegifte og en lang række tilsætningsstoffer. Og de finder masser af økologiske varer i online-butikkerne, siger Henrik Hindborg.

Aarstiderne fortsætter flot vækst

I onlinebutikkerne kan man vælge udelukkende at se udvalget af økologiske varer. Og hos virksomheder som Aarstiderne.com – der står for en betydelig del af øko-onlinesalget - er alle varerne økologiske.

I 2017 havde Aarstiderne en omsætning på 672 mio. kroner – hvilket var 106 mio. kroner mere end året før. Heraf stammer langt hovedparten fra salg af måltidskasser.

- De seneste tre-fire år har vi haft en rigtig flot vækst, og vi forventer også en meget positiv udvikling i år. Der er fortsat et stort markeds potentiale. Vi hjælper vores kunder med at gøre det lettere at lave sund, lækker og økologisk mad i den travle hverdag, og vi er på vej med nye tiltag, som gør det endnu lettere, siger Annette Hartvig Larsen, administrerende direktør hos Aarstiderne.

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