

Danskerne køber økologi som aldrig før

Danskernes hang til økologiske fødevarer fortsætter med at vokse. I 2018 satte økosalget rekord efter mere end 10 år med konstant vækst, og nu viser de foreløbige tilbagemeldinger fra detailhandlen, at danskerne fortsætter den øgede efterspørgsel i 2019. I første halvår præsterer økologien igen to cifrede vækstrater.

Efter mere end 10 år med konstant vækst præsterer økologien igen imponerende vækstrater. De foreløbige tilbagemeldinger fra detailhandlen peger på nye rekorder for økologiske fødevarer i første halvår 2019. Frugt og grønt fylder stadig mere på tallerkenerne og salget af øko-grønt har overhalet de konventionelle varer i 10 procent af Coops butikker.

- De tilbagemeldinger, vi har fra detailhandlen, viser to cifret vækst på økologi i første halvår af 2019. Væksten drives af frugt og grønt, convenience- og nydelsesprodukter samt en fortsat solid vækst på mejerivarer, siger Michael Langberg, markedschef i Økologisk Landsforening.

Økogrønt overhaler konventionelt

Der er ikke mindst inden for økologisk frugt og grønt, at kæderne oplevede stigende efterspørgsel i første halvår af 2019.

- Salget af økologisk frugt og grønt vokser, og væksten er væsentlig højere end i salget af konventionel frugt og grønt, som i øjeblikket går en smule tilbage. De grove grøntsager har længe ligget på et stabilt højt niveau, men nu er de lette grøntsager også begyndt at komme med, siger Thomas Roland CSR-chef i Coop og tilføjer:

- Kigger vi på salget lige nu, har vi flere end 100 butikker på tværs af vores kæder, hvor økoandelen ligger over 50 procent. Hovedparten af dem ligger i eller omkring København og Aarhus, hvor tætheden af økologiinteresserede kunder er størst.

Dermed har salget af øko-grønt overhalet de konventionelle varer i 10 procent af Coops knap 1.100 butikker. Også hos Salling Group mærker man væksten i øko-salget.

- Vi må sige, at væksten i salget af økovarer fortsætter ufortrødent. Efterspørgslen på økologi er fortsat stigende, og det ligger heldigvis i tråd med vores strategi, hvor vi har gjort flere indsatser i vores kæder med det formål at fremme salget af økovarer. Netto udbygger sin position som absolut markedsleder drevet af vores ØGO'-serie, der i høj grad falder i forbrugerens smag, og i Føtex/Bilka giver vores konkrete mål om at give danskerne et økologisk alternativ til alle varer i den grad resultater, siger Jeppe Dahl Jeppesen, indkøbsdirektør i Salling Group.

En folkesag

Forklaringerne på økologiens solide fremgang er flere, men først og fremmest danskernes fokus på rene varer.

- Den store og stadig stigende efterspørgsel på økologisk frugt og grønt er i høj grad et udtryk for, at danskerne ønsker friske råvarer uden pesticidrester. Vi er blevet meget mere bevidste om fordelene ved at vælge økologisk. Den fortsatte vækst i øko-salget siger noget om, at økologi er blevet lidt af en folkesag. At vi alle kan gøre noget for at skabe en mere bæredygtig verden gennem vores forbrug, siger Michael Langberg.

For yderligere kommentarer/oplysninger

PRESSEMEDDELELSE
06.09.2019



Michael Langberg, markedschef, Økologisk Landsforening, 20 99 30 02

Thomas Roland, CSR-chef, Coop, 30 91 92 42

Jepp Dahl Jeppesen, indkøbsdirektør, Salling Group, 87 78 50 02

Joachim P. Kjeldsen, pressemedarbejder, Økologisk Landsforening, 30 54 39 30