



## Forbrugernes interesse i økologiske madvarer

Forbruget af økologiske madvarer er vokset stærkt i 1990'erne. Hvilke drivkræfter ligger bag efterspørgslen, hvilke forbrugertyper er mest interesserede, og hvor meget vil de betale for varerne? Disse spørgsmål belyses i et igangværende projekt, der i regi af FØJO udføres af Amternes og Kommunernes Forskningsinstitut (AKF) og Danmarks Miljøundersøgelser (DMU)

Forbruget af økologiske madvarer er nærmest eksploderet i de seneste fem år, både herhjemme og i udlandet. Danmark er i dag det land i verden, der har det højeste forbrug af økologiske varer per indbygger. Der har imidlertid været forsket meget lidt i hvilke motiver, der driver forbrugerne. Der mangler også viden om hvilke forbrugertyper, der efterspørger de økologiske varer. Endelig ved man meget lidt om, hvor meget forbruget vil vokse, hvis priserne på økologiske madvarer falder.

Projektet belyser følgende spørgsmål:

- Hvor stort er markedet for økologiske madvarer – herhjemme og i udlandet?

- Er der barrierer for fortsat vækst – hvorledes kan de i givet fald nedbrydes?
- Hvordan påvirkes efterspørgslen af ændringer i vareprisen?
- Hvordan påvirker forbrugernes indkomst, uddannelse eller alder forbruget?
- Hvilken indflydelse har husstandens sammensætning og geografiske beliggenhed på forbruget?
- Hvad er forbrugernes motiver for at købe økologisk og er der sammenhæng mellem disse motiver og forbrugernes holdninger og interesser?

### Foreløbige resultater

I projektets første del er anvendt resultater fra danske og udenlandske studier, med det formål at sammendrage og perspektivere den eksisterende viden om de økologiske forbrugere. Arbejdet er publiceret i en faglig rapport fra DMU. Heri drages følgende overordnede konklusioner

- Forbrugernes motiv for køb af økologiske madvarer er først og fremmest hensynet til deres egen sundhed. Miljøhensyn og dyrevelfærd nævnes også, men disse motiver er ikke lige så vigtige.
- Veluddannede, yngre forbrugere i byområder er mere interesserede i økologiske varer – de er også villige til at betale mere.



- Der er sammenhæng mellem forbrugernes holdninger og forbrug af økologiske varer. Forbrugere med grønne holdninger har større forbrug af øko-varer, et forbrug der i øvrigt oftere motiveres med miljøhensyn end i resten af befolkningen.
- Størstedelen af forbrugerne vil kun købe økologiske varer, hvis merprisen kommer ned på omkring 20% i forhold til den konventionelle pris. I dette tilfælde ville ca. hver femte husstand regelmæssigt købe økologisk. Den tolererede merpris er i øvrigt forskellig for de forskellige varer.
- Der er et stort og stigende behov for helt eller delvist tilberedt mad på det økologiske marked. Disse produkter appellerer til de yngre og travle forbrugere, der køber ind i supermarkeder.
- Det er helt centralt, at salget foregår gennem supermarkeder, hvis et bredt kundegrundlag skal komme i tale. Salg i specialforretninger appellerer kun til mindre forbrugergrupper.
- Det er en forudsætning, at der foregår en entydig, synlig og velkendt mærkning af de økologiske varer. Jo flere miljømærker, desto større forvirring og mistillid skabes der hos forbrugerne.

De to sidstnævnte faktorer – salg gennem supermarkeder og velfungerende mærkning – kan gøre hele forskellen. Er disse forudsætninger ikke opfyldt, udvikles markedet ikke. Det har f.eks. været tilfældet i Tyskland, hvor salget – på trods af en betragtelig forbrugerinteresse – er vokset langt mindre end i Danmark. Det betyder også, at betingelserne for eksport i større skala ikke umiddelbart er til stede på sådanne markeder.

### Projektets anden del

Langt størstedelen af de eksisterende analyser på området lider under den svaghed, at de er baseret på interviews med forbrugerne, dvs. de er baseret på den adfærd, forbrugerne hævder at have – dvs. *postuleret adfærd*. Der er imidlertid stor usikkerhed forbundet med sådanne analyser, bl.a. fordi forbrugerne ikke altid kan huske deres faktiske forbrug. I projektet inddrages derfor oplysninger om danskernes faktiske forbrug af økologiske varer, således at den *faktiske adfærd* kan kortlægges.

Analyseinstituttet GfK Danmark udfører løbende forbrugsundersøgelser, idet de indsamler data fra godt 2000 repræsentativt udvalgte husstande. Husstandene indberetter deres daglige forbrug af varer – herunder af økologiske varer. Datagrundlaget er enestående i international sammenhæng, dels fordi det indeholder meget detaljerede oplysninger om husholdningernes faktiske forbrug, dels fordi der er oplysninger om både forbrug af varer og priser på disse varer. GfK Danmark har tilladt brug af datagrundlaget i projektet, hvilket muliggør analyser, der ikke tidligere er foretaget i forskningsmæssig sammenhæng – f.eks. hvorledes forbrugernes indkomst, bopæl, alder, etc. påvirker forbruget, og hvorledes merprisen på de økologiske varer i forhold til de konventionelle spiller ind. Disse analyser er i gang, og i slutningen af 1999 vil resultaterne fra denne del af projektet ligge klar.

*Wier, M. og C. Calverley: Forbrug af økologiske fødevarer. Del 1: Den økologiske forbruger. Faglig rapport fra DMU nr. 272.*

*Wier, M. og S. Smed: Forbrug af økologiske fødevarer. Del 2: Modellering af efterspørgslen. Faglig rapport fra DMU (under forberedelse).*