

## Når det ufornuftige alligevel er fornuftigt

Af: Jan Holm Ingemann, Institut for Statskundskab, Aalborg Universitet

**Økologiske forbrugere giver merpris for fødevarer. Det kan virke ufornuftigt ud fra økonomisk teori. Men der er nu fornuft i det alligevel.**



Den gængse økonomiske teori siger os, at det fornuftige er at købe billigst muligt. Ud fra teorien vil vi sammenligne kvaliteten ved to produkter, og så vil vi vælge det billigste. Men i den forbindelse er økologisk jordbrug en udfordring. For dels så koster økologiske produkter mere, og dels er produktionsomkostningerne for landbrugeren højere.

### Kvalitet ved produktet

I teorien forestiller man sig, at forbrugeren står og sammenligner to produkter. Når vi taler om fødevarer, så er det parametre som smag, duft, udseende, friskhed og lignende, som vi undersøger. Det er altså kvalitet ved selve produktet, og for at bedømme kvaliteten behøver man kun at benytte sine sanser og sin erfaring. De danske landbrugeres succes på det engelske marked fra slutningen af 1800 tallet skyldtes denne form for kvalitet. Gennem andelsmejerierne, andelsslagterierne og den veterinære kontrol kunne de levere kvaliteten. De kunne levere ensartede fødevarer, der var velsmagende og indbydende. Og så kunne de levere fødevarer, som forbrugere ikke blev syge af. Denne succes med at levere kvalitet blev i øvrigt også underbygget ved hjælp af mærkning. Når de britiske forbrugere så lurmærket, så kunne de trygt købe produktet.

### Kvalitet ved processen

Med introduktionen af økologiske fødevarer, så fik forbrugere et nyt valg. Ud fra kvaliteten af selve fødevarerne, så kunne valget i et økonomisk perspektiv være ret simpelt: Det ville være ufornuftigt at købe økologisk og dermed betale en højere pris, hvis nu produktet ikke var bedre end det konventionelle. Alligevel var der forbrugere, der valgte at betale en højere pris, selvom det ikke nødvendigvis var for en bedre kvalitet ved selve produktet. Der var dog fornuft i det alligevel. Det var udtryk for et nyt fænomen, nemlig at forbrugere begyndte at interessere sig for andet end selve produktet.

De økologiske forbrugere var nemlig med til at udvide kvalitetsbegrebet til også at handle om produktionsprocessen. Og så drejede det sig ikke om selve produktet, men om hensyn til grundvandet og dermed vores efterkommere, om dyrevelfærd, om hensyn til naturen osv. Altså handlede det om, at forbrugere også anså kvalitet for at være et spørgsmål om kvaliteten ved produktionsprocessen.

Ligesom med lurmærket, så fik vi også for de økologiske fødevarer en mærkningsordning. Det røde Ø har siden 1987 signaleret, at her er produkter, hvor forbrugere kan være trygge ved kvaliteten i produktionsprocessen.

### Det dobbelte kvalitetsbegreb

Landbrugere og fødevarer virksomheder er derfor i dag nødt til at forholde sig til et dobbelt kvalitetsbegreb. På den ene side den kvalitet, som ligger i selve produktet, og som kan ses, smages og duftes ude i butikken. Og så på den anden side den kvalitet, som ligger i produktionsprocessen, og som forbrugere ikke kan sanse. Her er tillid afgørende, og effektiv mærkning og kontrol formentlig det eneste holdbare redskab.

*Denne klumme blev bragt d. 17. juni 2011 i Økologi & Erhverv nr. 480.*