

Jyllands-Posten den 2. maj 2005

Økologiske varer sætter ny rekord

Af MORTEN ZAHLE

Salget af økologisk frugt, økologisk kød og økologisk mælk går strygende. I forhold til sidste år er salget steget med næsten en femtedel. Sidste år var stigningen på 12 pct.

»De nye tal understreger behovet for flere økologiske landbrug. Kun via en større omlægning til økologi i Danmark kan de danske landmænd og det danske miljø få glæde af forbrugernes store opbakning til økologi,« siger markedschef Henrik Hindborg, Økologisk Landsforening.

Forbrugernes øgede interesse for økologi har ifølge Henrik Hindborg flere årsager:

»De økologiske varer er i de senere år blevet mere tilgængelige og synlige i dagligvarehandlen, og de økologiske producenter er kommet med mange nye kvalitetsprodukter. Samtidig skyldes væksten, at økologi står helt centralt i de moderne forbrugeres søgen efter kvalitetsprodukter, der samtidig giver mening i forhold til sundhed, dyrevelfærd og miljø.«

Omsætningen steg inden for alle grupper af fødevarer. Størst var stigningerne inden for økologisk frugt og kød, der steg med henholdsvis 41 pct. og 31 pct.

Hvis man deler salget ud på varegrupper, udgør mælk, ost og æg stadig knap halvdelen af omsætningen af økologiske føde- og drikkevarer. Frugt og grøntsager udgør 19 pct., mens ris, brød, mel, gryn m.m. udgør 11 pct. og kød 9 pct.

Coop: Stor interesse

Økologerne forventer en vækst i indeværende år på 25 pct. Dermed er Økologisk Landsforening godt på vej til at nå foreningens målsætning om en fordobling af det økologiske salg i perioden fra 1. januar 2005 til 31. december 2009.

I 2006 blev der for første gang solgt økologiske dambrugsfisk i detailhandelen. Der blev omsat for 0,5 mio. kr.

Siden statistikkens start i 2003 er salget af økologiske føde- og drikkevarer i supermarkeder og varehuse steget med i alt 34 pct. Omsætningen af økologisk kød og frugt er steget med henholdsvis 120 pct. og 111 pct. siden 2003.

Hos Coop boomer salget af økavarer. Topscorerne i væksten er frugt og grønt, samt fersk kød, som er svært at skaffe i tilstrækkelige mængder, fordi forbrugernes appetit på økokød er eksploderet.

»Det er helt utroligt så meget økologi, vi sælger,« siger Coops forbrugerpolitiske direktør, Mogens Werge.

Han mener, at der er flere årsager til, at økobølgen rammer Danmark med stor styrke..

»Danskeres stigende velstand, fokus på miljøbeskyttelse, dyrevelfærd og de mange fødevareskandaler har til sammen sat gang i salget, så økologiske varer er kommet ind i positiv spiral,« siger Mogens Werge.

Han anslår, at 5-6 pct. af Coops totale salg af føde- og drikkevarer er økologisk.

Også hos Dansk Supermarked, som står bag Bilka, Føtex og Netto, har stigningen i salget af økologiske varer i det seneste år været endnu større end 18 pct.

»Økologi er den helt store dille i øjeblikket. Flere af vores kæder er kommet senere med på øko-bølgen end de andre. Derfor oplever vi nu en meget stor vækst på økovarer,« siger informationschef Erik Eisenberg, Dansk Supermarked.