



Mange forbrugere forventer at købe mere økologi om 1-3 år

August 2025

Mange forbrugere forventer at købe mere økologi om 1-3 år

Landbrug & Fødevarer har i maj 2025 spurgt danskerne, hvor ofte de køber økologi, deres begrundelser for at lægge økologi i kurven, samt deres forventninger til køb af økologi i fremtiden. Vi spørger desuden danskerne om forskellige udsagn om dyrevelfærd i den økologiske produktion.

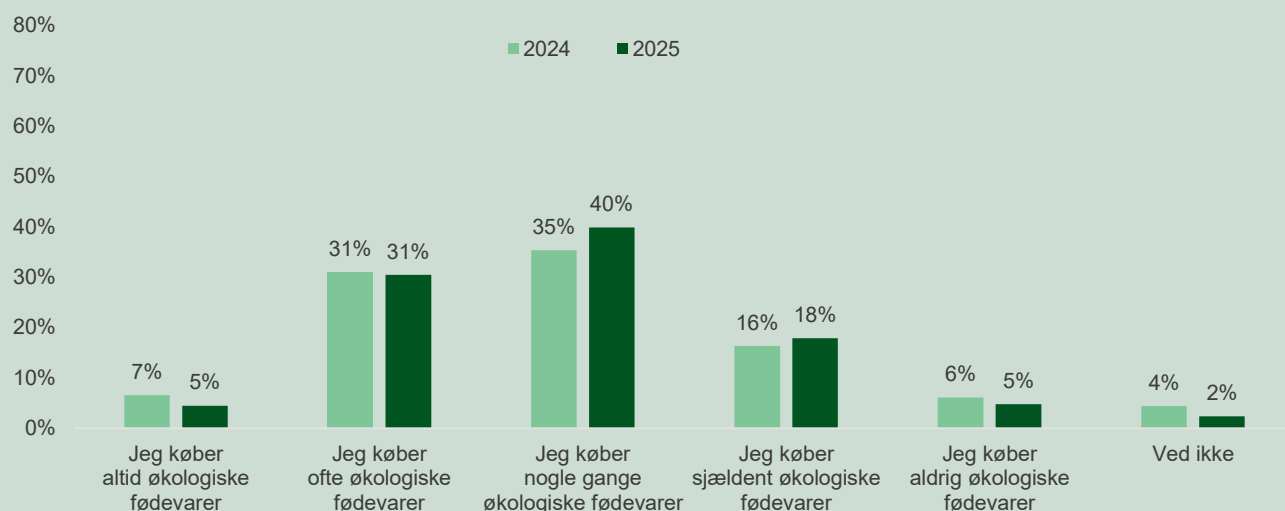
De vigtigste indsigter er:

- Spørger vi danskerne, svarer 36 pct., at de 'ofte' eller 'altid' køber økologi, mens 40 pct. svarer, at de 'nogle gange' køber økologi. Dette ligger stabilt i forhold til tidligere målinger og peger på, at der er en stor gruppe forbrugere, der har taget økologien til sig og kigger efter dette, når de handler. Blandt de ældste deltagere i undersøgelsen er det hele 47 pct., der 'ofte' eller 'altid' lægger økologi i kurven på indkøbsturen.
- Igen i år er grøntsager æg, mejeriprodukter og frugt og bær de fødevarer, som flest nævner som noget, de typisk køber økologisk. Dernæst kommer mel, fjerkræ og kød/kødpålæg.
- Dét at undgå sprøjtemidler er den vigtigste grund til at købe økologiske fødevarer. 28 pct. køber økologi, fordi de gerne vil bakke op om økologien generelt. I forhold til 2024, begrundede flere det nu med, at det skåner miljø og drikkevand samt bidrager til bedre dyrevelfærd.
- 77 pct. foretrækker økologiske råvarer produceret i Danmark. Det er endnu flere end samme måling sidste år.
- Ser danskerne 1-3 år frem i tiden, forventer 48 pct. at øge deres forbrug af økologiske fødevarer, sammenlignet med deres forbrug i dag. Især yngre danskere forventer at øge deres forbrug om 1-3 år. Yderligere 40 pct. forventer at købe 'samme mængde' økologi som i dag, men kun 5 pct. forventer at købe mindre. Det giver grund til optimisme for fremtiden.
- Det er typisk fødevarer, der også i dag købes økologisk – som fx grøntsager, mejeriprodukter, frugt/bær og kød/kødpålæg – som forbrugerne forventer at købe mere af fremadrettet.
- Ser man bort fra prisen, kan en bedre tilgængelighed af økologiske varer og en større variation af økologiske produkter, være medvirkende faktorer til, at man køber flere økologiske fødevarer.
- Mere viden om økologisk produktion kan potentielt få flere til at prioritere økologien. 18 pct. ville købe mere økologi, hvis de fik mere viden om forholdene i økologisk produktion. Det er særligt de yngste deltagere i undersøgelsen, der peger på et behov for mere viden.
- Adspurgt om forskellige udsagn om dyrevelfærden i økologisk produktion, er 43 pct. enige i, at økologiske køer har adgang til græsmarker fra april til oktober, mens 37 pct. er enige i, at dyr i den økologiske produktion har mulighed for at udleve deres natur, som fx at rode i jorden. Dette kan indikere et behov for at kommunikere mere om dyrevelfærd til forskellige målgrupper. Et øget kendskab til økologiens forskellige kerneværdier kan potentielt bidrage til, at flere forbrugere i fremtiden vil prioritere økologiske fødevarer, når de handler.

Stabilisering af andelene, der ofte eller altid køber økologi

I en ny repræsentativ forbrugerundersøgelse har vi spurgt danskerne om deres køb af økologi. Her svarer 36 pct. af deltagerne, at de 'ofte' eller 'altid' køber økologiske fødevarer, mens 40 pct. svarer, at de 'nogle gange' køber økologiske fødevarer. Sammenligner vi med lignende undersøgelser gennem de tre seneste år, ser vi samme billede, da det også her er hver tredje forbruger, der 'ofte' eller 'altid' lægger økologi i kurven. Samtidig er det blot 5 pct., der svarer, at de 'aldrig' køber økologi.

Figur 1: Hvor ofte køber du økologiske fødevarer?



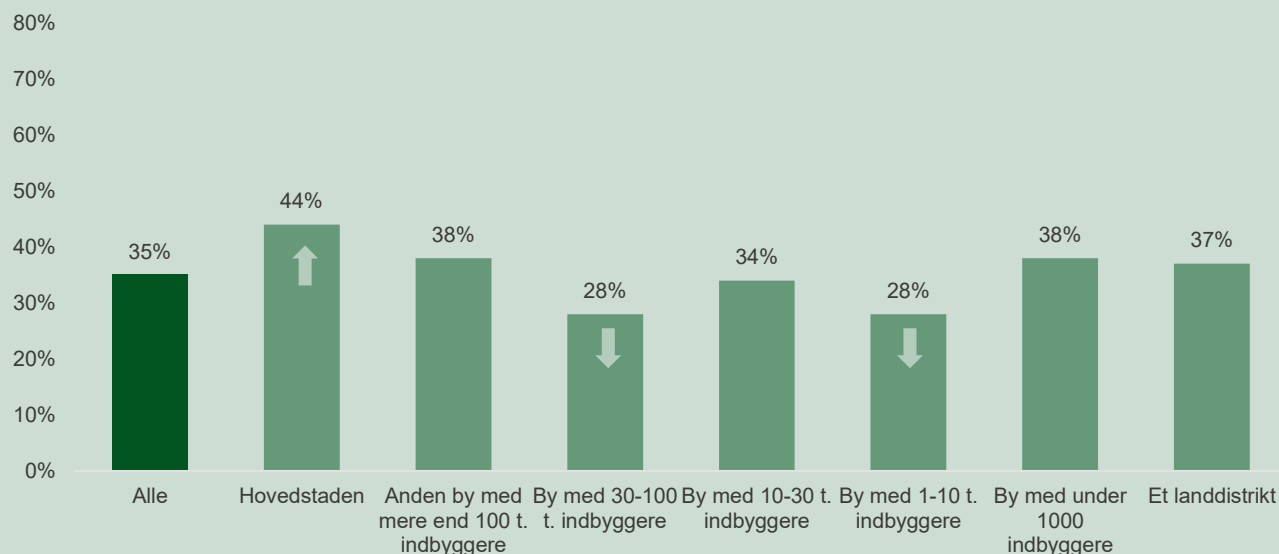
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2025 n=1598, Voxmeter for Landbrug & Fødevarer maj 2024 n=1000. Undersøgelserne er nationalt repræsentative på køn, alder, region og uddannelse. Kun ét svar.

Stabiliseringen i andele, der 'nogle gange' eller 'ofte' køber økologi, siger ikke her noget om 'hvor ofte' og ej heller noget om den præcise mængde. Det er mere en indikation af, at andelene, der har taget økologi til sig og kigger efter dette, når de handler, er forblevet stabil gennem flere år.

Der er ingen forskel på mænd og kvinder i forhold til, hvor ofte man køber økologi. Når vi ser nærmere på, om man har børn i husstanden eller ej, så skiller børnefamilier som samlet gruppe sig heller ikke ud fra gennemsnittet. Ved et nærmere kig på børnenes alder i de danske husstande, er der imidlertid en tendens til, at familier med børn under 6 år oftere køber økologi sammenlignet med børnefamilier, hvor børnene er ældre.

Sammenlignet med danskere bosat i andre regioner, er det markant oftere danskere bosat i Region Hovedstaden, der hører til gruppen af økologi-forbrugere. I Region Hovedstaden er det 42 pct., der svarer, at de ofte eller altid lægger økologiske varer i kurven, mens det til sammenligning gælder 24 pct. i Region Nordjylland. Ser vi samtidig nærmere på fordelingen mellem større og mindre byer, ser vi den interessante forskel, at danskere i de helt store byer i højere grad end andre svarer, at de ofte eller altid køber økologi, mens danskere bosat i byer på mellem 1.000 og 30.000 indbyggere svarer det i mindre grad end gennemsnittet.

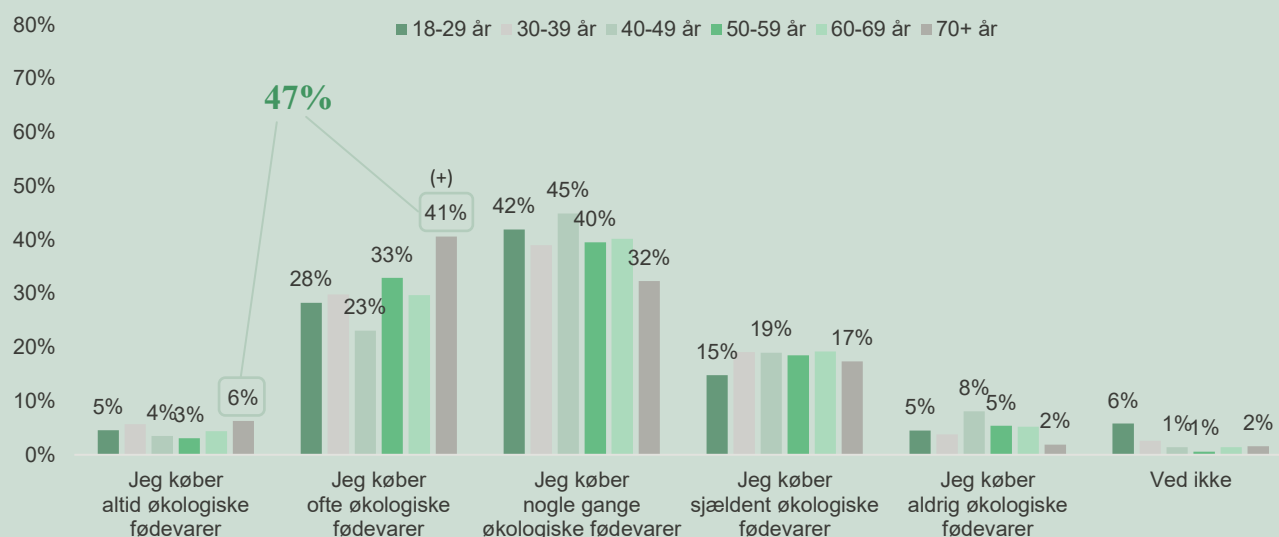
Figur 2: Køber ofte eller altid økologi, fordelt på størrelsen på byen, man er bosat i



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2025 n=1598 heraf bosat i Hovedstaden n=348, by med 100+ t. indbyggere n=267, by med 30-100 t. n=315, by med 10-30 t. n=173, by med 1-10 t. n=299, by med <1000 n=83, et landdistrikt n=94. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Pilene viser signifikant forskel (95%) i forhold til gennemsnittet.

Vender vi dernæst blikket mod aldersgrupperinger, ser vi, at det er personer over 70 år, der hyppigst køber økologi. Blandt personer over 70 år, er det hele 47 pct., der ofte eller altid køber økologiske fødevarer, mens det til sammenligning er 27 pct. blandt danskere ml. 40-49 år. En forskel på hele 20 procentpoint.

Figur 3: Hvor ofte køber du økologiske fødevarer? Fordelt på aldersgrupper.

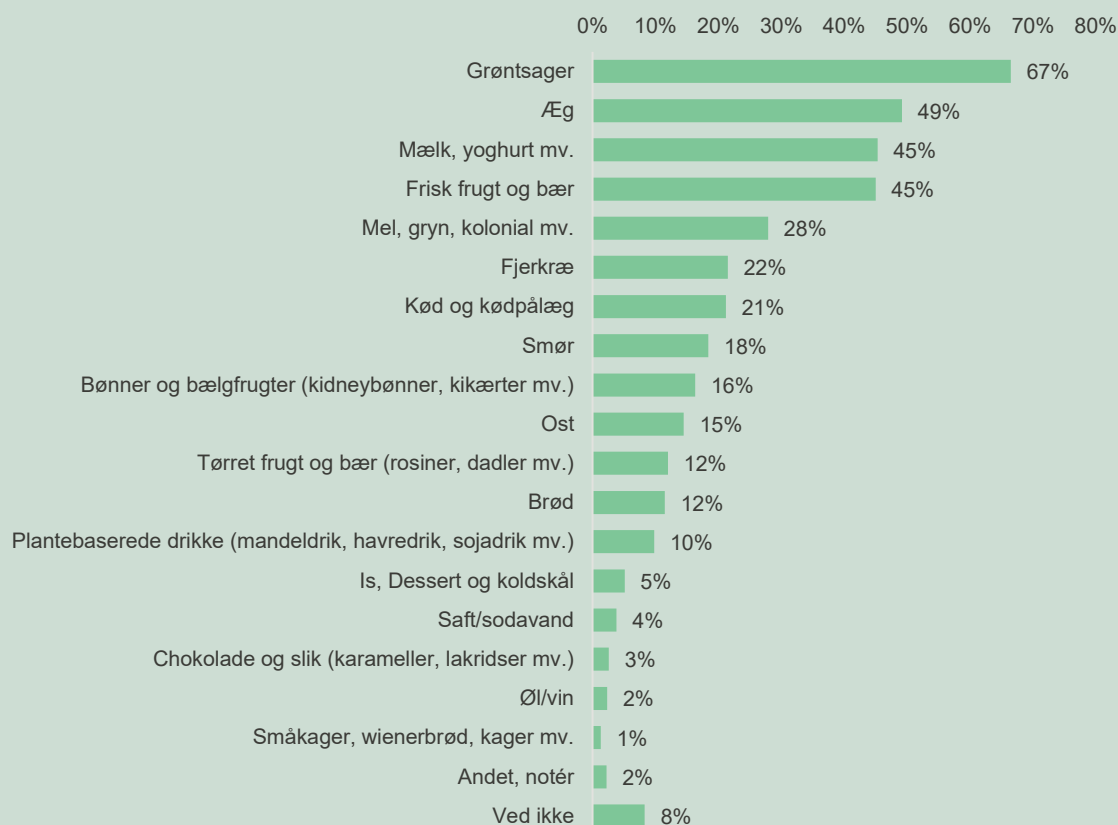


Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2025 n=1598, heraf 18-29 år n=327, 30-39 år n=279, 40-49 år n=245, 50-59 år n=278, 60-69 år n=250 og 70+ år n=219. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

Grøntsager, frugt og mejeriprodukter er det, som oftest købes økologisk

Det er 67 pct. blandt dem, der køber økologi, der typisk køber grøntsagerne økologisk. Det er en stigning på 7 procentpoint i forhold til samme måling året før. 49 pct. køber typisk køber æg, mens 45 pct. typisk køber mælk/yoghurt og frisk frugt/bær. Også for frugt/bær ses en signifikant stigning på 5 procentpoint i andelen i forhold til samme måling sidste år.

Figur 4: Hvilke fødevarer vælger du typisk at købe økologisk? Angiv gerne flere svar.

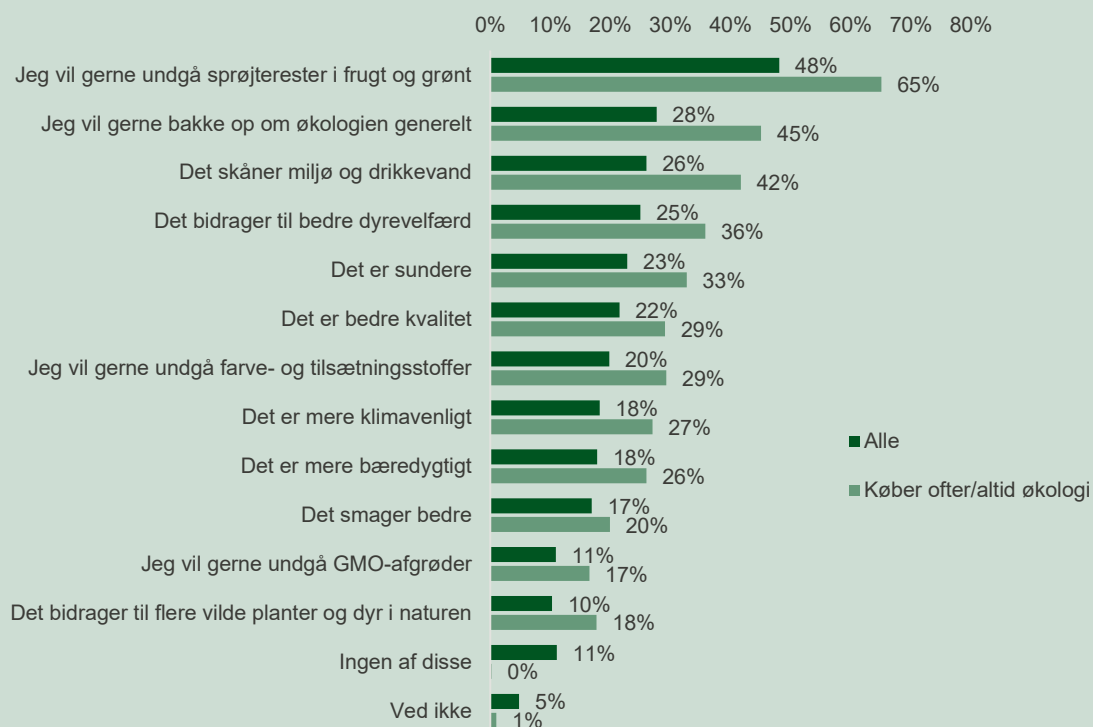


Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2025 n=1482 (køber økologi minimum sjældent), Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Mulighed for flere svar.

At undgå sprøjterester og bakke op om økologien generelt er tungtvejende grunde til at lægge økologiske varer i kurven

Når vi spørger danskerne om de vigtigste grunde til, at de køber økologiske fødevarer, ligger 'Jeg vil gerne undgå sprøjterester i frugt og grønt' på en klar førsteplads med 48 pct., der angiver dette som en vigtig begrundelse. På 2. pladsen finder vi 28 pct., der køber økologi, fordi de gerne vil bakke op om økologien generelt, mens 3. og 4. pladsen er 'det skåner miljø og drikkevand' og 'det bidrager til bedre dyrevelfærd', hvilket hhv. 26 og 25 pct. nævner som én af deres vigtigste begrundelser for at købe økologi. I forhold til 2024, begrundes flere det nu med, at det skåner miljø og drikkevand samt bidrager til bedre dyrevelfærd. Ikke overraskende er det især dem, der ofte eller altid køber økologi, der nævner mange af begrundelserne. I denne gruppe er det hele 65 pct., der køber økologisk for at undgå sprøjterester i frugt og grønt, mens 45 pct. køber økologi, fordi de gerne vil bakke op om økologien generelt.

Figur 5: Hvad er de vigtigste grunde til, at du køber økologiske fødevarer? Angiv op til 5 grunde.

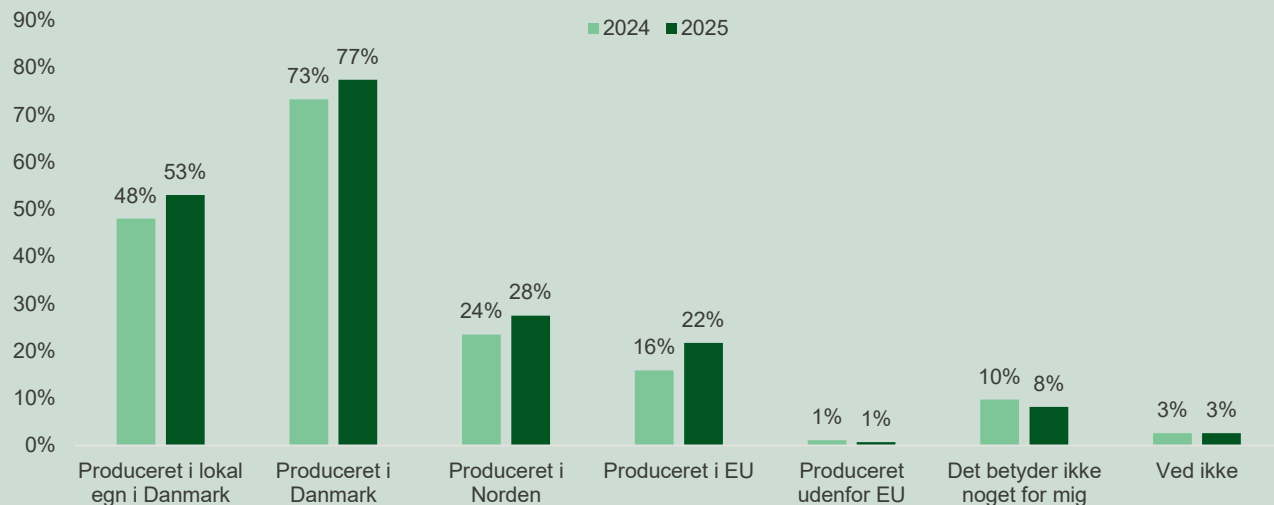


Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2025 n=1482 (køber økologi minimum sjældent), heraf køber ofte/altid økologi n=560. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Max 5 svar.

Forbrugerne foretrækker økologi produceret i Danmark

I forhold til sidste år tager signifikant flere nu stilling og ønsker, at deres økologi som minimum er produceret inden for EU. Langt størstedelen af de adspurgte foretrækker at købe økologiske fødevarer, der er produceret i Danmark – for 53 pct. gerne i en lokal egn. Kun 8 pct. svarer omvendt, at det ikke betyder noget for dem.

Figur 6: Fra hvilke landområder ville du foretrække at købe økologiske råvarer?



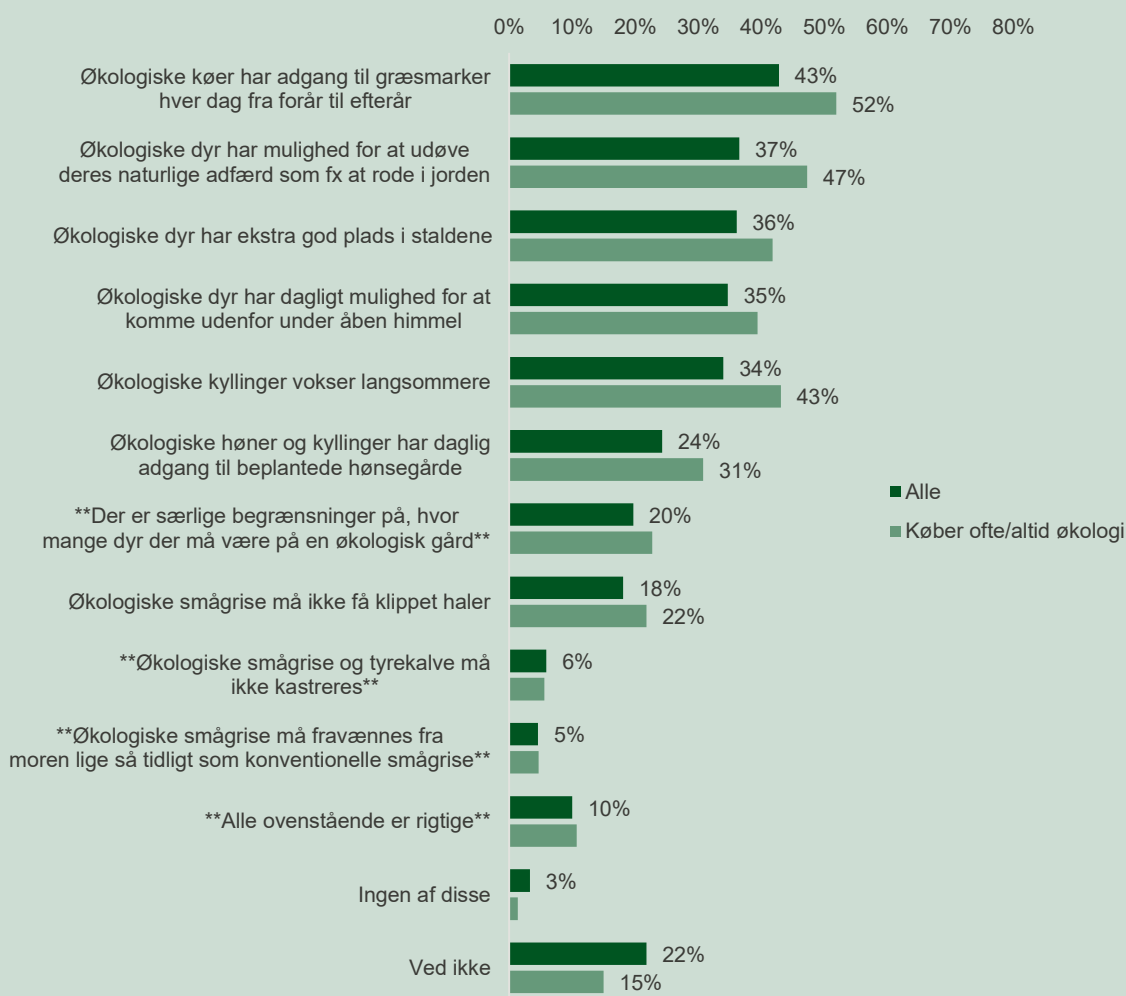
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2025 n=1482 (køber økologi minimum sjældent), Voxmeter for Landbrug & Fødevarer maj 2024 n=896 (køber økologi minimum sjældent). Nationalt repræsentative på køn, alder, region og uddannelse. Mulighed for flere svar.

Kender forbrugerne til forholdene i økologisk produktion?

Det er hver fjerde, som køber økologi, da det bidrager til bedre dyrevelfærd. Undersøgelsen har spurgt ind til forbrugernes viden om dyrevelfærd i den økologiske produktion. Her er forbrugerne blevet præsenteret for en række udsagn i tilfældig rækkefølge, hvor de kan udvælge, hvilke de mener er gældende i økologisk produktion. Nogle af udsagnene er dog ikke rigtige. Disse er i grafen nedenfor markeret med en stjerne, men i undersøgelsen har disse udsagn ikke haft en særlig markering.

Her ser vi, at de rigtige udsagn også er dem, der har mest tilslutning: 43 pct. mener, at det er rigtigt, at økologiske køer har adgang til græsmarker hver dag fra forår til efterår, mens 37 pct. mener, at det er rigtigt, at økologiske dyr har mulighed for at udøve deres naturlige adfærd som fx at rode i jorden. Blandt de danskere, der ofte eller altid køber økologi, er andelen højere. Stadig er det dog også blandt disse forbrugere 'kun' lige omkring halvdelen, der er enige i sande udsagn om dyrs vilkår i økologisk produktion. Dette kunne indikere et behov for mere oplysning til forbrugerne om forholdene for dyr i økologiske produktioner.

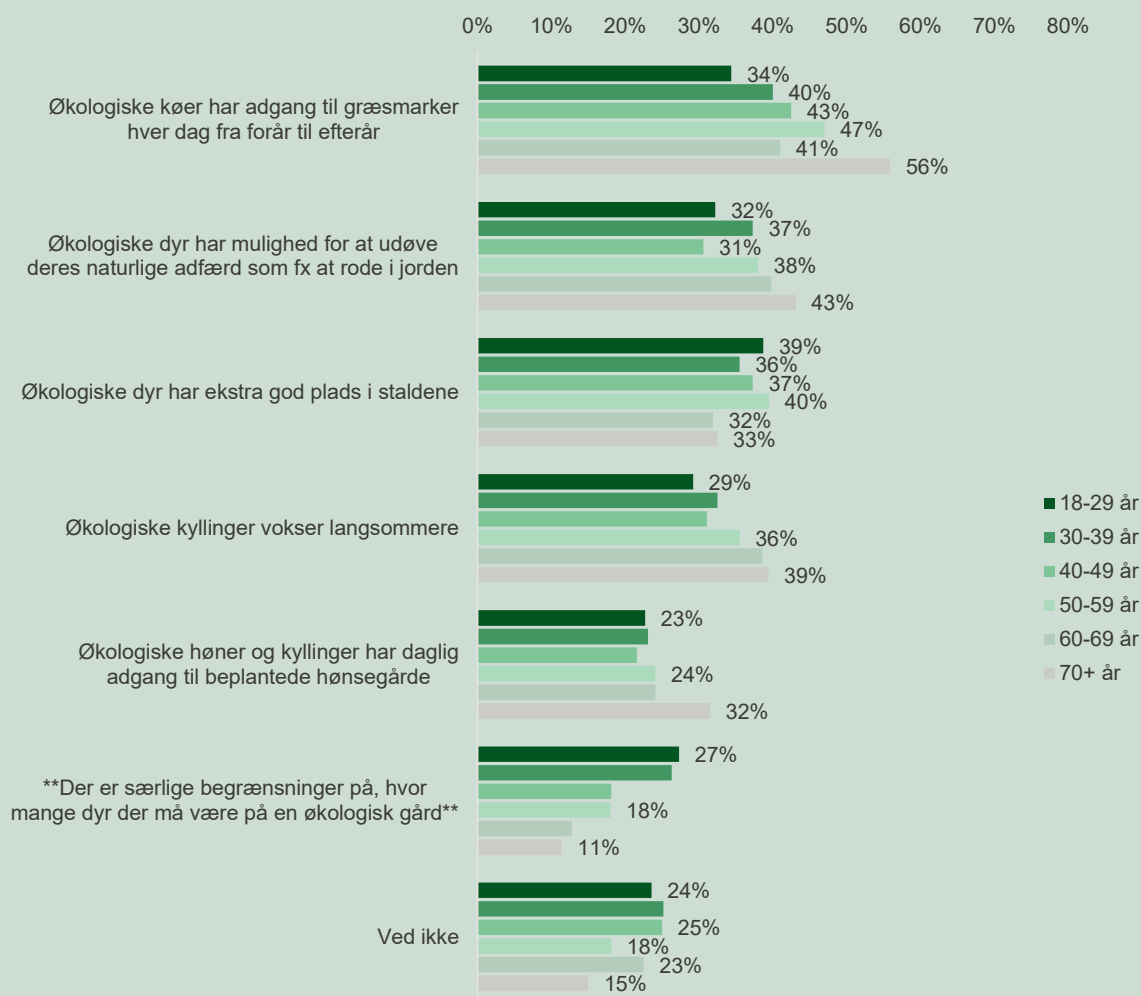
Figur 7: Hvilke udsagn mener du passer i forhold til dyrevelfærd og økologiske dyr?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2025 n=1598, heraf køber ofte/altid økologi n=560. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Mulighed for flere svar. Udsagn markeret med ** er forkerte udsagn (de har ikke været særligt fremhævet over for deltagerne).

Ser vi nærmere efter, er det markant oftere de ældste deltagere i undersøgelsen (70+ år), der har størst viden om forholdene for økologiske dyr, mens yngre oftere mener, at urigtige udsagn er rigtige – eller svarer ”ved ikke”. Dette kunne indikere, at kommunikation om dyrevelfærd i produktionen med fordel kan rette sig mod yngre målgrupper.

Figur 8: Hvilke udsagn mener du passer ift. dyrevelfærd og økologiske dyr? Udvalgte udsagn, hvor der ses forskelle mellem aldersgrupper:

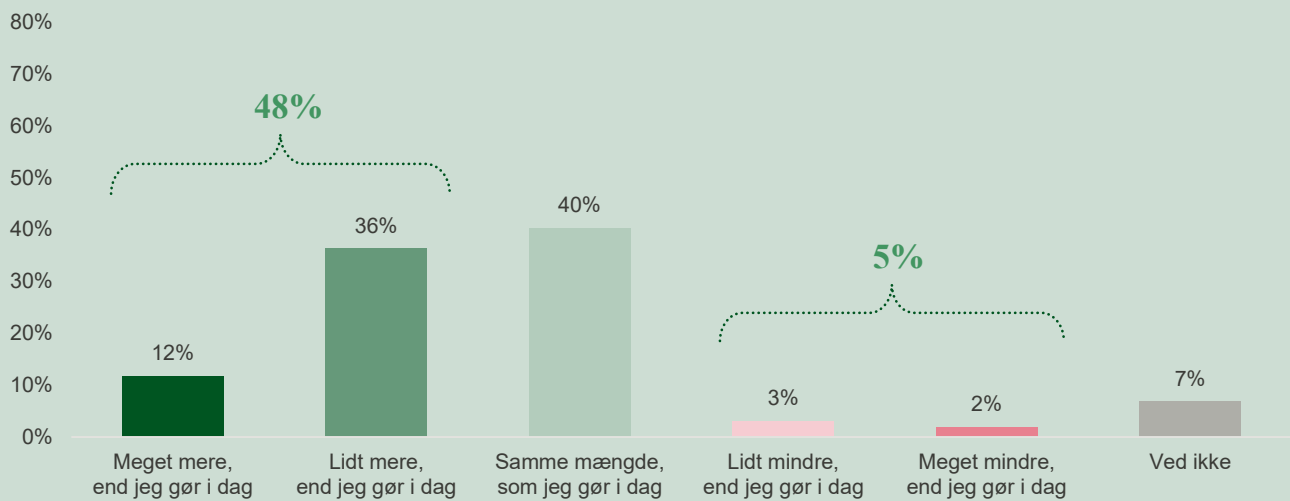


Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2025 n=1598, heraf 18-29 år n=327, 30-39 år n=279, 40-49 år n=245, 50-59 år n=278, 60-69 år n=250 og 70+ år n=219. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Mulighed for flere svar. Udsagn markeret med ** er usande.

Knap halvdelen forventer at øge deres forbrug af økologi om 1-3 år

Undersøgelsen spørger derefter ind til forventninger til økologi-forbrug i fremtiden. Her er der grund til forsigtig optimisme. Når danskerne tænker 1-3 år frem, er det nemlig hele 48 pct. af deltagerne, der forventer at købe enten 'lidt' eller 'meget mere' økologi, end de gør i dag. Yderligere 40 pct. forventer at købe den samme mængde økologi om 1-3 år, mens kun 5 pct. forventer at købe mindre økologi. Noget tyder derfor på, at en del danskere ser lyst på fremtiden og forventer at øge deres forbrug fremadrettet.

Figur 9: Hvis du tænker 1-3 år frem, hvordan forventer du så, at dit forbrug af økologisk mad og drikke vil udvikle sig? Jeg forventer at købe...

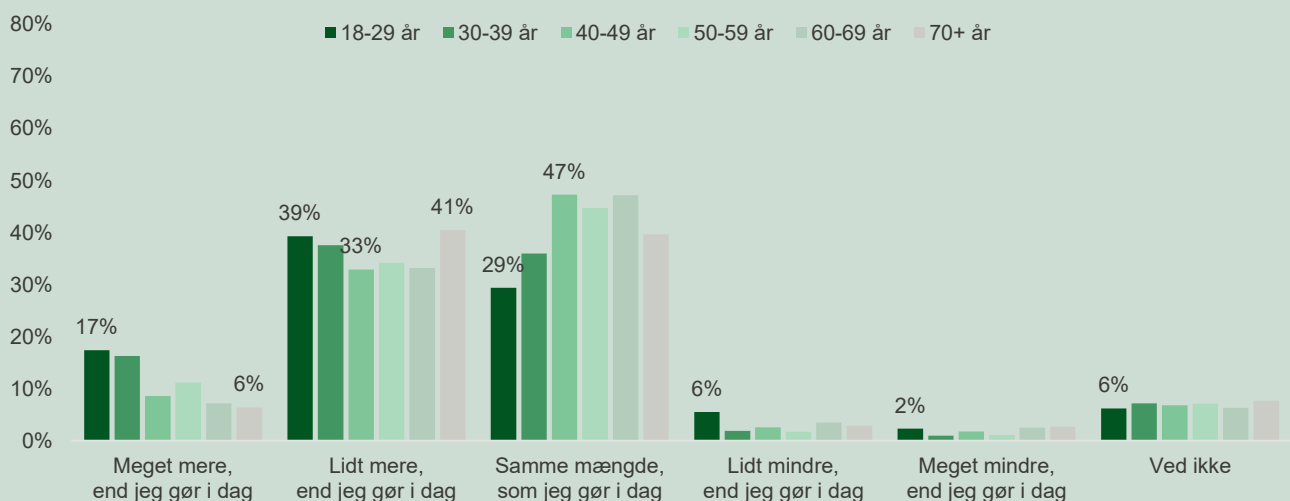


Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2025 n=1598. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

Den gruppe af forbrugere, der ofte eller altid køber økologi, forventer markant oftere samtidig også at købe (endnu) mere økologi fremadrettet, end de gør lige nu. I denne gruppe er det 49 pct., der vil købe 'lidt mere' fremadrettet, mens 21 pct. vil købe 'meget mere', end de gør i dag. Har man altså allerede taget økologien til sig, forventer man også oftere end gennemsnittet at fastholde sin loyalitet fremadrettet.

Ser vi dernæst nærmere på aldersgrupper, er der også grund til optimisme for økologien. For det er hele 56 pct. blandt de yngste (under 30 år), der forventer at købe *mere* økologi om 1-3 år, end de gør i dag – formentlig når deres økonomiske situation ser anderledes ud efter fx endt uddannelse.

Figur 10. Forventninger til fremtidigt økologiforbrug fordelt på aldersgrupper. "Jeg forventer at købe.."

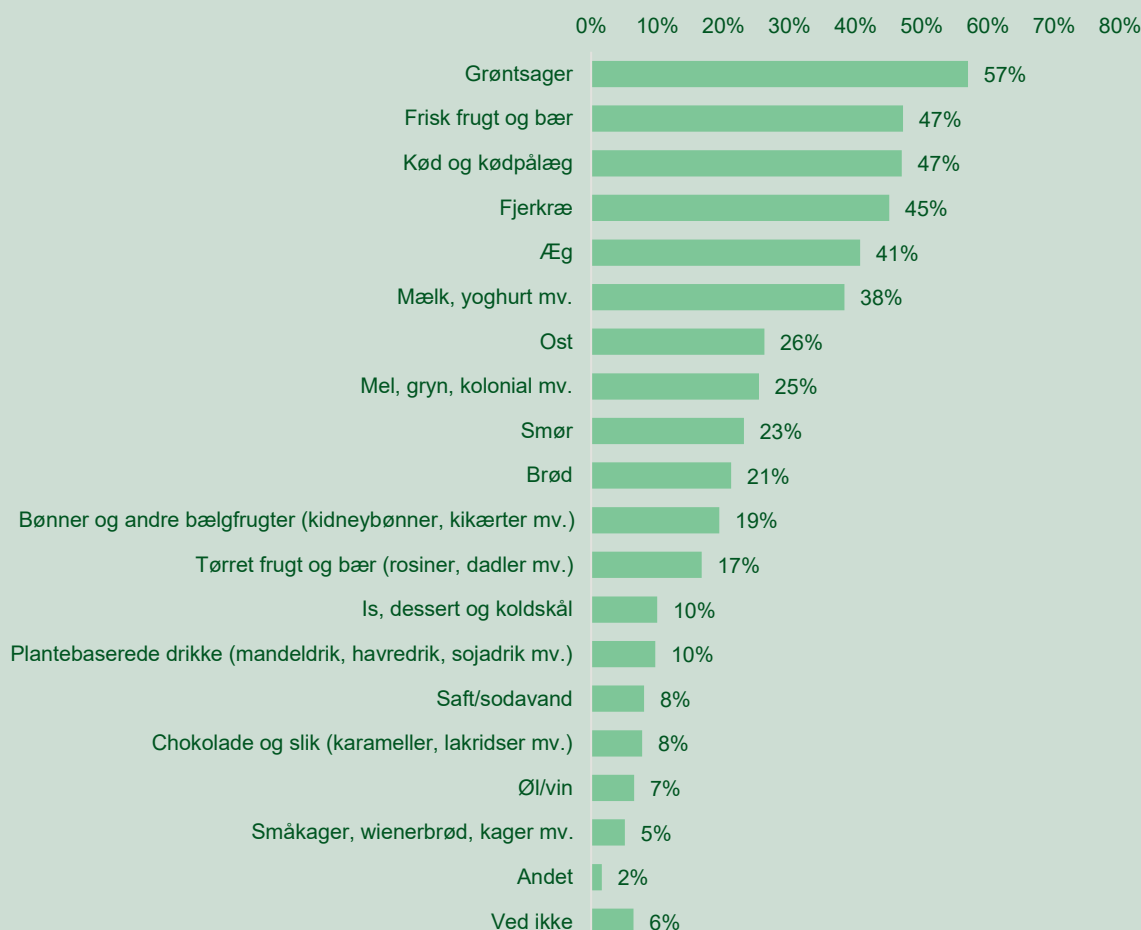


Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2025 n=1598, heraf 18-29 år n=327, 30-39 år n=279, 40-49 år n=245, 50-59 år n=278, 60-69 år n=250 og 70+ år n=219. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

De deltagere, der forventer at købe mere, er derefter blevet spurgt om, hvilke typer fødevarer de forventer at købe mere af i en økologisk variant. Her ser vi, at den mest populære kategori at købe økologisk – nemlig grøntsager – også er det, som flest forventer at købe mere af, når man tænker 1-3 år frem. På andenpladsen finder vi frisk frugt og bær, som 47 pct. forventer at købe mere af om 1-3 år, mens tredjepladsen indtages af 'kød og kødpålæg'.

Figur 11: Hvilke fødevarer forventer du at købe mere af i en økologisk variant, end du gør i dag?

NB: Spørgsmålet er kun stillet til de deltagere, der svarer, at de forventer at købe mere.



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2025 n=767 (forventer at købe mere økologi om 1-3 år). Mulighed for flere svar.

Vi så tidligere, at det lidt oftere er de yngste deltagere, der forventer at købe mere økologi om 1-3 år, end de gør i dag. Denne aldersgruppe forventer oftere end gennemsnittet at købe mere af de samme varer som gennemsnittet. Samtidig forventer de at købe mere af 'bønner og andre bælgfrugter' og 'plantebaserede drikke', samt luksusvarer som 'is, dessert og koldskål', 'chokolade og slik', 'saft og sodavand', hvis de ser 1-3 år frem.

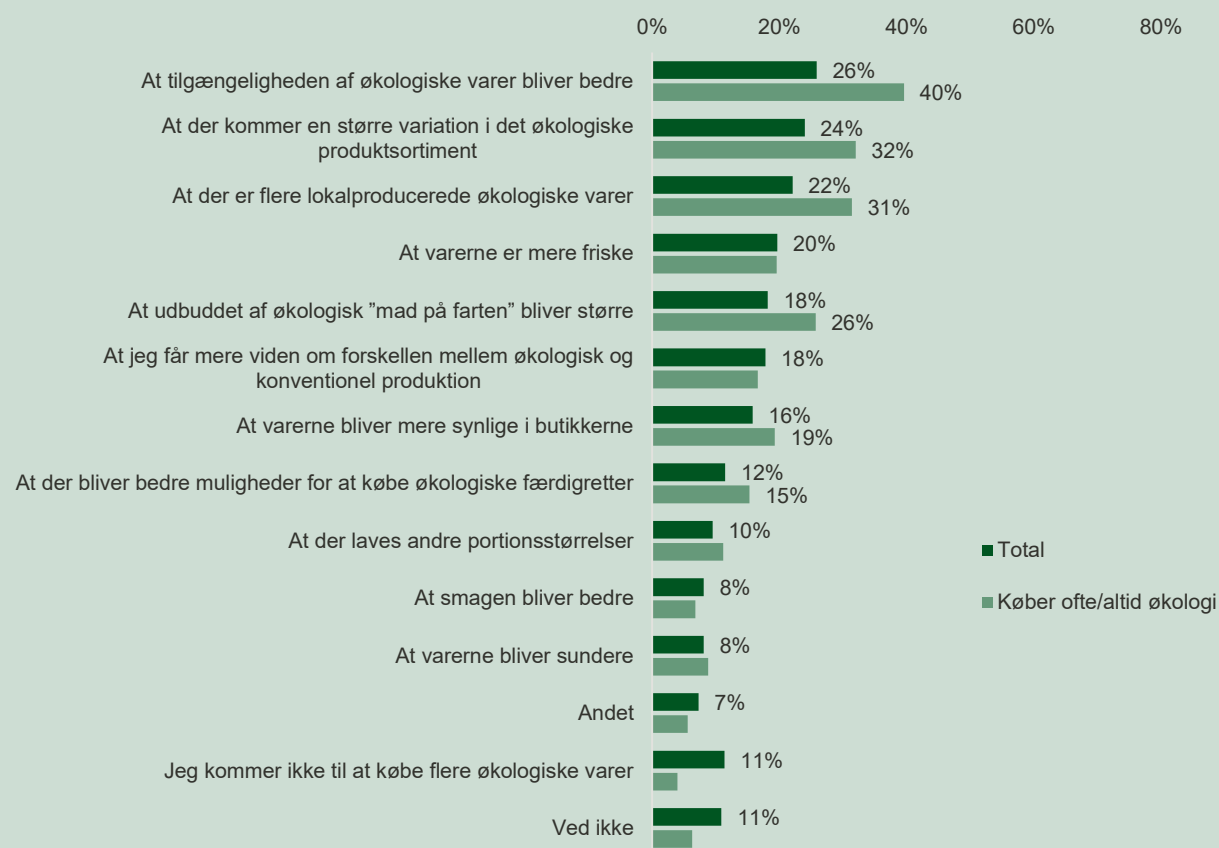
Større viden om økologi vil få nogle forbrugere til at købe mere økologi, end de gør i dag

Hvad skal der så til, før man vil købe flere økologiske fødevarer, end man gør i forvejen? Tidligere undersøgelser har vist, at majoriteten angiver prisen som den største forhindring. Men ser danskerne bort fra prisen, så ville hver fjerde dansker købe mere økologi, hvis tilgængeligheden af økologiske varer blev bedre, eller hvis der kom en større variation i det økologiske produktsortiment. Tæt herefter finder vi 22 pct., der ville købe mere økologi, hvis der var flere lokalproducerede økologiske varer på hylderne.

Det er 18 pct., der ville købe mere økologi, hvis de fik mere viden om forskellen mellem økologisk produktion og konventionel produktion. Det er markant oftere de yngste deltagere, der svarer dette. Blandt 18-29-årige svarer hele 27 pct., at de ville købe mere økologi, hvis de fik mere viden om forskellene mellem økologisk og konventionel produktion.

Ser vi endnu en gang nærmere på økologi-forbrugere, der ofte eller altid lægger økologisk mad og drikke i indkøbskurven, angiver de markant oftere netop disse tre faktorer som noget, der ville motivere dem til at købe (endnu) mere økologi, end de gør i forvejen. De nævner samtidig oftere end andre, at de ville købe mere økologi, hvis udbuddet af økologisk mad på farten blev større, eller hvis der var mere synlighed i butikkerne.

Figur 12: Hvis du ser bort fra prisen på økologi, hvad skal der så til, for at du vil købe flere økologiske fødevarer? Angiv gerne op til 4 svar.



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer maj 2025 n=1482 (køber økologi minimum sjældent), heraf køber ofte/altid økologi n=560. Undersøgelserne er nationalt repræsentative på køn, alder, region og uddannelse.

Konklusion: Stabilisering i andelen af økologiforbrugere og grund til forsigtig optimisme for fremtiden

Spørger vi danskerne om deres køb af økologi, ser vi en stabilisering hen over årene. Lidt flere end hver tredje dansker svarer, at de 'ofte' eller 'altid' køber økologi, mens 40 pct. svarer, at de 'nogle gange' køber økologi. Dette er stort set samme andele som i 2021, 2022 og 2023 og peger på en stabilisering for økologi, når det gælder forbrugere, der har taget økologien til sig og ofte eller altid lægger det i kurven, når de handler. Kun 5 pct. køber omvendt 'aldrig' økologi, hvilket er en meget lav andel. Grøntsager, æg, mælk/yoghurt og frisk frugt og bær er de typer fødevarer, som forbrugere typisk køber økologisk. Dernæst kommer mel, gryn og kolonial, som 28 pct. typisk køber i en økologisk udgave. Dét at undgå sprøjtemidler er som tidligere år den vigtigste grund til at købe økologiske fødevarer. 28 pct. køber økologi, fordi de gerne vil bakke op om økologien generelt.

Halvdelen forventer at øge deres forbrug af økologi om 1-3 år

Der er grund til forsigtig optimisme fremadrettet for producenter af økologiske fødevarer. Ser danskerne 1-3 år frem i tiden, er det nemlig hele 48 pct., der forventer at øge deres forbrug af økologi i forhold til deres forbrug i dag, mens 40 pct. forventer at forbruge det samme som nu. Kun 5 pct. forventer at købe mindre, end de gør i dag. Mange ser således lyst på fremtiden og deres egne muligheder for at øge forbruget af økologi. Særligt de yngste deltagere i undersøgelsen giver udtryk for optimisme. Det er hele 18 pct. blandt de yngste deltagere, der forventer at købe 'meget mere' økologi om 1-3 år, mens 38 pct. forventer at købe 'lidt mere'. Formentlig kan denne optimisme for fremtidigt forbrug kædes sammen med en forventning om ændring i ens personlige økonomi, fx når en evt. uddannelse er afsluttet og man har etableret sig med fast job. Bakker man op om principperne i økologien og ser produktionsformen i et positivt lys, kan et større økonomisk råderum give flere muligheder for også at prioritere økologien, når man handler.

Mere viden om økologisk produktion kan potentielt få flere til at prioritere økologien

Blandt deltagerne ville 18 pct. købe mere økologi, hvis de fik mere viden om forholdene i økologisk produktion – for de yngste i undersøgelsen er det hele 27 pct. Adspurgt om forskellige udsagn om dyrevelfærden i økologisk produktion, er det blot kun 43 pct., der er enige i, at økologiske køer har adgang til græsmarker fra april til oktober, mens 37 pct. er enige i, at dyr i den økologiske produktion har mulighed for at udleve deres natur, som fx at rode i jorden. Tilslutningen til de forskellige sande udsagn indikerer et behov for at kommunikere mere om dette til forbrugerne. Målgruppen for denne kommunikation kan med fordel være rettet til yngre danskere u. 40 år. Her er der nemlig færre end gennemsnittet, der er enige i de forskellige sande udsagn om forholdene for dyr i den økologiske produktion. Øges kendskabet til økologiens forskellige kerneværdier kunne det potentielt bidrage til, at flere både blandt yngre og ældre målgrupper i fremtiden vil prioritere økologiske fødevarer, når de handler.

Forbrugerne foretrækker økologi fra Danmark

Ser man bort fra prisen, kan en bedre tilgængelighed af økologiske varer og en større variation af økologiske produkter være medvirkende faktorer til, at man ville købe mere økologi. Særligt forbrugere, der i forvejen ofte eller altid køber økologi svarer, at netop dette ville få dem til at købe (endnu) mere økologi, end de gør nu. Tre fjerdedele af de danske forbrugere foretrækker økologiske råvarer produceret i Danmark – gerne fra en lokal egn.

Om analysen

Forbrugerundersøgelsen om økologi er gennemført af Norstat for Landbrug & Fødevarer i maj 2025 blandt 1.598 danskere mellem 18-80 år. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. I analysen sammenlignes der med samme undersøgelse gennemført året før af Voxmeter for Landbrug & Fødevarer. I denne undersøgelse deltog 1.000 danskere ml. 18-80 år. Denne undersøgelse er ligeledes nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

Billedet på forsiden er fra Pexels.com, brugerprofilen Electra Studio, billede nr. 32883186-7026886.