

8. januar 2015

Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000 E info@lf.dk
F +45 3339 4141 W www.lf.dk

Økologiske forbrugere lever sundere

De forbrugere, der oftere end andre køber økologiske fødevarer, lever typisk sundere end andre. Endvidere viser det sig, at der er gode muligheder for at få endnu mere økologi afsat til forbrugerne i Danmark.

Økologiske forbrugere lever sundere

Generelt har de forbrugere, der går efter økologiske fødevarer, en sundere kost end gennemsnittet. De bestræber sig i højere grad på at spise sundt i det daglige og spiser f.eks. flere grøntsager end gennemsnittet. De forbrugere, der oftere end andre køber økologiske fødevarer, er endvidere typisk bosat i hovedstadsområdet og har en lang eller mellemlang uddannelse bag sig.

Økologisk kød opfattes som mere velsmagende

De væsentligste be væggrunde for at købe økologiske fødevarer er dyrevelfærd og miljøhensyn. Derudover lægger forbrugerne vægt på god spisekvalitet og smagsoplevelsen. Der er dog noget paradoksalt ved den oplevede forskel i smagsoplevelsen. I en blændet smagstest kunne forbrugere faktisk ikke smage forskel på, om det var økologisk eller konventionelt kød, de fik serveret. Men da forbrugerne fik at vide, hvilket kød der var økologisk, og hvilket der ikke var, blev det økologiske kød foretrukket; det blev endda vurderet til at smage bedre end det konventionelle kød. Dette viser meget godt, at økologisk kød har en vis signalværdi, og vigtigheden af, at omgangskredsen ved, at økologi prioriteres højt hos disse forbrugere.

Økologi er et tilvalg

Generelt opfattes økologisk landbrug mere positivt end det konventionelle. Modsat konventionelle landbrug opleves økologiske landbrug som værende drevet af idealer, omtanke og nærvær, og det bidrager til den øgede opfattelse af, at kødet har merværdi. Forbrugerne har imidlertid svært ved at forklare, hvad "økologisk" landbrugsproduktion præcist indebærer.

Tilgængelighed kan øge salget

Hvis salget af økologisk kød skal øges, er det vigtigt, at det gøres tilgængeligt for forbrugerne. Hverdagskødet skal være tilgængeligt i de dagligvarebutikker, hvor forbrugerne typisk kommer, og det skal være nemt at finde i køledisken. Prisforskellen til det konventionelle kød skal opleves som rimelig. I weekenden, og ved særlige lejligheder, er der i højere grad fokus på den gode smag, og på at kødet skal være økologisk. Det understøttes af, at de økologiske forbrugere vægter signalværdien, der er ved at købe økologisk kød. Weekendkødet skal også være nemt at finde i køledisken, og der skal være stort fokus på, at kødet smager godt, da det er det, forbrugerne forventer af det økologiske kød. Forbrugerne er villige til at betale mere for weekendkødet, da den oplevede smagsforskel, i forhold til det konventionelle kød, har større betydning end prisforskellen. Det er desuden vigtigt, at Ø-mærket fremgår meget synligt, da forbrugerne i høj grad har tillid til mærket. Derudover bør forbrugernes bevæggrunde for at købe økologisk kød imødekommes i markedsføringsammenhænge. Fokus bør være den merværdi, økologi tilfører kødet, ved f.eks. at det opleves som mere velsmagende samt fortællinger om den måde, kødet er produceret på.

Kilder

Fødevareanalysen er udarbejdet på baggrund af et nyt speciale: "Økologiske forbrugere og deres bevæggrunde for at købe økologi – med fokus på kød", leveret i december 2014. I forbindelse med specialet er der udarbejdet en række kvalitative interviews blandt forbrugere af økologiske fødevarer. Specialet er udarbejdet af Stephanie Lemaitre, og er et kandidatspeciale ved Danmarks Tekniske Universitet.



Landbrug & Fødevarer

Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000
F +45 3339 4141

E info@lf.dk
W www.lf.dk

Yderligere kontakt

Marianne Gregersen
Ninna Aarfelt Andersen

3339 4677 mgr@lf.dk
3339 4310 naa@lf.dk