

Væksten i forbrug af øko-varer

Efterspørgslen efter økologiske fødevarer er vokset kraftigt i Danmark og mange andre vestlige lande de seneste ti år. Forbruget udgør dog stadig kun få procent af det samlede fødevarerforbrug i de fleste lande. I dag er det en nicheproduktion, men den har måske potentialet til at sprænge alle rammer og opnå betragtelige markedsandele, siger seniorforsker Mette Wier, AKF.

Nærværende artikel gengiver resultater fra forskningsprojektet "Efterspørgslen efter økologiske fødevarer", der udføres af AKF i regi af Forskningscenter for Økologisk Jordbrug. I dette projekt er det analyseret hvilke faktorer, der kan styrke en sådan udvikling.

Det danske marked

Danmark er specielt velegnet til analyser af det økologiske marked, fordi det danske forbrug set i international sammenhæng er meget højt og der kan konstateres nogenlunde velfungerende markeder uden de barrierer, der ellers ofte ses i udlandetⁱ. Det hænger sammen med, at danske økologiske varer for størstedelen sælges gennem den konventionelle detailhandel og således ikke på forhånd afskærer store dele af forbrugerne fra køb. Samtidigt er udbuddet – sammenlignet med de fleste andre lande – nogenlunde stabilt for mange varegrupper og endelig har Danmark en særdeles velfungerende statslig mærknings- og kontrolordning, som forbrugeren generelt kender og har tillid til. Disse faktorer indebærer tilsammen, at det danske marked er nogenlunde velfungerende og i mange henseender tilbyder information om fremtidens marked i andre lande.

I projektet analyseres forbruget af 4 varegrupper: mejerivarer, mel/brød-varer, kød og andet, hvor sidstnævnte gruppe bl.a. indeholder frugt og grønt. Mejerivarer har den største økoandel (dvs. forbrug af økologiske varer i forhold til det samlede forbrug af varer). Den er godt 10% og dermed over dobbelt så høj som både mel/brødgruppen og andre fødevarer, herunder frugt og grønt. Her ligger økoandelen på mellem 4 og 5%. Lavest ligger kødgruppen, hvor økologisk kød endnu har en marginal position på markedet, idet økoandelen er omkring 1,5%.

Foretages samme analyse af de enkelte varer i modsætning til hele varegruppen er variationen langt større – også inden for grupperne. Inden for mejerigruppen er der størst spredning – i spidsen ligger mælk, der har en økoandel på hele 17%ⁱⁱ.

I projektet betragtes udviklingen fra starten af 1997 til slutningen af 1998. I den periode har der været højest vækst i mel/brød gruppen og lavest ved de øvrige fødevarer. For alle fire grupper gælder, at økoforbruget har været stigende. For mejeri- og mel/brødgruppen, samt gruppen af øvrige fødevarer er dette sket parallelt med faldende økopris i forhold til den konventionelle.

Også forbruget af økologisk kødprodukter har været voksende, men her ses stigende økopris i forhold til en faldende konventionel pris over perioden. Det øgede salg kan derfor ikke forklares ved udviklingen i de relative priser, men skyldes sandsynligvis en

“indtrængningseffekt”, hvor salget stiger støt til givne eller stigende priser. Forklaringer bag denne effekt kan være øget udbud, øget markedsføring eller skiftende præferencer, dvs. stigende interesse for økologiske varer, uanset prisudviklingen. En del af kødmarkedet – visse typer oksekød – kan også være præget af kogalskabsskandalen, hvilket sandsynligvis kommer til udtryk i, at hakket oksekød har kødgruppens højeste vækst på trods af en betragtelig merpris. Selvom kogalskab endnu ikke var konstateret i Danmark på dette tidspunkt (1997/98), kan det alligevel påvirke kødmarkedet for så vidt, at forbrugerne har mistillid til den offentlige kontrol. Det kan både være kontrollen vedrørende oprindelsesland for importeret kød eller kontrol af besætninger i ind- såvel som udland.

Projektets data

I projektet anvendes data fra analyseinstituttet GfK Danmark A/S, GfK ConsumerScan. Her opgøres forbruget af økologiske og konventionelle fødevarer og tilhørende priser for et panel bestående af 2000 repræsentativt udvalgte husstande i årene 1997-98. GfK-dataene er velegnede til at modellere økonomisk efterspørgsel, da de indeholder oplysninger om både priser og mængder. Registreringen foregår ved, at forbrugerne hver uge rapporterer deres indkøb i en indkøbsdagbog. Der indgår 140 varegrupper, der dækker omkring 80% af danskernes dagligvarebudget.

Forklaringsmodel

Modellen er et økonometrisk efterspørgselssystemⁱⁱⁱ, hvor vareforbruget bl.a. forklares ud fra ændringer i de økologiske varers priser i forhold til de konventionelle varers priser og forbrugernes disponible indkomst eller deres samlede private forbrug. I modellen er en trend inkluderet. Denne trend antages at dække flere underliggende udviklinger, der ikke er indeholdt specifikt i modellen. For det første er udbudet af de fleste økologiske varer steget gennem perioden. I realiteten har mange varer været fuldt udsolgt i perioder, og man kan her formode en betragtelig overefterspørgsel. For det andet er både markedsføringen i diverse medier og eksponeringen i butikkerne af de økologiske varer taget til gennem perioden. Dette øger synligheden og opmærksomheden omkring varerne, hvilket i sig selv har en salgseffekt, og derudover påvirkes forbrugernes præferencer. Ligeledes kan der forventes en positiv effekt fra nyhedsmediernes, der har formidlet en lind strøm af (skræk)historier og kritiske artikler vedrørende det konventionelle landbrugs produktionsmåde og fødevarerets kvalitet. I disse situationer vil forbruget stige, når udbuddet stiger, også selv om priserne ikke ændres.

Modellens forklaringssevne

Den opstillede model er i stand til at forklare udviklingen i det økologiske forbrug tilfredsstillende. Dvs. at udviklingen i varepriser, i det samlede forbrug og en trend, der dækker ovennævnte “indtrængningseffekt” tilsammen fanger udviklingen udmærket. Grafik over den faktiske udvikling sammenlignet med den modelberegnete kan findes i Wier og Smed (2000). Bedste resultater ses ved mejerivarer og ved mel/brødgruppen i den forstand, at forbruget af disse varegrupper opfører sig i overensstemmelse med teorien og derfor kan forklare af modellen. Forbruget af kød og af øvrige fødevarer er noget vanskeligere at forklare med den opstillede model.

Betydning af priser og forbrugsniveau

Forbruget af økologiske varer er langt mere prisfølsomt end forbruget af konventionelle varer. Dette resultat er helt centralt og viser, at høje merpriser på økovarer er en afgørende barriere for stigende omsætning. Det viser ydermere, at salget af økovarer vil stige markant, hvis merpriserne falder. Estimationerne viser, at salget vil stige procentvist mere end prisfaldet, da de estimerede priselasticiteter er over 1. Generelt er forbruget af de konventionelle produkter langt mindre følsomt overfor prisændringer end de økologiske produkter. Ydermere ses, at animalske produkter er mere prisfølsomme end vegetabiliske. Et andet interessant resultat er, at alle økovarerne er "luksusvarer", idet den økologiske del af forbruget stiger med det samlede forbrugs størrelse. Også dette resultat står i modsætning til resultaterne for de konventionelle varer, der i stort set alle tilfælde er såkaldte "nødvendige" varer. Betragtes enkelte varer inden for mejerigruppen, kan det konstateres, at der generelt ses højere pris- og indkomstfølsomhed, jo mere forarbejdede produkterne er.

Konsekvensberegninger

Ved hjælp af modellen kan det beregnes, at fald i merprisen på økologiske varer på 20% alt andet lige kan øge forbruget markant. Økoandelen for mejerivarer kan stige til 15%, for mel/brødgruppen til knap 7%, for kødvarer til godt 2% og for øvrige fødevarer til knap 6%. Da forbruget er prisfølsomt, vil politiske tiltag rettet mod denne parameter være effektive. Det kan fx være at fritage økologiske varer for moms, yde tilskud til økologisk produktion eller pålægge afgifter på konventionel landbrugsproduktion, fx afgifter på pesticider og kunstgødning. Analysen i dette studie viser, at sådanne tiltag alle vil have markante effekter.

Forbrugerkaraktistika

I projektet analyseres hvilken betydning forskellige socioøkonomiske og demografiske forbrugerkaraktistika har. Det kan konkluderes, at både forbrugerens alder og deres børns alder har betydning for deres økoandelen. Således har yngre forbrugere under 40 år og småbørnsfamilier højest økoandele – dog er denne indflydelse ofte forskellig fra vare til vare. Ved enkelte varer er det de ældre forbrugere over 60 år, der har de højeste økoandele, og ved andre varer er det familier med større børn, der har de højeste økoandele. Generelt ser det ud til, at forældrene først og fremmest køber økologisk af de varer, børnene spiser meget af, og disse varer varierer med børnenes alder. Ved husholdningsindkomst og bymæssighed er der indikation for, at højere husholdningsindkomst og bopæl i byområder fører til højere økoandel, men billedet er ikke helt entydigt.

Et andet interessant resultat er, at forbrugets prisfølsomhed er forskellig i forskellige typer husstande. Generelt har husstande med høje økoandele lavest prisfølsomhed, og omvendt har husstande med lave økoandele høj prisfølsomhed. En konsekvens af dette er, at prisfald på økologiske varer vil have størst effekt i husholdninger med lave økoandele – her er merprisen tilsyneladende en afgørende barriere. I husholdninger med høje økoandele er forbruget i højere grad afhængig af andre faktorer, og øget salg opnås måske bedst ved andre virkemidler end at sætte prisen ned.

ⁱ Wier, M og C. Calverley (1999): Forbrug af økologiske fødevarer. Del 1: Den økologiske forbruger. Faglig rapport fra DMU nr. 272.

ⁱⁱ Wier, M og S. Smed (2000): Forbrug af økologiske fødevarer. Del 1: Modellering af efterspørgslen. Faglig rapport fra DMU nr. xx.

ⁱⁱⁱ Almost Ideal Demand System, introduceret i Deaton, A & J. Muellbauer (1980): An Almost Ideal Demand System, *American Economic Review*, 70:312-326.