

Ekologisk mat i Sverige och Danmark

– skillnader och likheter i försäljning och styrmedel



Naturskyddsföreningen

Inledning

Danskarna köper mest ekologisk¹ mat i världen. Våra nordiska grannar köper till och med dubbelt så mycket mer ekologisk mat än vad vi svenskar gör. Utav den totala livsmedelsförsäljningen år 2011 var 7,8 procent ekologisk i Danmark och 4,1 procent i Sverige.²

Konsumtionsmönstren i Sverige och Danmark anses vara liknande i stort men just när det kommer till ekologisk konsumtion tycks Sverige ligga cirka 5-10 år efter den danska konsumtionsutvecklingen.

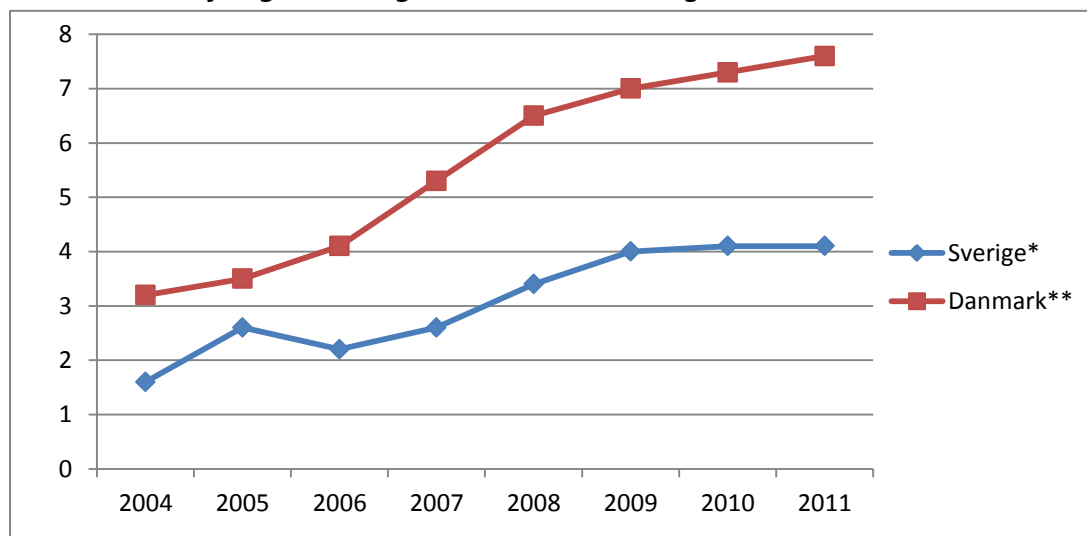
I Sverige, med fortsatt samma tillväxttakt, beräknas den ekologiska försäljningen att uppgå till drygt 6 procent år 2020, något som danskarna redan uppnådde 2010.³ I Danmark bedöms ekoförsäljningen fördubblas till år 2020 det vill säga till 16 procent.⁴

Hur kommer det sig att danskarna är bättre än oss svenskar på att köpa ekologisk mat?

I denna PM presenteras kortfattat vilka likheter och skillnader, mellan Danmark och Sverige rörande marknad och politik, som möjligen förklarar varför danskarna konsumerar mer ekologisk mat.

Historisk utveckling av den ekologiska försäljningen

Tabell 1. Försäljning av ekologiska matvaror i Sverige och Danmark 2004-2011



¹ Med ekologiskt avses i detta sammanhang livsmedel som uppfyller EU:s förordning om ekologisk produktion. Förordningen förbjuder t ex användning av kemiska bekämpningsmedel och konstgödsel.

² IFOAM, FIBL (Försäljningssiffrorna gäller för butiksförsäljning, samt försäljning inom offentlig marknad, övriga marknader samt hotell och restaurang)

³ EkoWeb, 2012, sid. 26

⁴ Organic Denmark

*SCB

**Organic Denmark

Total ekologisk försäljning

Sverige har haft en jämn utveckling med några få procentenheters ökning varje år. Fram till år 2004 köpte danskarna cirka tre procent ekologisk mat men sedan dess har den ekologiska försäljningen ökat drastiskt. Exempelvis steg den ekologiska försäljningen med 33 procent mellan år 2006 – 2007 i Danmark.⁵

Offentlig marknad

Av den totala offentliga livsmedelskonsumtionen i Danmark beräknas 7 procent vara ekologiska livsmedel.⁶ I Sverige är det 21 procent av den totala offentliga konsumtionen som är ekologisk.⁷

I butik

Både i Sverige och i Danmark sker mellan 74-80 procent av den ekologiska försäljningen i detaljhandelskedjorna till skillnad mot andra europeiska länder där försäljningen till stor del sker t.ex. i hälsokostaffärer.⁸

Politiska konsumtions- och produktionsmål – Danmark har ambitiösare politiska mål

Långsiktiga politiska mål och åtgärder rörande ekologisk produktion anses ha en viktig roll som motivation för både producenter och konsumenter. Många menar att det idag saknas tydliga signaler från beslutsfattare i Sverige om vad politikerna vill med ekologisk produktion.

Bland annat visar statistik från Jordbruksverket att omställningsarealen i Sverige står still för andra året i rad då många upplever att det politiska stödet är svagt och enligt handeln viker konsumtionen för exempelvis ekologisk mjölk.⁹ Danmarks regering införde redan år 1987, som första landet i världen, statliga styrmedel och mål för att främja ekologisk produktion och konsumtion och har sedan dess haft det.¹⁰ Det första svenska politiska målet rörande ekologisk livsmedelsproduktion togs 1989.¹¹

Produktionsmål

Produktionsmål återfinns i både Danmark och Sverige. Den danska staten har nyligen satt ett ekologiskt produktionsmål det vill säga att fördubbla den ekologiska odlingsmarken till 15 procent innan år 2020. I dagsläget är 6,9 procent av den totala odlade marken i Danmark

⁵ Organic Denmark, 2012

⁶ Organic Denmark

⁷ EkoWeb, 2013, sid. 12

⁸ EkoWeb, 2012, sid. 13

⁹ Ekologiskt forum, 2013

¹⁰ Organic Denmark

¹¹ Livsmedelsekonomiska institutet, 2002, sid. 24

ekologisk.¹² I Sverige var produktionsmålet att 20 procent av den totala jordbruksarealen ska vara ekologisk år 2010. För nuvarande i Sverige utgör den ekologiska odlingsmarken 15 procent av den totala.¹³ En förklaring till de högre arealerna i Sverige är att ekologisk vallodling (fodergräs) upptar en stor del av arealen. I viss mån kommer detta till konsumenterna som ekologiskt kött och mjölk. Det är dock inte självklart att det blir ekologiska produkter för att vallen odlas ekologiskt. I Danmark finns en omfattande produktion av ekologiska grönsaker som tar mindre mark i anspråk.

Inget nytt beslut om produktionsmål har tagits i Sverige. Jordbruksverket fick i uppdrag att utreda den ekologiska produktionen 2011. Rapporten, som presenterades 2012 föreslog att 20 procent av den svenska jordbruksmarken ska vara ekologisk certifierad år 2020. Beslut angående produktionsmål planeras till hösten 2013 inför landsbygdsprogrammet 2014-2020.

Konsumtionsmål

I både Sverige och Danmark finns det mål för konsumtion av ekologiska livsmedel inom offentlig sektor. I Danmark är målet att genomsnittet för ekologisk livsmedelskonsumtion inom offentliga kök bör vara över 60 procent år 2020. I dagsläget beräknas den ekologiska offentliga konsumtionen i Danmark år 2012 vara 7 procent av den totala offentliga konsumtionen.¹⁴

I Sverige finns det ett motsvarande mål, att 25 procent av den offentliga livsmedelskonsumtionen ska utgöras av ekologiska livsmedel år 2014. Detta är ett mål som egentligen skulle ha uppnåtts år 2010.¹⁵ Sedan detta mål förlängdes har inte något nytt beslut tagits rörande ekologisk produktion eller konsumtion i Sveriges.¹⁶

I Sverige är andelen ekologisk konsumtion inom den offentliga sektorn 21 procent tack vare stora satsningar på kommunal nivå. Fortsätter ökningen i samma takt som den gjort de senaste åren i Sverige beräknas målet med 25 procent uppnås 2013.

Det finns dock inget beslut i Sverige om ett mer långsiktigt mål såsom i Danmark.¹⁷ Avsaknaden av tydliga politiska konsumtionsmål på nationell nivå i Sverige riskerar arbetet på regional och kommunal nivå att avstanna.¹⁸

Export

I Danmark har regeringen visat ett starkt stöd för ekologiska livsmedelsprodukter. Bland annat har den danska regeringen utarbetat en strategi för hur den ekologiska produktionen och konsumtionen kan utvecklas och stärkas. I denna strategi vill den danska regeringen

¹² Organic Denmark, 2013

¹³ Jordbruksverket 2012:37, sid. 5

¹⁴ Organic Denmark

¹⁵ Ekologiskt forum

¹⁶ EkoWeb, 2012, sid. 25

¹⁷ EkoWeb, 2012, sid. 11

¹⁸ EkoWeb, 2012, sid. 25

bland annat fokusera på att öka exporten av ekologiska livsmedel. Bland annat hade den danska exporten av ekologiska livsmedel tredubblats mellan år 2006-2010.

Till det fortsatta arbetet har den danska staten därför öronmärkt 20 miljoner danska kronor för åren 2012-2013. Dessa pengar kommer att användas till att primärt fokusera på den svenska och tyska marknaden, i andra hand den italienska, franska, finska och engelska marknaden genom en riktad marknadsföring av de danska ekologiska varorna. Dessutom vill den danska regeringen påverka EU:s arbete med ekologiska livsmedel bland annat genom att marknadsföra ekologisk produktion och EU:s ekomärkning i större utsträckning.¹⁹

I Sverige vill regeringen, inom Matlandet Sverige, främja export av svenska livsmedel men dock finns inget fokus på ekologiska livsmedel och inte heller några öronmärkta pengar till detta. Den svenska regeringens budgetförslag som presenterades 19 september 2013 innehöll inte heller några specifika satsningar på export av ekologiska livsmedel.²⁰

Politiska mål

	Danmark	Sverige
Produktionsmål – ekologisk jordbruksareal	15 % år 2020	20 % år 2010
Konsumtionsmål - offentlig sektor	60 % år 2020	25 % år 2014
Ekonomiskt stöd till exportsatsning av ekologiska livsmedel	X	

Branschorganisation – Danmark har en branschorganisation

Något som sägs påverka danskarnas köp av ekologiska livsmedel är att åtta ekologiska organisationer år 2002 tog steget att skapa en gemensam organisation, *Organic Denmark*. Branschorganisationen skapades bland annat för att leda den ekologiska exportsatsningen. Under samma tak återfinns 55 anställda som arbetar med ekorådgivning, marknadsutveckling, kommunikation/PR och lobbying vilket är områden som sägs ha bidragit till den danska framgången. 2 400 konsumenter är medlemmar, 817 ekologiska lantbrukare, 126 verksamheter och 56 intresseorganisationer.

Totalt antal medlemmar i Organic Denmark är 3 399 stycken. Organic Denmark finansieras till 10 procent av medlemmar och sponsorer, 20 procent från rådgivningsverksamheten de har

¹⁹ Økologisk Handlingsplan 2020, sid. 26

²⁰ Regeringen, 2013

gentemot lantbrukare, 30 procent av fonder, 15 procent av den danska staten och 25 procent via EU.²¹

I Sverige saknas en motsvarighet till Organic Denmark. I Sverige har opinionsbildning, marknadssatsningar mm hittills främst drivits av näringen och det civila samhället. I Sverige finns KRAV som är en ekonomisk förening med 26 medlemmar som representerar olika led i kedjan. Bland medlemmarna finns det producenter såsom Ekologiska lantbrukarna, försäljare såsom Arla och Ica, och intresseorganisationer såsom Djurens rätt och Naturskyddsföreningen. KRAV har idag 22 anställda.²²

Ett annat exempel på stöd till ekologisk produktion i Sverige är att regeringen vid olika tidpunkter avsatt ekonomiska medel som olika aktörer kunnat ansöka om för projekt. Medlen har dock sällan varit öronmärkta för ekologiskt utan anslagen har varit bredare.

Butik-/producentrådgivning och kompetensutveckling

Butikerna har en stor roll för konsumenternas köpmönster bland annat genom placering av varor i butik och skyltning.²³ Organic Denmark menar till och med att den stora ökningen av ekologisk konsumtion till stor del beror på att några butiker år 2005 fokuserade mer på sin ekologiska profil genom ökad marknadsföring i sin butikstidning och genom att bredda sitt ekologiska sortiment.

Dessa händelser fick en "spill-over effekt" och därmed ökade intresset för ekologiska produkter i andra butiker, media och bland konsumenter i Danmark. Kombinationen med ett ökat intresse för mat med kvalitet och det ökade utbudet av ekologiska produkter anses ha bidragit till den tilltagande försäljningen av ekologiska livsmedel i Danmark.²⁴

För att fortsätta detta arbete i butikerna har experterna på Organic Denmark till uppgift att utbilda och utveckla koncept för både producenter och försäljare. I Sverige har inte handeln satsat på kampanjer i lika stor utsträckning, även om vissa satsningar finns, t ex COOP:s kampanj om ekologiska ägg, ICAs I love Eco och Axfood om det billigaste eko.

Enligt Ekoweb har år 2012 varit ett lugnt år gällande marknadsföringen av ekologiska varor i detaljhandeln i Sverige. Få kampanjer hade genomförts och få nya produkter hade lanserats. Dessutom var den generella uppfattning bland butikspersonal, som Ekoweb har intervjuat, att ekologiska varor syntes mindre och fått sämre butiksplacering än tidigare. Sverige saknar också en samarbetsorganisation som kan stödja butikernas arbete.²⁵

En annan viktig faktor som sägs bidra till ökad försäljning är kompetensutveckling av personal ute i butikerna vilket är något som Organic Denmark arbetar med. I Sverige var

²¹ Organic Denmark

²² KRAV, 2013

²³ EkoWeb, 2012, sid. 23

²⁴ Organic Denmark, 2012, sid. 3

²⁵ EkoWeb, 2012, sid. 7

utbildning av personal gällande ekologisk mat något som minskade under år 2012.²⁶ Ekologiskt forum²⁷ påpekade i en rapport att kunskapsutveckling inom ekologisk produktion genom forskning, utbildning och rådgivning är mycket viktigt för att ekologisk produktion ytterligare ska stärkas.

I Danmark har mycket pengar satsats på utveckling för forskning rörande ekologisk produktion.²⁸ Alla dessa brister sägs bidra till sämre försäljning då det är aktivitet som föder försäljning.²⁹

Prissättning

En möjlig förklarande faktor till att danskarna köper mer ekologisk kan vara att den relativa prisskillnaden mellan ekologiskt och konventionellt odlad mat minskat något. Prissättningen är ett resultat av förhandlingar mellan såväl producenter, grossister, kedjor som enskilda handlare. Organic Denmark verkar för samarbeten mellan alla led i livsmedelskedjan i syfte att påverka försäljningen och intäkterna.³⁰

Handeln – Danmark har ekoförsäljning på fler marknader

Både i Sverige och i Danmark sker mellan 74-80 procent av den ekologiska försäljningen i detaljhandelsledet. Danmark har fler detaljhandelskedjor med ekologiskt utbud vilket gör att konsumenterna nås av ett jämnare ekologiskt utbud. Därmed påverkas även prissättningen samt ökar tillgängligheten för konsumenterna.³¹ Försäljning av ekologisk mat återfinns i de flesta kedjor i Danmark, även i lågpriskedjorna där den största andelen ekologiska livsmedel säljs.³²

Ekologisk medvetenhet - högre medvetenhet och mer samhällsdebatt i Danmark

Försäljningen av ekologiska livsmedel triggas av en stark debatt om livsmedel, mat, djurskydd, miljö och hur livsmedel produceras. I Danmark finns det en medvetenhet och debatt i samhället angående jordbruksstrategier eftersom jordbruket länge varit en stor och viktig näring som utgjort en stor del av exporten. Det finns en lång tradition i Danmark att arbeta mot olika marknader och ta tillvara på möjligheter inom handel och export. Precis som i Sverige finns ett starkt nationellt intresse för ett välmående jordbruk men i Danmark anses den ekologiska produktionen på ett mycket tydligt sätt stärka konkurrenskraften.³³

²⁶ EkoWeb, 2012, sid. 7

²⁷ **Ekologiskt Forum** (EF) är ett nätverk för alla som är intresserade av ekologisk produktion och konsumtion. Bygger broar mellan forskare, lantbrukare, konsumenter, industri och handel. Verkar för att öka andelen eko och för att öka den ekologiska produktionens hållbarhet genom en bred och konstruktiv dialog. EF bildades 2002 på KSLA - Kungl. Skogs- och Lantbruksakademien och har nu sitt säte vid [SEI - Stockholm Environment Institute](#).

²⁸ Ekologiskt forum

²⁹ EkoWeb, 2012, sid. 7

³⁰ Ekologiska Lantbrukarna

³¹ EkoWeb, 2012, sid. 13

³² Organic Denmark, 2013, Facts and figures

³³ Ekologiskt forum

Kockarna på de danska restaurangerna bidrar också till medvetenheten och den höga konsumtionen av ekologisk mat. Något som även sägs bidra till utvecklingen av ekologisk konsumtion är kockar på världsberömda danska Michelinrestaurangen Noma som gått i fronten för att marknadsföra danska ekologiska råvaror. Även Michelinrestaurangen Relø driver utveckling framåt genom att de har guldmärkning av den danska Ekologiska matmärkningen då de serverar 90-100 procent ekologiskt.³⁴

Sammanfattning

Danskarna konsumerar dubbelt så mycket ekologiska livsmedel än vad svenskarna gör. Några skillnader som går att uttyda mellan Danmark och Sverige gällande försäljning och styrmedel är att den danska regeringen har ambitiösare mål för ekologisk produktion och konsumtion än den svenska regeringen. Dessutom har den danska regeringen en uttalad strategi för att öka exporten av ekologiska livsmedel genom ekonomisk riktat stöd. Danmark har även en branschorganisation med över 50 anställda, som inte har en motsvarighet i Sverige och som arbetar med export och utveckling av ekologiska livsmedel.

Många menar att om ekoförsäljningen ska öka snabbare i Sverige bör regeringen införa ett långsiktigt konsumtions- och produktionsmål såsom de gjort i Danmark.³⁵

Referenser

Ekologiskt forum, <http://ekologisktforum.se/wp-content/uploads/2011/05/Samling-ger-eko-25-juni-2013.pdf>

EkoWeb, 2012, <http://www.lrf.se/PageFiles/64121/Marknadsrapport%20slutlig%202013-01-30%20KLAR.pdf>,

Ekologiska Lantbrukarna, <http://ekolantbruk.se/nyheter/studieresa-till-ekosuccn-danmark>

Jordbruksverket, 2012:37, *Behov av nya mål och åtgärder inom ekologisk produktion i landsbygdsprogrammet*,
http://www2.jordbruksverket.se/webdav/files/SJV/trycksaker/Pdf_rapporter/ra12_37.pdf

KRAV, 2013, <http://www.krav.se/organisationen-krav>

³⁴ Organic Denmark

³⁵ EkoWeb, 2012, sid. 26

IFOAM, <https://www.fibl.org/de/shop/artikel/c/international/p/1606-organic-world-2013.html>

Livsmedelsekonomiska institutionen, 2003, *Samhällsekonomisk analys av ekologisk livsmedelsproduktion*, Rapport 2003:2, http://www.agrifood.se/Files/SLI_rapport_20032.pdf

Organic Denmark, <http://www.organicdenmark.dk/uk/organics-in-denmark.aspx>

Organic Denmark, 2012, <http://www.organicdenmark.dk/media/2093224/organic%20market%20memo%202012.pdf>

Organic Denmark, 2013, <http://www.organicdenmark.dk/uk/organics-in-denmark/history/timeline.aspx>

Organic Denmark, 2013, Facts and figures, <http://www.organicdenmark.dk/uk/organics-in-denmark/facts--figures.aspx>

SCB, 2013, http://www.scb.se/Pages/Product_7916.aspx?Produktkod=HA0103&displaypublications=true

Riksdagen, 2010, *Uppföljning av ekologisk produktion och offentlig konsumtion*, 2010/11:RFR1

Regering, 2013, Budgetproposition 2013, <http://www.regeringen.se/content/1/c6/22/37/09/4d48e26d.pdf>

Økologisk Handlingsplan 2020, http://fvm.dk/fileadmin/user_upload/FVM.dk/Dokumenter/Landbrug/Indsatser/Oekologi/Oekologisk_Handlingsplan_2020.pdf