

Flere familier køber økologiske varer

Flere familier køber altid økologisk

Interviewundersøgelsen i 2001 viser, at der er flere familier, der altid køber økologiske varer. I 2001 undersøgelsen svarer familierne, at:

- 18 pct. altid køber økologiske grønsager, mod 11 pct. i 2000
- 29 pct. altid køber økologiske mejeriprodukter, mod 22 pct. i 2000
- 9 pct. altid køber økologisk kød, mod 6 pct. i 2000.

Der er tale om en stigning i forhold til alle tidligere undersøgelser.

Færre familier køber aldrig økologisk

Undersøgelsen viser også, at færre aldrig køber økologisk. I 2001 undersøgelsen svarer familierne, at:

- 40 pct. aldrig køber økologiske grønsager, mod 44 pct. i 2000
- 40 pct. aldrig køber økologiske mejeriprodukter, mod 44 pct. i 2000
- 61 pct. aldrig køber økologisk kød, mod 66 pct. i 2000

Der har i tidligere undersøgelser været færre, der aldrig købte økologisk, jf. tabel 1.

Tabel 1. Familiernes køb af økologiske varer

	Ja, altid	Ja, af og til	Nej, aldrig	Ved ikke	I alt
	pct.				
Køb af visse økologiske varer					
<i>Økologiske grøntsager:</i>					
1998	16	47	36	1	100
1999	17	50	33	0	100
2000	11	44	44	0	100
2001	18	42	40	0	100
<i>Økologiske mejeriprodukter:</i>					
1998	25	35	40	0	100
1999	27	37	35	0	100
2000	22	34	44	0	100
2001	29	31	40	0	100
<i>Økologisk kød:</i>					
1998	8	32	59	1	100
1999	8	37	54	1	100
2000	6	28	66	0	100
2001	9	30	61	0	100
<i>Andre økologiske varer:</i>					
1998	10	15	75	1	100
1999	11	16	73	0	100
2000	10	15	75	0	100
2001	7	13	80	0	100

Færre familier køber andre økologiske varer

Der er dog færre, der svarer, at de altid køber andre økologiske varer, fx brød, mel og æg samt fisk og frugt, og flere, der svarer, at de aldrig køber andre økologiske varer.



**68 pct. af alle familier
køber økologiske varer**

68 pct. af alle familier køber økologiske varer, og disse er blevet spurgt, hvorfor de køber de økologiske varer. 71 pct. af familierne siger, at det har "meget stor" eller "stor" betydning, at varerne gavner miljøet, og 72 pct. af familierne mener, at det har "meget stor" eller "stor" betydning, at varerne er bedre for dyrevelfærden. 60 pct. af familierne svarer, at det har "meget stor" eller "stor" betydning, at varerne er sundere, og 35 pct. af familierne siger, at det har "meget stor" eller "stor" betydning, at varerne smager bedre. Der er imidlertid også 43 pct. af familierne, der svarer, at smagen ingen betydning har for købet af økologiske varer, jf. tabel 2.

Tabel 2. Argumenters vægtning for familiernes køb af økologiske varer

	Meget stor betydning	Stor betyd- ning	Nogen betyd- ning	Ingen betyd- ning	Ved ikke	I alt
	pct.					
De økologiske varer:						
- <i>gavner miljøet:</i>						
1998	38	40	13	8	1	100
1999	27	41	20	11	1	100
2000	27	44	15	13	1	100
2001	38	33	13	15	1	100
- <i>er bedre for dyrevelfærden:</i>						
1998	35	35	15	14	1	100
1999	25	38	23	13	1	100
2000	25	43	16	15	1	100
2001	38	34	11	18	0	100
- <i>er sundere:</i>						
1998	30	36	17	16	1	100
1999	21	35	24	18	2	100
2000	21	38	19	21	1	100
2001	27	33	19	20	1	100
- <i>smager bedre:</i>						
1998	16	24	20	40	0	100
1999	12	24	29	35	0	100
2000	10	25	26	38	1	100
2001	14	21	22	43	0	2001

Mere information

I serien *Miljø og energi* (Statistiske Efterretninger) udkommer snart mere detaljerede oplysninger om undersøgelsen. Her kan man fx også læse om familiernes brug af genbrugs- og affaldssorteringsordninger, brugen af vand- og elektricitetsbesparende apparater, motiverne til at spare på vand og el, samt hvor meget familierne gør for at spare på el og vand. Desuden er familierne blevet spurgt om deres brug af ukrudtsmidler og giftstoffer mod insekter i haven, og om deres transportvaner til og fra arbejdsplads og uddannelsesinstitution. Se også årbogen *Miljø 2001*, der udkommer i november 2001. Der er desuden mulighed for at købe mere detaljerede oplysninger om familiernes miljøvaner.

Kilder og metoder

Familiernes miljøvaner er blevet undersøgt primo august i de seneste fire år. Der er interviewet et repræsentativt udsnit af befolkningen i alderen 16 - 74 år, således at svarene kan opregnes til at dække alle 2,3 mio. familier i Danmark. Da der er tale om udsnitsundersøgelser, er resultaterne behæftet med en vis usikkerhed.

Næste offentliggørelse

Familiernes miljøvaner august 2002 forventes offentliggjort ultimo september 2002.

Henvendelse

Vibeke Ravn Sørensen, tlf. 39 17 33 16, vkr@dst.dk