

# Forbrugernes efterspørgsel genstand for forskning

Af seniorforsker Mette Wier, Amternes og Kommunernes Forskningsinstitut

Efter en årrække med stadigt stigende forbrug af økologiske varer, har salget af mange økologiske produkter været faldende siden 1999. Nu er udviklingen igen ved at vende – hvad skyldes det? Hvilke barrierer hindrer øget salg, hvilke virkemidler fremmer salget, og hvor meget vil forskellige forbrugere egentlig betale for økologiske varer? Er det natur, dyrevelfærd eller kvalitet, som afgør købet? Hvis vi kendte svaret, ville meget være lettere.

## Et projekt med nye og unikke data

Et nyt forskningsprojekt har derfor til formål at belyse forbrugernes bevæggrunde, og dermed forklare og forudsige markedets udvikling. Projektet skal således give viden, som kan danne grundlag for både den økologiske sektors udviklingsstrategier, og den offentlige politik på området.

Det nyskabende ved projektet er, at der er adgang til data, der muliggør helt nye analyser. Data omfatter registreringer af over 2000 husstandes daglige forbrug af alle vigtige typer dagligvarer over en femårig periode – økologiske og konventionelle produkter. Herved kan vi analysere hvad, hvornår, hvor og hvor meget der købes, hvad det koster og hvem der har foretaget indkøbet. Dertil kommer en række oplysninger om familiemedlemmernes alder, erhverv, uddannelse, indkomst, medievaner og bopælens beliggenhed. Herved kan vi bl.a. estimere forskellige forbrugertypers efterspørgselskurver for forskellige økologiske produkter. Et sådant datagrundlag har aldrig før været til rådighed i den økologiske forbrugerforskning, hverken herhjemme eller i udlandet; faktisk har der været forsket forbavsende lidt på området.

En anden fordel er, at vi kan kombinere viden om forbrugernes faktiske adfærd, med spørgsmål stillet direkte til de samme forbrugere. I projektet udsender vi spørgeskema til husstande, der indgår i databasen og kan på denne måde supplere med viden om forbrugernes holdninger og værdier i forhold til fx miljø, dyrevelfærd, fødevarerikkerhed og vaner omkring madlavning og måltider. En sådan kombination af information er unik.

## Gårdsalg eller færdigretter?

I projektet er der også fokus på to interessante potentialer, henholdsvis alternative afsætningskanaler, der baseres på direkte leverancer udenom almindelige butikker samt - tildels i modsætning hertil - højt forarbejdede, tilberedte produkter, fx færdigretter. Salget af sidstnævnte varetyper stiger i udlandet, og måske står vi over for en lignende udvikling herhjemme. Hvis forbrugerne ønsker disse produkter økologiske, er der store muligheder for producenterne.

## Eksportmarkedet

Forbruget i udlandet har været hæmmet af utilstrækkelige salgskanaler, forvirrende mærkning og høje merpriser, men i mange lande er forbrugernes interesse ligeså høje som i Danmark og der er således et stort eksportpotentiale. I forskningsprojektet har vi adgang til udenlandske data på samme detaljerede niveau, som de danske data, og vi vil således afdække udenlandske forbrugeres efterspørgsel og betydningen af forskellige markedsvilkår.

## Perspektiver

Vi står over for en overvældende mængde af ny information, der gør en markant forbedring af vidensgrundlaget mulig. Informationen kan bl.a. gøre det muligt at opbygge et analyseapparat, der

ikke blot kan give et øjebliksbillede, men også forklare den langsigtede udvikling. På denne måde håber vi at kunne give et vigtigt bidrag til at forklare forskellige forbrugeres tilbøjelighed til at købe økologisk.