

Troværdighed kan være økoeksportens nøgle til Asien

31. august 2017 af: Adjunkt Susanne Pedersen, MAPP Centret, Aarhus BSS, Aarhus Universitet

Efterspørgslen efter økologiske varer er stigende, også i nogle udviklingslande. Det er særligt økologiske varer fra udviklede lande, der er eftertragtet, da de repræsenterer troværdighed. Det kan den danske økologi-eksport udnytte.

Forbrugernes syn på importerede økologiske fødevarer

Formålet med projektet SOMDwIT er at undersøge, hvad ”Made in Denmark” betyder for forbrugere sammenlignet med for eksempel ”Made in Japan”.

Denne undersøgelse fokuserer på importerede økologiske fødevarer i fem forskellige lande – heriblandt Thailand – og har benyttet sig af interviews i butikker, fokusgrupper og en spørgeskemaundersøgelse.

Undersøgelserne viser, at de thailandske økologiske forbrugere generelt helst vil købe fødevarer fra Thailand, hvilket generelt også er tilfældet, hvis man spørger forbrugere i udviklede lande: forbrugere foretrækker hjemlandets produkter.

De thailandske forbrugere har imidlertid større tillid til certificering og økologiske standarder i udviklede lande sammenlignet med hjemlandet (og udviklingslande generelt), og derfor foretrækker de hovedsagelig importerede økologiske produkter fra udviklede lande.

Overordnet har thailænderne ikke et stort kendskab til Danmark, men samtidig har Danmark høj troværdighed som økologisk producent, kun overgået af Japan. Thailandske forbrugere opfatter Japan som mest troværdig, mens Kina bliver opfattet som mindst troværdig.

Troværdighed er nøgleordet

Er man eksportør, og påtænker man at eksportere til nye markeder, som fx Thailand, er det afgørende at vide, hvad der påvirker og har betydning for forbrugerne, når de skal vælge mellem økologiske produkter fra forskellige lande. Her har undersøgelserne blandt andet slået fast, at troværdighed og tillid spiller en nøglerolle – selv når kendskabet til afsenderlandet er begrænset.

Når udviklede lande har troværdige og solide institutioner til at sikre høje og troværdige økologiske standarder, får de lande en konkurrencemæssig fordel på verdensmarkedet. Det er også hovedårsagen til, at de kan konkurrere med de billigere produkter fra udviklingslande.

Det bekræftes af Ejvind Pedersen, chefkonsulent for økologi i Landbrug og Fødevarer, som er medlem af projektets styregruppe. Han vurderer, at Danmarks status som et udviklet land med

troværdige økologiske standarder og solide certificeringsinstanser kan give en konkurrencemæssig fordel: ”Når Danmark selv i Thailand er kendt for stærke traditioner med økologi, troværdige kontrolinstanser og høj tillid, så bør det i højere grad udnyttes af danske økologi-eksportører”.

Projektet anbefaler derfor, at danske eksportører forsøger sig med eksport til det thailandske marked – og andre asiatiske markeder – med fokus på, at dansk økologi er sikkert, da det er forbundet med høj kvalitet og solide og velfunderede økologiske standarder, som man kan stole på.

Projektet er en del af Organic RDD 2.2-programmet, koordineret af ICROFS (Internationalt Center for Forskning i Økologisk Jordbrug og Fødevarsystemer). Det har fået tilskud fra Grønt Udviklings- og Demonstrationsprogram (GUDP) under Miljø- og Fødevareministeriet.