

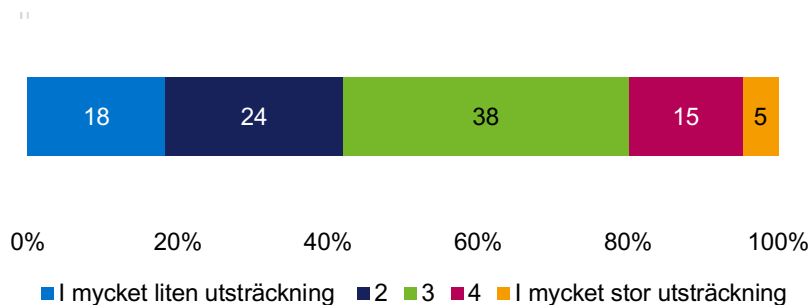
Attityder till ekologiska livsmedel

En konsumentstudie om hinder för att välja ekologiskt

Endast en av fem konsumenter uppger att de i ganska eller mycket hög grad köper ekologiska livsmedel. Samtidigt skulle en majoritet, 76 procent, välja ekologiska alternativ om produkt, pris och varumärke var likvärdigt med andra varor. Högt pris är det största hindret för konsumenter att välja ekologiskt. Det visar en enkätstudie som Konsumentverket låtit utföra.

Det finns tydliga skillnader mellan olika konsumentgrupper. I gruppen studenter anger 27 procent att de i hög grad köper ekologiska livsmedel, jämfört med 19 procent bland yrkesarbetande och endast 15 procent bland pensionärer.

Inköp av ekologiska livsmedel



Fråga: I vilken utsträckning bedömer du att de livsmedel du köper är ekologiska?

Positiv attityd till ekologiska livsmedel

En majoritet, 76 procent, av konsumenterna skulle välja ekologiska alternativ om produkt, pris och varumärke var samma som icke-ekologiska livsmedel. Den grundläggande attityden till ekologiska livsmedel är alltså positiv.

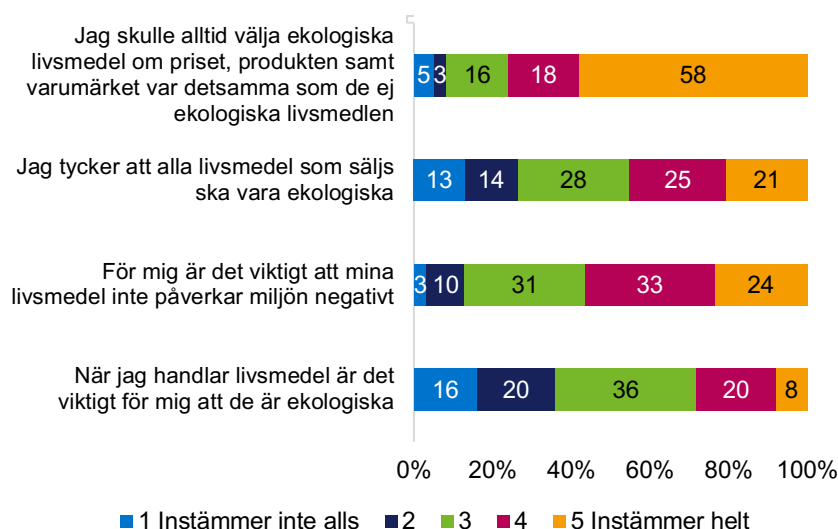
Däremot är det endast 28 procent som anser att det är viktigt för dem att de livsmedel de köper är ekologiska. Andelen är högre bland kvinnor och i hushåll med barn.

20 % säger att de i stor utsträckning köper ekologiska livsmedel.

Majoriteten är positiva till ekologiska livsmedel men endast en fjärdedel tycker det är viktigt att handla ekologiskt.

För en avsevärt högre andel, 57 procent, är det viktigt att de livsmedel de köper inte påverkar miljön negativt. Det verkar alltså inte som att konsumenterna sätter ett likhetstecken mellan ekologiska livsmedel och liten negativ miljöpåverkan.

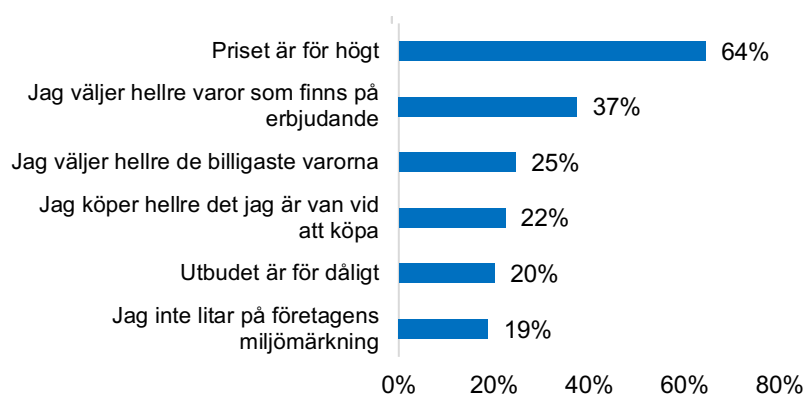
Attityder till ekologiska livsmedel



Högt pris främsta hindret

Studien visar att höga priser på ekologiska livsmedel ses som det överlägset största hindret av konsumenterna. 64 % väljer *För högt pris* som en anledning att inte köpa ekologiska livsmedel. Många väljer billigare alternativ eller livsmedel som är på erbjudande, vilket ekologiska livsmedel inte är lika ofta som icke-ekologiska. Även vanor gör att konsumenter väljer bort ekologiska livsmedel. Konsumenterna anser dessutom att det ekologiska utbudet är sämre än det icke-ekologiska. Det finns en misstro hos konsumenterna mot miljömärkningar och de saknar kunskap om vad märkningarna betyder.

De främsta hindren



Rangordning av de mest betydande hindren för att handla ekologiska livsmedel. (Varje person fick välja max 3 av 19 utvalda hinder).

Pris, utbud, tillit och vana har stor betydelse för konsumentens val.

”Det saknas ofta erbjudanden på ekologiska varor, till skillnad mot konventionella varor.”

Kvinna, 38 år, högskoleutbildad, sjukskriven

”En stor del beror på min brist på kunskap om ämnet. Vad innebär de olika miljömärkningarna? Kan man lita på dem?”

Man, 61 år, högskoleutbildad, heltidsarbetande

Faktorer som ålder, kön, inkomst, utbildning, sysselsättning eller attityd till ekologiska livsmedel påverkar inte hur hindren rangordnas. Dock visar resultatet att män, pensionärer och utlandsfödda överlag är mer ifrågasättande till miljömärkningar och nyttan av ekologiska livsmedel.

Personer som uppgett ett starkt miljöengagemang och en positiv attityd till ekologiska livsmedel ser de flesta hindren som mindre problematiska, men värderar dåligt utbud lika högt som de som har ett lågt miljöengagemang.

Pris, utbud och kunskap påverkar konsumentens val

Undersökningen tyder på att följande krävs för att öka andelen ekologiska livsmedel i konsumenternas varukorgar:

- Mindre prisskillnad mellan ekologiska och konventionellt producerade livsmedel.
- Större utbud av ekologiskt producerade livsmedel.
- Ökad kunskap bland konsumenterna om vad olika märkningar innebär.
- Större tillit till märkningarna och till nyttan av ekologiskt producerade livsmedel.

Om studien

En kvantitativ studie om konsumenters attityder till ekologiska livsmedel och vilka hinder de upplever för att i större utsträckning handla ekologiska livsmedel. Studien genomfördes i form av en webbenkät som besvarades av ett riksrepresentativt urval på 1 004 personer som köpt livsmedel under de sex senaste månaderna.

Konsumenterna fick ta ställning till 19 olika hinder som valts ut som de mest betydande i samråd med relevanta myndigheter och organisationer samt akademien. Enkäten genomfördes april–maj 2021.

”Hur vet man att det verkligen är ekologiskt? Hur vet man att företaget inte bara har klistrat på en lapp om att det är en ekologisk vara?”

**Kvinna, 35 år,
högskoleutbildad,
deltidsarbetande**

Kontakt

Kristina Difs
Hållbarhetsenheten, Konsumentverket