PRESSEMEDDELELSE

# PRESSEMEDDELELSE: De unge hiver gerne flere penge op af lommen, hvis varen er økologisk

Pressemeddelelse · Andre serviceydelser



## De yngre forbrugeres bevidsthed om miljøudfordringer kan være godt for økologiens fremtid, lyder det fra en analytiker.

Økologien er populær blandt de yngre forbrugere.

Forbrugergruppen mellem 16 og 34 år er nemlig mest tilbøjelig til at købe økologi og mener i højere grad end andre aldersgrupper, at økologien med sin merpris giver bedre valuta for pengene.

Det viser en ny analyse fra analysebureauet Mintel, der har undersøgt vanerne blandt 2.000 forbrugere i hhv. Frankrig, Tyskland, Italien, Spanien og Polen, skriver foodnavigator.com.

Der er dog forskelle landene imellem. Eksempelvis mener 38 pct. af de spanske forbrugere mellem 16 og 24 år, betegnet som generation Z, at økologi giver bedre valuta for pengene, mens tallet for alle spaniere er 26 pct. For den tyske generation Z er det 27 pct., der finder merprisen dét værd, mens det for tyskerne som helhed er 21 pct.

Samtidig angiver halvdelen af spanierne, at de vælger økologi for at minimere tilsætningsstoffer i fødevarerne, mens en væsentlig del af italienerne gør det for at minimere eksponeringen for pesticider.

"Generation Z er vokset op, i en tid hvor helbred og velvære er højtprofileret," siger Katya Witham, der er analytiker inden for mad og drikkevarer hos Mintel, ifølge foodnavigator.com.

"For de yngre generationer er det sociale og miljømæssige aftryk fra forbruget meget vigtigt, og det vil sandsynligvis hjælpe med at understøtte en fremtidig vækst i den økologiske sektor," tilføjer hun.

Katya Witham mener desuden, at tallene viser, at der kan være et umættet marked for dyrere økologiske convenience-produkter.

Mintels globale produktdatabase viser da også, at det går fremad for det økologiske udvalg, der i kategorien af nye produkter på markedet har øget sin andel fra 6 pct. i august 2009 til 10 pct. i juli 2019 – altså næsten en fordobling i andelen af nye produkter på 10 år.

Det er særligt forbruget i Europa, der har bidraget til væksten, idet nye fødevareprodukter med en økologisk certificering udgjorde 9 pct. af andelen i 2009 og steg til 17 pct. i 2019. Her er knap en tredjedel af befolkningen i øvrigt også under 30 år, hvilket kan give et fingerpeg om økologiens mulighed for vækst i fremtiden.

Har man fulgt markedsudviklingen de senere år, vil undersøgelsens resultater næppe komme som den store overraskelse, da også tidligere analyser har vist, at de yngre forbrugere – særligt med børn – er større økologiforbrugere end de ældre – det gælder i øvrigt også i USA.

En ny undersøgelse fra YouGov på vegne af den amerikanske kæde Whole Foods viser, at halvdelen af de såkaldte millennials køber mere økologi nu end for fem år siden.

Ifølge tal fra 2016 fra den amerikanske Organic Trade Association er 52 pct. af de amerikanske økologiforbrugere millennials (her defineret som 18-34 år).

*Kilde / Logo / Foto: Økologisk Landsforening*

Online: https://pressemeddelelse.dk/pressemeddelelser/pressemeddelelse-de-unge-hiver-gerne-flere-penge-op-af-lommen-hvis-varen-er-oekologisk/

Pressemeddelelsen er videreformidlet af Pressemeddelelse.dk. Pressemeddelelse.dk er ikke ansvarlig for indholdet. Spørgsmål til indholdet rettes til Økologisk Landsforening.