

## Kendskab til økologi er højt

Af: Kim M. Sønderkov og Carsten Daugbjerg, Institut for Statskundskab, Aarhus Universitet



### Spørgeskemaundersøgelse i fire lande viser, at forbrugere har et overraskende godt kendskab til økologi

En grundlæggende forudsætning for at afsætte økologiske varer på markedet, hvad enten det gælder indenlands eller udenlands er, at forbrugerne ved, hvad økologi er for 'en størrelse'. Derfor har vi i projektet COP under FØJO III i en spørgeskemaundersøgelse i Danmark, Sverige, Storbritannien og USA bedt forbrugerne forholde sig til tre udsagn om, hvad økologi står for. I alt har 4.069 repræsentativt udvalgte forbrugere besvaret spørgeskemaet. En sådan tværnational spørgeskemaundersøgelse om økologi er så vidt vi ved den første af sin art. Der findes allerede et betydeligt antal spørgeskemaundersøgelser, men de er alle nationalt baserede og giver derfor ikke mulighed for at undersøge forskelle landene imellem. Tværnationale forskelle og ligheder er yderst interessante – både fra et forskningsmæssigt udgangspunkt, men også for aktører på økologimarkedet.

De tre beskrivelser af økologibegrebet, som vi bad forbrugerne forholde sig til, var udformet på en sådan måde, at det krævede et godt kendskab til økologibegrebet at svare rigtigt. De to forkerte beskrivelser forvekslede således økologi med henholdsvis fair trade og en konstrueret betegnelse som blandt andet indeholdt krav til smag, kvalitet og sundhed.

Kendskabet til økologi er overraskende stort blandt de adspurgte forbrugere - 75 % gav det korrekte svar. Mindst ligeså overraskende er det, at denne tendens gør sig gældende i alle fire lande. Som det fremgår af nedenstående tabel, er det indgående kendskab til økologi ikke kun at finde blandt storforbrugerne af økologi i Danmark. Både svenskerne, briterne og amerikanerne har også et stort kendskab til reglerne bag økologisk fødevarerproduktion.

Andel, der svarede korrekt (%)	
Danmark	75
Sverige	77
Storbritannien	76
USA	71

Undersøgelsen indikerer således, at der i forbindelse med afsætningen af økologiske varer herhjemme, men også på eksportmarkederne i Sverige, USA og Storbritannien, ikke er det store behov for at oplyse om, hvad økologi er. Kendskabet er der.

Udover disse resultater viser undersøgelsen, at kendskabet er særligt højt hos kvinder og højtuddannede, men også hos unge og folk på landet er kendskabet over gennemsnittet. At højt uddannede og kvinder har det mest indgående kendskab er næppe overraskende; dette hænger formentlig sammen med, at sådanne personer generelt køber mere økologisk og er mere miljøbevidste.

Mere overraskende er det måske, at storbyboer, alt andet lige, ved mindre om økologi end folk, der bor på landet. Sandsynligheden for at en storbyboer svarer rigtigt er 7 procentpoint mindre end en ellers identisk person, som bor på landet.

Endelig viser resultaterne, at hverken stigende indkomst eller hjemmeboende børn er med til at øge økologi-kendskabet. Særligt sidstnævnte resultat er overraskende set i lyset af, at en række andre undersøgelser netop peger på disse to forhold som værende vigtige for økologisk forbrug.

Læs mere om projektet COP på:  
[www.cop.elr.dk/uk](http://www.cop.elr.dk/uk)

*Denne klumme blev bragt d. 14. november 2008 i Økologisk Jordbrug nr. 420.*