

Hvorfor vælger forbrugerne økologisk?

Af: Jan Holm Ingemann, lektor, Institut for Økonomi, Politik og Forvaltning, Aalborg Universitet

Det er ikke ligegyldigt, om der føres landbrugspolitik. Det er heller ikke ligegyldigt, hvilket indhold der lægges i den. Dette gælder også for økologisk landbrug. Har man et politisk mål om at forøge produktion og afsætning af økologiske fødevarer, så må man føre en landbrugspolitik, der understøtter produktion, distribution og efterspørgsel.



Vi ved en del om, hvordan man gennem landbrugspolitik kan stimulere forøget udbud af økologiske fødevarer. Derimod er vores viden om, hvordan vi gennem landbrugspolitik kan stimulere efterspørgslen temmelig begrænset.

Men hvad så med markedet – ved vi ikke, hvad der gør en forskel dér? For det første kan svaret herpå hjælpe os til at finde den mest hensigtsmæssige politik. For det andet gør politik det jo ikke alene: Efterspørgslen skal i sidste ende møde udbuddet på et marked. Så også af den grund er det nyttigt at vide noget om, hvad der får forbrugerne til at vælge økologisk.

Hvorfor vælge økologisk?

Hvad er det så, der har betydning når forbrugerne står ved disken i supermarkedet, eller hvor de nu køber fødevarer? De seneste 10-20 år er der såvel i Danmark som internationalt gennemført en del videnskabelige undersøgelser, der skulle svare på det spørgsmål. Man kan således ikke påstå, at der mangler forskning på feltet. Man kan heller ikke påstå, at der mangler forklaringer på forbrugernes efterspørgsel efter økologi. Groft taget kan man i de mange undersøgelser finde belæg for, at næsten hvad som helst kan forklare forbrugernes efterspørgsel. Og ikke nok med at undersøgelserne peger på vidt forskellige forklaringer; der er også flere af dem, der direkte modsiger hinanden. Der er altså ikke noget præcist eller entydigt svar.

Klima eller zoonoser?

Når nu et væld af forklaringer har set dagens lys, så kan en mulig forklaring på dén forvirring være, at undersøgelserne ikke er lavet ordentligt. Det er fx værd at huske, at sva-

rene i en undersøgelse sjældent er bedre end de spørgsmål man stiller. Men en anden – og måske mere nærliggende – forklaring er, at det, der motiverer forbrugerne til at købe økologisk, er forskelligt f.eks. fra sted til sted, og at motiverne også forandrer sig over tid. Helt aktuelt er der f.eks. udbredte diskussioner om klimaproblematikken. Bare 5-10 år tilbage var der næppe mange, der ville sige, at de købte økologisk for at hjælpe isbjørnene, men i dag kan det være et meget relevant motiv. Til gengæld var der mange dengang, der købte økologisk for at undgå BSE. Det er næppe et motiv, der er særlig ubredt i dag, hvor begreber som BSE og zoonoser ikke længere fylder i den offentlige debat eller hjemme ved middagsbordene.

Krop, samvittighed og smag

Derfor er der god grund til at antage, at de mere specifikke forklaringer på, hvorfor vi køber økologisk, er forskellige fra sted til sted og foranderlige over tid. Dog kan vi med rimelig sikkerhed fastslå, at motiverne kan opdeles i tre mere overordnede kategorier:

- Motiver, der refererer til egen krop og sundhed fx ønsket om at undgå pesticider
- Motiver, der referer til værdier og samvittighed fx hensynet til dyrevelfærd
- Motiver, der refererer til traditionelle kvalitetsparametre ved selve produktet fx friskhed og smag

Læs mere på www.cop.elr.dk

Denne klumme blev bragt d. 13. november 2009 i Økologi & Erhverv nr. 443.