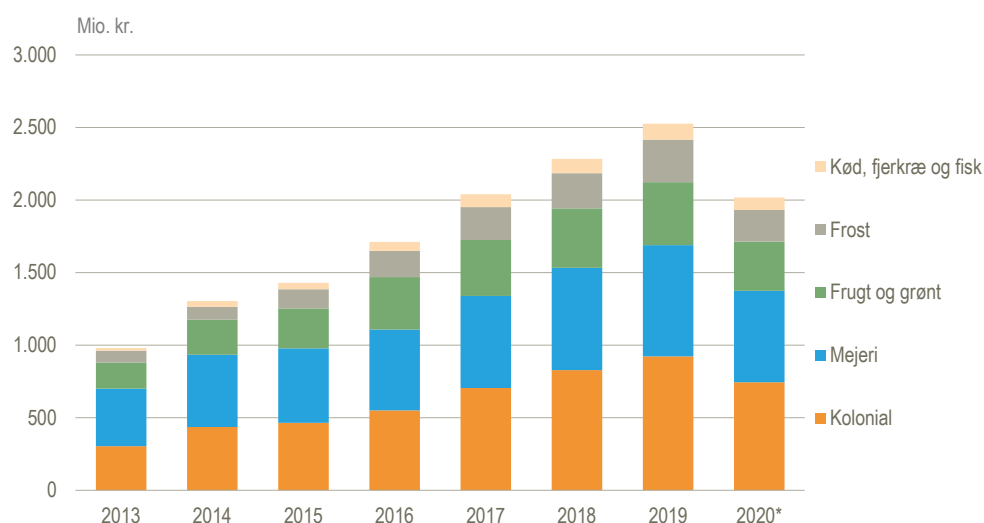


COVID-19 gav dyk i salg til økologisk foodservice

Salget af økologiske føde- og drikkevarer til foodservice faldt 20 pct. fra 2.527 mio. kr. i 2019 til 2.018 mio. kr. i 2020. Det samlede salg af føde- og drikkevarer faldt lidt mere, nemlig 22 pct. fra 21,6 mia. kr. i 2019 til 16,8 mia. kr. i 2020. Den delvise nedlukning af restauranter og kantiner i 2020 som følge af COVID-19, må antages at være hovedårsagen til denne udvikling.

Salg af økologiske føde- og drikkevarer til foodservice – efter varegrupper



Anm.: Foodservice omfatter servering af mad fra køkkener i institutioner, restauranter, kantiner, caféer, udbringning mv. Kolonial omfatter langtidsholdbare føde- og drikkevarer samt brød og kager.

* Foreløbige tal.

Kilde: www.statistikbanken.dk/oeko7

Økologiske varer bevarede markedsandel

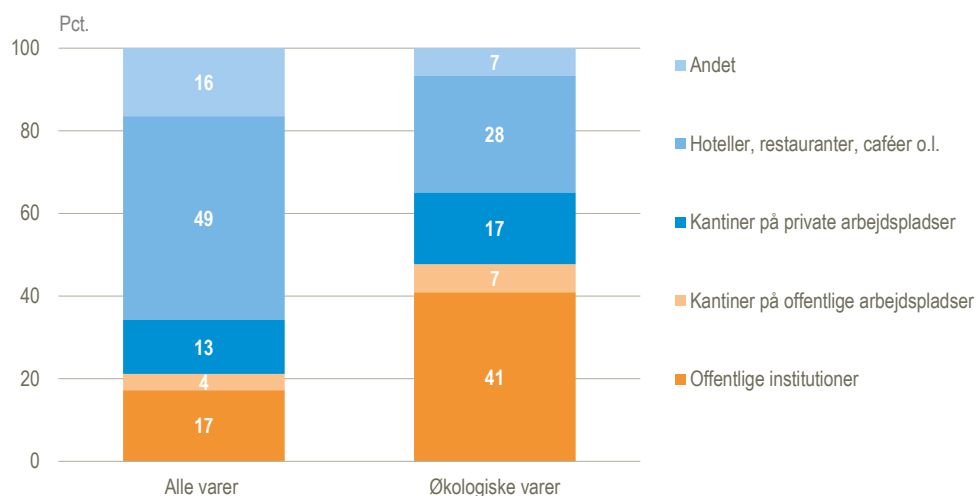
De økologiske varers andel af det samlede salg til foodservice udgjorde 12 pct. i 2020, hvilket var på samme niveau som i 2019. Økologiske varers andel af foodservice i alt var næsten på niveau med [økologiske varers andel af detailomsætningen](#), der var på 13 pct.

De økologiske kolonialvarer var den største varegruppe med 37 pct. af det samlede salg af økologiske varer til foodservice. Næststørste varegruppe var *mejerivarer* med 31 pct. Der er kun sket mindre forskydninger mellem varegrupperne fra 2019 til 2020.

Offentlige køkkener står for næsten halvdelen af det økologiske marked

Den offentlige sektor aftog en forholdsvis høj andel – 48 pct. – af salget af økologiske varer til foodservice i 2020. Det var omtrent dobbelt så højt, som sektorens andel af alle føde- og drikkevarer til foodservice, her var andelen på 21 pct.

Salg af føde- og drikkevarer til foodservice – efter kunde-grupper. 2020*



* Foreløbige tal.

Kilde: www.statistikbanken.dk/oeko8

Mindre fremgang i spisesteder med et økologiske spisemærke

Ifølge Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri steg antallet af spisesteder med [Det Økologiske Spisemærke](#) med 6 pct. fra 3.175 i 2019 til 3.378 i 2020 (ultimo året). Det er en opbremsning fra tidligere års stærkere vækst, fx var stigningen på 20 pct. i 2018-2019 (ultimo året). Stigningstaksten i bronze-, sølv- og guldmærker er omtrent ens. Udviklingen viser således både flere køkkener med Det Økologiske Spisemærke og samtidigt et mere intensivt økologisk forbrug i køkkener, der skifter fra fx bronze- til sølv- eller guldmærke.

Salg af økologiske føde- og drikkevarer til foodservice – efter varegrupper

	2019		2020*	
	mio. kr.		pct.	
I alt	2 527	2 018	100	100
Mejeri	766	630	30	31
Kolonial	924	744	37	37
Frugt og grønt	434	339	17	17
Frost	293	217	12	11
Kød, fjerkræ og fisk	111	87	4	4
<i>Frugt og grønt inkl. frost</i>	<i>493</i>	<i>390</i>	<i>20</i>	<i>19</i>
<i>Kød, fjerkræ og fisk inkl. frost</i>	<i>173</i>	<i>138</i>	<i>7</i>	<i>7</i>

Anm.: Tallene viser fødevareleverandørers salg, dvs. grossistpriser ekskl. moms. Det samlede salg er mere sikkert end salget fordelt på varegrupper.

* Foreløbige tal.

Kilde: www.statistikbanken.dk/oeko7

Salg af føde- og drikkevarer til foodservice – efter kundegrupper. 2020*

	Økologiske varer		Alle varer	
	mio. kr.	pct.	mio. kr.	pct.
I alt	2 018	100	16 823	100
Offentlige institutioner	827	41	2 907	17
Kantiner på offentlige arbejdspladser	136	7	661	4
Kantiner på private arbejdspladser	351	17	2 188	13
Hoteller, restauranter, caféer o.l.	569	28	8 304	49
Andet (fx diner transportable, take-away)	135	7	2 763	16
<i>Offentlig sektor i alt</i>	<i>963</i>	<i>48</i>	<i>3 568</i>	<i>21</i>
<i>Privat sektor i alt</i>	<i>1 055</i>	<i>52</i>	<i>13 256</i>	<i>79</i>

Anm.: Ved kundegrupper forstås den institution, virksomhed m.m. hvor maden serveres.

Offentlige institutioner: Hospitaler, børnehaver, uddannelse o.l. Andet: event-catering, diner transportable, take-away mv.

Det samlede salg er mere sikkert end salget fordelt på kundegrupper.

* Foreløbige tal.

Kilde: www.statistikbanken.dk/oeko8

Særlige forhold ved denne offentliggørelse

Revidering af tal for 2018 og 2019

Resultater for 2018 og 2019 er reviderede på baggrund af fejl i dataleverancerne til Danmarks Statistik. Det samlede salg af økologiske varer til foodservice er således nedjusteret med 3 pct. i både 2018 og 2019. De rettede tal fremgår af nærværende opgørelse og i statistikbanken.dk/oeko7 og [/oeko8](http://statistikbanken.dk/oeko8).

Mere information: Tabellerne er tilgængelige i Statistikbanken på www.dst.dk/stattabel/1887.

Kilder og metoder: 147 virksomheder (typisk fødevaregrossister) indgår i undersøgelsen i 2020. Der er en vis usikkerhed knyttet til resultaterne, da ikke alle virksomheder kender den økologiske omsætning præcist. Salget fordelt på kundegrupper er baseret på skøn fra virksomhederne. Tal for seneste periode er foreløbige frem til næste offentliggørelse. [Fødevarestyrelsens økologiske spsemærke](#) viser andelen af økologiske indkøbte føde- og drikkevarer: guld (90-100 pct.), sølv (60-90 pct.) og bronze (30-60 pct.). Antal spsemærker siger ikke noget om størrelsen af spisestederne.

Undersøgelsen er gennemført med finansieringsbidrag fra Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri.

Se detaljeret beskrivelse af usikkerheder og den anvendte metode i [statistikdokumentationen](#). Se også [emnesiden](#).

Næste offentliggørelse: *Salg af økologiske varer til foodservice 2021* udkommer uge 35 i 2022.

Henvendelse: Martin Lundø, 39 17 38 73, oekostat@dst.dk
Kurt-Kristian Bech, 39 17 30 36, oekostat@dst.dk