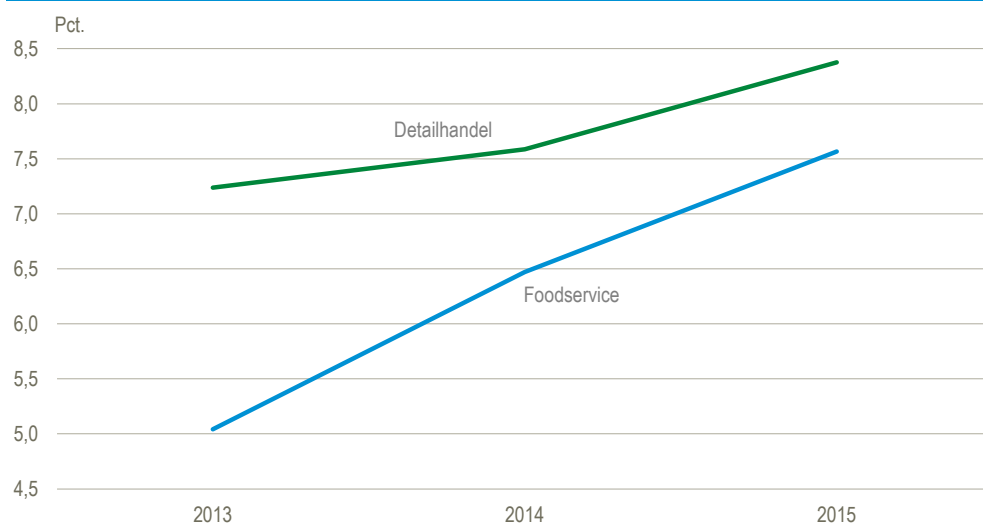


Denne offentliggørelse er fejlbehæftet. Der var desværre fejl i dataleverancerne til Danmarks Statistik for opgørelserne 2015 og 2016. Resultater for 2015 er nedjusteret med 14 pct. og 2016 er nedjusteret 15 pct. Rettede tal kan findes på [www.statistikbanken.dk/oeko7](http://www.statistikbanken.dk/oeko7) og [/oeko8](http://www.statistikbanken.dk/oeko8).

## Storkøkkeners økologisalg indhenter detailhandlen

Salget af økologiske føde- og drikkevarer til foodservice udgjorde 1.661 mio. kr. i 2015 – en markant stigning på 27 pct. i forhold til 2014. Økologiske varer udgjorde 7,6 pct. af det samlede salg af madvarer til foodservice i 2015. Dermed begynder foodservicesektoren at indhente detailhandlen, hvor den økologiske andel af fødevarer salget var 8,4 pct. i 2015. Foodservice omfatter servering af mad fra køkkener i institutioner, restauranter, kantiner, caféer, udbringning mv.

### Økologiske varers andel af samlet salg til foodservice og detailhandel



Kilde: "Salg af økologiske varer til foodservice 2015" samt "Detailomsætningen af økologiske fødevarer 2015".

Anm.: Detailhandel omfatter supermarkeder, varehuse og kiosker.

### Flere køkkener lægger om til økologi

Den store stigning i salg af økologiske varer til foodservice skyldes til dels en tilgang af spisesteder med økologi. Antallet af spisesteder med "Det Økologisk Spisemærke" er fx steget med mere end 50 pct. fra januar 2015 til januar 2016. Ifølge Miljø- og Fødevarerministeriet er 63 pct. af spisemærkerne registreret i Region Hovedstaden pr. januar 2016. En anden faktor er spisesteder, der allerede bruger økologi, men som har intensiveret brugen. Endelig er der en stigning i det samlede salg til foodservice på 9 pct., som bidrager til omsætning af såvel økologiske som konventionelle varer.

Foodserviceleverandører med økologiske varer i sortimentet tegner sig for mere end 90 pct. af det samlede salg til foodservice, da de største grossister næsten uden undtagelse fører økologiske varer som en del af sortimentet.

### Offentlige køkkener købte økologiske varer for 725 mio. kr.

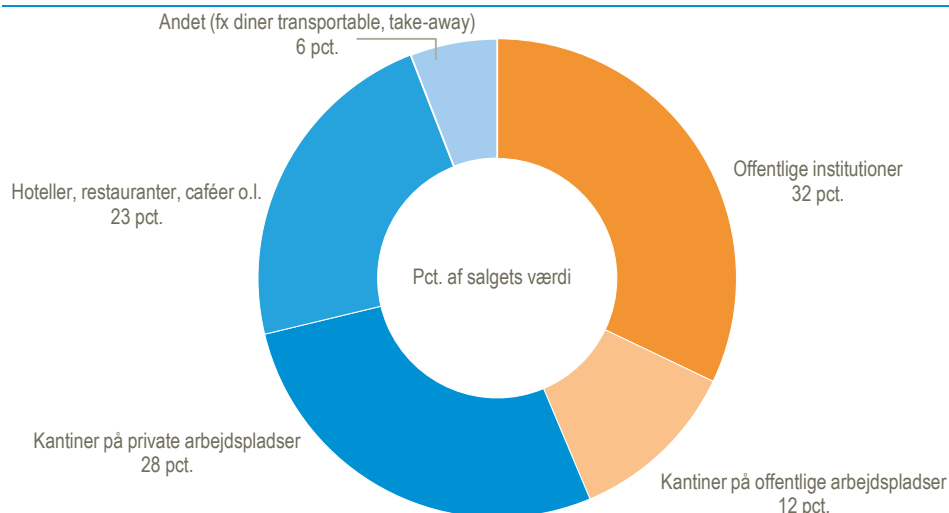
Den offentlige sektors køkkener stod skønsmæssigt for 44 pct. af det økologiske marked til foodservice – svarende til 725 mio. kr. Det er en stigning fra ca. 526 mio. kr. i 2014. Den offentlige sektor fordeler sig med 32 pct. af salget til offentlige in-

stitutioner (hospitaller, børnehaver, uddannelse o.l.) og yderligere 12 pct. til kantiner på offentlige arbejdspladser.

Den private sektor aftog de resterende 56 pct. – svarende til ca. 936 mio. kr. Heraf udgjorde kantiner på private arbejdspladser 28 pct. og hoteller, restauranter, caféer o.l. 23 pct. Endelig aftog andre former for foodservice, fx diner transportable og take-away, 6 pct. af det samlede salg.

Den offentlige sektors andel af det samlede salg er steget fra 40 pct. i 2014 til 44 pct. i 2015. I den private sektor er andelen er faldet fra 60 pct. i 2014 til 56 pct. i 2015. Der er dog stor stigning i salget i kr. i begge sektorer

#### Salg af økologiske varer til foodservice – efter kundegrupper. 2015

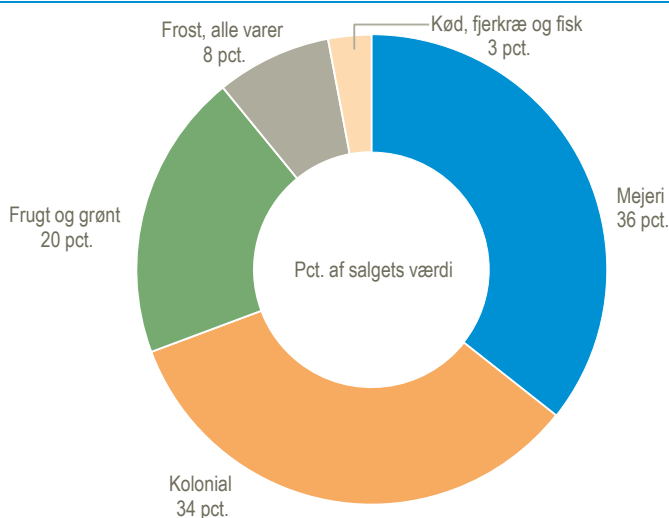


#### Lille salg af fersk kød til storkøkkenerne

*Kød, fjerkræ og fisk* udgjorde kun 3 pct. af det samlede salg til foodservice. Hvis frosne varer inkluderes, kommer andelen dog op på 6 pct. Det er lidt lavere end detailhandlen, hvor de samme varer udgjorde 8 pct. af salget af økologiske varer.

*Mejerivarer* udgjorde 36 pct. af det samlede salg af økologiske varer til foodservice i 2015. Herefter udgjorde *kolonialvarer* den største andel af salget med 34 pct. *Frugt og grønt* tegnede sig for 20 pct. af salget og *frostvarer* for 8 pct.

#### Salg af økologiske varer til foodservice – efter varegrupper. 2015



### Salg af økologiske varer til foodservice – efter varegrupper

Varegruppe	2014		2015	
	mio. kr.		pct.	
<b>I alt</b>	<b>1 304,3</b>	<b>1 661,4</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Mejeri	497,0	599,0	38,1	36,1
Kolonial	436,3	556,8	33,5	33,5
Frugt og grønt	241,9	334,7	18,5	20,1
Frost	89,3	125,0	6,8	7,5
Kød, fjerkræ og fisk	39,8	45,9	3,0	2,8
Frugt og grønt inkl. frost	257,3	355,6	19,7	21,4
Kød, fjerkræ og fisk inkl. frost	67,4	96,3	5,2	5,8

Anm.: Tallene viser fødevareleverandørers salg til disse køkkener, dvs. grossistpriser ekskl. moms.  
Det samlede salg er mere sikkert end salget fordelt på de fem overordnede varegrupper.

### Salg af økologiske varer til foodservice – efter kundegrupper

Kundegruppe	2014		2015	
	mio. kr.		pct.	
<b>I alt</b>	<b>1 304,3</b>	<b>1 661,4</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Offentlige institutioner	392,5	533,1	30,1	32,1
Kantiner på offentlige arbejdspladser	133,7	192,3	10,2	11,6
Kantiner på private arbejdspladser	324,0	458,2	24,8	27,6
Hoteller, restauranter, caféer o.l.	314,9	379,9	24,1	22,9
Andet (fx diner transportable, take-away)	139,3	97,9	10,7	5,9
Offentlig sektor i alt	526,2	725,4	40,3	43,7
Privat sektor i alt	778,1	936,0	59,7	56,3

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.

**Mere information:** Tabellerne er tilgængelige i Statistikbanken på [www.dst.dk/stattabel/1887](http://www.dst.dk/stattabel/1887).

**Kilder og metoder:** 255 virksomheder indgår i undersøgelsen i 2015. Der er nogen usikkerhed knyttet til resultaterne, da ikke alle virksomheder kender den økologiske omsætning præcist. Resultaterne for 2015 og 2014 må antages at være mere sikre end for 2013, som er undersøgelsens første år. Salget fordelt på kundegrupper er baseret på skøn fra virksomhederne.

I beregningen af økologiske varers andel af samlet salg til foodservice er det økologiske salg korrigeret for overrepræsentation af små økologiske virksomheder i undersøgelsen.

Et økologisk spisemærke indebærer, at mindst 30 pct. af de indkøbte føde- og drikkevarer er økologiske. Antal spisemærker siger ikke noget om størrelsen af spisestederne.

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

Undersøgelsen er gennemført med finansieringsbidrag fra Miljø- og fødevareministeriet.

**Næste offentliggørelse:** *Salg af økologiske varer til foodservice 2016* udkommer uge 35 i 2017.

**Henvendelse:** Martin Lundø, 39 17 38 73, [oeostat@dst.dk](mailto:oeostat@dst.dk)  
Eva Tellervo Christiansen, 39 17 30 38, [oeostat@dst.dk](mailto:oeostat@dst.dk)