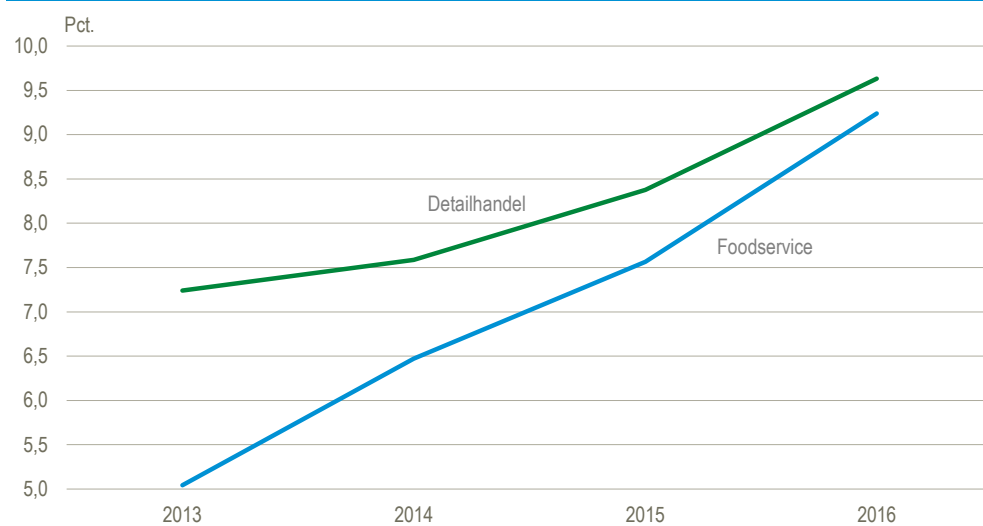


Denne offentliggørelse er fejlbehæftet. Der var desværre fejl i dataleverancerne til Danmarks Statistik for opgørelserne 2015 og 2016. Resultater for 2015 er nedjusteret med 14 pct. og 2016 er nedjusteret 15 pct. Rettede tal kan findes på www.statistikbanken.dk/oeko7 og [/oeko8](http://www.statistikbanken.dk/oeko8).

Økologisalg til storkøkkener har rundet 2 mia. kr.

Salget af økologiske føde- og drikkevarer til foodservice fortsatte den stejle stigning og endte på 2 mia. kr. i 2016. Det er 21 pct. højere end salget i 2015. Økologiske varer udgjorde 9,2 pct. af det samlede salg af madvarer til foodservice i 2016. Foodservicesektoren er dermed tæt på at indhente detailhandlen, hvor den økologiske andel af fødevarer salget var 9,6 pct. i 2016. Foodservice omfatter servering af mad fra køkkener i institutioner, restauranter, kantiner, caféer, udbringning mv.

Økologiske varers andel af samlet salg til foodservice og detailhandel



Anm.: Detailhandel omfatter supermarkeder, varehuse og kiosker.

Kilde: "Salg af økologiske varer til foodservice 2016" samt "Detailomsætningen af økologiske fødevarer 2016".

Flere køkkener i provinsen lægger om til økologi

Den store stigning i salg af økologiske varer til foodservice skyldes til dels tilgang af spisesteder med økologi. Antallet af spisesteder med "Det Økologisk Spisemærke" steg med 24 pct. fra 1.503 i januar 2016 til 1.861 i januar 2017 ifølge Miljø- og Fødevareministeriet. Provinsens andel af spisemærkerne er steget fra 37 pct. til 42 pct. i samme periode. Region Hovedstaden står dog stadig for over halvdelen af spisestederne med økologimærket.

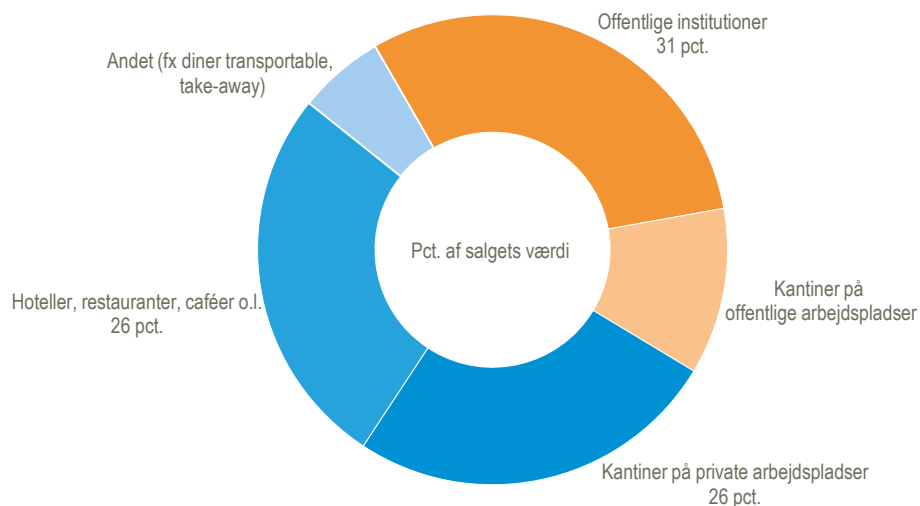
Offentlige køkkener købte økologiske varer for 847 mio. kr.

Den offentlige sektors andel af det økologiske marked til foodservice kan estimeres til 42 pct. – svarende til ca. 847 mio. kr. Det er en stigning fra ca. 725 mio. kr. i 2015. Størstedelen af den offentlige sektors indkøb gik til offentlige institutioner (hospitaller, børnehaver, uddannelse o.l.), som aftog 31 pct. af det samlede salg og yderligere 11 pct. gik til kantiner på offentlige arbejdspladser.

Den private sektor aftog de resterende 58 pct. – svarende til ca. 1.171 mio. kr. Heraf udgjorde kantiner på private arbejdspladser 26 pct. og hoteller, restauranter, caféer o.l. tilsvarende 26 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 faldet lidt fra 44 pct. i 2015 til 42 pct. i 2016. I den private sektor er andelen steget fra 56 pct. i 2014 til 58 pct. i 2015. Der er dog stor beløbsmæssig stigning i salget i begge sektorer. Det er først og fremmest hoteller, restauranter, caféer o.l. som tegner sig for den private sektors stigning.

Salg af økologiske varer til foodservice – efter kundegrupper. 2016

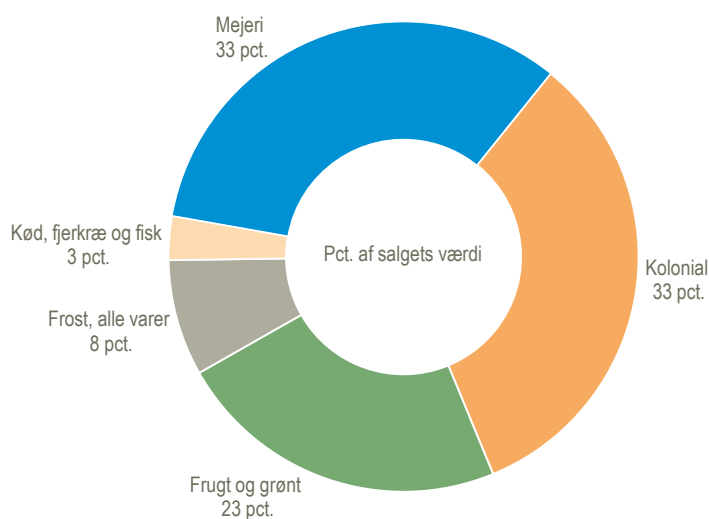


Frugt og grønt i markant vækst i storkøkkenerne

Mejerivarer og kolonialvarer udgjorde hver 33 pct. af det samlede salg af økologiske varer til foodservice i 2016. Frugt og grønt tegnede sig for 23 pct. af salget. Salget af frugt og grønt er steget med 121 mio. kr. og står dermed for ca. en trediedel af den samlede stigning i det økologiske salg. Også i [Detailomsætningen af økologiske fødevarer 2016](#) udgjorde frugt og grønt den største del af den samlede stigning i salget.

Kød, fjerkræ og fisk udgjorde kun 3 pct. af det samlede salg til foodservice. Hvis frosne varer inkluderes, kommer andelen dog op på 5 pct. Det er lidt lavere end detailhandlen, hvor de samme varer udgjorde 8 pct. af salget af økologiske varer.

Salg af økologiske varer til foodservice – efter varegrupper. 2016



Salg af økologiske varer til foodservice – efter varegrupper

| | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
|---|----------------|----------------|--------------|--------------|
| | mio. kr. | | pct. | |
| I alt | 1 661,4 | 2 017,7 | 100,0 | 100,0 |
| Mejeri | 599,0 | 666,7 | 36,1 | 33,0 |
| Kolonial | 556,8 | 663,1 | 33,5 | 32,9 |
| Frugt og grønt | 334,7 | 455,8 | 20,1 | 22,6 |
| Frost | 125,0 | 170,6 | 7,5 | 8,5 |
| Kød, fjerkræ og fisk | 45,9 | 61,5 | 2,8 | 3,0 |
| <i>Frugt og grønt inkl. frost</i> | <i>355,6</i> | <i>487,7</i> | <i>21,4</i> | <i>24,2</i> |
| <i>Kød, fjerkræ og fisk inkl. frost</i> | <i>96,3</i> | <i>100,8</i> | <i>5,8</i> | <i>5,0</i> |

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

Salg af økologiske varer til foodservice – efter kundegrupper

| | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
|---|----------------|----------------|--------------|--------------|
| | mio. kr. | | pct. | |
| I alt | 1 661,4 | 2 017,7 | 100,0 | 100,0 |
| Offentlige institutioner | 533,1 | 615,6 | 32,1 | 30,5 |
| Kantiner på offentlige arbejdspladser | 192,3 | 231,1 | 11,6 | 11,5 |
| Kantiner på private arbejdspladser | 458,2 | 517,3 | 27,6 | 25,6 |
| Hoteller, restauranter, caféer o.l. | 379,9 | 533,9 | 22,9 | 26,5 |
| Andet (fx diner transportable, take-away) | 97,9 | 119,7 | 5,9 | 5,9 |
| <i>Offentlig sektor i alt</i> | <i>725,4</i> | <i>846,8</i> | <i>43,7</i> | <i>42,0</i> |
| <i>Privat sektor i alt</i> | <i>936,0</i> | <i>1 170,9</i> | <i>56,3</i> | <i>58,0</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.

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

Kilder og metoder: 164 virksomheder indgår i undersøgelsen i 2016. 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.

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

Undersøgelsen er gennemført med finansieringsbidrag fra Miljø- og fødevarerministeriet.

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

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.

Næste offentliggørelse: *Salg af økologiske varer til foodservice 2017* udkommer uge 35 i 2018.

Henvendelse: Martin Lundø, 39 17 38 73, oekostat@dst.dk

Eva Tellervo Christiansen, 39 17 30 38, oekostat@dst.dk