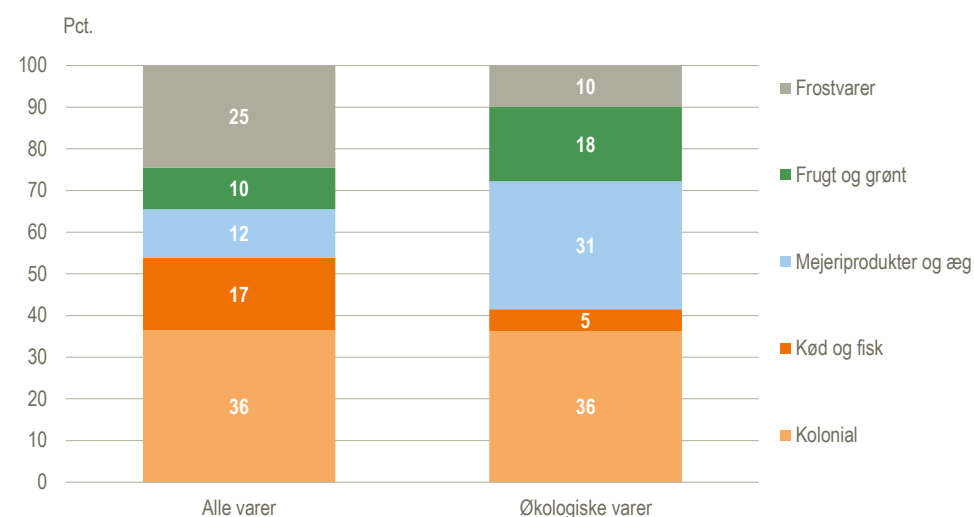


Mange økologiske mejerivarer til foodservice

Salget af økologiske varer til foodservice (storkøkkener o.l.) adskiller sig tydeligt fra det samlede salg til foodservice, når man ser på varekurvens sammensætning. Fx udgør *mejeriprodukter og æg* 31 pct. af det økologiske salg mod 12 pct. af det samlede salg til foodservice. *Kød og fisk* udgør derimod kun 5 pct. af det økologiske salg mod 17 pct. af det samlede salg. Der sælges også færre økologiske *frostvarer* men mere *frugt og grønt*. Opdelingen af det samlede salg på varegrupper er foretaget for første gang i årets undersøgelse.

Salg af føde- og drikkevarer til foodservice – efter varegrupper. 2021*



Anm.: 'Alle varer' er inkl. økologiske. * Foreløbige tal. Foodservice omfatter servering af mad i institutioner, restauranter, kantiner, caféer, udbringning mv. Varegruppene er revideret i 2021. De fem hovedvaregrupper i figuren er stort set sammenlignelige med tidligere år, som kan ses i www.statistikbanken.dk/oeo7. Salget af 'alle varer' er opgjort på varegrupper f.o.m. 2021. Kilde: www.statistikbanken.dk/oeo77

Endnu et år præget af nedlukning

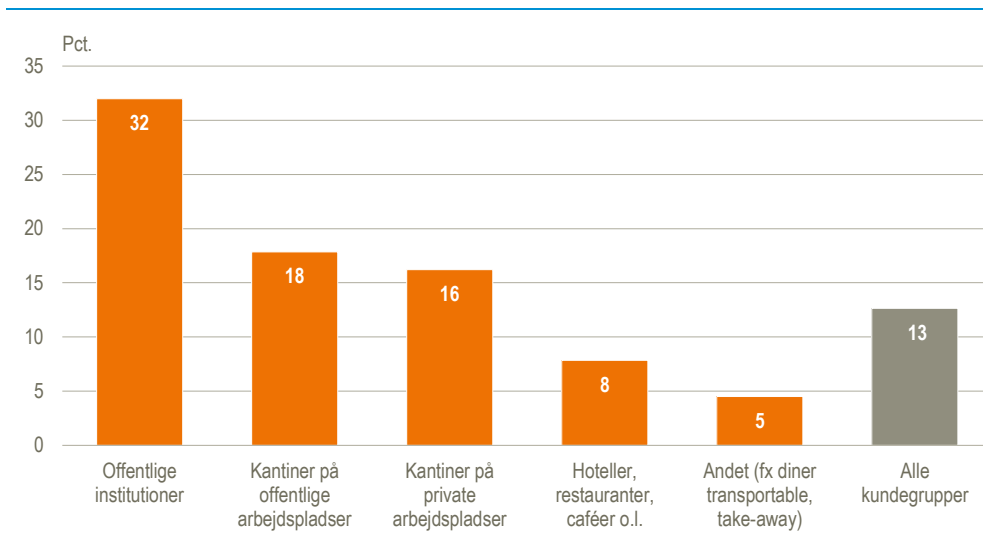
Salget af føde- og drikkevarer til foodservice steg en anelse, fra 16,8 mia. kr. i 2020 til 16,9 mia. kr. i 2021. Salget af økologiske føde- og drikkevarer til foodservice steg 5 pct. fra 2,0 mia. kr. i 2020 til 2,1 mia. kr. i 2021. De økologiske varers andel af det samlede salg til foodservice steg fra 12 pct. i 2020 til 13 pct. i 2021. Økologiske varers andel af foodservice i alt kom dermed på niveau med [økologiske varers andel af detailomsætningen](#), der også var på 13 pct. i 2021.

Både salget af økologiske varer samt af alle varer lå på et lavere niveau i 2020 og 2021 end i 2019. Den delvise nedlukning af restauranter og kantiner, som følge af COVID-19, antages at være hovedårsagen.

Højere andel af økologi i salget til den offentlige sektor

De økologiske varer spiller en større rolle i den offentlige sektor end i den private. Andelen af salget af økologiske varer var højest i offentlige institutioner med 32 pct. af det samlede salg. Kantiner på offentlige arbejdspladser lå med 18 pct. en anelse over private arbejdspladser med 16 pct. Lavest lå den økologiske andel i hoteller, restauranter o.l. med 8 pct. og hos andre kunder med 5 pct. af det samlede salg til foodservice.

Økologiske varers andel af samlet salg til foodservice – efter kundegrupper. 2021*



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

* Foreløbige tal.

Kilde: www.statistikbanken.dk/oeko88

Den offentlige sektor har stor betydning for det økologiske marked

Den offentlige sektor aftog en forholdsvis høj andel – 46 pct. – af salget af økologiske varer til foodservice i 2021. Det var omtrent dobbelt så højt som sektorens andel af alle føde- og drikkevarer til foodservice, hvor andelen var 20 pct.

Lille fremgang i antal spisesteder med et økologiske spisemærke

Ifølge Fødevarestyrelsen steg antallet af spisesteder med *Det Økologiske Spisemærke* med 2 pct. fra 3.378 i 2020 til 3.440 i 2021 (ultimo året). Det er en opbremsning fra tidligere års stærkere vækst, fx var stigningen 20 pct. i 2018-2019 og 6 pct. fra 2019 til 2020.

Salg af føde- og drikkevarer til foodservice – efter varegrupper. 2021*

	Alle varer		Økologiske varer	
	mio. kr.	pct.	mio. kr.	pct.
I alt	16 853	100	2 116	100
Kolonial	6 139	36	767	36
Kød og fisk	2 938	17	111	5
Mejeriprodukter og æg	1 972	12	649	31
Frugt og grønt	1 674	10	380	18
Frostvarer	4 131	25	209	10
Frugt og grønt inkl. frost	2 243	13	435	21
Kød og fisk inkl. frost	5 330	32	162	8

Anm.: Tallene viser fødevarergrössisters salg i løbende priser, ekskl. moms. * Foreløbige tal. 'Alle varer' er inkl. økologiske.

Varegrupperne er revideret i statistikken fra og med 2021. De fem hovedvaregrupper er dog stort set sammenlignelige med tidligere år. Vegetabiliske smøreprодукter samt frugt- og grøntkonserves er flyttet fra *kolonial* til *frugt og grønt*.

Kilde: www.statistikbanken.dk/oeko77

Salg af føde- og drikkevarer til foodservice – efter kundegrupper. 2021*

	Alle varer		Økologiske varer	
	mio. kr.	pct.	mio. kr.	pct.
I alt	16 853	100	2 116	100
Offentlige institutioner	2 704	16	865	41
Kantiner på offentlige arbejdspladser	632	4	113	5
Kantiner på private arbejdspladser	2 045	12	331	16
Hoteller, restauranter, caféer o.l.	8 696	52	682	32
Andet (fx diner transportable, take-away)	2 775	16	125	6
Offentlig sektor i alt	3 336	20	978	46
Privat sektor i alt	13 516	80	1 138	54

Anm.: Ved kundegrupper forstås den institution, virksomhed m.m. hvor maden serveres. Offentlige institutioner: Hospitaler, plejehjem, børnehaver, uddannelse o.l. Andet: event-catering, diner transportable, take-away mv.

* Foreløbige tal. Løbende priser, ekskl. moms. 'Alle varer' er inkl. økologiske.

Kilde: www.statistikbanken.dk/oko88

Mere information: Tabellerne er tilgængelige i Statistikbanken på www.dst.dk/stattabel/3160.

Kilder og metoder: 123 virksomheder med foodservice (typisk fødevaregrossister) indgår i undersøgelsen i 2021. Der er en vis usikkerhed knyttet til resultaterne, da ikke alle virksomheder kender omsætningen til foodservice præcist. Salget fordelt på kundegrupper er baseret på skøn fra virksomhederne. Tal for seneste periode er foreløbige frem til næste offentliggørelse. [Fødevarestyrelsens økologiske spisemærke](#) viser andelen af økologiske indkøbte føde- og drikkevarer hos spisesteder: guld (90-100 pct.), sølv (60-90 pct.) og bronze (30-60 pct.). Antal spisemærker 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 2022* udkommer uge 35 i 2023.

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