

Familier med skolebørn køber mere økologi

Familier med børn i skolealderen har et markant stigende forbrug af økologiske varer, viser nye tal.

Familier med børn i alderen 7-14 år har tidligere været blandt de børnefamilier, der lagde færrest økologiske varer i deres indkøbsvogn. Sådan er det ikke længere. Nye tal fra GfK viser, at andelen af økologi i skolebørnsfamiliernes samlede fødevarerforbrug er steget fra 4,6 procent i 2009 til 7,5 procent i 2010. Denne udvikling er i høj grad drevet af Coop, hvor salg af økologi til skolebørnsfamilier i butikkerne er øget med 67 procent på et år.

- Vi har sat som vision at øge de økologiske varers andel af det samlede fødevarerforbrug med 50 procent over de kommende 5 år. Et af vores indsatsområder er børnefamilier med børn over 8 år, hvor vi mener, at der er et potentiale. Det er derfor glædeligt, at konstatere, at det virker. Derfor vil vi også fortsætte med højt aktivitetsniveau her i 2011 med nye varer og markedsføring, så den positive udvikling kan fortsætte, siger CSR-chef Katrine Milman, Coop.

SuperBrugsen, Kvickly og Dagli' Brugsen har i tæt samarbejde med FDB og Økologisk Landsforening gennem det seneste år målrettet kampagner mod skolebørnsfamilier, blandt andet med lette opskrifter til madpakken. Alle tre supermarkeds kæder har oplevet en stor stigning i økosalg til denne gruppe. Mest markant har væksten været i SuperBrugsen, der har oplevet en tredobling af salget til familier med skolebørn i 2010.

- Skolebørnsfamilierne har været den gruppe af børnefamilier, der har haft det laveste forbrug af økologi, og derfor har vi gjort en ekstra indsats for at få dem med på vognen. Samtidig køber børnefamilierne generelt mere og mere økologi, og det tegner godt for fremtiden, at børnene får rene varer uden rester af sprøjtegift og unødige tilsætningsstoffer, siger Henrik Hindborg, markedschef, Økologisk Landsforening.

Også børnefamilier generelt har taget flere økavarer ned fra hylderne i 2010 end hidtil. Topscoreren blandt familierne er forældre med børn fra 0-6 år. Her gik 12,6 procent til økavarer i 2010. Danskerne brugte sidste år i gennemsnit 7,9 procent af deres fødevarerforbrug på økologi.

- Det er glædeligt, at familier med skolebørn ser ud til at have øget deres økologiprocent så meget på kort tid. Vi fortsætter samarbejdet om at få endnu flere børnefamilier til at fastholde deres økologiske engagement, når børnene bliver større. Samtidig er målet at fastholde interessen for økologisk mad hele vejen, til børnene engang selv bliver voksne og stifter familie, så de selv kan videreføre det til deres børn, siger afdelingschef Thomas Roland fra FDB.

Producentsammenslutningen Økosalg og Oplysning (der består af virksomhederne Thise, Arla, Friland, Urtekram og Naturmælk) står bag kampagnerne til skolebørn, der er støttet af FDB, Fødevarerministeriet og EU.

Download pressefotos her: <http://picasaweb.google.com/Oekofoto>

For yderligere oplysninger

Katrine Milman, CSR-chef i COOP, 21 59 34 50

Henrik Hindborg, markedschef, Økologisk Landsforening, 87 32 27 13 – 51 55 84 82

Nanna Hyldgaard Hansen, pressechef, Økologisk Landsforening, 87 32 27 07 – 20 16 44 34