



2020-02-19 11:00 CET

## Hållbart viktigt vid köp av livsmedel

**Bland det viktigaste för svenska konsumenter är att maten de handlar är hållbart producerad. Hållbarhet är konsumenterna villiga att betala mer för, och det är också något som de förknippar med KRAV, visar en undersökning från Sifo på uppdrag av KRAV.**

Konsumenterna vill ha mat som smakar gott och är av bra kvalitet, och det visar också undersökningen, men därefter står hållbarhet högt på listan tillsammans med bra för miljön, djuren och klimatet.

– KRAVs vision är att all produktion av livsmedel ska ske på ett hållbart sätt. Dessutom har KRAV särskilt höga krav på djuromsorg, hälsa, socialt ansvar,

miljö och klimatpåverkan. Vi ser att konsumenterna både uppfattar och uppskattar detta, säger Anita Falkenek, vd på KRAV.

Liksom vid tidigare Sifo-undersökningar förknippas KRAV också starkt med ekologiskt, det vill säga att maten är producerad utan naturfrämmande kemiska bekämpningsmedel.

– Ekologisk produktion ökar den biologiska mångfalden, så att vi får behålla fler djur- och växtarter, något som man bidrar till genom att välja KRAV-märkta livsmedel i livsmedelsaffären, säger Anita Falkenek.

Den senaste undersökningen visade liksom tidigare mätningar att kundernas kännedom om KRAV-märket är mycket hög: hela 98 procent känner till KRAV-märket. Enligt en annan studie hävdar också mer än hälften av spontant tillfrågade i en kundundersökning att deras konsumtion av KRAV-märkt och ekologiskt har ökat de senaste åren, detta trots att den faktiska försäljningen av KRAV-märkt har stagnerat.

### **Här stöter de flesta på KRAV-märket**

1. På produkter i butiken (95%)
2. På restaurang/café (26%)
3. På gårdsbutik (25%)
4. I samtal med vänner (17%)
5. I papperstidningar (17%)

### **Om undersökningen**

Undersökningen utfördes av Kantar Sifo på uppdrag av KRAV under november 2019. Den gjordes via telefonintervjuer med 1 006 svenska konsumenter i åldrarna 20-70 år, som var helt eller delvis ansvariga för matinköpen. Urvalet gjordes riksrepresentativt, dvs var jämnt fördelat på kön, ålder och region.

**Kontakt:** Anita Falkenek, vd KRAV, 070-209 05 82

Carina Johansson, pressansvarig KRAV, 070-607 30 78

---

KRAV driver utvecklingen av ekologiska och hållbara livsmedel, och är Sveriges mest kända miljömärkning för mat. KRAV har särskilt höga krav på djuromsorg, hälsa, socialt ansvar och klimatpåverkan. KRAV är en ekonomisk förening som ägs av 26 medlemsföretag och organisationer.