



2021-03-26 10:40 CET

KRAV-märkta ägg ökade mest 2020

Försäljningen av KRAV-märkta ägg ökade i fjol i fysiska butiker med drygt 7 procent, enligt analysföretaget Nielsen. Det är en kraftigare ökning än alla andra ägg hade 2020, och den kraftigaste försäljningsökningen av KRAV-märkta ägg på flera år.

– Det är mycket glädjande att fler väljer KRAV-märkta ägg. Bra för de svenska bönder som producerar KRAV-märkta ägg, och också förstås för alla deras hönor som får vara ute minst fyra månader på sommarhalvåret och sprätta och picka och har större utrymme inomhus. De får dessutom foder som odlas utan naturfrämmande kemiska bekämpningsmedel och konstgödsel, vilket bidrar till ökad biologisk mångfald, säger KRAVs vd Anita Falkenek.

Den stora försäljningsökningen av KRAV-märkta ägg var kraftigare än hela totala försäljningsökningen av ägg 2020, som var 5,2 procent jämfört med året innan. De konventionellt producerade äggen ökade 2020 sin försäljning med 5,8 procent.

Under påskveckan kommer vi enligt branschorganisationen Svenska ägg att äta över 3 000 ton motsvarande cirka 50 miljoner ägg i Sverige. I en undersökning som Sifo har gjort för KRAVs räkning svarade 84 procent att de tycker svenskt ursprung är viktigt när de köper ägg, och alla som köper KRAV-märkta ägg i påsk får då svenska ägg, eftersom alla KRAV-märkta ägg är svenska.

– I dessa tuffa tider för fjäderfäbranschen hoppas vi att trenden fortsätter uppåt så att fler svenska bönder vill satsa på KRAV-märkt produktion, säger Anita Falkenek, vd på KRAV.

KRAV-märkta ägg kommer från höns som ...

... är maximalt 6 stycken per kvadratmeter inne, och som var och en har minst fyra kvadratmeters utrymme ute

... får vistas ute större delen av dygnet under minst fyra sammanhängande månader mellan maj och september

... får rotsaker och hö att picka i som tidsfördriv

... får ekologiskt foder som till minst hälften ska odlas på gården

... har tillgång till riktig sand där de kan sandbada sin fjäderdräkt

Faktakällor:

Statistikkälla: Nielsen ScanTrack, DVH, Kravmärkt, Value % Chg YA, Helår 2020, V.53 2020. (Copyright © Nielsen.)

Kantar Sifo-undersökningen utfördes på uppdrag av KRAV under november 2020, via telefonintervjuer med 1 037 svenska konsumenter i åldrarna 20-70 år.

Pressbilder:

Exklusiva bilder på påskmat fria för publicering finns i vårt pressrum <https://www.mynewsdesk.com/se/...>