



Till vänster: Pär och Ebba, KRAV-bönder (foto KRAV). Till höger: Clara Lidström (foto Clara Lidström).

2018-09-18 09:00 CEST

KRAV uppmanar till hållbara val

Varannan svensk känner sig orolig för hur klimatfrågan kommer att hanteras efter valet*. Med nya kampanjen *Hållbara Val* menar KRAV att var och en av oss alltid kan göra skillnad. Genom kampanjen möter vi människor som i vardagen gör aktiva val för att minska sin klimatpåverkan.

Sommarens extrema torka har slagit hårt mot svenska bönder och kan få långtgående konsekvenser för hela livsmedelsbranschen. Runt om i landet har människor engagerat sig och gjort flera upprop för att hjälpa de drabbade.

Allt fler forskare menar att sommarens torra och andra extrema väder är tecken på växthuseffekten. En ny undersökning, genomförd på uppdrag av KRAV, visar också att många är oroliga för klimatet, och 9 av 10 konsumenter** beskriver sig själva som klimatmedvetna.

Nu vill KRAV, Sveriges mest välkända miljömärkning för mat, hjälpa fler att göra hållbara val – och lyfta fram de hjältar som varje dag tar steg för att minska sin miljö- och klimatpåverkan. Kampanjen kommer också berätta om att KRAV har speciella regler för klimatet, och att ekologisk odling även är ett medel för att öka mullhalten i marken, vilket innebär att mer koldioxid kan lagras in. Forskning visar också att den högre mullhalten liksom större biologisk mångfald ger en mer robust miljö som kan tåla klimatförändringar bättre.

– Det är viktigare än någonsin att göra hållbara miljö- och klimatval och vi hoppas att kampanjen kommer uppmuntra människor att välja KRAV-märkt mat. Vi vill lyfta de lantbrukare som sliter varje dag för en bättre miljö, samtidigt som vi visar hur man som konsument kan stötta bönder och göra en viktig insats för miljön och klimatet, säger Anita Falkenek, vd KRAV.

Hjärtat i kampanjen är filmer där vi får möta KRAV-certifierade svenska lantbrukare som berättar om sina hållbara val, och hur de påverkats av sommarens torra. En kampanjsajt samlar fakta om hur man som konsument kan göra hållbara val, och kampanjen kommer även synas i printannonser och i sociala medier. Dessutom medverkar en av Sveriges största influencers inom hållbar livsstil, Clara Lidström (UnderbaraClara), för att sprida ordet och ge tips om hållbarhet i vardagen.

Hållbara Val lanseras idag (18 september) och löper under hösten 2018.

Se filmen och läs mer på <http://www.krav.se/hallbaraval/>

**40 % känner en viss oro, 14 % känner en väldig oro. Undersökningen är genomförd av opinions- och marknadsundersökningsföretaget YouGov. Under perioden 11–12 september 2018 har sammanlagt 1006 intervjuer via internet genomförts med män och kvinnor 18+ år i Sverige*

***68 % är ganska klimatmedvetna, 20 % är mycket klimatmedvetna*

Det här är KRAV:

Sveriges mest kända miljömärkning för mat, uppbyggd på ekologisk grund med särskilt höga krav på djuromsorg, hälsa, socialt ansvar och klimatpåverkan.

KRAV-märket är ett registrerat varumärke hos Patent- och registreringsverket. Registreringen ger KRAV ekonomisk förening ensamrätt till varumärket KRAV.