

PRESSMEDDELANDE

2009-06-30

En av fyra väljer att köpa mindre nötkött

En av fyra köper mindre nötkött, 85 procent väljer ekologiska varor och mer än 40 procent försöker påverka livsmedelspolitiken med sina matinköp.

– Resultatet av undersökningen visar att många använder sin konsumentmakt för att påverka i butik. Det är glädjande att så många försöker ta ansvar för miljön, säger Jan Bertoft, generalsekreterare i Sveriges Konsumenter.

Även Folkbildningsförbundets generalsekreterare Maicen Ekman ser en tendens till att vilja påverka maten och miljön.

– Kunskap är ett viktigt redskap för att påverka och det är en klimatskräll i positiv bemärkelse att en överväldigande majoritet vill lära mer om mat- och klimatfrågor.

Nära två av tio ungdomar kan dessutom tänka sig att engagera sig genom studieförbunden eller annat föreningsliv.

Viljan att veta mer om vad vi äter är tydlig i den undersökning som Sveriges Konsumenter och Folkbildningsförbundet genomfört. Tusen personer har svarat på frågor om sina inköpsvanor det senaste året. De har fått frågor om inköp av nötkött, ekologiska varor, hur de kan påverka livsmedelspolitiken och om de vill lära mer om mat- och klimatfrågor.

– Medvetenheten är större bland kvinnor och äldre personer än i övriga grupper i undersökningen. Vi ser också att de unga har ett stort intresse för ekologiska varor, säger Jan Bertoft.

Eftersom svaren även är uppdelade på regioner kan man se att det finns skillnader i Sverige. Mer än 45 procent av smålänningarna har köpt mer ekologiska varor det senaste året jämfört med 20 procent av norrlänningarna.

– Skillnaderna kan bero på kultur, pris, smak, miljö eller utbud. Men oavsett orsak finns det en vilja att påverka för att kunna köpa den mat man vill ha, säger Maicen Ekman.

För mer information kontakta:

Jan Bertoft, generalsekreterare Sveriges Konsumenter, tel: 070-797 79 87.

Maicen Ekman, generalsekretare Folkbildningsförbundet, tel: 0709-78 09 28

Sveriges Konsumenter är en oberoende, partipolitiskt obunden paraplyorganisation med 28 medlemsorganisationer samt enskilda medlemmar. Målet är ökad konsumentmakt och att politiker, näringsliv och myndigheter alltid ska ha konsumenternas bästa för ögonen. Sveriges Konsumenter arbetar med påverkan och opinionsbildning, både nationellt och internationellt, och ger ut tidningen Råd & Rön och nyhetsbrevet KonsumentMakt.

FOLKBILDNINGSFÖRBUNDET är studieförbundens intresseorganisation. Vår uppgift är att stärka studieförbundens position i samhället och förbättra villkoren för deras folkbildningsverksamhet.

Studieförbunden bedriver folkbildning som når miljontals människor varje år. Det gör folkbildningen till Sveriges största mötesplats för människor som vill utvecklas. De nio studieförbunden är ABF, Folkuniversitetet, Ibn Rushd, Medborgarskolan, NBV, Sensus, Studieförbundet Bilda och Studieförbundet Vuxenskolan.