



PRESSEMEDDELELSE
09.01.2016

Største øko-kampagne nogensinde er bevilliget

Over de næste tre år gennemfører Økologisk Landsforening den største danske øko-kampagne nogensinde - med et budget på 25 millioner kroner. Kampagnen, der skal øge det økologiske salg, er netop bevilliget af EU og gennemføres i samarbejde med den engelske organisation, Organic Trade Board.

79 millioner kroner. Det er det samlede beløb, som EU netop har bevilliget til den hidtil største kampagne for at fremme salget af økologi i henholdsvis England og Danmark. Kampagnen gennemføres over de næste tre år af Økologisk Landsforening og den engelske organisation Organic Trade Board. Det danske kampagnebudget er på 25 millioner kroner.

- Indsatsen skal bidrage til at fastholde det stærke momentum, vi oplever i det økologiske salg i Danmark netop nu, og som har fået rekordmange danske landmænd til at omlægge til økologi - til gavn for naturen, grundvandet og dyrene. Den nye, store øko-kampagne skal være med at sikre, at den positive udvikling fortsætter de kommende år, siger Helle Bossen, chefkonsulent i Økologisk Landsforening og projektleder på den danske del af kampagnen.

Vil trække på dansk øko-know-how

Salget af økologi i Danmark er vokset i mere end ti år i træk, og Danmark har titlen som verdensførende økologi-nation. Cirka 10 procent af det samlede danske fødevarer salg er økologisk. Derfor har Organic Trade Board ønsket at samarbejde med Økologisk Landsforening om kampagnen.

- Denne fælles kampagne mellem England og Danmark – støttet af EU - giver os mulighed for at dele de allerbedste indsigter og praktiske erfaringer. Kampagnen samler nogle af de bedste hjerner, virksomheder og initiativer i et overbevisende kampagneprogram, som vil bidrage til at drive det økologiske marked yderligere frem. England og Danmark er på forskellige niveauer i vores økologiske markedsudvikling og repræsenterer forskellige udfordringer, men fællesnævneren er, at forbrugerne i begge lande i stigende grad motiveres af de mange positive effekter, som økologiske fødevarer og økologisk landbrug leverer, siger Paul Moore, direktør i Organic Trade Board.

Den økologiske markedsandel i England er i dag på 1,8 procent. Øko-salget voksede med 5,6 procent i England i 2016. Til sammenligning estimerer Økologisk Landsforening, at det danske økologi-salg er vokset med 18 procent i 2016.

Kampagne skal normalisere det økologiske valg

Den danske del af kampagnen har kick-off i uge 36-37 og vil være rettet mod den store gruppe af danskere, som grundlæggende er positive overfor økologi, men kun køber økologiske varer af og til.

- I løbet af de næste tre år vil vi udstyre danskerne med så stor viden om fordelene ved at vælge økologi, at endnu flere helt naturligt træffer øko-valget, allerede inden de er gået ind i butikken. Halvdelen af danskerne køber økologiske varer hver uge, og over de næste tre år intensiverer vi indsatsen for at normalisere det økologiske valg. Vores målsætning er at øge salget af økologiske varer i Danmark med 50 procent fra 2016 til 2019, siger Helle Bossen.

Kampagnens hovedindsatser vil foregå i de danske dagligvarebutikker samt på de sociale medier.



CAMPAIGN FINANCED
WITH AID FROM
THE EUROPEAN UNION



For yderligere oplysninger:

Helle Bossen, chefkonsulent, Økologisk Landsforening, tlf. 31 79 27 00, hb@okologi.dk

Line Skouboe, pressemedarbejder, Økologisk Landsforening, tlf. 2442 6952, lsk@okologi.dk