



Pressmeddelande 2008-03-03

Ny undersökning visar:

Ekologiska Hipp drar köpsugna till mataffären

En ny varukorgsundersökning visar hur barnmatskonsumenter betar sig i dagligvaruhandeln. Resultatet visar att barnmatsköparen i snitt handlar för mycket mer än den genomsnittliga kunden och att gapet ökade under 2007. Hipp-köparen har ett högre värde på sin varukorg än den genomsnittlige barnmatsköparen.

– De som köper Hipp är engagerade och kvalitetsmedvetna konsumenter som väljer sina varor med omsorg och inte är särskilt priskänsliga, säger Frida Keane, produktchef för Hipp i Norden.

Varukorgsundersökningen är genomförd av Gfk på uppdrag av Hipp. Undersökningen omfattar 3000 hushåll över hela landet, varav 1200 hade en varukorg som innehöll barnmat. Dessa konsumenter har sedan undersökts vidare.

Undersökningen visar att snittvärdet på barnmatsköparens varukorg ökade med 8 procent under 2007. Barnmatsköparen handlar i snitt för 479 kronor per gång, vilket är 269 kronor mer än den genomsnittlige konsumenten.

– Det här visar att småbarnsföräldrar är en oerhört viktig konsumentgrupp som handlarna ska vara rädda om, säger Frida Keane.

Hippköpare extra värdefulla

I undersökningen framkommer det också att Hipp-kundens dagligvarukorg är ännu mer värd än den genomsnittliga barnmatsköparens korg. De som handlar Hipp köper mat för i genomsnitt 514 kronor mot barnmatsköparens snittvärde på 479 kronor.

– Eftersom barnmat är en basvara för de här viktiga konsumenterna förtjänar den en bra placering i butiken. Vi vet sedan tidigare undersökningar att småbarnsföräldrarna är beredda att byta matbutik om de inte är nöjda med barnmatshyllan, säger Frida Keane.

Uppstickare med ljus framtid

Det ekologiska barnmatsföretaget Hipp har funnits på den svenska marknaden sedan 2002 och är en uppstickare till de stora jättarna Nestlé och Semper. Hipp har idag en marknadsandel på 14,4 procent och har ökat stadigt sedan introduktionen (källa AC Nielsen).

– Det finns ett enormt sug hos många småbarnsföräldrar att köpa ekologiska varor till sina barn. Därför ser vi en ljus framtid för våra produkter, säger Frida Keane.

För mer information kontakta gärna:

Frida Keane, produktchef för Hipp barnmat på Arvid Nordquist, 08-799 18 00, 0708-761 855, frida.keane@arvidnordquist.se

Julia Kronlund, Arvid Nordquist, 08-799 19 74, julia.kronlund@arvidnordquist.se

Anna Engstrand, Vår PR-byrå, 08-660 02 07, 073-676 32 56 anna.engstrand@varprbyra.se

Pressbilder finns på <http://www.arvidnordquist.se> → Press → Bilder → Ätbart → Barnmat

HIPP är ett tyskt familjeföretag som företräds i Sverige av Arvid Nordqvist H.A.B. HIPP grundades 1899 i Pfaffenhofen, Tyskland. Företaget är idag världens ledande producent av ekologisk mat och har funnits i Sverige sedan 2002. Varje burk barnmat testas i snitt 260 gånger, alla ingredienser kan spåras bakåt i produktionen.