

Hållbarhet längst ner på agendan när svenskarna köper take away-kaffe

Hållbarhet blir allt viktigare för konsumenter, både när det kommer till hur vi reser, lever och äter och dricker. Men, när det kommer till just take away-kaffe väljer vi att förbise om det är hållbart producerat eller inte.



Vi svenskar dricker mycket kaffe, i hemmet, på jobbet och när vi är på språng. Det sistnämnda har efter pandemin ökat igen och nästan hälften av svenskarna (46 procent) dricker kaffe to-go. Trots att hållbarhet generellt ligger högt på agendan är det långt ner på prioritetlistan när det kommer till take away-kaffe - endast fyra procent ser det som den viktigaste faktorn, enligt en ny Novusundersökning från den nya kioskutmanaren PBX. Istället toppas listan av smak samt närhet till affären eller caféet.

- På PBX vill vi att det ska vara enkelt att göra ett val som gör gott för planeten och människan, även när man är på språng och har ont om tid. Just kaffe är en lite extra komplicerad produkt, där vi därför har valt att samarbeta med Lykke kaffegårdar. De använder sig inte av hållbarhetscertifieringar, utan arbetar istället med full kontroll och insyn i produktionen från odlingen till en nybryggd kopp. Kaffebönderna som odlar kaffet är även delägare i bolaget, vilket skiljer sig från den traditionella kaffeindustrin, säger Malin Eklund, Hållbarhetsdirektör, PBX/Reitan Convenience.

Undersökningen visar att det ändå finns en vilja att konsumera eko-kaffe, skillnaden är dock stor mellan

hemmakonsumtion och när man är på språng. Malin Eklund menar att det gör det extra viktigt för kiosker och caféer att göra det enkelt för konsumenter att göra medvetna val genom att erbjuda produkter som är schyssta både mot klimatet.

Om undersökningen

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av PBX. Syftet med undersökningen är bland annat att undersöka allmänhetens inställning till ekologiskt kaffe och hållbarhet. Novus har genomfört 1016 intervjuer under perioden 7 - 12 april 2022. Deltagarfrekvensen bland de inbjudna var 60 procent. Undersökningen är genomförd via webb-intervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade Sverigepanel som ger representativa resultat.