

**KRAV Utbildning arrangerar i samarbete med
Hushållningssällskapet utbildningen**

Mer ekomat i butik

innehållande momenten

- **Utbildning av butikspersonal**
- **Skyltmaterial och hyllkantsmärkning**
- **Kampanjvecka med ekobonde i butik (tillval)**

Ekologisk mat är idag en av de starkaste trenderna inom livsmedelssektorn och försäljningen ökar över hela världen. Marknaden förväntas fortsätta växa mycket snabbt. Trots detta är andelen sålda ekologiska produkter fortfarande liten.

Mer ekomat i butik är ett koncept som hjälper butikerna att utnyttja den stora potential som ekologisk mat har på marknaden. Konceptet är inriktat på att lösa några av flaskhalsarna:

Flaskhals 1: Bristande kunskap

Många kunder liksom butiksanställda saknar kunskap om vad ekologiska livsmedel och ekologisk produktion är. För kunden är brist på information och kunskap större hinder än tid och pengar vid valet av produkt.

Vår erfarenhet är att i butiker där det finns ägare, chefer och personal som är engagerade i miljöfrågor och har god kunskap om ekologiska produkter exponeras dessa produkter bättre och man säljer också mer av dessa produkter. Detta visar också undersökningen Ekoval i butik som vi genomförde med stöd från Konsumentverket 2006-2007.

Flaskhals 2: Bristande tillgänglighet

Det är fortfarande svårt för konsumenten att hitta de ekologiska produkterna i butikerna. Den viktiga kommunikationen av produkterna inne i butikerna, där många köpbeslut fattas, är bristfällig när det gäller ekomaten. Det är fortfarande svårt att hitta de ekologiska produkterna i hyllorna på grund av otydlig märkning, placering mm. Marknadsföringen av ekologiska produkter är över huvud taget svag. Ekologiska produkter marknadsförs sällan i reklamblad, annonser, via rabattkuponger etc.

Flaskhals 3: Vanans makt. Förändring är svårt

Ett av de stora hindren för att öka konsumtionen av ekologiska livsmedel är vanans makt. Detta gäller inte bara konsumenter utan även butikspersonal. Tanken med detta koncept är att bryta invanda mönster och inspirera till nya synsätt, mönster och beteende i butiken.

KRAV utbildning

Hållbar kunskap

Flaskhals 4: Bristande kunskap om utbudet av ekologiska produkter

De flesta butiker som vi har arbetat med har inte kunskap om hur stort sortiment som finns av ekologiska produkter (cirka 4 000 artiklar idag). Man hittar inte produkterna och beställer inte hem dem. Därmed finns det ett begränsat utbud i butiken och därför blir det svårt för kunderna att öka sina inköp.

Mål

Målet med **Mer ekomat i butik** är att:

- 1) Öka kunskapen om ekologisk mat och mervärden som är kopplade till ekologisk mat hos butikspersonal, chefer och ägare.
- 2) Öka motivationen och engagemanget för ekologisk mat hos butikspersonal, chefer och ägare.
- 3) Öka tillgängligheten och exponeringen av ekologiska produkter i butikerna.
- 4) Öka försäljningen av ekologisk mat

Innehåll

Konceptet är tänkt att genomföras i fyra faser:

Fas 1: Dokumentera nuläge

Dokumentera butikens försäljning och sortiment av ekologiska produkter.

Fas 2: Utbildning

(Totalt sex timmars utbildning för två grupper med max 20 personer i varje grupp, uppdelat på två dagar. Varje deltagare går alltså igenom två utbildningstillfällen à 3 timmar.)

Utbildningstillfälle 1:

Ekologisk mat, hållbar utveckling, klimat- och miljöfrågor

- Dagsaktuella trender inom mat, miljö, energi och hälsa.
- Global och lokal marknad för ekologisk mat
- Ekologisk mat kopplad till grundläggande miljöfrågor
- Vilka effekter får vi av en ökad konsumtion av ekologisk mat?
- Framgångsrika exempel på butiker som har ökat försäljningen av ekologisk mat
- Uppgift till personalen inför utbildningstillfälle 2: Läs dokumentationen och gå igenom det ekologiska sortimentet i butiken och ge förslag på utökat sortiment

Utbildningstillfälle 2:

Butikens arbete med den ekologiska maten

- Certifiering och märkning av ekologiska produkter
- Kan man lita på KRAV- och EU-kontrollen?
- Så blir maten KRAV-märkt från jord till bord



KRAV utbildning

Hållbar kunskap

- Mervärden som är kopplade till den ekologiska maten
- Hur utvecklar vi exponering, hyllplacering, märkning och marknadsföring av de ekologiska produkterna? Idéer för ökad försäljning av ekologisk mat.
- Framgångsrika butiker och butikskedjor.
- Genomgång av skyltmaterial som ingår i ekokampanj i butik

Utbildningsfasen genomförs med stor delaktighet från personalen. Fakta varvas med frågeställningar, värderingsfrågor runt maten och dialog. Syftet är att öka motivationen, engagemanget och kunskapen om ekologisk mat och dess koppling till en hållbar utveckling. Deltagarna får också tips på ekologiska produkter och leverantörer för att kunna öka sortimentet. Tanken med utbildningen är att bygga upp ett både bredare och djupare engagemang för den ekologiska maten genom att bland annat öka kunskapen om den helhetssyn som ligger bakom ekologisk produktion.

De arbetsuppgifter som personalen genomför gemensamt i olika grupper under utbildningen är tänkta att användas som underlag till en handlingsplan där det gäller att lyfta de ekologiska produkterna i butiken. Det är därför viktigt att butikens ägare och chefer deltar aktivt i utbildningen.

Att satsa på miljöutbildning kopplat till ekologisk mat är också ett sätt att engagera personalen i något gemensamt. Hållbarhetsfrågor är frågor som det är lätt för många att samlas kring.

Fas 3: Ekokampanj i butik med ekobonde

Ekobonde genomför butiksaktivitet under en till två dagar i samverkan med butikspersonal. *Kostnad för detta moment ingår inte i paketet, utan betalas separat av respektive butik.*

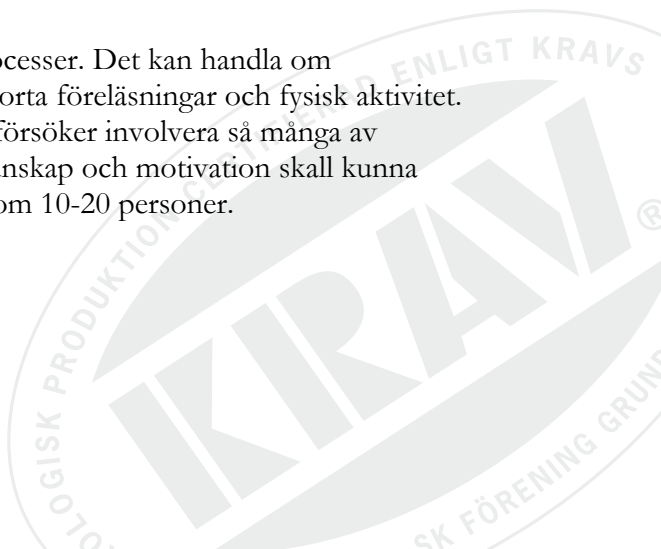
Fas 4: Utvärdering

- Dokumentera försäljnings- och sortimentsförändringar i butik.

Metod/Pedagogik

Utbildningarna är tänkta för alla anställda i butiken. Vi anpassar utbildningens upplägg efter målgruppen. Våra utbildningskonsulter har arbetat länge med att utveckla en upplevelse- och dialogbaserad pedagogik som passar för vuxna och som går ut på att skapa så goda förutsättningar för inläring som möjligt. Pedagogiken bygger på att det skall vara roligt att lära, att motivation och kunskap går hand i hand. Deltagarnas erfarenheter och kunskaper har stort värde i den kunskapsuppbyggande processen.

Vi använder ett flertal verktyg för att sätta igång lärande processer. Det kan handla om värderingsövningar, grupparbete av olika slag, varvat med korta föreläsningar och fysisk aktivitet. Vi ser till att det finns tid för eftertanke och reflektion och försöker involvera så många av människans intelligenser och sinnen som möjligt. För att kunskap och motivation skall kunna utvecklas på ett fruktbart sätt så arbetar vi i helst i grupper om 10-20 personer.



KRAV utbildning

Hållbar kunskap

Plats

Alla utbildningsinsatser sker i utbildningsanpassade lokaler i närheten av butiken eller i butiken. Anordnas och bekostas av deltagande butik.

Investering/kostnad

29 000 kr exkl moms och resor.
Max 40 deltagare i utbildningen.

Utbildare

Mats Alfredson
Hushållningssällskapet Väst

Anna Jiremark
Miljökonsult

Kontaktperson

Staffan Carlberg
Ledare KRAV Utbildning
018-174511
staffan.carlberg@krav.se



KRAV ekonomisk förening
Box 1037 • 751 40 Uppsala
Besöksadress: Kungsängsgatan 12
Tel: +46 (0)18-17 45 00 • Fax: +46 (0)18-13 80 40
Webbplats: www.krav.se/utbildning • E-post: utbildning@krav.se
Pg: 1 65 78 28-8 • Bg: 5711-5487 • Org nr: 716422-5364

