

Udvander discount økologien?

Jeppe Juul
Kampagneleder
Danmarks Aktive Forbrugere

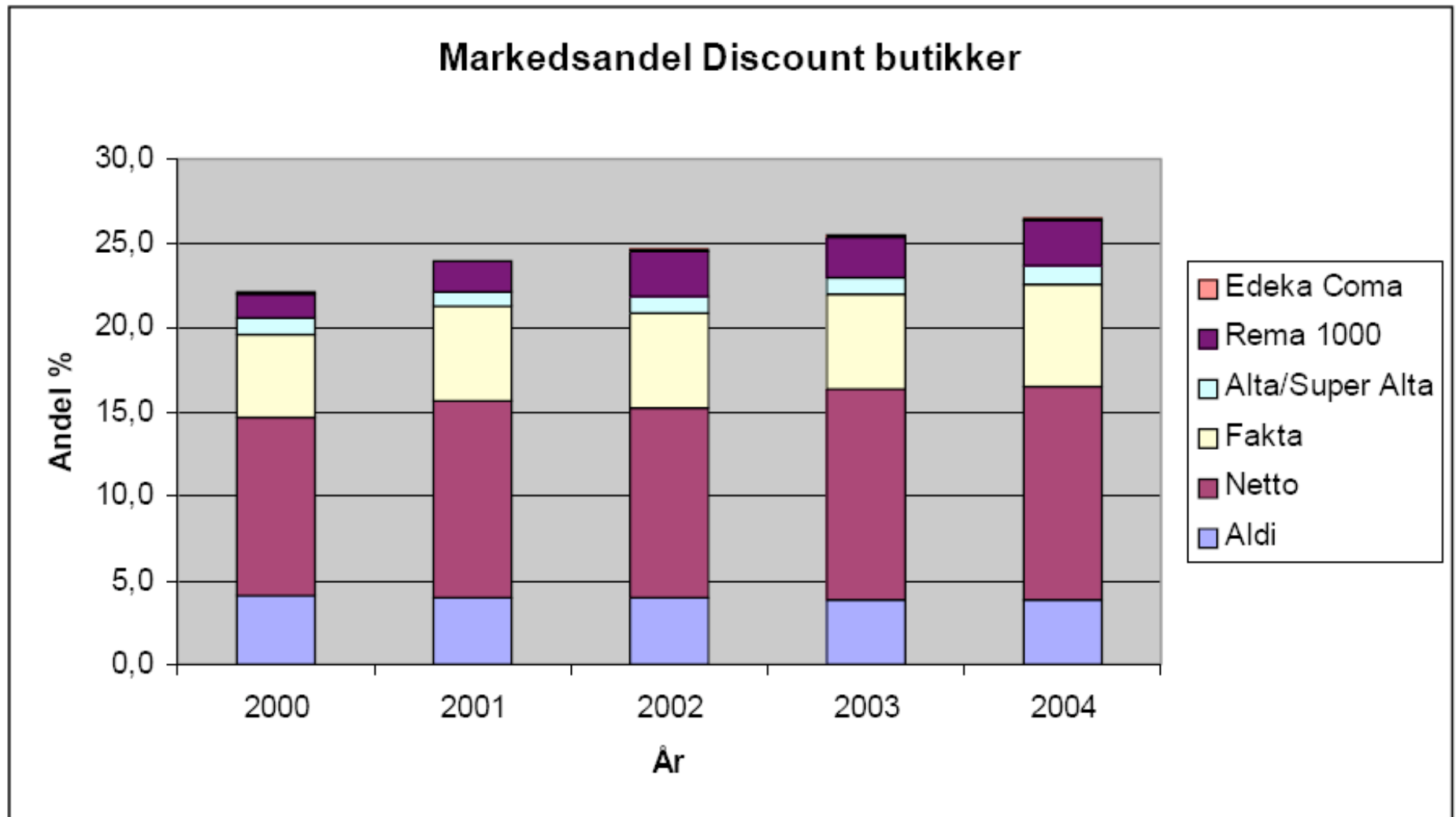


Hvorfor er spørgsmålet interessant?

- _ Discountbutikkerne ligger hvor de økologiske forbrugere bor.
- _ De har små 30% markedandel af dagligvaremarkedet
- _ Og den vokser støt



Markedsandele



To former for discount

Hård discount

- _ Prisen det vigtigste
- _ Og en ost er en ost

- _ Ex. Aldi

Blød discount

- _ Prisen det vigtigste
- _ Men der er cola og så er der Coca Cola

- _ Ex. Netto

Kvalitetstab

Ex. Pebas

- _ 500 ml i Netto 18 kr
- _ 560 ml i Irma 24 kr

- _ Går fra 1+7 til 1+4
- _ Nye produkter med aroma



Konkurrence er fint

- _ Som udgangspunkt er der intet i vejen med pris-konkurrence – heller ikke på økologi.
- _ Men det kræver at varerne kommer ind i butikkerne.
- _ Primært den hårde discount kan være farlig for økologien.



Profitten driver værket

- _ Der er ingen kæder, der reelt tager økologi ind med andet formål end at tjene penge.
- _ Der er priskonkurrence hos alle kæder



Hovedpointer

- _ Centraliseringen er en trussel
- _ Det markante fald i antallet af varenumre er en trussel
- _ Men det er primært en trussel mod innovation og vækst og i mindre grad mod kvaliteten.

