Axfood

PRESSMEDDELANDE 3 NOVEMBER 2026

Axfood investerar i ökad ekologisk mjölkproduktion

Axfood stärker satsningen på ekologiska livsmedel genom att investera i ökad svensk ekologisk mjölkproduktion för det egna varumärket Garant. Tillsammans med Falköpings Mejeri gör Axfood en treårig satsning med ambitionen att väsentligt öka volymerna av ekologisk mjölk. Genom att ekonomiskt premiera ökade produktionsvolymer ska satsningen bidra till en långsiktigt ökad tillgång på ekologisk mjölk och ekologiska mejeriprodukter för svenska konsumenter.

En viktig förutsättning för att öka tillgången är att fler mjölkproducenter kan fortsätta och utveckla sin ekologiska produktion. Satsningen omfattar svensk, KRAV-märkt mjölk och ekologiska mejeriprodukter som säljs under varumärket Garant på Willys, Hemköp och City Gross.

Ekologisk produktion bidrar till flera viktiga hållbarhetsvärden, bland annat biologisk mångfald, minskad användning av naturfrämmande kemiska bekämpningsmedel och mineralgödsel, varierade växtföljder och god djurvälfärd. Mjölkproduktionen har en särskilt viktig roll i det ekologiska lantbruket, där mjölkkorna bidrar till vallodling och en växtföljd som är central för den ekologiska produktionen.

– Vi ser stor potential i att utveckla den ekologiska affären. Genom den här satsningen vill vi skapa långsiktiga förutsättningar för fler mjölkbönder att investera i ekologiskt samtidigt som tillgången på ekologisk mjölk och ekologiska mejeriprodukter ökar, säger **Dorothea Lüftner**, chef för egna märkesvaror på Dagab, Axfoods inköps- och logistikbolag.

– Långsiktighet är viktigt för att skapa förutsättningar för ekologiska mjölkproducenter att fortsätta utveckla sin produktion. Med den här satsningen finns en ambition att successivt öka volymerna av ekologisk mjölk, säger **Anders Segerström**, vd på Falköpings Mejeri.

Axfood är idag den enda svenska dagligvaruaktören med ett publikt mål för ekologisk försäljning. Målet är att ekologiskt ska stå för minst 10 procent av livsmedelsförsäljningen senast 2030. Hemköp har sedan flera år dagligvaruhandelns högsta försäljningsandel ekologiskt. En granskning från Naturskyddsföreningen visar att Hemköp och Willys har de högsta andelarna ekologiska kampanjer i dagligvaruhandeln och att kedjorna kontinuerligt ökar antalet ekokampanjer samtidigt som kampanjandelen har minskat kraftigt i branschen som helhet.

Satsningen på mjölk är en del av ett strategiskt arbete för att stärka den ekologiska affären inom egna varumärken. Genom att identifiera möjligheter i kedjornas sortiment utvecklas nya ekologiska produkter inom de egna varumärkena. Parallellt undersöker Axfood möjligheterna att långsiktigt öka tillgången på ekologiska råvaror och produkter inom fler stora och viktiga kategorier.

I Axfoods rapport Mat 2030, koncernens förslag för en mer hållbar svensk livsmedelsstrategi, lyfts flera åtgärder för att stärka den ekologiska produktionens konkurrenskraft och skapa bättre långsiktiga förutsättningar för både produktion och efterfrågan. Bland förslagen finns nationella mål för ekologisk produktion och konsumtion samt sänkt eller slopad moms på ekologiska och andra hållbarhetsmärkta livsmedel.

För ytterligare information, kontakta:
Magnus Törnblom, presschef Axfood, 070-266 27 12, magnus.tornblom@axfood.se

Axfood ska vara ledande inom prisvärd, bra och hållbar mat. I vår bolagsfamilj ingår butikskedjorna Willys, Hemköp och City Gross, liksom Tempo, Handlar´n och Matöppet. Grossistförsäljning sker genom Snabbgross och vårt supportbolag Dagab ansvarar för koncernens produktutveckling, inköp och logistik. I Axfoodfamiljen ingår även Urban Deli och delägda Apohem och Eurocash. Tillsammans har koncernen cirka 15 000 medarbetare och en omsättning om 90 miljarder kronor. Axfoods aktie är sedan år 1997 noterad på Nasdaq Stockholm och huvudägare är Axel Johnson AB. Läs mer på www.axfood.se.