

PRESSMEDDELANDE 2010-12-02

Julbordet är dött, länge leve jullugnet

Nio av tio stressar inför julen och lika många önskar att julen kunde handla mer om familj än om "måsten". Och nu verkar många ha fått nog. Redan förra året sågs ett trendbrott i försäljningen av mat som köps färdig att äta och i år spås rekordförsäljning.

Nio av tio svenskar upplever stress inför julen, enligt en undersökning som Coop gjorde bland 35 000 medlemmar inför förra julen. Och enligt Svenska Kyrkan och Sifos mätningar säger en av tre att man inte ser fram emot julfirandet. Rubriker som "Julmat på nolltid", "Fixa en stressfri jul", och "Många måsten före jul" talar också sitt tydliga språk.

Unna sig lugn och ro med matlagningsfria dagar

Fler och fler sätter ner foten och vill att julen ska handla mer om att umgås med familj och vänner (88 % enligt Svenska kyrkans undersökning), än tråkiga måsten. Detta speglar sig också i våra matinköp.

Gooh, som säljer Operakällarens hämtmat, såg en ökning i sin försäljning redan förra året. December 2009 såldes 41 procent mer än december året innan.

- Det är ett tydligt trendbrott med så här stark försäljning även i andra halvan av december, som normalt är en lågperiod. Men vi och handeln ser att julen blir kortare för varje år. Nu äter vi julmat på julafton och någon dag till, sedan är det tillbaka till vanliga rutiner igen. Det kommer bli extra tydligt en helg som denna med många vardagar, så Gooh laddar för rekordförsäljning i år igen, säger **Jonas Regnér**, vd på Gooh.

Och decembermånaden och julstressen är inget undantag. Även totalt sett under året ökar försäljningen av färdiglagad mat som man köper hem från butik eller restaurang. Tillväxten drivs av nya konsumentvanor – krav på ökad bekvämlighet leder till fortsatt ökad efterfrågan av "konsumtionsfärdiga" alternativt. Samtidigt ställer kunden allt högre krav på bra mat med naturliga råvaror (utan tillsatser) och höga näringsvärden.

- Vi har under de senaste åren stadigt taktat på en försäljningsökning på 40 procent. Under året som gått har vi slagit upp dörrarna för vårt nya kök och rullat ut nationellt så nu kan stora delar av Sverige få prova Operakällarens hämtmat, berättar **Jonas Regnér**, vd på Gooh.

Om Gooh

Gooh är ett samarbete mellan Lantmännen, Sveriges främsta leverantör av råvaror, och Operakällaren, Sveriges mest kända stjärnkrog. Med rätter komponerade av Operakällarens kökschef Stefano Catenacci erbjuds konsumenten god, vällagad och naturligt hälsosam mat, till ett rimligt pris. ”Det ska vara som att äta på restaurang, fast hemma”, som Stefano Catenacci säger. Gooh går att köpa i utvalda dagligvarubutiker, i egna måltidsbutiker och som företagslösningar. Läs mer på www.gooh.se

För mer information, kontakta:

Jonas Regné, VD Gooh

Tel: 0709 27 80 01, E-post: jonas@gooh.se

Stina Jakobsson, Marknadschef Gooh

Tel: 076 886 36 04, E-post: stina.jakobsson@gooh.se

Bild 1: Operakällarens köttbullar med potatismos, gräddsås och rårörda lingon



Bild 2: Jonas Regné, VD Gooh

