

ALDI modtager hæderspris for rygestopinitiativer

Ude af øje – ude af sind. Flere kæder har gemt tobakken væk, og det har allerede givet pote. Alene hos ALDI er tobakssalget faldet med 20 procent siden december. Nu anerkendes initiativet med Kræftens Bekæmpelses Hæderspris.

Siden 2016 er der sket en stigning i antallet af rygere herhjemme, og det er specielt de unge, der begynder at ryge. Men hvis den yngre generation skal stoppe, så skal kommercielle spillere såsom detailkæder, kiosker og tankstationer gå forrest i kampen mod tobakken. Og det virker. ALDI har siden december 2018 haft cigaretterne gemt væk i samtlige butikker, og i løbet af den korte tid er tobakssalget faldet med 20 procent.

Kampen for en røgfri fremtid er endnu ikke vundet. Derfor har ALDI siden efteråret 2018 indført konkrete initiativer over for både kunder, salgselever og medarbejdere. I går aftes blev denne indsats belønnet, da ALDI sammen med fem andre dagligvarekæder modtog Kræftens Bekæmpelses hæderspris – overrakt af H.K.H. Kronprinsesse Mary.

Ingen børn skal ryge i 2030. Det er målsætningen, der har fået ALDI til at gemme tobakken væk som en del af initiativet Røgfri Fremtid. Initiativet er startet af Kræftens Bekæmpelse og Trygfonden, og her kan ALDI og andre tobaksforhandlere gøre en markant forskel. Undersøgelser viser, at børn og unge er mindre fristet til at ryge, når de ikke bliver udsat for synlig markedsføring af tobak i butikker.

'Ude af øje – ude af sind' gælder også for cigaretter

Nu har samtlige ALDI's butikker haft cigaretterne gemt væk i lidt over en måned, og man kan allerede se et drastisk fald i salget:

"Samlet set er der sket et fald på 20 procent allerede i den første måned, så det har helt klart virket at placere cigaretterne ude af syne, fortæller Finn Tang, adm. direktør i ALDI Danmark, og fortsætter: "Vi kan se et endnu større fald på salget, i nogle af vores butikker, der ligger tæt på områder, hvor unge opholder sig i dagtimerne".

"Det er jo et ret markant tiltag, at vi som supermarkedskæde frivilligt tager initiativer, der sænker vores omsætning. Men vi har valgt at være med i Røgfri Fremtid, og vi vil bære vores ansvar og gøre vores til at få en røgfri generation i 2030", fortsætter Finn Tang.

I Trygfonden glæder man sig over ALDI's vilje til at sætte samfundet over indtjeningen:

"ALDI har haft modet til at gemme tobakken væk, hvilket er én af Røgfri Fremtids centrale anbefalinger. Det er et af de skridt, der skal til, hvis ingen børn og unge skal ryge i 2030. Derfor er vi meget glade for, at ALDI er blevet partner i Røgfri Fremtid". Jette Jul Bruun, programchef i TrygFonden.

ALDI's tobakspolitik gælder også salgseleverne

Som den eneste af de seks kommercielle partnere i Røgfri Fremtid har ALDI igangsat et initiativ for deres elever.

"Vi vil gerne i dialog med vores elever om konsekvenserne ved rygning, så de ikke begynder at ryge, eller, at de bliver motiverede til at holde op. Vi tilbyder også elever såvel som ansatte hjælp til rygestop", fortæller CSR-chef Katrine Milman.

Sidste uge havde klassen af salgselever derfor besøg af Kræftens Bekæmpelse. De unge var meget engagerede og deltog aktivt i snakken og aktiviteterne. De var blandt andet ude at løbe, mens de skulle trække vejret igennem et sugerør, for at mærke, hvordan det er at have KOL. Der blev talt om

pausekultur, om at finde sammen om noget andet end cigaretterne, og om konsekvenserne ved rygning, hvor der var nogle, der virkelig fik sig en øjenåbner.

"Det gik over al forventning, og både vi og Kræftens Bekæmpelse har fået indsigt i, hvordan vi kan nå ind til unge på erhvervsskoler", udtaler Katrine Milman, som kan fortælle, at der nu fast vil være et modul om sundhed og rygning på salgselevernes uddannelsesforløb med håb om, at flere vil fravælge rygningen.

"Vi er rigtig glade for, at ALDI har taget initiativ til tage dialogen om rygning med deres elever. Hvis vi skal tænke flere skridt, så kan ALDI gå videre og se på rygekulturen og arbejde for, at de unge ansatte ikke bliver fristet til at ryge, når de er på arbejde", fortæller Mette Lolk Hanak, forebyggelseschef i Kræftens Bekæmpelse.

For yderligere information, kontakt venligst:

Thomas Hedegaard Bang, 88 80 35 02, thomas.bang@aldi.dk

FAKTA

Om danskerne og rygning:

I 2018 røg 23 procent af den voksne befolkning dagligt eller lejlighedsvis. Det viser tal fra den årlige undersøgelse 'Danskernes rygevaner' foretaget for Sundhedsstyrelsen, Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen og Lungeforeningen.

Det er en signifikant stigning siden 2016, hvor 21 procent røg. De seneste seks år har der ikke været nogen ændring i andelen af danskere, der ryger, men tallene er nu steget for første gang i 20 år.

Kilde: cancer.dk, 21. januar 2019

Om initiativet Røgfri Fremtid:

Røgfri Fremtid er et initiativ fra Kræftens Bekæmpelse og TrygFonden. Siden lanceringen i maj 2017 er over 120 organisationer, myndigheder, uddannelsessteder og virksomheder blevet en del af partnerskabet og har forpligtet sig til at arbejde for, at ingen børn og unge ryger i 2030.

Læs mere på www.roegfrifremtid.dk

Om Kræftens Bekæmpelses hæderspris:

Mandag den 4. februar fik de administrerende direktører for Aldi, COOP, Lidl, REMA 1000, Salling Group og Magasin Kræftens Bekæmpelses Hæderspris 2019 overrakt af H.K.H. Kronprinsessen. Det skete ved et arrangement i Skuespilhuset i København, som også var en markering af World Cancer Day.

Det er niende gang, at Kræftens Bekæmpelse uddeler sin hæderspris. Med prisen ønsker Kræftens Bekæmpelse at påskønne en person eller gruppe, som har gjort en særlig indsats inden for kræftområdet, herunder også forebyggelse af kræft.

Om ALDI:

Aldi Danmark er den første discountkæde i Danmark, med mere end 41 år på markedet. Der er knap 2600 medarbejdere fordelt over hele landet i over 180 butikker. ALDI Danmark er i gang med en større revitalisering, der blandt andet omfatter en modernisering af alle kædens butikker, udvidelse af

sortimentet og stadig mere fokus på ansvarlighed. Indsatsen skal gøre ALDI Danmark endnu bedre på det danske marked.

Aldi Nord Gruppen er en af Europas største discountkæder, med mere end 5000 supermarkeder i Spanien, Portugal, Frankrig, Belgien, Holland, Luxembourg, Polen, Danmark og Tyskland hvor man er nummer 1 i discount.