Pressmeddelande 2015-05-06

**Svensken väljer allt dyrare grillar**

*Försäljningen av dyrare grillar ökar kraftigt i Sverige. På dagligvarukedjan City Gross märker man av det på att försäljningen av avancerade grillar ökar från år till år. Hittills i år har det totala försäljningsvärdet för grillutrustning fyrdubblats jämfört med förra året, trots att våren är senare i år.*

Svenskens intresse för att grilla fortsätter att öka. Det ligger i linje med en stark internationell grilltrend, där intresset för seriös grillning ökar. På dagligvarukedjan City Gross märks det i form av en ökande efterfrågan på grillrelaterade varor, och då inte minst avancerad grillutrustning.

Det totala försäljningsvärdet för grillutrustning har fyrdubblats jämfört med samma period (vecka 1-17) förra året. En anledning är att försäljningen av gasolgrillar tredubblats. En annan att fler kunder väljer dyrare kolgrillar, där försäljningen fördubblats.

– Vi märker av det ökande grillintresset på att vi möter kunnigare konsumenter som söker mer avancerad och dyrare utrustning för att kunna lyfta sin grillning till nästa nivå. Oftast är det män, men vi märker att allt fler kvinnor är engagerade även i själva grillmomentet och inte som tidigare bara i tillbehören. Den starka försäljningen hittills i år har tagit oss på sängen och vi får nu kraftigt revidera våra säljprognoser, säger Jan Andersson, inköpsansvarig för specialvaror på City Gross.

City Gross årliga undersökning av svenska konsumenters grillvanor har de två senaste åren visat att de som grillar oftast har tillgång till fler än en grill. På City Gross tolkar man det faktum att man hittills i år sålt fler av alla typer av grillar som att det förhållandet gäller även i år och förstärkts. Att försäljningen av gasolgrillar ökar talar för att fler kommer att få testa om de tycker att smaken påverkas av om man grillar med kol eller gas, något många konsumenter tror men få grillproffs instämmer i.

På City Gross märker man dessutom av ett fortsatt ökande intresse för BBQ, d v s att man grillar med stängd huv. Det tar sig bl a uttryck i en ökande försäljning av fler och mer avancerade grillar, samt i att kött som passar för BBQ hittills haft en relativt stark försäljningsutveckling jämfört med förra året.

City Gross är starkt engagerat i att öka intresset för grillad mat. Man har bl a fungerat som motor för det svenska mästerskapet de två senaste åren och medverkar i år som sponsor av Barbeque-VM som går av stapeln i Sverige. Samtidigt är man för tredje året i rad partner till TV4s Grillmästarna i arbetet med att vaska fram årets amatörgrillare.

Familjeägda Bergendahls Food äger och driver City Gross, landets fjärde största och snabbast växande dagligvarukedja med 38 butiker. Kedjan har en tydlig medveten färskvaruprofil. Bl a är man ensam om att allt färskt kött man säljer är svenskt och styckas i butik och att alla butikers kötthantering är KRAV-certifierad.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

För mer information:

Jan Andersson, inköpsdirektör Hem&Fritid på Bergendahls Food, 0725-24 68 24

[www.citygross.se](http://www.citygross.se)

Medieservice: Mikael Lagerwall, informationsansvarig på Bergendahls, 0708-47 21 00, mikael.lagerwall@bergendahls.se. Digitalt pressrum på [www.mynewsdesk.com](http://www.mynewsdesk.com).

*Bergendahls startades 1922 och ägs idag av familjen Bergendahl-Mylonopoulos i tredje och fjärde generationen. Bergendahl & Son AB driver parti- och detaljhandel i Norden och Tyskland genom Bergendahl Food (detaljhandel genom City Gross, EKO och Hyllinge Cash samt partihandel till bl a fria handlare inom Den svenska matrebellen och Matöppet), Granit och Glitter. Bergendahls är idag ett av landets fem största svenskägda familjeföretag och det 101:a största (enl Veckans Affärer).*