



Trækassen, der ændrede danskernes madkultur, fylder 25 år

Efter 25 år og levering af ca. 46 millioner ikoniske kasser har Aarstiderne ændret danskernes madkultur. Og efter vilde år med både vækst og nervepirrende nærdødsoplevelser er meldingen klar: Der er mere brug for Aarstiderne end nogensinde før.

Gennem 25 år har Aarstiderne insistet på økologi og jordforbindelse. De har talt om bæredygtighed længe før klima- og biodiversitetskrisen kom på danskernes dagsorden, og har satset på grønne måltider før forskere og ernæringseksperter begyndte at pege på værdien af at skære ned på kødet til glæde for både kloden og helbredet.

Da visionerne om at skabe et alternativ til konventionelt landbrug og supermarkedernes kølediske tog form for 25 år siden, var det ud fra en overbevisning om, at velsmag, økologi og respekt for ressourcerne hænger sammen.

”Dengang Aarstiderne startede - i 1999 - var det nærmest utopisk at forestille sig, at nogen kunne leve af at sælge økologiske fødevarer direkte til forbrugerne via internettet. I dag må vi konstatere, at ideen var så god, at mange andre har ladet sig inspirere.” Annette Hartvig Bohé, CEO, Aarstiderne.

Grøntsager i frikadellerne

I dag leverer Aarstiderne hver uge råvarer til omkring 250.000 måltider til danske og svenske forbrugere. Og selv om den ikoniske trækasse ser ud, som den gjorde for 25 år siden, justeres indholdet og ambitionerne løbende. Aarstiderne viser fortsat vejen og sætter en ære i at gå mod strømmen ved bl.a. at øge mængden af grøntsager i måltiderne - også i frikadellerne.

“Vores stil har været at hoppe foran i kæden i stedet for at lurepasse på, at andre skal gøre det. For os er det vigtigt at agere i stedet for at vente på, at der er et marked man kan hoppe med på.” Søren Ejlersen, medstifter og bestyrelsesmedlem, Aarstiderne.

Mens de seneste undersøgelser fra bl.a. Madkulturen i 2023 viser, at forbrugerne spiser stadig mere kød og mere fastfood - og at de bruger færre lokale råvarer og mindre tid i køkkenet, holder Aarstiderne fast i visionen og værdierne.



AARSTIDERNE

”For os handler det fortsat om glæden ved at have en tæt forbindelse mellem den dygtige avler, den ambitiøse leverandør, jorden, de gode økologiske varer og det måltid, man tilbereder i sit køkken. Og vi tror på, at vores kunder både kan mærke og smage forskel.” Annette Hartvig Bohé, CEO, Aarstiderne.

En grøn rutsjebanetur

Aarstiderne har igennem årene oplevet, hvad de selv beskriver som ”nærdødsoplevelser”:

”Aarstiderne er en yderst levende organisme, og indimellem har der været behov for at spænde den grønne sikkerhedssele og lige tage ekstra luft ind. Men i dag må jeg konstatere, at det er nu alle vores dagsordener topper. Det er nu, Jorden kalder på alt det, vi tror på.” Søren Ejlersen, medstifter og bestyrelsesmedlem, Aarstiderne.

Aarstidernes historie

Se en tidslinje over særlige højdepunkter i Aarstidernes historie her:

<https://www.aarstiderne.com/om-aarstiderne/baggrund-og-tal/aarstidernes-tidslinje>

For flere informationer kontakt

Søren Ejlersen
Kok og medstifter af Aarstiderne
+45 22 700 700
se@aarstiderne.com

Annette Hartvig Bohé
CEO, Aarstiderne
+45 22 700 702
ahl@aarstiderne.com

Malthe Bjørn Harvig Merrild
Communications Manager, Aarstiderne
+45 31 710 273
mme@aarstiderne.com

