



Matsvinn

Kvalitativ undersökning om
attityder, kunskap och beteende
kopplat till matsvinn



Maria Hedengren
November 2013





Innehåll

- Sammanfattning sid 3
- Bakgrund, syfte och metod sid 5
- Maten och målgrupperna sid 8
- Erfarenheter och attityder till matsvinn sid 19
- Inställning till information sid 27
- Slutsatser och rekommendationer sid 41

Sammanfattning

Bakgrund

På uppdrag av Livsmedelsverket har Ipsos genomfört en kvalitativ studie om attityder och beteende kopplat till matsvinn bland hushåll i olika målgrupper. Totalt genomfördes 4 fokusgrupper med äldre och yngre 1-2 personshushåll, samt flerpersongshushåll med barn i yngre respektive äldre åldrar. Den kvalitativa undersökningen ska ligga till grund för en efterföljande kvantitativ studie.

Resultat

Matsvinn väcker dåligt samvete

Matsvinn ses som oekonomiskt och ett slöseri med resurser både ur ett moraliskt, etiskt och ett värdebaserat perspektiv. Det är ett tecken på att vi lever i ett överflöd och att vi har "råd" att vara oaktsamma med såväl miljön som med våra ekonomiska tillgångar.

Matsvinn är ett problem – men för vem?

Intressant att notera är att hushållen generellt inte uppfattar sig vara någon stor bidragande orsak i sammanhanget. Istället antas det främst vara i butiker, restauranger och skolor som det huvudsakliga matsvinnet sker.

Det är andra som slänger – inte jag

Samtliga målgrupper upplever att de slänger förhållandevis lite mat i onödan, utom möjligtvis med undantag för småbarnsfamiljerna. Det man framförallt uppger att man slänger är frukt & grönt som blivit otjänligt, och tillagad mat som blir över och som inte är "värt" att spara, i synnerhet ris & pasta.

Slutsatser

För att minska matsvinnet krävs medvetenhet, inspiration och vägledning

För att komma till rätta med matsvinnet måste man dels bli medveten om att, och på vilket sätt, de enskilda hushållens medverkan spelar roll, dels få motivation och inspiration att göra något åt det. Åtgärder för minskat svinn antas i hög grad handla om bättre planering och hantering av maten, men måste vara lätt att anamma och uppfattas ge vinster i vardagen för att man ska ta det till sig.

Bakgrund, syfte och metod

Bakgrund och syfte

- På uppdrag av Livsmedelsverket har Ipsos genomfört en kvalitativ förstudie om attityder och konsumentbeteenden kopplat till matsvinn. Den kvalitativa förstudien ska ligga till grund för en efterföljande kvantitativ undersökning.
- Det övergripande syftet har varit att få fördjupad kunskap om olika målgruppers tankar, känslor, attityder, kunskap och beteenden kring matsvinn. Syftet har även varit att få förståelse för behov och förväntningar på kunskap och information när det gäller matsvinn, samt vilken typ av information som eftersöks och vilken tillit som finns till olika informationskällor.
- För att besvara syftet har undersökningen fokuserat på följande frågeområden.
 - Beteende och inställning till hantering av mat i allmänhet, samt kännedom och uppfattning om matsvinn specifikt.
 - Erfarenheter och åtgärder kring matsvinn.
 - Inställningen till information och behovet av information och kommunikationstjänster.
- Den kvalitativa förstudien syftar också till att säkerställa att väsentliga aspekter fångas för att ge underlag till relevanta frågor i den kvantitativa fasen.

Bakgrund och syfte

- Totalt genomfördes 4 fokusgrupper med 8 respondenter i varje grupp enligt följande upplägg;

	Målgrupp	Kriterier
A	Yngre hushållsmedlemmar i åldern 18-30 år	<ul style="list-style-type: none"> • 1-2 personshushåll utan barn • Bor i eget hushåll
B	Äldre hushållsmedlemmar i åldern 65-80 år	<ul style="list-style-type: none"> • 1-2 personshushåll • Inga hemmavarande barn
C	Föräldrar/Vårdnadshavare	<ul style="list-style-type: none"> • Flerpersonshushåll • Hemmavarande barn i yngre åldrar, 0-5 år
D	Föräldrar/Vårdnadshavare	<ul style="list-style-type: none"> • Flerpersonshushåll • Hemmavarande barn i äldre åldrar, 10-18 år

- Övriga urvalskriterier som tillämpades var följande;
 - Boende i Storstockholmsområdet.
 - Spridning av kön, socioekonomisk bakgrund, utbildningsnivå och ålder.
 - Ansvarar för minst hälften av inköp, planering, matlagning och hantering av mat i hushållet.
 - Merparten av deltagarna i varje grupp äter ute och/eller tar "take away" med viss regelbundenhet.

Maten och målgrupperna

Mat- och inköpsvanor hos yngre och äldre präglas av frihet och tradition



Äldre 65-80 år

Yngre 18-30 år

Anpassar måltiderna efter dagsform/behov
Mer sällan och mindre

Kul med mat
Inspiration/Passion
Variation/Komposition

Värdesätter lagad mat
Rejäl husmanskost
"Grytor och soppor"

Viktigt äta ordentligt
Bra råvaror
Nyttigt, proteinrikt

Rutiner utifrån behov
Måltiderna flyter ihop
frukost/lunch/middag

Snabb tillgänglighet
Oregelbundenhet
Äta ute/"On the Go"

Lagar från grunden
"Samlar" och fryser in
"Veckohandling"

Kort "ad hoc" planering
Anpassning utifrån behov
"Dagliga inköp"

Mat- och inköpsvanor i barnfamiljerna präglas av kompromisser och flexibilitet



Barn 10-18 år

Barn 0-5 år

Splittrat kring måltider
Olika tider/aktiviteter
Barnen har inflytande

Tillfredsställa barnens
behov - "få i sig det de
behöver"- prioriteras

Många viljor kring maten
Ska ge näring och energi
Enkel snarare än komplex

Mat = basbehov
Maten ska mätta för
nöjda och glada barn

Flexibla lösningar
Stora satser
Matlåda till vuxna

Strävan efter rutiner
Blir inte som man tänkt
Nyckfullt - äta/inte äta

Viss planering utifrån vad
som finns hemma, i frysen
Bas + kompletteringsinköp

Kort framförhållning
"Trolla med knäna"
Både stor- och småhandlar

Sagt om vardagslivet kring maten och måltiderna

Jag gillar att improvisera när jag lagar mat och det är en speciell känsla att ha lagat maten själv. Det ska vara gott och viktigt att alla råvaror finns med. Mycket kyckling och nyttig sallad blir det för min del, och så kvarg, det är en trend.

(Yngre)

Nu när man inte jobbar längre blir det ofta att man drar ut på det och äter en senare frukost eller någon slags brunch och sedan något mer lagat framåt kvällen. Jag lagar allt från grunden, och gärna en stor kastrull som jag sedan fryser in.

(Äldre)

I min drömvärld ska alla sitta ner vid middagsbordet och äta i lugn och ro, men det känns som om det är omöjligt när man jobbar och alla är trötta. Istället blir det mest fokus på att barnen ska få i sig det de behöver så att de blir mätta och kan sova gott och att vi kan få en stund för oss själva på kvällen.

(Förälder småbarn)

Ju äldre barnen blir desto mer splittrat med olika aktiviteter blir det. Det är sällan vi är samlade alla till middag, utan det blir mer enportionslagning och olika rätter som tas fram ur frysen eftersom alla äter vid olika tider.

(Förälder äldre barn)

Det är andra som slänger – inte jag



Yngre 18-30 år



Butiker och restauranger är de största bovarna



Barn 10-18 år



Äldre 65-80 år

Unga saknar uppfostran kunskap och tradition

Äldre har tid och resurser att vara "slösaktiga"

Barnfamiljer är stressade storkonsumenter

Äldre har tid och resurser att vara "slösaktiga"

Barnfamiljer är stressade storkonsumenter



Barn 0-5 år

Slänger mer när barnen är små

Skolmaten håller dålig kvalitet och går till spillo

Skolmaten håller dålig kvalitet och går till spillo



Det som slängs är främst färskvaror och "bulkvaror"

Råvaror och färskvaror som blivit otjänliga, samt tillagad mat som blivit över och som man inte vill hetta upp igen uppges vara de vanligaste orsakerna till att slänga. Andra orsaker uppges vara för stora portioner eller barn som inte orkar eller vill äta upp. Nedan anges grovt rangordnat vad respondenterna uppger att de slänger.

Frukt & Grönt

från skålen/kylen
Blir lätt gammalt,
skämt, ruttet,
ofräscht, mjukt
och saggigt

Ris & pasta

från kastrullen
Kokar för mycket,
svårt beräkna,
svårt återanvända
Billig "bulkvara"

Bröd

Går inte åt
tillräckligt snabbt
Fort sämre kvalitet
om ligger framme
Till slut möjligt

Mjolk- produkter

Utgånget
datum

Kött & Fisk

Från tallriken
Små mängder,
redan tillagat, för
lite göra något av
Ev till hund/katt

- I den kvalitativa undersökningen går det inte att med säkerhet uttala sig om i vilken omfattning olika kategorier av mat slängs. Respondenterna uppger dock, både i diskussioner och i "dagböcker", att frukt & grönt är det som slängs mest frekvent. Även ris & pasta upplever man slängs relativt ofta. Övriga kategorier slängs mer sporadiskt och inte lika lättvindigt. Kött är det som uppfattas mest angeläget att ta vara på. Kött ses som "dyrbart" och lagas sällan till i för stora mängder, utan snarare portionsvis.

Orsakerna till att slänga mat handlar till stor del om tillgång och efterfrågan

Hög tillgänglighet till butiker och stort utbud av varor

Köper hem för mycket – faller för erbjudanden
"Handlar med ögonen och magen"

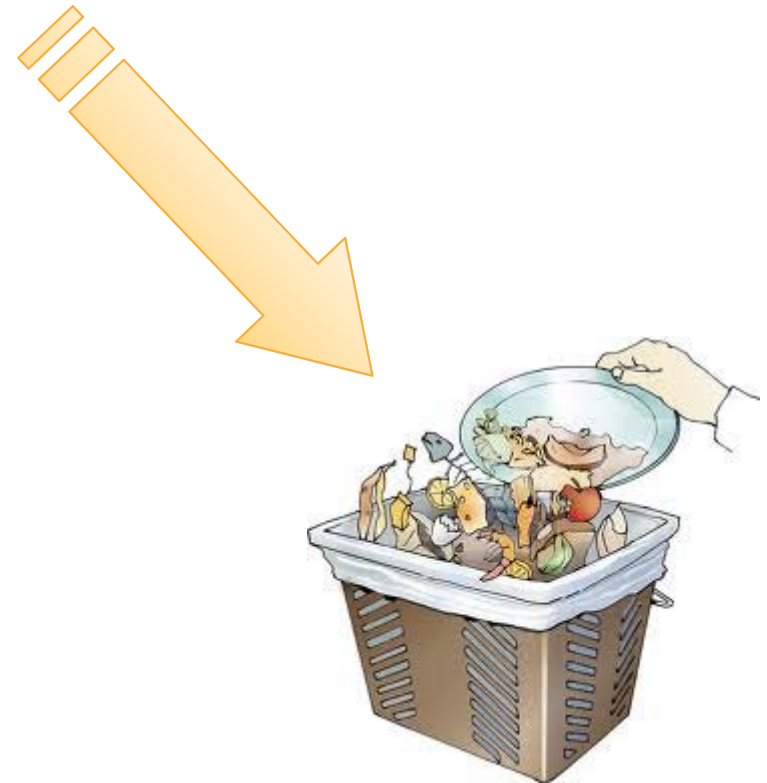
Dålig planering – kollar inte vad som finns hemma
Svårt/tråkigt att vara förutseende och efterklok

Glömmer vad man har i kylan/frysen/skåpen

Ingen tydlig rangordning i kylan – ej äldsta maten främst
"Bäst före" datum gör det legitimt att slänga

Fel förvaring – missar att ställa in i kylan/frysa in
Osäkerhet kring hållbarhet och rätt temperatur

Kräsenhet – Ingen som vill ha det överblivna
"Ser inte gott ut..." eller "är inte sugen..."



Sagt om orsaker till att slänga mat

Jag har växt upp med att det är dumt att slänga, men ibland måste man med sånt som har blivit möjligt eller frukt och grönsaker som har blivit dåliga. Eller om man äter ute och det är dubbelt så mycket som man orkar äta upp, då lämnar man även om det bär emot.

(Yngre)

Jag slänger ingenting om det inte är direkt dåligt, som t ex avokado eller mango är ofta inte bra. Jag tror att det beror på att de hanterar frukten dåligt i affären. Dessutom frestas man ofta att köpa för mycket när det är 'ta 3 betala för 2' eller liknande.

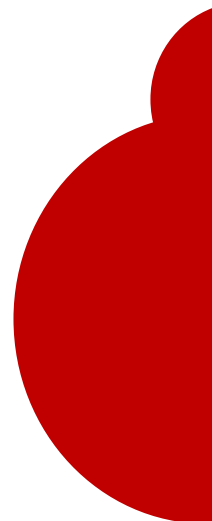
(Äldre)

Det måste vara gott och man måste vara sugen på det annars är det inte värt att spara eller tvingas äta upp det. Jag tror också att det handlar om lathet och att man köper på sig och lagar för mycket som sen inte kommer kunna användas.

(Förälder småbarn)

Svårt att motivera varför man ska äta ur den gamla påsen när man bor nära en butik och kan köpa nytt. Ofta köper man för att det är billigt eller så glömmer man vad man har köpt och så blir det liggande tills man tvingas slänga det.

(Förälder äldre barn)



Äldre och yngre småhushåll upplever att de är bra på att ta tillvara maten



Äldre 65-80 år

Yngre 18-30 år

Anser sig vara bra på att ta vara på det som finns

Slänger främst det som är uppenbart ruttet eller dåligt

Uppfostrad att titta, lukta, smaka

Klagar på stora förpackningar
Vill ogärna hetta upp flera gånger

Lagar inte mer än man äter upp
Tar vara på det man har

Ekonomi och "ad hoc" planering styr

Konsumerar mer "ute" och mindre hemma

Går åt mindre – tvingas slänga det som hinner bli dåligt

Barnfamiljerna upplever det svårt att planera och anpassa mängden mat



Barn 10-18 år

Barn 0-5 år

Hemmet påminner om
en "restaurangmiljö"

Familjen äter på olika tider
och har olika preferenser

Förvarar mycket mat i frysen/kylen
för snabb tillgänglighet vid behov

Det som tas fram, lagas och blir
över går till matlåda eller slängs

Barnens önskemål styr
Valfrihet kräver flexibilitet

Svårt att planera och anpassa
rätt mängd vid rätt tidpunkt

Köper och lagar för mycket
Får slänga det som blir över

Tillagad och halväten mat är
inte tillräckligt attraktiv att spara

Sagt om bristen på planering och att behöva slänga mat

Jag bor precis vid en matbutik och har ganska litet utrymme i frysen så jag planerar vad jag ska köpa hem samma dag eller kvällen innan. Min sambo gillar att laga mat, men vi lagar inte till mer än vi behöver och behöver sällan slänga så mycket.
(Yngre)

Det blir inte så mycket planering och lätt att man köper hem för mycket, men jag äter alltid upp det jag lagar eller tar resterna dagen efter. Jag har svårt för att kasta, det sitter liksom i själen. Jag tror det är en generationsfråga och en påminnelse om krigsåren.
(Äldre)

Egentligen är det känsligt för mig att slänga mat, men ibland blir man påmind om hur mycket man faktiskt slänger. Häromdagen t ex glömde jag att ställa in i frysen och var tvungen att slänga. Eller när barnen hela tiden ändrar sig och vill ha olika mackor, det är ju ingen som vill äta upp en leverpastejsmörgås som någon redan har slickat på, eller hur?
(Förälder småbarn)

Jag är inte så bra på att planera, men försöker att ligga steget före genom att se till att det finns mycket hemma av basvaror och att köpa hem och frysa in om det är bra pris. Ofta blir det för stora portioner när vi lagar och om vi slänger något är det framförallt pasta och ris som inte går att frysa in.
(Förälder äldre barn)

Erfarenheter och attityder till matsvinn



Spontant väcker tankarna på matsvinn dåligt samvete hos var och en. Samtidigt associeras matsvinn i hög grad till ett resursslöseri på samhällelig nivå, kopplat till offentliga miljöer, och inte i första hand till ett individuellt problem.

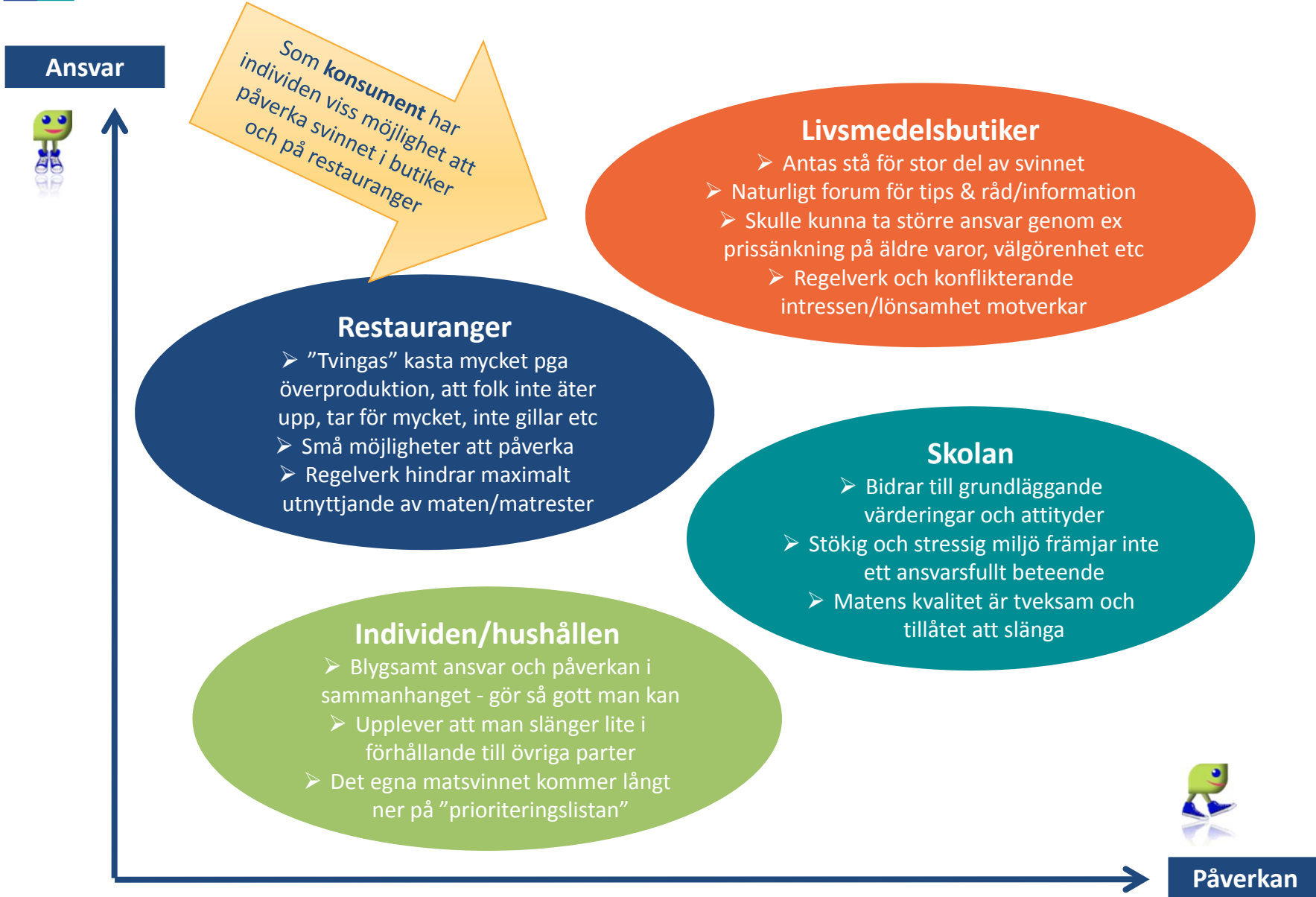
Matsvinn är slöseri och känns som ett misslyckande. Det är som om maten har vunnit om jag tvingas slänga mat som inte blev använd eller som jag inte orkar äta upp. (Yngre)

Det är hemskt att kasta mat. Vi borde skämmas när man tänker på svälten i världen, och så anklagar vi oss själva för dålig planering! Att kasta mat är som att kasta pengar! (Äldre)

När jag tänker på matsvinn tänker jag på frukt och grönt och att det är ett i-landsproblem. Det är både onödigt och dålig ekonomi, men jag tror det beror mycket på slarv och på stress. (Förälder småbarn)

Det känns inte bra att slänga mat och det är inte rätt. Det är både oetiskt och omoraliskt. Ett energislöseri som blir dyrt eftersom det är någon som måste betala även om det slängs. (Förälder äldre barn)

Som enskild individ upplever man sig ha begränsat ansvar och påverkan



Sagt om att matsvinnet främst sker i butiker och när man äter ute

Vad är en liten portion hemma mot allt det som slängs på restauranger. Och i butikerna, där slängs allt som inte är tipp topp, mest för att det är kort datum och inte får säljas till halva priset, som t ex kött och pålägg.

(Yngre)

Svinnet är som störst i livsmedelsbutiker och på restauranger. Hemma kan man styra mer vad som går åt, men på restauranger och i butiker blir det kvar mycket av det som fortfarande är ätbart. I Sverige finns det också regler för att man inte får skänka sånt som har blivit över, till skillnad från USA t ex där man sätter ut påsar till hemlösa.

(Äldre)

Det är såklart allas ansvar att maten slängs, men det stora problemet är nog på restauranger och i affärer. Folk köper inte sånt med röda lappar där datumet är på väg att gå ut, utan tar det som är färskast, och butikerna vill ju att vi ska köpa mer hela tiden och är inte beredda att sänka priserna.

(Förälder småbarn)

Det är jobbigt att se hur folk lämnar mat på restauranger, för att man tar för mycket eller för att någon annan har lagt upp och då är det på nåt sätt ok att slänga. För att inte tala om skolan. Ofta är det stressigt och inte särskilt aptitligt och barnen behöver inte äta upp, utan tillåts att slänga.

(Förälder äldre barn)

Åtgärder för minskat svinn kretsar kring bättre framförhållning och hantering



Äldre 65-80 år

- Mindre portioner och förpackningar
- Frysa in rester, alternativt äta dagen efter
- Handla efter säsong
- Inte köpa "2 betala för 1"
- Laga från grunden – godare, mer "ekonomiskt"
- Ökad kunskap om hållbarhet och förvaring



Yngre 18-30 år

- Handla mindre – inte "bunkra"
- Planera när man ska äta och hur mycket
- Rätt förvaring – äldsta varorna längst fram
- Dela större förpackningar och frysa in
- Ta hand om resterna – kreera och komponera
- Ökad kunskap om hållbarhet och förvaring



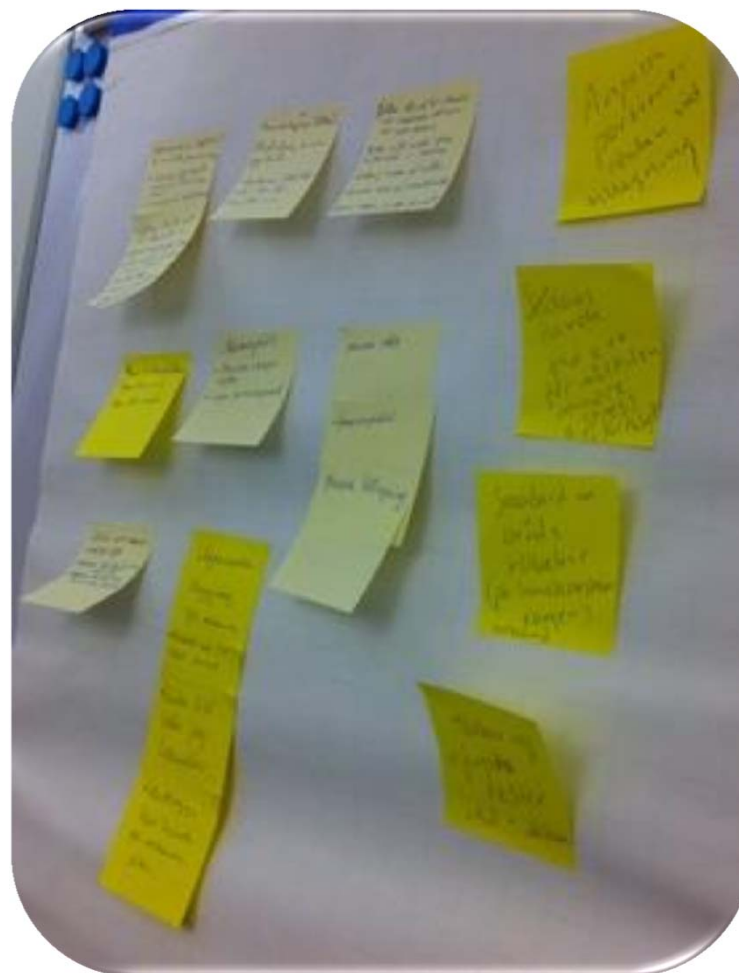
Barn 0-5 år

- Långsiktigare planering
 - Planera och följa matsedel för veckan
 - Mer "ekonomiskt" i det långa loppet
- Ta hand om resterna
- Ökad respekt för matens värde
 - Mat som blivit över = bra mat



Barn 10-18 år

- Planera inköp – inte köpa för mycket
- Stå emot erbjudanden i butik
- Inte stirra sig blind på "bäst före" datum
- Rätt förvaring – emballage, temperatur etc
- Bättre struktur och märkning i kyl och frys
- Lagom stora portioner – mått per person



** Respondenterna delades in i grupper om två och två och fick i uppgift att komma med idéer kring olika sätt att minska det egna matsvinnet, i och utanför hemmet.*

Åtgärder för minskat svinn måste vara okomplicerat och lätt att anamma

Enklast

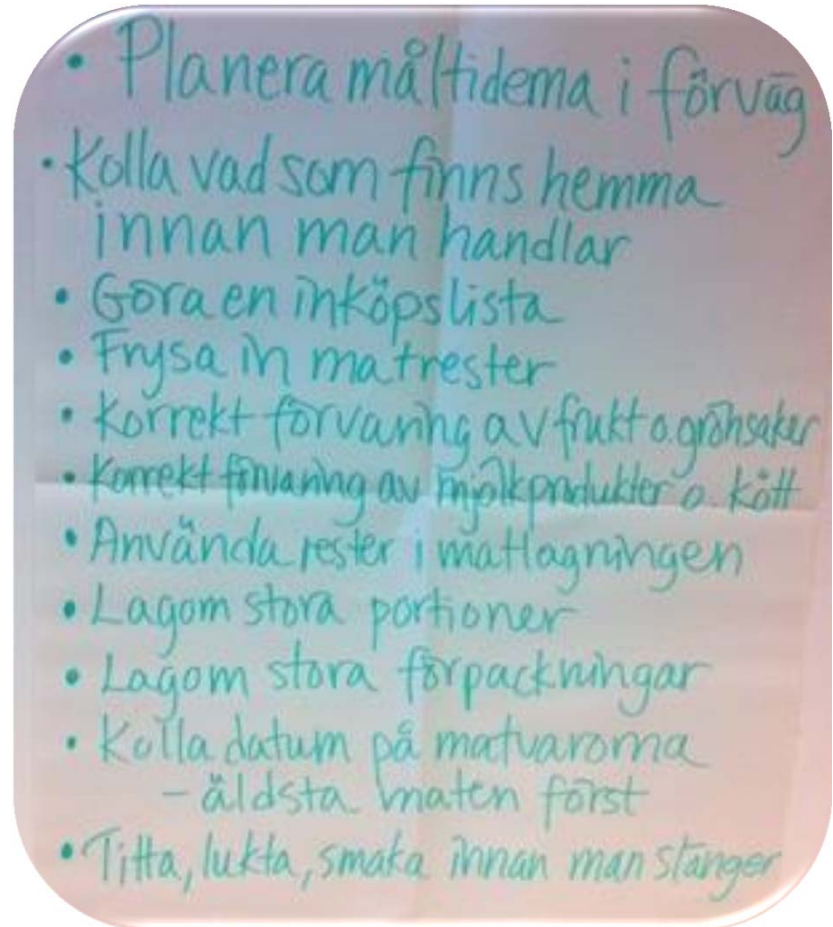
- Kolla vad som finns hemma – tänka efter före
- Korrekt förvaring – rätt temperatur
- Frysa in och använda rester
- Kolla datum – inte köpa nytt innan det är slut

Titta, lukta, smaka

- För vissa är det självklart att bedöma matens kvalitet genom att använda sina sinnen
- För andra är det svårt att våga lita på sina sinnen – man vet inte hur det ska lukta/smaka, vill undvika obehag, är rädd för att bli sjuk

Svårast

- Planera – tråkigt, återuppreparande, tar tid
”Inköpslista är inte inspirerande”
”Blir ändå inte som man tänkt sig”



- Respondenterna fick rangordna vad de ansåg vara enklast respektive svårast att göra för att minska sitt matsvinn.

Sagt om att ta tillvara på maten och minska svinnet

Jag tror på bättre planering och koll på vad man har. I princip allt utom frukt går ju att rädda genom att frysa in eller laga till. Man borde nog lära sig lite mer om livsmedel för att veta hur man hanterar olika saker på bästa sätt. (Yngre)

Man ska vara mätt när man handlar, planera bättre och ta hand om resterna på rätt sätt. Om man kan utbilda den yngre generationen att laga sin egen mat och inte köpa så mycket färdigt skulle det bli mindre svinn. (Äldre)

Först och främst tror jag man måste ändra samhällets attityd till mat. Mat är inte vilken vara som helst och förtjänar att behandlas med respekt. Nu handlar man utan planering och köper på sig alldeles för mycket. Det blir mer pengar som går till spillo än man tror över året, men det tänker man inte på. (Förälder småbarn)

Man måste börja tidigt och lära barnen att mat kostar. Det handlar om etiskt tänkande och att tänka i flera led på slösandet. För att bli bättre på att inte slänga borde man planera bättre och inte köpa för mycket, t ex tänka sig för innan man köper på extrapris sånt som inte går åt och inte stirra sig blind på datummärkningen. (Förälder äldre barn)

Inställning till information

För att motivera egna åtgärder krävs att man inser vidden av problemet

Frågan om matsvinn har inte satt några djupare spår
Viss uppmärksamhet på problemet med matsvinn...
...men diffust var man har sett, läst, hört om det

Bra att bli påmind
Viktigt att skapa förståelse och medvetenhet om problemet...
...och det gäller att börja tidigt
- i hemmet, på dagis/skola

För att komma till rätta med matsvinnet måste man först och främst förstå att – och på vilket sätt – var och ens individuella medverkan spelar roll. Därefter måste man få hjälp med tips och råd och konkreta verktyg för att kunna göra något åt det.

Varför och på vilket sätt kan jag som enskild individ bidra?



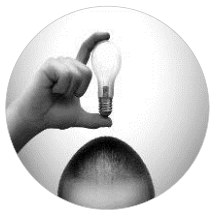
1

Min medverkan spelar roll



2

Närhet och påtaglighet



3

Aha-upplevelse



Attityder

*Omfattning och relation
"Många bäckar små..."*



Beteende

*Vad kan jag göra och varför?
Måste vara smidigt, enkelt och
lustfyllt, utan pekpinnar eller hot*

Behållning

*Hur kan jag göra så att alla
parter vinner på det?
Smarta lösningar som lönar sig*

Sagt om åtgärder och information för att minska svinnet

Det bästa är när någon berättar om knep som du kan ha användning av. Man tål inga pekpinnar, utan det ska vara mer av att 'jag känner mig som en smart shopper' feeling. (Yngre)

Jag tror på en modern Ria Wägner som kan uppfostra och få oss att tänka till. Det måste vara positiva budskap med fokus på moral och etik och på vad man sparar i form av tid och pengar. (Äldre)

Jag tror det vore bra om vi kan lära oss att ta hand om svinnet genom att lyfta fram hur man kan göra istället för att slänga, och att öka medvetenheten om att det blir dyrt i längden om vi struntar i maten. (Förälder småbarn)

Varför inte ha en tävling i skolan där man väger matresterna för att öka medvetenheten om hur mycket man slänger och ett fint pris till den klass som slänger minst. Jag tror på att det måste vara lustfyllt och lönande för att det ska ha effekt. (Förälder äldre barn)

Neutrala samhällsorgan förväntas ge objektiv och tillförlitlig information



Livsmedelsverket är den naturliga och mest trovärdiga avsändaren när det gäller frågor som rör hantering av mat.

- Uppfattas som objektiv och sanningsenlig källa.
- Som myndighet fungerar Livsmedelsverket som garant för informationens kvalitet och säkerhet.
- Generellt förväntas dock informationen vara mer seriös och saklig än inspirerande och lättsam.



Livsmedelsbutiker och livsmedelsproducenter är också naturliga forum för information, men mindre trovärdiga som avsändare.

- Livsmedelsbutiker och producenter uppfattas som inspirerande och sakkunniga när det gäller mat i allmänhet, men i och med att de har ett egenintresse blir de inte helt trovärdiga när det kommer till frågor som kan innebära minskad konsumtion istället för tvärtom.



Kommuner och stadsdelsförvaltningar kan fungera som trovärdiga informationskällor, men är främst kopplat till återvinning.

- Kommunerna associeras i hög grad till miljöfrågor på det lokala planet.
- När det gäller matrester handlar det snarare om sortering, kompostering och omvandling till biogas, än om hur matsvinnet kan minska.

Sagt om inställning till avsändare av trovärdig information

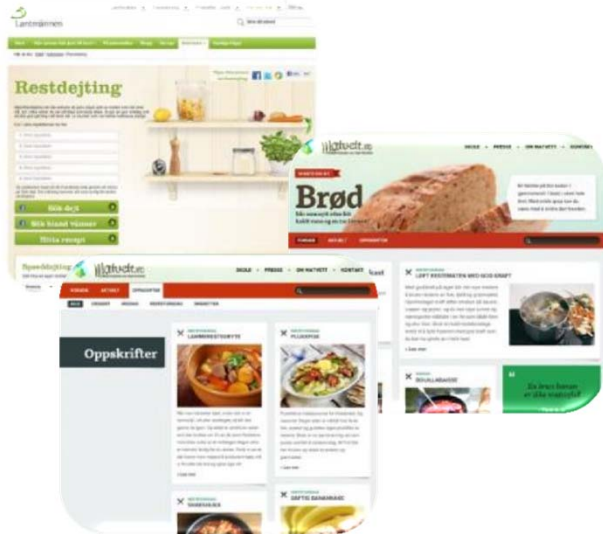
Man har ju sett kampanjer i tidningar och på storbildsannonser, men då har det mer handlat om hur Stockholms stad tar hand om ditt avfall för att göra biogas. Det borde ligga i matbutikernas intresse att informera om sånt här, men de tjänar å andra sidan på att sälja mer.
(Yngre)

Någon officiell och oberoende instans som Livsmedelsverket måste nog ta initiativet om det ska bli trovärdigt. Butikerna är ju snarare glada om vi slänger för då köper vi desto mer.
(Äldre)

Det funkar bäst med en opartisk avsändare som Livsmedelsverket. Jag skulle inte lita lika mycket på Lantmännen eftersom de har en egen vinning i det hela. Och livsmedelsindustrin, de har ju brassat på datumhysterin istället för att ge tips på hur man kan förvara rätt så det håller längre.
(Förälder småbarn)

Det måste kännas relevant och pålitligt, mer fakta än reklam, t ex om hur mycket som slängs i hemmen och i Sverige i stort. Samtidigt får det inte bli för myndighetsaktigt, utan det måste vara lättsamt och får inte ge dåligt samvete.
(Förälder äldre barn)

Kortfattade, lättfattliga tips & råd förmedlade ”med glimten i ögat” går hem



- Receptförslag och tips på hur man kan ta hand om matresterna på nya, kreativa sätt är uppskattat.
- Lantmännen förmedlar budskapet på ett humoristiskt sätt, medan den norska sajten Matvett har ett mera direkt och informativt tilltal, vilket uppfattas som relevant och givande.



- Konsumentföreningens broschyr ses som en användbar ”ögonöppnare”.
- Innehåller bra tips kring hur man kan hantera maten på ett smartare sätt, genom rätt förvaring, temperatur etc.
- Datummärkingen är särskilt viktigt att adressera eftersom det råder viss förvirring kring hållbarhet och ”bäst före” respektive ”sista förbrukning”.

Filmer som berättar en tänkvärd historia fungerar bra som "väckarklocka"



- Filmmediet har i allmänhet en stark inverkan och möjlighet att beröra på ett djupare plan.
- Filmen där matsvinn kopplas till ett slöseri i termer av pengar har ett både tydligt och fyndigt budskap.
- **Det oekonomiska i att kasta mat är något som samtliga kan relatera till och ser som ett avgörande argument.**



- Filmen där matsvinnet kopplas till ett överflöd har också ett tydligt budskap som är lätt att identifiera sig med.
- Samtidigt riskerar **ett alltför dystert och allvarstygnt tilltal** att väcka ännu mer dåligt samvete – **istället för att uppmuntra till att vidta åtgärder.**

Informationen bör vara lätt att tillgå där man är och när man behöver den



- Internet är på sätt och vis en självklar kanal för information och inspiration, men...
- ...brist på tid och motivation gör att man inte tror sig vara intresserad av att gå in på nätet för att specifikt eftersöka information på temat matsvinn.
- Sociala medier anses främst vara avsedda för privata interaktioner och ses därför med viss skepsis för detta ändamål.



- **Informationen bör presenteras på ett direkt och visuellt påtagligt sätt för att väcka uppmärksamhet.**
- När det gäller recept eller tips och råd i olika former ses främst butiker, men även TV som ändamålsenliga kanaler, ex genom de matlagningsprogram som är så populära nuförtiden. TV och andra breda marknadsföringskanaler ses också som lämpligt för att nå ut brett med centrala, övergripande budskap.
- Mobila tjänster i form av appar kan tjäna som konkreta verktyg. En app med fokus på matsvinn måste dock erbjuda något unikt jämfört med de ev appar man redan har för att vara tillräckligt attraktiv.

Sagt om inställningen till innehållet i befintlig information

Den norska sajten är bra, men hur får man folk att gå in på nätet och att aktivt göra något för att minska svinnet? Även om problemet med miljön och svälten i världen är större än att man kan tjäna någon hundring på att inte slänga, tar det tid att pränta in det moraliska, så på kort sikt handlar det nog om hur man kan nå egen vinning.
(Yngre)

Det här är ingen information som jag direkt skulle söka upp eller leta efter, men när jag läser om det och ser det så här är det ju jättebra tips om hur man kan göra med frukt och grönt eller vad man kan laga på rester.
(Förälder småbarn)

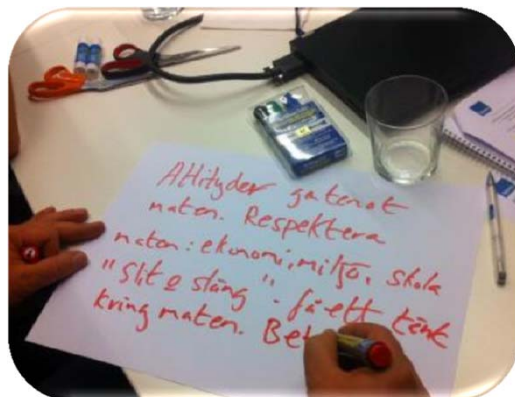
Film är jättebra, det fungerar som en effektiv väckarklocka och det är bra att visa konkret vad som händer i kronor och ören när man slänger.
(Äldre)

Den norska sajten Matvett gillar jag, den tar upp saker man kan tänka på för att undvika att slänga, som när det gäller hållbarhet bland annat. Till skillnad från den engelska sajten som mer bara är uppradande av fakta.
(Förälder äldre barn)

Bilden av den ideala informationen bygger på tre hörnstenar



Det "medvetna"



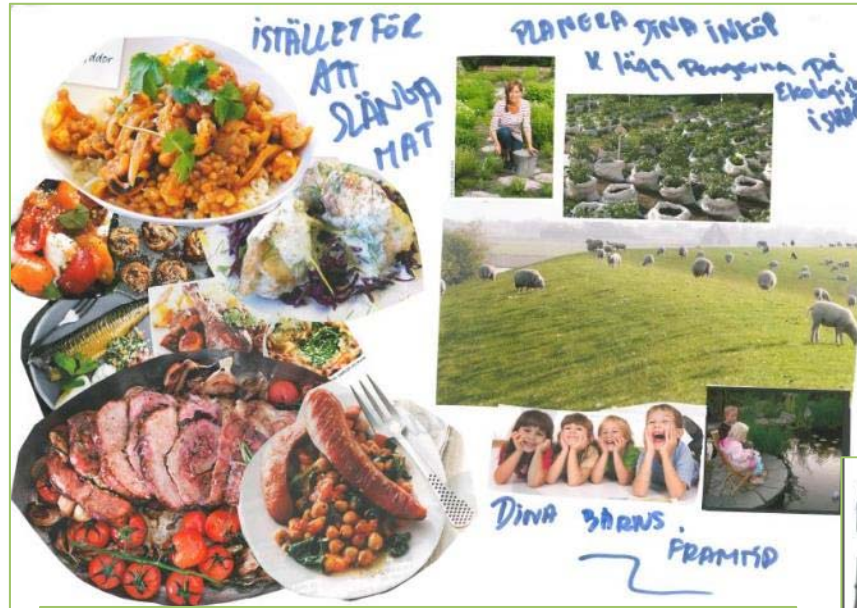
Det "inspirerande"



Det "vägledande"

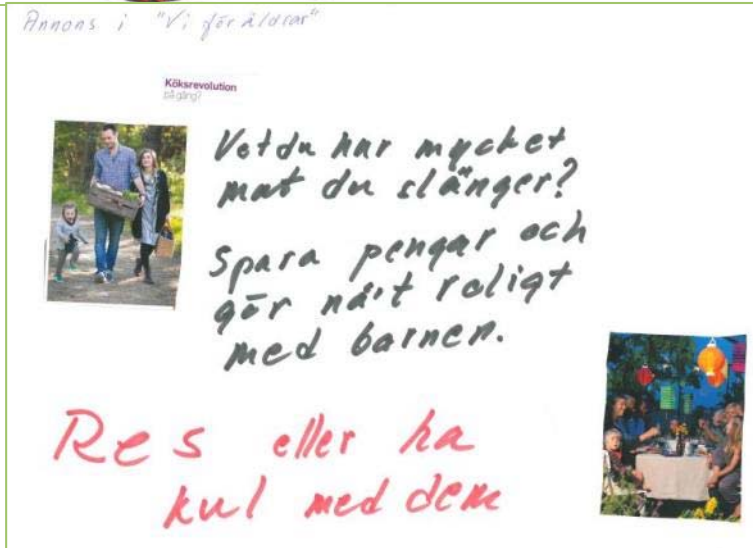
- Respondenterna fick till uppgift att skapa ett collage kring sin bild av den ideala informationen.

Det "medvetna" handlar om insikt och kunskap



Det "medvetna"

- Förhöja den allmänna medvetenheten och kunskapsnivån.
- Skapa förståelse för hur allt hänger ihop och hur man som enskild individ kan bidra till helheten så att alla blir vinnare.



Det "inspirerande" handlar om enkelhet, smarthet och ekonomisk vinning



- ### Det "inspirerande"
- Enkla tips i vardagen som förlänger och förhöjer den överblivna matens värde och som genererar vinst i tid och pengar.
 - Förutom recept och hjälp med planering kan det handla om märkningssystem och checklistor för kyl och frys etc.

Var får man 7% ränta idag?



Planerar, Lager och handla rätt, samt förvara ger mellan 7 - 10% ränta per år!

TV-reklam ICA-reklam

Gör serie som handlar om ta tillvara. Prata om hur använda rester på kul vis. Förklara faktatagom datummärkning



MOBIL-APP som följer upp TV reklam med utmaningar tävlingar. TÄVL O VINN

Vinn en rosa drömcykel!

Det "vägledande" handlar om support och bekräftelse

• OPARTISK AVSÄNDARE (LIVSMEDELSVERKET)
 • SVERIGE
 • OKTOBER (FÖRE JUL)

BARNFAMILJER

KORTA FILM-SNITTAR
 • MEDVETANDE SKRÄMSEL
 • TIPS - HUMOR

BROSCHYR A5
 • KONKRETA TIPS I MATAFFÄREN
 • DISKUSSIONER I SKOLAN

• INFORMATIVT TIPS & RÅD

Det "vägledande"

- "Tänk efter före" – hemma, när du äter ute och i butiken.
- "Våga lita till dina sinnen".
- Återuppliva de gamla husmorsknepen på ett modernt och lockande sätt.

• **SLÄNG ALDRIG MAT!**
 • **Egna grönsaker är GOODARE!**
 • **KÖP RIKTIG Mat!**
 • **Laga flera portioner och frys in!**
ät och njut!
 • **Ät upp all mat - och spara pengarna till en RESA!**

RES & NJUT

ETT NYTT SÄTT ATT TÄNKA KÖK.
 Kolla kylskåpet innan du handlar

LÄCKER HELGMENY
 Lagad på rester från frysen

matvett.se

Lär dig...
Ät medvetet i en månad
 Fyll i dagboken om hur och varför du äter så kan du snart se mönstren
 - och upptäcka var din potential till förändring ligger.

Lita på din magkänsla och hitta en god rutin.

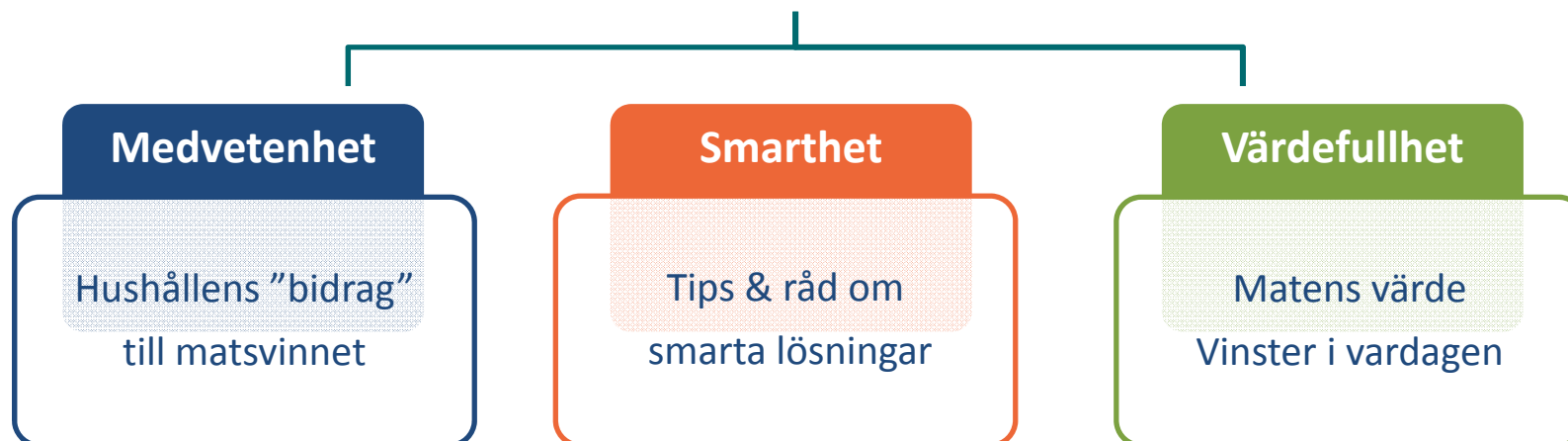
RÄVARUDETJNING

INNEHÅLL:
 - LÄNKAR
 - RESTRECEPT
 - KORTA FILMER
 - SKOLA
 - HEM
 - FAKTOR
 - SVINN
 - SPARA PENG

Slutsatser och rekommendationer

Matsvinn är en angelägen fråga när man väl konfronteras med den. Samtidigt står frågan inte särskilt högt på agendan i det vardagliga livet och de flesta är inte medvetna om att de slänger så mycket mat i onödan eller vilka konsekvenser det får i termer av ekonomi och miljö etc.

Mot denna bakgrund behöver man först bli medveten om problemet, dess omfattning och konsekvenser, samt inse vad man kan vinna på det, innan man kan vara beredd att göra något åt det.





1 Medvetenhet

Medvetandegöra och skapa förståelse för på vilket sätt och i vilken omfattning hushållen och konsumenterna bidrar till matsvinnet.

2 Smarthet

Få konsumenterna att känna sig smarta genom att visa på lösningar när det gäller att påverka, planera, strukturera, förvara och bevara.

3 Värdefullhet

Få maten att räcka längre genom att framhäva och förhöja matens värde kopplat till vinster i ekonomi, tidseffektivitet och variation.

Rekommendationer – kvantitativa frågeställningar

- **Bakgrund och demografi.**
 - Kön, ålder, hushållsstorlek, boende/ort, utbildning, inkomst?
 - Ansvar för matinköp?
 - Allmänt intresse för mat och matlagning samt miljö?
 - Hur man handlar och planerar.
- **Beteende kring matsvinn.**
 - Vad slängs, var slängs det, vem/vilka slänger?
 - Varför slängs det?
 - Kunskap och förhållningssätt till datummärkning?
- **Matsvinn och dess konsekvenser.**
 - Är matsvinn ett problem och hur viktigt /stort är det, för hushållet/för samhället?
 - Vad innebär matsvinn/vilka konsekvenser får det, för hushållen/för samhället?

Rekommendationer – kvantitativa frågeställningar

- **Attityder till informationskanaler och avsändare.**
 - Var får/söker man information om mat och hållbarhet?
 - Hur går man tillväga, vilka kanaler kan man tänka sig använda?
 - Ex förpackningen, butiken, nätet etc?
 - I vilket/vilka sammanhang, vid vilka tillfällen, söker man/förväntar man sig information?
 - Olika avsändares trovärdighet?
 - Vem vänder man sig till, vem litar man på?
- **Åtgärder och argument för att minska matsvinn.**
 - Vad kan individen respektive samhället göra för att minska matsvinnet?
 - Vilka möjligheter och hinder finns det för att minska matsvinnet?
 - Vad är enklast respektive svårast?
 - Vad skulle göra att man slänger mindre?
 - Ex ekonomi, miljö, tid, kvalitet, enkelhet, tillgänglighet etc?