



Vegetariskt växer – men till helgen gäller biff och de yngre driver svenskarnas intresse för mat

Vegetariskt är fortsatt på första plats som den "trendigaste maträtten". En fjärdedel av svenskarna planerar att minska sin köttkonsumtion och 43 % äter vegetariskt en gång i veckan. Nytt för i år också Vegotoppen, som listar de vanligaste gröna rätterna. Kyckling står kvar som Sveriges populäraste vardagsrätt.

För sjunde året presenterar matkommunikationsbyrån Food & Friends Matrapporten – en undersökning som kartlägger svenskarnas matvanor och matbeteenden.

Svensken har blivit mer intresserad av matlagning där man ser en ökning bland de som angett att de är mycket intresserade av mat och matlagning. Det är framförallt de yngre grupperna som har ett mycket stort matintresse där nästan hälften (46%) av de svarande i åldern 15-24 år anger att det är mycket matintresserade.

Matinspirationen kommer framförallt från de digitala kanalerna, där matsajter och sociala medier dominerar, Inspiration från traditionella matmagasin står för endast 17 %.

En fjärdedel ska minska sin köttkonsumtion

Att fler vill äta vegetariskt är en tydlig trend. 26 % av svenskarna uppger att de ska fortsätta att minska sin konsumtion av nöt- och griskött. "Vegetariskt" är den trendigaste rätten (delat med tacos). Grönsakssoppa ligger etta på vegotoppen, en knapp vinnare strax före sallad. Hälsa är den starkast bidragande anledningen till att man väjer att äta vegetariskt.

- Är det fest ska det vara kött eller kyckling. Än så länge. Soppa och sallad driver vegetariskt, vilket ger en ganska fattig bild av gröna rätterna. Ett sensoriskt och pedagogiskt arbete återstår för att öka det gröna ätandet. Visst är sallad bra, men att etablera fler varma vegetariska rätter borde vara ett sätt att få fler att äta grönt, säger Pontus Dahlström, projektledare på Food & Friends.

Misstro, okunskap och osäkerhet bland svenskarna

Endast en fjärdedel litar till fullo på det som står på matförpackningarna och fyra av fem har ingen aning om vad den feta stilen betyder i en ingredienslista.

- Endast 21 % vet vad den feta stilen i en ingredienslista på en matförpackning betyder att det är en allergen. Kunskapen är dock högre bland våra yngre konsumenter som också äter mer hållbart och vegetariskt, fortsätter Pontus Dahlström.

Topplistan för vardagsmaten innehåller en del överraskningar där "soppa" kommer in på en tionde plats och biff med tillbehör petas från vardagsmatstoppen. Kyckling, som fortfarande är Sveriges vanligaste vardagsrätt tappar något. Spagetti med köttfärsås som varit etta under många år, men stadigt tappat, ökar för första gången sedan 2012. Topplistan för helgmaten är så gott som oförändrad. Förre årets etta "biff med tillbehör" försvarar sin plats i år. Däremot lämnar den före detta vardagssettan spagetti med köttfärsås helgmattoppen och ersätts av lasagne.

Idag står tio rätter för 58 % av alla vardagsmiddagar:



Källa: Food & Friends matrapport 2018

Idag står tio rätter för 55 % av helgmaten:



Källa: Food & Friends matrapport 2018



Källa: Food & Friends Matrapport 2018

I den årliga undersökningen, som initierades 2002, har matkommunikationsbyrån Food & Friends fångat ett fragment av Matsverige genom att tillfråga 1030 personer i åldern 15–74 år om vanor och attityder kring måltider, både i och utanför hemmet. Undersökningens frågor och analys görs av Food & Friends som använder en oberoende webbpanel (Nepa) för att få in ett så representativt urval av svarande som möjligt. Undersökningen görs för att se förändringar i svenskarnas mönster kring mat och måltider. Vad äter vi? Vem handlar maten? Hur mycket tid lägger vi på matlagning och är det skillnad på vardag och helg?

Matrapporten i sin helhet finns att hämta på www.foodfriends.se/rapporter

Källa: Food & Friends Matrapport 2018.
#matrapporten2018

För mer information och tillgång till hela rapporten, vänligen besök www.foodfriends.se eller kontakta carolina.lenngren@foodfriends.se för intervjumöjligheter, frågor och bokning av en föreläsning.

Food & Friends är kommunikationsbyrån för mat, dryck och måltider – inget annat.

Vi tror på kunskap. Sedan starten 1998 har vi samlat unik kunskap om branschen och vad som driver framgång för våra uppdragsgivare inom Retail och Away From Home. I vårt erbjudande finns koncept, strategi, reklam, kommunikation, PR och design.

FOOD & FRIENDS
WE CREATE CRAVINGS.

Nybrogatan 39 114 39 Stockholm Tel 08-545 683 00 www.foodfriends.se