



Oppdragsrapport nr. 14- 2018

Annechen Bahr Bugge og Frode Alfnes

Kjøttfrie spisevaner

- hva tenker forbrukerne?

OSLOMET


STORBYUNIVERSITETET
FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

© Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet – storbyuniversitetet
Oppdragsrapport nr. 14 – 2018

Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet – storbyuniversitetet
Stensberggt. 26 – 7. etg.
Postboks 4 St. Olavs plass
0130 Oslo
www.oslomet.no/sifo

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarfremstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

STORBYUNIVERSITETET
FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

Tittel Kjøttfrie spisevaner – hva tenker forbrukerne?	Antall sider 83	Dato 25.11.18
Title Meatless eating habits – consumers' views	ISBN 82-7063-480-8	ISSN
Forfatter(e) Annechen Bahr Bugge & Frode Alfnes	Prosjektnummer 200528	Faglig ansvarlig sign. 
Oppdragsgiver Norges forskningsråd (Norwegian Research Council)		
<p>Sammendrag</p> <p>I denne rapporten ser vi nærmere på betydningen av kjøtt, fisk, melk og meieriprodukter i kostholdet. I hvilken grad synes norske forbrukere at kjøtt er nødvendig for å få en velsmakende, sunn, næringsrik og komplett middag? Og i hvilken grad kan en grønnsaksmiddag være et fullverdig alternativ? Et annet tema er spisevaner: Hvor ofte spiser de kjøtt, fisk og grønnsaker til middag? Forbrukernes kunnskaper om plante proteiner blir også kartlagt, samt hvilke næringsstoffer de ønsker å hhv. øke eller minke inntaket av. Vi ser nærmere på hvor mange som har endret spisevanene i løpet av siste 2-3 år av hensyn til egen helse, miljø/klima og dyrevelferd. Vi ønsker også å kartlegge interessen for vegetarmat. Resultatene blir sett i lys av kjønn, alder og bostad. Det er også foretatt en sammenligning av norske og franske forbrukere.</p> <p>Surveyen avdekket at en stor andel av forbrukerne er opptatt av å redusere inntaket av kjøtt, særlig rødt kjøtt, samt øke inntaket av fisk/sjømat og proteinrike grønnsaker som erter, bønner og linser. Interessen for vegetarmat er langt høyere enn andelen som betegner seg som vegetarianere. Stadig flere har det som kan betegnes som et fleksitariansk spisemønster. Det vil si at man regelmessig bytter ut animalske produkter med plantebaserte alternativer. Den vanligste begrunnelsen for bytte ut kjøtt med plante proteiner var hensyn til egen helse. Det var imidlertid også en del som begrunnet det med hensyn til miljø/klima og dyrevelferd.</p> <p>De eldre uttrykte større preferanse for grønnsaker og fisk/sjømat enn de yngre. De eldre hadde en betydelig lavere spise frekvens av kjøtt enn de yngre. Videre uttrykte de langt mindre interesse for vegetarisk spisemønster enn de yngre. Kvinner var mest positive til å bytte ut kjøtt med plante proteiner. Med unntak av hvitt kjøtt hadde de en lavere spise frekvens av kjøtt enn menn. De hadde også en betydelig høyere spise frekvens av grønnsaker. Folk bosatt i storby, især Oslo, var mest interessert i et vegetarisk spisemønster.</p> <p>I sin helhet tyder resultatene på at det er et betydelig markedspotensiale for plantebaserte produkter. I likhet med tidligere SIFO-studier, viste også denne surveyen at kjøtt har fått en mer problematisk matkulturell status. Det store søkelyset på mulige negative konsekvenser av høyt kjøttforbruk for folkehelse, miljø/klima og dyrevelferd vil nok ytterligere påvirke forbrukerne til å øke inntaket av plante proteiner i årene som kommer.</p>		

Summary

In this report, we examine the importance of meat, fish, milk and dairy products in the diet. To what extent do Norwegian consumers think meat is necessary to have a tasty, healthy, nutritious and complete dinner? And to what extent can a vegetable dinner be a full-fledged alternative? Another theme is eating habits: How often do consumers eat meat, fish and vegetables for dinner? Consumers' knowledge of plant proteins are also mapped, as well as which nutrients they want to increase or decrease the intake of. We are also looking into how many have changed the eating habits during the past 2-3 years because health, environment/climate and animal welfare considerations. We also map the interest in vegetarian food. The results are seen in terms of gender, age and residence. A comparison was also made between Norwegian and French consumers.

The survey revealed that a large share of the consumers are considering to reduce the intake of meat, especially red meat, as well as increase the intake of fish/seafood and plant proteins such as peas, beans and lentils. The interest in vegetarian food is far higher than the proportion of vegetarians or vegans. Many consumers have a flexitarian eating pattern. That is, regular replacement of animal products with plant-based alternatives. The most common reason for replacing meat with plant proteins was consideration for their own health. However, there was also a part that named environment /climate and animal welfare as reasons for the change.

The elderly expressed greater preference for vegetables and fish/seafood than the younger ones. The elderly had a significantly lower eating frequency of meat than the younger ones. Furthermore, they expressed far less interest in a vegetarian eating pattern than the younger ones. Women were most positive to replace meat with plant proteins. With the exception of poultry, they had a lower eating frequency of meat than men. They also had a significantly higher eating frequency of vegetables. People living in cities, especially Oslo, were most interested in vegetarian eating.

Overall, the results indicate that there is a significant market potential for plant-based products. Similar to previous SIFO studies, this survey also showed that meat has controversial status among Norwegian consumers. The current focus on possible negative consequences of meat consumption on public health, the environment/climate and animal welfare might pervade some consumers to increase the intake of plant proteins in the years to come.

Stikkord

Animalsk protein, bearbeidet mat, bønner, dyrevelferd, erter, etikk, fleksitarianere, forbrukerkunnskap, gryn, grønnsaker, helse, innovasjon, klima, kjøtt, kvalitet, linser, meieriprodukter, miljø, plantebasert, smakspreferanser, vegetabilsk protein, vegetar

Keywords

Animal protein, animal welfare, beans, cereals, climate, consumer knowledge, dairy, environment, flexitarians, health, lenses, meat, milk, peas, plant protein, taste preferences, vegetables, vegetarian

Kjøttfrie spisevaner og proteinrike plantebaserte
produkter
- hva tenker forbrukerne?

av

Annechen Bahr Bugge & Frode Alfnes

2018

Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet - storbyuniversitetet
Postboks 4 St. Olavs plass, 0130 Oslo

Forord

Denne rapporten er en leveranse fra arbeidspakken *Consumers, innovations and market opportunities* i prosjektet *Innovative and Sustainable Exploitation of Plant Proteins in Future foods – FoodProFuture (mars 2017- april 2021)*. Prosjektet er ledet av NMBU og finansiert av Norges Forskningsråds program Bionær (Prosjektnummer 267858). Akademiske samarbeidspartnere er Nofima, NTNU, NIBIO, Østfoldforskning, SIFO, Luke & VTT-Finland, University of Food Technologies-Plovdiv, Bulgaria, CSGA-Frankrike. Rådgivnings- og industripartnere er AgriAnalyse, NLR, Halogen, Skala, samt BAMA, Gartnerhallen, AM nutrition, Norsk Matraps, Borregaard, Mills, Orkla Foods, Hoff og Lantmannen Cerealia.

Rapporten er kvalitetssikret av Anita Borch, forskningsleder Forbrukerpolitikk og -økonomi ved SIFO.

I planleggingen og utforming av surveyen har SIFO samarbeidet tett med de andre partnerne i WP5; Nofima, NIBIO, samt internasjonale partnere og næringslivspartnere.

Oslo, november 2018

FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

OsloMet - Storbyuniversitetet

Innhold

Forord.....	5
Innhold	7
1 Innledning	11
1.1.1 Bakgrunn.....	11
1.1.2 Målsetninger med prosjektet.....	12
2 Data og metode	15
2.1 Webpanel	15
2.2 Data.....	15
2.3 Analyser.....	15
3 Resultater fra survey i Norge	17
3.1 Hvilken posisjon har kjøtt, fisk, grønnsaker og brød i spise- mønsteret?	17
3.1.1 Kjønn	18
3.1.2 Alder	18
3.3 Spisefrekvens av utvalgte middagsingredienser	19
3.3.1 Kjønn	19
3.3.2 Alder	20
3.4 Hvilke faktorer er viktig ved kjøp av mat?	21
3.4.1 Kjønn	21
3.4.2 Alder	22
3.4.3 Bosted	22
3.5 Hvilke ingredienser trenger en middag for å være velsmakende, sunn, næringsrik og komplett?	23

3.5.1	Kjønn.....	23
3.5.2	Alder	24
3.5.3	Bosted	24
3.6	Vurdering av grønnsaksmiddag (uten kjøtt eller fisk)	25
3.6.1	Kjønn.....	25
3.6.2	Alder	26
3.6.3	Bosted	26
3.8	Vurdering av middag laget av korn eller gryn (uten kjøtt eller fisk)	27
3.8.1	Kjønn.....	27
3.8.2	Alder	27
3.9	Interesse for middag uten kjøtt eller fisk, og er et slikt måltid å betrakte som en «ordentlig middag»?	28
3.9.1	Kjønn.....	28
3.9.2	Alder	29
3.9.3	Bosted	29
3.10	Opptatthet av utvalgte næringsstoffer	30
3.10.1	Kjønn.....	30
3.10.2	Alder	31
3.11	Kunnskaper om proteininnhold i utvalgte vegetabiliske matvarer...31	
3.11.1	Kjønn.....	33
3.11.2	Alder	33
3.12	Andel som vil øke inntaket av utvalgte proteinrike matvarer	34
3.12.1	Kjønn.....	34
3.12.2	Alder	35
3.12.3	Bosted	36
3.13	Begrunnelse for å øke inntaket.....	37
3.13.1	Kjønn.....	37
3.13.2	Alder	38
3.14	Andel som vil redusere inntaket av utvalgte proteinrike matvarer .38	
3.14.1	Kjønn.....	39

3.14.2	Alder	39
3.15	Begrunnelse for å redusere inntak.....	40
3.15.1	Kjønn	40
3.15.2	Alder	41
3.15.3	Bosted	41
3.16	Hvilken posisjon har bønner, linser, erter, gryn og lignende i spisemønsteret?	41
3.16.1	Kjønn	43
3.16.2	Alder	44
3.16.3	Bosted	45
3.17	Spisefrekvens av plantebaserte matvarer rike på protein.....	46
3.17.1	Kjønn	46
3.17.2	Alder	47
3.17.3	Bosted	48
3.18	Interesse for vegetarmat, samt oppfatninger omkring bruk av plantebaserte og animalske hel- og halvfabrikata i matlagingen	49
3.18.1	Kjønn	50
3.18.2	Alder	52
3.18.3	Bosted	53
3.19	Villighet til å bytte ut animalske produkter med plantebaserte.....	55
3.19.1	Kjønn	55
3.19.2	Alder	56
3.19.3	Bosted	56
3.20	Hvor mange har prøvd vegetarprodukter	57
3.20.1	Kjønn	57
3.20.2	Alder	58
3.20.3	Bosted	59
3.21	Hvor ble nye vegetaralternativer prøvd/spist – hjemme eller ute? .	59
3.22	Vurdering av sensorisk kvalitet	60
3.22.1	Kjønn	61
3.22.2	Etter alder.....	62

3.23	Vurdering av vegetarprodukters egenskaper.....	63
3.23.1	Kjønn.....	64
3.23.2	Alder	65
3.23.3	Bosted	66
3.24	Endringer og stabilitet i spisemønster som en følge av endringer smakspreferanser eller holdninger	67
3.24.1	Kjønn.....	67
3.24.2	Alder	68
3.24.3	Bosted	69
3.25	Generelle holdninger til temaet mat og bærekraft.....	70
3.25.1	Kjønn.....	71
3.25.2	Alder	72
3.25.3	Bosted	73
4	Sammenligning mellom Norge og Frankrike.....	75
4.1	Bruk kjøtt og fisk til middag	75
4.2	Interessert i å spise middager uten kjøtt eller fisk	76
4.3	Har du prøvd vegetarprodukter som ligner på kjøttprodukter?	77
4.4	Ønske om å øke eller redusere inntaket av ulike proteinkilder	78
5	Oppsummering og konklusjon	79
5.1	Oppsummering.....	79
5.2	Konklusjon.....	80
	Referanser	83

1 Innledning

1.1 Bakgrunn

Et mål i regjeringens «Nasjonal handlingsplan for bedre kosthold (2017-2021) er å øke befolkningens inntak av frukt og bær, grønnsaker, grove kornprodukter og sjømat med 20 prosent. Det vil si at befolkningen skal ha et inntak av disse matvarene på nivå med kostrådene. Det er også et mål om en reduksjon av inntaket av mettet fett. Kjøtt- og melkeprodukter er de viktigste kildene til mettet fett. I Folkehelsemeldingen påpekes det at et mer plantebasert kosthold samt økt inntak av fisk og mindre kjøtt, ikke bare vil bidra til å nå de helsepolitiske mål, men også de klimapolitiske mål.

Prosjektet “Innovative and Sustainable Exploitation of Plant Proteins in Future Foods” – FoodProFuture ledet av NMBU og finansiert av Norges forskningsråd (Bionær #267858). Hovedmålet med prosjektet er å utvikle en kunnskapsplattform for optimal produksjon og utnyttelse av norske proteinrike vekster slik at de kan utgjøre råvarene i gode, helseriktige og attraktive plantebaserte matvarer med høyt proteininnhold. FoodProFuture er et fireårig forskningsprosjekt (2017-2021) som i tillegg til NMBU inkluderer Nofima, NIBIO, SIFO, NTNU, og Østfoldforskning, samt industripartnerne og internasjonale akademiske partnere. Denne rapportene er en delleveranse til arbeidspakke 5 «Forbrukere, innovasjon og markedsmuligheter» og delmålet om å «Forstå forbrukernes behov, barrierer og motivasjoner for endringer til en sunnere og mer bærekraftig diett ved å velge plantebaserte matvarer».

Denne rapporten baserer seg på en landsrepresentativ survey hvor vi har undersøkt fordelingen av kunnskap, holdninger, preferanser og praksiser knyttet til forbruk av animalske, marine og vegetabiliske proteiner. Vi har også sett nærmere på forbrukernes barrierer mot å bytte ut ordinære hel- og halvfabrikata (for eksempel kjøttkaker, fiskeboller, gryteretter pizza, meieriprodukter) med plantebaserte alternativer fremstilt av bønner, linser, havre og lignende. Gonera og Milford (2018) viste i sin markedsanalyse at det har vært en rask økning i markedet for slike produkter, både norske og importerte. Ved hjelp av forbrukerinnsikter fra fokusgrupper¹ og denne surveyen, er det ønskelig å utvikle markedet for slike produkter ytterligere.

Tematikken rundt erstatning av kjøtt med planteprodukter har også vært dekt i andre prosjekter, for eksempel i «GRØNTiKJØTT» som er et treårig NFR støttet innovasjonsprosjekt i næringslivet, eid av matprodusenten Ådne Espeland AS og finansiert av Norges forskningsråd og bedriftspartnerne. Matforskningsinstituttet Nofima er den sentrale forskningspartneren. Den overordnede idéen i GRØNTiKJØTT er å utvikle bærekraftige og sunne hverdagsprodukter bestående av kvernet kjøtt med opptil 50 prosent grønnsaker. Hvis dette blir en suksess i markedet, vil det være et viktig bidrag for å øke grønnsaksinntaket i befolkningen fordi også forbrukere som «ikke liker grønnsaker» kan

spise dem. Grønnsakene som brukes i GRØNTiKJØTT, er i stor utstrekning de som sorteres ut på grunn av «feil» størrelse og form ved produksjon av frosne grønnsaker, men som ellers er like bra. Denne bruken av de utsorterte råvarene vil gi både økt råvare- utnyttelse og redusert matsvinn. Prosjektet pågår i 2015–2018. Det første produktet ble lansert i 2016 og er en kjøttbolle med 33 prosent grønnsaker, som har gitt god score på forbrukertester. Også andre produsenter har kommet med liknende produkter på markedet.

Tidligere forskning fra SIFO har bruker fokusgrupper, spørreskjema og butikkekksperimenter til å se på om norske forbrukerne er villige til å redusere forbruket av kjøtt ut fra miljøhensyn (Austgulen m.fl., 2018). Funnen fra den tidligere forskningen viser at forbrukerne er usikre på hva slags mat som er klimavennlig og bra for miljøet, og svært få forbrukere er motiverte til å endre sine spisevaner av hensyn til miljøet. Fokusgruppeintervjuene bekreftet at folk er skeptiske til hva de selv kan bidra med. Mange menn mente at «en skikkelig middag inneholder kjøtt», og de fleste var uvillige til å endre egne matvaner. De yngste kvinnene hadde mest tro på at de ville klare å endre spisevanene av hensyn til miljøet. Studien konkluderer med at de fleste forbrukere ikke er klare for å omgjøre sine spisevaner til det som er best for klimaet eller miljøet (Austgulen m.fl., 2018).

I prosjektet FoodProFuture bygger vi videre på kunnskapen fra tidligere norske prosjekter.

1.2 Målsetninger med prosjektet

FoodProFutures vitenskapelige sammendrag gir et kort beskrivelse av prosjektets målsetninger (Cristin-prosjekt-ID: 614510):

«FoodProFuture har som mål å utvikle en kunnskapsplattform for optimal produksjon og utnyttelse av norske proteinrike vekster til gode, helseriktige og attraktive plantebaserte matvarer med høyt proteininnhold. Slike produkter er helt sentrale i skiftet mot et mer bærekraftig kosthold med reduserte miljøavtrykk og bedre helse for store befolkningsgrupper. Kunnskapsplattformen vil gjøre det mulig å produsere bærekraftige plantebaserte produkter av høy kvalitet, noe som gir muligheter for økonomisk gevinst både i landbruket og i matindustrien.

Prosjektet vil ha fokus på vekster som kan dyrkes under norske forhold (belgvekster og havre), samt sidestrømmer fra korn, potet og raps. Gjennom å fremskaffe og kombinere nye kunnskaper om dyrking, kvalitetsegenskaper hos råvarene og innovative prosesseringsmetoder, skal det lages helseriktige modell-produkter med høy sensorisk kvalitet. Funksjonelle og sensoriske egenskaper av aktuelle proteinrike ingredienser og modellprodukter skal studeres. Prosjektet vil gi kunnskap om helse og sikkerhetsaspekter ved plantebaserte produkter, og miljøkonsekvenser av hele matvaresystemet fra primærproduksjon til forbruker vil bli vurdert. Prosjektet vil gi ny innsikt om forbrukeres krav til plantebaserte produkter og markeder, og avdekke aktuelle barrierer i matsystemet (landbruk, forbrukere, industri) som blokkerer dreining. Økt forståelse av norske forbrukeres holdninger til proteinrike plantebaserte produkter og hvilke utfordringer dette gir matindustrien, er helt avgjørende for å få til et skifte mot et mer bærekraftig kosthold.»

Arbeidspakke 5 om forbrukere, innovasjon og markedsmuligheter har følgende delmål:

- (1) Forstå europeiske markeder som er ledende med tanke på høyt plantebasert matforbruk, og bruke innsikten i fremtidsscenerier for Norge.
- (2) Forstå forbrukere, industri, forhandlere og matleverandørers holdninger, barrierer og behov knyttet til økt forbruk og salg av plantebasert mat.
- (3) Utvikle levedyktige muligheter for økt produksjon og forbruk av norsk produsert plantebasert mat.
- (4) Utvikle designtankbasert samarbeidsmodeller og medskaperkreative innovasjonsteknikker for utvikling av bærekraftig matproduksjon, og som nye samarbeidsverktøy i forskningsprosjekter.

Denne rapporten skal bidra til å forstå forbrukernes behov, barrierer og motivasjoner for endringer til en sunnere og mer bærekraftig diett ved å velge plantebaserte matvarer. Dette er en direkte leveranse i forhold til målsetning 5.2, og vil være viktig bakgrunnsinformasjon for målsetning 5.3.

2 Data og metode

2.1 Webpanel

Datainnsamlingen ble gjennomført av NORSTAT. De har forbrukerpaneler i 18 europeiske land. Vår studie fokuser på Norge, og har med Frankrike som et sammenligningsland. Nordstats panel i Norge har ca. 81000 aktive brukere, mens det franske panelet har 39500 aktive brukere (Norstat 2018)

Hovedtyngden av Norstats panellister er telefonrekruttert, via landsrepresentative tilfeldige telefonundersøkelser. For å minimere sannsynligheten for skjevheter har ikke Norstat selvrekruttering.

Ved innmelding i panelet registrerer panellistene en rekke demografiske, forbruksmessige og psykososiale variabler slik at Nordstat kan trekke representative utvalg i ulike målgrupper.

2.2 Data

Spørreundersøkelsen ble utviklet av SIFO, og gjennomgått, kontrollert og tilpasset av Norstat. For den franske undersøkelsen var Norstat også ansvarlig for oversettingen. I mai 2018 innhentet vi 1785 observasjoner fra Norge og 548 fra Frankrike. Responsraten i de to landene var hhv 24 % og 22%. Utvalgene er tilnærmet representative, og det er brukt vektorer for å korrigere for utvalgsavvik. Den norske undersøkelsen er vektet på mann/kvinne, alder (18-34, 35-49, 50-64, 65-85) og landsdel (Nord, Midt, Vest, Øst, Sør, Oslo), mens den franske undersøkelsen ble vektet på mann/kvinne, alder (20-34, 35-49, 50-64, 65-79) og landsdel (Ile de France, Nord Ouest, Nord Est, Sud-Ouest, Sud-Est).

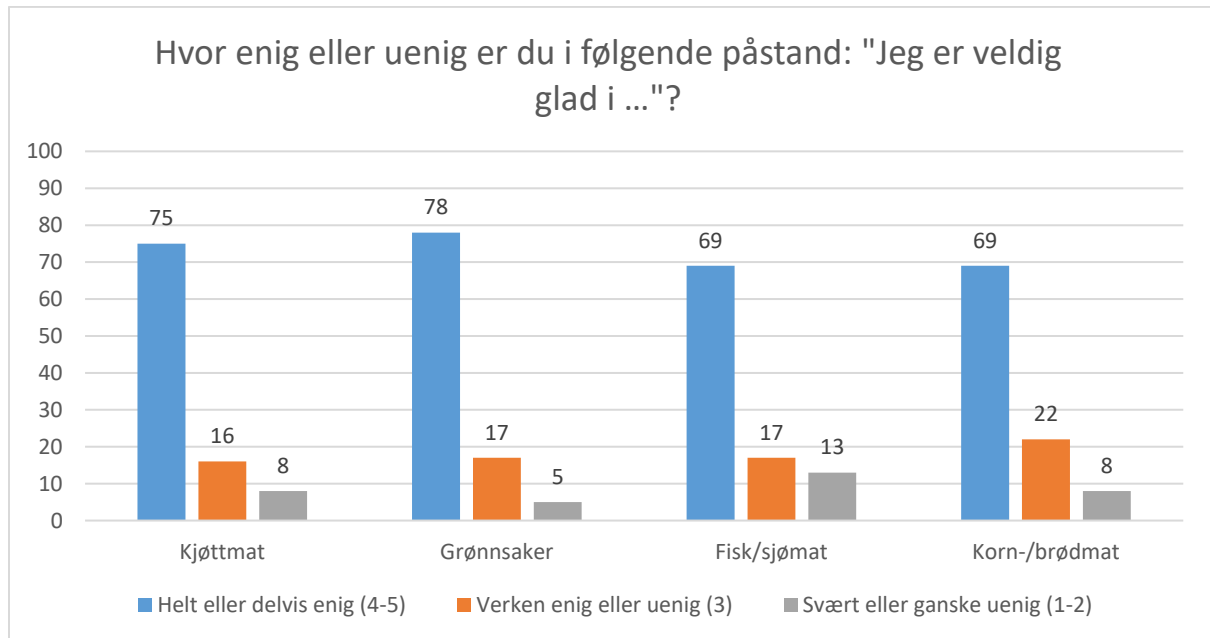
2.3 Analyser

I denne rapporten presterer vi resultatene i form av søylediagrammer. For flertallet av spørsmålene deler vi også opp respondentene etter kjønn, alder og bosted. Alle analysene er gjort som uni- eller bivariate analyser, og videre analyser vil bli gjort i påfølgende akademiske artikler.

3 Resultater fra survey i Norge

I dette kapitlet vil resultatene fra surveyen presenteres. Tema i spørreundersøkelsen var forbrukernes oppfatning av kjøtt, fisk, melk og meieriprodukter og disse matvarenes betydning i kostholdet. I hvilken grad var for eksempel kjøtt nødvendig i en velsmakende, sunn, næringsrik og komplett middag? Og i hvilken grad kunne en grønnsaksmiddag være et fullverdig alternativ? Et annet tema var over spisevaner. Hvor ofte spiste man diverse ingredienser i middagen? Og hvilke matvarer ble oppfattet som særlig smakfulle? Vi ønsket også å kartlegge respondentenes kunnskaper om planteproteiner, samt hvilke næringsstoffer og matvarer de ønsket å henholdsvis øke eller minke inntaket av? Hvor mange hadde endret spisevaner i løpet av de siste 2-3 årene av hensyn til egen helse, miljø/klima eller dyrevelferd? Vi ønsket også kunnskaper om interessen for vegetarmat, samt bruk av hel- og halvfabrikata i kostholdet. Resultatene blir sett i lys av bakgrunnsvariabler som kjønn, alder og bosted.

3.1 Hvilken posisjon har kjøtt, fisk, grønnsaker og brød i spisemønsteret?



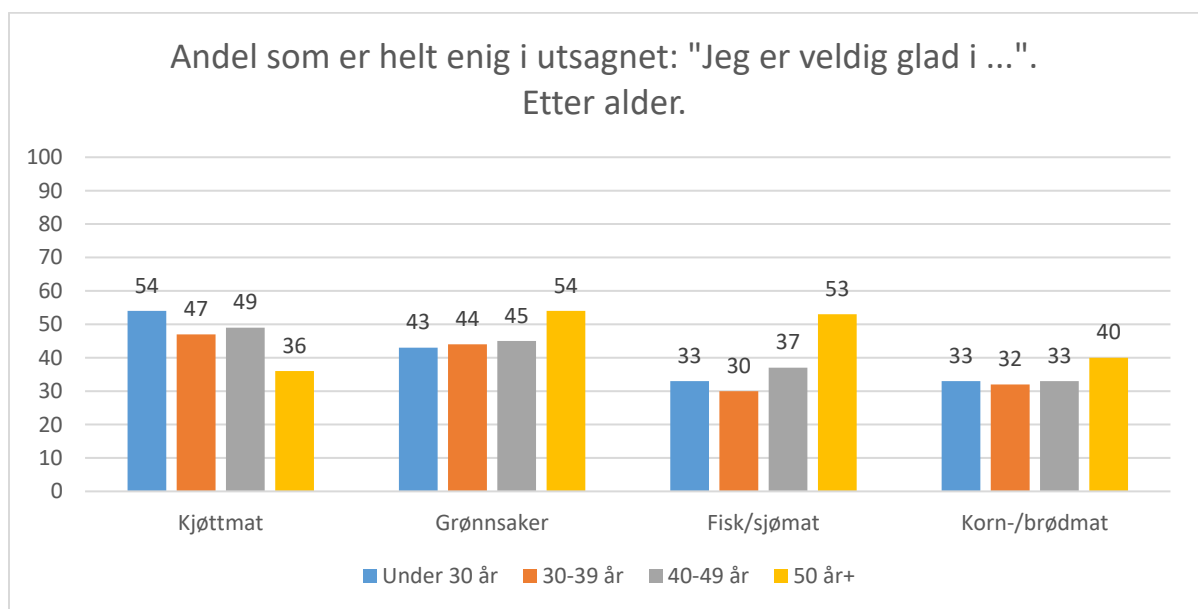
Figur 3-1 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander: «Jeg er veldig glad i...». Prosent. N=1785. Norstat 2018

Av de utvalgte matvarene var grønnsaker best likt, tett fulgt av kjøttmat. 78 prosent var altså helt eller delvis enig i utsagnet «Jeg er veldig glad i grønnsaker». Det var 75 prosent som sa det samme om kjøttmat. Andelen som sa det samme om hhv. fisk/sjømat og korn-/brødmatt var 69 prosent. Det var noen flere som var helt eller delvis uenig i utsagnet hva angikk fisk/sjømat (13 prosent) enn for de andre matvarene (5-8 prosent).

3.1.1 Kjønn

Flere kvinner (84 prosent) enn menn (71 prosent) uttrykte av de var veldig glad i grønnsaker, og omvendt uttrykte flere menn (84 prosent) enn kvinner (68 prosent) at de var veldig glad i kjøtt. For fisk/sjømat og korn/brødmatt var det ubetydelige forskjeller mellom kjønn.

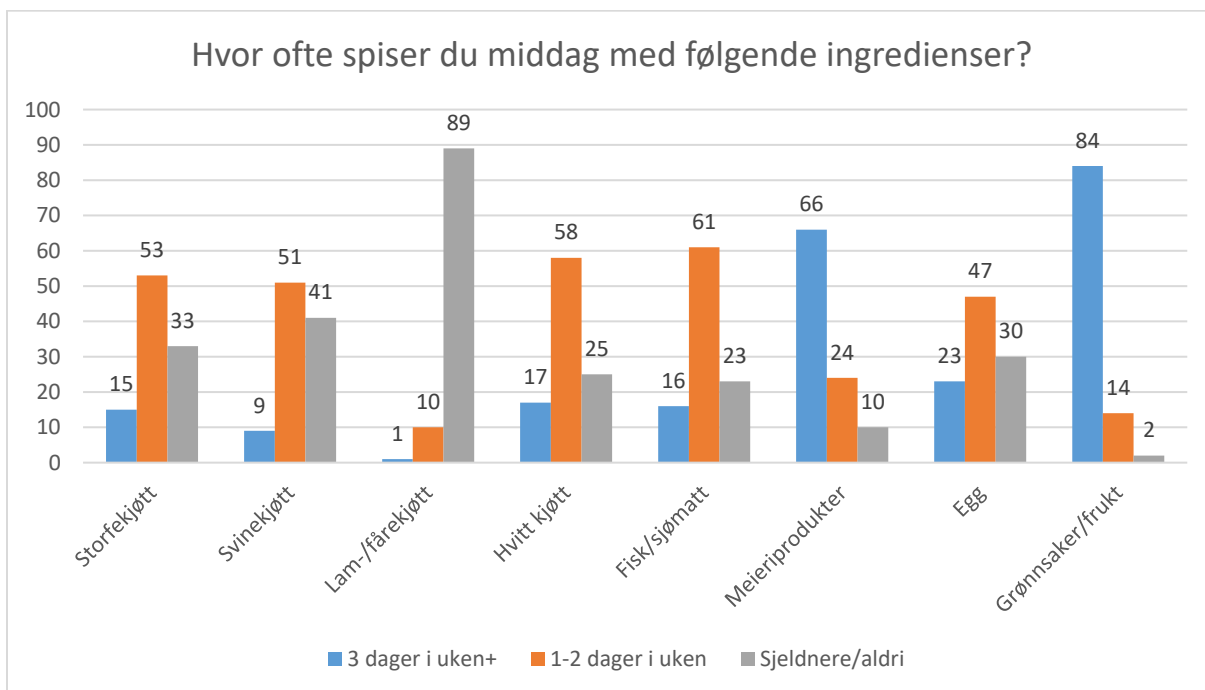
3.1.2 Alder



Figur 3-2 Andel som er helt enig i utsagnet: «Jeg er veldig glad i ...». Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Ser vi på de som svarer helt enig, ser vi at det er flere unge (under 30 år) (54 prosent) enn eldre (50 år+) (36 prosent) som er helt enig i utsagnet «Jeg er veldig glad i kjøttmat». Omvendt uttrykte flere eldre (53-54 prosent) enn yngre (33-43 prosent) at de var svært glad i grønnsaker og fisk/sjømat. Et lignende mønster kom frem da vi undersøkte forbrukernes preferanser for korn og brødmatt.

3.2 Spisefrekvens av utvalgte middagsingredienser



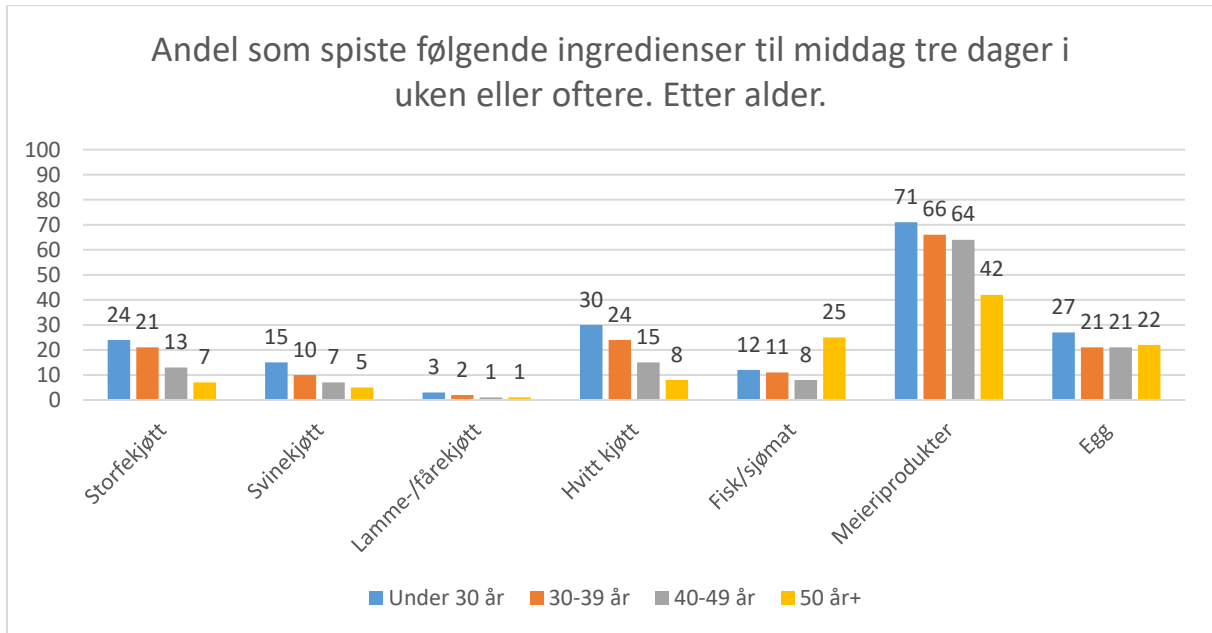
Figur 3-3 Hvor ofte spiser du middag med følgende ingredienser? Prosent. N=1785. Norstat 2018

Åtte av ti spiste grønnsaker eller frukt til middag tre dager i uken eller oftere. Svært få spiste sjelden eller aldri dette til middag. Det var også mange (66 prosent) som spiste meieriprodukter til middag tre dager i uken eller oftere. Av kjøttyper var hvitt kjøtt mest spist. 75 prosent spiste dette ukentlig. Deretter fulgte kjøtt fra storfe (68 prosent) og svin (60 prosent). Spisefrekvensen av lam- og fårekjøtt var betydelig lavere (11 prosent). Åttini prosent spiste sjelden eller aldri denne kjøttypen. Det var 77 prosent som spiste fisk og sjømat én gang i uken eller oftere.

3.2.1 Kjønn

Kvinner hadde en høyere spisefrekvens av grønnsaker og frukt til middag enn menn. Det var 60 prosent av kvinnene som spiste dette fem dager i uken eller oftere, mot 44 prosent av mennene. Flere kvinner (26 prosent) enn menn (20 prosent) spiste egg til middag tre dager i uken eller oftere. Med unntak av hvitt kjøtt, hadde menn høyere spisefrekvens av alle kjøttypene. Andelen menn som spiste storfekjøtt tre dager i uken eller oftere var 17 prosent, mot 12 prosent av kvinnene. Det var også flere kvinner (38 prosent) enn menn (27 prosent) som sjelden eller aldri spiste storfekjøtt. Andelen kvinner som sjelden eller aldri spiste svinekjøtt av 46 prosent, mot 34 prosent av mennene. Videre var det 92 prosent av kvinnene som sjelden eller aldri spiste lam- eller fårekjøtt, mot 85 prosent av mennene. Det var ubetydelige kjønnsforskjeller hva angikk spisefrekvens av hvitt kjøtt, fisk/sjømat og meieriprodukter.

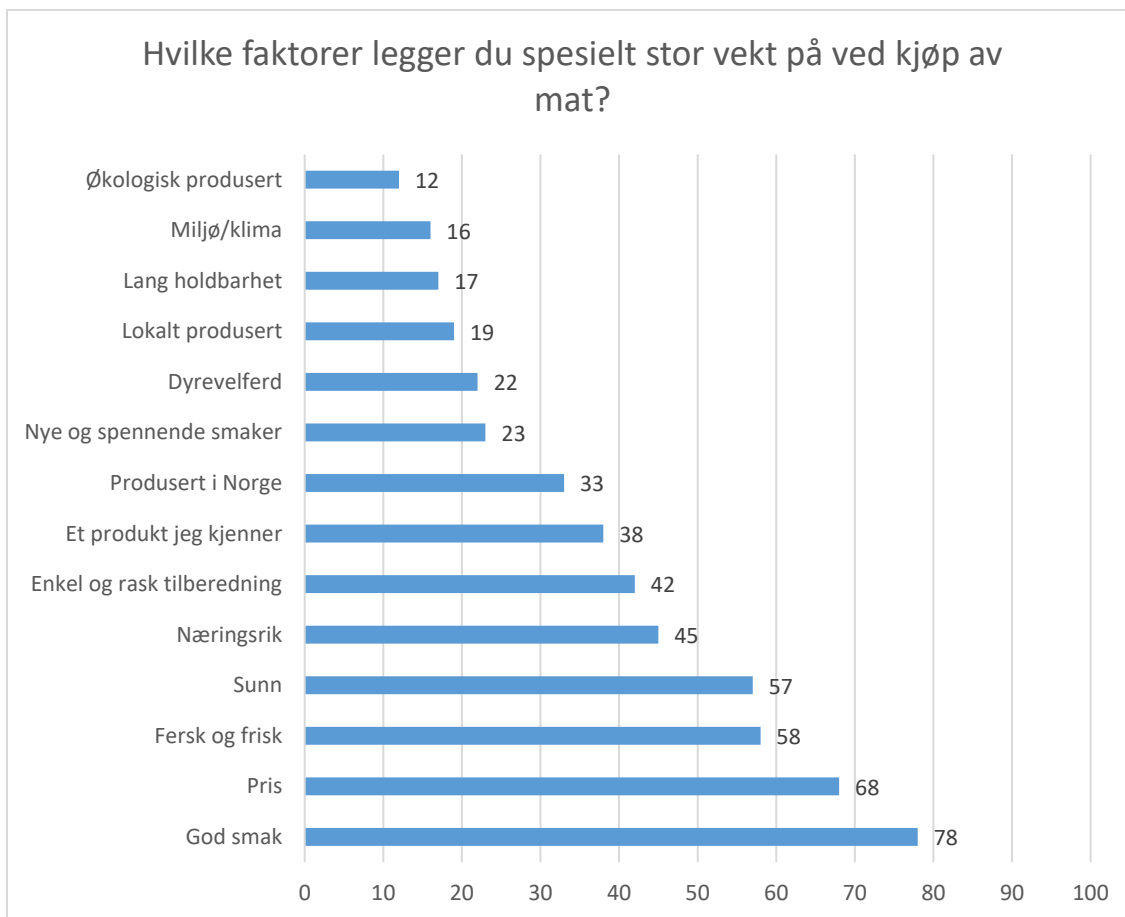
3.2.2 Alder



Figur 3-4 Andel som spiste følgende ingredienser til middag 3 dager i uken+. Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

De unge (under 30 år) hadde en betydelig høyere spisefrekvens av flere av de animalske produktene enn de eldre. Andelen unge under 30 år som spiste hvitt kjøtt til middag tre dager i uken eller oftere var 30 prosent, mot 8 prosent av de eldre (50 år+). Videre var det langt flere unge (24 prosent) enn eldre (7 prosent) som spiste storfekjøtt like ofte. Det samme mønsteret kom frem for svinekjøtt. Spisefrekvensen av meieriprodukter til middag falt med økende alder. I den yngste alderskategorien var det 71 prosent som spiste dette til middag tre dager i uken eller oftere, mot 42 prosent i den eldste. De yngste hadde også en noe høyere spisefrekvens av egg. De eldre (50 år+) (25 prosent) spiste langt oftere fisk og sjømat enn folk i alderen 49 år eller yngre. Det var ubetydelige forskjeller mellom aldersgruppene for spisefrekvens av grønnsaker og frukt til middag.

3.3 Hvilke faktorer er viktig ved kjøp av mat?



Figur 3-5 Hvilke faktorer legger du spesielt stor vekt på ved kjøp av mat? Prosent. N=1785. Norstat 2018

At maten var smakfull («god smak») var den faktoren respondentene vurderte som viktigst ved kjøp av mat. Åtte av ti rapporterte at dette var noe de la spesielt stor vekt på. Deretter fulgte pris. Det var også relativt mange som mente faktorer som ferskt, friskt og sunt (57-58 prosent) var spesielt viktig. Langt færre la vekt på at matvarene var miljø-/klimavennlige (16 prosent) eller økologisk produsert (12 prosent). Noen flere la vekt på faktorer som lokalt produsert (19 prosent) og dyrevelferd (22 prosent). Tre av ti la spesielt stor vekt på at maten var produsert i Norge.

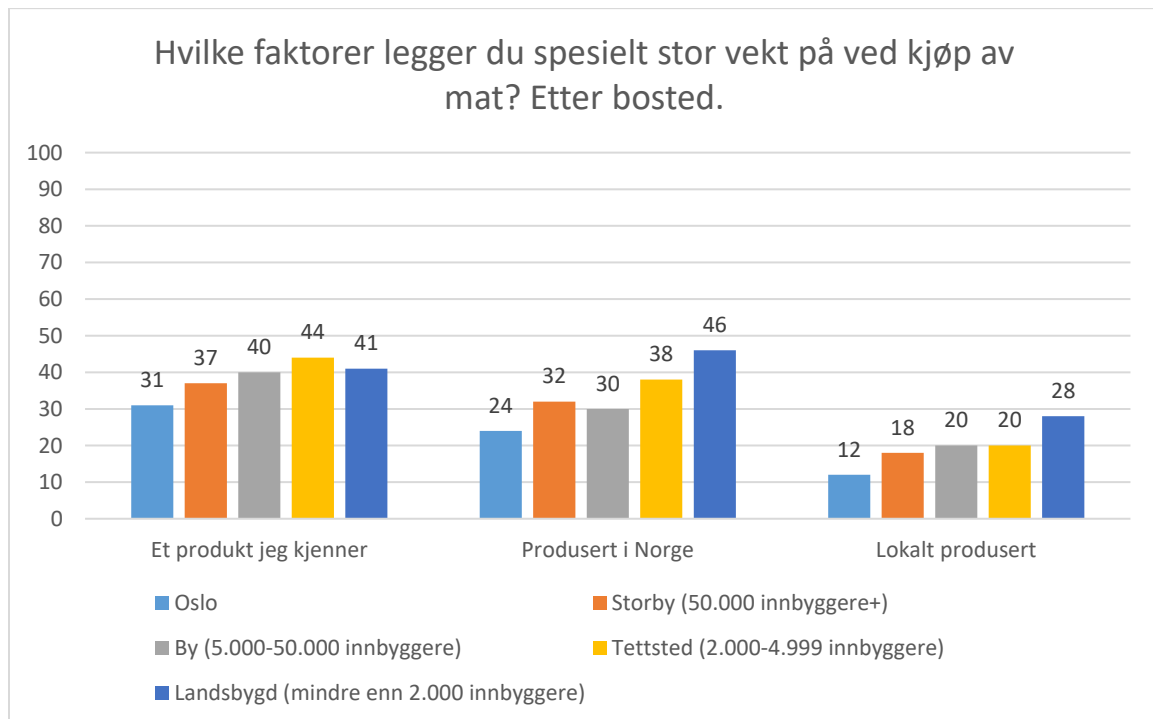
3.3.1 Kjønn

Flere kvinner (61 prosent) la vekt på at maten var fersk og frisk enn menn (55 prosent). Det var også flere kvinner (64 prosent) enn menn (49 prosent) som vektla at maten var sunn. Det samme gjaldt for faktorer som næringsrik, samt enkel og rask tilberedning. Faktorer som dyrevelferd, miljø og klima var også mer vektlagt av kvinner enn menn. Det var 27 prosent kvinner, mot 17 prosent menn som la spesielt stor vekt på dyrevelferd. Videre var det 19 prosent av kvinnene, mot 14 prosent av mennene som sa det samme om miljø/klima. Flere kvinner (14 prosent) enn menn (9 prosent) mente det var spesielt viktig at maten var økologisk produsert.

3.3.2 Alder

Alder hadde en betydelig effekt på hvilke faktorer som ble vektlagt ved kjøp av matvarer. Vektleggingen av pris falt med økende alder. I den yngste aldersgruppen (under 30 år) var det 82 prosent som la spesielt vekt på dette, mot 58 prosent i den eldste aldersgruppen (50 år+). Omvendt økte vektleggingen av egenskapene fersk og frisk med økende alder. I den yngste aldersgruppen var det 49 prosent som la spesielt stor vekt på dette, mot 67 prosent i den eldste. Det var ubetydelige forskjeller mellom aldersgruppene i betydningen av egenskaper som sunn og næringsrik. Det samme gjaldt dyrevelferd. Den aldersgruppen der flest la vekt på miljø- og klimavennlighet var 30-39-åringene (22 prosent). Deretter falt det med økende alder. I den eldste aldersgruppen var det 12 prosent som la spesielt vekt på dette. Det var hhv. 16 prosent av 40-49-åringene og 20 prosent av de yngste (under 30 år) som svarte det samme. Andelen som la vekt på enkel og rask tilberedning falt med økende alder. Blant de yngste var det 51 prosent som la spesielt vekt på dette, mot 43 prosent av 30-39-åringene, 43 prosent av 40-49-åringene og 40 prosent av de eldste. Vektleggingen av lang holdbarhet fulgte det samme mønsteret.

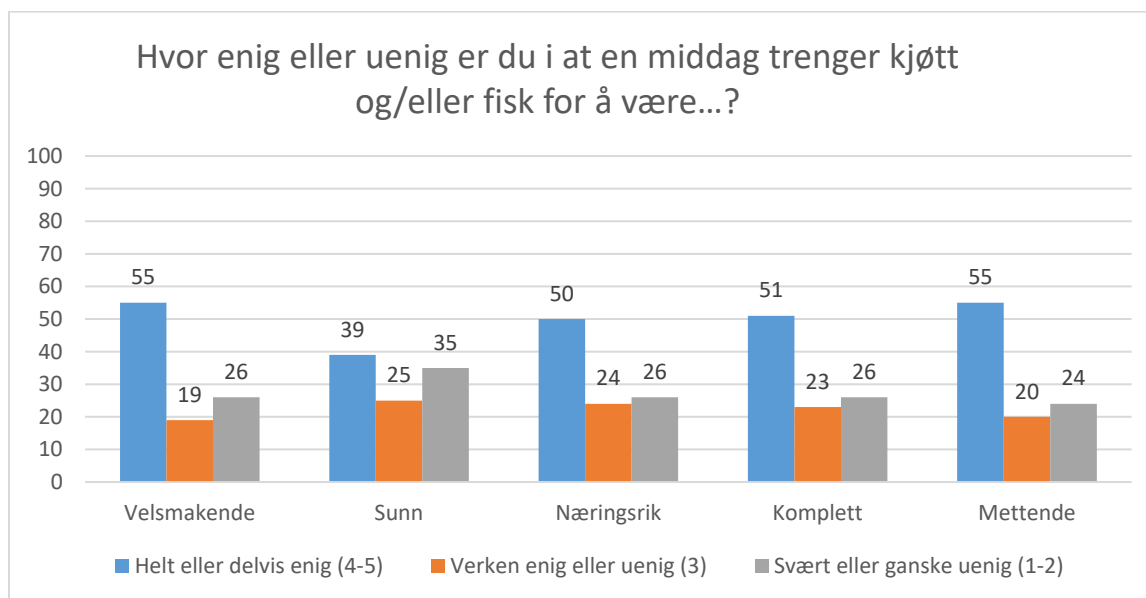
3.3.3 Bosted



Figur 3-6 Andel som legger spesielt stor vekt på de nevnte faktorene ved kjøp av mat. Etter bosted. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Færre Oslo-folk (24 prosent) legger betydelig vekt på at matvarene de kjøper er produsert i Norge enn folk bosatt i rurale strøk (38-46 prosent). 12 prosent av Oslo-folk, mot 28 prosent av folk bosatt på landsbygda legger spesielt stor vekt på at maten er lokalt produsert. Videre er det færre Oslo-folk enn folk bosatt i andre deler av landet som legger vekt på å kjøpe produkter de kjenner.

3.4 Hvilke ingredienser trenger en middag for å være velsmakende, sunn, næringsrik og komplett?



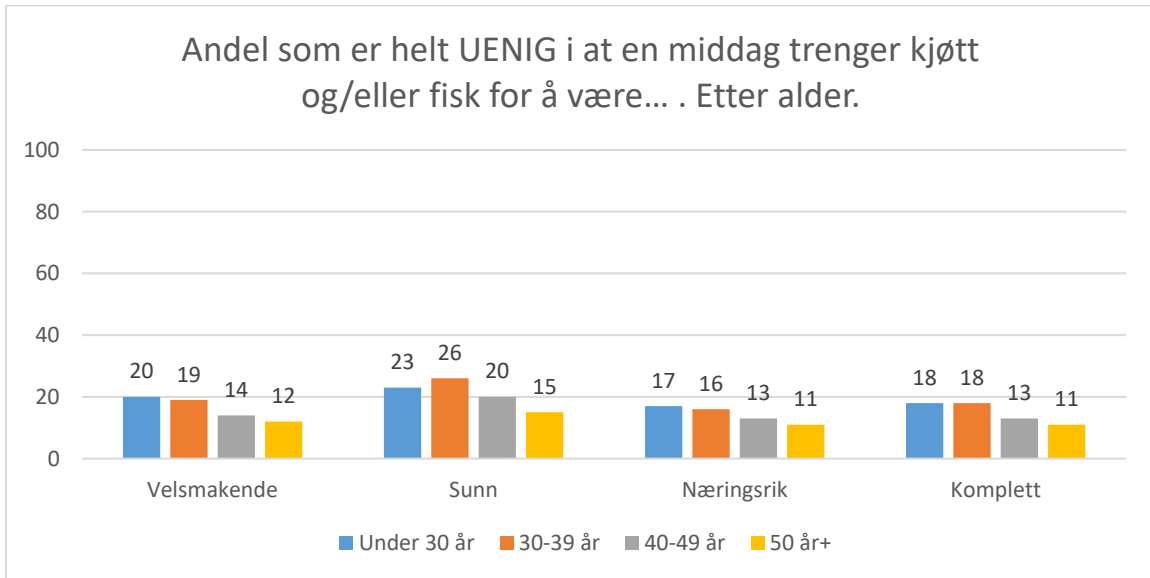
Figur 3-7 Hvor enig eller uenig er du i at en middag trenger kjøtt eller fisk for å være....? Prosent. N=1785. Norstat 2018

Hvor viktig var kjøtt eller fisk for å oppfatte en middag som velsmakende, sunn, næringsrik, komplett og mettende? Over halvparten var helt eller delvis enig i utsagnet om at kjøtt eller fisk trengtes i en velsmakende og mettende middag. Om lag like mange mente det var nødvendig i en komplett og næringsrik middag. Noen færre sa det samme om betydningen av kjøtt og fisk for middagens ernæringsmessige verdi («sunn»).

3.4.1 Kjønn

Igjen viser analysene at kvinner er langt mer positive til å redusere inntaket av kjøtt eller fisk. Mens 61 prosent av mennene mente disse ingrediensene var nødvendig for at middagen skulle bli velsmakende, var andelen kvinner som mente det samme 50 prosent. Det var 42 prosent av mennene, mot 36 prosent av kvinnene som mente kjøtt eller fisk var nødvendig i en sunn middag. Flere kvinner (23 prosent) enn menn (16 prosent) var helt eller delvis uenig i dette. Det samme mønsteret kom frem i vurderingen av hvorvidt middagene trengte kjøtt eller fisk for å være næringsrike, komplette og mettende.

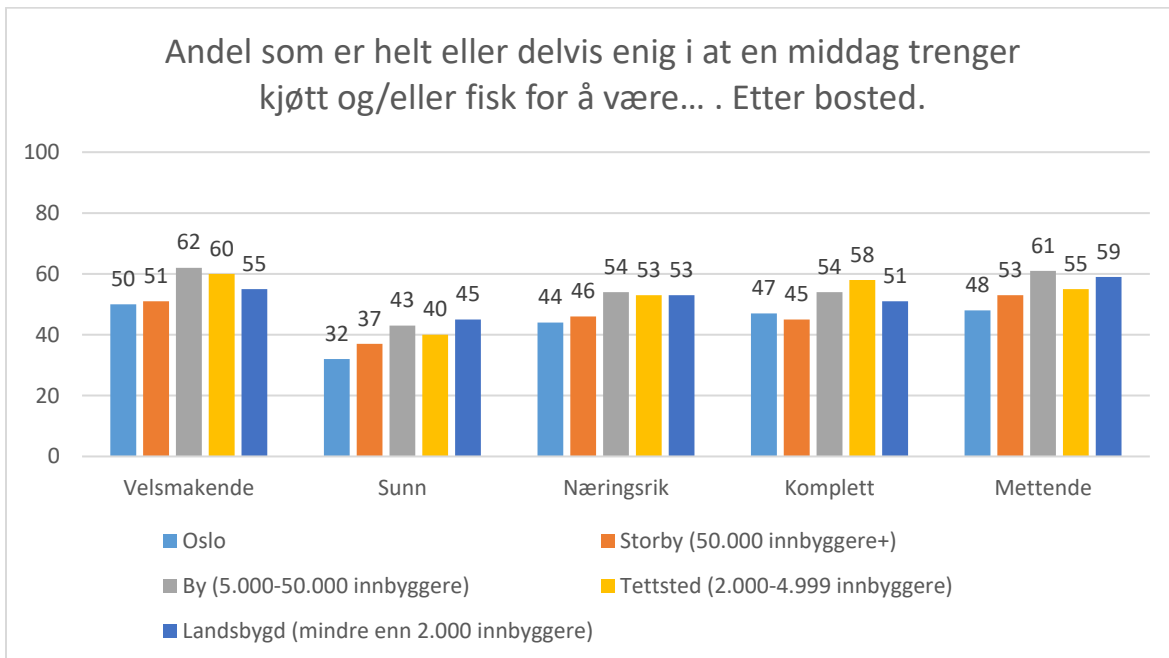
3.4.2 Alder



Figur 3-8 Andel som er helt uenig i at en middag trenger kjøtt og/eller fisk for å være Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

De yngre aldersgruppene (under 40 år) var mer tilbøyelige enn den eldste (50 år+) til å være helt uenig i utsagnet om at en middag trenger kjøtt og/eller fisk for å være velsmakende og sunn. Et lignende mønster kom frem i vurderingen av hvorvidt middag uten kjøtt og/eller fisk var næringsrik og komplett.

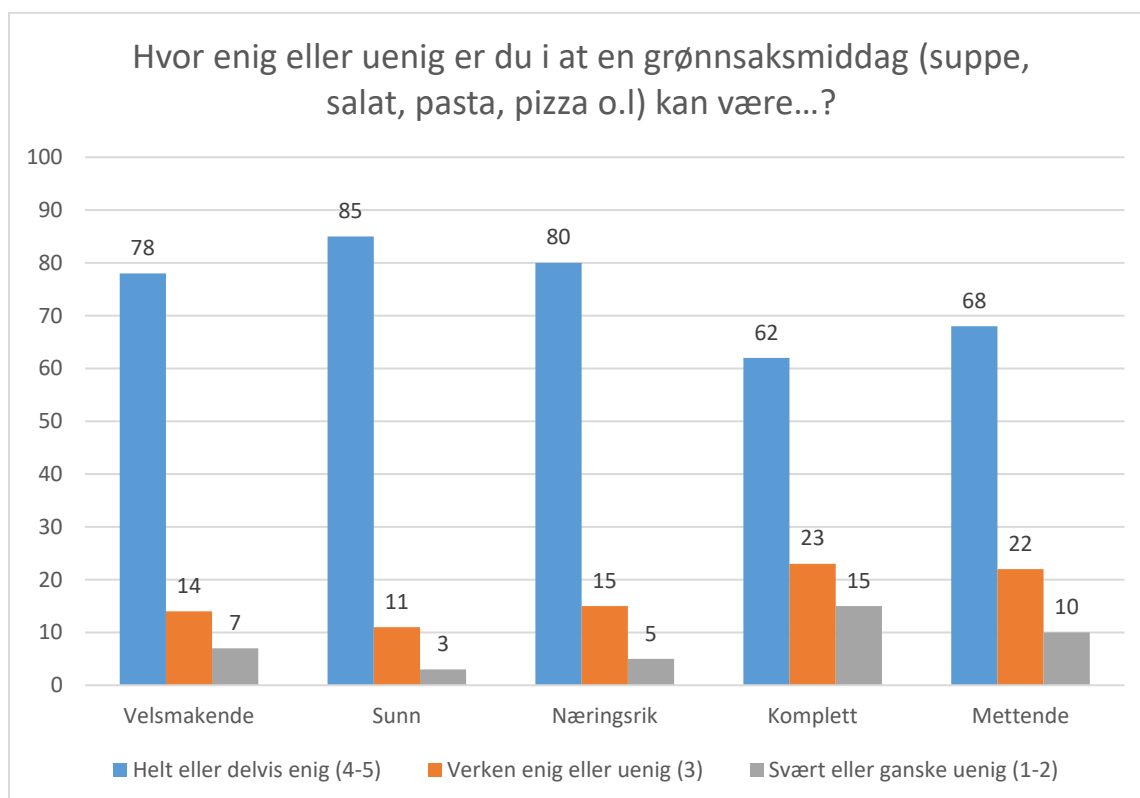
3.4.3 Bosted



Figur 3-9 Andel som er helt eller delvis enig i at en middag trenger kjøtt og/eller fisk for å være Etter bosted. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Folk bosatt i Oslo og andre større byer (50-51 prosent) var noe mindre tilbøyelige enn folk bosatt på mindre steder og landsbygd (55-62 prosent) til å mene at en middag trengte kjøtt eller fisk for å være velsmakende. De var også mindre tilbøyelige til å mene at en middag trengte kjøtt eller fisk for å være sunn. 32-37 prosent av folk bosatt i Oslo og andre store byer var helt eller delvis enig i dette, mot 40-45 prosent av folk bosatt på mindre steder. Vurderingen av hvorvidt en middag trengte kjøtt eller fisk for å være næringsrik, komplett og mettende viste et lignende mønster.

3.5 Vurdering av grønnsaksmiddag (uten kjøtt eller fisk)



Figur 3-10 Hvor enig eller uenig er du i at en grønnsaksmiddag (suppe, salat, pasta, pizza o.l.) kan være...? Prosent. N=1785. Norstat 2018

Analysen viste at de aller fleste mente en grønnsaksmiddag, for eksempel suppe, salat, pasta eller pizza kunne være en sunn, næringsrik og velsmakende middag (78-85 prosent). Relativt mange mente også en slik middag kunne være mettende (68 prosent) og komplett (62 prosent).

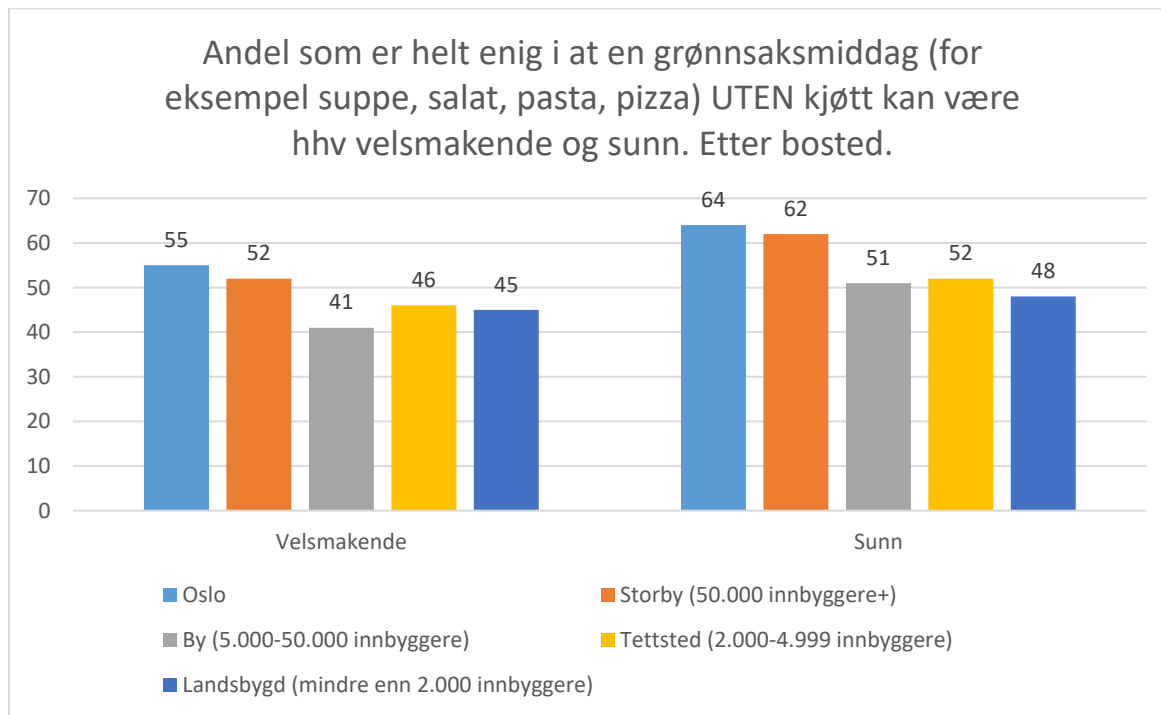
3.5.1 Kjønn

Kvinner var langt mer positive til slike middager enn menn. Det var 85 prosent av kvinner, mot 71 prosent av menn som mente grønnsaksmiddager var velsmakende. Det var også færre menn (72 prosent) enn kvinner (86 prosent) som mente slike middager var næringsrike. Det samme mønsteret kom frem for vurderingen av grønnsaksmiddager som mettende og komplette. Noen færre menn (81 prosent) enn kvinner (89 prosent) mente grønnsaksmiddag var å betrakte som sunn.

3.5.2 Alder

Andelen som var helt enig i utsagnet om at en grønnsaksmiddag uten kjøtt eller fisk kunne være sunn falt med økende alder. I den yngste aldersgruppen (under 30 år) var det 64 prosent som var helt enig, mot 56-59 prosent i alderen 30-49 år, og 50 prosent i alderen 50 år eller eldre. Det samme mønsteret kom frem av påstanden om at en slik middag kunne være komplett. Det var 39 prosent av de yngste som var helt enig i dette utsagnet, mot 32 prosent i den eldste.

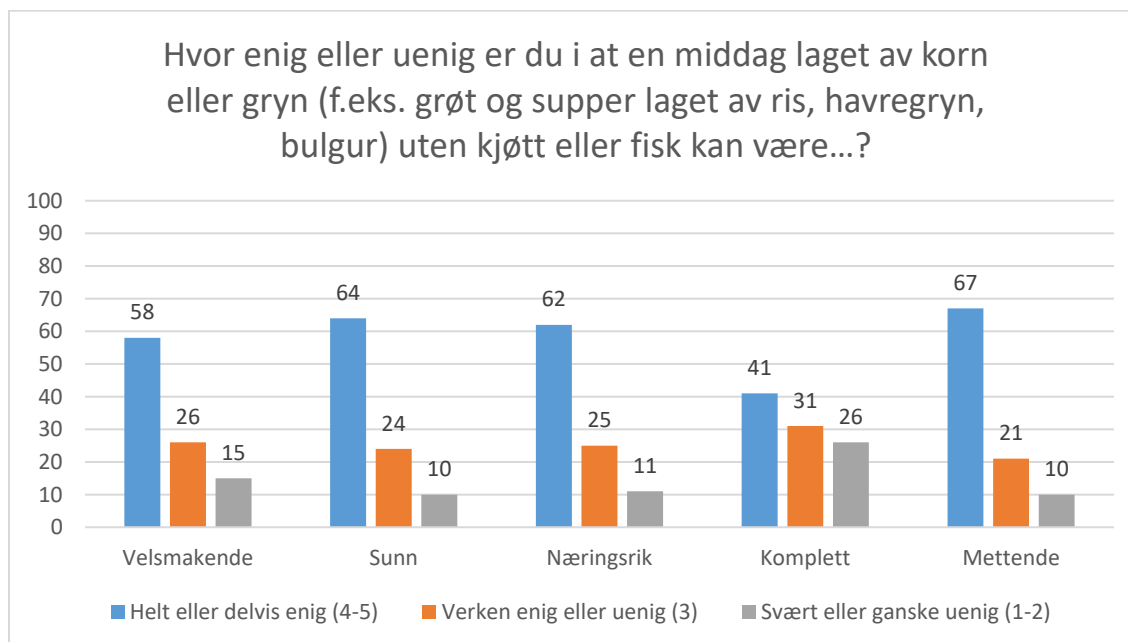
3.5.3 Bosted



Figur 3-11 Andel som er helt enig i at en grønnsaksmiddag (for eksempel suppe, salat, pasta, pizza) UTEN kjøtt kan være hhv. velsmakende og sunn. Etter bosted. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Det var flere bosatt i Oslo og større byer (52-55 prosent) enn folk bosatt på mindre steder (41-46 prosent) som var helt enig i at en grønnsaksmiddag (for eksempel suppe, salat, pasta, pizza) UTEN kjøtt eller fisk kunne være velsmakende. 62-64 prosent av folk bosatt i Oslo eller større byer, mot 48-52 prosent var helt enig i utsagnet om at en slik middag var å betrakte som sunn.

3.6 Vurdering av middag laget av korn eller gryn (uten kjøtt eller fisk)



Figur 3-12 Hvor enig eller uenig er du i at en middag laget av korn eller gryn (f.eks. grøt og supper laget av ris, havregryn, bulgur) kan være...? Prosent. N=1785. Norstat 2018

Nesten syv av ti vurderte en middag laget av korn eller gryn (uten kjøtt eller fisk) som mettende. Nesten like mange sa det samme om sunn og næringsrik. Det var 58 prosent som var helt eller delvis enig i utsagnet om at slike middager kunne være velsmakende. Færre (41 prosent) mente slike middager var komplette, og nesten tre av ti var uenig i dette.

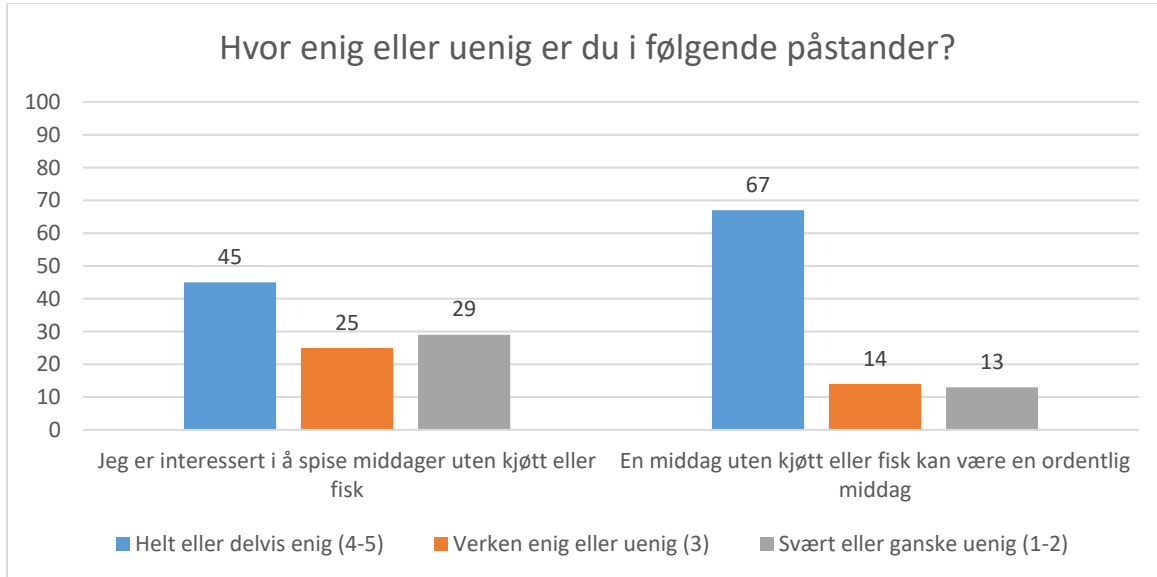
3.6.1 Kjønn

Flere kvinner (71 prosent) enn menn (63 prosent) mente middag laget av korn eller gryn (uten kjøtt eller fiske) var mettende. Andelen kvinner som mente dette var en velsmakende middag var 62 prosent, mot 52 prosent av mennene. Flere kvinner enn menn vurderte også denne type middag som sunn, næringsrik og komplett.

3.6.2 Alder

Det var relativt små forskjeller mellom aldersgruppene i vurderingen av middag laget av korn eller gryn (uten kjøtt eller fisk). Det var noen flere (36 prosent) i den yngste aldersgruppen (under 30 år) enn i de eldre aldersgruppene (30 år+) (29-30 prosent) som mente slike middager kunne være sunne. 23 prosent av de yngste mente en slik middag kunne være komplett, mot 17-20 prosent av de eldre aldersgruppene. Det var også flere i den yngste aldersgruppen (39 prosent) enn de eldre (30 år+) (31-33 prosent) som mente en slik middag kunne være mettende.

3.7 Interesse for middag uten kjøtt eller fisk, og er et slikt måltid å betrakte som en «ordentlig middag»?



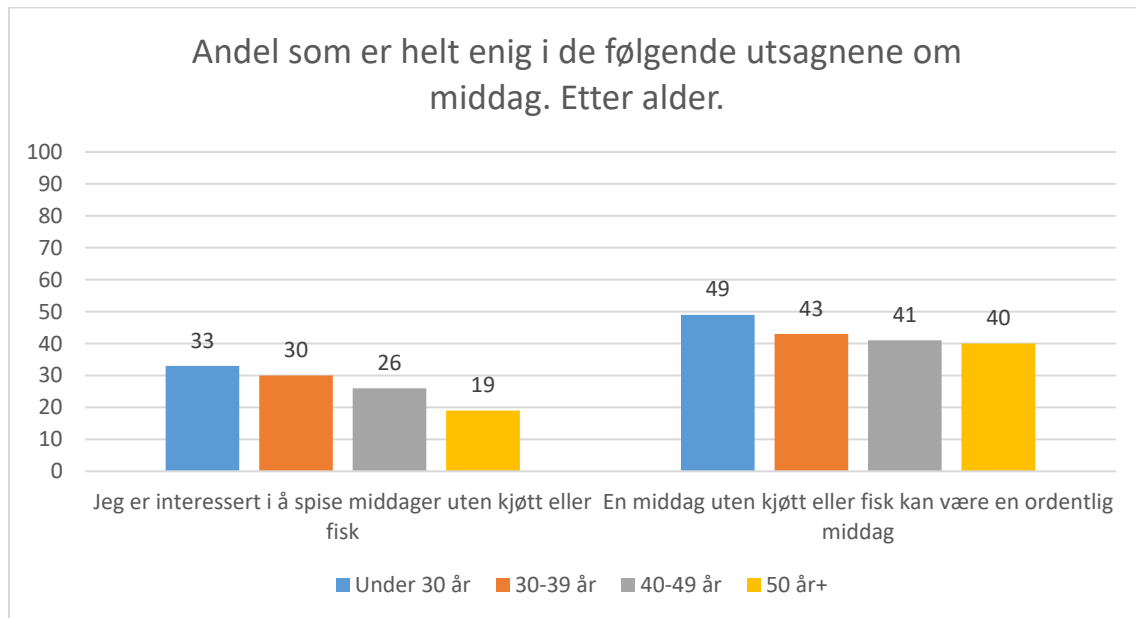
Figur 3-13 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om middag? Prosent. N=1785. Norstat 2018

Det var langt flere (67 prosent) som mente en middag uten kjøtt eller fisk kunne være en ordentlig middag enn andelen som var interessert i å spise slike middager (45 prosent). Tre av ti var svært eller ganske uenig i utsagnet om interesse for middag uten kjøtt eller fisk.

3.7.1 Kjønn

Flere kvinner (75 prosent) enn menn (58 prosent) mente en middag uten kjøtt eller fisk var en ordentlig middag. Interessen for middag uten kjøtt eller fisk var også langt høyere blant kvinner (54 prosent) enn menn (35 prosent). Så mange som 33 prosent av kvinnene var helt enig i utsagnet om interesse for slike middager.

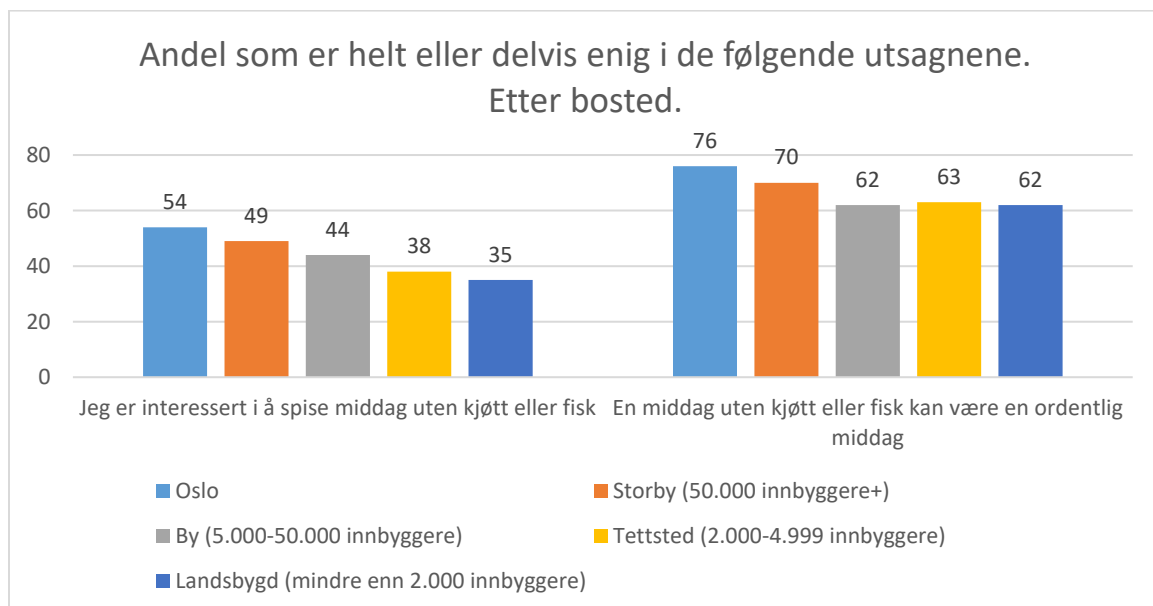
3.7.2 Alder



Figur 3-14 Andel som er helt enig i følgende påstander om middag. Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Interessen for å spise middager uten kjøtt eller fisk falt med økende alder. I den yngste aldersgruppen (under 30 år) var det 33 prosent som var helt enig i at dette var noe de var interessert i, mot 19 prosent av de eldste (50 år+). Det var også flere i den yngste aldersgruppen (49 prosent) enn i de eldre (30 år+) som var helt enig i utsagnet om at en middag uten kjøtt eller fisk kunne være en ordentlig middag.

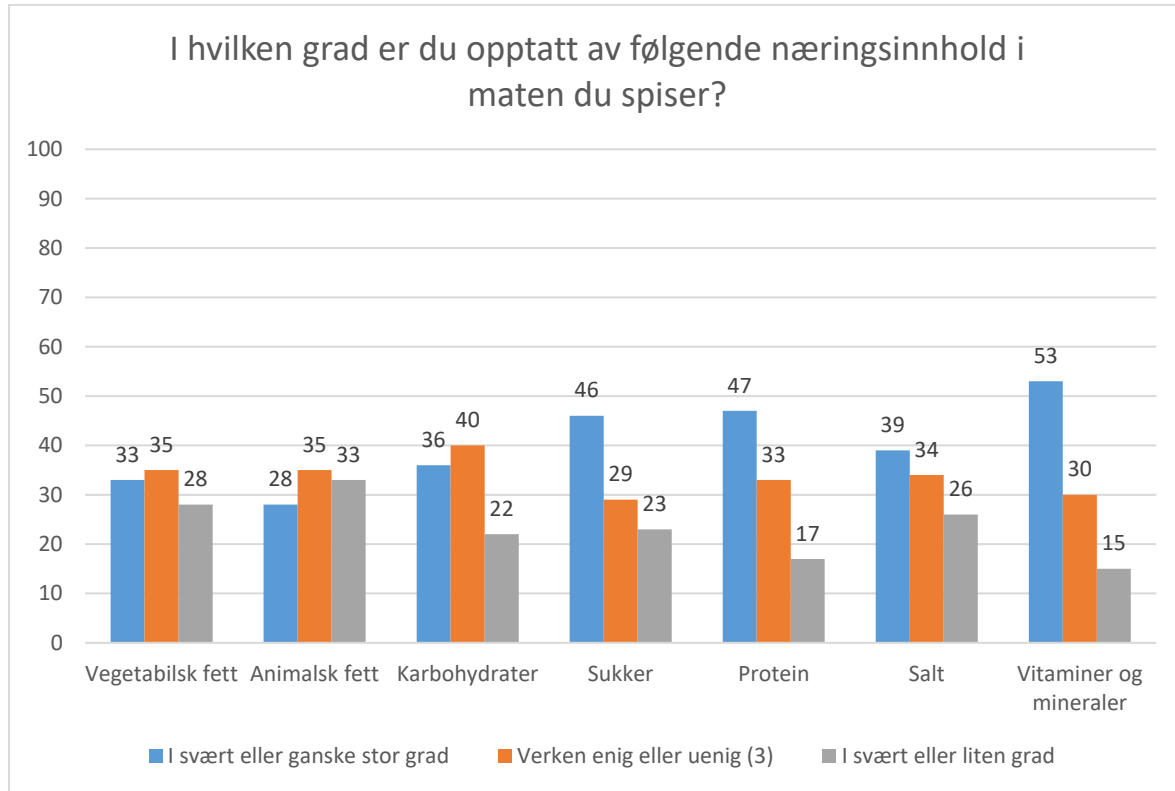
3.7.3 Bosted



Figur 3-15 Andel som er helt enig i følgende påstander om middag? Etter bosted. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Interessen for å spise middag uten kjøtt eller fisk var høyere i Oslo og større byer (49-54 prosent) enn på mindre steder og landsbygda (35-38 prosent). Langt flere Oslo-folk (76 prosent) enn folk bosatt på mindre steder og landsbygda (62-63 prosent) var helt eller delvis enig i utsagnet om at en middag uten kjøtt eller fisk kunne være en ordentlig middag.

3.8 Opptatthet av utvalgte næringsstoffer



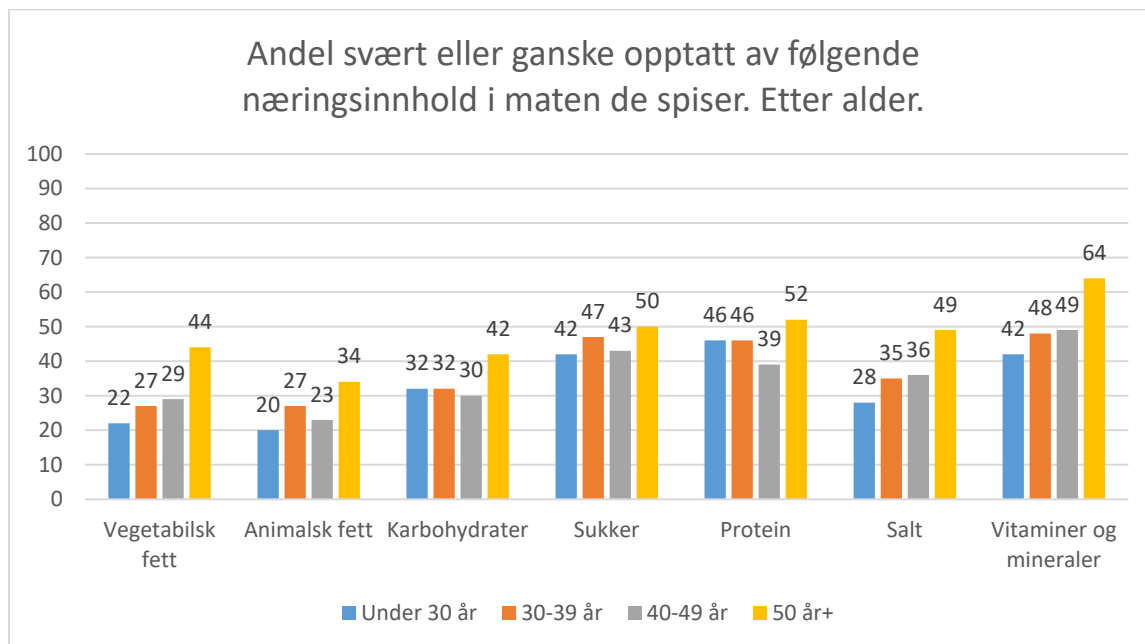
Figur 3-16 I hvilken grad er du opptatt av følgende næringsinnhold i maten du spiser? ? Prosent. N=1785. Norstat 2018

Over halvparten rapporterte at de var svært opptatt av matens innhold av vitaminer og mineraler. Deretter fulgte protein (47 prosent), sukker (40 prosent) og karbohydrater (40 prosent). Færre var opptatt av henholdsvis vegetabilisk fett (33 prosent) og animalsk fett (28 prosent).

3.8.1 Kjønn

Kvinner (60 prosent) var langt mer opptatt av vitaminer og mineraler enn menn (46 prosent). Flere kvinner (50 prosent) enn menn (43 prosent) var opptatt av proteiner. Det samme gjaldt for sukker, salt og vegetabilisk fett. Det var ubetydelige forskjeller mellom kjønnene i opptattheten av karbohydrater og animalsk fett.

3.8.2 Alder



Figur 3-17 Andel som er svært eller ganske opptatt av følgende næringsinnhold i maten de spiser. Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

For alle de utvalgte næringsstoffene var de eldre (50 år+) mer opptatt av dette enn de yngre aldersgruppene. Dette gjaldt i særdeleshet for vitaminer/mineraler, salt og vegetabilisk fett. Det var også flere eldre enn yngre som var opptatt av karbohydrater og animalsk fett. Forskjellene var noe mindre hva angikk opptatthet av sukker.

3.9 Kunnskaper om proteininnhold i utvalgte vegetabiliske matvarer

Relativt mange forbrukere uttrykker at de ønsker å øke inntaket av proteiner (Bugge 2015). Vi ønsket i denne undersøkelsen å kartlegge forbrukernes kunnskaper om proteinrike plantebaserte produkter, slik som bønner, linser, erter, nøtter og havregryn.

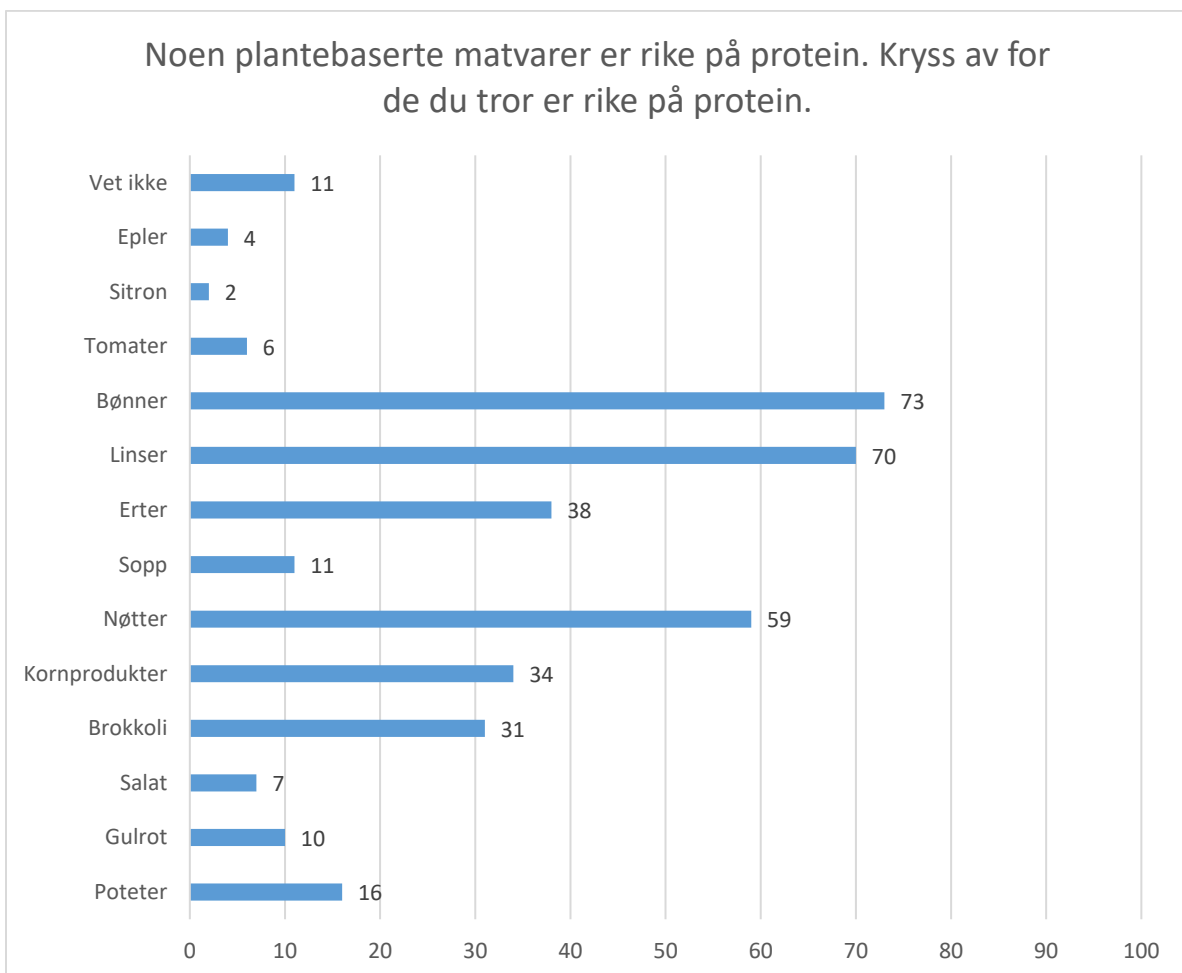
I følge Matvaretabellen.no (gyldig fra 31.05.18) varierer vegetabiliske matvarer mye i proteininnhold. Innad i de ulike matvaretypene er det også store forskjeller. En veldig viktig faktor er om det er snakk om rå eller tørkede produkter. For bønner og linser for eksempel har de tørkede variantene ca 3 ganger mer proteiner enn de hermetiske. For å illustrere proteininnholdet i ulike typer matvarer har vi tatt ut eksempler fra Matvaretabellen.no.

Produkter	Spesifisering Matvaretabellen.no	Protein pr. 100 gram spiselig vare
Epler	Eple, norsk, uspesifisert, rå	0,3 g
Sitron	Sitron, rå	1,1 g
Tomater	Tomat, norsk, rå	0,7 g
Bønner	Svarte bønner, hermetisk	8,1 g
Linser	Linser, røde, hermetiske	6,9 g

Erter	Erter, fryst	5,2 g
Sopp	Sjampinjong, norsk, rå	3,6 g
Nøtter	Hasselnøtter	15 g
Kornprodukter	Brød, 50% sammalt mel, skummet melk, hjembakt	10,4 g
Brokkoli	Brokkoli, norsk, rå	3,2 g
Salat	Bladsalat, norsk, rå	1,2 g
Gulrot	Gulrot, norsk, rå	0,7 g
Poteter	Potet, høstpotet rå	1,7 g

Tabell 3-1 Proteininnhold pr. 100 gram spiselig vare

Vi ser at nøtter, kornprodukter erter, bønner, linser og erter er de mest proteinrike. Men, også sopp og brokkoli inneholder mer enn 3 gram protein pr. 100 gram spiselig vare.



Figur 3-18 Noen plantebaserte matvarer er rike på protein. Kryss av for de du tror er rike på protein. Prosent. N=1785. Norstat 2018

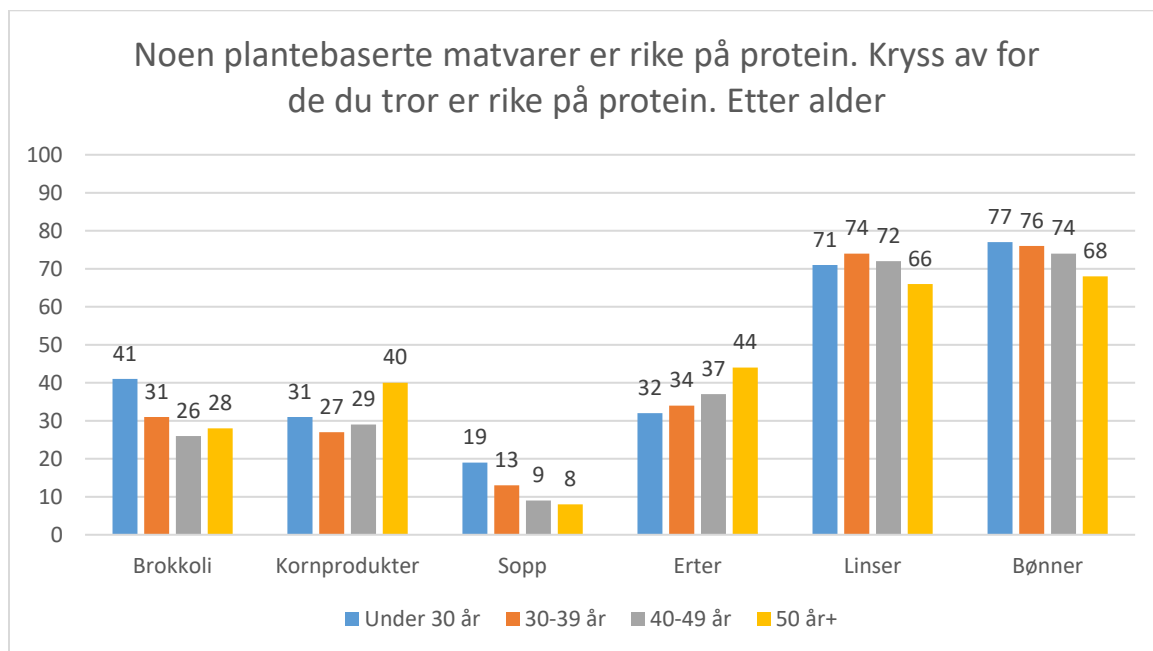
Mange var klar over at bønner og linser (70-73 prosent) er rike på protein. Det var også relativt mange som svarte det samme om nøtter. Fire av ti rapporterte at erter er rike på protein. Tre av ti sa det samme om kornprodukter. Vi ser også en del mener brokkoli, gulrot, salat, sopp, tomater, sitron og epler er rike på proteiner, selv om disse produktene til dels ligger vesentlig lavere i

proteininnhold enn de mest proteinrike produktene.. Én av ti ga uttrykk for at de ikke hadde kjennskap til hvilke plantebaserte matvarer som er rike på protein.

3.9.1 Kjønn

Flere kvinner (76-78 prosent) enn menn (62-67 prosent) ga uttrykk for at bønner og linser var rike på protein. Det samme mønsteret kom frem for nøtter. Noen flere menn enn kvinner svarte «vet ikke».

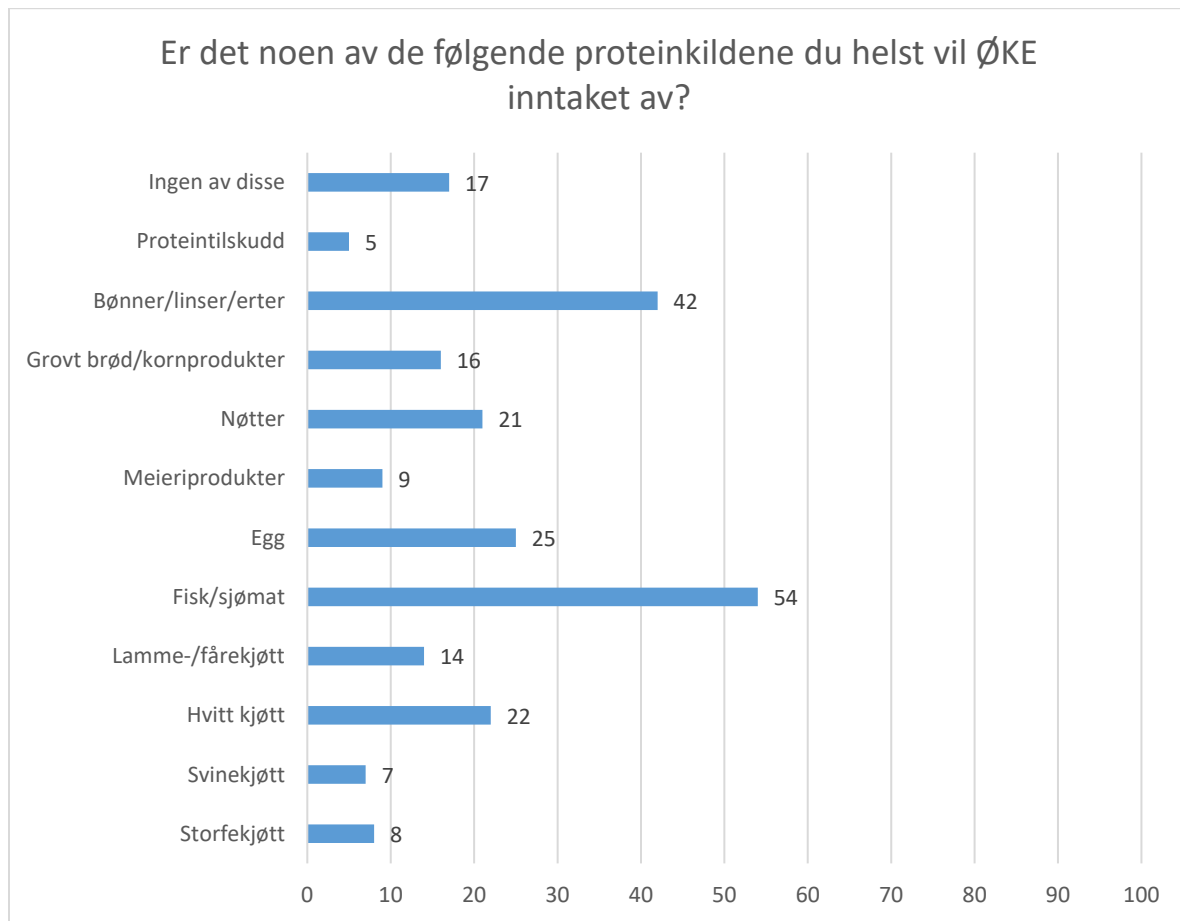
3.9.2 Alder



Figur 3-19 Noen plantebasert matvarer er rike på protein. Kryss av for de du tror er rike på protein. Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Spørsmålet om hvilke plantebaserte matvarer som ble vurdert å være rike på protein, avslørte at disse vurderingene sammenfalt med preferanser og spisemønsteret av de utvalgte varene. De eldre (50 år+) (40-44 prosent) trodde i større grad enn de yngste (under 30 år) (31-32 prosent) at kornprodukter og erter er rike på protein. De eldste (66-68 prosent) trodde i noe mindre grad enn de yngre aldersgruppene (71-77 prosent) at bønner og linser var rike på protein. Flere av de yngste (19 prosent) enn av de eldste (8 prosent) trodde at sopp var rik på protein. Lignende resultat kom frem av brokkoli. Det var 41 prosent av de yngste, mot 26-31 prosent av de eldre aldersgruppene som trodde brokkoli var rik på protein.

3.10 Andel som vil øke inntaket av utvalgte proteinrike matvarer



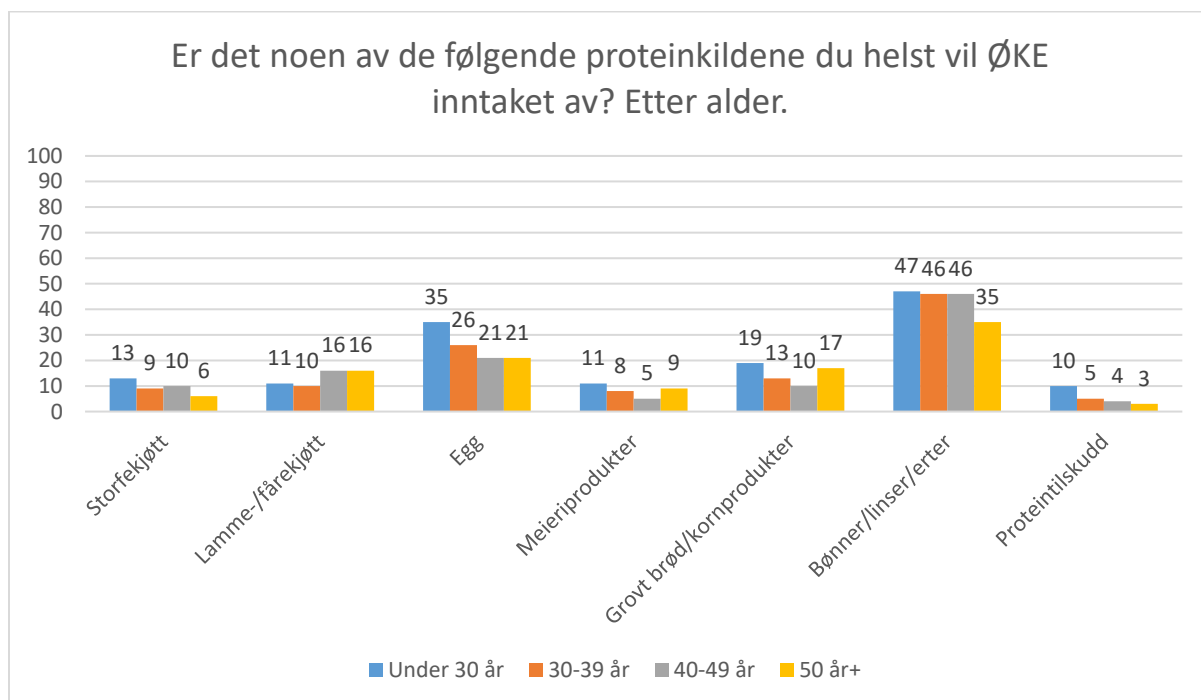
Figur 3-20 Er det noen av de følgende proteinkildene du helst vil ØKE inntaket av? . Prosent. N=1785. Norstat 2018

Fisk og sjømat var den proteinkilden fleste (54 prosent) ville øke inntaket av. Deretter fulgte bønner, linser og erter (42 prosent), egg (25 prosent), hvitt kjøtt (22 prosent), nøtter (21 prosent) og brød-/kornprodukter (16 prosent). Langt færre ønsket å øke inntaket av svine- og storfekjøtt (7-8 prosent). 14 prosent ønsket å øke inntaket av lamme-/fårekjøtt. 9 prosent sa det samme om meieriprodukter.

3.10.1 Kjønn

Flere kvinner (46 prosent) enn menn (37 prosent) ønsket å øke inntaket av bønner, linser og erter. Omvendt var det noen flere menn (18 prosent) enn kvinner (14 prosent) som ønsket å øke inntaket av grove brød-/kornprodukter. Flere kvinner (57 prosent) enn menn (51 prosent) sa det samme om fisk og sjømat. Og 16 prosent av mennene, mot 12 prosent av kvinnene ønsket å øke inntaket av lamme-/fårekjøtt. Det var 20 prosent av kvinnene og 15 prosent av mennene som svarte ingen av disse.

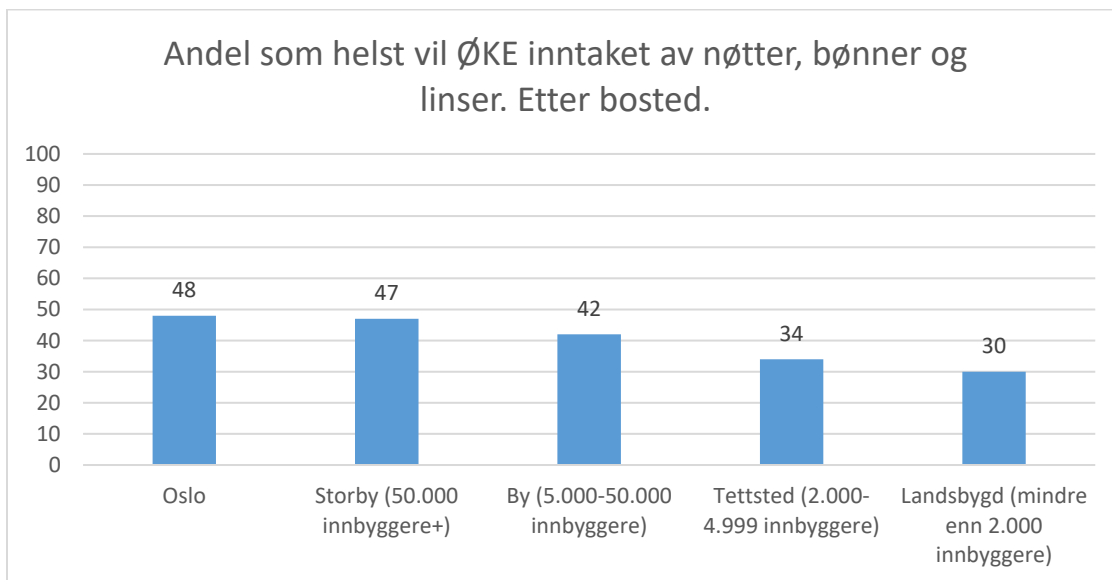
3.10.2 Alder



Figur 3-21 Er det noen av de følgende proteinkildene du helst vil ØKE inntaket av? Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Det var flere i de yngre aldersgruppene (under 50 år) (46-47 prosent) enn i den eldste aldersgruppen (50 år+) (35 prosent) som uttrykte at de helst ville øke inntaket av bønner, linser og erter. De yngre uttrykte også i noe større grad enn de eldre at de ønsket å øke inntaket av egg. Det samme gjaldt proteintilskudd og meieriprodukter. Lamme- eller fårekjøtt var det noen flere i alderen 40 år og eldre (16 prosent) som ønsket å øke inntaket av enn de yngre (10-11 prosent).

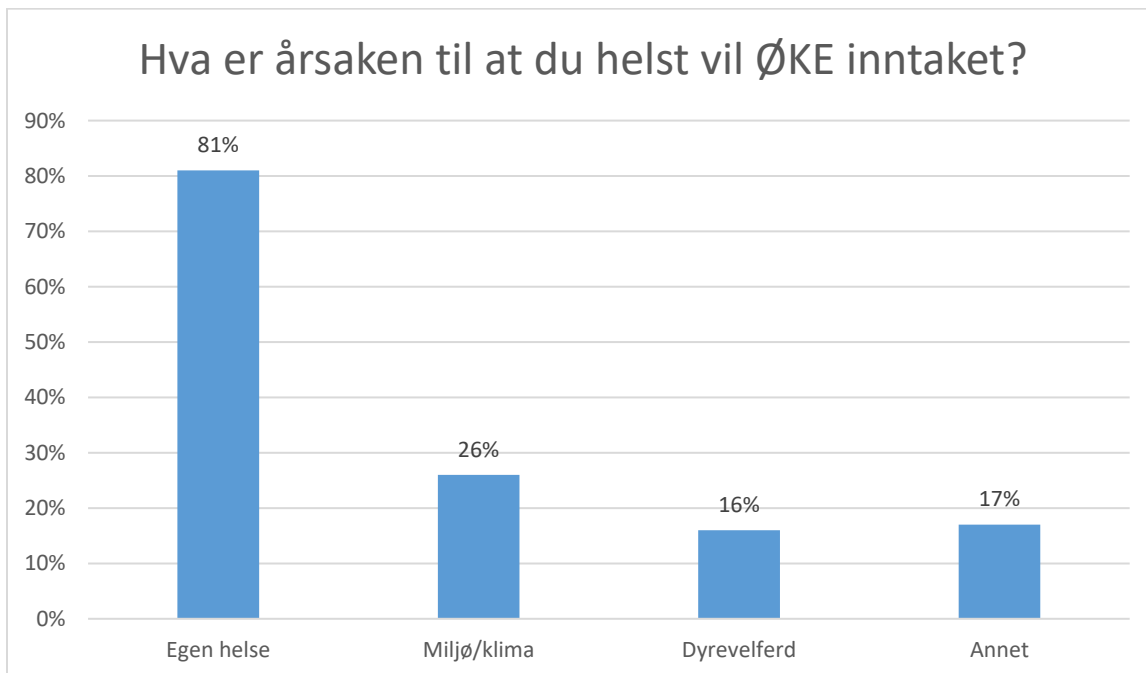
3.10.3 Bosted



Figur 3-22 Andel som helst vil ØKE inntaket av nøtter, bønner og linser. Etter bosted. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Med unntak av nøtter, bønner og linser, var det ubetydelige forskjeller mellom de ulike landsdelene mht. økning av utvalgte proteinrike matvarer. Det var flere bosatt i Oslo og store byer (47-48 prosent) enn på mindre steder og landsbygda (30-34 prosent) ønsket å øke inntaket av disse produktene.

3.11 Begrunnelse for å øke inntaket



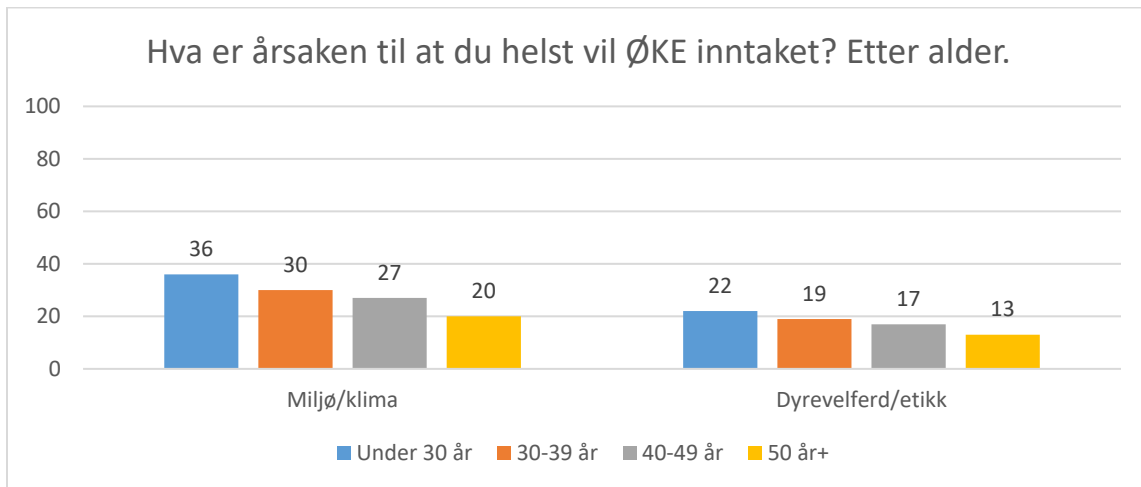
Figur 3-23 Hva er årsaken til at du helst vil ØKE inntaket? Prosent. N=1476. Norstat 2018

Den viktigste begrunnelsen for å øke inntaket av valgte proteinkilder var egen helse (55 prosent). Deretter fulgte miljø/klima (18 prosent) og dyrevelferd (12 prosent).

3.11.1 Kjønn

Flere kvinner (30 prosent) enn menn (23 prosent) begrunnet ønsket med miljø og klima. Videre var det 20 prosent av kvinnene, mot 13 prosent av mennene som begrunnet ønsket med dyrevelferd.

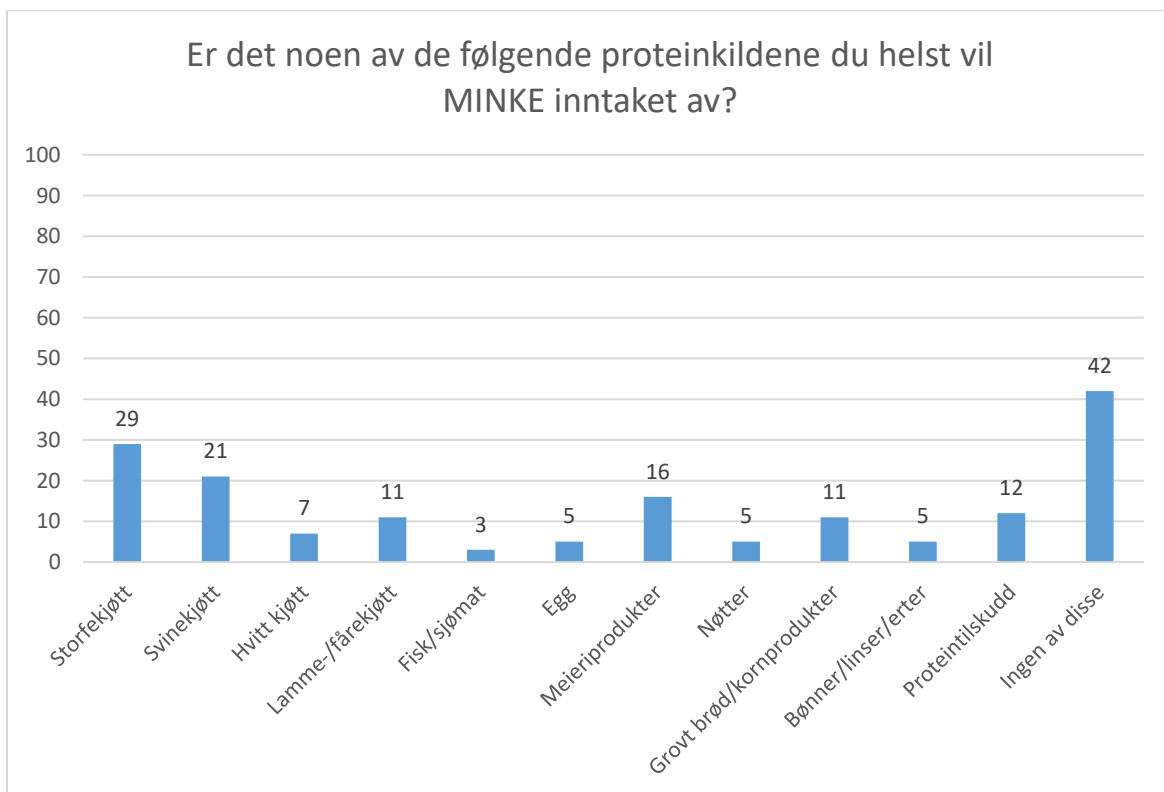
3.11.2 Alder



Figur 3-24 Hva er årsaken til at du helst vil ØKE inntaket? Etter alder. Prosent. N=1041. Norstat 2018

Færre av de eldste (50 år+) (20 prosent) enn de yngste (under 30 år) (36 prosent) begrunnet ønsket om å øke inntaket av bestemte matvarer av hensyn til miljø og klima. Det var også færre av de eldre (13 prosent) enn de yngste (22 prosent) som begrunnet en økning med hensyn til dyrevelferd og etikk. Begrunnelsen egen helse var nokså likt fordelt i de forskjellige aldersgruppene.

3.12 Andel som vil redusere inntaket av utvalgte proteinrike matvarer



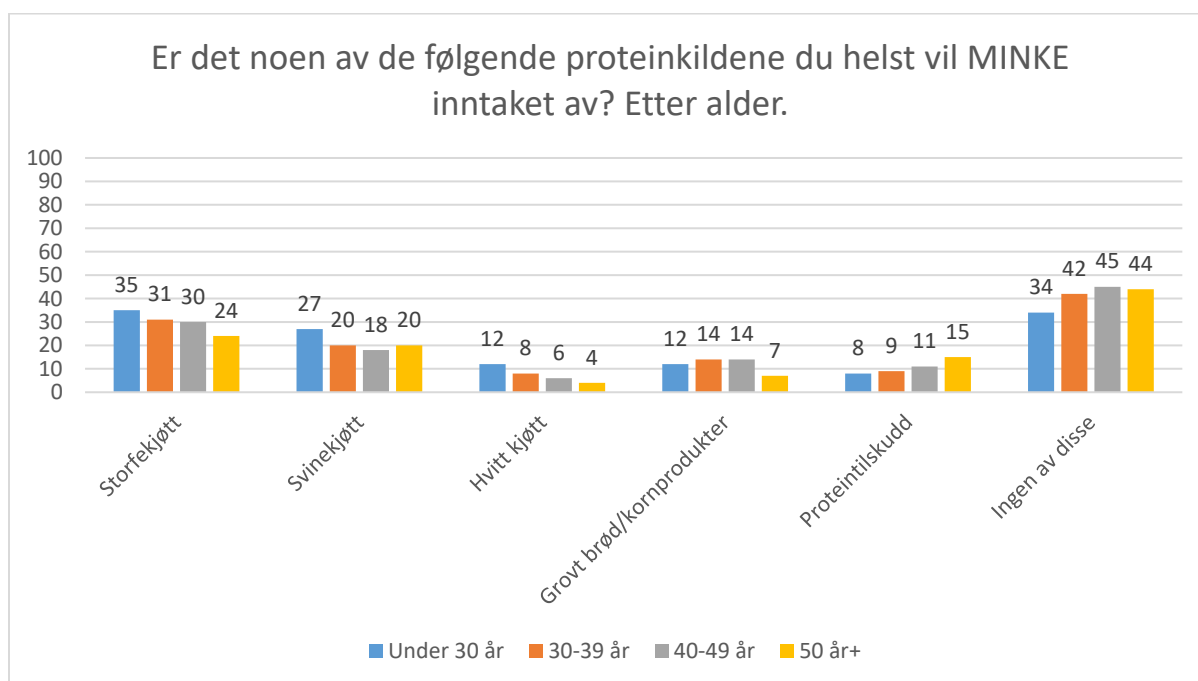
Figur 3-25 Er det noen av de følgende proteinkildene du helst vil MINKE inntaket av? . Prosent. N=1785. Norstat 2018

Fire av ti ønsket å minke inntaket av flere av de utvalgte proteinkildene. Det var 29 prosent som helst ville redusere inntaket av storfekjøtt. Deretter fulgte svinekjøtt (21 prosent) og meieriprodukter (16 prosent). Videre var det 11-12 prosent som ønsket å redusere inntaket av proteintilskudd, grove brød/kornprodukter og lamme-/fårekjøtt.

3.12.1 Kjønn

Med unntak av grovt brød og kornprodukter var det ubetydelige forskjeller mellom kjønnene. Det var 13 prosent av kvinnene, mot 8 prosent av mennene som ønsket å redusere inntaket av grovt brød og kornprodukter.

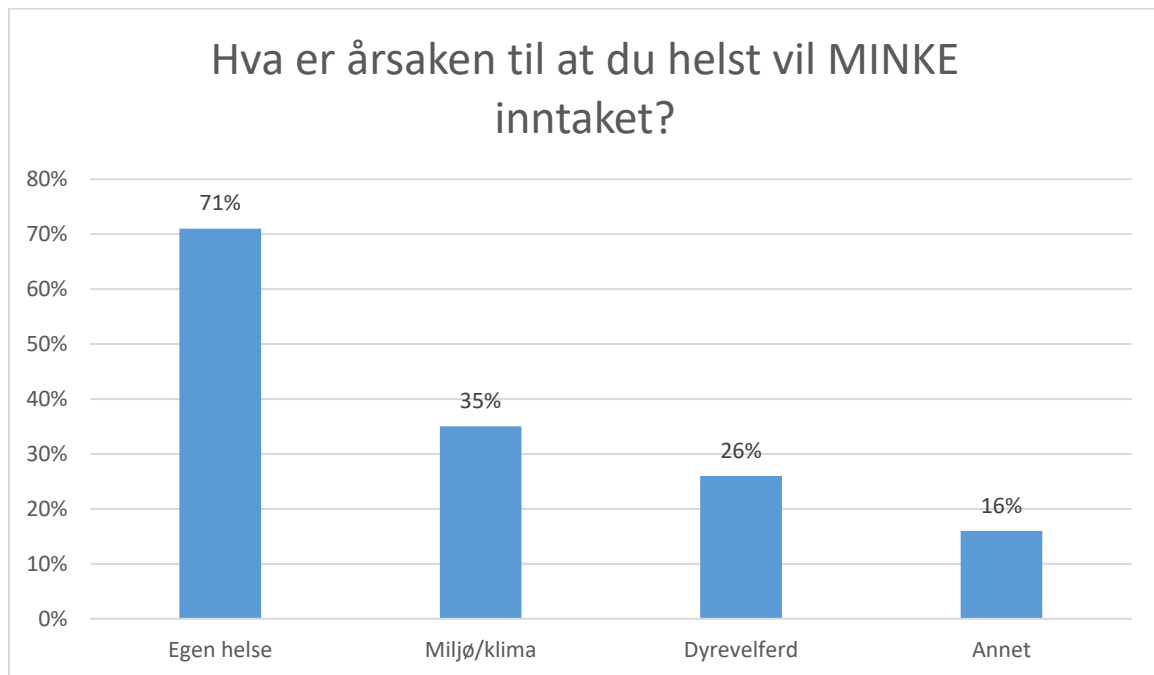
3.12.2 Alder



Figur 3-26 Er det noen av de følgende proteinkildene du helst vil MINKE inntaket av? . Prosent. N=1785. Norstat 2018

Det var færre av de yngste (under 30 år) (34 prosent) enn eldre (30 år+) (42-45 prosent) som rapporterte at de ikke ønsket å minke noen av de nevnte proteinkildene. Av de yngste var det 35 prosent som ønsket å redusere inntaket sitt av storfekjøtt, mot 24 prosent av de eldste. Og videre var det 27 prosent av de yngste, mot 20 prosent av de eldste som sa det samme om svinekjøtt. Omvendt var det færre i den eldste alderskategorien (4 prosent) enn i den yngste (12 prosent) som helst ville minke inntaket av hvitt kjøtt. Det samme var tilfelle med grovt brød og kornprodukter. Det var 15 prosent av de eldste, mot 8 prosent av de yngste, som helst ville redusere inntaket av proteintilskudd.

3.13 Begrunnelse for å redusere inntak



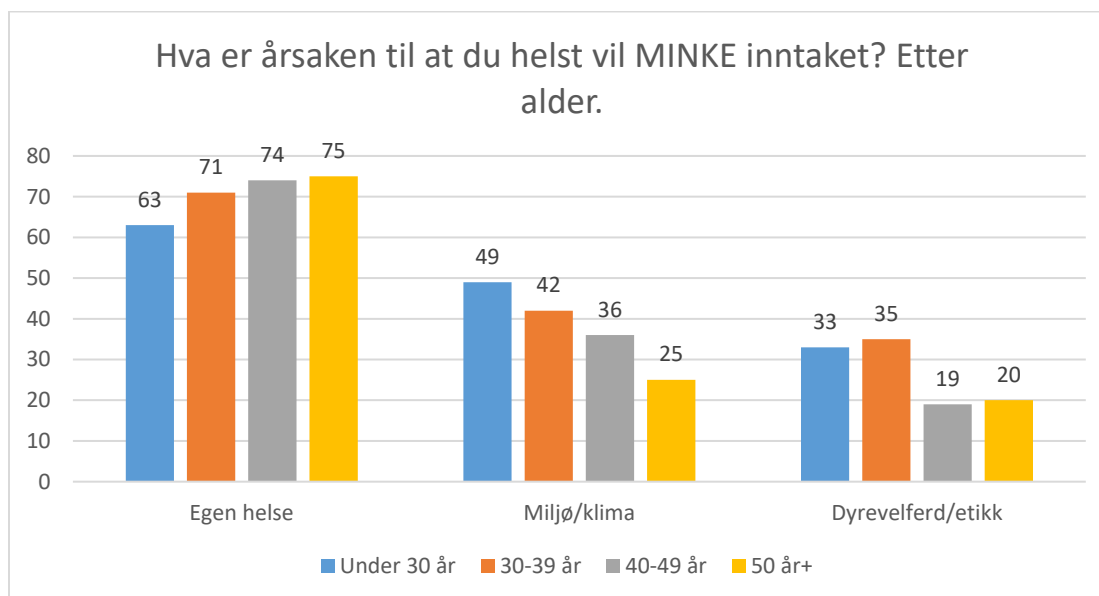
Figur 3-27 Hva er årsaken til at du helst vil MINKE inntaket? . Prosent. N=1041. Norstat 2018

Den viktigste begrunnelsen for å minke utvalgte proteinkilder var hensyn til egen helse. Deretter fulgte miljø og klima, samt dyrevelferd og etikk.

3.13.1 Kjønn

Det var langt flere kvinner (32 prosent) enn menn (19 prosent) som helst ville begrense inntaket av dyrevelferdshensyn. Videre var det 39 prosent av kvinner, mot 33 prosent av mennene som sa det samme om miljø- og klimahensyn.

3.13.2 Alder



Figur 3-28 Hva er årsaken til at du helst vil MINKE inntaket? Etter alder. Prosent, N=1041. Norstat 2018

De yngste (63 prosent) begrunnet i mindre grad enn de eldre aldersgruppene (30 år+) ønsket om å minke inntaket av utvalgte matvarer av hensyn til egen helse. Det å begrunne ønsket med hensyn til miljø og klima falt med økende alder. Det var 49 prosent av de yngste, mot 25 prosent av de eldste (50 år+) som ga denne begrunnelsen. Når det gjaldt dyrevelferd og etikk var dette noe de unge (under 40 år) (33-35 prosent) var mer opptatt av enn de eldre (40 år+) (19-20 prosent).

3.13.3 Bosted

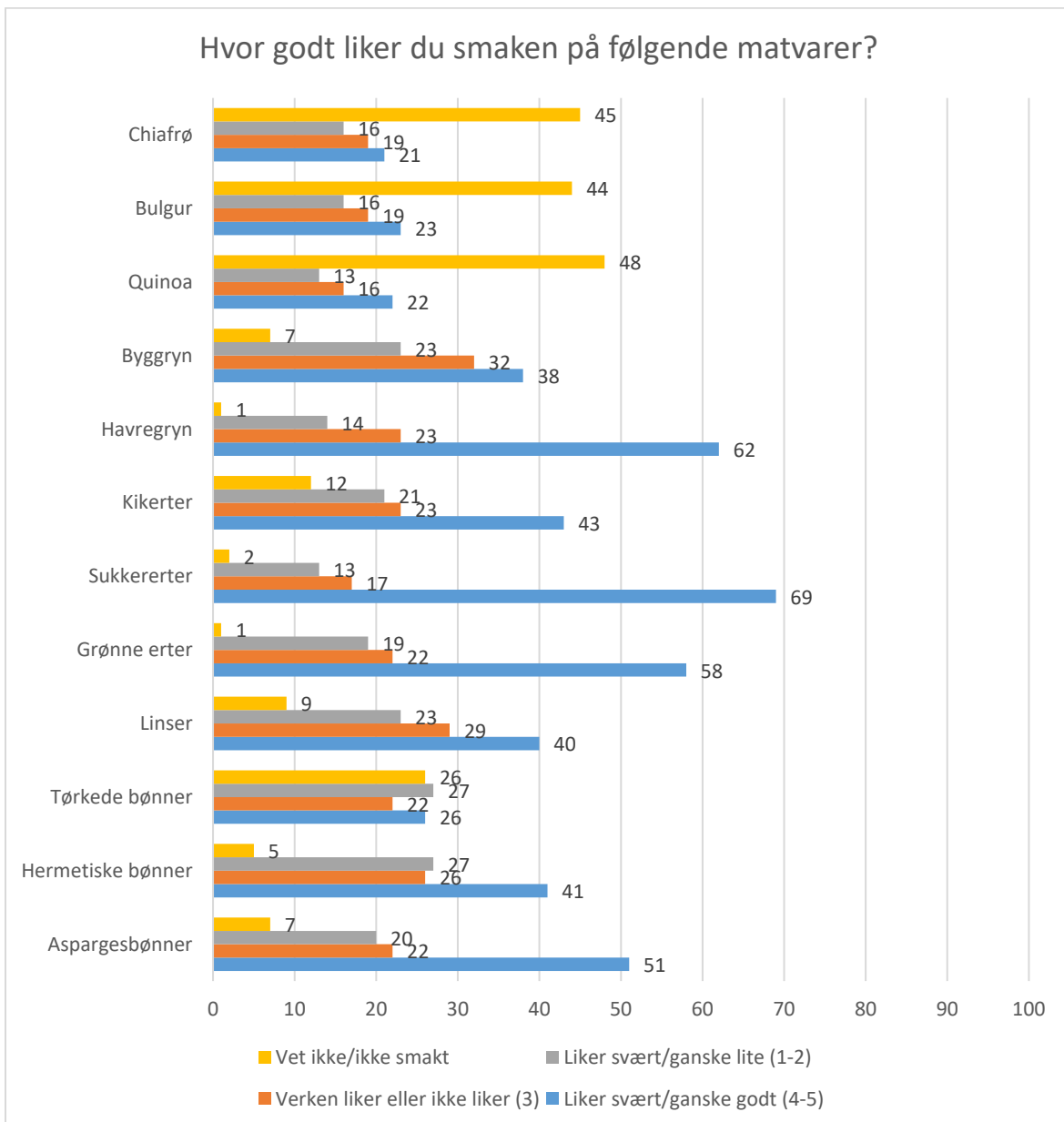
Begrunnelsen miljø og klima var noe viktigere for folk bosatt i Oslo og store byer (42 prosent) enn folk bosatt i mindre byer, tettsteder og landsbygd (28-32 prosent).

3.14 Hvilken posisjon har bønner, linser, erter, gryn og lignende i spisemønsteret?

Hvordan er kjennskapen og preferansen for bønner, linser, erter, gryn og lignende som finnes i de fleste dagligvarebutikkene og som ofte brukes i middagsretter?

En stor andel ga uttrykk for at de ikke hadde smakt produktene quinoa, bulgur og chiafrø. Dette gjaldt i særdeleshet blant de eldre. Før vi ser nærmere på responsene gjengir vi litt fakta om disse produktene fra Pedersen og Fakstorp (2010). *Quinoa (peruis)* er runde, ca. 2 mm, lysebrune frø av den ettårige planten *Chenopodium Quiona*, som har vært et viktig næringsmiddel i Andesfjellene i Sør-Amerika i de siste 6000 år, og som inkaene anså for en hellig grøde. Quinoafrø har et høyt innhold (12-18 prosent) av protein, som består av aminosyrer, hvis art og mengdeforhold gjør dem til en utmerket proteinkilde for mennesker. Dessuten har de et høyt innhold av umettede fettsyrer. Dette har blant annet gjort quinoa interessant som næringsmiddel ved langvarige reiser i rommet. Bladene av planten, kan brukes som salt. Overflaten av quinoafrøene inneholder noen bitre stoffer,

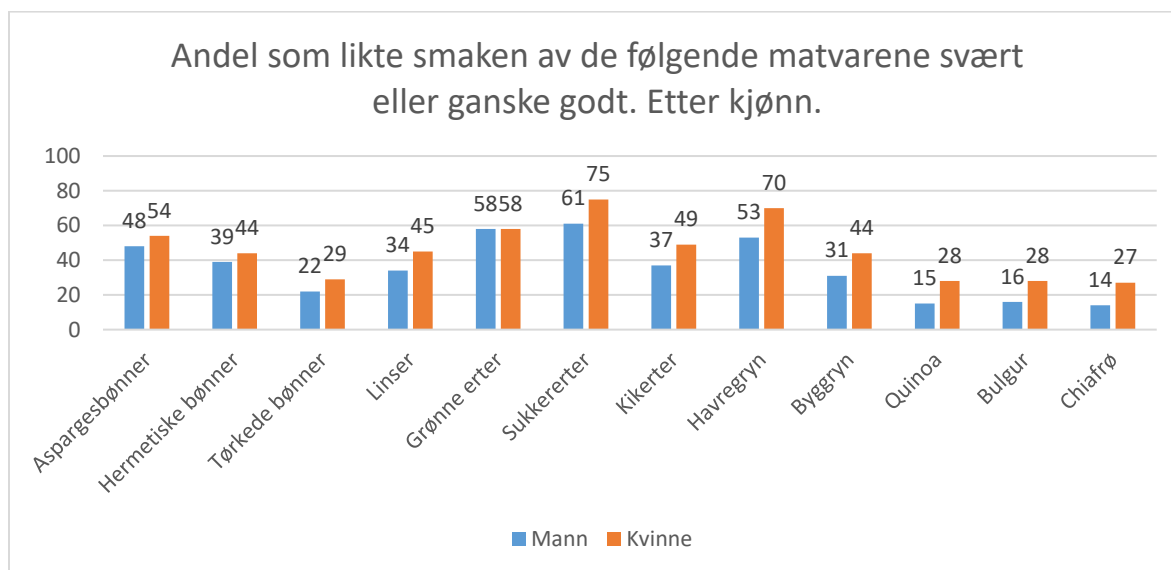
som fjernes ved et par timers bløting i vann. Ofte er dette allerede skjedd ved handelsprodukter. Quinoa kan kokes som ris, har en nøtteaktig smak og kan brukes på samme måte som couscous, bulgur, ris m.fl. Quinoa, som ikke er en kornsort, kan brukes til fremstilling av glutenfritt bakverk. Quinoafrø egner seg til spiring. **Bulgur** (tyrkisk *burghul*) vil si hvetekorn, som er kokt, tørket, avskallet og malt godt. Bulgur er en tradisjonell basisvare i Nord-Afrika og Midt-Østen, hvor det spises i supper eller til kjøtt og fisk. Bulgur lages hovedsakelig av durumhvete. Se også couscous. **Chiafrø** (*Salvia hispanica*) er et frø fra en blomsterplante i myntefamilien. Planten finnes i Sør-Amerika. Frøet inneholder blant annet protein, fiber, kalium og omega-3. I utseende kan chia minne mye om linfrø. Chia har en nøytral smak og brukes gjerne i grøt, bakst, frokostblandinger, smoothies og yoghurt (Pedersen og Fakstorp 2010).



Figur 3-29 Hvor godt liker du smaken av følgende matvarer? Prosent. N=1785. Norstat 2018

De mest velkjente og likte proteinrike grønnsakene, korn og grynene var sukkererter, havregryn, grønne erter og aspargesbønner (51-69 prosent). Det var også relativt mange som svarte det samme om kikerter, linser, hermetiske bønner og byggryn (38-43 prosent). En relativt stor andel hadde ikke smakt quinoa, bulgur og chiafrø (45-48 prosent). Andelen som mente slike korn- og grynprodukter var noe de likte svært eller ganske godt var 21-23 prosent.

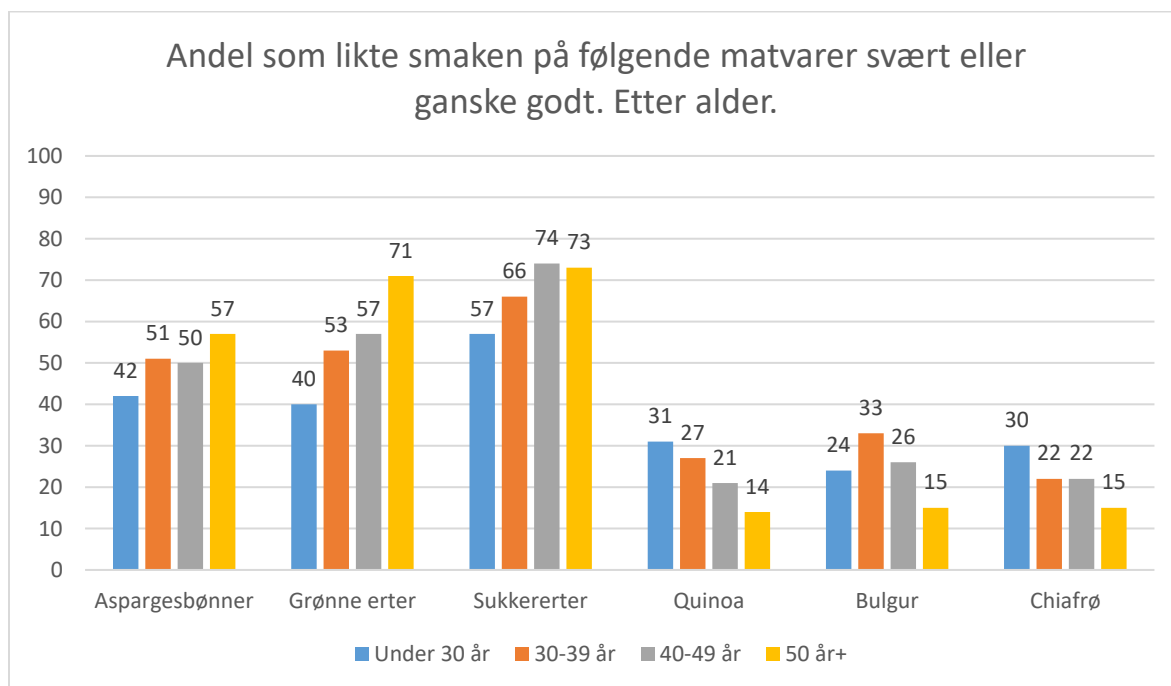
3.14.1 Kjønn



Figur 3-30 Andel som likte smaken svært eller ganske godt (4-5) av de utvalgte matvarene. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Med unntak av grønne erter mente kvinner i større grad enn menn at de utvalgte produktene var noe de likte svært eller ganske godt. Det var 75 prosent av kvinnene som mente sukkererter smakte svært eller ganske godt, mot 61 prosent av mennene. 70 prosent av kvinnene, mot 53 prosent av mennene sa det samme om havregryn. Et lignende mønster kom frem av oppfatningen av bønner, kikerter, linser og byggryn. Det var flere menn (50-54 prosent) enn kvinner (37-41 prosent) som ikke hadde smakt produkter som quinoa, bulgur og chiafrø. Av kvinnene var det 27-28 prosent som mente slike produkter smakte svært eller ganske godt, mot 14-16 prosent av mennene.

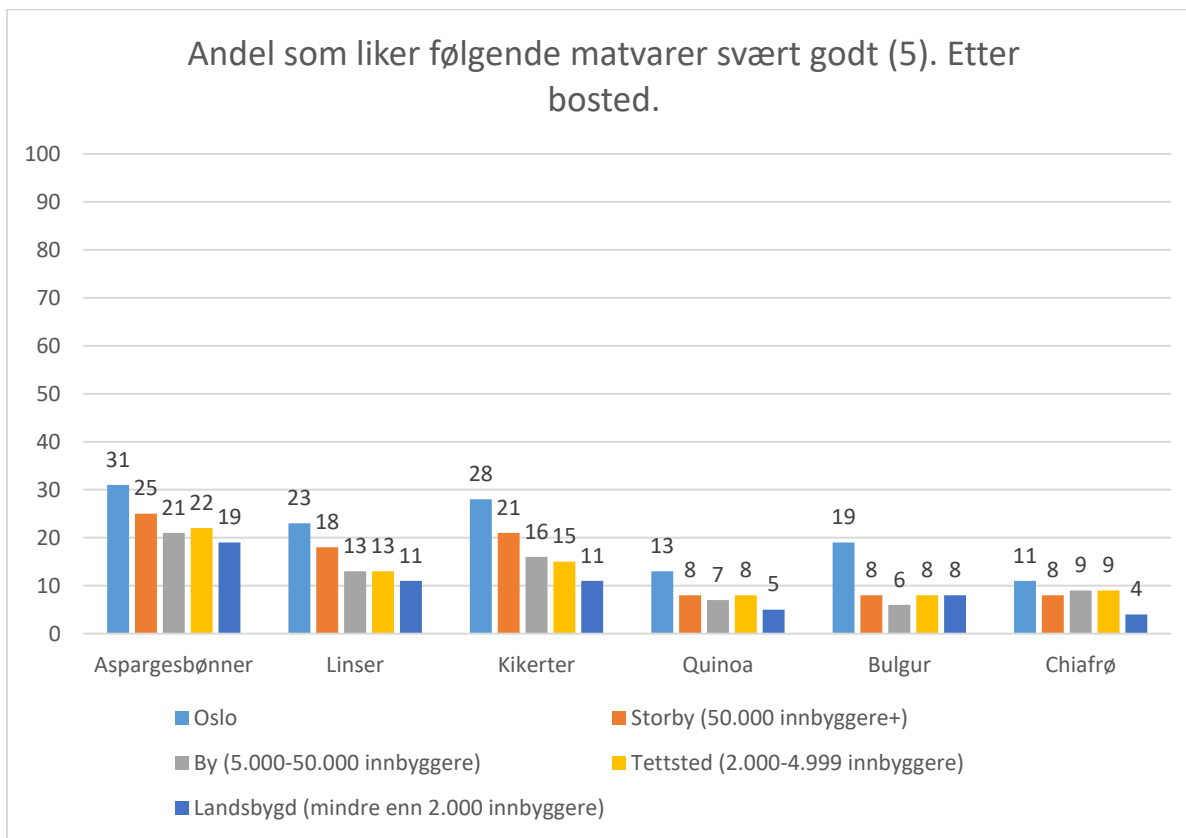
3.14.2 Alder



Figur 3-31 Andel som likte smaken på følgende matvarer svært/ganske godt (4-5). Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Mens aspargesbønner, grønne erter og sukkererter var noe som falt mer i smak blant de eldre, var det omvendt med quinoa, bulgur og chiafrø. 71 prosent av de eldste (50 år+) ga uttrykk for at de likte smaken på grønne erter svært eller ganske godt, mot 40 prosent av de yngste (under 30 år). Det var også flere av de eldre (40 år+) (73-74 prosent) enn de yngste (57 prosent) som syntes sukkererter smakte meget eller ganske godt. 57 prosent av de eldste (50 år+), mot 42 prosent av de yngste, sa det samme om aspargesbønner. Omvendt var det 14-15 prosent, mot 30-31 prosent av de yngste som syntes quinoa, bulgur og chiafrø smakte meget eller ganske godt. Bulgur var særlig godt likt i aldersgruppen 30-39 år.

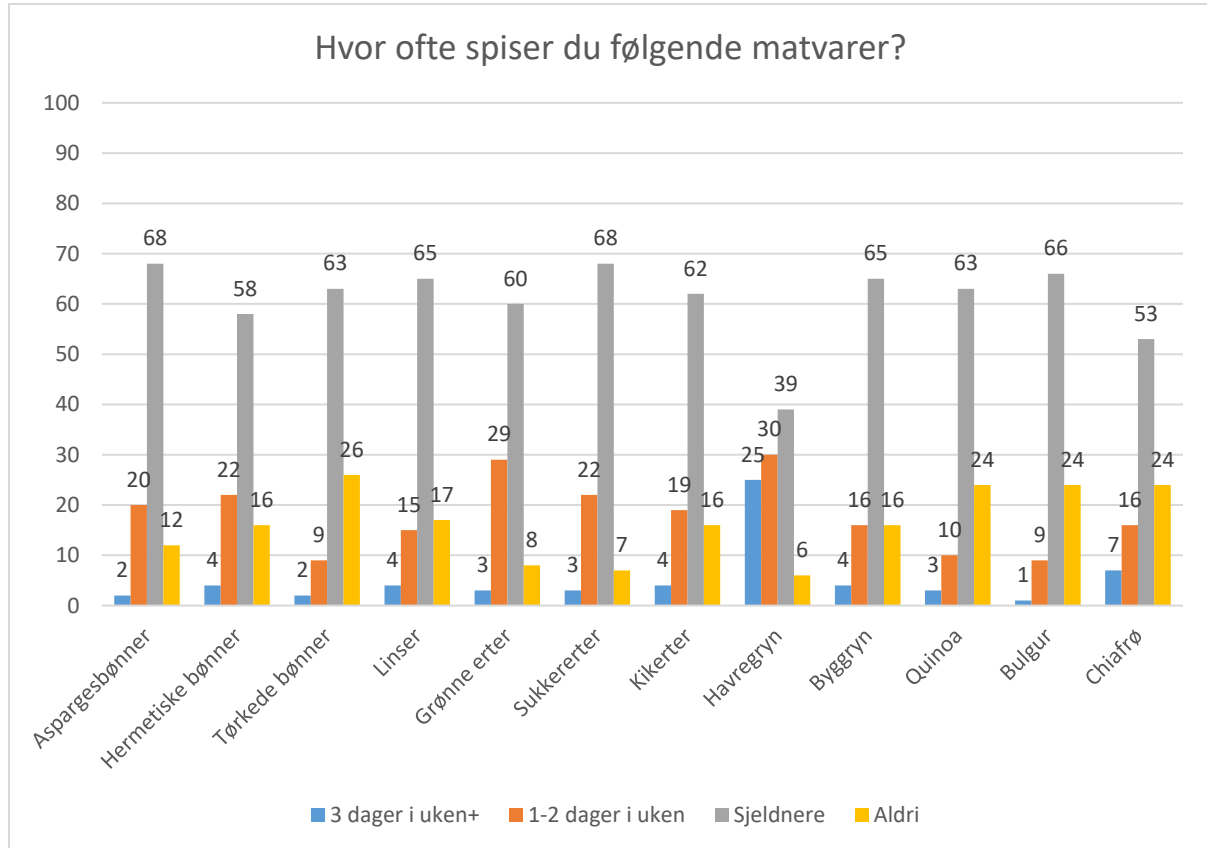
3.14.3 Bosted



Figur 3-32 Andel som liker følgende matvarer svært godt (5). Etter bosted. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Folk bosatt i Oslo og store byer uttrykte i større grad enn folk bosatt på mindre steder og landsbygda at aspargesbønner, linser, kikerter, quinoa, bulgur og chiafrø smakte svært godt.

3.15 Spisefrekvens av plantebaserte matvarer rike på protein



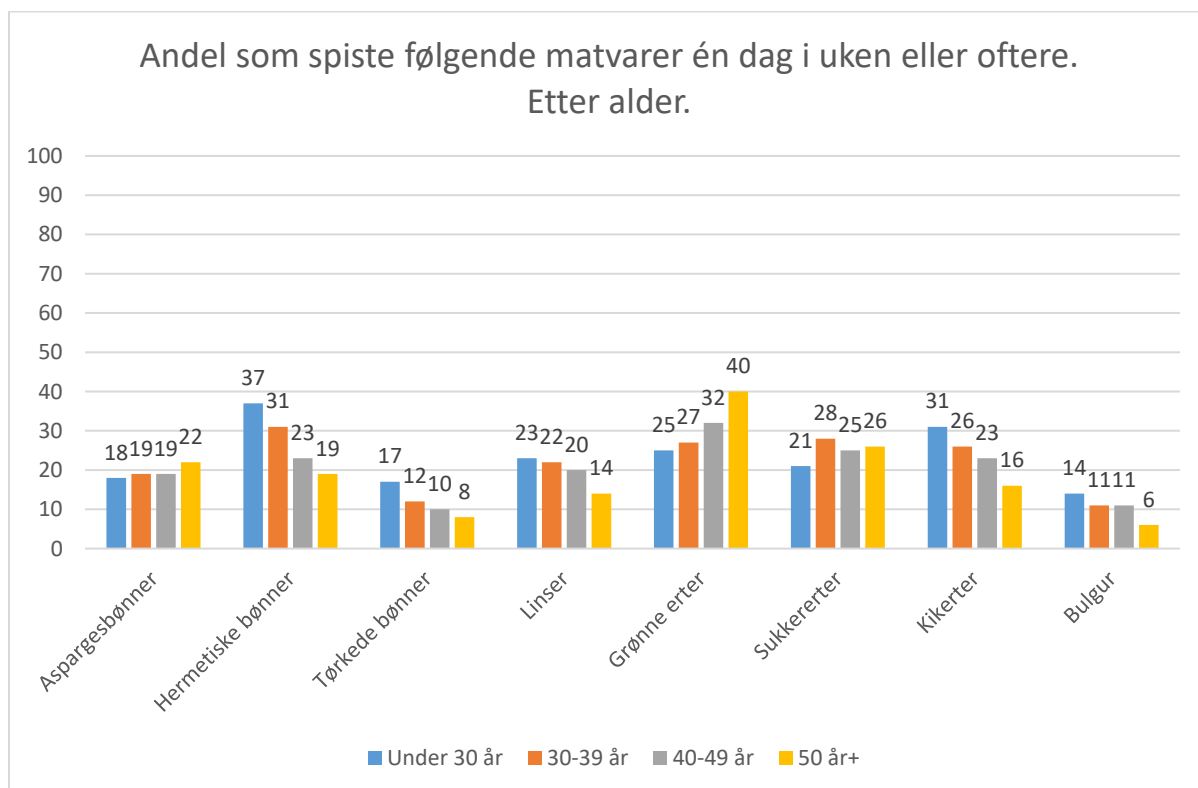
Figur 3-33 Hvor ofte spiser du følgende matvarer? Prosent. N=1785. Norstat 2018

Høyest spisefrekvens var det av havregryn. 55 prosent spiste dette én gang i uken eller oftere. Deretter fulgte grønne erter (32 prosent), hermetiske bønner (26 prosent), sukkererter (25 prosent), kikerter (23 prosent) og aspargesbønner (22 prosent). Andelen som spiste chiafrø, byggryn og linser var 19-23 prosent. 10-13 prosent sa det samme om quinoa og bulgur.

3.15.1 Kjønn

Det var ubetydelige forskjeller mellom kjønnene i spisefrekvens av bønner, linser, kikerter, byggryn og bulgur. Flere menn (36 prosent) enn kvinner (29 prosent) spiste grønne erter ukentlig. Omvendt var det flere kvinner (28 prosent) enn menn (22 prosent) som spiste sukkererter like ofte. Det var langt flere kvinner (61 prosent) enn menn (48 prosent) som spiste havregryn én gang i uken. Andelen kvinner som ukentlig spiste chiafrø var 27 prosent, mot 18 prosent av mennene.

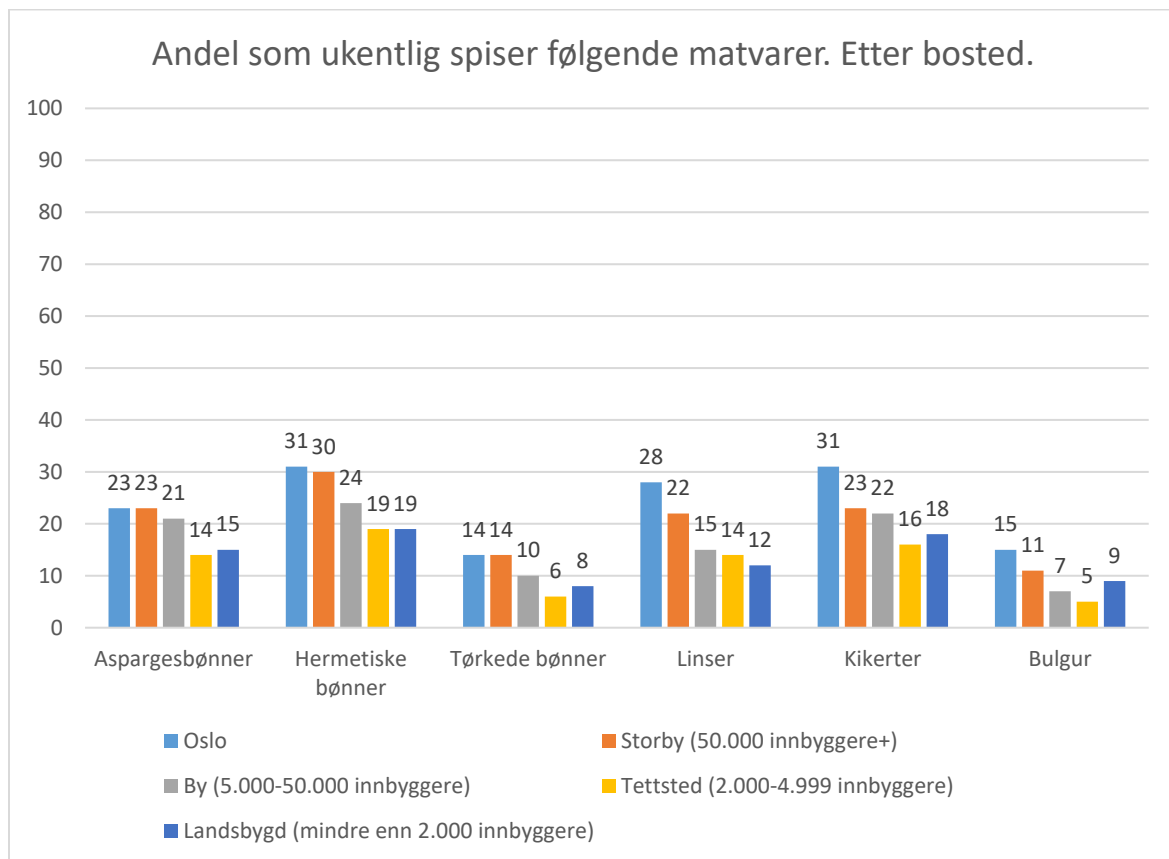
3.15.2 Alder



Figur 3-34 Andel som spiste følgende matvarer én dag i uken eller oftere. Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Hermetiske bønner, tørkede bønner, linser, kikerter og bulgur var matvarer de unge hadde høyere spisefrekvens av enn de eldre. Det var 37 prosent av de yngste (under 30 år) som spiste hermetiske bønner én gang i uken eller oftere, mot 19 prosent av de eldste (50 år+). Andelen unge som ukentlig spiste linser var 23 prosent, mot 14 prosent av de eldste. Videre var det 31 prosent av de yngste, mot 16 prosent av de eldste som ukentlig spiste kikerter. 14-17 prosent av de yngste, mot 6-8 prosent av de eldste spiste tørkede bønner og bulgur like ofte. Omvendt var det betydelig flere i den eldste aldersgruppen (40 prosent) enn i den yngste (25 prosent) som ukentlig spiste grønne erter.

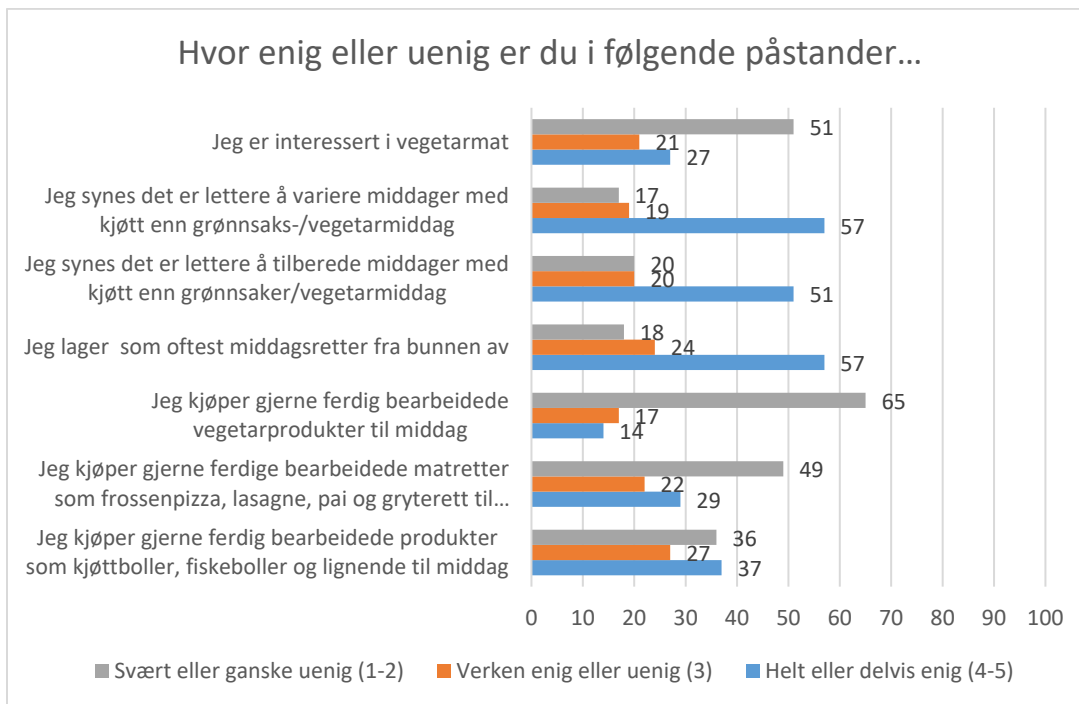
3.15.3 Bosted



Figur 3-35 Andel som ukentlig spiser følgende matvarer. Etter bosted. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Folk bosatt i Oslo og andre større byer hadde en høyere spisefrekvens av bønner (friske, hermetiske og tørkede) enn folk bosatt på mindre steder. For linser og kikerter var spisefrekvensen langt høyere i Oslo enn i andre deler av landet. Et lignende mønster kom frem for spisefrekvensen av bulgur, men den var ikke like markant.

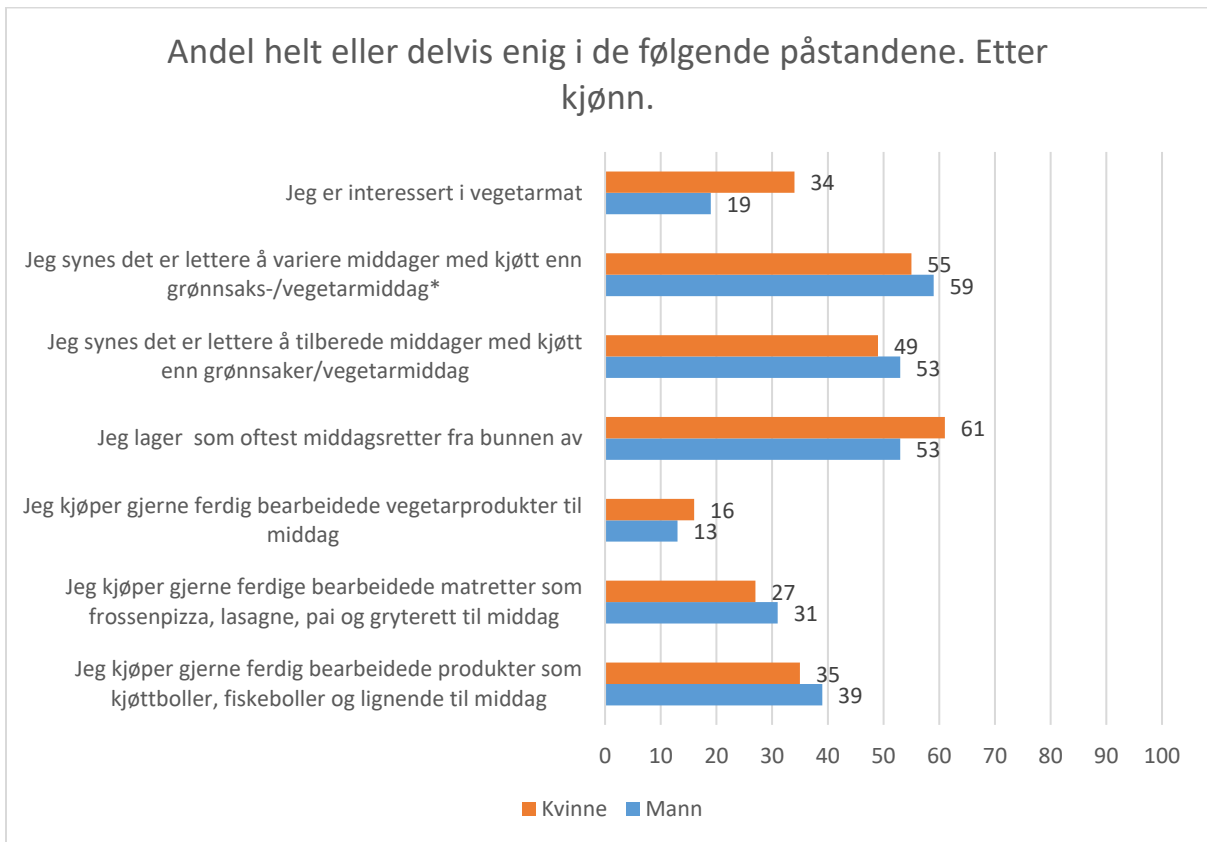
3.16 Interesse for vegetarmat, samt oppfatninger omkring bruk av plantebaserte og animalske hel- og halvfabrikata i matlagingen



Figur 3-36 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander...? Prosent. N=1785. Norstat 2018

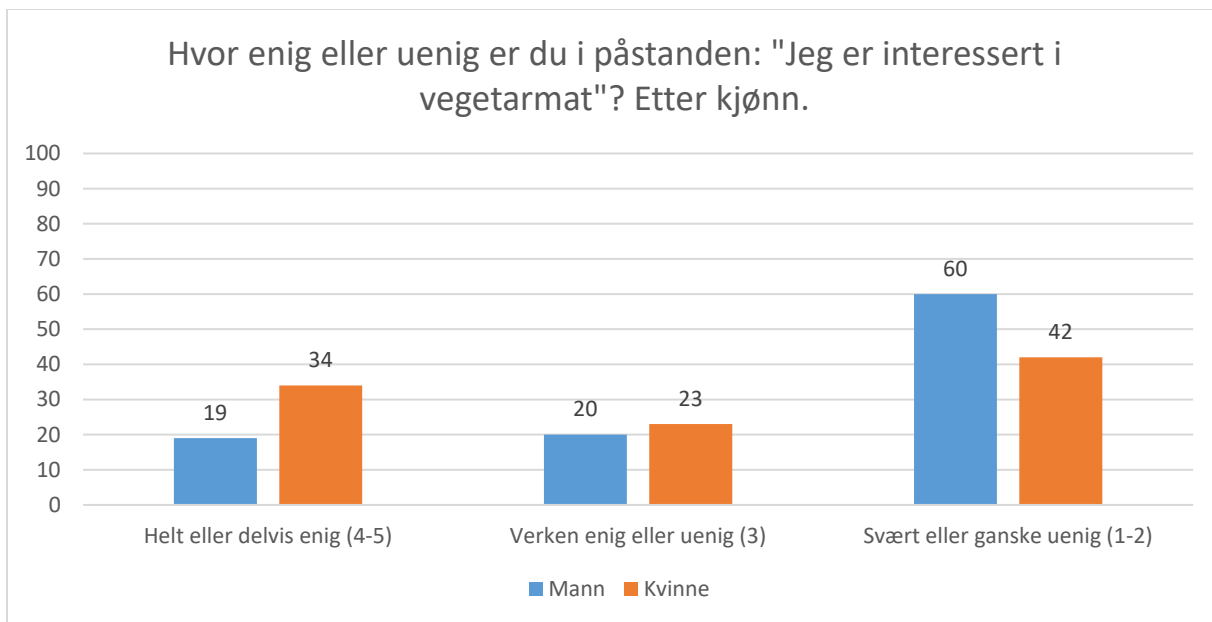
Tre av ti ga uttrykk for at de var interessert i vegetarmat. Det var imidlertid tydelig at respondentene oppfattet vegetarmiddager som mer kompliserte enn middager som inneholdt kjøtt eller fisk. Så mange som 57 prosent var helt eller delvis enig i utsagnet: «Jeg synes det er lettere å VARIERE middager med kjøtt enn grønnsaks- eller vegetarmiddag. Nesten like mange (51 prosent) var helt eller delvis enig i utsagnet: «Jeg synes det er lettere å TILBEREDE kjøttmiddager enn vegetarmiddager. Når det gjelder ferdigmat, sa 65 prosent at de var helt eller delvis uenig i utsagnet: «Jeg kjøper gjerne ferdig bearbejdede vegetarprodukter til middag». Dette var langt høyere enn andelen som sa det samme om ferdigretter (halfabrikata), for eksempel pizza, lasagne, gryterett (29 prosent) og bearbejdede produkter (halfabrikata), for eksempel kjøtt- og fiskeboller (37 prosent). Det var imidlertid tydelig at det å ha et råvarebasert kosthold var noe mange etterstrebet. Over halvparten (57 prosent var helt eller delvis enig i utsagnet: «Jeg lager som oftest middagsretter fra bunnen av.

3.16.1 Kjønn



Figur 3-37 Andel som er helt eller delvis enig (4-5) i de nevnte påstandene. Etter kjønn. Prosent. N=1785. Norstat 2018 (* ikke sig.)

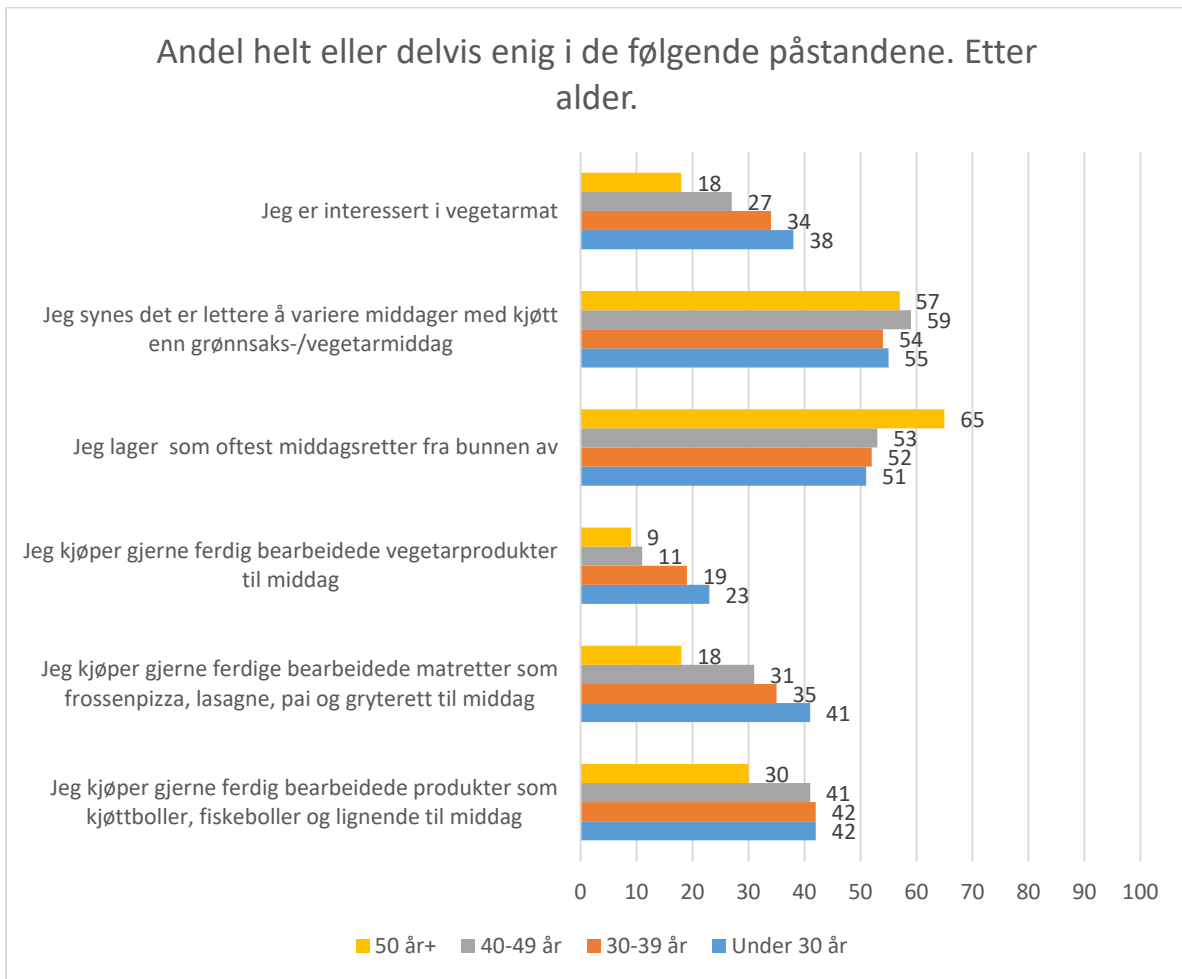
Det var altså langt flere kvinner (34 prosent) enn menn (19 prosent) som ga uttrykk for interesse for vegetarmiddag. Det var også noen flere kvinner (16 prosent) enn menn (13 prosent) som mente de gjerne brukte vegetarprodukter til middag. Mens det var ubetydelige forskjeller mellom kjønnene i synet på hvorvidt det var lettere å variere mer kjøtt- enn vegetarmiddager, var det noen flere menn (53 prosent) enn kvinner (49 prosent) som mente det var lettere å tilberede kjøttmiddager enn vegetarmiddager. Kvinner (61 prosent) uttrykte i større grad enn menn (53 prosent) at de laget middagen fra bunnen av. Menn var også noe mer positive til å kjøpe halv- og helfabrikata enn kvinner.



Figur 3-38 Hvor enig eller uenig er du i påstanden: «Jeg er interessert i vegetarmat?» Etter kjønn. Prosent. N=1785. Norstat 2018

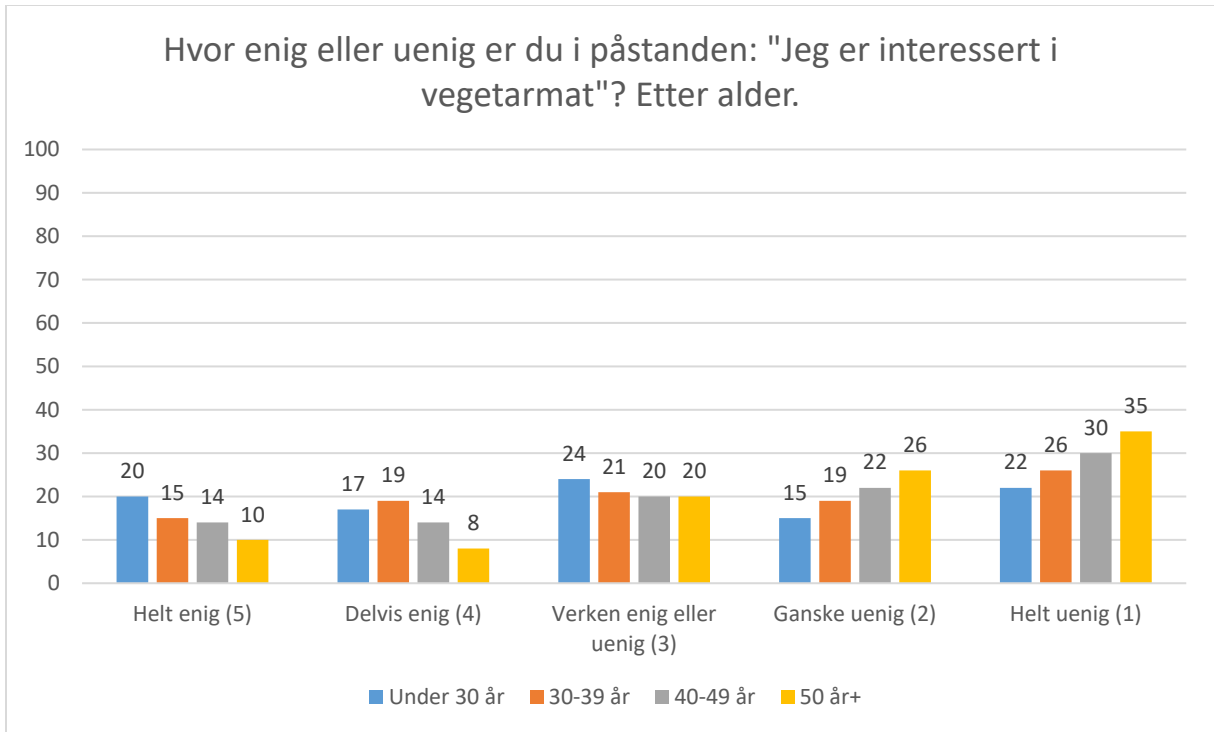
Det var langt flere menn (60 prosent) enn kvinner (40 prosent) som ga uttrykk for at de var svært eller ganske lite interessert i vegetarmat.

3.16.2 Alder



Figur 3-39 Andel som er helt eller delvis enig (4-5) i de nevnte påstandene. Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

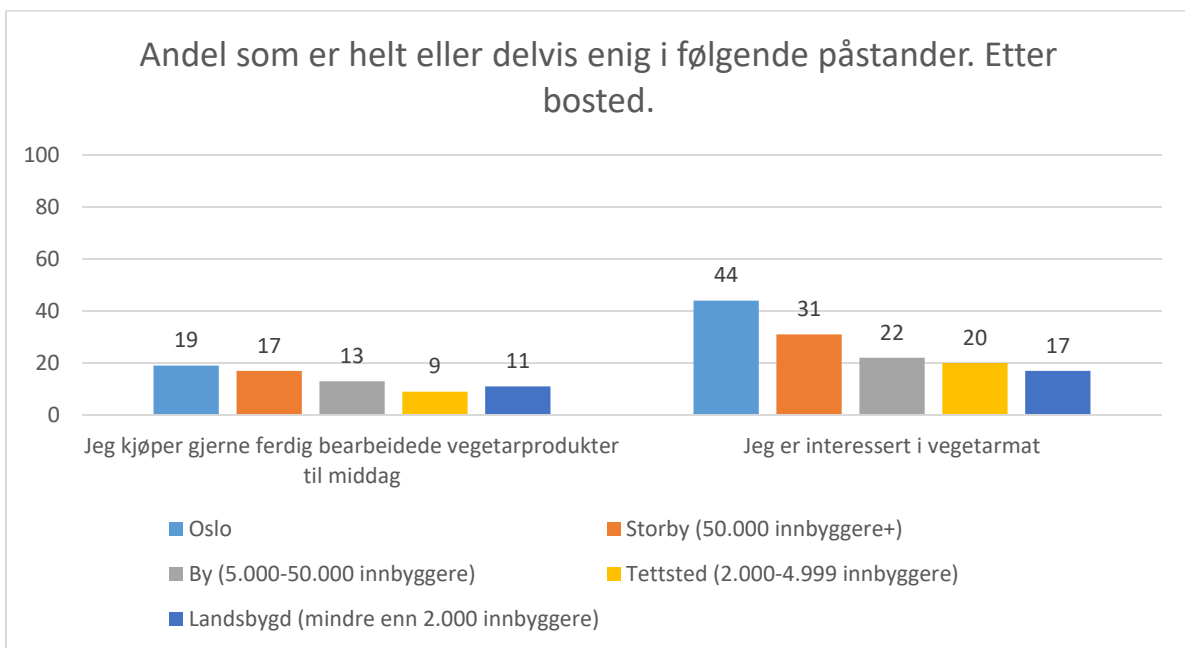
Interessen for vegetarmat falt med økende alder. Blant de yngre (under 40 år) var det 34-38 prosent som uttrykte interesse for denne type mat, mot 18 prosent av de eldste (50 år+). Generelt var de yngre mer åpne for å kjøpe ferdig bearbejdede matprodukter (halvfabrikater) og matretter (helfabrikater). Dette gjaldt også fra ferdig bearbejdede vegetarprodukter til middag. Blant de yngre (under 40 år) var det 19-23 prosent som var helt eller delvis enig i utsagnet: «Jeg kjøper gjerne bearbejdede vegetarprodukter til middag». Blant dem i alderen 40 år eller eldre var andelen 9-11 prosent. De eldste (50 år+) (65 prosent) uttrykte i større grad enn de andre aldersgruppene (51-53 prosent) at de laget middagsretter fra bunnen av.



Figur 3-40 Hvor enig eller uenig er du i påstanden: «Jeg er interessert i vegetarmat»? Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

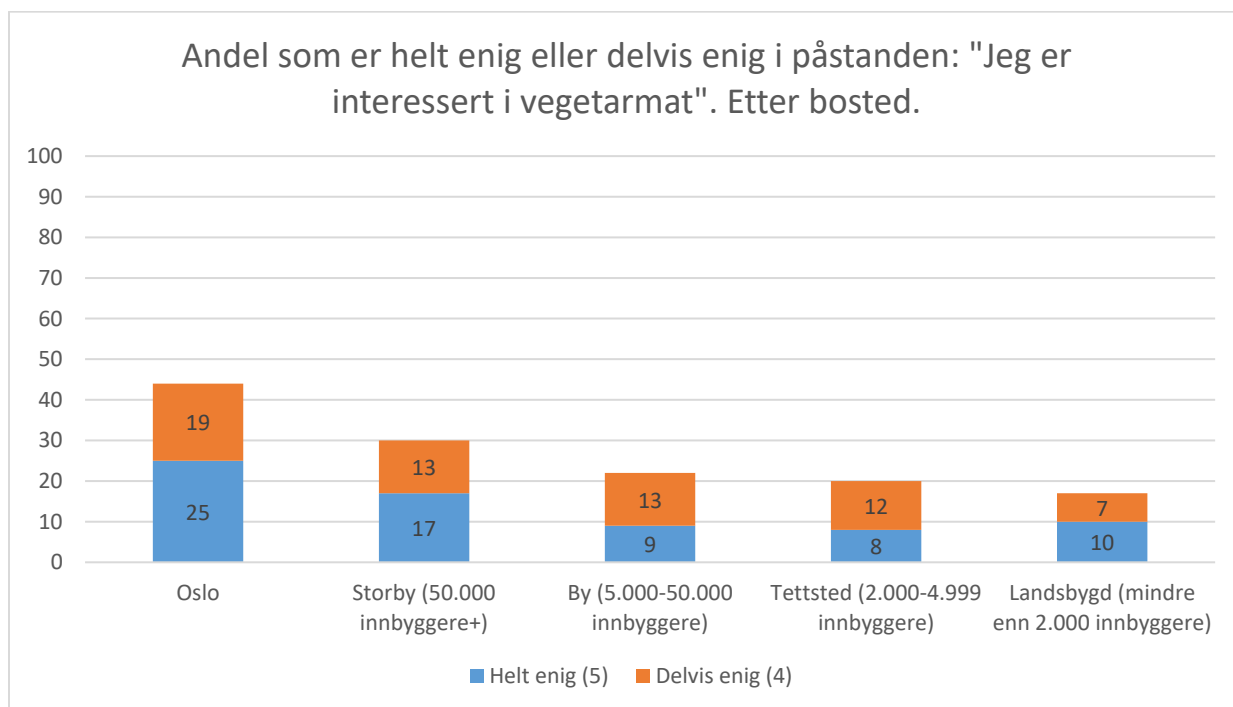
Vi ser at det er en gradvis redusert interesse for vegetarmat med økende alder.

3.16.3 Bosted



Figur 3-41 Andel som er helt eller delvis enig (4-5) i de nevnte påstandene. Etter bosted. Prosent. N=1785. Norstat 2018

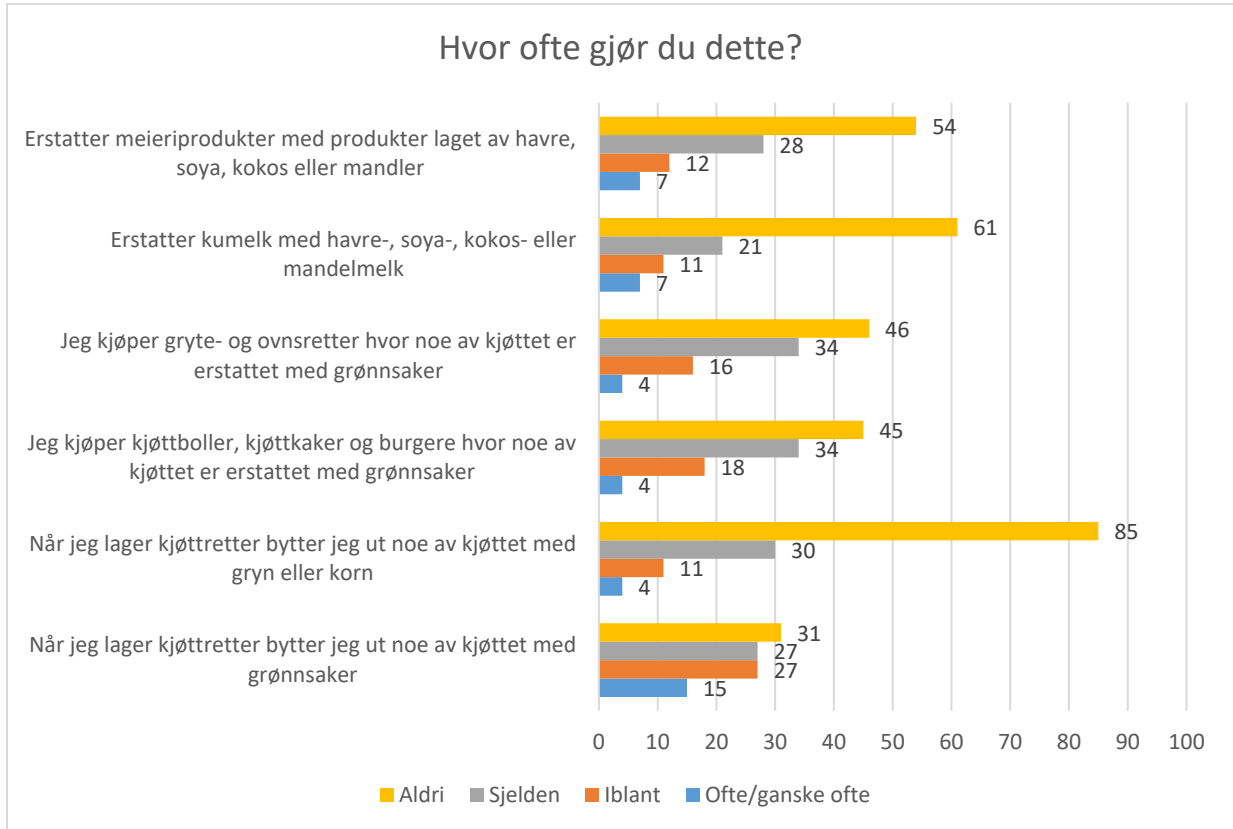
Folk bosatt i Oslo (44 prosent) og andre større byer (31 prosent) var mer interessert i vegetarmat enn folk bosatt i mindre byer og (tett-)steder (17-22 prosent). Det samme mønsteret kom frem av uttrykt interesse for å kjøpe bearbeidede vegetarprodukter, men forskjellene var mindre markante.



Figur 3-42 Andel som er helt eller delvis enig i påstanden: «Jeg er interessert i vegetarmat». Etter bosted. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Bolk bosatt i Oslo (44 prosent) var langt mer interessert i vegetarmat enn folk bosatt i de andre større norske byene (30 prosent) og mindre byer og steder (17-22 prosent).

3.17 Villighet til å bytte ut animalske produkter med plantebaserte



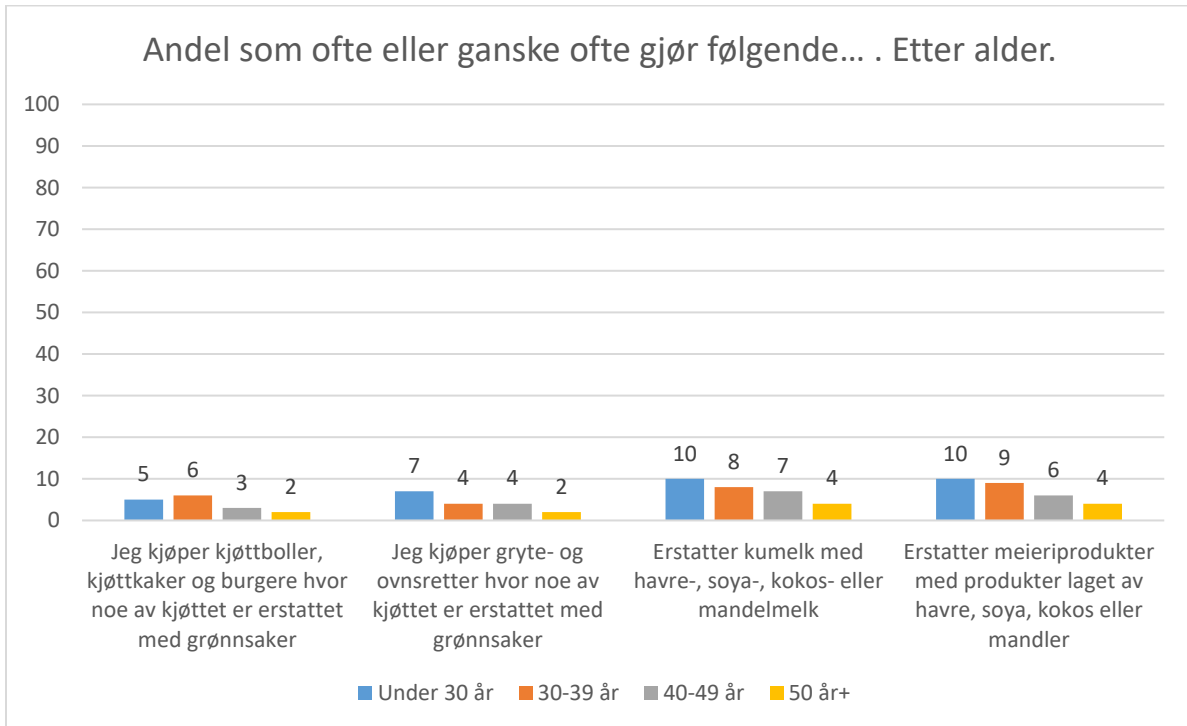
Figur 3-43 Hvor ofte gjør du dette? Prosent. N = 1785. Norstat 2018

Det var relativt få som ofte byttet ut animalske med plantebaserte produkter ofte eller ganske ofte. Vanligst var det å bytte ut noe av kjøttet med grønnsaker ved tilberedning av kjøttretter. Dette var noe 42 prosent gjorde iblant, ofte eller ganske ofte. 31 prosent svarte at det var noe de aldri gjorde. To av ti svarte at de kjøpte produkter (for eksempel kjøttboller eller gryteretter) der noe av kjøttet var byttet ut med grønnsaker. Like mange svarte at de byttet ut kumelk og andre meieriprodukter med produkter fremstilt av havre, soya, kokos eller mandler iblant, ganske ofte eller ofte.

3.17.1 Kjønn

Det var flere kvinner (44 prosent) enn menn (34 prosent) som regelmessig (iblant, ganske ofte eller ofte) byttet ut noe av kjøttet med grønnsaker når de laget kjøttretter. Videre var det 8-9 prosent av kvinnene, mot 5 prosent av mennene, som byttet ut kumelk og andre meieriprodukter med havre-, soya, kokos- og mandelmelk og lignende like ofte.

3.17.2 Alder



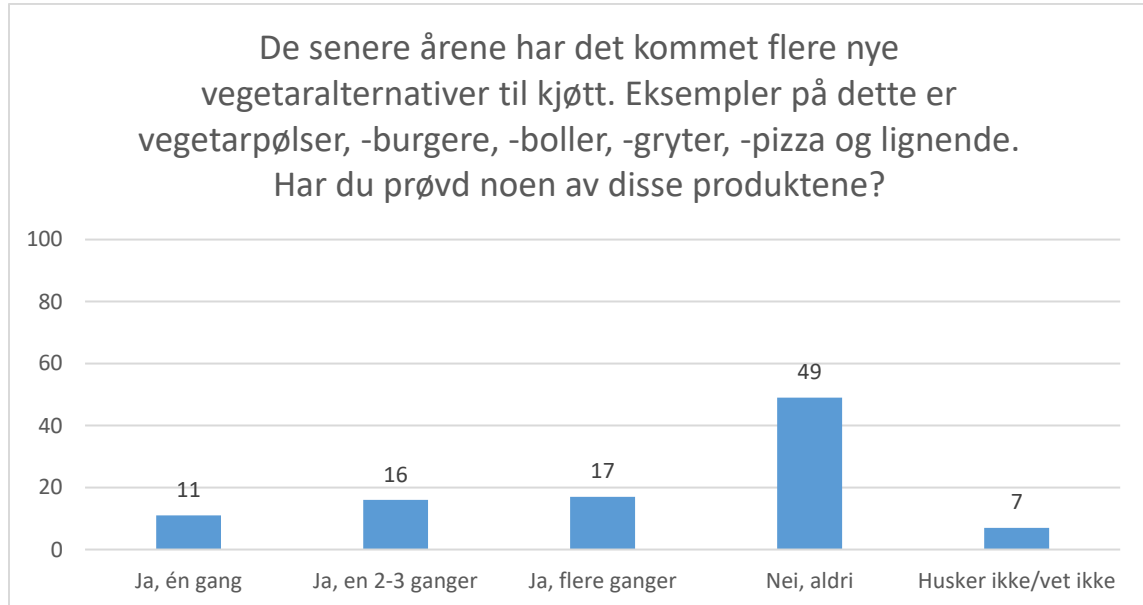
Figur 3-44 Andel som ofte eller ganske ofte gjør følgende... . Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Det var flere yngre (under 40 år) (5-7 prosent) enn eldre (40 år+) (2-4 prosent) som ofte eller ganske ofte kjøpte produkter der noe av kjøttet var erstattet med grønnsaker. Det samme mønsteret kom frem for melk og meieriprodukter. Det var 8-10 prosent av de yngre (under 40 år), mot 4 prosent av de eldste (50 år+), som ofte eller ganske ofte byttet ut kumelk og meieriprodukter med melk og produkter laget av havre, soya, kokos eller mandler.

3.17.3 Bosted

Hvorvidt man bodde i storby, by, tettsted eller landsbygd hadde ubetydelig effekt på disse praksisene.

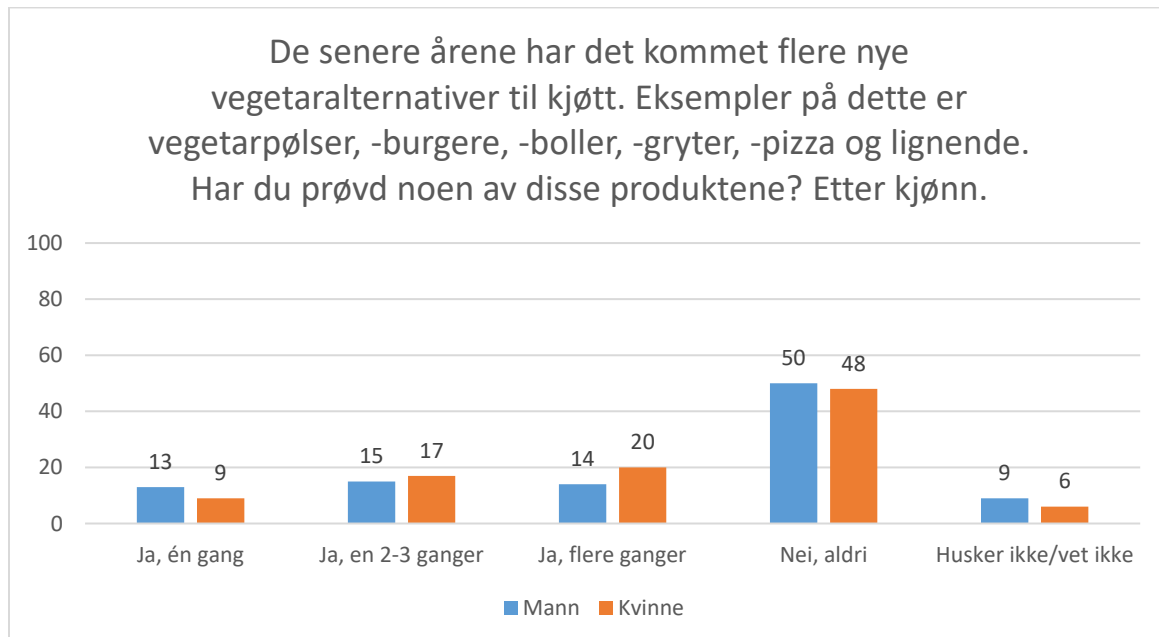
3.18 Hvor mange har prøvd vegetarprodukter



Figur 3-45 De senere årene har det kommet flere nye vegetaralternativer til kjøtt. Eksempler på dette er vegetarpølse, -burgere, -boller, gryter, -pizza og lignende. Har du prøvd noen av disse produktene? Prosent. N=1785. Norstat 2018

Totalt var det 44 prosent som hadde spist vegetarpølse, -burger, -boller, -gryter, -pizza og lignende. Andelen som ikke hadde prøvd noen slike produkter var 49 prosent.

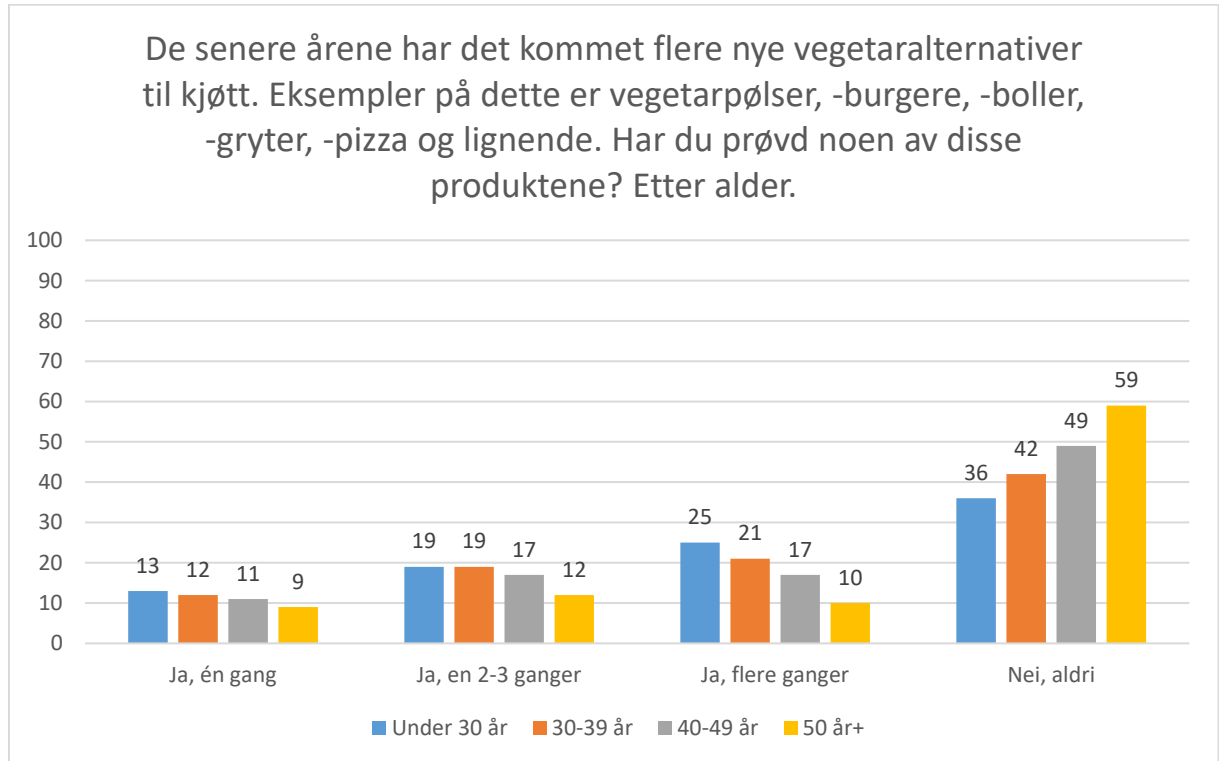
3.18.1 Kjønn



Figur 3-46 De senere årene har det kommet flere nye vegetaralternativer til kjøtt. Eksempler på dette er vegetarpølse, -burgere, -boller, gryter, -pizza og lignende. Har du prøvd noen av disse produktene? Etter kjønn. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Det var noen flere kvinner (46 prosent) enn menn (42 prosent) som hadde spist vegetarpølse, -burger og lignende.

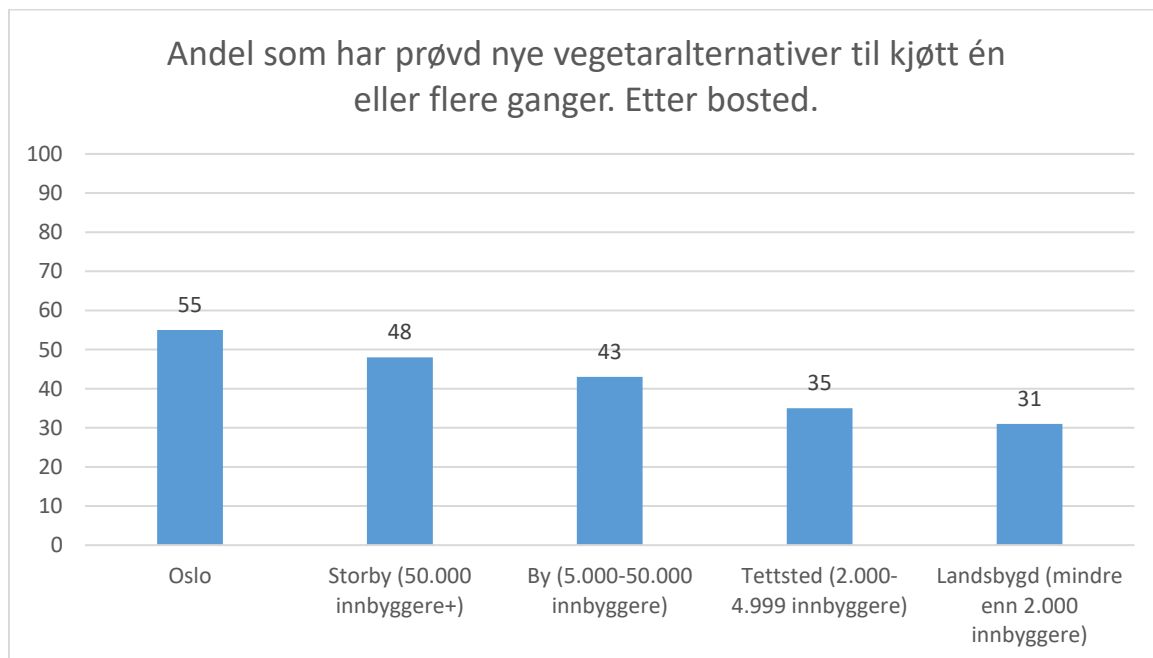
3.18.2 Alder



Figur 3-47 De senere årene har det kommet flere nye vegetaralternativer til kjøtt. Eksempler på dette er vegetarpølse, -burgere, -boller, gryter, -pizza og lignende. Har du prøvd noen av disse produktene? Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Det var 57 prosent av de yngste (under 30 år) som hadde prøvd nye vegetarprodukter én eller flere ganger. I den eldste aldersgruppen (50 år+) var det 31 prosent som sa det samme. I det hele tatt var de yngre aldersgruppene langt mer åpne for å prøve slike produkter enn de eldre. Blant de yngre (under 40 år) var det 21-25 prosent som hadde prøvd nye vegetarprodukter flere ganger, mot 10 prosent av de eldste (50 år+). 59 prosent av de eldste hadde aldri prøvd disse produktene.

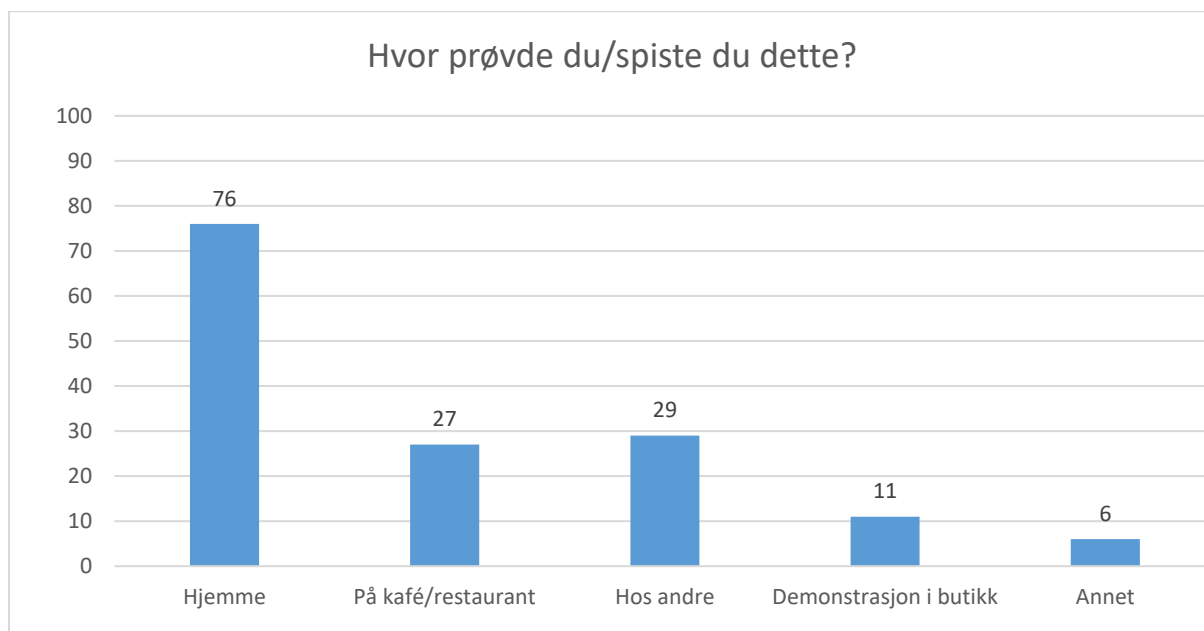
3.18.3 Bosted



Figur 3-48 Andel som har prøvd nye vegetaralternativer til kjøtt én eller flere ganger. Etter bosted. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Det var langt flere av dem som bodde i Oslo (55 prosent) og andre større byer (48 prosent) enn folk som var bosatt på mindre steder (31-35 prosent) som hadde prøvd de nye vegetaralternativene til kjøtt én eller flere ganger.

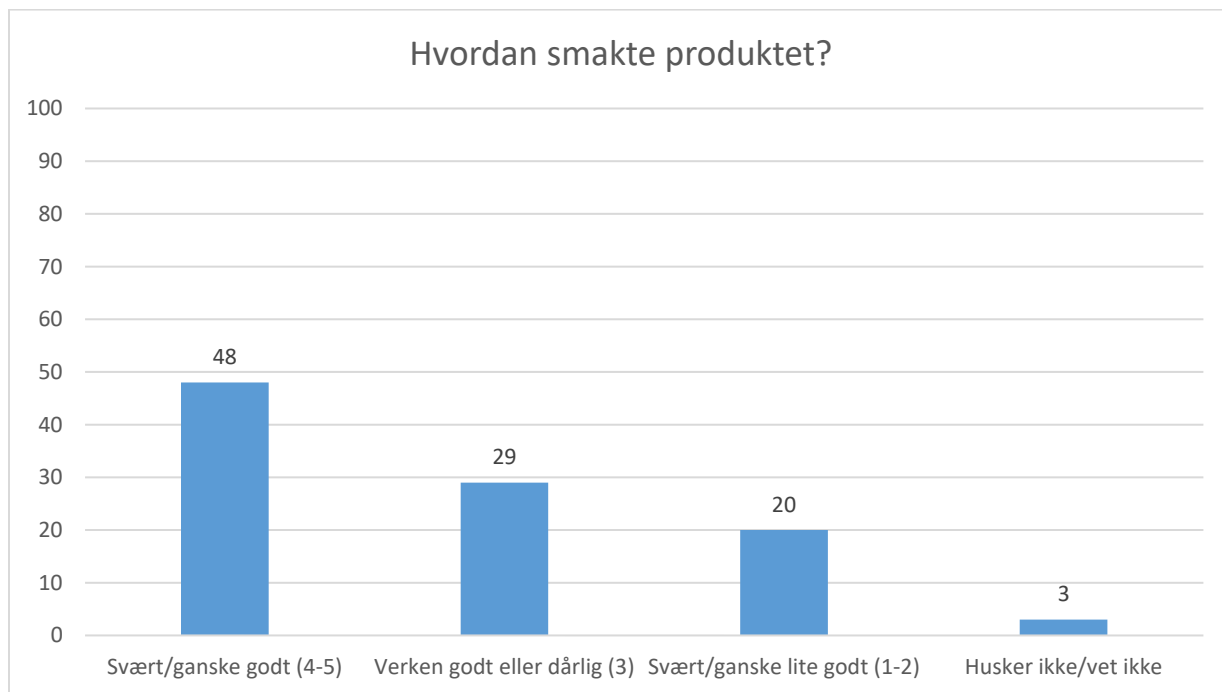
3.19 Hvor ble nye vegetaralternativer prøvd/spist – hjemme eller ute?



Figur 3-49 Hvor prøvde/spiste du dette? Prosent. N=780. Norstat 2018

Av de som hadde prøvd disse produktene, var det tre av ti som hadde prøvd eller spist vegetarprodukter eller -retter på kafé eller restaurant. Like mange hadde spist slike produkter eller retter på besøk hos andre. Åtte av ti hadde prøvd eller spist vegetarprodukter hjemme.

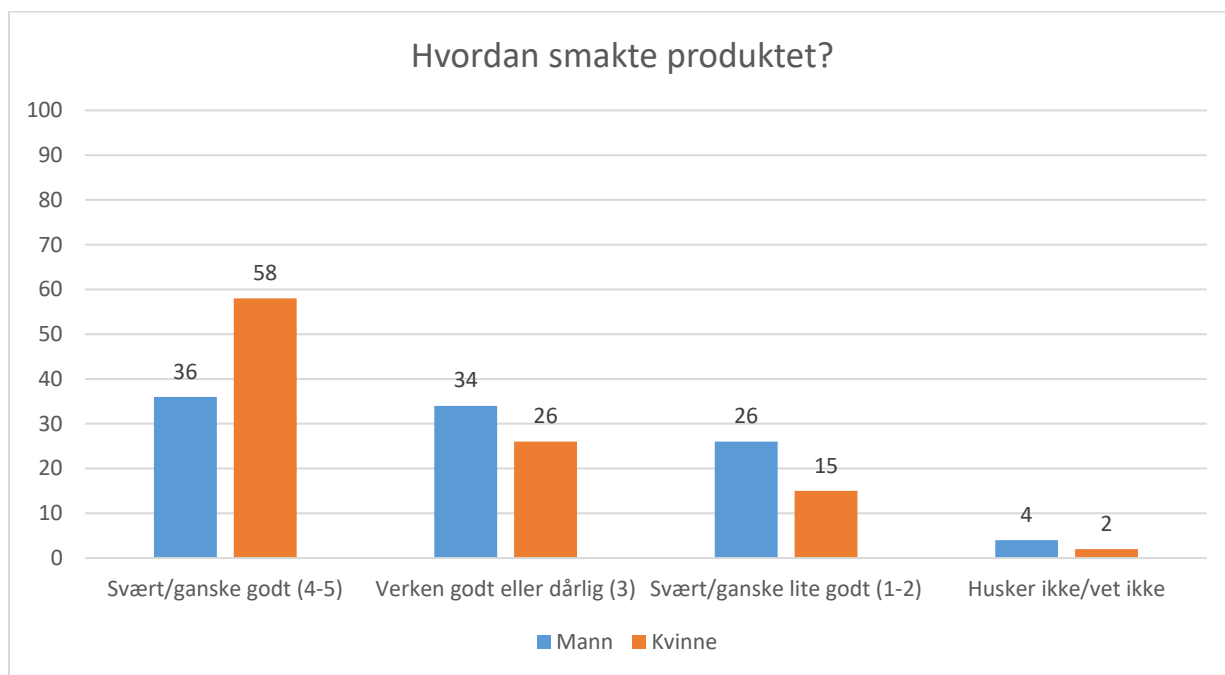
3.20 Vurdering av sensorisk kvalitet



Figur 3-50 Hvordan smakte produktet? Prosent. N=780. Norstat 2018

Omlag halvparten (49 prosent) av dem som hadde smakt denne typen produkter mente produktene hadde vært relativt lite smakfulle (dvs. smakte «svært eller ganske lite godt» eller «verken godt eller dårlig»). Like mange mente produktene hadde smakt svært eller ganske godt.

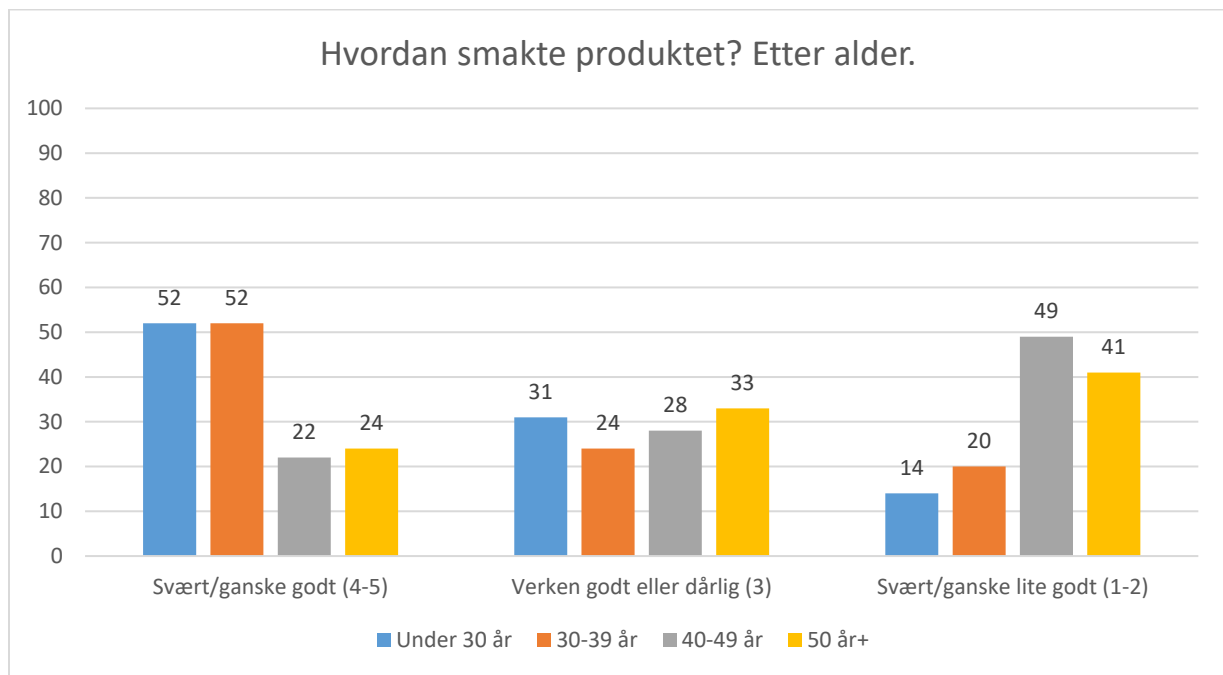
3.20.1 Kjønn



Figur 3-51 Hvordan smakte produktet? Etter kjønn. Prosent. N=780. Norstat 2018

Kvinner (58 prosent) mente i større grad enn menn (36 prosent) at vegetarproduktene hadde smakt svært eller ganske godt. Av mennene var det 60 prosent som mente produktene var lite smakfulle (smakte «svært eller ganske lite godt» eller «verken godt eller dårlig»), mot 41 prosent av kvinnene.

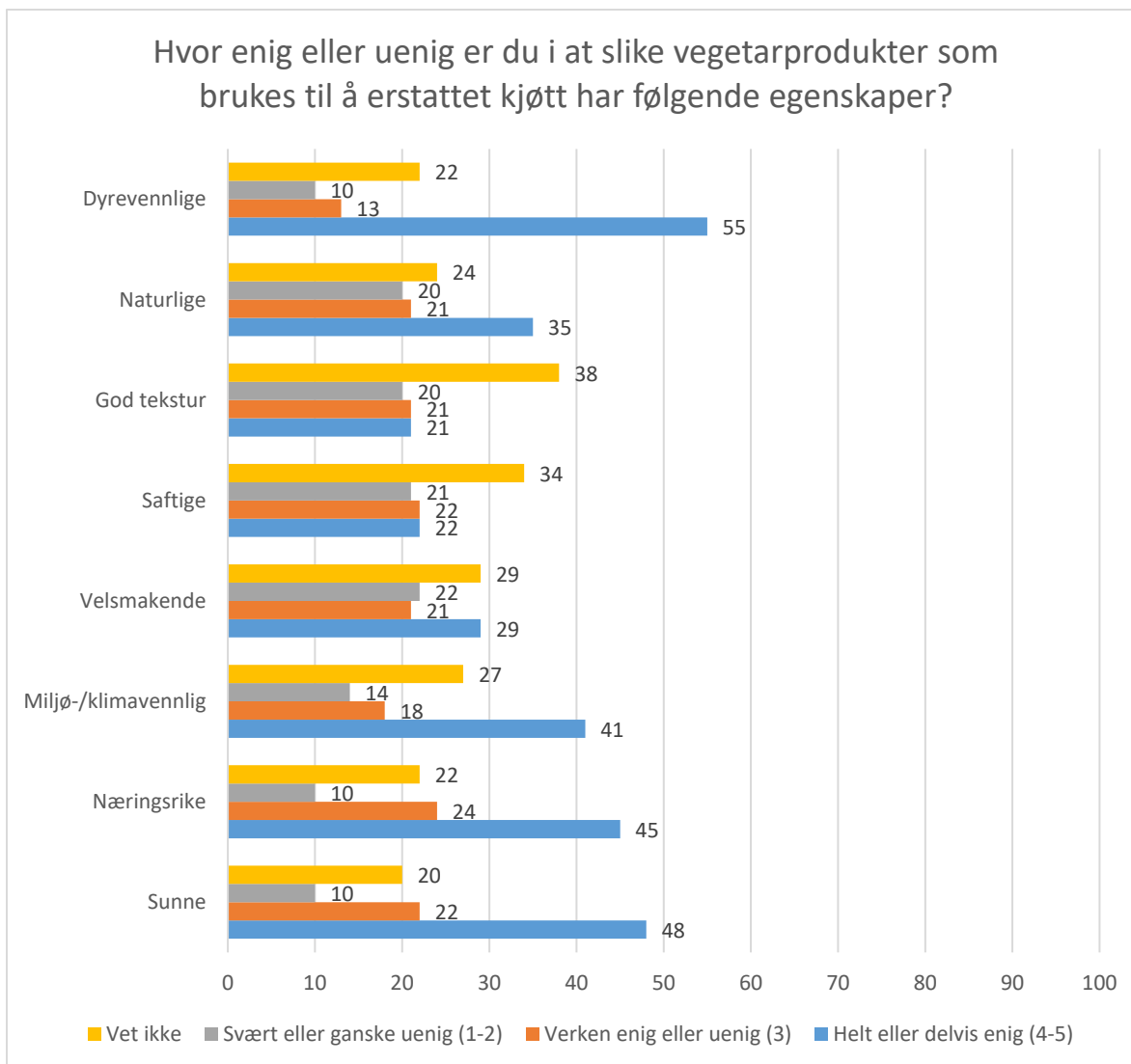
3.20.2 Etter alder



Figur 3-52 Hvordan smakte produktet? Etter alder. Prosent. N=780. Norstat 2018

De yngre (under 40 år) (52 prosent) som hadde smakt disse produktene mente i langt større grad enn de eldre (22-24 prosent) at vegetarproduktet hadde smakt svært eller ganske godt. Og omvendt var det flere eldre (41-49 prosent) enn yngre (14-20 prosent) som mente produktet hadde vært svært lite smakfullt.

3.21 Vurdering av vegetarprodukters egenskaper

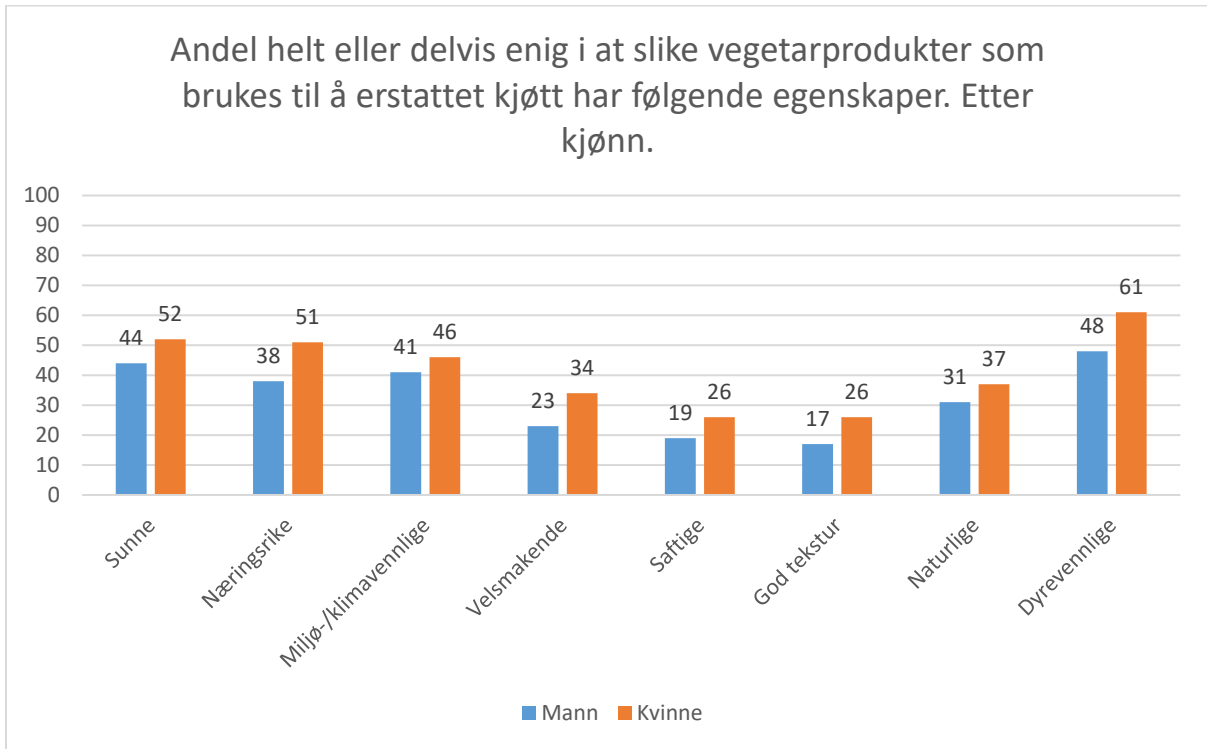


Figur 3-53 Hvor enig eller uenig er du i at slike vegetarprodukter som brukes til å erstatte kjøtt har følgende egenskaper? Prosent. N=1785. Norstat 2018

På spørsmål om å vurdere en del egenskaper ved vegetarprodukter, var det relativt mange som svarte vet ikke (20-38 prosent). Det var for eksempel 27 prosent som mente det var vanskelig å vurdere hvorvidt slike produkter var miljø- og klimavennlig. Nesten like mange mente det var vanskelig å vurdere hvorvidt slike produkter var naturlige og dyrevennlige. Det samme gjaldt for egenskaper som næringsrikt og sunt. Så mange som 34-38 prosent mente de ikke kunne vurdere hvorvidt slike produkter var saftige eller hadde god tekstur.

Over halvparten (55 prosent) vurderte imidlertid vegetarprodukter som et dyrevennlig alternativ. Nesten like mange vurderte slike produkter som sunne (48 prosent) og næringsrike (45 prosent). Videre var det 41 prosent som oppfattet vegetarprodukter som miljø og klimavennlig. 35 prosent mente slike produkter var naturlige. Færre mente vegetarprodukter var velsmakende (29 prosent), saftige (22 prosent) eller hadde en god tekstur (21 prosent).

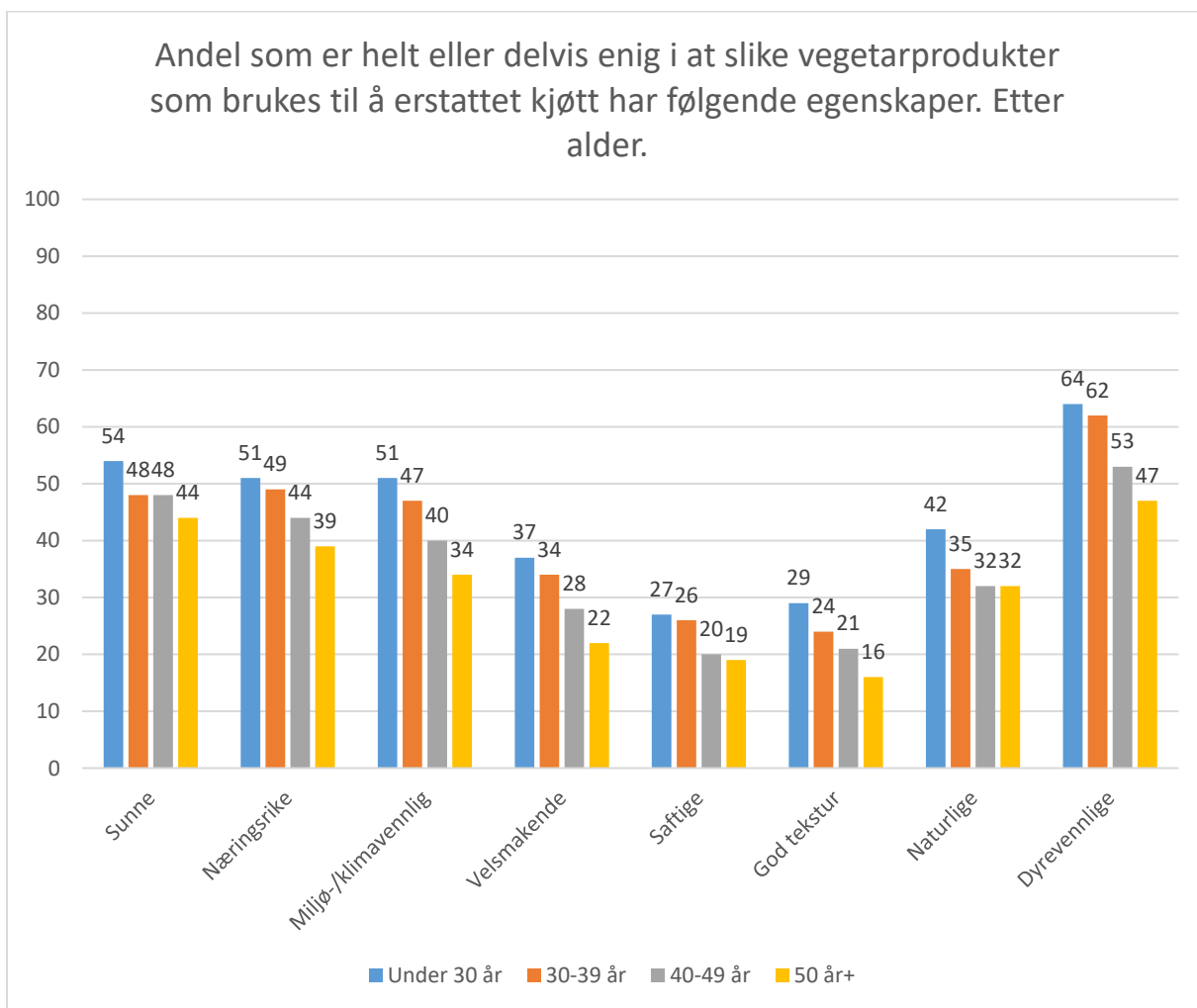
3.21.1 Kjønn



Figur 3-54 Andel som er helt eller delvis enig (4-5) i at slike vegetarprodukter som brukes til å erstatte kjøtt har følgende egenskaper. Etter kjønn. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Kvinner mente i større grad enn menn at vegetarprodukter hadde gode sensoriske egenskaper. Det var 34 prosent av kvinnene, mot 23 prosent av mennene, som mente vegetarprodukter hadde egenskapen velsmakende. 26 prosent av kvinnene, mot 17-19 prosent av mennene, mente slike produkter var saftige og hadde god tekstur. Det var også flere kvinner (51-52 prosent) enn menn (38-44 prosent) som mente slike produkter var sunne og næringsrike. 61 prosent av kvinnene mente vegetarprodukter var dyrevennlige, mot 48 prosent av mennene. Flere kvinner (46 prosent) enn menn (41 prosent) mente de var miljø- og klimavennlig. Det samme gjaldt for egenskapen naturlig.

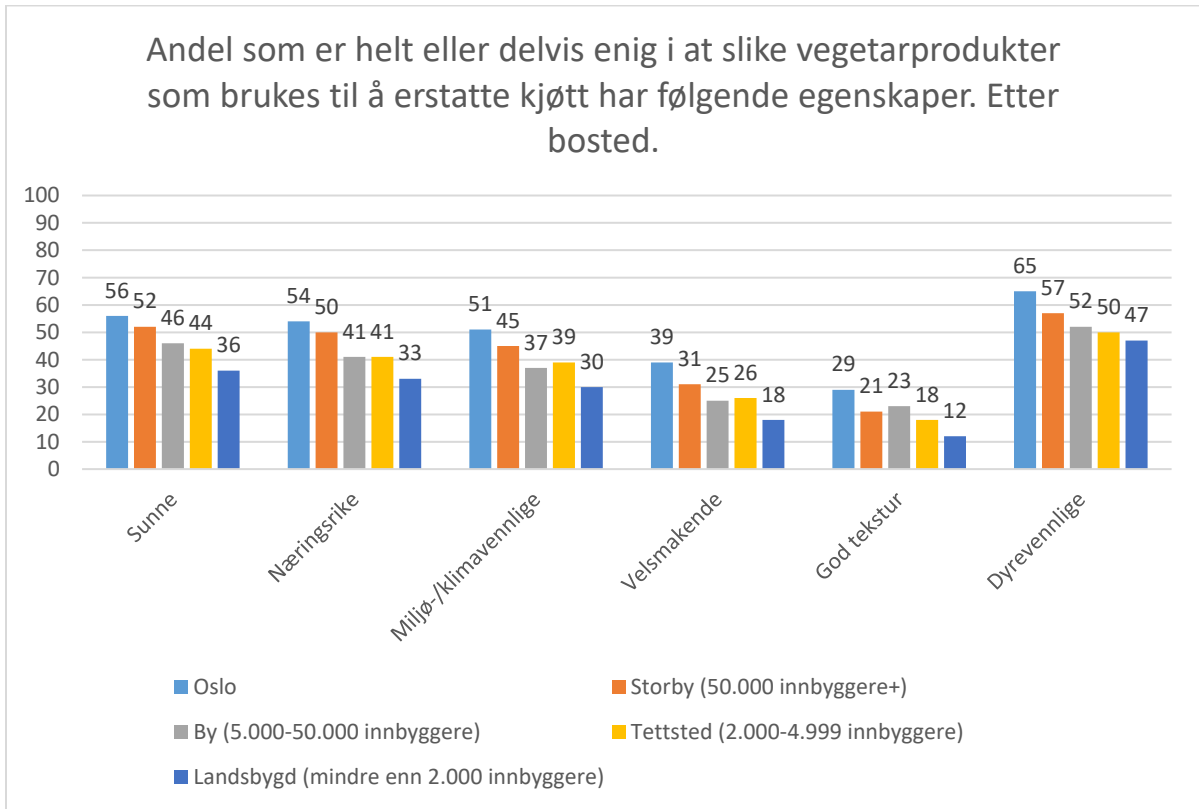
3.21.2 Alder



Figur 3-55 Andel som er helt eller delvis enig (4-5) i at slike vegetarprodukter som brukes til å erstatte kjøtt har følgende egenskaper. Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

De nye vegetarproduktene appellerte i langt større grad til de yngre enn de eldre. Blant de yngre (under 40 år) var det 62-64 prosent som mente slike produkter var dyrevennlig, mot 47 prosent av de eldste (50 år+). Andelen yngre som mente vegetarprodukter var miljø- og klimavennlig var 49-51 prosent, mot 34 prosent av de eldste. Og særlig var det de yngste (under 30 år) (54 prosent) som mente slike produkter var sunne. Den sensoriske kvaliteten ble vurdert langt lavere av de eldre enn de yngre. Blant de eldste (50 år+) var det 16-22 prosent som mente vegetarprodukter var velsmakende, saftige og hadde god tekstur, mot (27-39 prosent) av de yngste (under 30 år).

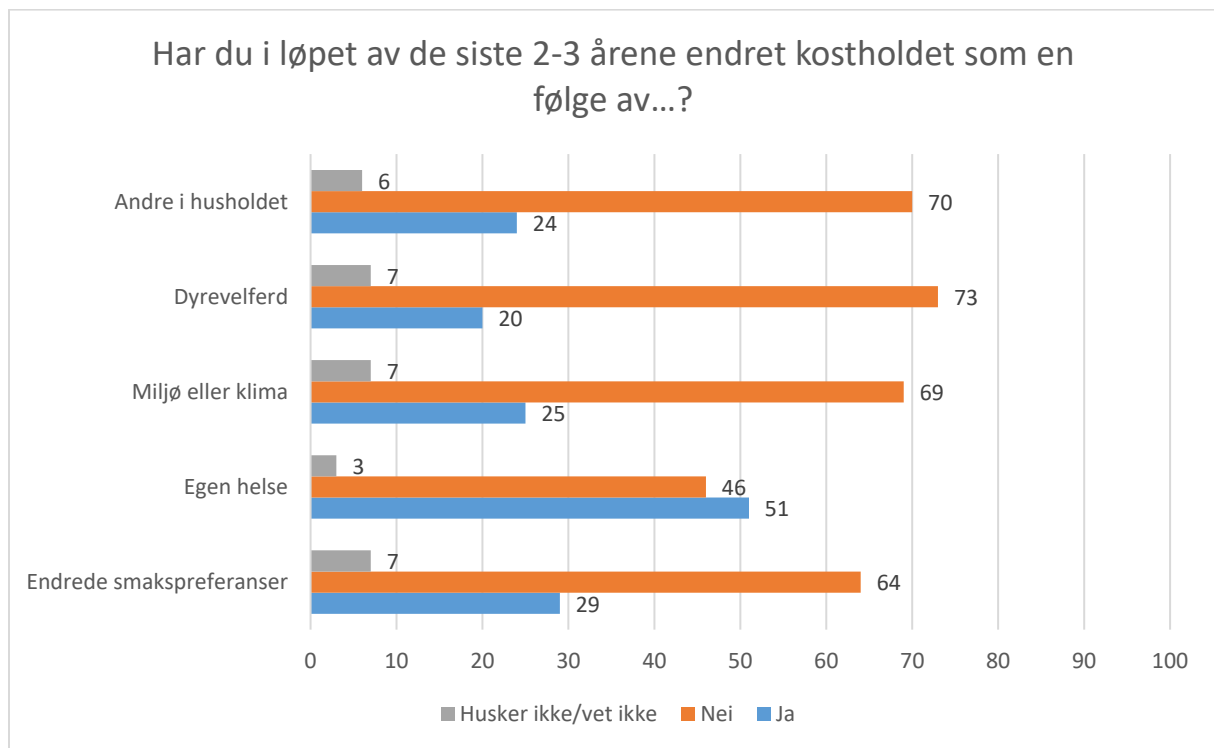
3.21.3 Bosted



Figur 3-56 Andel som er helt eller delvis enig i at slike vegetarprodukter som brukes til å erstatte kjøtt har de nevnte egenskapene. Etter bosted. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Folk bosatt i Oslo og større byer mente i større grad enn folk bosatt i mer griskrendte strøk at vegetarprodukter var sunne, næringsrike, miljø-/klimavennlige, dyrevennlige, velsmakende og hadde en god tekstur.

3.22 Endringer og stabilitet i spisemønster som en følge av endringer smakspreferanser eller holdninger



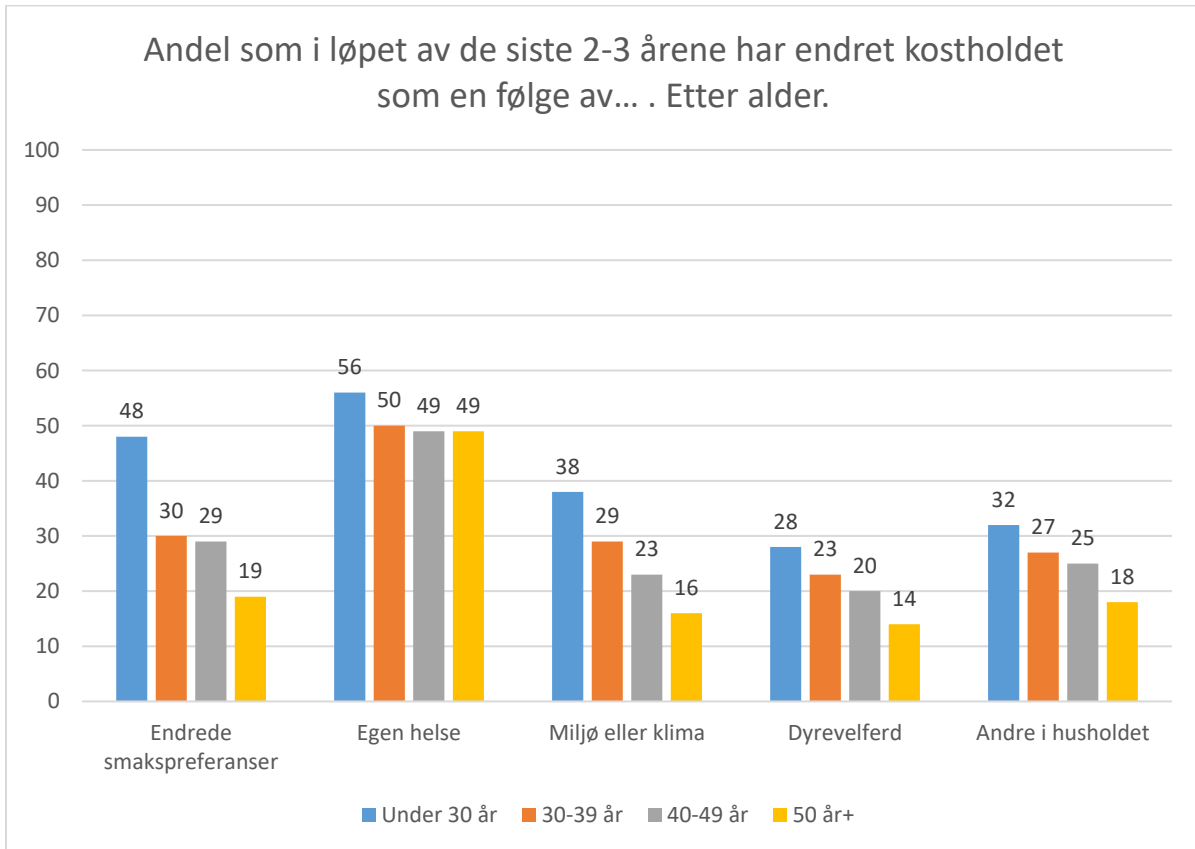
Figur 3-57 Har du i løpet av de siste 2-3 årene endret kostholdet som en følge av ...? Prosent. N=1785. Norstat 2018

et var 51 prosent som hadde endret kostholdet sitt i løpet av de siste 2-3 årene som en følge av egen helse. Videre var det 29 prosent som hadde endret kostholdet på grunn av endrede smakspreferanser. Det var henholdsvis 25 prosent og 20 prosent som hadde endret det som en følge av miljø/klima og dyrevelferd. 24 prosent hadde endret kostholdet som en følge av andre i husholdet.

3.22.1 Kjønn

Langt flere kvinner (25 prosent) enn menn (14 prosent) hadde endret kostholdet som en følge av dyrevelferd. 29 prosent av kvinnene, mot 20 prosent av mennene sa det samme om miljø eller klima.

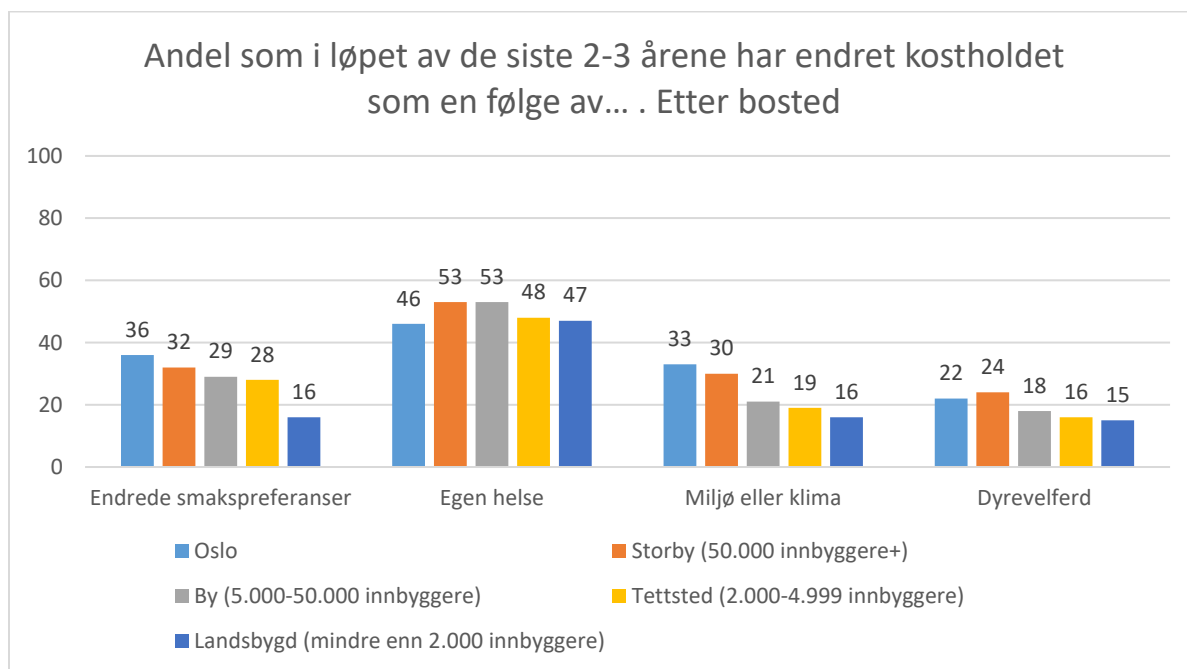
3.22.2 Alder



Figur 3-58 Andel som i løpet av de siste 2-3 årene har endret kostholdet som en følge av... . Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

De unge (under 30 år) hadde i større grad enn de andre aldersgruppene endret kostholdet som en følge av endrede oppfatninger. Det var 38 prosent av de yngste (under 30 år) som hadde endret kostholdet av hensyn til miljø eller klima, mot 16 prosent av de eldste (50 år+). Videre var det 28 prosent av de yngste, mot 14 prosent av de eldste som hadde endret kostholdet som en følge av endret syn på dyrevelferd. De yngste (56 prosent) enn de andre aldersgruppene (49-50 prosent) var også noe mer tilbøyelige til å mene det samme om egen helse. 48 prosent av de yngste hadde endret kostholdet som en følge av endrede smakspreferanser mot 19 prosent av de eldste.

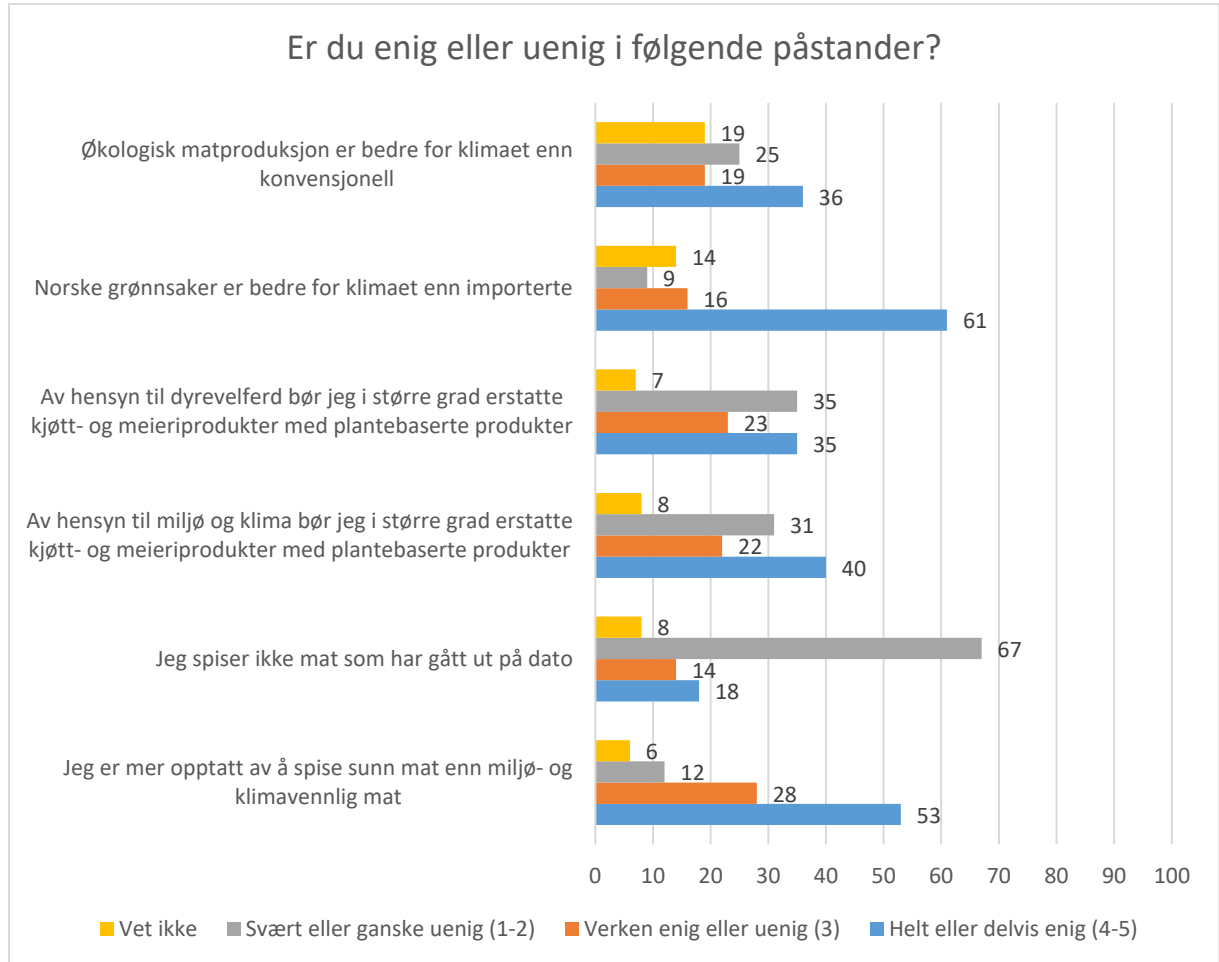
3.22.3 Bosted



Figur 3-59 Andel som i løpet av de siste 2-3 årene har endret kostholdet som en følge av Etter bosted. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Folk bosatt i Oslo (36 prosent) og større byer (32 prosent) hadde i større grad enn folk bosatt på landsbygda (16 prosent) endret kostholdet som en følge av endrede smakspreferanser. Det samme var tilfellet hva angikk hensyn til miljø og klima. Det var 30-33 prosent av folk bosatt i Oslo og større byer, mot 16-19 prosent av folk på mindre steder og landsbygda, som svarte at dette hadde bidratt til endringer i kostholdet. Videre var det 22-24 prosent av folk bosatt i Oslo og større byer, mot 15-16 prosent av folk bosatt på mindre steder, som hadde endret kostholdet som en følge av hensyn til dyrevelferd.

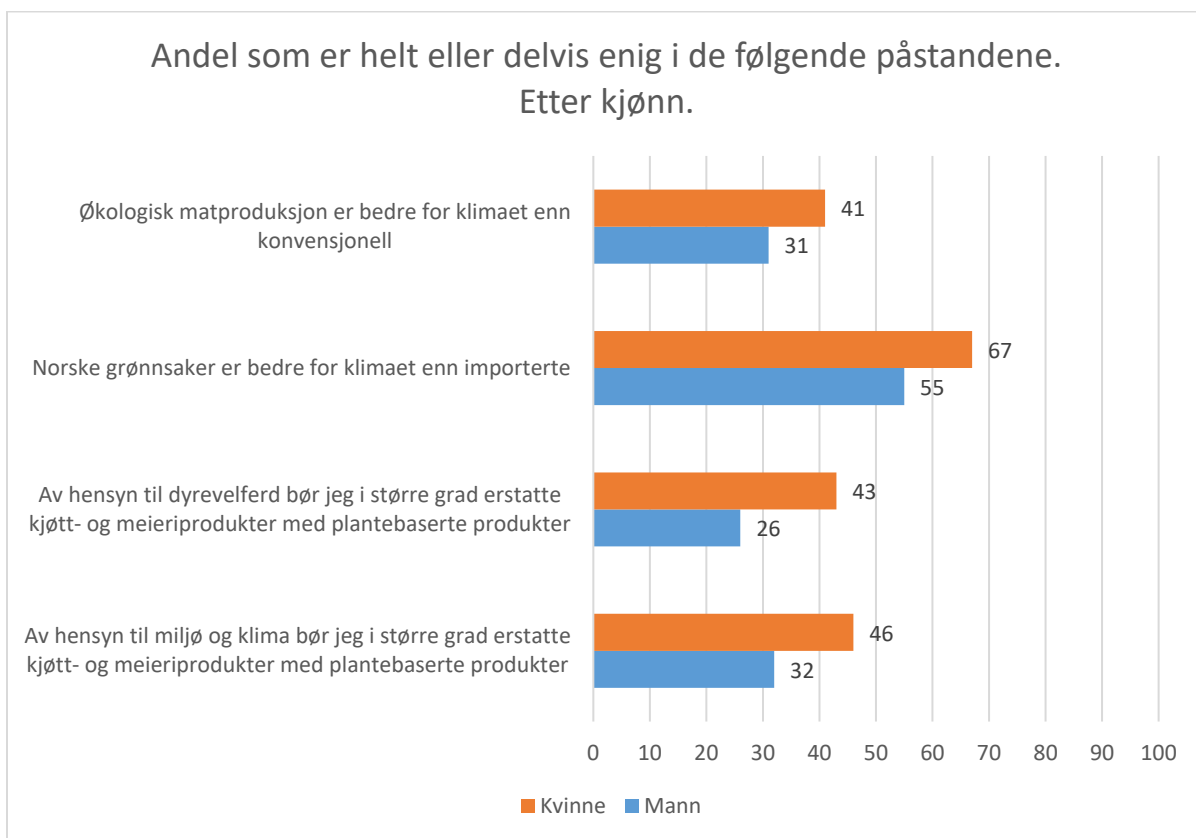
3.23 Generelle holdninger til temaet mat og bærekraft



Figur 3-60 Er du enig eller uenig i følgende påstander? Prosent. N=1785. Norstat 2018

Det var 53 prosent som var helt eller delvis enig i utsagnet: «Jeg er mer opptatt av å spise sunn mat enn miljø- og klimavennlig mat». Det var imidlertid nokså mange (40 prosent) som mente de av hensyn til miljø og klima i større grad burde erstatte kjøtt- og meieriprodukter med plantebaserte produkter. Nesten like mange (35 prosent) mente de også burde gjøre dette av hensyn til dyrevelferd. Så mange som 61 prosent mente norske grønnsaker var bedre for klimaet enn importerte. Langt færre (36 prosent) mente økologisk matproduksjon var bedre for klimaet enn konvensjonell. Matsvinn er et tema som ofte bringes inn i debatten om miljøvennlige spisevaner. Syv av ti respondenter var helt eller delvis uenig i utsagnet: «Jeg spiser ikke mat som har gått ut på dato».

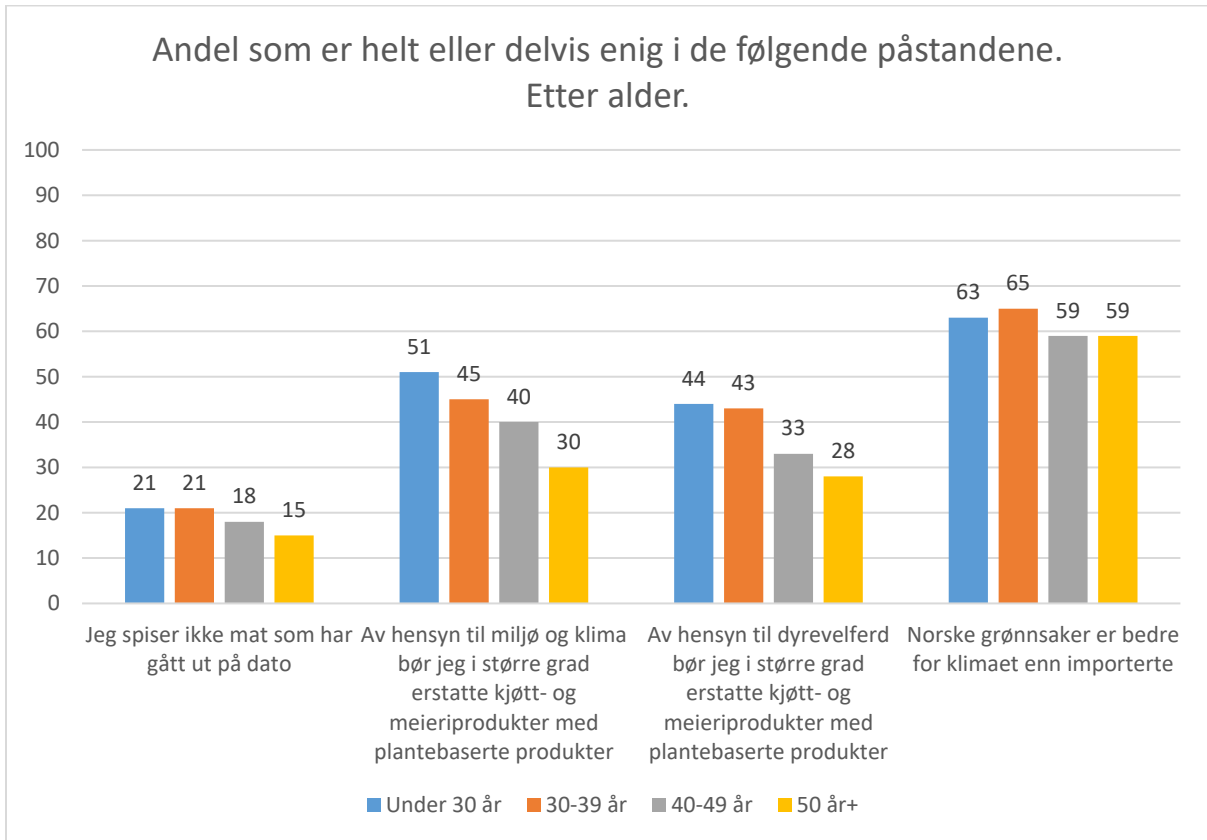
3.23.1 Kjønn



Figur 3-61 Andel som er helt enig eller uenig (4-5) i følgende påstander. Etter kjønn. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Kvinner (43-46 prosent) mente i langt større grad enn menn (25-32 prosent) at de burde erstatte kjøtt- og meieriprodukter med plantebaserte produkter av hensyn til miljø/klima og dyrevelferd. Det var 67 prosent av kvinnene, mot 55 prosent av mennene, som mente norske grønnsaker var bedre for klimaet enn importerte. 41 prosent av kvinnene, mot 31 prosent av mennene, sa det samme om økologisk matproduksjon sammenlignet med konvensjonell.

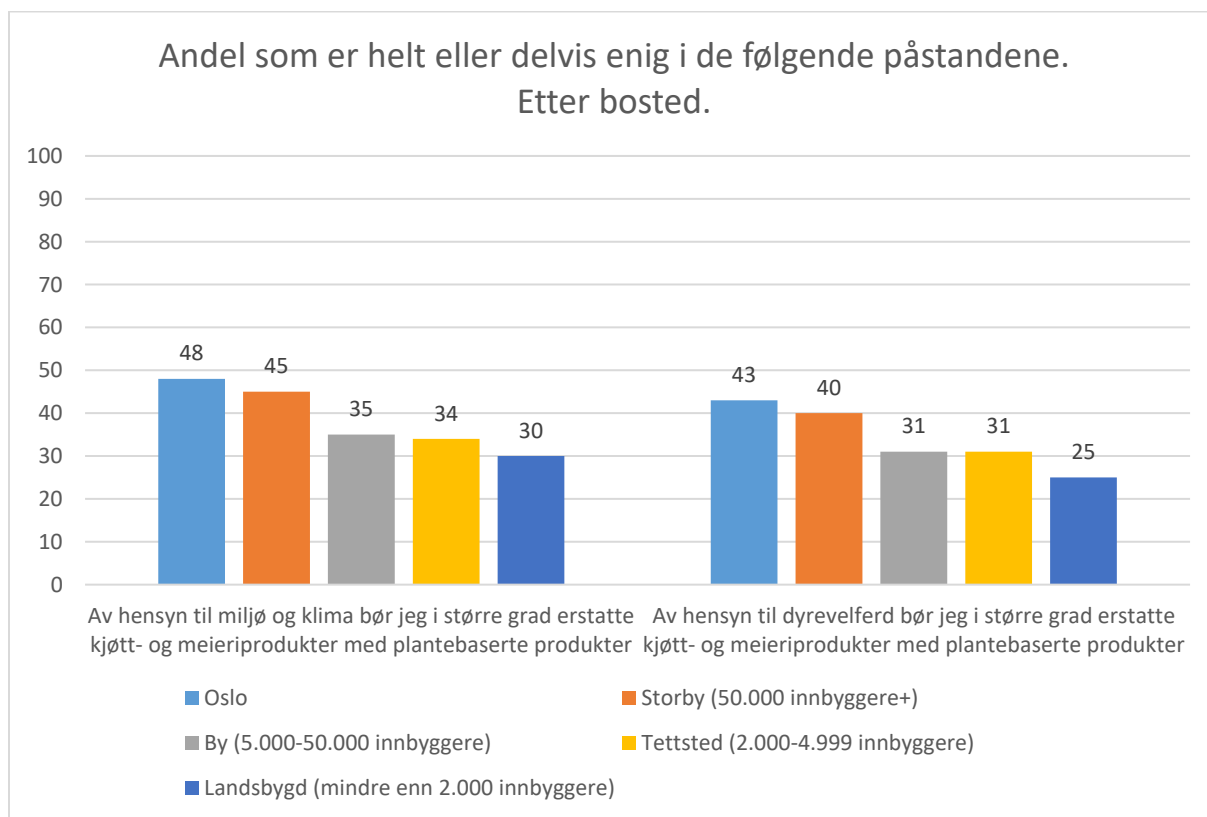
3.23.2 Alder



Figur 3-62 Andel som er helt eller delvis enig i de følgende påstandene. Etter alder. Prosent. N=1785. Norstat 2018

Det var langt flere av de yngre (under 40 år) (45-51 prosent) enn de eldste (50 år+) (30 prosent) som var helt eller delvis enig i påstanden: «Av hensyn til miljø og klima bør jeg i større grad erstatte kjøtt- og meieriprodukter med plantebaserte produkter». 43-44 prosent av de yngre, mot 28 prosent av de eldste mente de burde erstatte kjøtt- og meieriprodukter med platebaserte produkter av hensyn til dyrevelferd. De eldste mente i noe mindre grad enn de yngre at norske grønnsaker var bedre for klimaet enn importerte. De var også noe mindre tilbøyelige (15 prosent) enn de yngre (21 prosent) til å være helt eller delvis enig i påstanden: «Jeg spiser ikke mat som har gått ut på dato» (ikke vist i tabellen).

3.23.3 Bosted



Figur 3-63 Andel som er helt eller delvis enig i de nevnte påstandene. Etter bosted. Prosent. N=1785. Norstat 2018

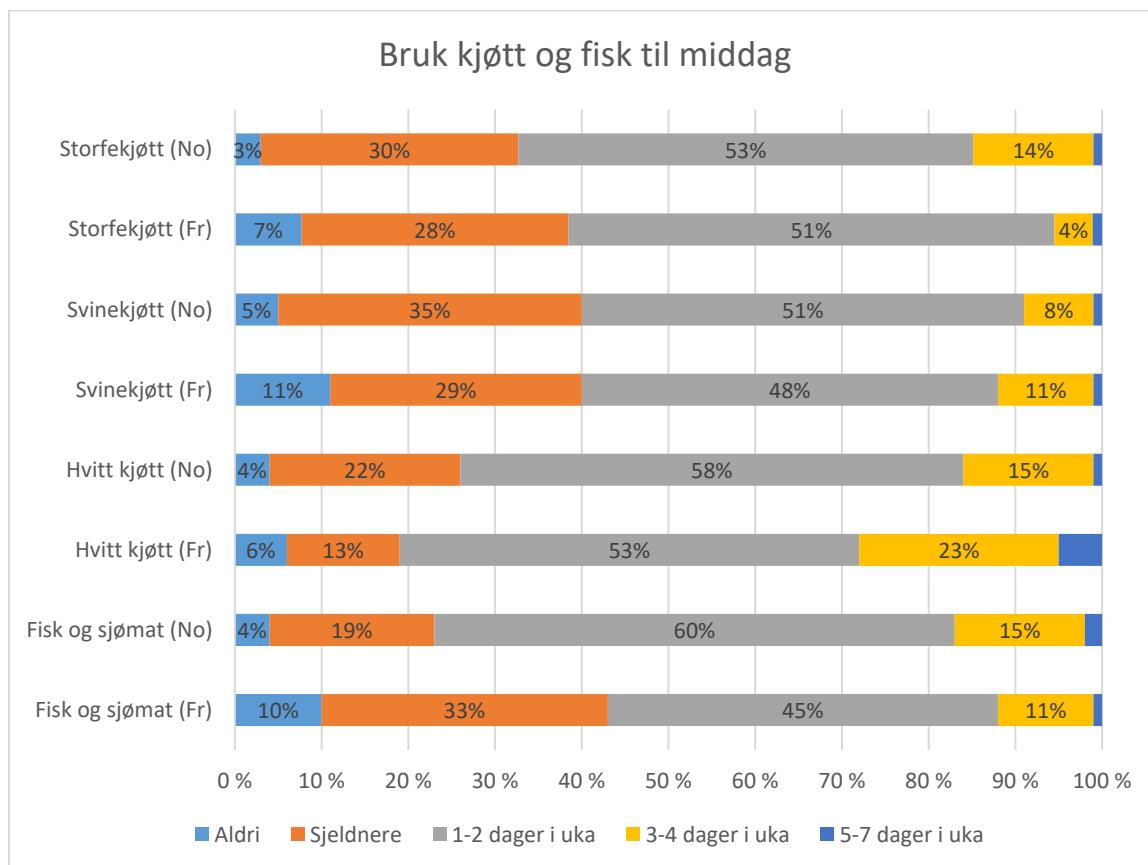
Folk bosatt i Oslo eller større byer (45-48 prosent) mente i større grad enn folk bosatt på mindre steder og landsbygda (30-34 prosent) at de burde erstatte kjøtt- og meieriprodukter med plantebaserte produkter. Videre var det 40-43 prosent av folk bosatt i Oslo og større byer, mot 25 prosent av folk bosatt på landsbygda, som mente de burde bytte ut kjøtt- og meieriprodukter av hensyn til dyrevelferd.

4 Sammenligning mellom Norge og Frankrike

Vi vil her sammenligne de norske resultatene med resultatene fra Frankrike. Vi vil se på et utvalg av spørsmålene som viser likheter og forskjeller når det gjelder bruk av kjøtt og vegetarmat i de to landene.

Hovedfunnene er at det ikke er så store forskjeller. I begge landene spiser de fleste middager med kjøtt mange dager i uka og er ikke spesielt interessert i vegetarmat. Men, det er noen mindre forskjeller som de fleste peker i retning av at franskmenn spiser mer bærekraftig enn nordmenn. Flere nordmenn spiser ofte storfekjøtt og vi er mindre positive til de fleste aspekter ved vegetarmat. Når vi ser framover, sier flere nordmenn enn franskmenn at de ønsker å gjøre forandringer i sitt proteininntak, og forandringene går i miljøvennlig retning.

4.1 Bruk kjøtt og fisk til middag

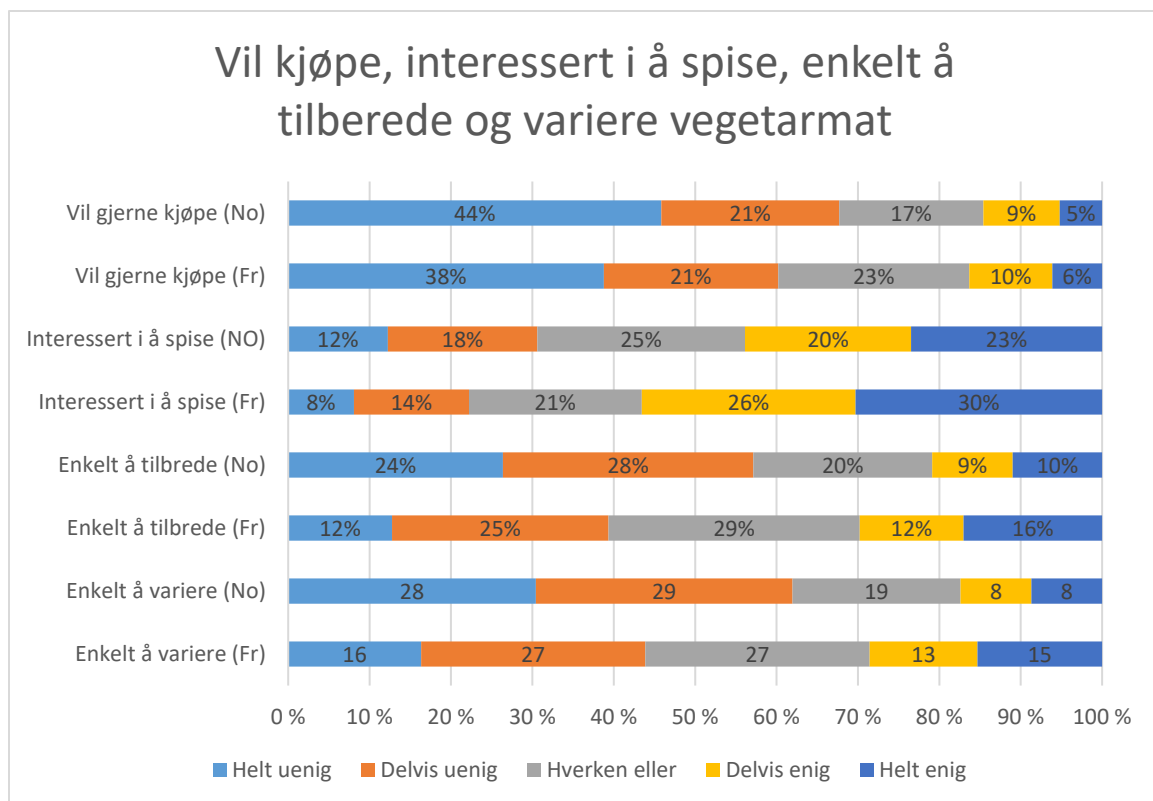


Figur 4-1 Hvor ofte spiser du middager med følgende ingredienser? N=1785. F=548. Norstat 2018

Flertallet i både Norge og Frankrike spiser storfekjøtt, svinekjøtt, hvitt kjøtt, og fisk og sjømat minst en gang i uka hver. De største skillene finner vi for storfekjøtt, hvitt kjøtt, og fisk og sjømat. For storfekjøtt ser vi at 15% spiser det minst tre ganger i uka, mens det kun er 5 prosent av franskmennene som spiser like ofte. For hvitt kjøtt ser vi at 28 prosent av franskmennene spiser det minst 3 ganger, mens kun 16% av nordmennene spiser det like ofte. Til slutt ser vi at 73% av nordmenn spiser fisk minst en gang i uka, mens det kun er 47% av franskmennene som gjør det samme.

Ser vi på alle produktene samlet, finner vi at 1,3 % av de norske og 5,5 % av de franske sier de aldri spiser kjøtt til middag. I tillegg er det 7 % i begge landene som sier de spiser hver av kjøtttypene storfekjøtt, svinekjøtt, lam/sau og hvitt kjøtt mindre enn en gang i uka.

4.2 Interessert i å spise middager uten kjøtt eller fisk



Figur 4-2 Andel som er helt eller delvis enig i de nevnte påstandene. N=1785. F=548. Norstat 2018 Spørsmålene: Jeg kjøper gjerne ferdig bearbejdede vegetarprodukter til middag. Jeg er interessert i å spise middager uten kjøtt eller fisk. Jeg synes det er lettere Å TILBEREDE middager med kjøtt enn grønnsaks-/vegetarmiddag (skala snudd for tabellen). Jeg synes det er lettere Å VARIERE middager med kjøtt enn grønnsaks-/vegetarmiddag (skala snudd for tabellen).

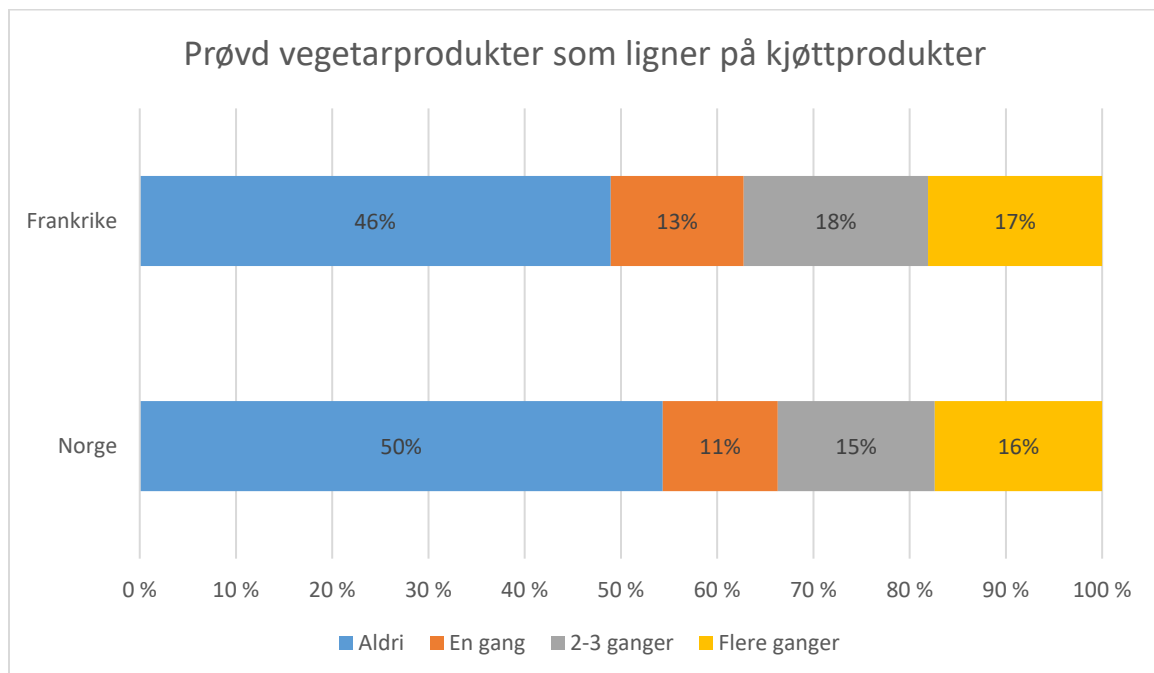
Figur 4-2 viser at vesentlig flere franskmenn enn nordmenn er interessert i å spise vegetariske middager. Mens det i Norge er kun 43% som sier de er delvis eller helt enige i at de er interessert i å spise middager uten kjøtt eller fisk, er det tilsvarende tallet for Frankrike 56%.

Vi ser at både nordmenn og franskmenn er lite interessert i å kjøpe ferdig bearbejdede vegetarprodukter. Kun 15% i begge landene sier de er helt eller delvis enig i påstandene om at de

gjærne kjøper ferdig bearbejdede vegetarprodukter til middag. Dette er vesentlig færre enn de som sier de er interessert i spise middager uten kjøtt og fisk.

I begge landene synes et klart flertall at det er enklere å tilberede og variere middager med kjøtt og fisk enn vegetarmiddager. Franskmenner synes det er mindre forskjell enn nordmenner. Blant nordmenner svarer hhv. 19% og 16% at det ikke er lettere å tilberede og variere kjøtt- og fiskemiddager enn vegetarmiddager, mens det i Frankrike er 28% som svarer det samme på begge spørsmålene.

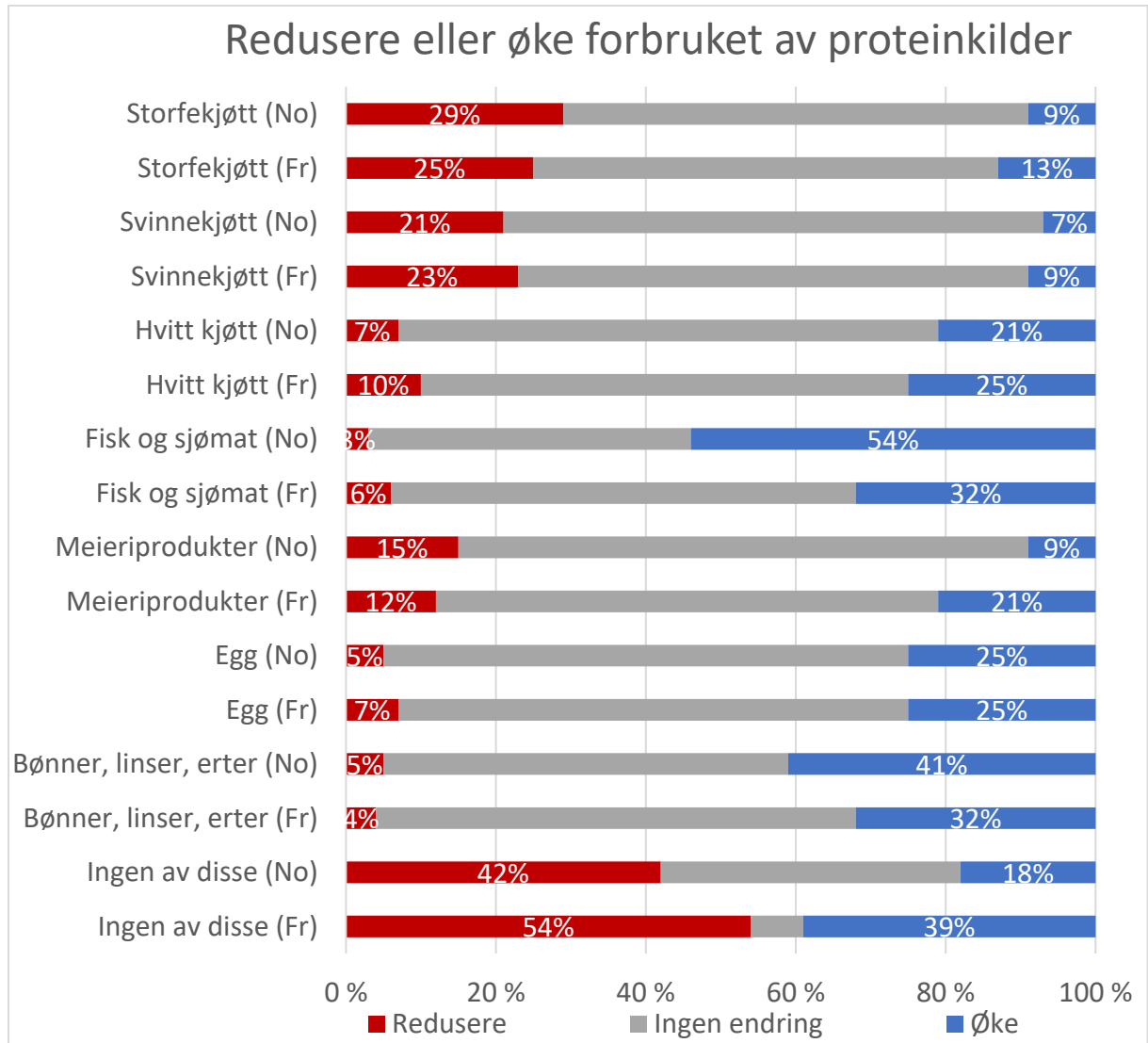
4.3 Har du prøvd vegetarprodukter som ligner på kjøttprodukter?



Figur 4-3 Har du prøvd noen av disse produktene?. N=1785. F=548. Norstat 2018 Spørsmål: De senere årene har det kommet flere nye vegetaralternativ til kjøtt. Eksempler på dette er vegetarpølser, -burgere, -boller, -nuggets, -gryteretter, og lignende. Har du prøvd noen av disse produktene? Note: De 8 og 6% som har svart vet ikke i hhv. Norge og Frankrike er utelatt fra figuren.

Figur 4-3 viser at det foreløpig er ca. halvpart av befolkningen i både Frankrike og Norge som har prøvd kjøttstatningsprodukter som for eksempel vegetarpølser, -burgere, -boller, -nuggets og -gryteretter.

4.4 Ønske om å øke eller redusere inntaket av ulike proteinkilder



Figur 4-4 Er det noen av de følgende proteinkildene du helst vil ØKE inntaket av? Er det noen av de følgende proteinkildene du helst vil MINKE inntaket av? N=1785. F=548. Norstat 2018

Fra Figur 4-4 ser vi at det er flere nordmenn enn franskmenn som ønsker å gjøre forandringer i forbruket av proteinkilder. Mens det er 54% av franskmennene som sier at de ikke ønsker å redusere noen av proteinkildene, er det 42% av nordmennene som sier det samme. Når det gjelder ønsker om å øke noen av proteinkildene er forskjellen enda større, der 39% av franskmennene ikke ønsker å øke noe av proteinkildene, mens det tilsvarende tallet for Norge 18%. I begge landene er det et ønske om å flytte seg fra storfe og svin til sjømat og kylling som kilder til animalsk protein. Bønner, linser og erter er det også mange i begge landene som ønsker å spise mer av.

5 Oppsummering og konklusjon

5.1 Oppsummering

Det var om lag like mange som uttrykte at de var «glad i» kjøtt som i grønnsaker. Noen færre sa det samme om fisk/sjømat og korn/brødmat. De aller fleste spist kjøtt ukentlig. Mest spist var hvitt kjøtt, deretter fulgte storfekjøtt og svinekjøtt. Kvinner uttrykte større preferanse for grønnsaker enn menn. Med unntak av hvitt kjøtt hadde de også en lavere spisefrekvens av alle kjøtttypene enn menn. De yngste uttrykte større preferanse for kjøtt enn de eldste. De yngste hadde en høyere spisefrekvens av kjøtt enn de eldste. De spiste betydelig mindre fisk/sjømat enn de eldre. Dette resultatet er i samsvar med Bugge og Schjølls *Forstudie av nedadgående norsk sjømatkonsum* fra 2017.

Om lag halvparten av respondentene mente en middag trengte kjøtt eller fisk for å kunne betraktes som velsmakende, sunn, næringsrik, komplett og mettende. Kvinner var mindre tilbøyelige til å mene dette enn menn. De eldre mente i mindre grad enn de yngre at kjøtt eller fisk var nødvendig.

Enda flere mente en grønnsaksmiddag kunne være sunn, næringsrik, komplett og mettende. Ni av ti betraktet en slik middag som sunn. Nesten like mange mente den var velsmakende og næringsrik. Syv av ti oppfattet slike middager som komplette og mettende. Igjen så vi at kvinne var langt mer positive enn menn. Andelen som mente slike middager var sunn og komplette falt med økende alder.

Det må også nevnes at bosted hadde effekt på vurderingen av middager med eller uten kjøtt og fisk. Folk bosatt i storbyer – og særlig i Oslo – var mer positive til grønnsaksmiddager og middager uten kjøtt eller fisk.

Nesten halvparten uttrykte at de hadde interesse for å spise middag uten kjøtt eller fisk. Igjen var kvinner mer positive enn menn. Interessen for middag uten kjøtt eller fisk falt med økende alder. Og folk bosatt i Oslo og større byer var mest interessert.

På spørsmål om hvilke proteinkilder man ønsket å øke inntaket av, toppet fisk og sjømat. Deretter fulgte bønner, linser og erter. Det var langt flere kvinner enn menn som ønsket å øke inntaket av sistnevnt. Og flere kvinner enn menn ønsket å øke inntaket av fisk og sjømat. De eldste var langt mindre opptatt av å øke inntaket av bønner, linser og erter enn de eldste.

Det var i all hovedsak hensynet til egen helse som var begrunnelse for ønsket om å øke inntaket av de nevnte proteinkildene. Åtte av ti svarte dette. Til sammenligning var andelen som sa årsaken var hensyn til miljø, klima og dyrevelferd (16-26 prosent).

Storfe kjøtt toppet listen over proteinkilder man ønsket å redusere inntaket av. Tre av ti ønsket dette. To av ti sa det samme om svinekjøtt og meieriprodukter. Igjen var hensynet til egen helse den viktigste begrunnelsen. Syv av ti svarte dette. Andelen som begrunnet det med miljø, klima eller dyrevelferd var 26-35 prosent.

Begrunnelsen hensynet til egen helse økte med økende alder. Omvendt så man begrunnelsene miljø, klima og dyrevelferd avtok med økende alder.

Tre av ti ga uttrykk for at de var interessert i vegetarmat. Det var imidlertid tydelig at respondentene oppfattet vegetarmiddager som mer kompliserte enn middager som inneholdt kjøtt eller fisk. Seks av ti mente for eksempel det var lettere å variere middager med kjøtt enn grønnsaks- eller vegetarmiddag. Nesten like mange mente det var lettere å tilberede kjøttmiddager.

Om lag to av ti uttrykte interesse for å kjøpe ferdig bearbejdede vegetarprodukter til middag. To av ti i alderen 18-40 år hadde interesse for slike produkter. Blant de eldre var det én av ti. Totalt var det 44 prosent som hadde spist slike produkter, for eksempel vegetarpølse, -burger, -boller, -gryter, -pizza og lignende. Andelen som ikke hadde prøvd noen slike produkter var 49 prosent.

Surveyen viste tydelig at søkelyset på mulige negative konsekvenser av matvalg hadde effekt på respondentene. Om lag halvparten hadde endret spisemønsteret sitt de siste 2-3 årene av hensyn til egen helse. For miljø/klima og dyrevelferd var andelen hhv. 25 prosent og 20 prosent. Yngre og kvinner var mer tilbøyelige til å endre spisevaner som en følge av bekymringer for miljø, klima og dyrevelferd.

I det hele tatt var temaet mat, helse og bærekraft et tema som opptok respondentene. Over halvparten mente imidlertid de var mer opptatt av å spise sunn mat enn miljø- og klimavennlig mat. Fire av ti mente de av hensyn til miljø og klima i større grad burde erstatte kjøtt- og meieriprodukter med plantebaserte produkter. Nesten like mange mente de burde gjøre dette av hensyn til dyrevelferd. Seks av ti mente norske grønnsaker var bedre for klimaet enn importerte. Langt færre mente økologisk matproduksjon var bedre for klimaet enn konvensjonell.

Selv om de yngre generelt ga uttrykk for større interesse for vegetarmat, samt temaet mat og bærekraft, tyder våre resultater på at de eldre faktisk har lavere forbruk av kjøtt og høyere forbruk av grønnsaker og fisk/sjømat enn de yngre.

5.2 Konklusjon

Resultatene fra surveyen var i samsvar med tidligere SIFO-studier, samt tall fra *Norske Spisefakta* (2018). I likhet med spisefaktatallene viste også denne surveyen at interessen for vegetarmat var langt høyere enn andelen som betegnet seg selv som vegetarianere (3 prosent) eller veganere (1 prosent). Videre støttet den opp resultater fra tidligere SIFO-studier om en økende andel som har kjøtt, især rødt kjøtt, på listen over «nei-mat» (Bugge red. 2015, Bugge 2015). Mye tyder på at den økende interessen for vegetarisk spisemønster i all hovedsak hadde ført til flere «fleksitarianere», dvs. en person som velger bort kjøtt, fisk, melk og egg innimellom eller nokså ofte. Vår survey viste at fire av ti regelmessig byttet ut noe av kjøttet med grønnsaker når de laget middag. Det var imidlertid færre som byttet ut kjøttet med gryn eller korn. Om lag to av ti byttet ut animalske meieriprodukter eller kumelk med plantebaserte alternativer, for eksempel soya, kokos eller mandel. I denne sammenhengen bør det også nevnes at spisefaktatallene viste at tre av ti

Oppsummering og konklusjon

regelmessig valgte å ha såkalt «kjøttfri mandag». Med offentlighetens lys på økt inntak av plantebaserte ingredienser i det norske kostholdet – både av hensyn til folkehelsen, miljø/klima og dyrevelferd – er vår konklusjon at det er all grunn til å tro at det vil være markedspotensialet for flere (proteinrike) plantebaserte produkter og matretter i årene som kommer. Mange forbrukere viser interesse for flere plantebaserte produkter, men det er lite som tyder på at vi står ovenfor en stor forandring i kjøttforbruket i Norge de nærmeste årene.

Referanser

Austgulen, M., Skuland, S., Schjøll, A., & Alfnes, F. (2018). Consumer Readiness to Reduce Meat Consumption for the Purpose of Environmental Sustainability: Insights from Norway. *Sustainability*, 10(9), 1-24.

Bugge, A.B. red. (2015). HealthMeal. Hvordan nå de ernæringspolitiske målsettingene om økt forbruk av fisk og grønnsaker. Prosjektnotat nr. 1-2015. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning (SIFO).

Bugge, A.B. (2015). Mat, måltid og moral. SIFO-rapport nr. 3-2015. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning (SIFO).

Bugge, A.B. & Alexander Schjøll (2017). Pilotstudie om nedadgående norsk sjømatkonsum. SIFO rapport nr. 5-2018. Oslo: Forbruksforskningsinstituttet SIFO – OsloMet – storbyuniversitetet.

Gonera, A. & A.B. Milford (2018). The plant protein trend in Norway. Market overview and future perspectives. Nofima & NIBIO report no. 25/2018. Ås: Nofima.

Mattabellen.no Informasjon om sunn og trygg mat fra offentlige myndigheter. Mattilsynet. (Besøkt 22.11.2018).

Norstat. Panelbook, 2018, Norstat, Oslo, Norge, 1-16.

Pedersen, C.Th. & J. Fakstorp red. (2010) Gastronomisk leksikon. Utgivet av det danske gastronomiske akademi. Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck.

Vedlegg Spørreskjema

[Q1] Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?

Kolonne:

[c1] Helt uenig1

[c2] 2

[c3] 3

[c4] 4

[c5] Helt enig5

[c6] Vet ikke

Rad:

[r1] Jeg er veldig glad i kjøttmat

[r2] Jeg er veldig glad i grønnsaker

[r3] Jeg er veldig glad i fisk/sjømat

[r4] Jeg er veldig glad i korn-/brødmatt

[Q2] Hvor ofte spiser du middager med følgende ingredienser?

Kolonne:

[c1] Aldri

[c2] Sjeldnere

[c3] 1-2 dager/uke

[c4] 3-4 dager/uke

[c5] 5-7 dager/uke

Rad:

[r1] Storfekjøtt

[r2] Svinekjøtt

[r3] Lamme-/fårekjøtt

[r4] Hvitt kjøtt (kylling, kalkun)

[r6] Fisk / Sjømat (skalldyr, skjell)

[r7] Meieriprodukter (fløte, smør, rømme, melk, yoghurt, ost)

[r8] Egg

[r10] Grønnsaker / Frukt

[Q3] Hvilke av følgende faktorer legger du spesielt stor vekt på ved kjøp av mat?

(Flere svar mulig)

Rad:

[r1] God smak

[r2] Pris

[r3] Fersk og frisk

[r4] Sunn

[r5] Næringsrik

[r6] Miljø / Klima

[r8] Dyrevelferd

- [r9] Enkel og rask tilberedning
- [r11] Lang holdbarhet
- [r12] Økologisk produsert
- [r13] Lokalt produsert
- [r14] Produsert i Norge
- [r15] Et produkt jeg kjenner
- [r16] Nye og spennende smaker

[Q4] Hvor enig eller uenig er du i at en middag trenger kjøtt og/eller fisk for å være:

Kolonne:

- [c1] Helt uenig1
- [c2] 2
- [c3] 3
- [c4] 4
- [c5] Helt enig5
- [c6] Vet ikke

Rad:

- [r1] Velsmakende
- [r2] Sunn
- [r3] Næringsrik
- [r4] Komplet
- [r5] Mettende

[Q5] Hvor enig eller uenig er du i at en grønnsaksmiddag (for eksempel suppe, salat, pasta, pizza) UTEN kjøtt eller fisk kan være?

Kolonne:

- [c1] Helt uenig1
- [c2] 2
- [c3] 3
- [c4] 4
- [c5] Helt enig5
- [c6] Vet ikke

Rad:

- [r1] Velsmakende
- [r2] Sunn
- [r3] Næringsrik
- [r4] Komplet
- [r5] Mettende

[Q6] Hvor enig eller uenig er du i at en middag laget av korn eller gryn (for eksempel grøter eller supper av ris, havregryn eller bulgur) UTEN kjøtt eller fisk kan være?

Kolonne:

- [c1] Helt uenig1
- [c2] 2
- [c3] 3
- [c4] 4
- [c5] Helt enig5
- [c6] Vet ikke

Rad:

- [r1] Velsmakende
- [r2] Sunn

- [r3] Næringsrik
- [r4] Komplett
- [r5] Mettende

[Q7] Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn om middag UTEN kjøtt eller fisk?

Kolonne:

- [c1] Helt uenig1
- [c2] 2
- [c3] 3
- [c4] 4
- [c5] Helt enig5
- [c6] Vet ikke

Rad:

- [r1] Jeg er interessert i å spise middager uten kjøtt eller fisk
- [r2] En middag uten kjøtt eller fisk kan være en ordentlig middag

[Q8] I hvilken grad er du opptatt av følgende næringsinnholdet i maten du spiser?

Kolonne:

- [c1] I svært liten grad1
- [c2] 2
- [c3] 3
- [c4] 4
- [c5] I svært stor grad5
- [c6] Vet ikke

Rad:

- [r1] Vegetabilsk fett (fett fra planter)
- [r7] Animalsk fett (fett fra dyr)
- [r2] Karbohydrater
- [r3] Sukker
- [r4] Protein
- [r5] Salt
- [r6] Vitaminer og mineraler

[Q9] Noen plantebaserte matvarer er rike på proteiner. Kryss av for de du tror er rike på proteiner.

(Flere svar mulig)

Rad:

- [r1] Poteter
- [r2] Gulrot
- [r3] Salater
- [r5] Brokkoli
- [r6] Kornprodukter
- [r7] Nøtter
- [r8] Sopp
- [r9] Erter
- [r10] Linser
- [r11] Bønner
- [r12] Tomat
- [r14] Sitron
- [r15] Epler
- [r16] Vet ikke

[Q10] Er det noen av de følgende proteinkildene du helst vil ØKE inntaket av?
(Flere svar mulig)

Rad:

- [r1] Storfekjøtt
- [r2] Svinekjøtt
- [r3] Hvitt kjøtt
- [r12] Lamme-/fårekjøtt
- [r4] Fisk og sjømat
- [r5] Egg
- [r6] Meieriprodukter
- [r7] Nøtter
- [r8] Grovt brød/kornprodukter
- [r9] Bønner, linser, erter
- [r10] Proteintilskudd
- [r11] Ingen av disse

[Q11] Er det noen av de følgende proteinkildene du helst vil MINKE inntaket av?
(Flere svar mulig)

Rad:

- [r1] Storfekjøtt
- [r2] Svinekjøtt
- [r3] Hvitt kjøtt
- [r12] Lamme-/fårekjøtt
- [r4] Fisk og sjømat
- [r5] Egg
- [r6] Meieriprodukter
- [r7] Nøtter
- [r8] Grovt brød/kornprodukter
- [r9] Bønner, linser, erter
- [r10] Proteintilskudd
- [r11] Ingen av disse

[Q12] Hva er årsaken til at du helst vil ØKE inntaket av [pipe: Q10]?
(Flere svar mulig)

Rad:

- [r1] Egen helse
- [r2] Miljø/klima
- [r3] Dyrevelferd/etikk
- [r4] Annet
- [r5] Vet ikke

[Q13] Hva er årsaken til at du helst vil MINKE inntaket av [pipe: Q11]?
(Flere svar mulig)

Rad:

- [r1] Egen helse
- [r2] Miljø/klima
- [r3] Dyrevelferd/etikk
- [r4] Annet
- [r5] Vet ikke

[Q14] Hvor godt liker du smaken på følgende matvarer?

Kolonne:

- [c1] Liker svært lite
- [c2] 2
- [c3] 3
- [c4] 4
- [c5] Liker svært godt
- [c6] Vet ikke/ikke smakt

Rad:

- [r1] Brekkbønner eller aspargesbønner
- [r2] Hermetiske bønner
- [r3] Bønner som har vært tørket
- [r4] Linser
- [r5] Grønne erter
- [r6] Sukkererter
- [r7] Kikerter
- [r8] Havregryn
- [r9] Byggryn
- [r10] Quinoa
- [r11] Bulgur
- [r12] Chiafrø

[dQ15] Hidden variable for skipping Q15

Rad:

- [r1] Brekkbønner eller aspargesbønner
- [r2] Hermetiske bønner
- [r3] Bønner som har vært tørket
- [r4] Linser
- [r5] Grønne erter
- [r6] Sukkererter
- [r7] Kikerter
- [r8] Havregryn
- [r9] Byggryn
- [r10] Quinoa
- [r11] Bulgur
- [r12] Chiafrø

[Q15] Hvor ofte spiser du følgende matvarer?

Kolonne:

- [c1] Aldri
- [c2] Sjeldnere
- [c3] 1-2 dager/uke
- [c4] 3-4 dager/uke
- [c5] 5-7 dager/uke

Rad:

- [r1] Brekkbønner eller aspargesbønner
- [r2] Hermetiske bønner
- [r3] Bønner som har vært tørket
- [r4] Linser
- [r5] Grønne erter
- [r6] Sukkererter

- [r7] Kikerter
- [r8] Havregryn
- [r9] Byggryn
- [r10] Quinoa
- [r11] Bulgur
- [r12] Chiafrø

[Q16] Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?

Kolonne:

- [c1] Helt uenig1
- [c2] 2
- [c3] 3
- [c4] 4
- [c5] Helt enig5
- [c6] Vet ikke

Rad:

- [r1] Jeg kjøper gjerne ferdig bearbejdede produkter som kjøttboller, fiskeboller og lignende til middag
- [r2] Jeg kjøper gjerne ferdig bearbejdede matretter som frossenpizza, lasagne, pai, og gryterett til middag
- [r3] Jeg kjøper gjerne ferdig bearbejdede vegetarprodukter til middag
- [r4] Jeg lager som oftest middagsretter fra bunnen av

[Q17] Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?

Kolonne:

- [c1] Helt uenig1
- [c2] 2
- [c3] 3
- [c4] 4
- [c5] Helt enig5
- [c6] Vet ikke

Rad:

- [r1] Jeg synes det er lettere Å TILBEREDE middager med kjøtt enn grønnsaks-/vegetarmiddag
- [r2] Jeg synes det er lettere Å VARIERE middager med kjøtt enn grønnsaks-/vegetarmiddag
- [r3] Jeg er interessert i vegetarmat

[Q18] Hvor ofte gjør du dette?

Kolonne:

- [c1] Aldri
- [c2] Sjeldent
- [c3] Iblant
- [c4] Ganske ofte
- [c5] Ofte

Rad:

- [r1] Når jeg lager kjøttretter bytter jeg ut noe av kjøttet med grønnsaker
- [r2] Når jeg lager kjøttretter bytter jeg ut noe av kjøttet med gryn og korn
- [r3] Jeg kjøper kjøttboller, kjøttkaker, og burgere hvor noe av kjøttet er erstattet med grønnsaker
- [r4] Jeg kjøper gryte- og ovnsretter hvor noe av kjøttet er erstattet med grønnsaker
- [r5] Jeg erstatter kumelk med havre-, soya-, kokos- eller mandelmelk
- [r6] Jeg erstatter meieriprodukter med produkter laget av havre, soya, kokos eller mandler

[Q19] De senere årene har det kommet flere nye vegetaralternativ til kjøtt. Eksempler på dette er vegetarpølser, -burgere, -boller, -nuggets, -gryteretter, og lignende.

Har du prøvd noen av disse produktene?

Rad:

- [r1] Ja, en gang
- [r2] Ja, en 2-3 ganger
- [r3] Ja, flere ganger
- [r4] Nei, aldri
- [r5] Husker ikke/Vet ikke

[Q20] Hvor prøvde du/spiste du dette?

(Flere svar mulig)

Rad:

- [r1] Hjemme
- [r2] På kafé/restaurant
- [r3] Hos andre
- [r4] Demonstrasjon i butikk
- [r5] Annet
- [r6] Vet ikke/husker ikke

[Q21] Hvordan smakte produktet?

Kolonne:

- [c1] svært lite godt 1
- [c2] 2
- [c3] 3
- [c4] 4
- [c5] svært godt 5
- [c6] Vet ikke/husker ikke

[Q22] Hvor enig eller uenig er du i at slike vegetarprodukter som brukes til å erstatte kjøtt har følgende egenskaper?

Kolonne:

- [c1] Helt uenig1
- [c2] 2
- [c3] 3
- [c4] 4
- [c5] Helt enig5
- [c6] Vet ikke

Rad:

- [r1] Sunne
- [r2] Næringsrike
- [r3] Miljøvennlige / Klimavennlige
- [r5] Velsmakende
- [r6] Saftige
- [r7] God tekstur
- [r8] Naturlige
- [r9] Dyrevennlige

[Q23] Har du i løpet av de siste 2-3 årene endret kostholdet ditt som følge av.....

Kolonne:

- [c1] Ja
- [c2] Nei
- [c3] Vet ikke

Rad:

- [r1] endrede smakspreferenser
- [r2] egen helse
- [r3] miljø eller klima
- [r4] dyrevelferd
- [r5] andre i husholdet

[Q24] Hvor enig eller uenig er du i disse påstandene?

Kolonne:

- [c1] Helt uenig1
- [c2] 2
- [c3] 3
- [c4] 4
- [c5] Helt enig5
- [c6] Vet ikke

Rad:

- [r1] Jeg er mer opptatt av å spise sunn mat enn miljø- og klimavennlig mat
- [r2] Jeg spiser ikke mat som er gått ut på dato
- [r3] Av hensyn til miljø og klima bør jeg i større grad erstatte kjøtt- og meieriprodukter med plantebaserte produkter
- [r4] Av hensyn til dyrevelferd bør jeg i større grad erstatte kjøtt- og meieriprodukter med plantebaserte produkter
- [r7] Norske grønnsaker er bedre for klimaet enn importerte
- [r8] Økologisk matproduksjon er bedre for klimaet enn konvensjonell matproduksjon

Forbruksforskningsinstituttet SIFO ved OsloMet – storbyuniversitetet har et spesielt ansvar for å bidra til kunnskapsgrunnlaget for forbrukerpolitikken i Norge og skal utvikle ny kunnskap om forbruk, forbrukerpolitikk og forbrukernes stilling og rolle i samfunnet.

Sentrale forskningstema er:

- forbrukerne i markeder og forbrukervalg
- husholdningenes ressursdisponeringer
- forbrukerøkonomi - gjeldsutvikling og fattigdom
- teknologisk utvikling og forbrukernes hverdag
- digitalt hverdagsliv og mestring
- miljøeffekter av ulike typer forbruk
- mat- og spisevaner
- tekstiler - verdikjeder - konsekvenser for hverdagsliv og miljø
- forbrukets betydning for inkludering i sosialt hverdagsliv
- forbrukerpolitikk

OSLOMET

STORBYUNIVERSITETET
FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

Boks 4 - St. Olavs plass - N-0030 Oslo. **Besøksadresse:** Stensberggata 26, 7. etg. **Telefon:** +47 67 23 50 00
E-mail: post@oslomet.no **Internett:** www.oslomet.no/sifo

