



Prosjektnotat nr. 1-2015

Annechen Bahr Bugge (red.)

## HealthMeal

Hvordan nå de ernæringsmessige målsettingene om  
økt forbruk av fisk og grønnsaker?

**SIFO**

© SIFO 2015  
Prosjektnotat nr. 1 – 2015

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING  
Sandakerveien 24 C, Bygg B  
Postboks 4682 Nydalen  
0405 Oslo  
[www.sifo.no](http://www.sifo.no)

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 eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

## HealthMeal

Hvordan nå de ernæringspolitiske målsettingene om økt forbruk av fisk og grønnsaker?

Av

Annechen Bahr Bugge (red.)

2015

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING  
Postboks 4682 Nydalen, 0405 OSLO



# Innhold

Innhold .....	3
1 Innledning .....	5
2 Hvorfor bør vi spiser mer fisk og grønnsaker .....	9
2.1 Helsemessige effekter av fisk og grønnsaker .....	9
2.2 Hvor mye fisk og grønnsaker spiser vi? .....	10
2.3 Konklusjon = vi må spise mer .....	10
3 Hva kjennetegner forbrukernes preferanser, prioriteringer og praksiser knyttet til fisk og grønnsaker .....	13
3.1 Hvor mange spiser den mengden fisk og grønnsaker helsemyndighetene anbefaler? .....	13
3.2 Hvilke faktorer er det som begrenser spisefrekvens av fisk og grønnsaker, og har dette endret seg i prosjektperioden .....	15
3.3 Hvordan er den ernæringsmessige statusen til fisk og grønnsaker .....	16
3.4 Hvilke fiskeprodukter og -retter er best likt, og hvordan er spisefrekvensen av utvalgte produkter og retter .....	19
3.5 Hvilke tilberedningsteknikker og grønnsaksretter er best likt, og hvordan er spisefrekvensen av disse .....	22
3.6 Hvordan har matkulturelle preferanser og prioriteringer endret seg i perioden 2011 til 2014/23 .....	
3.7 Konklusjon .....	25
3.7.1 Fisk og sjømat .....	25
3.7.2 Grønnsaker .....	26
3.7.3 Veien videre .....	26
4 Hva fungerer best – at sunt blir billigere eller usunt dyrere .....	29
4.1 Om bruk av prisvirkemidler .....	29
4.1.1 Om å øke merverdiavgiften på usunne varer og ta bort merverdiavgiften på sunne varer .....	29
4.1.2 Om å la trenden virke over tid .....	30
4.1.3 Oppsummering og veien videre .....	31
5 Det sunne kostholdets sosiale dilemmaer – hva forhindrer nordmenn i å spise fisk og grønnsaker .....	33
5.1 Matsosilogisk betraktninger .....	33
5.2 Data og metode .....	33
5.3 Individualisering av matvaner .....	34
5.4 Sunne matvaner og sosiale klasseforskjeller .....	38
5.5 Standardisering av matvaner? .....	40
5.6 Mathverdagen – en oppsummering .....	42
6 Måltider i Norkost 3 .....	47
6.1 Norkost 3 .....	47
6.2 Spisested og ernæringsmessig sammensetning av kostholdet .....	47
6.3 Frukt, grønnsaker, fisk og fullkorn; hvilke måltider inngår de i? .....	50
6.4 Oppsummering .....	52
7 «Nudging» for sunne matvalg i kantine, restaurant og dagligvarebutikk .....	55

7.1	Innledning .....	55
7.1.1	Sunne matvalg i kantine .....	55
7.1.2	Endring av valgarkitektur i kantine .....	56
7.1.3	Merking i kantine .....	56
7.2	Sunne matvalg i restaurant .....	57
7.3	Sunne matvalg i dagligvarebutikk .....	58
7.4	Konklusjon .....	58
8	«Gøy så lenge det varte: Effekter av gratis skolefrukt» .....	61
8.1	Om skolefruktordningen .....	61
8.2	Data og metode.....	62
8.3	Effekter av skolefrukt på inntak av frukt.....	62
8.4	Effekter av skolefrukt på inntak av grønnsaker.....	63
8.5	Effekter av skolefrukt og sosio-demografiske kjennetegn .....	63
8.6	Diskusjon.....	64
9	Hvordan jobber opplysningskontoret for frukt og grønnsaker for å øke folks bruk av grønnsaker i måltidene .....	67
9.1	Bakgrunn .....	67
9.2	Formål .....	67
9.3	Visjon .....	68
9.4	Målsetninger.....	68
9.5	Målgrupper.....	68
9.6	Strategi .....	68
9.7	Hovedaktiviteter .....	69
10	Hvordan jobber Norsk sjømatråd for å øke folks bruk av fisk og sjømat i måltidene. 71	
10.1	Om Norges sjømatråd.....	71
10.2	Målgrupper.....	71
10.3	Prioriterte måltidssituasjoner.....	72
10.4	Barrierer .....	72
10.5	Resultater.....	73
10.6	Veien videre .....	73

# 1 Innledning

Med denne rapporten ønsker vi å gi en kort presentasjon av de viktigste resultatene fra forskningsprosjektet *HealthMeal: Possibilities and barriers for increased consumption of fish and vegetables in meals at home and outside home*. Prosjektet er blitt finansiert av Norges Forskningsråds matprogram (2010-2014). Det er også mottatt midler fra Norsk sjømatråd og Opplysningskontoret for frukt og grønnsaker. En viktig målsetting i prosjektet har vært å identifisere muligheter og begrensninger for å foreta helseaktive måltidsvalg. For dette formålet er det blitt sett nærmere på de mange faktorene som omkranser hva vi spiser, for eksempel sosiale, økonomiske, fysiske, normative og individuelle preferanser. Etterspørselen etter sunn mat har vært stigende de senere årene. Likevel spiser de aller fleste nordmenn langt mindre fisk og grønnsaker enn det helsemyndighetene anbefaler. Vi ønsket altså få bedre kunnskaper om hvorfor det er slik. For å besvare prosjektet problemstillinger har det vært brukt teorier fra flere fagdisipliner: ernæringsvitenskap, økonomi og sosiologi.

I kapittel 2 *Hvorfor bør vi spise mer fisk og grønnsaker* oppsummerer **prof. Lene Frost Andersen**, Avdeling for ernæringsvitenskap, Universitetet i Oslo kort hvilke helsemessige effekter det er av fisk og grønnsaker, samt hvor mye fisk og grønnsaker nordmenn spiser. Hennes hovedkonklusjon er at det er god dokumentasjon for at fisk og grønnsaker gir en positiv helsegevinst i forhold til flere livsstilssykdommer. På bakgrunn av den kunnskapen vi har om den positive helsemessige effekt og om hvor mye som spises av fisk og grønnsaker så er konklusjonen helt klart at vi må spise mer fisk og grønnsaker. Utfordring i forhold til inntak av grønnsaker er nok større enn i forhold til inntaket av fisk hvor Norge tradisjonelt har vært blant høy konsument landene i Europa.

*Hva kjennetegner forbrukernes preferanser, prioriteringer og praksiser knyttet til fisk og grønnsaker* av forsker 1 (dr.polit) **Annechen Bahr Bugge** ved Statens institutt for forbruksforskning (SIFO) er et kapittel hvor det blir redegjort for matforbrukernes syn på fisk og grønnsaker, samt hvordan dette har endret eller ikke har endret seg i løpet av prosjektperioden. Til tross for en økende opptatthet av å ha et kosthold i tråd med helsemyndighetenes anbefalinger, har det ikke vært noen nevneverdig økning i forbruket av fisk og grønnsaker de siste 4 årene. På spørsmål om hva som begrenset økt inntak av fisk og sjømat var det en økende andel som svarte at de foretrakk kjøtt. Det var også noen flere som uttrykte lite utvalg av fisk og sjømat, samt skepsis til produksjonsmetodene som begrensende faktorer i 2014 enn i 2011. Økt grønnsaksforbruk ble i hovedsak begrenset av at man mente man allerede spiste nok, samt skepsis til produksjonsmetodene. Andelen som mente dette hadde økt i perioden 2011 til 2014. Når mange likevel rapporterte at de spiste mer fisk og grønnsaker sammenlignet med 2-3 år siden, sier dette mye om den ernæringsmessige statusen disse to matvarene har blant forbrukerne. Spørsmålet om hvorfor man spiste mer avdekket at individuelle faktorer ble sett på som mer avgjørende enn de strukturelle. De aller fleste begrunnet økt forbruk med at de var blitt mer opptatt av å spise hhv fisk og grønnsaker, samt at det var noe man likte bedre nå enn før. Det var få som begrunnet økt forbruk med for eksempel bedre utvalg i butikker. Ikke alle typer fisk og grønnsaker har like høy ernæringsmessig status. Det har for eksempel vært en betydelig økende skepsis til oppdrettsfisk i perioden 2011 til 2014. Det var

også mange som uttrykte skepsis til importerte grønnsaker. Våre resultater viser at betraktninger omkring helse, miljø, dyre-/fiskevelferd er viktig for forbrukernes valg av mat.

**Geir Wæhler Gustavsen**, forsker (dr. scient) ved Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF) viser i kapittel 4 at det er mer effektivt å skattlegge usunne matvarer enn å subsidiere sunne matvarer. Ved å øke merverdiavgiften på brus, godterier og iskrem fra 15 til 25 prosent er det forventet at storforbrukere av disse varene vil redusere sitt forbruk mye mens det i liten grad vil ramme de som spiser lite av disse varene. Å senke merverdiavgiften på frukt, grønnsaker og fisk er kostbart og lite målrettet. Det vil i liten grad nå de som trenger mest å øke forbruket. Trender påvirker forbruket på ulike måter. Over tid vil yngre generasjoner erstatte eldre. Når da forbruksmønstre er forskjellig i ulike generasjoner vil totalforbruket endres. Det gjennomsnittlige forbruket av melk i Norge har de siste 30 årene gradvis sunket på grunn av at eldre generasjoner av storforbrukere av melk ble erstattet av yngre med lavt forbruk. Og dette kom i tillegg til økte relative priser på melk i forhold til juice og brus. I forbruket av fisk er det en underliggende positiv trend der yngre helsebevisste forbrukere med høy utdanning overtar etter eldre generasjoner med lavere utdanning.

I kapittel 5, *Det sunne kostholdets sosiale dilemmaer – hva forhindrer nordmenn i å spise fisk og grønnsaker*, av stipendiat/forsker **Silje Elisabeth Skuland** ved Statens institutt for forbruksforskning, diskuteres det hva som begrenser forbruket av fisk og grønnsaker. Kapitlet bygger på Skulands doktorgradsavhandling om samme tema og spør om spisemønstre av fisk og grønnsaker begrenses av 1) individualisering og normoppløsning, 2) sosiale klasseforskjeller og 3) standardisering av matvaremarkedet. Selv om der hviler ett sterkt moralsk ansvar på den individuelle forbruker om å spise sunt, begrenses spisemønstre av fisk og grønnsaker av sosiale klasseforskjeller. Det beror på at matkunnskapsbarrierer er ulikt fordelt i den norske befolkning. Det handler i hovedsak om praktiske ferdigheter og ikke nødvendigvis om manglende kunnskap om at fisk og grønnsaker er sunn mat. Individualisering av matvaner betyr på ingen måte normoppløsning. Snarer hersker der flere moralske rammer for spisevaner forbrukerne forholder seg til. Det sterke idealet om å spise sunt konkurrerer med andre matkulturelle idealer. Maten skal helst være hjemmelaget, grønnsakene skal være friske og fisken skal være fersk. Helst skal matlagingen ta kort tid og middagsvalget gjøres ved en av matbutikkens mange kjøledisker. Fisk og grønnsaker tevler med andre middagsprodukter som er lett tilgjengelig og enkle å lage i stand.

Stipendiat **Jannicke Borch Myhre** ved Avdeling for ernæringsvitenskap, Universitetet i Oslo presenterer i kapittel 6 resultater fra måltider i Norkost 3-undersøkelsen. Sammensetningen av middagsmåltider spist på ulike spisesteder ble sammenlignet og resultatene viste at middager spist på restaurant og på besøk hos andre generelt hadde en mindre gunstig sammensetning enn middager spist hjemme. Ingen forskjeller ble funnet mellom middager spist på jobben og hjemmemiddager. Deltagerne i Norkost 3 som hadde spist 25 % eller mer av energiinntaket andre steder enn hjemme eller på jobben hadde et generelt mindre helsefremmende kosthold enn de som ikke hadde inntatt så mye av energiinntaket utenfor jobb/hjemme. Videre så vi på hvordan ulike måltider er kilder til frukt, grønnsaker, fisk og fullkorn. For fruktinntaket var mellommåltider den viktigste kilden, mens middag var den viktigste kilden til både fisk og grønnsaker. Frokost var det viktigste måltidet for inntak av fullkorn. Det samme mønsteret ble funnet både hos de med høyere utdanning og de uten høyere utdanning og i tre aldersgrupper.

Problemstillingene i kapittel 6 «Nudging» for sunne matvalg i kantine, restaurant og dagligvarebutikk av stipendiat/forsker **Alexander Schjøll** ved Statens institutt for forbruksforskning (SIFO) er hvordan små dult, eller «nudges» kan få folk til å velge sunnere mat utenfor hjemmet. Nudging er blitt et sentralt begrep de de seneste årene og kapitlet gir en smakebit på noen av de mange studiene som er utført. Det kan synes som mange nudges fungerer, men nudging alene er trolig ikke nok til å få folk til å spise sunnere. Imidlertid kan det være et dult i riktig retning.



I kapittel 7 «Gøy så lenge det varte: Effekter av gratis skolefrukt» presenterer postdoktor **Arnstein Øvrum** ved Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF) resultater fra en spørreundersøkelse om skolefrukt blant foresatte av elever i barneskolen (1.–7. trinn). Undersøkelsen ble gjennomført av Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG) i mars 2012. Blant utvalget på 1423 foresatte/barn gikk 295 barn på ren barneskole uten noen skolefruktordning, 854 barn på ren barneskole med abonnementsordning og 274 barn på kombinert barne- og ungdomsskole, hvor det var gratis skolefrukt inntil denne ordningen ble avviklet i 2014. Hvilken type skole den enkelte elev gikk på var i stor grad tilfeldig og et resultat av hvordan skolefruktordningen var organisert i perioden 2007–2014. Dette gjør det mulig å måle hvordan skolefruktordningen faktisk påvirker frukt- og grøntinntaket blant elevene. Resultater fra undersøkelsen viser at barn som går på skoler med gratis skolefrukt spiser i gjennomsnitt 1,80 fruktporsjoner per dag. Dette er 25 prosent mer enn barn på skoler uten noen skolefruktordning, som i gjennomsnitt spiser 1,44 porsjoner per dag. Barn på skoler med abonnementsordning spiser i gjennomsnitt 1,68 fruktporsjoner per dag, det vil si 16,7 prosent mer enn barn uten noen skolefruktordning. Barn som ikke abonnerer på skolefrukt, men som går på skole som tilbyr skolefruktabonnement, ser også ut til å spise noe mer frukt enn barn på skoler uten skolefruktordning. Dette kan skyldes en «smitteeffekt», da hele seksti prosent av de foresatte til disse barna oppgir at de får med frukt hjemme fra i stedet for å abonnere på skolefrukt. Både gratis skolefrukt og abonnementsordningen ser ut til å kunne bidra til å redusere de *relative* sosiale forskjellene i fruktinntak blant barn. I likhet med flere tidligere studier finner vi at skolefrukt ikke har noen signifikant effekt på inntak av grønnsaker, selv om grønnsaker gjerne deles ut ca. én gang per uke.

I kapittel 8 og 9 vil Opplysningskontoret for frukt og grønnsaker ved direktør **Guttorm Rebnes** og Norsk Sjømatråd ved tittel **Lisbeth Bjørvig Hansen** gi en kort presentasjon av hvordan de jobber for å øke folks bruk av hhv grønnsaker og fisk i måltidene. Samt hva de erfarer som særlige utfordringer

.

## 2 Hvorfor bør vi spiser mer fisk og grønnsaker

*Lene Frost Andersen*

*Avdeling for ernæringsvitenskap, Universitetet i Oslo*

### 2.1 Helsemessige effekter av fisk og grønnsaker

I 2011 kom Nasjonalt råd for ernæring med «Kostråd for å fremme folkehelsen og forebygge kroniske sykdommer» (1). I denne rapporten ble den vitenskapelige litteraturen omkring sammenhengen mellom kosthold og helse gjennomgått på en systematisk måte for å oppsummere hvilken betydning matvarer har for helsen. Rapporten fant at det er god dokumentasjon for at utskifting av mettede fettsyrer med flerumettet fettsyrer reduserer risikoen for koronar hjertesykdom og at lange flerumettede omega 3-fettsyrer og regelmessig inntak av 2 porsjoner fet fisk i uken reduserer risiko for død av koronar hjertesykdom. Basert på denne oppsummeringen ble det norske kostrådet angående fiskekonsum (modifisert etter Helsedirektoratets nettside (2):

**Spis fisk til middag to til tre ganger i uken. Bruk også gjerne fisk som pålegg.**

- Rådet tilsvare totalt 300-450 gram ren fisk i uken.
- Minst 200 gram bør være fet fisk som laks, ørret, makrell eller sild. Seks påleggsporsjoner med fisk tilsvare omtrent én middagsporsjon.

I «Nytte- og risikovurderingen for fisk» som kom fra Vitenskapskomiteen for mattrygghet (VKM) i slutten av 2014 ble det gjort en ny oppsummering av litteraturen rundt fisk og helse (3). VKM konkluderte med at det er godt dokumentert at fisk beskytter mot hjerte- og karsykdom. Samt at fisk også bidrar positivt til utviklingen av nervesystemet hos foster og spedbarn (3).

Når det gjelder grønnsaker oppsummerte rapporten til Nasjonalt råd for ernæring, at det er god dokumentasjon for at frukt, bær og grønnsaker reduserer risiko for koronar hjertesykdom, hjerneslag og høyt blodtrykk (1). I tillegg ble det funnet at grønnsaker sannsynligvis reduserer risiko for forskjellige kreftformer spesielt kreft i munn og spiserør samt resten av fordøyelseskanalen. Det er også funnet at fiber, som grønnsaker er en viktig kilde til, reduserer risiko for hjerte- og karsykdommer, type 2 diabetes og forskjellige kreftformer som for eksempel kreft i tykk- og endetarm. Basert på dette så ble det norske kostrådet som sier noe om grønnsaker (modifisert etter Helsedirektoratets nettside (2);

**Spis minst fem porsjoner grønnsaker, frukt og bær hver dag.**

La grønnsaker og frukt inngå i alle dagens måltider.

- En porsjon tilsvare 100 gram, og kan for eksempel være en liten bolle med salat, en gulrot eller en middels stor frukt.
- Halvparten av «fem om dagen» bør være grønnsaker

I mange av studiene studeres helseeffekten av det totale inntaket av frukt og grønnsaker og ikke grønnsaker separat. En oppsummeringsartikkel fra 2014, som også har inkludert studier publisert etter 2011, konkluderer med at høyt inntak frukt og grønnsaker er assosiert med en lavere risiko for total dødelighet, spesielt for død av hjerte-karsykdommer (4). World Cancer Research Fund (WCRF) i England har gjort noen av de mest omfattende oppsummeringer i forhold til betydning av kosthold for utvikling av kreft. Den siste rapporten ble utgitt i 2007 og konklusjonen fra denne var viktige for de norske kostrådene i 2011 (5). WCRF jobber kontinuerlig med å oppdatere kunnskapen på bakgrunn av nye studier som publiseres. En ny oppdatering på sammenhengen mellom kosthold og tykk- og endetarmskreft kom i 2011 og konkluderte med at det er overbevisende kunnskapsgrunnlag for å si at kostfiber reduserer risiko for tykk- og endetarmskreft, og at det er sannsynlig at hvitløk har en positiv effekt (6). I 2015 kommer det oppdaterte rapporter på kostholds betydning for andre kreftformer i munn, spiserør og resten av fordøyelseskanalen.

## 2.2 Hvor mye fisk og grønnsaker spiser vi?

Det er ikke enkelt å sammenligne matinntaket mellom forskjellig land fordi man ikke samler inn informasjon om matforbruk på samme måte i alle land. Tilgjengelige data tyder dog på at vi i Norden generelt spiser mindre grønnsaker enn i Sør-Europa (7) Når det gjelder fisk derimot så ligger Norge på topp i Europa sammen med Island, Spania og Portugal (8).

Ifølge markedsundersøkelser gjort av GfK Norges husholdningspanel så har anskaffelse av fisk og fiskevarer i privathusholdningen holdt seg relativt stabilt siden midten av 90-tallet, med ca. 37 kg urensset fisk per person per år (8). I den nasjonale kostholdsundersøkelsen Norkost 3 som ble gjennomført som to 24 timer kostintervju blant 1787 personer i 2010-11, var det gjennomsnittlige inntak per uke av fisk og fiskeprodukter 390 gram blant kvinner og 550 gram blant menn (9). Det var ca. 30 % av kvinnene og ca. 40 % av mennene som hadde et inntak på minst 300 gram i rå vekt i uken. Omtrent en femtedel spiste mer enn 200 gram fet fisk per uke. Det betyr at fiskeinntaket, både det totale inntaket og inntaket av fet fisk, er lavere enn ønskelig i forhold til kostrådene. Totalt 26 % oppga å spise fisk til middag 3 ganger eller mer enn det i uken, og 13 % oppga at de brukte fiskepålegg 5 ganger eller mer enn det i uken. Det var en ganske mye høyere andel blant de eldste deltagerne i Norkost (60-70 år) enn de yngste (18-29 år) som oppga at de spise fisk til middag 3 ganger i uken eller mer, 42 % versus 16 %.

Matforsyningsstatistikken viser at inntaket av grønnsaker økte fra 61 til 74 kilo per person per år i perioden 1999-2012 (8). I Norkost 3 oppga 68 % at de spiser grønnsaker daglig (9). Det gjennomsnittlige inntaket av grønnsaker var rundt 150 gram per dag blant både menn og kvinner. Det er 100 g mindre enn det som anbefales. Mindre enn en femtedel av deltagerne i Norkost 3 spiste mer enn 250 gram grønnsaker per dag. Det var en ganske mye høyere andel blant de eldste deltagerne i Norkost 3 (60-70 år) enn de yngste (18-29 år) som oppga at de spiste grønnsaker daglig, 76 % versus 57 %. Vi fant også en relativ stor forskjell i forhold til utdanning, 60 % av de med grunn- og videregående skole oppga å spise grønnsaker daglig, mens andelen hos de med høyskole- og universitetsutdanning var 74 %.

## 2.3 Konklusjon = vi må spise mer

På bakgrunn av den kunnskapen vi har i dag om den positive helsemessige effekt av fisk og grønnsaker og om hvor mye som spises av disse matvarer i den norske voksne befolkningen så er konklusjonen helt klart at vi må spise mer fisk og grønnsaker . Utfordringen i forhold til inntak av grønnsaker er nok større enn i forhold til inntaket av fisk hvor Norge tradisjonelt har vært blant høykonsumentlandene i Europa.

## Referanser

- (1) Nasjonalt råd for ernæring. Kostråd for å fremme folkehelsen og forebygge kroniske sykdommer. Metodologi og vitenskapelig kunnskapsgrunnlag. 2011
- (2) <http://helsedirektoratet.no/folkehelse/ertering/Sider/default.aspx>. Dato:211114
- (3) Nytte- risikovurdering av fisk i norsk kosthold – en oppdatering av rapport fra 2006 basert på ny kunnskap. Vitenskapskomiteen for mattrygghet. 2014
- (4) Wang X, Quyang Y, Liu J, Zhu M, Zhao G, bao W, Hu FB. Fruit and vegetable consumption and mortality from all causes, cardiovascular disease, and cancer: systematic review and dose-response meta-analysis of prospective cohort studies. *BMJ* 2014;349
- (5) World cancer Research Fund & American Institute for Cancer Research. Food, Nutrition, Physical Activity and the Prevention of Cancer: a Global perspective. 2007
- (6) [http://www.dietandcancerreport.org/cup/current\\_progress/colorectal\\_cancer.php](http://www.dietandcancerreport.org/cup/current_progress/colorectal_cancer.php). Dato: 211114
- (7) EUFIC Review 01/2012: Fruit and vegetable consumption in Europe – do Europeans get enough? European food information council (EUFIC), 2012 (8) European Nutrition and Health Report 2009
- (8) Helsedirektoratet. Utviklingen i Norsk kosthold 2013. 2014
- (9) Totland TH, Melnæs BK, Lundberg-Hallen N, Helland-Kigen KM, Lund-Blix NA, Myhre JB, Johansen AMW. Løken EB. Andersen LF. Norkost 3. En landsomfattende kostholdsundersøkelse blant men og kvinner



## 3 Hva kjennetegner forbrukernes preferanser, prioriteringer og praksiser knyttet til fisk og grønnsaker

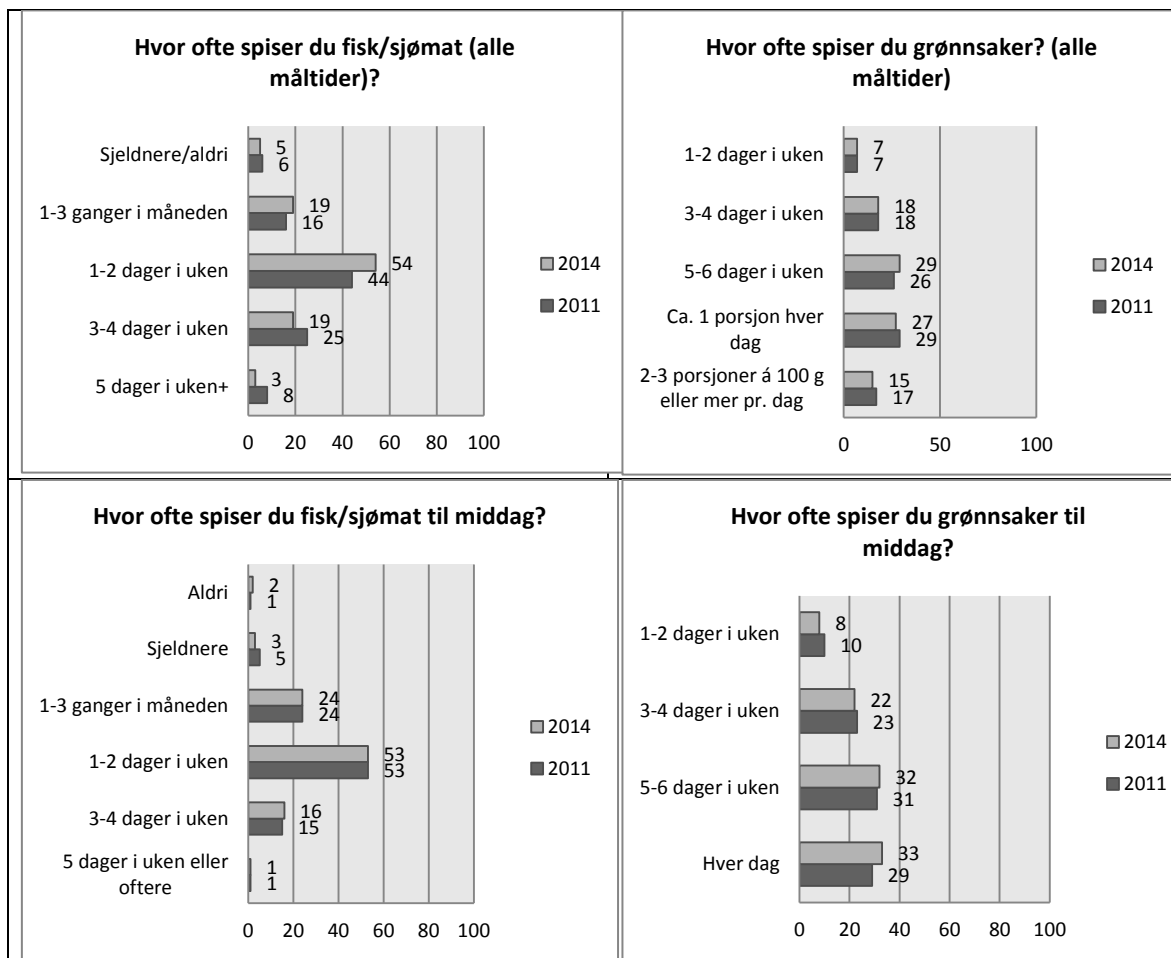
*Annechen Bahr Bugge  
Statens institutt for forbruksforskning (SIFO)*

En viktig målsetting med HealthMeal-prosjektet har vært å identifisere muligheter og begrensninger for å foreta helseaktive valg. Utviklingen i det norske matvanemønsteret har vist både positive og negative trekk de senere årene. Blant positive trekk kan nevnes økt interesse for og etterspørsel etter sunn mat. Da vi startet prosjektet i 2010, spiste imidlertid forbrukerne langt mindre fisk og grønnsaker enn helsemyndighetene anbefalte (Helsedirektoratet 2010). Hvordan har så utviklingen i forbruksmønsteret av disse produktgruppene vært i prosjektperioden: Hvor stor andel av forbrukerne spiser den mengden helsemyndighetene anbefaler? Hvilke faktorer er det forbrukerne mener begrenser dem i å øke forbruket, og har disse endret seg i løpet av prosjektperioden? Og hvordan er den ernæringsmessige statusen til fisk, sjømat og grønnsaker?

### 3.1 Hvor mange spiser den mengden fisk og grønnsaker helsemyndighetene anbefaler?

I følge Helsedirektoratet bør inntaket av fisk og sjømat tilsvare 3-4 middagsporsjoner i uken (300-400 gram). Denne anbefalingen støttes også av VKM (Vitenskapskomiteen for mattrygghet) (VKM 2014). Videre anbefales det 2-300 gram grønnsaker daglig. I denne anbefalingen inkluderes ikke poteter, belgvekster, nøtter, frø og krydder.

Tall fra *Norsk Sjømatråd* (2014) viser at det har vært en økning i salget av fisk og sjømat. I 2010 ble det solgt 90 244 tonn fisk og sjømat til det norske markedet. Dette hadde økte til 92 941 tonn i 2013. Tallene for 2014 viser imidlertid en svak nedgang. I løpet av de første 9 månedene er det solgt 66 483 tonn fisk og sjømat. Et lignende mønster kommer frem av *Opplysningskontoret for frukt og grønnsaker* sine tall. I 2010 ble det spist 48,11 kg pr. capita. Dette hadde økt til 50,66 kg pr. capita i 2013. Det vil altså si en økning på 5,3 prosent. Hvordan sammenfaller dette så med våre selvrapporterte data om spisefrekvens?



Figur 3-1 Hvor ofte spises fisk/sjømat og grønnsaker til hhv. alle måltider og middag. Prosent. N=2017 (2011). N=1004 (2014). Norstat 2011 og 2014

Som det kommer frem av figuren, rapporterte ikke forbrukerne om noen nevneverdig økning i spisefrekvens av fisk og grønnsaker – verken totalt eller som ingrediens i middagsmåltidet. Det må i denne sammenheng bemerkes at surveyen fra 2011 viste at fisk og grønnsaker var to ingredienser som i all hovedsak ble spist til middag.

*Bilde 1:* To av ti (22 prosent) spiste fisk eller sjømat tre dager i uken eller oftere. I 2011 var det 33 prosent som rapporterte at de hadde denne spisefrekvensen. 54 prosent spiste dette én til to dager i uken i 2014, mot 44 prosent i 2011. Selv om andelen som har en hyppig spisefrekvens har gått noe ned i perioden 2011-2014, har andelen som ukentlig spiser fisk og sjømat holdt seg stabil (76-77 prosent).

*Bilde 2:* Andelen som rapporterte at de spiste den mengden grønnsaker helsemyndighetene anbefaler (2-3 porsjoner á 100 gram) har heller ikke økt i perioden 2011 til 2014 (17-15 prosent). 29-27 prosent spiste ca. 1 porsjon grønnsaker hver dag i perioden 2011-2014. I 2014 var det altså 42 prosent som rapporterte at de daglig spiste grønnsaker.

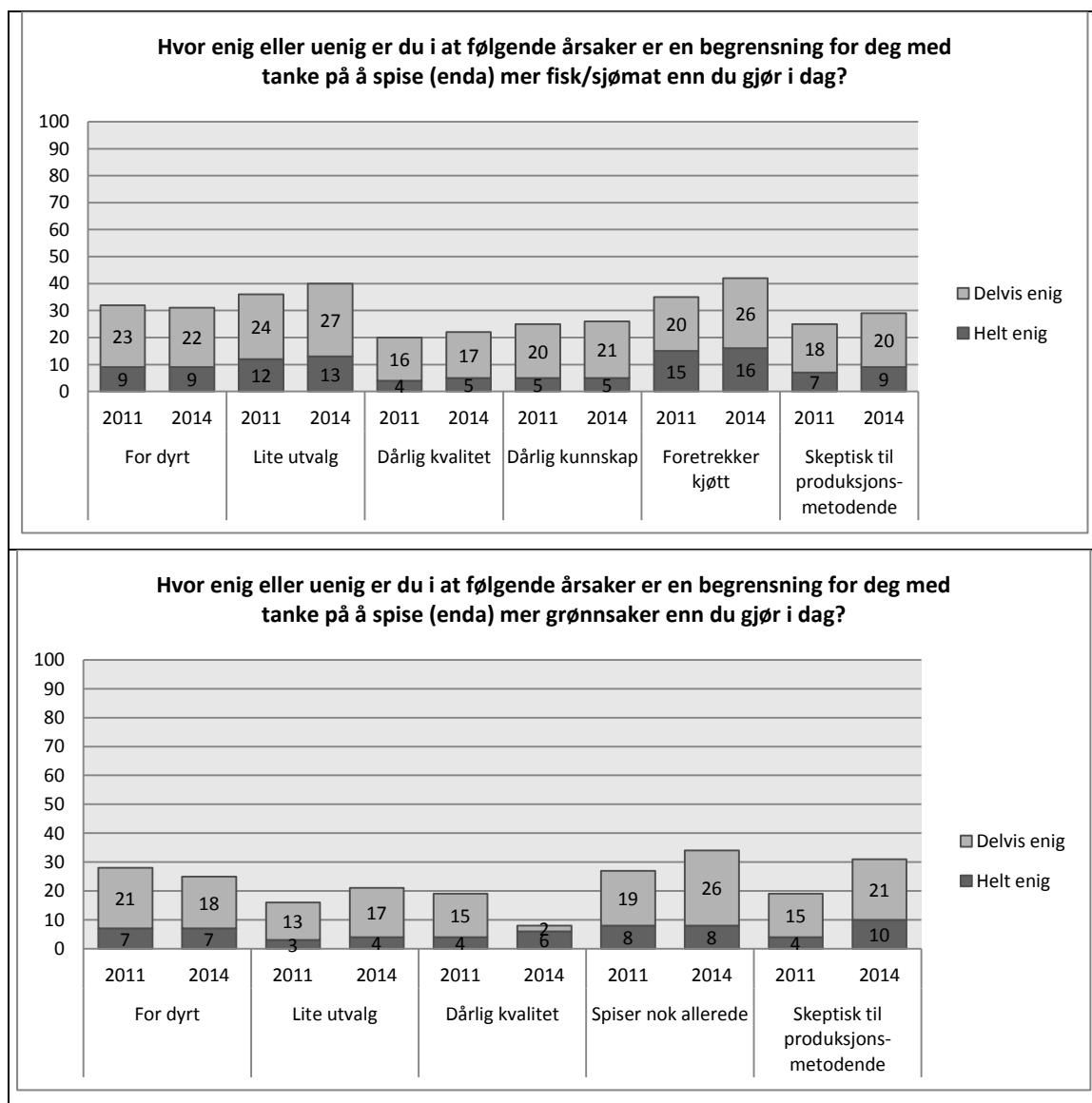
*Bilde 3:* I helsemyndighetenes anbefalinger blir kostråd om fisk og sjømat koblet til middagsmåltidet. Fisk og sjømat bør altså tilsvare 3-4 middagsporsjoner i uken (300-450 gram). Våre tall viste at det kun var 17 prosent som rapporterte at de spiste fisk eller sjømat til middag tre dager i uken eller oftere. Dette hadde ikke endret seg i prosjektperioden. Om lag halvparten (53 prosent) rapporterte at de spiste fisk eller sjømat til middag 1-2 dager i uken. 24 prosent spiste dette til middag 1-3 ganger i måneden.



Bilde 4: Det var langt flere som daglig spiste grønnsaker til middag (33 prosent) enn til dagens øvrige måltider (3-8 prosent). Andelen som daglig eller nesten daglig spiste grønnsaker til middag hadde heller ikke økt nevneverdig i perioden 2011 til 2014. 65 prosent spiste grønnsaker til middag 5 dager i uken eller oftere. 22 prosent spiste dette 3-4 dager i uken. De aller fleste spiser altså grønnsaker til middag relativt ofte.

### 3.2 Hvilke faktorer er det som begrenser spisefrekvens av fisk og grønnsaker, og har dette endret seg i prosjektperioden

En viktig målsetting i prosjektet var å avdekke hvorvidt det var individuelle, sosiale eller strukturelle faktorer som ble oppfattet som særlig begrensende for å øke inntaket av fisk og grønnsaker. Blant mulige svarkategorier var følgende: For dyrt, lite utvalg, dårlig kvalitet, tidkrevende å tilberede, dårlig kunnskaper, smaker ikke godt, spiser nok allerede, produktene lite tilpasset mitt spisemønster/hushold, skeptisk til produksjonsmetoder, ikke vant til å spise, de jeg bor/lever sammen med liker ikke, glemmer å spise grønnsaker, foretrekker kjøtt.



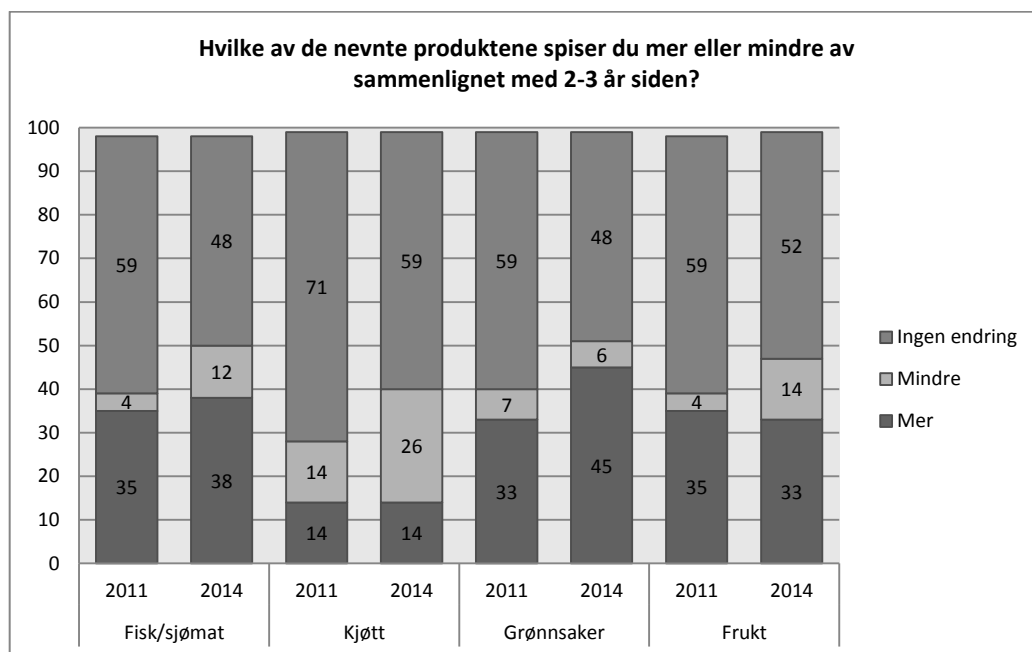
Figur 3-2 Andel som er helt eller delvis enig i de nevnte utsagnene. Prosent. N=2017 (2011). N=1004 (2014). Norstat 2011 og 2014

*Bilde 1:* Det er generelt små endringer i oppfatningene om hva som begrenser økt inntak av fisk og sjømat i perioden 2011 til 2014. Et unntak er andelen som rapporterer at de foretrekker kjøtt fremfor fisk. I 2011 var det 35 prosent som mente dette begrenset dem i å øke inntaket, mot 42 prosent i 2014. Det var også en liten økning i andelen som rapporterte at skepsis til produksjonsmetodene var en viktig årsak til at de ikke økte inntaket (25-29 prosent). Videre var det en svak økning i andelen som mente lite utvalg av fisk og sjømat begrenset dem (36-40 prosent). Det var hhv 29 prosent, 26 prosent og 22 prosent som mente pris, kunnskaper eller kvalitet begrenset økt spisefrekvens.

*Bilde 2:* Den vanligste begrunnelsen for ikke å øke inntaket av grønnsaker, var altså at man mente man allerede spiste nok. Dette hadde økt fra 27 prosent i 2011 til 34 prosent i 2014. Det var også en økende andel som mente skepsis til produksjonsmetodene var en begrensende faktor. Fra 19 prosent i 2011 til 31 prosent i 2014. Omvendt var det færre som mente pris eller dårlig kvalitet var viktige årsaker til at de ikke spiste mer grønnsaker. Det var for eksempel 19 prosent som mente dårlig kvalitet begrenset dem i 2011, mot 10 prosent i 2014.

### 3.3 Hvordan er den ernæringsmessige statusen til fisk og grønnsaker

Spørsmålet om hvorvidt respondentene oppfatter at de spiser mer eller mindre av noen utvalgte produkter, hadde ikke som hovedmål å avdekke hvorvidt spisefrekvensen faktisk hadde økt eller minket, men å avdekke hvilken ernæringsmessig status de utvalgte produktene hadde blant forbrukerne. Videre ønsket vi å avdekke hvorvidt det hadde skjedd endringer i de utvalgte produktenes status i perioden 2011 til 2014.



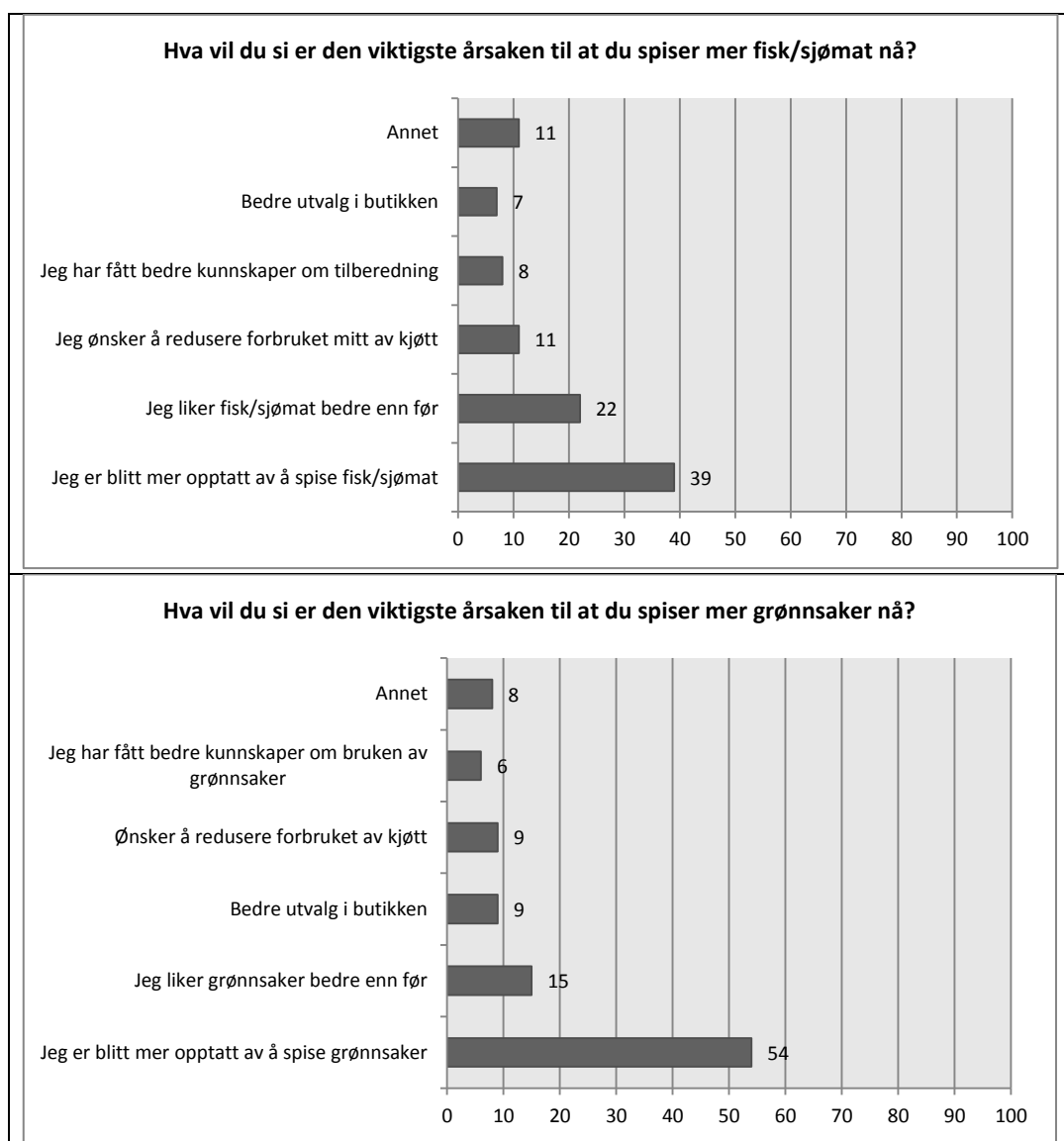
**Figur 3-3 Hvilke av de nevnte produktene spiser du mer eller mindre av sammenlignet med 2-3 år siden? Prosent. N=2017 (2011). N=1004 (2014). Norstat 2011 og 2014**

Det er altså få som mener de har økt inntaket av hhv fisk/sjømat (35-38 prosent) og kjøtt (14 prosent) i perioden 2011 til 2014. Andelen som mente de hadde redusert inntaket av fisk og sjømat hadde imidlertid økt fra 4 prosent i til 12 prosent i løpet av denne perioden. Tilsvarende var det en økning i andelen som mente de spiste mindre kjøtt (14 til 26 prosent).

Selv om salgstall og spisefrekvens av grønnsaker ikke hadde økt nevneverdig i perioden, viste våre tall at det hadde vært en økning i andelen som mente de spiste mer grønnsaker. Fra

33 prosent i 2011 til 45 prosent i 2014. Det var få som mente de spiste mindre (7-6 prosent). Slik er det ikke for frukt. Det har i perioden 2011 til 2014 vært en økning i andelen som mener de spiser mindre frukt; fra 4 prosent til 14 prosent.

Det var altså langt flere som mente de spiste mindre kjøtt (26 prosent) enn det som var tilfellet for grønnsaker (6 prosent), fisk/sjømat (12 prosent) og frukt (14 prosent). Videre var det langt flere som mente de spiste mer grønnsaker (45 prosent), fisk /sjømat (38 prosent), frukt (33 prosent) enn det som var tilfellet for kjøtt (14 prosent). Og hva var så årsaken til at så mange rapporterte om økt spisefrekvens?



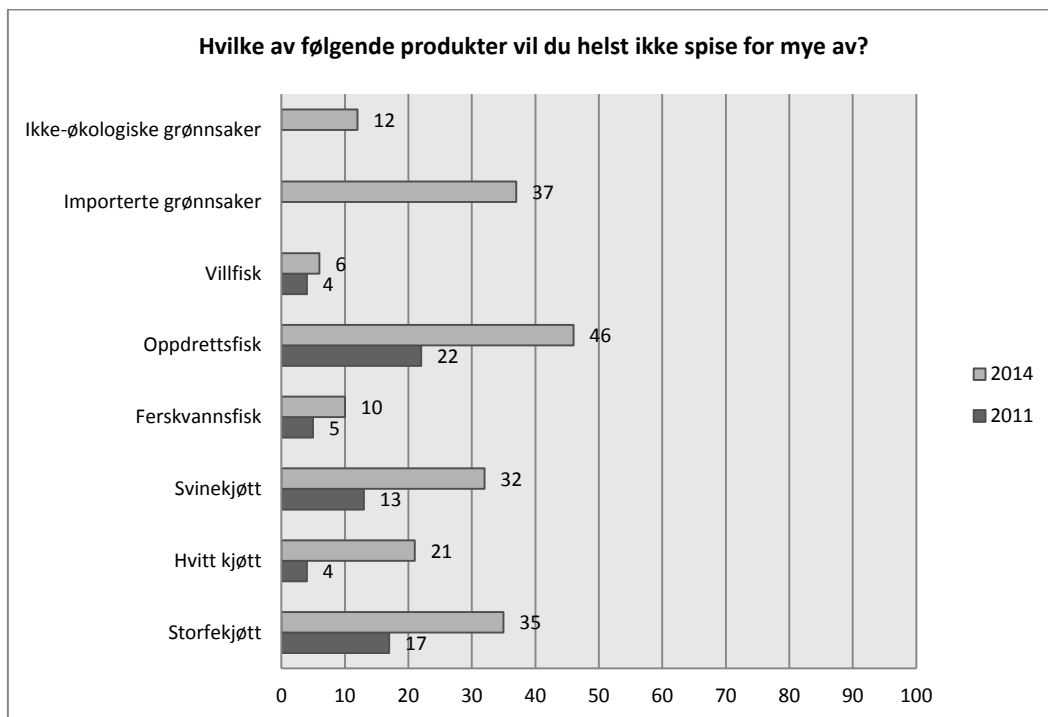
**Figur 3-4** Hva er den viktigste årsaken til at man ikke spiser hhv mer fisk/sjømat og grønnsaker. Prosent. N=2017 (2011). N=1004 (2014). Norstat 2011 og 2014

Svarene vi fikk på spørsmålet om hvorfor man hadde økt inntaket av hhv fisk/sjømat og grønnsaker viste med all tydelighet at disse to produktgruppene hadde fått økt ernæringsmessig status. Dette var særlig tydelig for grønnsaker. Så mange som 54 prosent svarte altså at den viktigste årsaken til økt inntak var: «Jeg er blitt mer opptatt av å spise grønnsaker». Det var 39 prosent som svarte at de var blitt mer opptatt av å spise fisk og sjømat. Det var også en betydelig andel (22 prosent) som begrunnet økt spisefrekvens med at de likte fisk og sjømat bedre enn tidligere. Videre var det 11 prosent som mente årsaken var at de ønsket å redusere

sitt inntak av kjøtt. Det var 8 prosent og 7 prosent som mente hhv bedre kunnskaper om tilberedning og bedre utvalg i butikken var den viktigste årsaken.

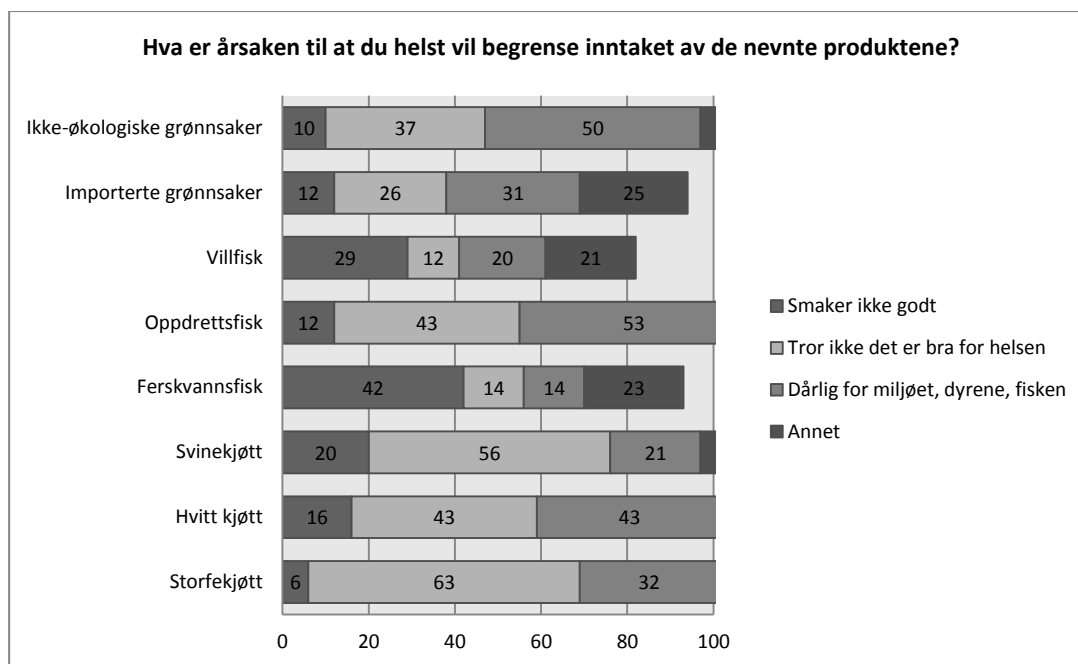
For grønnsaker var økt spisefrekvens i all hovedsak begrunnet med økende opptatthet av å spise dette. 15 prosent svarte imidlertid at den viktigste årsaken til å spise mer var at de likte grønnsaker bedre enn før. Det var 9 prosent som mente hhv bedre utvalg i butikken og at man ønsket å redusere forbruket av kjøtt var den viktigste årsaken til økt spisefrekvens av grønnsaker. 6 prosent mente den viktigste årsaken til økt spisefrekvens var at de hadde fått bedre kunnskaper om bruken av grønnsaker.

Et annet spørsmål som avdekker ingredienser og produkters ernæringsmessige status er hvorvidt de er å betrakte som noe man helst vil begrense inntaket av, samt årsaken til at man ønsker begrenset inntak.



**Figur 3-5 Hvilke av følgende produkter vil du helst ikke spise for mye av. Prosent. N=2017 (2011). N=1004 (2014). Norstat 2011 og 2014**

Som det kommer frem av figuren, har det vært en økende skepsis til en rekke kjøtt- og fiskeprodukter i perioden 2011 til 2014. Det som topper listen over hva forbrukerne helst vil begrense inntaket av i 2014 var altså oppdrettsfisk (46 prosent). Deretter følger importerte grønnsaker (37 prosent), storfekjøtt (35 prosent), svinekjøtt (32 prosent), hvitt kjøtt (21 prosent), ikke-økologiske grønnsaker (12 prosent), ferskvannsfisk (10 prosent), og villfisk (6 prosent). Det må nevnes at surveyen ble utført i den perioden saken om anti-resistente bakterier i kylling fikk stor oppmerksomhet i mediene. I 2011 var det kun 4 prosent som mente de helst ville begrense inntaket av hvitt kjøtt. Hva er så årsaken til at forbrukerne helst vil begrense inntaket av disse produktene?



**Figur 3-6** Hva er årsaken til at du helst vil begrense inntaket av de nevnte produktene? Prosent. N=2017 (2011). N=1004 (2014). Norstat 2011 og 2014

Betraktninger omkring helse, miljø og dyre-/fiskevelferd er de viktigste begrunnelsene for en rekke av produktene. Andelen som helst begrenset inntaket av følgende produkter fordi de mente det ikke var bra for helsen, var hhv 63 prosent for storfekjøtt, 56 prosent for svinekjøtt, 43 prosent for hvitt kjøtt, 43 prosent for oppdrettsfisk og 26 prosent for ikke importerte grønnsaker.

Bekymring for miljø og fiskevelferd var en viktig årsak til at man helst ville begrense inntaket av oppdrettsfisk (53 prosent). Det samme gjaldt ikke-økologiske grønnsaker (50 prosent). Andelen som var bekymret for miljø og dyrevelferd var også høyere for hvitt kjøtt (43 prosent) enn for storfekjøtt (32 prosent). Miljøbetraktninger var også en viktig årsak til at man ønsket å begrense inntaket av importerte grønnsaker (31 prosent) og svinekjøtt (21 prosent).

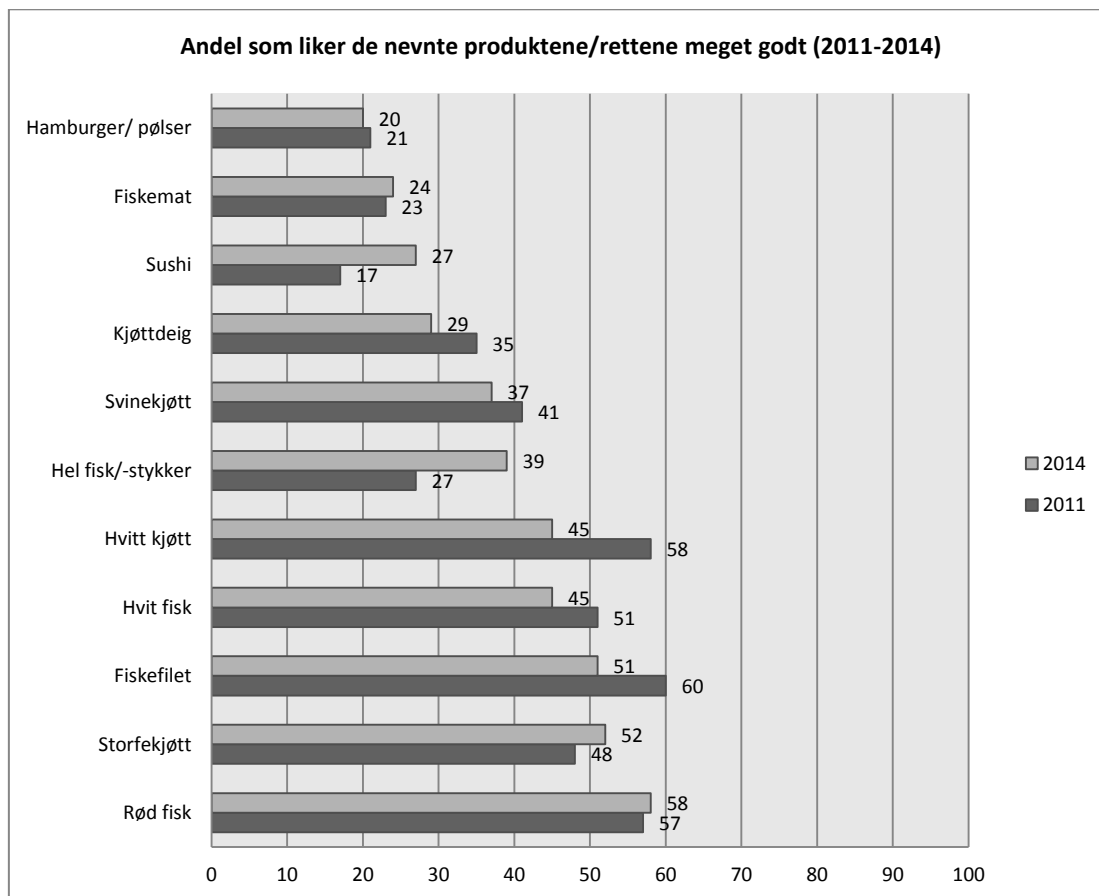
Med unntak av ferskvannsfisk (42 prosent), villfisk (29 prosent) og svinekjøtt (20 prosent), var det relativt få som svarte at årsaken til at man ville begrense inntaket skyldtes at produktene «ikke smakte godt». Som vist, var det relativt mange som mente at de foretrakk kjøtt fremfor fisk. Storfekjøtt var også det produktet færrest (6 prosent) mente ikke smakte godt.

Når det gjelder «annet»-kategorien var den relativt stor for importerte grønnsaker (25 prosent), ferskvannsfisk (23 prosent) og villfisk (21 prosent). Det betyr altså at vi for disse produktene ikke har greid å fange opp alle de viktigste begrunnelsene for å begrense forbruket.

### 3.4 Hvilke fiskeprodukter og -retter er best likt, og hvordan er spisefrekvensen av utvalgte produkter og retter

Flere teoretikere har beskrevet hvordan smakspreferanser er nært knyttet til ernæringsmessig kunnskap, samt hvilke verdier som etterstrebes (Montanari 2006). Når fett og sukker er noe forbrukerne finner stadig mindre smakfullt, kan dette altså ses i lys av økt kunnskap om de negative helsemessige effektene disse har for kropp og helse. I vår helseverdsettende kultur har dessuten god helse og en slank kropp blitt noe stadig flere etterstreber (Bugge 2012 og

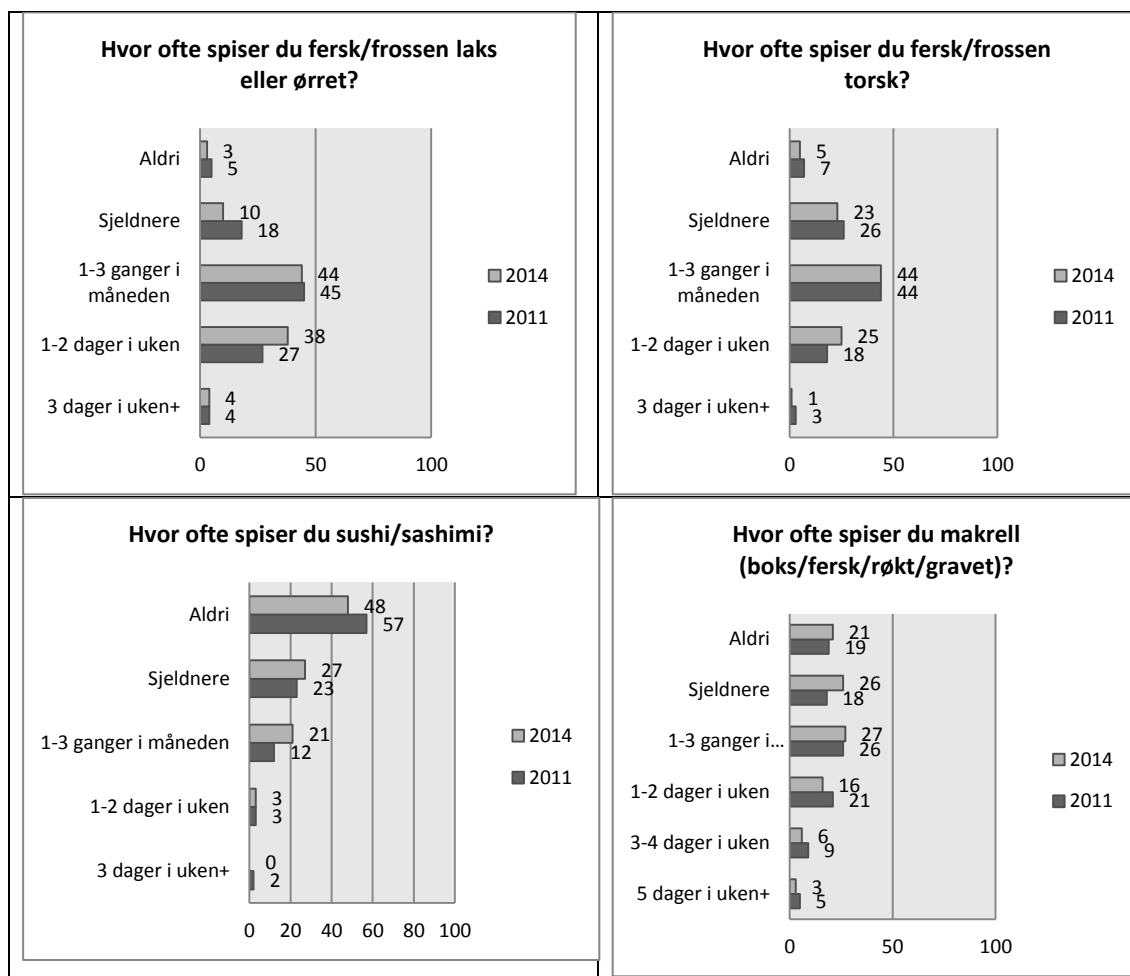
2014). På bakgrunn av slike betraktninger er det grunn til å tro at fisk og grønnsaker generelt er noe som scorer høyt på listen over hva forbrukerne mener smaker meget godt.



**Figur 3-7** Andel som mente de nevnte produktene/rettene smakte «meget godt». Prosent. N=2017 (2011). N=1004 (2014). Norstat 2011 og 2014

Som antatt, scorete fisk- og grønnsaksprodukter generelt høyt på listen over hva forbrukerne mente smakte «meget godt» og «ganske godt». Unntaket var fiskemat at typen fiskeboller, -pudding og -kaker. SIFO-studier har vist at ferdigmat og farseprodukter (både av fisk og kjøtt) er noe stadig færre uttrykker preferanse for (Bugge, Lillebø og Lavik 2009). Det samme gjelder en mye brukt ingrediens som kjøttdeig. Videre kommer det frem at forbrukerne legger stadig mer vekt på å ha et råvarebasert kosthold basert på ferske, friske råvarer (Bugge 2012). Når en matrett som sushi kommer relativt langt ned på listen over hva forbrukerne mener smaker «meget godt», skyldes nok dette først og fremst at denne retten fremdeles er for eksotisk for en stor andel av forbrukerne.

Fiskefilet (uten skinn og bein) (60 prosent), hvitt kjøtt (58 prosent) og rød fisk (57 prosent) topet listen over hva forbrukerne mente smakte meget godt i 2011. Det var langt færre som mente fiskefilet (45 prosent) og hvitt kjøtt (45 prosent) smakte meget godt i 2014. Det er også færre som ga uttrykk for at de synes hvit fisk smakte meget godt. Fra 51 prosent i 2011 til 45 prosent i 2014. For rød fisk var det ingen endring. Omvendt ser man at det har vært en økende andel som gir uttrykk for at de liker hel fisk og fiskestykker meget godt. Fra 27 prosent i 2011 til 39 prosent i 2014. Det samme gjelder sushi og sashimi. I 2011 var det 17 prosent som mente dette smakte meget godt, mot 27 prosent i 2014. Mens rene fisk-/kjøttprodukter (45-58 prosent) topet smakshierarkiet, er produkter basert på fisk- og kjøttfarse nederst i hierarkiet (20-24 prosent).



Figur 3-8 Hvor ofte spises de nevnte produktene/rettene? Prosent. N=2017 (2011). N=1004 (2014). Norstat 2011 og 2014

*Bilde 1:* Selv om mange altså uttrykker skepsis til oppdrettsfisk, så er altså fersk eller frossen laks/ørret det mest spiste fiskeproduktet. 42 prosent rapporterte at dette var noe de spiste én gang i uken eller oftere. Det har også vært en liten økning i spisefrekvens i perioden 2011 til 2014. I 2011 var det 31 prosent som spiste fersk eller frossen laks/ørret ukentlig.

*Bilde 2:* Videre er fersk eller frossen torsk det forbrukerne har høyest spisefrekvens av. Det var 26 prosent som svarte at dette var noe de spiste én gang i uken eller oftere. Det har ikke vært noen nevneverdig økning i perioden 2011 til 2014.12.10

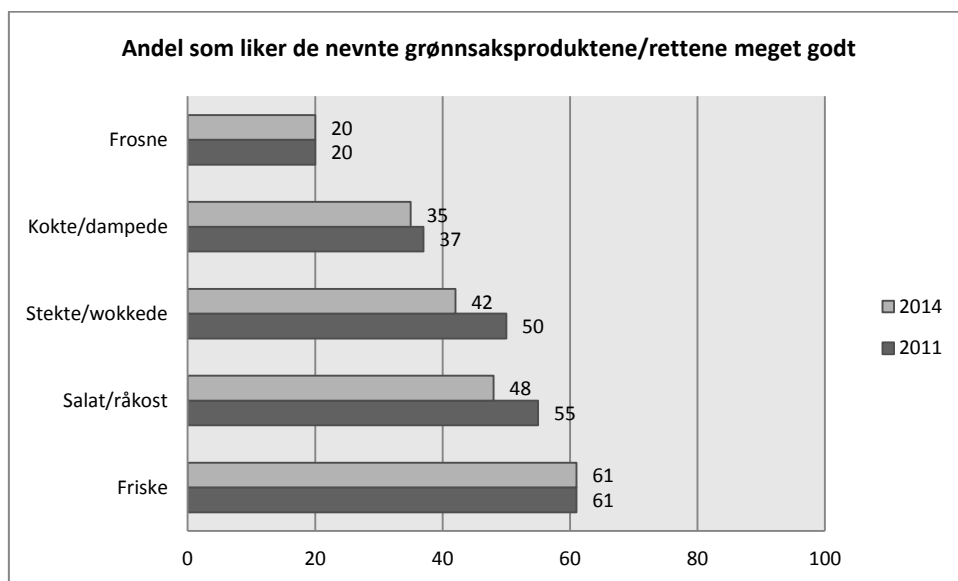
*Bilde 3:* I likhet med mange andre vestlige land, har sushi og sashimi blitt en stadig mer populær rett også i Norge (Bugge og Lavik xxxx). Av våre tall fremkommer det imidlertid at en matrett basert på blant annet rå fisk og sjøgress, fremdeles oppfattes som relativt fremmedartet av mange forbrukere. I 2011 var det 57 prosent som svarte at dette var noe de aldri spiste. Denne andelen hadde falt til 48 prosent i 2014. Det er også en matrett som få spiser ukentlig (3-5 prosent). I perioden 2011 til 2014 har andelen som regelmessig spiser sushi eller sashimi (1-3 ganger i måneden) økt fra 12 til 21 prosent.

*Bilde 4:* Det var langt flere som spiste fisk eller sjømat én gang i uken eller oftere til middag (70 prosent) enn til frokost (13 prosent) og lunsj (23 prosent). Et relativt mye brukt fiskepållegg er makrell i tomat. Vårt spørsmål inkluderer imidlertid også røket, gravet og fersk makrell. I 2014 var det 25 prosent som spiste denne type makrellprodukter ukentlig. Det har vært en svak nedgang i perioden 2011 til 2014. I 2011 var det hhv 36 prosent og 32 prosent

som spiste makrell (boks/røket/gravet/fersk) eller kaviar. Det ble ikke spurt om spisefrekvens av kaviar i 2014.

### 3.5 Hvilke tilberedningsteknikker og grønnsaksretter er best likt, og hvordan er spisefrekvensen av disse

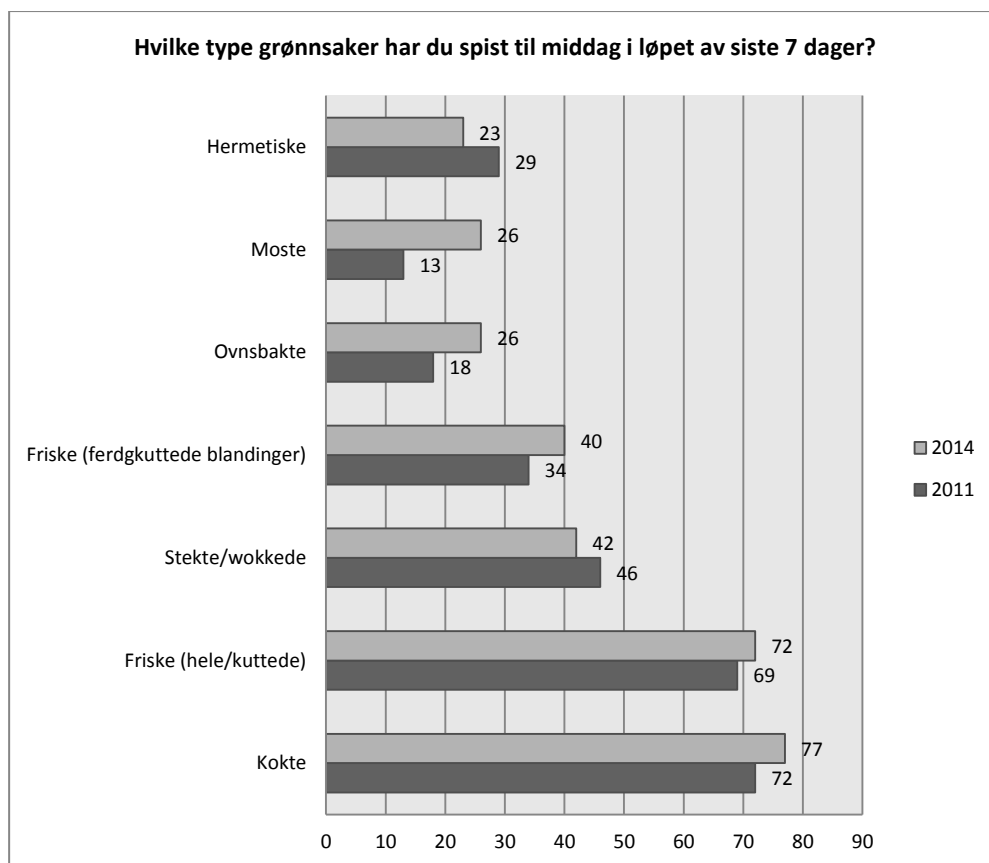
Som nevnt, legger forbrukerne stadig mer vekt på at maten de kjøper er fersk og frisk. Studier av nordmenns middagsvaner, har også vist at det de seneste par årene har det vært en økende interesse for tradisjonelle norske matretter (Bugge 2006 & 2012). Samtidig synes interessen for det som gjerne betegnes som utenlandsk og eksotisk mat å ha flatet ut. Flere SIFO-studier har vist at de tradisjonelle grønnsakene og tilberedningsteknikkene er mest utbredt (Bugge, Lillebø og Lavik 2008,



**Figur 3-9** Andel som liker de nevnte grønnsaksproduktene og -rettene meget godt. Prosent. N=2017 (2011). N=1004 (2014). Norstat 2011 og 2014

Det som toppet listen over hvilke grønnsaker og -retter forbrukerne mente smakte meget godt, var friske grønnsaker (61 prosent). Det var ingen endring fra 2011 til 2014. Salat//råkost var også noe mange mente smakte meget godt. Det var imidlertid færre som mente dette i 2014 (48 prosent) enn i 2011 (55 prosent). Det samme gjaldt for stekte og wokkede grønnsaker. I 2011 var det 50 prosent som mente dette smakte meget godt, mot 42 prosent i 2014. Andelen som mente kokte eller dampede grønnsaker smakte meget godt hadde ikke endret seg (35-37 prosent). Det samme gjaldt andelen som mente frosne grønnsaker smakte meget godt (20 prosent).





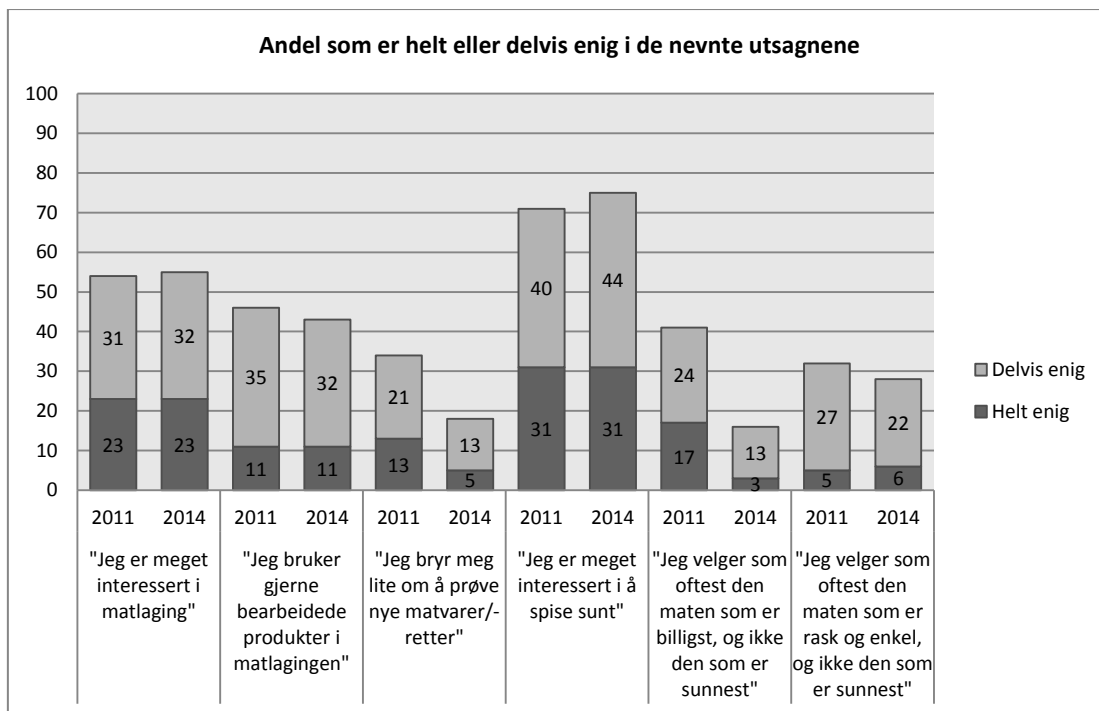
**Figur 3-10** Hvilke type grønnsaker/grønnsaksretter har du spist til middag i løpet av siste 7 dager? Prosent. N=2017 (2011). N=1004 (2014). Norstat 2011 og 2014

Våre tall viser at forbrukerne benytter seg av mange forskjellige tilberedningsteknikker av grønnsaker brukt i middagsretter. Det vanligste er å koke eller dampe dem. Dette har også vist økende tendenser i perioden 2011 til 2014. Andelen som svarte at de hadde spist denne type grønnsaker til middag i løpet av siste 7 dager hadde økt fra 72 til 77 prosent i denne perioden. Svært mange (72 prosent) hadde også spist friske grønnsaker til middag. Dette hadde holdt seg relativt stabilt i perioden 2011-2014. Andelen som hadde spist stekte eller wokkede til grønnsaker sist uke, var 46 prosent i 2011 og 42 prosent i 2014. Bruken av ferdigkuttete grønnsaksblandinger hadde økt fra 34 til 40 prosent. Videre var det tydelig at bruken av ovnsbakte og moste grønnsaker var noe som hadde hatt økende popularitet (13-18 prosent til 26 prosent). Omvendt var det noen færre som hadde spist hermetiske grønnsaker i 2014 (23 prosent) enn i 2011 (29 prosent).

De mest spiste grønnsakene er tomat, agurk, gulrøtter, salat, løk og paprika. I 2011 var det 51-36 prosent som svarte at de spiste disse grønnsakene tre ganger i uken eller oftere. Den siste Spisefakta (2014) viser de samme tendensene.

### 3.6 Hvordan har matkulturelle preferanser og prioriteringer endret seg i perioden 2011 til 2014

Det er særlig to trekk som har preget matforbrukernes preferanser og prioriteringer de seneste par årene. Det ene dreier seg om den økende opptattheten av å ha et sunt og helseorientert kosthold, og det andre er ønsket om mest mulig hjemmelagde måltider basert ferske, friske råvarer (Bugge 2012 & 2014). For å få kunnskaper om hvordan forbrukerne tenker omkring disse forholdene formulerte vi noen påstander som respondentene måtte ta stilling til.



**Figur 3-11** Andel som er helt eller delvis enig i de nevnte utsagnene. Prosent. N=2017 (2011). N=1004 (2014). Norstat 2011 og 2014

I likhet med flere andre SIFO-studier (Bugge 2012 & 2014), viser også våre tall at helse og sunnhet har høy prioritet hos matforbrukerne. Det var altså 75 prosent som svarte at de var helt eller delvis enig i utsagnet: «Jeg er meget interessert i å spise sunt». I 2011 var det 71 prosent som var helt eller delvis enig. Det er interessant å se at andelen som var helt eller delvis enig i utsagnet: «Jeg velger den maten som er billigst, og ikke den som er sunnest» hadde hatt en signifikant nedgang i perioden 2011 til 2014. Fra 41 prosent til 16 prosent. Det var også relativt få (32-28 prosent) som var helt eller delvis enig i utsagnet: «Jeg velger som oftest den maten som er rask og enkel, og ikke den som er sunnest».

Interessen for matlaging har ikke endret seg i perioden i perioden 2011 til 2014. Andelen som svarte at de var helt eller delvis enig i utsagnet: «Jeg er meget interessert i matlaging» var 54-55 prosent). Av Norske Spisefakta (2014) kommer det frem at en av de kvalitetsegenskapene som forbrukerne legger mest vekt på, er at maten de kjøper er fersk og frisk. Videre kommer det frem at svært mange er opptatt av å begrense inntaket av ferdigmat (74 prosent). Det er kun sukkerholdige leskedrikk (80 prosent) som får høyere score. Våre tall viser imidlertid at 46-43 prosent var helt eller delvis enig i utsagnet: «Jeg bruker gjerne bearbejdede produkter i matlagingen». Det bør imidlertid bemerkes at på listen over hva forbrukerne uttrykte preferanse for («smaker meget godt») kom altså ferske, friske, rene fiske- og kjøttprodukter langt høyere opp på listen enn produkter som var basert på fiske- og kjøttfarse.

I likhet med mange andre vestlige land, har sushi og sashimi blitt stadig mer utbredt i Norge (Bugge og Lavik 2010). Som vist, er nok ingrediensene og smakskombinasjonene fremdeles nokså uvante for de aller fleste. Det å være åpen for nye matvarer og -retter er imidlertid en viktig orientering for mange av dagens matforbrukere. Dette kommer også frem av våre tall. Det har vært en signifikant nedgang i andelen er helt eller delvis enig i utsagnet: «Jeg bryr meg lite om å prøve nye matvarer/-retter». I 2011 var det 34 prosent som var helt eller delvis enig i dette utsagnet, mot 18 prosent i 2014.

## 3.7 Konklusjon

Resultatene fra vår studie viser at Helsemyndighetenes anbefalinger om 3-4 middagsporsjoner (3-400 gram) fisk og sjømat i uken, samt 2-3 grønnsaksporsjoner (2-300 gram) daglig kun oppfylles av et mindretall. Det var altså 22 prosent som svarte at de spiste fisk og sjømat til middag 3 dager i uken eller oftere. Andelen som spiste 2-3 porsjoner grønnsaker daglig var 15 prosent. Det er altså et stykke igjen før de ernæringspolitiske målsettingene er nådd.

### 3.7.1 Fisk og sjømat

På spørsmål om hva som begrenset økt inntak av fisk og sjømat, var det 40 prosent som svarte «lite utvalg i butikken». Det var imidlertid tydelig at kjøtt – og særlig storfekjøtt – er en konkurrent til fisk på tallerkenen. Med unntak av rød fisk, var det ingen av de andre produktene eller matrettene forbrukerne uttrykte like store sans for. Fra 2011 til 2014 var det også en økende andel som mente denne type kjøtt smakte meget godt. Det var derfor ikke så overraskende at så mange som 42 prosent mente en viktig begrensning for å spise mer fisk og sjømat, var at de foretrakk kjøtt. Pris og kunnskap ble ikke oppfattet som en like stor begrensning. Det gjorde heller ikke skepsis til produksjonsmetoder.

Når kjøtt synes å være så fristende, og kjøttforbruket har vært økende de senere årene må dette ses i lys av flere forhold. For det første den økende velstand. På 1950-tallet brukte en gjennomsnittsfamilie om lag 40 prosent av husholdets inntekt på mat. I dag er dette redusert til 10-11 prosent (SSB 2014).<sup>1</sup> De siste tiårene har det også vært en betydelig økning i det norske kjøttforbruket. På 1990-tallet spiste vi i gjennomsnitt 50 kg kjøtt i året, og i dag spises det om lag 70 kg.<sup>2</sup> En sammenligning av de mest brukte middagsrettene på 1980-tallet og midten av 2000-tallet viser at mange av kjøtt-/fiskefarsmiddagene, suppe, grøt og pannekaker er byttet ut med rent rødt og hvitt kjøtt i form av fileter og lignende (Fürst 1985, Bugge 2006). Det er også verdt å bemerke at en kartlegging av matreklame på tv viste at kjøtt og kjøttvarer var den matvaren det ble vist flest reklamer for (Rosenberg & Vittersø 2014). Den store interessen for LCHF-dietten gjennom 2000-tallet, kan nok også kobles til økt kjøttforbruk. Fra midten av 2000-tallet og frem til i dag har man for eksempel sett en betydelig økende andel som er opptatt av å redusere inntaket av karbohydratrike produkter som brød, poteter, pasta og ris. Samtidig har man sett en signifikant nedgang i andelen som er opptatt av å begrense fett. Et fremtredende budskap fra formidlere av denne dietten var nettopp å bytte ut karbohydratrike produkter med fete meieri- og kjøttprodukter. Det ble beskrevet som både sunt og slankende (Bugge 2012).

I perioden 2011 til 2014 har det vært en betydelig økning i andelen som svarte at de helst ville begrense inntaket av oppdrettsfisk (22 prosent til 46 prosent). Det var noen flere som begrunnet dette med bekymring for hvilke konsekvenser produksjonsmetoden hadde for miljøet og fiskevelferd (53 prosent) enn for egen helse (43 prosent). Til tross for at mange er skeptiske til oppdrettsfisk, var likevel rød fisk det som toppet listen over hva forbrukerne mente smakte meget godt. Videre kom det frem at 42 prosent spiste laks eller ørret til middag én eller flere ganger i uken. Spisefrekvensen av denne fisketypen hadde økt i prosjektperioden. Opptattheten av å øke inntaket av sunne fettstoffer og flere laks-/ørretprodukter i dagligvarebutikkene er nok viktige matkulturelle utviklingstrekk som fremmer salget av denne fisketypen. SIFO-surveyen (2014) viste at det som toppet listen over hvilke ingredienser forbrukerne var opptatt av å øke inntaket av nettopp var sunne fettyper (53 prosent). Deretter fulgte fiber (50 prosent) og proteiner (35 prosent).

<sup>1</sup> <https://ssb.no/fbu> (06.01.15)

<sup>2</sup>

[http://www.animalia.no/upload/Kj%C3%B8ttets\\_tilstand\\_2012/Statistikk\\_Forbruk\\_og%20forbrukerholdninger.pdf](http://www.animalia.no/upload/Kj%C3%B8ttets_tilstand_2012/Statistikk_Forbruk_og%20forbrukerholdninger.pdf) (06.01.15)

### 3.7.2 Grønnsaker

Til tross for at grønnsaksforbruket for de aller fleste er langt lavere enn det helsemyndighetene anbefaler, var den mest utbredte begrunnelsen for at man ikke hadde økt inntaket at man allerede spiste nok. Det var 31 prosent som svarte dette. Like mange mente årsaken var at de var skeptiske til produksjonsmetodene. Langt færre svarte at for dyrt (25 prosent), lite utvalg (21 prosent) eller dårlig kvalitet (8 prosent) var viktige årsaker til at inntaket av grønnsaker ble økt. Det var også tydelig at skepsisen til importerte grønnsaker var nokså stor. Det var 37 prosent som svarte at dette var noe de helst ville begrense inntaket av. Forbrukernes begrunnelser for hvorfor de ønsket å begrense inntaket av denne type grønnsaker var noe forskjellig. Det var 31 prosent som begrunnet det med hensyn til miljøet. 26 prosent mente denne type grønnsaker ikke var bra for helsen. Det var imidlertid også en relativt stor andel som svarte «annet».

Den andelen av forbrukerne som mente de spiste mer grønnsaker sammenlignet med 2-3 år siden, ble også spurt om hva som var årsaken til at de hadde økt forbruket sitt. I likhet med fisk og sjømat, var den vanligste begrunnelsen at man var blitt mer opptatt av å spise grønnsaker (54 prosent). Deretter fulgte begrunnelsen: «Jeg liker grønnsaker bedre enn før» (15 prosent). Det var få som mente økt forbruk skyldtes bedre utvalg i butikken (9 prosent) og bedre kunnskaper (6 prosent). Selv om stadig flere uttrykker interesse for å ha et vegetarisk spisemønster, er det svært få vegetarianere i Norge (Bugge 2012 og 2014). Det var også relativt få (9 prosent) som svarte at økt inntak av grønnsaker skyldtes et ønske om å redusere inntaket av kjøtt. I denne sammenheng er det også verdt å nevne at 11 prosent svarte at økt fisk- og sjømatinntak skyldtes et ønske om å redusere kjøttforbruket.

På bakgrunn av forbrukerpreferanser og -prioriteringer, er det grunn til å tro at kjøtt ikke bare er en stor konkurrent til fisk og sjømat, men også til grønnsaker. Selv om mange gir uttrykk for at de er opptatt av å øke inntaket av grønnsaker, synes det som om kjøtt har fått en stadig større plass på nordmenns tallerkener. Dette synes ikke først og fremst å skyldes strukturelle faktorer (pris, utvalg og kvalitet), men individuelle preferanser («smaker meget godt»). For å øke inntaket, må andelen som svarer at «jeg liker grønnsaker bedre enn før» bli betydelig høyere enn 15 prosent. Videre synes det som om at tilliten til importerte grønnsaker er nokså lav. Dette er nok også en viktig begrensning for økt inntak.

Vi synes også det var litt overraskende at de nye og tidsriktige tilberedningsformene av grønnsaker hadde tapt terreng de siste 4 årene. Dette gjaldt for eksempel bruken av salater, råkost, stekte og wokkede grønnsaker. Omvendt så man en betydelig økning i bruken av en mer tradisjonell tilberedningsteknikk; mosing. En av de mest solgte kjøkkenredskapene de seneste par årene er nettopp stavmikseren.<sup>3</sup> Antakelig kan den økende andelen som spiser moste grønnsaker knyttes til denne salgssuksessen. SIFO-studier viser at det er en økende interesse for tradisjonelle norske matretter blant forbrukerne. Videre er forbrukerne blitt stadig mer opptatt av å ha et spisemønster basert på ferske, friske råvarer – «hjemmelaget mat» (f.eks. Bugge 2006 & 2012). Våre tall viste at 55 prosent var helt eller delvis enig i utsagnet: «Jeg er veldig interessert i å lage mat». Dette tallet hadde holdt seg stabilt de siste 4 årene.

### 3.7.3 Veien videre

Når så mange som 75 prosent er helt eller delvis enig i utsagnet: «Jeg er meget opptatt av å spise sunt», samt at dette har vist en svak økning de siste 4 årene, er det liten grunn til å tro at man ikke kan lykkes i målsettingen om økt forbruk av fisk, sjømat og grønnsaker i befolkningen. Dette topper også listen over hva forbrukerne oppfatter som sunn mat, og svært mange gir uttrykk for at de ønsker å øke inntaket av disse matvarene. Det synes imidlertid

<sup>3</sup> [http://www.elektronikkbransjen.no/Fagbladet/Utgaver/2014-01/HVITT-OG-SMAATT-OEKTE-TO-PROSENT\(07.01.15\)](http://www.elektronikkbransjen.no/Fagbladet/Utgaver/2014-01/HVITT-OG-SMAATT-OEKTE-TO-PROSENT(07.01.15))

ikke som om pris, utvalg, kvalitet eller kunnskap er den største begrensningen eller utfordringen. Man må lykkes med å endre matforbrukernes store preferanse for (rødt) kjøtt. Ikke bare har nordmenns forbruk av kjøtt økt betraktelig de senere årene. Det er også en økende andel som uttrykker stor preferanse for kjøtt – og særlig rødt kjøtt. Det var for eksempel langt flere som uttrykte skepsis til oppdrettsfisk enn til kjøtt. Det var også noen flere som uttrykte skepsis til importerte grønnsaker enn fisk.

For å nå de ernæringspolitiske målsettingene vil det etter vårt syn være viktig å snakke frem fisk og grønnsaker – og dette gjelder særlig store produktgrupper som «oppdrettsfisk» og «importerte grønnsaker». Dette er produkter som har vært viet nokså mye negativ omtale i offentligheten de seneste par årene. Et eksempel er Geelmuydens (2013) mye omtalte bok «Sannheten må på bordet». Potensielle farer ved produksjon av fisk og grønnsaker blir dessuten ofte omtalt i mediene. En rekke SIFO-studier viser at denne type kommunikasjon har effekt på forbrukernes preferanser, prioriteringer og praksiser. Videre vil det selvfølgelig være fordelaktig om fisk, sjømat og grønnsaker i årene som kommer vil utgjøre en større andel av matreklamen norske forbrukere eksponeres for (Bugge & Rysst 2013). Som nevnt, viste altså en SIFO-studie (Rosenberg & Vittersø 2014) at kjøtt var det produktet det ble vist mest reklamer for.

## Referanser

- Bugge, A. (2014) *Kropprelatert matforbruk og helse*. I: Lavik, R. & E. Borgeraas *Forbruks-trender 2014. Sifo-survey*. Oslo: SIFO.
- Bugge, A. & M. Rysst (2013) *Usunne mat- og drikkereklamer rettet mot barn. En systematisk kartlegging av omfanget i utvalget mediekkanaler*. Rapport 5-2013. Oslo: SIFO.
- Bugge, A. (2012) *Spis deg sunn, sterk, slank, skjønn, smart, sexy... - finnes det en diett for alt?* Fagrapport nr. 4-2012. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning (SIFO).
- Bugge, A. & R. Lavik (2010) Eating Out: A multifaceted activity in contemporary Norway. *Food, culture & society. An International Journal of Multidisciplinary Research*, 13(2):215-240.
- Bugge, A., K. Lillebø & R. Lavik (2009) *Mat i farten. Muligheter og begrensninger for nye og sunnere spisekonsepter i hurtigmatmarkedet*. Fagrapport nr. 1-2009. Oslo: SIFO.
- Bugge, A., R. Lavik & K. Lillebø (2008) *Nordmenns brød- og kornvaner. I stabilitet og endring*. Fagrapport nr. 2-2008. Oslo: SIFO.
- Fürst, E. (1985) Vår matkultur: konflikt mellom det tradisjonelle og det moderne. Delrapport 4, *Mat: arbeid og kultur*, rapport nr. 92. Lysaker: Statens institutt for forbruksforskning (SIFO).
- Geelmuyden, N.C. (2013) *Sannheten på bordet. Det du ikke får vite om maten din*. Oslo: Cappelen Damm.
- Montanari, M. (2006) *Food is culture*. New York: Columbia University Press.
- Rosenberg, T.G. & G. Vittersø (2014) *Kjøtt og reklame. En studie av annonsering og reklame for kjøtt i det norske matmarkedet*. Oppdragsrapport nr. 4. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning (SIFO):



## 4 Hva fungerer best – at sunt blir billigere eller usunt dyrere

*Geir Gustavsen*

*Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF)*

Økt forekomst av ulike sykdommer relatert til kosthold har blitt et økende problem i Norge som i resten av verden. Ved at usunt kosthold medfører høyere sannsynlighet for en del sykdommer gir det også en del samfunnsmessige kostnader. Her er det snakk om direkte kostnader samfunnet har for å betale for behandling av sykdommer, samt sykepenger og trygder. De indirekte kostnadene går på tapt arbeidsproduktivitet. Dette er kostnader vi alle må være med på å betale igjennom skatteseddelen eller ved at man bruker mindre offentlige penger til andre gode formål. Ved siden av de samfunnsmessige kostnadene er de private kostnadene som dårlig helse på grunn av dårlig kosthold medfører. Dette gir et velferdstap for de det gjelder.

Et samfunnsøkonomisk prinsipp er at prisen på en vare bør gjenspeile de totale samfunnsmessige kostnadene ved produksjon og forbruk av varen. Hvis prisen ikke gjør det har man såkalte eksterne effekter. Kostnadene på grunn av dårlig kosthold er eksterne effekter på samme måte som ved forbruk av alkohol eller nikotin. Det vil si kostnader som den enkelte forbruker ikke betaler selv. Hvis forbruket av en vare har eksterne effekter så kan det forsvares å bruke økonomiske tiltak for å korrigere på forbruket.

### 4.1 Om bruk av prisvirkemidler

Det er ikke mulig å påvirke folks forbruk direkte. Man kan ikke tvinge folk til å spise enkelte matvarer og hindre dem i å spise andre. Men man kan påvirke forbruket ved hjelp av ulike virkemidler. Disse kan være mer eller mindre treffsikre, avhengig av innretningen og konkurranseforhold i markedet. Gitt at påbud og forbud ikke er mulig så er prisen på matvarene kanskje den enkeltfaktoren som har størst betydning for etterspørselen etter matvarer. Det offentlige kan påvirke prisene ved hjelp av avgiftssatsene. Både merverdisatsene og satsene i særavgiftssystemet kan endres. Tollsatsene kan endres der dette er ønskelig og det kan gis subsidier hvis det er ønskelig å heve forbruket av enkelte varer.

#### 4.1.1 Om å øke merverdiavgiften på usunne varer og ta bort merverdiavgiften på sunne varer

I Gustavsen og Rickertsen (2013) analyserte vi effekter av å øke merverdiavgiftene på brus, godterier og iskrem, ta bort merverdiavgiftene på frukt, grønnsaker og fisk, og ha uendret merverdiavgift på kjøtt, juice og melk. Bakgrunnen for artikkelen er at vi i Norge har diffe-

rensiert merverdiavgift men denne er ikke differensier med bakgrunn i helse. Merverdiavgiften er 25% på de fleste varer, mens matvarer har 15%. Og brus, iskrem og godterier regnes som matvarer og har 15% merverdiavgift.

Vi tok følgende utgangspunkt:

- a) Det er større helsemessig gevinst i at en person som spiser lite fisk, frukt eller grønnsaker øker sitt forbruk av disse varene enn at personer som spiser mye fisk, frukt og grønnsaker spiser mer av disse varene.
- b) Det er større helsemessig gevinst av at personer som drikker mye brus, spiser mye godteri eller spiser mye iskrem reduserer sitt forbruk av disse varene enn at folk som har lite forbruk av disse varene reduserer sitt forbruk ytterligere.

Vi stilte oss da følgende spørsmål:

- a) Hvor mye vil personer som spiser lite sunne matvarer øke etterspørselen hvis merverdiavgiften på de sunne matvarene blir borte?
- b) Hvor mye vil etterspørselen etter usunne matvarer reduseres hvis merverdiavgiften økes til samme nivå som andre varer, altså 25%?

Ved å bruke ulike økonometriske og statistiske teknikker og data fra Statistisk sentralbyrås forbruksundersøkelser over 20 år estimerte vi pris- og inntektselastisiteter i ulike deler av forbruksfordelingen. Disse elastisitetene ble så brukt til å simulere effekter på forbruket av å endre merverdiavgiften, under antagelse av at endret merverdiavgift ga utslag i tilsvarende endrede priser til forbruker.

Vi fant at å øke merverdiavgiften på brus, godteri og iskrem gir en forventet reduksjon i forbruket til de som spiser og drikker mest av disse varene med betydelig mer enn for de som spiser og drikker lite av disse varene. I tillegg vil en øking av merverdiavgiften øke provenyet med mer enn 1 milliard NOK per år. Dette er penger som kan brukes av det offentlige til andre gode formål. Det å ta bort merverdiavgiften på grønnsaker, fisk og frukt vil i stor grad føre til at de som allerede spiser mye av disse varene vil øke forbruket ytterligere. Det vil ikke ha like stor effekt på de som spiser lite eller ingenting av disse varene. Det å ta bort merverdiavgiften på disse varene vil redusere provenyet med over 3 milliard NOK. Dette er penger som må tas fra andre gode formål.

Det vil si at det å øke merverdiavgiften på usunne matvarer til 25% er et effektivt og målrettet tiltak. Det å ta bort merverdiavgiften på sunne matvarer er et lite effektivt og dyrt tiltak.

#### 4.1.2 Om å la trenden virke over tid

Trender påvirker forbruket av matvarer i ulik grad. Over tid vil yngre generasjoner erstatte eldre generasjoner. Ofte er det slik at yngre generasjoner har et annet forbruksmønster enn eldre generasjoner. I tillegg vil folks forbruk endre seg når de blir eldre. I Gustavsen (2012) og Gustavsen og Rickertsen (2014) fant vi at den langsiktige nedgangen i melkeforbruket i Norge kunne forklares ved prisendringer for melk i forhold til brus og juice samt at eldre generasjoner av storforbrukere av melk ble erstattet med yngre generasjoner som drakk lite melk. I tillegg avtar melkeforbruket med alder så dette har ytterligere forsterket nedgangen. Befolkningsøkningen har i noen grad demmet opp for det totale salget av melk. Trender påvirker også forbruket av fisk. I Gustavsen, Rickertsen og Øvrum (2014) viste vi at fiskeforbruket øker med alder og utdanning. I tillegg viste vi at bortsett fra menn uten høyere utdan-



nelse så hadde både menn og kvinner høyere sannsynlighet for å spise fisk i yngre kohorter enn i eldre kohorter når kohortene er målt på samme alderstrinn og utdannelsesnivå. Dette indikerer at man over tid vil få en økning i frekvensen av fiskespising og dette vil bidra til en oppadgående trend i fiskeforbruket.

#### 4.1.3 Oppsummering og veien videre

I Healthmeal-prosjektet var en del av målsettingen å finne ut hva som kunne bidra til å øke forbruket av sunne matvarer. Å endre på merverdiavgiften for å øke forbruket av fisk, frukt og grønnsaker er et dyrt og lite treffsikkert virkemiddel i så måte. Men å øke avgiften på de usunne matvarene for å redusere forbruket er mer treffsikkert og bidrar til å øke provenyet. Forbruket av fisk i Norge er antatt å øke over tid på grunn av at yngre, mer utdannede og mer helsebevisste generasjoner tar plassen til de eldste. I tillegg øker fiskeforbruket med alder. Forskjeller i forbruksmønstre mellom ulike generasjoner og i ulike aldersgrupper bidrar til trender når de får virke over tid. Det kan være meget nyttig å forstå mekanismene bak trendene for å kunne påvirke forbruket. Etterspørselen etter matvarer vil endres på forskjellig måte i ulike generasjoner måte når ulike økonomiske faktorer endres. En bedre forståelse av trendene vil gjøre oss bedre i stand til å kunne forutsi fremtidige endringer i etterspørsel og påvirkningsmuligheter på etterspørselen.

### Referanser

Gustavsen, G.W. (2012) . «Age effects in demand models- What about cohort and period effects.» *Food Economics* 9: 177-185.

Gustavsen, G.W. og Rickertsen, K. (2013). «Adjusting VAT rates to promote healthier diets in Norway: A Quantile regression approach.» *Food Policy* 43: 88-95.

Gustavsen, G.W. og Rickertsen, K. (2014). «Consumer cohorts and purchases of nonalcoholic beverages. » *Empirical Economics* 46: 427-449.

Gustavsen, G.W., Rickertsen, K., Øvrum, A. (2014). «Fish consumption across generations- A life cycle approach.» *Økonomisk Fiskeriforskning* 24: 18-25.



## 5 Det sunne kostholdets sosiale dilemmaer – hva forhindrer nordmenn i å spise fisk og grønnsaker

*Silje Skuland*

*Statens institutt for forbruksforskning (SIFO)*

Sunnhet og helse er prioriteringer forbrukeren setter høyt. Fisk og grønnsaker er mat de aller fleste forbinder med sunn mat. Det gir grunner til undres over hva som gjør at nordmenn ikke spiser nok fisk og grønnsaker? Dette kapitlet handler om dette spørsmålet og har som målsetning å diskutere hva det er som forhindrer og begrenser sunne matvaner. Kapitlet bygger på min doktorgradsavhandling med tittelen, *Det sunne kostholdets hverdagslige praksiser: En sosiologisk studie av normalisering av matvaner og kostholdprodukter*.

### 5.1 Matsosiologisk betraktninger

I min avhandling har jeg tatt utgangspunkt i tre teser om hva som former den sosiale appetitten som regnes som sentral på matsosiologiske feltet (Germov og Williams, 1999). Det er tesen om at moderne matvaner er løsrevet fra tradisjonelle betingelser og isteden opp til hvert enkeltindivid å velge selv. Det er tesen om at spisevanene våre fremdeles handler om sosiale statusforskjeller, og at smaksforskjeller handler om kulturelle klasseforskjeller. Til sist er det tesen om at massemarkedet fører til standardisering og homogenisering av matvaner gjennom ensrettede matvarer og økt tilgjengelighet og forbruk av hel- og halvfabrikata. Noe forenklet kan vi omformulere tesene og spørre om spisemønstre av fisk og grønnsaker begrenses av 1) individualisering og normoppløsning, 2) sosiale klasseforskjeller og 3) standardisering av matvaremarkedet. I dette kapitlet vil jeg diskutere spørsmålene ved hjelp av funn fra arbeidet med doktorgradsprosjektet mitt. De tre spørsmålene danner også rammen for kapitlet.

### 5.2 Data og metode

I avhandlingen tar jeg i bruk tre forskjellige metoder: Fokusgruppeintervjuer, kokebokanalyser og en spørreundersøkelse. Vinteren 2011 og våren 2013 ble det gjennomført i alt åtte fokusgruppeintervjuer av ungdom og voksne som ble rekruttert på basis av ulike egenskaper. I metodelitteraturen oppfordres det gjerne å tilstrebe likhet mellom deltagerne i hver av fokusgruppene, men samtidig sørge for at forskningstemaet ble belyst fra flere ståsteder (Morgen, 1997; Kitzinger, 1994). Fokusgruppedeltagerne bestod av ungdom, unge voksne og voksne med ulike spisemønstret av fisk og grønnsaker samt interesse for matlaging.

En sentral begrunnelse for fokusgruppeintervju som metode er den interaksjonen som oppstår mellom deltagerne (Morgan, 1988; Kitzinger, 1994; Seal m.fl., 1998; Halkier, 2010a). Spisevaner oppleves ofte som personlige og basert på frie valg. Halkier (2010a) beskriver fokusgruppeintervjuet som en metode for å observere hvordan normer settes på prøve og hvordan dette løftes fram i samspelet mellom deltagerne (Halkier, 2010a). Fokusgruppeintervjuene ga

rikelig anledning til å studere hvordan ungdom, kvinner og menn i ulike aldersgrupper og livsfaser legitimerer, forhandler og begrunner sine spisevaner.

Jeg har studerte tre alminnelige kokebøker som er spredt i mange norske hjem publisert i gjentatte utgaver fra 1955-2013. Valget om å studere gjentatte utgivelser av kokebøker skyldes interessen for hvordan spisevaner formes over tid. Hvordan vi skaffer oss mat og hvordan maten blir produsert har endret seg betraktelig siden 1950- og 1960-tallet. Ved å følge disse kokebøkene over tid har ikke bare gjort det mulig å undersøke endrede spisevaner, men også hvordan utvalget av matvarer forandrer seg over tid (Skuland, 2013).

	1950- tallet	1960- tallet	1970- tallet	1980- tallet	1990- tallet	2000- tallet	2010 -tallet
Gyldendals store kokebok	1955	1965	1979	1989		2002	
Den nye kokeboken		1962		1984			
Den rutete kokeboken				1982	1999	2006	2010 2013

Figur 5-1 Oversikt over utgaver av kokebøker

Til sist har jeg analysert HealthMeals spørreundersøkelse fra 2011 for å forstå hvordan hverdagslige begrensninger er forankret til sosiale klasseforskjeller. Hensikten var å undersøke hvordan hverdagslige begrensninger slik som tid, kompetanse, smaksvaner, pris, utvalg og kvalitet begrenser spisemønstre til sosiale grupper ulikt. Analysen gjorde det mulig å sammenligne styrkeforholdet til begrensningene hver for seg, undersøke sammenhengen mellom enkeltbegrensningene og sosiale forskjeller.

### 5.3 Individualisering av matvaner

Spørsmålet om individualisering begrenser forbruk av fisk og grønnsaker dreier seg om hvilken betydning individuell frihet og normoppløsning har for sunne spisevaner. Giddens mener for eksempel at spisevanene i større grad styres av selvbestemmende og selvrefleksive personer som utøver identitetsarbeid gjennom matvaner (Giddens, 1991). I Norge er fisk å betrakte som tradisjonsmat (Døving, 1997). Samtidig er grønnsaker sterkt forankret til forestillingen om den ordentlige middagen (Bugge, 2006).

Spisevaner er betydningsfulle sosiale markører for ungdom (Bugge, 2011: 83) og signaliserer også kjønnsidentitet. Døving (1997) hevder at unge menn gjerne forbinder fiskemåltidet med familiemiddag hjemme med mamma. Kjøtt derimot, er mer mandig og selvstendig (1997: 191). Å spise salat forbindes også gjerne med noe kvinnelig (Turner m.fl., 2013). I fokusgruppeintervjuene kom det tydelig fram hvor viktig bestemte spisevaner og matlaging er for deltagerens framstilling av seg selv. I en diskusjon om bruk av halv- og helfabrikata i matlaging blant etablerte kvinner kan trekkes fram som eksempel på dette:

#### Utskrift fra fokusgruppeintervju E, etablerte kvinner 36-45, våren 2013

- Eline: Jeg har mye allergi i kroppen [...] Etter å ha vært gravid med datteren min, så fikk jeg en del sånn at jeg reagerte på en del mat på magen. Og det har gjort at jeg har blitt mye mer bevisst på at jeg vil ikke ha ting jeg ikke vet hva er. Og så går det også på det at når vi fikk barn, så ble jeg enda mer opptatt av hva hun putter i kroppen på en måte, og jeg vil at det skal være så rent som mulig. Og alt mulig som ... Jeg har litt sånn oppfatning av at halvfabrikata er mye tilsetningsstoffer. Som ikke er bra for kroppen. Jeg tror ikke at det hjelper å spise laks sju ganger i uka og så bruke alle mulige ferdigting. Da tror jeg vi er li-ke langt på en måte.
- Emilie: Jeg føler at det ligger litt prestisje i det også, altså. Jo mer, jo flinkere vi er til å lage ting fra scratch, jo mer korrekt blir det.
- Eirin: [Avbryter Emilie] Jo, det går litt sånn på interesse også. Altså, jeg har blitt inspirert, altså, ved å se de tv-programmene om matlaging, og du kjenner den aromaen, du kjenner lukten, du fyller huset ... Det er veldig koselig, synes jeg, at det står der og putrer og ... Ting må jo gjerne stå ... En del ting må stå ganske lenge for at smakene setter seg, og at det blir godt. Så det ...

Elisabeth: Jeg er også veldig glad i å lage mat, men så har jeg en del venninner som bruker mye halvfabrikata, du føler alltid at de unnskylder seg litt, da, at det er litt sånn ... ja, nei, for vi har litt dårlig tid, de føler alltid at de må ... Fordi de egentlig velger det. Lager ... for samfunnet på en måte viser oss at, ja, alt skal lages fra scratch og da er det sunnest og ... Det kan man jo kjenne litt på at kan være litt slitsomt også, at det ...  
[...]

Eline: Og for meg vil det også være smak. For jeg synes at en sånn der pastasaus på glass smaker kunstig, etter min mening. Men når jeg har lagd den sjøl, gjerne fra hermetiske tomater og sånn, så synes jeg det blir renere produkter. Men det er jo smak og behag også. Jeg har blitt veldig var på ... Det kan hende også fordi jeg har vent meg til det, så har jeg blitt veldig var på en del andre smaker.

Emilie: Men hvis du lager alt fra scratch, så tar du ikke liksom og koker tomater og kverner kjøttdeigen selv? Du er ikke helt der?

Eline: Nei. Nei. Nei, nei, nei, nei.

Emilie: Jeg tror supper er det eneste vi ikke bruker som halvfabrikata, jeg. Ellers går det ... Sauser og alt, det er på pose! Men det er også litt fordi at jeg er veldig opptatt av at barna mine skal bidra hjemme. Og at de skal ha hver sin dag til å lage middag. Og da er det rett og slett enklest for dem å lage mat, når kjøttbollene er fra pakke i fryseren. Og kjøttdeigen er, holdt på å si, i pakke, og krydderet er på boks eller pose. Så det er viktigere for meg å lære de å bidra hjemme, enn at det skal være laget fra bunn av, for min del.

I denne diskusjonen forhandler kvinnene like mye om sin egen identitet i samspill med hverandre, som de diskuterer hva som er riktig matlaging og hvilke matvarer som inngår i dette. At mat som er laget fra bunnen av løftes fram som akseptabelt er beskrevet av en rekke forfattere (Moisio m.fl., 2004; Short, 2003; 2007; Halkier, 2009; 2010b). Vi kan forstå Elines utsagn som en fortelling som viser at hun er opptatt av sunnhet og helse, men også som et vitnemål om hennes omsorg for datteren. Den nære forbindelsen mellom mat, matlaging og morsrollen er beskrevet av flere forfattere (Murcott, 1982, 1983; Charles & Kerr, 1987; DeVault, 1991; Bugge, 2006; Bugge og Almås, 2006). DeVault hevder for kvinner er matlaging sentralt for den sosiale produksjonen av det gode familielivet (1991: 91). Elines matlaging er dessuten et godt eksempel på Fischlers (1988) argument om at individualisering av spisevanene medfører uro og angst. Den angst som oppstår handler like mye om subjektiv tvil som frykten for matforgiftning fordi «et hvert menneske produseres biologisk, psykologisk og sosialt av den maten det velger å spise» (Fischler, 1988: 275[*min oversettelse*]).

Det er ikke plass til å analysere diskusjonen i sin helhet her. I veldig korte trekk kan det likevel sies at Emilies kritiske innvendinger provoserer de andre. Eirin for eksempel, sier at matlaging handler om interesse og viser seg samtidig som eksperimentell, kreativ, dreven og inspirert matlager som lager maten på den måten hun gjør fordi hun liker det slik. Hun løfter dessuten fram at tilnærmingen hennes er valgt frivillig, og ikke styrt av allergiplager slik som Elines. Det mest interessant med diskusjon er likevel det kritiske spørsmål til Emilie når hun spør om Eline «koker tomater og kverner kjøttdeigen selv? Du er ikke helt der?», noe som antyder at matlaging definerer folks identitet. Elines svar viser dessuten at det er finnes en slags moralsk grense for når matlagingen overdrives som det også er problematisk å identifisere seg med.

Diskusjonen om individualisering av matvanene kaster lys over mine undersøkelser av hva som begrenser spisemønstret av fisk og grønnsaker. For eksempel uttrykker forbrukere skepsis til frosne grønnsaksblandinger med hensyn til smak, konsistens og næringsinnhold. Frosne grønnsaksblandinger kommer ofte dårlig ut i det moralske smakshierarkiet (Skuland og Vittersø, 2013). Grønnsaker skal helst være friske. Fersk og frisk er svært viktige idealer hos dagens matforbrukere (Skuland, 2013). Dette kommer fram i diskusjonen under. Diskusjonen starter da Cecilie forteller at det er vanskelig å få spist opp grønnsakene hun kjøper.

**Utskrift fra fokusgruppeintervju C, enslige kvinner 25-35, våren 2013**

Cecilie: Men jeg er også veldig opptatt av å bruke mest ... Ikke bruke halvfabrikata og lage ting sjøl og koke grønnsakene og ... Jeg kjøper mye grønnsaker og sånn, prøver å bruke det så godt jeg kan. Det hender jeg må kaste litt, fordi det blir dårlig. For det er kanskje en uke hvor jeg har masse avtaler, og da blir det

ikke noe middagslaging. Men stort sett ...

Camilla: Frosne grønnsaker da.

Cecilie: Det bruker jeg ikke.

Camilla: Det er ikke godt, eller?

Cecilie: Nei, jeg synes det er bedre å kjøpe friske grønnsaker, fra åkeren og sånn.

Camilla: Jeg tenker bare i forhold til at det blir dårlig og sånn.

Cecilie: Ja, ja, ja – det er for så vidt et godt poeng. Jeg har gjort det innimellom, altså, men jeg prøver å ... Jeg er ganske flink til å beregne, sånn at jeg unngår å kaste for mye. For det liker jeg ikke.

Diskusjonen er et godt eksempel på at det er nokså problematisk å innrømme at man kaster mat. Etter å bli konfrontert med Camillas forslag om å bruke frosne grønnsaker, forsøker Cecilie å forsvare seg med å si at *friske grønnsaker fra åkeren og sånn* er bedre. Deretter modererer Cecilie seg og gir uttrykk for å være *ganske flink til å beregne, sånn at jeg unngår å kaste for mye. For det liker jeg ikke*. Diskusjonen er et eksempel på at det oppstår et moralsk dilemma mellom det å velge friske grønnsaker eller frosne grønnsaksblandinger. I likhet med diskusjonen ovenfor overensstemmer antagelig dilemmaet som Cecilie skisserer med det moralske skille mellom industrilaget og hjemmelaget mat (Moisio m.fl., 2004). Den hjemmelagde maten er en viktig normativ ramme for matlaging i hverdagen (Bugge og Almås, 2006). I følge Moisio m.fl. (2004) er hjemmelaget mat et uttrykk for familie, omsorg og kjærlighet og står derfor i et motsetningsforhold til industrilaget mat som er grunnlagt av kommersielle og rasjonelle markedsinteresser (Moisio m.fl., 2004). Det er derfor mulig å trekke konklusjonen at idealet om at grønnsakene skal være friske er krevende, og begrenser også andre løsninger, slik som frosne grønnsaksblandinger. Fokusgruppedeltagerne gir også uttrykk for lignede betraktninger om frossen fisk.

Diskusjonen er et godt eksempel på hvordan individualisering av matvaner ikke bare handler om frihet. Ansvaret for å spise sunt og unngå matavfall ses gjerne å være pålagt individet. Halkier (2009) hevder det er flere større samfunnsmessige problemer (miljøproblematikk, etiske spørsmål, fedmeepidemien og økende forekomster av livsstilssykdommer) som det forventes av forbrukeren skal løse gjennom spisevanene sine. Andre forfattere hevder at dette er kjennetegnet til nyliberalistiske styringsformer (Miller og Rose, 2008; Asdal og Jacobsen, 2010). At det er matforbrukerens eget ansvar å spise sunt, argumenterer Coveney (2000) henger nøye sammen med fremveksten av den moderne ernæringsvitenskapen og selvreguleringer av spisevaner i moderne vestlige familieliv. I en norsk sosiologisk kontekst diskuterer Augestad (2005) relasjonen mellom kunnskap og makt for å analysere det forebyggende helsearbeid til (det tidligere) organet Statens råd for ernæring og fysisk aktivitet. Han sier at man ved hjelp av ernæringsvitenskapen kan avdekke menneskeorganismens lover, og bestemme hva menneske bør spise og hvordan man bør bruke sin kroppen sin. Derfor er kunnskap aldri «uskyldig» eller nøytral, men kan ses på som «teknikker» for makt og styring. Dvs. teknikker som treffer kroppene våre, som påvirker adferden vår og som former våre sanser (Augestad, 2005: 49). I mine fokusgruppeintervjuer er det flere som gir uttrykk for at når de spiser grønnsaker og fisk får de god samvittighet. Ordet flink forekommer nokså ofte. En fokusgruppedeltager sier for eksempel at det å spise grønnsaker «er litt mer sånn ... Ja, litt mer pliktspising enn fordi at det nødvendigvis er godt» (Didrik, fokusgruppe D, etablerte menn 25-35, våren 2013). I likhet med Augestad finner jeg forbrukeren alltid er like lydige. Det bør også sies at motsatsen til plikt er forlystelse. Det å nyte mat som smaker godt, eller å velge nytelse framfor sunnhet er et sentralt matmorsalsk dilemma for matforbrukeren.

Fischler (1980) hevder at skepsis til matvarene er økende i moderne tid, siden det ikke lenger er slik at den som produserer maten er den samme som spiser den. Dessuten har moderne matvareteknologi blitt så sofistikert at det ikke lenger er mulig å stole på sansene sine (1980: 945). Dette må ses i sammenheng med løsrivelse fra sosiale, kulturelle og tradisjonelle bånd som gjør det opp til forbrukeren selv å dømme hva man kan spise og ikke spise (Fischler, 1986). Dette kan relateres til større sosiale og globale krefter som preger vår samtid. I følge teoretikere som Giddens (1991) og Becks (1992) lever vi en tid der vitenskapelig og industriell utvikling har ført til globalisering og individualisering av risiko. Beck (1992) hevder at

tradisjonelle barrierer har fått ny form og nytt innhold i det moderne samfunn. Etter hvert som velferdssamfunnet vokser fram har farer og potensielle trusler blitt utløst i en utstrekning som tidligere ville vært helt ukjent. I følge Beck er giftstoffer, forurensning og miljøkonsekvenser fra moderne matvareproduksjon å betrakte som en del av de moderne risikoer i vår samtid. Kunnskapen om potensielle farer og trusler og negative sideeffekter ved moderne industri spres til de større masser gjennom media. Moderne risiko er usynlig, og er derfor kunnskapsbasert og politisk refleksiv. Men andre ord er moderne risikooppfatninger teoretiske og normative – de må tros på, fordi de ikke kan observeres eller erfares, og er således åpne for sosiale definisjoner og konstruksjoner. Det vil alltid herske konkurrerende og motstridene argumenter side om side, og synspunkter og interesser vil variere mellom sosiale aktører. Den vedvarende mediedebatten om både miljøeffekten av oppdrettsfisk og hvilken helseeffekt miljøgifter, medisinbruk og fôr har for forbrukeren er et godt eksempel på Becks teser om risikosamfunnet. Nasjonalt institutt for ernærings- og sjømatforskning (NIFES) uttalte at det er trygt å spise oppdrettslaks etter framleggelse av en rapport i samarbeid med Mattilsynet i desember 2014. Uttalelsen medfører kanskje at forbrukerne blir mindre skeptiske og urolige til oppdrettsfisk. I 2011 var derimot fokusgruppedeltagerne kanskje mer skeptiske til kvaliteten på fersk fisk i butikk. Diskusjonen under er et eksempel på dette.

**Fokusgruppeintervju A, voksne 30-45 som spiser grønnsaker daglig og fisk mer enn to ganger i uka, vinteren 2011**

Anette: ... så blir man ofte litt skremt da når de har sånn test av fiskedisker i Norge fikk terningkast én og alt er gammelt.

Atle: Også når du spør i butikken så... Det er jo ikke alltid at du ser. Ta bare noe så enkelt som reker, ja at du spør... de skal jo merke de nå for hvor de kommer fra og hvor gamle de er, men så sier de... Så har de ikke det allikevel, de har ikke peiling på det de som står der. De har ikke kunnskapen om den er fersk. Ja, hvilken tid kom dem, ja det er liksom de kom på fredagen og nå er det tirsdagen nå i dag. Da er det jo ikke ferskt da.

Anders: Begrepet i fiskedisken er jo at det, ferskt – det er jo ikke ferskt. Det er jo at det ikke har vært frosset, men når vi tenker fersk så er det jo friske varer.

Alfred: Det er jo sånn når fisken kommer på torget i Bergen. Men de kommer jo også... Men de kommer jo også dårlig ut så det... Egentlig så har jeg en stor mistillit til hele den bransjen for at selv ikke de som står å hiver det rett opp greier å ha orden på sakene sine. Når du ser at, det var jo her inne i Oslo. De som promoterer seg som fiskekongen, det er noe sånn Lofoten fiskebutikk eller ett eller annet, var den som kom dårligst ut. Det er jo det... Det er jo hva er poenget liksom, gå å kjøpe seg en fersk fisk til en dyr penge når det er søppel du får servert.

Atle: Jeg har jo av og til hvert borte på Smart Club og kjøpt hel fisk når det kommer. De har av og til hel laks på tilbud, ikke sant. Sånn at nå har skreien kommet, lutefisken. Og jeg har litt kunnskap, jeg kan se på fisken om den er fersk...

Alfred: Nettopp!

Atle: Og kjent på den på lukta. Det skal lukte fersk fisk. Det skal ikke lukte butikk av den. Så, men du får ikke lov til å ta på en fisk, på en bit for eksempel på Meny. Du er avhengig av å stole på det de sier. Og det går aldri an å gå på en sånn butikk å kjøpe fisk på en mandag eller en tirsdag. Det er jo kommet før helgen så det, den beste dagen for å kjøpe fisk det er jo fredag...

Atle: Jeg blir frustrert og irritert.

Alfred: Passiv

Int: Kan det gjøre at du spiser mindre fisk for nettopp at det er sånne historier der ute i media.

Alfred: Ja!

Anette: Ja, man går på ICA og ser at datoen er oktober så da har de frosset den og tint den opp og lagt den i fiskedisken. Man har ikke lyst på det. I hvert fall jeg er vant med fersk fisk rett fra havet og da blir man sånn- æsj.

Atle: Og så tenker du kanskje at og så går du til og tar sånn frossenfisk, men når du ser at han har vært i Kina ikke sant... Å kjøpe det langreist mat som har vært i Kina for å fileteres, ikke sant. Det står jo på hver pakkkode, så hvis du kan de kodene der så vet du hvor de kommer fra.

Alfred: Det samme blir jo oppdrettslaksen igjen med hva den er pumpet full av før den kommer på...

Intervjuer: Hva er det den er pumpet full i da?

Alfred: Det er jo de tingene i foret.. Men det er jo helt sikkert genmodifisert fôr som de får for at de skal vokse

kjappere og blir rød og fin i fisken, liksom.

Intervjuer: Hva tenker dere om det han sier her da?

Atle: Det er jeg uenig i. For at Norge har ikke lov til å ha genmodifisert fôr til noe husdyr som helst.

I diskusjonen rettes det nokså skarp skyts til enkelte matvarekjeder og fiskebutikker. Det bør også understrekes at avisartikler med omtale og kritikk av kvaliteten på fisk i fiskedisken var nokså vanlig lesning på 2000-tallet. Det er også interessant at skepsisen uttrykkes av fokusgruppedeltagere som spiser fisk mer en to ganger i uken eller oftere. Green m.fl. (2003) forklarer at matrisikoer har liten betydning for forbrukernes valg av mat i hverdagen, og sier isteden at risiko konkurrerer med andre rammer for matvalg (Green m.fl., 2003: 49-50). Forbrukerne skiller ikke mellom kvalitet som i ferskhet og moderne matrisikoer (for eksempel forbundet med oppdrettsnæringen). Draper og Green hevder at forbrukerne blander matrisiko med mer symbolske betenkeligheter. Risikofull mat assosieres til mat som er kjemisk eller syntetisk, industrilaget, ferdiglaket, utenlandsk og importert, mens sikker mat har egenskaper som; naturlig, økologisk, lokal, ren, hjemmelaget, fersk og tradisjonell (Draper og Green, 2002: 619). Enkelte fokusgruppedeltagere fortalte for eksempel at de ikke spiser oppdrettslaks fordi det smakte kunstig, med ble gjerne møtt med motstand fra de andre deltagerne. Det er lite som tyder på at risiko og skepsis begrenser fiskespising på noe nevneverdig måte selv om forbrukerne er opptatt av dette. Siden skepsis rettet mot matvareindustrien uttrykkes sterkest av dem som spiser mest, handler det antagelig om mer kjennskap og kunnskap om fisk som matvare og at man sannsynligvis er mest urolig og bekymret for den maten man spiser ofte og som er viktig for en.

Det er vanskelig å argumentere for at individualisering av matvaner begrenser forbruket av fisk og grønnsaker. Diskusjonene over viser at det snarere er sterke normer og ikke normløshet som preger mathverdagen til fokusgruppedeltagerne. Jeg vender derfor til tesen om at vedvarende sosiale forskjeller begrenser sunne matvaner.

#### 5.4 Sunne matvaner og sosiale klasseforskjeller

Til tross for at de sosiale forskjellene i den norske befolkningen ikke er like store som i andre land, er helseforskjeller godt dokumenterte (Elstad, 1996). Det er dessuten forbindelsen mellom helse, matvaner og sosiale og økonomiske forskjeller (Thrane, 2006; Nilsen m.fl., 2009). I min avhandling har jeg undersøkt hvordan barrierer slik som utvalg, smak, kompetanse, pris, tid og kvalitet begrenser spisemønstret av fisk og grønnsaker, og om begrensningene er forankret til sosiale klasseforskjeller. Ved hjelp av stegvis lineær regresjonsanalyse og faktoranalyse finner jeg at sosiale bakgrunnsvariabler slik som alder, kjønn, sivilstatus og sosial klasseforskjeller påvirker spisemønstret av fisk og grønnsaker. Tas hver av de seks barrierene med i betraktning, øker den forklarte variasjonen i spisemønstret. Mens barrierene, smak, tid, og kompetanse har signifikant negative sammenheng med spisefrekvensen av fisk og grønnsaker, har pris, kvalitet og utvalg liten eller ingen betydning. Faktoranalysen viser at smak, tid og kompetanse er forbundet med samme bakenforliggende faktor. Det samme gjelder for pris, utvalg og kvalitet. Jeg definerer de to bakenforliggende faktorene som matkunnskap (food knowledge) og matkvalitet (food quality).

Det er nokså vanlig at forskere setter to streker under svaret hvis det foreligger signifikant variasjon mellom sosioøkonomiske forskjeller og spisefrekvens. Sosiologer vil forsøke å sette slike signifikante funn i sammenheng med teori. Jeg tar utgangspunkt i Bourdieus teori om sosiale klasseforskjeller. Bourdieus forfatterskap er det mest vesentlige bidrag for å forstå hvorfor matvaner varierer mellom sosiale befolkningsklasser. For eksempel har Roos og Wandel vist at sosiale forskjeller i matvaner kan relateres til yrkestilknytning, kroppsarbeid og klasseforskjeller i Norge. Snekkere spiser gjerne mer kjøtt og mindre grønnsaker enn ingeniører (Roos og Wandel, 2005). Bugge og Almås (2006: 212) viser hvordan norske middelklassemodre tar i bruk bestemte ingredienser, retter og matretter for å indikere og forsterke sin egen prestisje i andres øyne. For eksempel trekker middelklassekvinner gjerne fram ekso-



tiske retter når de beskriver middagsvanene sine, mens arbeiderklassekvinner heller snakker om tradisjonelle norske retter.

Bourdieu (1984) argumenter for sammenhengen mellom smaksvaner, kroppsliggjorte disposisjoner og statusforskjeller, og sier at smaksforskjeller forvandler klassekultur til natur, til kroppsliggjorte forskjeller (1984: 190). For Bourdieu handler matvaner om moralsk dømmekraft, en dømmekraft som er knyttet til individers posisjoner langs de to differensieringsprinsippene: økonomisk og kulturell kapital. Bourdieu (1984) er derfor uenig med Fischler (1980, 1988) om at dømmekraften er individualisert. Den er i følge ham forankret til klassekultur. For Bourdieu (1984) synes det å være lite av menneskelig handling og væremåter som er ytterst personlig eller definert utenfor sosial kontekst. Spisevaner, smakspreferanser, kunnskaper og ferdigheter er tillært gjennom oppdragelse, utdanning og dannelse i løpet av livet. Smaksvaner er det samme om moralsk dømmekraft – en dømmekraft som etter alt å dømme er knyttet til individets sosiale posisjon. Han definerer to grunnleggende differensieringsprinsipper som økonomisk og kulturell kapital. Desto mer felles aktører har, jo nærmere står de hverandre langs disse to dimensjonene og omvendt (Bourdieu, 1984). Det som definerer avstanden mellom de forskjellige posisjonene langs de to dimensjonene er egenskapene til ulike aktører. Det betyr at smaksvaner både produserer og reproducerer sosiale forskjeller. Kulturell kapital er definert som kunnskap som er innlemmet både kroppsliggjort og reflekterende disposisjoner, men også materialisert i form av bøker, utstyr, kjøkken og gjerne institusjonalisert i form av utdanning (Bourdieu, 2006: 8). Økonomisk kapital består av inntekt, materielle eiendeler, eiendom, arv og aksjekapital. Tar vi utgangspunkt i Bourdieus definisjon av sosiale klasseforskjeller kan variasjonen i barrierereformene og spisemønstret av grønnsaker og fisk forenklet formuleres med følgende figur.

	Høy økonomisk kapital	Lav økonomisk kapital
Høy kulturell kapital	Mindre påvirket av matkunnskapsbarrierer og matkvalitetsbarrierer  Høy spisefrekvens av fisk og grønnsaker	Mindre påvirket av matkunnskapsbarrierer, men mer påvirket av matkvalitetsbarrierer  Høy spisefrekvens av fisk og grønnsaker
Lav kulturell kapital	Mindre påvirket av matkvalitetsbarrierer, men mer påvirket av matkunnskapsbarrierer  Lav spisefrekvens av fisk og grønnsaker	Mer påvirket av matkunnskapsbarrierer og matkvalitetsbarrierer  Lav spisefrekvens av fisk og grønnsaker

**Figur 5-2 Forbindelsen mellom sosiale klasseforskjeller barrierereformene og sunne matvaner**

Jeg forstår tid, tilgjengelighet, kvalitet, pris, kompetanse og smak forstår jeg som vurderingskriterier eller mulighetsbetingelser som er forbundet med fordelingen av kulturell og økonomisk kapital. Matkunnskapsbarrierer er forbundet med lite kulturell kapital, mens matkvalitetsbarrierer er forbundet med lite økonomisk kapital. Gruppen med lite økonomisk og kulturell kapital er, som der fremgår av figuren, mer påvirket av begge barrierereformene sammenlignet med andre grupper.

Mine undersøkelser viser at å spise grønnsaker daglig, og fisk ukentlig, er forbundet med høy kulturell kapital. Regresjonsanalysen viser at sosiale bakgrunnsvariabler slik som alder, kjønn og sivilstatus også har signifikant effekt på spisemønstret av fisk og grønnsaker. Personer med som i tillegg til høy kulturell kapital har høy økonomisk kapital spiser mest fisk og grønt. Gruppen med høy kulturell kapital er dessuten mindre påvirket av matkunnskapsbarrierer. Vi kan si at vurderingskriterier, slik som smak, tid og kompetanse, er en del av en moralsk dømmekraft som har signifikant betydning valg av sunne matvaner.

Selv om matkvalitetsbarriere har liten effekt på spisemønstret av fisk og grønnsaker, betyr ikke det at de ikke har betydning. I tråd med Bourdieu kan det hevdes at lite matkunnskap også skyldes «nødvendighetsvalg». Det vil si lite utvalg, dårlig kvalitet og høy pris (Bourdieu, 1984: 372). Med andre ord kan dårlig matkvalitet skjules av lite matkunnskap. Dette har betydning for formulering av tiltak for å jevne ut sosiale kostholdsforskjeller. Etter flere omfattende informasjonskampanjer og gjentatte kostholdsråd, med underliggende premisser om at opplysning og kunnskap vil veilede forbrukeren til å foreta helseaktive forbrukervalg, bør fremtidige tiltak sette søkelyset på sammenhengen mellom matkunnskap og matkvalitet. Jeg argumenterer for eksempel for at helsemyndighetene kan promotere produktutvikling av enkle fisk- og grønnsaksretter, som stiller mindre krav til ferdigheter.

Forskjellen mellom matkunnskaps- og matkvalitetsbarrierer kan formuleres som forholdet mellom individuelle barrierer og miljømessige barrierer (Story m.fl, 2002). I neste avsnitt skal jeg gå matforbrukerens omgivelser mer i dybden og diskutere tesen om sunne matvaner begrenses av standardisering av matvaremarkedet.

## 5.5 Standardisering av matvaner?

Spørsmålet om standardisering av matvaremarkedet begrenser sunne matvaner handler om hvilken betydning økt tilgjengelighet og forbruk av hel- og halvfabrikata har for forbruket av fisk og grønnsaker. Det hevdes at spredningen av hel- og halvfabrikata fører til forfall av mer grunnleggende matlagingskunnskaper (Stitt, 1996; Jaffe og Gertler, 2006). Et forfall i matlagingsferdigheter vil ha betydning for forbruket av fisk og grønnsaker, særlig den ferske hele fisken og de friske grønnsakene. I fokusgruppeintervjuet av deltagere som spiste fisk sjeldnere enn ukentlig ble det gitt uttrykk for at det å lage i stand ett fiskemåltid er nokså krevende.

### **Fokusgruppeintervju B, voksne 30-45, spiser grønnsaker 4 dager i uken eller sjeldnere og fisk sjeldnere enn ukentlig**

- Bente: Det er sjelden jeg bruker fersk fisk, altså. Jeg syns liksom ikke det blir bra nok, så det er heller hvis jeg er ute og spiser på restaurant. Da kan jeg spise fisk, for da innbilder jeg meg hvert fall at den blir tilberedt på en ordentlig måte. Altså alle kan steke en biff, liksom, men å preparere en fisk det er liksom ikke helt. Det er ikke min ekspertise. Jeg kan steke fiskepinner, liksom og det kan hende at det stopper der (latter).
- Berit: Jeg føler jeg må ta meg mer sammen hvis jeg skal tilberede fisk. Det krever litt mer. Må fokusere litt mer på den enn jeg må på en kotelett på en måte. Det er mer som kan skjære seg kanskje
- Benny: Jeg tror det går mer gærent med fisk hvis du bare putter det unna og på en måte håper at det går bra. Alle kan spise en biff som kanskje er litt vel stekt eller en kotelett som kanskje er godt stekt, men hvis du får en fisk som har ligget for lenge, trukket eller stekt for lenge så blir det litt kjedelig. Jeg tror det er det. Jeg er sånn som Bente som spiser... Eller har hatt bedre hell med å spise fisk ute enn hjemme. Jeg er veldig skeptisk til det å lage det hjemme.
- Bodil: Det er ikke så mange oppskrifter for hvordan man skal lage det så det får skikkelig god smak. Det er fort å lage, men mangler mye som jeg sa krydder og oppskrifter. Hvordan man skal gjøre det og sånn. Fordi fisk kokes i fem-ti minutter. Så lenge man ikke koker fisken i vann med salt, da liker jeg fisk.
- Berit: Tilberede fisk i en liten leilighet kan også bli en lei affære  
[latter i gruppa]
- Benny: Det er liksom sånn... Det er veldig enkelt å gå i en frossen disk og plukke med et fiske stykke for det står: dette er en fiskebit og du skal steke den sånn og sånn og snu den etter sånn og sånn. Da er den ferdig. Men går du i en ferskvaredisk eller en fiskedisk; og jeg skal ha fire lakseskiver, og så får du det og så ... (håndbevegelse) Det er jo ikke hokuspokus egentlig å steke...
- Bjørn: Det som jeg syns er vanskelig er å gå i en sånn ferskvaredisk er at jeg har ikke peiling på å kunne se på den fiske der om den har ligget en uke eller en dag eller en time, for det er ikke noe jeg har som har oppvokst på kontinentet. Så jeg har ofte tenkt så der; ja se det var en fin fisk og så kan det hende jeg har fått den så er den en uke gammel, ja vel da blir jeg helt sånn jeg kan ikke kjøpe fisk
- Benny: Ja, når de ler av deg når du går ut (latter i salen). Nei, Jeg er ikke noe flink på å gå å plukke fisk i butikken. Jeg bare... Det er kanskje derfor jeg ikke gjør det for jeg er kanskje redd for å kjøpe noe som er

- Bjørn: Ja og så er det sånn at hvis du kjøper en hel fisk da, det har jeg funnet ut at kan være en utfordring også. I frysedisken er jo alt det fjernet som ikke skal spises. Ikke det at jeg kan det, men det tar jo så veldig lang tid også har jeg barn og de skal i hvert fall ikke ha noe sånn styr. Da slutter de.. Og hvis man skal ta noe annet enn laks da, breiflabb og kveite er jo greit da, men utenfor det som er de fire typiske typene. Hva skal man lage det til? Da må man jo fram med kokebok og ha barna og da stå der og så vet du kanskje at hvis du tar ett minutt lenger så er den kanskje ødelagt, ikke sant. Og så skal du kanskje lage seks porsjoner og så har stekepannen plass til fem eller fire porsjoner og så er det... (latter)
- Benny: Jeg tror at hvis du ber folk til middag og sier at du skal lage fisk så har de veldig store forventinger. Så hvis du da mislykkes så er det... (felles humring)

Det er ikke anledning til å gi en fullstendig fortolkning av diskusjoner ovenfor, men det er likevel muligheter til å trekke ut noen hovedpunkter. I tillegg til at matlagingskompetanse er av særdeles stor betydning for spisemønstret av fisk, fremstilles fisk som nokså vanskelig å lage og mer utfordrende enn å steke biff. Hvorvidt denne forestillingen representerer et kompetanseforfall eller eksisterer som en matkulturell fortelling er usikker. Det begrenser likefullt fiskeinntaket til deltagerne i diskusjonen over. Et annet punkt som er viktig å trekke fram kan utdyper påstanden min om at lite matkunnskap kan fordekke matkvalitetsbarrierer. Bjørns uttalelse om at han ikke har kunnskap nok til å kjøpe fisk fra ferskvaredisken viser forbindelsen mellom barrierereformene og antyder dessuten at de kan forsterke hverandre. Det er med andre ord for enkelt å trekke ett skille mellom individuelle og miljømessige begrensninger.

Et siste punkt som er verdt å legge merke til er forbindelsen mellom standardiserte fiskeprodukter slik som fiskepinner og frossen fisk og matlagingskompetanse. Mine undersøkelser viser at fremveksten av selvbetjeningsbutikken og fisk fra frysedisken har hatt stor betydning for spisemønstret av fisk og har endret måten vi lager fisk på. Ikke minst viser Kokebokstudien at det parallelt med nedgangen i fiskekonsumet i Norge fra 1950-tallet skjer det en dreining fra sparsommelighet som rådende matlagingsideal til effektivisering av matlagingen i kokebøkene. For eksempel øker andelen fiskeoppskrifter med en tilberedningstid på mindre en tretti minutter. Dessuten blir det færre tilberedningsteknikker og prosedyrer. Denne dreiningen kan ses i sammenheng med samfunnsutviklingen generelt. Kokebøkene gjenspeiler både etterkrigstidens tiltagende velstandsøkning hos den jevne norske familien og økt sysselsetting av kvinner. Effektivisering av matlagingen må dessuten ses i sammenheng med produktutvikling av fisk og hvordan bearbeidede fiskeprodukter slik som frysede fiskefileter overtar for den ferske hele fisken (Finstad, 2013). I matsosiologien brukes gjerne det engelske uttrykket, «convenience food». I følge Warde er effektivisering matlaging motsatsen til mat lager med omsorg (Warde, 1997). Om det dreier seg om et kompetanseforfall kan diskuteres. Det er heller slik at bestemte fiskeprodukter slik som frossenfisk, bearbeidede fiskeprodukter, fersk fisk fra fiskedisken og ferske innpakkede fiskefileter knyttes til ulike former for kompetanser og matlagingsmetoder. Hvorvidt standardisering av matvareutvalget representerer kompetanseforfall er omdiskutert av flere forfattere (Short, 2003, 2007; Moisio m.fl., 2004; Bugge og Almås, 2006, Halkier, 2009; Meah og Watson, 2011).

Standardiseringstenen er kanskje mer ett spørsmål om hva et spisemønster bestående av frossenpizza, pølser i lompe og spagetti med kjøttdeig og posesaus utelukker. Sammenlignes forbrukere som spiser lite fisk og grønnsaker med de som spiser mye, fremstilles for eksempel frossenpizza nokså forskjellig. Nedenfor gis det eksempler på to diskusjoner fra fokusgruppedeltagere med ulik spisefrekvens av fisk og grønnsaker.

**Fokusgruppeintervju B, voksne 30-45, spiser grønnsaker 4 dager i uken eller sjeldnere og fisk sjeldnere enn ukentlig**

- Benny: Middag så blir det... Det er litt ofte at jeg blir sittende to-tre timer ekstra på jobb, så da blir det ofte at man tyr til litt sånn halv... litt lettvinde løsninger. Ikke noe som er helt ferdig. Eller hvis jeg skal lage det, tilberede det hjemme, så tar jeg aldri det som skal settes rett i mikrobølgeovnen, men tilsetter ett eller annet. En gryterett hvor jeg bare steker noe kjøtt eller ett eller annet fiskeprodukt som skal stekes. Og så blir det også veldig mye pasta. Og jeg må vel innrømme at jeg henter frossenpizza og sånn fra butikken. En av de som få som innrømmer og gjøre det, synes faktisk noen av de smaker godt også.
- Bjørn: Hvilken da?
- Benny: Den heter Wagner. Wagner, altså ikke proscuito, men en annen en. Tro det eller ei så er den faktisk... jævlig god.  
[latter i gruppa]
- Benny: Ja, jeg må være ærlig. Den beste jeg har smakt av sånn frosne typer.  
[...]
- Birgit: Men middag så er det sånn... Jeg følte meg veldig sånn som Benny. Jeg følte meg veldig lik han da, fordi jeg er også sånn som kan ty til en frossenpizza, kanskje ikke en gang i uka, men det hender nok månedlig på det. Jeg er veldig glad i den mosarellapizzaen fra dr Oetker  
[latter i gruppa]
- Benny: Alt med Mosarella er godt.
- Birgit: ja, det er det. Også blir det en del Fjordland fordi han samboeren min, han jobber ofte sent og da orker ikke jeg å lage mat til meg selv. For jeg er veldig sånn, hvis jeg skal lage mat så skal det være til flere eller sånn at du videreutvikler rester. [...] Men jeg er glad i å lage mat når jeg har tid. Så når jeg kommer fra jobb så er jeg ikke så inspirert og så er jeg ofte veldig sulten og. Og spesielt hvis jeg er på trening så er det ingen sjans. Så da er det egentlig bare å dra og så varme opp vannet til Fjordland og hoppe i dusjen også er det klart. Så jeg tror det må være sånn at det er enkelt og at jeg føler at jeg har overskudd.

**Fokusgruppeintervju A, voksne 30-45 som spiser grønnsaker daglig og fisk mer enn to ganger i uka, vinteren 2011**

- Anette: Jeg har en kompis og han spiser Pizza Grandiosa, kjøttdeig med pasta og ketsjup, sjokolade og kanskje fiskekaker en gang i blant. Og det er liksom han sitt kosthold. Og han er jo masse sjuk. Så det kan jo umulig være sunt altså.
- Anders: Det er grønnsaker i Grandiosaen også.  
[latter i gruppa]
- Anette: Han plukker dem sikkert av!

Den moralske fordømmingen av et kosthold bestående *Pizza Grandiosa, kjøttdeig med pasta og ketsjup, sjokolade og kanskje fiskekaker en gang i blant* er nokså tydelig i diskusjonen mellom Anette og Anders. Likefullt vitner alle begrunnelsene, legitimerende årsaker og latteren i diskusjonen mellom Benny, Bjørn og Birgit om forståelsen og kjennskap til frossenpizzaens lave moralske status. Det tyder derfor på at standardisering av matvaremarkedet har betydelig påvirkningsevne på spisevanene. Det ses ikke minst i forhold til forbruksveksten av laks. Det kan hevdes at våre spisevaner av laks er et resultat av standardisering av fiskeforbruket (Skuland, 2013). Med andre ord kan standardisering av matvaner både være en del av problemet og en del av løsningen.

Så langt har jeg diskutert og vist eksempler på hvordan sosiale klasseforskjeller, individualisering og standardisering av matvaner begrenser forbruk av fisk og grønnsaker. I det neste avsnittet vil jeg diskutere dette videre innenfor hverdagslivet som kontekst for forbruk og til sist gi en kort konkluderende oppsummering.

## 5.6 Mathverdagen – en oppsummering

En rød tråd i dette kapitlet har vært betydningen moralsk dømmekraft har for sunne matvaner. I min undersøkelse har jeg viet oppmerksomhet til betydningen mathverdagen har som

kontekst for den matmoralske kompetansen. Fokuset på mathverdagen løfter fram at matvaner også er et praktisk anliggende. Sunne matvaner består av en rekke små og store handlinger som utføres i tid og rom (innkjøp, planlegging, lagring, matlaging, spising, borddekking, opprydning, oppvask osv.). Mine undersøkelser viser at for eksempel at fiskeprodukter slik som frossenfisk, bearbejdede fiskeprodukter og fersk fisk fra fiskedissen krever tilpasning av til dels motstridende normative oppfatninger og matlagingskompetanse. Derimot konkluderer min studie med at fersk innpakket fiskefilet medfører redefinisjon av fersk fisk som fremmer impulsiv og kreative matlaging. Det oppløser dessuten motstående matideal og forbinde sunnhet med helse og nytelse, mellom effektiv matlaging og mat laget med omsorg (Warde, 1997). Slike fiskeprodukter som er nokså nye på det norske matvaremarkedet representerer således en omforming av matlagingspraksis av fisk, og jamfører fiskemiddagen med kylling- eller kjøttdeigmiddagen.

Sunne matvarer preges av økt individualisering, men det betyr på ingen måte normløshet. Snarer er det slik at det moralske ansvaret for helsestøtt kosthold ses på som et personlig ansvar (Coveney, 2000; Augestad, 2005). I min studie kommer det fram at det å vise at man har moralsk dømmekraft – og matmoralsk kompetanse er særdeles viktig for forbrukerne. Det vi spiser og måten vi lager maten på uttrykker noe om oss selv. I midlertid hersker det flere normative rammer for mat og matlaging som tidvis konkurrerer med hverandre. For eksempel finnes det moralsk grense for når matlagingen overdrives som når den ikke er tilstrekkelig akseptabel. Grønnsakene skal være friske og fisken skal være fersk. Idealene som friskhet og ferskhet gjør det dessuten problematisk å velge praktiske måltidsløsninger som finnes på markedet fordi maten helst bør være hjemmelaget, kreativ og impulsiv. Helst skal matlaging ta kort tid. Middagsvalget gjøres gjerne matbutikkens kjøledisk. Fisk og grønnsaker tevler derfor med andre middagsprodukter som er lett tilgjengelig og enkle å lage i stand.

Matvanene våre standardiseres av matvareutvalget i den forstand at mye av tilberedning er overtatt av industrien. Med andre ord står vi i fare for et kompetanseforfall. Min studie viser likevel at det handler snarer om at matlagingskunnskapen endres og omformes. Likevel er standardisering av matvaremarkedet produsert en rekke kjappe måltidsløsninger som har appell når hverdagen er hektisk, ved overtidarbeid eller når middagen spises alene. Et måltid med frossenpizza, pølser i lompe og spaghetti med kjøttdeig og posesaus utelukker den gode porsjonen med grønnsaker og fullstendig fisk (Bugge, 2006). Samtidig er det tendens til at fiskeforbruket standardiseres i retning av laks.

Til tross for stor vektlegging av det individuelle moralske ansvaret for å spise sunt, begrenses spisemønstre av fisk og grønnsaker av sosiale klasseforskjeller. Matkunnskap er ulikt fordelt i den norske befolkning. Det handler om praktiske ferdigheter så vel som moralsk kompetanse som å lage fisk og grønnsaker, men betyr likevel ikke manglende kunnskap om at fisk og grønnsaker er sunn mat.

For å øke matkunnskap i befolkningen kan kanskje økt fokus på tillæring av tilberedningsteknikker og lettvinne løsninger hjelpe, men mine undersøkelser tyder på at matkunnskapsbarrierer skjuler barrierer som miljømessige omgivelser. Tilgjengelige, rimelige, enkle, ferske fiske- og friske grønnsakprodukter med god kvalitet vil øke forbrukernes matkunnskap og bidra til sunne matvaner.

## Referanser

Asdal, K. og Jacobsen, E. (2010) Innledende essay: Å bære forbrukeransvaret. I: K. Asdal og E. Jacobsen (red.), *Forbrukerens ansvar*. Trondheim: Cappelen Akademisk Forlag.

Augestad, P. (2005) Resept for et sunnere Norge: Et foucaultsk blikk på norsk helsepolitikk. *Sosiologi i dag*, 35(2): 33-52.

- Beck, U. (1992) *Risk Society. Towards a New Modernity*. London: Sage Publications.
- Bourdieu, P. (1984) *Distinction. A social critique of the judgment of taste*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Bourdieu, P. (2006) Kapitalens former. *Agora Journal for metafysisk spekulasjon*, 1-2/2006, 5-26.
- Bugge, A. B. (2006) *Å spise middag - en matsosiologisk analyse*. Trondheim: Tapir Akademisk
- Bugge, A. B. (2011) Lovin' it? A study of youth and the culture of fastfood. *Food, Culture & Society*, 14(1): 71-89.
- Bugge, A. B. og Almås, R. (2006) Domestic Dinner. Representations and practices of a proper meal among young suburban mothers. *Journal of Consumer Culture* 6(2): 203-228.
- Charles, N. and Kerr, M. (1988) *Women, food and families*. Manchester: Manchester University Press.
- Cockerham, W. C. (2005) Health Lifestyle Theory and the Covergence of Agency and Structure. *Journal of Health and Social Behavior*, 46(1), 51-67.
- Coveney, J. (2000). *Food, Morals and Meaning. The Pleasure and Anxiety of Eating*. London: Routledge.
- DeVault, M. L. (1991) *Feeding the family*. Chicago: University of Chicago Press.
- Draper, A. og Green, J. (2002) Food Safety and Consumers: Construction of Choice and Risk. *Social Policy and Administration*, 36(6): 610-625.
- Døving, R. (1997) *En studie av holdninger, vurderinger og forbruk av fisk i Norge*. SIFO Rapport nr. 12. Lysaker: Statens institutt for forbruksforskning.
- Elstad, J. I. (1996) How large are the differences – really? Self-reported long-standing illness among working class and middle class men. *Sociology of Health & Illness*, 18(4), 475-498.
- Finstad, T. (2013) Familiarizing Food: Frozen Food Chains, Technology, and Consumer Trust, Norway 1940-1970. *Food and Foodways*, 21, (2013): 22-45.
- Fischler, C. (1980) Food habits, social change and the nature/culture dilemma. *Social Science Information*, 19(6), 937-953.
- Fischler, C. (1988) Food, self and identity. *Social Science Information*, 27(2): 275-292.
- Germov, J. og Williams, L. (1999) *A sociology of food and nutrition. The social appetite*. Oxford: Oxford University Press.
- Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity. Self and Society in Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Green, J., Draper, A., og Dowler, E. (2003) Short cuts to safety: Risk and rules of thumb in accounts of food choice. *Health Risk and Society*, 5(1), 33-52.

- Halkier, B. (2009) Suitable Cooking? Performance and Positioning in Cooking Practices among Danish Women. *Food, Culture & Society*, 12(3): 357-377.
- Halkier B (2010a) Focus groups as social enactments: integrating interaction and content in the analysis of focus group data. *Qualitative Research*, 10(1): 71-89.
- Halkier B (2010b) Consumption Challenged: Food in Medialised Everyday Lives. Surrey: Ashgate. Halkier, B. (2010): *Fokusgrupper*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Jaffe, J. og Gertler, M. (2006) Victual vicissitudes: Consumer Deskillling and the (Gendered) Transformation of Food systems. *Agriculture and Human Values*, 23(2): 143-162.
- Kitzinger, J. (1994) The Methodology of Focus Groups: The Importance of Interaction Between Research Participants, *Sociology of Health & Illness*, 16 (1):103-121.
- Miller, P. og Rose, N. (2008) *Governing the present*. Cambridge: Polity Press.
- Moisio, R., Arnould, E. J. og Price, L. L. (2004) Between Mothers and Markets: Constructing family identity through homemade food. *Journal of Consumer Culture*, 4(3): 361-384.
- Morgen, D. L. (1997) *Focus group as Qualitative Research*. London: Sage Publications
- Murcott A (1982) On the social significance of the 'cooked' dinner in South Wales. *Social Science Information* 21 (4/5): 677-696.
- Murcott A (1983) 'It's a pleasure to cook for him': food, mealtimes and gender in some South Wales households. In: Garmarnikow E, Morgan D, Purvis J and Taylorson D (eds.) *The Public and the Private*. London: Heinemann.
- Nilsen, S. M., Krokstad, S., Holmen, T. L., og Westin, S. (2009) Adolescents' health-related dietary patterns by parental socio-economic position, The Nord-Trøndelag Health Study (HUNT). *European Journal of Public Health*, 20(3), 299-305.
- Roos, G. og Wandel, M. (2005) "I eat because I'm hungry, because it's good, and to become full": Everyday eating voiced by male carpenters, drivers, and engineers in contemporary Oslo. *Food & Foodways*, 13(1-2), 169-180.
- Seal, D. Bogart, L. and Ehrhardt, A. (1998) Small Group Dynamics: The Utility of Focus Group Discussions as a Research Method. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 2(4), 253-266.
- Short, F. (2003) Domestic cooking skills–what are they. *Journal of the HEIA* 10(3): 13-22.
- Short, F. (2007) Cooking, convenience and dis-connection. *Inter: A European Cultural Studies Conference in Sweden*, 11–13 June 2007.
- Skuland, S. E. (2013) The Standardization of Healthy Dinner Practices. The Case of Fish Consumption in Norway. Conference Paper held at the 2nd Global Conference (2013), *Making Sense of Food*, Monday 4th November 2013 – Wednesday 6th November 2013, Athens, Greece.
- Skuland, S. E. & Vittersø, G. (2013) Treene kålrøtter og ihjelkokte gulrøtter: Aspekter ved matkvalitet. I P. Standbakken & N. Heidenstrøm, *Hinsides Symbolverdi: Materialiteten I forbruket*. Oslo: Novus Forlag: 57-82.

Sobal, J. (2005) Men, meat, and marriage: Models of Masculinity. *Food and Foodways: Explorations in the History and Culture of Human Nourishment*, 13: 135-158.

Stitt, S. (1996) An international perspective on food and cooking skills in education. *British Food Journal*, 98(10): 27-34.

Story, M., Neumark-Sztainer, D., & French, S. (2002) Individual and environmental influences on adolescent eating behaviors. *Journal of the American Dietetic Association*, 102(3), S40-S51.

Szabo, M. (2013) Foodwork or Foodplay? Men's Domestic Cooking, Privilege and Leisure. *Sociology*, 47(4): 623-638.

Thrane, C. (2006) Explaining educational-related inequalities in health: Mediation and moderator models. *Social Science & Medicine*, 62(2), 467-478.

Turner, K., Ferguson, S., Craig, J., Jeffries, A. og Beaton, S. (2013) Gender identity negotiations through food consumption. *Young Consumers*, 14(3): 280-288.

Warde, A. (1997) *Consumption, Food and Taste*. London: Sage Publications.



## 6 Måltider i Norkost 3

*Jannicke Borch Myhre  
Avdeling for ernæringsforskning, Universitetet i Oslo (UiO)*

### 6.1 Norkost 3

Norkost 3 er den tredje landsdekkende kostholdsundersøkelsen som er gjennomført blant voksne i Norge. Formålet med Norkost 3 var å kartlegge kostholdet til et landsrepresentativt utvalg av den voksne befolkningen i alderen 18-70 år. Deltagerne gjennomførte to telefonintervjuer hvor de ble spurt om inntak av mat og drikke den foregående dagen (24 timers kostintervju). Av 5000 forespurte, var det 153 som ikke oppfylte inklusjonskriteriene (de var ikke norske, hadde ikke gyldig telefonnummer eller ble ved en feil invitert to ganger til å delta) mens 1787 personer (37 %) gjennomførte begge kostintervjuene. Intervjuene ble foretatt i tre trinn. Det første trinnet bestod i en oversikt over gårsdagens spisetilfeller med angivelse av måltidstype, spisested, klokkeslett og en kort beskrivelse av hva som ble spist og drukket. Deltagerne bestemte selv hva slags måltidstype de ulike spisetilfellene skulle regnes som, enten frokost, lunch, middag, kveldsmat eller mellommåltid. Det ble også spurt om hvor maten var spist, og valget sto mellom de følgende forhåndsdefinerte spisestedene: hjemme, jobb/skole (det ble ikke skilt mellom jobb og skole), på besøk, på restaurant (inkluderer også kafé, gatekjøkken, kantine), reise/tur/møte/trening, annet sted eller ukjent sted. Det andre trinnet i kostintervjuet besto i en detaljert beskrivelse av hvilke matvarer og mengder som var spist og drukket. Mengdene ble angitt ved hjelp av et bildehefte med bilder av matvarer i ulike porsjonsstørrelser eller ved å bruke husholdningsmål. Det siste trinnet i intervjuet besto i at intervjueren leste opp en sjekkliste med matvarer som er lette å glemme å oppgi (vann, kaffe, te, kaker, frukt, tyggegummi, pastiller, kosttilskudd) med spørsmål om deltageren hadde spist eller drukket noen av disse. Etter hvert kostintervju ble det også stilt en del bakgrunnsspørsmål, for eksempel om utdanningsnivå, sammensetning av husholdningen, yrkesstatus, interesse for et sunt kosthold, røykevaner, høyde, vekt, samt spørsmål om fysisk aktivitet og om hvor ofte de pleide å spise utvalgte matvarer. Hovedresultatene, samt en mer detaljert beskrivelse av gjennomføringen av Norkost 3 er presentert i en rapport som er tilgjengelig på Helsedirektoratets nettsider (1).

### 6.2 Spisested og ernæringsmessig sammensetning av kostholdet

Prosjekttittelen for HealthMeal «HealthMeal: Possibilities and barriers for increased consumption of fish and vegetables in meals eaten at home and outside home» tar opp problemstillingen med potensielle forskjeller mellom mat spist hjemme og mat spist utenfor hjemmet. Utespising ser ut til å utgjøre en større del av kostholdet vårt nå enn for noen tiår siden. Dette er en utvikling vi har sett både i Norge og i en rekke andre land (2-6). Den økende tendensen til å spise mat utenfor hjemmet kan ha betydning for den ernæringsmessige sammensetningen av kostholdet vårt. Studier fra andre land har funnet at mat som er spist utenfor hjemmet ofte inneholder mer fett, sukker og alkohol enn mat som er spist hjemme (5, 7, 8). Det er også funnet en sammenheng mellom utvikling av overvekt og spising av mat utenfor hjemmet (9).

Utespising er likevel et omfattende begrep som kan brukes om mat spist på mange forskjellige steder, for eksempel på restauranter, på jobben, på skolen, på farten, på besøk hos andre, ute i naturen og en rekke andre steder. Det er derfor sannsynlig at matens sammensetning kan variere i henhold til hvilket sted den er spist, også innenfor de spisestedene som kan regnes som «utespising». I tillegg til at det enkelte spisestedet vil kunne ha betydning for sammensetningen av maten vi spiser, vil også matens sammensetning variere etter hvilket måltid det er snakk om (10, 11). I det norske kostholdet har det tradisjonelt vært middagen som har bidratt med den største andelen av energien sammenlignet med hver av de andre måltidstypene (11). Vi har derfor sett spesifikt på middagsmåltidet for å se om det var noen sammenheng mellom hvor middagen var spist og hvordan den var sammensatt. I tillegg var vi også interessert i å se om de som hadde spist en høy andel av energiinntaket sitt utenfor hjemmet hadde et annerledes sammensatt kosthold enn de som ikke spiste så mye ute. Til denne sammenligningen regnet vi mat spist på jobb eller skole sammen med maten som var spist hjemme etter som det er vanlig å ta med seg en hjemmelaget matpakke på jobb eller skole.

Tabell 6-1 viser gjennomsnittlig inntak av energi, makronæringsstoffer og utvalgte matvaregrupper fra middager spist hjemme, på besøk, på jobben, på restaurant eller på reise/møte. Middager spist på besøk hos andre eller på restaurant inneholdt mer energi, mer sukker og mer kjøtt og kjøttprodukter enn middager spist hjemme. Restaurantmiddagene inneholdt i tillegg mindre fiber. Vi kan altså se en tendens til at den ernæringsmessige sammensetningen av middager spist på besøk eller på restauranter var mindre fordelaktig enn for middager spist hjemme. Det ble ikke funnet noen forskjeller mellom middager spist på jobben og middager spist hjemme, men vi hadde et relativt lavt antall middager som var spist på jobben. Tallmessig, så jobbmiddagene imidlertid ut til å ha en relativt lik sammensetning som middagene spist hjemme.

**Tabell 6-1 Energi, næringsstoffer og utvalgte matvaregrupper i middager spist på ulike steder(n=1746), Norkost 3<sup>1</sup>.**

	Hjemme	Besøk	Jobb/skole	Restaurant	Reise, møte
Antall middager	2652	225	99	190	62
Energi, MJ/middag	3,2	3,9***	3,1	3,8***	3,2
Protein, E%	23	22	22	22	20*
Fett, E%	37	37	35	38	38
Karbohydrat, E%	36	37	39	34	38
Tilsatt sukker, E%	5	8***	5	7**	6
Fiber, g/MJ	2,3	2,1	2,4	1,7***	2,0
Middager m/alkohol, %	11	13	7	22**	12
Grønnsaker, g/middag	114	123	97	97*	63***
Kjøtt, kjøttprodukter, g/middag	112	138**	115	139**	111
Middager m/fisk, %	18	16	12	16	16
Middager m/sukkersøtet drikke, %	9	17**	9	14	15

E%, energi prosent; MJ, megajoule

<sup>1</sup>Justerte gjennomsnitt justert for kjønn, alder, kroppsmasseindeks, husholdningens sammensetning, utdannelse, yrkessituasjon, interesse for et sunt kosthold, hverdag/helg, årstid og om dagen var en vanlig dag eller ikke med tanke på mat- og drikkeinntak.

\*p<0,05, \*\*p<0,01, \*\*\*p<0,001, lineær mixed modell for kontinuerlige variabler og logistisk mixed modell for prosenter. Kategorien «hjemme» er brukt som referanse for alle sammenligningene.

Tabell 6-2 viser en sammenligning av gjennomsnittlig inntak av energi, makronæringsstoffer og utvalgte matvaregrupper hos de som hadde spist en høy andel (minst 25 %) av energiinntaket utenfor hjem/jobb/skole og de som hadde spist en lavere andel (under 25 %) utenfor hjem/jobb/skole i løpet av de to dagene vi har innhentet informasjon om fra kostintervjuene. Sammenligningen viste at de som spiste mye utenfor hjemmet hadde et høyere energiinntak, høyere inntak av tilsatt sukker, lavere inntak av fiber, lavere inntak av grønnsaker og høyere

inntak av kjøtt og kjøttprodukter enn de som ikke spiste så mye utenfor hjemmet. Kostholdet så altså ut til å være noe mindre gunstig sammensatt for de som spiste mye utenfor hjemmet sammenlignet med de som ikke gjorde det.

**Tabell 6-2 Inntak av energi, næringsstoffer og utvalgte matvaregrupper for personer som har spist mer eller mindre enn 25 % av energiinntaket utenfor hjemm/jobbskole (n=1746), Norkost 3.**

	Inntatt <25 % av energien utenfor hjemm/jobbskole (n=1254)	Inntatt ≥25 % av energien utenfor hjemm/jobbskole (n=492)	p <sup>1</sup>
Energi, MJ/dag	9,1	9,8	<0,001
Protein, E%	18	17	<0,001
Fett, E%	34	35	0,20
Karbohydrat, E%	44	43	0,009
Tilsatt sukker, E%	7	9	<0,001
Fiber, g/MJ	2,8	2,3	<0,001
Drukket alkohol, %	26	42	<0,001
Grønnsaker, g/dag	156	142	0,009
Kjøtt, kjøttprodukter, g/dag	140	162	<0,001
Spist fisk, %	62	57	0,049
Drukket sukkersøtet drikke, %	29	42	<0,001

<sup>1</sup>Lineær mixed modell for kontinuerlige variabler og logistisk mixed modell for prosenter.

Justerte gjennomsnitt justert for kjønn, alder, kroppsmasseindeks, husholdningens sammensetning, utdanning, yrkessituasjon og interesse for et sunt kosthold.

Resultatene våre viser at utespising ser ut til å være assosiert med et mindre gunstig sammensatt kosthold, både når det gjelder det enkelte middagsmåltidet og når man ser på kostholdet i sin helhet. Det er imidlertid viktig å være klar over at ulike spisesteder kan påvirke kostholdet i forskjellige retninger. Når det gjelder spisesteder som restauranter, caféer og gatekjøkken, vil kokkene som tilbereder maten kunne ha stor innflytelse på den ernæringsmessige sammensetningen av rettene som serveres. En økt bevisstgjøring av kokkene ved slike serveringssteder, for eksempel ved utarbeidelse av gode retningslinjer for mat servert på serveringssteder, vil være et mulig tiltak for å forbedre sammensetningen av restaurantmat.

Mer detaljerte resultater fra denne sammenligningen er publisert i *Public Health Nutrition* (12).

### 6.3 Frukt, grønnsaker, fisk og fullkorn; hvilke måltider inngår de i?

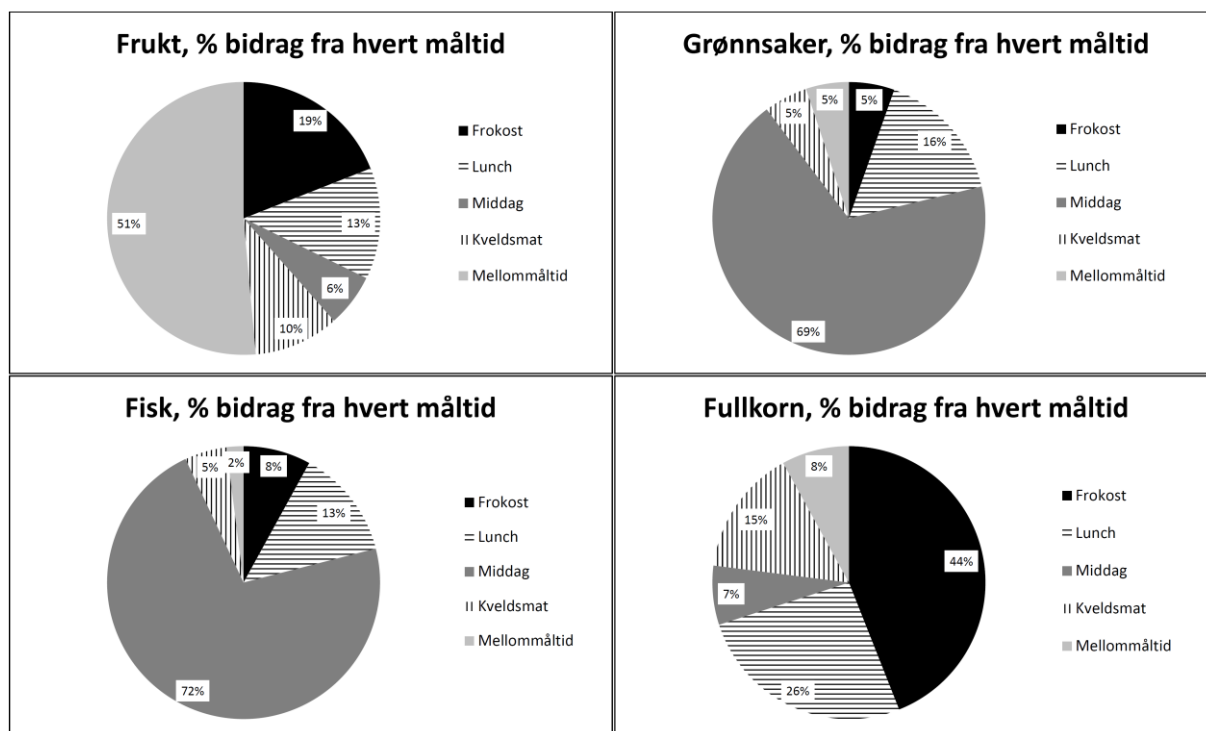
En av problemstillingene i HealthMeal dreide seg om hvilken rolle fisk og grønnsaker spiller i forskjellige måltidstyper i ulike grupper av den norske befolkningen. Ettersom de norske kostrådene for å fremme folkehelsen og forebygge kroniske sykdommer oppgir kvantitative anbefalinger for ønsket inntak av frukt, grønnsaker, fisk og fullkorn (se tabell 6-3) (13) syntes vi det i tillegg til å se på fisk og grønnsaker, også var interessant å se tilsvarende på inntaket av fullkorn og frukt.

**Tabell 6-3 Kostråd for inntak av frukt, grønnsaker, fisk og fullkorn (13).**

Matvare/matvaregruppe	Kostråd
Frukt og grønnsaker	Det anbefales at alle bør spise minst 5 porsjoner til sammen tilsvarende minst 500 gram grønnsaker, frukt og bær hver dag. Omkring halvparten av inntaket bør være grønnsaker, og omkring halvparten frukt og bær
Fisk	Det anbefales at man spiser omkring 300-450 gram fisk i uken, minst 200 gram av inntaket bør være fet fisk.
Fullkorn	Spis minst 4 porsjoner fullkornsprodukter hver dag (75 g fullkorn pr 10 MJ).

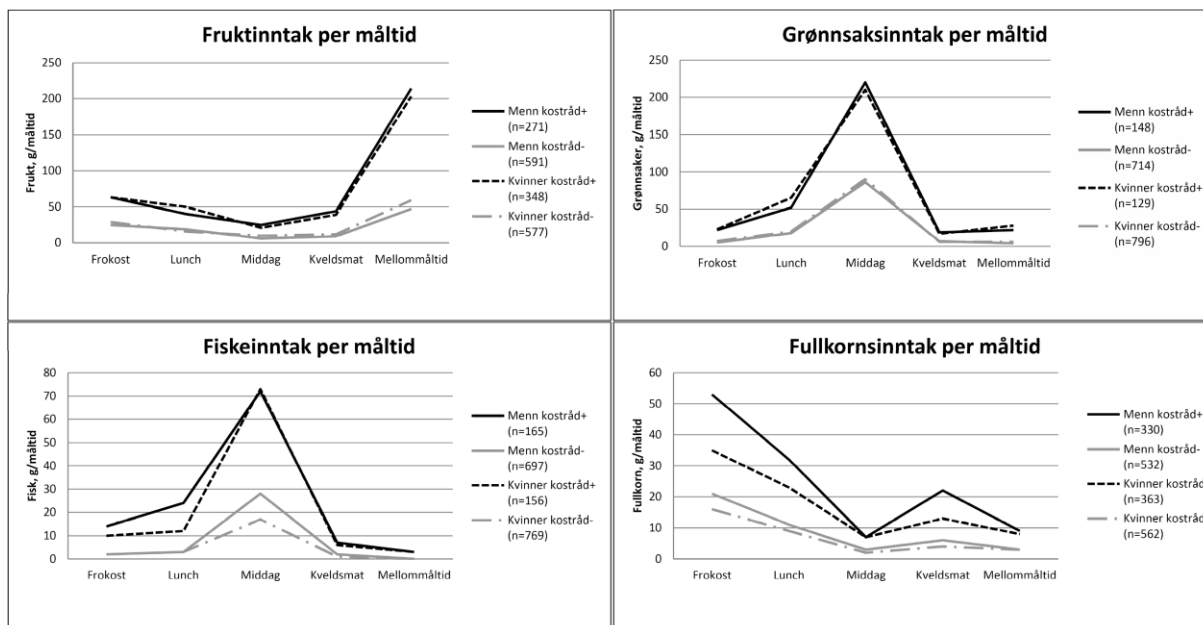
Kostrådene i sin helhet kan lastes ned her: <http://helsedirektoratet.no/publikasjoner/kostrad-for-a-fremme-folkehelsen-og-forebygge-kroniske-sykdommer/Sider/default.aspx>

Vi ønsket å se hvilke måltider som var de viktigste kildene for inntak av hver av disse matvaregruppene. Figur 6-1 viser hvor mange prosent av inntaket av frukt, grønnsaker, fisk og fullkorn som kom fra hver måltidstype. Det viste seg at ett måltid utpekte seg spesielt som hovedkilde til hver av de fire matvaregruppene. For frukt var mellommåltidene den viktigste kilden, mens middagen var den viktigste kilden til både fisk og grønnsaker. For fullkorn, kom det største bidraget fra frokosten. Inntaket av fullkorn var imidlertid noe jevnere fordelt på de ulike måltidstypene enn det som var tilfelle for de andre matvaregruppene.



**Figur 6-1 Prosentvis bidrag til inntak av frukt, grønnsaker, fisk og fullkorn fra hver måltidstype (n=1787).**

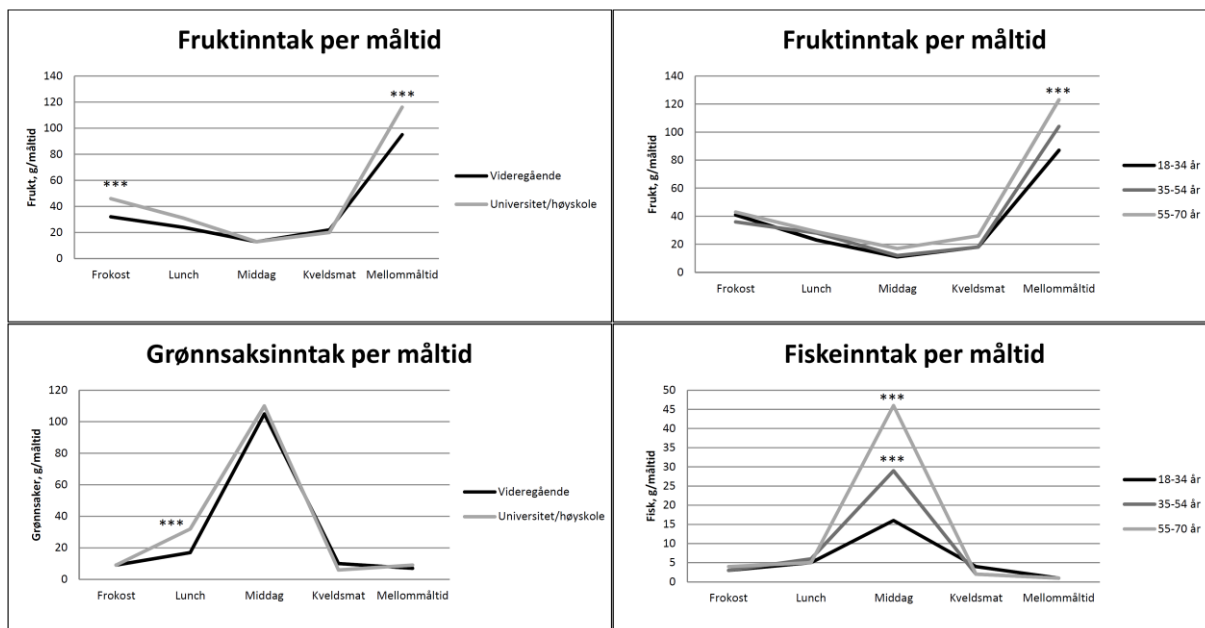
Vi ønsket også å se om fordelingen av matvarene på de forskjellige måltidstypene varierte mellom de som hadde et inntak i tråd med kostrådene og de som ikke hadde det. Figur 6-2 viser inntaket av frukt, grønnsaker, fisk og fullkorn til hver måltidstype hos deltagere som har et inntak i tråd med kostrådet for hver matvaregruppe og de som ikke har det. Denne sammenligningen viste at fordelingen på de ulike måltidene var relativt lik mellom de med et høyt og lavt inntak, men at inntaket til hvert måltid var gjennomgående høyere hos de med høyt inntak.



**Figur 6-2** Inntak av frukt, grønnsaker, fisk og fullkorn til hvert måltid hos deltagere i Norkost 3 (n=1787) som har et inntak av hver matvaregruppe i tråd med kostrådet og de med lavere inntak.

Menn/kvinner kostråd+, menn/kvinner som har et inntak av den respektive matvaregruppen i tråd med kostrådet angitt i Tabell 3; Menn/kvinner kostråd-, menn/kvinner som har et lavere inntak av den respektive matvaregruppen enn det som er angitt i kostrådet angitt i Tabell 3.

Vi delte også inn deltagerne i grupper i henhold til utdanningsnivå (to grupper) og alder (tre grupper) for å se om mønsteret når det gjelder fordeling av inntaket av de fire matvaregruppene på de ulike måltidene skilte seg mellom gruppene. Det samme mønsteret for inntak ble imidlertid funnet både i begge utdanningsgrupper og i alle tre aldersgrupper. Middagen var den viktigste kilden til fisk og grønnsaker i alle gruppene, mellommåltidene bidro mest til fruktinntaket og inntaket av fullkorn var høyere fra frokost enn fra de andre måltidstypene. Noen forskjeller i absoluttinntak fra hver måltidstype ble likevel observert i henhold til utdanningsnivå og alder (Figur 6-3). For fisk så man et relativt likt inntak i alle tre aldersgrupper til alle måltider unntatt middagen. Fiskeinntaket til middag var vesentlig høyere i de to eldste aldersgruppene. Fruktinntaket fra mellommåltider var også noe høyere i den eldste aldersgruppen mens ingen forskjeller i måltidsspesifikke inntak mellom de ulike aldersgrupper ble funnet for grønnsaker og fullkorn. Når det gjelder utdanningsnivå, var inntaket av grønnsaker noe høyere til lunsj for de med høyere utdanning sammenlignet med de uten høyere utdanning. Inntaket av frukt til frokost og mellommåltider var også noe høyere blant deltagerne med høyere utdanning.



**Figur 6-3** Inntak av frukt, grønnsaker, fisk og fullkorn fra hver måltidstype i henhold til utdanning og alder (n=1753).

Justerte gjennomsnitt justert for kjønn, alder, kroppsmasseindeks, landsdel, utdanning, røykevaner, og interesse for et sunt kosthold.

\*\*\* $p < 0.001$ , lineær regresjon med bootstrap, for alderssammenligningene er den yngste aldersgruppen brukt som referanse.

Inntaket av både frukt, grønnsaker, fisk og fullkorn ser i stor grad ut til å avhenge av ett enkeltmåltid. Middag var hovedmåltidet for inntak av fisk og grønnsaker. Disse matvaregruppene kunne derfor med fordel inngå i større grad også i andre måltidstyper. Økt bruk av fiskepålegg ville for eksempel kunne bidra til økt fiskeinntak fra brødmåltidene. Grønnsaker kan inkluderes for eksempel i form av salater, pynt til brødmåltider eller som mellommåltider. Man kan tenke seg at en mulig konsekvens av å inkludere grønnsaker i mellommåltider ville kunne være at fruktinntaket reduseres ettersom grønnsakene dermed ville erstatte noe av frukten. Økt inntak av grønnsaker til alle måltidsformer er derfor ønskelig, fortrinnsvis ved å erstatte mindre næringsrike matvarer.

Mer detaljerte resultater fra denne sammenligningen er publisert i Public Health Nutrition (14).

## 6.4 Oppsummering

Vi fant at det å innta en høy andel av energiinntaket utenfor hjemmet var assosiert med en mindre gunstig sammensetning av kostholdet. Sammensetningen av maten som spises utenfor hjemmet vil imidlertid også variere i henhold til hvor den er spist. Vi fant for eksempel ingen forskjeller mellom middager spist hjemme og middager spist på jobben. Mer informasjon om mat spist både på jobben, på restauranter og på andre spisesteder utenfor hjemmet er ønskelig. Bevisstgjøring av befolkningen generelt, samt aktører innen serveringsbransjen, er mulige tiltak å bedre den ernæringsmessige sammensetningen av mat spist utenfor hjemmet.

Alle de fire matvaregruppene vi har sett på viste en klar fordeling på de ulike måltidstypene med ett måltid som pekte seg ut som det viktigste måltidet innen hver matvaregruppe. For å øke inntaket av disse fire matvaregruppene, vil det derfor være hensiktsmessig å inkludere dem i flere måltidstyper, gjerne ved å erstatte mindre helsefremmende matvarer som energitette matvarer med mye sukker og/eller mettet fett.

Resultatene våre må ses i lys av den lave deltagelsesprosenten i Norkost 3 ettersom kun 37 % av det tilgjengelige utvalget gjennomførte to 24 timers kostintervjuer. Andelen med høyere utdannelse var høyere blant deltagerne enn i den generelle befolkningen og vi hadde også lavere deltagelse i de yngste aldersgruppene (1).

## Referanser

1. Totland TH, Melnæs BK, Lundberg-Hallén N, Helland-Kigen KM, Lund-Blix NA, Myhre JB, et al. Norkost 3 - En landsomfattende kostholdsundersøkelse blant menn og kvinner i Norge i alderen 18-70 år, 2010-11. Oslo, Norge: Universitetet i Oslo, Mattilsynet, Helsedirektoratet, 2012 IS-2000.
2. Kant AK, Graubard BI. Eating out in America, 1987-2000: trends and nutritional correlates. *PrevMed.* 2004;38(2):243-9.
3. Guthrie JF, Lin BH, Frazao E. Role of food prepared away from home in the American diet, 1977-78 versus 1994-96: changes and consequences. *JNutrEducBehav.* 2002;34(3):140-50.
4. Vandevijvere S, Lachat C, Kolsteren P, Van OH. Eating out of home in Belgium: current situation and policy implications. *BrJNutr.* 2009;102(6):921-8.
5. O'Dwyer NA, Gibney MJ, Burke SJ, McCarthy SN. The influence of eating location on nutrient intakes in Irish adults: implications for developing food-based dietary guidelines. *Public Health Nutr.* 2005;8(3):258-65.
6. Statistics Norway. Household consumption 2011 [updated 2011; cited 2011 4/8/2011]. Available from: [http://www.ssb.no/english/subjects/05/02/forbruk\\_en/](http://www.ssb.no/english/subjects/05/02/forbruk_en/).
7. Lin BH, Frazao E. Nutritional Quality of Foods At and Away from Home. *Food Rev.* 1997;20(2):33-40.
8. Loughridge JM, Walker AD, Sarsby H, Shepherd R. Foods eaten outside the home: nutrient contribution to total diet. *JHumNutrDiet.* 1989;2(5):361-9.
9. Nago ES, Lachat CK, Dossa RA, Kolsteren PW. Association of out-of-home eating with anthropometric changes: a systematic review of prospective studies. *Critical reviews in food science and nutrition.* 2014;54(9):1103-16.
10. de Castro JM, Brewer EM, Elmore DK, Orozco S. Social facilitation of the spontaneous meal size of humans occurs regardless of time, place, alcohol or snacks. *Appetite.* 1990;15(2):89-101.
11. Løken EB. Kostens sammensetning ved forskjellige måltidstyper (Dietary composition of different meal types). *Næringsforskning.* 1977;21:255-61.
12. Myhre JB, Løken EB, Wandel M, Andersen LF. Eating location is associated with the nutritional quality of the diet in Norwegian adults. *Public health nutrition.* 2014;17(4):915-23.
13. Nasjonalt råd for ernæring. Kostråd for å fremme folkehelsen og forebygge kroniske sykdommer. Oslo, Norge: Helsedirektoratet, 2011.

14. Myhre JB, Loken EB, Wandel M, Andersen LF. Meal types as sources for intakes of fruits, vegetables, fish and whole grains among Norwegian adults. *Public health nutrition*. 2014;1-11.



## 7 «Nudging» for sunne matvalg i kantine, restaurant og dagligvarebutikk

*Alexander Schjøll*

*Statens institutt for forbruksforskning (SIFO)*

### 7.1 Innledning

Tiltak for å få folk til å handle til samfunnets beste er et at kjernepunktene innen regulering. Hvordan man skal få til reguleringen er imidlertid både omstridt og uklart. En rekke hensyn står mot hverandre. I de siste årene har en ny form for regulering vokst fram. Begrepet «nudging» ble lansert av Thaler og Sunstein (2008) og betyr rett og slett å «dulte» folk i ønsket retning. Disse dultene er vennlige og milde, ja folk vil i de fleste tilfeller ikke merke at noen har dultet til dem. Nudging er derfor en mild form for regulering der man gjør små endringer slik at folk tar de samfunnsmessige riktige valgene *frivillig*. Det er helt sentralt innen nudging at valgene er frivillige, ingen skal tvinges til ikke å velge grønnsaker framfor godteri, men tanken med nudging er at det skal bli mindre sannsynlig at folk velger godteri framfor grønnsaker.

Bakgrunnen for nudging er menneskets manglende evne til å ta riktige valg. Rett nok er mennesker rasjonelle individer, men i en travel hverdag rekker man ikke å tenke nøye gjennom valgene sine, slik at man lett lar seg manipulere. En artig reklame for sjokolade i butikken kan for eksempel gjøre at man glemmer at man ikke bør spise sjokolade. Tilsvarende har folk gjerne en evne til å utsette ting. Man kan trygt spise en sjokolade nå fordi det er så lenge til bikinisезongen som man bør ha tatt av et par kilo til. Fordi vi ikke alltid tar de fornuftige valgene kan nudging gjøre at vi med større sannsynlighet tar de fornuftige valgene.

Mange slike tiltak har vært prøvd ut. Her skal vi hovedsakelig se på vareplassering og varemerking for å få folk til å velge sunn mat framfor usunn mat. Studiene vi skal se på er eksperimenter gjennomført i kantine, restaurant og dagligvarebutikk.

#### 7.1.1 Sunne matvalg i kantine

De fleste spiser minst et måltid om dagen utenfor hjemmet. Dette måltidet spises gjerne i forbindelse med jobb, og da gjerne i en kantine. Fordi folk ofte spiser i kantine kan nudging av sunne matvalg være fornuftig. Dessuten spiser man med andre til stede, og da kan folk være mer tilbøyelig til å velge sunt fordi man ikke ønsker å framstå som en person som velger usunt når «alle andre» velger sunt.

I kantiner har man i hovedsak fulgt to nudging-strategier. For det første har man endret valgarkitekturen. Dvs. den plattformen eller settingen man foretar sine valg i. For det andre har

man endret merkingen av mat og drikke, slik at det er enkelt å se hva som er sunt og hva som er usunt.

### 7.1.2 Endring av valgarkitektur i kantine

Intervensjoner for å få til sunne matvalg i kantine trenger ikke være sofistikerte. Et eksempel på det er studien til Schwartz (2007). I kantinen til en barneskole i New England, USA stilte en forelder seg opp ved frukt- og juicedisken og spurte hvert barn om barnet ville ha frukt eller juice. Dette førte til at ca. 90 prosent av barna valgte minst ett av disse to produktene, mens ved en tilsvarende kontrollkantine, ved en annen skole i nærheten, var det kun 60 prosent som foretok disse valgene.

Faktisk viser en studie av Wansink et al. (2012) at bare ved å endre navnet på de varme grønnsakene i skolekantiner kan man få barn til å spise mer grønnsaker. Studien fant økt forbruk av brokkoli og grønne bønner når de ble kalt «Power Punch Broccoli» og «Silly Dilly Green Beans».

Studenter kan også la seg manipulere til å velge sunnere i en kantine. Meiselman et al. (1994) ville teste om studenter velger usunt hvis det krever en større innsats enn ved å velge sunt. Godteri og potetchips var kun til salgs i en spesiell disk der man ikke kunne få annen mat. For å få et tilstrekkelig måltid måtte derfor studentene stå i to køer, noe som kan ta unødig tid, spesielt fordi det var kun en kantineansatt som betjente disken med godteri og potetchips. Denne studien viste et kraftig fall i salget av potetchips, men salget av frukt, som dermed ble mer tilgjengelig relativt til potetchips, økte bare litt. Den største effekten var økt salg av annen usunn snaks, som for eksempel kaker og mat med mye karbohydrater. Man må derfor ha i mente at bieffekter kan oppstå når man driver med nudging.

Meyers et al. (1980) viser hvordan voksne kan la seg manipulere til sunne matvalg i kantine. Først plasserte forskerne desserter med lavt kaloriinnhold bakerst i disken. Dermed ble desserter med høyt kaloriinnhold mer tilgjengelig. Deretter gjorde de motsatt, dvs. desserter med høy kaloriinnhold sto forrest. Forskerne observerte også kantinekundene og karakteriserte dem som normalvektige, overvektige eller tykke. I det første plasseringen var resultatet at færre valgte dessert i det hele tatt. Dessuten valgte færre gjester lavkalorialternativene. Imidlertid var det ingen økning i antallet kunder som valgte desserter med høyt kaloriinnhold. I det andre tilfellet, hvor desserter med få kalorier sto forrest, fant man ingen signifikante resultater. Ingen av studiene viste at gjestens vekt hadde noe å si for kundenes valg av dessert.

Ved å plassere ut flere kjøleskap med vann i en sykehuskantine i Boston, USA, fant Thorndike et al. (2012) at salget av vann økte med ti prosent, mens salget av kaloririke drikker falt med 17 prosent. Økt tilgjengelighet for de sunne produktene i en kantine kan derfor føre til sunnere valg.

### 7.1.3 Merking i kantine

Det er svært mange studier av merking av mat i kantine. Her følger noen eksempler. Chu et al. (2009) anga hvor mye energi, fett, protein osv. hver matrett i en universitetskantine i Ohio, USA hadde. Den dagen merkingen ble innført, falt gjennomsnittlig antall kilokalorier per rett med 12 prosent, og holdt seg på et lavere nivå så lenge merkingen var utplassert. Da merkingen forsvant igjen, økte kaloriinntaket tilbake til det opprinnelige nivået.

En merkeordning av mat som har vært mye studert er såkalt trafikklysmerking. Dvs. at den sunneste maten blir merket som grønn, den mest usunne som rød, mens gul er en mellomkategori. Levy et al. (2012) innførte slik merking i den samme kantinen i Boston som beskrevet ovenfor. Fordi de ansatte kjøpte mat i kantinen gjennom et betalingskort, knyttet til lønnsutbetalingene, var det mulig å følge den enkelte ansattes kantinekjøp over tid. Studien fant at

salget av rødmerket mat falt mer enn hva salget av grønnermerket mat steg. Dette er et typisk funn for trafikklysstudier.

En kritikk mot nudging i kantine er at effektene er forbigående. Etter en tid faller folk tilbake til sitt vante usunne forbruk. En oppfølgingsstudie av de to studiene av hhv. valgarkitektur og merking i sykehuskantinen i Boston, er Thorndike et al. (2014). Den viser at kombinasjonen av disse to tiltakene fortsatt ga effekt to år etter implementering. Nudging kan altså virke over tid, det handler bare om å finne det rette nudget.

## 7.2 Sunne matvalg i restaurant

Selv om nordmenn ikke spiser så ofte på restaurant som folk i mange andre vestlige land er det grunn til å være opp tatt av maten som spises der. For det første fordi 23 prosent av matbudsjettet brukes i restaurant (SSB 2014). Dessuten er maten som spises på restaurant mindre sunn enn den som spises hjemme (Lin and Frazao 1997; Lin et al. 1999). Endelig er det en positiv sammenheng mellom antall restaurantbesøk og mengde kroppsfett (McCrary et al. 1999).

I 2010 innførte USA et krav om at alle restauranter med minst 20 filialer må oppgi kaloriinnholdet i all mat gjennom menyer og oppslag sammen prisene for maten. Kravet rammet særlig hurtigmatsteder som McDonald's og Burger King. Dette kravet har utløst en rad av studier for å finne ut om kravet har gjort at restaurantgjestene velger mat med færre kalorier. For eksempel har Elbel et al. (2009, 2011) studert kvitteringene fra 19 fastfoodrestauranter. Disse studiene fant ikke at gjestene kjøpte mat med færre kalorier etter at merkingen ble innført. Vadiveloo et al. (2011) ville undersøke effekten på en annen måte. Fordi kravet ikke ble innført samtidig over hele USA, var det mulig å sjekke om restaurantgjester i delstater med kravet bestilte annen mat enn restaurantgjester i de samme restaurantene i delstater uten kravet. De fant ingen signifikante forskjeller i bestillingene, men gjester som la merke til kalorimerkingen hadde en tendens til å besøke fastfoodrestauranter sjeldnere enn de gjestene som ikke så merkingen.

En siste studie av kalorimerkekravet som kan nevnes her er Bollinger et al. (2011). Her så man på effekten av kalorimerkingen i kaffekjeden Starbucks. Studien fant en gjennomsnittlig nedgang i antall kalorier per matbestilling på seks prosent. For drikke, som jo er hovedgjesteften til Starbucks, var det nesten ingen effekt.

En norsk studie er Kallbekken and Sælen (2013). I 52 hotellrestauranter tilhørende samme hotellkjede ble syv restauranter valgt ut som testrestauranter, mens de resterende fungerte som kontroll. Hotellrestaurantene tapte mye penger på at gjestene tok mer mat på tallerkenen fra buffeten enn hva de klarte å spise opp. Dermed måtte mye mat kastes. Først reduserte man tallerkenstørrelsen fra 24 cm til 21 cm. Det reduserte matavfallet med 20 prosent. Deretter satte man opp et skilt på buffeten der man oppfordret gjestene til å ta mindre mat på tallerkenen. Det reduserte matavfallet med 21 prosent. Selv om tiltaket primært gjorde at hotellrestaurantene sparte penger ga det trolig også en helsegevinst ved at folk spiser mindre. Det er kjent at mindre tallerkenstørrelse leder til at folk tar mindre mat på tallerkene, og dermed reduserer kaloriinntaket (Sobal og Wansink 2007).

Endring av det fysiske miljøet man spiser i kan endre hva folk spiser. Jacob et al. (2011) dekorerte hvert bord i en restaurant i Bretagne, Frankrike med en figur av en seiler eller en fiskerbåt, i tillegg til at man benyttet servietter med maritimt preg. Sammenlignet med kontrollsitasjonen, der man hadde nøytral dekor, førte dette til at restauranten solgte flere fiskeretter.

### 7.3 Sunne matvalg i dagligvarebutikk

I to Coop-butikker i Harstad testet Sigurdsson et al. (2014) effekten av å plassere tørket frukt, blandet frukt og tørket fisk ved kassene. Denne plasseringen ble dessuten godt kommunisert til kundene via plakater med slagord om at slik mat er sunn. Studien fant at plassering av disse produktene økte salget av dem, men kun når det ble brukt plakater i tillegg. Plassering alene ga ingen signifikant effekt på den sunne maten.

I dagligvarebutikk er man svært opptatt av merkeordninger. Som kjent finnes det en rekke merkeordninger for å få folk til å ta sunne matvalg. I Norge har vi i hvert fall fire slike merkeordninger, nemlig Nøkkelhullet, Brødskala'n, GDA, merket til Nasjonalforeningen for folkehelsen og generell merking av næringsinnholdet. Spørsmålet er da hvilken merkeordning som er mest effektiv. Det finnes ingen studie av dette i Norge, men det er utført en i Tyskland av Borgmeier og Westenhoefer (2009). De testet fire merkeordninger. 1) GDA med trafikklys. Der rød angir høyt nivå av et usunt næringsstoff, for eksempel fett. 2) Vanlig GDA. Slik vi for eksempel i Norge finner på Coca-Colas produkter. 3) Trafikklysmarkering. Samme som beskrevet tidligere. 4) Merke som angir sunn mat. Dvs. et tilsvarende merke som Nøkkelhullet. I eksperimentet skulle folk sammenligne to matvarer med de ulike merkene og velge det sunneste. Studien har to sentrale funn. For det første, merking fungerer. Når matvarene hadde en merkeordning var folk signifikant flinkere til å velge den sunne maten. For det andre, trafikklysmarkering synes å være mest effektiv. Det ble gjort signifikant flere riktige valg når man hadde trafikklysmarkering enn når man benyttet GDA med trafikklys, som var den nest beste merkeordningen. GDA med trafikklys gir mer informasjon enn bare trafikklys fordi man faktisk får vite hvor mye sunnere enn matvare er i forhold til en annen. Studien viste altså at det ikke er om å gjøre å ha så mye informasjon som mulig i merkeordningen, men heller kunne kommunisere denne på en enkel måte.

### 7.4 Konklusjon

Nudging har blitt veldig populært. Dette skyldes trolig at nudging er enkelt å implementere og eventuelle negative konsekvenser er små. Nudging har vokst fram fordi informasjon i seg selv ikke er nok. Mennesket klarer ikke alltid å ta de fornuftige valgene, og ta kan et vennligsinnet lite dult hjelpe dem på rett vei. Nudging kan derfor benyttes for å få folk til å spise sunnere, men at nudging alene kan løse kostholdsproblemene i vi ser i det vestlige verden i dag, som for eksempel overvekt, er lite trolig. Da trengs det kraftigere lut til, gjerne strengere regulering.

#### Referanser

Bollinger, B., P. Leslie og A. Sorensen (2011): Calorie Posting in Chain Restaurants *American Economic Journal: Economic Policy*, 3(1): 91-128.

Borgmeier, I. og J. Westenhoefer (2009): Impact of different food label formats on healthiness evaluation and food choice of consumers: a randomized-controlled study. *BMC Public Health*, 9(184).

Chu, Y. H., E. A. Frongillo, S. J. Jones og G. L. Kaye (2009): Improving Patron's Meal Selections Through the Use of Point-of-Selection Nutrition Labels. *American Journal of Public Health*, 99(11): 2001-2005.

Elbel, B., R. Kersh, V. L. Brescoll og L. B. Dixon (2009): Calorie Labeling and Food Choices: A First Look at the Effects On Low-Income People in New York City. *Health Affairs*, 28(6): w1110-w1121.

- Elbel, B., J. Gyamfi og R. Kersh (2011): Child and adolescent fast-food choice and the influence of calorie labeling: a natural experiment. *International Journal of Obesity*, 35(4): 493-500.
- Jacob, C., N. Guéguen og G. Boulbry (2011): Presence of Various Figurative Cues on a Restaurant Table and Consumer Choice: Evidence for an Associative Link. *Journal of Foodservice Business Research*, 14(1): 47-52.
- Kallbekken, S. og H. Sælen (2013): 'Nudging' hotel guests to reduce food waste as a win-win environmental measure. *Economic Letters*, 119(3): 325-327.
- Lin, B.-H. og E. Frazao (1997): Nutritional quality of foods at and away from home. *Food-Review*, 20(2): 33-40.
- Lin, B.-H., J. Guthrie og E. Frazao (1999): *Away-from-home foods increasingly important to quality of American diet*. Washington, DC: Economic Research Service USDA.
- Levy, D. E., J. Riis; L. M. Sonnenberg, S. J. Barraclough og A. N. Thorndike (2012): Food Choices of Minority and Low-Income Employees: A Cafeteria Intervention. *American Journal of Preventive Medicine*, 43(3): 240-248.
- McCrary, M. A., P. J. Fuss, N. P. Hay, A. G. Vinken, A. S. Greenberg og S. B. Roberts (1999): Overeating in America: Association between Restaurant Food Consumption and Body Fatness in Healthy Adult Men and Women Ages 19 to 80. *Obesity Research*, 7(6): 564-571.
- Meiselman, H. L., D. Hedderly, S. L. Staddon, B. J. Pierson og C. R. Symonds (1994): Effect of Effort on Meal Selection and Meal Acceptability in a Student Cafeteria. *Appetite*, 23(1): 43-55.
- Meyers, A. W., A. J. Stunkard og M. Coll (1980): Food Accessibility and Food Choice. A Test of Schachter's Externality Hypothesis. *Arch Gen Psychiatry*, 37(10): 1133-1135.
- Schwartz, M. B. (2007): The influence of a verbal prompt on school lunch fruit consumption: a pilot study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 4(6).
- Sigurdsson, V., N. M. Larsen og D. Gunnarsson (2004): Healthy food products at the point of purchase: An in-store experimental analysis. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 47(1): 1-4.
- Sobal, J. og B. Wansink (2007): Kitchenscapes, Tablesapes, Platescapes, and Foodscapes: Influences of Microscale Built Environments on Food Intake. *Environment and Behavior*, 39:1 124-142.
- SSB (2014): *Tabell: 03013: Konsumprisindeks*. Oslo: SSB.
- Thaler, R. H. og C. R. Sunstein (2008): *Nudge. Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. New York: Yale University Press.
- Thorndike, A. N., J. Riis, L. M. Sonnenberg og D. E. Levy (2014): Traffic-Light Labels and Choice Architecture. Promoting Healthy Food Choices. *American Journal of Preventive Medicine*, 46(2): 143-149.

Thorndike, A. N., L. Sonnenberg, J. Riis, S. Barraclough og D. E. Levy (2012): A 2-Phase Labeling and Choice Architecture Intervention to Improve Healthy Food and Beverage Choices. *American Journal of Public Health*, 102(3): 527-533.

Vadiveloo, M. K., L. B. Dixon og B. Elbel (2011): Consumer purchasing patterns in response to calorie labeling legislation in New York City. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 8(51).

Wansink, B., D. R. Just, C. R. Payne og M. Z. Klinger (2012): Attractive names sustain increased vegetable intake in schools. *Preventive Medicine*, 55(4): 330-332.

## 8 «Gøy så lenge det varte: Effekter av gratis skolefrukt»<sup>4</sup>

Arnstein Ovrum

Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF)

En sentral målsetning i *Health Meal*-prosjektet har vært å studere årsaker til sosiale forskjeller i spising av fisk og frukt og grønnsaker. Vi vet at kostholdsvaner i ung alder er viktig for senere kostholdsvaner (Lien mfl 2001; Mikkilä mfl 2004). Videre er det ofte nær sammenheng mellom foresattes utdannings- og inntektsnivå og barnas kostholdsvaner (Cutler mfl 2011). Ordninger som kan bidra til å etablere gode kostholdsvaner hos barn og samtidig redusere sosiale forskjeller i disse er derfor viktige. Slike ordninger kan også være samfunnsøkonomisk lønnsomme dersom de bidrar til å forebygge kostholdsrelaterte sykdommer med tilhørende reduksjon av framtidige helseutgifter (Sælensminde 2005). Gratis skolefrukt er potensielt en slik ordning. Som del av *Health Meal* har vi derfor sett nærmere på effekter av gratis skolefrukt og abonnementsordningen for skolefrukt i Norge.

### 8.1 Om skolefruktordningen

I perioden august 2007 til juni 2014 var skolefrukt gratis for alle elever på skoler med ungdomstrinn, det vil si på rene ungdomsskoler (8.–10. trinn) og kombinerte barne- og ungdomsskoler (1.–10. trinn). På rene barneskoler (1.–7. trinn) var det i denne perioden en frivillig abonnementsordning hvor ledelsen på den enkelte skole først avgjør om skolen skal tilby ordningen. På skoler som tilbyr ordningen tar den enkelte foresatte/elev i neste omgang stilling til om barnet skal abonnere på skolefrukt.<sup>5</sup> Stortinget vedtok 12. juni 2014 å oppheve lov og forskrift som påla kommuner å tilby gratis skolefrukt.<sup>6</sup> Fra august 2014 har skoler med ungdomstrinn mulighet til å delta på abonnementsordningen etter samme modell som på rene barneskoler.

I perioden 2007–2014 gikk elever i 1.–7. trinn følgelig på én av følgende tre typer skoler; (i) ren barneskole som tilbyr abonnementsordningen; (ii) ren barneskole som ikke tilbyr abonnementsordningen; og (iii) kombinert barne- og ungdomsskole og dermed gratis skolefrukt. Hvilken type skole den enkelte elev gikk på var i stor grad tilfeldig og et resultat av hvordan skolefruktordningen var organisert i perioden. Den tilfeldige plasseringen av elever på ulike type skoler gjør at vi kan se på skolefruktordningen som et såkalt *naturlig eksperiment* i den aktuelle perioden. Naturlige eksperimenter er nyttige fordi de gjør det enklere å måle hvorvidt

---

<sup>4</sup> Studien som omtales i dette kapitlet ble gjennomført sammen med Elling Bere, professor ved Universitet i Agder. Studien er mer utfyllende beskrevet i en artikkel i tidsskriftet *Public Health Nutrition* (Øvrum og Bere 2014). Takk til Opplysningskontoret for frukt og grønt ved Tore Angelsen for nyttige innspill og for tilgang til dataene som brukes i studien.

<sup>5</sup> I abonnementsordningen betaler de foresatte en egenandel på 3 kr per dag barnet får frukt/grønt. Den resterende kostnaden på 1 kr per dag subsidieres av det offentlige.

<sup>6</sup> Innst. 223 L (2013–2014).

det aktuelle tiltaket har noen effekt. Vi skal nå se nærmere på hvordan vi har målt effekter av skolefruktordningen.

## 8.2 Data og metode

Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG) gjennomførte i mars 2012 en internettbasert spørreundersøkelse blant foresatte av elever i barneskolen (1.–7. trinn).<sup>7</sup> Alle 19 fylker i Norge og mer enn 750 ulike skoler er representert i vårt endelige utvalg på 1423 respondenter.<sup>8</sup> Blant disse går 295 barn på skole uten noen skolefruktordning, 854 barn på skole med abonnementsordning og 274 barn på skole med gratis skolefrukt.

Utvalgene i disse tre skolefruktgruppene er relativt like, med noen unntak. Det er flere fedre og flere husstander med høy inntekt i gruppen uten noen skolefruktordning enn i gruppene med abonnementsordning og gratis skolefrukt. Videre er andelen elever som går på kombinert barne- og ungdomsskole – og som dermed får gratis skolefrukt – høyere i Nord-Norge enn i andre deler av Norge. I statistiske analyser (minste kvadrats metode) korrigerer vi for disse forskjellene ved å holde disse faktorene konstant når vi måler effekter av skolefrukt på barnas frukt- og grøntinntak. Vi viser til Øvrum og Bere (2014) for flere detaljer rundt metode.

De foresatte ble bedt om å oppgi sitt eget og barnets daglige inntak av frukt og grønnsaker på en typisk dag, målt i antall porsjoner med syv kategorier («Mindre enn 1 porsjon per dag» (0), «1 porsjon per dag» (1), «1-2 porsjoner per dag (1,5)», ..., «Mer enn 3 porsjoner per dag» (3,5)).<sup>9</sup> Eksempler på porsjonsstørrelser ble beskrevet i undersøkelsen (et eple, en håndfull druer osv.). I analysene har vi omgjort disse kategoriske målene på inntak av frukt og grønnsaker til kontinuerlige variabler ved å bruke tallene i parentes over, det vil si for eksempel «1-2 porsjoner per dag» er definert som 1,5 porsjoner per dag. Basert på disse definisjonene finner vi at barna i gjennomsnitt spiser 1,64 porsjoner frukt og 1,13 porsjoner grønnsaker per dag.

## 8.3 Effekter av skolefrukt på inntak av frukt

Effekter av skolefrukt er som nevnt estimert ved bruk av minste kvadrats regresjoner. Basert på regresjonene kan vi predikere gjennomsnittlig frukt- og grøntinntak i de ulike skolefruktgruppene når vi holder eventuelle forskjeller i sosio-demografiske kjennetegn mellom gruppene konstant. Figur 8.1 viser predikert fruktinntak per dag blant barn i de ulike skolefruktgruppene.

Barn som går på skoler med gratis skolefrukt spiser i gjennomsnitt 1,80 fruktporsjoner per dag. Dette er 25 prosent mer enn barn på skoler uten noen skolefruktordning, som i gjennomsnitt spiser 1,44 porsjoner per dag. Forskjellen er klart statistisk signifikant ( $p$ -verdi  $< 0,001$ ). Barn på skoler med abonnementsordning spiser i gjennomsnitt 1,68 fruktporsjoner per dag, det vil si 16,7 prosent mer enn barn uten noen skolefruktordning. Også denne forskjellen er klart statistisk signifikant ( $p$ -verdi  $< 0,001$ ).

I de to siste søylene i Figur 8.1 har vi skilt mellom abonnenter og ikke-abbonenter på abonnementskoler. Ikke overraskende spiser barn som abonnerer på skolefrukt klart mer frukt

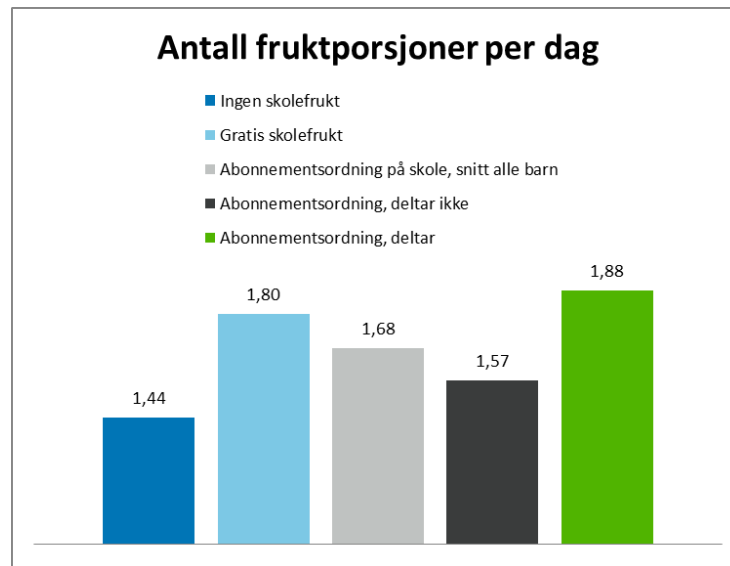
<sup>7</sup> TNS Gallup stod for selve gjennomføringen av undersøkelsen.

<sup>8</sup> Det var totalt 1536 foresatte som svarte på undersøkelsen. Det endelige utvalget er mindre enn dette fordi en del foresatte ikke svarte på alle spørsmålene som brukes i våre analyser (svarte for eksempel «Vet ikke» på spørsmål om barnas frukt- og grøntinntak).

<sup>9</sup> Foreldrerapportert matinntak hos barn representerer en mulig feilkilde, men spesielt for mindre barn (under 9 år) kan foreldrerapportert matinntak være mer presist enn egenrapportert matinntak (McPherson m.fl. 2000).



enn barn på skoler uten skolefruktordning, med 1,88 porsjoner per dag. Men også barn som ikke abonnerer spiser mer frukt enn barn på skoler uten skolefruktordning, med 1,57 porsjoner per dag. Denne siste forskjellen er imidlertid mer usikker med tanke på statistisk signifikans ( $p$ -verdi = 0,063).



Figur 8.1. Barnas fruktinntak per dag i ulike skolefruktgrupper. Predikerte inntak basert på statistisk modell (minste kvadrats metode) som kontrollerer for barnas og de foresattes sosio-demografiske kjennetegn (alder, kjønn, sivilstatus, utdanning, skoletrinn og bosted).

Merk at vi må tolke resultatene forsiktig når vi skiller mellom abonnenter og ikke-abonnenter på abonnementskoler. Vi kan med ganske stor grad av sikkerhet si at det er tilfeldig om barnet går på skole uten skolefruktordning, skole med abonnementsordning eller skole med gratis frukt. Hvorvidt en abonnerer eller ikke abonnerer på skolefrukt, gitt at barnet går på en skole med abonnementsordning, er imidlertid i større grad et selvstendig valg som kan ha sammenheng med faktorer som ikke fanges opp i våre statistiske analyser, det vil si sosio-demografiske kjennetegn og andre faktorer utover de som er beskrevet over. Se Øvrums og Beres (2014) for flere detaljer rundt denne problemstillingen. Sammenligning av sosio-demografiske kjennetegn mellom abonnenter og ikke-abonnenter viser at foresatte av abonnende barn har noe høyere inntekt, men ikke signifikant høyere utdanningsnivå enn foresatte av ikke-abonnerende barn.

#### 8.4 Effekter av skolefrukt på inntak av grønnsaker

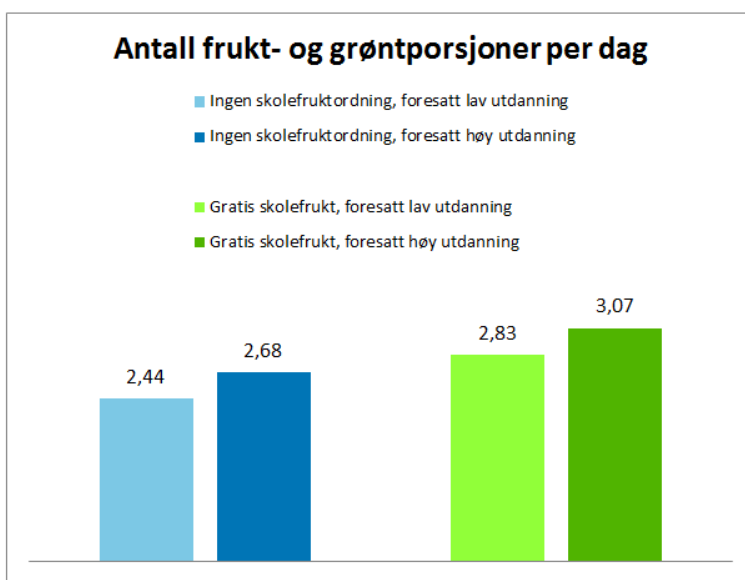
Vi har også analysert effekter av skolefrukt på inntak av grønnsaker og totalt inntak av frukt og grønnsaker. Resultatene tyder på at skolefrukt ikke har noen signifikant effekt på inntak av grønnsaker, selv om grønnsaker gjerne deles ut ca. én gang per uke (som regel gulrot). Effekten av skolefrukt på totalt inntak av frukt og grønnsaker ser dermed utelukkende ut til å være en effekt av økt fruktspising. Tilsvarende funn er gjort i flere tidligere studier som har sett på effekter av skolefrukt (Ransley mfl 2007; Tak mfl 2008; Bere mfl 2010).

#### 8.5 Effekter av skolefrukt og sosio-demografiske kjennetegn

Som nevnt har vi i regresjonene over kontrollert for barnas og de foresattes sosio-demografiske kjennetegn. Ikke overraskende finner vi en positiv og signifikant sammenheng mellom de foresattes utdannings- og inntektsnivå og barnas og de foresattes totale inntak av frukt og grønnsaker, se Øvrums og Beres (2014) for detaljer.

Vi har også estimert egne regresjoner hvor vi inkluderer interaksjoner mellom utdannings- og inntektsvariablene på den ene siden og variablene som indikerer tilhørighet til gratis skolefrukt og abonnementsordningen på den andre siden. Dette for å undersøke om skolefrukt bidrar til å redusere eller øke sosiale forskjeller i frukt- og grøntinntak. Ingen av disse interaksjonene var statistisk signifikante. Dette tyder på at både gratis skolefrukt og abonnementsordningen har omtrent lik effekt i ulike utdannings- og inntektsgrupper, det vil si bidrar til å løfte alle barns fruktinntak, men ikke nødvendigvis redusere absolutte sosiale forskjeller i fruktinntak. Merk imidlertid at de relative sosiale forskjellene i fruktinntak reduseres når alles absolutte fruktinntak øker. Eksempel: Hvis barn av foresatte med lav (høy) utdanning spiser 1 (2) frukt per dag uten skolefrukt og 2 (3) frukt per dag med skolefrukt, så reduseres den relative forskjellen i fruktinntak mellom de to gruppene fra 2,0 til 1,5 som følge av skolefrukt.

Til slutt tar vi med et eksempel som viser den relative betydningen av gratis skolefrukt og de foresattes utdanning. Figur 8.2 viser, igjen basert på regresjon, predikert frukt- og grøntinntak per dag blant fire grupper barn: (i) ingen skolefruktordning og foresatt har lav utdanning (ikke universitets-/høgskoleutdanning); (ii) ingen skolefruktordning og foresatt har høy utdanning; (iii) gratis skolefrukt og foresatt har lav utdanning; og (iv) gratis skolefrukt og foresatt har høy utdanning.



Figur 8.2. Barnas totale frukt- og grøntinntak per dag i ulike skolefrukt- og utdanningsgrupper. Predikerte inntak basert på statistisk modell (minste kvadrats metode) som kontrollerer for barnas og de foresattes sosio-demografiske kjennetegn (alder, kjønn, sivilstatus, utdanning, skoletrinn og bosted).

Vi ser at både der hvor det ikke er noen skolefruktordning (to første søyler) og der hvor det er gratis skolefrukt (to siste søyler), så spiser barn av foresatte med høy utdanning mer frukt og grønnsaker enn barn av foresatte med lav utdanning (ca. 0,24 porsjoner mer per dag). Samtidig ser vi at effekten av gratis skolefrukt mer enn oppveier effekten av å ha foresatte med høy utdanning. Dette ser vi ved å sammenligne de to midterste søylene i Figur 8.2. Barn som får gratis skolefrukt og har foresatte med lav utdanning spiser mer frukt og grønnsaker (2,83 porsjoner per dag) enn barn som ikke har skolefruktordning og foresatte med høy utdanning. (2,68 porsjoner per dag).

## 8.6 Diskusjon

Tidligere norske og internasjonale studier på effekter av skolefrukt har vært basert på kontrollerte forsøk med relativt små utvalg. Fra Norge er studiene til Bere mfl (2007) og Bere mfl (2010) godt kjent. Disse studiene er i hovedsak basert på data fra tiden før gratis skolefrukt

ble innført i 2007, men hvor da barn fra bestemte klassetrinn på et utvalg av de 38 skolene fra Telemark og Hedmark som deltok i forsøket fikk utdelt gratis skolefrukt. Så vidt vi kjenner til er dermed vår studie den første som dokumenterer effekter av gratis skolefrukt og en abonnementsordning for skolefrukt fra et landsrepresentativt utvalg av elever fra alle klassetrinn i barneskolen. Størrelsen på effektene vi finner er sammenlignbare med funn fra tidligere studier på skolefrukt (de Sa og Lock 2008).

En svakhet ved vår studie er at vi måler effekter av skolefrukt samtidig som barna mottar gratis frukt eller abonnerer på frukt. En sentral målsetning med skolefruktordninger er at de skal påvirke barnas fruktinntak på lengre sikt. Funn fra tidligere studier med oppfølgingsundersøkelser 1–3 år etter intervensjonsperioden er blandet, fra null effekt på sikt i England (Ransley mfl 2007), til små, men signifikante effekter i Nederland (Tak mfl 2008), og signifikante og relativt store effekter på sikt i Norge (Bere mfl 2007). Det er behov for flere studier som ser på langtidseffektene av skolefruktordninger. Ordningen med gratis skolefrukt i Norge opphørte i 2014. Dette setter noen begrensninger med hensyn til å kunne måle slike langtidseffekter. Men det at gratisordningen varte fra august 2007 til juni 2014 gir i det minste mulighet til å følge opp 1–2 barnekull som gjennom hele barneskolen gikk på skole med gratis skolefrukt eller skole uten skolefruktordning. Ved å sammenlikne elever fra disse to skolefruktgruppene når de blir voksne kan vi måle de faktiske langtidseffektene av skolefrukt på frukt- og grøntinntak og kostholdsvaner generelt.

Siden august 2014 er som nevnt skolefrukt begrenset til abonnementsordningen. Våre funn tyder på barn som ikke abonnerer på skolefrukt, men som går på skole som tilbyr skolefrukt-abonnement, spiser noe mer frukt enn barn på skoler uten skolefruktordning (Figur 8.1). Dette kan kanskje skyldes en smitteeffekt. Foresatte av barn som ikke deltok på abonnementsordningen ble spurt om ulike årsaker til dette. Den klart dominerende årsaken var at barna i stedet fikk med seg frukt hjemmefra, kanskje fordi de ikke liker alle fruktene som deles ut gjennom skolefrukt (seksti prosent av de foresatte krysset av for dette). Abonnementsordning på skolen kan med andre ord stimulere til mer fruktspising også blant barna som ikke abonnerer på skolefrukt. Det er imidlertid behov for grundigere studier og analyser på dette temaet før en kan konkludere med at det finnes slike smitteeffekter av betydning.

I likhet med tidligere studier (Ransley mfl 2007; Tak mfl 2008; Bere mfl 2010) finner vi at skolefrukt har signifikant effekt på inntak av frukt, men ikke grønnsaker. Det er for så vidt naturlig at skolefrukt har større effekt på inntak av frukt enn grønnsaker, siden grønnsaker deles ut relativt sjelden gjennom skolefrukt (ca. én gang per uke eller sjeldnere, som regel gulrot). Samtidig er lavt inntak av grønnsaker en større utfordring enn lavt inntak av frukt (Opplysningskontoret for frukt og grønt 2011). Et eventuelt økt innslag av grønnsaker i skolefrukt (oftere, flere typer, mer informasjon om viktigheten av grønnsaker) må imidlertid avveies mot risikoen for å «vanne ut» de gode resultatene en ser med tanke på økt fruktspising. Kanskje er det riktigst at skolefrukt fokuserer mest på frukt og de søte smakene som vi vet at barna liker godt. Men i senere studier kunne det vært interessant å teste ut økt innslag av grønnsaker på utvalgte skoler og sett hvordan dette slår ut på spising av både frukt og grønnsaker på disse skolene sammenlignet med andre skoler.

## Referanser

- Bere E, Hilsen M, Klepp KI (2010) Effect of the nationwide free school fruit scheme in Norway. *Br J Nutr* **104**, 589–594.
- Bere E, Veierød MB, Skare Ø *et al.* (2007) Free school fruit – sustained effect three years later. *Int J Behav Nutr Phys Act* **4**, 5.
- Cutler DM, Lleras-Muney A, Vogl T (2011) Socioeconomic status and health: dimensions and mechanisms. In *The Oxford handbook of health economics*. Glies S, Smith PC (Eds.). Oxford University Press: Oxford.

- de Sa J, Lock K (2008) Will European agricultural policy for school fruit and vegetables improve public health? A review of school fruit and vegetable programmes. *Eur J Public Health* **18**, 558–568.
- Lien N, Lytle LA, Klepp KI (2001) Stability in consumption of fruit, vegetables, and sugary foods in a cohort from age 14 to age 21. *Prev Med* **33**, 217–226.
- McPherson S, Hoelscher D, Alexander M *et al.* (2000). Dietary assessment methods among school aged children: validity and reliability. *Prev Med* **31**, S11–S33.
- Mikkilä V, Räsänen L, Raitarkari OT *et al.* (2004) Longitudinal changes in diet from childhood into adulthood with respect to risk of cardiovascular diseases; the cardiovascular risk in young Finns study. *Eur J Clin Nutr* **58**, 1038–1045.
- Opplysningskontoret for frukt og grønt (2011) *Totaloversikten 2000–2010*. Oslo: Opplysningskontoret for frukt og grønt.
- Ransley JK, Greenwood DC, Cade JE *et al.* (2007) Does the school fruit and vegetable scheme improve children's diet? A non-randomised controlled trial. *J Epidemiol Community Health* **61**, 699–703.
- Sælensminde K (2005) *Frukt og grønnsaker i skolen. Beregning av samfunnsøkonomisk lønnsomhet*. Oslo: Helsedirektoratet.
- Tak NI, Te Velde SJ, Brug J (2008) Long-term effects of the Dutch Schoolgruitem Project – promoting fruit and vegetable consumption among primary-school children. *Public Health Nutr* **22**, 1–11.
- Øvrum A, Bere E (2014). Evaluating free school fruit: results from a natural experiment in Norway with representative data *Public Health Nutr* **17**, 1224–1231.

## 9 Hvordan jobber opplysningskontoret for frukt og grønnsaker for å øke folks bruk av grønnsaker i måltidene

*Guttorm Rebnes*

*Opplysningskontoret for frukt og grønnsaker*

OFGs motivasjon for å delta i «Health Meal» har vært å bedre forstå hvordan sunnhet og helse påvirker forbrukerens adferd og vaner ved forbruk av frukt og grønt gjennom spisedøgnet. OFG arbeider i det norske markedet, med den norske forbrukeren og det er avgjørende å ha en god oversikt over segmenterte forbrukervaner og hvordan disse påvirkes.

### 9.1 Bakgrunn

Stiftelsen Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG), er en felles organisasjon for grøntbransjen i Norge for å drive generisk informasjons- og markedsføringsarbeid. OFG er et nøytralt kontor, i den forstand at OFG jobber for hele bransjen, og ikke for enkeltaktører. OFG jobber for de norske produsentene og den norske produksjonen. Finansieringen av OFG gjøres over det årlige Landbruksoppgjøret. Den norske produksjonen er imidlertid begrenset til noen få måneder. Styret i OFG er av den oppfatning at denne jobben løses best ved at OFG fokuserer på frukt og grønt totalt sett. Alle frukt- og grøntprodukter har en sesong hvor de smaker best; de skiftende sesongene er også en svært viktig driver for å vekke forbrukerens interesse for varene. OFGs valg av å fokusere på alle frukt og grøntvarer, kombinert med å fokusere på de skiftende sesongene gir en naturlig og troverdig inngang på å trekke frem de norske produktene når disse er i markedet.

OFG har latt de nasjonale kostrådene, og anbefalingen om å spise 5 om dagen være førende for mål og strategier. I anbefalingen, 5 om dagen, likestilles friske og frosne varer. «5 om dagen» kan av mange forbrukere bli oppfattet som en streng pekefinger. For å få en positiv inngang opp imot forbrukerbehovene har OFG valgt å legge vekt på å koble matglede og mestring opp i mot «5 om dagen».

OFG har i løpet av 2014 arbeidet frem en ny strategi for 2015-2017. Det er ut i fra forbrukerbehovene et betydelig potensial for vekst, og økt forbruk av frukt og grønt i Norge. Det er et ønske at OFG skal være en sentral pådriver og bidragsyter til et betydelig løft.

### 9.2 Formål

OFG skal spre matglede og heve folks mat- og helsekapital for å øke forbruket av frukt og grønt og dermed bidra til en sunnere og friskere befolkning.

### 9.3 Visjon

Frukt og grønt – naturlig til alle måltider.

OFG skal inspirere og hjelpe folk til å lage god og sunn mat med mye frukt og grønt – slik at de etablerer smarte vaner og bruker frukt og grønt.

### 9.4 Målsetninger

OFG skal jobbe for at frukt og grønt blir positivt med i alle spisesituasjoner, det vil si foretrukket fremfor mer usunne produkter.

**Ambisjon:** «5 om dagen – for hele Norges befolkning – hvert enkelt individ»

**Hovedmål:** «5 om dagen – i snitt for Norges befolkning innen 2020»

OFGs rolle er å være en merkenøytral inspirator og pådriver av kunnskap som utløser økt forbruk.

### 9.5 Målgrupper

OFG skal i utgangspunktet dekke hele befolkningen, men ut i fra en kost-/nytte betraktning er det nødvendig at man fokuserer ressursene inn mot hva man på kort og lang sikt får mest mulig effekt ut av. OFG har derfor primært fokus på barnefamilier, utformer også informasjon slik at man ikke ekskluderer voksne uten barn. I OFGs strategi for 2014-2017 vil man spesielt fokusere på grupper med lav og middels matkapital.

OFG har valgt å dele målgruppene inn i direkte- og indirekte målgrupper. Det er de direkte målgruppene, forbrukerne, som er de egentlige målgruppene. De indirekte målgruppene fungerer som kommunikasjonsveier og effektive «brekkstenger» for, mer effektivt nå frem til de direkte målgruppene. Viktige indirekte målgrupper er: presse, dagligvarekjedene, barnehager, skoler og utvalgte alliansepartnere.

### 9.6 Strategi

Med bakgrunn i målet om en volumvekst og OFGs kunnskap om trender, kunnskap om hvordan forbrukeren tenker og agerer har OFG valgt følgende strategi:

#### Posisjonering

- OFG skal legge sine aktiviteter opp i mot de offisielle kostholdsradene
- OFG skal i sin kommunikasjon fokusere på mestring og løsninger inn mot forbrukers ulike måltids-/brukssituasjoner, og hvordan de skal klare å nå 5 om dagen på en positiv måte
- OFG skal koble matglede til det å spise sunt i en travel hverdag
- OFG skal være en pådriver i å skape nysgjerrighet og begeistring opp i mot de skiftende sesongene
- Det er ønskelig å påvirke matvanene til befolkningen i retning av større bevissthet på «smarte vaner». Med dette forstås det å gjøre frukt og grønt til en større del av den daglige rutinen med bakgrunn i positiv kommunikasjon og eget ønske om endring. Alle kan bli skrittvis litt smartere med sine egne vaner, uten at det føles som noen streng pekefinger

#### Kjennsbygging

- OFG skal skape høy kjennskap til anbefalingen ”5 om dagen” inn mot målgruppene

### Kunnskapsbygging

- OFG skal generelt bygge opp kunnskap, som knyttes til mestring, motivasjon og anvendelse av frukt og grønt

### Holdninger

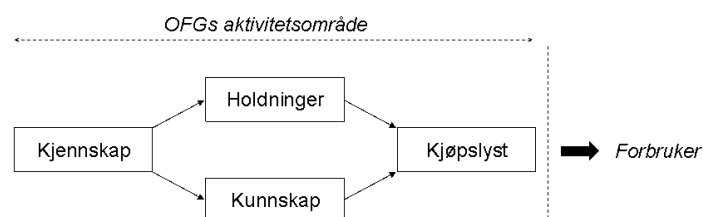
- OFG skal bygge opp om arbeidet med å få frem kvalitetsegenskapene ved gode frukt- og grøntråvarer
- OFG skal skape positiv nysgjerrighet til skiftende produktsesonger

### Alliansebygging

- OFG skal søke å etablere allianser med aktører som ser et vinn-vinn effekt i et samarbeid
- OFG skal stimulere til at bransjen fanger opp barn og unge så tidlig som mulig med å inspirere til forbruk av frukt og grønt
- OFG skal være en innholdsleverandør til redaksjonelle og kommersielle aktører som ønsker å skrive og formidle inspirasjon og kunnskap om F&G til den norske befolkning
- Samarbeide tett med redaksjonelle medier for å sette et sunt kosthold på agendaen

OFGs virksomhet kan illustreres med figur 1. All virksomhet rettes inn mot at forbrukeren til slutt skal kjøpe mer frukt og grønt. Det er derfor viktig å rette virksomheten inn mot hva som driver forbruket og å ha fokus på at man bryter ned hinder. OFG selger ingen varer. Det er bransjeaktørene som selger varene gjennom tilgjengeliggjøring av varene for forbruker. OFGs tilnærming blir derfor, på en best mulig måte å skape kjøps- og forbrukslyst. OFGs virksomhet kan best måles ved om man klarer å bidra til å skape kjøpslyst hos forbrukeren. Manglende kjøpslyst hos forbrukeren kan kobles opp mot manglende inspirasjon, kunnskap og/eller at forbrukeren ikke får tak i produktene, tilgjengelighet. For at OFGs arbeid med å etablere kjøpslyst hos forbrukeren skal materialisere seg i konsum er det imidlertid en forutsetning at OFG kommuniserer godt med verdikjeden inn mot forbruker.

OFGs arbeid med å bidra til at forbrukeren får en sterkere kjøpslyst består dels i at man klarer å etablere bevisste og ubevisste holdninger i hodene på forbrukeren, og dels i at man bygger opp kunnskap som er forutsetning for forbruk. Utgangspunktet for at OFG skal nå frem til forbruker med kunnskaps- og holdningsbyggende kommunikasjon vil være at man når frem til forbrukeren.



Figur 1 – Målet med OFGs virksomhet

## 9.7 Hovedaktiviteter

### Frukt.no + sosiale medier

Frukt.no har pr. 2014 126 000 unike brukere i måneden; Facebook-profilene 88 627 tilhenger.

Frukt.no er en innholds/kunnskapsportal som det er naturlig å gå til om man søker kunnskap om frukt og grønnsaker. Frukt.no skal bli det mest inspirerende, nyttige og hjelpsomme stedet for alt om frukt, bær, grønnsaker og poteter.

#### «Mathjelpen for foreldre»

”Mathjelpen for foreldre” har vært en stor satsning og har blitt en stor suksess både i 2010, 2011, 2012, 2013 og 2014. Målgruppen er foreldre, og hensikten med boken er å motivere og hjelpe foreldrene til å skape positive og gjennomførbare rutiner i spisedøgnet til barna. Boken deles ut til alle førsteklasinger ved skolestart og selges i bokhandel og enkelte dagligvarekjeder.

#### 5 om dagen barnehage

Fokuset med prosjektet er å gi barnehagene operative verktøy til hvordan barnehagene kan etablere gode vaner hos barna. Det legges opp til at man skal 5 om dagen-sertifisere barnehagene ut fra helt rasjonelle kriterier:

#### Prosjektets målsetning:

- Få grønnsaker og frukt inn i alle måltidene i barnehagene – kalde og varme måltider; koordineres med Helsedirektoratets veileder om mat i barnehagene
- Motivere, skape nysgjerrighet hos barna til å smake og spise frukt og grønnsaker
- Barna skal få kunnskap og føle stolthet av å tilegne seg kunnskap om frukt og grønnsaker
- Barna skal opparbeide positive holdninger til frukt og grønt
- Bruke barna som pådriver av mor og far
- Motivere foreldrene til å følge opp med maten hjemme og bli gode rollemodeller

#### Redaksjonelle samarbeid

En av OFGs viktigste aktiviteter er PR og informasjonsarbeidet. Aktivitetene koordineres opp imot OFGs årshjul.

#### Kommersielle kampanjer

OFG har begrensede midler for kommersielle kampanjer. Man har derfor lagt opp til kampanjer hvor de kommersielle aktørene velger å utvikle sammenfallende, egne kampanjer. For 2014 ble det gjennomført kampanjer på: skolestart, potet, bær, rotgrønnsaker, epler, «høstfest».

#### NM i frukt og grønt

Kåring av Norges meste dagligvareforretninger for frukt og grønt

#### Skolefrukt



## 10 Hvordan jobber Norsk sjømatråd for å øke folks bruk av fisk og sjømat i måltidene

*Lisbeth Bjørvig Hansen  
Norsk sjømatråd*

En viktig målsetting med HealthMeal-prosjektet har vært å identifisere muligheter og begrensninger for å foreta helseriktige valg. Da HealthMeal-prosjektet startet i 2010, spiste forbrukerne langt mindre fisk og grønnsaker enn helsemyndighetene anbefalte (Helsedirektoratet 2010). Norges sjømatråd har som overordnet mål for sin innsats i det norske markedet, å øke konsumet av norsk sjømat. Dette gjøres gjennom markedstiltak rettet mot forbruker, samt involvering i det nasjonale kostholdsprogrammet Fiskesprell.

### 10.1 Om Norges sjømatråd

Norges sjømatråd jobber for at folk i alle verdenshjørner skal velge norsk sjømat - derfor markedsfører vi norsk sjømat over hele verden på vegne av den norske sjømatnæringen.

En viktig del av arbeidet er å sikre det gode omdømmet norsk sjømat har internasjonalt, gjennom å drive markedsføringsarbeid over hele verden. Vi har hovedkontor i Tromsø, og utekontor i Sverige (Stockholm), UK (London), Tyskland (Hamburg), Frankrike (Paris), Spania (Madrid), Portugal (Lisboa), Italia (Milano), Russland (Moskva), Brasil (Rio de Janeiro), Japan (Tokyo), Singapore (Singapore), Kina (Beijing) og USA (Boston). En viktig del av arbeidet er i tillegg å jobbe for økt sjømatkonsum i det norske markedet. Dette gjøres under avsenderidentiteten «Godfisk».

I tillegg bidrar Norges sjømatråd sterkt økonomisk og administrativt til det nasjonale kostholdsprogrammet Fiskesprell, som er et samarbeid mellom Helse- og omsorgsdepartementet, Nærings- og fiskeridepartementet og Norges sjømatråd. Helsedirektoratet og Nasjonalt institutt for ernærings- og sjømatforskning er med som faglige bidragsyttere. Fiskesalgslagene bidrar økonomisk.

### 10.2 Målgrupper

For Norges sjømatråds aktiviteter i det norske markedet er de viktigste målgruppene par uten barn, par med små og par med store barn. Årsaken er at disse har størst potensial for økning i antall måltider med fisk. Par med barn er viktige grupper å nå med tanke på å etablere gode vaner knyttet til sjømatkonsum tidlig i livet. Par uten barn er viktige fordi de befinner seg i livsfase der de etablerer felles måltidsvaner som de tar med seg inn i senere livsfase med barn. I tillegg har disse målgruppene måltidsbehov som sammenfaller godt med hva fisk kan levere på. For mer informasjon om Sjømatrådets arbeid i det norske markedet, se markedsplan for Norge 2013-2015: <http://seafood.no/Markedsf%C3%B8ring/Markedsplaner>

Fiskesprell retter sine aktiviteter og tiltak i hovedsak mot ansatte i barnehage og skole gjennom praktisk- teoretiske kurs for de ulike målgruppene. Målet er å inspirere og legge til rette for økt bruk av sjømat i barnehage og skole, for på den måten å stimulere til økt sjømatkonsum blant barn og unge. Barnehage og skole er valgt som arena fordi man her når tilnærmet alle barn i Norge, og på den måten søker å bidra til å redusere sosial ulikhet i kosthold. For mer informasjon om Fiskesprell, se [www.fiskesprell.no](http://www.fiskesprell.no)

### 10.3 Prioriterte måltidssituasjoner

For Norges sjømatråds arbeid i det norske markedet har vi valgt å fokusere på måltidssituasjonene middag og uformell helg. Middag er den måltidssituasjonen som representerer størst antall måltider, i tillegg til størst volum/verdi i løpet av året. Middag er også den måltidssituasjonen som representerer størst vekstpotensial for fisk (volum og verdi). En økning i antall fiskemiddager pr. uke (1-2 og 2-3/uke) for light-medium users er et betydelig potensial, og større enn verdi av økning blant heavy users. I tillegg ser vi at det er mye å hente på uformell helg, fredag og lørdag. Dette gir til sammen ca. 250+ relevante middagssituasjoner i året pr. person, hvor andelen fisk kan økes.

Fiskesprell har som mål å legge til rette for økt bruk av sjømat i skole og barnehage. I skolen satses først og fremst på bruk av sjømat i faget mat og helse. Skolene får gratis undervisningsmateriell og råvarestøtte. Undervisningsmaterialet er tilpasset læreplanens mål for mellomtrinn og ungdomstrinn, og består av teoristoff om sjømat i tilknytning til læreplanens hovedområder, i kombinasjon med inspirerende sjømatoppskrifter tilpasset de unges preferanser. Målet i barnehagen er at sjømat skal være en naturlig del av mattilbudet, som varmmat, som pålegg og som turmat. Barnehagene som deltar i Fiskesprell mottar inspirasjonsmateriell for de voksne, der de får tips og råd om tilberedning av sjømat som egner seg for barnehagen, velsmakende sjømatoppskrifter og tips til pedagogisk matlaging inne og på tur. Ved å la barna bli kjent med og vant til sjømat i tidlig alder, legges det til rette for gode vaner også senere i livet. Gjennom barnehage og skole når vi alle barna, også de barna som ikke får denne typen erfaring hjemme.

### 10.4 Barrierer

For arbeidet i det norske markedet har vi gjennom Godfisk de siste tre årene arbeidet målrettet for å oppheve barrierer som vi vet eksisterer knyttet til sjømat:

- Barn liker ikke fisk/sjømat
- Fisk/sjømat tar tid å lage
- Fisk/sjømat er vanskelig å lage

Det er utviklet reklamekampanjer, oppskriftsmateriell og inspirasjonsinnhold til [www.godfisk.no](http://www.godfisk.no) som bidrar til å motvirke disse barrierene. Ved å adressere disse oppfatningene om sjømat, for så å vise løsningene i form av enkle, raske og barnevennlige sjømatretter bidrar Sjømatrådet gjennom Godfisk til å motvirke disse barrierene.

Gjennom kostholdsprogrammet Fiskesprell får ansatte i barnehage og skole en teoretisk forståelse av hvorfor det er viktig at skole og barnehage, som helsefremmende arena, legger til rette for sunne matvaner og økt sjømatkonsum. I tillegg får de praktisk erfaring med å tilberede barnevennlige, enkle sjømatretter. I barnehage har kunnskap om tilberedning av sjømat vært en stor barriere, men questbackundersøkelser i Fiskesprell-barnehager viser at de ansatte, etter å ha vært på kurs, ikke i like stor grad oppfatter fisk som vanskelig å lage. Videre oppgis høy pris og mangel på personalressurser som en barriere mot økt bruk av sjømat i barnehagen. Tilrettelegging for pedagogisk matlaging, der barna involveres i matlagingen kan

bidra til å bøte på oppfatningen om at det trengs egne voksenressurser for å kunne tilberede mat i barnehagen. Lave matbudsjetter oppleves som en utfordring i barnehagene.

Når det gjelder fisk som en del av mattilbudet i barnehagen og skole, oppgir en del barnehager og skoler at fisk har et stort fortrinn ved at det i stor grad kan spises av alle, uavhengig av sosialt, kulturelt og religiøst funderte matregler.

## 10.5 Resultater

For å følge med på utviklingen i sjømatkonsumet gjennomfører Sjømatrådet hvert år forbrukerundersøkelsen «Seafood Consumer Insight (SCI)» i samarbeid med TNS Gallup. Videre kjøpes data fra Norske spisefakta fra Ipsos MMI, husholdningskonsum fra Europanel (GFK) og storkonsum fra Sissel Flesland Markedsinformasjon AS. Vi gjør i tillegg fokusgrupeanalyser og andre analyser ved behov. Resultatene fra våre undersøkelser (SCI) viser en utvikling som tyder på at forbruker i løpet av de siste årene i større grad oppfatter sjømat som rask, familievennlig mat som er lett å lage. Helsedirektoratets rapport «Utviklingen i norsk kosthold 2013», som bygger på GFK-data, viser en tydelig positiv endring i fiskeinntak, med en økning i nordmenns fiskeforbruk på 7 prosent siden 2011.

Undersøkelser viser at barnehager som har ansatte som har deltatt på Fiskesprellkurs har et større fokus på sunt mattilbud, og serverer mer sjømat som varmmat, som pålegg og som turmat (Helsedirektoratet 2012: Måltider, fysisk aktivitet og miljørettet helsevern i barnehagen).

## 10.6 Veien videre

Når vi spør forbrukerne om hva som er den viktigste grunnen for å velge sjømat, så svarer de fleste smak og helse. Dette bekreftes i driveranalyse med utgangspunkt i data fra forbrukerundersøkelsen «Seafood Consumer Insight (SCI)». Nytelse består av «smaker godt» og «inspirerende å tilberede», mens helse består av «positive helseeffekter» og «et magert alternativ».

I tiden framover vil Sjømatrådet i enda større grad enn tidligere fokusere på matglede og smak for å stimulere sjømatkonsumet i det norske markedet, både rettet mot forbruker gjennom Godfisk, og rettet mot barn og unge i barnehage og skole gjennom Fiskesprell.