



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Institutionen för mat, hälsa och miljö MHM

# Nyttig mat och hälsa på restaurang

**Marie Johansson**

**Examensarbete 10 poäng**

Restaurangmanagerprogrammet

Handledare: Kerstin Bergström

Examinator: Christina Berg

Datum: september 2007



## GÖTEBORGS UNIVERSITET

Institutionen för mat, hälsa och miljö MHM  
Box 320, SE 405 30 Göteborg

Titel: Nyttig mat och hälsa på restaurang  
Författare: Marie Johansson  
Typ av arbete: Kandidatuppsats  
Handledare: Kerstin Bergström  
Examinator: Christina Berg  
Program: Restaurangmanagerprogrammet  
Antal sidor: 23  
Datum: september 2007

### **Sammanfattning**

Övervikt och fetma förekommer allt oftare och nu för tiden drabbas allt fler människor. Övervikt kan leda till en rad olika följsjukdomar samt en förtidig död. Orsaken till att detta har ökat den senaste tiden beror på att den mat som konsumeras inte förbränns. Nyckelhålmärkt mat och tallriksmodellen är hjälpmedel som finns och gör det enklare att välja rätt livsmedel och rätt mängd mat per måltid.

Studier visar att restaurangmat ofta är för fet, innehåller för mycket salt och har ett för högt energiinnehåll. Det finns också studier som tyder på att restaurangens placering, miljö och lunchpris har stor betydelse vid val av lunchrestaurang. Det är alltså inte bara maten som serveras som är viktig utan även variation och hälsoaspekt.

Syftet med detta examensarbete är att undersöka hur restaurangchefer ser på hälsosam mat på restauranger. För att finna svar på detta har enkäter och intervjuer använts som undersökningsmetod. 6 enkäter och tre intervjuer genomfördes. Intervjuerna användes som komplement till enkäterna.

Resultatet visar att hälsosam mat på restauranger har ökat den senaste tiden och detta beror på att efterfrågan sägs ha ökat. Det sägs också att efterfrågan kommer att öka mer med tiden och att övervikt inte bara beror på vad människor äter utan också på hela livsstilen. Fler stillasittande arbeten och fritidssysselsättningar har bidragit till att den fysiska aktiviteten har minskat samtidigt som "fast food" blivit vanligare i Sverige. Undersökningen tyder på att trenden om en hälsosam livsstil de senaste åren har gjort fler människor medvetna om att en sund livsstil är viktigt. Detta gör att restauranger använder hälsosamma och nyttiga måltider i marknadsföringen.

**Nyckelord:** hälsosam mat, övervikt och livsstil

# Innehållsförteckning

1 Inledning.....	4
2 Bakgrund .....	5
2:1 Bidragande faktorer och orsaker till en ohälsosam livsstil .....	5
2:1:1 Övervikt och fetma.....	5
2:1:2 BMI – Body mass index.....	6
2:2 Metoder och hjälpmedel för en hälsosam livsstil.....	6
2:2:2 Tallriksmodellen .....	7
2:2:3 Nyckelhålet .....	7
2:2:4 GI - Glykemiskt index.....	7
2:2:5 Ekologi och kravmärkt.....	7
2:3 Restaurangmat.....	8
2:3:1 Mat på restaurang.....	8
2:3:2 Marknadsföring .....	9
2:4 Problemställning .....	9
3 Syfte .....	10
3:1 Frågeställningar.....	10
4 Metod .....	11
4:1 Metodval .....	11
4:2 Tillvägagångssätt.....	11
4:2:1 Enkät .....	11
4:2:2 Intervju .....	11
4:3 Bearbetning och analys .....	12
4:3:1 Enkät .....	12
4:3:2 Intervju .....	12
5 Metoddiskussion.....	12
6 Resultat.....	14
6:1 Enkät .....	14
6:2 Intervju .....	15
6:2:1 Restaurangmat orsak till övervikt? .....	15
6:2:2 Vad ser undersökningspersonerna som hälsosam mat? .....	16
6:2:3 Trender, medvetenhet och efterfrågan .....	16
6:2:4 Utveckling .....	17
7 Diskussion .....	19
7:1 Bortfall .....	19
7:2 Metodval .....	19
7:3 Medvetenhet, efterfrågan och ekologi.....	20
7:4 Marknadsföring och media .....	20
7:5 Flera sätt att lättare äta hälsosamt .....	21
7:6 Till sist.....	21
8 Referenser.....	22
<i>Bilagor:</i>	
<i>Enkätfrågor</i>	
<i>Missivbrev</i>	
<i>Påminnelse - enkätundersökning</i>	
<i>Intervjufrågor</i>	

## Förord

### *Tack!*

Innan jag börjar med att introducera er läsare vill jag tacka alla som på något sätt hjälpt mig i mitt arbete och stöttat mig till det bästa. Jag vill tacka familj och vänner. Jag vill också passa på att ge ett stort tack till min handledare Kerstin Bergström som har gett mig ett stort stöd och funnits till hands under hela min arbetsgång. Tack!

# 1 Inledning

Att leva efter en hälsosam livsstil är en ny stor trend i Sverige. Detta beror till viss del på att människors livsstil den senaste tiden har ändrats radikalt. Hälften av alla vuxna lider av övervikt eller fetma i Sverige och det beror till stor del av på att livssituationen har ändrats (Livsmedelsverket, 2007c). Allt fler arbeten genomförs via data och teknik och det fysiska arbetet minskar. Även fritidssysselsättningen i form av tv- och dataspel har ökat betydligt. Risker att drabbas av allvarliga sjukdomar ökar i kombination med för mycket stillasittande vanor och dålig kost.

Nyligen debatterades det om restauranger med endast ekologiskt utbud (DN På stan, 2007). Svenska råvarorna och svensk mat var inte alls intressant för några år sedan, då existerade nästan bara franska kök. Nu syns en ökad trend om tallriksetik och möjligheterna med att använda råvaror från Sverige. Det finns ett antal ekologiska krogar runt om i Sverige som värnar om det svenska köket. Svensk mat är inte att förakta och flertalet naturliga råvaror som tidigare inte knutits samman med matlagning har visat sig vara mycket passande i olika maträtter. Guldstjärna, nässlor och harsyra är exempel på sådana. Endast svenska råvaror används därav förutbestäms menyerna efter utbud och årstid.

Restaurangbranschen uppfattas som trendkänslig och idag finns stort fokus på hälsa. I detta examensarbete undersöks hur restaurangchefer ser på hälsosam mat på restauranger och i allmänhet. Orden nyttig och hälsosam mat används som omväxling och betydelsen är den samma, detta för att inte en upprepning av samma ord skall bli aktuell. Frågor angående restaurangmat och samhällets problem om ohälsa kommer att belysas samt hur den hälsosamma maten kan nå ut till konsumenter med hjälp av marknadsföring. Med tanke på att övervikt och fetma är ett stort problem i hela världen känns det som ett aktuellt och intressant ämne att belysa. Flera människor äter lunch på restaurang dagligen och vid konsumtion av fet mat ökar risken för övervikt.

Det är konstaterat att restaurangmat alltför ofta är för fet och för salt. Den har även en tendens att innehålla för mycket kalorier och för lite grönsaker för att räknas som en näringsrik måltid (Livsmedelsverket, 2006a). Detta är ytterligare en av aspekterna till att ämnet bör belysas.

## 2 Bakgrund

I bakgrunden kommer nu aktuellt läge för människors hälsa att beskrivas. Bakgrunden innehåller en beskrivning av råd som ges för att minska problem som har uppstått på grund av ohälsosam mathållning. Därefter följer beskrivning av trenden att äta mat på restaurang särskilt på dagtid. Restaurangmat ses som en källa till ohälsosamt ätande och sådan forskning skildras även.

### **2:1 Bidragande faktorer och orsaker till en ohälsosam livsstil**

#### **2:1:1 Övervikt och fetma**

Antalet människor som lider av övervikt och fetma ökar både i Sverige och också i resten av världen (Livsmedelsverket, 2007b). Världshälsoorganisationen skriver i en rapport från 1998 att fetma är en sjukdom som idag kan betraktas som en global epidemi. Att lida av övervikt är en sjukdom, individerna löper större risk att dö i förtid och kan få en mängd följsjukdomar. Flera undersökningar från 1998 visar att omkring hälften män och en tredjedel kvinnor är överviktiga i åldern 16-84 år. Omkring var tionde vuxen lider av fetma och överviktsproblem. Under en tio års period syns en tydlig ökning av övervikt och fetma bland unga kvinnor, barn och ungdomar.

När kroppsvikten ökar beror det på att energiintaget är för stort i proportion till den mängd fysisk aktivitet som utförs (Livsmedelsverket, 2007b). Att äta en större mängd mat än vad kroppen kan förbränna gör att överskottet av den energin lagras i kroppen som fett. Förr berodde överviktsproblemen ofta på att människor konsumerade för mycket fett. Det förekommer fortfarande fet mat både i hemmet och på restauranger men mängden socker har ökat på senare tid och förekommer inte bara i godis utan i bröd, mjölkprodukter, juicer, flingor och färdigmatsprodukter. Idag konsumerar människan allt mer godis, läsk och sötsaker vilket är bidragande faktorer till överviktsproblemen. Raffinerat socker bidrar med energi i form av tomma kalorier, den svenska näringsrekommendationen (SNR) säger att högst 10 procent bör komma från renframställda sockerarter. Däremot visar statistik att konsumtion av strö- och bitsocker har minskat de senaste åren.

Fetma och övervikt förekommer inte bara i Sverige utan det är ett stort internationellt problem (Johansson, 2004). Omkring 250 miljoner människor lider i någon form av fetma eller övervikt runt om i världen och antalet ökar för varje år. Det beror till största delen på att människor äter mer än vad kroppen förbränner. Ärftliga faktorer kan påverka vikten men även livsstil, kultur och miljö spelar in.

Fetma kan leda till följsjukdomar men även förvärva eventuella sjukdomar som en människa redan lider av. Exempel på följsjukdomar är bland annat följande;

- högt blodtryck
- diabetes typ 2
- blodfetsrubbnings
- komplikationer under graviditet
- cancer i livmoder, äggstockar, bröst och prostata
- cancer i tjocktarm, njurar, gallblåsa, lever och bukspottkörtel
- infertilitet. (Livsmedelsverket, 2007c).

Fem procent av både kvinnor och män i åldern 16-74 år beräknades lida av fetma år 1980 och 1981 (Johansson, 2004). Fem procent ökade till åtta procent för män och sju för kvinnor knappt 20 år senare och de yngre vuxna tycks drabbas mest av övervikt. Orsaken till den ökade fetman är bland annat minskad motion och högre konsumtion av mat även i samband med ärftlighet samt stress. En aspekt till ohälsosamt ätande är att maten nu för tiden konsumeras allt mer på oregelbundna tider och oplanerat. Flera butiker och kiosker har öppet alla dygnets timmar där det serveras pizza, bröd, pajar, godis, kakor samt läsk med mera vilket innehåller mycket fett och livsmedlen innehåller ett högt glykemiskt index. Samtidigt som somligas livsstil blivit mer bekväm ökar även stressen runt omkring. Negativ stress kan öka risken för bukfetma. Det dricks en betydligt större mängd alkohol i Sverige nu jämfört med förr, alkohol innehåller en stor mängd kalorier och bidrar till exempel till övervikt samt diabetes, benskörhet och hjärtsvikt.

En WHO-rapport från 2003 visar att hälsan drastiskt har försämrats i världen beroende på ändrad livsstil och kostvanor (Blücher, 2005). Blücher menar att en orsak är att det har skett stora förändringar i världshandeln och ekonomisk utveckling. Kostvanorna har samtidigt förändrats då mer energirika livsmedel intas. WHO har tagit fram en prognos till år 2020 där det framkommer att övervikt och dess eventuella följsjukdomar kommer att stå för nästan två tredjedelar av alla dödsfall i världen om det fortsätter som det gör idag. Att leva efter en god livsstil i tidig ålder gör att individen löper mindre risk för sjukdomar i högre ålder. Studier har visat att kvinnor som äter hälsosam mat, motionerar och inte röker har 80 procents lägre risk för hjärtsjukdomar (Blücher, 2005).

Övervikt är 30 procent vanligare bland lågutbildade män än högutbildade och 70 procent vanligare bland lågutbildade kvinnor jämfört med kvinnor med högre utbildning (Blücher, 2005). En bidragande orsak till att övervikt blivit ett faktum för många människor är all teknisk utveckling. Förr i tiden levde familjer ute på landet och arbetet på gårdarna var mycket fysiskt aktivt och krävande. Matlagningen då räknades ta omkring fyra timmar per dag sammanlagt jämfört med omkring 20 minuter idag. Mycket fisk, vilt, ägg, rötter, bär och frukt som innehåller mycket protein och fiber konsumerades i större utsträckning.

En undersökning från 2002 visar att förekomsten av övervikt var 58 procent hos män och 38 procent hos kvinnor (Berg et al., 2005). Fetma däremot förekom 11 procent hos kvinnor och 15 procent hos män. Bukfetma ökade principiellt hos kvinnor.

## **2:1:2 BMI – Body mass index**

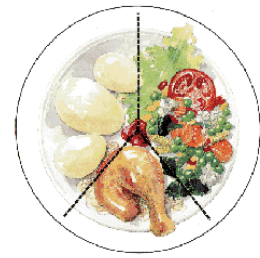
BMI är ett internationellt mått som är framtaget av WHO (Livsmedelverket, 2007d). Måttet beräknas på en persons vikt i kombination med längd. För uträkning av en människas BMI divideras vikt i kilo med längden i kvadrat. Ett BMI mellan 18,5 – 25 räknas som normalvikt, mellan 25 och 30 som överviktig och över 30 räknas som fetma. Då BMI inte tar hänsyn till andelen muskler och fett i kroppen bör måttet inte användas på till exempel elitidrottare. Andra gränser för övervikt och fetma används för barn, då ålder och längdtillväxt har betydelse. Slutsatsen av undersökningen från 2002 anger en tydlig höjning av BMI bland män (Berg et al., 2005).

## **2:2 Metoder och hjälpmedel för en hälsosam livsstil**

Det finns flera olika metoder att använda som hjälp för att uppnå en önskad viktninskning och antalet nya metoder ökar (Livsmedelsverket, 2007b). Förändring av matvanor samt minskning av energiintaget i kombination med fysisk aktivitet till exempel genom ökad motion har visat sig fungera bäst.

## 2:2:2 Tallriksmodellen

Tallriksmodellen visar hur en måltid kan komponeras på ett hälsosamt sätt (Livsmedelsverket, 2002g). Enligt modellen delas tallriken upp i tre delar där olika livsmedel används. Ungefär två femtedelar bör användas till grönsaker, frukt och sallad, ytterligare två femtedelar användas för potatis, ris, pasta samt bröd och den femtedel som återstår är tänkt som proteinkälla och kan täckas med kött, fisk och baljväxter.



## 2:2:3 Nyckelhålet

Nyckelhålet är Livsmedelsverkets egen symbol och den symboliserar ett nyttigare alternativ av livsmedel och maträtter både i butik och på restaurang (Livsmedelsverket, 2007h). Magrare produkter med mindre socker, salt och mer fibrer kännetecknar ett nyckelhålmärkt livsmedel. Livsmedelsverket har under 2006 startat ett projekt med större krav på ökat antal nyckelhålmärkta luncher (Livsmedelsverket, 2006b).



## 2:2:4 GI - Glykemiskt index

Idag finns det många modedieter som är mer eller mindre vetenskapligt baserade.

Glykemiskt index är ett begrepp som har funnits i omkring 20 år och introducerades av Jenkins med flera (Livsmedelsverket, 2007a). Livsmedel ges ett glykemiskt index baserat på hur lång tid det tar för livsmedlet att brytas ner i mag-tarmkanalen. Kroppen reagerar olika på livsmedel. Kolhydrater kan kroppen ta upp både långsamt och snabbt, detta beror på livsmedlets kemiska uppbyggnad och hur det är behandlat. Det har också betydelse om livsmedlet består av hela korn eller av mjöl.

Med hjälp av GI-metoden mäts hur snabbt och länge blodsockernivån påverkas i kroppen vid förtäring av livsmedel. Snabba livsmedel innehåller ett högt GI och långsamma livsmedel ett lågt. GI mäts alltså för att undersöka hur olika livsmedel påverkar blodsockret och kom därför vara en hjälp för diabetiker.

Människor som lider av diabetes kan få problem med högt blodtryck vid konsumtion av måltider med ett högt GI, detta finns vetenskapligt dokumenterat (Livsmedelsverket, 2007f). Det finns också möjliga bevis för att GI har betydelse för åtgärder vid fetma, men för friska människor finns det för lite vetenskaplig dokumentation för att hävda att GI har betydelse. För att kunna ge rekommendationer kring GI menar Nordiska näringsrekommendationer att det krävs flera studier över en längre tid. Det finns inte någon dokumenterad vetenskaplig information om vilken betydelse GI har för viktnedgång (Statens beredning för medicinsk utvärdering, 2007).

## 2:2:5 Ekologi och kravmärkt

Att ekologiska livsmedel skulle vara mer hälsosamma än andra finns det inte tillräckligt med vetenskapliga belegg för, men det uppkommer med jämna mellanrum forskningsrön som hävdar att det är sant (Konsumentverket, 2007). En studie från Konsumentverket visar att majoriteten tycker att bekämpningsmedel inte bör förekomma i livsmedelsproduktion. Andra studier har visat att människor som äter en större andel ekologiskt innehåller en lägre halt av bekämpningsmedel i kroppen jämfört med andra som äter mer konventionell mat.

Undersökningar tyder på att det inte skiljer mycket på näringsinnehållet på konventionell



respektive ekologisk mat. En amerikansk studie visar att ekologiskt odlade tomater är nyttigare än konventionellt odlade (Krav, 2007d). De ekologiskt odlade innehåller en större mängd flavonider som bland annat hjälper till att skydda mot hjärtsjukdomar och cancer etcetera.

Ekologi handlar inte bara om att dessa varor är nyttigare eller inte, en aspekt till att välja ekologiska varor är att det skonar miljön och detta intresserar allt fler människor (Krav, 2007f). Ekologiska produkter är inte alltid det samma som kravmärkta produkter, en ekologisk vara kan vara kravmärkt men den behöver inte vara det (Krav, 2007e).

KRAV-märket står för bra miljö, god hälsa och djuromsorg samt socialt ansvar (Krav, 2007a). ”I det ekologiska jordbruket används inte kemiska bekämpningsmedel, konstgödsel och genmodifierade organismer. Grundtanken är ett kretsloppstänkande och strävan är att driva en långsiktigt hållbar produktion.”

Vid ekologisk odling användas inte några bekämpningsmedel, detta bidrar bland annat till mindre bekämpningsmedel i sjöar och hav (Krav, 2007c). Sveriges lantbruksuniversitet har gjort sammanställningar av vattenprover som visade att det fanns en stor mängd bekämpningsmedel i dricks- och grundvatten. Djurhållningen är betydligt mer djurlik än i andra icke ekologiska lantbruk. Djuren lever ett liv utan stress och vistas utomhus under sommarhalvåret. Djuren får heller inte medicineras i förebyggande syfte.



”Åtta argument för att välja ekologiska produkter:

- Skonar vatten
- Ökar den biologiska mångfalden
- Värnar om djuren
- Är aktsam om jordens bördighet
- Månar om din hälsa
- Sprider inte genmodifierade organismer
- Tar socialt ansvar
- Sparar på resurser

Forskning menar att ekologisk produktion totalt sett har en mer positiv inverkan på miljön.” (Krav, 2007b). Halweil visar att ekologisk produktion kan komma att vara den enda möjligheten för hållbar utveckling framöver (Halweil, 2006).

## **2:3 Restaurangmat**

### **2:3:1 Mat på restaurang**

En studie från livsmedelsverket visar att män och högutbildade oftare äter lunch på restaurang än vad kvinnor och lågutbildade gör (Skans & Westman, 2001). Studien visar också att sex av tio av dem som äter lunch på restaurang gör detta dagligen. Lunchen är en mycket betydelsefull del av kostintaget. God mat förknippas med råvaror av bra kvalitet och god mat är inte det enda som anses viktigt utan måltidens utseende och miljön runt omkring är minst lika viktig.

Fortsatt visar studien från Livsmedelsverket att flera aspekter spelar in vid val av restaurang (Skans & Westman, 2001). God mat, miljö och restaurangens läge är viktigt. Det skall vara en lugn och harmonisk miljö med vänlig och hjälpsam personal samtidigt som restaurangen helst skall ligga nära arbetsplatsen eller centralt. Menyn bör vara varierad och prisvärd. Vid

val av lunchrätt finns också några aspekter som har betydelse. Valet kan bero på vad gästen åt dagen innan, variation är önskat och flera ser till en hälsoaspekt och försöker finna en fullvärdig måltid. Priset på varje enskild maträtt har inte lika stor betydelse då lunchpriserna inte brukar variera mycket på en och samma restaurang. Tillbehör så som bröd, smör, sallad och dressing äts ofta till lunch då flera upplever en större mättnadskänsla, samtidigt som andra äter det för att det ingår i priset för lunchen. En del äter sallad utan dressing för att det ses som mer hälsosamt.

Studien visade också vad människor tyckte var hälsosam mat och fyra punkter har då nämnts (Skans & Westman, 2001). Inte mycket fett, mycket frukt och grönsaker, färska råvaror och mycket kostfiber. Fett var den punkten som främst togs upp och kvinnor definierar hälsosam mat som fettsnål i större utsträckning än män.

Sedan 1990 visar flera svenska undersökningar att lunchmat som serveras på restauranger ofta är för fet, har för högt energiinnehåll och innehåller för mycket salt (Livsmedelsverket, 2006 a). Det syns även en ökad trend av större tallrikar på restauranger vilket bidrar till större portioner och med det ökat energiintag (Johansson, 2004). Genom åren har det skett en ökning av namngivna hälsorätter på flera restauranger (Livsmedelsverket, 2006b). Detta var tänkt att öka konsumtionen av mer välbalanserade och hälsosamma måltider. "Fitness-food" är ett exempel och "dagens smaliss" är ett annat som skall ses som ett fettsnålt alternativ. Restaurangmat stämmer sällan ihop med ambitionen att gå ner i vikt men det är upp till gästerna att ställa krav på restauranger som besöks (Forkélius, 2003). Att be personalen om ändringar i måltiden så att den bättre passar egna önskemål är en bra idé. Exempel på detta skulle kunna vara att få såsen bredvid, byta pommes frites mot kokt potatis och äta sallad utan dressing.

### **2:3:2 Marknadsföring**

För att sälja produkter och tjänster behövs marknadsföring. Restauranger behöver därför också denna metod. Marknadsföring är dyrt och med tanke på detta är det viktigt för ett företag att väl tänka igenom hur marknadsföringen används för att nå ut till konsumenterna (Kotler & Armstrong, 2001). "Word of mouth" är ett marknadsföringssätt vilket innebär att konsumenter och gäster rekommenderar andra via sin egen eller andras upplevelse. Olika erbjudanden så som "köp en betala för två" i butiker och på restauranger har visat sig öka konsumtionen av livsmedel (Johansson, 2004).

Marknadsföring är brett ämne och det som nämns här är en mycket liten del i området.

### **2:4 Problemställning**

Övervikt kan ge en rad olika följsjukdomar och till och med resultera i en förtidig död (Rössner, 1999). Fler människor väljer att äta allt oftare utanför hemmet och det är ungdomar samt äldre vars barn har flyttat hemifrån som lägger mest pengar på att äta mat på restaurang.

Kostvanorna i Sverige har försämrats på senare tid och fler människor väljer att lägga pengar på att äta mat på restaurang. Detta innebär att vetskapen om råvaror, innehåll och tillagning för måltiden är okänt för gästen. Detta är en av faktorerna till att människor som regelbundet äter restaurangmat kan öka i vikt då restaurangmat ofta är ohälsosam (Livsmedelsverket, 2006a). Finns det då något förändrat synsätt i restaurangbranschen vad gäller trenden att servera mer hälsosam mat och kan restauranger som marknadsför sig med nyttig och hälsosam mat ses som en förebild för andra?

### **3 Syfte**

Syftet med detta examensarbete är att undersöka hur restaurangchefer ser på hälsosam mat på restauranger. Undersökningen specificerar sig på restauranger som utger sig för att servera hälsosam och/eller nyttig mat.

#### **3:1 Frågeställningar**

Vad är hälsosam mat för restaurangcheferna?

Används marknadsföring på de undersökta restaurangerna?

Hur relaterar cheferna till samhällets information om ohälsa?

## **4 Metod**

### **4:1 Metodval**

I detta examensarbete har två metoder används för att samla in data, enkäter och intervjuer. Båda metoderna valdes ut på grund av att antalet enkätsvar inte uppkom i ett önskat antal och då blev en komplettering i form av intervjuer aktuell för att förstärka underlaget.

### **4:2 Tillvägagångssätt**

#### **4:2:1 Enkät**

Enkäten var utformad med sju öppna frågor samt en med fasta svarsalternativ, totalt åtta frågor (se Bilaga 1).

Restaurangguiden valdes som källa för att finna relevanta restauranger att undersöka där större delen av Sveriges restauranger uppkommer. På restaurangguidens hemsida valdes tre sökord ut "lunchrestaurang", "smalmat" samt "GI-mat". Sökorden valdes för att precisera restauranger att använda i undersökningen. Det fanns en mängd sökord att välja mellan på hemsidan men eftersom det var restauranger som på något sätt redan funnit ett hälsotänk som var mest intressanta användes dessa sökord. Endast restauranger som serverade lunch i samband med någon form av hälsosam och nyttig mat var aktuella att använda. Sökresultatet visade 48 träffar i hela Sverige och enkäter med missivbrev (se Bilaga 2) skickades ut till dessa. Enkäten med missivbrev skickades via mail till 31 stycken, via fax till sex stycken och via brev till resterande 11. Restaurangerna var belägna i olika städer runt om i landet och alla fick två och en halv vecka till att besvara enkäten. När den perioden gått skickades ett påminnelsebrev (se Bilaga 3) till samtliga som inte svarat. Påminnelsen inkluderade ett nytt enkätformulär samt missivbrev. Vid detta tillfälle användes ingen fax utan endast mail samt brev. Tre dagar lades till för att ge individerna tid att besvara enkäten.

#### **4:2:2 Intervju**

Intervjuerna genomfördes som komplement för enkäterna. Efter att enkätsvaren var genomlästa och analyserade påbörjades valet av restauranger för intervju. Till intervjuerna användes bland annat frågor från enkätformuläret men också fler djupgående och diskuterbara frågor (se Bilaga 4). Tre restaurangchefer skulle intervjuas. Antalet kändes relevant eftersom en enkätundersökning tidigare genomförts på 48 restauranger. En restaurangchef ansågs mest lämpad att besvara intervjufrågorna väl då en chefs kunskap bör vara bland de större på det enskilda företaget och valdes därför som intervjuperson. Det togs inte hänsyn till ålder eller kön på intervjupersonerna då positionen var av högre prioritet. Tidigare arbetslivserfarenhet var heller inte av värde i sammanhanget.

Liksom i enkätundersökningen användes här restaurangguidens hemsida för att finna tre passande restauranger att använda i undersökningen. Målet var att intervju tre stycken i en och samma storstad, men när flertalet inte ville delta på grund av olika omständigheter så som ont om tid eller ointresse blev det aktuellt att vända sig till fler platser. Två restauranger i storstad användes samt en på mindre ort. Orterna nämns inte för att hålla de intervjuade anonyma. Intervjupersonerna blev tillfrågade att delta i undersökningen via telefon.

Restaurangerna besöktes så intervjun skedde på varje enskild restaurang. Innan varje intervju påbörjades klargjordes vad som var avsikten med intervjun. Intervjupersonen tillfrågades om

han eller hon tillät att intervjun spelades in, samt meddelades att frågorna var frivilliga att besvara. Förekom en för individen opassande fråga krävdes inget svar. Det informerades också om att endast intervjuaren skulle ha tillgång till undersökningsmaterialet. Intervjupersonen kommer inte på något vis sättas i samband med dess personlighet eller arbetsplats. Detta utlovades också av intervjuaren. Slutligen frågade även intervjuaren om användning av citat vid presentation av resultatet var godtagbart.

Varje intervju tog omkring 25-30 minuter. Varje intervju spelades in då detta godtogs av samtliga tre individer. Samtidigt antecknades korta stödord och meningar för att lättare kunna blicka tillbaka och underlätta kommande sammanställning av arbetet.

### **4:3 Bearbetning och analys**

#### **4:3:1 Enkät**

Enkät svar som inkommit samlades ihop. Alla skrevs ut på papper och lästes noga igenom upprepade gånger för att kunna finna eventuella likheter och skillnader. Samtliga svarsalternativ för varje fråga jämfördes för att finna eventuella teman, vissa svar återkom upprepade gånger. Till en början tolkades svaren utifrån ”ja” och ”nej”. Det kan vara en enklare variant att koda sina svar ja respektive nej då man kan inrikta sig enbart på dem som svarat ja och kategorisera dessa (Ejlertsson, 2005).

När ”ja-svaren” var uttagna tolkades vad som sagts vid varje fråga. Vid tolkningen av svarsalternativen antecknades stödord för att kunna finna lämpade teman att presentera i ett resultat.

Enkäterna sändes till 48 restaurangchefer, av vilka slutligen 6 besvarade dem fullständigt.

#### **4:3:2 Intervju**

Intervjuerna skrevs ut på papper tidigt efter att de ägt rum och lästes ett flertal gånger för att finna likheter och skillnader i det som respondenterna diskuterat. Den utskrivna textmassan jämfördes med anteckningarna som förts under samtliga intervjuer. Det som framkommit av frågorna sammanfattades i en större sammanhängande text med varje enskild fråga som en rubrik. Likt som i enkätundersökningen jämfördes varje enskild frågas svar med varandra för att finna lämpliga kategorier som sedan skulle presenteras i ett resultat i form av rubriker och citat.

Det är bra att påbörja analysen av det material som finns från intervjuer och liknande medan informationen är färskt i minnet (Patel & Davidsson, 1991). Ju längre tid det tar innan analysen och bearbetningen börjar desto svårare är det att minnas de tankar och idéer som vuxit fram under tiden intervjun ägde rum.

## **5 Metoddiskussion**

Att välja en lämplig metod till en undersökning kan vara en svårt. Under arbetets gång kan det uppkomma andra metoder som möjligtvis passar bättre än den som använts. Vissa metoder passar bättre än andra beroende på hur undersökningen skall genomföras.

Användningen av enkäter var ett sätt att undvika nära kontakt med deltagarna i undersökningen. Dels för att det skulle vara tidskrävande och ekonomiskt omöjligt att besöka samtliga restauranger eftersom restaurangernas placering i enkätundersökningen sträckte sig

över hela Sverige. Men också för att intervjuer först kändes nervöst att genomföra på egen hand. Förfrågan om deltagande i undersökningen var tänkt att mailas ut till 48 restauranger. Det konstaterades att tillgång till mail var begränsad och därav fick kontakten ske på flera sätt eftersom samtliga 48 skulle användas i undersökningen. Brev och fax blev två möjliga kommunikationsvägar som användes.

Bortfallet i enkätundersökningen var stort och hur hade detta kunnat undvikas? En faktor kan möjligen varit kommunikationsvägen, att använda endast brev skulle minskat bortfallet eller ökat det. Användningen av enkäter kunde utgått helt, andra metoder såsom enskilda intervjuer eller intervjuer i grupp kunde passat undersökningen bättre. Resultatet kanske då blivit mer djupgående.

Enkäten kunde ha varit uppbyggd på ett annat sätt, till exempel kunde fler strukturerade frågor med fasta svarsalternativ ha använts för att minska bortfallet. Enkäten i fråga kan ha uppfattats som tidskrävande och därigenom inte intressera svarspersonerna. En del av bortfallet kan också bero på hur enkäten och missivbrevet är utformat, såsom påpekas av Ejlertsson (Ejlertsson, 2005). Ejlertsson skriver att det mest optimala är att sända ut två påminnelser i en enkätundersökning och det kunde ha hjälpt undersökningen. Här gjordes endast en påminnelse.

Om enkäten lämnats ut personligen kan undersökningspersonerna ha känt en större medkänsla och möjligtvis svarat i en större omfattning. Resultatet för intervjuundersökningen hade kunnat bli ett annat om tre restaurangchefer från samma stad intervjuats. Samtidigt kan intervjuer i olika miljöer vara intressanta att belysa. Om intervjupersonerna fått förfrågan om deltagande i undersökningen i ett tidigare skede kanske det hade varit enklare att finna tre i samma stad som först önskats.

## 6 Resultat

Två metoder har använts i denna undersökning och därav redovisas resultatet i två delar. Resultatet av enkätundersökningen samt resultatet av intervjuundersökningen redovisas var för sig.

### 6:1 Enkät

48 restauranger fick förfrågan att delta i undersökningen. Enkäterna besvarades av 12 personer. Det interna bortfallet blev 6 enkäter. 6 av 48 restauranger valde att besvara enkäten fullständigt och räknas som deltagande i undersökningen.

Hälsosam mat betyder olika för olika personer, det är personligt och individuellt för varje individ. Trots detta syns ett mönster i flera av enkätsvaren vilket gör att bland annat tre teman kan belysas. Det första temat är *medvetenhet*. Deltagarna i undersökningen nämnde inte bara medvetenhet hos gästen utan också bland restaurangpersonal. Grunden till övervikt bland flertalet människor i dagens samhälle bygger på okunskap och omedvetenhet, ansåg de svarande. Kunskapen angående hälsosam mat är liten men har ökat. Med tiden har människors medvetenhet om livssituation förändrats och det resulterar i att utbudet av hälsosam mat ökat, menar de. Människor mellan 20-40 år prioriterar hälsosam mat i större utsträckning och oftare kvinnor än män, äldre också men inte lika påtagligt. Ett annat tema är *efterfråga*. Efterfrågan av hälsosam mat har enligt de svarande ökat de senaste åren och på grund av det även utbudet. Efterfrågan på hälsosam restaurangmat har ökat mer av lunchgäster än kvällsgäster. Andra gäster som mer sällan äter restaurangmat ser inte den hälsosamma aspekten som viktigast eftersom konsumtionen inte sker dagligen. Även om efterfrågan är stor på hälsosam mat betyder inte det att alla gäster vill konsumera den och därför kvarstår möjligheten att kunna välja, svarar deltagarna i undersökningen. Därför är inte all mat som serveras på restauranger hälsosam eftersom den ohälsosamma maten också efterfrågas.

En stor vikt lades på själva *råvaran* som är det sista temat för resultatet av enkätundersökningen. Den största faktorn är inte bara att maten skall vara hälsosam och nyttig, andra aspekter spelar också in på en lunch eller middag. De svarande menar att man kan ta bort och minska på vissa valda produkter för att göra maten bättre ur hälsoaspekten. De anger minskning av socker, salt och fett samt att använda fräscha och obehandlade råvaror. Vällagad mat med en bra balans av fett, protein och kolhydrater är viktigt, menar de. Vidare att använda grönsaker och baljväxter i ökad mängd och variation samt rent svenskt kött. Detta symboliserar hälsosammare mat och råvaror för deltagarna. Råvaran är en viktig del i all matlagning både för restauranger och för gästerna. Ekologi och närodlat beskrivs som en mycket viktig aspekt hos samtliga. Tyvärr menar deltagarna är prisskillnaden fortfarande är för stor gentemot konventionella produkter vilket gör att ekologiska produkter används minimalt. Tillagning, förvaring och behandling av råvaror har också hög prioritet. Att en bra råvara behandlas väl kommer fram i alla tre teman.

Deltagarna svarar att det som gör att mat ses som ohälsosam beror på en mängd olika saker men det som starkt förknippas med ohälsa är olja och grädde i för stora mängder. Olja används ofta vid stekning av livsmedel samt i dressingar och vinägretter, svarar de. De menar att grädde är ofta svår att vara utan i såser och diverse gratänger. Smör består nästa bara av fett vilket är mindre hälsosamt, smöret används även det i stor utsträckning när det gäller matlagning på restaurang. Skulle all restaurangmat kunna bli hälsosam? Ja, i viss mån. Allt är möjligt men i nuläget bestämmer ekonomin mer än viljan. Samtidigt anses restaurangmat svårt att få kalorifattig och därmed hälsosam. Grädde ger en fylligare och mer smakrikare mat

och anses därför vara svårt att utesluta. Likaså anses det svårt att på restaurang servera desserter som är hälsosamma, innehållet av kalorier är för stort. Att göra en kalorisnål dessert är ingen omöjlighet men att samtidigt hålla en hög klass på den anges vara svårare.

## 6:2 Intervju

Intervjuundersökningen genomfördes med tre restaurangchefer från tre olika restauranger, två belägna i en storstad och en i en mindre. Restaurangerna har liksom ovan i enkätundersökningen angett på restaurangguidens hemsida sökorden smal- respektive GI-mat och ingår alltså bland de 48. En deltog även i enkätundersökningen vilket de resterande två inte gjorde. Resultatet kommer här att presenteras i fyra olika rubriker.

### 6:2:1 Restaurangmat orsak till övervikt?

Övervikt och fetma handlar inte bara om restaurangmaten utan framförallt om vilken livsstil människor väljer att leva efter. Deltagarna i undersökningen hänvisar till att restaurangmat inte är hälsosam att äta dagligen men någon gång ibland bör inte påverka resultatet av människors vikt. Deltagarna påpekar att längre bak i tiden fanns inte stillasittande arbeten i den utsträckning det gör idag och det kan vara en faktor som gör att människor ökar i vikt. Allt fler arbeten och arbetsuppgifter styrs genom datorer vilket resulterar i att människor blir mer stillasittande. Det gäller även barn och deras fritidsintressen, för bara omkring 10 år sedan fanns inte tv- och dataspel i den utsträckning som det gör.

Övervikt beror inte bara på att restaurangmat är ohälsosam utan också på människorna som konsumerar den. Alla har en valmöjlighet, svarar deltagarna. Den ohälsosamma maten kan inte plockas bort helt, många gäster efterfrågar den fortfarande. Varje restaurang skulle då tappa allt för många gäster. Det finns nyttiga måltidsalternativ på flera restauranger och detta beror till stor del på att gästerna skall få en valmöjlighet och därför kan inte all mat göras hälsosam och nyttig.

*...för att äta hälsosam mat innebär inte det att man skall ta bort allt fett och bara äta grönt utan det viktigaste är att du äter regelbundet och har rätt intag och att man inte äter för mycket helt enkelt.  
(Restaurangchef A)*

Det räcker inte bara med att utöva fysisk aktivitet för att uppnå en önskad vikt, det är helheten som är viktigast. Vilket innebär motion, bra sammansatt kost med bra råvaror och regelbundna måltider. Med bra mat menas bra råvaror, lokala och ekologiska producenter samt ett lägre innehåll av socker och fett i måltiderna.

*Jag tror att övervikt inte beror på vad man äter utan på hur man rör sig...  
...äter man 2000 kalorier så skall man göra sig av med ett visst utav dom  
och det gör man inte när man sitter ner,  
och många har ju stillasittande jobb och sen är dåliga på att röra sig.  
Man köper mycket färdig fryst mat och den här biten som inte alls är speciellt nyttig  
och när man inte rör sig då så...*

*Så fort man kommer till halvfabrikat så är det mycket socker och,  
ja onyttigt helt enkelt.  
(Restaurangchef B)*

Deltagarna menar också att övervikt handlar om stress och hela samhället har fått en allt för stressrelaterad bild av verkligheten. Allting skall gå snabbt och så även vid måltider. Restaurangmat och snabbmat är två helt skilda måltider och det är snabbmaten som är mest



onyttig av dessa två. Vid detta konstaterande nämns att snabbmat är snabbmat, den tar oftast kort tid att tillaga och den innehåller flera gånger alldeles för mycket snabba kolhydrater vilket inte jämnar ut blodsockernivån.

*Jag menar restaurangmaten är ju inte onyttigare än vad du äter hemma.  
...nu har du en kebab i varje hörna du har en pizzeria i varje kvarter,  
hela det snabbmats tänket har ju exploderat i Sverige  
och det har mycket med att göra att allt skall gå så fort tror jag.  
(Restaurangchef C)*

Restaurangmat är onyttig om den skulle konsumeras flera dagar i veckan eller dagligen. Någon gång ibland bör inte påverka vikten så pass mycket att det skulle leda till övervikt eller fetma. Övervikt beror inte bara på en dålig kost utan också på att människor motionerar för lite. I undersökningen kommer det fram att det är upp till var och en att förbättra livsstilen. Man menar att saken är den att flera individer vet hur deras livsstil kan förbättras men förmår inte att göra något åt problemet.

### **6:2:2 Vad ser undersökningspersonerna som hälsosam mat?**

I denna fråga förekom det stor samstämmighet undersökningspersonerna emellan. Intervjupersonerna svarade att mindre fett och mer grönsaker symboliserade hälsosam mat även om särskilda metoder som GI-metoden och tallriksmodellen också användes.

*Vi jobbar en del med GI-metoden.  
(Restaurangchef A)*

*Hälsosam mat för oss är bra råvaror där man vet var ifrån de kommer.  
Olika GI-metoder och den här varianten, det är inte alltid den är hälsosam.  
(Restaurangchef B)*

*Vi jobbar ju inte med såser och liknande till våra lunchbufféer,  
vi jobbar inte med grädde eller smör eller någonting sådant.  
Utan vi försöker att hålla igen på fettet den vägen och ha smakrik mat ändå.  
(Restaurangchef C)*

Deltagarna menar att mängden socker står för en del i den ohälsosamma maten. Vidare svarar de att rätt sorts fett är nyttigt i rätt mängd men allt för ofta förekommer mättat och fleromättade fetter när enkelomättat egentligen bör konsumeras mer ur hälsosynpunkt. Konsumtionen av grönsaker och frukt bör öka anser deltagarna, varje människa bör äta någon grönsak till varje måltid varje dag. Grädde, smör samt olja förekommer ofta i matlagning och detta ses som mindre hälsosamt. Området ekologi uppkommer vid diskussion om hälsosam mathållning. Ekologiska råvaror förekommer allt mer i hushåll och storhushåll. Dessa produkter innehåller fett likt som andra men framförallt innehåller ekologiska varor inga bekämpningsmedel vilket är nyttigt för kroppen. De kravodlade produkterna är ofta sallad samt färska grönsaker som används i större utsträckning än andra.

### **6:2:3 Trender, medvetenhet och efterfrågan**

Hälsa och nyttig mat har på senare tid blivit en stor trend i samhället menar deltagarna och det är mycket beroende på att restaurangerna följer med i utvecklingen för att kunna erbjuda det som efterfrågas. Trenden hälsa som är stor i Sverige och andra delar av världen har tillkommit på grund av att människor blivit mer medvetna om att hälsa är viktigt. De svarande påtalar att många människors livsstilar har försämrats de senaste åren och det beror på omedvetenhet, ovilja och ointresse. Vidare säger deltagarna att det är först nu som flera förstår allvaret i att leva ohälsosamt.

Efterfrågan på hälsosam mat har ökat radikalt beroende på medvetenheten av att leva sunt. De svarande säger att det förekommer olika grupper av människor, det finns fysiskt aktiva, ointresserade, omedvetna, medvetna samt intresserade. Alla dessa människor efterfrågar hälsosam mat i olika utsträckning. De fysiskt aktiva och medvetna efterfrågar den nyttiga maten naturligt i förebyggande syfte för att inte öka i vikt och för att kroppen skall må bra. Andra människor efterfrågar i betydligt mindre utsträckning även om det förekommer förfrågningar om hälsosamma måltider av överviktiga personer, menar de svarande.

*Ja vi märker ju det bara på ett halvår här hur efterfrågan är enorm.  
(Restaurangchef A)*

*Ja det tror ja, jag tror att folk blir mer medvetna, så det tror ja att efterfrågan kommer att öka.  
(Restaurangchef B)*

*Ja, absolut. Ja menar skall samhället fortsätta som det gör med det tänket  
och fokusering på hälsa, utseende och liknande så klart att efterfråga på hälsosam mat kommer  
att öka  
och folk blir ju mer och mer medvetna om att man kanske måste äta lite hälsosammare  
för att vi inte skall se ut som amerikanerna om 10 år.  
(Restaurangchef C)*

Efterfrågan ökar mer vid vissa tider på året. Det märks en förändring vid tiden efter jul och nyår där efterfrågan på hälsosam mat ökar. Även på vårkanten syns en ökning.

Trender och mode är stort i hela världen och det finns ett mode i allting, även i mat. Det är trenden som nu pågår kring hälsosam mat som gör att det blivit så stort som det är idag, säger deltagarna. När gästen efterfrågar ökar utbudet. Som restaurang bör efterfrågad mat serveras annars kan en stor kategori kunder utebli, pekar de svarande på.

## 6:2:4 Utveckling

Nyttiga och bra råvaror anses vara ekologiska och närproducerade produkter. Deltagarna pekar på att ekologiska varor de senaste åren har minskat i pris och ökat i mängd och varianter ute i butiker och hos grossister. Det gör det lättare för restauranger att välja den typen av råvaror. Detta är inte bara bra ur hälsosynpunkt utan också ur miljöaspekt.

*Men sen är det ju så också att vi märker ju bara på det sista året här hur grönsakspriserna har gått upp. Alltså det är klart att de hör ju efterfrågan och då ökar man priserna lite och särskilt då när kunderna blir mer KRAV, ja det här med ekologiska odlingar och så vidare. Vi får den frågan varje dag och vi försöker tillmötesgå det så mycket som möjligt. Men det är ju tyvärr en prisfråga än så länge.  
(Restaurangchef A)*

*Så hälsosam mat är bra råvaror som du vet varifrån de kommer.  
Man har koll på hur saker och ting fungerar på de olika gårdarna och så vidare.  
(Restaurangchef B)*

*...allt kaffe vi använder är ekologiskt och rättvismärkt så att det är ju inga barnarbetare eller så  
och nästan alla våra grönsaker är ekologiskt odlade,  
vi tar ju de från lokala grossister.  
(Restaurangchef C)*

Marknadsföring är en svår del i att driva en restaurang anser de svarande. Det finns flera sätt att marknadsföra en idé eller ett projekt på men svårigheten ligger i att nå ut till rätt kunder, att nå människor som mest behöver informationen. Marknadsföring är ofta dyr, därför är det

viktigt att lyckas i satsningen med vad som skall uppnås med den. Marknadsföring genom tidningar, internet, affischer, radio, tv samt olika kampanjer är användbara metoder. Flera restauranger använder sig inte av marknadsföring i form av tidningar och annonser utan på att gästerna är nöjda och återkommer. Deltagarna menar att nöjda gäster är glada gäster och ofta rekommenderar gästerna positiva upplevelser till andra människor.

*Det vi ser som viktigast är att marknadsföra oss genom våra gäster, det har vi fått en väldigt bra trend i att våra gäster pratar för oss och det är ju den absolut den bästa marknadsföringen.  
Att få kunder att rekommendera andra.  
(Restaurangchef A)*

En orsak till att utvecklingen av den hälsosamma maten på restauranger har skett är mycket tack vare media. Idag finns det skrivet i flertalet tidningar om hälsa, träning och viktminskning och detta gör inte minst att läsarna bli medvetna om vad som står. Tv-reklam handlar även den ofta om välmående, träning och utseende, vilket innebär att tittarna kan finna ett intresse i det som visas.

*Folk har blivit mer medvetna tror jag om att det börjar bli ett problem med fetma och liknande. Man har börjat fundera över sin livssituation.  
Sen är media, jag menar det är ju bara och titta på hur folk framställs, vad har vi för modeller och hur är framställandet av hur den ideala människan i samhället.  
Där spelar media en jätte stor roll och hur äter en kändis, hur lever en kändis.  
Hela det perspektivet påverkar ju vad folk äter, tycker och tänker.  
(Restaurangchef C)*

Radioreklam är en bra metod för att nå ut till konsumenterna på ett lättsammare sätt. Människor får informationen till sig utan att behöva göra något för det. Internet är också mycket stort och att annonsera i dagstidningar etcetera. Detta nämns också av intervjupersonerna i undersökningen.

## 7 Diskussion

Resultatet av enkät- respektive intervjuundersökningen gav likartade svar. Samtliga deltagare tyckte inte lika i alla frågor men flertalet svar var lika. Resultatet bygger på deltagarnas åsikt som i sin tur bygger på kunskap inom branschen och inom den egna verksamheten. Om undersökningsfrågorna besvarats av individer med en annan position hade kanske resultatet blivit ett annat. Ålder, kön och intresse är faktorer som spelar in på hur människor besvarar frågor. En restaurangchef bör vara medveten om trender och vad människor efterfrågar, vilket syns i resultatet. Det rapporteras kring medvetenhet, trender och efterfrågan hos gäster.

### 7:1 Bortfall

Det skall först nämnas att detta undersökningsmaterial är mycket tunt på grund av att bortfallet i enkätundersökningen blev stort. Andra metoder hade möjligen kunnat minska den höga bortfallsprocenten. Istället för att lämna ut enkäterna via mail, fax och brev och hade jag kunnat lämna ut dem personligen och själv deltagit när enkäten fyllts i. I detta fall hade det varit svårt då enkäterna skickades till flera olika platser runt om i Sverige. Att utgå från restaurangguiden var från början en passande tanke men att utgå från enskilda restauranger och använda dessa i undersökningen kanske passat bättre. Då hade dessa kunnat väljas på samma ort och enkäterna hade lämnats över till deltagarna personligen. Det är bra att som undersökare själv närvara vid en enkätundersökning, om frågor och oklarheter i frågeformuläret uppkommer kan man finnas till hands och besvara dessa, såsom Ejlertsson påpekar (Ejlertsson, 2005).

Patel och Davidsson (1991) säger att ett sätt att minska bortfallet är att minska andelen öppna frågor. De menar att det krävs mer av de personer som fyller i enkäten om flera svar innebär att skriva ett längre stycke med egna formuleringar. Det är ofta större chans att enkäten fylls i om det går fort och om man bara behöver fylla i eller kryssa i en ruta.

I denna undersökning kanske det passat bättre med en sådan sorts enkät, med fasta svarsalternativ som kan uppfattas som smidigare att fylla i. Enligt Ejlertsson (2005) bör man skicka ut två påminnelser vid en enkätundersökning. Det hade kunnat gynna denna undersökning till ett större resultat. Detta skedde inte då deltagarna skulle besvara enkäten på grund av intresse och inte för att känna stress och tvång. Därför sändes endast en påminnelse ut.

### 7:2 Metodval

Var metodvalet rätt i denna undersökning? Nu i efterhand hade gärna enkäterna undvikits och istället använt endast intervjuer. Tidigare har det nämnts att enkäter används mycket på grund av att undvika närmare kontakt med deltagarna men efter tre genomförda intervjuer har uppfattningen ändrats. Det var en mycket givande och intressant metod att använda, det var enklare att ställa följdfrågor och det var lättare att komma nära intervjupersonerna.

Bandspelaren var inte tänkt att användas från början men det ändrades. Med bandspelare var det lättare att föra en diskussion med individerna och inte bara tänka på att anteckna svaren.

Att bara använda enkäter hade kunnat vara en metod. Det hade troligtvis gynnat resultatet om underlaget till enkätundersökningen undersökts. Vissa individer som blev tillfrågade att delta i intervjuundersökningen verkade inte vara medvetna om sökorden som gav träff på just deras restaurang. 100 – 150 enkäter kunde varit ett passande antal om bara enkäter använts. Om antalet skulle ha varit detta hade enkätfrågorna hellre presenterats som fasta svarsalternativ.

### **7:3 Medvetenhet, efterfrågan och ekologi**

Medvetenhet var en stor punkt som togs upp och diskuterades av flera deltagande i undersökningen. Vet vi egentligen vad medvetenhet är? Det är ett mycket stort område att diskutera. Flera studier och undersökningar tyder på att övervikt och fetma de senaste åren ökat (Berg mfl. 2005). Deltagarna i undersökningen kan ha blivit berörda av denna information och på olika sätt gjort sig mer medvetna om hälsa och livsstil. Medvetenhet om mathållning har blivit större hos människor vilket leder till att medvetenheten ökar på restauranger. Medvetenhet om hälsa kan höra ihop med den stora trend som pågår i samhället där nyttig mat, träning och livsstil är några av samtalsämnen. Att människor har blivit mer medvetna om att onyttig mat kan vara farlig i för hög konsumtion kan också bero på att problemet blivit ett faktum.

Det finns studier som tyder på att flera av de människor som äter lunch på restaurang varje dag oftare tänker på att lunchen bör vara nyttig och hälsosam (Skans & Westman, 2001). Detta påpekas också av respondenterna i undersökningen. De som inte äter restaurangmat ofta har inte lika stort behov av att måltiden skall vara nyttig eftersom det inte sker varje dag.

När frågor angående hälsosam mat ställdes i undersökningen framkom det att den ekologiska maten ansågs nyttig. Givetvis kan man diskutera flera för och nackdelar med ekologisk mat men i detta fall framkom det flera positiva aspekter och någon enstaka nackdel. Ekologisk mat ses som ett bättre alternativ än import och andra odlade produkter, djuren mår bättre och får leva ett mer djurlikt liv i Sverige, miljön påverkas också till det bättre vid odling av ekologiska råvaror. Två nackdelar som nämndes med ekologiskt var att råvaruutbudet är litet och priserna höga. De svarande i undersökningen menar att efterfrågan på ekologiska råvaror är större nu än tidigare och att priserna har gått ner, men att det fortfarande är för dyrt att förse en restaurang med enbart ekologiska produkter.

Under intervjuerna framkom det att restaurangcheferna tyckte se en ökning av efterfrågan av hälsosam mat på deras restauranger. Detta kan komma av att studier visar att restaurangmat ofta är för fet och inte alltid särskilt nyttig. Deltagarna pekar på att det inte bara syns en ökning av efterfrågan på restauranger utan att även i butiker har utbudet av nyttig mat och hälsosamma snabbätter utvecklats. Här kan man ana att samhällets hälsoinformation har nått fram.

### **7:4 Marknadsföring och media**

Media kan vara en stor del till att efterfrågan på hälsosam mat har ökat på senare år. Varje dag kan man läsa i tidningar, på nätet och se på tv om olika sätt att gå ner i vikt, träna rätt och leva sunt. Reklam kan många gånger vara vilseledande, både i pris, mängd och förpackning (Kotler & Armstrong, 2001). Samtidigt är reklam en mycket bra marknadsföringsmetod. Det kan till exempel vara tv, radio, bioreklam, nätet samt tidningar som nämndes av respondenterna i undersökningen.

Enligt Kotler (2001) är ”word to mouth” en bra marknadsföringsmetod och metoden påträffas även i denna undersökning. Att få gäster att rekommendera andra bör vara mycket bra marknadsföring för en restaurang. Om en gäst däremot inte skulle rekommendera en restaurang och argumentera emot att gå dit och äta kanske det beror på missnöje av något slag. Detta ger då en negativ marknadsföring för restaurangen i fråga. För att marknadsföra en restaurang kan man använda sig av flera olika metoder. All positiv reklam och marknadsföring är bra för en verksamhet.

## **7:5 Flera sätt att lättare äta hälsosamt**

Hälsosam mat betyder olika för olika personer och detta framgick även i undersökningen. Intervjupersonerna nämner valmöjlighet, mindre mättat fett, mer grönsaker och ekologiska råvaror som exempel på hälsosam mat.

Respondenterna nämner GI-metoden och tallriksmodellen i sitt sätt att tänka på hälsosamt matlagning, BMI och nyckelhålet nämns dock inte.

Tallriksmodellen är en annan metod och är en mall som gör det enklare att äta nyttigare måltider. Flera andra teorier och metoder är väldigt strikta och noga med vad som bör respektive inte bör ätas. Tallriksmodellen gör det enkelt för människor som inte är insatta i vad nyttig mat är. Modellen talar inte om vilka livsmedelskällor som är bättre än andra, till exempel att baljväxter är bättre än rött kött eller tvärt om. Det är upp till var och en att själv välja. Enligt undersökningen finns det restauranger som använder denna typ av modell när hälsotänket träder fram.

## **7:6 Till sist**

Det är en stor trend just nu med hälsa och människors livsstil. I denna undersökning diskuteras det om vad deltagarna i undersökningen sagt att de gör och tycker. Sammanfattningen av undersökningen är att deltagarna säger att medvetenheten och efterfrågan av hälsosam mat på restauranger har ökat de senaste åren och troligen kommer dessa att öka ytterligare med tiden. Respondenterna anser att det kan bero på media och hur vi människor framställs där. Ingen refererar till vetenskapliga undersökningar eller till svenska myndigheters rekommendationer om hur mat på restaurang kan förbättras med avseende på hälsa. Undersökningen visar inte heller hur hälsosam maten faktiskt är när den serveras på deltagarnas restauranger.

## 8 Referenser

- Berg, C., Rosengren, A., Aries, N., Lappas, G., Torén, K., Thelle, D., & Lissner, L. (2005). *Trends in overweight and obesity from 1985 to 2002 in Göteborg, West Sweden*. Göteborg. (International journal of obesity 29).
- Blücher, A. (2005). *Functional Foods. Nutrition, medicin och livsmedelskunskap*. Lund. Studentlitteratur.
- Bohman, U., & Laser R, A. (2006). *Förslag till framtidens nyckelhålmärkning i storhushåll: certifieringssystem och nya kriterier* (Livsmedelsverkets rapport nr 18/2006 3). Uppsala. Livsmedelsverket.
- Dagens Nyheter. (2007). *Tallriksetik*. Hämtade den 19 april 2007 från DN På stan.
- Ejlertsson, G. (2005). *Enkäten i praktiken. En handbok i enkätmetodik*. Lund. Studentlitteratur.
- Forkélius, E. (2003). *Medveten viktminskning – Gå ned i vikt utan uppoffring*. Intergraf AB. Malmö.
- Halweil, B. (2006). *Agriculture – emerging and revisited issues*. Swedish university of Agricultural sciences. Currebts No. 40/41. September 2006.
- Johansson, U. (2004). *Näring och hälsa*. Lund. Studentlitteratur.
- Konsumentverket. (2007). *Varför ekologiskt?* Hämtad den 16 september 2007 från <http://www.konsumentverket.se/mallar/sv/artikel.asp?lngCategoryId=1266&lngArticleId=5052#din%20halsa>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of marketing; european edition*. Pearson higher education.
- Krav. (2007a). *KRAV – ekonomisk förening*. Hämtad den 2 maj 2007 från <http://www.krav.se/>
- Krav. (2007b). *Krav ger dig åtta argument för ekologiskt*. Hämtad den 2 maj 2007 från [http://www.krav.se/ArticlePages/200606/22/20060622102711\\_public350/20060622102711\\_public350.dbp.asp](http://www.krav.se/ArticlePages/200606/22/20060622102711_public350/20060622102711_public350.dbp.asp)
- Krav. (2007c). *Krav – godkänt djurhållning*. Hämtad den 2 maj 2007 från [http://www.krav.se/ArticlePages/200408/20/20040820134247\\_public712/20040820134247\\_public712.dbp.asp?type=djurhallning](http://www.krav.se/ArticlePages/200408/20/20040820134247_public712/20040820134247_public712.dbp.asp?type=djurhallning)
- Krav. (2007d). *Ekologiska tomater nyttigare*. Hämtad den 16 september 2007 från [http://www.krav.se/ArticlePages/200708/14/20070814162431\\_public566/20070814162431\\_public566.dbp.asp](http://www.krav.se/ArticlePages/200708/14/20070814162431_public566/20070814162431_public566.dbp.asp)
- Krav. (2007 e). *Om KRAV-märkning*. Hämtad den 25 oktober 2007 från [http://www.krav.se/fakta\\_kravMarke.asp](http://www.krav.se/fakta_kravMarke.asp)

Krav. (2007f). *Miljöfördelar*. Hämtad den 25 oktober 2007 från [http://www.krav.se/ArticlePages/200407/08/20040708144946\\_public485/20040708144946\\_public485.dbp.asp](http://www.krav.se/ArticlePages/200407/08/20040708144946_public485/20040708144946_public485.dbp.asp)

Livsmedelsverket. (2007a). *GI – Glykemiskt index*. Hämtad den 4 april 2007 från [http://www.slv.se/templates/SLV\\_Page.aspx?id=14678&epslanguage=SV](http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=14678&epslanguage=SV)

Livsmedelsverket. (2007b). *Mer motion och färre kalorier*. Hämtad den 4 april 2007 från [http://www.slv.se/templates/SLV\\_Page.aspx?id=14622&epslanguage=SV](http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=14622&epslanguage=SV)

Livsmedelsverket. (2007c). *Maten och vår hälsa*. Hämtad den 21 april 2007 från [http://www.slv.se/templates/SLV\\_Page.aspx?id=2563&epslanguage=SV](http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=2563&epslanguage=SV)

Livsmedelsverket. (2006a). *Nya krav på nyckelhålmärkta luncher*. Hämtad den 21 april 2007 från [http://www.slv.se/templates/SLV\\_NewsPage.aspx?id=8613&epslanguage=SV](http://www.slv.se/templates/SLV_NewsPage.aspx?id=8613&epslanguage=SV)

Livsmedelsverket. (2007d). *När är man överviktig?* Hämtad den 26 april 2007 från [http://www.slv.se/templates/SLV\\_Page.aspx?id=14576&epslanguage=SV](http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=14576&epslanguage=SV)

Livsmedelsverket. (2007e). *Ekologiska livsmedel*. Hämtad den 16 september 2007 från [http://www.slv.se/templates/SLV\\_Page.aspx?id=12089&epslanguage=SV](http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=12089&epslanguage=SV)

Livsmedelsverket. (2007f). *Glykemiskt index – Visar GI vägen till bra mat?* Hämtad den 16 september 2007 från [http://www.slv.se/templates/SLV\\_Page.aspx?id=14680&epslanguage=SV](http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=14680&epslanguage=SV)

Livsmedelsverket. (2006b). *Förslag till framtidens nyckelhålmärkning i storhushåll*. Rapport 18 – 2006. hämtad den 1 oktober 2007 från <http://www.slv.se/upload/dokument/Nyheter/2006/6.12.nyckelhål.pdf>

Livsmedelsverket. (2007g). *Tallriksmodellen*. Hämtade den 1 oktober 2007 från [http://www.slv.se/templates/SLV\\_Page.aspx?id=14669&epslanguage=SV](http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=14669&epslanguage=SV)

Livsmedelsverket. (2007h). *Nyckelhålet*. Hämtad den 1 oktober 2007 från [http://www.slv.se/templates/SLV\\_Page.aspx?id=2581&epslanguage=SV](http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=2581&epslanguage=SV)

Patel, R., & Davidsson, B. (1991). *Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund. Studentlitteratur.

Rössner, S. (1999). *Vikten av vikten*. Stockholm. Bromberg.

Skans, M. & Westman, C. (2001). *Val av lunchrätt: en orienterande studie för Livsmedelsverket*. Hämtad den 27 april 2007 från [http://www.slv.se/upload/dokument/Rapporter/kostundersokningar/val\\_av\\_lunchratt\\_2001.pdf](http://www.slv.se/upload/dokument/Rapporter/kostundersokningar/val_av_lunchratt_2001.pdf)

SBU: Statens beredning för medicinsk utvärdering. *Vad hjälper mot fetma?* Hämtad den 16 september 2007 från [http://www.sbu.se/Filer/Content0/publikationer/5/fetma\\_pop/fetma\\_pop.pdf](http://www.sbu.se/Filer/Content0/publikationer/5/fetma_pop/fetma_pop.pdf)



## Bilaga 1 Enkätfrågor

Göteborgs Universitet  
Institutionen för mat, hälsa och miljö, MHM

### Enkätfrågor

Väljer ni att svara via post kan ni skriva era svar på baksidan detta papper eller lägga till ett blad om så önskas, markera bara varje svar med frågans nummer så att jag vet vad ni svarar på. Väljer ni mail är det bara att skicka ett mail med frågornas svar.

1. Hur kommer det sig att ni har ett eller flera hälsosamma måltidsalternativ på er meny, eller anger smaltat/GI-mat på restaurangguiden?
2. Vad är hälsosam mat för er?
3. Efterfrågas den hälsosamma maten och av vilka gäster?
4. Vad skiljer era nyttiga rätter mot övriga rätter?
5. Är det möjligt att göra alla rätter hälsosamma? Om ja, varför gör man det inte? Om nej, varför inte?
6. Vad kommer det sig att denna förändring av mat på restauranger till mer hälsosamma inte har skett tidigare, tror ni?
7. Vad är ert budskap med denna nyttiga maten, vad vill ni uppnå?
8. Slutligen, vid vilken prisnivå ligger er lunch? Markera genom att stryka under ert svar.  
50-70 kronor, 71-90 kronor, 91-110 kronor eller 110 kronor eller mer

Jag är mycket tacksam om ni vill hjälpa till att medverka i min undersökning.

Glöm inte att skriva från vilken restaurang svaren kommer från och spara svaren om ni väljer att maila till mig.

Tack på förhand Marie Johansson, RM6, MHM

## Bilaga 2 Missivbrev

Göteborgs Universitet  
Institutionen för mat, hälsa och miljö, MHM  
Göteborg den 27 februari 2007

*Hej!*

*Jag heter Marie Johansson och läser sista terminen vid Göteborgs Universitet. Jag tillhör institutionen för mat, hälsa och miljö och restaurangmanagerprogrammet. Med tanke på min sista termin har jag nu påbörjat mitt examensarbete och jag vill med detta brev ge er informationen om vad arbetet kommer att innefatta.*

*Jag vill undersöka hur restaurangägare/chef tänker kring hälsosam mat. Jag har utgått från restaurangguidens hemsida och funnit er restaurang under rubriken lunch, GI-mat och/eller smaltmat. Målgruppen vid undersökningen kommer alltså att vara lunchrestauranger som anger hälsosam/nyttig mat på restaurangguiden i hela Sverige.*

*Den undersökningsmetod som kommer att användas är enkäter. Därför har jag här skickat med en enkät till er med åtta frågor. Jag hoppas att ni vill delta i min undersökning och hjälpa mig att besvara frågorna så utförligt som möjligt.*

*Alla enkätsvar kommer att behandlas konfidentiellt och ert svar kommer inte på något vis att sättas i samband mer er och er restaurang.*

*Jag ser gärna att jag fått era svar inom en viss tid då tiden till arbetet är begränsat. Därför sätter jag sista dag onsdag den 14 mars 2007.*

*Om det är något som är oklart är ni välkomna att kontakta mig via mail eller post och ni kan själv välja hur ni vill sända tillbaka era svar till mig.*

*Mail: [mariejohansson\\_85@hotmail.com](mailto:mariejohansson_85@hotmail.com)*

*Adress: Marie Johansson, Kävsjövägen 12A, 331 35 Värnamo.*

*Tack*

*Marie Johansson, RM6, MHM*

### Bilaga 3 Påminnelse – enkätundersökning

Värnamo den 13 mars 2007

Hej!

Jag sänder här en påminnelse till er om min undersökning som ni fått del av för ett par veckor sedan. Jag har ännu inte sett något svar från er och hoppas att jag kan få det inom de närmaste dagarna. Sista svar-dag var tidigare onsdag 14 mars men flyttar det nu till fredag den 16 mars och hoppas att det hjälper er.

Jag sänder med det brev och de intervjufrågor som ni redan har fått ifall ni inte har dem kvar.

Jag är mycket tacksam om ni vill hjälpa mig med min undersökning.

Tack!

// Marie Johansson Göteborgs Universitet.

## ***Intervjufrågor***

- 1) *Vad är hälsosam mat för er?*
- 2) *Hur kommer det sig att ni anger ”smal/GI-mat” på restaurangguiden?*
- 3) *Finns specifika nyttiga rätter på menyn eller flyter ett hälsotänk genom hela matlagningen?*
- 4) *Finns nyttiga alternativ till lunch varje dag?*
- 5) *Vad skiljer era nyttiga rätter mot era övriga?*
- 6) *Är det möjligt att göra alla rätter hälsosamma alternativt mer hälsosamma? Varför?*
- 7) *Efterfrågas den hälsosamma maten?  
Har ni uppfattat av vilka gäster?*
- 8) *Finns stor konkurrens i området av likvärdiga restauranger med liknande utbud?*
- 9) *På vilket sätt marknadsför ni den hälsoaspekt som ni har?*
- 10) *Vad är ert budskap med den nyttiga maten, vad vill ni uppnå?*
- 11) *Vad kommer det sig att denna förändring av mat på restauranger till mer hälsosamma inte har skett tidigare tror ni?  
Kan det vara en prisfråga, är det billigare att äta onyttigt?*
- 12) *Kan vårt samhällsproblem ”övervikt” ha något samband med den mat som serveras på restauranger? På vilket sätt?*
- 13) *Är restaurangmat i allmänhet onyttig?*
- 14) *Nyttighet och hälsa har de senaste åren blivit en trend i samhället, kan detta vara en faktor till att hälsosam mat på restauranger har utvecklats?*
- 15) *Tror ni att efterfrågan kommer att öka ytterligare i framtiden? På vilket sätt?*
- 16) *Till sist, vilken prisnivå ligger er lunch på?*