



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

Vegetariska val i vardagen

- Intresse och efterfrågan bland vuxna

Matilda Wettermark
Åsa Wallin

Rapportnummer: VT12-44
Uppsats: Kandidatuppsats, 15hp
Program: Kostekonomprogrammet, 180 hp
Nivå: Grundnivå
Termin/år: Vt /2012
Handledare: Hillevi Prell
Examinator: Monica Pettersson

Förord

Att skriva en uppsats om valfritt ämne kändes intressant och när vi dessutom fick göra det på uppdrag av Santa Maria kändes det mer meningsfullt och spännande. Och nog har det varit lärorikt och intressant men även mycket tyngre än vad vi trodde. Detta genom all tid som faktiskt läggs ned i ett arbete av den här typen som inte syns rent fysiskt exempelvis vid perioder där man väntar på att få in allt material och kan få känslan av att ingenting konkret händer. I denna process har det därför varit tur att vi varit två för att påminna varandra om att vi faktiskt jobbar på bra även om inte allt syns på pappret.

Vi tänkte här passa på att tacka sådana som varit till hjälp. Våra handledare Malin Eriksson, Andrea Lembke och Anne Kolbrand på Santa Maria samt alla andra trevliga människor vi träffat där. Och tacka för att vi fick tillgång till ett kontor där vi kunde sitta och arbeta samt lunch varje dag vilket förhoppningsvis underlättade tankeverksamheten.

Vi vill även tacka Hillevi Prell som varit vår handledare från institutionen samt Emmalee Gisslevik och våra klasskamrater som gett goda råd vid gruppseminarium. Vi vill självklart också tacka de som ställt upp på intervjuerna.

Tillslut är det färdigt och det ska bli spännande att se om Santa Maria kan påverka sina konsumenter till fler vegetariska val.

Tack!

Titel: Vegetariska val i vardagen – intresse och efterfrågan bland vuxna
Författare: Matilda Wettermark & Åsa Wallin
Institution: Institutionen för kost- och idrottsvetenskap
Handledare: Hillevi Prell
Examinator: Monica Pettersson
Antal sidor: 45
Rapportnummer: VT12-44

Sammanfattning

Syftet var att belysa uppfattningar om vegetarisk mat och intresse för fler vegetariska matval bland vuxna mellan 30-45 år i det enskilda hushållet under vardagar. Detta gjordes på uppdrag av ett livsmedelsföretag. Från livsmedelsföretagets sida fanns ett intresse i organisationen Meatless Monday och att själva utveckla en vegetarisk produkt eller receptfolder. Köttkonsumtionen bland svenskar ökar varje år vilket är en negativ utveckling vad gäller miljöpåverkan. Vegetarisk mat har även flera hälsofördelar. Tidigare studier visar på svårigheterna i att konkurrera ut kött eftersom det ingår i en vana samt upplevs ha sensoriska fördelar. Undersökningen av intresse och efterfrågan för vegetariska matval utgick från modellen *Personal food system* som behandlar matval samt den mentala processen då matval görs. Tio Semistrukturerade intervjuer genomfördes och materialet analyserades utifrån en kvalitativ innehållsanalys. Resultatet visar på att det är få som äter vegetarisk mat ofta men att ett intresse finns för ökad konsumtion dock ser man att barriärer så som bekvämlighet, vanor och vad resten av familjen vill ha hindrar dem. Undersökningsgruppen har en grundvärdering i att vardagliga matval måste passa in i mallen vad gäller pris och smak. Vid sidan av denna grund är hälsofaktorer viktiga, särskilt som anledning till att äta mer vegetarisk mat. Av detta drar vi slutsatsen att för att livsmedelsföretaget ska kunna inspirera till en ökad konsumtion av vegetarisk mat är det fördelaktigt att trycka på hälsoaspekter samt hitta en balans mellan enkelhet, övertygande recept/koncept så att det känns inspirerande och spännande.

Nyckelord: Efterfrågan, intresse, matval, vegetariskt

Innehållsförteckning

Introduktion	5
Syfte	6
Frågeställningar.....	6
Bakgrund	7
Faktorer som påverkar matval.....	7
Varför fler vegetariska matval?	8
Ökad köttkonsumtion och låg konsumtion av frukt och grönsaker.....	10
Attityder och uppfattningar kring vegetarisk mat	11
Teoretiskt ramverk.....	12
Personal food system	12
Att påverka eller förändra människors matval	15
Metod.....	16
Urval.....	16
Intervjufrågor.....	17
Tillvägagångssätt.....	17
Dataanalys	17
Etiska överväganden.....	18
Resultat	19
Uppfattningar kring faktorer som påverkar matval.....	19
Uppfattningar om vegetarisk mat.....	22
Uppfattningar kring egna vegetariska matval	23
Intresse för vegetariska matval	26
Efterfrågan av vegetariska måltidslösningar	27
Hur kan man inspirera till fler vegetariska matval?	28
Sammanfattning av resultat	29
Diskussion	30
Metoddiskussion.....	30
Resultatdiskussion	33
Konklusion	39
Implikation.....	39
Referenser.....	41
Bilaga 1 Intervjufrågor.....	44

Introduktion

I vårt samhälle finns flera fördelar med att äta mer vegetariskt, tidigare studier visar på både miljö- och hälsofördelar med en kost som innehåller mer grönsaker och mindre kött. Trots larmrapporter som varnar om att hög köttkonsumtion ökar risken för sjukdom och för tidig dödlighet (Pan et al., 2012) samt medför en orimlig miljöpåverkan fortsätter köttkonsumtionen att öka varje år (Jordbruksverket, 2011). Och samtidigt visar även nya europeiska undersökningar på att svenskarna ligger på 18e plats av 19 undersökta länder vad gäller konsumtionen av frukt och grönsaker med ett snitt på endast 237 gram per dag (European Food Information Council, 2012). Mycket tyder alltså på att en ökad konsumtion av vegetarisk mat vore bra för alla.

Vi blev kontaktade av livsmedelsföretaget Santa Maria, då de såg en lucka i sitt sortiment just på det vegetariska utbudet. De vill vara ett företag i tiden främst ur ett miljö- och hälsoperspektiv och se till att det även finns ett utbud för den som vill konsumera mer vegetariskt. Som bakgrund till detta uppdrag fanns även tankar kring den icke vinstgivande organisationen Meatless Monday som startade i USA men nu har spridits internationellt och finns organiserad i 23 länder. Organisationen jobbar för att minska köttkonsumtion med utgångspunkt i vår hälsa och vår planets hälsa. Argumentet är att alla borde äta vegetariskt en dag i veckan för att sänka sin köttkonsumtion med 15 % (Meatless Monday, u.å.). Undersökningar visar på att personer i västvärlden ser måndagar som en symbol på nystart och det är därför en dag som har stor potential för att påverka till hälsofrämjande beteenden (Fry & Neff, 2010). Konceptet används av flera offentliga och privata restauranger världen över men även inom många privata hushåll. Exempelvis finns en del skolor som använder sig av grön dag/köttfri måndag och inom Göteborgs stad planeras under 2012 aktiviteter som inspirerar och lägger grunden för att under 2013 införa en vegetarisk dag i veckan som ska kallas *Grön dag* (Miljöförvaltningen, 2012). Den stora utmaningen är dock att få in detta tänk i fler privata hushåll och göra vegetarisk mat till en naturlig del av matlagningen.

Vårt uppdrag blev att se till huruvida konsumenter är intresserade av vegetarisk mat samt vad de i så fall är intresserade av. I studier som diskuterar motivation till vegetarisk konsumtion finns främst sådana som undersöker en population som är vegetarianer. I detta fall vill vi se till efterfrågan och intresse hos blandkostare, vilket är ett område som är svårare att finna konkreta studier inom. När ordet blandkostare används syftar vi på personer som inte är vegetarianer eller veganer utan äter både animalier och vegetabilier (Abrahamsson, Andersson, Becker & Nilsson, 2006). Utifrån undersökningen ska information tas fram om vad som krävs för att konsumenter ska äta mer vegetariskt. Uppsatsen ska användas som grund vid ett slutligt projekt där recept alternativt koncept ska utformas. Vi hoppas att med vår undersökning kunna bidra till att livsmedelsföretaget i framtiden kan utöka sitt utbud av vegetariska produkter eller recept och därmed göra en insats i rätt riktning gällande allmänhetens hälsa och miljöpåverkan.

Syfte

Syftet är att belysa uppfattningar om vegetarisk mat och intresse för vegetariska matval bland vuxna mellan 30-45 år i det enskilda hushållet under vardagar.

Frågeställningar

Frågeställningarna som vi ska besvara inom vår undersökningsgrupp är:

- Vilka faktorer är viktiga när de gör sina matval?
- Vilka faktorer kan påverka till vegetariska matval i vardagen?
- Hur ser intresset ut för ett ökat intag av vegetarisk mat?
- Hur ser efterfrågan ut när det gäller vegetariska produkter och recept?
- Vad skulle kunna inspirera till vegetariska matval?

Bakgrund

Vi inleder med lite övergripande undersökningar där faktorer som påverkar matval i allmänhet tas upp. Sedan följer en del där vi lyfter fram hälsofördelar med vegetarisk kost samt miljöpåverkan. Vidare går vi in på attityder till vegetarisk kost samt en del om konsumtion av kött respektive frukt och grönsaker. Bakgrunden kommer sedan att övergå till vårt teoretiska ramverk där modellen *Personal food system* presenteras.

Faktorer som påverkar matval

Matval kan definieras som valet av vilken mat som konsumeras utifrån frågorna vad, hur, när, vart och med vem måltiden äts eller inhandlas (Sobal, Carole, Bisogni, Carol, Devine & Jastran, 2006). I en forskningssammanfattning från European Food Information Council (EUFIC) av Bellisle (2005) tas faktorer såsom biologiska, ekonomiska, fysiska, psykologiska och sociala upp som faktorer som påverkar matval. Bellisle (2005) belyser att de olika faktorerna betyder olika mycket beroende på situation och skede i livet samt att det skiljer sig mellan individer och grupper i en population. Detta bör man ha i åtanke om man vill nå ut till en population; budskapet måste anpassas till de olika grupperna i populationen och de påverkande faktorerna bör tas i åtanke. Detta kallas inom marknadsföringsämnet för att segmentera sin målgrupp (Baines, 2005).

Sobal et. al. (2006) belyser att människors matval är dynamiska och förändras över tid utifrån vår individuella livsbana, miljön vi befinner oss i etcetera. Sobal et.al tar även upp tidigare matupplevelser och framtida förväntningar som faktorer som formar ens personliga matval. Leipämaa-Leskinen (2007) tar även upp frågan gällande motsägelsen i människors konsumtion av mat; hur de vill konsumera, och vad gör att de inte konsumerar mat på det sättet de vill, vilka barriärer hindrar dem? Återkommande barriärer som togs upp som motpol till deras sätt att vilja konsumera mat var tid, brist på kunskap, brist på ätande sällskap och ekonomiska frågor.

I en större europeisk studie från slutet av 90-talet undersöktes vilka huvudfaktorer som påverkade matvalet hos personer i 15 Europeiska medlemsländer. Denna visade på att den främsta faktorn då var kvalité/fräschhet (74%) följt av pris (43%), smak (38%), vilja att äta hälsosamt (32%) och en anpassning efter vad resten av hushållet vill äta (29%) (Gibney, Kearney & Kearney, 1997). Studien visar på att kvinnor i större utsträckning ser hälsoaspekter som viktigt när de väljer mat medan män oftare valde utifrån smak och vana. I en nyare studie som är utförd i en spansk population var de mest betydelsefulla faktorerna sensorik och smak följt av pris, bekvämlighet, naturlighet, etiska aspekter, hälsoaspekter, viktkontroll, humör och igenkänningsfaktorer (Carillo, Varela, Salvador & Fiszman, 2011). Även i denna studie var det vanligare att kvinnor angav hälsoaspekter och viktkontroll som viktiga faktorer.

Varför fler vegetariska matval?

Utifrån flertalet studier visar Hart (2009) på att en vegetarisk diet kan bidra till positiva hälsoeffekter. Till exempel ser man samband mellan en vegetarisk kost och förbyggande av sjukdomar såsom diabetes, hjärt-kärlsjukdomar samt fetma. Hart (2009) menar också att vegetarianer tenderar att ha ett lägre intag av mättat fett och kolesterol samt äter färre kalorier jämfört med blandkost. I motsats till detta visar studier som utförts av Pan, Sun, Bernstein, Schulze, Manson, Stampfer, Willet och Hu (2012) att intag av rött kött kan relateras till ökad risk för tidig dödlighet. Undersökningen utfördes på män och kvinnor fria från hjärt- och kärlsjukdomar och cancer vid studiens start. Studien visade på att risken för tidig dödlighet ökade med 13% vid intag av en portion oprocessat rött kött per dag och 20% vid intag av en portion processat kött per dag. Om man ersätter rött kött en gång per dag med annat substitut såsom fisk, kyckling, baljväxter, nötter och fullkorn minskas risken för tidig dödlighet med 7% till 19%. Winston (2010) lyfter fram att en vegetarisk kost ofta även leder till ett högre intag av kostfibrer samt fytokemikalier och antioxidanter som anses hälsoförebyggande och antiinflammatoriska. Detta genom ett högre intag av frukt, grönsaker, fullkorn, baljväxter, nötter och sojaprotein. Winston (2010) relaterar detta till att vegetarianer även har ett lägre BMI (body mass index) över lag.

Enligt en forskningssammanfattning av *European Food Information Council* (EUFIC)(2012) associerar majoriteten av Europas befolkning frukt och grönt med en hälsosam diet och många anser att de äter en hälsosam kost. Lågt intag av frukt och grönt är enligt Världshälsoorganisationen (WHO) den sjunde största orsaken till för tidig död i befolkningen i höginkomstländer (WHO, 2005)

Både en blandkostdiet och en vegetarisk diet kan innebära hälsofördelar och hälsorisker beroende på vad man äter enligt Hart (2009). Oavsett vilken kost man äter behöver man försäkra sig om att få i sig rekommenderat intag av vitaminer, mineraler och annan nutrition. Generellt bör intaget av frukt, grönsaker och fullkornsprodukter öka samt intaget av mättat fett och socker sänkas (Hart, 2009). Detta ligger även i linje med vad som rekommenderas i de Svenska Näringsrekommendationerna (SNR).

Matens påverkan på miljön

Trenden i ökad köttkonsumtion är negativ då dessa typer av livsmedel kräver mer areal, är mer energikrävande och ger ett större klimatutsläpp (Jordbruksverket, 2009).

Djurproduktionen står för nästan en femtedel av världens totala utsläpp av växthusgaser, där nöt och får bidrar till särskilt stora utsläpp. 1 kilo nötkött orsakar 15-25 kilo växthusgaser (Livsmedelsverket, 2009). Det går åt runt 3 ton torkat foder för att föda upp en tjur som ger ca 300 kg kött vid slakt (Jordbruksverket, 2009). Även transportererna av gödsel som används i foderodlingen och energin som krävs för odling och transport av foder bidrar till utsläpp av växthusgaser. Transport av kött orsakar också stora utsläpp beroende på hur långt det transporteras (Livsmedelsverket, 2009).

Kor och får som betar bidrar till ett öppet landskap. I vissa länder skövlas dock regnskog för att bereda plats åt djur- och foderodling. I de fallen kan köttproduktionen vara dålig för djur- och växtriket då avverkning av regnskog orsakar stora utsläpp av växthusgaser (Livsmedelsverket, 2009). Betande djur har minskat stadigt under 1900-talet i Sverige, detta beror dels på att nötkreatur och får minskat i antal men också på att produktionen blivit mer intensiv och fler djur utfodras i stallar och då inte bidrar till ett öppet landskap (Jordbruksverket, 2009).

Frukt, grönt och baljväxter påverkar miljön olika mycket. Säsongsanpassat, närodlat och ekologisk är bra val med tanke på miljöpåverkan. Grova grönsaker såsom rotfrukter, broccoli, vitkål och lök påverkar miljön mindre än exempelvis tomat, gurka och sallad. Till exempel orsakar 1 kilo morötter bara en tiondel så mycket växthusgaser som 1 kilo tomater. Grova grönsaker kan även lagras länge och går att få tag på närodlade året om. Ärtor, bönor och linser är ett bra val, särskilt om de ersätter en del av köttkonsumtionen som orsakar betydligt större utsläpp av växthusgaser (Livsmedelsverket, 2009).

En väl sammansatt lakto-ovo-vegetarisk diet innehåller mindre mängd protein än vad genomsnittssvensken äter idag men tillräckligt för att tillgodose vårt dagliga behov (Jordbruksverket, 2009). Lakto-ovo-vegetarisk kost innebär en kost utan kött, fisk och fågel men som innehåller mejeriprodukter samt ägg (Abrahamsson et al., 2006). Tabell 1 nedan visar på skillnaden mellan en blandkostare och en lakto-ovo-vegetarians livsmedels-intag och dess påverkan av växthusgasutsläpp.

Tabell 1. Konsumerade mängder av kött samt ersättande vegetariska alternativ för de två olika kostvanorna, totalt för hela Sveriges befolkning för ett år i 1000-tals ton, samt totala utsläpp av växthusgaser för de två alternativen.

	Dagens konsumtion (1000-tals ton)	Konsumtion vid lakto-ovo diet (1000-tals ton)
Soja bönor	0	136
Gula ärtor	9	179
Ägg	112	282
Griskött	351	0
Kyckling	147	0
Nötkött	235	0
Lamm, vilt, ren	29	0
Charkvaror	219	0
Fisk	170	0
Växthusgasutsläpp miljoner ton CO₂- ekvivalenter	9,8	0,9

Källa: SIK

Man kan i tabell 1 se att växthusgasutsläppen är betydligt högre vid en blandkostdiet än vid en lakto-ovo-vegetarisk diet. Om man drastiskt skulle utesluta att producera kött skulle de totala utsläppen kunna minskas med 10%. Detta skulle dock påverka jordbruk och odlingslandskap

på ett dramatiskt sätt då det skulle innebära bland annat att stora arealer och betesmarker skulle växa igen (Jordbruksverket, 2009). I statistik från en matopinionsundersökning utförd på uppdrag av projektet *Leva livet* (Göteborgs stad, 2010) kan 44 % av utfrågade göteborgare (N 488) tänka sig att äta mindre kött för att minska miljöpåverkan. 18 % upplever att de gör det redan idag.

Ökad köttkonsumtion och låg konsumtion av frukt och grönsaker

Trots att hälso- och miljöfrågor är flitigt diskuterade i samhället visar konsumtionsundersökningar på att svenskar äter nästan minst frukt och grönsaker i Europa (EUFIC, 2012) och att konsumtionen av kött ökar (Jordbruksverket, 2009).

Köttkonsumtion

Köttkonsumtionen ökar och svenskar äter enligt 2010 års rapportering 85 kg kött per person och år (Jordbruksverket, 2011). Prognosen för 2011 visar på att ökningen fortsätter uppemot 86 kg per person och år. Detta kan jämföras med 50,8 kg per person och år 1960, alltså en ökning med ungefär 67 % (Jordbruksverket, 2009). Enligt Jordbruksverket (2011) beror detta troligen på att prisutvecklingen på kött avstannat en del samt att våra konsumtionsmönster förändrats delvis genom en trend inom LCHF-kost (low carb, high fat). Trenden med lågkolhydratsdieter för att hålla vikten tas även upp av Larsson & Svenberg (2012) i en utvärdering av miljöprojektet *Leva livet* som drivits under 2010/2011 av Miljöförvaltningen i Göteborgs Stad. Det tas upp att en del av intervjupersonerna såg en vilja att hålla vikten och att detta var en anledning till att inte kunna minska sin köttkonsumtion, då deras diet innehöll mycket kött och mycket lite kolhydrater.

Konsumtion av frukt och grönsaker

Enligt svenska näringsrekommendationer bör vi äta minst 500 g frukt och grönsaker per dag vilket är baserat på den mängd som flest studier visar har en positiv effekt på hjärt- och kärlsjukdom och övervikt (Livsmedelsverket, 2003). WHO (Världshälsoorganisationen) rekommenderar 400 g per dag (WHO, 2005). I folkhälsorapporten som rör åren 2007-2012 visas att endast 13 % av kvinnorna rapporterade att de åt frukt och grönsaker enligt Svenska näringsrekommendationer och endast 5 % bland män. För hela befolkningen var siffran 9 %. (Statens folkhälsoinstitut, 2011). Samtidigt visar även nya europeiska undersökningar på att svenskarna ligger på 18:e plats av 19 undersökta länder vad gäller konsumtionen av frukt och grönsaker med ett snitt på endast 237 gram per dag (EUFIC, 2012). Höga priser verkar påverka intaget negativt och även de med hög inkomst finner att de höga priserna är en barriär för att konsumera mer frukt och grönsaker (EUFIC, 2012).

Attityder och uppfattningar kring vegetarisk mat

Larsson et al. (2012) tar i utvärderingen av miljöprojektet *Leva livet* upp attityder till vegetarisk mat bland deltagarna. Många tycker att det är svårt att få in vegetarisk mat i sin vardagsmatlagning dels på grund av att många tycker att kött är godare. Även på grund av att barnfamiljer upplever det som svårt att få barnen att äta av den vegetariska maten samt att de är vana vid att laga mat med kött i. Det uttrycks även att det skulle vara som att lära sig att laga mat från början om man skulle börja laga vegetariskt eftersom de ofta baserade sin matlagning på kött. Som nämndes ovan tar Larsson et al. (2012) även upp att en del ser svårigheter med att få ihop det med sin viktkontroll då de följer en lågkolhydratdiet. Det upplevs därför bland några av intervjupersonerna att en minskad köttkonsumtion innebär att det blir svårare att undvika övervikt.

Winston (2010) tar upp ett ökat intresse för kalorislåga vegetariska måltider hos amerikanska konsumenter. Detta har lett till att fler websidor och kokböcker i ämnet tillkommit samt att vegetarisk mat har blivit allt mer tillgängligt på snabbmatsrestauranger och inom annan måltidsservice. Winston tar upp att den ökade populariteten grundar sig i olika motiv, exempelvis etik, hälsa, miljö och religion.

Attityder till köttsubstitut

Hoek, Lunning, Weizen, Engels, Kok och Graaf (2011) tar upp frågan om hur man ska få nya konsumentgrupper att upptäcka alternativen till animaliskt kött. Studien tar upp komplexiteten i att utveckla en produkt som är attraktiv bland konsumenter. I detta fall då produkten är ett substitut för en så pass omtyckt produkt som kött blir denna komplexitet ännu större. Det framförs som viktigt att få de som konsumerar kött att sänka sin konsumtion för att minska på den negativa miljöpåverkningen som storskalig köttproduktion ger. Hoek et al. (2011) segmenterar utifrån enkäter populationen i grupper av "non-users", "light/medium-users" och "heavy-users". Resultatet visar på att de olika grupperna skiljer sig i sina attityder gällande kött och vegetariska alternativ till kött. "Non-users" upplevde nackdelar som att kött substituten kändes ovana samt att de föredrog kött ur sensoriska aspekter, de tyckte även att kött mättade bättre. I den gruppen ansågs kött även som lyxigare och mer passande för särskilda tillfällen samt att personen/personerna i deras hushåll föredrog kött. "Non-users" och "light/medium-users" kände till faktorer gällande miljö och etiska aspekter men det var inget de vägde in i sitt val och de hade överlag en positiv attityd till kött. Detta skiljde sig från "heavy-users" som i större grad vägde in etiska och miljömässiga aspekter i sina motiv. Hoek et al. drar utifrån detta slutsatsen att för att kunna öka konsumtionen av substitut för kött bland grupperna "non-users" och "light/medium-users" krävs en ökad kännedom och igenkänning samt utveckling och förbättring av de sensoriska egenskaperna. För att skapa igenkänning hos dessa konsumenter underlättar det om produkterna har stora likheter med kött men forskarna framhäver även att detta inte är önskvärt bland individerna i gruppen "heavy-users" samt främst inte hos stor del av vegetarianerna.

Teoretiskt ramverk

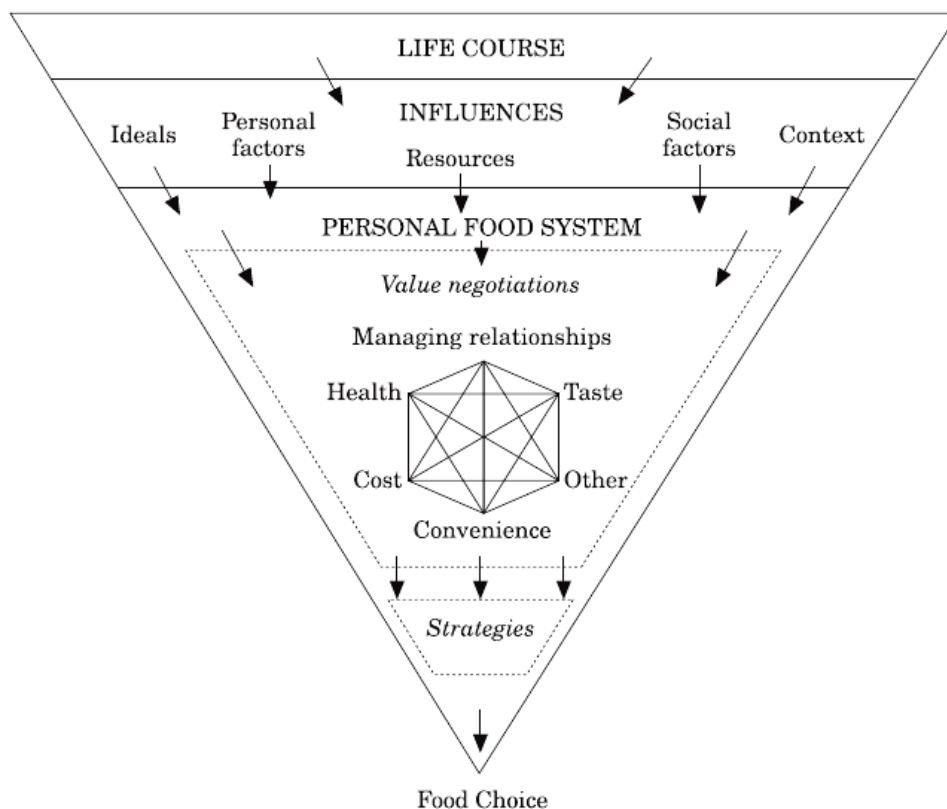
Här presenterar vi den modell vi har valt att utgå ifrån inom vissa delar både vid intervju och även vid analys. Modellen är liksom tidigare upptagna studier kring matval (Sobal et al., 2006; Bellisle, 2005; Gibney et al., 1997; Carillo et al., 2011) inte specifikt utformad efter vegetariska matval. Vi ser ändå modellen som en relevant ram då vår undersökningsgrupp inte är vegetarianer. Modellen som presenteras nedan innefattar även teorier kring en mental process vid matval som vi anser relevant då vår undersökning har ett syfte i att se om det finns intresse att förändra sitt matval, vilket leder till att faktorer vägs emot varandra som även är en naturlig del när man gör ett matval (Connors, Bisogni, Sobal & Devine, 2001).

Personal food system

Modellen *Personal Food System* har utvecklats utifrån kvalitativa studier i människors matvalsprocess (Falk, Bisogni & Sobal, 1996; Furst, Connors, Bisogni, Sobal & Falk, 1996). och behandlas inom flera vidarestudier i ämnet, bland andra av Connors et al. (2001). Modellen beskriver vår mentala process och hur vi utifrån influenser och upplevelser gör våra matval och beslutar hur och vad vi ska äta i en särskild situation. Modellen beskriver denna mentala process som startar med att vi överväger flera faktorer kring matval. Detta leder till en mental förhandling med sig själv om dessa faktorer för att kunna prioritera vilka som är viktigast för en själv att sätta i handlande och utifrån detta utveckla personliga strategier för hur ens personliga matval och ätande uttrycker sig olika situationer. Värderingen av faktorerna beskrivs som de olika övervägandena som görs för att komma fram till sina matval (Connors et al., 2001). Connors et al. visar även på att hur man prioriterar och värderar förändras utifrån exempelvis ny information, nya situationer, nya relationer eller nya miljöer. Förändringarna upplevdes inte alltid som något positivt utan som något som man fick anpassa sig efter så att det fungerade med ens egna värderingar och vanor. Om ny information eller en ny kategori tillkom i ens matvalsprocess resulterade detta i en ny mental process för att definiera denna information och värdera hur den prioriterades i ens egen matvalsprocess. Information om matval och påverkande kategorier skaffade deltagarna i studien av Connors et al. (2011) sig via experter, media samt från vänner och familj.

Furst et al. (1996) visar i modellen de fem vanligaste faktorerna som i stor utsträckning påverkar mångas matval; hälsa, smak, pris, tid/bekvämlighet och hantering av relationer/sociala faktorer. Faktorn övrigt ingår också i modellen och inkluderar faktorer som för vissa personer eller vissa grupper av personer är den allra viktigaste medan andra bara överväger den i vissa situationer. I denna faktor tas exempelvis kvalitet, variation, symbolik, etik, säkerhet och svinn upp. Connors et al. (2001) utgår från samma modell och har även fått fram dessa fem faktorer som de allra viktigaste. Faktorerna i *Personal Food System* stämmer även relativt väl överens med de studier som togs upp av Gibney et al. (1997) förutom att faktorn kvalitet/fräschhet har fått en mycket stor svarsfrekvens där. Figur 1 visar modellen *Personal Food System* med mentala processer och faktorer. I den mentala processen beskriver

Connors et al. (2001) att många upplevde en inre konflikt mellan dessa faktorer. Hur man värderar de olika kategorierna påverkas av ens personliga värdegrund och personerna i studierna av Connors et al. (2001) upplevde att optimering av alla kategorier i värdegrunden på samma gång är väldigt svårt och att man därav får prioritera vad som är viktigast i olika situationer. Enkelhet var hos många en vinnande faktor och matvalen beskrivdes utifrån diskussioner om mat de gillade, mat de försökte undvika, mat som familjemedlemar ville ha eller inte ville ha, mat som fungerade i speciella situationer, vilken mat som de upplevde som enkel samt svårare (Connors et al., 2011).



Figur 1. Personal Food System (Connors et al., 2001, s.2)

Smak

Smaken kan för många inkludera flera sensoriska faktorer så som utseende, själva smaksättningen, lukt, textur med mera (Sobal et al., 2006). I undersökningen av Connors et al. (2001) tar flera respondenter upp att beskrivningen av smaken ofta jämfördes mot ett ideal av när man ätit något som varit riktigt gott eller hade andra associationer kring tillfället då man ätit det.

Bekvämlighet

Bekvämlighet syftar till överväganden om vilken tid och insats som krävs för att köpa, förbereda, äta och städa upp efter måltiden. Överväganden gällande bekvämlighet kan också hänga ihop med matlagningsskunskaper (Sobal et al., 2006). Utifrån Connors et al. (2001) är det viktigaste i denna kategori att det ska vara enkelt då respondenterna i undersökningen beskriver att de har lite tid och vill ta det snabbaste alternativet i många fall.

Pris

Med pris menas vad maten i sig kostar men även värdet av den ur meningen ”värt det”, exempelvis att något dyrt är värt priset om någon annan faktor som exempelvis hälsoeffekt eller smakupplevelse är viktigare i den mentala processen. Exempelvis upplevs frukt och grönsaker som värt att köpa för en person som tycker det är viktigt för hälsan medan andra inte anser det som värt då priserna på dessa råvaror är alldeles för höga (Connors et al., 2001). Dibsdaal, Lambert, Bobbin och Frewer (2003) visar på betydelsen av inkomst och matpriser vid matvalen i ett hushåll och belyser främst hushåll med en låg inkomst. Undersökningarna visar på att i låginkomst-hushåll avstår många ifrån att testa nya produkter, livsmedel eller råvaror eftersom det vid misslyckande eller ogillande i hushållet skulle leda till att mycket mat får kastas.

Hälsa

Begreppet hälsa ställs i relation till fysiskt välbefinnande som innefattar direkta effekter av mat såsom matsmältning, allergiska reaktioner eller energinivå. Det innefattar också mer långsiktliga effekter som tillväxt, viktkontroll, sjukdomsåterhämtning samt förebyggande av kroniska sjukdomar (Falk, Bisogni & Sobal, 1996). Respondenterna i Connors et al. (2001) beskriver hälsosam mat som något som är bra för kroppen, rätt mat och näringsriktig mat exempelvis.

Relationer

Faktorn hantera relationer/sociala faktorer innefattar processen när mat äts i ett socialt sammanhang och hur de andras preferenser, behov och känslor samspelar med sina egna samt hur man anpassar sig till det sociala sammanhanget, exempelvis i en familjesituation (Connors et al., 2001). Där förs även fram att ett socialt sammanhang kunde vara en anledning att vissa egna hälsovärderingar fick åsidosättas om man exempelvis blir bjuden på mat och även i en familjesituation där andras behov i hushållet ställs i en konflikt mot hälsosfaktorn. Utifrån Connors et al. (2001) är det kvinnorna i undersökningen som i högst grad sätter sociala relationer först när det uppstår en konflikt mellan faktorerna som påverkar ens matval. Flera nämnde även i studien att de endast köpte mat som alla i hushållet kunde eller ville äta.

Att påverka eller förändra människors matval

Dibsdal et al. (2003) föreslår utifrån sin studie att det borde finnas mer utbildning tillgänglig om hur man kan öka sitt intag av frukt och grönsaker på ett sätt som varken påverkar hushållets ekonomi allt för mycket eller betyder en större arbetsinsats vid matlagning. Lappalainen, Kearney och Gibney (1998) visar i en översiktsstudie från en studie på en europeisk population att det var en minoritet som inte alls ville förändra sin kost ur ett hälsoperspektiv. Utifrån detta drar de slutsatsen att det finns en öppenhet för att äta mer hälsosam kost. Undersökningsgruppen upplevde att brist på kunskap och konflikt emellan olika åsikter från experter som de främsta barriärerna för att äta hälsosammare. I forskningssammanfattningen från EUFIC drar Bellisle (2005) slutsatsen att kampanjer som kombinerar riktade budskap mot segmenterade grupper i populationen där praktiska lösningar stöds av argument för miljövänliga förändringar kan vara ett vinnande koncept för att påverka människors matval och påverka till kostförändringar.

Metod

För att belysa uppfattningar om vegetarisk mat och intresse för ökad konsumtion av vegetarisk kost valde vi att använda oss av semistrukturerade intervjuer. Vi valde intervjuer för att få en förståelse för beteenden, värderingar och åsikter gällande vegetariska matval. När vi använder ordet vegetarisk kost syftar vi på lakto-ovo-vegetarisk kost vilket innebär en kost utan kött, fisk och fågel men som innehåller mejeriprodukter samt ägg (Abrahamsson, Andersson, Becker, Nilsson, 2006). Målgruppen valdes i samråd med det livsmedelsföretag som vi samarbetade med.

Urval

Vår målgrupp för intervjun var kvinnor och män mellan 30-45 år som äter blandkost samt är delaktiga i inköp och tillagning av mat i hushållet. Urvalet gjordes på offentlig plats med vad Bryman (2011) kallar bekvämlighetsurval, där slumpmässigt utvalda personer tillfrågades om de ville ställa upp på en intervju. De valda platserna för urvalet var entrén till en stormarknad, fabriken på ett livsmedelsföretag och en stor hållplats för kollektivtrafik. Urvalet gjordes sedan utifrån tre frågor till de tillfrågade personerna. De frågorna var; Är du vegetarian? Lagar du huvudsakligen maten i ditt hushåll? Hur gammal är du? I vårt urval valde vi 10 respondenter som utgjorde vår urvalsgrupp. Se tabell 2 nedan för spridning av ålder, kön och typ av hushåll

Tabell 2. Urvalgruppens spridning

Deltagare	N
Kön	
<i>Man</i>	4
<i>Kvinna</i>	6
Ålder	
<i>31</i>	2
<i>33</i>	1
<i>37</i>	1
<i>38</i>	2
<i>39</i>	2
<i>40</i>	1
<i>44</i>	1
Hushåll	
<i>Singelhushåll</i>	3
<i>Sambo/gift</i>	2
<i>Sambo/gift samt 1 barn</i>	2
<i>Sambo/gift samt >1 barn</i>	3

Vår urvalsgrupp hade en jämn spridning gällande ålder, kön och typ av hushåll där både enmanshushåll, sambohushåll och hushåll med vuxna och barn ingick.

Intervjufrågor

Vid intervjuerna använde vi oss av ett semistrukturerat intervjuformulär (bilaga 1). Frågorna gällande matval utgick från vår modell *Personal food system*. Detta gjordes för att kunna jämföra svaren med modellen. Vi utformade våra frågor enligt trattmodell som nämns i Patel och Davidsson (2003), där inledande frågor var övergripande frågor om personen och dess matval. Vi snävade därefter in mot vegetarisk mat och använde oss av specifika frågor angående exempelvis efterfrågan och inspiration. Vissa frågor var mer fasta och vissa mer öppna samt med möjlighet att ställa ytterligare frågor. Syftet med fasta frågor var att kunna jämföra vissa svar med tidigare forskning och öppna frågor för att få en mer nyanserad och bredare bild. Under intervjun använde vi en svarstalong i en fråga, där respondenten kunde välja tre alternativ gällande matval. Svaren från talongen diskuterade vi sedan med respondenterna, exempelvis vad de menade med "hälsoaspekter".

Tillvägagångssätt

Vid första kontakten med respondenterna ställde vi våra kontrollfrågor samt erbjöd dem varor från Santa Maria till ett värde av 200 kronor om de ställde upp att medverka i en intervju. Om de tackade ja till att medverka i intervjun tog vi deras kontaktuppgifter och mejlade sedan ut ett informationsbrev om vilka vi var och syftet med undersökningen samt hur lång tid intervjun beräknades ta. Tidpunkt och plats bestämdes också via mejlkontakt.

En pilotintervju genomfördes såsom föreslås i Patel et al. (2003) innan intervjutillfällena för att se till om någon mer fråga kom upp eller om någon av frågorna var otydligt utformade samt för att få en uppfattning om hur lång tid intervjuerna skulle ta. Pilotintervjun resulterade i att vi lade till några frågor, exempelvis "vad tänker du på när du hör ordet vegetarisk mat" samt gjorde vissa frågor tydligare och ställde följdfrågor på svaren från talongen. Intervjuerna genomfördes så som Bryman (2011) beskriver som "ansikte mot ansikte" på olika platser enligt respondenternas önskan. Exempel på platser vi träffades var caféer, kontor och i universitetets lokaler. Intervjuerna dokumenterades både skriftligt under intervjun samt spelades in på inspelningsbar MP3 med samtycke av respondenten. Vi antecknade skriftligt under intervjuerna för att gardera oss att vi fått med all information då det ibland kunde vara dåligt ljudupptag på inspelningarna. När vi pratade om vegetarisk mat förklarade vi även för intervjupersonerna att vi syftade på lakto-ovo-vegetarisk mat samt vad det innebär. De tio intervjuerna tog i snitt 25 minuter per tillfälle.

Dataanalys

Vi har delvis en deduktiv ansats i vår analys så som Lundman och Hällgren Graneheim (2008) beskriver det, då vi redan från början utgått från en modell när det gäller matval vilket sedan även kopplas till i analysen. Men vår ansats har även induktiva inslag då flera av delarna i intervjuerna inte utgår ifrån någon färdig mall eller teori utan analyserats direkt utifrån

respondenternas berättelser och upplevelser (Lundman et al., 2008). Intervjuerna har spelats in på inspelningsbar MP3-spelare och det som varit relevant för resultatet har transkriberats nästintill ordagrant. Anteckningarna från intervjuerna har i vissa fall använts för att komplettera när inspelningen varit otydlig. Vid vidare analys av den transkriberade texten använde vi oss i grunden av arbetsstrukturen som beskrivs av Ahrne och Svenssons (2011) där man använder sig av stegen sortera, reducera och argumentera. Vi valde sedan att koppla samman detta med det som Lundman et al. (2008) kallar kvalitativ innehållsanalys.

Vid kvalitativ innehållsanalys ligger fokus på tolkning av texter, det kan exempelvis vara utskrifter av bandade intervjuer (Lundman et al., 2008) som i vårt fall. De sammanställda utskrifterna från våra tio intervjuer har använts som analysenheter. Analysenheter beskrivs av Lundman et al., (2008) som hela det dokument som analyseras och där fokus ligger i att det ska utgöra en helhet, utan att vara av ohanterlig storlek. Efter att ha bekantat oss med våra analysenheter genom att läsa igenom materialet upprepade gånger så som Ahrne et al. (2011) beskriver har vi börjat leta mönster för att kunna sortera ner det till mindre delar. Vi utgick från våra frågeställningar och kodade textmaterialet utifrån vart det tillhörde, exempelvis matval, intresse, inspiration, efterfrågan. Genom att dela in textmaterialet efter dessa koder kunde vi plocka ut meningsenheter som utgörs av ord, meningar och stycken av text som hör ihop via sitt innehåll och sammanhang (Lundman et al., 2008).

Dessa till en början grova indelningar bröts sedan delvis ned och kodades mer specifikt, exempelvis delades matval in utefter faktorerna som ingår i vår modell *Personal food system* såsom smak, hälsa, pris, bekvämlighet och relationer. En kod beskrivs som en etikett på meningsenheter som kortfattat beskriver dess innehåll (Lundman et al., 2008). Detta användes som grundstruktur vid analysen, men vi valde att vid vissa tillfällen återgå till analysenheterna som helhet för att se med nya ögon så att inget av värde skulle falla bort från analysen. Vi har sedan diskuterat sorteringen och kategoriseringen för att reducera textmängden så som Lundman et al. (2008) kallar kondensering. Vi har även under analysarbetet och utifrån de kodningar vi gjort plockat ut citat ur analysenheterna för att illustrera resultatet. Det utvalda materialet har vi sedan definierat och relaterat till vår teoretiska ram samt annat forskning.

Etiska överväganden

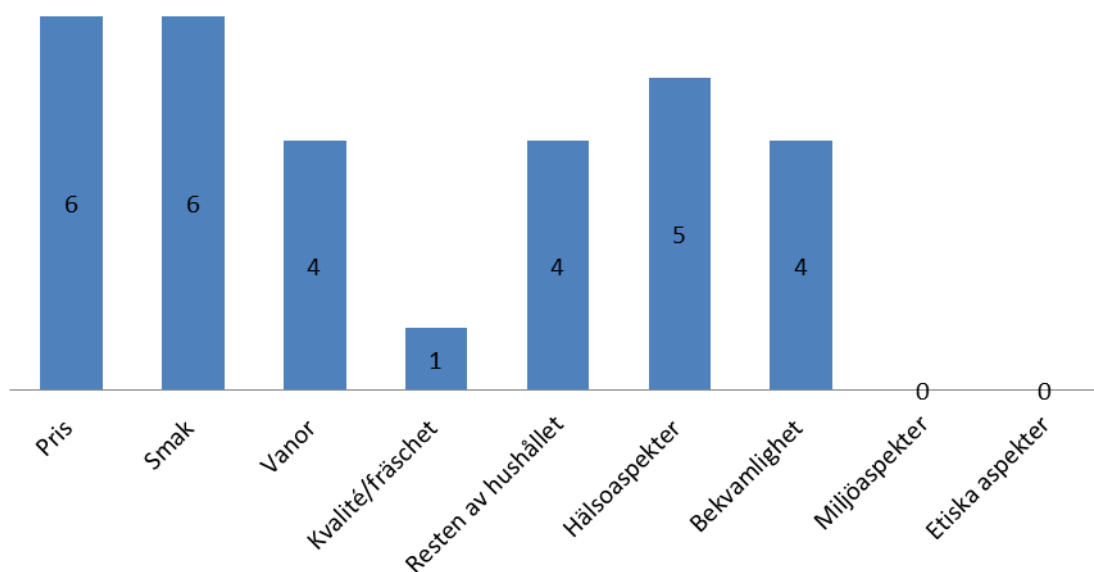
Alla uppgifter vi erhållit från respondenterna har vi hanterat konfidentiellt vilket innebär att det enbart är vi som har tillgång till uppgifterna. Respondenterna har enbart benämnts utifrån kön och ålder. Innan intervjutillfällena informerades respondenterna enligt rekommendation av Patel et al. (2003) samt Vetenskapsrådet (1990) via ett mejl som skickades ut till respondenterna. I vårt mejl gav vi information om vilka vi var och syftet med undersökningen samt att den var frivillig. Vi informerade då också vad deras delaktighet kommer innebära samt att deras uppgifter kommer hanteras konfidentiellt och enbart kommer att användas i forskningssyfte. Respondenterna svarade då via mail med sitt samtycke samt vart och när de ville träffas för intervju. Intervjuerna spelades in på inspelningsbar MP3 enligt samtycke med respondenten.

Resultat

Nedan följer resultatet från våra tio intervjuer. Resultatet är indelat i olika kategorier som är utformade utifrån våra frågeställningar samt de mest centrala begreppen som tagits upp i våra intervjuer. Första delen berör frågor om allmänna matval och är inte specifikt inriktat mot vegetariska matval eftersom undersökningsgruppen äter en blandkost. Resultatet kommer sedan att inriktas mot uppfattningar kring vegetarisk mat och vegetariska matval. Därpå följer rubriker gällande intresse, efterfrågan och inspiration. Vi har valt att använda oss av ganska många citat för att illustrera åsikter och uppfattningar. Vid citering har vi skrivit ut kön och ålder på respondenten för att visa på en variation bland intervjupersonerna.

Uppfattningar kring faktorer som påverkar matval

Nedan följer resultatet angående undersökningsgruppens uppfattningar kring sina allmänna matval och vilka faktorer som påverkar dem när dessa görs (se Figur 2). Vi går sedan närmare in på de olika faktorerna, åsikter och uppfattningar som kommit fram kring detta.



Figur 2. Vad påverkar dig när du gör dina matval? (välj tre alternativ)

Figur 2 visar på svarsfrekvensen för de olika faktorerna i frågan angående matval. Det var ingen av respondenterna som valde miljöaspekter eller etiska aspekter som en av sina tre faktorer som påverkade deras matval mest. Några få kommenterade att de skulle vilja välja dem men i verkligheten var det andra faktorer som påverkade mer.

De allra flesta tyckte att det var svårt att fylla i endast tre faktorer då man upplevde att det fanns flera som påverkade i hög utsträckning. Pris, smak och hälsospekter är de alternativ

som hade högst svarsfrekvens i talongen. Bekvämlighet, vanor och resten av hushållet hade en jämn fördelning därefter. Dessa tre är trots att de inte var de som hade högst svarsfrekvens i talongen de som var mest genomgående under hela intervjuerna.

Pris

Faktorn pris kommenterades i intervjuerna mestadels med att det var vardagsmat vi pratade om och att man därav inte köper det allra dyraste. En annan aspekt som diskuterades var att produkten eller livsmedlet ska vara värt sitt pris i förhållande till andra aspekter som smak till exempel. Det lyftes även fram att priset blir en mycket viktig faktor i stora familjer där det går åt mycket mat då barnen även i många fall hade kompisar på besök.

Smak

Kategorin smak hade en hög svarsfrekvens då de väljer något de och de andra i deras hushåll tycker om smaken på. Kategorin diskuterades inte så mycket även om den har hög svarsfrekvens då många såg det som en självklarhet att smaken påverkar.

Hälsa

Hälsoaspekter visade sig viktigt för många. När hälsa beskrevs återkom kommentarer om ett större grönsaksintag, fettkvalitet, mycket fibrer och inte så mycket socker. En respondent nämnde även att de försökte hitta alternativ till ”pasta och sånt” (Kvinna, 44 år) för att vissa familjemedlemmar inte ville äta kolhydrater. Så här diskuterade en annan respondent kring hälsa:

Ja det är klart, det finns ju många olika rön, går ju att motivera alla val av mat till hälsa om man så vill. För mig är det väl att det inte ska vara så mycket socker, och är det fett ska det inte vara så mycket transfett och sånt, ska vara bra fett. Fibrer också och inte så mycket tillsatser och så.. det kanske inte alltid är hälsofartigt.. men ändå, det känns ju bättre.
(Man, 31 år).

Det som denna man nämnde var ganska återkommande bland de som valde hälsa som en viktig faktor. Exempelvis att det finns många olika åsikter om vad som är hälsosamt och även aspekter som fettkvalitet och fibrer var återkommande. Även frågan om tillsatser kan relateras till att flera andra intervjupersoner pratade om att de vill att maten ska kännas naturlig.

Bekvämlighet

Bekvämlighet beskrevs som något som är enkelt och går snabbt men även att det är lättillgängligt gällande ingredienser. Hälften av respondenterna uppgav att de lagade mat som går snabbt, mellan 20 och 30 min, mer tid lades hellre på helgmatlagningen. Just dessa bekvämlighetsfaktorer återkom frekvent i alla intervjuer, i snitt togs faktorer som kan kopplas till detta upp fem gånger per intervju.

Snabbt och lätt är viktigt. Det känns inte som att man orkar lägga den tiden, i alla fall inte måndag till fredag. Ska jag göra något som tar lite längre tid kan jag hellre göra det på helgen. Gör jag mat brukar jag göra ganska mycket så att jag kan göra matlådor, så att det går snabbt. (Kvinna, 33 år).

Vardagsrätter får inte vara för komplicerade. För jag har ont om tid och är för bekväm för att lära mig något helt nytt, kanske om jag hade en hel dag på mig, men det har jag aldrig. (Kvinna, 39 år)

Detta är exempel på de återkommande faktorerna som diskuterades när det gäller bekvämlighet.

Vanor

För flera respondenter spelade vanor en viktig roll, då man lagar ungefär samma rätter och sådant som man vet är ett ”säkert kort” (Kvinna, 33 år) och många upplevde att de oftast varierade sig mellan några återkommande vardagsrätter.

Ja det är lite sådär, det jag vet att jag kan eller det jag vet att blir bra eller gott. Jag skulle nog inte tänka att nu på onsdag ska jag testa ett nytt recept utan det går ganska mycket på vana faktiskt. (Kvinna, 33 år)

Det är så tråkigt med det gamla. Kul att göra lite nya saker ibland. Men det är svårt att hitta på nya saker hela tiden. (Kvinna, 44 år).

Detta scenario beskrevs på flera olika sätt, det kunde upplevas som jobbigt om man testade något nytt man inte var van vid och som misslyckas.

Till exempel när jag provade på att laga bulgur så blev det skit och då gjorde jag det aldrig igen. (Kvinna, 38 år)

Vanor upplevdes alltså som en trygghet då man vet vad man får och vilken tid det tar vilket är viktigt då många har tidsaspekten som hög prioritet i vardagen. Vanor togs även upp som något man växt upp med och beskrevs även som rutiner och brist på inspiration och att man därför gör sina inköp utefter sina vanemönster.

Relationer/resten av hushållet

Till sist spelade resten av hushållet en stor roll i de flestas matval då hälften av intervjupersonerna har både sambo och barn att ta hänsyn till och två av tio har sambo. Det var både uppfattningar om att barnen uppskattade en begränsad sorts mat och även att ens sambo inte tycker om vissa saker.

Jag äter väl lite vad som helst. Hon är väl lite mer ”det åt jag för två dagar sedan” eller ”det gillar jag inte” eller ”det tycker jag inte är gott och så vidare” och att det ska vara nyttigt och allt sånt där. (Man, 39 år)

De flesta som har sambo eller familj såg detta som en viktig faktor och vägde deras egna preferenser inom olika faktorer oftast mot vad resterande av hushållet föredrog. I vissa fall anpassade de sig efter varandra och i andra fall hittade de egna metoder för att matvalen ska passa alla. Vissa lagade exempelvis ibland en annan rätt till barnen som de gillar för att själva kunna äta lite mer vuxen mat. I ett enskilt fall spelade även sjukdom i familjen en viktig roll vid matval.

Användning av recept

Användning av recept skedde inte i så stor utsträckning i undersökningsgruppen när det gäller vardagsmatlagning, då många lagar sådant de lagat förut. Det var dock få som i stort sett aldrig använde recept. Anledningar som togs upp till att man använde recept var när någon ny rätt skulle tillagas eller om man skulle göra sig till, exempelvis för att man hade gäster. Flera sade sig även använda sig av ett grundrecept i vissa fall som de sedan själva utvecklade eller som de hade inspirerats ifrån. Även om det var någon matberedning där det är viktigt att man har rätt proportioner mellan ingredienserna, exempelvis vid bakning. Undersökningen visar vidare att när intervjupersonerna valde att använda sig av recept till vardags var de viktigaste faktorerna att det är enkelt, innehåller ingredienser man använder flera gånger, går snabbt och att man tror att det kommer bli riktigt gott.

Vänner var den kategorin som inspirerade mest till att testa nya recept. Det som främst togs upp var att man blivit bjuden på en ny rätt hos en vän som man själv ville testa. Annat som inspirerade var TV, vilka råvaror/ingredienser som ingår, att man vill testa något nytt, gratistidningar/reklamblad samt Internet. Det kunde även få inspiration ifrån resor.

Om man ätit något annorlunda hos vänner, ser ett fräckt matlagningsprogram eller om man varit på någon resa. Vi var i Panama för några år sedan och där har de en helt annan matkultur med karibisk mat, då blev vi inspirerade av det och lagade mycket av den typen av mat. (Kvinna, 38 år)

Vi är nog ganska intresserade allmänt, jag läser en del recept man kommer över, recepthandlingar och sådant i butik, det brukar vara rätt bra. Det är ofta vi testar något där. (Man, 38 år)

Uppfattningar om vegetarisk mat

De allmänna tankarna kring vegetarisk mat kopplades främst till grundförutsättningen att det inte innehåller något kött, mer grönsaker samt att många kopplade det till baljväxter eftersom det var det majoriteten åt när de åt vegetariskt.

Jag brukar ganska ofta ha mackor och hemmagjord hummus till lunch, det är väldigt bra. (Man, 38 år)

Vissa såg dock kopplingen till baljväxter som en begränsning:

Linser har jag svårt för, förknippar nog vegetariskt väldigt mycket med linser. Och bönor gillar jag inte heller, sådana kidneybönor tycker jag smakar mjöl. Det är mycket så kopplat till vissa ingredienser som man inte gillar. (Kvinna, 33 år).

Denna person associerade vegetarisk mat direkt till baljväxter som hon inte tyckte om vilket påverkade hennes uppfattning negativt. Det fanns även en till av intervjupersonerna som byggde mycket av sina uppfattningar på specifika associationer till personer som är vegetarianer:

Vi har ett par killar nere på lagret som är vegetarianer och jag tycker att de är lite muppiga till sitt sätt. Så jag har fått en dålig association av dem. (Man, 40 år).

Mannen förklarade ordet ”mupp” med att de har bestämda åsikter gällande livsstil och politik som provocerar honom. Denne kopplade även detta till en speciell identitet som han fick negativa associationer av vilket påverkade hans uppfattning av vegetarisk mat i allmänhet. En annan respondent var också inne på ämnet identitet och diskuterade att man kanske inte ska kalla det vegetariskt när det inte riktar sig till vegetarianer eftersom risken finns att det kopplas till en viss identitet som man inte känner samhörighet med. Andra intervjupersoner beskrev dock att de uppfattar att begreppet vegetarisk mat har avdramatiserats lite men att det fortfarande kan bli lite uppdelat. Exempelvis att det finns uppfattningar hos vissa om att det är en viss sorts personer som äter vegetarisk mat.

Vegetarisk mat kopplades av mer än hälften av respondenterna till både miljöpåverkan och etiska frågor. Det var dock olika hur dessa kopplingar gjordes, då det bara var ett fåtal som direkt kopplade det till något som de brydde sig om personligen. Exempelvis uttrycktes det av andra som att det inte bryr den som inte har en speciell värdering i de frågorna och att detta gör att man inte upplevs ha någon anledning i att äta vegetariskt även om man skulle kunna göra det.

Uppfattningar kring egna vegetariska matval

Vi ska nu gå in på när intervjupersonerna väljer vegetariskt samt varför eller varför inte de gör detta. När en vegetarisk rätt valdes framför en köträtt så visade det sig att det som man uppfattade var de mest påverkande faktorerna skiljer sig något i jämförelse mot faktorerna som påverkar gruppens allmänna matval. Här fanns ingen talong att kryssa i som vid fråga om allmänna matval utan frågan var mer öppen. Hälsoaspekter var allra mest återkommande som anledning till att laga vegetariskt bland respondenterna. Enskilda tog upp miljöaspekter, pris, etik, bekvämlighet och variation som anledningar till att göra vegetariska val.

Vegetariska matval i form av vegetarisk matlagning i hushållet gjordes bara ofta av en av de tillfrågade. Med ofta menas flera gånger per vecka. Tre stycken uppskattade sig laga vegetarisk mat ibland vilket motsvarar några gånger i månaden. Lika många sade sig laga vegetariskt sällan medan två personer aldrig lagade vegetariskt. En av de vanligaste anledningarna som togs upp till att vegetariskt äts så pass sällan var att de tycker att kött är godare. Andra anledningar var bristande kunskap, relationer, vanor och brist på recept. De som i stort sett aldrig åt vegetariskt valde endast vegetariskt framför kött om de hade gäster som var vegetarianer. Nedan redovisas intervjupersonernas kommentarer kring vegetariska matval utifrån de mest återkommande kategorierna.

Hälsoaspekter

Hälsoaspekter var mest återkommande när det gäller anledningar till att laga vegetariskt. Främst menar intervjupersonerna att det ska vara nyttigt på olika sätt, exempelvis ”bra för kroppen” (Kvinna, 37 år) med mindre kött/rött kött samt att det känns fräschare och för att få i sig mer grönsaker.

Jag skulle vilja laga mer vegetariskt, dels så tycker jag inte om rött kött och att det känns sunt, då vore vegetariskt ett sätt att variera sig. (Kvinna, 39 år)

Det känns nyttigt så det är nyttoaspekten. Och även debatten om att det inte är nyttigt att äta för mycket korv och skinka och så. Framförallt att det känns nyttigt. (Kvinna, 37 år)

Positiva kopplingar mellan hälsa och vegetarisk mat återkom upprepade gånger under intervjuerna (även då vi inte hade ställt frågor om ämnet). Vegetarisk mat upplevdes av flera som fräscht och hälsosamt. Det påpekades dock att man inte alltid kan ta för givet att vegetariskt är nyttigt, då vissa uppfattade att köttet ibland ersätts av fett och ost vilket inte alltid uppskattas av de som väljer vegetariskt utifrån ett hälsoperspektiv.

Miljöaspekter

Enskilda personer lyfter fram miljöfaktorer ur ett eget perspektiv medan andra nämner det men upplever inte att det är något som de själva väger in. En respondent diskuterade köttproduktion på detta sätt:

Skulle det vara miljövidrigt i den grad kan jag avstå det, det är inget jag måste ha utan det är vanor och sådär. Sen att det finns och att jag tycker att det är gott. Och i min värld finns det ingen anledning att ersätta den med vegetarisk. (Man, 39 år).

Liknande inställningar som denna togs upp flera gånger, där miljöaspekten nämndes men inte som något som ingår i ens vardagsplanering. Många hade flera andra faktorer som värderades högre i deras matval än miljöaspekten vilket gör att den prioriteras bort. Trots att det inte var av högsta prioritet beskrev några att de ändå hade en medvetenhet vad gäller klimatpåverkan och köttproduktion.

Jag tror att det är mycket bättre att äta mer vegetariskt och mindre kött, jag tror att det skulle gynna naturen och jorden, jag vet ju att all boskap som föds upp släpper ut mycket koldioxid. Plus att man skövlar mycket skog för att få betesmark. Så om man tänker stort så. (Kvinna, 38 år)

Smak

Det förekom även att vegetariskt valdes utifrån smak bland vissa respondenter och för att variera sin kost. För de som sällan åt vegetarisk mat kom ofta smak upp ur perspektivet att de föredrar smaken av kött och likaså köttets textur och konsistens och därav ser detta som något som hindrar dem från att äta vegetariskt.

När vi frågade om det var svårare att smaksätta vegetarisk mat sade de flesta att de inte upplevde det som svårare även om de inte hade så mycket erfarenhet ifrån det.

Det känns som om man vet hur man ska laga det så tror jag absolut inte det. Just med kryddor och grönsaker så känns det som att det finns en stor bredd. Om man bara tänker kött och potatis smakar det ganska lika. (Man, 38 år)

Bönor vet jag är bra och man kan göra grytor exempelvis. Det är ju inte köttet som ger smaken, man kan lika gärna äta chili con carne utan köttfärs. (Man, 39 år)

Det var endast en person som tog upp att det kan vara svårare att smaksätta i vissa fall, men att man då får tänka om:

Det kan vara svårare ibland, i alla fall om man försöker efterlikna en köttträtt. Man går ju miste om den naturliga köttsmaken. Har kommit på att det är väl egentligen dumt att försöka med det, det är bättre att framhäva de ”icke-köttliga” smakerna som finns. (Man, 30 år)

Det måste alltså vara en vegetarisk rätt som är god som den är och inte behöver jämföras med någon köttträtt. Man ville bli överraskad av att det är godare än man tror som en beskriver:

Jag skulle vilja hitta något som jag verkligen tyckte att ”det här var gott”. Att jag skulle bli överbevisad mot vad jag tror. Man har väl tänkt att man ska göra det men det är väl den här latheten i att hitta nya saker tror jag. (Kvinna, 33 år)

Pris

Flera av intervjupersonerna ansåg att priset på färska grönsaker är för högt i jämförelse till köttpriser medan några få även betonade att det är billigare med vegetarisk mat i många fall. Prisfrågan och en varas värde sattes även i relation till bekvämlighet och vanor, så här sa en respondent:

Det känns ju så otroligt mycket nyttigare men det är svårt att bryta en vana. Jag tror inte det handlar så mycket om recept och kunskap utan det är nog mer, det kan va en prisfråga också. Jag kan uppleva att frukt och grönt är dyrare än vad det borde vara. Att man väljer att köpa ett trepack bacon för 15 spänn för att det är billigt. (Kvinna, 38 år).

Här beskrivs att något köps för att det är billigt och värdet av varor diskuterades på liknande sätt av flera, exempelvis som här där frukt och grönt uppfattades som dyrare än vad det borde vara. I fråga om en varas värde vägdes ofta flera faktorer in och i slutändan berodde det på vad som är värdefullt för just den personen. Så här diskuterade en annan intervjuperson kring att handla mer vegetarisk mat:

Jag har inga såna här att jag tycker synd om djur eller så heller. Jag har provat äta quorn och sådär. Men det blir för stor omställning om jag skulle prova på att äta vegetariskt för det finns ingen grund för mig att göra det. Då tycker jag att nötfärs smakar bättre än quorn exempelvis. Eller att sojakorvar är för dyra i förhållande till hur gott det är om man inte har några värderingar i det. (Man, 39 år).

Här är ett exempel på hur mannen värderar och prioriterar utifrån smak och pris och där han även kopplar det till etiska frågor som djurrätt. I detta fall så ser han inte de etiska frågorna som något som påverkar honom personligen. Han pratar även om att det krävs att man har några andra värderingar som grund för att kunna kompromissa med faktorerna smak och pris.

Relationer/gäster

När vegetarisk mat diskuterades togs även frågan med familjerelationer och olika preferenser upp, vissa åt mer vegetariskt innan de träffade sin sambo och innan de fick barn:

Av hänsyn till min familj gör jag det inte jätteofta. När jag bodde ensam gjorde jag det ofta, varje dag nästan. Men nu är det mest jag som uppskattar det tror jag, man får kompromissa lite, det blir mer lunchlåda än till hela familjen. (Kvinna, 39 år).

Att barnen eller sambon inte gillar det återkom och att man var orolig för att främst barnen inte skulle få i sig tillräckligt med protein eller annan näring. Det var även en till intervjuperson som uttryckte att han oftast åt vegetariska luncher utanför hemmet där han inte behövde ta hänsyn till någon annan. Angående barnen sade en annan intervjuperson såhär:

Jag gillar vegetarisk mat men det är ingenting jag gör hemma, jag har fått för mig att barnen ska ha kött eller fisk varje dag. (Kvinna, 44 år)

Flera av de som åt vegetariskt sällan sa att de främst skulle bestämma sig för att laga det om de skulle ha någon vän eller bekant på besök som är vegetarian.

Vanor

Vanorna beskrevs av många som en vanlig faktor då man handlar det man är van vid. Många menade att det blir en stor omställning med att laga vegetariskt då man inte kan så många vegetariska rätter.

Dels för att det bara är jag som uppskattar det och rutin, man är inkörd på det andra. Jag kanske inte har så bra recept för det tilltalar inte riktigt. (Kvinna, 37 år)

Vanorna ses här som ett hinder för att laga vegetariskt då det är ovant för de allra flesta i undersökningsgruppen.

Intresse för vegetariska matval

Stor del (sju av tio) sa att de skulle vilja laga mer vegetariskt och då gärna vardagsmat, främst ur ett hälsoperspektiv men även för att variera sig samt för att spara på miljön i vissa fall. Hälsospekten beskrevs främst som att det känns nyttigt och sunt samt en fördel med att äta mindre rött kött. Att få nya recept tillgängliga togs även upp och ett behov av att bli överbevisad av någonting som är godare och mer spännande än vad man tror. Som exempel på vardagsmat togs exempelvis soppor, wok, lasagne och sallader upp som vegetariska alternativ.

Baljväxter var det som främst användes som ersättning av proteinkällan och även ost samt att ett fåtal använde sig av quinoa, mandlar/nötter eller quorn för att höja proteinhalten. Flera såg även svårigheter med att kött ska ersättas med någon annan proteinkälla då man inte är van vid det tänket. Det togs även upp att man hellre väljer baljväxter för att det känns konstigt när man försöker efterlikna kött och att de vill att det ska vara en naturlig proteinkälla, vilket de

inte uppfattade quorn och sojaprodukter som. Många hade dock testat antingen quorn eller sojaprodukter eller både och men det var ingen produkt någon av respondenterna köpte regelbundet. Quorn var det som fick mest positiva kommentarer av dessa två men många diskuterade att det är ganska dyrt och att det därför inte blir värt det i förhållande till andra faktorer så som nämndes i fråga om vegetariska matval.

Efterfrågan av vegetariska måltidslösningar

Angående vegetariska måltidslösningar, måltidskit eller koncept fanns ett visst intresse då man ser det som en bekvämlighet som underlättar samt kan hjälpa en att skapa en ny vana. Men det ansågs att det då måste vara till ett bra pris och inte vara några konstigheter. De som pratade om konstigheter syftade på exempelvis tillsatser samt att man pratade om naturliga proteinkällor.

Om det hade funnits sådana produkter till ett bättre pris och utan några konstigheter kanske man hade köpt mer. (Kvinna, 39 år).

Det sågs som att det kunde vara ett bra hjälpmedel för att få det att kännas lättare att laga vegetariska rätter och att det går fort. Det upplevdes även att det blir lättare att testa på nya saker till vardags och man tog exempelvis upp att om det finns recept med i någon form av kit så blir det enklare att handla eftersom man sällan har med sig recept i affären.

Tips eller färdiga koncept, då blir det ju lättare. För mig skulle det vara jättebra. Att det står vad jag behöver för ingredienser och att det syns tydligt i affären.. (Kvinna, 31 år).

Exempel på vad det skulle kunna vara för koncept, kit eller måltidslösning kunde inte respondenterna svara exakt på. Flera tyckte dock att olika former av halvfabrikat kunde vara smidiga, men att det då enligt respondenterna är viktigt att de är goda och håller hög kvalitet. Vad som menades med hög kvalitet framgick inte tydligt, men att det inte ska innehålla vad som kallas konstigheter nämns. Många diskuterade även synligheten i butiken och att det måste vara lättillgängligt.

Ja, det syns ju inte så mycket. Det ligger gömt i frysdysken, sojabiffar och sånt. Och kikärter på burk vet jag inte vad jag ska göra med. Kött ligger färdigt, det är svårare med vegetariskt. (Kvinna, 31 år).

Vegetariska taco-fyllningar kom upp som förslag och man framhävde att det kanske borde finnas godare tillbehör med baljväxter till istället.

Det finns såna där linsblandningar i tetra ni vet och jag tycker inte att dom är så goda heller. Det blir tafatt. Inte lagat på rätt sätt, det blir lite mer bönor i tomatsås. Det skulle kunna vara bättre smakmässigt. (Man, 38 år)

Hur kan man inspirera till fler vegetariska matval?

De flesta av intervjupersonerna fick sin inspiration till matlagning från vänner, mataffären och reklamblad/gratistidning. Att man blivit bjuden på något kunde väcka intresse, detta kunde gälla både hos vänner, restaurang eller i mataffären. Det kunde också vara att någon ger tips på något den provat som var jättegott.

Att trycka på hälsoaspekten ansåg flest kunde locka fler att äta mer vegetariskt. Där tog argument som tidigare nämnts så som fräscht och nyttigt upp. Andra aspekter som respondenterna trodde kunde locka var en god smak, miljöargument, roligare recept och att det är ett säkert kort då man inte vill chansa och misslyckas. Vissa uppfattade dock att det är fler unga som tänker på miljöfrågor.

Alla blir ju mer och mer medvetna om att man kan påverka hur man mår själv. Man förlänger livet genom att undvika rött kött exempelvis och undviker en hel del sjukdomar, Finns ju mycket reklam som går ut på att man ska bli frisk och smal exempelvis. Miljöargument blir ju också mer och mer intressanta. Om man får en känsla av att det är schysst producerat och inte påverkar miljön lika mycket. Det är ett argument som jag tror går hem främst hos yngre. Om man vill värna om jorden, mindre egoistiskt liksom. Om man vill vara god och tänka på jorden och så. Men miljöfrågor känns som det ligger i tiden. (Kvinna, 39 år)

Denna kvinna tar upp både argument om hälsa, miljö och etik men vissa andra nämnde även att det kan finnas en mättnad på larmrapporter om hälso- och miljöpåverkan som gör att man inte orkar lyssna.

Man mår ju dåligt jämt när man lyssnar på allt. Kör du inte miljöbil, äter inte det, slänger fel saker i soptunnan. Man går ju runt och har detta på axlarna hela tiden. Till slut orkar inte folk tänka längre utan tar det som är närmast. Folk jobbar och sover och ska skjutsa barn och grejer så det blir falukorv. (Man, 39 år).

Mannen beskriver här ett exempel på där bekvämlighet och vanor prioriteras före miljöfrågor i många vardagssituationer. Smak visar sig utifrån frågorna gällande matval ha en stor inverkan på matval och detta är något några tycker att man borde använda för att inspirera.

Det är nog nya smaker tror jag. Att det känns spännande och smakar mycket. Att det är mättande men ändå smakar intressant. Det är det jag tror många tycker det är lite tråkigt, man är uppväxt i skolan med råkost och man har inga roliga associationer till vegetarisk mat. Man borde använda starka kryddor så att det händer något. (Kvinna, 37 år)

Förslag som kom upp på hur man kan inspirera till mer vegetariskt var att man skulle få smaka på det, gärna från tidig ålder i skolan för att påverka på längre sikt men även i affär exempelvis eller genom att det finns ett större utbud på restauranger.

Att det finns tillgång utan att man behöver ta tag i det själv, man kan ju inte tvinga vuxna människor på stan. Som tillgången jag har på jobbet. På ett jobb skulle man kunna ha vegetariska rätter i lunchrestauranger en gång i veckan lika som i skolan så att även vuxna lite grann "tvingas att testa". Man märker ofta att "detta tyckte jag faktiskt om" (Kvinna, 33 år).

Sammanfattning av resultat

Faktorerna pris, smak och hälsoaspekter valdes som viktigast i fråga om allmänna matval. Bekvämlighet, vanor och resten av hushållet hade lite lägre svarsfrekvens men var istället de som kommenterades mest genomgående under intervjuerna. Pris och smak sågs som ganska självklara i sin påverkan då det måste smaka gott och inte vara orimligt dyrt när det handlar om vardagsmat. Hälsa var viktigt både vad gäller de vardagliga matvalen men var även den faktor som var viktigast om man skulle välja att äta en vegetarisk rätt. Hälsosfaktorer som togs upp var att det inte skulle innehålla mycket socker eller för mycket mättat fett samt att det skulle vara näringsrikt och fräscht. Vardagsmatlagningen fick helst inte ta för lång tid eller vara för krångligt och man lagade ofta sådant man var van vid. Det var vanligt att matvalen anpassades i stor utsträckning efter sin familj och ibland efter gäster. Det var få av respondenterna som åt vegetarisk mat ofta men det var ändå en majoritet som sade att de skulle vilja laga mer vegetariskt just för att det kändes fräscht och nyttigt men även för att äta mindre rött kött. Vanorna, bristen på kunskap och familjens preferenser var sådana faktorer som påverkade till att de lagade vegetarisk mat så pass sällan. Många föredrog även kött rent smakmässigt och flera pratade även om dyra priser på både färska grönsaker och köttsubstitut så som soja- och quornprodukter. Miljöaspekter och etiska värderingar uttryckte flera en medvetenhet om men det var få som ansåg att de påverkade deras personliga val.

De flesta var positiva till olika hjälpmedel i köket och i matbutiken som underlättar. Där nämns både någon form av måltidskit, recept och tillgänglighet och synlighet i butik. De flesta av intervjupersonerna fick sin inspiration till matlagning från vänner, mataffären och reklamblad/gratistidning. För att öka intresset för vegetarisk mat tror undersökningsgruppen att man bör trycka på hälsoaspekter så som att det är fräscht och nyttigt men även att det måste vara lockande rent smakmässigt utan att vara för komplicerat. Det togs även upp att man vill att det ska kännas som "ett säkert kort" och att det då var positivt att man fick smaka på det först exempelvis som smakprover i affären för att bli övertygad. Ett annat förslag var att inte kalla det för vegetariskt eftersom det av vissa kopplas till en speciell grupp av människor som man själv inte känner tillhörighet till.

Diskussion

Undersökningen har sin grund i ett uppdrag från ett livsmedelsföretag som ville undersöka intresset för en ökad konsumtion av vegetariska mat. Utifrån detta gjordes en intervjustudie där tio semistrukturerade intervjuer genomfördes med män och kvinnor mellan 30 och 45 år. I intervjuerna togs faktorer som påverkar matval i allmänhet samt vegetariska matval upp och även intresse och efterfrågan av och för vegetarisk mat. Delarna om matval sammanställdes utifrån modellen *Personal Food System* (Falk et al, 1996; Furst et al, 1996). Det fanns svårigheter i att hitta studier i ämnet som var gjorda på personer som inte är vegetarianer därav kan inte allt vad gäller intresse och efterfrågan stödjas med passande studier.

Metoddiskussion

Denna undersökning har skett i samarbete med ett livsmedelsföretag och vi har därför utformat vårt syfte utefter deras önskemål och vilja. Detta har lett till att syftet blivit brett och att vi gått in på flera aspekter istället för att fördjupa oss i ett speciellt ämne. Det har varit svårt att begränsa arbetet och behålla fokus då vi hade ett brett syfte. Periodvis under undersökningsprocessen har vi även känt att syftet var otydligt samt vilka aspekter det egentligen är vi undersöker då flera av aspekterna kan kopplas ihop med varandra till exempel att varför man gör matval påverkar frågan hur det går att inspirera till fler vegetariska matval samt att matvalen grundar sig i intresse och uppfattningar hos personer. Syftet med undersökningen var också att arbeta fram ett koncept åt livsmedelsföretaget såsom en vegetarisk produkt eller vegetarisk receptfolder. Även detta gjorde att vårt arbete blev större då vi samtidigt ville få fram så stort underlag som möjligt till detta. I efterhand tror vi att en tydligare avgränsning av vad vi undersökte hade underlättat processen. Vi har till exempel diskuterat att vi kanske från början skulle ha riktat vårt syfte antingen mot en minskad köttkonsumtion eller mot en ökad konsumtion av frukt och grönt. Man kan inte ta för givet att det ena leder till det andra vilket vi själva tänkte oss samt att vår vilja att få en helhetsbild snarare kan ha begränsat och förvirrat oss i vissa fall. Vi anser i efterhand att vi borde hållit oss mer till en undersökningsaspekt, exempelvis vår huvudfråga kring intresse och efterfrågan istället för att gå in så djupt på ämnet matval.

Urval

Vi valde tillsammans med livsmedelsföretaget ut vilken målgrupp vi skulle undersöka. Vi hade också tillsammans med dem kommit överens om att det skulle vara slumpmässigt utvalda personer i den valda målgruppen. I efterhand har vi funderat på om detta var rätt målgrupp då inte alla var intresserade av testa eller börja äta mer vegetarisk och då heller antagligen inte de som skulle anamma ett vegetariska koncept, recept, kampanj eller liknande. Vi tror eventuellt att vi hade fått högre kvalitet på resultatet om vi valt personer som hade ett intresse av detta men inte åt så mycket vegetariskt just idag på grund av olika anledningar såsom att man tyckte det var svårt att laga, saknade inspiration eller liknande, och försöka

hitta metoder för att inspirera dessa. När vi gjorde vårt urval såg vi det som att personer med ett tydligt intresse inom kost var för inriktade för att delta i undersökningen. I själva verket kanske dessa är de som är de första som tar till sig nya idéer eller influenser inom kost och blir en form av trendsättare. Dessa kan beskrivas som de som Baines (2005) kallar early adopters som även kan bli de som kan sprida budskapet vidare. Samtidigt var ju vår grundtanke att livsmedelsföretagets målgrupp är en bred allmänhet och i deras befintliga måltidskoncept handlar det om att underlätta matlagningen och de är därav inte specifikt riktad mot endast de som har ett matintresse utan till de som vill ha smidiga hjälpmedel i vardagen, vilket har gjort vår undersökning än mer komplex.

Det kan även vara så att de med ett intresse som skulle kunna bli så kallade early adopters inte behöver lika mycket inspiration och motivation varpå det finns ett syfte i att undersöka de resterandes intresse och efterfrågan. Med detta sagt betyder det inte att ingen av intervjupersonerna i denna empiri var matintresserad utan vi kände att vi fick en ganska bra blandning av olika personer.

Antalet i urvalet var den mängd som vi rimligen kunde klara av för att inte få ett för stort material. Samtidigt känns det tunt när vi kopplar det till ett så pass stort företag eftersom dessa tio blir en ytterst liten del av deras eventuella konsumenter. Men eftersom detta är en intervjustudie är inte vårt syfte att göra generaliseringar för en hel population utan snarare belysa variationer i de åsikter som finns (Bryman, 2011).

Att få personer att ställa upp på intervju underlättades av att vi hade produkter från livsmedelsföretaget att erbjuda. Vi såg även till att själva vara väldigt anpassningsbara efter vart och när det passade för intervjupersonen att ha intervjun så att de inte skulle uppfatta det som något som var tidskrävande och omständigt. Det var dock lite svårare att få män att ställa upp än kvinnor, men vår utgångstanke var att vi ville ha en jämn könsfördelning men samtidigt kan man spekulera i att detta skulle kunna säga något om en skillnad i intresse och efterfrågan mellan könen. I slutändan blev könsfördelningen näst intill jämn.

Intervjuer och intervjufrågor

Vi bytte metod en bit in i processen från enkät till intervjuer, detta kan ha påverkat våra intervjufrågor en del. Detta då vi redan hade en enkät färdig och utgick från den när vi gjorde intervjufrågorna och försökte omformulera och anpassa samt lägga till några mer öppna frågor. Eventuellt hade frågorna sett annorlunda ut om vi hade varit inställda på intervju från början. Vi kände under processens gång att vi saknade frågor som gick lite djupare in på ämnena. Vi lade också till en öppen fråga efter första intervjutillfället för att skapa mer diskussion och egna resonemang.

I det stora hela har intervjusituationerna fungerat bra, ibland har de hållits på kaféer som varit något bullriga vilket gjorde att ljudupptaget blev lite dåligt men eftersom vi kompletterade med anteckningar så fungerade det ändå. Då vi båda är ovana vid intervjuer upplevde vi att kvalitén och vad vi fick ut av intervjuerna förbättrades allt eftersom intervjuerna genomfördes. I många fall önskar man att vi ställt fler följdfrågor och ibland låtit de tänka längre.

I intervjuerna använde vi oss av en talong med svarsalternativ vid en fråga så som beskrivs i metoden. I talongen fanns inte alternativet ”annan” med att fylla i vilket vi i efterhand ser som ett misstag. Vi ville använda oss av talongen för att kunna koppla svaren till modellen av Falk et al. (1996) mer tydligt, men samtidigt går det att diskutera hur pass styrd respondenterna blev av att det fanns färdiga kategorier att kryssa i. Vi tror att detta kan ha påverkat vissa svar då vi märkte vid sammanställningen av alla intervjuer att de kategorier som var mest frekvent valda inte var de som framstod som viktigast i intervjuerna överlag när respondenterna diskuterade mer fritt. Om frågan hade varit öppen tror vi därför att andra svar kan ha kommit fram. Vi försökte dock så långt det gick använda oss av talongen på ett kvalitativt sätt genom att diskutera de valda kategorierna med hjälp av följdfrågor. I efterhand ser vi även en problematik i användningen av modellen då det tog lång tid innan vi förstod alla aspekter kring den. Huvudprocessen i modellen handlar om hur personer värderar de olika kategorierna och vad som påverkar dem i detta men vår utgångspunkt låg i vilka faktorer som påverkar mest. Dock kommer vi naturligt i undersökningens diskussion in på den mentala processen utifrån intervjupersonernas resonemang.

Validitet

Med validitet menas att man undersöker det man avser undersöka. Inom kvalitativ forskning innefattar dock validitet hela forskningsprocessen till skillnad av kvantitativ forskning (Patel et al., 2003). Frågorna vi ställt har varit både öppna och mer stängda och som sagt kan vi nu i efterhand se att vi antagligen skulle få andra svar om vi haft mer öppna frågor. Vi kan också se att vi skulle gett respondenterna mer tid att tänka och ställt mer följdfrågor från början för att få bättre material. Vi upplever att de flesta respondenterna svarat sanningsenligt då vi själva blev förvånade över deras ärlighet, till exempel i frågan på miljö och etik där flera menade att det var aspekter som inte berörde dem. Dock upplevde vi ibland att respondenterna delvis kan ha påverkats av att de visste att undersökningen gjordes i samarbete med Santa Maria. Exempelvis togs Taco och kryddor spontant upp av vissa.

Vid analysen har vi försökt tillämpa förståelse i materialet och tolka materialet på ett trovärdigt sätt. Tolkningarna har sedan kommuniceras så att det viktigaste resultaten framkommer och belyses. Som nämns i Patel et al.(2003) ska en kvalitativ analys kännetecknas av att ha en god inre logik där olika delar kan relateras till en meningsfull helhet. I kvalitativ forskning kan uppfattningar förändras under tiden men variation är viktigare än att bara få samma svar på alla frågor och att man lyckas fånga olika tankar och uppfattningar. Detta har vi märkt i vår intervju, då vi uppmärksammat vikten i hur man ställer en fråga och hur detta påverkar svaren. I vissa fall var våra frågor mer strukturerade och då fick vi andra svar än när vi diskuterade samma ämne mer öppet. Resultatet av studien har vi lagt fram på ett sådant sätt att läsaren ska kunna bilda sin egen uppfattning om trovärdighet i studien och vi har försökt hitta en bra balans mellan text och citat i resultatet. Vi har noggrant beskrivit forskningsprocessen i metoden om hur vi gått till väga samt om hur vi bearbetat materialet. Vi anser också att våra källor varit relevanta, trots att vår modell *Personal Food System* (Falk et al, 1996; Furst et al, 1996) mer går in på de mentala processerna och vi mer gått in på de påverkande faktorerna i matval. Dock är faktorerna som påverkar matval också

en viktig del i modellen och i slutändan kände vi att vi kunde knyta an till den mentala processen kring matvalen vid analys av vårt intervjumaterial.

Resultatdiskussion

Resultatet tyder på att ett intresse finns för vegetarisk kost men att det finns många faktorer i deras vardagliga matval som upplevs som barriärer som hindrar dem från att göra fler vegetariska matval. De allmänna matvalen i vardagen uppfattas främst påverkas av aspekterna pris, smak och hälsa, vilka är faktorer som tas upp i *Personal Food System* (Falk et al, 1996; Furst et al, 1996). Bekvämlighet och sociala faktorer/relationer hade också hög svarsfrekvens i denna undersökning. Dessa fem faktorer är även de som framhålls som viktigast i studien av Connors et al (2001) där man går in djupare på den mentala processen och hanteringen av faktorerna. Vanor fanns med i svarstalongen men inte i *Personal Food System* och det visade sig att vanor tillsammans med bekvämlighet och resten av hushållet var mer genomgående och oftare förekommande i intervjuerna än de som hade högst svarsfrekvens på talongen (pris, hälsa, smak). Detta skulle delvis kunna bero på att förutbestämda kategorier gjorde att intervjupersonerna påverkades i sina svar. Vanor och bekvämlighet hade även kunnat ingå i samma kategori vilket kan ha givit den högre svarsfrekvensen. Man kan även tolka det som att pris och smak kan ha diskuterats mindre på grund av att det inte finns lika många aspekter att diskutera då många upplevde dessa faktorer som lite mer självklara i sin påverkan. Exempelvis att vardagsmat inte fick kosta allt för mycket samt att det alltid är viktigt att maten smakar gott.

Faktorn hälsa visade sig dock vara den främsta faktorn som kunde påverka till vegetariska matval medan faktorer som vanor, tid och relationer/familj kan beskrivas som faktorer som inom detta ämne skapade en inre konflikt såsom Connors et al. (2001) beskriver. Connors et al. (2001) beskriver att värderingen av dessa kategorier påverkas av ens personliga värdegrund vilket vi återkommer till. Då hälsa var en viktig faktor både vid vegetariska matval och vid allmänna matval börjar vi med att gå djupare i detta för att sedan gå in på kategorierna bekvämlighet, vanor och relationer då de var återkommande under alla intervjuer. Sedan följer rubrikerna smak och pris som alltid har en stor påverkan men som inte på samma sätt känns specifikt kopplat till vegetarisk mat. Resonemang kring etik och miljö tas också upp trots att dessa faktorer inte var en av de viktigaste hos någon. Intresse och efterfrågan tas sedan upp utifrån resultat, tidigare studier samt värdering av matval.

Hälsoaspektens betydelse

Hälsoaspekter var något som diskuterades på olika sätt och visade sig vara en extra viktig faktor och anledning till att man skulle välja vegetarisk mat. Respondenterna i Connors et al. (2001) beskriver hälsa som något som är bra för kroppen, rätt mat och näringsrik mat. Liknande kommentarer tas även upp av respondenterna i denna undersökning då kopplingar görs till exempelvis fettkvalitet, sockernehåll samt fibernehåll. När hälsa diskuteras i samband med vegetarisk mat tas även fräschhet och ett ökat intag av grönsaker upp som positiva aspekter. Detta kan kopplas till en forskningssammanfattning av EUFIC (2012) som

visar på att majoriteten av Europas befolkning kopplar frukt och grönt med en hälsosam diet. Det tas även upp i denna studies resultat att rött kött känns dåligt för kroppen. Studien av Pan et al. (2012) som visar på en risk för ökad dödlighet vid högt intag av rött kött hade under perioden för intervjuerna visats i media och kan därav ha påverkat flera att tänka extra på detta.

En person i denna undersökning uttryckte även att andra personer i familjen ville äta en lågkolhydratkost och att denne därför försökte hitta på andra alternativ att servera som tillbehör. Vi trodde innan intervjuerna att kommentarer kring lågkolhydratkoster skulle komma upp, då vi upplever att lågkolhydratsdieter som exempelvis LCHF har blivit väldigt trendiga senaste åren. Jordbruksverket (2009) spår att denna trend har påverkat den snabbt ökade konsumtionen av kött i Sverige. Även Larsson et al. (2012) tar upp att flera personer i deras miljöprojekt upplevde en vilja i att äta mindre kolhydrater för att hålla vikten vilket var en anledning till att en minskad köttkonsumtion inte var möjlig. Detta är ett exempel på den mentala process som Connors et al. (2001) beskriver vid värdering och prioritering av sina matvalsfaktorer. Här är viljan att hålla vikten viktigare än exempelvis miljöaspekter. Då viktminskning är något som kopplas till hälsofaktorn (Falk et al., 1996) så visar detta på hur faktorerna betyder olika saker för olika individer beroende på individen i sig, situation och skede i livet (Bellisle, 2005).

Bekvämlighet och vanor

Bekvämlighet är något som tas upp inom flera delar av intervjun och av alla respondenter. Detta är även återkommande som en av de viktigaste faktorerna i de mentala processer kring matval som beskrivs i Connors et al. (2001). Man kan därför se att enkelhet och tid för många är de viktigaste faktorerna i vardagsmatlagningen då det även i studien av Connors et al. (2001) framkommer att ”enkelhet” är den viktigaste faktorn. Det framkommer också i denna undersökning att enkelhet kan leda till att man skapar en ny vana vilken är en viktig aspekt om man som livsmedelsföretag vill få konsumenter att köpa en ny produkt. Vid vegetariska matval upplevdes vanorna som ett hinder eftersom de allra flesta i undersökningsgruppen lagar mat utifrån vana och att rätten då ofta innehåller kött. Enligt Larsson et al. (2012) uttrycks också att det skulle vara som att lära sig att laga mat från början om man skulle börja laga vegetariskt eftersom de tillfrågade ofta baserade sin matlagning på kött.

Relationer

Relationer/sociala faktorer påpekas i studien av Connors et al. (2001) med att man anpassar sig till andra familjemedlemmar och ibland då får åsidosätta sina egna värderingar, exempelvis då det gäller hälsa. Detta stämmer överens med resultatet i denna studie där fyra av tio angav det som en av de viktigaste faktorerna när de gjorde sina matval. Detta påpekas även av flera respondenter under intervjun, trots att de inte fyllt i det i frågan ”Vad påverkar dig när du gör dina matval” och speciellt när vi pratar om vegetarisk mat.

Våra matval är dynamiska och förändras både utifrån socialt sammanhang men också utefter ens individuella livsbana, ny information och den miljön man befinner sig i (Sobal et al, 2006;

Connors et al, 2001). Larsson et al. (2012) visar även på att barnfamiljer såg svårigheter i att få barnen att tycka om den vegetariska maten. I resultatet till denna undersökning kan man knyta detta till en respondent som citeras i resultatet som beskriver att hon åt vegetariskt nästan varje dag innan hon skaffade man och barn men att det nu mest blir som matlåda eftersom hon anpassar sig efter dem. Detta är något som beskrivs av flera och även att man anpassar sig till sambo eller gäster.

Pris

Connors et al. (2001) beskriver i sin studie att pris kan innefatta både kostnad av en produkt samt värdet av produkten i förhållande till andra värderingar. Liknande kopplingar tas även upp i vårt resultat, exempelvis upplevs det att quorn- och sojaprodukter inte är värda sitt pris i förhållande till de sensoriska aspekterna så som konsistens och smak. Det kommenteras även i vår undersökning att om man hade haft värderingar kring miljö eller etik kanske prioriteringen sett annorlunda ut. Dessa prioriteringar kan beskrivas som den mentala process som Connors et al. (2001) beskriver sätter igång när ett matval ska göras. Det vill säga att faktorerna ställs emot varandra så som det beskrivs av flera intervjupersoner bland annat när det gäller om en vara är värd sitt pris i förhållande till de andra värderingarna man har och de faktorer man prioriterar högst.

Vad gäller vegetariska matval diskuteras också pris av en del av våra intervjupersoner. Bland annat vad gäller priset på köttsubstitut som nämndes ovan men även när det gäller grönsaker kommenteras det att priserna för färska grönsaker är höga och att man därför upplever en vegetarisk kost som dyr. Nya europeiska undersökningar visar på att svenskarna ligger på 18:e plats av 19 undersökta länder vad gäller konsumtionen av frukt och grönsaker och där visar man också på att höga priser verkar påverka intaget negativt där även de med hög inkomst finner att de höga priserna är en barriär för att konsumera mer frukt och grönsaker (EUFIC, 2012). Den ökande köttkonsumtionen i Sverige tros delvis bero på att prisutvecklingen på kött avstannat (Jordbruksverket, 2011). Detta tas även upp av en respondent i vår undersökning som kommenterar att det lätt blir att man köper tre paket bacon för 15 kronor när det är erbjudande och man upplever att grönsakspriserna är höga. En enskild belyser att denne väljer att laga vegetariskt utifrån att det är billigare. Detta tillsammans understryker återigen att de olika faktorerna som påverkar matval betyder olika saker för olika individer och grupper samt förändras utifrån livssituation och skede i livet (Belissle, 2005).

Man kan även delvis koppla det faktum att många av respondenterna i vårt material ville ha säkra kort och laga sådant de gjort förut till Dibsdal et al. (2003) som i och för sig inriktar sin undersökning på låginkomst-hushåll men understryker där att många avstår från att testa nya produkter, livsmedel eller råvaror med rädsla för att misslyckas. Vid ett misslyckande eller ogillande av resten av medlemmarna i hushållet skulle det kanske leda till att mycket mat får kastas vilket påverkar ekonomin. Svinn av mat är inget som nämns i våra intervjuer men då priset är något som påverkar många i hög grad och de dessutom efterfrågar säkra kort med rädsla för att misslyckas.

Smak

Utifrån vår empiri väger sensoriska aspekter i flera fall över de andra just eftersom de uppskattar smaken och konsistensen av kött så pass mycket jämfört med andra produkter. Både i våra intervjuer samt i Larsson et al. (2012) tar intervjupersonerna upp att svårigheten med att laga mer vegetariskt många gånger ligger i att man tycker att kött är godare. Larsson et al. (2012) tar även upp problematiken att det för många upplevs svårt att få barnen att tycka om den vegetariska maten. Detta var också återkommande i vår undersökning. Vi reflekterar över att det är svårt att konkurrera ut kött med vegetariska substitut bland personer som äter blandkost då de flesta utifrån vår uppfattning inte verkar ha några värderingar kring miljöfrågor och etiska aspekter. Faktorerna pris, smak och bekvämlighet är svårare att konkurrera med eftersom priset på köttsubstitut är relativt högt samt att en person som ätit kött hela sitt liv är bekväm i att laga det samt van vid den smaken och konsistensen. Denna problematik tas även upp av Hoek et al. (2011) som trycker på komplexiteten i att konkurrera med en så pass sensoriskt omtyckt produkt som kött. I studien är det delade meningar om produkterna bör efterlikna utseende, konsistens och smak av kött eller inte. Detsamma tas upp i vår undersökning, vissa anser att köttsubstitut som försöker efterlikna vanligt kött endast känns onaturliga medan vissa uttrycker fördelar i att quornfärs exempelvis både smakar och ser ut som köttfärs. Hoek et al. (2011) menar utifrån studien att det främst är de som konsumerar minst köttsubstitut som efterfrågar en igenkänningsfaktor och större sensorisk likhet med kött som något som skulle öka deras användning. Detta stämmer till viss del överens med den utförda undersökningen men där handlar det mer om inställningen till vegetariskt i allmänhet. De som har positiv inställning och lagar mer samt vill laga mer vegetariskt är oftare de som uttrycker att de inte gillar att quorn- och sojaprodukter ska efterlikna kött och därför föredrar baljväxter eller annat. Medan de som äter mindre vegetariskt tycker att det vore en fördel om köttsubstituten hade så stor sensorisk likhet som möjligt med kött om de skulle välja att äta det.

Inget större fokus på etik och miljö

Statistik från en matopinionsundersökning utförd på uppdrag av projektet *Leva livet* (Göteborgs stad, 2010) visar att 44 % av utfrågade göteborgare (N 488) kan tänka sig att äta mindre kött för att minska miljöpåverkan. 18 % upplever att de gör det redan idag. I studier i matval gjorda av Carillo et al. (2011) är etiska faktorer med som några av de främsta faktorerna som påverkar matval. Detta stämmer inte överens med denna undersöknings resultat då få ansåg att miljöfrågor och etiska aspekter påverkade deras personliga val. Flera nämnde aspekter inom dessa områden men få ansåg att de berörde dem och hänvisade det till en särskild livsstil eller någon med tydliga värderingar i ämnet. Hoek et al. (2011) visar också på att en grupp kände till faktorer gällande miljö och etiska aspekter men det var inget de vägde in i sitt val då de hade överlag en positiv attityd till kött, vilket stämmer överens med flera åsikter i denna undersökning. Enligt vissa skulle det kräva ganska stora saker såsom ”om det är miljövänligt” för att man skulle kunna tänka sig en förändring. Det sades också att man inte orkade bry sig om larmrapporter om hälsa och miljö. Då vi själva upplever att dessa ämnen är väldigt aktuella och diskuteras mycket i media trodde vi att detta var något som skulle diskuteras på ett annat sätt. Vi trodde kanske inte att respondenterna skulle ha miljö-

och etiska faktorer som främsta påverkan vid deras matval men vi trodde inte att de skulle ha samvete att säga att de inte brydde sig, vilket vi upplevde att flera tydligt framförde. Vår hypotes var nog snarare att det så som i studien av Connors (2001) skulle finnas skuldskänslor inblandade. Detta exempelvis gällande att man borde göra mer ur ett miljöperspektiv för att det känns mer korrekt att tänka så i dagens samhälle där klimatpåverkan, växthusgaser och naturkatastrofer diskuteras flitigt.

Intresse för vegetariska matval

De flesta åt inte vegetariskt i så stor utsträckning men utifrån denna undersökning kom det fram att de flesta (sju av tio) var intresserade av att äta mer vegetariskt. Detta talar för att undersökningsgruppen skulle kunna börja äta mer vegetariskt om de rätta förutsättningarna fanns. Det vi fått fram ur denna studie är att man främst bör trycka på hälsoaspekten samt att en del respondenter vill ha variation och att några få vill tänka på miljön.

Undersökningsgruppen kopplade ofta vegetarisk mat till hälsosam mat och de flesta tog upp att hälsa var viktigt för dem. Det som talar mot ett intresse för en ökad konsumtion är de barriärer som kommit upp som anledningar till att man inte konsumerar mer vegetariskt trots att man skulle vilja. Dessa barriärer är främst smak, tid, övriga familjemedlemmar och brist på kunskap samt även vanor i flera fall, att man är ”inkörd på det andra” så som en intervjuperson beskriver det. Leipämaa-Leskinen (2007) tar också upp barriärerna tid och brist på kunskap till anledningar att personer inte konsumerar på det sättet de skulle vilja göra. I detta ämne återkommer åter igen den mentala processen där olika faktorer vägs emot varandra och prioriteras (Connors et al, 2001), exempelvis viljan att laga vegetarisk mat mot vanan i att laga en rätt med kött som man lagat förut. Det var intressant att så pass många trots allt var positiva till ett ökat intag av vegetarisk mat och att typiska kommentarer kring att kött mättar bättre så som Hoek et al. (2011) tar upp inte kom upp någon gång under intervjuerna. Till och med den respondenten som var mest negativ till vegetarisk kost sa att han ätit quorn och att det smakade jättebra.

Efterfrågan av vegetarisk mat och produkter

Hypotesen från vår och livsmedelsföretagets sida var ju att vegetarisk mat är på uppgång, det var dock få i vår undersökningsgrupp som åt vegetariskt ofta, de flesta åt det väldigt sällan men ville äta mer. Winston (2010) tar upp ett ökat intresse för kalorisnåla vegetariska måltider hos amerikanska konsumenter. Och organisationen Meatless Monday utökas snabbt till olika länder (Meatless Monday, u.å.). Flera har uppfattningen att om någon form av hjälpmedel till konsumenterna skulle kunna underlätta, exempelvis måltidskoncept eller lättillgängliga recept. Detta skulle kunna motverka barriärerna som handlar om bekvämlighetsaspekter så som tid och matlagningskunskaper.

Flera respondenter diskuterade också huruvida ett måltidskoncept kan leda till att man tar ett första steg till något man inte gjort innan och som sedan kan komma bli en ny vana. Det efterfrågades också att vegetarisk kost borde synas mer, att man blir lockad av det i butik eller i reklam och därför köper det för att man blir nyfiken och tror att det kommer bli gott.

Tillgänglighet till recept i butiken tas också upp som något som vore smidigt för att slippa

kolla upp sådant innan. En ökad synlighet eller tillgängliga recept kan ses som att ny information tillförs i matvalsprocessen som gör att man kan omvärdera sin matval (Connors et al, 2001)

Hur kan man inspirera till fler vegetariska matval?

Utifrån frågorna kring faktorer som påverkar matval i denna studie tyder det på att hälsofördelar, bekvämlighetsaspekter och sociala aspekter/relationer skulle behöva kombineras för att locka till att äta mer vegetariskt. Bekvämlighet och relationer är några av de främsta barriärerna som undersökningsgruppen beskriver och dessa måste man försöka ta sig över genom att trycka på att det exempelvis är enkelt att bereda, går snabbt samt passar alla familjemedlemmar. En av respondenterna diskuterade att man vet vad man borde göra men att man ändå inte gör det vilket också är ett exempel på de barriärer som Leipämaa-Leskinen (2007) beskriver. Samtidigt bör man ha i åtanke att faktorerna smak och pris också har stor påverkan. Både våra respondenter och deltagarna i studien av Connors et al. (2001) lägger även vikt på värdet av en produkt, det måste vara värt det utifrån ens egna värderingar.

Resultat i denna undersökning tyder alltså på att hälsa, bekvämlighet och att det passar hela familjen är viktigast. Samtidigt framgår också att det måste överraska och smaka väldigt bra för att övertyga och smaken är därför också mycket viktig att tänka på. Denna aspekt måste därför också belysas på något sätt för att kunna locka till att laga mer vegetariskt då kött är omtyckt av så pass många ur sensoriska aspekter (Hoek et al., 2011; Larsson et al., 2012). Resultatet tyder också på att det är viktigt att poängtera proteininnehållet vid recept/måltidskoncept då det är flera som antytt att de är osäkra på sin kunskap gällande att man får i sig tillräckligt av detta. Om ett livsmedelsföretag utvecklar recept eller måltidskoncept är det också viktigt att det blir tydligt och intresseväckande. Flera antydde att man inte såg det i affären samt att man inte kände någon inspiration av en påse med vegetariska produkter i frysen eller konservburk med kikärter på hyllan och därför inte köpte vegetariska produkter. En ökad tillgänglighet i butik är något som även tas upp vad gäller köttsubstitut enligt Hoek et al. (2012). Eftersom det hos undersökningsgruppen var viktigt att känna sig övertygad om att maträtten kommer att bli god, chansade man inte så ofta för att man inte ville bli besviken och i så fall kanske behöva slänga massa produkter man köpt in så som även beskrivs av Dibsdl et al. (2003). Genom att utforma en produkt som upplevs god, lätt och att man inte kan misslyckas ("ett säkert kort") kan man nå fler konsumenter. Svårigheten ligger i just detta att det ska vara så enkelt som möjligt men ändå kännas så pass spännande och lockande att man väljer det framför en köttträtt. Det vi då tänker på är marknadsföringens vikt, exempelvis smakprov i butik för att först övertyga konsumenten att det är gott samt att man då även får informationen att det är enkelt, näringsmässigt väl sammansatt, inga onödiga tillsatser samt ett bra miljöval exempelvis. En respondent hade också som förslag att inte kalla det för vegetariskt då detta kan kopplas till en viss identitet.

Konklusion

Man kan konstatera att ett matval består av värderingar och prioriteringar av olika faktorer vilka betyder olika mycket för olika personer samt beroende på ens individuella situation. Undersökningsgruppen har en grundvärdering i att vardagliga matval måste passa in i mallen vad gäller pris och smak. Vid sidan av denna grund är hälsosfaktorer viktiga, särskilt som anledning till att äta mer vegetarisk mat. Man ser fördelar i att det känns bättre för kroppen, nyttigare samt tar specifikt upp aspekter som att det är nyttigt med ett högre intag av frukt och grönt och ett lägre intag av rött kött. Bekvämlighet, vanor och vad resten av familjen vill ha är av stor betydelse vid alla matval men dessa tre faktorer upplevs även som några av de främsta barriärerna som stoppar dem från att konsumera mer vegetarisk mat. Vanorna innefattar ofta kött, samt att många anpassar sig till sina barn och sambos preferenser. Många föredrar även smaken av kött men tycker samtidigt att vegetariskt känns fräscht och hälsosamt och många har därför en vilja att äta mer vegetarisk mat men de beskrivna barriärerna sätter där stopp för dem i många fall. Detta tyder på att det finns ett intresse för vegetarisk mat men att de vill bli övertygade, hitta säkra kort som är hälsosamma, enkla och passar hela familjen samt att det måste vara gott och smakrikt. Vanorna kopplas en del till kunskap vilket i många fall upplevs som ett hinder för att äta mer vegetariskt då vanan och kunskapen som behövs inte finns, därför är flera positiva till olika hjälpmedel i köket och i matbutiken som underlättar. Där nämns både någon form av måltidskit, recept och tillgänglighet och synlighet i butik. Det är endast enstaka personer som anser att frågor gällande miljö och etik rör dem, flera uttrycker en medvetenhet om aspekterna när det gäller köttproduktion exempelvis men av vissa kopplas det till en speciell identitet och bestämda värderingar. Av denna anledning föreslås av en respondent att det inte borde kallas vegetariskt eftersom det av vissa personer kopplas till en speciell grupp människor.

Implikation

Vi anser att livsmedelsföretaget kan använda vår undersökning för framtida utveckling av vegetariska koncept eller recept. I samband med vår undersökning har vi även arbetat med ett projekt där vi arbetat fram förslag på recept till företaget. Vi har arbetat fram förslagen med vår undersökning som grund och vi tror då att det är viktigt att företaget hittar en balans mellan enkelhet, övertygande recept och att det känns inspirerande och spännande. Det räcker inte med att det bara är enkelt då många ändå tar den enklaste vägen i vardagsmatlagning (Connors et al, 2001) och det enklaste är ofta något man gör utifrån en vana vilket i de flesta i undersökningsgruppens fall var kötträtter. Man måste därför trycka på flera aspekter för att kunna övertyga. I recepten har vi därför även valt att trycka på hälsoaspekten eftersom den upplevdes viktig av de flesta respondenter samt att Santa Maria har ett ”hunting ground” med inriktningen *good for you* och alltså har hälsa som ett utvecklingsmål. Recepten har provlagats och näringsberäknats och vi har lyft fram näringsfördelarna genom att skriva en text angående detta i anknytning till recepten. Där har även andra tips tagits upp, exempelvis hur man får det att passa hela familjen. Vid framtagandet av recepten försökte vi även se till

balansen mellan enkelt, inspirerande, familjevänligt och smakrikt. Tanken var att recept är ett första steg på vägen för att företaget i ett senare skede eventuellt ska kunna utveckla måltidskoncept eller liknande hjälpmedel.

Måltidskoncept kan vara en bra lösning då man kan få in spännande råvaror och något nytt utan att man som konsument behöver köpa in flera okända ingredienser och därmed göra en chansning på att det blir gott samt ovissheten om ingredienserna kommer användas igen. Det skulle också enligt oss behöva framgå att näringsbehovet uppfylls om man väljer att bereda receptet eller måltidskonceptet så att man inte behöver oroa sig för det gällande sina barns näringsupptag exempelvis.

Vår tanke är att ett livsmedelsföretag istället för ordet ”vegetariskt” kan använda sig av uttryck som exempelvis ”en grönare vardag” för nå ut till en bredare målgrupp.

Förslag till fortsatt forskning

Det skulle behövas mer studier kring attityder och uppfattningar till vegetarisk mat bland blandkostare eftersom denna endast täcker tio personer. Det hade även varit intressant att se om dessa aspekter skiljer sig utifrån kön eller socioekonomiska faktorer. För att få en djupare förståelse hade det varit intressant att gå djupare in på ämnet konsumentbeteende och eventuellt använt sig av observationer i livsmedelsbutik.

Referenser

- Abrahamsson, L., Andersson, A., Becker, W., Nilsson, G. (2006). *Näringslära för högskolan*. Liber: Stockholm.
- Baines, P., Fill, C., & Page, K. (2008). *Marketing*. New York: Oxford University Press
- Bellisle (2005) *The determinants of food choice*. European food information council (EUFIC), Review 04/2005 .
- Bryman, A. (2011) *Samhällsvetenskapliga metoder*. Liber: Malmö
- Carillo, E., Varela, P., Salvador, A., & Fiszman, S. (2011) Main factors underlying consumers food choice: a first step for the understanding of attitudes toward “healthy eating”. *Journal of Sensory Studies*, 26(2), 85-95. Doi:10.1111/j.1745-459X.2010.00325.
- Connors, M.M., Bisogni, C.A., Sobal, J. & Devine, C. (2001) Managing values in personal food systems. *Appetite* 36, 189-200.
- Dibsdall LA, Lambert N, Bobbin RF, Frewer LJ (2003) Low-income consumers’ attitudes and behavior towards access, availability and motivation to eat fruit and vegetables. *Public Health Nutrition* 6(2), 159-68.
- European Food Council. (2012) *Fruit and vegetable consumption in Europe – do Europeans get enough?* EUFIC REVIEW 01/2012
- Falk, L.W., Bisogni, C.A. & Sobal, J. (1996) Food choice processes of older adults. *Journal of Nutrition Education* 28, 257-265.
- Fry, J. & Neff, R.(2010). *Healthy Monday: Two Literature Reviews*. Center for a livable future, John Hopkins School of Public Health. Hämtad 2012-05-02 från: <http://www.jhsph.edu/sebin/i/n/healthymondayreport.pdf>
- Furst, T., Connors, M., Bisogni, C. A., Sobal, J., & Falk, L. W. (1996). Food choice: A conceptual model of the process. *Appetite*, 26(3), 247-266. doi:10.1006/appe.1996.0019
- Gibney, M-J., Kearney, M., Kearney, J-M. (1997) IEFS pan-EU survey of consumer attitudes to food, nutrition and health. *European Journal of Clinical Nutrition*, 51 (2) , p. S2
- Göteborgs stad. (2010). *Statistik kring matopinionsundersökningen*. Hämtad 2012-04-12 från: [http://www5.goteborg.se/prod/Miljo/Miljohandboken/dalis2.nsf/vyFilArkiv/Opundersokn_HallbaraMatv.pdf/\\$file/Opundersokn_HallbaraMatv.pdf](http://www5.goteborg.se/prod/Miljo/Miljohandboken/dalis2.nsf/vyFilArkiv/Opundersokn_HallbaraMatv.pdf/$file/Opundersokn_HallbaraMatv.pdf)
- Hart, J. (2009). The health benefits of a vegetarian diet. *Alternative & Complementary Therapies*, 15(2), 64.

Hoek, A. C., Luning, P. A., Weijzen, P., Engels, W., Kok, F. J., & de Graaf, C. (2011). Replacement of meat by meat substitutes. A survey on person- and product-related factors in consumer acceptance. *Appetite*, 56(3), 662-673. Doi:10.1016/j.appet.2011.02.001

Jordbruksverket. (2011) *Svenska matvanor och matpriser, matkonsumtionens senaste utveckling: köttkonsumtionen stiger igen*. Jönköping: Jordbruksverket.

Jordbruksverket. (2009). *Statistikrapport från Jordbruksverket: livsmedelskonsumtion 1960-2006*. Hämtat 2012-03-15 från:
http://www.sjv.se/webdav/files/SJV/Amnesomraden/Statistik%20fakta/Livsmedel/2009%3a2/20092_amk_ihopb_tabeller17.htm

Larsson, J. & Svenberg, S. (2012) *Utvärdering och analys av projektet leva livet*. Chalmers, Göteborgs stad

Lappalainen R, Kearney J & Gibney M (1998): A Pan European survey of consumer attitudes to food, nutrition and health: an overview. *Food Qual. Pref.* 9, 467–478.

Leipämaa-Leskinen, H. (2007). Contradictions in food consumption. *International Journal of Consumer Studies*, 31(6), 597-602. Doi:10.1111/j.1470-6431.2007.00614.x

Livsmedelsverket. (2012). *Konsumtionen av kött och annan proteinrik mat fortsätter att öka*. Hämtad 2012-03-14 från:
<http://www.sjv.se/download/18.44bedb3513533e95e6180001430/PM+konsumtion+2010+5.pdf>

Lundman, B., Hällgren Graneheim, U.(2008). Kvalitativ innehållsanalys. I B. Höglund-Nielsen(Ed./Ed.) & M. Granskär. *Tillämpad kvalitativ forskning inom hälso- och sjukvård* (s. 159). Studentlitteratur: Lund.

Meatless Monday (u.å.) *About us – overview*. Hämtad 2012-05-02 från:
<http://www.meatlessmonday.com/about/>

Miljöförvaltningen (2012) *Årsrapport 2011*. Göteborgs stad. Hämtad 2012-04-26 från:
[http://www5.goteborg.se/prod/Miljo/Miljohandboken/dalis2.nsf/vyFilArkiv/N800_R_2012_1.pdf/\\$file/N800_R_2012_1.pdf](http://www5.goteborg.se/prod/Miljo/Miljohandboken/dalis2.nsf/vyFilArkiv/N800_R_2012_1.pdf/$file/N800_R_2012_1.pdf)

Pan, A., Sun, Q., Bernstein, A. M., Schulze, M. B., Manson, J. E., Stampfer, M. J., Willett, W. C. & Hu, F.B. (2012). Red meat consumption and mortality: Results from 2 prospective cohort studies. *Archives of Internal Medicine*, 172(7), 555-563.
Doi:10.1001/archinternmed.2011.2287

Patel, R & Davidsson, B. (2003) *Forskningsmetodikens grunder*. Studentlitteratur AB. Lund.

Sobal, J., Bisogni, C., Devine, C. & Jastran, M. (2006) A Conceptual Model of the Food Choice Process over the Life Course. In Shepherd (Red.), & Raats. *The psychology of food choice* (s.1-18). Cambridge, MA: CABI Pub., in association with the Nutrition Society.

Statens folkhälsoinstitut (2011) *Frukt och grönsakskonsumtion i Sverige- Utdrag från den nationella folkhälsoenkäten över läns- och kommundata 2007–2010*. Hämtad 2012-03-14 från: <http://www.fhi.se/PageFiles/11941/A2011-05-Frukt-och-groonsakskons-i-Sv,%20HLV-2007-2010.pdf>

Vetenskapsrådet. (1990). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Hämtad 2012-04-12 från: http://www.ibl.liu.se/student/bvg/filarkiv/1.77549/Forskningsetiska_principer_fix.pdf

Winston J-C (2010). Invited review: Nutrition concerns and health effects of vegetarian diets. *Nutrition in Clinical Practice*, 25(6), 613-620. doi:10.1177/0884533610385707

WHO/FAO. (2005) *Fruit and vegetables for health*. Hämtad 2012-04-11 från: http://www.who.int/dietphysicalactivity/publications/fruit_vegetables_report.pdf

Bilaga 1 Intervjufrågor

Ålder ?

Hur många personer bor det i hushållet?

Barn? Samboende?

Vem lagar huvudsakligen maten i ditt hushåll?

Hur ofta lagar du/ditt hushåll mat under vardagarna?

Hur mycket tid spenderar du/ni i genomsnitt på att laga mat under vardagen?

Vad påverkar dig när du gör dina matval?

Svarskort! (fås löst)

Vad påverkar dig när du gör dina matval? (Välj max 3)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Pris | <input type="checkbox"/> Hälsospekter |
| <input type="checkbox"/> Smak | <input type="checkbox"/> Bekvämlighet |
| <input type="checkbox"/> Vanor | <input type="checkbox"/> Miljöaspekter |
| <input type="checkbox"/> Kvalité /fräschet | <input type="checkbox"/> Etiska aspekter |
| <input type="checkbox"/> Vad resten av hushållet vill äta | |

Vad menar du med hälsa (exempelvis)? Variation? Samma rätter varje vecka?

Vart får du inspiration till din matlagning ifrån?

Vad är det där som inspirerar dig?

Använder du recept?

Vad inspirerar dig främst till att testa nya recept?

Vart får du tips på recept?

Om du lagar utifrån recept, hur tänker du när du väljer detta? Vilka faktorer är viktiga?

*Följande del handlar om vegetarisk mat. Med vegetarisk mat syftar vi på **lakto-ovo-vegetarisk** mat, det vill säga utan kött, fisk eller fågel men med mjölk och ägg.*

Vad tänker du på när du hör ordet vegetarisk mat?

Uppfattningar, värderingar?

Hur ofta lagar du vegetariskt?

Variation? Flera olika rätter?

Om du svarade sällan eller aldrig, varför?

Skulle du vilja laga mer vegetariskt?

Varför? Varför inte?

Vilken typ av vegetarisk mat skulle du vara intresserad av att laga?

Vardagsmat? Festmat? Något nytt? Något enkelt?

Tycker du att det är svårare att smaksätta en vegetarisk rätt än en köträtt?

På vilket sätt? Exempel?

Efterfrågar du mer vegetariska måltidslösningar (koncept som förenklar din matlagning, ex. måltidskit) på marknaden?

Vad skulle det kunna vara?

Om du väljer att laga och planera(inköp) en vegetarisk rätt framför en köträtt, varför väljer du att göra det?

När du lagar vegetariskt, vad använder du istället för kött?

Skulle du vara nyfiken på att testa en ny proteinkälla?

Varför? Varför inte?

Vad tror du skulle kunna locka till att fler skulle äta mer vegetariskt?

Saknar du något på marknaden när det gäller vegetarisk mat?

Har du några egna tankar/åsikter i ämnet?