



**INSTITUTIONEN FÖR KOST-
OCH IDROTTSVETENSKAP**

Motsägelsefullt hälsobudskap inom idrotten?

**En kartläggning av, och konsumenters åsikter kring livsmedelsutbudet på
idrottsanläggningar**

**Matilda Karlsson
Olivia Nilsson**

Kandidatuppsats 15 hp
Program: Hälsopromotionsprogrammet- Kostvetenskap
Vt 2018
Handledare: Agneta Sjöberg
Examinator: Mia Prim
Rapportnummer: VT18-30



INSTITUTIONEN FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

Kandidatuppsats 15 hp

Rapportnummer:	VT18-30
Titel:	Motsägelsefullt hälsobudskap inom idrotten?
Författare:	Matilda Karlsson & Olivia Nilsson
Program:	Hälsopromotionsprogrammet- Kostvetenskap
Nivå:	Grundnivå
Handledare:	Agneta Sjöberg
Examinator:	Mia Prim
Antal sidor:	37
Termin/år:	Vt 2018
Nyckelord:	Idrottsanläggning, livsmedelsutbud, näringstäthet, nordiska näringsrekommendationer, café

Sammanfattning

De nordiska näringsrekommendationerna tillråder ökad konsumtion av frukt och grönsaker, dessutom ett begränsat intag av salt, socker och mättat fett. Föregående regering har låtit Livsmedelsverket och statens folkhälsoinstitut sammanställa strategier för att nå ökad folkhälsa (Livsmedelsverket & Folkhälsoinstitutet, 2005). Detta, med anledning av rådande folkhälsosjukdomar relaterade till osunda kostvanor.

Idrottsanläggningar följer i dagsläget inte de rekommendationer eller mål som råder, vilket resulterar i ett dubbelt budskap då fysisk aktivitet uppmuntras men inte hälsosamma kostvanor. Syftet med denna studie är att kartlägga livsmedelsutbudet på idrottsanläggningars caféer samt att utforska konsumenternas åsikter om utbudet. Detta för att utforska om det finns en önskan till förändring, då det är ett arbete som vår profession har kunskapen att förändra. Tidigare studier, genomförda i Australien visar att livsmedelsutbudet på idrottsanläggningar till större delen består av mindre näringstäta alternativ, innehållande mycket socker och mättade fetter, så som godis, bakverk, glass, läsk och chips.

Fyra idrottsanläggningar valdes ut till vår undersökning. Insamling av data genomfördes på två sätt, en observation- och enkätstudie. Resultatet i studien bekräftar vad tidigare forskning uppmärksammat och visar att utbudet på idrottsanläggningar består av livsmedel innehållande låg näringstäthet. En av anläggningarna har ett utbud med ungefär lika många näringstäta livsmedel som mindre näringstäta, medans de övriga anläggningarna serverar sötsaker i stora mängder. Denna anläggning utmärker sig från de andra eftersom den erbjuder fler näringstäta alternativ och dessutom är den enda som är privatägd. Vidare visar resultatet att 45 procent av respondenterna önskar fler näringstäta livsmedel i cafét på sin idrottsanläggning. Av dem var endast 5 procent ungdomar. Ett annat intressant fynd var att största delen av konsumenterna inte uppfattar att deras idrottsanläggningar uppmanar dem till hälsosamma matval.

Förord

I detta examensarbete har vi fått möjlighet att fördjupa oss i det aktuella livsmedelsutbud som råder på idrottsanläggningar och människors åsikter kring mat. Ett ämne som vi i vår profession som hälsovetare - kostvetenskap, finner väldigt intressant och givande. Vi tror att det finns stor utvecklingspotential och ett behov av förbättring av livsmedelsutbudet inom idrottsverksamheten, både på idrottsanläggningar, större arenor samt inom sponsring. Vi vill tacka alla idrottsanläggningar som godkänt att vi besökt deras anläggningar för studerande. utan ett trevligt bemötande från dem hade det inte gått att genomföra studien. Vi tackar också vår handledare Agneta Sjöberg som bidragit med råd och vägledning under arbetets gång.

Innehållsförteckning

Introduktion.....	5
Syfte	7
Frågeställningar.....	8
Bakgrund.....	8
<i>Konsumtion och hälsa</i>	8
<i>Teori – Empowerment</i>	9
<i>Näringsrekommendationer</i>	10
<i>Begreppet näringstäthet</i>	10
<i>Mat på idrottsanläggningar</i>	11
<i>Hur utbudet marknadsförs idag</i>	12
Metod.....	13
<i>Litteratursökning</i>	14
<i>Urval</i>	14
<i>Observationsstudie</i>	14
Enkätstudie	14
<i>Dataanalys</i>	16
<i>Beskrivning av deltagarna</i>	16
Resultat	16
Del I - Observationsstudie av utbud	17
Del II - Enkätstudie.....	19
<i>Uppmaning till hälsosamma matval</i>	19
<i>Åsikter om utbudet</i>	19
<i>Konsumenternas egna kommentarer om cafét och utbudet</i>	19
<i>Faktorer för konsumtion</i>	21
<i>Förslag på livsmedel</i>	21
<i>Konsumtion och populära livsmedel</i>	21
Diskussion	22
Metoddiskussion	22
<i>Urval</i>	22
<i>Observationsstudie</i>	22
<i>Enkätstudie</i>	22
<i>Eventuella justeringar i enkäten</i>	23
<i>Etiskt dilemma</i>	24
<i>Tillförlitlighet</i>	24
Resultatdiskussion.....	24
<i>Motarbetas goda kostvanor inom idrotten?</i>	24
<i>Ökar hälsomedvetenhet med åldern?</i>	25
<i>Konsumtion</i>	26
<i>Exponering leder till acceptans</i>	26
<i>Reglering på kommunnivå - empowerment, ett etiskt dilemma?</i>	27
<i>Dubbla budskap på idrottsanläggningar</i>	28
Slutsats	28
<i>Vidare forskning</i>	29
Referenslista	30
Bilagor.....	34
<i>Bilaga 1</i>	34
<i>Bilaga 2</i>	36
<i>Bilaga 3</i>	36
<i>Bilaga 4</i>	37

Introduktion

Håller ni också med om att godis, läsk, glass, bakverk och chips syns i större utsträckning än näringstätta alternativ i idrottsanläggningars caféer? Ifall utbudet av sötsaker är större än utbudet av näringstättaalternativ, är det ett utbud som går tvärt emot de nordiska näringsrekommendationerna och riksdagens folkhälsomål. Näringsrekommendationerna tillråder befolkningen att öka intaget av mat innehållande en hög andel vitaminer, mineraler och kostfibrer (Nordic Council of Ministers, 2014). Tidigare studier menar att det just på idrottsanläggningar existerar ett dubbelt budskap; då fysisk aktivitet främjas men inte goda kostvanor, eftersom caféer på många idrottsanläggningar i större utsträckning erbjuder näringsfattiga livsmedel än näringstätta (Kelly, Chapman, King, Hardy, & Farrell (2008). Detta pågår samtidigt som livsstilssjukdomar ökar kraftigt i samhället (Folkhälsomyndigheten, 2016). Människan exponeras ständigt för snabbmat, godis och liknande livsmedel i dagens samhälle, vilka är livsmedel innehållande mycket socker och fett, men lite vitaminer, mineraler och kostfibrer. Studier visar att en av anledningarna till den rådande folk(o)hälsan orsakas av ständig exponering i den omgivande miljön (Møller, 2015; Bildtgård, 2010). Samtidigt blir fler människor mer hälsomedvetna i takt med den globalisering som skett under de senaste åren (Fjellström, 2013). Har det hälsomedvetna tänket gällande kostvanor påverkat idrottsvärlden eller råder det ett dubbelt budskap trots ökad kunskap kring ämnet?

Enligt Riksidrottsförbundet (2017) är det nästan fem miljoner, närmare bestämt 4 988 392, personer som är aktiva i någon typ av idrott i Sverige. En person kan vara aktiv i fler än en förening, därav kan siffran se något högre ut än vad den faktiskt är. Notera att fler personer än så kan röra sig på anläggningarna, exempelvis publik, anställda eller andra och vara intresserade av att handla i kafé. Detta betyder att idrotten kan vara en arena med möjligheter att nå ut till en stor del av befolkningen och därmed ett forum för främjande av goda kostvanor i samhället. Behovet är ett faktum, då livsstilssjukdomar ökar i samhället (Folkhälsomyndigheten, 2016; Andersson, 2005). För att en förändring av utbudet ska kunna ske behövs bland annat information om hur utbudet ser ut i dagsläget. Därav behövs mer studier kring vad konsumenter som rör sig på idrottsanläggningar tycker om utbudet. Denna studie syftar till att undersöka dessa aspekter.

Kan ett ökat utbud av fler näringstätta alternativ skapa en efterfrågan, eller finns där redan en efterfrågan som inte uppmuntras? Om en förändring skulle ske, menar vi att idrotten skulle få en helt annan approach, förknippad med ett ansvarstagande och hälsomedvetenhet. På idrottsanläggningar uppmuntras en hälsosam livsstil genom fysisk aktivitet. Däremot uppmuntras inte hälsosamma kostvanor i samma bemärkelse. Detta gäller såväl mindre föreningar som större arenor med sponsring från företag som vill förknippas med sport. Vi har i denna studie identifierat en arena i samhället som skulle kunna bidra till förbättrad folkhälsa. Genom att påverka människors matval, skulle potentiellt risken att drabbas av livstillsjukdomar kunna minska. Eftersom människans matvanor påverkas av exponering skulle idrotten med största sannolikhet kunna bidra till hälsosammare vanor, genom att minska utbudet av frestelser. Det skulle underlätta för människor att göra hälsosamma matval. Följderna av det skulle kunna öka chanserna att nå riksdagens folkhälsomål och leda till stora skillnader i den globala folkhälsoproblematiken.

Syfte

Syftet med studien är att kartlägga nuvarande livsmedelsutbud och utforska konsumenters åsikter till ett mer hälsosamt utbud i caféer på idrottsanläggningar.

Frågeställningar

- Hur ser utbudet av livsmedel ut i caféer¹ på idrottsanläggningar?
- Vad har konsumenterna för åsikter om nuvarande livsmedelsutbud?
- Vilka faktorer har inverkan på konsumenters köpbeteende?

Bakgrund

Konsumtion och hälsa

Det har under det senaste årtiondena skett en förändring hos gemeneman inom internationell hälsa. Förståelsen för hur en ohälsosam livsstil och dess konsekvenser kan påverka individen har ökat. Detta sker alltså samtidigt som folkhälsosjukdomar stiger. Orsaker till det är bland annat stillasittande vardag och ökad tillgänglighet på mat med låg näringstäthet i det moderna samhället (Folkhälsomyndigheten, 2016; Andersson, 2005). Enligt folkhälsomyndighetens rapport har problematiken med övervikt bland vuxna avstannat, dock har fler drabbats av fetma (Folkhälsomyndigheten, 2016). Dessutom har antalet ungdomar med övervikt och fetma ökat i alla typer av samhällen; i både låg-, medel- och höginkomstländer enligt World Health Organisation (2018b). En hälsosam kosthållning definieras av en hög konsumtion av frukt och grönsaker och låg konsumtion av salt, socker, mättat fett och transfetter, vilka har ett tydligt samband med ökad risk för att drabbas av kardiovaskulära sjukdomar, mag- och tarmcancer (Folkhälsomyndigheten, 2016; World Health Organisation, u.å; Cancerfonden, 2016). Enligt World Health Organisation (u.å.) anses ett lågt intag av frukt och grönsaker vara en av de tio största riskfaktorerna för sjukdomsburda i höginkomstländer. De menar att ett lågt intag beräknas orsaka omkring 14 procent av alla dödsfall i mag- och tarmcancer, 11 procent i ischemisk hjärtsjukdom och cirka 9 procent av alla som går bort i av stroke.

Enligt regeringens proposition (prop. 2017-18:249) har förekomsten av fetma ökat kraftigt sedan 1980 i Sverige. Varannan vuxen har övervikt eller fetma och det är en ökning från fem till 15 procent. Bland barn i 10 års åldern uppskattas hela 15 till 20 procent ha övervikt eller fetma (Prop. 2017/18: 249). Statistik visar att svenskarna äter totalt 41 kilo socker och sirap på ett år/person. Energiintaget har i snitt ökat med cirka 100 kilokalorier per dag under en åttaårsperiod. Detta motsvarar ungefär fyra till fem kilo fettväv på ett år. Portionsstorlekar, förpackningar för snabbmat, sötade drycker, godis, glass, snacks och bakverk har blivit större genom åren (Livsmedelsverket & Folkhälsoinstitutet, 2005). Konsumtionen av choklad och konfektyr har ökat, samt läsk som har tredubblat mellan 1980 och 2015 (Jordbruksverket, 2015). Denna överkonsumtion och övervikt som råder är ett resultat av ökad tillgänglighet på billig mat (Swinburn, Sacks, Hall et al, 2011). Mat blir billigare och mer välsmakande dessutom mer energität och innehållande större andel mättade fettsyror, salt och tillsatt socker (Vandevijvere & Swinburn, 2014). Livsmedelsverket & Folkhälsoinstitutet (2005) menar att marknadsföring av ohälsosamma livsmedel har ökat och även förändrats till att vara mer

¹ Café: *En lokal där man framför allt serverar kaffe, te och läskedrycker samt bakverk och smörgåsar* (Nationalencyklopedin, u.å.)

tilltalande genom anspelning på livsstil, grupptillhörighet och känslor. Detta är ännu en bidragande orsak till ökad konsumtion. Teknologisk och ekonomisk tillväxt i ett land leder till ökad konsumtion generellt (Vandevijvere et al, 2014) och det moderna samhället medför daglig exponering för livsmedelsreklam, vilket i sin tur påverkar konsumenters matval (Zimmerman & Shimoga, 2014). För den enskilda konsumenten innebär dessa förändringar att utbudet och tillgängligheten på mat numera förekommer i större utsträckning i samhället. Som konsument krävs det mycket kunskap och medvetenhet för att kunna stå emot ständiga lockelser till att äta och dricka (Riksidrottsförbundet, u.å.).

I föregående regerings proposition (Prop. 2007/08:110) finns elva nationella folkhälsomål. Mål tio lyder; *goda matvanor och säkra livsmedel*. De menar att folkhälso-dilemmat inte enbart är upp till den enskilda individen att ta ansvar för, utan ansvaret ligger också hos samhället i stort. Detta eftersom matvanor, alkohol och tobakskonsumtion och andra levnadsvanor i hög grad påverkas av faktorer som tillgänglighet, prissättning och marknadsföring. Det krävs flera insatser inom sektorer och andra aktörer för att förebygga ohälsan som är relaterad till dåliga matvanor. Mål framtagna år 2007 av dåvarande regering (Prop. 2007/08:110), syftar bland annat till att:

1. *Öka konsumtionen av nyckelhålsmärkt² mat.*
2. *Öka konsumtionen av frukt och grönt.*
3. *Minska konsumtionen av livsmedel av typen sötade drycker, godis, glass, snacks, bakverk och alkoholhaltiga drycker.*

Nuvarande regering har i sin senaste proposition (Prop. 2017-18:249) givit förslag på hur målen ska uppnås, vilka fortfarande håller på att utformas. Därav gäller folkhälsomålen från tidigare regering fram tills förslaget är färdigställt.

Teori – Empowerment

För att besvara studiens syfte är det centralt att beröra begreppet empowerment vilket är den teoretiska utgångspunkten i denna uppsats. Teorin empowerment kan liknas med egenmakt eller delaktighet och är ett viktigt synsätt inom hälsopromotion då det belyser individens rätt till makten över sitt eget liv. Människan är kapabel till att bestämma över sitt eget liv. Inom teorin menas att genom autonomi eller självbestämmande kan människans självförmåga, stärkas (Tengland, 2007). Begreppet tros ha myntats av Marc Lalonde år 1975 och hade sin upprinnelse i WHO-dokumentet Ottawa Charter on Health Promotion (1986) enligt Pellmer, Wramner, Wramner (2015). Svanström (2002) menar att empowerment kan betraktas som en huvudprincip i hälsofrämjande arbete. Det handlar om att *tillförsäkra både individer och samhällen kapacitet att ta den makt de är berättigade till*. Empowerment kan liknas med att främja människans handlingsmöjligheter att göra hälsosamma val i olika sammanhang (Tengland, 2007), vilket är väl lämpligt inom idrottsverksamheten. Empowerment benämns även i regeringens proposition (2007/08:110) och beskrivs som en viktig del i folkhälsoarbetet. Vi finner det därför intressant att undersöka om utbudet på idrottsanläggningar stödjer detta resonemang och möjliggör hälsosamma val samt om individen uppmannas att göra dem. Där finns det möjlighet för tillhörande caféer att främja hälsosamma matvanor genom att erbjuda fler näringsrika livsmedel och uppmuntra till hälsosamma vanor och på så vis minska det dubbla budskapet inom idrotten (Kelly et al. 2008). Att öka människors kunskap, i detta fall genom att uppmuntra till goda matval, kan skapa inre motivation att ta hand om sin egen hälsa och välbefinnande, vilket gör

² Nyckelhålsmärkt: Matvaror med symbolen nyckelhålet är enligt Livsmedelsverket (2018) mer hälsosamma jämfört med andra livsmedel av samma slag.

hälsofrämjandet mer hållbart menar Antonovsky (2005). En förändring av utbudet och budskapet inom idrotten skulle potentiellt kunna öka möjligheterna att nå de tidigare nämnda nationella folkhälsomålen.

Näringsrekommendationer

De nordiska näringsrekommendationerna uppmanar befolkningen att öka sitt intag av grönsaker, baljväxter, frukt och bär, fisk och skaldjur, nötter och frön. Små förändringar som att byta ut spannmålsprodukter bestående av vitt/siktat mjöl mot fullkorn, smör mot vegetabiliska oljor eller matfetter samt magra mejeriprodukter istället för feta. Det är enkla råd för att nå goda hälsoeffekter. Rekommendationerna tillråder också ett begränsat intag av charkprodukter och rött kött, drycker och livsmedel med tillsatt socker, salt och alkohol. De nordiska näringsrekommendationerna är framtagna utifrån tillgänglig vetenskaplig grund i syfte att göra kunskapen om vad som krävs för att tillfredsställa människans näringsbehov lättillgänglig. Genom att följa rekommendationerna stimuleras kroppens normala fysiologiska funktion och tillväxt, vilket ger förutsättningar för god hälsa samt bidrar till minskad risk för kostrelaterade sjukdomar.

De nordiska näringsrekommendationerna har även tagit fram rekommendationer för mängd³ energigivande näringsämnen, vilket visas i Tabell 1 (Nordic Council of Ministre, 2014).

Tabell 1. Näringsrekommendationer för den generella befolkningen

Näringsämne	Mängd i energiprocent (E%)
Kolhydrater	45-60 E% Varav kostfiber 25-30g/dag
Fett	25-40 E% (Mättat fett <10 E%)
Protein	10-20 E%

En annan väsentlig parallell är idrottare som i regel har ett högre näringsbehov än övriga befolkningen, men överlag så gäller samma rekommendationer. Om aktivitetsnivån är extremt hög kan det exempelvis vara fördelaktigt för en idrottare att: öka intaget av natrium, protein och glykemiska (snabba) kolhydrater och minska intaget av komplexa kolhydrater (kolhydrater med högt fiberinnehåll). Detta med anledning av att ett högt fiberintag har påverkan på mage och tarm, vilket kan påverka en idrottares prestation. Intaget av mättade fettsyror är heller inte lika strikt som de allmänna rekommendationerna (Jeukendrup & Gleeson, 2014). Av dessa anledningar kan en idrottare med hög aktivitetsnivå ha något annorlunda behov än vad de nordiska näringsrekommendationerna tillråder, som är skapade för den allmänna befolkningen. Det kan alltså vara fördelaktigt för personer som tränar på en hög nivå ett flertal dagar i veckan, att en idrottsanläggning erbjuder exempelvis vitt bröd, sötade drycker och några sötsaker.

Begreppet näringstäthet

Begreppet näringstäthet används för att göra det enklare att avgöra näringskvalitet på ett livsmedel eller en maträtt. Förtydligandet av detta begrepp är av stor vikt då det återkommer genomgående i hela uppsatsen. Det är ett kvalitetsmått på mängden näringsämne ett livsmedel innehåller per mängd energi (Nordic Council of Ministre, 2014). Livsmedel med låg

³ Energiprocent (E%): Den andel av totala energiintaget som hämtas från ett energigivande näringsämne, uttryckt i procent. Definition av begreppet har hittats i Nationalencyklopedin (u.å.).

näringsstäthet är ofta produkter eller livsmedel med hög andel socker, salt samt mättat fett och kan exemplifieras med glass, godis, sötade drycker, bakverk, chips och snabbmat. Samtliga livsmedelsförslag är energikällor som har ett högt energiinnehåll, men lågt näringsinnehåll vilket är en kombination som är mindre gynnsam för kroppen och kan bidra till ökade hälsorisker. Livsmedel med låg *näringsstäthet* benämner vi även som *näringsfattiga* eller *ohälsosamma*, liksom vi likställer livsmedel med hög *näringsstäthet* som *nyttiga* eller *hälsosamma*. De nordiska näringsrekommendationerna råder ett intag av tillsatt socker på max 10 E% (max 10% av vårt totala energiintag) och ett begränsat intag av ovan nämnda livsmedel hjälper till att minska intaget av tillsatt socker (Nordic Council of Ministers, 2014). För att främja kvaliteten i sin kosthållning uttrycker man sig i de nordiska näringsrekommendationerna (2014) på det här viset;

Minska energitätheten, öka näringsstätheten och förbättra kolhydratkvaliteten

Genom att minska på produkter med högt innehåll av mättat fett går det enkelt att minska energitätheten. Att dessutom välja kolhydrater med ett högt fiberinnehåll kan hjälpa individen att förbättra kolhydratskvaliteten och bidrar till mättnad under en längre tid. Mat med hög näringsstäthet har dessutom en positiv effekt på blodtrycket (Nordic Council of Ministers, 2014).

Mat på idrottsanläggningar

På många idrottsanläggningar med tillhörande caféer består utbudet generellt sett av så kallade ”tomma kalorier” (Riksidrottsförbundet, u.å.). Med andra ord skräpmat, livsmedel med hög energitäthet men låg näringsstäthet (”Skräpmat”, u.å.). Ett stort antal människor i olika generationer rör sig på idrottsanläggningar och i dess caféer dagligen (Riksidrottsförbundet, 2017). Därför kan det vara lämpligt att caféerna erbjuder näringsstämna alternativ för att främja goda matvanor hos barn, unga och vuxna, så väl idrottsutövare som besökare. Inte minst med tanke på att matvanor som formas under ungdomsåren tenderar att följa med in i vuxenlivet (World Health Organisation, 2018a).

Riksidrottsförbundet (2017) menar att det finns nästan fem miljoner (4 988 392) medlemmar i Sverige som är aktiva i någon typ av idrottsförening, där anläggningen är privat eller föreningsdriven. På dessa anläggningar finns olika aktörer vars mål och motiv för restaurang, servering, café eller kiosk varierar (Riksidrottsförbundet, 2017). Idrottsföreningar har kapacitet att främja hälsosamma vanor genom att stödja hälsosamma matval i sitt café, liksom de lyfter vikten av fysisk aktivitet. Kelly et al. (2008) menar att barn och ungdomar inom idrottsverksamheten ständigt utsätts för budskap om aktivitet och rörelse genom ett aktivt deltagande, men att caféer inom samma arena uppmanar till en helt annan livsstil. En annan studie visar att hela 13 procent av ungdomars energiintag är ”after school snack”, alltså målet efter skolan. Ett mellanmål som ofta sker i samband, före eller efter fysisk aktivitet och består inte sällan av näringsfattiga och dessutom energitäta livsmedel. Författarna menar att om man kan påverka valet av mellanmål efter skolan finns det också stora chanser att främja kostkvaliteten hos ungdomar Gilbert, Miller, Olson & St-Pierre (2012). Vi menar att en potentiell arena för att kunna förändra detta skulle kunna vara just idrottsanläggningar, dit barn och ungdomar ofta går efter skolan.

Detta är också ett allmänt känt problem inom hela idrottsvärlden och råder inte bara på mindre idrottsanläggningar. Reklam av företag som kopplas till godis, glass och kosttillskott som samarbetar med anläggningar för att få sålt sina produkter är vanligt förekommande (Riksidrottsförbundet, u.å.). Detta är något som inte endast försiggår på idrottsanläggningar utan även ute i samhället där bland annat snabbmatskedjor vill förknippas med idrott. Nilson

(2016, 24 maj) skrev i Svenska Dagbladet om hur toppidrotten sponsras av oväntade företag, vilket exemplifieras med detta citat;

Snabbmatskedjan McDonalds är knappast känt för hälsosam föda. Det har dock inte hindrat företaget från att pumpa in pengar i idrottsrörelsen.

Svenska Dagbladet

Citatet är riktat till svenska skidlandslaget som sponsrades av McDonalds år 2014, där skidlandslaget syntes på stora affischer runt om i Sverige iklädda i underställ med hamburgare på. Pengarna gick bland annat till barn- och ungdomsskidåkning, ingenting man kan klandra kedjan för, men vad sänder det för budskap till den yngre generationen? Detta förstärker dilemmat att det råder ett dubbelt budskap inom idrotten och påvisar att det gäller hela idrottsrörelsen.

Hur utbudet marknadsförs idag

Några svenska idrottsanläggningar beskriver sitt livsmedelsutbud på sina hemsidor, vilka citeras här nedan. Det synliggör problemet och gör det än mer tydligt. På många idrottsanläggningars caféer tenderar aktörer att locka konsumenten med tillrop som uppmanar till mindre hälsosamma matval. Livsmedelsutbudet består av energirika alternativ så som godis, läsk, korv med bröd, toast och bakverk i större utsträckning än näringstäta alternativ innehållande kostfibrer, omättade fettsyror, vitaminer och mineraler.

I cafeterian erbjuder jag lättare måltider i form av pannkakor, piroger, pizza, korv med mos m.m. Det finns alltid färska baguetter och frallor med skinka och ost. För övrigt finns i utbudet frukt, glass, kaffe, läsk och sportdrycker, kvällstidningar m.m.

BooKFUM, 2016

Här kan du njuta av färska frallor, kakor och nybakade bullar.

Håstens simhall, 2017

I Töllstorps hallen finns också en cafeteria med salladsbuffé, fika och gatukökssortiment.

Tölltorps hallen, 2018

Idag måndag 18 juni kl 10.00 slår Själevads IK Kiosk & Servering upp sin dörr för hungriga, fika- och/eller godissugna, glassintresserade eller bara törstiga besökare i den nystartade kiosken mitt emot Naturkompaniet/Fjällräven outlet på Brogatan i Själevad erbjuder såväl lunchmat (sallader, wraps, toasts mm) som godis, glass, kakor och drycker.

Själevads IK, 2012

Öppet: Varje seriematch! Vi säljer kaffe, dricka, godis, korv med bröd m.m

Vartofta SK, 2016

Vi säljer korv, kaffe, dricka, toast, godis och annat smått och gott i kiosken i hallen.

Självklart kommer det att finnas en välutrustad kiosk med mat, dryck, frukt och godis.

Västsvenska volleybollförbundet, 2016

I en studie av Kelly et al. (2008) framkom att mindre näringstäte livsmedel såldes i större utsträckning än hälsosamma livsmedel vid allmänna pooler och sportfält. En annan studie undersökte utbud, efterfrågan och utmaningar kopplade till hälsosamma livsmedel i fotbollsklubbarnas caféer. Resultatet visade att större delen av utbudet som erbjöds på fotbollsklubbarna bestod av söta drycker, chips och godis. Av de tillfrågade föräldrarna tyckte hela 63 procent att utbudet borde regleras av staten (Young, Kennedy, Kingsland, Sawyer, Rowland, Wigger och Wolfenden, 2012). Tydligt är att ett bristande utbud på caféer tillhörande idrottsanläggningar existerar i andra länder liksom i Sverige. Riksidrottsförbundet har också uppmärksammat dilemmat angående mindre näringstäte livsmedel som säljs och associeras till idrott (Riksidrottsförbundet, u.å.);

Bland idrottens sponsorer och samarbetspartners finns idag många företag inom branscher som godis, läsk och kosttillskott, vilka säljer sina produkter på idrottsarenor och/eller marknadsför sina produkter via idrotten.

Riksidrottsförbundet, u.å.

Riksidrottsförbundet har därav utformat en kostpolicy. Kostpolicyn uppmanar att idrottsföreningar ska se över sponsor- och samarbetsavtal som omfattar osunda produkter och främja hälsosamma kostvanor. Detta genom att erbjuda näringstäte livsmedel och sträva efter samarbete med företag som säljer den sortens produkter. Vidare menar Riksidrottsförbundet att idrottsrörelsen har ett ansvar och en viktig roll gällande förmedlandet av kunskap om hälsosamma kostvanor. De påpekar även varför det är viktigt med goda kostvanor och refererar till de nordiska näringsrekommendationerna och riksdagens folkhälsomål.

Andersson (2005) menar att det stigande antalet människor som drabbas av övervikt och fetma i världen är en konsekvens av vår matkultur tillsammans med placering av råvaror i dagligvaruhandeln. Vi anser det därför intressant att undersöka om det går att applicera på caféer tillhörande en idrottsanläggning. Hur produkterna marknadsförs är starkt kopplat till vårt ätbeteende och påverkar våra matpreferenser, konsumtion, vad barnen önskar till mat, kunskap och attityd till kost och inverkar även på utvecklingen av olika dieter samt ätstörda beteenden Taylor, Evers & McKenna (2005).

Metod

Vår studie syftade till att utforska livsmedelsutbudet och konsumenters åsikter om idrottsanläggningars caféer. Studien var kvantitativ och delades upp i två delar med två olika tillvägagångssätt. Den första delen var en observationsstudie för att generera en helhetsbild av utbudet och den andra en enkätstudie, som undersökte vad konsumenterna hade för åsikter kring detta.

Observationsstudien genomfördes med hjälp av fotografering av utbudet i caféet på respektive idrottsanläggning. Detta för att undersöka vilka livsmedel som förekom i störst respektive minst utsträckning, samt vilka typer av livsmedel som erbjöds. Ett bekvämlighetsurval gjordes och totalt studerades fyra olika idrottsanläggningar i Stockholm och Göteborg. På tre av de fyra idrottsanläggningarna fanns det tillgång till gym, sim- och idrottshall och den fjärde var anpassad för racketsport. Personer som ansvarade för caféerna på de olika anläggningarna kontaktades. Detta för ett godkännande som bekräftade fotografering av respektive anläggnings café och samtycke till utdelning av enkäter till personer som rörde sig på anläggningarna. Anläggningarna kommer vidare att benämnas som A, B, C- och D i uppsatsen.

Litteratursökning

Till en början söktes information om olika idrottsanläggningars livsmedelsutbud runt om i Sverige. Detta för att ta reda på ifall utbudet på idrottsanläggningar i störst bemärkelse bestod av energitäta livsmedelsalternativ med låg näringsstäthet. Google användes; vi fann idrottsföreningar som avslöjade utbudet i sina caféer på tillhörande hemsidor. Sökord som användes var *idrott, kiosk, sport, fika, café, cafeteria*.

Vidare undersöktes om det fanns någon tidigare forskning kring ämnet som kunde stärka våra tes angående utbudet. De databaser som användes för litteratursökningen var SCOPUS och Göteborgs Universitets SUPERSÖK. Sökord var *sportscenter-food, sports nutrition, food-behaviour, consumer-behaviour, food choice, sports, sponsors, sports clubs, canteen*.

Urval

I studien har fokus prioriterats till idrottsanläggningar med caféer som är öppna då verksamhet på anläggningarna pågår. Detta med anledning att inte försvåra möjligheten att hinna samla in material inom tidsramen för denna uppsats. Det vill säga att mindre anläggningar med färre öppettider än i stort sett varje dag, har exkluderats. Liksom idrottsarenor med möjlighet till större matcher och event. På större idrottsarenor finns ofta ett flertal caféer med ett utbud riktat till publik, medan idrottsverksamheter med daglig verksamhet och aktiviteter för alla åldrar, riktar sig till både besökare och utövare varje dag.

Valet av anläggningar har inte baserats på det nuvarande livsmedelsutbudet.

Idrottsföreningarna till studien var anläggningar som vi kände till sedan tidigare och som vi visste bedrev daglig caféverksamhet i Stockholm och Göteborg. Anläggning A, C och D var kommunalt ägda och anläggning B privatägd. Privata aktörer drev caféerna på de kommunalt ägda idrottsanläggningarna och café B drevs av anläggningens egen ägare. Två av idrottsanläggningarna i undersökningen låg i närheten av en skola vilket möjligtvis kan ha påverkat studiens resultat.

Observationsstudie

Observationsstudien innebar fotografering av anläggningarnas utbud. Vi besökte varje anläggning för att ta foton. Därefter dokumenterades utbudet för att kunna jämföra anläggningarna med varandra och urskilja likheter och skillnader. Dokumentationen gjordes i ord för att bilderna inte skulle kunna avslöja vilka caféer som undersökts. Detta lade grunden för utformningen av enkäten.

Enkätstudie

Med hjälp av litteratursökningen och observationsstudien kunde nio frågor utformas och skapa en enkät. På framsidan av enkäten presenterades kort information med hänsyn till de

fyra forskningsetiska principerna; informationskravet, samtyckeskravet, nyttjandekravet och konfidentialitetskravet. De forskningsetiska principerna syftar till att skydda individer som deltar i undersökningen genom att ställa krav på forskaren (Bryman, 2011). De flesta frågor i enkäten besvarades med i kryssning av alternativ och det framgick tydligt hur enkäten skulle fyllas i. Det vill säga på vilka frågor som respondenterna fick välja ett eller fler alternativ vid kryssfrågor samt var de kunde skriva sina egna tankar.

Av observationen fick vi en uppfattning om hur utbudet såg ut och enkäten kunde utformas. Fråga 7 i enkäten krävde en del förarbete då vi tog fram 18 stycken livsmedelsförslag, Bilaga 1. Dessa var anpassade efter det aktuella utbudet fast med ökad näringsstäthet då näringsrekommendationerna tillråder;

minskad energitäthet, ökad näringsstäthet och förbättrad kolhydratkvalitet.

Tanken med frågan var att utforska vad konsumenterna var villiga att köpa för näringstät livsmedel. I syfte att bredda utbudet av näringstät livsmedel i förhoppning om att öka människors möjligheter till att göra hälsosamma matval inom idrotten. Frågan besvarades i enkäten med kryssalternativ. Vi tog också hänsyn till att förslagen skulle kunna säljas i samtliga caféer, med enkel hanterbarhet för både personal och konsumenter. Även empowerment fanns i åtanke, det vill säga att fortfarande tillåta individen att göra ett val efter eget förnuft. Exempel som föreslogs var; fullkornsbröd till toast, frallor och korv samt mejeriprodukter innehållande låg andel socker.

Valet av frågor till enkäten baserades på caféernas utbud och vår angelägenhet om att kunna besvara vårt syfte och frågeställningar i denna studie. I enkäten fanns en fråga som löd *Vad köper du oftast i cafeteria (max tre produkter)* vilken var den enda öppna frågan där respondenterna fick skriva ner svaren på enkäten. Det fanns också tre följdfrågor benämnda, *egna tankar*, där respondenterna fick möjlighet att skriva själva. Dessa baserades på ifall respondenterna önskade lägga till något av sina egna tankar, åsikter eller uppfattningar anknutet till den tidigare frågan. Enkäten innefattade så få öppna frågor som möjligt med hänsyn till respondenternas tålmod. För att vidare kunna besvara studiens syfte ställdes en fråga angående vad respondenterna tyckte om utbudet i dagsläget. De tre alternativen som fanns att välja mellan var; önskas fler näringstät livsmedel, önskas fler söta alternativ eller om respondenterna var nöjda med utbudet som det var. Dessutom ville vi ta reda på ifall respondenterna upplevde att deras idrottsanläggning på något sätt uppmuntrade till hälsosamma matval; *Uppmanar din idrottsverksamhet dig att göra hälsosamma matval?*

När enkäten utformades utgick vi ifrån att formulera tydliga och så intresseväckande frågor som möjligt för att respondenterna skulle finna den givande att besvara. Sedan testades enkäten på en person som ofta befann sig inom liknande verksamhet. Enkäten justerades något och därefter besöktes varje anläggning för utdelning av enkäter. Mellan 15-25 stycken enkäter delades ut på samtliga anläggningar. Anläggningarna i Stockholm besöktes under två förmiddagar och de i Göteborg under två eftermiddagar samt ett återbesök på en förmiddag. Vi delade upp besöken. En av oss besökte anläggningarna i Stockholm och en av oss besökte anläggningarna i Göteborg. Enkäterna delades ut till personer som befann sig på anläggningarna vid de tidpunkter som vi gjorde våra besök. Vi tillfrågade inte personer som hade bråttom eller var på väg ut från anläggningarna. Vi fokuserade på individer som såg ut att ha tid och möjlighet att besvara enkäten. De tillfrågade personerna fick en kort presentation om vilka vi var och vad vi studerade. En av anläggningarna besöktes två gånger på grund av för få insamlade enkäter vid första besöket. Detta eftersom en av poolerna var ur

funktion, vilket bidrog till färre personer i rörelse vid besökstillfället. Efter 81 insamlade enkäter, fördes all data in i det statistiska dataprogrammet SPSS (IBM) Version 25 Mac.

Dataanalys

Data från enkäterna analyserades med hjälp av SPSS (IBM) version 25. De flesta fynden utlästes genom jämförelser som togs fram i programmet. Några fynd tolkades manuellt exempelvis citaten och dess respektive ålder och kön. Intressanta fynd är bifogade som bilagor i uppsatsen.

Beskrivning av deltagarna

Tabellerna nedan beskriver antalet deltagare i enkätundersökningen, indelat i ålder, kön och vilken roll deltagarna hade i idrottsverksamheten. Dessutom kategoriseras åldersgrupperna och används genomgående i uppsatsen:

Tabell 2. Kön

Kön	Antal
Kvinnor	44
Män	37
Totalt	81

Tabell 3. Ålderskategorisering och fördelning

Ålder	Antal
Ungdomar 15-20	26
Unga vuxna 21-30	15
Vuxna 31-45	17
Medelålders 46+	23

Enkäten efterfrågade vilken roll respondenterna hade på sin anläggning och gav möjlighet till fler svarsalternativ, då de kunde vara exempelvis både föräldrar och idrottsutövare.

Tabell 4. Respondenternas roller på anläggningarna

Roll på anläggningen	Antal
Åskådare	7
Förälder	13
Idrottsutövare	26
Tränare/anställd	26
Annat	18

Resultat

Denna undersökning beskrivs i två delar, kartläggning av livsmedelsutbudet på de fyra idrottsanläggningarna samt en enkätundersökning, se Bilaga 1. I observationstudien identifieras vad för typ av livsmedel som förekom i de olika anläggningarnas caféer och hur

konsumenter exponerades för dem. Enkätstudien undersökte konsumentens åsikter kring livsmedelsutbudet på deras idrottsanläggning.

Del I - Observationsstudie av utbud

Observationsstudien visade att produkt- och livsmedelsutbudet på idrottsanläggningarna bestod till stor del av förpackningar i starka färger, där följande var i fokus; choklad, godis, glass, snacks, mejeriprodukter, frukt, energidryck, bakverk och snabbmat.

Nedan (tabell 5) beskrivs utbudet av livsmedel i idrottsanläggningars caféer. Beskrivningen delas in i fyra kategorier för att göra kartläggningen tydlig: "Front" beskriver de livsmedelsprodukter som konsumenterna såg först och tydligast i caféet. Kategorin "kassa" beskriver vilka livsmedelsprodukter som konsumenten exponeras för vid betalning. Vid kategorin "skärm", beskrivs maträtter som i text eller bilder visades upp på skärmar. Kategorin "övrigt" innefattar livsmedel som var placerade utanför de andra zonerna, som exempelvis kylar eller glassboxar.

Vid kassorna fanns flera typer av godis och andra sötsaker lättillgängligt i de flesta caféerna. I front-zonen syntes en tydlig trend av livsmedel som bakverk, snacks, yoghurt och liknande mellanmål som kunderna exponeras för direkt när de kom till caféet. Även frukt, frallor och olika former av drycker frontades här. Samtliga anläggningar hade skärmar med information om större rätter som kunde köpas. Detta i form av pommes frites, korv med bröd, hamburgare men också mat med ospecifik tillagning som pastasallad, pajer, falafel och andra varmrätter som kan vara lagade från grunden eller i form av halvfabrikat. Det som var placerat en bit från kassan bestod till större delen av olika sorters godis, glass, läsk, sportdryck, energidryck, mineralvatten och saft. Inte sällan existerade de ovan nämnda alternativen även i de andra zonerna. Majoriteten av dessa livsmedelsprodukter har generellt låg näringsstäthet och ett högt intag är relaterat till hälsorisker. Tydligt var att utbudet i caféerna erbjöd produkter och livsmedel med ett lågt näringsinnehåll och hög andel socker. Anläggning B erbjöd fler näringsstäta alternativ än övriga caféer, detta i form av fruktbar, äpple, banan, yoghurt, drickkvarg, smoothie och förpackade knäckebröd med färskost. I ungefär lika stor utsträckning fanns näringsstäta alternativ som söta vid front och kassa. Det gör att detta café, café B, skiljer sig från de andra som erbjöd söta alternativ i större utsträckning, än näringsstäta.

Tabell 5. Anläggningarnas livsmedelsutbud

Anläggning	A	B	C	D
Kassa	Godisremmar och tablettaskar.	“Nicks” (kexchoklad som innehåller mindre socker än vanlig kexchoklad), Wasa Sandwich.	Slush ice dryck och godis.	Kanelbullar, olika sorters kakor, frukt och klubbor.
Front	Chokladbollar, dammsugare, biskvier, donuts, propud, vanilj-yoghurt med musli, risifrutti, drickyoghurt, Froosh smoothies, frallor (vitt bröd), varma chips, choklad-bars, Wasa Sandwich och glass.	Raw bite, proteinbar, äpple, bananer, drickyoghurt, drickkvarg Gainomax, MER på pet-flaska, egengjorda smoothies, Risifrutti, Propud, frallor, skumraketer, Delicatobollar och en kaffemaskin med olika kaffealternativ.	Wasa Sandwich, tre kylar med olika typer av energidryck på olika ställen, proteinbars, protein shakes med smak, juice, alovera dryck, chokladbollar, kanelbullar, skumraketer, åtta olika sorters kakor på rad, äpple, clementin, banan, hemgjord smoothie, proteinpudding, varma chips, stor glassbox, två montrar fyllda med klubbor, choklad, godispåsar i olika sorter.	Te och kaffe, fyra stora tårtor, hemgjorda smoothies, Drickyoghurt, frallor på både vitt och grovt bröd, varma chips och Pringels.
Skärm	Korv, Chicky bites, kycklingburgare med pommes frites, kebaltallrik med pommes, vegetarisk burgare, foccacia, pannkakor, köttbullar, falafel, pastasallad och lövstek.	Varmrätt, varmrätt barn, ciabatta med ost och skinka samt köttbullemacka.	Korv med bröd, hamburgare, tunnbrödsrullar med korv eller annat kött, gourmetrulle med rostbiff, vegetariskt - falafel med bröd, kebab, kycklingrätt, schnitzel, lövstek, foccacia, souvlakis, falukorv med ägg, olika sorters sallader och toast.	Sallader, pajer, varma mackor, vegetariska rätter, kött- och kycklingrätter, pommes frites och chicken nuggets.
Övrigt	Snickers, Twixt, Kex choklad, Marabou, Mentos, Ahlgrens bilar, Haribo nappar, döskallar, Gott och blandat godispåsar, tuggummi och en kyl med olika energidrycker, läsk och mineralvatten.	En kyl med sportdryck, saft och läsk. En kyl med olika sorters bon aqua vatten. En glassbox med GB-glass.	Kulglass, tårtor, delicato, kyl med läsk, kyl med alovera-, energi- och sportdryck, folköl, mineralvatten, naturellt vatten, festis, juice, chokladdryck och kaffemaskin.	Läskkyl, en kyl med energidryck och en glassbox.

Del II - Enkätstudie

Uppmaning till hälsosamma matval

I enkäten undersöktes ifall idrottsanläggningarna på något sätt uppmanade sina besökare till att göra hälsosamma matval, Bilaga 2. Nästan alla (96 procent) besvarade frågan och hela 54 av 78 svarade att de inte visste eller att deras idrottsanläggning inte uppmanade dem att göra hälsosamma matval. Resterande 24 respondenter (31 procent) upplevde att deras idrottsförening på något sätt uppmanade dem att göra hälsosamma matval.

Åsikter om utbudet

Undersökningen visade att 32 av 71 deltagare som valde att besvara frågan om utbudet, önskade fler näringstäta alternativ på sin idrottsanläggning, vilket motsvarar hela 45 procent. I övrigt svarade 31 stycken att de var nöjda med utbudet i kafé. Endast åtta personer önskade fler söta alternativ i sitt kafé och alla utom en av dem, var inom den yngsta ålderskategorin (15-20 år). Endast fyra stycken inom samma ålderskategori önskade fler näringstäta alternativ och resterande 13 personer i kategorin 15-20 år, angav att de var nöjda med kafé som den var. Två tredjedelar av de vuxna (31-45 år) deltagarna önskade fler näringstäta livsmedel. Detta gällde likaså för 12 av 20 personer i den äldsta åldersgruppen, se Bilaga 3. Det syns tydligt att efterfrågan på ett näringstättutbud är lågt bland ungdomar, vilket illustreras i Tabell 6 nedan.

Tabell 6 Önskan om näringstätt utbud

Ålderskategori	Antal	Totalt
Ungdomar 15-20	4	24
Unga vuxna 21-30	6	12
Vuxna 31-45	10	15
Medelålders 46+	12	20

Det går inte att se några samband med kön när det kom till frågan angående önskan om ökad mängd näringstäta alternativ, söta livsmedel eller vilka som var nöjda med kaféerna.

Konsumenternas egna kommentarer om kafé och utbudet

Vid ett tillfälle i enkäten efterfrågades tankar om utbudet i kafé, vilket resulterade i blandade svar. Endast en tredjedel (n=27) av deltagarna valde att skriva några av sina egna tankar. Det var dubbelt så många kvinnor som män som valde att lägga till en åsikt om utbudet, Bilaga 4. Trots den låga svarsfrekvensen fanns en gemensam nämnare som gick att identifiera; Många av dessa individer tyckte inte att livsmedelsutbudet innehöll hög näringstäthet, vilket visas nedan. En respondent tyckte att kafé inte höll god standard och menade att där nästan endast fanns snabbmat och söta drycker;

Cafeterian i ---- är usel, nästan bara hamburgare och söta drycker.

Kvinna 46+

Problemet förstärks vidare. En annan individ beskrev sin anläggnings kafé som att utbudet till stor del bestod av processad mat och poängterade bristen på naturliga råvaror;

För mycket processat, inget naturligt förutom frukt.

Kvinna 21-30 år

En av respondenterna reflekterade över hälsobudskapet som idrottsanläggningar ofta kopplas till, men som inte går hand i hand med snabbmaten som serveras i café;

För mycket hamburgare och friterat, stämmer inte överens med träning och hälsa.

Kvinna 15-20 år

Det fanns dessutom en önskan hos respondenterna om ett annat utbud, exempelvis mjölkfria och sockerfria smoothies. Två individer önskade fler typer av maträtter gjorda på hälsosamma ingredienser. Det verkade dessutom viktigt för någon att inte ersätta livsmedel utan i sådant fall komplettera utbudet. Fyra respondenter exemplifierar det på följande sätt;

Behövs mer utbud med nyttig mat och dryck, till exempel mjölk- och sockerfria smoothies.

Man 31-45 år

Jag önskar mer nyttiga och sportiga maträtter.

Kvinna 31-45 år

Billigt att äta/ fika mycket positivt, skulle önska mer utbud och grönt/fiberrik. Saknar barnmat som är bra/nyttig.

Kvinna 30-45 år

Inte ersätta men komplettera.

Kvinna 21-30 år

I övrigt framkom att fem stycken ungdomar (15-20 år) hade som eget förslag att införskaffa cigaretter till café. Det fanns också de som var nöjda med café och personalen som arbetade där. Två respondenter beskriver sitt café följande;

Bra fin cafeteria, bra utbud och trevlig personal.

Kvinna 46 +

Ett bra utbud för alla.

Kvinna 21-30 år

En annan reflektion som framkom var den positiva respons som det blivit av en förändring på en av anläggningarna;

Har tagit bort mycket av de söta alternativen och det har bara varit positiv respons på det.

Kvinna 21-30 år

Faktorer för konsumtion

Enkäten undersökte faktorer för konsumtion och gav respondenterna möjligheten att kryssa i ett eller flera alternativ som var avgörande för dem när det kom till pris, smak eller om det såg inbjudande ut. Resultatet visar att pris är en central faktor för konsumenterna när de handlar, då 42 stycken kryssade i detta alternativ. Därefter var smak en viktig faktor för 37 av respondenterna samt 24 stycken som tyckte det var viktigt att utbudet såg inbjudande ut för att välja att köpa något.

Förslag på livsmedel

I enkäten föreslogs 18 livsmedelsalternativ anpassade efter det aktuella utbudet, med små förändringar för ökad näringsstäthet. Dessutom togs hänsyn till att produkterna skulle ha hög hållbarhet och vara lätthanterligt. Här gavs möjligheten att kryssa i flera svarsalternativ. Det var 77 av respondenterna som besvarade frågan, alltså fyra svar som saknas. Tabell 7 visar att efterfrågan på smoothie var störst, då 44 stycken önskade smoothie som alternativ i cafét. Därefter toast med fullkornsbröd som 32 stycken kunde tänka sig och slutligen 28 som kryssade i äpple. Inte långt ifrån kom svensk varmkorv med hög köttinnehåll och yoghurt med müsli.

Tabell 7. Livsmedelsförslag från enkätfråga 7.

Livsmedel	Antal	Livsmedel	Antal
Smoothies	44	Minimorötter	20
Toast med fullkornsbröd	32	Kokt ägg	16
Äpple	28	Päron	16
Svenska varmkorv med hög köttinnehåll	27	Soppa	15
Yoghurt med müsli	25	Torkad frukt	14
Apelsin	24	Korv med bröd	14
Grov fralla	24	Knäckebröd med färskost	14
Förpackade nötter	23	Naturella tortillia chips	10
Frukt och muslibars	21	Loka Crush	10

Konsumtion och populära livsmedel

Tydligt i undersökningen var att det som konsumerades i högst grad var dryck. Hela 30 stycken av respondenterna köpte oftast dryck när de handlade i cafét. Vidare köpte 16 personer något slags snacks eller fika, 13 personer uppgav en matig måltid och 12 personer svarade att de oftast köpte mellanmål på sin idrottsanläggning. Resultatet visar att 13 av de 30 deltagare som svarade att de oftast köpte dryck i cafét, var ungdomar (15-20 år), se Bilaga 4.

En annan fråga i enkäten tillfrågade respondenterna att identifiera vad för typ av exempelvis dryck, måltid, mellanmål, fika/snacks de ofta valde att köpa. Tabellen nedan illustrerar detta. Deltagare i den äldsta kategorin (46+), köpte oftast kaffe, choklad och bakverk och smörgås. Nära hälften (n=12) av de ungdomarna (15-20 år) som besvarade enkäten köpte oftast energidryck när de handlade dryck i cafét och i de övriga åldersspannen valde man kaffe. Tydligt är att oavsett ålder köps oftast något drickbart på en idrottsanläggning.

Tabell 8. Typ av livsmedel respondenterna köper oftast

Ålder	Livsmedel
Ungdomar (15-20 år)	Energidryck, läsk, choklad, bakverk och smörgås
Unga vuxna (21-30 år)	Kaffe, choklad, bakverk, läsk och smörgås
Vuxna (31-45 år)	Kaffe, glass, choklad och bakverk
Medelålders (46+)	Kaffe, choklad, bakverk och smörgås

Diskussion

Metoddiskussion

Urval

Studien inkluderar endast caféer på anläggningar som är öppna dagligen. Alltså, anläggningar med mycket folk i rörelse och caféer som är öppna då verksamhet på anläggningarna pågår. För att kunna undersöka ifall vår tes om ett bristande livsmedelsutbud på idrottsanläggningar stämde, var det viktigt att de anläggningar som var med i undersökningen hade hyfsad rulljans på kunder. Denna begränsning gjorde anläggningarna likvärdiga i tillräcklig bemärkelse för vår studie. Oavsett vilka typer av aktiviteter som pågick på anläggningarna var det utbudet i caféerna som var i fokus. Trots avgränsningar såg caféerna något olika ut på samtliga anläggningar. Exempelvis låg två av anläggningarna i närheten av skolor och troligtvis kan det haft en inverkan på utbud och efterfrågan. Däremot bedömde vi inte det som en missvisande faktor.

Observationsstudie

För att besvara studiens syfte genomfördes en observation- och enkätundersökning. Vi valde att fotografera utbudet på anläggningarna för att enkelt kunna beskriva i text vilka livsmedel som fanns med på bilderna. Vi valde att exkludera bilderna på utbudet i uppsatsen för att behålla anläggningarna anonyma. Åt andra sidan hade det kunnat förstärka bilden av ett problem som vi menar existerar, om dessa redovisats i uppsatsens bilagor.

Enkätstudie

Kvantitativa enkäter bedömdes vara lämpligt i denna studie eftersom de är värdefulla mätinstrument för att undersöka människors åsikter, känslor och beteende (Trost & Hultåker, 2016). Fördelarna med enkäter är att det är enklare att nå ett större urval på kortare tid jämfört med exempelvis intervjuer som metod. Dessutom går bearbetningen av data också oftast snabbare eftersom ingen tidskrävande transkribering behövs. Enkäter bör inte vara för långa eftersom respondenterna kan tröttna (Bryman, 2011). Detta har vi tagit hänsyn till i vår undersökning då vi endast hade nio relativt korta frågor. Samtliga frågor fick plats på två sidor och tog cirka 3-5 minuter att fylla i, vilket vi tror bidrog till att respondenterna kunde tänka sig att besvara enkäten. Få frågor var kvalitativa.

Totalt besvarades 81 enkäter. Anläggningarna besöktes vid olika tidpunkter, förmiddag respektive eftermiddag. Svaren kan eventuellt ha påverkats då målgruppen varierar beroende på tid under dagen. Det kan också vara så att konsumtion av livsmedel varierar beroende av tidpunkt på dygnet. Ett något större urval hade potentiellt kunnat ge ett mer tillförlitligt resultat. Vi valde att dela ut enkäterna i pappersform och kunde på så vis påverka urvalet av respondenter. Därmed kunde vi styra urvalet till ungefär lika många respondenter för varje ålderskategori. Om enkäten hade utformats som onlineenkät istället och delats via internet, hade vi troligtvis fått in fler svar. Däremot är det betydligt svårare att styra urvalet av respondenter med onlineenkäter. Eftersom vi sökte efter specifika deltagare som befann sig på idrottsanläggningar och som kunde säga något om utbudet, bedömde vi att risken var stor att fel målgrupp skulle besvara en onlineenkät. Vi ville också försäkra oss om att respondenterna befunnit sig på någon av de fyra idrottsanläggningarna som valts ut till undersökningen eftersom kartläggningen av utbudet utgick ifrån de fyra anläggningarnas caféer. Vi kunde eventuellt bett de olika anläggningarna att maila enkäten till alla sina medlemmar. Vi valde inte det tillvägagångssättet eftersom vi bedömde det som en stor chansning och en risk vi inte ville ta. Dessutom ville vi vara tillgängliga för eventuella frågor vid besvarandet av enkäten. Ur miljösynpunkt hade onlineenkäter varit mer gynnsamt.

De som besvarade enkäten var individer som befann sig på anläggningarna. En nackdel med att dela ut enkäter på en anläggning med mycket människor i rörelse kan vara att respondenterna påverkas av den miljö de befinner sig i och distraheras av exempelvis andra människor eller ljud runt omkring. Deltagarna gjordes medvetna om att vi studerar hälsopromotion med inriktning kostvetenskap. Det finns en möjlig risk att respondenterna besvarat enkäten till fördel för vår tes. Dessutom finns det alltid en risk att frågorna i enkäten formuleras på ett sätt som avslöjar vad forskaren önskar för svar av respondenterna. Eftersom vi är två olika forskare som delat ut enkäter på olika anläggningar, kan det ha påverkat respondenternas upplevelse av oss och därmed deras svar (Bryman, 2011). Några av respondenterna hade barn att ha uppsikt över samtidigt som de besvarade enkäten, vilket kan ha varit distraherande och påverkat deras svar. Några respondenter besvarade enkäten i grupp och kan ha påverkats av varandras åsikter. Fyra personer hade missat att besvara baksidan på enkäten. I efterhand såg vi att det kunde förtydligats att det även fanns en baksida av enkäten.

Vid utformning av enkäten valdes fyra ålderskategorier; Ungdomar (15-20 år), unga vuxna (21-30 år), vuxna (31-45 år) och medelålders (46+). Eventuellt hade vi kunnat kombinerat åldrarna 21-45 istället. Då skulle 15-20 år representerat ungdomar och 21-45 år hamnat i kategorin vuxna och småbarnsföräldrar. Detta hade på ett tydligare vis kunnat urskilja gruppen 46-65 år från de andra kategorierna. Den äldsta kategorin kunde kallats pensionärer, 65+. Möjligen hade det kunnat ge en ännu tydligare bild av fynden mellan de olika åldersgrupperna.

Eventuella justeringar i enkäten

Enkätfrågorna utformades med stor noggrannhet med hjälp av vår observationsstudie samt den litteraturöversikt som gjorts. Enkäten justerades något efter den testats på utvald person. Trots detta fanns frågor i enkäten som kunde utformats annorlunda, exempelvis fråga fyra som löd *När jag befinner mig på anläggningen köper jag oftast denna typ av måltid (Max ett alternativ):* med svarsalternativen *Mellanmål, matig måltid, fika/snacks* och *dryck*. Där det hade varit till fördel att även ha ett svarsalternativ lydande *jag handlar inte i cafeterian*, eftersom det var några som skrev detta i text under frågan. Det går inte utesluta att respondenter kan ha kryssat i ett alternativ som inte stämde, för att inte lämna frågan obesvarad (Bryman 2011). Det hade varit intressant att få veta varför några valde att inte

handla i cafét. Kanske på grund av det bristande utbudet? Den sista frågan i enkäten handlade om ifall respondenterna upplevde att deras idrottsanläggningar gjorde något för att uppmuntra till hälsosamma kostvanor. Det flesta kryssade i ett alternativ men många missade sedan följdfrågan, *om ja, på vilket sätt?* Vi skulle ha exemplifierat detta för att öka förståelsen.

Ifall enkäten hade testats på fler än endast en person innan enkätstudien genomfördes, så hade dessa brister i enkäten kunnat uppmärksammas tidigare och justerats. Det skulle i sin tur kunnat ge ett något mer tillförlitligt resultat.

Etiskt dilemma

Det kan potentiellt ha varit så att vi som forskare automatiskt valt att dela ut enkäten till de personer vi upplevde gav ett intryck att vilja besvara enkäten, eller som vi trodde kunde lämpa sig bäst att besvara den. Det kan ha varit så att personer som gav intryck av stress eller upptagenhet inte blev tillfrågade, och därför uteslutits i studien på grund av det. Vi vill dock påstå att vi med vår bästa förmåga försökt att fånga de som befann sig på anläggningarna utan förutfattade meningar.

Ett annat etiskt dilemma som vi stötte på i undersökningen var att vi enligt de etiska grundkraven var tvungna att informera respondenterna om syftet i studien. Det kan eventuellt orsakat att svaren blivit vinklade då respondenterna kan ha uppfattat att vi som forskare önskade ett visst svar. Här försökte vi tänka på att uttrycka oss neutralt kring studien och förmedla ännu en gång att enkäten är anonym trots att det framgick på enkäten.

Tillförlitlighet

När det kommer till reliabilitet bör vår uppsats tolkas som två delar. Vi menar att både validitet och reliabilitet för observationsstudien är hög. Det är högst troligt att en dokumentation av utbudet på dessa anläggningar skulle ge ett liknande resultat om det utförts på nytt. Enkätstudien menar vi också har hög validitet, men kan tänkas ha något lägre reliabilitet. Beroende på vilka människor som rört sig på anläggningarna vid valda undersökningstillfällen kan resultatet påverkats något. Det diskuteras vidare i resultatdiskussionen. Vi menar att studien har hög tillförlitlighet och överförbarhet på grund av noggrann beskrivning och värdering av tillvägagångssätt, metodval, urval och analysprocess.

Resultatdiskussion

Motarbetas goda kostvanor inom idrotten?

Observationsstudien visade att samtliga anläggningar framhävde godis och andra sötsaker vid front och kassa i cafét. Detta är ett smart sätt att nå ökad konsumtion av dessa produkter (Andersson, 2005; Vandevijvere et al, 2014). Resultaten visar en tydlig trend där tre av fyra undersökta anläggningars utbud till största delen bestod av godis, glass, läsk, chips och snabbmat. Det vill säga livsmedel med låg näringsstäthet. Ett utbud som går tvärför mot de nordiska näringsrekommendationerna (Nordic Council of Ministers, 2014). Viljan att skapa förutsättningar för konsumenten att göra bra matval verkar inte existera. Med observationen som underlag finner vi argument som visar på att caféer inom idrottsrörelsen motarbetar folkhälsomålen som uppmuntrar till ökad konsumtion av frukt, grönsaker och nyckelhålmärkt mat samt minskad konsumtion av livsmedel som sötade drycker, godis, snacks och bakverk. Är caféaktörerna medvetna om handlingsplanen och målen som finns

uppsatta? Om inte, vems skyldighet är det att informera om dem? Nu utsätts istället människor för frestelser som skapar ett "omedvetet ätande", vilket är en av orsakerna till rådande livsstilssjukdomar (Fjellström, 2013). Som tidigare nämnt kan det vara fördelaktigt för en högt idrottande individ att ha tillgång till snabba kolhydrater (Jeukendrup & Gleeson, 2014). Däremot är inte majoriteten av de individer som befinner sig på idrottsanläggningar, personer som tränar på den nivån och därför är det inte aktuellt att utbudet till större delen består av den sortens livsmedel. Det främjar inte sunda matvanor även om det kan vara hälsosamt för sinnet att kunna unna sig något mindre nyttigt emellanåt. Att gå och köpa en "korv med bröd" på en idrottsanläggning kan för många vara kopplat till nostalgi. Vi vill påstå att det nästan är kultur inom vissa idrottssammanhang och kan tänkas vara något som en individ mår bra av att unna sig eftersom den sociala faktorn kring maten också är viktig. Som Bildtgård (2010) nämner anpassar vi våra matval beroende på sammanhang. Trots det bör det vara aktuellt att en mindre del av sortimentet består av snabba kolhydrater och mättat fett.

Ökar hälsomedvetenhet med åldern?

Vad det gäller kost och hälsa, ökar medvetenheten i samhället och utvecklas frekvent (Folkhälsomyndigheten, 2016; Andersson, 2015; Fjellström, 2013). Hur kommer det sig då att det ser ut som det gör på idrottsanläggningar i dagsläget? Enkätstudien visade att hela 45 procent av de människor som rörde sig på anläggningarna önskade ett utbud bestående av fler näringstätta livsmedel. Det visade sig, med vissa undantag att ju äldre individerna var, desto mer intresserade av ett näringstätt utbud var de. En koppling mellan önskan om ett mer hälsosamt utbud och stigande ålder gick att utläsa, men att hälsomedvetenheten stiger med åldern är studien för begränsad för att avgöra. Och hur stark denna koppling kan tänkas vara kan vi heller inte uttala oss om. Enligt resultatet finns alltså en efterfrågan om hälsosamma livsmedel på idrottsanläggningar. Borde inte det vara något att dra nytta av för att främja hälsa i samhället?

Ungdomarna i studien tenderade att vara nöjda med cafét som den var, eller önskade fler söta alternativ (n=7). Vad det berodde på kan tänkas grunda sig i olika orsaker. Ungdomar (15-20 år) har en hög energiförbrukning, speciellt pojkar (Nordic Council of Ministers, 2014). Bland pojkar som har en hög aktivitetsnivå kan energibehovet bli väldigt högt och vara svårt att täcka. Socker kan då bli en nödvändig källa för att orka prestera (Jeukendrup & Gleeson, 2014). Önskan om mer sötsaker kan också ha med smakpreferenser att göra, helt enkelt vad individen är van vid att äta är det som hen blir sugen på och vill äta mer av. Eftersom det är naturligt för människan att tycka om fett och socker samtidigt som det finns en motvilja till besk mat (Andersson, 2005) kanske ungdomar väljer mer efter smak och lust än hälsa? Hur maten smakar är ofta avgörande för vilken sorts mat som väljs att förtäras (Møller, 2015).

Dessutom väljer människor mat efter vilken identitet de identifierar sig med (Fischler, 1998). Andra studier indikerar att ungdomar kan tycka det är en social risk att bry sig om sina matval och att vilja äta hälsosam mat, vilket kan vara en parallell som kan påverka deras konsumtion och svaren i denna studie (Stead, McDermott, Mackintosh & Adamson, 2011). I vårt västerländska samhälle har kroppen blivit en markör för självkontroll (Bisogni, Connors, Devine & Sobal, 2002) och det kan tänkas att människan bryr sig mer om det karaktäristiska med att välja rätt typ av mat ju äldre hen blir? Det skulle i sådant fall kunna förklara varför våra resultat pekar åt just detta samband. I västerländska samhällen, har kroppen blivit en markör för personlig och social identitet, då en frisk och vältränad kropp likställs med självkontroll och stark vilja (Bisogni et al, 2002). Resultatet visade ett större engagemang hos kvinnor än hos män gällande att uttrycka sig kring utbudet i kommentarer. Den gemensamma nämnaren i kommentarerna var missnöje med nuvarande utbud och önskan om fler

näringstätta livsmedel. Är det så att kvinnor bryr sig mer om hälsosam kost än män? Däremot visar vår studie inga markanta skillnader mellan kön gällande frågan angående önskan om ett mer näringstätt utbud.

Konsumtion

Datainsamlingen visade att samtliga respondenter oftast köpte någon dryck när de befann sig på idrottsanläggningen och i övrigt choklad eller bakverk. Ungdomar (15-20 år) köpte i störst utsträckning energidryck eller sötade drycker, choklad, bakverk och smörgås. Medans de övriga målgrupperna följde ett tydligt mönster att köpa kaffe som dryck, men i övrigt liknande livsmedel som ungdomarna. Anledningen till att det är den sortens livsmedel som ofta köps i caféerna kan bero på att det inte finns så många andra alternativ? Det kan också vara så att det är en viss målgrupp som köper de mindre näringstätta alternativen. Vissa individer går kanske dit för att just fika eller väljer att stanna kvar efter aktivitet på anläggningen för att fika säljs, medan andra kanske går hem direkt eftersom utbudet inte passar dem eller för att de inte vill handla i cafét av andra anledningar. Två av de fyra anläggningarna låg i närheten av en skola. Det kan vara orsaken till önskan om cigaretter, den höga konsumtionen av energidryck och sötade drycker bland ungdomar. Ungdomar som går till cafét under skoltid kan tänkas göra ohälsosamma val i större utsträckning än om de varit där för aktivitet.

Matvalet reflekterar ekonomi, sociala aspekter, kulturell mening, men också symbolik och identitet (Bisogni et al, 2002). Vad olika individer väljer att äta berättar något om vem denne är som person och vilka värderingar hen har. Mat är ett märke för religion, klass, sociala grupper och ofta identifierar sig människan med sin smak och avsmak för mat (Douglas, 1972). Anledningen till varför vissa individer inte handlar i cafét kanske beror på socioekonomisk status eller att utbudet inte tilltalar dem. Studier har tidigare visat att en lägre inkomst hör samman med sämre matval när det kommer till näringstäthet (Taylor et al, 2005).

Exponering leder till acceptans

Vid observationsstudien var det uppenbart att energidrycker och sötade drycker frontades i större utsträckning än mineralvatten eller naturligt vatten. Vi kan se att ungdomar gärna väljer att köpa energidryck och andra sötade drycker framför dessa. Drycker som generellt sett innehåller mycket energi men lågt näringsinnehåll. Kanske konsumeras de oftare för att de syns tydligt i cafét. Om individer väljer typ av dryck på grund av exponering, energibrist eller för att det är gott, kan inte vår studie uttala sig om. Intressant är att reflektera kring ifall konsumtionen skulle gå ned om den typ av livsmedel frontades i mindre utsträckning och lät mer näringstätta alternativ som mellanmål vara i fokus. Eftersom en ohälsosam kosthållning drivs av ohälsosamma miljöer av mat (Vandevijvere et al, 2014), stiger troligt konsumtionen av näringsfattiga produkter när den omgivande miljön uppmuntrar till den sortens livsmedel. Vilket dryckesval eller matval individer gör i olika sammanhang beror på olika faktorer som vad det är för mat, hur, när och med vem den ska ätas med (Bildtgård, 2010) men framförallt hur den exponeras. Återkommande exponering leder sakta men säkert till acceptans (Møller, 2015)

Exponering kan vara en bidragande orsak till konsumtion och en annan tänkbar anledning kan vara, vana och tradition. Konsumenten kan förknippa sin idrott med en stunds njutning efteråt och vill behålla den traditionen. Det kan också vara så att det är en viss målgrupp som handlar i cafét och har lyckats komma med i denna studie, medan en annan målgrupp inte nåtts. Dessutom har vi utforskat vad för livsmedel som ofta säljs på idrottsanläggningars caféer, men inte konsumenternas kosthållning i övrigt. Vi kan därför inte uttala oss om ifall

konsumenterna i den stund de befinner sig i inte borde äta något som är ohälsosamt, enligt vår definition. Däremot kan det tänkas att idrotten borde erbjuda fler näringstätta än mindre näringstätta alternativ. Eftersom det finns ett allmänt folkhälsoproblem i vårt samhälle som är relaterat till matval, där exponering av mindre hälsosamma livsmedel är en bidragande orsak (Møller, 2015). Leker vi med tanken att individer som rör sig på idrottsanläggningar skulle exponeras för mer hälsosamma produkter i större utsträckning, kanske det faktiskt skulle kunna gå att vända benägenheten att köpa mindre näringstätta alternativ. Om idrottsföreningar skulle följa regeringens förslag på utföranden av mål 10, det vill säga öka konsumtionen av nyckelhålmärkt mat, öka utbudet frukt och grönsaker och minska utbudet av söta livsmedel, kanske det aktuella folkhälsoproblemet skulle kunna minska. Livsmedel och produkter med högre näringstäthet kanske successivt skulle bli mer accepterade och efterfrågan stiga på grund av förändrat utbud och exponering. På detta sätt skulle nya traditioner kunna skapas och nya vanor formas. För visst bör det inte vara otänkbart att det ena skulle kunna leda till det andra? De siffror som Jordbruksverket (2015) tagit fram angående svenskarnas konsumtion av sötsaker sedan 1980-talet visade en dramatisk ökning. Dessa siffror kanske skulle kunna avstanna och successivt minska om olika arenor i samhället tog större ansvar för vad människor exponeras för. På så vis bidra till en förändring och vända på den ohälsosamma trenden. Kanske är det dags att marknadsföring av hälsosamma livsmedel ökar?

Reglering på kommunnivå - empowerment, ett etiskt dilemma?

Enkätundersökningen genererade en önskan om fler livsmedel med hög näringstäthet, såsom smoothie, toast med fullkornsbröd, äpple och fler därtill. Ännu en gång påvisar vår undersökning att det finns en mottaglighet för ett mer hälsosamt utbud, så varför sker ingen förändring? Det bristande utbudet har visat sig kunna bero på utmaningar som omhändertagandet av hälsosam mat, uppfattad brist på efterfrågan, otillräckliga resurser, kostnader och kunskapsbrist (Young et al, 2012). Bland annat kan det tänkas att det finns ett vinstintresse hos caféaktörerna och näringsrik mat kostar oftast mer att köpa in och kräver ett högre pris ut till konsument för att gå med vinst. Åt andra sidan menar vi att det kan finnas ett intresse av att vilja ge ett annat intryck i ett hälsomedvetet samhälle. Ett intryck som känns grönt, miljömedvetet och hälsofrämjande. Studien visar att en av anläggningarna utmärkte sig gällande mängd näringstätta alternativ. Intressant var att denna anläggning var den enda av de fyra i undersökningen som var privatägd. För att öka utbudet av näringstätta alternativ på de kommunalt ägda anläggningarna kanske det krävs en förändring på kommunnivå. Som sedan kan medföra stöttning mot ett mer hälsosamt utbud på idrottsanläggningar? Som Kelly et al, (2008) nämner i sin undersökning att hela 63 procent av föräldrarna tyckte att staten borde gå in och reglera utbudet i caféerna. Dilemmat är dock att lösa utmaningarna som är svårt att bortse ifrån. Tre av de undersökta anläggningarna i vår studie är kommunalt ägda och även om caféerna där inte drivs av kommunen, skulle det kunna ifrågasättas vilka krav och regler som bör tas hänsyn till. Att på kommunnivå ställa krav på de som driver caféer inom idrottsrörelsen och på så vis främja ett utbud som går hand i hand med de nordiska näringsrekommendationerna bör inte vara orimligt. På så vis uppfylls även empowerment som syftar till att ge individen möjligheter att kunna göra goda val. Åt andra sidan finns det även här vissa problematiska delar att ta hänsyn till. Om reglering på kommunnivå skulle ske kommer frågor som berör till vilken grad regleringen får påverka. Hur mycket ska staten/kommunen, eller helt enkelt samhället få styra över människors egna val och makt? Att inkräkta på människors egenmakt genom att gå in och reglera ett sortiment är tudelat, men i dagsläget menar vi att empowerment saknas åt andra hållet; möjligheten att faktiskt göra ett hälsosamt val finns inte i tillräckligt stor utsträckning. Viktigt att poängtera är, bara för att krav från högre makter skulle kunna påverka caféernas utbud på idrottsanläggningar behöver det

inte betyda att alla ohälsosamma produkter eller livsmedel måste uteslutas, utan snarare kompletteras.

Det kan också tänkas att ett tillvägagångssätt för förändring är att ändra exponering av produkter, och försöka få mer näringsstäta livsmedel att se inbjudande ut. Prissänkningar på hälsosam mat är också en strategi som kan utnyttjas för att öka folkhälsan i samhället (French, 2003). I vår undersökning visade det sig att både pris och smak framförallt har en stor betydelse för vad konsumenter väljer att köpa, men även att det ser inbjudande ut och är viktigt att ta hänsyn till.

Dubbla budskap på idrottsanläggningar

Över två tredjedelar av respondenterna svarade antingen att deras idrottsanläggning inte aktivt uppmanar konsumenter att göra hälsosamma matval, eller att de inte visste om deras anläggning uppmanade till det. Om människor inte vet om deras idrottsanläggning uppmanar till ett mer hälsosamt matval, kanske uppmaningar kring detta inte existerar eller så är de inte tillräckligt tydliga eftersom budskapet inte verkar nå fram.

Att det existerar ett dubbelt budskap på idrottsanläggningar; fysisk aktivitet kontra näringsfattig mat finns det flertal studier som indikerar (Kelly et al, 2008), vilket även vår studie visar och vi har därmed uppmärksammat dilemmat. Som Riksidrottsförbundet, (u.å.) menar, bör idrottsföreningar ta sitt ansvar då rörelsen har en viktig roll när det kommer till att förmedla kunskap om goda kostvanor. Om marknadsföring av mat med högt innehåll av mättat-, trans-, och härdat fett och som dessutom innehåller mycket salt och socker skulle minska kan det medföra större utrymme för hälsosamma matval. Detta är viktigt för hela befolkningen, men framförallt för barn och ungdomar (World Health Organisation, 2018). Bör inte detta vara något som idrottsanläggningar vill sträva mot ur hälsosynpunkt?

Troligt är att platser för idrott och aktivitet påverkar livsstilen, viljan att röra på sig och även vad som är accepterat att äta när det kommer till matval. Därmed menar vi att en idrottsanläggning är en exemplarisk arena att främja hälsosamma beteenden på i samhället. World Health Organisation (2018a) menar att matpreferenser som är förvärvade i barndomen tenderar att bli långvariga. Om man lyckas nå ungdomar och uppmuntra till goda matval skulle troligtvis folkhälsan stiga när det kommer till kostkvalitet (Gilbert et al 2012) och kunna leda till en minskad frekvens av det stigande antal som drabbas av övervikt och fetma och andra kostrelaterade livsstilssjukdomar i framtiden (World Health Organisation, u.å.).

Slutsats

Slutsatsen i denna uppsats är att idrottsanläggningar inte har följt med i den rådande hälsomedvetenheten kring kostvanor. Utbudet består av fler näringsfattiga än näringsstäta alternativ. Detta är ett utbud som går tvärtemot vad det nordiska näringsrekommendationerna tillråder. Istället för litet utbud av tillsatt socker och mättat fett, är det snarare den typen av livsmedel som dominerar och som konsumenter exponeras för i högst grad. För att utbudet skulle likna de nordiska näringsrekommendationerna och regeringens strategier för att nå förbättrad folkhälsa skulle utbudet istället bestå av fler livsmedel innehållande kostfibrer, vitaminer och mineraler.

Resultatet visar att hela 45 procent av konsumenterna önskar ett mer näringstätt utbud i sina caféer. Vi menar att vårt resultat visar att en efterfrågan finns, men att ålder, pris och smak verkar spela roll. Vi ser att det finns en öppenhet för förändring då ett mer näringstätt utbud faktiskt efterfrågas. I dagsläget upplever inte konsumenter att det uppmuntras till hälsosamma matvanor i särskild stor bemärkelse på anläggningarna. Även om denna undersökning inte är tillräckligt omfattande för att dra några generella slutsatser så gav den en god insyn i hur det kan se ut på idrottsanläggningar i Sverige.

I vår profession som hälsovetare inom fältet kostvetenskap skulle vi kunna bidra till en förändring inom idrotten med hjälp av den kunskap vi besitter. Detta, genom att ta fram förslag på näringstätta livsmedel som är anpassade till efterfrågan, näringsrekommendationer och de aktuella folkhälsomålen. Om idrottsanläggningar kunde erbjuda mer näringstätta livsmedel är chansen stor att de bidrar till ökad hälsomedvetenhet eftersom det uppmuntrar till hälsosamma matval. Dessutom skulle idrottsrörelsen förknippas med hälsa på fler plan än idag. Andra sätt att uppmuntra till hälsosamma matvanor är exempelvis att komponera menyer till rätter med tillägg av näringstätta livsmedel, affischer i lagom utsträckning med tips och tilltalade vetenskapliga fakta eller namnge sitt café med ett hälsoinriktat namn. Samtidigt är det viktigt att en förändring mot ett mer näringstätt utbud och ökad exponering för hälsosamma livsmedel uppfattas som balanserat. Det handlar om att öka utbudet av näringstätta livsmedel och få cafét att likna de nordiska näringsrekommendationerna. De tillråder sötsaker i begränsad utsträckning, men det exkluderas inte. Empowerment, en viktig punkt i vidare arbete inom området för att nå en hållbar förändring. Det är ibland hälsosamt att äta sötsaker och ska inte innebära skuld känslor eller ånger för individen. Det gäller att inte ta makten från individen att själv få välja hur denne vill leva, samtidigt som samhället borde öppna upp för möjligheten att göra hälsosamma matval. Detta är faktorer som en hälsovetare måste ta hänsyn till vid en eventuell förändring på en idrottsanläggning.

Vidare forskning

I vår studie valde vi att undersöka fyra anläggningar i närheten av två stora svenska städer. Det hade varit intressant att inkludera fler anläggningar sorterade efter storlek, publik och vart de är lokaliserade någonstans. Troligt har det en betydelse ifall anläggningarna är placerade på landsbygden eller i en större stad. Undersökningen hade kunnat göras på liknande sätt men med fler anläggningar. Det hade även varit intressant att koncentrerat sig på sponsring, relaterat till kost och fysisk aktivitet. Hur ser budskapen ut där gällande matvanor?

Då detta är en kandidatuppsats fanns inte utrymme för en intervention, men ett förslag till framtida forskning är att testa hur hälsofrämjande kostbudskap tillsammans med ökad exponering av näringstätta livsmedel hade påverkat konsumtionen på idrottsanläggningar. Vidare hade det även varit intressant att få en bredare bild av konsumenters åsikter om utbudet på idrottsanläggningar. Det vill säga vad respondenterna har för uppfattningar om utbudet av livsmedel på idrottsanläggningar generellt sett, oavsett om individen besökt en anläggning eller inte. Vi hade gärna sett fler svenska studier inom detta område eftersom det är ett ämne som är högst aktuellt. Vi vill påstå att det finnas ett behov av förändring för att motarbeta det dubbla budskap som idrottsvärlden sänder ut.

Referenslista

- Anderson, E. N. (2005). *Everyone eats. Understanding food and culture*. New York: New York University Press.
- Antonovsky, A. (2005). *Hälsans mysterium*. (2:a uppl.) Stockholm: Natur och kultur.
- Bildtgård, T. (2010). What it means to "Eat Well" in France and Sweden. *Food and Foodways*, 18(4), 209-232. doi: 10.1080/07409710.2010.529017
- Bisogni, C. A., Connors, M., Devine, P. R., M., C., & Sobal, J. (2002). Who We Are and How We Eat: A Qualitative Study of Identities in Food Choice. *Journal of Nutrition Education & Behavior*, 34(3), 128-138.
- Bookfum. (2016). *Cafe*. Hämtad 2018-04-01 från <http://www.bookfum.se/Cafe>
- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber.
- Cancerfonden. (2016) *Cancerprevention -Vad säger forskningen?* Stockholm: Cancerfonden.
- Connors, M., Bisogni, C. A., Sobal, J., & Devine, C. M. (2001). Managing values in personal food systems. *Appetite*, 36(3), 189-200. doi: <http://dx.doi.org/10.1006/appe.2001.0400>
- Douglas, M. (1972). Deciphering a meal. *Daedalus*, 101 (1), 61-81.
- Energiprocent (u.å.). Nationalencyklopedin. Hämtad 2018-05-17 från <https://www-ne-se.ezproxy.ub.gu.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/energiprocent>
- Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Science Information*, 27, 275-292. doi:10.1177/053901888027002005
- Fjellström, C. (2013). *Kostsociologi*. I L. Abrahamsson, A. Andersson & G. Nilsson (Eds.), *Näringslära för högskolan: från grundläggande till avancerad nutrition* (s. 361-369). Stockholm: Liber.
- Folkhälsomyndigheten. (2016). *Folkhälsan i Sverige 2016: årlig rapportering*. Stockholm: Folkhälsomyndigheten
- French, Simone A. (2003). Pricing effects on food choices. *The Journal of Nutrition*, 133(3), 841S-843S.
- Gilbert, J., Miller, D., Olson, S., & St-Pierre, S. (2012). After-school Snack Intake Among Canadian Children and Adolescents. *Canadian Journal of Public Health*, 103(6), 448-52.
- Gnosjö kommun. (2018). *Tölltorpshallen*. Hämtad 2018-04-12 från <http://www.gnosjo.se/upplevagora/idrottsanlaggningarochhallar/tollstorpshallen.4.2b3121f3137b82cc7ce361d.html>
- Hudiksvall FF. (2017) *Intersport club*. Hämtad 2018-04-12 från <http://www.hudiksvallsff.se/Nyheter/IntersportCup2015>

- Idrottonline. (2016) *Vartofta SK*. Hämtad 2018-04-12 från <http://idrottonline.se/VartoftaSK-Fotboll/Foreningen/Kiosk>
- Jeukendrup, A., & Gleeson, M. (2014). *Idrottsnutrition: För bättre prestation*. Stockholm: SISU idrottsböcker
- Jordbruksverket. (2015). *Livsmedelskonsumtion och näringsinnehåll*. Jönköping: Jordbruksverket.
- Kelly, B., Chapman, K., King, L., Hardy, L., & Farrell, L. (2008). Double standards for community sports: Promoting active lifestyles but unhealthy diets. *Health Promotion Journal of Australia*, 19(3), 226-228.
- Laget. (2012). *Själlevads IK*. Hämtad 2018-04-12 från <https://www.laget.se/SJALEVAD/News/2491864/Premiar-for-Sjalevads-IK-Kiosk---Servering>
- Livsmedelsverket (2018), *Nyckelhålet*. Hämtad 2018-05-17 från <https://www.livsmedelsverket.se/produktion-handel--kontroll/livsmedelsinformation-markning-och-pastaenden/nyckelhalet---foretagsinformation>
- Livsmedelsverket & Folkhälsoinstitutet. *Handlingsplan för goda matvanor och ökad fysisk aktivitet i befolkningen*. Hämtad 2018-05-20 från http://www.sfkn.se/SFKN/Litteratur_files/Nat%20handlingsplan-mat-fys-2005.pdf
- Møller, P. (2015). Satisfaction, satiation and food behavior. *Current Opinion in Food Science*, 3, 59-64.
- Nilson, E. (2016, 24 maj). Övriga företag som sponsrar toppidrotten. *SvD Näringsliv*. Tillgänglig: <https://www.svd.se/chips-och-vodka--har-ar-idrottarnas-ovantade-sponsorer#sida-8>
- Nordic Council of Ministers. (2014). *Nordic Nutrition Recommendations 2012*. Copenhagen: Nordic Council of Ministers.
- Pellmer, K., Wramner, B., Wramner, H. (2015). *Grundläggande folkhälsovetenskap*. Stockholm: Liber
- Prop. 2017/18: 249. *God och jämlik hälsa – en utvecklad folkhälsopolitik*. Tillgänglig: <https://www.regeringen.se/498282/contentassets/8d6fca158ec0498491f21f7c1cb2fe6d/prop.-2017-18-249-god-och-jamlik-halsa--en-utvecklad-folkhalsopolitik.pdf>
- Prop. (2007/08:110). *En förnyad folkhälsopolitik*. Tillgänglig: <http://www.regeringen.se/49bbde/contentassets/e6210d374d4642328badd71f64ca9846/en-fornyad-folkhalsopolitik-prop.-200708110>
- Riksidrottsförbundet. (u.å). *Riksidrottsförbundets Kostpolicy*. Hämtad 2018-05-15 från <http://www.atstorning.se/wp-content/uploads/2013/01/Riktlinjer.pdf>

Riksidrottsförbundet. (2017). Idrotten i siffror. Hämtad 2018-05-15 från <http://www.rf.se/globalassets/riksidrottsforbundet/dokument/statistik/2017-idrotten-i-siffror---rf.pdf>

Skräpmat (u.å.). Nationalencyklopedin. Hämtad 2018-05-21 från <https://www-ne-se.ezproxy.ub.gu.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/skräpmat>

Stead, M., McDermott, L., Mackintosh, A. M., & Adamson, A. (2011). Why healthy eating is bad for young people's health: Identity, belonging and food. *Social Science & Medicine*, 72(7), 1131-1139.

Svanström, L. (2002). *En introduktion till folkhälsovetenskap*. Lund: Studentlitteratur.

Swinburn B. A., Sacks G, Hall K. D., et al. (2011). The global obesity pandemic: shaped by global drivers and local environments. *The Lancet* 378(9793), 804–14.

Taylor, J. P., Evers, S., & McKenna, M. (2005). Determinants of healthy eating in children and youth. *Canadian Journal of Public Health*, 96(3), S20-S26.

Tengland, P.A. (2007). Empowerment: A goal or a means for health promotion? *Medicine, Health Care and Philosophy*, 10 (2) ,197–207. doi: 10.1007/s11019-006-9027-1

Trost, J., & Hultåker, O. (2016). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur.

Vandevijvere, S., & Swinburn, B. (2014). Towards global benchmarking of food environments and policies to reduce obesity and diet-related non-communicable diseases: Design and methods for nation-wide surveys. *BMJ Open*, 4(5).

Varberg kommun. (2017). *Håstens simhall: cafeteria*. Hämtad 2018-04-12 från <https://www.varberg.se/upplevagora/idrottmotionochfriluftsliv/simanlaggningar/hastenssimhall/cafeteria.4.4b6a0666141d9f0fa04496.html>

Västerländska Volleybollförbundet. (2016). *Novembercupen i kidsvolley i Habo*. Hämtad 2018-04-12 från <http://www.volleyboll.se/distrikt2/vastsvenskavolleybollforbundet/BarnochUngdom/2014/NovembercupenikidsvolleyiHabo>

World Health Organization. (2018b). *Adolescent health*. Hämtad 2018-04-07 från http://www.who.int/topics/adolescent_health/en/

World Health Organization. (2018a). *Strategies for oral disease prevention and health promotion*. Hämtad 2018-04-07 från http://www.who.int/oral_health/strategies/en/

World Health Organization. (u.å.). *Promoting fruit and vegetable consumption around the world*. Hämtad 2018-05-10 från <http://www.who.int/dietphysicalactivity/fruit/en/index2.html>

World Health Organization (1986). *Ottawa Charter on Health Promotion*. Geneva: WHO Head office.

Young, K., Kennedy, V., Kingsland, M., Sawyer, A., Rowland, B., Wiggers, J., & Wolfenden, L. (2012). Healthy food and beverages in senior community football club canteens in New South Wales, Australia. *Health Promotion Journal of Australia*, 23(2), 149-152.

Zimmerman, F. J., & Shimoga, S. V. (2014). The effects of food advertising and cognitive load on food choices. *BMC Public Health*, 14, (342). doi: 10.1186/1471-2458-14-342

Enkät om utbudet i din idrottsanläggnings cafeteria

Vi är två studenter från Göteborgs Universitet som genomför en enkätundersökning till vår kandidatuppsats. Uppsatsen syftar till att kartlägga nuvarande livsmedelsutbud och utforska attityden hos konsumenter till ett mer hälsosamt utbud i idrottsanläggningars cafeterior.

De idrottsanläggningar vi tillfrågar är slumpmässigt utvalda och baseras inte på livsmedelsutbudet i dagsläget. Din medverkan är frivillig, enkäten är anonym och ingen kommer att få reda på vad just du har svarat. Resultatet kommer inte att användas i något annat syfte.

Tack för din medverkan!

1. Vilket kön tillhör du?

- Kvinna Man Annat/vill inte uppge

2. Hur gammal är du?

- 15-20 21-30 31-45 46+

3. Vad har du för roll på idrottsanläggningen? (kan vara flera alternativ)

- Åskådare Förälder Idrottsutövare Tränare/anställd Annat

4. När jag befinner mig på anläggningen köper jag oftast denna typ av måltid: (Max ett alternativ)

- Mellanmål Matig måltid Fika/snacks Dryck

5. Vad köper du oftast i Cafeterian? (skriv max tre produkter)

Skriv här:

6. Vad tycker du om utbudet i dagsläget? (Sätt ett kryss i valfri ruta och skriv eventuella egna tankar)

- Jag önskar fler näringstätta alternativ bestående av livsmedel med högre näringstäthet (mindre socker, mer fibrer, vitaminer och mineraler)
- Jag önskar fler söta alternativ (mer godis, fikabröd, vitt bröd, söta drycker)
- Jag är nöjd med cafeterian som den är

Egna tankar om utbudet:

Skriv här:

7. Vilka av följande livsmedel önskar du kunna köpa/köper du i cafeterian på din idrottsanläggning?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Apelsin | <input type="checkbox"/> Kokt ägg |
| <input type="checkbox"/> Äpple | <input type="checkbox"/> Frukt- och müslibar |
| <input type="checkbox"/> Päron | <input type="checkbox"/> Loka Cush |
| <input type="checkbox"/> Torkad frukt | <input type="checkbox"/> Naturella tortilla chips |
| <input type="checkbox"/> Förpackade nötter | <input type="checkbox"/> Soppa |
| <input type="checkbox"/> Yoghurt med müsli | <input type="checkbox"/> Svensk varmkorv med hög kötthalt |
| <input type="checkbox"/> Smoothies | <input type="checkbox"/> Toast med fullkornsbröd |
| <input type="checkbox"/> Knäckebröd med färskost | <input type="checkbox"/> Grov fralla |
| <input type="checkbox"/> Mini morötter | <input type="checkbox"/> Korv med fullkornsbröd |

Eget förslag:

Skriv här:

8. Vilka faktorer är avgörande för att du ska köpa ett mer hälsosamt mål/fika/dryck i cafeterian?

- Pris
- Smak
- Att det ser inbjudande ut

Egna tankar:

Skriv här:

9. Uppmanar din idrottsverksamhet dig att göra hälsosamma matval?

- Ja Nej Vet inte

Om ja, på vilket sätt?

Skriv här:

Bilaga 2

Statistics

Uppmanar din idrottsförening dig att göra hälsosamma matval?

N	Valid	77
	Missing	4

Uppmanar din idrottsförening dig att göra hälsosamma matval?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	24	29,6	31,2	31,2
	nej	24	29,6	31,2	62,3
	vet inte	29	35,8	37,7	100,0
	Total	77	95,1	100,0	
Missing	-9	3	3,7		
	System	1	1,2		
	Total	4	4,9		
Total		81	100,0		

Bilaga 3

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
	Ålder * Vad tycker du om utbudet i dagsläget?	71	87,7%	10	12,3%	81

Ålder * Vad tycker du om utbudet i dagsläget? Crosstabulation

Count

		Vad tycker du om utbudet i dagsläget?			Total
		Jag önskar fler näringstäta alternativ	Jag önskar fler söta alternativ	Jag är nöjd med cafeteria	
Ålder	15-20år	4	7	13	24
	21-30år	6	0	6	12
	31-45år	10	1	4	15
	46+	12	0	8	20
Total		32	8	31	71

Bilaga 4

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Ålder * När jag befinner mig på anläggningen köper jag oftast denna typ av måltid.	71	87,7%	10	12,3%	81	100,0%

Ålder * När jag befinner mig på anläggningen köper jag oftast denna typ av måltid. Crosstabulation

Count

		När jag befinner mig på anläggningen köper jag oftast denna typ av måltid.				Total
		Mellanmål	Matig måltid	FikaSnacks	Dryck	
Ålder	15-20år	6	2	5	13	26
	21-30år	2	2	2	7	13
	31-45år	3	4	3	6	16
	46+	1	5	6	4	16
Total		12	13	16	30	71