

# Å spise ute

## - kort oppsummering av studien



Av

Annechen Bahr Bugge

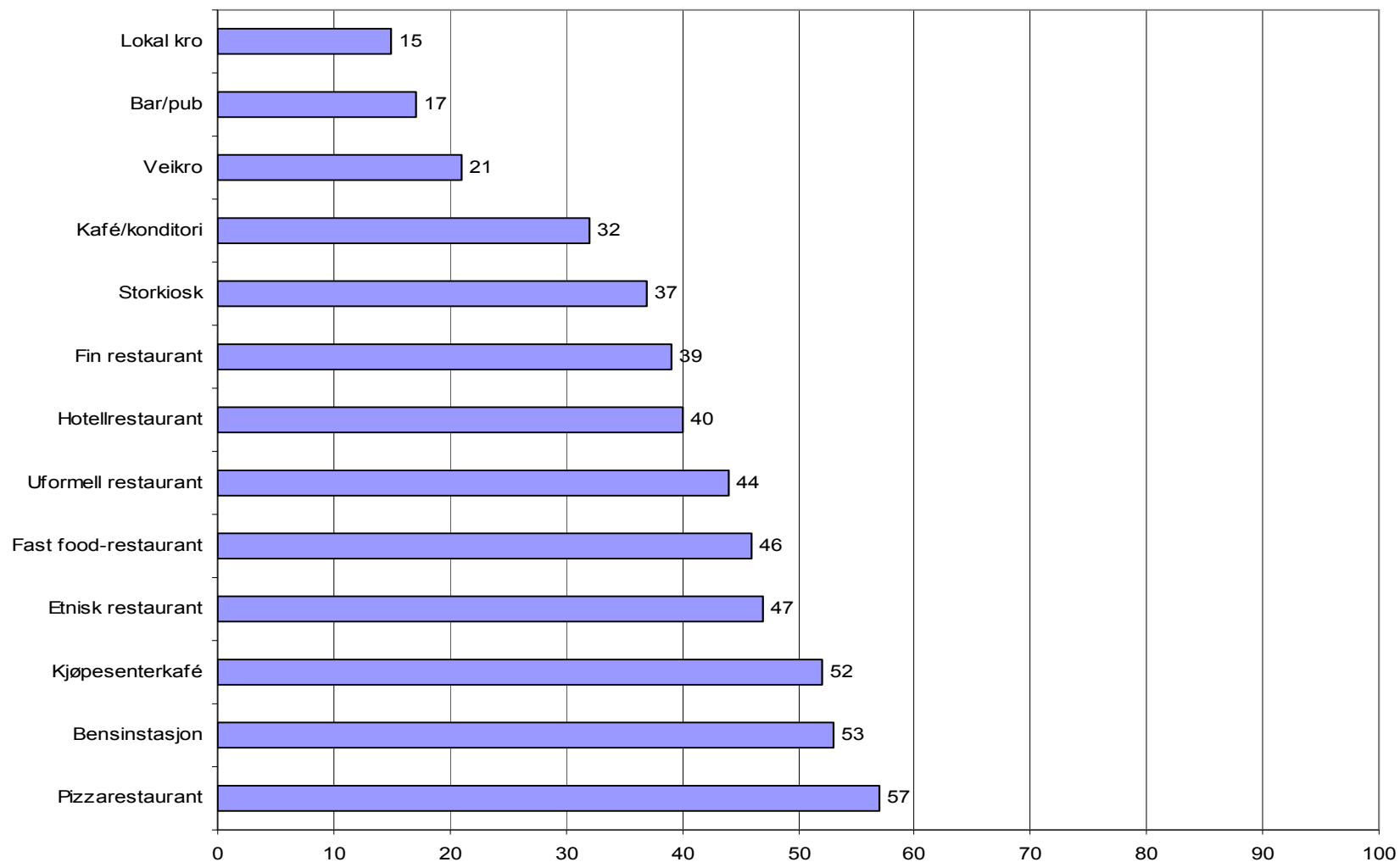
[www.sifo.no](http://www.sifo.no)

# 9 av 10 nordmenn har ...

- Spist ute (utenom kantine på jobb eller skole) i løpet av de siste to månedene.
- Det er ingen under 30 år som ikke har spist ute i løpet av dette tidsintervallet.
- Det er 29 prosent som spiser ute én gang i uken eller oftere.
- Det er 36 prosent som spiser ute 2-3 ganger i måneden.



# Spisesteder besøkt de siste to månedene



# Unge spiser mest på fast food-restauranter



**Andel som spiser på fast food-restaurant én gang i måneden eller oftere:**

15-24 år: 28 prosent

25-39 år: 20 prosent

40 år eller mer: 4 prosent

**Andel som aldri spiser på fast food-restaurant:**

15-24 år: 9 prosent

25-39 år: 9 prosent

40-59 år: 24 prosent

60 år eller mer: 58 prosent

# Unge spiser mest på storkiosker

**Andel som spiser følgende mat på storkiosk én gang i måneden eller oftere:**

**Varm mat:**

15-24 år: 25 prosent  
25-39 år: 10 prosent  
40 år+: 3 prosent

**Pølse:**

15-24 år: 32 prosent  
25-39 år: 19 prosent  
40 år+: 11 prosent

**Baguette:**

15-24 år: 27 prosent  
25-39 år: 10 prosent  
40 år+: 3 prosent

MIX Bardufoss Storkiosk MIX		
Mény		
Pommes frites, riflet		20,-
Fastburger original		37,-
Fastburger Cheeseburger		39,-
Wiener toast		22,-
Burger toast		29,-
Pizzabaguette		37,-
Minipizza med pepperoni		39,-
Minipizza med kjøtt		39,-
Pølse med pommes frites		35,-
Cheeseburger med pommes frites		52,-
Hamburger med pommes frites		49,-

Velkommen til Bardufoss Storkiosk!

# Amerikansk fast food

## - spisefrekvens høyere enn uttrykt preferanse



### Preferanse:

- 41 prosent i alderen 15-24 år uttrykte preferanse for dette.
- I aldersgruppen 40 år+ var det 7 prosent.

### Spisefrekvens:

- 60 prosent i alderen 15-24 år spiste denne type mat én gang i måneden eller oftere.
- I aldersgruppen 40 år+ var tallet 13 prosent.



# Hurtigmat - et marked i vekst



I 2005 ble det solgt 15.000 tonn fast food i KBS-markedet. Dette var en volumvekst på 1.490 tonn.

Pølser og hamburgerer utgjør 82 prosent av fast food i dette markedet. Dette hadde en volumvekst på 11 prosent i 2004.

Frukt-/grønnsaker solgt i dette markedet hadde en volumvekst på 50 prosent fra 2004 til 2005.



**Kilde:** Markeds Faktas KBS-rapport

# Forbrukerne are eatin' it, but not lovin' it!

## Hvilke spisesteder vil du helst unngå:

1. Bensinstasjon (57 prosent)
2. Storkiosk (52 prosent)
3. Fast food-restauranter (50 prosent)

## Hvorfor?

1. Usunn mat
2. Ingen matglede
3. For mye fett





# Hvorfor spiser vi så mye fast food, da?

## Fordi:

- Forbrukerne ønsker seg rask, enkel og billig mat i det offentlige rom
- Ungdom er betydelig mer prissensitive enn voksne – fast food er billig mat
- Ordinær amerikansk fast food har en helt dominerende posisjon i KBS-markedet
- McDonalds er Norges største restaurantkjede
- Aggressiv markedsføring og produktplassering av fett og sukker på hurtigmatsteder



# Ikke bare fet og søt ungdomsmat, men også barnemat



Ingen uttrykte å være ”svært fornøyd” med det eksisterende tilbudet av barnemenyer.

## Hva er problemet?

- 88 prosent svarte ensidige menyer – for mye pølser, pizza og hamburgerer.
- 33 prosent svarte for lite frukt og grønnsaker.
- 29 prosent svarte for mye fett.
- 24 prosent svarte for mye sukker.

# Ingen matkulturell tusenfryd ...

## Meny:

Pølser

Pizza

Hamburger

Pommes frites

Softis

Sukkerspinn

Osv.



# Konklusjon

Disse spisestedene er i særdeles utakt med forbrukernes preferanser og ernæringspolitiske mål.

Forbrukerne ønsker seg mindre ordinær amerikansk fast food og mer frukt, grønnsaker, hvitt kjøtt og fisk i hurtigmatmenyen.

**Helsetrenden er sterk blant ungdom:**

- Stadig flere uttrykker interesse for helseriktig mat.
- Betydelig økning i forbruket av frukt, grønnsaker, hvitt kjøtt, laks/ørret, spring-/flaskevann.
- Betydelig nedgang i forbruket av sukkerholdig mineralvann og saft.
- Stadig flere unge drikker de magreste melkevariantene.



# Hvordan bedre kvaliteten på hurtigmat og –måltider?



Handlingsplan for bedre kosthold i befolkningen (2007–2011)

Oppskrift for et sunnere kosthold



**Tiltak 2.1** Stimulere til produktutvikling av sunne matvarer og måltider.

**Tiltak 2.2** Etablere en dialogarena for samarbeid mellom matvarebransjen, myndigheter, forskere og forbrukere.

**Tiltak 2.5** Kartlegge og følge opp tilbudet av ferdigmat og måltider fra serveringssteder og –markedet.