

Mat i farten

Muligheter og begrensninger for nye og sunnere spisekonsepter i hurtigmatmarkedet



Av

Annechen Bahr Bugge

www.sifo.no

Å spise ute-studien

- 92 prosent har spist ute (utenom kantine på jobb eller skole) i løpet av de siste to månedene.
- Hurtigmatstedene var blant de mest besøkte spisestedene.
- Bensinstasjon (56 prosent), (Stor-)kiosk (52 prosent) og fast food-restaurant (50 prosent) toppet listen over spisesteder man helst unngikk.



Oppskrift for et sunnere kosthold



Handlingsplan for bedre kosthold i befolkningen (2007–2011)

Oppskrift for et sunnere kosthold



”Serveringssteder og servicemarkedet, som kiosker og bensinstasjoner er viktige aktører i matvaremarkedet. Stadig flere spiser måltider utenfor hjemmet, og for mange kan dette utgjøre en vesentlig del av kostholdet.

Bensinstasjoner, kafeer og andre utsalgssteder fungerer også som samlingssteder, spesielt for ungdom. Tilbudet av mat og drikke på disse utsalgsstedene har derfor stor betydning for mange unge.

Det er behov for å kartlegge tilbudet og kundegruppene på utsalgsstedene som tilbyr hurtigmat, som grunnlag for vurdering av tiltak” (s. 28).

Litt hurtigmathistorikk

Ca. 1950: Pølseboden

1983: McDonalds

1986: Seven Eleven

1988: Burger King

1995: Kaffebrenneriet

2007: Zenzi by Realfood



Kvalitative og kvantitative data

- Observasjon og dybdeintervjuer, matreise mellom to store byer 2008
- Websurvey (trekkes tilfeldig fra et panel, 1003 personer, 15-67 år, høsten 2008)



En definisjon av hurtigmat (fast food)

“

Varme **spiseklare** produkter og måltider, som for eksempel pølser, hot dog, hamburgere, kylling, pommes frites og lignende små måltider, men også baguetter/sandwich, snacks, frukt, boller, yoghurt etc.

Mest typisk: pølser, pizza, hamburgere, pommes frites, boller



Hvilke reelle valg har vi?

Kampanjer er f.eks standardiserte og lite tilpasset det enkelte utsalg



Hamburgermenyer; det er kjedepolicy å selge mest mulig menyer



Boller er big business

“

Man blir jo presset på boller hver gang man er innom for å kjøpe en kaffe, også er det jo så billig at man nesten føler seg kjøpt og gni en om man ikke slår til på tilbudet. Kjente jeg ble skikkelig irritert av det spørsmålet i dag så jeg måtte bare svare: ”nei, det vil jeg helst slippe”. 3 boller til frokost liksom.

(i samtale med en kunde)

Kjedepolicy:

Bonusordninger, konkurranser & premier for de ansatte som omsetter flest boller.

Kunne man gjort dette med frukt & grønt? Eller fiskeprodukter??

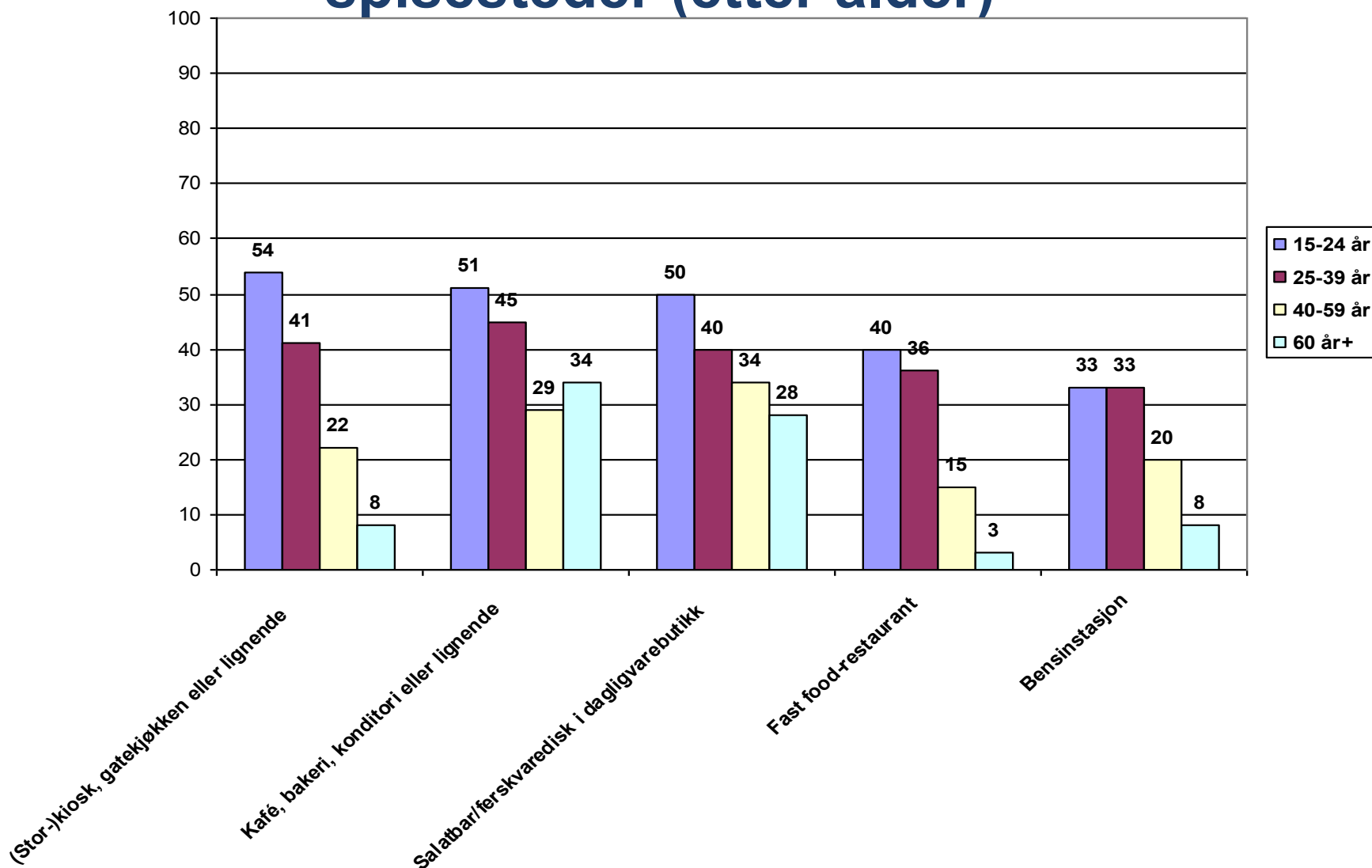


Sjokkpunkter

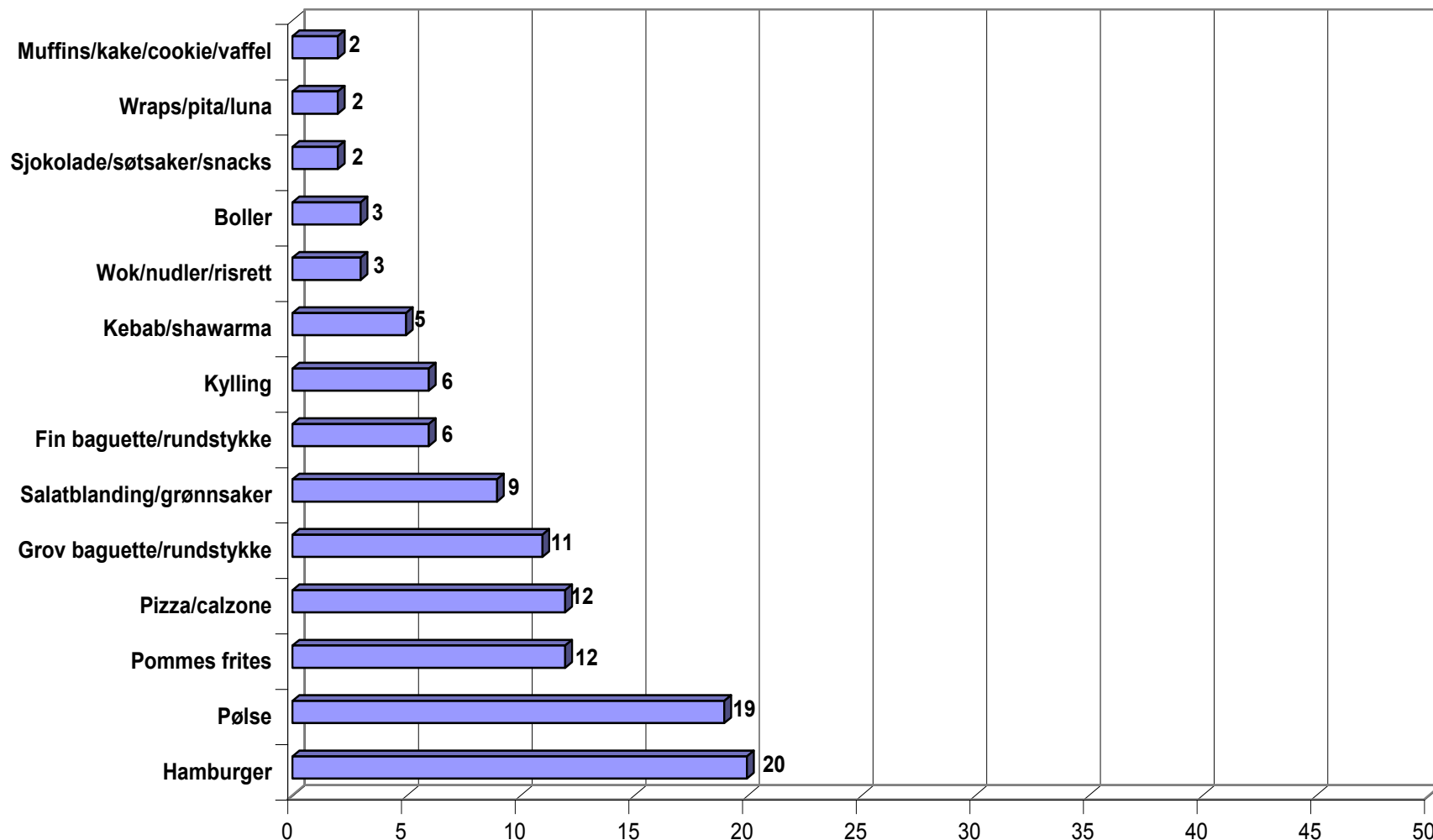
- overvekt av mat med mye sukker og fett



Andel som månedlig spiser på utvalgte spisesteder (etter alder)



Hva spiste du ved det siste besøket på et hurtigmatsted



Hvorfor valgte du akkurat dette stedet?



1. Tilgjengelighet (40 prosent).
2. Betjening (21 prosent)
3. Matmengde/pris (17 prosent)
4. Mat som er lett å ta med (16 prosent)
5. Matkvalitet (13 prosent)
6. Sosialt (11 prosent)
7. Eneste tilgjengelige spisestedet (9 prosent)

Spise eller ikke spise?



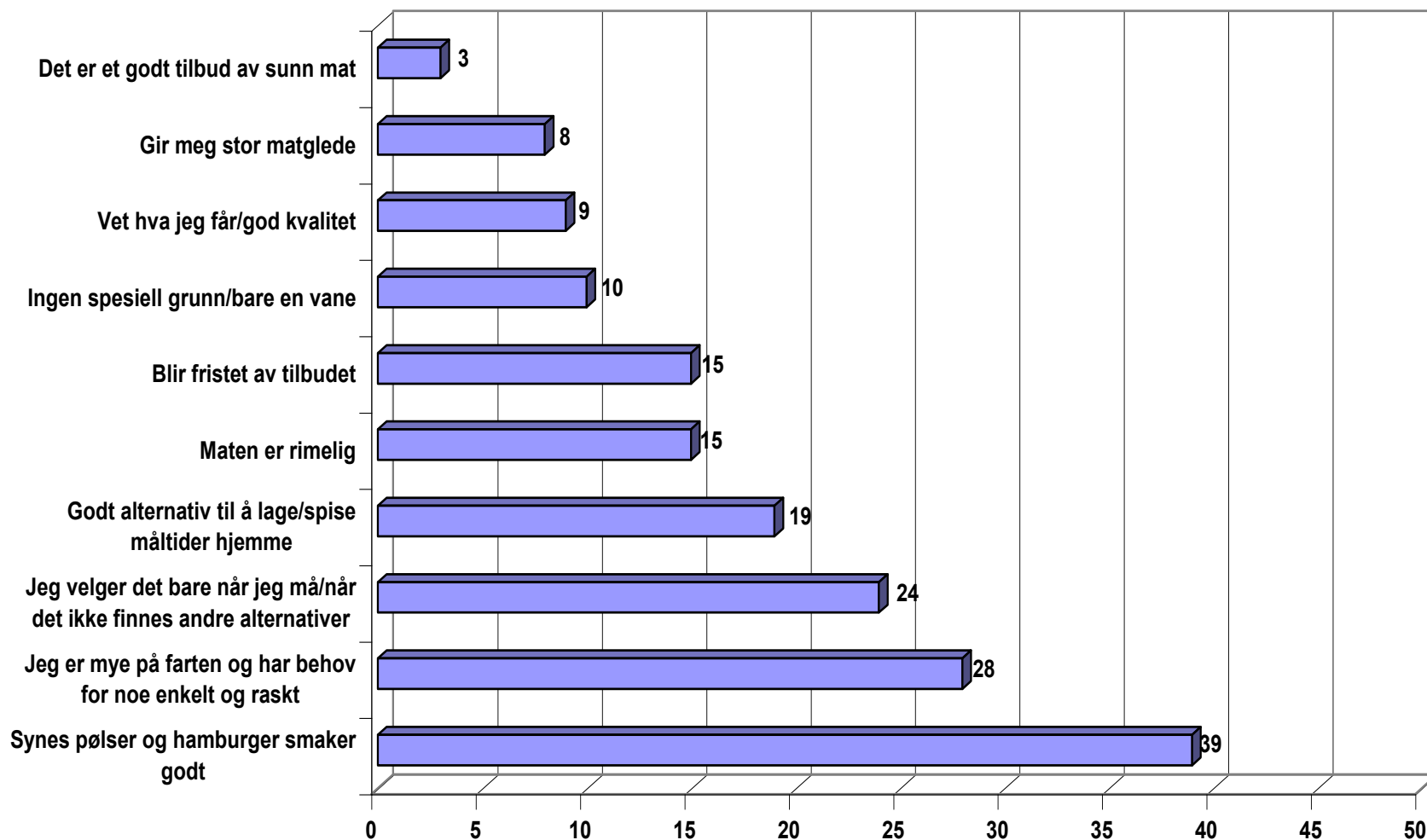
44 prosent av befolkningen spiste på hurtigmatsteder 1 gang i måneden eller oftere.

56 prosent av befolkningen spiser sjelden eller aldri på de ulike hurtigmatstedene.

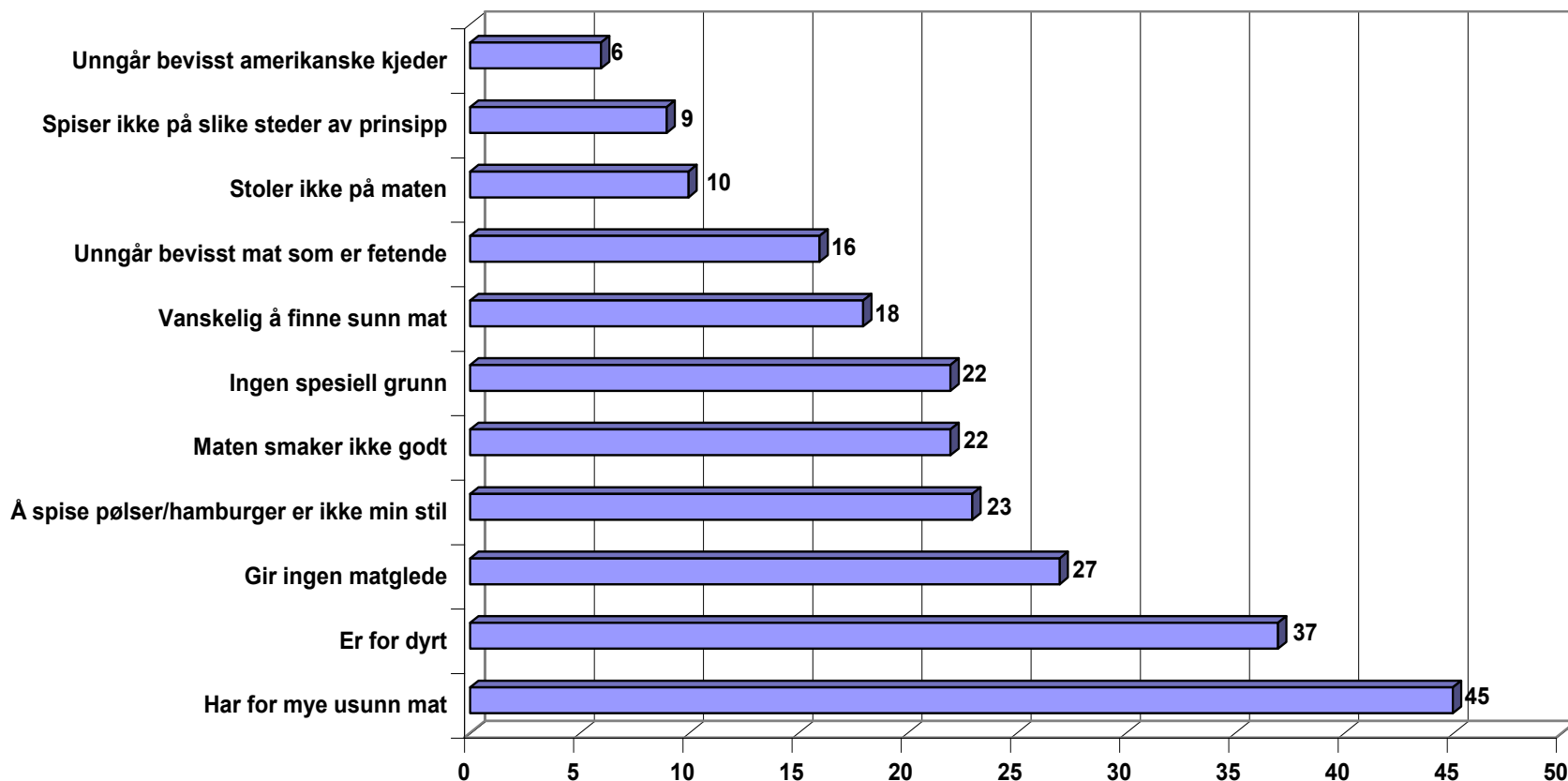
Hvem er disse?

- Flere kvinner enn menn.
- Flere eldre enn unge.
- Flere med høy utdanning enn lav utdanning.

Hvorfor spiser man på hurtigmatsteder?



Og hvorfor spiser man ikke på slike steder?



Hvordan vurderes dagens hurtigmattilbud?

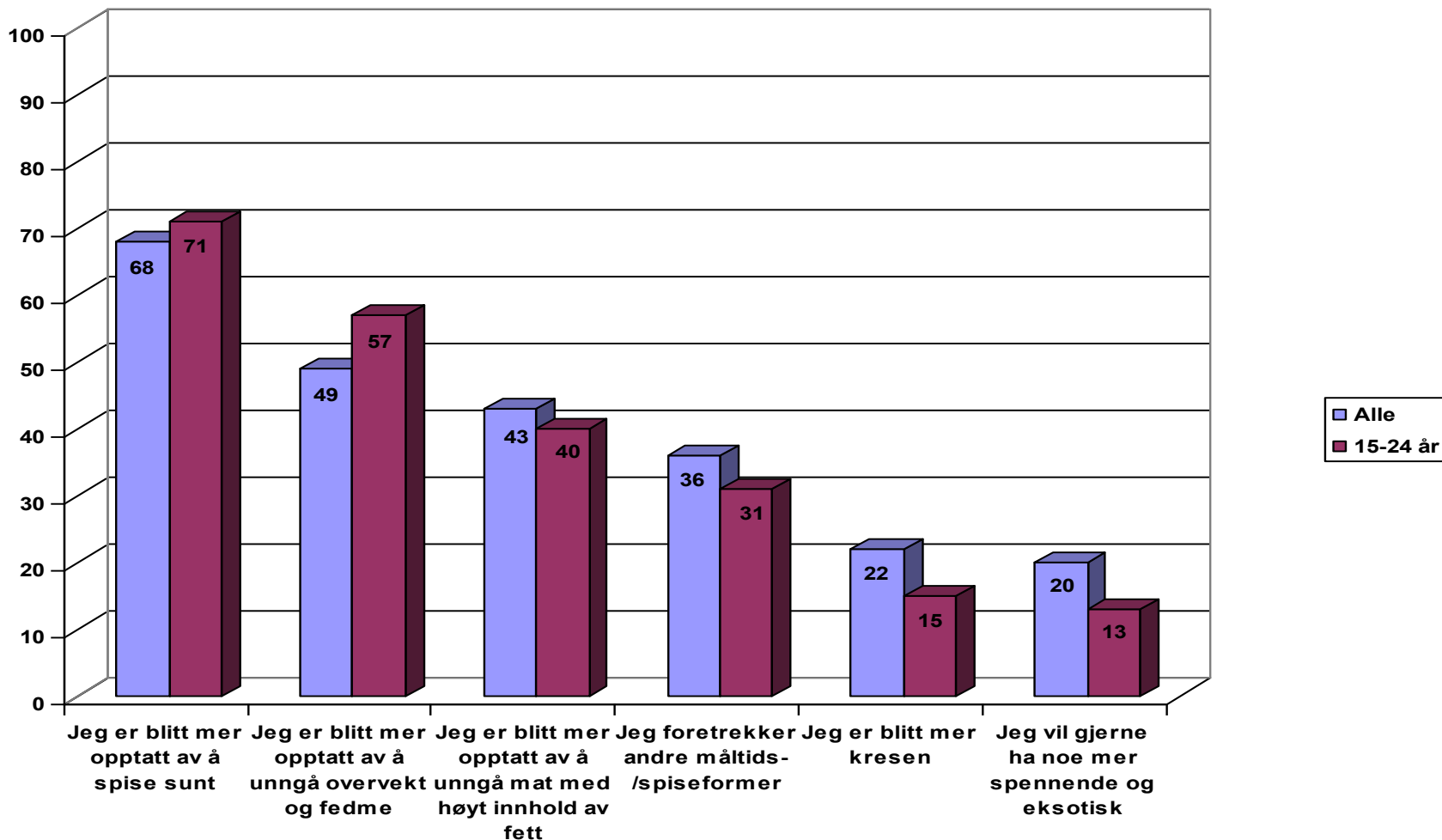
49 prosent mener de er blitt mer negative til denne type mat i løpet av de siste par årene.

Flere kvinner (54 prosent) enn menn (43 prosent) mener dette.

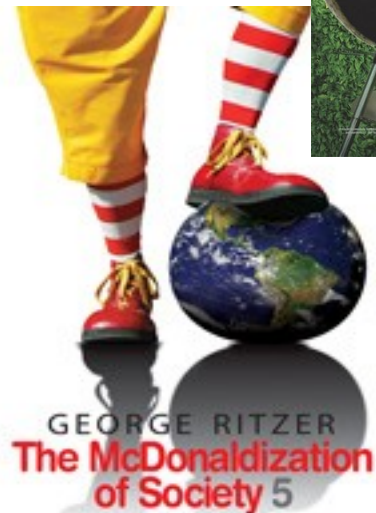
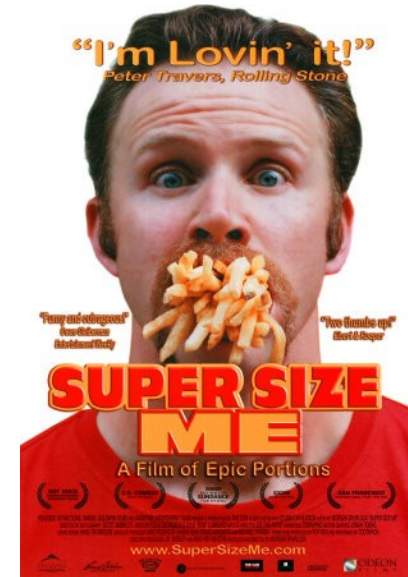
Hva var årsaken?



Hvorfor er du blitt mer negativ?



The fast food war



The fast food generation

Hamburger

	100 g	155g	200g
Bugattiburger	47,-	62,-	75,-
+ pommes strips	73,-	88,-	101,-
+ pommes strips og 0,5l. drikke	89,-	104,-	117,-
Cheeseburger	51,-	70,-	83,-
+ pommes strips	77,-	96,-	109,-
+ pommes strips og 0,5l. drikke	93,-	112,-	125,-
Hawaiiburger	51,-	68,-	81,-
+ pommes strips	77,-	94,-	97,-
+ pommes strips og 0,5l. drikke	93,-	110,-	123,-
Baconcheeseburger	58,-	77,-	90,-
+ pommes strips	84,-	103,-	116,-
+ pommes strips og 0,5l. drikke	100,-	119,-	132,-
Baconburger	54,-	69,-	82,-
+ pommes strips	80,-	96,-	108,-
+ pommes strips og 0,5l. drikke	96,-	111,-	124,-
Tacoburger	50,-	66,-	79,-
+ pommes strips	76,-	92,-	105,-
+ pommes strips og 0,5l. drikke	92,-	108,-	121,-
Kyllingburger 110 g	56,-		
+ pommes strips	82,-		
+ pommes strips og 0,5l.drikke	98,-		

Det er den sunne og helseriktige matstilen som er moteriktig blant dagens unge!

Jeg: Hva er dårlig mat?

- Dårlig mat er fast food med mye fett og sånn frityrmat
- Det er McDonalds. Det er mye kalorier og sånn.
- Sånn McDonaldshamburgere.
- Da tenker jeg sånn McDonaldsmat

Jeg: Hva er sunn mat?

- Langsomme karbohydrater



Distriktsgutt: Jeg har boikotta McDonalds siden jeg var seks år. Begge foreldrene mine er veldig skeptiske til sånt, så dem har jo i det hele tatt oppdratt meg til å være mot sånt.

Jeg: Fordi?

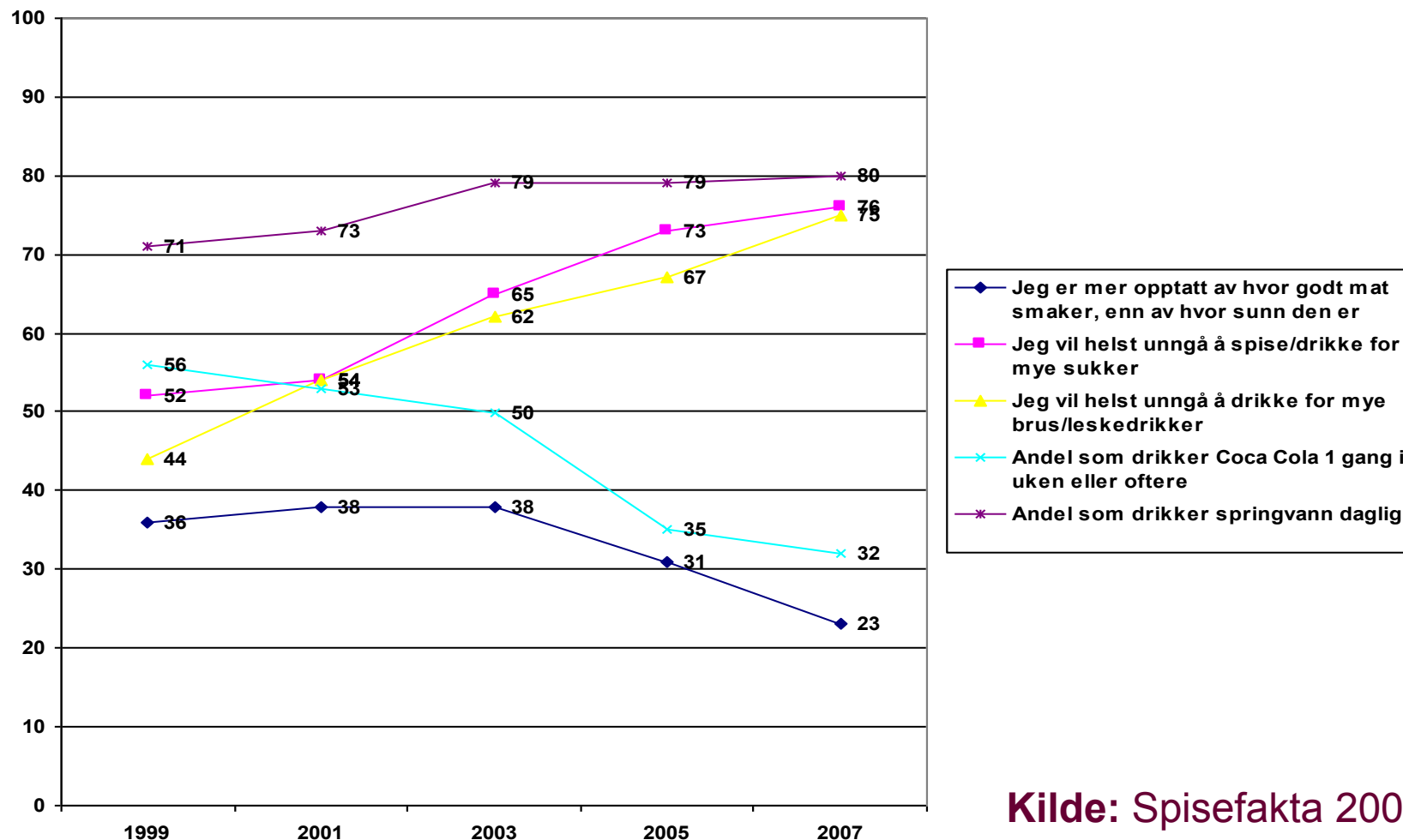
DG: Fordi det er en ødeleggende matkultur og så er det usunt. Jeg har aldri likt den klovnen heller ...

Jeg: Klovnen?

DG: Jeg synes det er helt forkastelig at de lokker barn inn med masse forskjellige greier ...

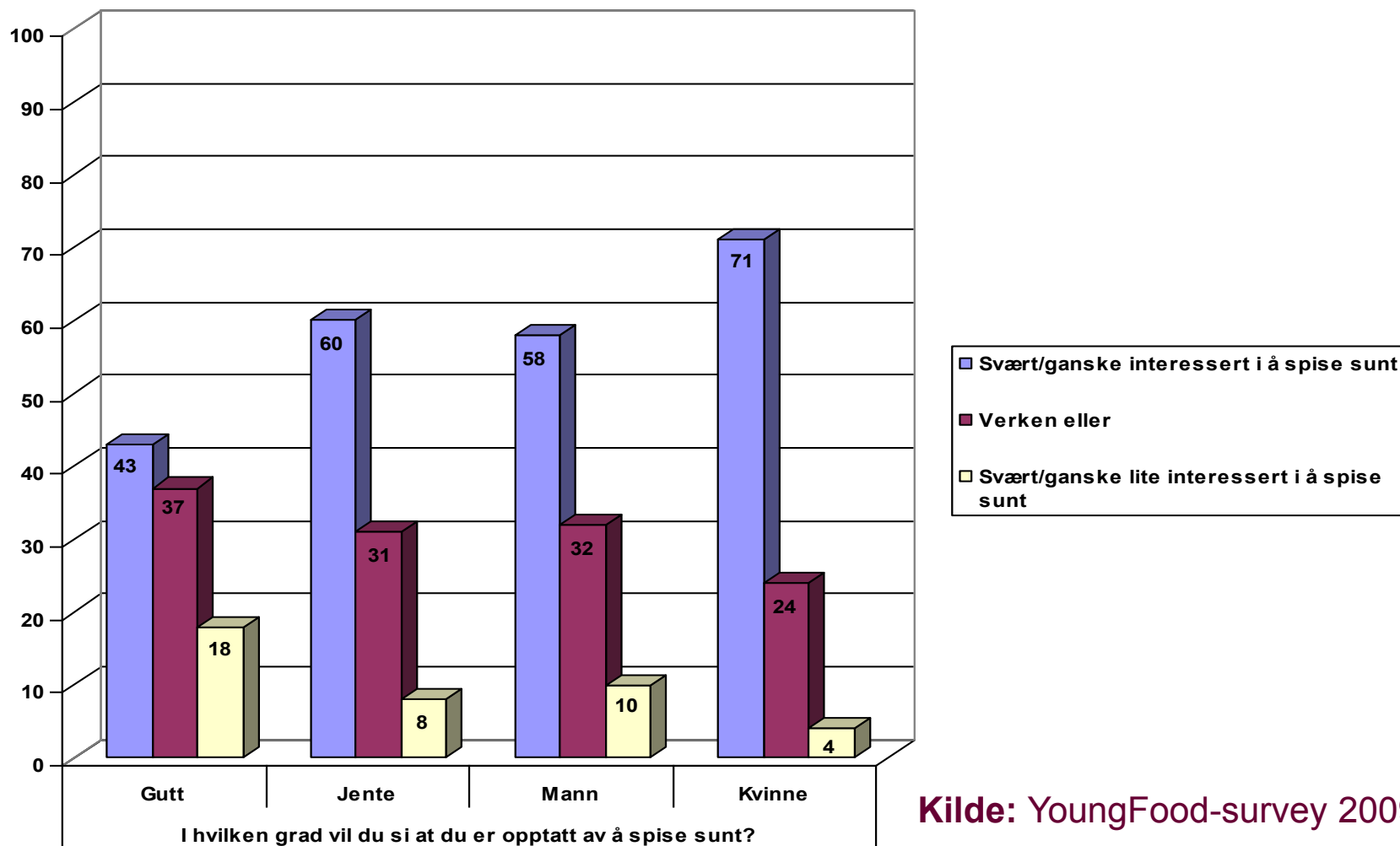
Helse, kropp og sunnhet

- sterke matkulturelle tendenser



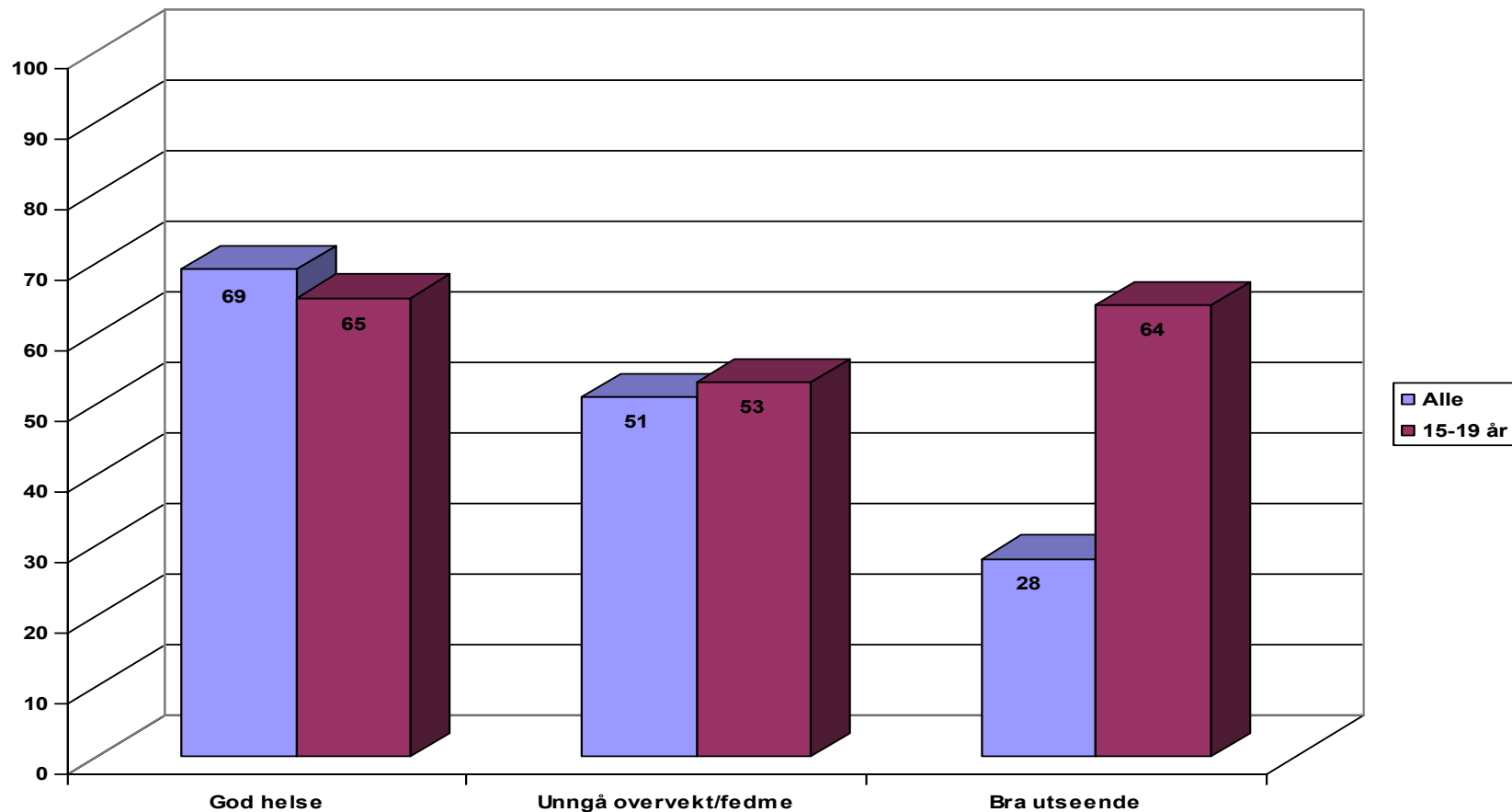
Kilde: Spisefakta 2008

Hvor opptatt er du av å spise sunt?



Kilde: YoungFood-survey 2009

Andel som mener følgende motivasjonsfaktorer er meget viktige for å spise sunt



Kilde: YoungFood-survey 2009

Hva er særlig viktig ved kjøp av mat og drikke?



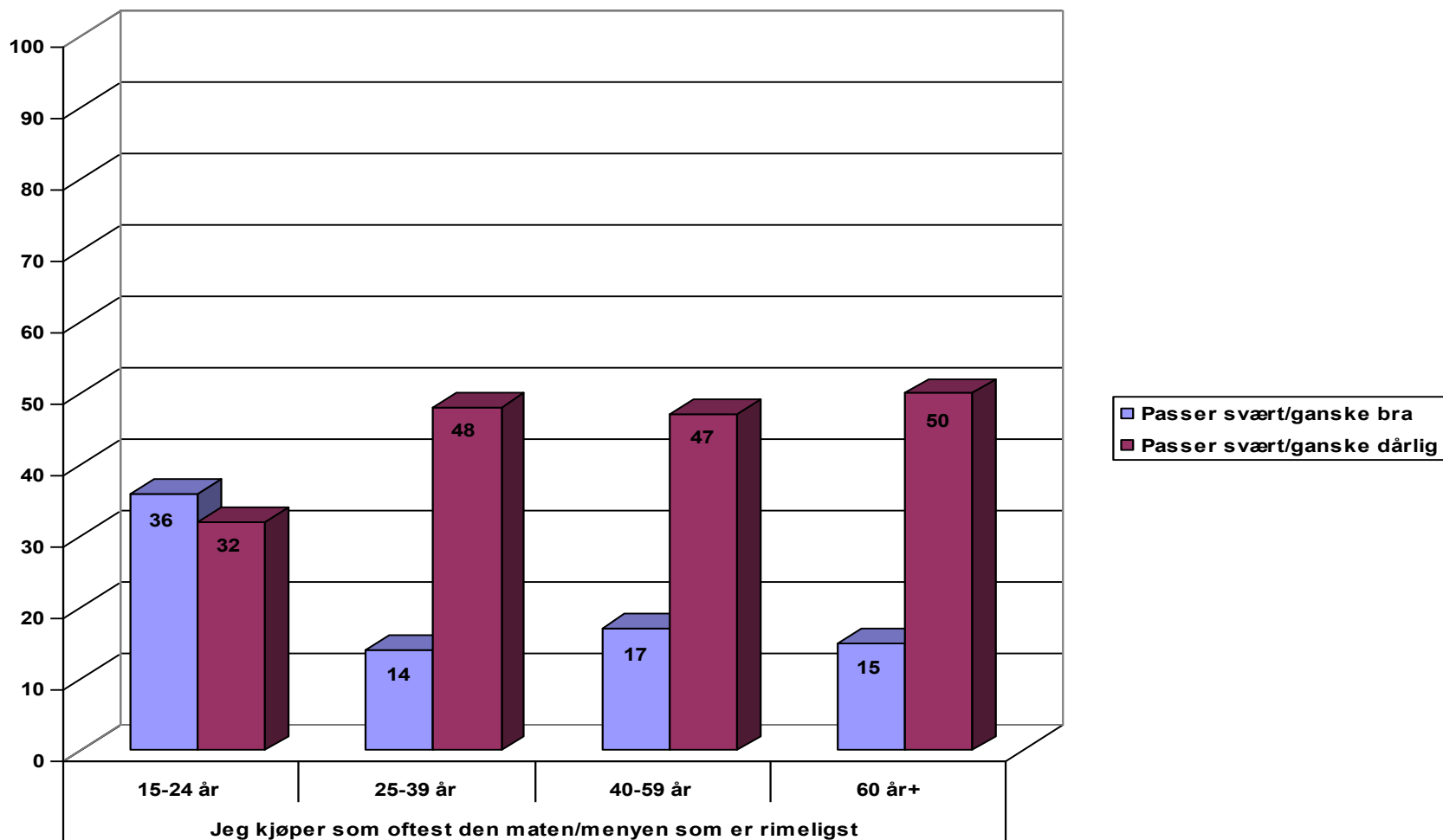
Lav pris

- 72 prosent i aldersgruppen 15-24 år legger spesielt stor vekt på dette.
- 51 prosent av befolkningen av befolkningen i sin helhet svarer det samme

Er sunt

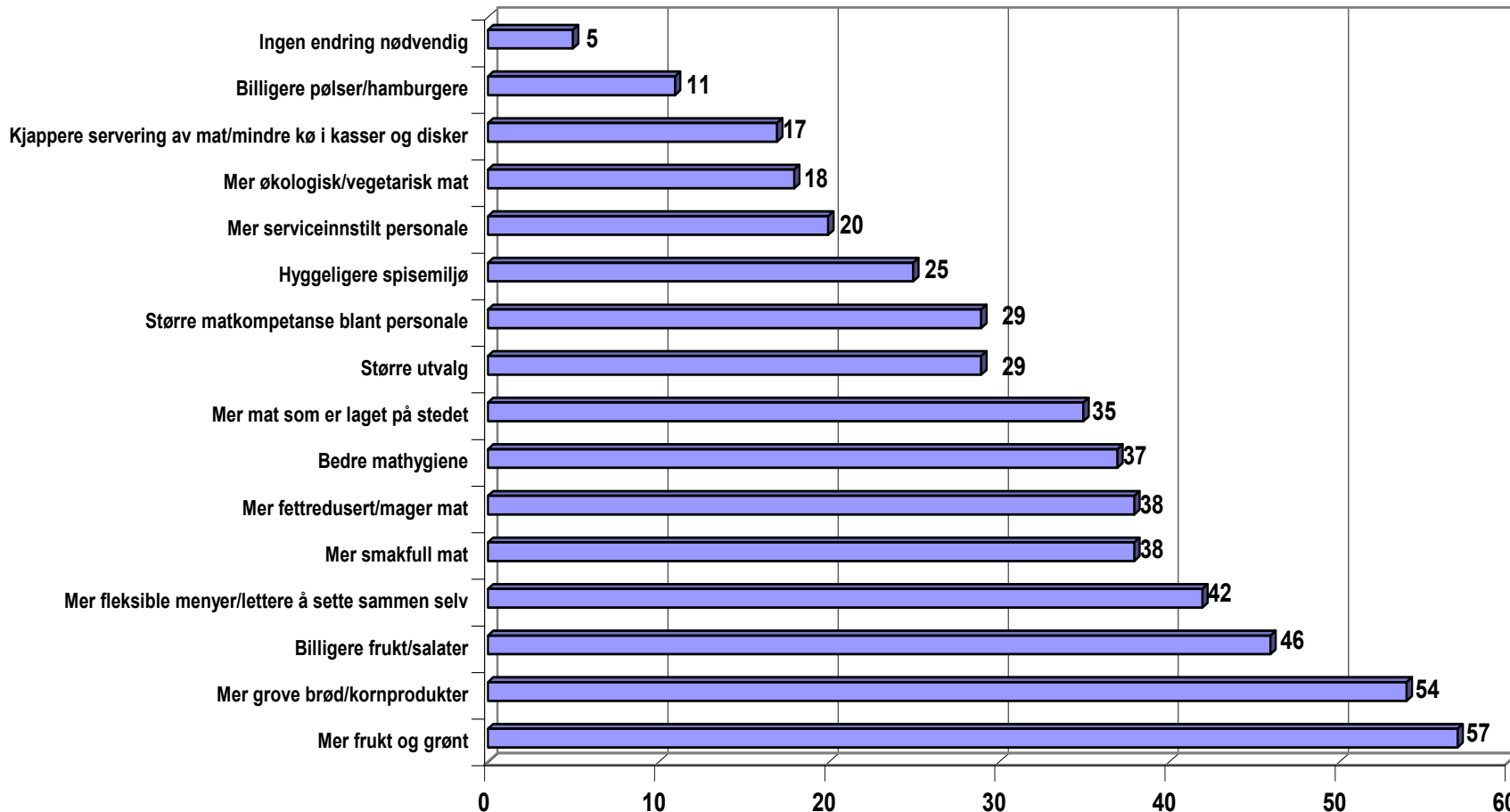
- 55 prosent i aldersgruppen 15-24 år legger spesielt stor vekt på dette.
- 59 prosent av befolkningen i sin helhet svarer det samme.

Lav pris!



Forslag til endringer

”Mener du det er behov for å innføre noen av disse endringene i dag?”



Ulike forbrukergrupper - ulike prioriteringer



Flere kvinner enn menn ønsker:

Mer frukt, grønt, grovt, magert, ferskt, vegetarisk/økologisk.

Flere menn enn kvinner ønsker:

Større utvalg

Flere unge enn eldre ønsker:

Billigere frukt/grønt/salater, magrere mat, større utvalg, hyggeligere spisemiljø/personale, økologisk/vegetarisk, billigere pølser/hamburgere.

Hvilke retter ville man med stor sannsynlighet ha valgt?



- Salatmeny
- Kyllingfilet
- Grov brødmat

- Scoret høyest på "retter man med stor sannsynlighet ville ha valgt".

Hvilke retter ville man med liten sannsynlighet ha valgt?

- Sushi
- Vegetar
- Fin brødmat
- Fiskeburger
- Kebab
- Mager pølse

- Scoret høyst på hva man med liten sannsynlighet ville ha valgt.



Agens vs. struktur

Andel som er helt eller delvis enig i følgende utsagn:

- Det er for mange steder som selger usunn mat i norske byer/tettsteder (60 prosent)
- Dårlig tilgang på sunn mat er en viktig årsak til overvekt og fedme (54 prosent)
- Usunn mat og drikke bør ikke selges der barn og unge ferdes (65 prosent)



Mat og prissetting



Andel som er helt eller delvis enig i følgende påstander:

- Momsen på frukt og grønt bør fjernes (88 prosent)
- Myndighetene bør fokusere på pris som et virkemiddel for å få folk til å spise sunnere (74 prosent)
- Fete og søte produkter bør bli dyrere (46 prosent)

Markedsføring og merking

Andel som er helt eller delvis enig i følgende påstander:

- Hurtigmatstedene bør pålegges å opplyse om matens/menyenes næringsinnhold (72 prosent)
- Det bør innføres sunnhetsmerking av hurtigmat/-menyer) (69 prosent)
- Markedsføring og reklame av hurtigmat med høyt innhold av fett og sukker bør forbys (39 prosent)



Et marked i utakt!

J.F. Kennedys 4 grunnleggende forbrukerrettigheter:

- Krav om sikkerhet,
- Rett til informasjon
- Retten til å velge
- Retten til å bli hørt.

Hvordan kan de ulike aktørene som har makt og innflytelse i dette markedet bidra til å gjøre det enklere for forbrukerne å foreta helseriktige valg?

Hvilke muligheter og begrensninger ser dere i å etterkomme mange av de forbrukerønskene som fremkom i vår studie?