



Handlevaner og holdninger til mat og holdbarhet

Befolkningsundersøkelse gjennomført av Norstat for Forbrukerrådet

September 2016



Utvalg og metode

Bakgrunn og formål

Spørsmålene er utarbeidet i samarbeid med Matvett AS, som arbeider for å forebygge og redusere matsvinnet i Norge. Formålet med undersøkelsen er å få innsikt i forbrukernes handlevaner, samt avdekke holdninger til mat og holdbarhet.

Undersøkelsen inneholdt blant annet en del påstander knyttet til holdbarhetsdato, samt planlegging og innkjøp av matvarer. Respondentene ble bedt om å ta stilling til den enkelte påstand ved å angi om de var helt enig, delvis enig, delvis uenig eller helt uenig. Det var også mulig å svare «vet ikke», men få benyttet seg av dette svaralternativet. Påstandene ble presentert i tilfeldig rekkefølge for hver respondent.

Målgruppe

Landsrepresentativt utvalg (internettbefolkning) 18 år+.

Utvalg

Undersøkelsen er gjennomført i Norstats respondentpanel, som består av cirka 83 000 nordmenn som har tilgang til internett. Medlemmene i panelet er primært rekruttert via landsrepresentative telefonundersøkelser. Utvalget blir trukket tilfeldig og proporsjonalt i forhold til den enkelte landsdels befolkningstall og kvoterer på kjønn og fylke.

Resultatene er veiet på kjønn, alder og geografi i henhold til offentlig statistikk.

Metode/tidsperiode feltarbeid

Datainnsamlingen ble gjennomført som web-intervju i mai (uke 20-21) 2016.

Antall intervju

1020 intervju.





Oppsummering og resultater



Oppsummering (1 av 4)

Som tidligere undersøkelser viser, handler norske forbrukere mat flere ganger i uken.

- Tre av fire husstander gjør matinnkjøp flere ganger i løpet av en uke, mens totalt sju prosent handler matvarer hver dag. 17 prosent handler en gang i uken, og kun én prosent oppgir at de handler sjeldnere enn dette. I husholdninger med flere enn tre personer er det 11 prosent som oppgir at de handler matvarer hver dag, mens i mindre husholdninger, med en eller to personer, er andelen som handler hver dag kun fire prosent.

Det er ikke uvanlig at vi handler flere eller andre matvarer enn vi trenger.

- Fire av ti svarer at de kjøper mer enn de trenger hver gang eller ofte når de handler mat, mens kun 12 prosent sjelden eller aldri kjøper flere eller andre varer enn de trenger. Resultatene viser at de som handler hver dag er langt mer tilbøyelig til å ta med seg varer som ikke står på handlelista, sammenlignet med de som ikke handler mat daglig.

Mange forbrukere ser ut til å være prisstyrt når det gjelder matinnkjøp.

- To av tre sier de kjøper flere eller andre matvarer enn de trenger fordi varen er på tilbud. Tilbud og nedprisede varer, samt ønske om å prøve nye varer, er det som i størst grad gjør at forbrukerne handler flere eller andre matvarer enn de trenger. Det er også en drivfaktor å være sulten når man handler, og ferske varer frister til kjøp. Manglende eller unøyaktig handleliste, mangel på oversikt og feilberegning er blant andre årsaker som nevnes til at handlekurven blir mer velfylt enn nødvendig.

Mer enn halvparten oppgir å bruke handleliste, som er på samme nivå som i 2013.

- To av ti bruker alltid handleliste når de handler mat, mens 38 prosent svarer at de ofte benytter dette. En av fire bruker handleliste av og til. Flertallet skriver handlelisten på papir, men bruk av digital handleliste er heller ikke uvanlig. Bruk av digital handleliste er mest utbredt blant unge voksne. De fleste lager handlelister på et nokså overordnet nivå, både når det gjelder beskrivelse av varene og mengdeangivelse.



Oppsummering (2 av 4)

Datomerking og holdbarhetsdato er noe et flertall sier de forholder seg aktivt til, men vi ser visse forskjeller mellom yngre og eldre forbrukere.

- En av tre (34 prosent) sjekker alltid datomerkingen på matvarer før de kjøper dem, og fire av ti (39 prosent) sjekker ofte datomerkingen. Blant de som er over 60 år sjekker fire av ti (41 prosent) alltid datomerkingen, en nesten dobbelt så høy andel som blant unge voksne under 30 år (22 prosent).
- Åtte av ti er helt (45 prosent) enig eller delvis (35 prosent) enig i at de alltid sjekker om en matvare er spiselig før de kaster den, uavhengig av holdbarhetsdato. De som er over 60 år sier seg i større grad helt enig (59 prosent) enn yngre aldersgrupper, og en større andel kvinner (52 prosent) enn menn (35 prosent) er helt enig i at de alltid sjekker matvarer før de går i søpla.
- Tre av fire (76 prosent) sier seg helt eller delvis enig i at de alltid velger matvarer med lengst holdbarhetsdato. Dette gjelder uansett når de planlegger å spise varen.
- Tre av fire (73 prosent) er helt eller delvis enig i at det er enkelt å finne datomerkingen på matvarer.
- Sju av ti sier seg helt eller delvis enig i at de gjerne spiser matvarer som har gått ut på «Best før»-dato.
- To av tre (65 prosent) er helt eller delvis enig i at en vare med kort holdbarhetsdato må være nedpriset for at de skal velge den. Totalt sett sier drøyt tre av ti over 30 år seg helt enig i dette, mens kun to av ti under 30 år er av samme oppfatning.
- 57 prosent av de spurte sier de ville respondert positivt på en oppfordring fra butikken til å velge varer med kortere holdbarhetsdato, for å redusere matkasting i butikk.
- Over halvparten (54 prosent) er helt eller delvis enig i at de gjerne velger varer med kort holdbarhetsdato dersom de vet at de skal bruke varen før den går ut på dato.



Oppsummering (3 av 4)

På et åpent spørsmål om hva respondentene mener er det viktigste tiltaket *de som forbrukere* kan gjøre for at dagligvarebutikkene skal kaste mindre mat, var aktiv bruk av datostempling og holdbarhetsdato, samt pris det som ble nevnt av flest.

- En av fire respondenter nevner tiltak knyttet til datomerking og holdbarhetsdato når det gjelder hva de som forbrukere kan bidra med.
- 23 prosent nevner forhold som har med nedsatt pris og tilbud å gjøre, og kan forstås dithen at forbrukerne må bli flinkere til å kjøpe nedprisede varer – underforstått varer som er rabattert fordi de har kort holdbarhetsdato.
- Øvrige tiltak som nevnes er kun å kjøpe det man trenger, planlegge bedre, kjøpe mindre og være mer bevisst.
- En av fem har ingen forslag til tiltak forbrukerne selv kan gjøre for å hjelpe butikkene å kaste mindre mat.

På åpent spørsmål om hva dagligvarebutikkene selv kan gjøre for å få bukt med matkastingen, var prissetting og bedre planlegging av innkjøp til butikk det som ble nevnt av flest.

- 45 prosent mener butikkene må sette ned prisen på varer som snart går ut på dato.
- En av fem mener butikkene må bli bedre til å beregne sine innkjøp, ta inn færre varer og lignende tiltak.
- Seks prosent foreslår å gi bort varer (med kort holdbarhetsdato) til veldedige organisasjoner som fordeler maten videre.
- Det bemerkes også at butikkene bør sørge for at varer med lengst holdbarhetsdato står bakerst i hyllene, at varer med kort holdbarhetsdato kan ha egen plassering i butikken, samt at butikkene gjerne kan gi forbrukerne mer informasjon om holdbarhet (også utover datomerking).



Oppsummering (4 av 4)

Et flertall ser ut til å ha en bevissthet rundt tiltak som kan føre til mindre matkasting hjemme. Både økonomi og miljøhensyn oppgis som motivasjon.

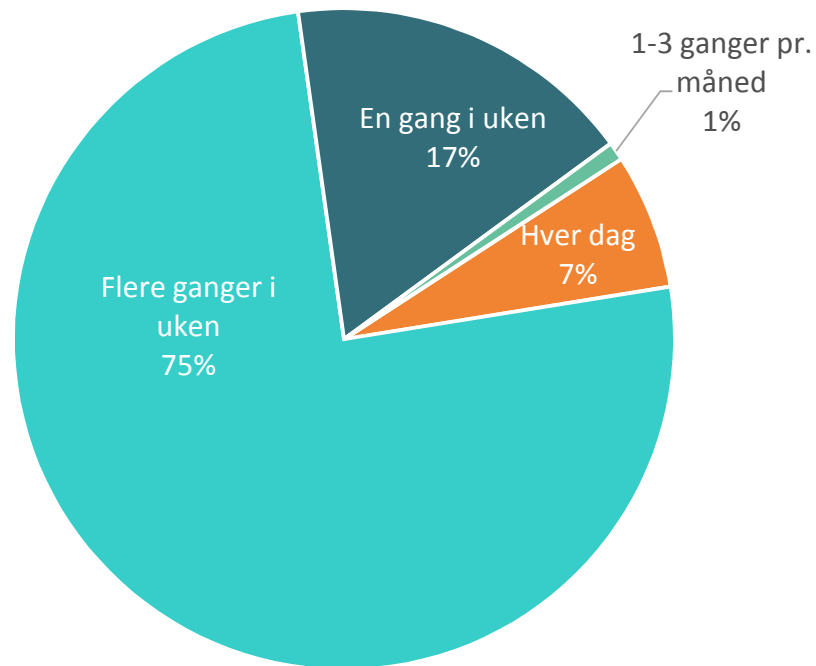
- Ni av ti er helt eller delvis enig i at de er nøye med å velge ut frukt og grønnsaker som er uten skader og flekker.
- 1 av 4 er helt enig i at de tar hensyn til råvarene i kjøleskapet når de planlegger middag, mens 48 prosent er delvis enig i denne påstanden.
- 86 prosent er helt eller delvis enig i at de er opptatt av å kjøpe riktig mengde mat for å spare penger.
- Tilsvarende hevder en nesten like stor andel (82 prosent helt eller delvis enig) at de er opptatt av å kjøpe riktig mengde mat for å spare miljøet og kaste mindre.

Over 50 prosent mener det ikke er så viktig at en dagligvarebutikk har et like stort utvalg av brød, ferskvarer, frukt og grønt rett før stengetid som resten av dagen.



3 av 4 husstander gjør matinnkjøp flere ganger i løpet av en uke, mens 7 prosent handler matvarer hver dag. 17 prosent handler en gang i uken, og kun én prosent oppgir at de handler sjeldnere enn dette.

Omtrent hvor ofte handler du eller andre i husstanden matvarer?

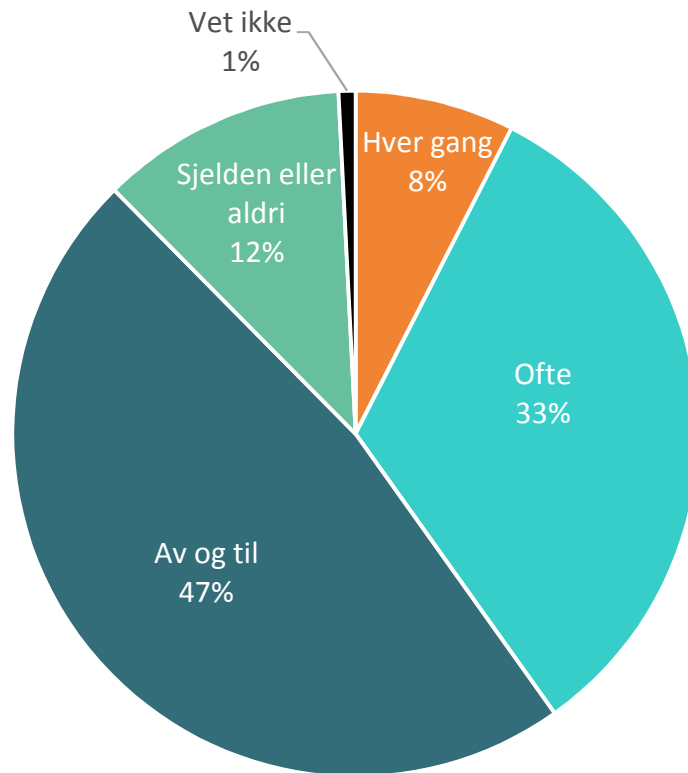


Base: 1 020 intervju.



4 av 10 svarer at de kjøper mer enn de trenger hver gang eller ofte når de handler mat. Nesten halvparten sier de gjør det av og til, mens kun 12 prosent sier de sjelden handler flere eller andre varer enn de trenger.

Hvor ofte vil du anslå at du kjøper flere varer eller andre varer enn du trenger når du handler matvarer?



Andeler som kjøper flere/andre varer enn de trenger *hver gang* de handler mat, fordelt på handlehyppighet

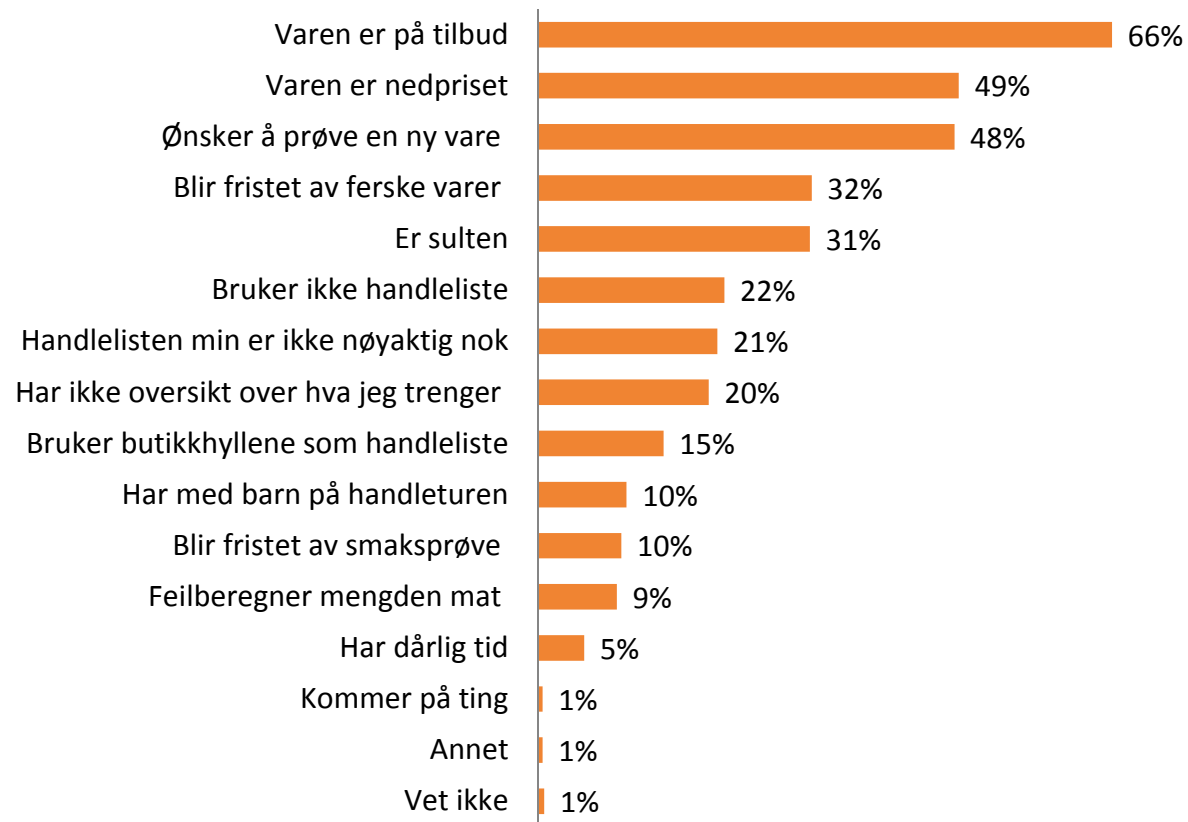
Total	8%
Hver dag	28%
Flere ganger i uken	6%
En gang i uken	7%

Base: 1 020 intervju.



Tilbud og nedprisede varer, samt ønske om å prøve nye varer er det som i størst grad gjør at forbrukerne handler flere eller andre matvarer enn de trenger. Det er også en drivfaktor å være sulten når man handler, og ferske varer frister til å kjøpe.

Hvorfor kjøper du flere eller andre matvarer enn du trenger når du handler?

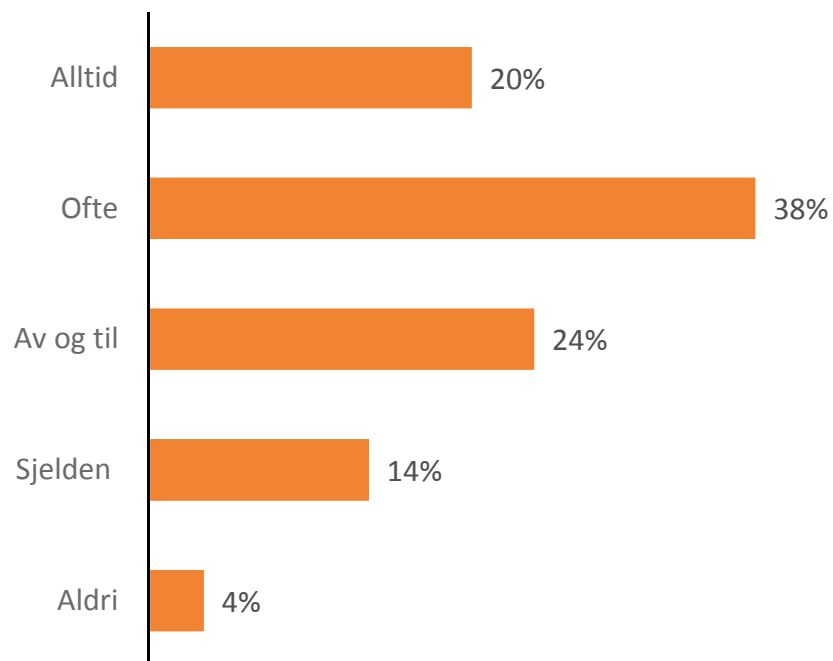


Base: 893 intervju. Filter: Kjøper flere/andre matvarer enn de trenger.

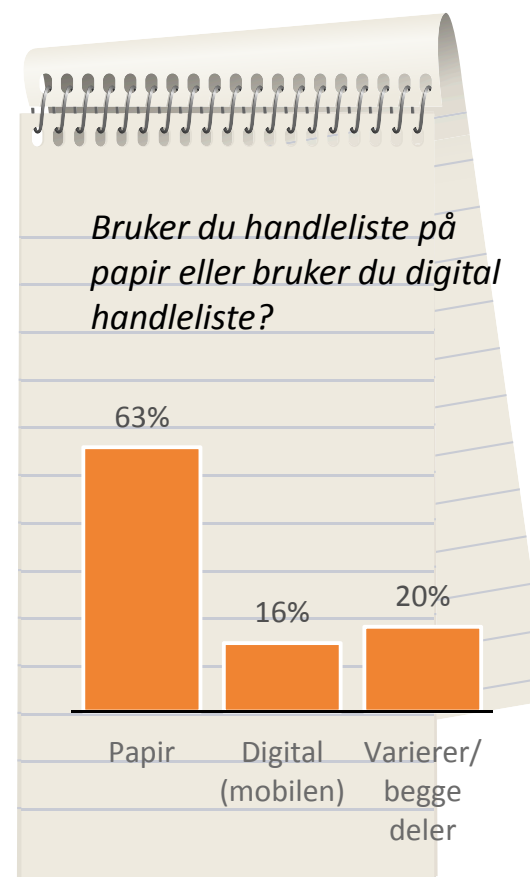


Mer enn halvparten bruker alltid eller ofte handleliste når de handler mat. Handleliste på papir er mest vanlig.

Hvor ofte bruker du handleliste når du handler mat?



Base: 1 020 intervju.

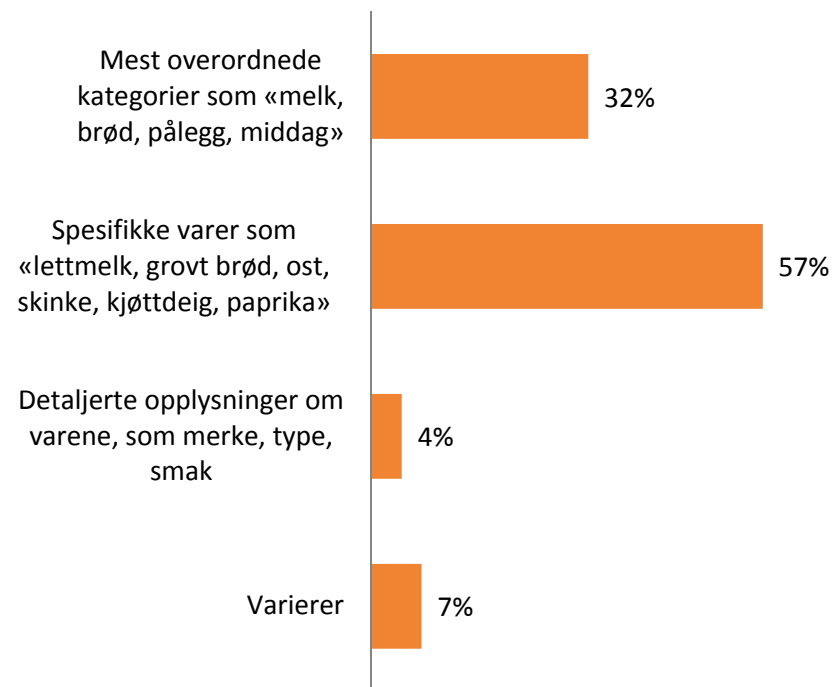


Base: 983 intervju. Filter: Bruker handleliste

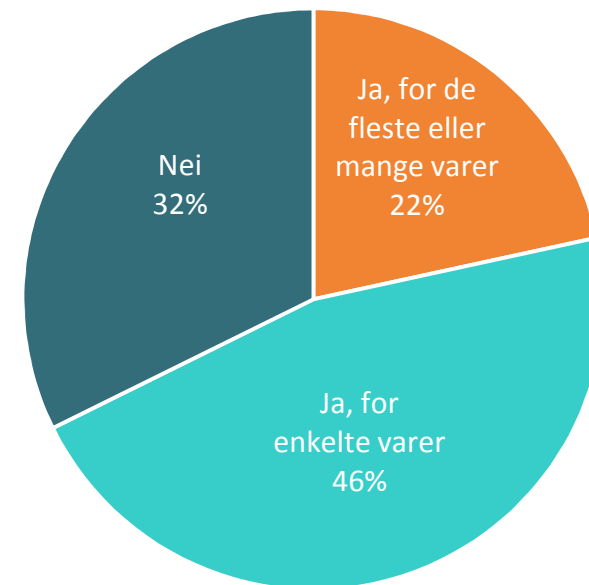


De fleste lager handlelister på et nokså overordnet nivå, både når det gjelder beskrivelse av varene og mengdeangivelse.

Hvor detaljert pleier handlelisten din å være?



Pleier handlelisten din å angi hvor mye du trenger av hver vare (antall, mengde eller pakningsstørrelse)?

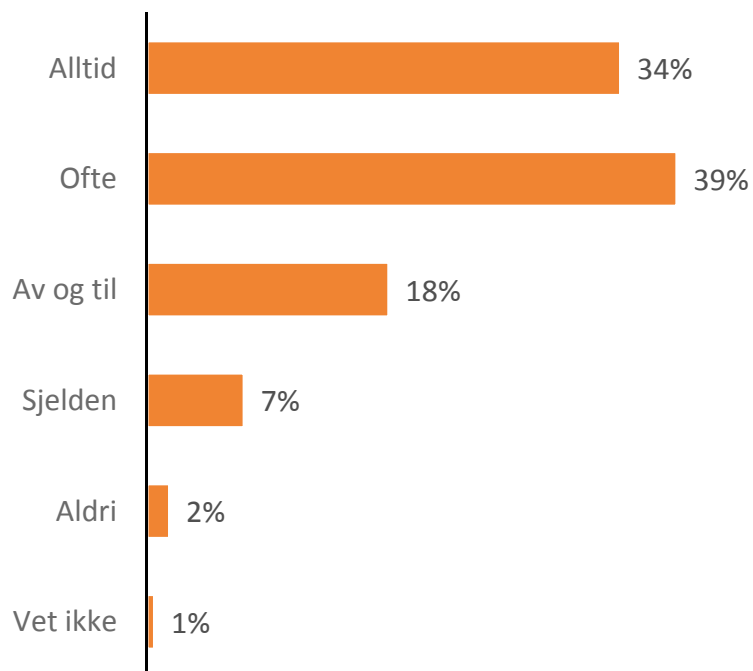


Base: 983 intervju. Filter: bruker handleliste.



1 av 3 sjekker alltid datomerkingen på matvarer før de kjøper dem.

Hvor ofte sjekker du datomerkingen på matvarer før du kjøper dem?



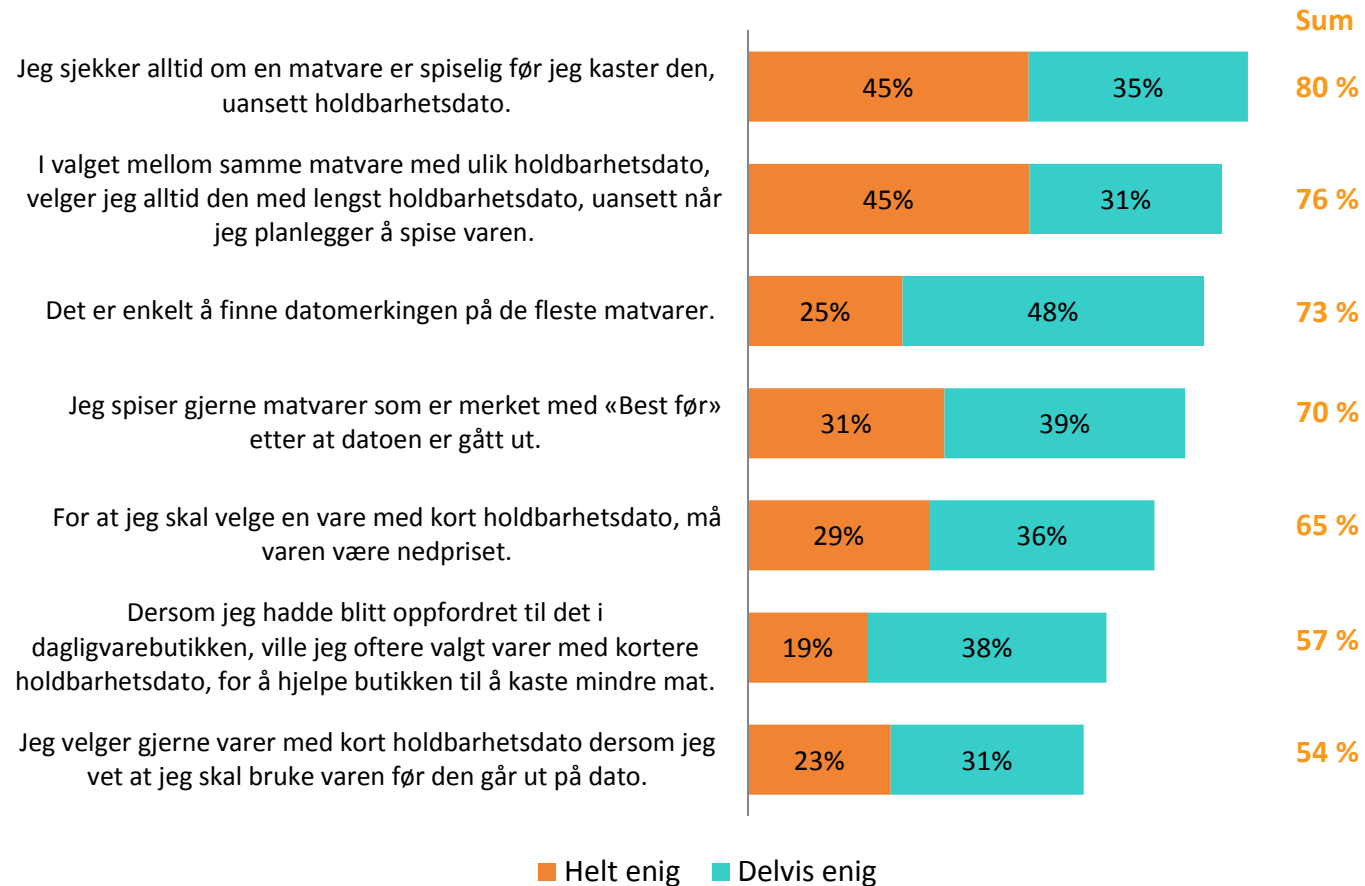
Andeler som *alltid* sjekker datomerking på matvarer, fordelt på aldersgrupper

Total	34%
18-29 år	22%
30-44 år	32%
45-59 år	40%
60 år+	41%

Base: 1 020 intervju.



Andeler som er enig i ulike påstander knyttet til holdbarhetsdato på matvarer.

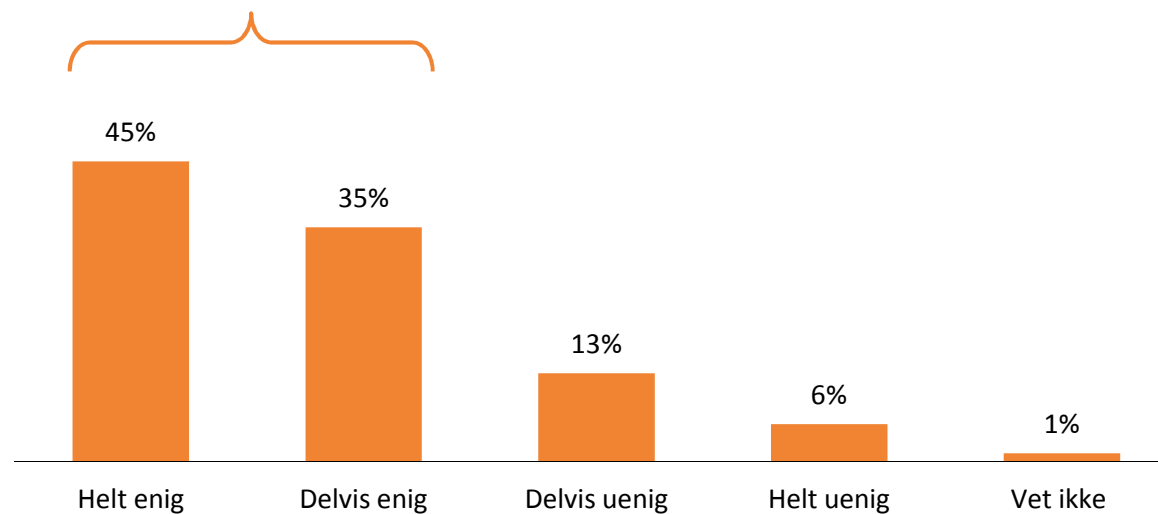


Base: 1 020 intervju.



8 av 10 er helt eller delvis enig i at de alltid sjekker om en matvare er spiselig før de kaster den, uavhengig av holdbarhetsdato.

Jeg sjekker alltid om en matvare er spiselig før jeg kaster den, uansett holdbarhetsdato.



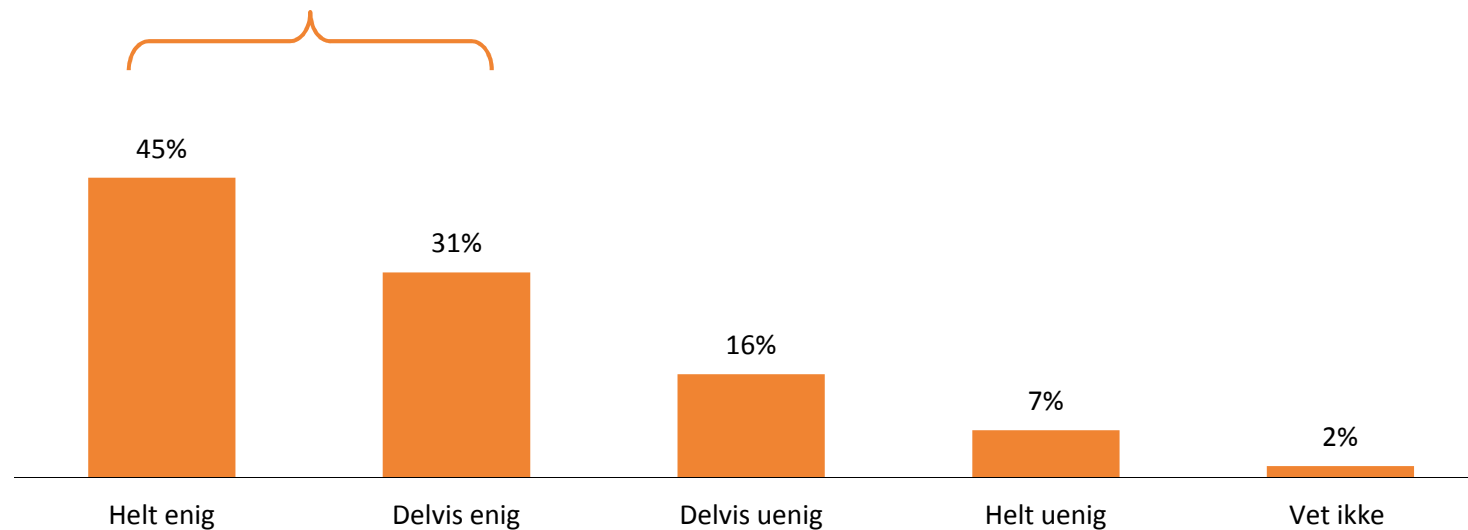
Andeler som er helt enig i påstanden, fordelt på kjønn og aldersgrupper	
Total	45%
Menn	38%
Kvinner	52%
18-29 år	40%
30-44 år	35%
45-59 år	44%
60 år+	59%

Base: 1 020 intervju.



3 av 4 sier seg helt eller delvis enig i at de alltid velger matvarer med lengst holdbarhetsdato.

I valget mellom samme matvare med ulik holdbarhetsdato, velger jeg alltid den med lengst holdbarhetsdato, uansett når jeg planlegger å spise varen.

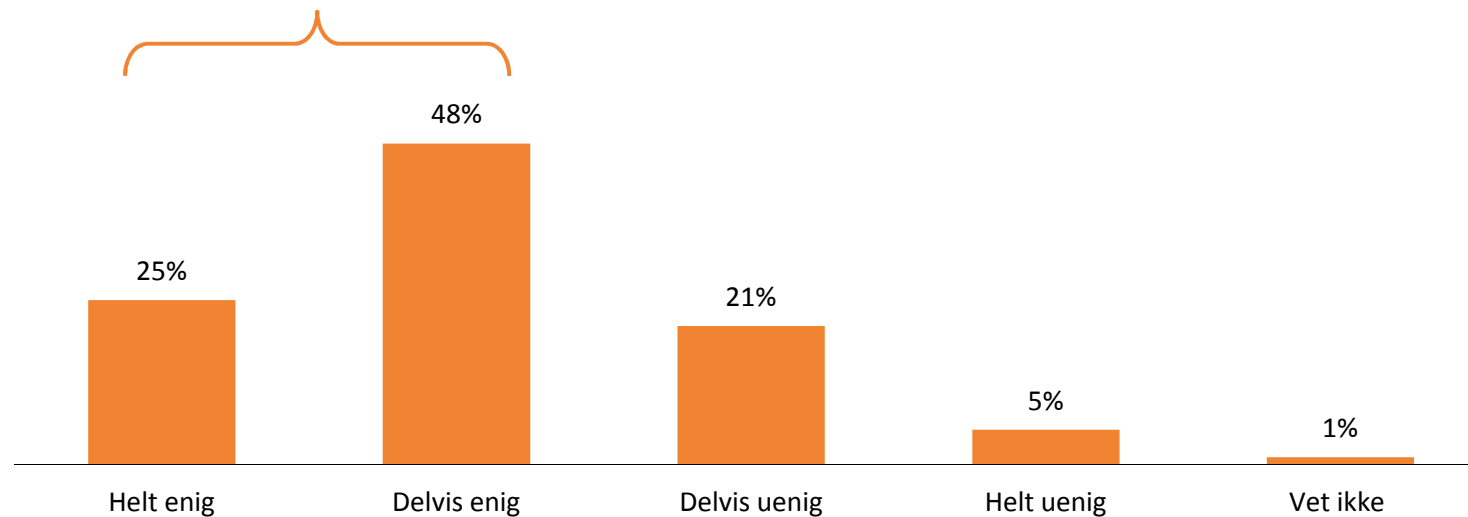


Base: 1 020 intervju.



3 av 4 er helt eller delvis enig i at det er enkelt å finne datomerkingen på matvarer.

Det er enkelt å finne datomerkingen på de fleste matvarer.

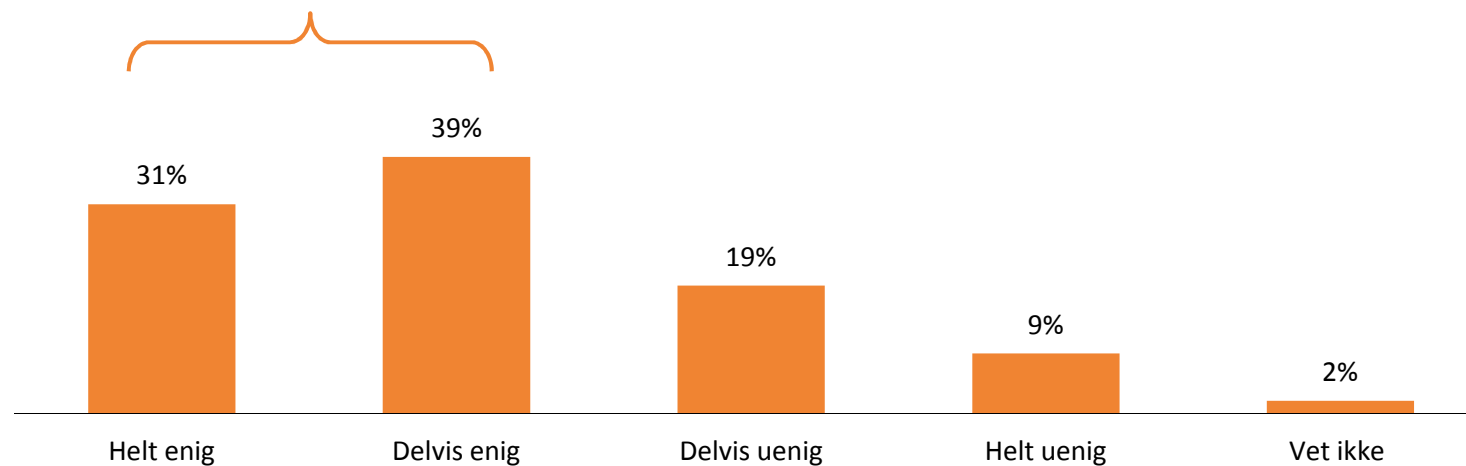


Base: 1 020 intervju.



7 av 10 sier seg helt eller delvis enig i at de gjerne spiser matvarer som har gått ut på «Best før»-dato.

Jeg spiser gjerne matvarer som er merket med «Best før» etter at datoen er gått ut.

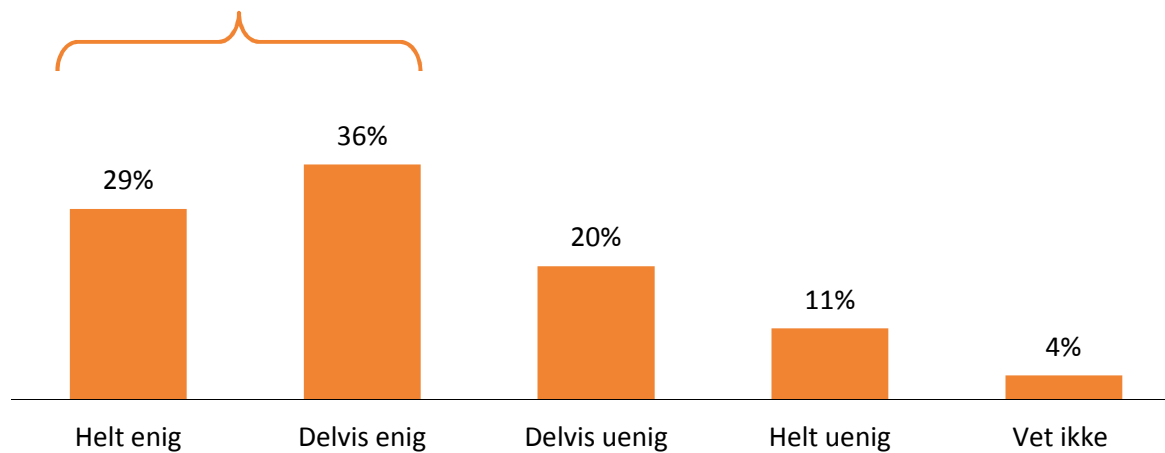


Base: 1 020 intervju.



2 av 3 er helt eller delvis enig i at en vare med kort holdbarhetsdato må være nedpriset for at de skal velge den.

For at jeg skal velge en vare med kort holdbarhetsdato, må varen være nedpriset.



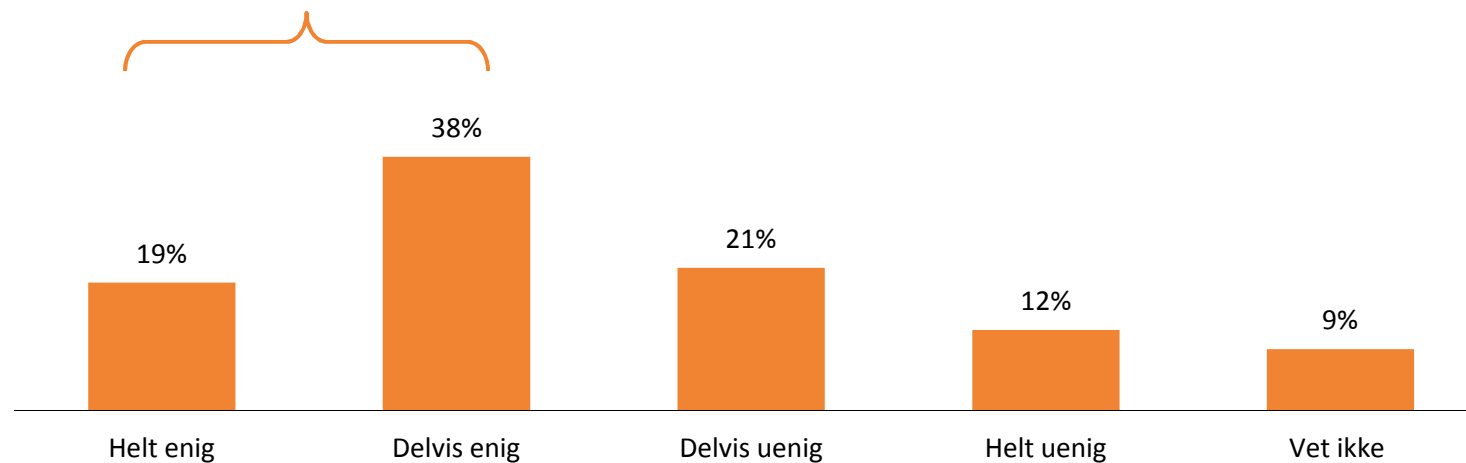
Andeler som er helt enig i påstanden, fordelt på aldersgrupper	
Total	29%
18-29 år	21%
30-44 år	31%
45-59 år	30%
60 år+	32%

Base: 1 020 intervju.



57 prosent av de spurte sier de ville respondert positivt på en oppfordring fra dagligvarebutikken til å velge varer med kortere holdbarhetsdato.

Dersom jeg hadde blitt oppfordret til det i dagligvarebutikken, ville jeg oftere valgt varer med kortere holdbarhetsdato, for å hjelpe butikken til å kaste mindre mat.

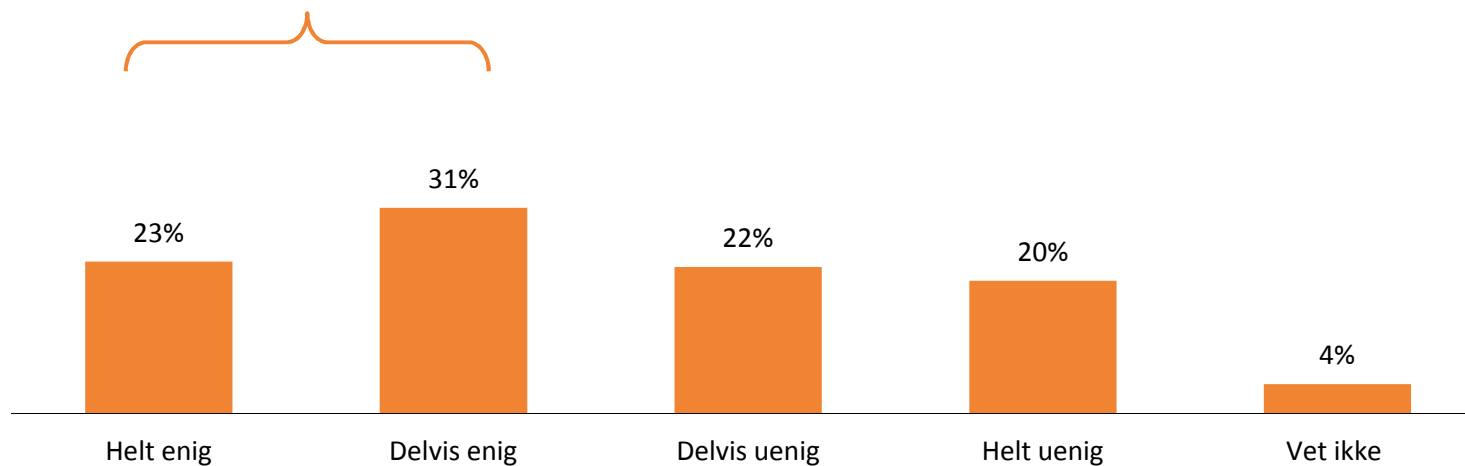


Base: 1 020 intervju.



Over halvparten (54 prosent) er helt eller delvis enig i at de gjerne velger varer med kort holdbarhetsdato dersom de vet at de skal bruke varen før den går ut på dato.

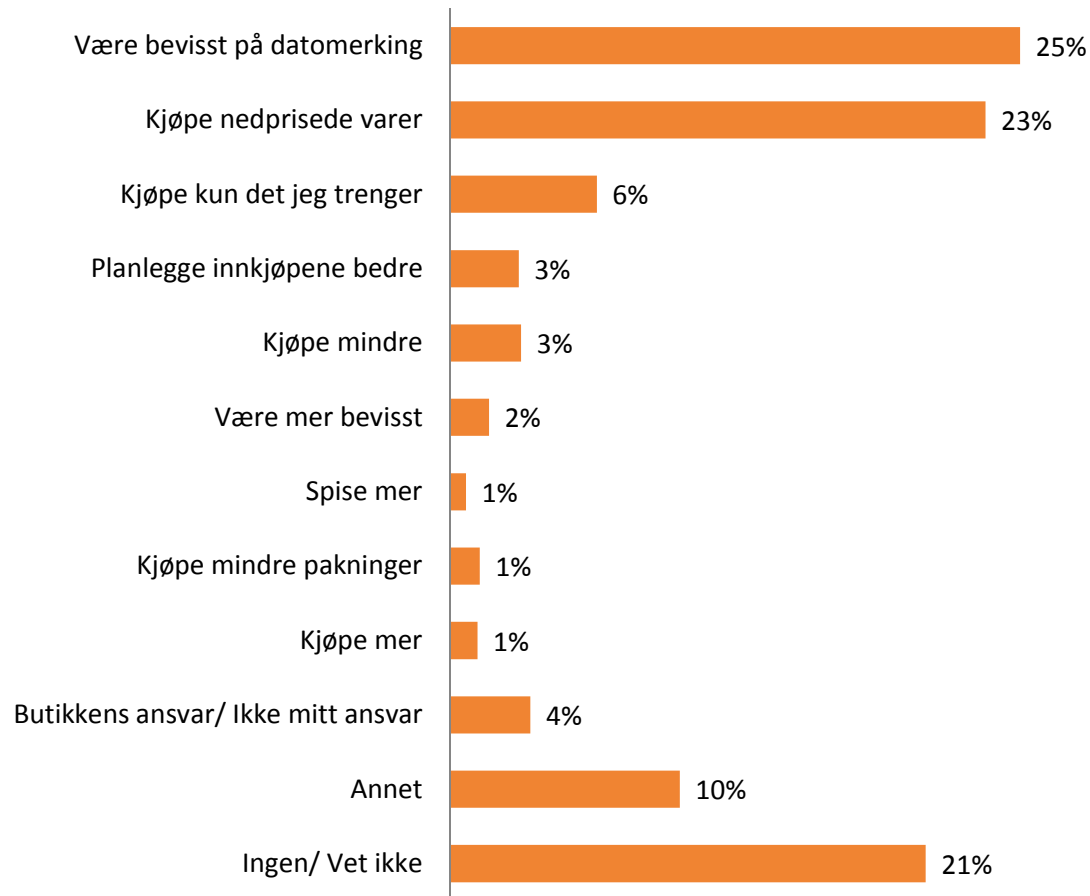
Jeg velger gjerne varer med kort holdbarhetsdato dersom jeg vet at jeg skal bruke varen før den går ut på dato.



Base: 1 020 intervju.



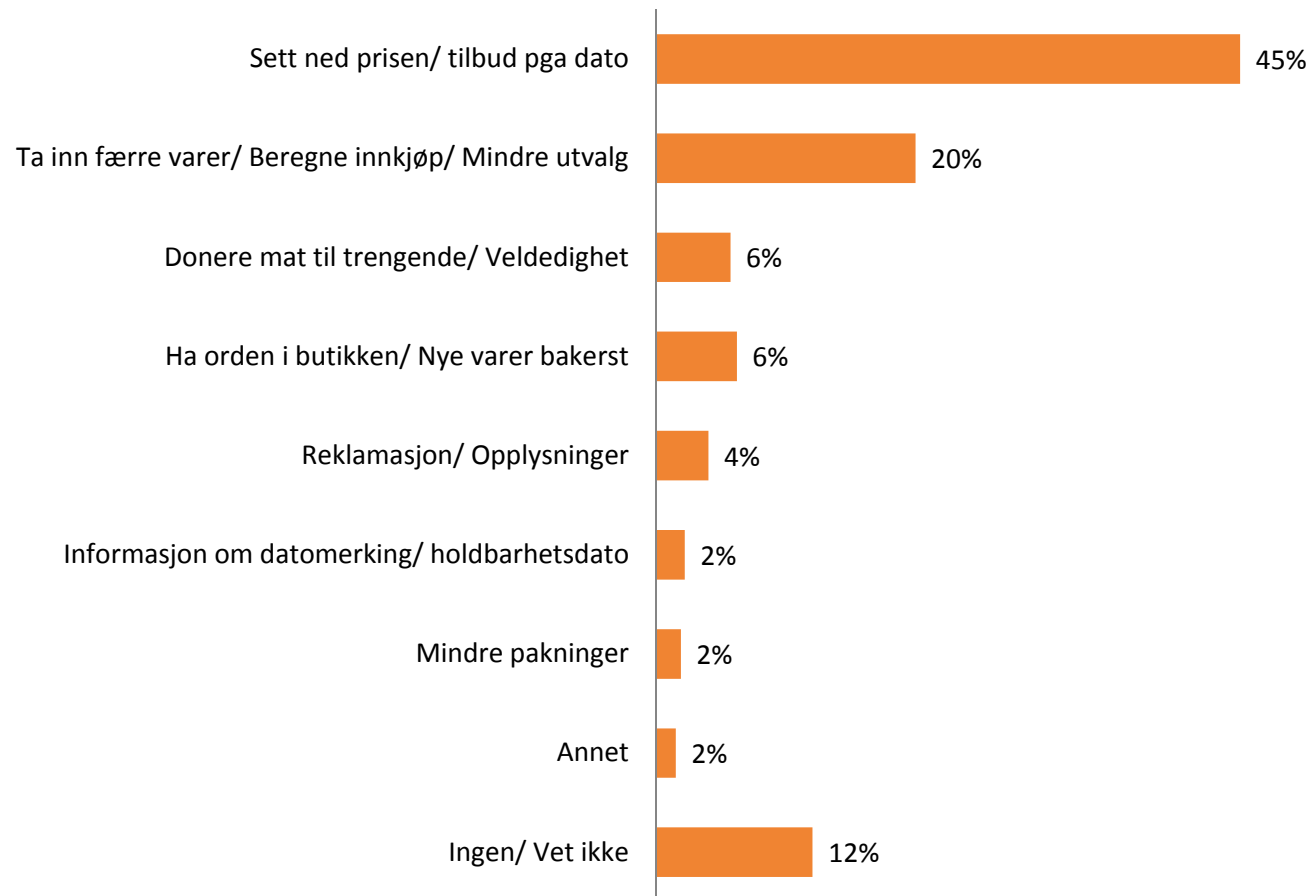
Hva mener du er det viktigste tiltaket du som forbruker kan gjøre for at dagligvarebutikkene skal kaste mindre mat?



Base: 1 020 intervju.



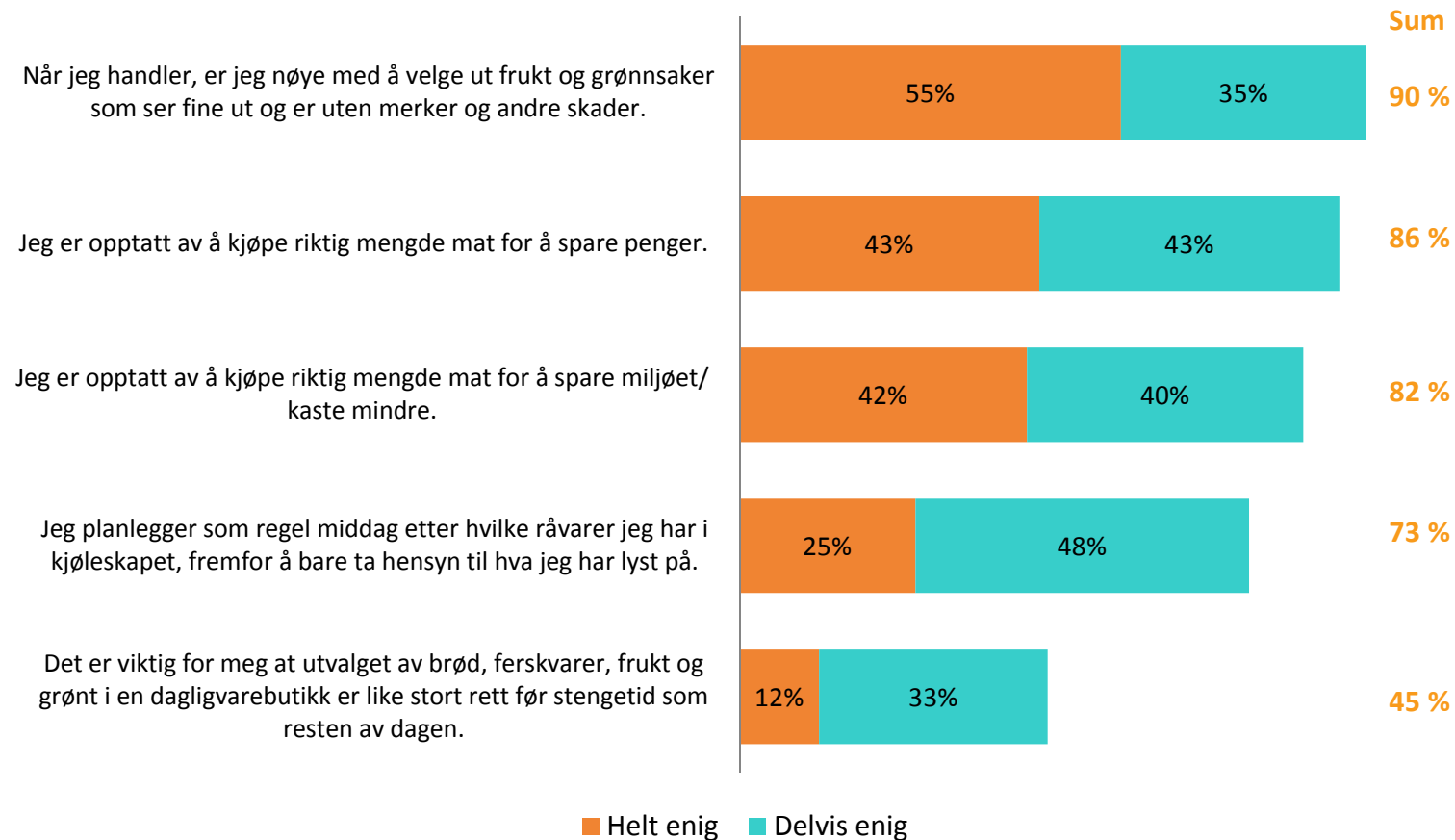
Hva mener du er det viktigste tiltaket dagligvarebutikkene kan gjøre for at de skal kaste mindre mat?



Base: 1 020 intervju.



Andeler som er enig i ulike påstander knyttet til planlegging og innkjøp av matvarer.

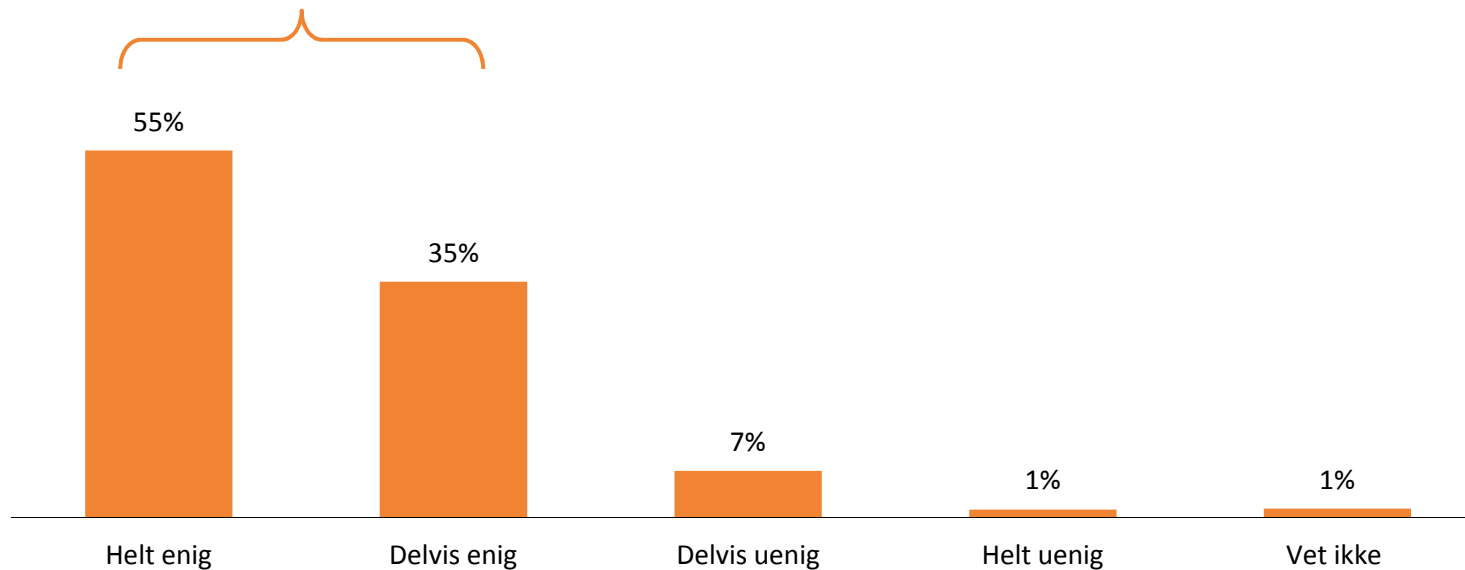


Base: 1 020 intervju.



9 av 10 er helt eller delvis enig i at de er nøye med å velge ut frukt og grønnsaker som er plettfrie.

Når jeg handler, er jeg nøye med å velge ut frukt og grønnsaker som ser fine ut og er uten merker og andre skader.

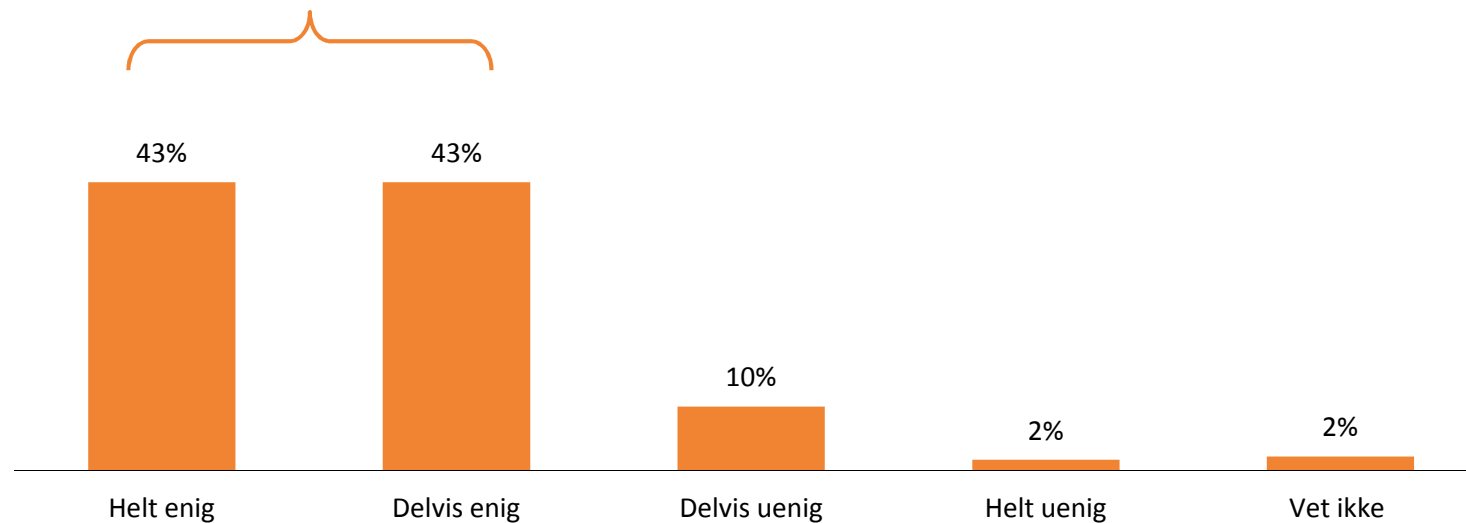


Base: 1 020 intervju.



Å spare penger ser ut til å være en viktig motivasjon hos de fleste forbrukere for å kjøpe riktig mengde mat.

Jeg er opptatt av å kjøpe riktig mengde mat for å spare penger.

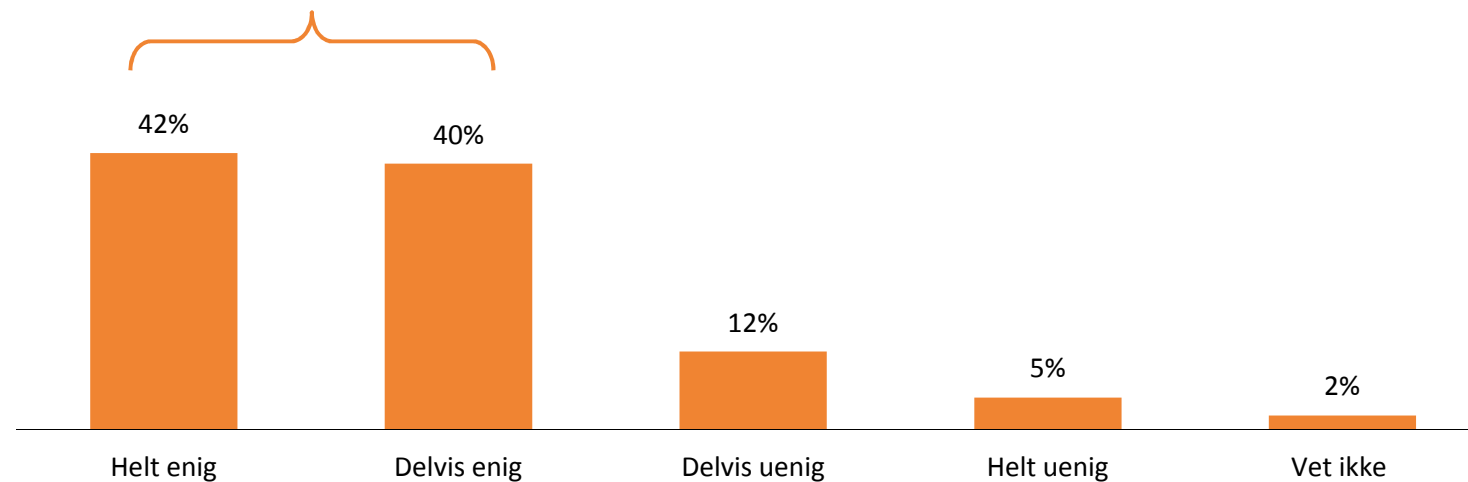


Base: 1 020 intervju.



Mange forbrukere er opptatt av å kjøpe riktig mengde mat av miljøhensyn og fordi de ønsker å kaste mindre.

Jeg er opptatt av å kjøpe riktig mengde mat for å spare miljøet/ kaste mindre.

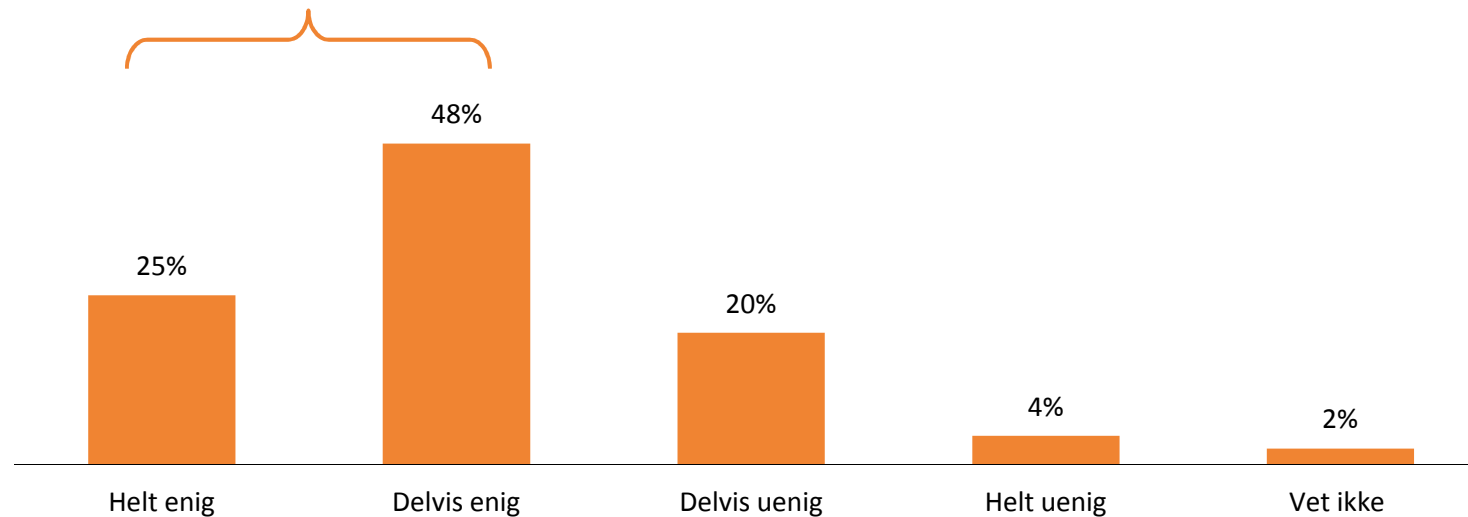


Base: 1 020 intervju.



1 av 4 er helt enig i at de tar hensyn til råvarene i kjøleskapet når de planlegger middag, mens 48 prosent er delvis enig i denne påstanden.

Jeg planlegger som regel middag etter hvilke råvarer jeg har i kjøleskapet, fremfor å bare ta hensyn til hva jeg har lyst på.

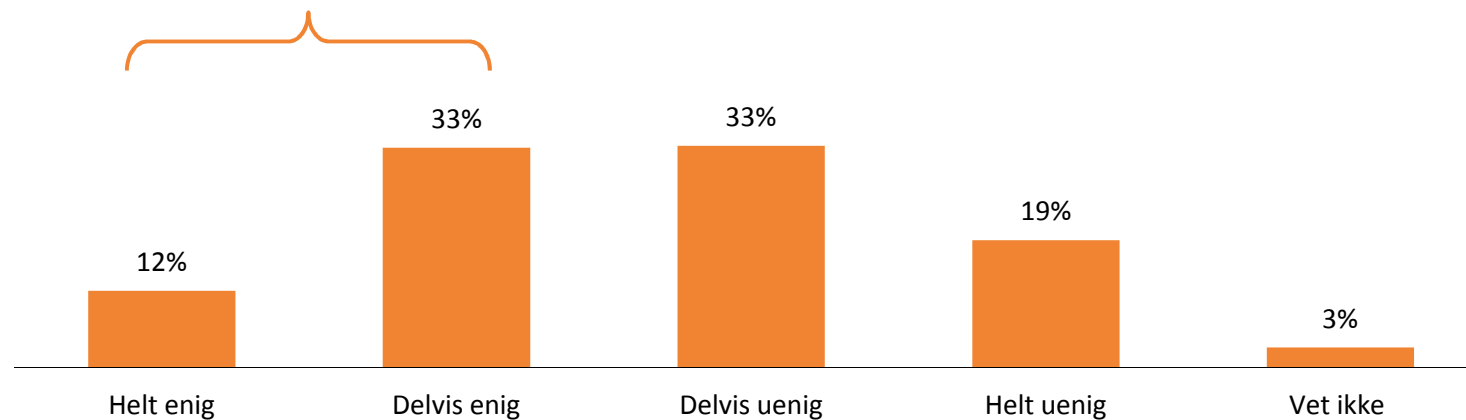


Base: 1 020 intervju.



45 prosent av de spurte er helt eller delvis enig i at det er viktig at en dagligvarebutikk har et like stort utvalg av brød, ferskvarer og frukt og grønt i hele åpningstiden. Det betyr også at over halvparten ikke tillegger dette så stor betydning.

Det er viktig for meg at utvalget av brød, ferskvarer, frukt og grønt i en dagligvarebutikk er like stort rett før stengetid som resten av dagen.



Base: 1 020 intervju.

