Eat4Change

Kostval och matvanor hos unga i Sverige

En nationell rapport baserad på en internationell studie

WWF

CO-FUNDED BY THE EUROPEAN UNION

The project is co-funded by the European Union. Its contents are the sole responsibility of WWF and other Eat4Change project partners and do not necessarily reflect the views of the European Union.

#Eat4Change

Ursprunget prio för 8 av 10 – etik viktigt för unga

Hänsyn till matens ursprung är både **viktigast** för flest svenskar (44%) och toppar när de svarande får ange upp till fem kriterier (83%). Hänsyn till vad maten innehåller är viktigt för väsentligen färre (10% förstaval, 43% topp fem). Var sjätte (17%) prioriterar att köpa av etiska organisationer, en grupp som växer till varannan (56%) när de får ange fler svar än ett.

- Fler yngre svarar att de väljer mat utifrån värderingar och att de köper av etiska organisationer (21 vs 14-15%).

En dominerande andel av den svenska allmänheten äter kött, fisk och mjölkprodukter (95%). Vegetarianerna utgör cirka 5 procent. Vi har långt kvar till en mer miljöanpassad diet.

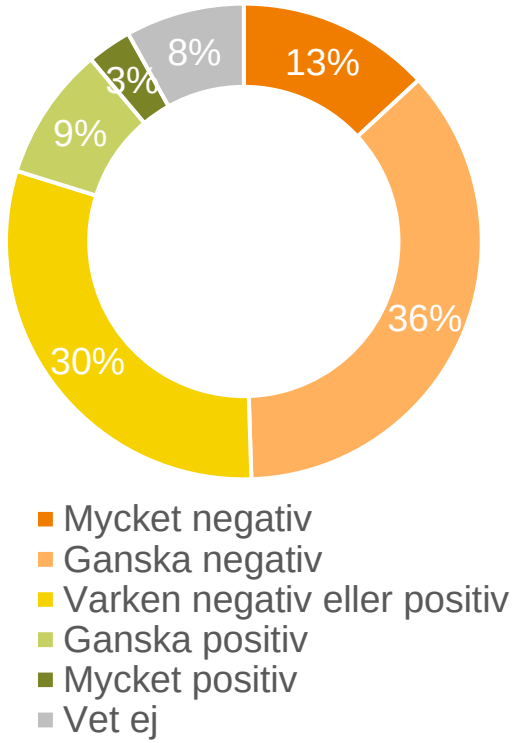
- I valet av fem alternativ toppar att köpa rätt mängd (minskat matsvinn) samt köpa lokalt odlad mat för cirka halva befolkningen (50 respektive 48%)



Q2: Vilka miljömässiga och etiska överväganden är viktigast för dig när du väljer vilken mat du ska köpa?
Q3: Välj upp till FEM alternativ och rangordna dem efter hur viktiga de är.

”Andras miljöpåverkan är mer negativ än min”

Upplevd miljöpåverkan av maten som **vi producerar och konsumerar**



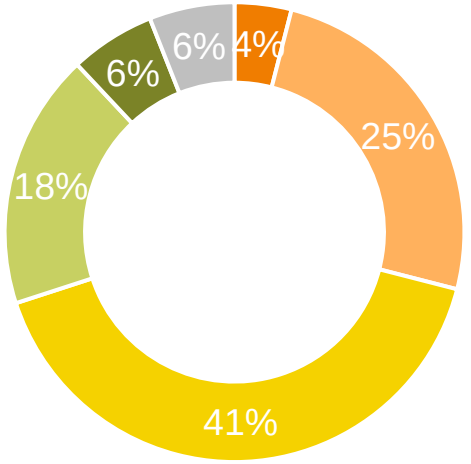
Q3: I vilken utsträckning anser du att maten som vi producerar och konsumerar har en negativ eller positiv miljöpåverkan?

Varannan anser att maten utgör en negativ miljöpåverkan, 1 av 10 anser det inte (totalt 50% negativ och 12% positiv). Knappt var tredje upplever varken positiv eller negativ miljöpåverkan (30%).

- Signifikant fler mellan 36 och 55 år upplever en negativ påverkan, än de som är 56 år eller äldre (53 vs 44%).

Färre tror att maten som just de själva äter har en negativ miljöpåverkan, fler tror även att den har en positiv effekt på miljön (29 respektive 24%). Störst andel, 4 av 10, ser varken positiv eller negativ påverkan (41%).

Upplevd miljöpåverkan av **maten som jag äter**

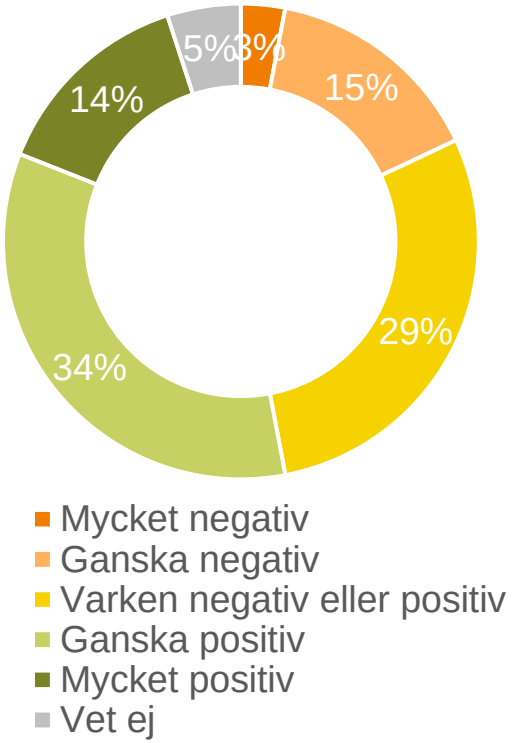


Q4: I vilken utsträckning anser du att maten som DU äter har en negativ eller positiv miljöpåverkan?

#Eat4Change

Andra länders matproduktion är boven i dramat

Sveriges matproduktion – effekt på miljön



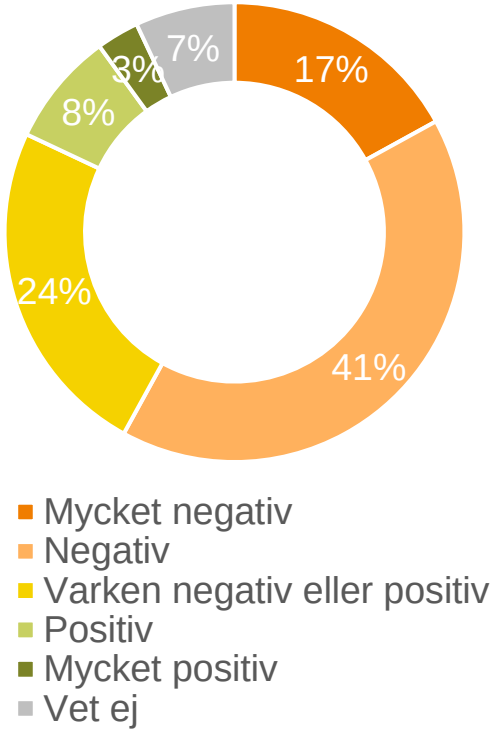
Var femte anser att Sveriges matproduktion har en negativ effekt på miljön (18%). Varannan uppger att den till och med har en positiv miljöeffekt (48%).

- Fler unga än äldre anser att den svenska matproduktionen har en positiv miljöeffekt (53 vs 41%). Samma gäller kvinnor vs män (52 vs 44%).

Däremot anser **6 av 10 att andra länders matproduktion har en negativ miljöeffekt** (58%). Här ser bara var tionde en positiv miljöeffekt av matproduktionen (11%).

- Här syns inte samma skillnad mellan könen, däremot ser fler unga en positiv miljöeffekt även i utländsk matproduktion (15 vs 6-9%).

Andra länders matproduktion – effekt på miljön



Q7: I vilken utsträckning, om någon, anser du att de två nedan kategorierna har en positiv eller negativ miljöpåverkan?
- Mat som producerats i Sverige
- Mat som inte producerats i Sverige

Allt djurkött anses ge störst negativ miljöeffekt

6 av 10 svenskar menar att det primärt är allt kött, exklusive fisk och skaldjur, som har störst negativ effekt på miljön (58%)

- Uppfattningen finns bland färre unga än äldre (33 vs 41-42%)

När svenskarna får välja **de fem värsta miljöbovarna inom mat**, landar nöt- och fläskkött tillsammans i toppen (66 vs 65%), följt av fågel och lamm (55 samt 52%). Mejeriprodukter anses ha större miljöpåverkan än ägg (48 vs 20%).

- Fler unga svarar att fisk och skaldjur tillhör topp fem miljöbovar (50 vs äldsta 33%)

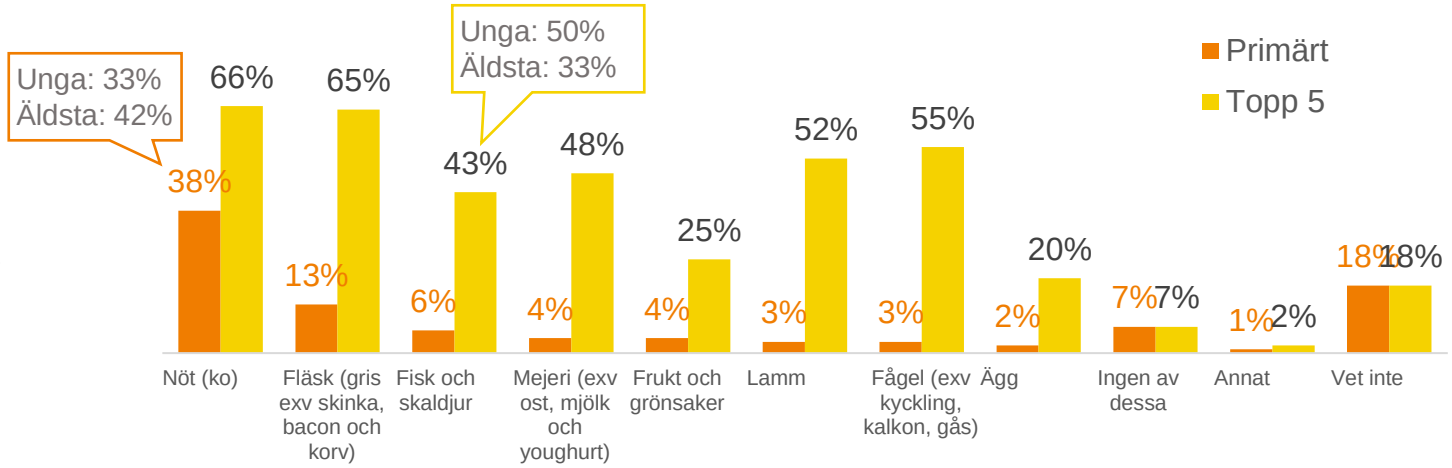
6 av 10 (57%) anser att **alla matprodukter från djur har negativ miljöpåverkan**.

- Fler unga ser miljöpåverkan av kött (exkl fisk) än äldre (78 vs 69%)

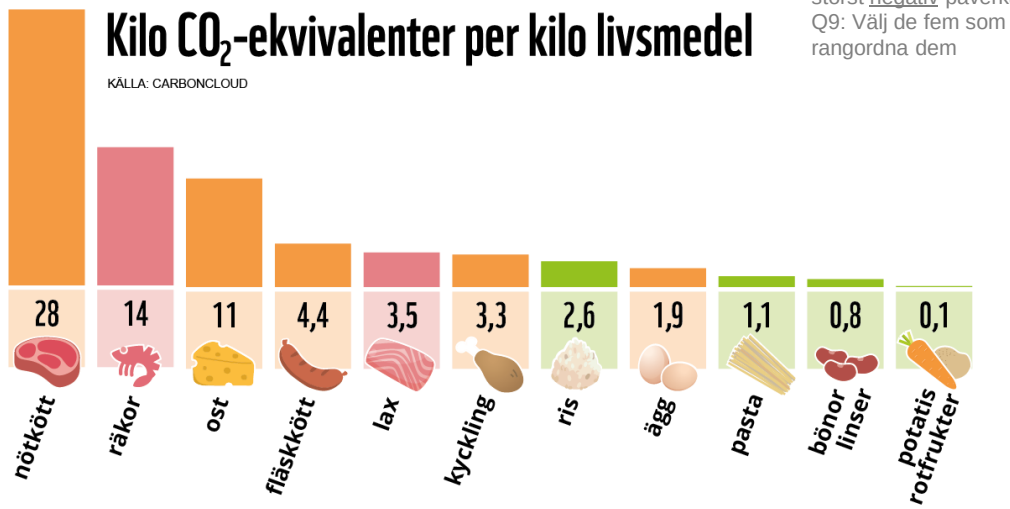
Frågan är svår: **Var femte kan eller vill inte svara** (18%). Fakta behövs och efterfrågas!

#Eat4Change

Mat med störst negativ effekt på miljön

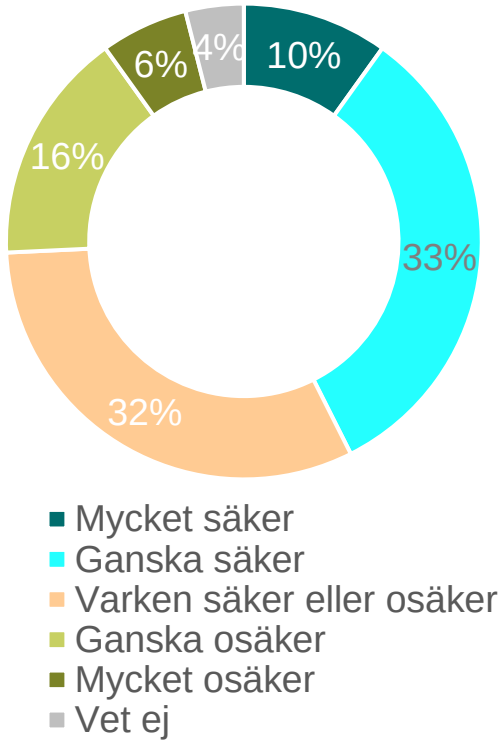


Q8: Vilket av följande alternativ, om något, tror du har störst negativ påverkan på miljön?
Q9: Välj de fem som har störst negativ påverkan och rangordna dem



Fler unga säkra på hur de kan äta hållbart

Säker eller osäker kunskap om hur jag köper och äter miljövänlig och hållbar mat



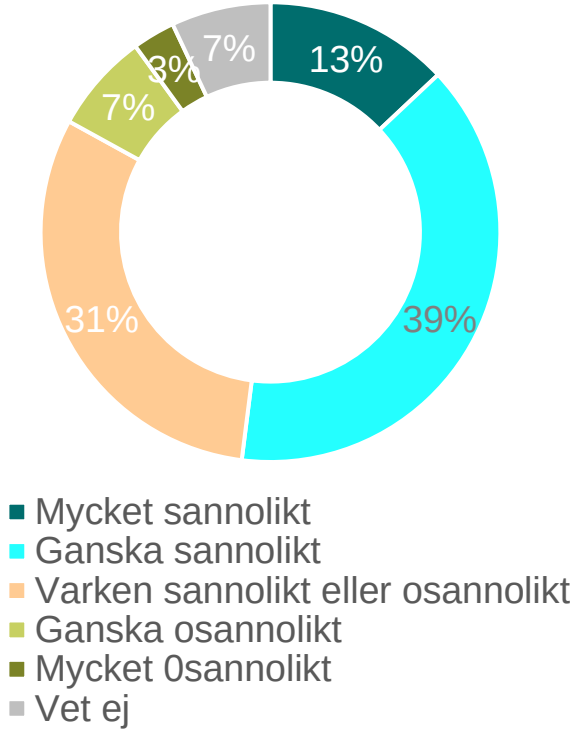
5 av 10 unga känner sig säkra på hur de kan köpa och äta mer miljövänlig och hållbar mat (47%).

- Totalt känner sig 4 av 10 känner säkra och 2 av 10 osäkra (42 och 22%).
- Fler män känner sig säkra (47 vs 38%). Flest osäkra återfinns bland äldre (25%).

Varannan menar att det är (ganska eller mycket) **sannolikt att de köper och äter mat som är mindre skadlig för miljön** och mer hållbar (52 vs osannolikt 11%).

- Unga svarar i högst grad att det är mycket sannolikt (16 vs 12 resp 8%) och utgör också störst grupp när ganska och mycket sannolikt slås samman (54 vs 51 och 50%)

Sannolikhet att jag köper och äter mat som är mindre skadlig för miljön och som är mer hållbar



#Eat4Change

Q9: Hur säker är du på din kunskap när det gäller att köpa och äta mer miljövänlig och hållbar mat? Hållbar mat har ingen negativ påverkan på miljön, djurens välfärd eller mänskliga rättigheter
Q10: Hur sannolikt är det att du köper och äter mat som är mindre skadlig för miljön och som är mer hållbar?

Tydlighet, snarare än tillgång, hindrar hållbar kost

Varannan svensk anser att **det fattas tydlighet kring vad som är hållbar mat** (49%). Var femte menar att det är tillgången som främst hindrar (22%)

- Fler män och unga upplever begränsad tillgång (25 respektive 26%)
- Fler äldre än yngre saknar tydlighet om vad som är hållbar mat (54 vs 45%).
- Hållbar mat anses dyr bland fler under 25 år och i gruppen 36-45 år, där barnfamiljer är överrepresenterade.

3 av 10 tycker att de har otillräcklig information. Ett sådant svar vittnar sannolikt om att de ber någon annan om att upplysa dem. Det är sannolikt också nödvändigt. Aspekterna kring hållbar kosthållning och matproduktion är många och komplicerade.



Q11: Vilka av följande alternativ hindrar dig att äta mat som är bättre för miljön och som är mer hållbara?

Främst mitt ansvar – med regeringen och industrin

Var femte svensk svarar att **det främsta ansvaret ligger hos dem själva**, hos individen (21%).

- Fler äldre anser att det är nationella regeringar som bär ansvaret (22 vs unga 13%)
- Fler unga lägger, å andra sidan, ansvaret hos EU (18 vs äldre 11%)

När det finns möjlighet att välja **de tre som har störst ansvar** hamnar **jag själv/envar** på samma plats som **regeringen, livsmedelstillverkare samt matdistributörer** (44-46%).

- Fler män anser att regering och myndigheter har större ansvar (61 vs kvinnor 55%). Samma skillnad hos äldre (60 vs unga 54%)
- I nivå, men ändå signifikant färre, lägger ansvaret hos EU (40%) samt hos bönder och fiskare (37%)

Förvånande nog lägger bara var femte (22%) större **ansvar hos butiker och restauranger** – utom bland unga, där 3 av 10 lyfter ansvaret (29 vs äldre 18%)



#Eat4Change

Q12: Vem anser du är mest ansvarig för att minska den miljöpåverkan som maten vi producerar och konsumerar har?
Q13: Välj de tre främst ansvariga.

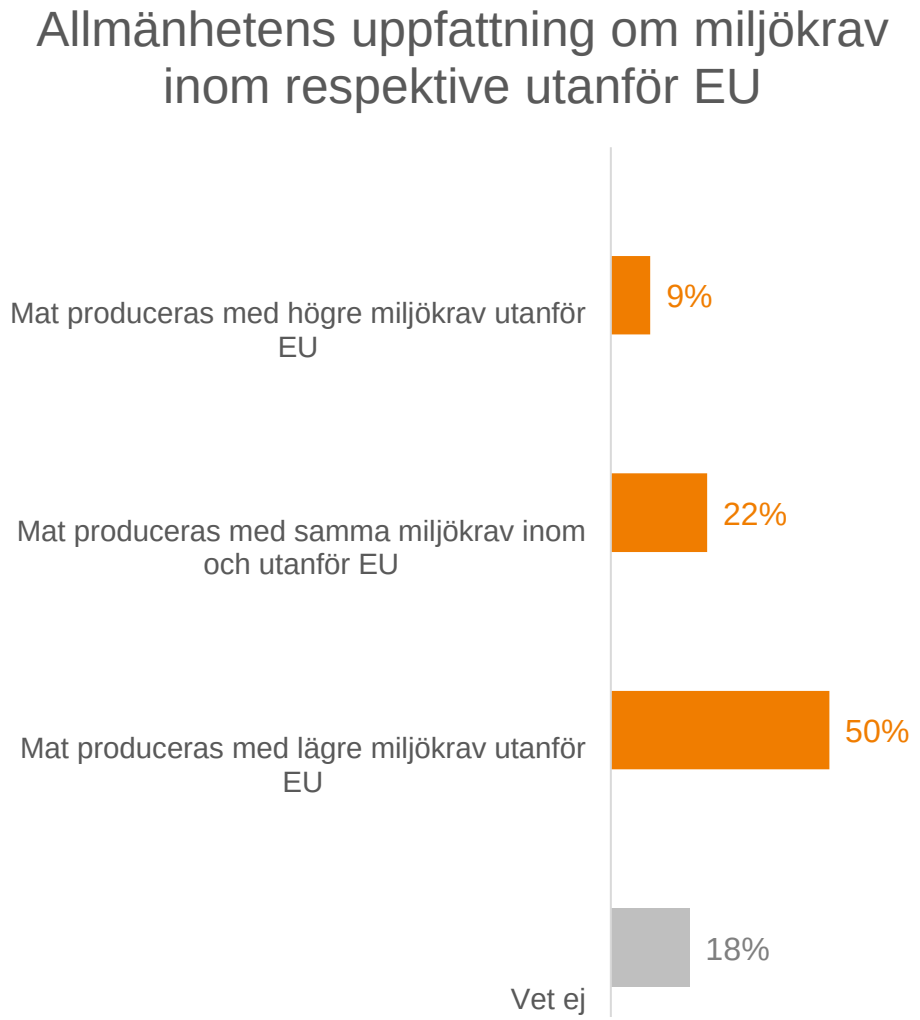
Bättre matproduktion i EU – sämre i övriga världen

Varannan anser att **mat som produceras utanför EU håller lägre krav på hållbarhet** än den som produceras inom EU (50%). Bara var tionde (22%) menar att miljökraven är de samma inom och utanför EU.

- Uppfattningen att miljökraven är lägre utanför EU är mer utbredd bland äldre än yngre (56 vs 45%), samt bland män (53 vs kvinnor 48%)

7 av 10 anser att miljökraven bör öka på matproduktion.

- I reda tal svarar 66 procent att de bör öka inom EU och 69 procent svarar att de bör öka utanför EU.



#Eat4Change

Q13: Tänk brett på mat som produceras i och utanför EU. Vilket, om något, av följande alternativ beskriver din åsikt?
Q15: I vilken utsträckning, om alls, instämmer du eller instämmer du inte med följande påståenden?

Alla bör äta hållbart – men det är dyrt och svårt

Alla bör äta mer hållbar kost (70% instämmer), det är avgörande **för att hantera klimatkrisen** (61% instämmer) och för att **uppnå EUs åtaganden** att stoppa klimat-förändringarna och förlusten av biologisk mångfald (60% instämmer).

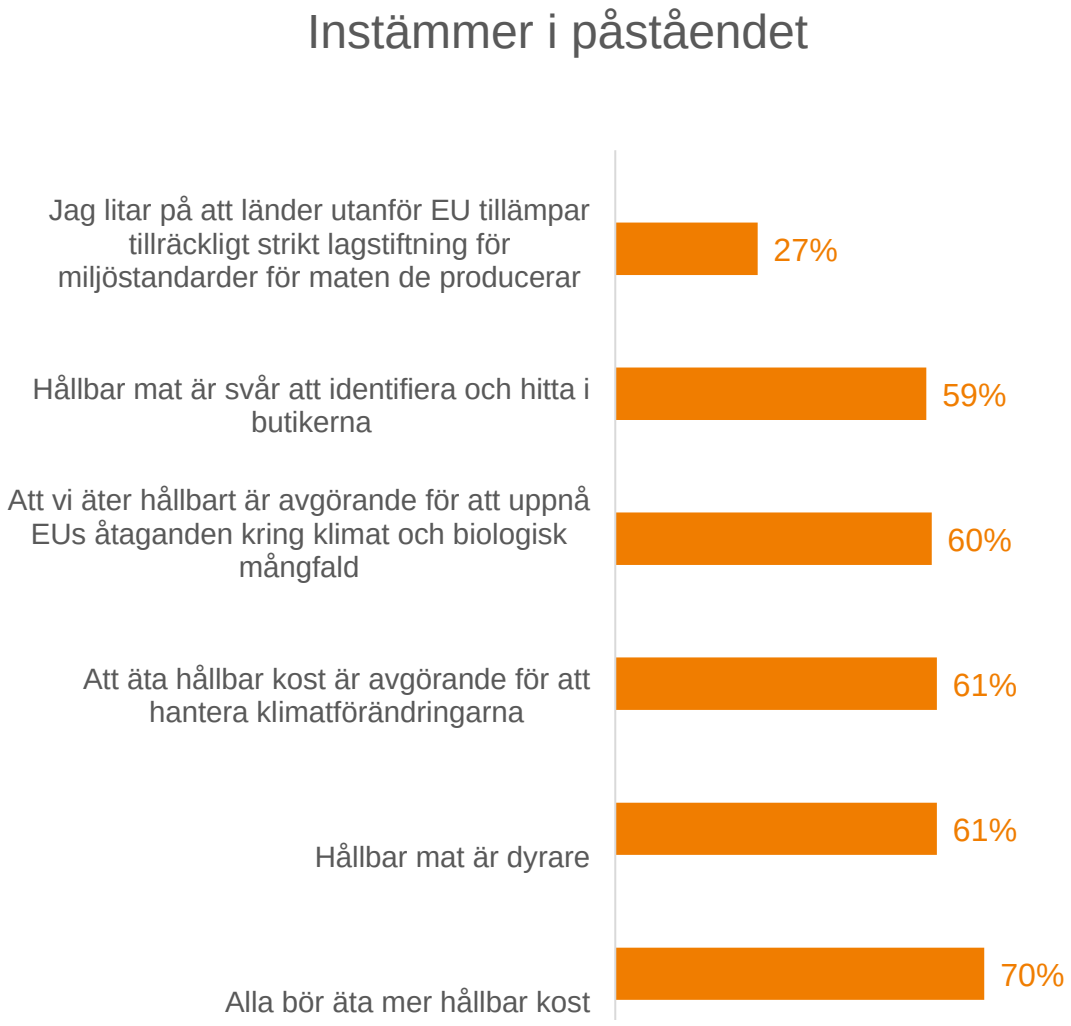
- Färre unga instämmer i påståendet om att alla bör äta mer hållbar kost (64 vs äldre 73%) samtidigt som fler instämmer i att just att äta mer hållbart är avgörande för att hantera klimatkrisen (62 vs äldre 57%)

Men **hållbar mat är både dyrare** och **svår att identifiera och hitta** i butikerna (61 respektive 59% instämmer).

- Fler äldre tycker att hållbar mat är dyr (65 vs unga 59%)
- Fler hittar inte de hållbara alternativen (65 vs unga 55%)

Dessutom litar bara var fjärde på att **länder utanför EU tillämpar tillräckligt strikta lagar** för miljöstandarder på maten de producerar (27%). 4 av 10 håller inte med om påståendet (41%).

- En större grupp unga hyser tillit (30 vs äldre 20%) och färre saknar tillit (34 vs äldre 50%)



Q17: I vilken utsträckning håller du med, eller inte, om följande påståenden?

#Eat4Change

Om undersökningen och rapporten

Om undersökningen
På uppdrag av Världsnaturfonden WWF har Savanta ComRes har genomfört följande undersökning:

- 1 074 intervjuer med boende i Sverige, 18-65 år, under perioden 24 februari till 22 mars 2021.
- Resultatet har viktats på ålder, kön, region och inkomst för att säkra representativitet visavi befolkningen.

Savanta ComRes är medlem i the British Polling Council och följer dess regelverk.

Om rapporten
Rapporten har tagits fram med finansiellt stöd av Europeiska Unionen, EU. För innehållet ansvarar Världsnaturfonden WWF och kan inte under några omständigheter ses som ett uttryck för EU:s hållning. Analysen är gjord av Sonja von Lochow, Kantar Public.

I rapporten refereras till tre åldersgrupper: 18-35 år (unga), 36-55 år samt 56-65 år (äldre).

#Eat4Change – mål och syfte
Inom #Eat4Change ligger fokus på att få unga människor (i åldern 15–35) att aktivt välja mer hållbara kostval, och att 52 miljoner unga européer ska ha nåtts av våra budskap inom projektets gång. Vi kommer att göra det genom kommunikationssatsningar, men även genom att engagera lärare, företag och beslutsfattare. En viktig komponent i vårt arbete har varit att ta fram en vetenskaplig grund för att förstå hur marknaden ser ut i de länder som berörs av projektet.

WWF har under många år arbetat med matrelaterade frågor med fokus på att minska det mänskliga fotavtrycket från matproduktion och konsumtion. Med finansiering från EU startades projektet Eat4Change, där Världsnaturfonden WWF samarbetar med ett flertal andra WWF-kontor och aktörer runtom i Europa (och till viss del Latinamerika) för att öka kunskapen och engagemanget hos unga gällande hållbar matkonsumtion. Projektet löper under fyra år (2020–2024).

Eat4Change – om kostval och matvanor bland unga i Sverige

WWF

CO-FUNDED BY THE EUROPEAN UNION

The project is co-funded by the European Union. Its contents are the sole responsibility of WWF and other Eat4Change project partners and do not necessarily reflect the views of the European Union.

#Eat4Change