

KÖTT ÄR GOTT, BALJVÄXTER ÄR HÄLSOSAMMA OCH KÖTTSSUBSTITUT ÄR KONSTIGA

En studie i hur intentionen att äta kött, baljväxter och köttsubstitut påverkas av konsumentens preferenser, kunskap och demografi

Elin Rööös och Annica de Groote, Sveriges lantbruksuniversitet, och Andreas Stephan, Linnéuniversitetet

Sammanfattning/introduktion

Produktion av livsmedel orsakar stora miljöproblem. Kött orsakar betydligt högre negativ miljöpåverkan än växtbaserade livsmedel. När det gäller hälsa äter de flesta människor för litet fullkorn, frukt och grönsaker medan intaget av rött kött, socker och salt är för högt. För både människors och planetens hälsa vore det önskvärt om människor åt mindre kött och mer växtbaserade livsmedel. Baljväxter (bönor, ärtor, linser m.m.) i kombination med spannmål kan ersätta kött proteinmässigt. Baljväxter kan ätas som de är efter blötläggning och kokning eller förädlas till livsmedel som liknar kött. Acceptansen för att konsumera mindre kött och ersätta kött med alternativa proteiner är generellt sett fortfarande låg i västvärlden. Hinder för minskad köttkonsumtion är bland annat bristande kunskap i att tillaga köttfria måltider och näringslära, smak, vanor och rutiner, sociala och kulturella normer, och begränsad tillgång på attraktiva alternativ. Det är dock stor variation mellan individer och mellan olika typer av alternativa proteiner. För att mer hälsosamma och hållbara kostmönster ska bli mer vanliga behövs mer kunskap kring vad som hindrar konsumenter från att minska sin konsumtion av kött och öka sin konsumtion av baljväxter.

Syfte

Många olika faktorer påverkar vilken mat vi väljer, inte minst våra vanor. Människor är sällan medvetna om vilken miljöpåverkan deras mat orsakar och det finns en allmän ovilja att minska sin köttkonsumtion. Mer kunskap kring vad det är som styr matval behövs för att kunna styra konsumenter i en mer hållbar riktning. Syftet med denna studie var därför att öka kunskapen kring konsumtionen av baljväxter i Sverige. I denna studie undersökte vi vad konsumenter tycker om baljväxter och hur konsumenters intentioner att äta mer baljväxter är förknippade med olika demografiska variabler samt vad de kan och tycker om kött och baljväxter. Vi utförde separata analyser för lätt bearbetade baljväxter, d.v.s. ärtor, bönor och linser sålda torra eller kokta (i t.ex. en tetraförpackning), och baljväxtbaserade köttsubstitut, t.ex. sojafärs eller korv. I jämförelsesyfte upprepade vi även analyserna för kött.

Data och metod

Vi genomförde en enkätstudie riktad till ett urval av individer tänkta att representera Sveriges befolkning. Cirka 2500 personer svarade på enkäten. Vi frågade hur mycket av kött, lätt bearbetade baljväxter och köttsubstitut som man äter nu och avser äta i framtiden (2-3 år framåt). Vi frågade också om man tycker att dessa olika produkter är goda, hälsosamma, miljövänliga, roliga, kulturellt och socialt lämpliga, samt hur lätt man tycker det är att tillaga dessa livsmedel, om de är lätta att få tag på och om de kan hjälpa till när man ska gå ned i vikt. Vi frågade också om det var viktigt att produkterna var ekologiska eller svenska. Utöver undersökningsvariablerna hade vi tillgång till diverse bakgrundsinformation om respondenterna, såsom kön, ålder, utbildningsnivå och bostadsort.

Resultat

Våra resultat visar att både män och kvinnor tyckte att både lätt förädlade baljväxter och köttsubstitut var mindre välsmakande, mindre festliga och populära, svårare att tillaga och mindre tillgängliga än kött. Män ansåg att kött passade bättre i kosten än baljväxter och köttsubstitut. Både kvinnor och män ansåg att köttsubstitut och speciellt baljväxter är betydligt mer miljövänliga än kött. Kvinnor ansåg också att dessa produkter är hälsosammare än kött, medan män såg lätt förädlade baljväxter som hälsosammare men inte köttsubstitut. Att produkten kommer från Sverige var en viktig egenskap för alla produkter, särskilt för kvinnor, och mer för kött än för baljväxter och köttsubstitut. Vi hade förväntat oss motsvarande resultat för ekologiska produkter men skillnaden var liten (om än signifikant) och vi fann ingen signifikant skillnad mellan könen för detta attribut.

Kvinnor, unga, personer i ett förhållande och högutbildade visade sig vara mer benägna att ange att de har en intention att minska sin köttkonsumtion. Men den faktor som mest förklarade en sådan intention var huruvida konsumenten ansåg att kött har en hög miljöpåverkan eller ej. Hälsa och viktkontroll var också viktiga variabler, men inte i samma utsträckning som miljöpåverkan. Färre sociodemografiska variabler var signifikant associerade med avsikt att öka konsumtionen av baljväxter och köttsubstitut. För lätt förädlade baljväxter var endast kön, ålder och inkomst signifikanta och för köttsubstitut endast ålder och utbildning. Kvinnor, unga och de med lägre inkomst var mer benägna att ange en avsikt att äta mer baljväxter. För köttsubstitut var unga och mindre utbildade mer benägna att ange en intention att öka sin konsumtion av köttsubstitut. Produktens upplevda miljöpåverkan var en viktig variabel för avsikten att ändra konsumtionen av baljväxter, men i mindre utsträckning än för kött. Något förvånande var det mer sannolikt att individer som tyckte att baljväxter och köttsubstitut var svårare att förbereda som angav att de hade för avsikt att öka sin konsumtion av dessa produkter.

Avslutande diskussion

Vi fann i vår studie att konsumenter anser att köttsubstitut är betydligt mindre välsmakande och lämpliga i kosten än kött och även i jämförelse med baljväxter. Av dem som rapporterade att de äter köttsubstitut regelbundet hade 40–50 procent för avsikt att öka sin konsumtion ytterligare, medan väldigt få av dem som aldrig eller sällan äter köttsubstitut uppgav att de planerar att göra det i framtiden. Det finns alltså en stor grupp människor som inte är intresserade av dessa produkter. Tidigare studier har konstaterat att svenska konsumenter ofta känner sig osäkra och skeptiska till dessa produkter av flera anledningar, inklusive hur de smakar. Konsumenter föredrar köttsubstitut som liknar kött i smak, konsistens, utseende och lukt. Investeringar i ytterligare produktutveckling är således viktigt för att göra köttsubstituten än mer attraktiva. Lätt förädlade baljväxter ses som mer nyttiga och attraktiva än köttsubstitut och många individer har för avsikt att öka sin konsumtion av dessa. Här finns potential att underlätta för konsumenter att i olika situationer, på restauranger och hemma, att öka sitt intag av dessa.

Artikelns originaltitel är "Meat tastes good, legumes are healthy and meat substitutes are still strange - The practice of protein consumption among Swedish consumers" Artikeln publicerades 2022 i *Appetite*, 174: 106002. DOI: 10.1016/j.appet.2022.106002