



Högskolan
Kristianstad

Högskolan Kristianstad
291 88 Kristianstad
044 250 30 00
www.hkr.se

**Självständigt arbete (examensarbete), 15 hp,
Kandidatexamen i mat- och måltidsvetenskap
VT2020
Fakulteten för naturvetenskap**

Framtidens mat

Hur resonerar konsumenter kring matval och hållbarhet idag och för framtiden?

Alice Clivemo & Maja Svensson

Författare

Alice Clivemo & Maja Svensson

Titel

Framtidens mat

Hur resonerar konsumenter kring matval och hållbarhet idag och för framtiden?

Engelsk titel

Future food

How does consumers reason regarding food choices and sustainability today and for the future?

Handledare

Karin Höjjer

Examinator

Maria Nyberg

Sammanfattning

Matval styrs av flera olika aspekter, vilket gör det komplext. Detta innebär också att det ofta är svårt att styra konsumenten att förändra sina matval till att bli mer hållbara. Studiens syfte är att ur ett hållbarhetsperspektiv undersöka hur konsumenter resonerar kring matval idag och för framtiden. En kvalitativ studie i form av fokusgruppsintervjuer genomfördes för att skapa diskussioner i frågor om hållbarhet och matval. Resultatet är analyserat utifrån Belascos teori som utgörs av "Den kulinariska triangeln av motsättningar". Resultatet visade att många låter priset styra över matvalen snarare än viljan att göra, vad de anser vara, ett bra val. Detta innebär också att en del informanter inte ansåg sig kunna ta det ansvar för hållbarheten de önskade. Vidare speglade identitet många av valen, där traditioner, vanor och personliga smakpreferenser var svåra att ge upp. Det framkom även att framtidens proteinkälla inte nödvändigtvis behöver vara vegetabiliskt, men att man gärna ser en mer hållbar produktion och konsumtion av kött som man är villig att ta del av, så länge en kost med kött inte är helt utesluten. Informanterna såg till exempel möjligheter i att äta kött odlat i laboratorium eller större tillgänglighet av viltkött. Studien visade att en förändring kräver tid. Pris framstod vara största faktorn som styr matval, vilket innebär att en prisförändring av hållbar mat skulle kunna bidra till ett aktivt ändrande av matval.

Ämnesord

Beteendemönster, framtidens mat, hållbarhet, matval, trendspaning

Author

Alice Clivemo & Maja Svensson

Title

Future food

How does consumers reason regarding food choices and sustainability today and for the future?

Supervisor

Karin Höjjer

Examiner

Maria Nyberg

Abstract

Several aspects impact our food choices, which makes it complex. This also implies that it is often difficult to control the consumers to change their food choices to become more sustainable. The aim of this study was to examine from a sustainability perspective how consumers reason about food choices today and for the future. A qualitative study was conducted using focus group interviews to discuss questions about sustainability and food choices. The result was analyzed from Belasco's theory about the culinary triangle of contradictions. The result showed that for many people food choices were governed by price rather than the desire to make, what they consider, a good choice., For some informants this resulted in not being able to take responsibility for the sustainability they wanted. Moreover, identity reflected many of the choices, where tradition, habits and personal taste preferences were difficult to give up. It also appeared that the future protein source not necessarily needs to be vegetable, but the informants liked to see a more sustainable meat production and consumption that they were willing to support as long as meat could be included in the diet. The informants saw opportunities in eating lab grown meat or more available venison. Importantly, the study showed that change requires time and price appeared to be the biggest factor governing food choices, which means that price change could contribute to an active change in food choices.

Keywords

Behavior, Future food, food choices, trendspotting, sustainability

Innehållsförteckning

Förord	5
1. Inledning	6
2. Syfte	6
2.1 Frågeställningar	7
3. Bakgrund	7
3.1 Hållbar utveckling	7
3.2 Trender	9
3.2.1 Vad trendar nu?	10
3.3 Matval	10
3.3.1 Belascos teori	11
3.3.1.1 Identitet	11
3.3.1.2 Bekvämlighet	12
3.3.1.3 Ansvar	12
4. Material och metod	12
4.1 Urval av litteratur	12
4.2 Val av metod	13
4.3 Fokusgrupper	13
4.4 Bearbetning och analys	14
5. Etiska överväganden	15
6. Resultat	16
6.1 Identitet	16
6.2 Bekvämlighet	19
6.3 Ansvar	21
7. Diskussion	25
7.1 Resultatdiskussion	25
7.1.1 Sammanfattning av de viktigaste resultaten	25
7.1.2 Konsumentens matval påverkas av flera faktorer	25
7.1.3 Konsumenters tankar om matval, hållbarhet och framtiden	29
7.1.4 Konsumentens aktiva val för att förändra sina matval	30
7.2 Metoddiskussion	32
7.3 Studiens relevans för mat- och måltidsvetenskap	33
7.4 Vidare forskning	34
8. Slutsats	34
9. Referenser	35
Bilagor	38

Förord

Denna studie är genomförd som ett arbete inom mat- och måltidsvetenskap på Gastronomiprogrammet på Högskolan Kristianstad. Framtiden väcker nyfikenhet och ger oss gastronomistudenter hopp om att kunna vara med och påverka. Intresset för matval och framtidens mat har väckts under utbildningens gång och många frågetecken har lyfts när ämnet diskuterats.

Studien är genomförd i par där arbetsfördelningen varit jämn mellan de två författarna. Huvudansvaret har varit fördelat mellan de båda författarna där Alice Clivemo ansvarat för inledning, bakgrund, material och metod, större delen av diskussion och Maja Svensson haft ansvar för Belascos teori, analys och bearbetning, etik, resultat samt delar av diskussionen. Ett gemensamt ansvar har tagits för sammanfattning, förord, vidare forskning och slutsats.

Vi vill tilldela ett stort tack till vår handledare Karin Höijer, universitetslektor i mat- och måltidsvetenskap, för all positiv anda, stöd och god handledning genom hela arbetet. Vi vill även ge alla informanter som i fokusgruppsdiskussionerna bidragit med intressanta och givande respons ett varmt tack.

Nu blickar vi mot framtiden! Stort tack!

Alice Clivemo & Maja Svensson

1. Inledning

Sätten som människan konsumerar och producerar livsmedel är inte hållbart för planeten enligt Jordbruksverket (2013). Med flera olika tillgängliga plattformar för information och kunskap ges möjlighet att ta hållbara beslut i livsmedelsbutiker. Men Jordbruksverket (2013) visar på konsumtionsmönstren inte förändras tillräckligt fort. Många tecken på en positiv förändring har däremot uppmärksammats. Kommunikationsbyrån Food & Friends (2019b) redogör i sin *Matrapport 2019* för hur konsumtionen av grönsaker generellt har ökat och trendspaningar har visat att helt vegetariska måltider blivit vanligare och att fler väljer närproducerat.

Åtagandet för klimatet är trots framstegen inte tillräckligt och det krävs en drastisk förändring. *Agenda 2030* skrevs år 2015 av United Nations Development Programme (2020), vilket är det mest omfattande avtalet som gjorts angående hållbar utveckling. Agendan med de 17 globala målen skapades för att tillsammans med 170 länder göra en gemensam åtgärd. Idag, fem år senare, har *Decade Of Action* (United Nations Development Programme, 2020) skapats eftersom takten för förändring måste påskyndas för att nå målen om en hållbar planet år 2030. Framtiden är alltså bara tio år från oss. Kanske är det där problemet uppstår, att människan inte kan uppfatta en framtid så långt fram och därför inte tar aktiva beslut för den framtiden idag.

Mat ska framförallt vara gott, smidigt samt prisvärt och många gånger är det de produkttegenskaperna kombinerat med uppvaknandet av fördelarna med närproducerat som styr konsumenten i valet av livsmedel. Men varför är närproducerat så hållbart och varför är det extra viktigt att din lyxiga helgmiddag är med svenskt kött och äggen på frukostmackan är från frigående höns, samtidigt som din vegetariska middag har ingredienser från världen över och du egentligen inte alls vet var ditt lördagsgodis är ifrån?

2. Syfte

Syftet är att ur ett hållbarhetsperspektiv undersöka hur konsumenter resonerar kring matval idag och för framtiden.

2.1 Frågeställningar

- Vad påverkar konsumentens matval idag?
- Vad tänker konsumenter om matval, hållbarhet och framtiden?
- Gör konsumenten aktiva val ur ett hållbarhetsperspektiv för att förändra sina matvanor?

3. Bakgrund

I detta avsnitt redovisas tidigare forskning kring ämnet för denna studie. Inledningsvis beskrivs begreppet "hållbar utveckling" och dimensionerna det består av, vilket leder in på konsumtion och animalieproduktion. Därefter beskrivs olika typer av trender samt vad som trendar nu. Avslutningsvis redogörs bakgrunden till hur matval görs och en teoretisk utgångspunkt presenteras.

3.1 Hållbar utveckling

Begreppet hållbar utveckling myntades från början av den amerikanske miljövetaren och författaren Lester R. Brown år 1981. Den internationella spridningen av begreppet kom år 1987, då FN:s världskommission för miljö och utveckling lanserade begreppet i rapporten *Our Common Future*. Norges dåvarande statsminister Gro Harlem Brundtland, som ledde kommissionen, gav begreppet följande definition som översätts till svenska: "en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov" (World Commission on Environment and Development, 1987, s 41).

Statistiska Centralbyrån (2012) skriver i sin rapport *Hållbarhet i svenskt jordbruk* att begreppet hållbar utveckling består av tre dimensioner; ekologisk, ekonomisk och social hållbarhet. Det förutsätter också långsiktighet, helhetssyn samt ett globalt perspektiv. Ekologi kan innebära att köp och val inte ska resultera i att belasta naturen mer än vad den kan återhämta sig av på egen hand. För social hållbarhet ska konsumtionen inte innebära att någon drabbas negativt, till exempel kan det innebära ett avståndstagande från barnarbete, dåliga jobbförhållanden eller liknande. För privatekonomin kan det betyda att inte köpa mer än vad man har råd med eller ur ett företagsekonomiskt perspektiv, konkurrenskraft och lönsamhet för företagen. (Jordbruksverket, 2013)

United Nations Development Programme (2020) definierar i *Agenda 2030* hållbar utveckling på samma sätt som Jordbruksverket (2013) och har sedan september 2015 jobbat med de globala målen utifrån de tre dimensionerna för att uppnå hållbar utveckling. Det har gjorts flera studier, bland annat *Food in the Anthropocene: the EAT–Lancet Commission on healthy diets from sustainable food system* (Jonell et al., 2019) och rapporten *Miljöpåverkan av animalieprodukter* av Berglund, Cederberg & Wallman (2013), som båda redogör för hur planeten tar skada av mänskliga aktiviteter, till exempel sättet som många väljer att konsumera livsmedel på. Det är allmänt känt att köttkonsumtionen är extremt påfrestande för miljön, då animalieproduktionen står för stora mängder av världens växthusgasutsläpp. Clark och Tilman (2017) presenterar i sin rapport *Comparative analysis of environmental impacts of agricultural production systems, agricultural input efficiency, and food choice* hur jordbruksproduktion och matval även kan vara påfrestande för miljön. De diskuterar problematiken med att en vegetabilisk kost kan vara lika belastande som att äta kött då den kräver fler resurser, till exempel större odlingsyta. Jordbruksverket (2013) styrker detta i deras rapport *Hållbar köttkonsumtion, vad är det? Och hur når vi dit?*, där de diskuterar och redogör för olika hållbarhetsaspekter som rör ämnet kött. Enligt dem är hållbar konsumtion sådan “konsumtion - såväl kvantitativ som kvalitativ - som inryms i en hållbar utveckling” (Jordbruksverket, 2013, s4.).

Jordbruksverket (2013) redogör vidare för att animalieproduktionen är ansvarig för 15 procent av världens totala utsläpp av växthusgaser. Trots vetskapen om detta visade en undersökning gjord för samma rapport att köttkonsumtionen skulle öka i en del länder, då specifikt i U-länder som fått en förbättrad ekonomi. Med bättre ekonomisk status ges möjlighet att köpa dyrare och mer proteinrika livsmedel, vilket kött är ett exempel på, och som också anses ha hög status. Ingen markant ökning av animaliekonsumtion syns i I-länderna.

En ökad konsumtion av kött från spannmålsuppfödda djur får enligt Jordbruksverket (2013) allvarliga konsekvenser för bland annat resurser som land och vatten, vilket i sin tur påverkar en hållbar livsmedelsproduktion. För en hållbar konsumtionsnivå av kött krävs till exempel mindre portioner, att det äts mer sällan, ett minskat svinn eller alternativa proteinkällor. Däremot har köttproduktion inte enbart negativ miljöpåverkan. Betande djur krävs för att bevara naturbetesmarkerna, som är värdefulla för den biologiska mångfalden. Dessutom bidrar svenskproducerat till arbete på den svenska landsbygden. Även i fattiga delar av världen är det en nödvändig försörjningskälla och kan leda till en prekär situation för den ekonomiska och sociala

hållbarheten om kött- och mejeriproduktionen läggs ner. Denna problematik lyfter även Clark och Tilman (2017) där de redogör för att en ökad population i framtiden även kommer att resultera i att fler människor är beroende av kost som inkluderar kött, rent ekonomiskt. Detta kommer att göra det svårt att exkludera kött från kosten då det är nödvändigt för en säker matförsörjning. De poängterar även vikten av förståelse för att alla små steg påverkar i en större helhet.

3.2 Trender

Lindkvist och Rehn (2013) skriver i sin bok *Trendspotting - The Basics* att trender speglar hur framtiden kommer att se ut. Det finns dock trender på olika nivåer, där mikrotrender ger en liten ledtråd till vad som komma skall, medan en megatrend blir global och speglas världen över. Med trendspaningar kan företag i förväg ta del av till exempel vad som kommer att bli ungdomarnas nya favoritdryck och vilken grönsak som är mest eftertraktad. Det som börjar som en knappt märkbar svängning i vår omedelbara närmiljö kan visa sig vara nästa stora trend. Det kan till en början visa sig vad författarna kallar en mikrotrend. En mikrotrend är de små sakerna som visar sig i vardagen, som att en viss typ av smoothie får ett uppsving eller en speciell färg förekommer oftare på skor. En mikrotrend skulle även kunna vara om det skulle ske en ökning av protester mot ett speciellt ämne. Det som är gemensamt mellan de olika trenderna är att det sker nu, och ger möjligheten att se var vi är på väg.

Makrotrender kan enligt Lindkvist och Rehn (2013) antingen ses som resultatet av sammansatta mikrotrender eller vara en stor och viktig förändring som kommer att påverka samhället som vi redan kan förutspå. Det är framför allt makrotrender som tilltalar individen och det är tydligt att se hur makrotrenderna påverkar på individ- och samhällsnivå. Ett exempel på makrotrend är sociala medier: utan att folk var medvetna om att det hände började fler prata om och använda sig av det. Det är svårt att definiera trender, men en annan makrotrend skulle kunna vara en skiftande ekonomi och hur denna skulle komma att påverka konsumenternas inköp. Lindkvist och Rehn (2013) förklarar att makrotrender kan omtalas som ett koncept, som då varar under en längre tid och är lättare att upptäcka då de har en större påverkan än mikrotrender som tenderar att försvinna relativt snabbt igen.

Lindkvist och Rehn (2013) förklarar vidare att megatrender är de största trenderna som påverkar en stor del av befolkningen och kan hålla sig kvar i årtionden. För att bli en megatrend krävs det

att den innehåller ett flertal olika mikro- och makrotrender samt flera fenomen som gör det möjligt att prata övergripande om. En megatrend ska kunna definiera en tidsålder och skulle då teoretiskt sett också kunna definieras av hur människors kunskap kring tillagningsmetoder sett ut i historien.

3.2.1 Vad trender nu?

Kommunikationsbyrån Food & friends (2019b) har sedan 2012 årligen släppt en matrapport där de redogör för hur svenska konsumenter handlar, lagar och äter mat. En del av rapporten består av en undersökning som gjordes på 1000 deltagare, som bland annat visade att intresset för mat ökat. Mellan åren 2017 och 2019 minskade antalet personer som ansåg sig ointresserade av mat. Trots färre som anser sig ointresserade ser man att intresset av mat i åldersgruppen 15-24 år har minskat samtidigt som intresset ökat i åldersgrupperna 25-34 och 55+. I *Matrapporten 2019* tas begrepp och uttalanden om hållbarhet upp. De redogör bland annat för ord som varit trendiga under året, som ”transportskam” och ”lokalätare” som båda grundar sig i att äta lokalproducerad mat. Undersökningen visar även att närproducerat är viktigast bland produktens egenskaper när mat och livsmedel inhandlas.

3.3 Matval

I artikeln *Food in the Anthropocene: the EAT–Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems* (Jonell et al, 2019) beskrivs hur våra matvanor ser ut idag, och hur vi behöver förändra vår kost för mindre klimatpåverkan. Trots att kunskap om flera hållbarhetsrelaterade frågor presenteras och redogörs i artikeln och att tillgänglig information finns för allmänheten på flera plattformar, är det fortfarande ett stort antal konsumenter som inte ändrar sin matkonsumtion. Det visas tydligt i samma artikel att flera konsumenter fortfarande refererar proteininnehåll enbart till kött, trots att de redogör för att baljväxter har stor potential att bli nästa generations ätande och en bra källa till protein. Människan agerar ofta utifrån eget intresse vilket kan bidra till att man förbiser val eller möjligheter som man egentligen vet är de rätta valen eller sättet att agera, något som även ibland definieras som ett irrationellt (Eriksson, 2005). Levy och Weitz (2007), författarna av boken *Retailing Management*, förklarar att även vanans kraft kan påverka matval, då vanan leder till ett val som inte kräver tid och ansträngning och där beslutsprocessen är kort. Det finns även vetenskaplig grund för att människan är anpassningsbar (Gotanda, Hendry och Svensson 2017). En del följer oftare olika trender medan

andra prioriterar att få i sig näring för att klara av dagen medan det för några kan handla om att mat är mer än bara det som ligger på tallriken. Matval är en del av ens identitet då det kan visa bland annat på kultur, tradition, och ställningstagande. Matval blir på så sätt en identitetsskapande aktivitet och ett uttryckssätt (Kitter och Sucher, 2008; Miles, 2000).

Komplexiteten i ett matval kan studeras med hjälp av olika teorier och därmed olika utgångspunkter för att se på olika typer av påverkan, exempelvis miljö eller hälsa. För att förstå studiens resultat och komplexiteten i hur matval görs är Belascos teori vald för att analysera resultatet. Belasco (2008) förklarar en komplex beslutsprocess där individens val av mat präglas av identitet, bekvämlighet och ansvar.

3.3.1 Belascos teori

Belascos teori utgörs av *Den kulinariska triangeln av motsättningar* (Belasco, 2008). Triangeln består av två grundpelare identitet och bekvämlighet samt av huvudpelaren ansvar. Ansvar står över identitet och bekvämlighet, vilket förklaras som att det genomsyrar de båda grundpelarna.

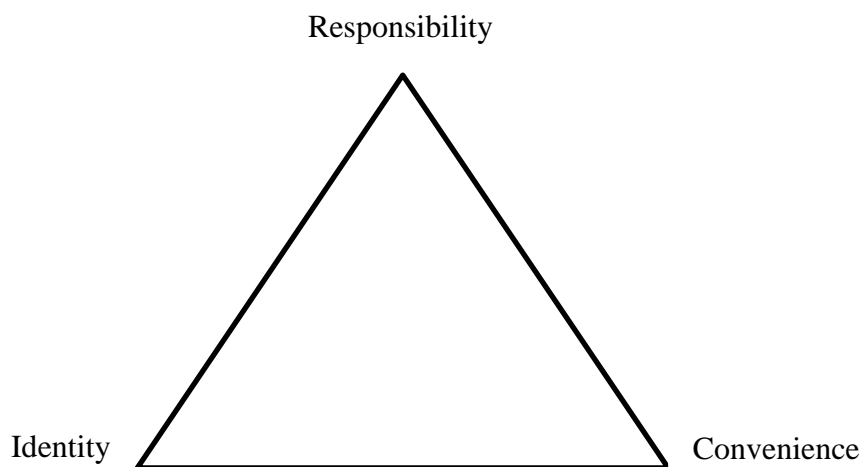


Bild 1. Den kulinariska triangeln av motsättningar (Hämtad från Belascos bok Food: the key concepts, 2008)

3.3.1.1 Identitet

Enligt Belasco (2008) består identitet av allt det som är personliga preferenser och där ryms familj, tradition, njutning, minnen, kreativitet och etnisk bakgrund. Identitet handlar om vem man är, hur man äter och vilka smaker man föredrager. Identitet är djupt rotat hos varje människa, och grundvärderingarna formar hur vi väljer mat och varför. Den kan även förändras och formas över

tid. Belasco menar att det är viktigt att kunna identifiera sig med sina matval där förändring ibland kan te sig främmande och vara ett hot mot ens identitet. Mat kan användas som identitetsmarkör där ens matval speglar ens identitet.

3.3.1.2 Bekvämlighet

Den andra grundpelaren i triangelns botten är bekvämlighet som innefattar bland annat tillgänglighet och den möjlighet som finns för att göra ett matval. Viktiga aspekter för bekvämlighet är tid, pris och energi som ork och viljekraft. Livsmedelsindustrin jobbar ständigt med bekvämlighet för konsumenter, till exempel genom att erbjuda färdiga lösningar på frukost, mellanmål och middag. Belasco (2008) beskriver också hur livsmedelsindustrin försörjer konsumenten med bekvämlighet. Hur denna bekvämlighet ser ut varierar utifrån vilka förutsättningar som finns. I Sverige finns ett stort utbud färdigpackad mat, för konsumenten att ta med sig och förtära. I andra länder kan bekvämlighet till exempel handla om att kunna förse med oprocessad mat, så som spannmål i exempelvis U-länder. Bekvämlighet ser olika ut beroende på ekonomiska förutsättningar och geografiska områden. Vad som är bekvämlighet och inte tolkas också olika utifrån individuella preferenser.

3.3.1.3 Ansvar

I Belascos (2008) triangel utgör ansvar huvudpelare och han anser att den faktorn borde vara den viktigaste i triangeln och genomsyra alla beslut som konsumenten tar. Ansvar betyder att man som konsument är medveten om sina matval och dess konsekvenser – både på kort och lång sikt. Vad som speglar matval i konsekvenser handlar om personliga, sociala, psykologiska och/eller politiska aspekter. Faktorer som ryms i medvetenhet av konsumentens matval är framförallt hälsa och miljö.

4. Material och metod

4.1 Urval av litteratur

Litteratursökning till studien gjordes genom Högskolan Kristianstads databas Summon samt Googles sökverktyg Google Scholar, där sökorden som användes var: framtiden, future food,

hållbarhet, sustainability, trender, matval, food choices, konsumenter + attityder, mat + klimatpåverkan och attityder + mat. Litteraturen som valdes användes för att skapa en omvärldsbild av ämnet som grund till studiens genomförande. Litteratur i form av rapporter och artiklar användes också för att stärka teorin och för att utforma relevanta frågor till studien. Sökord relaterade till studien användes även i sökningar på organisationers hemsidor, så som Livsmedelsverket och Jordbruksverket.

4.2 Val av metod

Då syftet var att undersöka attityder och resonemang användes i denna studie en kvalitativ metod i form av fokusgrupper. Fokusgrupper utgörs av en mindre grupp av personer som deltar i en interaktiv miljö (Dahlin-Ivanoff & Holmgren, 2017), vanligast sker detta i ett fysiskt rum eller som i detta fall, i form av en videokonferens, med syfte att utforska exempelvis åsikter och attityder. Enligt Bryman (2018) ger fokusgrupper möjligheten att få direkta svar om specifika frågor och även ställa följdfrågor. Fokusgrupper ger i många fall djupare och mer utvecklade svar än vad en enkät hade gjort (Dahlin-Ivanoff & Holmgren, 2017). Alternativet hade varit att använda sig av individuella intervjuer, vilka också ger möjlighet till djupare samtal och följdfrågor, men då hade diskussioner mellan informanterna uteblivit.

4.3 Fokusgrupper

Studien genomfördes i fyra semistrukturerade fokusgrupper med tre till fyra informanter i varje fokusgrupp. Antal informanter var planerade med ett möjligt avhopp per grupp så ett minimiantal av informanter var tre. Totalt deltog 13 informanter från ett bekvämlighetsurval i undersökningen, samtliga var kvinnor. Majoriteten av informanterna var mellan 20-30 år och ett par var mellan 45-55 år. Många informanter var studerande medan ett mindre antal arbetade. Antalet planerade fokusgrupper kunde komma att ändras om insamlat material kändes mättat eller om komplettering behövdes. Informanter till fokusgrupperna rekryterades genom en inbjudan som skickades ut i olika sociala medier: Facebook, Instagram och LinkedIn. Inbjudan publicerades på författarnas egna sidor i de olika sociala medierna och delades av andra. Inbjudan publicerades även i olika grupper, exempelvis "Gastronomerna Högskolan Kristianstad" på Facebook för att nå ut till en bredare publik. Fokusgrupperna genomfördes via kommunikationsverktyget Zoom och någon geografisk begränsning behövde därav inte göras.

Förslag på datum och tid för planerade fokusgrupper var listade i inbjudan och informanter hade möjlighet att boka en tid som passade dem. När de informanter som var intresserade av att delta i studien mejlade och bokade en tid fick de ett mejl tillbaka med bekräftelse på sitt deltagande i fokusgruppen. När fokusgrupperna var bokade skickades även ett mejl med godkännande (bilaga 2). Detta utformades inledningsvis för att kunna skrivas under i PDF-format, vilket dock inte fungerade och reviderades därav till ett godkännande via mejl (bilaga 3).

Då fokusgrupperna skedde digitalt valdes mindre grupper för att kunna hålla samma höga kvalitet som vid ett samtal i ett fysiskt rum. Rollen som moderator och observatör skiftade mellan författarna för en jämn arbetsfördelning. Moderatören utgick från sex förutbestämda frågor som var utformade i ett frågeformulär (bilaga 4). Dessa frågor ställdes till varje grupp för att samma förutsättningar skulle ges och begränsa ämnet något. Utöver dessa frågor tillkom vid tillfällen följdfrågor från moderatören eller övriga informanter. Fokusgrupperna varade i cirka 60 minuter och spelades in för att sedan transkriberas och genomgå en kvalitativ textanalys. Detta blev vår primärdata.

Forskarrollen i kvalitativa metoder är central och forskaren finns närvarande i sitt material då tolkandet görs utifrån tidigare kunskaper inom området. Eftersom tolkandet ska ske så objektivt som möjligt (Bryman, 2018) har en redan beprövad teori tillämpats för tolkandet av studiens resultat. Belascos (2008) teori *den kulinariska triangeln av motsättningar*, har därför i denna studie utgjort både en analytisk och teoretisk utgångspunkt.

4.4 Bearbetning och analys

Bearbetningen av datamaterialet skedde genom att transkriberingen kodades för att hitta gemensamma koder i svaren från informanterna utifrån de tre grundpelare som Belascos teori utgår ifrån. Transkriberingen av de fyra fokusgrupperna lästes igenom ett flertal gånger för att hitta gemensamma åsikter som sedan markerades som kodord i transkriberingen. Kodorden listades sedan och mer övergripande delades in i kategorier, som i sin tur delades in under rubrikerna identitet, bekvämlighet och ansvar utifrån Belascos teori. Belascos teori har legat som grund för den deduktiva tematiska analys som genomfördes. Deduktiv tematisk analys innebär att den är teoristyrd (Bryman, 2008) och i denna studie har Belascos triangel av kulinariska motsättningar använts som teman. En del av kodorden passade in under flera rubriker, då har Belascos förklaring varit övervägande i vilken rubrik koden lagts under. Genom att använda en

deduktiv metod bearbetar man sitt material med en teoretisk utgångspunkt vilket medför att man förhåller sig till sitt material med en viss förkunskap (Bryman, 2008). Detta kan ha lett till att en del åsikter fallit bort. Resultatet diskuterades sedan mot den vetenskapliga litteratur som gav grund till arbetet. Kodningen strukturerades enligt nedan.

Exempel på kodord		Kategori		tema, enligt Belasco
Rädsla för innehåll Matlådor Vegetariskt = ofullständig måltid Vanesak	→	Vilja styr matval Sociala aspekter Klass Intresse	→	Identitet
Närhet till affären Tillgänglighet Socker utanför hållbarhetsaspekt Vanesak	→	Tid Pris Energi	→	Bekvämlighet
Närproducerat Ekologiskt Alternativa odlingar Självförsörjning Säsong Alternativa köttalternativ Konserveringsmetoder Baljväxter	→	Helhetsperspektiv Kunskap Livsmedelstekniker	→	Ansvar

Tabell 1. Kodning, kategorisering, och tematisering av materialet.

5. Etiska överväganden

Vetenskapsrådet (2017) beskriver god forskningssed med flera olika krav som forskaren måste förhålla sig till. Bland annat måste forskaren alltid tala sanning, dela med sig av vad materialet ska användas till, öppet redovisa för metod och resultat samt vara rättvis i sin bedömning av

andras forskning. Studiens valda metod inkluderar att människor delar med sig av vad som kan vara av personlig karaktär, vilket är individuellt för varje informant. Därav är det viktigt att alla informanter förblir anonyma, vilka i resultatet skrivs ut med fiktiva namn. Det är viktigt att det utspelar sig i en trygg miljö där informanterna inte känner sig iakttagna eller utsatta, därav var det inget krav på informanterna att delta med videokamera. Att moderatorn och observatören observerar på ett följsamt sätt är också viktigt för en trygg miljö. Vid uppstart av fokusgrupperna presenterades det tydligt hur data skulle komma att användas och informanterna informerades om att de kommer förbli anonyma. Alla hade möjlighet att lämna fokusgruppen efterhand om de ville och i så fall skulle deras medverkan strykas. För att kunna säkerställa att informanterna tagit del av informationen och att villkoren godkändes utformades ett mejl (bilaga 2 & 3) med den information som behövdes och redogörelse för hur datamaterial skulle komma att användas. Det framgick även att om informanten svarade med samtycke via mejl var villkoren godkända.

6. Resultat

Följande avsnitt redovisar det empiriska material som insamlats från de fyra fokusgruppsintervjuerna. Resultatet presenteras ur en tematisk analys där värdeord kategoriseras utifrån Belascos (2008) grundpelare identitet och bekvämlighet samt huvudpelaren ansvar. Citat används för att exemplifiera resultatet. Citaten är putsade genom att utfyllnadsord har tagits bort, detta för att underlätta läsningen.

6.1 Identitet

Identitet genomsyrade starkt hur informanterna svarade. Det påverkar hur, var och vad de äter och identitet präglar alla val, intresse och även rädsla för matens innehåll. Informanterna var eniga om hur vilja styrde deras matval, där sociala aspekter också hade stor betydelse. Det som äts ska vara gott, men vilka som ska äta, var och när har också stor inverkan på de val som görs.

Jag kan känna att det har lite med det här att göra, det sociala i mat. Det tycker jag är viktigt. – Louise

Den sociala aspekten av matval är viktig, men i slutändan var många av informanterna eniga om att smakpreferensen var viktig och att maten skulle vara god.

Vi lagar ju alltid mat som vi båda tycker om... Glömmer nästan att ta grönsaker ibland... det är ju väldigt viktigt också. Men ja... jag är inte heller så hållbar, kan jag tänka mig. Jag tänker inte på det. – Andrea

Att vad man äter är en vanesak var återkommande under diskussionerna där bland annat faktorer som inspiration, kunskap och rädsla återkom. Det fanns en vilja att äta annorlunda men ens vanor styr en tillbaka i gamla spår. Många av informanterna gav också en bild av att de har en ambition av hur de vill att deras matval ska se ut, men att det inte alltid blir så av olika anledningar. Ens identitet markeras i ens matval.

Vi vill vara... planera och veckohandla sen blir det inte alltid så haha. Sen styrs man lite av att man vill vara ekonomisk och också köpa bra produkter. Så det är lite blandat... skulle jag säga. – Sara

Andra saker som nämndes var att det tar tid att forma vanor och det känns svårt att ändra sina matval. De pratade om hur shopping ofta går på rutin, och att de handlade på samma sätt varje gång. Vissa val görs för att man fått lära sig att välja mat på det sättet från omgivningen.

Jag köper alltid ägg efter bra förutsättningar för att det är jag typ uppvuxen med att det är viktigt och ja det har följt med. – Hedvig

Mat och identitet visade sig i studien hänga tätt samman, men också klass diskuterades i relation till de matval man gör idag och även i ett framtidsperspektiv. Den ekonomiska situationen skapar möjligheter att göra vissa val, men vissa val kan också kommunicera såväl identitet som klass.

Det är ju också en klassfråga att äta bra (nyttigt, hållbart...), och tjänar man mer pengar kan man skapa sig en större medvetenhet och är mer lyhörd på vad som är bra och vad man bör äta mer av än vad man är idag, just till den faktorn att man kanske inte riktigt har råd eller möjlighet. Steget att välja rätt måste vara så kort som möjligt alltså att ekonomin och kunskapen och oändliga möjligheter. – Lina

Under fokusgrupperna diskuterades det en hel del kring hållbarhet och val av vegetabiliska produkter och kött, både hur det ser ut idag och inför framtiden. Det påtalades att utbudet av

vegetabiliska produkter inte är så stort idag och att receptbanken är smal. Det upplevdes svårt att tillaga en måltid baserad på vegetabilier eftersom kunskapen om hur man får en god, nyttig, proteinrik måltid ofta fattas. Då känns det omotiverat att byta ut kött mot ett annat alternativ.

Grillat kött på sommaren... jag kan typ sitta i en timme och bara "alltså detta är såå gott"... fast någonstans så känns det inte helt bra, men jag njuter ändå fruktansvärt mycket just då. – Hedvig

Några av informanterna kände att kött var en naturlig del av måltiden och att matvalen även gällande detta livsmedel görs ur gamla vanor.

Jag är också fortfarande tyvärr lite, jag tycker ändå inte en vegetarisk måltid utan något... eller jag vet inte vad jag ska säga... djurigt, är en måltid. Men man försöker typ ändra på det till "det är de ju visst det". Man sitter kvar i lite gamla kött, sås och potatis. – Isabelle

Det leder vidare till en del skeptiska kommentarer och frågetecken om vad som faktiskt finns i de färdiga lösningarna på substitut till kött. De diskuterade då att man inte vet vad ett livsmedel innehåller och hur hållbart det är, även om det sägs vara ett bättre alternativ än till exempel kött. På tal kom ofta att svenskt närproducerat kött kanske är ett bättre val än importerat vegetariskt. Här känner sig informanterna stundtals osäkra eftersom andra val kanske inte överensstämmer med ens grundvärderingar, vilket stärker komplexiteten i matval.

Det tycker jag kan vara svårt med vegetariska produkter... ska man då välja svenskt kött eller en sojaprodukt från andra sidan världen? - Jennie

Men jag kan ju erkänna att jag har ju inte mer koll på var dem produkterna kommer ifrån. I vissa fall kanske en bra köttfärs hade varit bättre, det har jag inte koll på direkt. – Lina

I fokusgrupperna framträdde dock en skillnad mellan de äldre och yngre informanterna, där de som var äldre ofta var eniga om att en måltid inte känns komplett utan kött och att det då känns svårt att förändra ens matval till ett mer vegetabiliskt utbud. Här visas även åsikter från övriga informanter om att kött är för gott att välja bort.

Jag har svårt att se helhet när man bara har vegetariska alternativ så blir det ingen riktig huvudrätt sådär. Och det har jag bestämt mig för att jag successivt måste få in mer vegetariska måltider som känns som en riktig måltid och inte bara massa hop-plock. – Louise

Jag känner inte ett stort behov av att äta kött men jag tycker det är väldigt gott, det ska jag inte sticka under stolen med. – Hedvig

Det förde vidare diskussionen till att man inte skulle behöva välja bort kött, varken idag eller i framtiden, utan bara välja annorlunda, då ens njutning speglas i identitet. Idag kan man göra bättre val av kött och i framtiden finns där en tro på alternativa lösningar.

Jag tänker de här alternativa kötten. Visst håller man på att producera kött som inte är animaliskt. Men som är ändå. Man försöker det nu, att göra kött som ser ut som kött och smakar kött men inte är kött-kött. Typ i labb. – Ulla

Inför framtiden diskuterades viljan om att göra mer hållbara val men att tryggheten av rutiner spelar stor roll, då de är rotade i ens identitet. I dagsläget äter informanterna det som de är vana vid att äta.

Oftast så köper jag det jag brukar köpa. Det är inte ofta jag ändrar och köper något som jag inte brukar. Ja men man köper den pasta man alltid har köpt och sådär... - Helena

Det ledde samtalet vidare till shoppingens sista anhalt, godisavdelningen. Några av informanterna nämner att sötsaker står utanför hållbarhet, och diskuteras som något som behövs för att ha balans i livet.

6.2 Bekvämlighet

Det beskrivs från informanterna hur tillgänglighet påverkade vilka matval man gjorde där allt från hur man handlar till vad man köper för mat och vilken inspiration det medför/inte medför inkluderades. *Pris* nämndes ofta som en avgörande faktor av informanterna för hur man handlade

och vilka val man gjorde. Informanterna menar att tillgängligheten av att ha närhet till affären också påverkar ens matval då det inverkar på hur strukturerad shopping som behöver göras.

Jag har ju en affär på andra sidan av vägen, så jag kan ju gå och köpa en sak jag är sugen på. – Jennie

I fokusgrupperna diskuterades tillgänglighet och hur ens valmöjligheter påverkar ens matval. Här pratade det även om att det inte behöver vara ett val mellan kött och grönt utan kan dessutom handla om vilket kött man väljer.

Och så tänker jag på att man har ju inom väldigt mycket när det gäller mat har man ju väldigt mycket valmöjligheter och sådär men det man kanske inte har är jättemycket valmöjligheter är ju typ då kött som man liksom är ganska bunden till att köpa sitt kött i en matbutik att och det finns väl ändå ganska mycket som säger att det skulle vara bättre med viltkött och sådär. Jag kan ibland sakna att det skulle ibland vara lättare att få tag på viltkött även om man inte har en jägare i familjen eller sådär. – Sonja

Här diskuterades det vidare hur det ofta finns en vilja att göra rätt men att bekvämlighet ofta står i vägen för de valen. I butikerna påverkar tillgängligheten och olika erbjudanden. Informanterna berättar om hur deras planerade shopping ibland avbryts av impulser.

Jag brukar alltid ha en planerad lista innan jag går och handlar så jag vet vad jag ska handla. Sen blir det ju alltid en massa extra... så... man följer ju inte den direkt. Suck. – Andrea

Jag tror ändå att jag gör helt okej val. Min regel är att jag aldrig ska gå och handla hungrig. så att så länge jag håller mig till det går det helt okej... men går jag och handlar hungrig vet jag inte vad som sker... ja då kan allt slinka ner... – Linn

Valen påverkades också av det sociala sammanhanget och vad som då upplevs lättast att tillgå. Det kan också vara mer bekvämt att bjuda på en maträtt som alla kan äta.

När man bjuder folk så är det oftast kanske åtminstone en person som är vegetarian. Då gör man inte två rätter utan man håller det vegetariskt. Tycker att allt mer när man

kommer hem till varandra för att äta så är det nästan alltid vegetarisk mat för att man anpassar sig så att det passar alla. Jag tycker att man blivit mycket bättre på att skapa bjudmat som är vegetarisk. – Emmy

Många av informanterna pratade om att det känns mer bekvämt att byta ut en ingrediens mot ett mer hållbart alternativ, men att rätten i sig förblir densamma. Samtalen fortsätter i hur substitut ibland kan vara ett lättare alternativ då måltiden förblir den samma vilket ur ett bekvämlighetsperspektiv underlättar matvalet.

Köttfärs är verkligen en sån grej som blivit ersatt för mig. det är väldigt simpelt liksom. att istället ha en vegofärs i frysen som är lättare att använda och billigare, alltså det ger inte någon effekt för mig. Kanske tar bönor när vi äter tacos istället. – Lina

Vidare lyftes pris som en avgörande faktor. Informanterna diskuterade hållbarhet som en trend och att ekonomisk ställning påverkar hur man gör matval, då priset styr ens valmöjligheter.

Jag tror också på den här hållbarhetstrenden men jag tror också att det är en fråga om pengar. Jag tror inte att alla kommer ha råd att köpa bara ekologiskt och andra bra val, då blir det en avvägning. Det kanske inte är alla som kan köpa och prioritera hållbart eftersom det är en ekonomisk fråga. Det beror väl på om det blir tillgängligt för fler... - Linn

6.3 Ansvar

När det gäller ansvar diskuterades hållbarhet utifrån olika dimensioner. I studien var det genomgående att det var svårt att göra ett matval som är hållbart ur flera dimensioner. Det som diskuterades som speciellt problematiskt var att göra val som beaktade social- och ekonomisk hållbarhet. Matvalens klimatpåverkan var också något som ofta nämndes av informanterna. De var alla eniga om att framtiden erbjuder ett förändrat levnadssätt där vi odlar mer själva och butikerna erbjuder alternativa lösningar, mer likt bondemarknader eller där fler små butiker är nischade på ett område inom livsmedel.

Jag tror ändå att trenden går mer åt att det ska vara närproducerat faktiskt... eller till och med självproducerat. I så stor mån som möjligt. Sen kan det bara vara en trend just nu... men jag tror ändå att det skulle kunna vara något som på riktigt är hållbart – Hedvig

Att pris styr matval nämndes under bekvämlighet, men när man diskuterar ansvar och att välja “rätt” nämns pris istället som något som markerar vad man bör välja, att ett dyrare alternativ upplevs vara ett bättre alternativ ur ett hållbarhetsperspektiv.

Jag tycker också rent generellt att vi svenskar lägger för lite pengar på mat, alltså, på livsmedel. Men däremot kanske man går ut och äter lunch, går ut och kăkar och då betalar man hur mycket som helst och tycker inte det gör så mycket. Men om gurkan är lite dyrare eller tomaten är dyrare vill man inte. Jag kan tycka att man ibland ska tänka lite tvärt om. – Louise

Informanterna var eniga om att det känns svårt att veta vad som är rätt val. Hållbarhet benämndes som komplext och informanterna tyckte att det var svårt att veta hur man ska göra för att göra rätt eftersom det påverkar i flera led på olika håll.

Känns som att oftast vet man inte riktigt vad är mitt bästa val som konsument. – Emmy

Det diskuterades även att om man gör gott för någon annan gör det också gott för en själv, vilket också visar på de olika dimensionerna av hållbarhet och hur de bygger på varandra.

Närproducerat känns ju hållbart i flera aspekter. Att det blir en levande landsbygd där man bor och att det inte behöver fraktas så långt och någon form av god djurhållning känns ju hållbart såklart då det inte bara blir en massproduktion... Samtidigt som i ett längre perspektiv kanske det ger jobb till folk som annars inte har ett jobb och det är ju en industri på plats där också som kanske behövs som kan vara ekonomisk- och social hållbarhet där på platsen. Sen kanske man kan nå dem och hjälpa dem på ett annat sätt än att förstöra miljön under tiden... Det är jättekompext – Sonja

Hur man väljer inom olika livsmedelskategorier skiljde sig och en viktig insikt under samtalets gång från informanterna var att de ser väldigt olika på varor, där valen påverkas av olika faktorer beroende på *vad* som ska köpas.

Jag tycker det är viktigast när jag köper kött. Då brukar jag tänka på att det ska vara svenskt. Men sen i stort sett allt annat går jag nog inte in sådär jättedjupt och försöker kolla vart det är ifrån eller så. Jag kan ju typ i en handling köpa säkert massa grönsaker från halva jorden men jag köper svenskt kött till det. – Emmy

När det diskuterades om hållbarhet pratar informanterna om att göra matval som påverkar. Här handlar det både om en mindre påverkan på klimatet men även om en positiv inverkan på lokala bönder eller en hållbar produktion. Detta ansågs viktigt både utifrån ett nutida perspektiv och inför framtiden.

Jag tänker att hållbar mat är det jag köper som kan göra gott för någon annan. Köper jag ekologiska ägg är det hönan som haft det bättre, köper jag närproducerat så är det den bonden som tjänar på det... Och köper jag vegetariskt är det bra för klimatet. Så det jag köper gör gott för någon annan i slutändan tänker jag. – Jennie

Andra aspekter som lyftes i frågan om hållbarhet var transport och närhet. Det diskuterades även att det ofta känns bättre när man kan göra val som man vet är bra för miljön, till exempel att det finns regler inom EU.

Prismässigt, vad som är billigast men också gärna så närproducerat som möjligt. Man vill ju inte att saker ska fraktas flera miljarder mil... Är det inom EU är det bättre. Eller strängare regler för hur mycket besprutningsmedel eller så som får vara på livsmedlet. Då känns det bättre, om det är närproducerat. – Isabelle

När framtiden diskuterades trodde en del informanter på ett uppvaknande i samhället medan andra trodde att trender skulle påverka och bidra med en förändring.

Det känns som det skett så mycket de senaste åren och den förändringen kommer fortsätta. Jag tror att animaliska produkter kommer minska ännu mer. Nu kommer det ju massa substitut för kött, mjölk och ägg. Så jag tror att det kommer bli ännu mer åt det

vegetabiliska hållet... Men sen vet jag inte vilka influencer, alltså, om det skulle bli någon ny mattrend eller så. – Emmy

Det pratades vidare om hur nya levnadssättet i framtiden också får oss att gå tillbaka i tiden, där vi är mer medvetna om säsong och råvaror används i sin helhet. Man återtar farmors tekniker om konserverings- och förvaringsmetoder.

Ja det känns lite som tidigare generationer, att de liksom tog tillvara på och förvarade under längre tid liksom. Sen matsvinn är väl också en sån grej som känns viktigt... När man producerar mat är det ju väldigt viktigt att det äts upp också och inte bara slängs. - Astrid

Då blir det lite mer åt det här med självhushåll egentligen. Att man förvarar sina egna äpplen över vintern och att man lägger in sina gurkor. På det viset skulle det gjorts. Kanske inte bara för att odla själv... Utan man köper på sig en jädra massa gurkor när det finns jättemycket gurkor så lägger man in gurka som sen har hela säsongen. – Ulla

Informanterna pratade om att framtiden erbjuder en bredare kunskap om mat för samhället. Det diskuterades vidare om hur en sådan kunskap om mat även bidrar till att sudda ut gränser över olika klasser i samhället. Detta ledde över till att informanterna gärna ser att Sverige tar större ansvar och ökar vår självförsörjning.

Jag tänker också helhetsperspektiv, det gäller både produktionen och konsumenten och att man i framtiden har helt andra vanor än vad vi har idag. Det kommer komma fler kriser, kanske inte just pandemier men liknande kriser som kommer tvinga oss in i andra vanor. Jag tror att vi kommer ha helt andra produkter, eller inte helt andra, men det kommer vara nyanserat och det kommer se lite annorlunda ut. - Lina

Vi är självförsörjande på tre saker här i Sverige, vi kan inte leva på socker och morötter och baljväxter... vi måste få igång en större produktion av det som är här... Det hittas också nya sätt att producera där man inte längre behöver ha mark för att odla utan nya sätt att odla i vatten och på alla möjliga sätt... – Helena

Framtiden för med sig en viss oro över samtalet där många av informanterna kände sig lite skeptiska. Framtiden kändes långt fram och de lösningar som diskuterades kändes skrämmande. Det diskuterades kring hur kött kommer framställas i labb, vilket för många av informanterna kändes otänkbart. Här diskuterades det även om hur och om vi ens kommer äta insekter. Tanken på att äta insekter kändes inte så attraktivt och många informanter hade svårt att se det som en basvara. Några informanter var däremot positiva och såg det som ett hållbart protein-alternativ, och som gärna skulle ha använt det som mjöl eller liknande. Trots en del skepsis var samtliga eniga om att framtiden blir bättre för människan, samhället och planeten.

Det kommer vi säkert göra en dag tänker jag. Men det är säkert så här, det krävs tid för att det ska bli en... normaliserat ju. Så jag undrar om min generation äter insekter istället för något annat utan att tycka "herregud jag äter insekter". Det måste nog någon övergångsgeneration tänker jag. För att det ska kännas okej att göra det. – Ulla

7. Diskussion

7.1 Resultatdiskussion

7.1.1 Sammanfattning av de viktigaste resultaten

Matval är djupt rotade i identitet, rutiner och vanor, vilket gör dem svåra att snabbt förändra. En förändring behöver ske över tid och föra med sig något gott för både konsumenten och miljön. I studien visade det sig att de faktorer som påverkar matvalen mest är att det ska vara gott och prisvärt, men också hur mycket engagemang som krävs och hur lättillgängligt valet är att göra. Framtiden är inte helt olik hur många av informanterna äter idag, där vikten av att matvalen görs med konsekvenstänk och med hållbarhet i fokus lyftes fram. Detta innebär också matval som i framtiden till största delen består av vegetabiliska proteinkällor. I studien diskuterades hållbarhet utifrån flera olika aspekter, där alla aspekterna måste beaktas. Detta gör också att matvalen i relation till hållbarhet beskrevs som komplexa.

7.1.2 Konsumentens matval påverkas av flera faktorer

Det var tydligt hur flera informanter ville göra vad de ansåg var rätt val, men vid ett flertal tillfällen blev det märkbart att det var något som påverkade att de valen inte alltid blev gjorda.

Det kunde bland annat bero på brist på kunskap om hur produkter skulle hanteras, tillagas och användas men även vilket val som egentligen var det bästa valet när det finns källor som säger olika saker. Många önskade också mer tillgänglig kunskap, då de inte visste var de skulle vända sig för önskvärd information.

Många olika faktorer påverkar matvalen, allt från identitet och bekvämlighet till ansvar (Belasco, 2008). Det visades upprepade gånger när informanterna skulle redogöra för hur de valde att det blir svårt att peka ut en faktor som påverkar. Valen är mer komplexa än vad man tror. Många gånger påverkar de olika grundpelarna från Belasco (2008) ett och samma val. För en djupare förståelse av hans teori kan Bohms (2016) venndiagram (bilaga 5) användas, som visar hur de olika grundpelarna flyter in i varandra och påverkar gemensamt. Venndiagrammet består av tre cirklar med de olika grundpelarna som möter varandra i mitten. Till skillnad från Belascos (2008) triangel, där grundpelare presenteras var för sig, förklarar Bohm (2016) mer ingående om hur de influeras av varandra. I venndiagrammet blir det ännu tydligare hur komplext ett val är. Det är inte alltid så att grundpelarna är varandras motsatser utan i vissa val blir det tydligt att de samspelar med varandra. I studien visade flera informanter att ett val kan spegla både identitet och bekvämlighet, eller både identitet och ansvar beroende på hur de värdesätter sina val och vilken identitet de har, eller vill förmedla.

Identitet och bekvämlighet tillsammans med ansvar går att identifiera i flera av informanternas svar och kom framförallt till uttryck i samtalen kring vegetabilisk kost kontra en kost bestående av kött. Diskussionen kring vegetabilisk kost kom upp i alla fokusgrupper och var för majoriteten en lösning på många av de problem som identifierades. Problem som höga utsläpp, begränsad ekonomi och etisk problematik identifierades, vilka täcker flera dimensioner av hållbarhet. Denna problematik lyfter även Jordbruksverket (2013), som visar att vegetariska produkter är en trend som uppmärksammas av svenska befolkningen och som påverkar både samhällets och individens val. Att äta en helt vegetarisk kost går att definiera som ett begrepp, vegetarian, och vegetarianism skulle kunna ses som en makrotrend, enligt den definition som presenterats av Lindkvist och Rehn (2013). Även om det kan definieras som en makrotrend, lyftes det i studien en del tankar kring hur en diet utan kött också kunde vara problematiskt för den sociala- och ekonomiska hållbarheten, både lokalt och globalt. Detta visar på att informanterna tänker på hållbarhet utifrån flera dimensioner, och som i sin tur tyder på att möjlighet för ansvarstagande finns då de är medvetna om köttproduktionens både negativa och positiva konsekvenser. Oavsett

definierade brister i en kost fri från kött var det inte dessa problem som var den mest påtagliga anledningen till att många av informanterna fortsatte konsumera kött. För ett flertal handlade det om vana att äta kött och om den enkla anledningen att det är gott, som också är rotat i identitet. Detta val kan visa på att grundpelaren identitet ibland ser förbi huvudpelaren ansvar och hur de motsätter varandra eller som Bohm (2016) menar, att de påverkar varandra. Återigen blir det svårt att särskilja vad som enskilt styr matvalen och det blir tydligt att flera faktorer samspelar. Detta stämmer även överens med Erikssons (2005) teori om att människan utgår från eget intresse och att det kan bidra till ett icke rationellt agerande. Mycket tyder på att det är människors egenintresse och strävan efter bekvämlighet som gör att makrotrenden vegetarianism aldrig kommer bli en megatrend, vilket enligt Berglund et al. (2013) hade behövts för att minska belastningen på planeten.

En stor del av matvalen präglades av aspekter kopplade till bekvämlighet (Belasco, 2008), där både *pris* och *tillgänglighet* var tydliga faktorer till hur valet av mat såg ut. Detta innebär att många av de val som informanterna gör grundar sig i deras ekonomiska situation samt deras möjlighet och tillgång till varor. Även om bekvämlighet många gånger tar över så gör informanterna en del genomtänkta beslut vid val av livsmedel vilket visar på förståelse och ansvar för sina val. I huvudsak gällde detta animaliska produkter men också val av ägg, där närproducerat och det svenska ansågs hållbart ur alla hållbarhetsperspektiven och dessutom bedömdes vara av högre kvalitet. Det visade sig dock ligga olika anledningar bakom dessa beslut, vilket ännu en gång visar på hur komplexa våra matval är. Några informanter angav till exempel att deras föräldrar lärt dem att köpa ägg från frigående höns, vilket sedan blivit en rutinmässig handling. Dessa handlingar kan vara svåra att motivera, kanske eftersom vanor gör att mindre tankekraft och uppmärksamhet läggs vid beslutet (Levy och Wietz, 2007). Samtidigt var det nyare kunskap som låg till grund för valet av svenskt kött. Priset var inte lika styrande vid val av dessa produkter, vilket berodde på att det kändes mer befogat att betala mer pengar för vad man ansåg vara en bättre produkt. Andra produkter såsom godis, läsk och chips, valdes med mindre omtanke och med mindre hänsynstagande till de olika hållbarhetsdimensionerna. Här framstår bekvämligheten vara den främsta faktorn, men också vanan och det rutinartade beteendet. Valen görs för ens egen njutnings skull, samtidigt som det då riskerar att strida mot ens ansvarstagande. Detta visar återigen på en stor problematik och komplexitet när det gäller matval, då olika faktorer både samspelar och motsätter varandra. Denna problematik återspeglas även i *Decade of Action* som visar på att ansvarstagandet inte är tillräckligt stort eftersom takten för förändring inte är tillräckligt snabb för en hållbar planet (United Nations Development Programme, 2020), vilket

i sig visar på att andra aspekter såsom identitet och bekvämlighet har stor påverkan på matvalen.

Enligt Belasco kan ansvar (2008) både handla om konsekvenserna av en individs matval och ansvaret för den egna medvetenheten när en viss produkt väljs. Denna studie fokuserade på matval utifrån ett hållbarhetsperspektiv, vilket då kopplar tydligt till Belascos huvudpelare ansvar (2008). Flertalet informanter ansåg det som viktigt, både idag och inför framtiden, att göra hållbara matval, men det fanns också en stor osäkerhet kring vad som faktiskt var hållbart, utifrån de olika dimensionerna. I Food & Friends (2019a) framgår hur hållbarhet är en trend idag, där maten gärna ska vara förpackad i klimatvänliga förpackningar, förbrukningen av plats önskas minska, individen ska producera och laga maten själv och det man använder ska gärna vara lokalproducerad mat. Flera matval styrs av denna hållbarhetstrend, och för många blir matvalen också en del av ett identitetsskapande som dessutom uppmärksammas av andra (Kittler & Sucher, 2008).

Samhällets normer påverkar de individuella valen då det finns en önskan att känna tillhörighet eller avståndstagande, alltså visa vem man är (Miles, 2000). Dessa aspekter går att applicera i Belascos (2008) grundpelare identitet. Det kan säga något om vem du är genom ditt val av att till exempel köpa vegofärs eller en produkt med en viss märkning, det kan säga att du värnar om miljön men också att du är mån om djurhållning. Samtidigt kan det ibland vara svårt att veta var maten kommer ifrån och därmed kunna göra medvetna val som bygger på ansvarstagande. En av informanterna i studien nämner till exempel att ovissheten kring var frukt och grönt kommer ifrån och under vilka förhållanden dessa har odlats, gör att valet av en köttprodukt kan vara enklare och bekvämare. Detta kan också göra att det upplevs vara bättre att köpa det då det är tydligt att det är svenskt kött och man tror sig veta hur produktionen och djurhållningen ser ut här. Informanterna pratade i detta sammanhang också om problematiken med att få korrekt information kring olika livsmedel för att kunna göra sig en bedömning om vad som är hållbart och inte, och att vem som helst kan uttala sig och nå ut med olika budskap genom olika mediala kanaler idag. Det blir för många, speciellt personer som inte har ett matintresse, svårt att gallra bland all tillgänglig information, vilket kan göra att sökandet efter och genomförandet av "det rätta" valet upplevs vara alltför tidskrävande. I en sådan situation riskerar bekvämligheten att styra på bekostnad av ansvar (Belasco, 2008).

7.1.3 Konsumenters tankar om matval, hållbarhet och framtiden

Informanterna i studien framförde flera tankar kring matval i relation till hållbarhet ur ett framtida perspektiv. Det diskuterades om betydelsen av miljöpåverkan och klimatutsläpp, men också om hur närhet till maten ger bättre självkänedom. Detta kan samtidigt medföra både respekt för och ökad kunskap om livsmedel, vilket kan leda till mer ansvarstagande val (Jonell et al, 2019). Från en del av informanterna syntes även ett mönster av helhetstänk, där det bland annat diskuterades om att närhet och småskaligt kanske inte alltid är det bästa valet utan att en storskalig produktion behövs i flera dimensioner i framtiden. Den kan vara mer hållbar i tillverkning och transport (en stor kontra många små), men den kan även vara socialt hållbar då den oftast genererar billigare produkter än småskalig produktion, vilket i sin tur ger fler människor möjlighet att köpa mat. Ur en social hållbarhetsdimension menar Clark och Tilman (2017) att kött också kan vara hållbart, då det ger mat till fler människor, vilket inte lyftes i någon av fokusgrupperna. Detta visar också på utmaningen i att beakta och hantera de olika hållbarhetsdimensionerna i resonemangen om matval, hållbarhet och framtid ur ett globalt perspektiv.

I studien framkom återkommande hur en vegetabilisk kost ansågs vara mer hållbart ur den ekologiska dimensionen då många utgick från att kött då skulle ersättas med närodlade baljväxter. Samtidigt som en kost av frukt och grönt marknadsförs som hållbar, pratade informanterna om att de köper frukt och sojaböner från hela världen och det inte är bra för klimatet. Budskapet blir stundtals tvetydigt och informanterna blir osäkra kring vad de egentligen tycker och vad som är hållbara matval inför framtiden. Bekvämlighet och identitet tog återigen över när man kunde tyda att personer ännu inte förändrat sina val och kött fortfarande är en viktig del på middagstallriken, samtidigt som de ville bli bättre på att äta vegetabiliskt som en del av framtidens hållbara val.

Hållbarhet i relation till matval för framtiden uttrycktes för många också i termer av att minska matsvinnet, i hemmen, lokalt och globalt. För att göra det hemma ansåg informanterna att det var viktigt att de kunde planera sina inköp för att hinna äta upp saker innan de blev dåliga och då istället använda sig av rester till att göra nya rätter. Trots redogörelse för möjligheter att minska matsvinn ansåg inte alla sig duktiga på att planera inköp. Det berodde framför allt på Belascos (2008) grundpelare bekvämlighet, som informanterna beskrev som tidsbrist, impulsköp och tillgänglighet. Dock ansåg majoriteten att de var bra på att äta upp vad som fanns hemma, vilket

visar på ett ansvarstagande, ändå slängs 19 kg ätbar mat per person om året, enligt Jordbruksverket (2013). I samtalen kring framtidens hållbarhet tog informanterna upp konserveringstekniker från förr, sättet man odlade sitt eget och kunskap om hur man skulle få sina livsmedel att hålla så länge som möjligt som viktigt och något att ta med sig in i resonemangen om framtidens hållbara matval.

Hållbarhet i relation till matval handlar även om privat- och företagsekonomi, vilket är något som både Statistiska Centralbyrån (2012) och Jordbruksverket (2013) redogör för. Trots att informanterna i samtliga fokusgrupper pratade om hur priset styr matvalen, nämndes det aldrig ur ett privatekonomiskt perspektiv, vilket också är en hållbarhetsfaktor att beakta för framtiden. Flera diskuterade vilka livsmedel man hellre betalar mer för men ingen nämnde faktorer förankrade i framtiden, som sparande eller önskan om att kunna lägga sina pengar på annat. Ingen nämnde heller något som tydde på förståelse för att privatekonomin är en viktig byggsten för en hållbar framtid (Statistiska Centralbyrån, 2012). Detta kan tolkas som att privatekonomi, som en del av den ekonomiska dimensionen av hållbarhetsbegreppet, är relativt okänt eller oreflekterat i resonemangen om hållbara matval för framtiden.

7.1.4 Konsumentens aktiva val för att förändra sina matval

Människan kan vara anpassningsbar (Gotanda et al, 2017), men för att kunna göra en förändring tyder informanternas svar på att de behöver göra små förändringar över tid så att de hinner anpassa sig. Belasco (2008) nämner identitet som djupt rotat i ett flertal olika aspekter, där personliga preferenser, hur mat väljs och minnen är något som speglar ens identitet. Han menar att det kan vara svårt att genomföra förändring kopplade till matval då dessa ofta spelar en central roll i ens identitet. Om trender säger något om vart vi är på väg och på så vis visar på kommande förändringar, kanske det krävs mer än mikro- och makrotrender för att människan ska följa trender och genomgripande förändra sin konsumtion. Det verkar krävas små steg för att informanterna ska känna att de förändringar som görs sker utifrån, och med hänsyn tagen till de värden som är viktigt för den egna identiteten.

Studien visade även tydligt hur vanor och rutiner ofta styrde matvalen. När vana styr krävs en liten eller ingen medveten ansträngning och på så sätt sparar konsumenten både tid och ansträngning (Levi och Weitz, 2007), däremot riskerar valet att bli mindre hållbart. En strävan efter bekvämlighet kan också vara en anledning till att informanterna kunde se sig byta en vara i

taget snarare än att göra flera förändringar samtidigt. Enligt Belasco (2008) kan ett byte av en vara också betyda ett byte av identitet, och detta kan ta både tid och ansträngning. I studien visade det sig också vara lättare för informanterna att byta ut en komponent i en maträtt än hela rätten, då man fortfarande kunde identifiera sig med det man lagade.

Informanterna visade även att de gjorde aktiva val utifrån aspekterna hälsa, miljö och påverkan från yttre faktorer, genom att de till exempel läser på innehållsförteckningar, tittar efter märkningar och närproducerat, men också att de kan tala för och emot olika livsmedel och odlingssätt. Enligt Belasco (2008) betyder ansvar att man som konsument är medveten om sina matval och dess konsekvenser, både om man gör de "bättre" valen eller väljer något man egentligen inte skulle vilja. Det blev tydligt hos informanterna att valet ibland görs utan möjlighet att välja annorlunda, trots viljan att ta ansvar. Ett flertal informanter medgav att de var högst intresserade av mat och matlagning, men studien visade också många tecken på att kunskap var viktigare än intresse för att göra aktiva matval. I rapporten av Food & Friends (2019b) lyfts frågan om utbildning kontra medvetna val och hur dessa samspelar, och här visas att utbildning i många fall genererar mer eftertänksamma val. Här kan man se ännu en gång hur Bohms (2016) tolkning av Belascos (2008) triangel tydligt visar samverkan. Utifrån detta kan det därför också vara viktigt för företag och organisationer att nå ut med information, även till de med ett mindre intresse för mat och till personer med lägre utbildning, för att skapa fler möjligheter för aktiva matval.

Utöver att våra matval präglas av identitet, bekvämlighet och en känsla av ansvar, vilka alla diskuterats genomgående i denna studie, visades även att de informanter som var mellan 20-30 år var mer mottagliga från influenser utifrån. Här nämndes bland annat reklam för mat och dryck, men också uppfattningar om vad andra anser vara rätt eller fel, eller vad vänner lagar och använder för produkter. Detta kan skapa nyfikenhet av att själv vilja prova och kan då medverka till en snabbare förändring, till exempel genom att man byter ut delar av sina vanliga middagskomponenter. Betydelsen av medial påverkan men också den sociala kontexten för de matval vi gör är även dokumenterad i annan forskning (Miles, 2000). Tidigare studier har också visat att yngre åldersgrupper kan ses som mer mottagliga för olika trender (Food & Friends, 2019a). Utöver Belascos tre aspekter är dessa faktorer viktiga att beakta i förståelsen för hur konsumenter resonerar kring matval idag och inför framtiden.

Genom att ta utgångspunkt i dagens trender kan vi också spana in i framtiden. Hållbarhet beskrivs ofta som en viktig trend i dagens samhälle och som genomsyrar flera områden, så även när det gäller konsumtion och val av mat. Dagens mikrotrender ger enligt Lindkvist och Rehn (2013) en viktig ledtråd för hur framtiden kommer se ut. Studien visade att framtiden inte är långt borta och under fokusgrupperna pratade informanterna om hur deras medvetande kring hållbara matval ständigt förändras. Rutiner förändras med ett steg i taget, och det första klivet är steget rakt in i framtiden.

7.2 Metoddiskussion

Då studiens syfte kräver samtal för att förstå hur människor resonerar kring matval utifrån ett hållbarhetsperspektiv bedömdes en kvalitativ undersökning vara lämpligast (Dahlin-Ivanoff & Holmgren, 2017). Om vi använt oss utav en kvantitativ metod i form av enkäter eller liknande hade en mer representativ studie kunnat göras, vilket hade varit lämpligt om man till exempel vill mäta åsikter kring ett specifikt livsmedel. Däremot hade studien inte genererat några utförliga svar. Fokusgrupper valdes då det är fördelaktigt att i grupp föra samtal kring specifika frågor och samtidigt höra generella tankar samt mer detaljerade åsikter (Dahlin-Ivanoff & Holmgren, 2017). Metoden bedömdes även som lämplig att använda online utan att riskera en försämrad kvalitet.

I studien valdes bekvämlighetsurval som urvalsmetod, vilket resulterade i en viss enhetlighet mellan informanterna, bland annat vad gäller ålder och kön. Bryman (2018) skriver att fördelen med ett bekvämlighetsurval är att det är ett enkelt och snabbt sätt att nå presumtiva deltagare. Bekvämlighetsurval är dock inte representativt för en större grupp personer. I en kvalitativ tolkning är dock inte syftet att generalisera åsikterna till en bredare publik, däremot ger det en möjlighet till inblick i hur denna typ av konsumenter resonerar kring matval. Informanterna i studien var alla kvinnor, relativt nära i ålder och geografiskt ursprung. Det hade dock varit av intresse att inkludera en bredare variation i ålder och geografi. För samtliga informanter fanns ett matintresse vilket kan ha påverkat resultatet. I studien har ett öppet och objektiva förhållningssätt tillämpats, trots det kan resultatet ha påverkats av att båda författarna har samma bakgrund (ålder, kön, utbildningsnivå) som många av deltagarna. Informanterna kan ha gett förkortade svar eftersom de kan ha ansett att vi har större förståelse för ämnet. En sak som uppfattades bland några av informanterna var även att vi som gastronomistudenter skulle veta mer eller bättre, och därav försökte ge en förskönad bild av nuläget.

För att hålla informanterna öppna inför ämnet användes under fokusgrupperna inga hjälpmedel i form av bild eller ljud. Utan hjälpmedel tillåts informanter att tänka fritt och själv komma med förslag, till exempel om vad som är framtidens mat. Det kan däremot vara hämmande ifall informanten inte känner att den kommer på något själv. Här vägdes för- och nackdelar, vilket resulterade i att vi ville få informanterna att tala fritt utan hjälpmedel för att undvika att bli påverkade av en bild eller liknande. Då undersökningen inte byggde på information av personlig karaktär behövdes inga större etiska åtaganden tillämpas. Hänsyn togs till grundläggande etiska principer som nyttjandekravet, samtyckeskravet och informationskravet. Med redogörelse av all information om hur studien skulle genomföras, bearbetas och informanternas godkännande, tillsammans med en öppen forskarroll, kunde informanterna själv välja vilken information de ville dela under fokusgruppernas gång. Eftersom fokusgrupperna hölls via Zoom och inga krav på att använda sig av video fanns, resulterade detta i att vissa valde att använda sig utav bild medan andra inte gjorde det. Detta kan ur ett etiskt perspektiv vara problematiskt då det kan uppfattas orättvist och sätta informanterna i en obekväm sits. Att dela med sig av sitt eget ansikte kan upplevas exponerade, och kan i vissa fall leda till att informanten inte svarar helt sanningsenligt. Då denna studie är genomförd under en tidsbegränsad period har det påverkat utformningen av studien genom att mindre begränsningar av vilka faktorer och dimensioner vi tittat på har gjorts. För materialet som samlats in inte skulle bli för stort har en begränsning på fyra fokusgrupper gjorts.

7.3 Studiens relevans för mat- och måltidsvetenskap

Inför framtiden står vi framför utmaningar som bland annat innefattar hållbar matkonsumtion. Denna studie har undersökt hur konsumenter resonerar och tänker kring matval och hur de ser på framtidens mat. Då studien vill öka kunskapen om konsumentens matval och attityder inför framtidens mat är den av stor relevans till huvudområdet mat- och måltidsvetenskap. Det är av stor vikt inom livsmedelsbranschen att förstå och tolka konsumenters matval för att kunna möta konsumenternas efterfrågan. Det är även relevant att se på hur konsumenter handlar eftersom det är där maten följer med hem. För att kunna göra en förändring av matval i stort, måste man först se på individnivå vilka val som görs och varför. Resultatet i studien har visat att pris och personlig preferens är av största vikt vid matval. På så sätt kan studiens resultat även användas som underlag vid produktutveckling av den mat som erhålls i butik i framtiden.

7.4 Vidare forskning

Resultatet kan med hjälp av vidare forskning användas som kunskapsbank för att se på hur konsumenter resonerar kring sina matval och inför framtidens mat. Denna studie är gjord med ett bekvämlighetsurval vilket kan ha givit en vinklad syn på ämnet. Det kan vara relevant att för vidare forskning intervjua flera människor och även de som inte är intresserade av mat. Vidare forskning på ämnet skulle även kunna innebära ett fokus på jämförelse mellan till exempel olika åldrar, utbildningsnivå och boende när det gäller hållbar matkonsumtion. Detta kan generera en bredare förståelse av hur människor generellt gör sina matval och hur dessa kan påverkas i butik. Vid vidare forskning hade det varit av intresse att göra en longitudinell studie, där informanterna följs under en längre tid för att istället se om nya mikrotrender påverkar deras synsätt.

Ett annat perspektiv att utföra studien på är att intervjua de personer som inte är villiga att ändra sin köttkonsumtion och på så sätt erhålla deras syn på hållbarhet och vilka lösningar de kan se.

8. Slutsats

Konsumentens matval idag påverkas av identitet, där både vanor och rutiner, men också personliga preferenser och njutning spelar roll. Den djupt rotade identiteten kan stå i vägen för stora förändringar i ens matval. Studien visade att förändringar mot hållbara matval för framtiden behöver göras successivt. Vidare visade studien att både pris och tillgänglighet, som en del av bekvämlighet, var viktiga faktorer i hur informanterna resonerade kring sina matval. Detta var också faktorer som gjorde att informanterna inte alltid gjorde de hållbara matvalen, även om de ansågs viktiga. De resonerade kring hur framtiden är att leva som vi gjorde förr, vilket ger möjlighet att odla och bevara mat mer hållbart. Utifrån ett hållbarhetsperspektiv såg man hur framtiden troligen skulle innebära mindre eller alternativa animalier. Kött skulle fortfarande vara ett matval i framtiden, men det blir viktigare att göra aktiva val av kött som konsument.

9. Referenser

Belasco, W. (2008). *Food: The key concepts*. Oxford: Berg publishers

Berglund, M., Cederberg, C. & Wallman, M. (2013). Miljöpåverkan från animalieprodukter-kött, mjölk och ägg. *Rapport 17-2013*. Hämtad från https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/publikationsdatabas/rapporter/2013/2013_livsmedelsverket_17_animalieproduktionens_miljopaverkan.pdf

Bohm, I. (2016). *We're made of meat so why should we eat vegetables?*. (Doktorsavhandling, Umeå Universitet, Umeå). Hämtad från <https://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1050067/FULLTEXT01.pdf>

Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder* (3). Malmö: Liber

Clark, M. & Tilman, D. (2017). Comparative analysis of environmental impacts of agricultural production systems, agricultural input efficiency, and food choice. *Environmental Research Letters, Volume 12* (6). Hämtad från <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/aa6cd5>

Dahlin-Ivanoff, S. & Holmgren, K. (2017). *Fokusgrupper: greppbar metod*. Lund: Studentlitteratur AB

Eriksson, L., (2005) *Economic Man - The Last Man Standing*. (Doktorsavhandling, Göteborgs Universitet, Göteborg). Hämtad från <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/16437>

Food & Friends (2019a). *The woke up call - trendspotting 2020* [Elektronisk resurs]. Hämtad från https://www.foodfriends.se/wp-content/uploads/2019/09/Trendspaning-2020_web.pdf

Food & Friends (2019b). *Matrapporten 2019* [Elektronisk resurs]. Hämtad från https://www.foodfriends.se/wp-content/uploads/2019/06/Matrapporten_2019_web.pdf

Gotanda, M. K. Hendry, P. A. & Svensson, E. I. (2017). Human influences on evolution, and the ecological and societal consequences. *The Royal Society Publishing. Volume 372. Issue 1712.*

Hämtad från

<https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rstb.2016.0028>

Jonell, M., Lang, T., Loken, B., Rockström, J., Springmann, M., Vermeulen, S., ... Willett, W. (2019). Food in the Anthropocene: the EAT–Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. *The Lancet*, 393 (10170), 447-492. Hämtad från

[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(18\)31788-4/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(18)31788-4/fulltext)

Jordbruksverket (2013), *Hållbar köttkonsumtion - vad är det? Hur når vi dit?*. Jönköping:

Livsmedelsverket. Hämtad från

https://www2.jordbruksverket.se/webdav/files/SJV/trycksaker/Pdf_rapporter/ra13_1.pdf

Kittler, M.S., & Sucher, K. (2008). *Food and Culture* (5. uppl.). Australia: Thomson/Wadsworth

Levy, M & Weitz, B A. (2007). *Retail Management*, McGraw-Hill

Lindkvist, M. & Rehn, A. (2013). *Trendspotting - The Basics* [elektronisk resurs]. Hämtad från

https://books.google.se/books?id=V4kKFdACuN4C&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Miles, S. (2000). *Youth lifestyles in a changing world*. Philadelphia: Open University Press

Statistiska Centralbyrån, J. (2012). Naturvårdsverket & LRF. (2012). *Hållbarhet i svenskt jordbruk 2012*. Hämtad från

http://share.scb.se/OV9997/data/MI1305_2012A01_BR_MI72BR1201.pdf

United Nations Development Programme (2020). Decade of Action. Hämtad från

<https://www.undp.org/content/undp/en/home/stories/decade-of-action.html>

United Nations Development Programme (2020). Globala målen – för hållbar utveckling. Hämtad från <https://www.globalamalen.se>

Vetenskapsrådet (2017). *God forskningssed*. Stockholm: Vetenskapsrådet. Hämtad från <https://www.vr.se/analys/rapporter/vara-rapporter/2017-08-29-god-forskningssed.html>

World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford: Oxford University Press. Hämtad: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>

Bilagor

Bilaga 1. Missivbrev

Hej!

Vill du vara med och påverka framtiden?

Vi är två gastronomistudenter från Högskolan Kristianstad som heter Alice & Maja som nu skriver vårt examensarbete med syfte att ta reda på hur konsumenter resonerar kring hållbarhet och framtid gällande mat. Därav söker vi nu deltagare till en webb-baserad fokusgrupp för att diskutera just detta ämne - framtidens mat!

I fokusgruppen kommer matrelaterade ämnen diskuteras som leds av en moderator. Datan som samlas in kommer att användas som underlag till vår studie och all information av personlig karaktär kommer att vara anonym.

Deltagarna i studien kommer få vidare information om hur uppgifter och data kommer att användas och skriva på ett godkännande.

Fem fokusgrupper med fyra deltagare i varje kommer att hållas. Datum möjliga att anmäla sig till är:

Vecka 16

15/4 kl: 14:00 - 15:00

16/4 kl: 09:00 - 10:00

17/4 kl: 09:00 - 10:00

17/4 kl: 12:00 - 13:00

Vecka 17

23/4 kl: 13:00 - 14:00

23/4 kl: 17:00 - 18:00

23/4 kl: 18:15 - 19:15

24/4 kl: 11:00 - 12:00

24/4 kl: 16:00 - 17:00

Vecka 18

27/4 kl: 10:00 - 11:00

27/4 kl: 19:00 - 20:00

28/4 kl: 12:00 - 13:00

Anmälan:

Anmäl er till: alice.clivemo0002@stud.hkr.se eller maja.svensson0303@stud.hkr.se

Vid frågor kontakta:

Alice Clivemo, alice.clivemo0002@stud.hkr.se

Maja Svensson, maja.svensson0303@stud.hkr.se

Bilaga 2. Godkännande mejl

Hej deltagare,

Vad roligt att ni vill vara med att prata om framtidens mat och hållbarhet!

Så här går det till:

En av oss kommer att agera moderator och är den som leder samtalen, moderatorns uppgift är att ställa frågor till er. Den andra kommer vara observatör och lyssna in samtalet.

Vi kommer ha en del frågor som är bestämda sedan innan men förhoppningarna är att diskussioner kommer flyta på mellan er deltagare för att få en så ärlig bild av era åsikter som möjligt.

Data:

Samtalet kommer att spelas in som ljudfil och sparas på våra datorer och sedan transkriberas.

Vi har valt att inte använda oss utav några personliga uppgifter när resultatet presenteras i arbetet.

Deltagarna kommer att nämnas vid fiktiva namn eller nummer (ex. Deltagare 1, 2 eller 3).

Ni som deltagare:

Vid intervjun kommer vi att ta hänsyn till Vetenskapsrådet forskningsetiska principer. Detta innebär att deltagandet är frivilligt och om du så skulle vilja så kan du när som avbryta intervjun och därmed ditt deltagande. Ditt deltagande kommer att behandlas konfidentiellt och resultatet kommer enbart att användas i forskningsändamål.

Godkännande:

Genom att signera detta dokument bekräftar ni att ni tagit del av informationen och godkänner villkoren.

Härmed godkänner jag mitt deltagande:

Namn (bokstavera): _____

Underskrift: _____

Bilaga 3. Mejl (reviderat)

Hej!

Vad roligt att ni vill vara med att prata om framtidens mat och hållbarhet!

Länk till samtalet: <https://hkr-se.zoom.us/j/6126539929>

Så här går det till:

En av oss kommer att agera moderator och är den som leder samtalen, moderatorns uppgift är att ställa frågor till er. Den andra kommer vara observatör och lyssna in samtalet.

Vi kommer ha en del frågor som är bestämt sedan innan men förhoppningarna är att diskussioner kommer flyta på mellan er deltagare för att få en så ärlig bild av era åsikter som möjligt.

Data:

Samtalet kommer att spelas in som ljudfil och sparas på våra datorer och sedan transkriberas.

Vi har valt att inte använda oss utav några personliga uppgifter när resultatet presenteras i arbetet.

Deltagarna kommer att nämnas vid fiktiva namn eller nummer (ex. Deltagare 1, 2 eller 3).

Ni som deltagare:

Vid intervjun kommer vi att ta hänsyn till Vetenskapsrådet forskningsetiska principer. Detta innebär att deltagandet är frivilligt och om du så skulle vilja så kan du när som avbryta intervjun och därmed ditt deltagande. Ditt deltagande kommer att behandlas konfidentiellt och resultatet kommer enbart att användas i forskningsändamål.

Godkännande:

Genom att svara på detta mejl bekräftar ni att ni tagit del av informationen och godkänner villkoren.

Vi ses imorgon!

Mvh, Alice & Maja

Bilaga 4. Frågeformulär

Börja samtal: Välkomna alla, presentera dig själv och vilken uppgift du har som moderator, presentera observatören och berätta vad denna kommer att göra.

Fråga om alla fått mejlet om godkännande.

Förklara kort hur samtalet kommer se ut.

Be deltagarna presentera sig för varandra för att göra det lättare att prata med varandra.

Fråga om någon har funderingar eller undrar något innan ni startar.

Huvudfrågor

7st Huvudfrågor som ska tas upp i samtliga fokusgrupper.

Extrafråga om situationen med Corona - Om det kommer på tal eller blir relevant.

Extrafråga om någon har något att tillägga innan samtal avslutas.

Följdfrågor, några följdfrågor redogörs direkt under huvudfrågan för att underlätta samtalet/diskussionen om det skulle behövas. Om det inte skulle komma på tal automatiskt.

Hur ser era matvanor ut idag?

- matintresse?

Hur väljer ni mat i butik? pris? miljö (ursprung, ekologi)? bekvämlighet?

Tror ni att ni i framtiden kommer äta annorlunda jämfört med idag?

- Är det något ni vill äta mer/mindre av? varför?
- Vad vill ni förändra i matval?

Vad tycker ni är hållbar mat? produktion? industri? konsumtion?

Vad tror ni är framtidens mat ur ett hållbarhetsperspektiv? Varför?

Anser ni att ni gör de bästa valen utifrån er själva och era förutsättningar? Isåfall varför/varför inte?

- Vad gör du för att göra bra val?

Har ni börjat handla annorlunda nu jämfört med tidigare? (corona)

Är det något ni vill tillägga?

Avslut & tack för medverkan!

Bilaga 5. Venndiagram

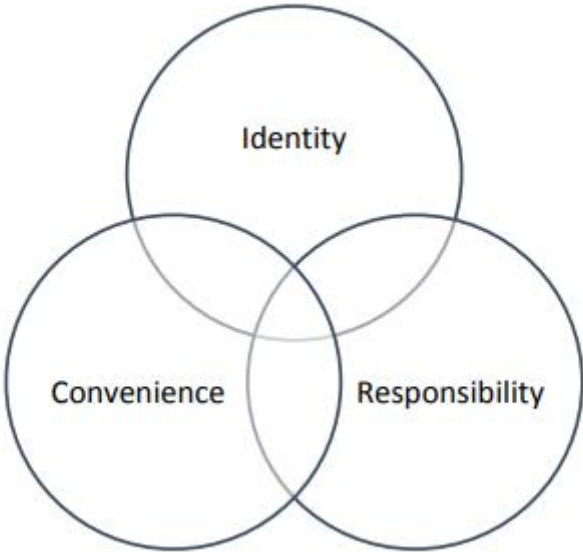


Bild 2. Ingela Bohms venndiagram.