

Vegobarometern 2019:

Klimat och miljö bakom ökat vegoätande

Vegetarianerna blir inte fler, men svenskarna äter vegetarisk mat allt oftare. De gör det främst av klimat- och miljöskäl. Det visar Årets Vegobarometer som Kantar Sifo gjort på uppdrag av Axfood.

Årets Vegobarometer* från Axfood, den fjärde i ordningen, visar på en fortsatt ökning av de som äter vegetariskt oftare än två gånger per vecka. Andelen som svarar att de äter vegetariskt två till sex dagar i veckan ökar från 24% 2018 till 28% 2019. Vid den första mätningen 2016 var samma andel 19%.

Fler slutsatser från undersökningen:

- Andelen flexitarianer är som högst bland kvinnor (35% anger att de äter vegetariskt 2-6 gånger i veckan) och personer under 35 år (39%). Andelen som anger att de aldrig äter vegetariskt minskar från 17% föregående år till 14% 2019.
- 22% anger att de planerar att äta mindre kött under kommande året. Det är något färre än föregående år då andelen var 26%.
- Det absolut främsta skälet till att vi äter mer vegetariskt är klimat och miljö (64%). Detta är en klar ökning jämfört med 2016 då andelen var 50%. Hälsoskäl hamnar på andra plats med en andel på 22%.
- Ökad kunskap om vegetarisk matlagning är liksom tidigare vad som skulle få svensken att äta mer vegetariskt.
- De som skippat köttet helt och äter vegetariskt varje dag är däremot inte fler än tidigare, endast 5%. Skillnaden mellan könen är stor. Dubbelt så många kvinnor som män säger att de äter vegetariskt under veckans alla dagar.

Vegotrenden avspeglas även i Willys och Hemköps försäljning, men också i ett utökat sortiment. Garant, Axfoods eget varumärke, har under 2019 kommit med ett 20-tal nyheter, bland annat djupfrysad tempehmix och kyld vegofilé, tillbehör som djupfrysad broccoli- och blomkålsris, måltidslösningar som vegansk bea och mayo och en kikärtgryta. Bland mejerialternativen finns numera bland annat en ekologisk bordsbytta med solrosolja, kokosolja och sheasmör. Garants sortiment har också utökats med torra ekologiska baljväxter och från varumärket Eldorado har vegobacon snabbt blivit en succé.

*Undersökningen genomfördes i Kantar-Sifos löpande webbomnibuss. Panelen är slumpmässigt rekryterad. Fältperiod 29-31 oktober 2019. Antalet svarande var 1 601. Deltagarfrekvens i Kantar Sifos webbomnibuss är cirka 50%.

För ytterligare information kontakta:

Axfoods pressavdelning, telefon 0702-89 89 83.

Axfood ska vara ledande inom bra och hållbar mat. I vår bolagsfamilj ingår butikskedjorna Willys, Hemköp, Tempo och Handlar'n. Grossistförsäljning sker genom Axfood Snabbgross och vårt supportbolag Dagab ansvarar för koncernens produktutveckling, inköp och logistik. I Axfoodfamiljen ingår även Mat.se, Middagsfrid och Urban Deli samt delägda Apohem och Eurocash. Tillsammans har koncernen drygt 10 000 medarbetare och en omsättning om knappt 50 miljarder kronor. Axfoods aktie är sedan år 1997 noterad på Nasdaq Stockholm och huvudägare är Axel Johnson AB. Läs mer på www.axfood.se