

## Pressmeddelande

2020-07-08

# Så har våra matvanor och matinköp påverkats av corona

*Bunkring, brödbak och husman. Det är några tydliga förändringar i svenskarnas matvanor under coronakrisens första tre månader. Tillsammans med mathistorikern Richard Tellström har ICA Sverige i en ny sammanställning analyserat matinköp och receptsökningar mars till maj.*

Coronapandemin påverkar det mesta i våra liv, inte minst våra matvanor och matinköp. ICA Sverige har med hjälp av försäljningsstatistik samt besöksstatistiken till sin receptbank på [ica.se](https://www.ica.se), Sveriges mest besökta, identifierat fem tydliga förändringar i svenskarnas matmönster under krisens första tre månader.

– De senaste månaderna har varit svåra för vårt samhälle och det har varit tydligt hur viktigt mat och måltider är för människor i kristider, men även hur förändringar i samhället speglas i våra matvanor. I över hundra år har ICA följt hur samhället utvecklats genom kundernas matvanor, men att se så pass stora förändringar under så kort tid som som vi gjort nu under coronakrisen är antagligen helt unikt, säger Anders Svensson, vd på ICA Sverige.

– Bland annat tycks svenskarna ha bakat betydligt mer än annars och lagat mer mat hemma. Vi verkar ha sökt oss till trygga traditionella rätter och husmanskost med mycket kött och potatis. Vi såg också en tydlig bunkring i början av krisen och att man tycks ha lyxat till det lite extra hemma när man inte ätit ute lika mycket, säger Ann-Sofie Borg, innehållsansvarig för [ica.se](https://www.ica.se) på ICA Sverige.

Siffrorna har även analyserats av Richard Tellström, docent och forskare inom matkultur och mattrender, som förklarar de förändrade matvanorna ur ett matkulturellt och historiskt perspektiv.

– Människors konsumtion har förändrats i alla kriser genom historien, men det här är första gången vi har tillgång till så omfattande livsmedelsstatistik under en så samhällsgenomgripande pandemi, säger Richard Tellström och fortsätter:

– Matkulturen förändras historiskt när tre faktorer samverkar; politik, ekonomi och värderingar. Alla dessa tre är mycket aktiva nu under coronapandemin. De är så extremt kraftfulla att de mycket väl kan förskjuta det matkulturella fundamentet åt ett nytt håll. Sannolikt kan man först tidigast om något år se en bestående matkulturell förändring, däremot kan man idag se omedelbara, men då kanske också kortvariga, matkulturella förändringar i matmodet.

## **Fem förändringar i svenskarnas matvanor under coronakrisens första tre månader:**

### **1. Vi bakar oss genom krisen.**

Jäst, mjöl, bakfett, ägg och andra bakvaror ökade kraftigt under perioden jämfört med samma period föregående år. Till exempel ökade torrjäst med 143 procent. Matbakningen tycks ha ökat mer än sötbakningen, torrjäst för matbruk ökade betydligt mer än torrjäst för söta degar. Det har även sökts mycket mer på brödrecept än på sötbaksrecept i ICAs receptbank under perioden. Scones var det mest besökta brödreceptet.

Richard Tellström: *“Bröd matchar vår svenska urgamla känsla av något som hindrar svält i en kris. Därför bunkrar vi spannmål, mjöl, jäst och torrt bröd. Att kunna baka bröd när allting omkring oss är osäkert är en tröst.”*

### **2. Tillbaka till dåtiden - traditionella rätter och husman ökar.**

Recept på topp 20-listan på ica.se som klättrade i placering under perioden var korvstroganoff, laxfilé med citron, potatis- och purjosoppa, flygande jacob, bakad potatis, hasselbackspotatis, kålpudding och raggmunk. Alla former av pannkaksrecept hade betydligt mer trafik än samma period föregående år och potatisrättsrecept (eller recept där potatis är det vanligaste tillbehöret) ökade med 100 procent.

Richard Tellström: *“Maträtter som ökar mest sätter fokus på att corona-känslor bäst botas med maträtter från individens historiska rötter. För att bli berörd vänder man sig till potatis-, kål- och pannkaksrätter. Mat som lite föraktfullt ibland kallas för mormorsrätter står nu för en välkomnande och pålitlig famn.”*

### **3. Vi lagar mer mat hemma.**

Antalet organiska receptsök på ica.se ökade med 54 procent under perioden. Receptkategorierna “Middag-Huvudrätt”, “vardag”, “frukost-brunch” och “hemmagjord” hade 33-102 procents mer trafik. En klassisk indikator på hur mycket mat vi lagar hemma är hur mycket lök vi köper. Lök gick upp med 14 procent, jämfört med samma period 2019. Ost som används i matlagning ökade också kraftigt, liksom kött, färsk fågel, pizzadeg, färdiga såser och pizzakit.

Richard Tellström: *“Hemmatagningen har ersatt proffsmatlagningen, och antagit sådana vardagsproportioner som inte setts sedan 1950-60-talet innan kvinnorna gick ut i ett kommersiellt yrkesliv. Sedan dess har familjerna vanligen bara haft daglig familjematlagning för alla måltider under sommarsemestrar, men våren 2020 blev det även under arbets säsongen”*

#### **4. Bunkring i början av krisen.**

Under perioden ökade försäljningen kraftigt av varor som håller länge, som hårt bröd, havregryn, grötprodukter, lök, kål, packad potatis, morötter, rotfrukter, ris, torr pasta, pastasås, pulvermos, grönsakskonserver, krossade tomater, bönor i tetra, köttkonserver, fisk- och skaldjurskonserver – framför allt fiskbullar, soppor, torra linser, fröer och kärnor. Det var också en kraftig ökning av frysvaror och mjölkfri dryck som inte behöver kylas, samt en enorm ökning av toalett- och hushållspapper. Den största bunkringen skedde i början krisen, för att sedan avta under perioden.

Richard Tellström: *“Coronarädslan förde med sig en spontan bunkring hos konsumenten. Det var ovant. Hur ska en medborgare i ett land som inte haft en rejäl livsmedelskris på 80 år veta vad de ska bunkra? Vad är det för livsmedel man vill ha i lager när inget finns att köpa? För om man vill bunkra måste man vara före i tanken, annars är man sist på bollen.”*

#### **5. Mindre fest, men mer guldkant i vardagen.**

Under perioden ökade försäljningen av bland annat bearnaisesås och pizzadeg. Receptkategorierna “helg”, “över 60 minuter” och “fest” på ica.se hade betydligt mer trafik och även trafiken till flera klassiskt festliga rätter ökade. Vi tycks även äta mer helgfrukost till vardags. Vi tycks bland annat baka mer frukostbröd och dricka mer juice (försäljningen av apelsiner och juicer ökade kraftigt). Därtill hade receptkategorin “frukost-brunch” på ica.se samt alla former av pannkaksrecept betydligt mer trafik.

Richard Tellström: *“I receptökningarna ökar intresset för middagsklassiker som ger guldkant på tillvaron, varje dag. En längre matlagningsprocess blir en sysselsättning under den tidvis långtråkiga hemmavistelsen, samtidigt som den hemmavarande familjen nog också uppmuntrar matlagaren till att åstadkomma storverk då man får vara med och dela måltiden senare.”*

#### **Topplista över de recept som ökade mest under krisens första tre månader (mars-maj):**

1. Hasselbackspotatis (+174%)
2. Lax i ugn med citron (162%)
3. Raggmunk (150%)
4. Potatis- och purjolökssoppa (142%)
5. Kålpudding (132%)



- 6. Bakad potatis med skagenröra (131%)
- 7. Köttfärslimpa (123%)
- 8. Ugnspannkaka (112%)

**För mer information**

ICA Gruppens presstjänst, telefon: +46 (0)10 422 52 52,  
ica.se, icagruppen.se

*Om sammanställningen "Mat i kris": Sammanställningen baseras på statistik från Sveriges mest besökta receptbank på ica.se samt ICAs försäljningsstatistik\* för perioden mars-maj 2020, som jämförts med motsvarande siffror från samma period 2019. Statistiken har analyserats och kommenterats av Richard Tellström, docent i måltidskunskap, expert vid SLU Future Food.*

*\* Samtliga ökning av varor och livsmedel anges i volym, om inte annat anges.*