



Kostval och matvanor hos unga i Sverige

En nationell rapport baserad på en internationell studie



#Eat4Change

Ursprunget prio för 8 av 10 – etik viktigt för unga

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

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

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

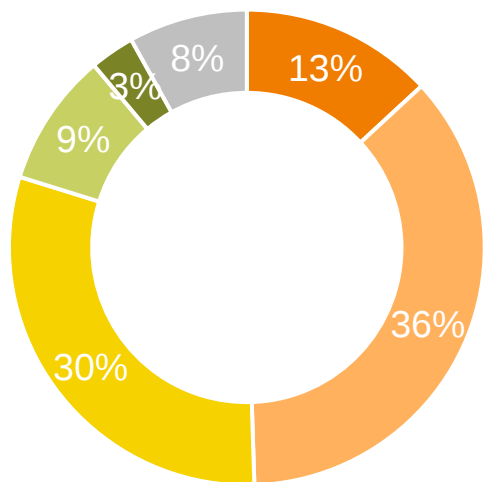
- Var fjärde överväger att köpa mindre kött, fisk eller mejeriprodukter, eller inget alls, som viktigaste åtgärd (25%)
- I valet av fem alternativ toppar att köpa rätt mängd (minskat matsvinn) samt köpa lokalt odlad mat för cirka halva befolkningen (50 respektive 48%)

Miljömässiga och etiska överväganden vid köp av mat



”Andras miljöpåverkan är mer negativ än min”

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



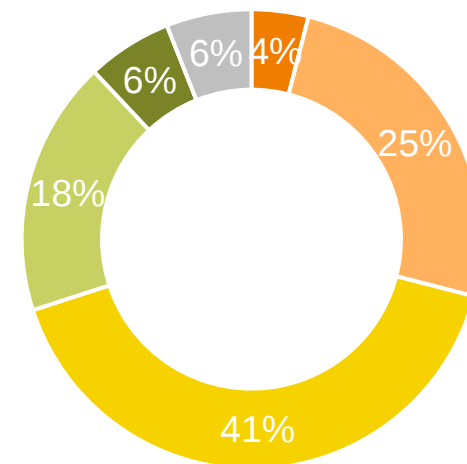
- Mycket negativ
- Ganska negativ
- Varken negativ eller positiv
- Ganska positiv
- Mycket positiv
- Vet ej

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

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

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

Upplevd miljöpåverkan av maten som **jag äter**



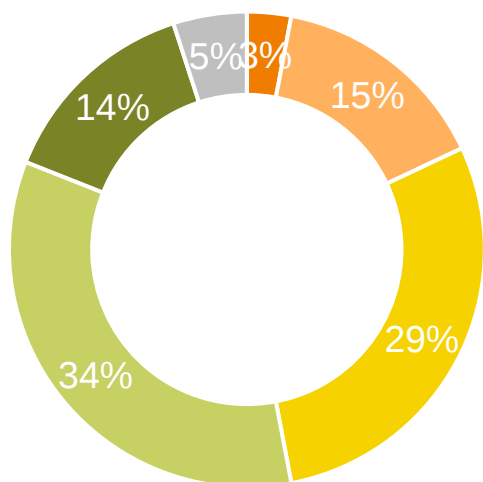
- Mycket negativ
- Negativ
- Varken negativ eller positiv
- Positiv
- Mycket positiv
- Vet ej

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

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

Andra länders matproduktion är boven i dramat

Sveriges matproduktion –
effekt på miljön



- Mycket negativ
- Ganska negativ
- Varken negativ eller positiv
- Ganska positiv
- Mycket positiv
- Vet ej

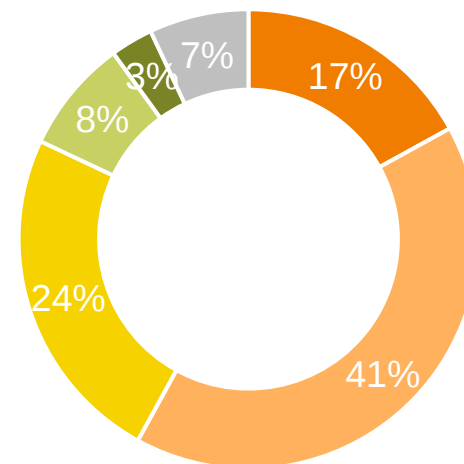
Var femte anser att Sveriges matproduktion har en negativ effekt på miljön (18%). Varannan uppger att den till och med har en positiv miljöeffekt (48%).

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

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

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

Andra länders matproduktion –
effekt på miljön



- Mycket negativ
- Negativ
- Varken negativ eller positiv
- Positiv
- Mycket positiv
- Vet ej

Allt djurkött anses ge störst negativ miljöeffekt

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

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

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

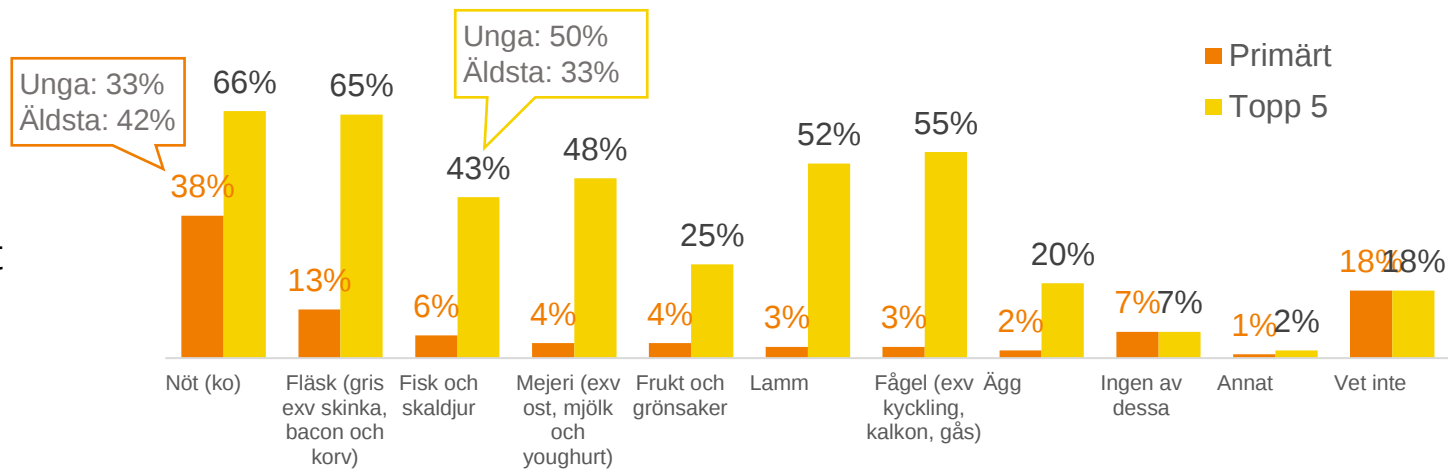
- Fler unga svarar att fisk och skaldjur tillhör topp fem miljöbovar (50 vs äldsta 33%)

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

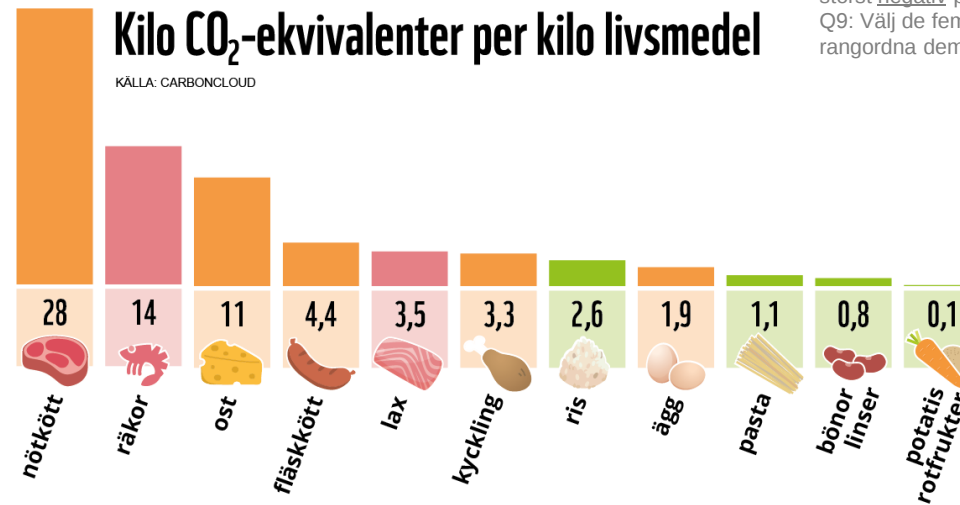
- Fler unga ser miljöpåverkan av kött (exkl fisk) än äldre (78 vs 69%)

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

Mat med störst negativ effekt på miljön

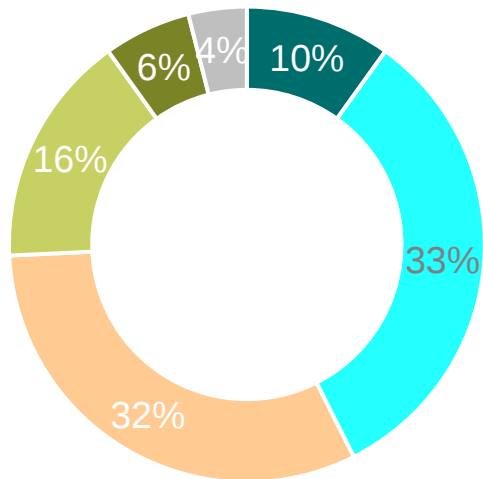


Q8: Vilket av följande alternativ, om något, tror du har störst negativ påverkan på miljön?
Q9: Välj de fem som har störst negativ påverkan och rangordna dem



Fler unga säkra på hur de kan äta hållbart

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



- Mycket säker
- Ganska säker
- Varken säker eller osäker
- Ganska osäker
- Mycket osäker
- Vet ej

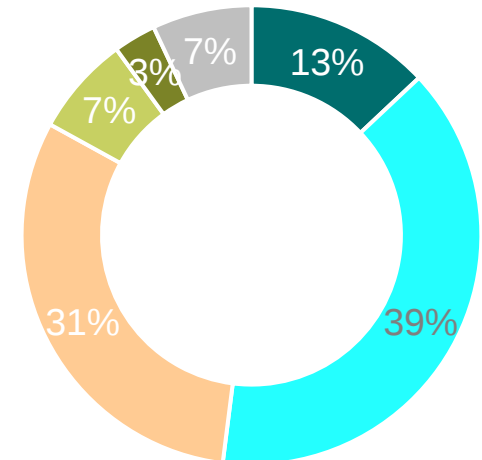
5 av 10 unga känner sig säkra på hur de kan köpa och äta mer miljövänlig och hållbar mat (47%).

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

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

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

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



- Mycket sannolikt
- Ganska sannolikt
- Varken sannolikt eller osannolikt
- Ganska osannolikt
- Mycket Osannolikt
- Vet ej

Tydlighet, snarare än tillgång, hindrar hållbar kost

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

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

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

Hinder för att äta mer hållbart



Främst mitt ansvar – med regeringen och industrin

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

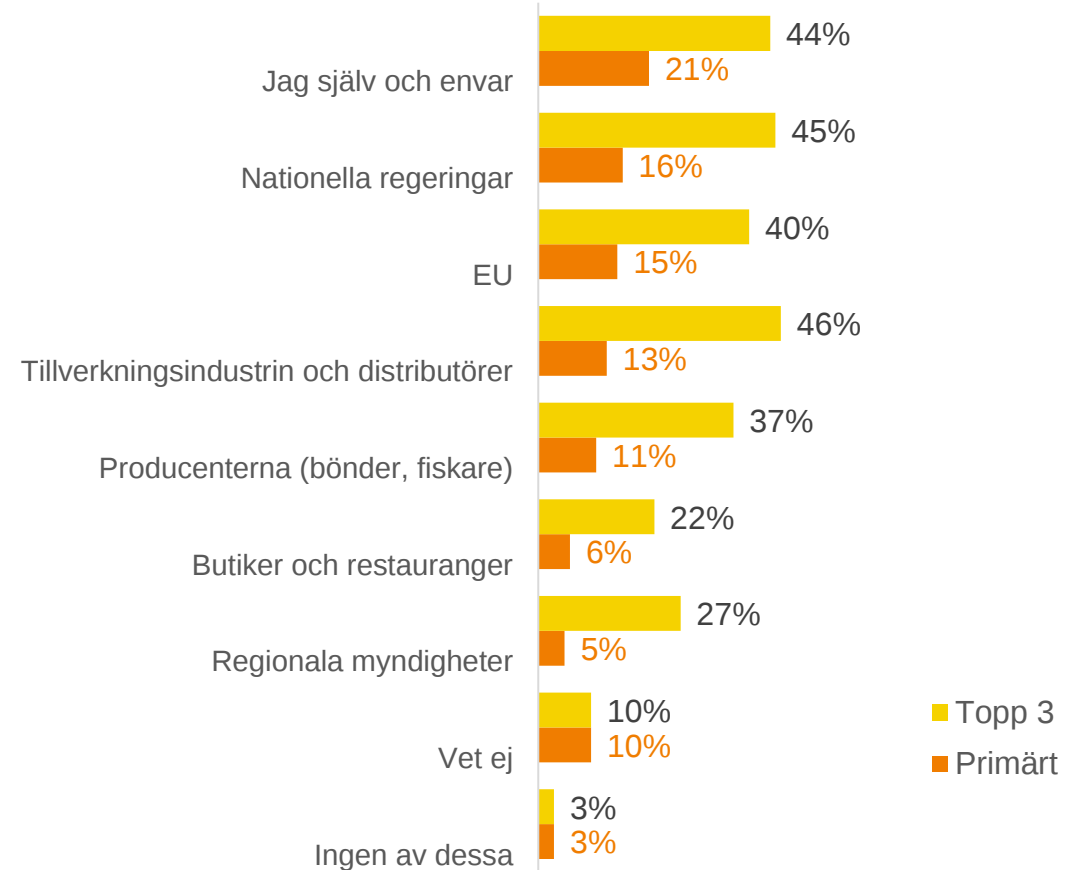
- Fler äldre anser att det är nationella regeringar som bär ansvaret (22 vs unga 13%)
- Fler unga lägger, å andra sidan, ansvaret hos EU (18 vs äldre 11%)

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

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

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

Vem har störst ansvar



Bättre matproduktion i EU – sämre i övriga världen

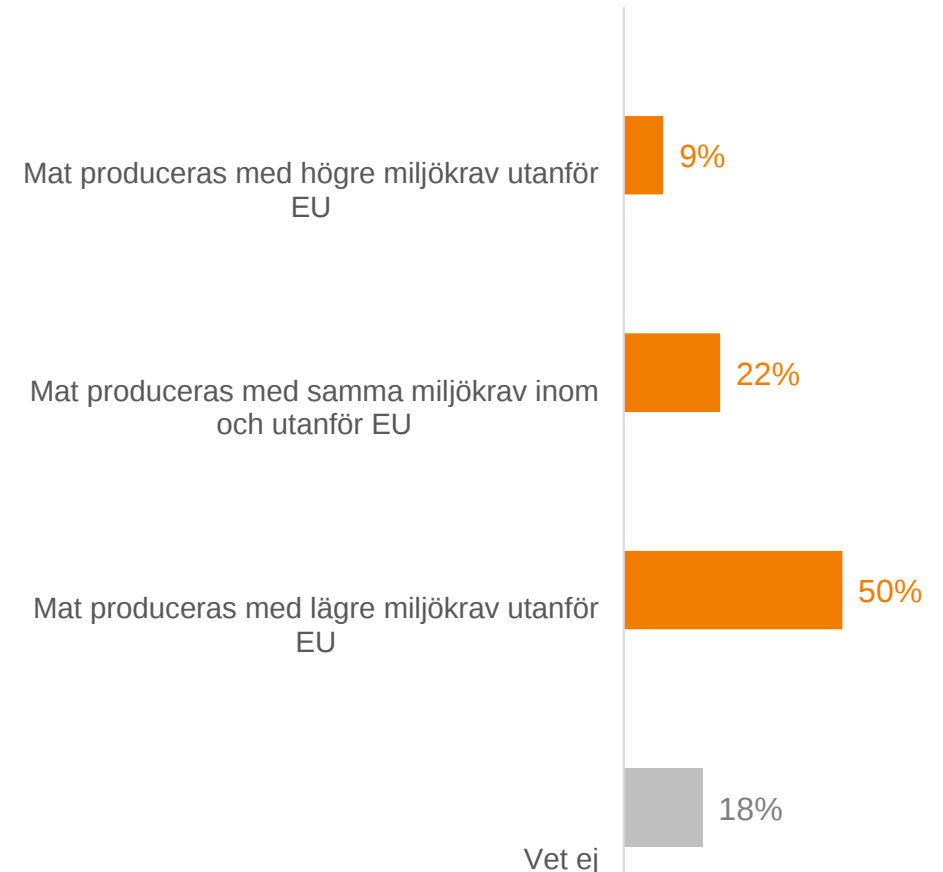
Varannan anser att **mat som produceras utanför EU håller lägre krav på hållbarhet** än den som produceras inom EU (50%). Bara var tionde (22%) menar att miljökraven är de samma inom och utanför EU.

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

7 av 10 anser att miljökraven bör öka på matproduktion.

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

Allmänhetens uppfattning om miljökrav inom respektive utanför EU



Alla bör äta hållbart – men det är dyrt och svårt

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

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

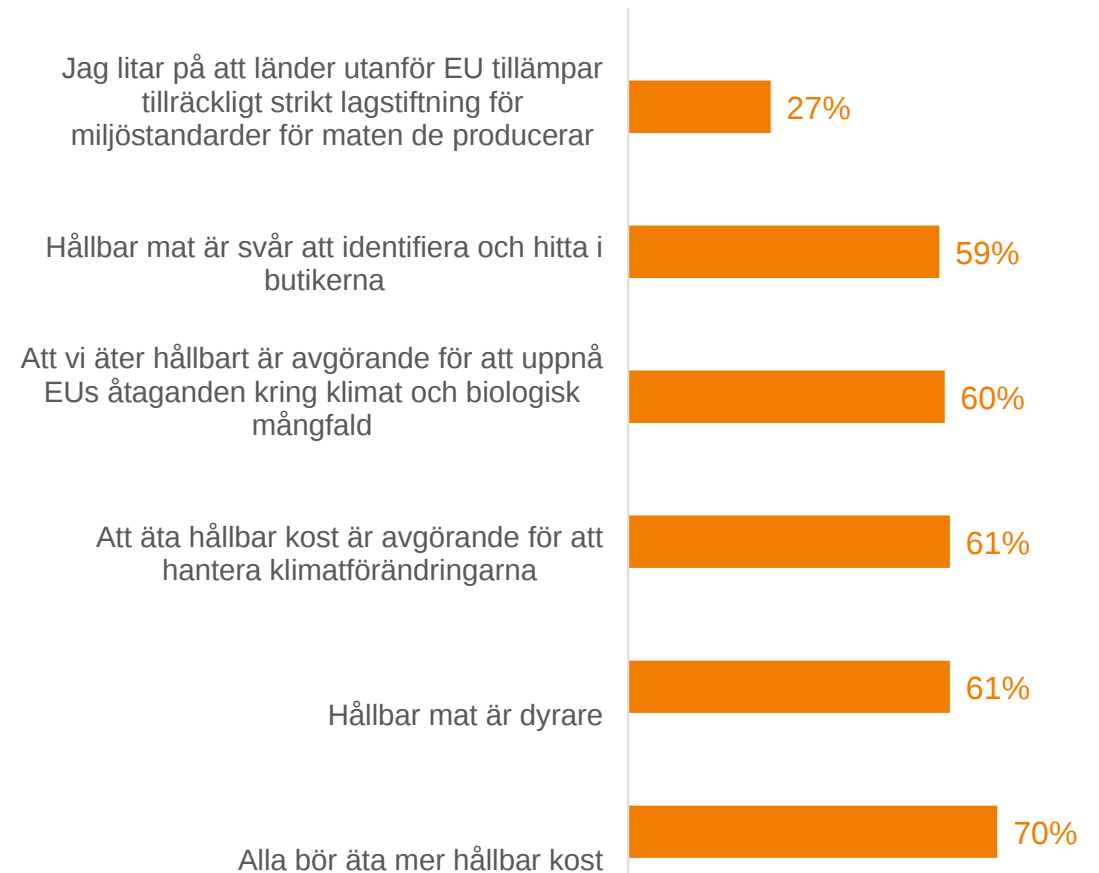
Men **hållbar mat är både dyrare** och **svår att identifiera och hitta** i butikerna (61 respektive 59% instämmer).

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

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

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

Instämmer i påståendet



Om undersökningen och rapporten

Om undersökningen

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

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

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

Om rapporten

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

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

#Eat4Change – mål och syfte

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

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

Eat4Change – om kostval och matvanor bland unga i Sverige



CO-FUNDED BY
THE EUROPEAN
UNION



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

#Eat4Change