

Matsvinn i hemmet

Kännedom, attityd och beteende



Denna titel kan laddas ner från: [Livsmedelsverkets sida för att beställa eller ladda ner material](#).

Citera gärna Livsmedelsverkets texter, men glöm inte att uppge källan. Bilder, fotografier och illustrationer är skyddade av upphovsrätten. Det innebär att du måste ha upphovsmannens tillstånd att använda dem.

© Livsmedelsverket, 2021.

Författare:

Karin Fritz.

Rekommenderad citering:

Livsmedelsverket. Fritz, K. 2021. L 2021 nr 02: Matsvinn i hemmet – kännedom, attityd och beteende.

Livsmedelsverkets rapportserie. Uppsala.

L 2021 nr 02

ISSN 1104-7089

Omslag: Livsmedelsverket

Inlägga: Illustrationer från Livsmedelsverkets projekt Svinniska

Innehåll

Sammanfattning	4
Summary	5
Inledning	6
Metod och genomförande	7
Konsumenternas kännedom om matsvinn	8
Matsvinn som miljöproblem	8
Kunskap om bäst före-datum och sista förbrukningsdag	9
Kylskåpstemperaturer	12
Hållbarhet för tillagad mat som förvaras i kylskåp	13
Information om insatser för minskat matsvinn	14
Konsumenternas attityd till matsvinn	15
Ansvar för ett minskat matsvinn	15
Mat med skönhetsfel	16
Uppfattningar om minskat matsvinn vid restaurangbesök	17
Konsumenternas beteende kring matsvinn	18
Mängden mat som slängs	18
Vad slängs mest och anledningen till att mat slängs?	20
Vad görs med maten som blir över?	21
Att avgöra om olika typer av livsmedel går att äta	22
Planering av inköp	23
Inköp av prissänkta varor med kort slutdatum	25
Covid-19-pandemin och matsvinnet	26
Slutsatser	27
Bilaga 1 Rapport Origo Group	28
Bilaga 2. Frågeformulär	97

Sammanfattning

Matsvinn är mat och dryck som slängs i stället för att ätas. Matsvinn uppstår överallt där livsmedel hanteras och det är viktigt att hela livsmedelssystemet arbetar för att förebygga och minska matsvinnet. Både globalt och i Sverige uppstår det mesta av matsvinnet i hushållen. Därför är det viktigt för Livsmedelsverket att vända sig till konsumenterna i arbetet med att minska matsvinnet. För att få en aktuell bild av konsumenternas kännedom, attityd och beteende när det gäller matsvinn har Livsmedelsverket gjort en konsumentundersökning genom en webbaserad enkät.

Ett urval av resultaten från undersökningen visar att:

Medvetenheten om att matsvinn är ett miljöproblem är stor. Drygt hälften av konsumenterna, 6 av 10, svarar att matsvinn är ett stort eller mycket stort miljöproblem. Hela 9 av 10 svarar att de själva har ett stort ansvar för att minska matsvinnet. Detta är viktiga förutsättningar för att motivera konsumenterna till förändrat beteende.

Datummärkningen visar sig vara lite svår att förstå sig på. "Bäst före" är välkänt bland konsumenterna i Sverige. Mer än 8 av 10 svarar att bäst före-datumet innebär att maten kan vara ätbar även efter att datumet har passerat. "Sista förbrukningsdag" verkar vara mindre känt, eftersom drygt 6 av 10 svarar att maten kan ätas efter sista förbrukningsdag. Detta stämmer inte med vad märkningen betyder. Det är viktigt att bevara och utveckla god kunskap om datummärkning.

Kylskåpstemperaturen är mellan 3 °C och 5 °C, säger drygt 4 av 10 av konsumenterna. Det är viktigt att fler blir medvetna om betydelsen av att ha 4 °C i sitt kylskåp, eftersom en lägre temperatur gör att maten håller längre.

Kännedom om hur länge tillagad mat fortsätter att vara säker kan bli bättre. Bara lite över 3 av 10 svarar att de tror att tillagad mat håller så länge som en vecka i kylskåpet. Fler behöver känna sig trygga med att matrester kan hålla upp till en vecka om den förvaras på rätt sätt. Främsta anledningen till att mat slängs är att den upplevs som ofräsch eller att man är rädd för att bli sjuk.

Konsumenters "svinnsikt" – deras insikt om eget matsvinn – behöver fortsätta öka. Det samma gäller också motivationen att ta hand om maten bättre. Till viss del kan konsumenters beteende påverkas av kommunikation och kampanjverksamhet. Men kompletterande insatser behövs också i flera delar av livsmedelssystemet. Alla som jobbar med livsmedel behöver underlätta för konsumenterna att göra val som minskar matsvinnet.

Summary

Food waste in the home

Food waste is food and drink that are being thrown away instead of being eaten. Food waste occurs wherever food is handled and it is important that the entire food system works to prevent and reduce food waste. Both globally and in Sweden, most food waste occurs in households. Therefore, it is important that the Swedish Food Agency involves consumers in its efforts to reduce food waste. In order to get an up-to-date picture of consumers' awareness, attitudes and behaviour regarding food waste, the Swedish Food Agency has conducted a consumer survey using a web-based questionnaire.

A selection of results from the survey indicates that:

There is a great deal of awareness about the fact that food waste is an environmental problem. Just over half of consumers, 6 out of 10, respond that food waste is a major or very large environmental problem. As many as 9 out of 10 respond that they themselves have a great responsibility to reduce food waste. These are important prerequisites for motivating consumers to change their behaviour.

The date marking turns out to be a little difficult to understand. Swedish consumers are quite familiar with the "best before" label. More than 8 out of 10 respond that the "best before" date means that the food may be edible even after the date has passed. Consumers seem to be less familiar with the "use by" date, as just over 6 in 10 respond that food can be eaten after its "use by" date. This does not correspond to what the labelling means. It is important to preserve and develop good knowledge about date marking.

The refrigerator temperature is between 3 °C and 5 °C, say just over 4 in 10 consumers. It is important that more people become aware of the importance of maintaining a refrigerator temperature of 4 °C, as a lower temperature makes food last longer.

Awareness about how long cooked food continues to be safe to eat can be improved. Just a little over 3 in 10 respond that they think cooked food lasts as long as a week in the fridge. More people need to feel confident that leftovers can last up to a week if stored properly. The main reason food is thrown away is that it is perceived as no longer fresh or because consumers fear that it will make them sick.

Consumers' "waste insight" – their understanding of their own food waste – must continue to increase. The same also applies to their motivation to take better care of their food. To some extent, consumer behaviour may be affected by communication and advertising campaigns. However, additional efforts are also needed in numerous parts of the food system. Everyone who works with food must make it easier for consumers to make choices that reduce food waste.

N.B. The title of the publication is translated from Swedish, however no full version of the publication has been produced in English.

Inledning

Omkring en tredjedel av all mat som produceras globalt äts aldrig upp. Matsvinn är livsmedel som har producerats i syfte att bli mat men som av olika anledningar inte går vidare i livsmedelskedjan och äts upp. Det är ett enormt slöseri av jordens resurser och innebär även ekonomiska förluster. Samtidigt finns stora utmaningar för att få maten att räcka till världens växande befolkning. Ett av de globala hållbarhetsmålen i Agenda 2030, handlar om att halvera matsvinnet från butik till konsument, och minska matsvinnet längs hela livsmedelskedjan, även förlusterna efter skörd. Detta mål har också brutits ned till två etappmål för minskat matsvinn inom det svenska miljömålssystemet.

Livsmedelsverket har tillsammans med Jordbruksverket och Naturvårdsverket ett sexårigt regeringsuppdrag för att arbeta med att minska matsvinnet.

Matsvinn uppstår överallt där livsmedel hanteras. Ett halverat matsvinn kan bara uppnås om alla led i livsmedelskedjan - från produktion, leverans, förpackning och handel till konsument – bidrar genom att ta hand om maten bättre. Hushållen står för den största delen av matsvinnet. Där är matens samlade miljöpåverkan högst eftersom det är kedjans sista led. Konsumenternas efterfrågan styr också vilken mat och vilka krav som ställs på maten som produceras. Därför är en aktuell bild om hushållens kännedom, attityder och beteenden i relation till matsvinn viktig. Här har Livsmedelsverket valt att göra en webbaserad enkätundersökning som kan följas upp med ytterligare en undersökning vid det nuvarande uppdragets slut år 2025.

Karin Fritz, projektledare för regeringsuppdraget för minskat matsvinn, har ansvarat för att skriva denna rapport. Andra som också arbetat med rapporten är Joakim Grausne, utvärderare, Christina Lantz, mikrobiolog, och Anna-Clara Söderlund, kommunikationsstrateg.

Livsmedelsverket

Britta Ekman

Avdelningschef, Avdelningen hållbara matvanor

Mars 2021

Metod och genomförande

Undersökningen genomfördes av Origo group under november-december 2020 på uppdrag av Livsmedelsverket. Den webbaserade enkäten resulterade i 1006 svar som ger en nationell representativ bild av svenska befolkningens kunskap, attityder och självrapporterade beteenden kopplat till matsvinn.

Undersökningen riktades till hela Sveriges vuxna befolkning från 18 år och uppåt. En viktig delmålgrupp är konsumenter i åldern 20-45 år. Anledningen är att Livsmedelsverket, med utgångspunkt i tidigare undersökningar och andra studier om inställning till matsvinn, valt att göra kommunikationsinsatser speciellt mot den åldersgruppen. Livsmedelsverket har genomfört två tidigare konsumentundersökningar, 2013 och 2015. Då gjordes intervjuer via telefon. Frågorna som ställdes då och vid det här tillfället påminner om varandra. Eftersom den senaste konsumentundersökningen gjorts via webbenkät så är undersökningarna inte jämförbara.

Det är viktigt att komma ihåg att svaren i konsumentundersökningen endast utgörs av konsumenternas uppfattningar om sitt beteende. Undersökningen och den här rapporten drar inte några slutsatser om konsumenternas faktiska handlingar vad gäller hanteringen av mat och matsvinn.

För ytterligare beskrivning av metod, målgrupper, geografisk spridning och bortfall se bilaga 1. Samtliga frågor som ingick i undersökningen finns i bilaga 2.

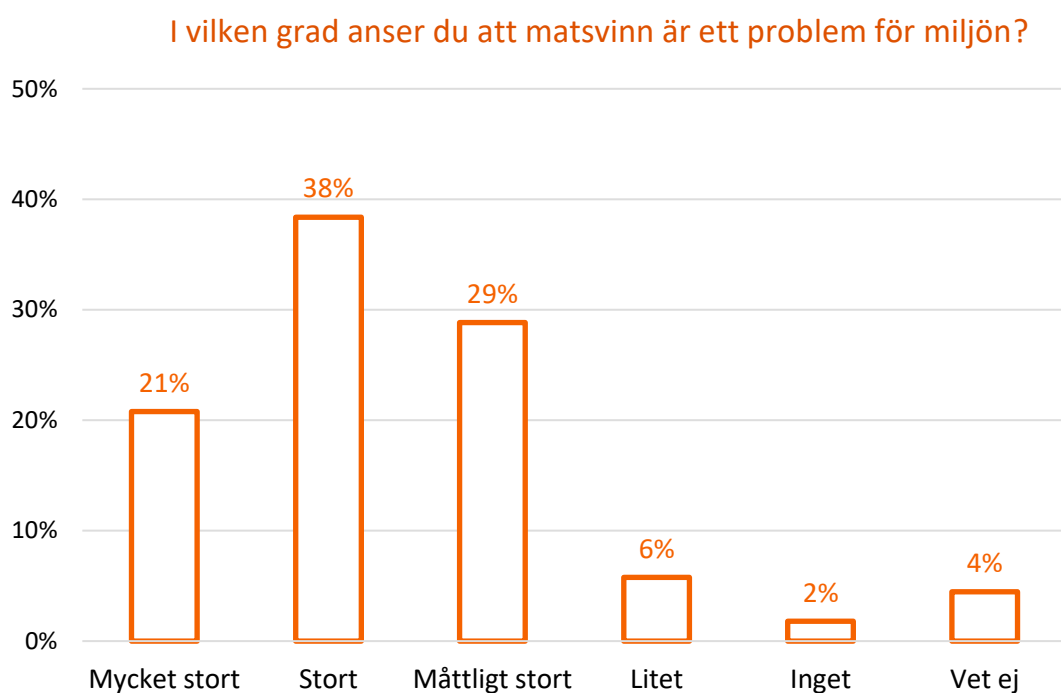
Konsumenternas kännedom om matsvinn

Hur välkända är utmaningarna med matsvinn? Känner konsumenterna till de olika sätt som finns för att minska matsvinnet hemma? I följande avsnitt presenteras resultatet av ett antal frågor som rör konsumenternas kännedom om matsvinn.

Matsvinn som miljöproblem

En tredjedel av all mat som produceras globalt går förlorad eller slängs. Det innebär ett enormt resursslöseri både av jordens resurser och för ekonomin helt i onödan. Ett av målen i FN:s globala hållbarhetsmål, Agenda 2030, handlar om att halvera matsvinnet och minska matsvinn och förluster i hela kedjan.

Konsumenterna får ta ställning till om matsvinn är ett miljöproblem, och i sådana fall, hur stort problemet är enligt dem.



Figur 1. I vilken grad anser du att matsvinn är ett problem för miljön? Bas: 1006 svar.

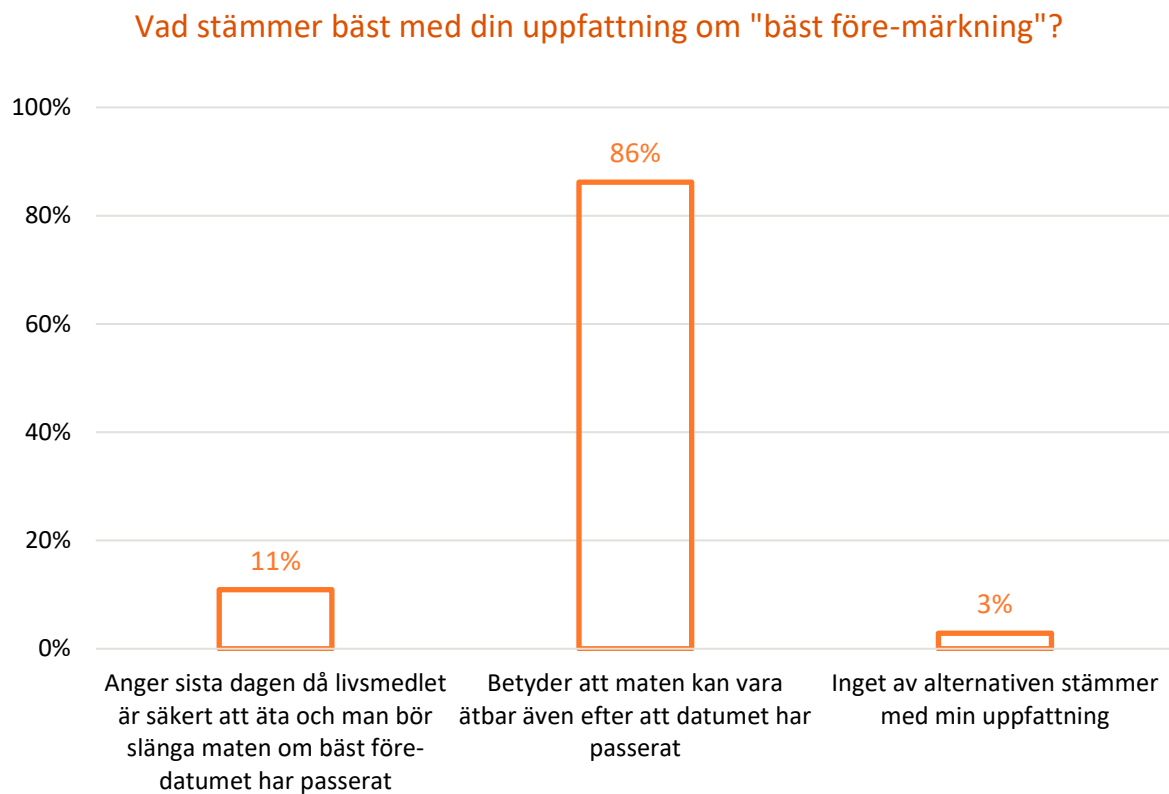
I undersökningen uppger ungefär 60 procent av konsumenterna att de anser att matsvinn är ett stort eller mycket stort problem för miljön. Kvinnor anser i högre grad än män att matsvinn är ett mycket stort problem medan män i högre grad svarar att det är ett måttligt eller litet problem. Vidare svarar de som säger sig kasta mindre mat än genomsnittet, att matsvinn är ett mycket stort problem.

De konsumenter som tagit del av information om hur de kan minska sitt matsvinn svarar i högre utsträckning att matsvinn är ett mycket stort problem för miljön medan de som inte tagit del av information om hur de kan minska sitt matsvinn svarar att det är litet eller måttligt stort problem.

Kunskap om bäst före-datum och sista förbrukningsdag

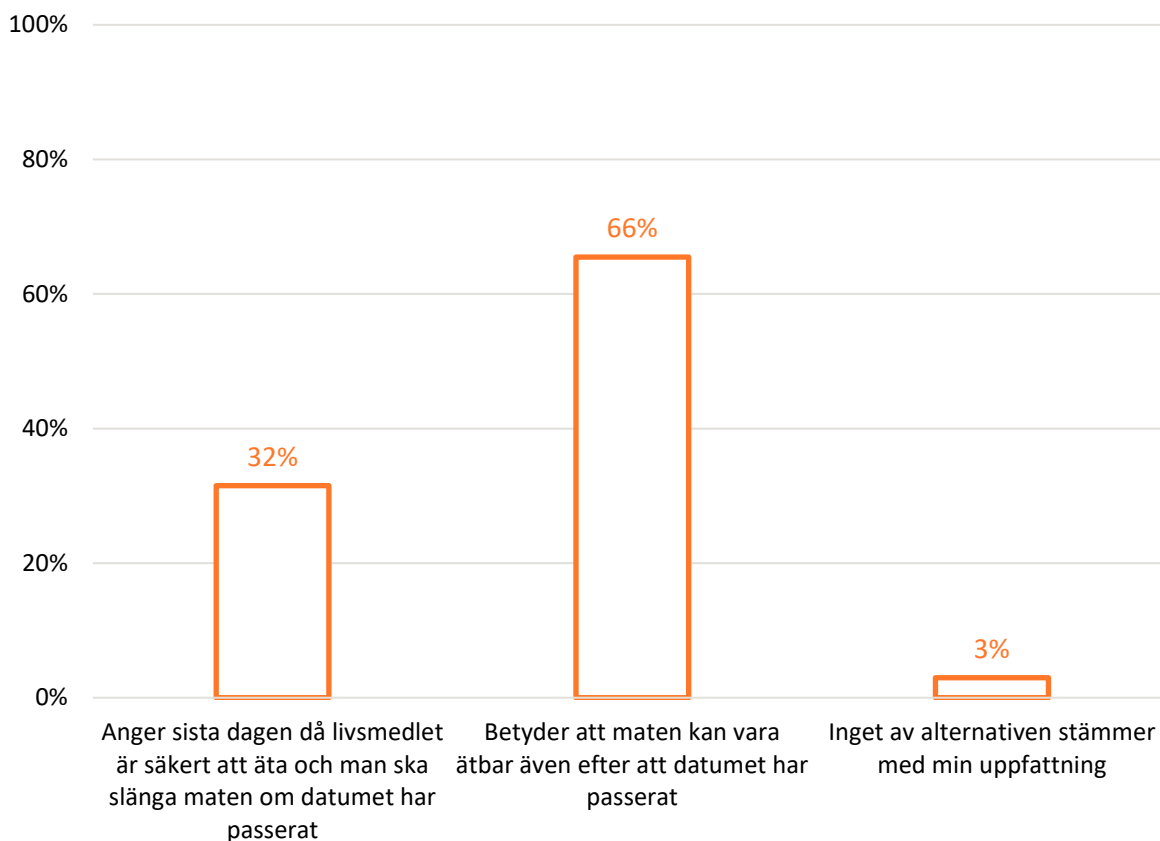
Livsmedelsverket informerar om datummärkningarnas betydelse. Bäst före-datumet kan ses som en guide för hur länge maten förväntas behålla sin kvalitet. Märkningen sista förbrukningsdag handlar däremot om hur länge ett livsmedel är säkert att äta. Därför undersöktes konsumenternas kunskap om detta.

I undersökningen får konsumenterna ta ställning till vad som stämmer bäst med deras uppfattning om bäst före-datum och sista förbrukningsdag.



Figur 2. Vad stämmer bäst med din uppfattning om "bäst före-märkning"? Bas: 1006 svar.

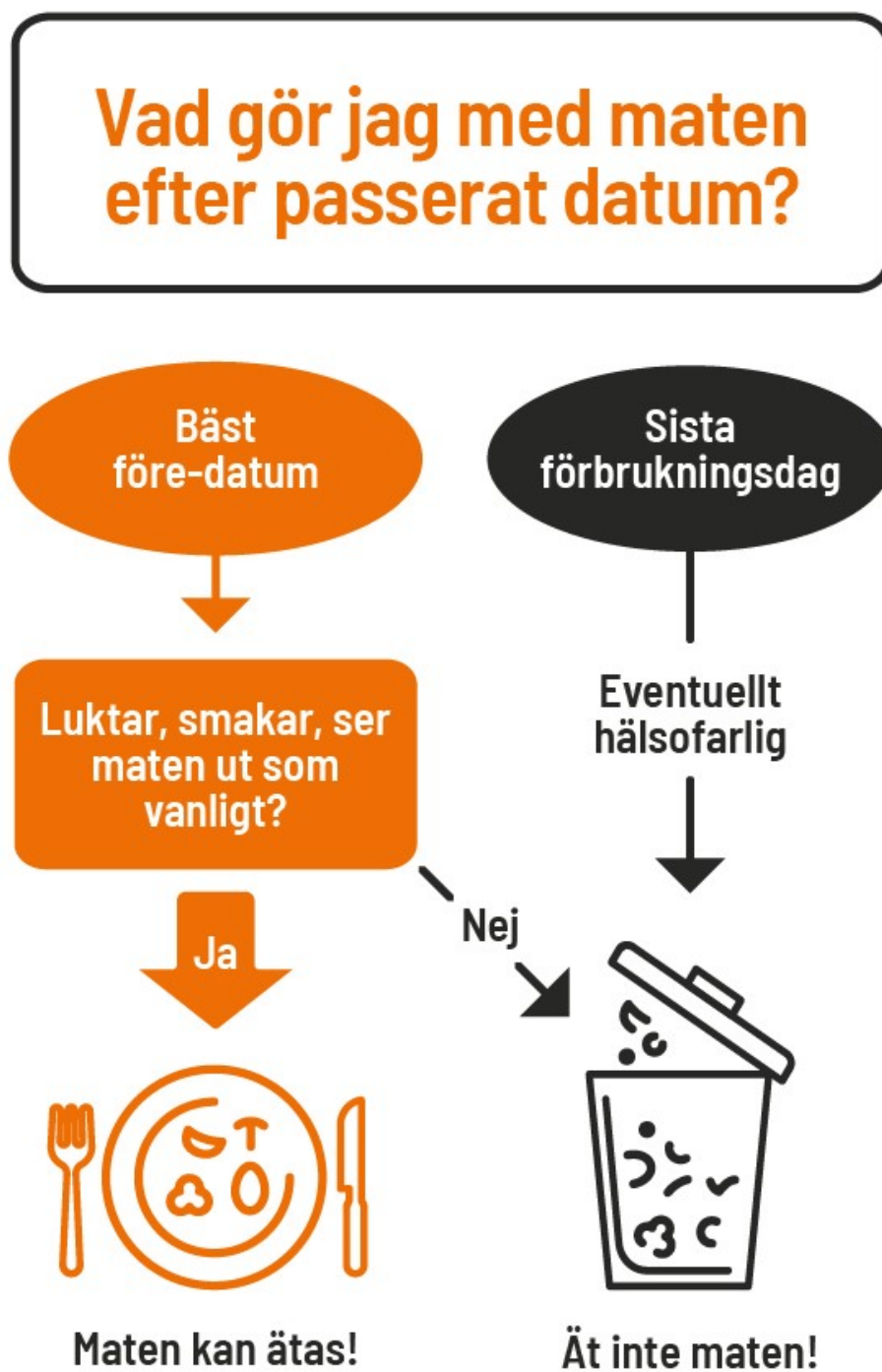
Vad stämmer bäst med din uppfattning om "sista förbrukningsdag"?



Figur 3. Vad stämmer bäst med din uppfattning om "sista förbrukningsdag"? Bas: 1006 svar.

De allra flesta, 86 procent, svarar att bäst före-datum innebär att maten kan vara ätbar även efter att datumet har passerat. Samtidigt tror 66 procent att maten kan vara ätbar även efter att sista förbrukningsdag har passerat.

Det är en viktig skillnad på bäst före-datum och sista förbrukningsdag. Bäst före-datum handlar inte om hur länge ett livsmedel är säkert, utan till vilket datum livsmedlet förväntas behålla sin kvalitet, det vill säga smak, färg och konsistens. Det som händer efter bäst före-datum är alltså att kvaliteten så småningom blir sämre. Men maten kan fortfarande vara fullt ätbar. Genom att använda sina sinnen och titta, lukta och smaka, kan konsumenten avgöra om maten går att äta även efter passerat bäst före-datum. Märkningen sista förbrukningsdag handlar däremot om hur länge ett livsmedel är säkert att äta. Märkningen ska användas för livsmedel som lätt förstörs av mikroorganismer och där lagringstiden kan bidra till att ett livsmedel kan bli hälsoskadligt trots att det förvaras enligt förpackningens anvisning.

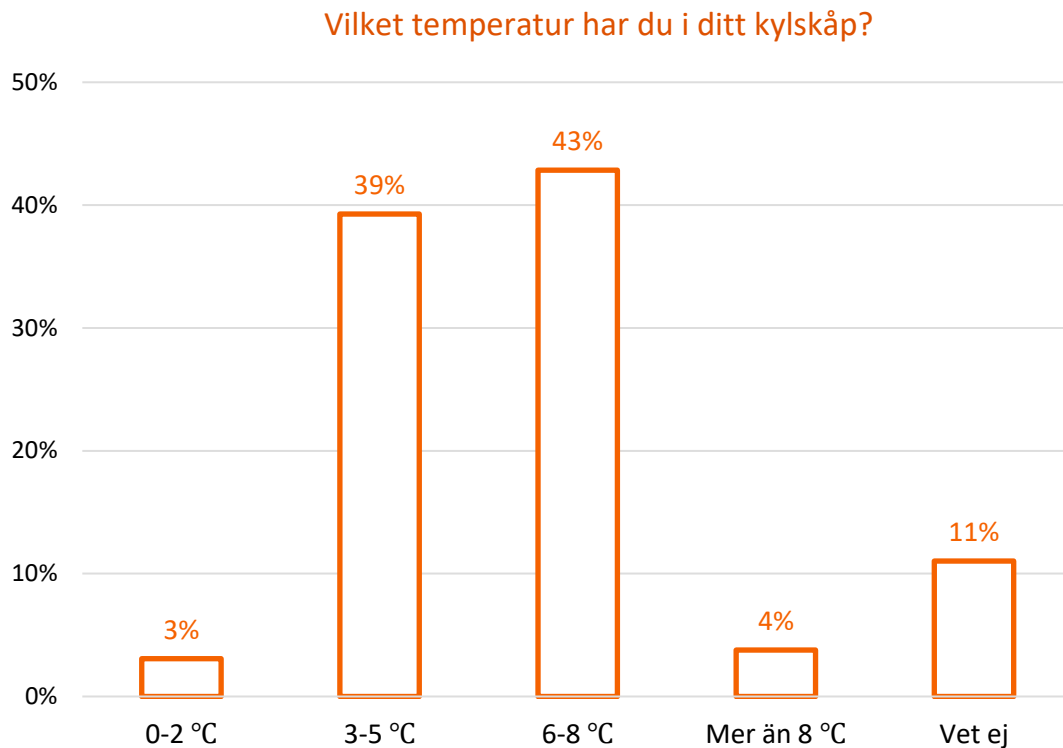


Figur 4. Bild som beskriver skillnaden på bäst före-datum och sista förbrukningsdag och beskriver lämplig åtgärd.

Kylskåpstemperaturer

Livsmedelsverket rekommenderar en kylskåpstemperatur på 4 °C eftersom det gör att kylvarorna håller längre, vilket kan leda till ett minskat matsvinn.

I undersökningen får konsumenterna svara på vilken temperatur de har i sitt kylskåp.



Figur 5. Vilken temperatur har du i ditt kylskåp? Bas: 1006 svar.

Nästan 40 procent svarar att de har mellan 3-5 °C i kylskåpet samtidigt som drygt 40 procent svarar att de har mellan 5-8 °C.



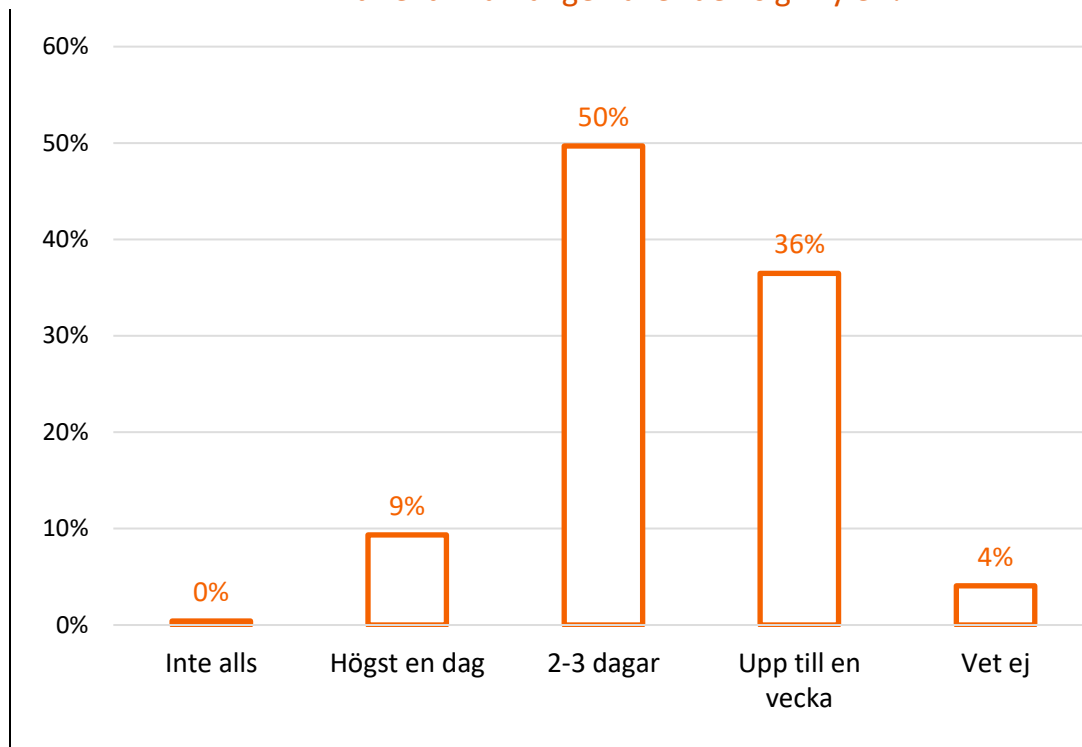
Figur 6. Det är bra att ha 4 grader i kylskåpet, då håller maten längre.

Hållbarhet för tillagad mat som förvaras i kylskåp

Enligt Livsmedelsverkets rekommendationer kan lagad mat som förvarats i kylskåp oftast ätas en vecka efter tillagning.

I undersökningen får konsumenterna svara på hur länge de tror att överbliven mat från en tillagad måltid håller om den förvaras i kylskåp.

Om du har överbliven mat från en tillagad måltid och du har satt in den i kylan ganska direkt - hur länge håller den sig i kylan?



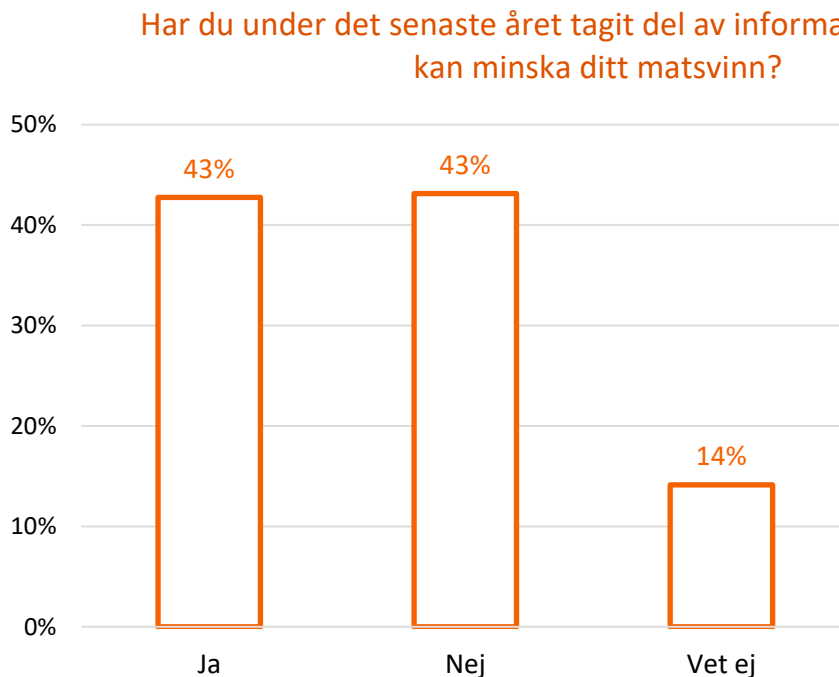
Figur 7. Om du har överbliven mat från en tillagad måltid och du har satt in den i kylskåpet ganska direkt - hur länge håller den sig i kylskåpet? Bas: 1006 svar.

En tredjedel svarar att de tror att tillagad mat håller upp till en vecka i kylskåpet. 50 procent svarar att den håller 2-3 dagar. Nästan 10 procent tror en dag. Bland de som svarar att maten bara håller en dag är den yngre åldersgruppen överrepresenterad.

Information om insatser för minskat matsvinn

Livsmedelsverket har, enligt handlingsplanen för minskat matsvinn¹, ansvar att driva återkommande konsumentkampanjer. Budskapen har hittills varit fokuserade på tips för att minska matsvinnet i hemmet. Konceptet utgår från den så kallade REFRESH-modellen².

I undersökningen får konsumenterna svara på frågan om de har tagit del av information om hur de kan minska sitt matsvinn.



Figur 8. Har du under det senaste året tagit del av information om hur du kan minska ditt matsvinn? Bas: 1006 svar.

4 av 10 uppger att de under det senaste året tagit del av information som beskriver hur matsvinn kan minskas.

Konsumenter som tagit del av information om hur de kan minska sitt matsvinn svarar i högre utsträckning att matsvinn är ett mycket stort problem för miljön (se sida 8). De som inte tagit del av information om hur de kan minska sitt matsvinn svarar att matsvinn är litet eller måttligt stort problem för miljön.

Enligt REFRESH (ett europeiskt projekt, 2019) finns följande steg när det gäller ”matprocessen” i hemmet. Planera, handla, förvara, tillaga, äta. Olika sätt att agera vid dessa olika steg påverkar hur mycket mat som tas tillvara och på så sätt hur mycket mat som slängs (matsvinn). Studien pekar på konsumenternas behov av vägledning i vardagen för att hitta åtgärder som kan minska matsvinnet.

¹Handlingsplan för minskat matsvinn "Fler gör mer"

²Rapport från Refresh om orsaker till konsumenternas matavfall

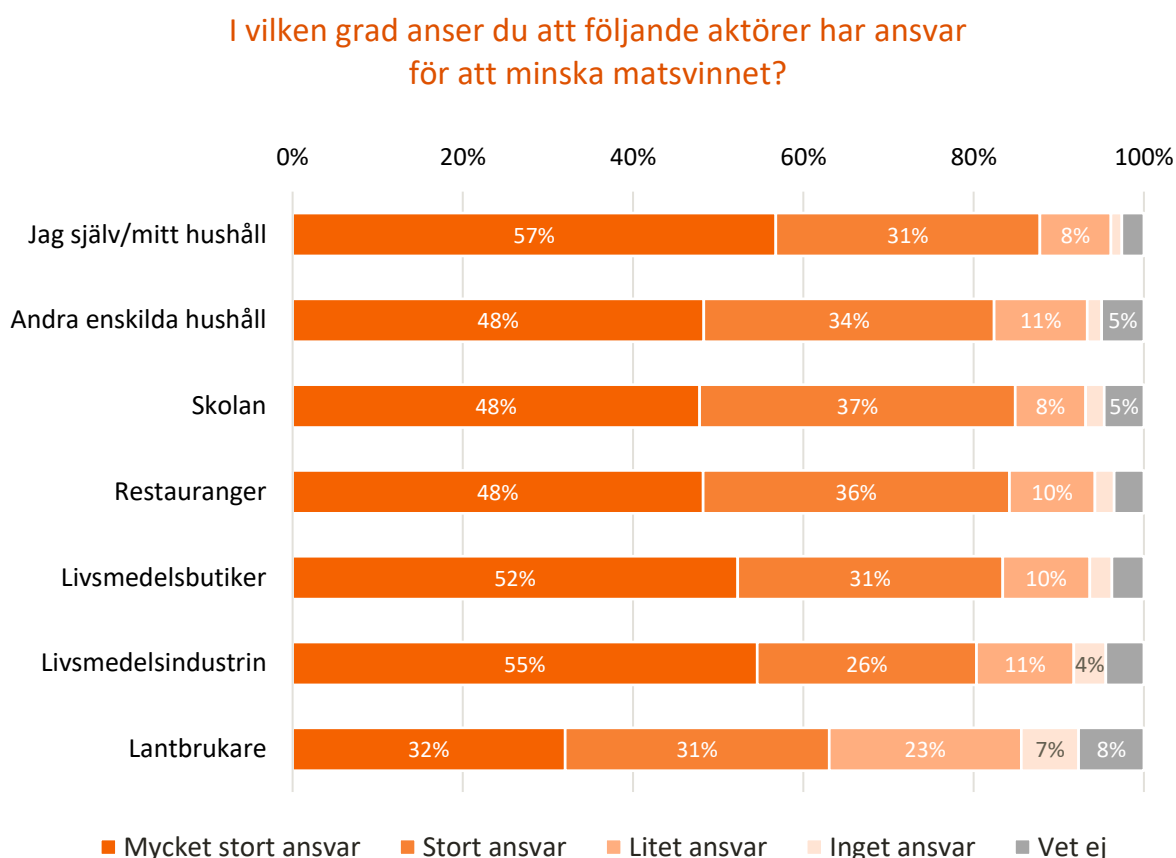
Konsumenternas attityd till matsvinn

Med attityd menas här inställningen till något, en inlärd föreställning som kan påverka beteendet. Här följer resultatet av några av frågorna i undersökningen som berör attityder som kan påverka matsvinnet.

Ansvar för ett minskat matsvinn

Handlingsplanen för minskat matsvinn är tydlig med att ansvaret för att nå målet i Agenda 2030 ligger hos alla aktörer i livsmedelskedjan från jord till bord.

I undersökningen får konsumenterna rangordna vilket ansvar de anser att de olika aktörerna i livsmedelskedjan har.



Figur 9. I vilken grad anser du att följande aktörer har ansvar för att minska matsvinnet? Bas: 1006 svar

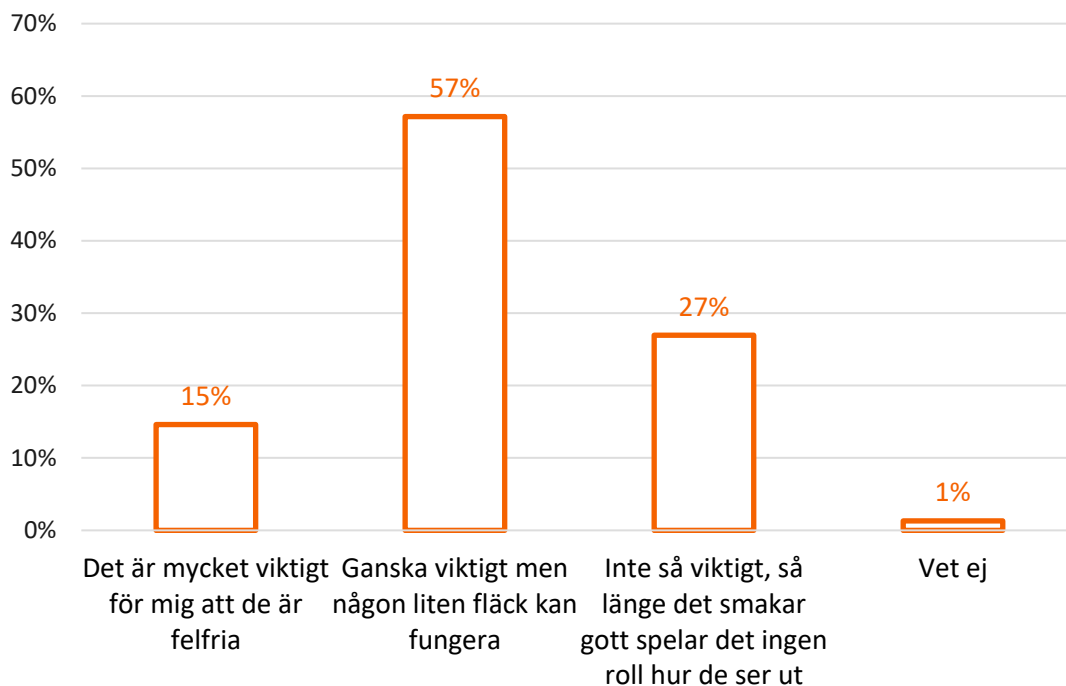
De flesta svarar att de själva har ett mycket stort eller stort ansvar för att minska matsvinnet. De tycker även att andra hushåll, restauranger, skolor, livsmedelsbutiker och livsmedelsindustrin har ett stort ansvar för att minska matsvinnet.

Mat med skönhetsfel

Matsvinn uppstår redan vid primärproduktionen eftersom det finns uppfattningar och krav från köparen om att livsmedel ska se ut på ett visst sätt. Därför innehåller konsumentundersökningen en fråga om mat med "skönhetsfel".

I undersökningen får konsumenterna svara på frågan om det är viktigt att potatis, frukt och grönsaker är fria från små fläckar och defekter.

När du handlar, hur viktigt är det för dig att potatis, frukt och grönsaker är fria från små fläckar och defekter i skal och form?



Figur 10. När du handlar, hur viktigt är det för dig att potatis, frukt och grönsaker är fria från små fläckar och defekter i skal och form? Bas:1006 svar.

En majoritet svarar att de tycker att någon liten fläck inte spelar någon roll. Andelen som svarar att det är mycket viktigt att grönsaker, frukt och potatis är fria från små fläckar och defekter på skal och form ligger på 15 procent.

Uppfattningar om minskat matsvinn vid restaurangbesök

Restaurangbesök är ett tillfälle då konsumenterna kan påverka matsvinnet utanför hemmet. Därför ställdes frågan om hur konsumenten tänker kring den mat som slängs från tallriken. Frågorna omfattar portionsservering och inte buffésservering.

I undersökningen får konsumenterna svara på frågan hur de kan minska sitt tallrikssvinn när de äter på restaurang.

De tre mest valda svarsalternativen (flera svar möjliga):

1. ”Inte beställa mer än jag kommer äta upp”, 56 procent
2. ”Restaurangen kan erbjuda olika portionsstorlekar”, 48 procent
3. ”Restaurangen kan tydligare informera om sina portionsstorlekar”, 33 procent

Det vanligaste svaret om hur tallrikssvinnet (det som slängs från tallriken) kan minska på restauranger är att man som gäst inte beställer mer mat än man kommer att äta upp. Nästan 50 procent svarade att de tyckte att restaurangerna skulle kunna erbjuda olika portionsstorlekar. Bland ”frisvaren” (7 procent) nämndes oftast att ta med sig maten hem.



Figur 11. En person tittar, luktar och smakar mat på maten för att avgöra om den går att äta

Konsumenternas beteende kring matsvinn

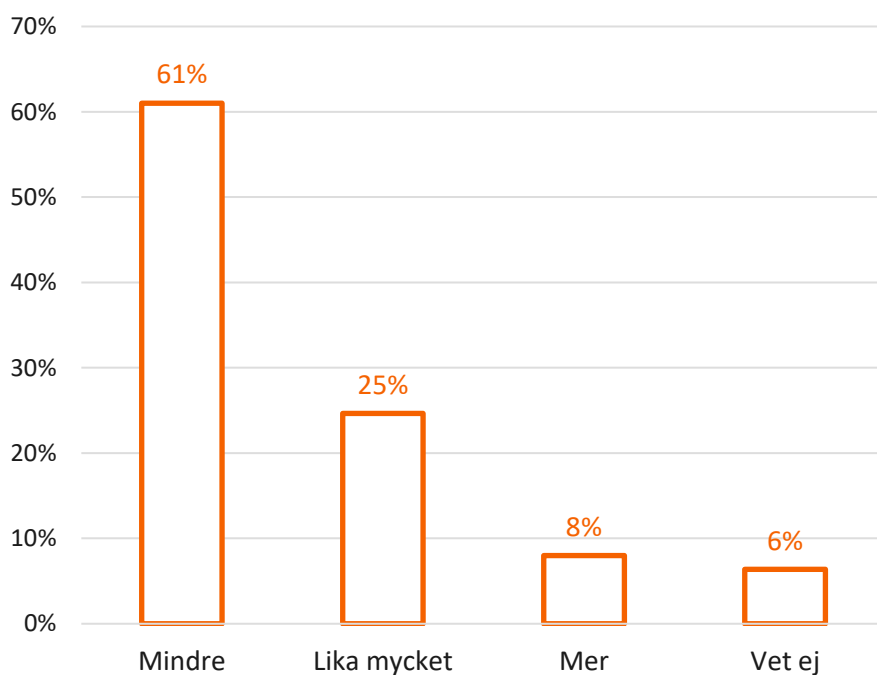
Konsumentundersökningen ger en bild av konsumenternas uppfattningar i relation till mat och matsvinn. Den inkluderar inga faktiska uppföljningar av mängden matsvinn hos konsumenterna. Följande avsnitt ska alltså inte läsas som svar på vad som faktiskt görs i hemmen, utan snarare ytterligare en fördjupning kring uppfattning av det egna beteendet – vad konsumenterna svarar att de gör.

Mängden mat som slängs

Varje år slängs 45 kilo mat per person i hemmet. 19 kilo slängs i sopkorgen (förhoppningsvis sorterat som matavfall) och 26 kilo mat hålls ut i vasken. Per dag blir det cirka 50 gram mat i sopkorgen och cirka 0,7 dl mat och dryck i vasken som kastas. Men har konsumenten kännedom om det?

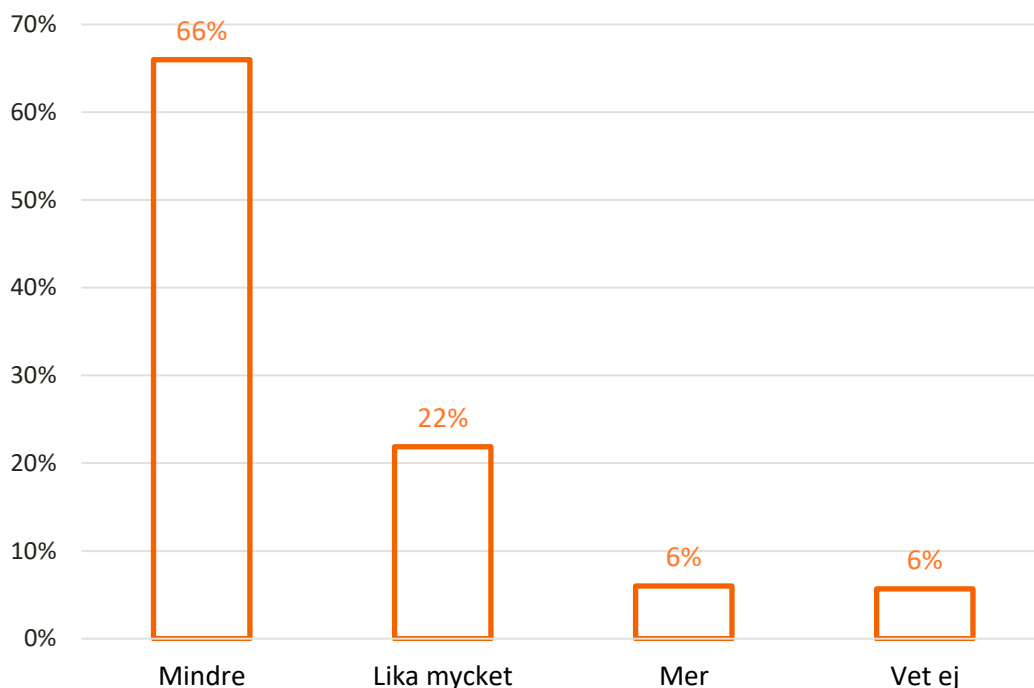
I undersökningen får konsumenterna svara på frågan om hur mycket mat de slänger i sopkorgen samt hur mycket de håller ut i vasken i relation till hur mycket som slängs i genomsnitt i Sverige.

I genomsnitt slängs 50 gram mat per dag exklusive dryck, vilket motsvarar ungefär en liten smörgås, en halv potatis eller en tredjedels äpple.
Hur mycket slänger du?



Figur 12. I genomsnitt slängs 50 gram mat per dag exklusive dryck, vilket motsvarar ungefär en liten smörgås, en halv potatis eller en tredjedels äpple. Hur mycket slänger du? Bas: 1006 svar.

I genomsnitt slängs dessutom 70 gram flytande mat och dryck per dag i vasken, exempelvis kaffe och mjölkprodukter. Detta motsvarar ungefär ett halvt glas dryck per dag. Hur mycket slänger du i vasken?



Figur 13. I genomsnitt slängs dessutom 70 gram flytande mat och dryck per dag i vasken, exempelvis kaffe och mjölkprodukter. Detta motsvarar ungefär ett halvt glas dryck per dag. Hur mycket slänger du i vasken? Bas: 1006 svar.

Drygt 60 procent svarar att de slänger mindre mat i sopkorgen än genomsnittet och närmare 70 procent svarar att de slänger mindre i vasken än genomsnittet. Mellan 6 och 8 procent svarar att de slänger mer i sopkorgen och vasken än genomsnittet.

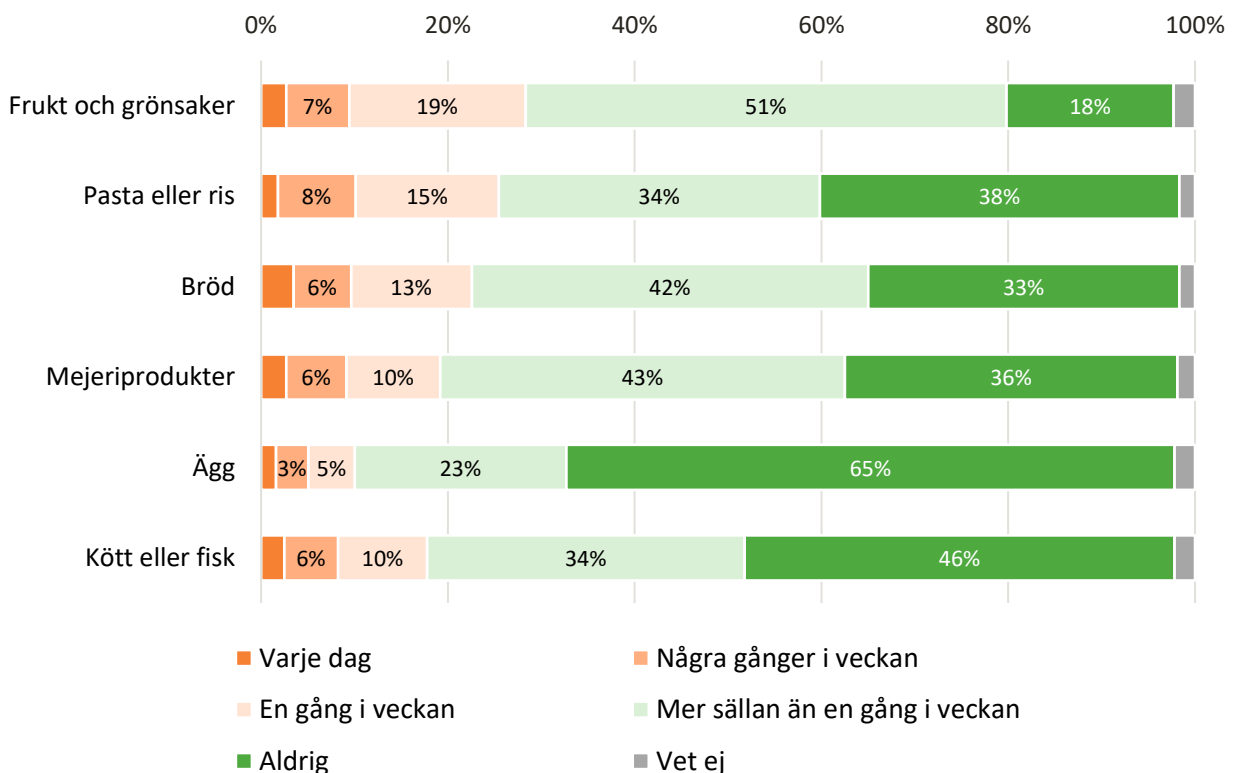
Yngre personer svarar att de slänger mat oftare jämfört med vad äldre personer svarar. Män slänger jämförelsevis mat oftare än kvinnor och barnfamiljer slänger mat oftare än vad familjer utan barn gör. De personer som förstår betydelsen av bäst-före datumet säger sig slänga mindre mat jämfört med som svarar att de slänger maten på grund av att bäst före-datumet har passerat.

Vad slängs mest och anledningen till att mat slängs?

Att slänga mat är ett enormt resursslöseri och när mat slängs i hushållet innebär det att matens samlade miljöpåverkan är som högst eftersom det då sker i livsmedelskedjans sista led.

Konsumenterna fick svara på frågor om hur ofta de uppskattar att de slänger olika livsmedel. De fick också svara på vilka de främsta anledningarna är till att de slänger mat.

Om du tänker på en vanlig vecka, hur ofta skulle du uppskatta att du slänger?



Figur 14. Om du tänker på en vanlig vecka, hur ofta skulle du uppskatta att du slänger olika livsmedel? Bas: 1006 svar.

Oftast uppges att grönsaker och frukt slängs mest, följt av pasta, ris och bröd. Ägg slängs minst. Konsumenterna svarar att de slänger mejeriprodukter och kött, fisk ungefär lika ofta.

De fem vanligaste anledningarna till att mat slängs var (flera svar möjliga):

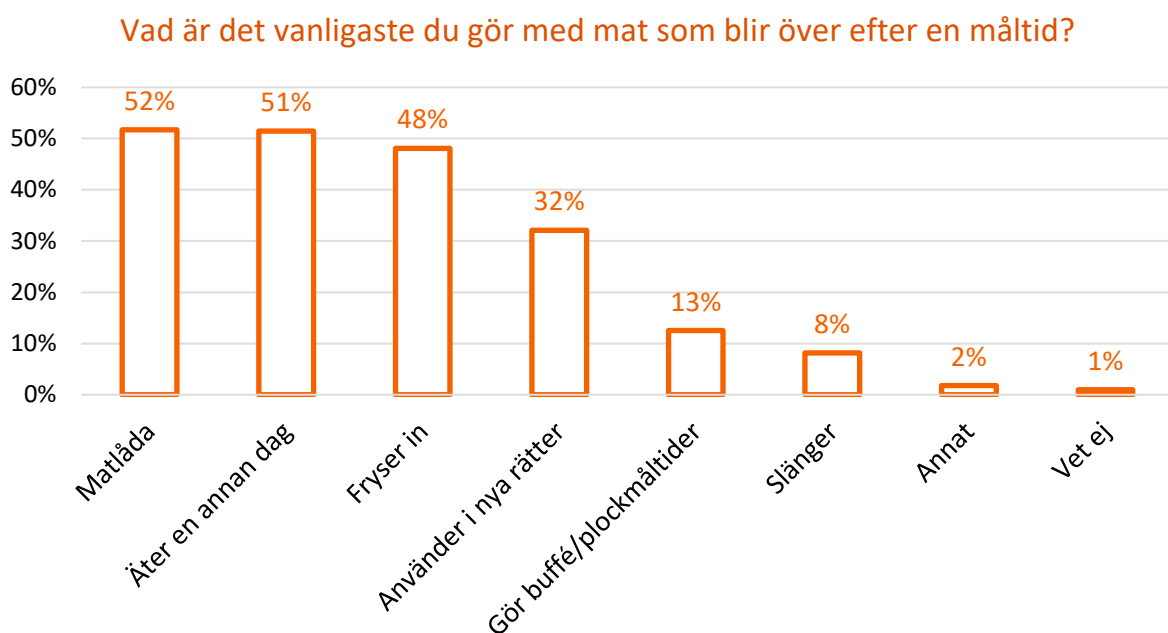
1. "Maten känns ofräsch", 32 procent
2. "Vill inte riskera att bli sjuk", 23 procent
3. "Tillagat för mycket", 22 procent
4. "Tar det säkra före det osäkra och slänger om jag är det minsta osäker på om maten blivit dålig/oätlig", 22 procent
5. "Tagit för mycket på tallriken", 19 procent

Att maten känns ofräsch anges vara den främsta anledningen till att mat slängs, följt av att man inte vill riskera att bli sjuk eller att man har tillagat för mycket.

Vad görs med maten som blir över?

Det finns flera sätt att ta vara på maten som blir över efter en måltid. Att ställa in matrester i kylskåpet så snart som möjligt efter en måltid eller att frysa in matrester är några av de tips som finns på Livsmedelsverkets webbplats.

I undersökningen får konsumenterna svara på vad de vanligtvis gör med mat som blivit över efter en måltid. Flera svar är möjliga.



Figur 15. Vad är det vanligaste du gör med mat som blir över efter en måltid? Bas: 1006 svar.

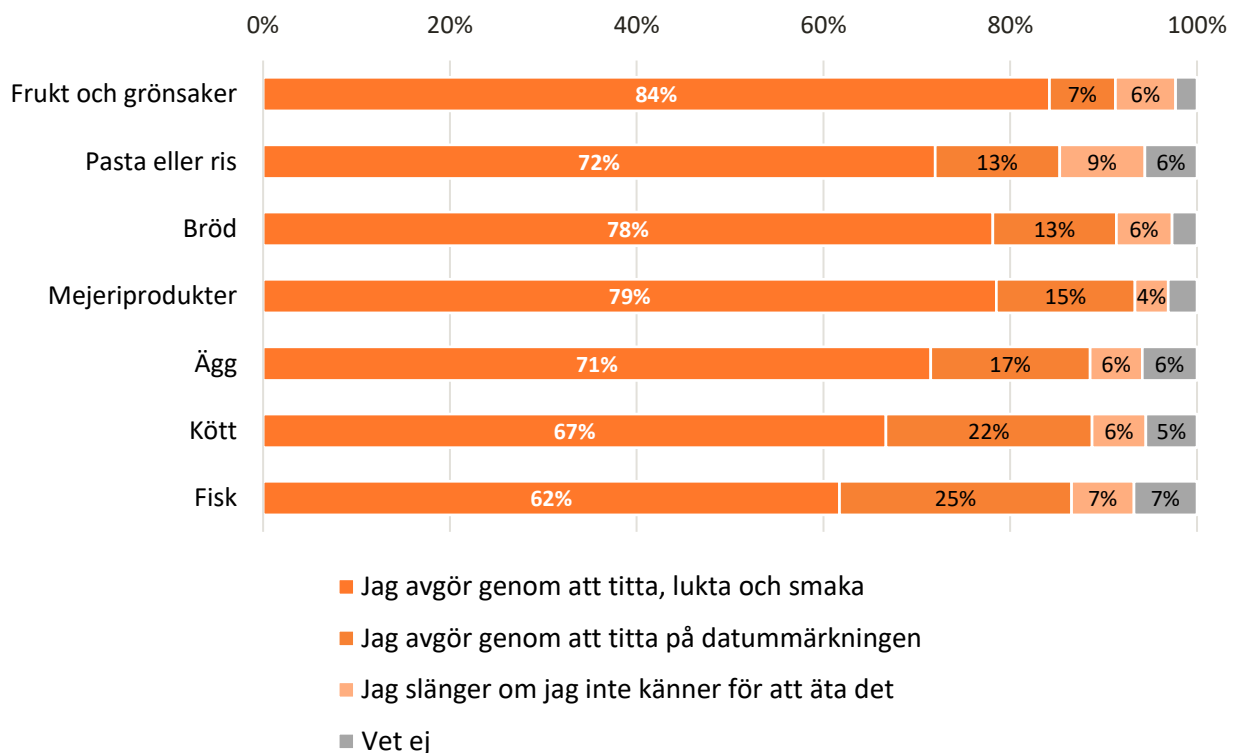
Att göra en matlåda av mat som blivit över efter en måltid är det vanligaste svaret från konsumenterna. Att äta maten en annan dag eller frysa in är också vanligt. Det ena utesluter heller inte det andra. Åtta procent uppger att de brukar slänga maten som blir över.

Att avgöra om olika typer av livsmedel går att äta

När det gäller mat som är märkt med bäst före-datum rekommenderas att man tittar, luktar och smakar på maten när datumet har passerat för att avgöra om den går att äta. Är maten som den brukar vara är den ok att äta.

I undersökningen får konsumenterna svara på frågan hur de avgör om de ska äta eller slänga ett livsmedel.

Vad stämmer bäst med hur du avgör om du ska äta eller slänga ett livsmedel?



Figur 16. Vad stämmer bäst med hur du avgör om du ska äta eller slänga ett livsmedel? Bas. 1006 svar

De flesta svarar att de avgör om livsmedel/matens går att äta genom att titta, lukta och smaka på maten. Mest vanligt är det att titta, lukta och smaka på frukt och grönsaker, bröd och mejeriprodukter (78-84 procent). För kött och fisk svarade mellan 62 och 67 procent av konsumenterna att de använder sina sinnen.

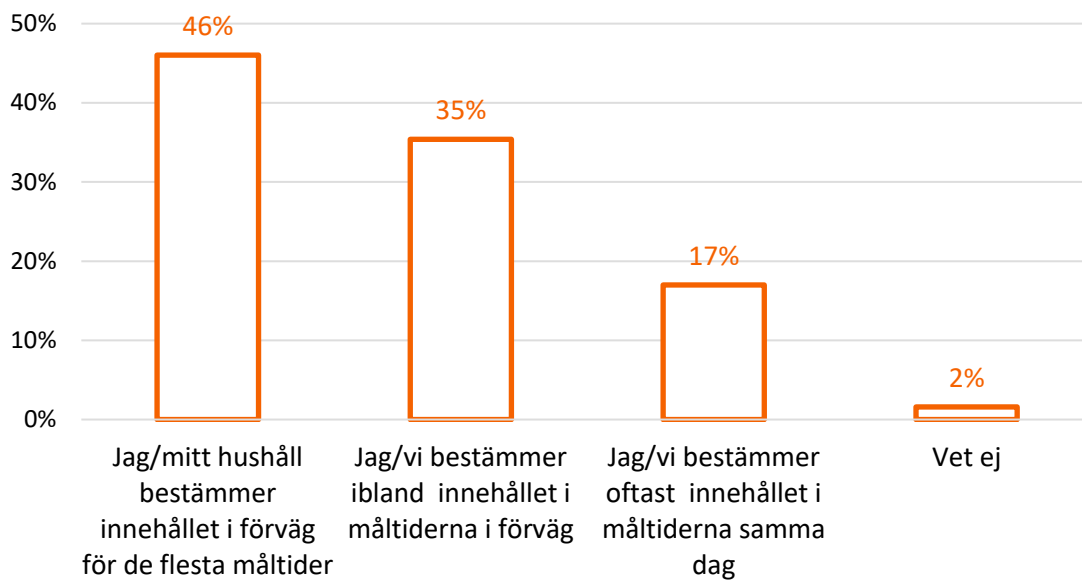
Personer i de äldre åldersgrupperna svarar i större utsträckning att de tittar, luktar och smakar på maten för att avgöra om den går att äta. De yngre svarar i större utsträckning att de tittar på datummärkningen. Kvinnor använder oftare sina sinnen för att bedöma maten medan männen ofta tittar på datummärkningen för att avgöra om maten går att äta.

Planering av inköp

Livsmedelsverket tipsar om att planering av måltider är en viktig förutsättning för att kunna ta hand om maten och för att minska sitt matsvinn. Vidare är det viktigt att titta vad man har hemma i kylskåp, frys och skafferier innan man handlar så att man inte handlar i onödan.

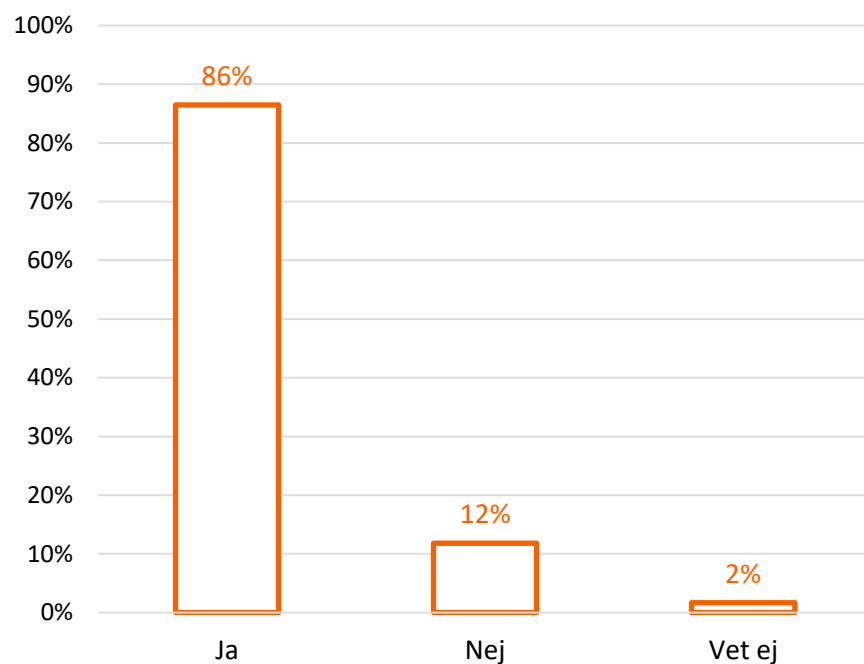
I undersökningen får konsumenterna svara på frågor om och hur de planerar sina måltider och inköp av livsmedel.

Tänk dig en vanlig vecka. Hur ofta bestämmer du/ditt hushåll i förväg vilken mat som ska ätas?



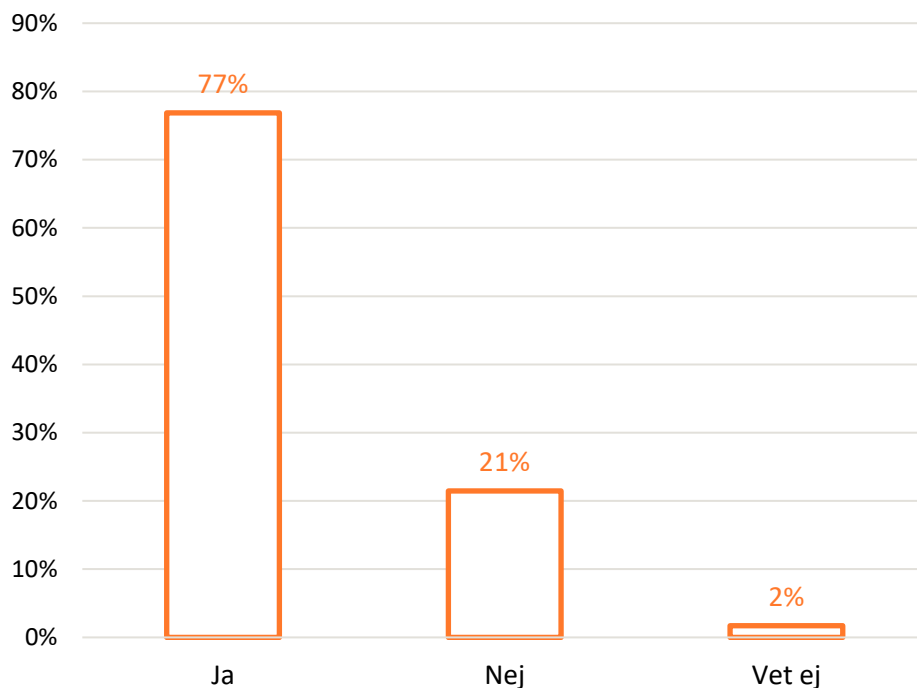
Figur 17. Tänk dig en vanlig vecka. Hur ofta bestämmer du/ditt hushåll i förväg vilken mat som ska ätas? Bas 1006 svar.

Nu kan du tänka på den senaste gången som du handlade hem mat. Kontrollerade du vad som fanns hemma i skåp/kyl eller frys innan du handlade?



Figur 18. Nu kan du tänka på den senaste gången som du handlade hem mat. Kontrollerade du vad som fanns hemma i skåp/kyl eller frys innan du handlade? Bas: 1006 svar.

Om du återigen tänker på den senaste gången du handlade mat, använde du dig då av en inköpslista?



Figur 19. Om du återigen tänker på den senaste gången du handlade mat, använde du dig då av en inköpslista? Bas: 1006 svar

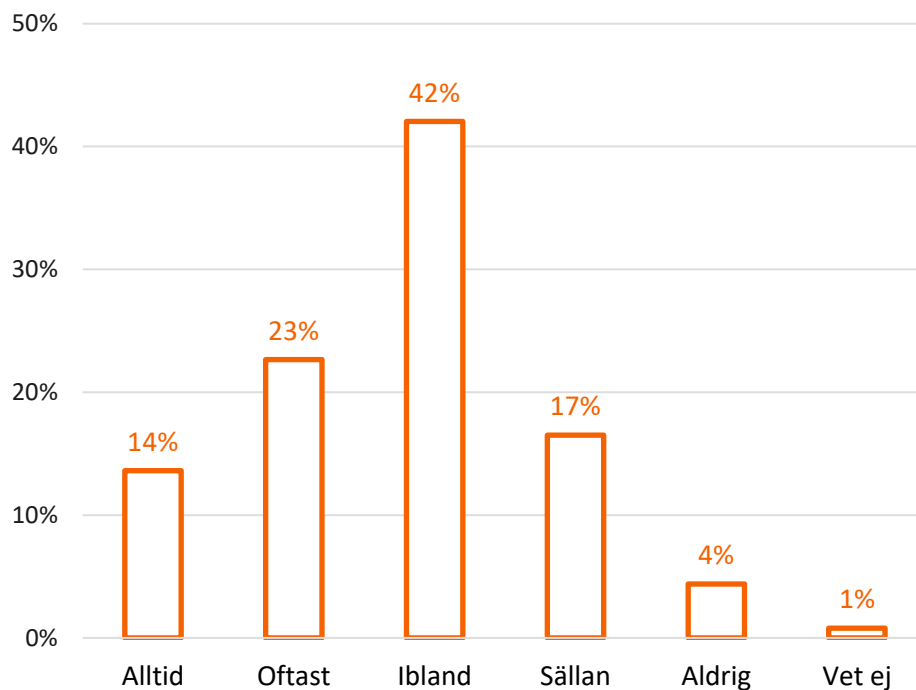
Nästan hälften svarar att de planerar vad de ska äta i förväg samtidigt som nästan 9 av 10 kontrollerar vad de hade hemma i kylskåp, frys och skafferi innan de handlar mat. Inköpslista är vanligt, 8 av 10 svarar att de använder sig av det.

Inköp av prissänkta varor med kort slutdatum

När varor närmar sig bäst före-datum kan butiken sänka priset på dessa varor för att "hinna" sälja dem. Det är ett sätt för butiken att få omsättning på varor som kanske annars hade slängts.

Konsumenterna fick svara på frågan om de brukar köpa prissänkt mat när de har möjlighet, exempelvis varor som närmar sig slutdatum.

Brukar du köpa prissänkt mat när du har möjlighet, exempelvis varor som närmar sig slutdatum eller börjar bli övermogna?



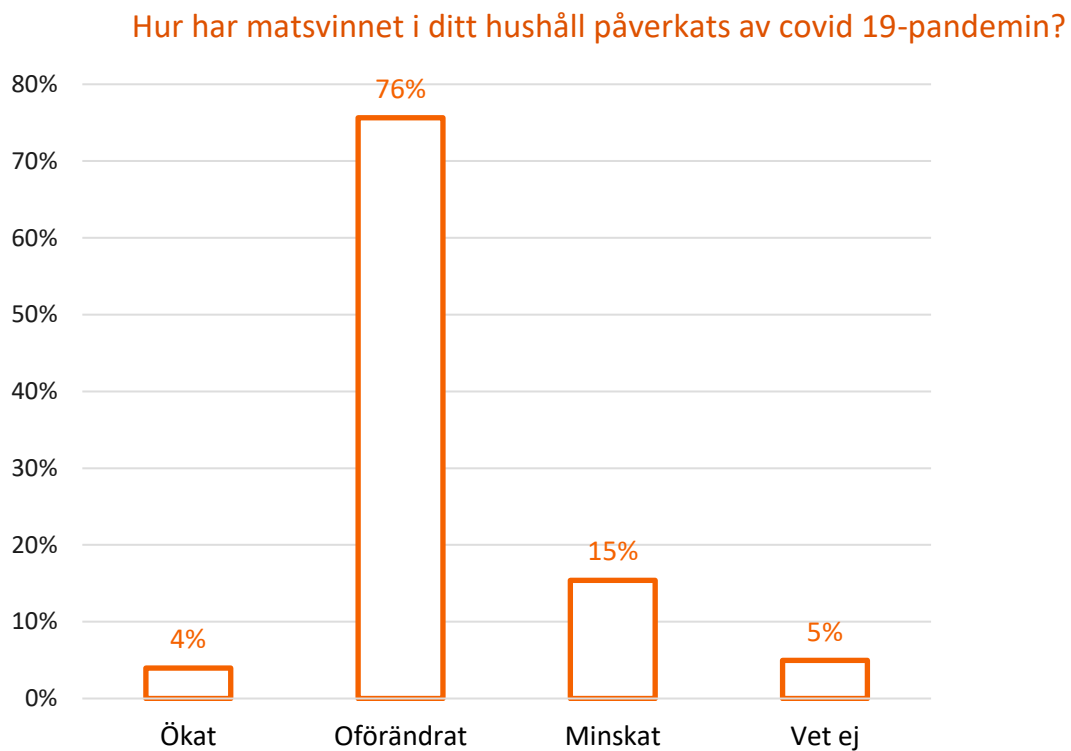
Figur 20. Brukar du köpa prissänkt mat när du har möjlighet, exempelvis varor som närmar sig slutdatum eller börjar bli övermogna? Bas: 1006 svar.

Knappt 40 procent uppger att de oftast eller alltid handlar varor som är prissänkta då de närmar sig slutdatum eller har börjat vara exempelvis övermogna. Samtidigt anger drygt 40 procent att de handlar sådana varor ibland. De som tycker att matsvinn är en viktig fråga för miljön svarar ofta att de alltid köper dessa livsmedel.

Covid-19-pandemin och matsvinnet

Undersökningen genomförs under pandemiåret 2020. Därför finns en fråga som berör uppfattningen om pandemins eventuella effekter på matkonsumtionen och mängden matsvinn.

I undersökningen får konsumenterna svara på frågan om matsvinnet i hushållet har påverkats av covid 19-pandemin.



Figur 21. Hur har matsvinnet i ditt hushåll påverkats av covid 19-pandemin? Bas: 1006 svar

15 procent svarar att de slänger mindre mat till följd av pandemin och 4 procent svarar att matsvinnet har ökat. För de allra flesta är det oförändrat.

Slutsatser

Konsumentundersökningen visar att det finns en stor medvetenhet om matsvinn som ett miljöproblem och konsumenterna svarar i stor utsträckning att de själva har ett mycket stort ansvar att förändra detta. Däremot verkar de underskatta sitt eget matsvinn, alltså den mängd mat och dryck de slänger i sopkorgen och i vasken.

Det finns skillnader i uppfattningar mellan könen och åldersgrupper. Män uppfattar i lägre grad matsvinn som ett miljöproblem. De som har barn i hushållet svarar att de slänger mer än hushåll utan barn.

Datummärkningen bäst före är välkänd bland konsumenter i Sverige. Samtidigt verkar många av konsumenterna inte känna till betydelsen sista förbrukningsdag. Det är viktigt att veta att sista förbrukningsdag handlar om hur länge ett livsmedel är säkert att äta medan bäst före-datum handlar om kvalitet. Efter passerad sista förbrukningsdag ska livsmedlet inte säljas eller ätas. I skrivande stund pågår diskussion i EU för att förtydliga och särskilja dessa två märkningar. Det är viktigt att upprätthålla och utveckla kunskapen om datummärkning.

Planera sina inköp gör en majoritet av konsumenterna. När det gäller måltider planeras dessa dock inte i samma utsträckning. På samma sätt finns siffror som tyder på att man gärna vill ta hand om matresterna men att maten upplevs ofräsch och rädsla för att bli sjuk gör att planerna inte alltid genomförs. Konsumenterna behöver större tillit till sina sinnen och kunskap om livsmedel. Fler behöver kunna känna sig trygga med att matrester kan hålla upp till en vecka om den förvaras på rätt sätt.

Kylskåpstemperaturen rekommenderas till 4 °C eftersom det gör att kylvarorna håller längre, vilket kan leda till ett minskat matsvinn. Nästan 40 procent av konsumenterna svarar att de har mellan 3-5 °C i kylskåpet samtidigt som drygt 40 procent svarar att de har mellan 5-8 °C. Medvetenheten bland konsumenterna om betydelsen av att ha 4 °C i sitt kylskåp behöver fortsätta öka. Samtidigt behöver förvaringstemperaturen sänkas i både producent- och butiksled.

Konsumenters ”svinnsikt” – deras insikt om eget matsvinn – behöver fortsätta öka. Det samma gäller också motivationen att ta hand om maten bättre. Kommunikation och kampanjverksamhet kan påverka konsumenters beteende till viss del, men kräver kompletterande insatser i flera delar av livsmedelssystemet. Alla som jobbar med livsmedel och hållbar konsumtion behöver underlätta för konsumenter att göra svinnsminimerande val. Tillsammans gör vi skillnad.



Figur 22. En person springer snabbt

Bilaga 1 Rapport Origo Group



Livsmedelsverket

Konsumenters kännedom, attityd och beteende kring matsvinn 2020

Februari 2021

Innehåll

Fakta om undersökningen

Bakgrund	2
Metod	3
Undersökningens målgrupper	4
Geografiska områden	5
Bortfall	6
Fakta om respondenterna	7

Resultat

Ansvar för matinköp och planering	11
Beteende kring matsvinn	7
	25

Matsvinn och dess konsekvenser	54
Ansvar för att minska matsvinn	56
Information om att minska matsvinn	58
Påverkan av covid-19	60

Bilagor

Bilaga 1, Jämförelser mellan grupper
Bilaga 2, Öppna svar

A high-angle, slightly blurred photograph of a group of people sitting around a table, engaged in a collaborative work session. In the center, a laptop displays a colorful dashboard with various charts and graphs. Several hands are visible, pointing at documents and the laptop screen. One person on the left holds a red pen over a document. The overall atmosphere is professional and focused. The text 'Fakta om undersökningen' is overlaid in white, bold font, with a vertical white line separating it from the rest of the image.

Fakta om undersökningen

Bakgrund

Bakgrund och syfte

Livsmedelsverket, Naturvårdsverket och Jordbruksverket har sedan år 2013 samarbetat kring flera regeringsuppdrag med syfte att minska matsvinnet. En viktig del är att via kommunikationsinsatser öka medvetenheten kring matsvinn och på så sätt ändra konsumenternas beteende. Livsmedelsverket vill därför, under det nuvarande regeringsuppdraget, göra en undersökning bland Sveriges befolkning om deras kunskap, attityder och beteende kopplade till matsvinn.

Genomförande

Undersökningen har genomförts under perioden november 2020 till januari 2021 av Origo Group.

Läs mer om Origo Group på [Origogroups webbplats](#).

Projektledare på Origo: Christina Törneman.

Kontaktperson på Livsmedelsverket: Karin Fritz.

Metod

Datainsamling

Undersökningen har genomförts med en webbaserad enkät. Målgrupp är konsumenter 18 år eller äldre i Sverige och målsättningen är att få 1000 besvarade enkäter. Resultatet ska kunna ge en nationellt representativ bild av svenska befolkningens kunskap, attityder och beteenden kopplat till matsvinn. En viktig delmålgrupp är konsumenter i åldern 20-45 år.

Origo Group använder sig av en egen webbpanel, Origo Group-panelen som för närvarande består av cirka 20 000 aktiva medlemmar och fortsätter att växa över hela Sverige. Vi rekryterar löpande nya deltagare bland allmänheten i Sverige. Rekryteringen görs via telefonintervjuer i samband med representativa undersökningar till allmänheten och vi har en god demografisk fördelning inom åldersgrupperna 18-80 år i Sverige.

För att säkerställa tillräckligt många svar i framförallt åldersgruppen 20-45 år har undersökningen stratifierats med hänsyn tagen till kön, ålder och geografiskt område.

Enkät

Utgångspunkten är ett tidigare använt frågeformulär med vissa justeringar och några nya frågor. De öppna svaren redovisas i bilaga 2.

Undersökningens målgrupper

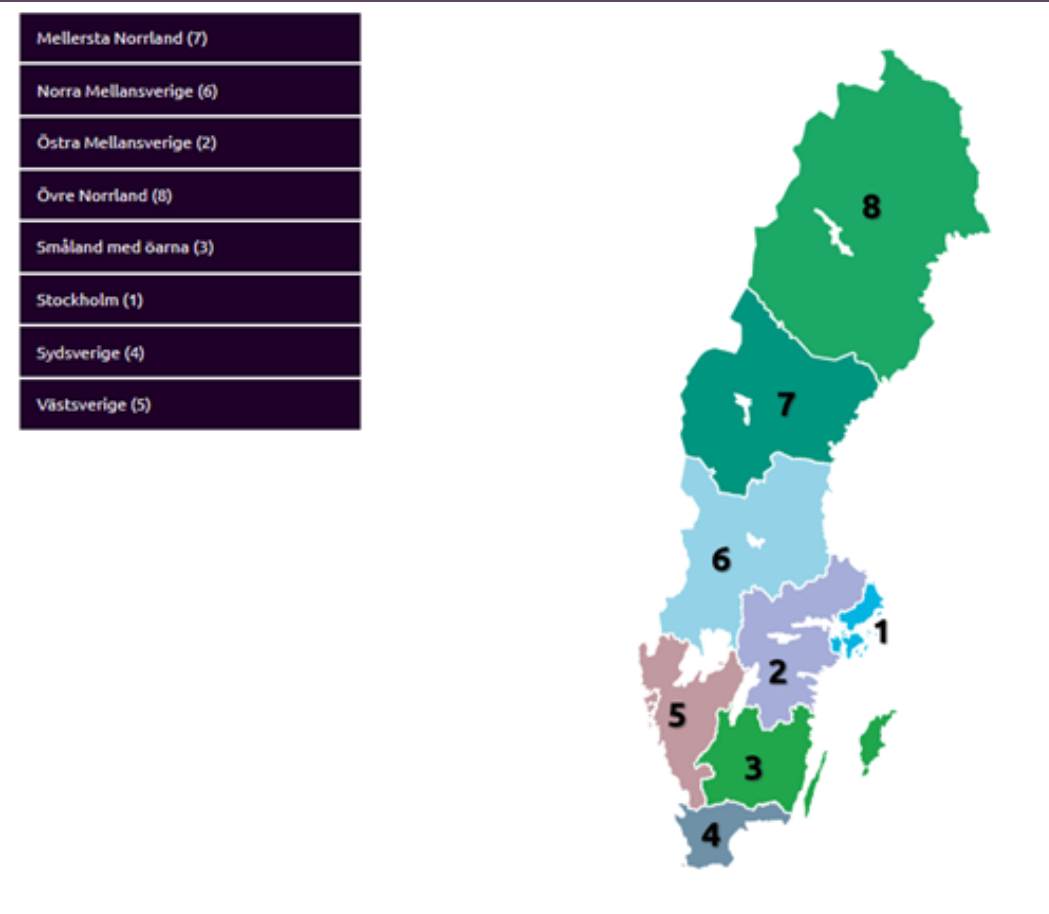
I tabellen visas svaren i undersökningen uppdelat på de olika målgrupperna. Målgrupperna fördelar sig på samma sätt som befolkningen i riket.

Målgrupper	Antal svar	Andel svar	Andel i Sveriges befolkning 18-80 år (SCB 2019)
Kvinna, 18-34 år	144	14%	14%
Kvinna, 35-49 år	127	13%	12%
Kvinna, 50-64 år	120	12%	12%
Kvinna, 65-80 år	106	11%	11%
Man, 18-34 år	153	15%	15%
Man, 35-49 år	132	13%	13%
Man, 50-64 år	123	12%	12%
Man, 65-80 år	99	10%	10%
Annat, 18-34 år	1	0%	-
Annat, 35-49 år	1	0%	-
Annat, 50-64 år	0	0%	-
Annat, 65-80 år	0	0%	-
Totalt	1 006	100%	100%

Geografiska områden

För att säkerställa en god nationell representativitet har stratifiering gjorts på nedanstående geografiska områden.

Geografiska områden	Insamlade svar	Andel i Sveriges befolkning 18-80 år (SCB 2019)
Mellersta Norrland	4%	4%
Norra Mellansverige	9%	8%
Småland med öarna	9%	8%
Stockholm	21%	23%
Sydsverige	15%	15%
Västsverige	19%	20%
Östra Mellansverige	17%	17%
Övre Norrland	6%	5%



Bortfall

Bortfallsredovisning

Antalet svar i undersökningen uppgår till 1 006. A-bortfallet utgörs av 24 personer medan B-bortfallet utgörs av 45 personer.

Svarsinformation	Antal
A-bortfall	24
Ska inte svara då kvoten är full	19
Tillhör inte målgruppen	5
B-bortfall	45
Gått in i enkäten, men inte avslutat den	45
Antal kompletta svar	1 006

Fakta om respondenterna

Vilket kön identifierar du dig med?	Antal	Andel
Man	507	50%
Kvinna	497	49%
Annat	2	0%

Åldersgrupp	Antal	Andel
18-29 år	167	17%
30-39 år	221	22%
40-49 år	170	17%
50-64 år	243	24%
65-80 år	205	20%

Hur stort är ditt hushåll, dvs hur många personer är det som stadigvarande bor och äter hemma hos dig?	Antal	Andel
1 person	287	29%
2 personer	390	39%
3 personer	139	14%
4 personer	134	13%
5 personer	42	4%
6 personer eller fler	13	1%
Vet ej	1	0%

Finns det hemmavarande barn i hushållet som är under 18 år?	Antal	Andel
Nej	428	60%
Ja, mellan 0 och 5 år	135	19%
Ja, mellan 6 och 9 år	105	15%
Ja, mellan 10 och 17 år	133	19%

Bas: Respondenter som bor i hushåll med minst två personer (718 st.)

Fakta om respondenterna

SKR Kommungrupp	Antal	Andel
Storstäder	177	18%
Pendlingskommun nära storstad	163	17%
Större stad	274	29%
Pendlingskommun nära större stad	74	8%
Lågpendlingskommun nära större stad	73	8%
Mindre stad/tätort	105	11%
Pendlingskommun nära mindre stad/tätort	51	5%
Landsbygdskommun	35	4%
Landsbygdskommun med besöksnäring	9	1%

SKR Huvudgrupp	Antal	Andel
Storstäder och storstadsnära kommuner	340	35%
Större städer och kommuner nära större stad	421	44%
Mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner	200	21%

Vilken typ av boende har du där du oftast bor?	Antal	Andel
Hyreslägenhet	328	33%
Bostadsrätt/insatslägenhet/andelslägenhet	220	22%
Hyr villa/radhus/kedjehus	51	5%
Äger villa/radhus/kedjehus	368	37%
Jordbruksfastighet/gård på landet	24	2%
Inneboende	7	1%
Annan boendeform	4	0%
Vet ej	4	0%

Fakta om respondenterna

Vilken är din högst avslutade utbildning?	Antal	Andel
Folk-/grundskola eller motsvarande	73	7%
2-årig gymnasieutbildning eller motsvarande	135	13%
3-4-årig gymnasieutbildning eller motsvarande	344	34%
Högskole- eller universitetsutbildning	445	44%
Vet ej	9	1%

Hur stor är din personliga årsinkomst innan skatten är dragen?	Antal	Andel
Under 100.000 kr/år	63	6%
100.000 - 199.999 kr/år	133	13%
200.000 - 299.999 kr/år	183	18%
300.000 - 399.999 kr/år	201	20%
400.000 - 499.999 kr/år	142	14%
500.000 - 599.999 kr/år	83	8%
600.000 - 699.999 kr/år	41	4%
700.000 - 799.999 kr/år	22	2%
800.000 - 899.999 kr/år	12	1%
900.000 kr/år eller mer	25	2%
Vet ej	101	10%

A high-angle, slightly blurred photograph of a group of people in a meeting. They are gathered around a table, looking at a laptop and several sheets of paper. One person's hand is pointing at a document, while another holds a pen. The scene is dimly lit, with the primary light source coming from the laptop screen. The overall mood is professional and collaborative.

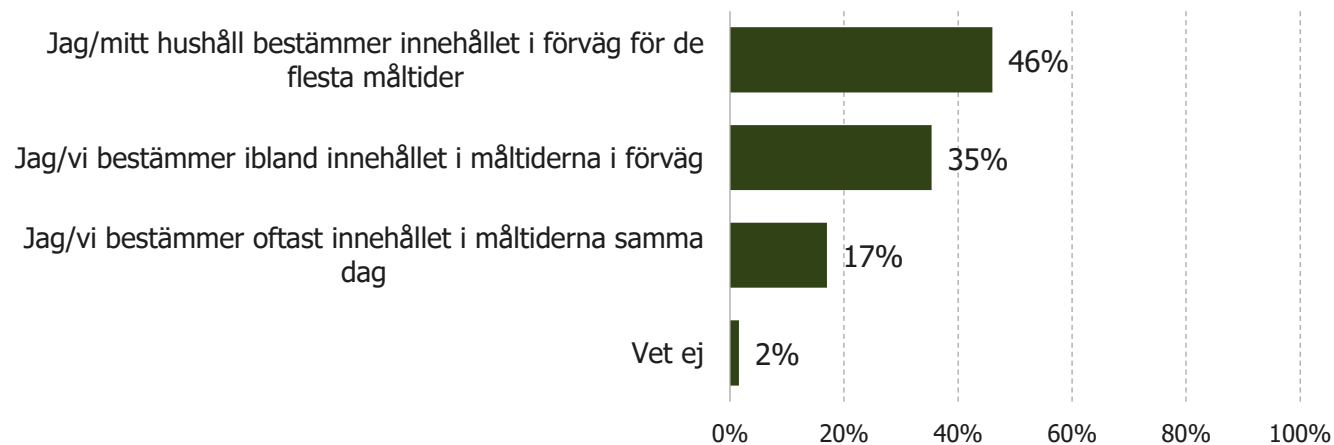
Resultat

Origo Group

Ansvar för matinköp och planering

En vanlig vecka bestämmer nästan hälften av hushållen innehållet i de flesta måltider i förväg och ytterligare en tredjedel gör det ibland.

Tänk dig en vanlig vecka. Hur ofta bestämmer du/ditt hushåll i förväg vilken mat som ska ätas?



Ansvar för matinköp och planering

Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som bestämmer innehållet i måltiderna i förväg är överrepresenterad i grupperna*:

- Ensamhushåll (jämfört med hushåll med 2-3 personer).
- De som bor i hyreslägenhet (jämfört med de som bor i villa/radhus/kedjehus).
- Personer som handlar mat online.
- De som har tagit del av information om matsvinn.

Andelen som *ibland* bestämmer innehållet i måltiderna i förväg är högre bland:

- De som bor två eller fler i samma hushåll (jämfört med ensamhushåll).

Andelen som bestämmer innehållet i måltiderna *samma dag* är överrepresenterad i grupperna:

- De som inte handlar mat online.
- Hushåll utan barn.
- Personer i åldern 65-80 år (jämfört med åldersgruppen 30-39 år).
- De som inte tagit del av någon information om matsvinn.

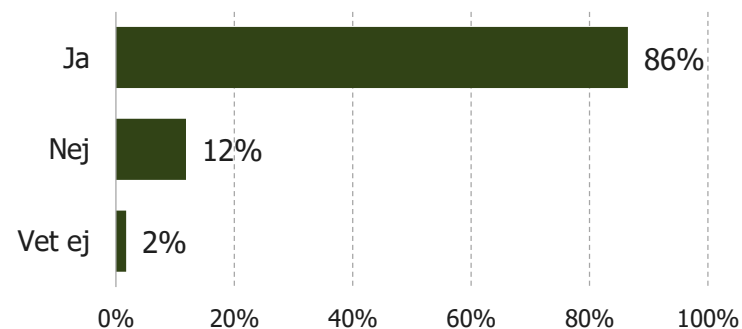
Andelen som *inte vet* när innehållet i måltiderna bestäms är högre bland:

- Män.
- De som har lägst utbildning (högst tvåårig gymnasieutbildning).

Ansvar för matinköp och planering

De flesta uppger att de kontrollerade vad som fanns hemma innan de senast handlade hem mat.

Nu kan du tänka på den senaste gången som du handlade hem mat. Kontrollerade du vad som fanns hemma i skåp/kyl eller frys innan du handlade?



Ansvar för matinköp och planering

Signifikanta skillnader mellan grupper

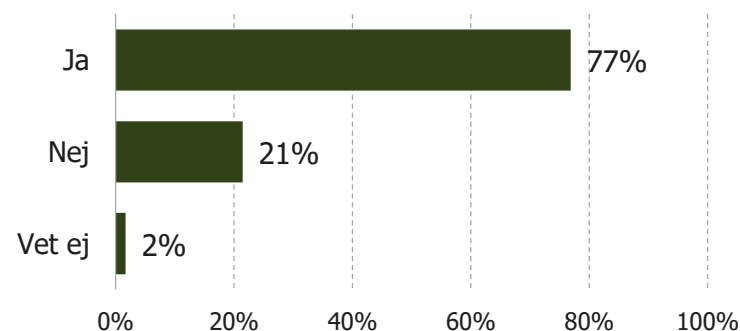
Andelen som kontrollerade vad som fanns hemma i skåp, kyl eller frys innan de handlade är överrepresenterad bland*:

- De som har högskole- eller universitetsutbildning.
- De som oftast eller ibland planerar innehållet i måltiderna i förväg.
- De som inte alls handlar mat online respektive de som handlar mat online i stor utsträckning.
- Personer som anser att matsvinn är ett stort eller mycket stort problem för miljön.
- De som har tagit del av information om matsvinn.

Ansvar för matinköp och planering

En klar majoritet av respondenterna använde sig av en inköpslista den senaste gången de handlade mat.

Om du återigen tänker på den senaste gången du handlade mat, använde du dig då av en inköpslista?



Ansvar för matinköp och planering

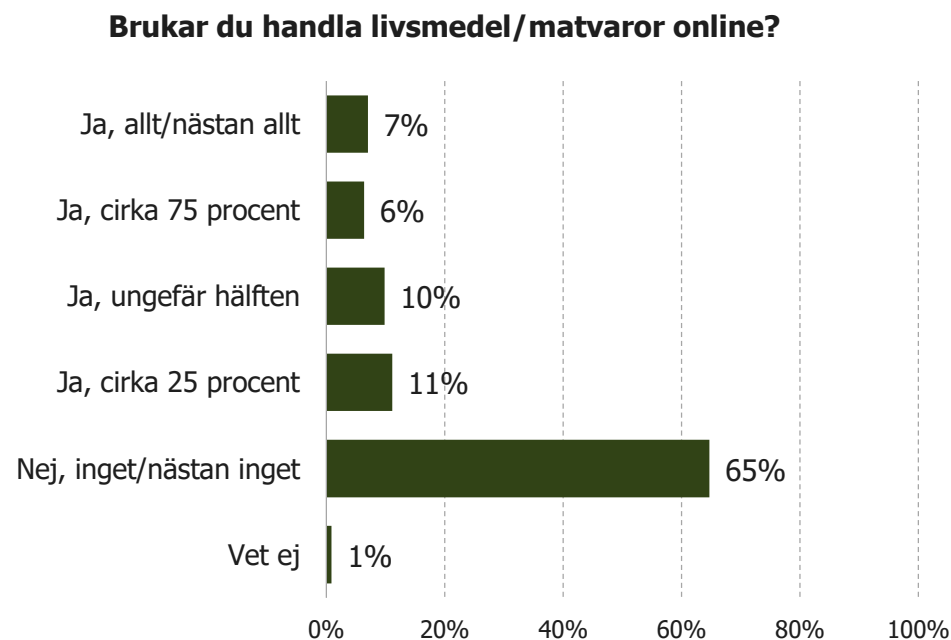
Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som använde sig av en inköpslista den senaste gången de handlade mat är överrepresenterad bland*:

- De som är 50-64 år (jämfört med 40-49 år).
- De som är 65-80 år (jämfört med 18-29 år och 40-49 år).
- Kvinnor.
- Hushållsstorlekarna 2 personer och 4 personer eller fler (jämfört med ensamhushåll).
- De som bor i villa/radhus/kedjehus.
- De som oftast eller ibland bestämmer innehållet i måltiderna i förväg.
- De som handlar livsmedel online i stor utsträckning.
- Personer som tror att de slänger mindre mat och dryck i vasken jämfört med medelsvensken (jämfört med de som tror att de slänger lika mycket).
- De som anser att matsvinn är ett mycket stort miljöproblem.
- Personer som har tagit del av information om matsvinn.

Ansvar för matinköp och planering

Två av tre respondenter handlar inga eller nästan inga livsmedel online.



Ansvar för matinköp och planering

Signifikanta skillnader mellan grupper

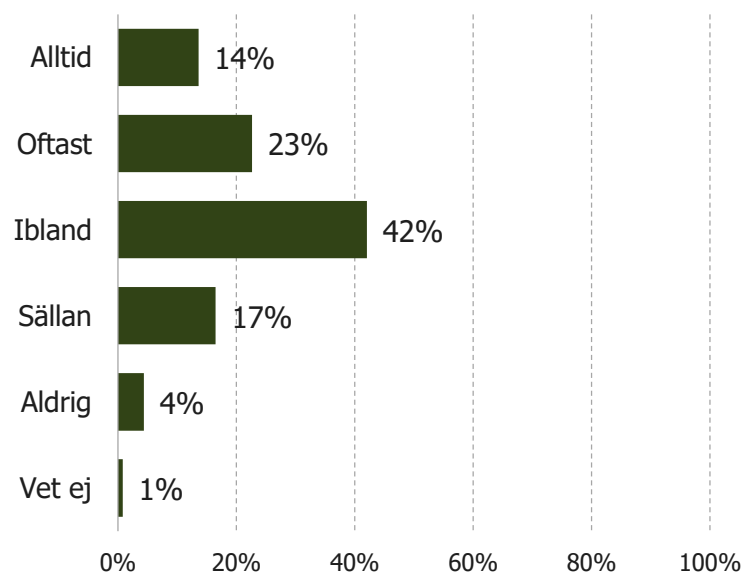
Andelen som *inte* handlar mat online är överrepresenterad bland*:

- I åldersgruppen 50-80 år.
- I åldersgruppen 40-49 år (jämfört med åldersgruppen 18-29 år).
- Ensamhushåll (jämfört med hushåll med minst tre personer).
- Hushåll med två personer (jämfört med hushåll med minst fyra personer).
- Hushåll utan barn.
- Boende i villa/radhus/kedjehus (jämfört med hyreslägenhet).
- Boende i större städer eller nära större städer (jämfört med storstäder/storstadsnära kommuner).
- De som oftast bestämmer innehållet i måltiderna samma dag.
- Personer som tror att de slänger mindre mat och dryck jämfört med medelsvensken.
- De som inte har tagit del av information om matsvinn.

Ansvar för matinköp och planering

Över en tredjedel av respondenterna brukar oftast eller alltid köpa prissänkt mat som till exempel varor som närmar sig slutdatum eller börjar bli övermogna.

Brukas du köpa prissänkt mat när du har möjlighet, exempelvis varor som närmar sig slutdatum eller börjar bli övermogna?



Ansvar för matinköp och planering

Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som *alltid* brukar köpa prissänkt mat som till exempel varor som närmar sig slutdatum eller börjar bli övermogna är överrepresenterad bland*:

- Personer i åldern 18-39 år (jämfört med 65-80 år).
- De som handlar mat online i stor utsträckning.
- De som tror att bäst före-datum är sista dagen då ett livsmedel är säkert att äta.
- De som tror att sista förbrukningsdag är sista dagen då ett livsmedel är säkert att äta.
- De som tycker att matsvinn är ett mycket stort problem för miljön.

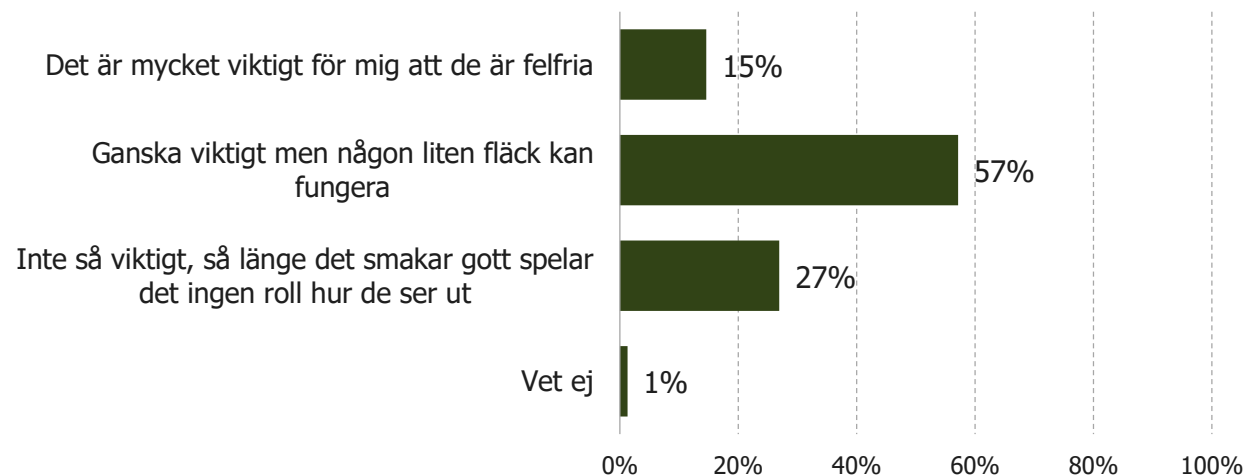
Andelen som *aldrig* brukar köpa prissänkt mat som till exempel varor som närmar sig slutdatum eller börjar bli övermogna är överrepresenterad bland:

- Åldersgruppen 40-80 år.
- De som tycker att matsvinn är ett litet eller inget problem för miljön.

Ansvar för matinköp och planering

Mer än hälften av respondenterna uppger att det är ganska viktigt att potatis, frukt och grönsaker är fria från fläckar och defekter men att någon enstaka fläck inte gör något.

När du handlar, hur viktigt är det för dig att potatis, frukt och grönsaker är fria från små fläckar och defekter i skal och form?



Ansvar för matinköp och planering

Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som tycker att det är *viktigt* att potatis, frukt och grönsaker är fria från fläckar och defekter är överrepresenterad i följande grupper*:

- De som har lägst utbildning (Folkskola/grundskola/2-årig gymnasieutbildning).
- De som handlar mat online i stor utsträckning.
- De som uppskattar att de slänger mer mat i soporna jämfört med medelsvensken.
- De som tror att bäst före-datumet visar sista dagen när ett livsmedel är säkert att äta.
- De som tror att sista förbrukningsdag visar sista dagen när ett livsmedel är säkert att äta.

Andelen som tycker att det är *ganska viktigt* att potatis, frukt och grönsaker är fria från fläckar men att någon enstaka fläck inte gör något är överrepresenterad bland:

- De som tror att maten kan vara ätbar även efter bäst före-datumet passerat.

Ansvar för matinköp och planering

Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som *inte tycker att det är så viktigt* hur frukt och grönsaker ser ut, så länge de smakar gott är högre i grupperna*:

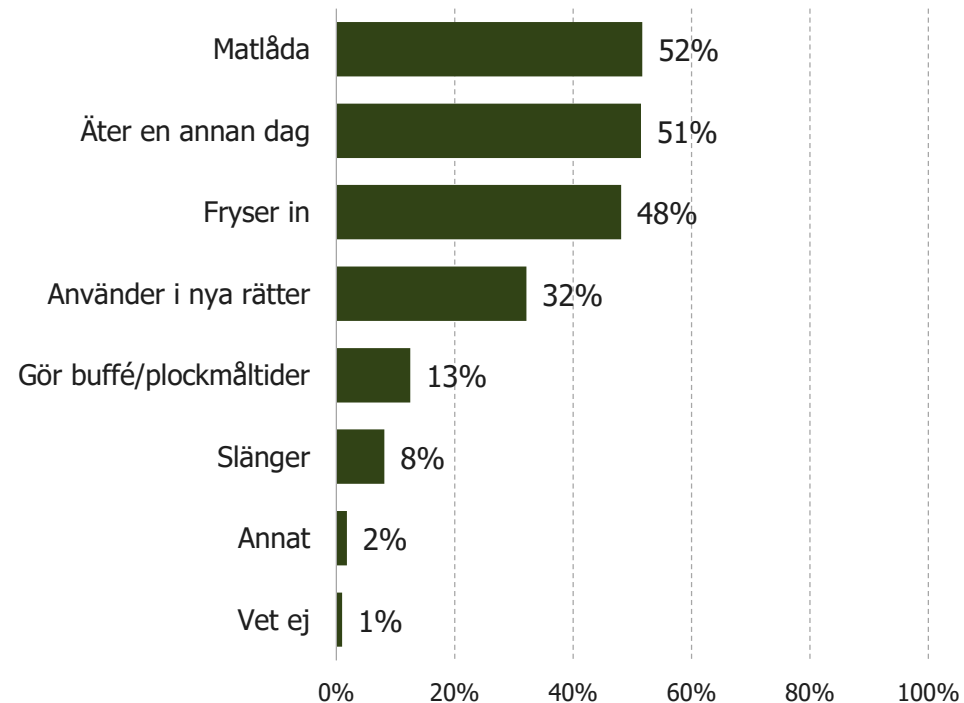
- De som har gymnasie- eller högskoleutbildning.
- De som inte handlar mat online (jämfört med de som handlar online i stor utsträckning).
- Personer som uppskattar att de slänger mindre mat i soporna jämfört med medelsvensken.
- De som uppskattar att de slänger mindre mat och dryck i vasken jämfört med medelsvensken.
- De personer som tror att maten kan vara ätbar även efter bäst före-datumet passerat.

- De som tycker att matsvinn är ett mycket stort problem för miljön (jämfört med de som tycker att det är måttligt stort).

Beteende kring matsvinn

Maten som blir över efter en måltid används framför allt till matlådor, fryses in eller äts upp en annan dag.

Vad är det vanligaste du gör med mat som blir över efter en måltid?



Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som gör matlådor av maten som blir över är överrepresenterad bland*:

- I åldern 18-64 år.
- Hushåll med fler än två personer.
- Hushåll med barn.
- De som har 300 000-399 999 kr/år i inkomst (jämfört med de som tjänar mindre).
- De som har 500 000 kr/år eller mer i inkomst (jämfört med de som tjänar 200.000-299.999 kr/år).
- De som inte handlar mat online eller gör det högst hälften av gångerna.
- De som tror att maten går bra att äta även efter bäst före-datumet.

Andelen som äter maten en annan dag är överrepresenterad i grupperna:

- Andelen ökar med stigande ålder och är högst i åldersgruppen 65-80 år.
- Kvinnor.
- Hushåll med 1-2 personer (jämfört med de som är fyra eller fler i hushållet) och hushåll utan barn.
- De som inte handlar mat online.
- De som tror att de slänger mindre mat och dryck jämfört med medelsvensken.
- De som tror att maten går bra att äta även efter bäst före-datumet.
- De som anser att matsvinn är ett stort eller mycket stort problem för miljön.

* Se separat bilaga med signifikanstester.

Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som fryser in maten är överrepresenterad i grupperna*:

- I åldern 50-80 år (jämfört med 18-29 år).
- Kvinnor.
- Hushåll utan barn.
- De som tror att maten går bra att äta även efter bäst före-datumet.
- De som tagit del av information om matsvinn.

Andelen som använder maten i nya rätter är överrepresenterad i grupperna:

- De som oftast eller ibland bestämmer innehållet i måltiderna i förväg.
- De som handlar livsmedel online i stor utsträckning (jämfört med de som aldrig gör det).
- De som tagit del av information om matsvinn.

Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som gör buffé/plockmåltider av maten som blir över är överrepresenterad bland*:

- I åldern 18-39 år (jämfört med 65-80 år).
- De som är fyra personer eller fler i hushållet.
- Hushåll med barn.
- De som oftast bestämmer innehållet i måltiderna i förväg (jämfört med de som bestämmer sig samma dag).
- De som handlar mat online minst 25 procent av gångerna.
- De som tror att bäst före-datumet visar sista dagen då ett livsmedel är säkert att äta.
- De som tagit del av information om matsvinn.

Andelen som slänger maten som blir över är överrepresenterad i grupperna:

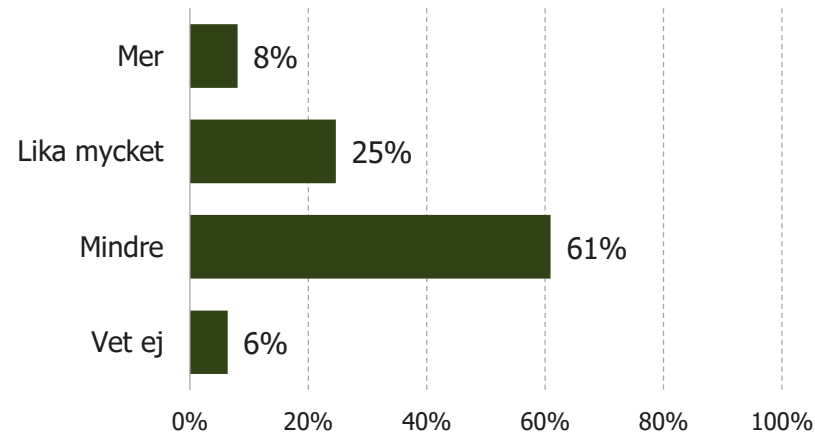
- Åldersgruppen 18-29 år (jämfört med 50-64 år).
- Män.
- Hushåll med barn.
- De som handlar mat online i stor utsträckning (jämfört med de som aldrig gör det).
- De som tror att bäst före-datumet visar sista dagen då ett livsmedel är säkert att äta.

* Se separat bilaga med signifikanstester.

Beteende kring matsvinn

Merparten tror att de slänger mindre mängd mat jämfört med medelsvensken.

Medelsvensken slänger 50 gram mat per dag exkl dryck, vilket motsvarar ungefär en liten smörgås, en halv potatis eller en tredjedels äpple. Hur mycket slänger du?



Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som tror att de slänger *mer* än medelsvensken är överrepresenterad bland*:

- I åldern 18-49 år.
- Hushåll med fler än två personer.
- Hushåll med barn.
- De som har en inkomst på 500.000 kr/år eller mer (jämfört med de som tjänar mindre än 200 000 kr/år).
- De som handlar mat online i stor utsträckning (jämfört med de som aldrig handlar mat online).
- De som tror att bäst före-datumet visar sista dagen då ett livsmedel är säkert att äta.

Andelen som tror att de slänger *lika mycket* som medelsvensken är överrepresenterad bland:

- I åldersgruppen 18-39 år (jämfört med 50-80 år).
- Hushåll med fyra personer eller fler (jämfört med ensamhushåll).
- Hushåll med barn.
- De som har en inkomst på 400.000 kr/år eller mer (jämfört med de som tjänar mindre än 200 000 kr/år).
- De som handlar mat online i stor utsträckning (jämfört med de som aldrig handlar mat online).

Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

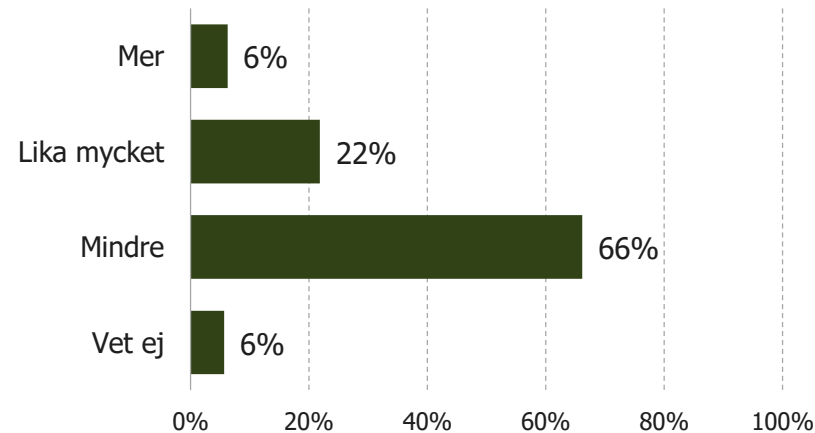
Andelen som tror att de slänger *mindre* än medelsvensken är överrepresenterad bland*:

- I åldern 50-80 år.
 - Hushåll med 1-2 personer.
 - Hushåll utan barn.
 - De som har en inkomst på mindre än 200 000 kr/år (jämfört med de som tjänar minst 500 000 kr/år).
 - De som oftast bestämmer innehållet i måltiderna i förväg.
 - De som tror att maten går bra att äta även efter bäst före-datumet.
- De som tycker att matsvinn är ett mycket stort problem för miljön.

Beteende kring matsvinn

Två av tre uppskattar att de slänger mindre flytande mat och dryck i vasken jämfört med medelsvensken.

Medelsvensken slänger dessutom 70 gram flytande mat och dryck per dag i vasken, exempelvis kaffe och mjölkprodukter. Detta motsvarar ungefär ett halvt glas dryck per dag. Hur mycket slänger du i vasken?



Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som tror att de slänger *mer* än medelsvensken är överrepresenterad bland*:

- I åldersgruppen 18-39 år.
- Hushåll med barn.
- De som handlar mat online i stor utsträckning (jämfört med de som aldrig handlar mat online).
- Personer som tror att bäst före-datumet visar sista dagen då ett livsmedel är säkert att äta.

Andelen som tror att de slänger *lika mycket* som medelsvensken är överrepresenterad bland:

- I åldersgruppen 18-39 år (jämfört med 50-80 år).
- Män.
- Fyra eller fler i hushållet (jämfört med 1-2 personer i hushållet).
- Hushåll med barn.
- De som handlar mat online i stor utsträckning (jämfört med de som aldrig handlar mat online).
- De som tror att bäst före-datumet visar sista dagen då ett livsmedel är säkert att äta.

Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

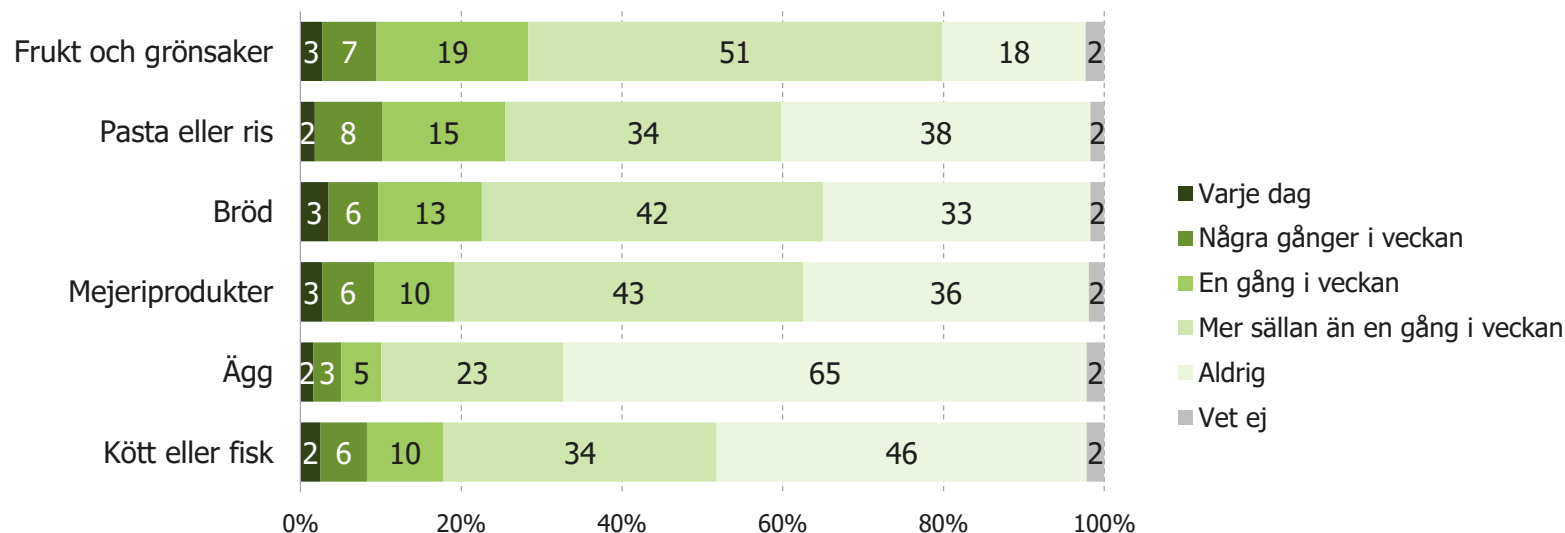
Andelen som tror att de slänger *mindre* än medelsvensken är överrepresenterad bland*:

- I åldern 50-80 år.
- 1-2 personer i hushållet.
- Hushåll utan barn.
- De som aldrig handlar mat online (jämfört med de som handlar mat online i stor utsträckning).
- De som tror att maten går bra att äta även efter bäst före-datumet.
- De som tycker att matsvinn är ett mycket stort problem för miljön.

Beteende kring matsvinn

De livsmedel som kastas i högst utsträckning är frukt och grönsaker medan ägg kastas i lägst utsträckning.

Om du tänker på en vanlig vecka, hur ofta skulle du uppskatta att du slänger?



Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

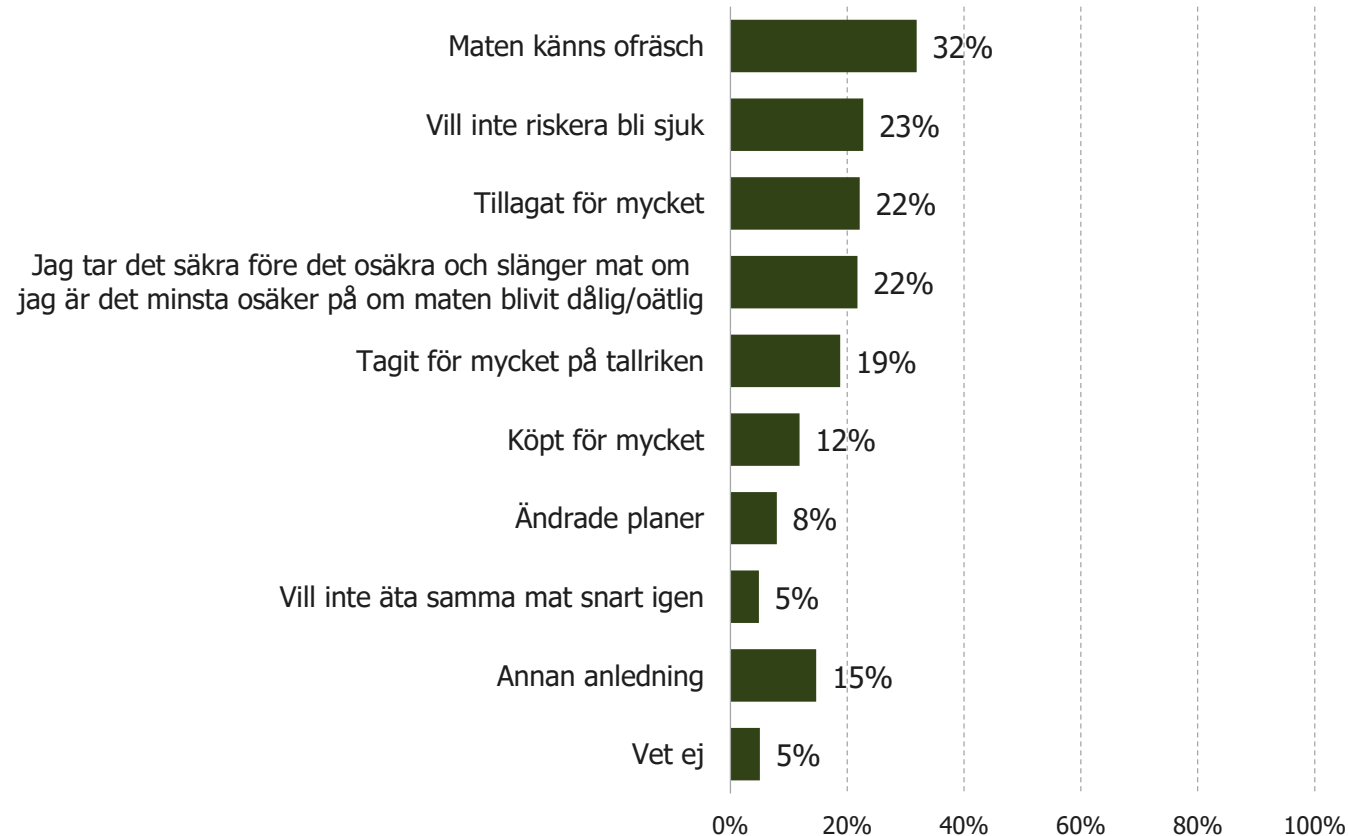
De skillnader som framkommer är generellt sett dessa (oavsett livsmedelstyp)*:

- Yngre kastar mat oftare medan äldre kastar mat mer sällan.
- Män slänger mat oftare än kvinnor.
- Hushåll med barn kastar mat oftare jämfört med hushåll utan barn.
- Bland de som har lägst inkomst (under 200 000 kr/år) är det en högre andel som aldrig kastar frukt och grönsaker, bröd samt kött och fisk jämfört med de högsta inkomstnivåerna.
- De som handlar mat online slänger mat oftare än övriga.
- De som tror att bäst före-datumet visar sista dagen då ett livsmedel är säkert att äta kastar mat oftare än de som vet vad bäst före-datum betyder.
- Personer som anser att matsvinn är ett stort miljöproblem uppger i högre grad än övriga att de aldrig kastar mat.

Beteende kring matsvinn

Den vanligaste anledningen till att kasta mat är att den känns ofräsch.

Vilka är de främsta anledningarna till att du slänger mat?



Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

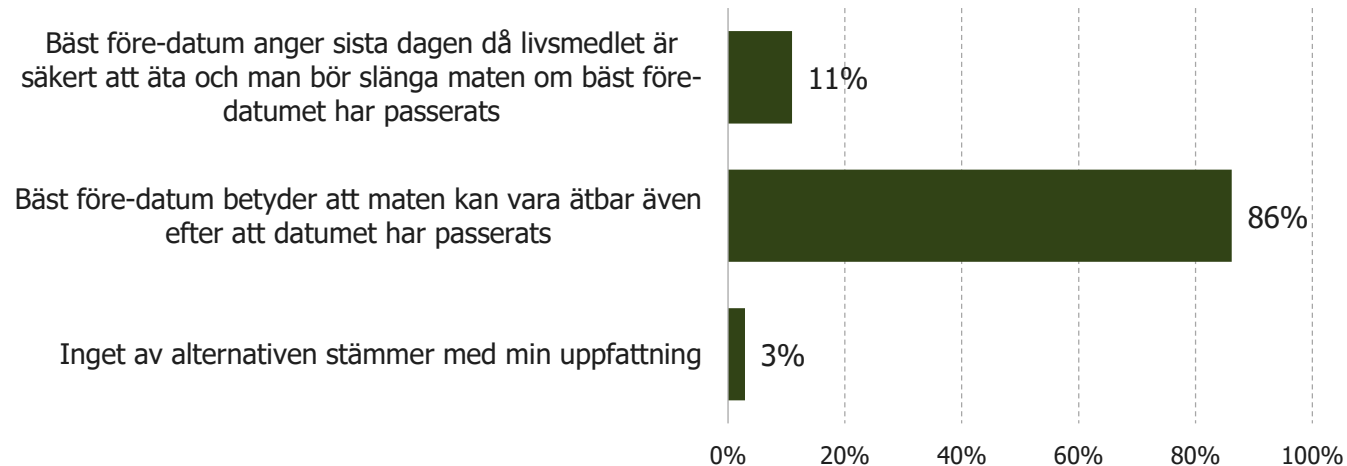
De skillnader som framkommer är generellt sett dessa*:

- Män uppger i högre grad än kvinnor att de kastar mat på grund av att de har tillagat för mycket.
- I hushåll med barn är det vanligare att mat kastas på grund av att man tillagat för mycket, att man tagit för mycket på tallriken eller att man får ändrade planer.
- De som handlar mat online slänger i högre grad mat på grund av ändrade planer.
- De som handlar mat online 75-100 procent av gångerna uppger i högre utsträckning att de slänger mat för att de köpt för mycket (jämfört med de som aldrig handlar mat online).
- Personer som tror att maten går bra att äta även efter bäst före-datumet svarar i högre grad att de slänger mat på grund av att de inte vill riskera att bli sjuka samt av annan anledning.
- De som tror att bäst före-datumet visar sista dagen då ett livsmedel är säkert att äta kastar i högre grad mat för att de tillagat för mycket, för att de är osäkra på om den går att äta, för att de tagit för mycket på tallriken, för att de köpt för mycket, för att de får ändrade planer eller inte vill äta samma mat igen.

Beteende kring matsvinn

De flesta vet att bäst före-datumet betyder att maten kan vara ätbar även efter att datumet har passerat.

Vad stämmer bäst med din uppfattning om Bäst före-märkning?



Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

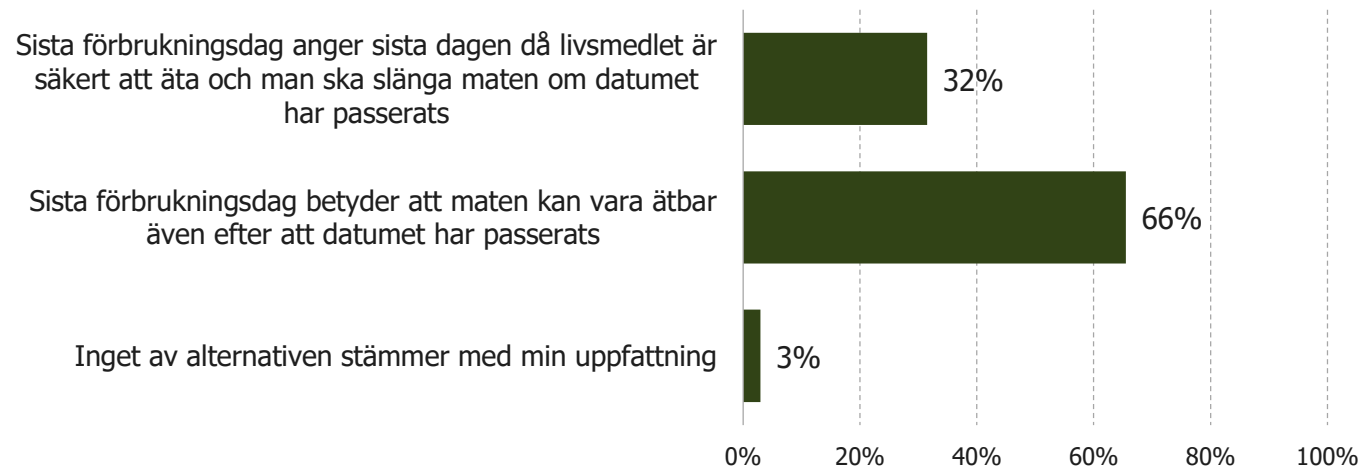
Andelen som vet att bäst före-datumet betyder att maten kan vara ätbar även efter att datumet har passerat är överrepresenterad i följande grupper*:

- I åldersgruppen 40-80 år.
- Kvinnor.
- Hushåll med 1-2 personer (jämfört med fyra personer eller fler).
- Hushåll utan barn.
- Boende i villa/radhus/kedjehus (jämfört med hyreslägenhet).
- De som har högskole- eller universitetsutbildning.
- Boende i större städer eller nära större städer (jämfört med storstäder/storstadsnära kommuner).
- De som aldrig handlar mat online.
- De som uppskattar att de kastar mindre mat och dryck jämfört med medelsvensken.
- De som tycker att matsvinn är ett stort miljöproblem.

Beteende kring matsvinn

Två av tre tror felaktigt att sista förbrukningsdag betyder att maten kan vara ätbar även efter att datumet har passerat.

Vad stämmer bäst med din uppfattning om Sista förbrukningsdag?



Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som vet att sista förbrukningsdag anger sista dagen då livsmedlet är säkert att äta är överrepresenterad i följande grupper*:

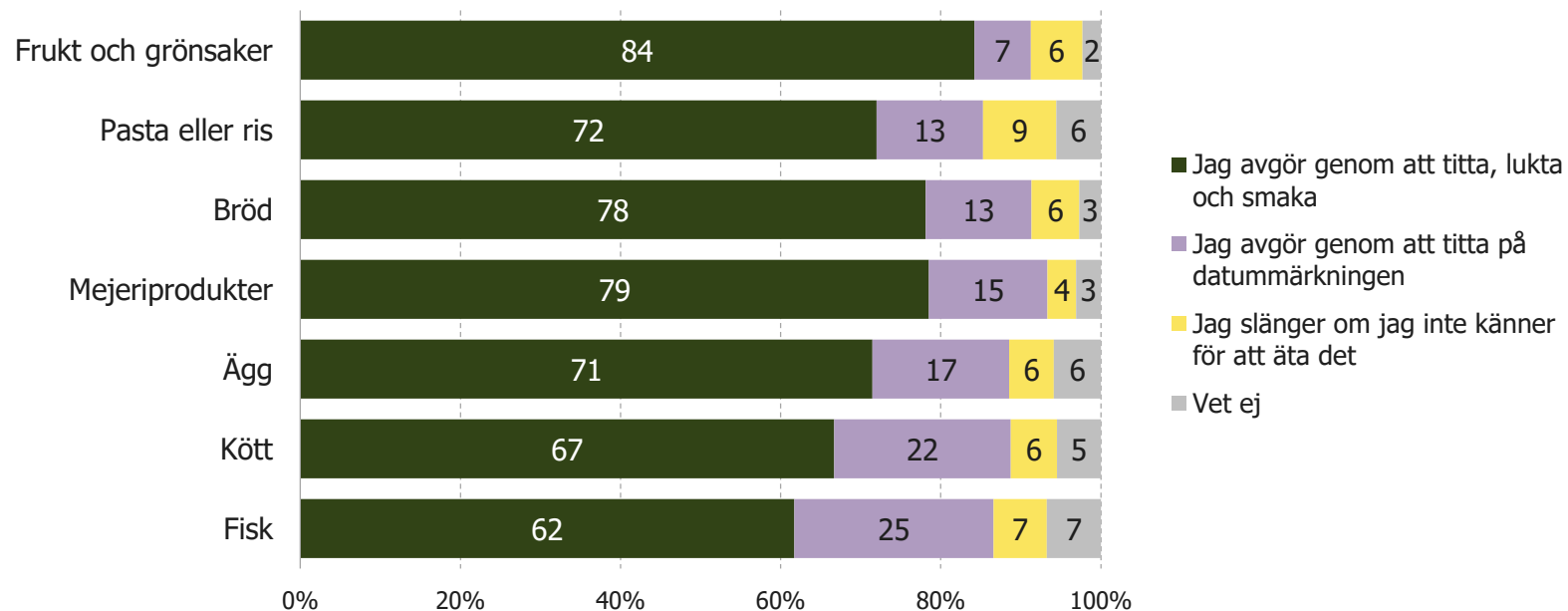
- I åldersgruppen 18-29 år (jämfört med 40-80 år) och i åldersgruppen 30-39 år (jämfört med 50-80 år).
- Hushåll med barn.
- Boende i hyreslägenhet (jämfört med villa/radhus/kedjehus).
- De som har en inkomst under 200 000 kr/år.
- De som handlar mat online i stor utsträckning.

- De som kastar mer mat i soporna jämfört med medelsvensken (jämfört med de som kastar mindre).
- Personer som har tagit del av information om matsvinn.

Beteende kring matsvinn

De flesta avgör om de ska äta eller slänga livsmedel genom att titta, lukta och smaka på dem.

Vad stämmer bäst med hur du avgör om du ska äta eller slänga ett livsmedel?



Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

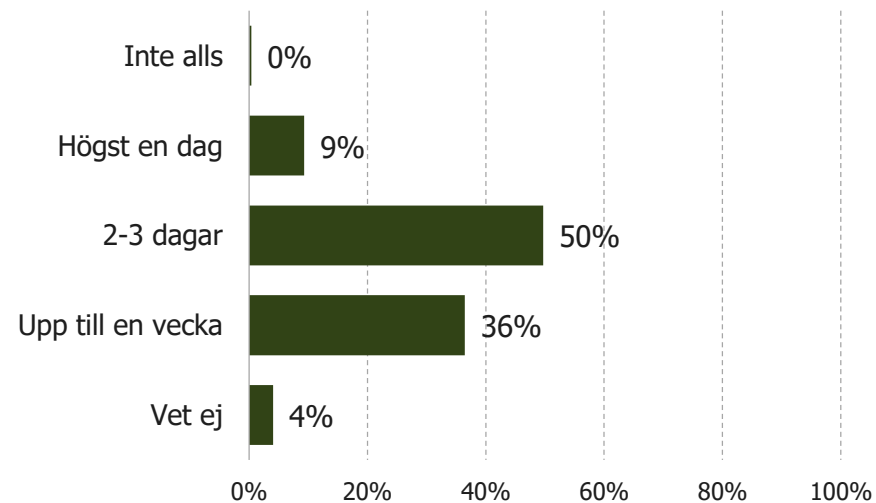
De skillnader som framkommer är dessa*:

- Personer i de äldre åldersgrupperna avgör oftare om de ska äta eller slänga maten genom att lukta, smaka och titta. De som tillhör de yngre åldersgrupperna svarar i högre grad än de äldre att de avgör genom att titta på datummärkningen.
- Kvinnor uppger i högre utsträckning än män att de oftare avgör om de ska äta eller slänga maten genom att lukta, smaka och titta. Män avgör oftare genom att titta på datummärkningen och de svarar i högre grad att de kastar livsmedlet om de inte känner för att äta det.
- De som bor i hushåll med barn är överrepresenterade vad gäller andelen som avgör livsmedlens kvalitet genom att titta på datummärkningen.
- De som aldrig handlar mat online avgör i högre grad livsmedlens kvalitet genom att titta, lukta och smaka.
- De som slänger mer eller lika mycket mat och dryck som medelsvensken är överrepresenterade gällande att avgöra livsmedlens kvalitet genom att titta på datummärkningen. De uppger även i högre grad att de slänger livsmedel för att de inte känner för att äta dem.
- De som tror att bäst före-datumet visar sista dagen då ett livsmedel är säkert att äta kastar i högre utsträckning livsmedel om de inte känner för att äta det och de låter datummärkningen avgöra om de ska äta eller slänga livsmedlet.
- Personer som anser att matsvinn är ett stort eller mycket stort problem för miljön avgör kvaliteten på livsmedel genom att lukta och smaka.

Beteende kring matsvinn

De flesta tror att tillagad mat som har satts in i kylan ganska direkt håller i 2-3 dagar eller i upp till en vecka.

Om du har överbliven mat från en tillagad måltid och du har satt in den i kylan ganska direkt - hur länge håller den sig i kylan?



Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som tror att tillagad mat håller *högst en dag* i kylen är överrepresenterad i följande grupper*:

- I åldern 18-39 år (jämfört med 50-80 år).
- Män.
- Hushåll med barn.
- De vars högsta utbildning är gymnasium.
- De som handlar mat online.
- De som kastar lika mycket eller mer mat i soporna jämfört med medelsvensken.
- De som tror att bäst före-datumet visar sista dagen då ett livsmedel är säkert att äta.

Andelen som tror att tillagad mat håller *2-3 dagar* i kylen är överrepresenterad bland:

- I åldern 65-80 år (jämfört med 18-39 år).
- De som kastar lika mycket mat som medelsvensken (jämfört med de som kastar mer).

Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

**Andelen som tror att tillagad mat håller
upp till en vecka i kylan är
överrepresenterad i följande grupper*:**

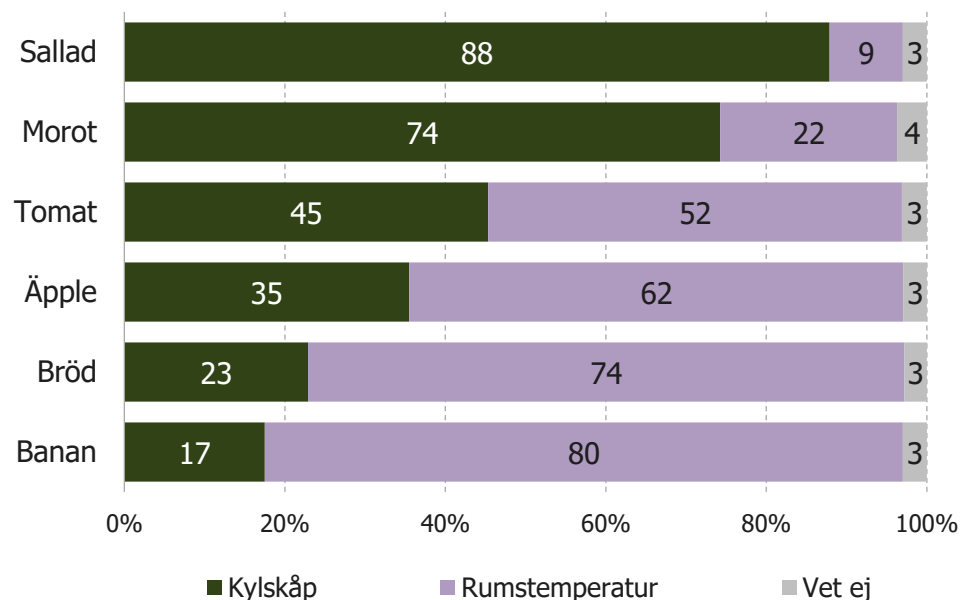
- De som har högskole- eller universitetsutbildning.
- De som inte handlar mat online (jämfört med de som handlar online i stor utsträckning).
- De som slänger mindre mat än medelsvensken (jämfört med de som slänger lika mycket).
- De som tror att maten går bra att äta även efter bäst före-datumet.
- De som tycker att matsvinn är ett stort eller mycket stort problem för miljön.

Beteende kring matsvinn

Merparten tror att sallad och morötter ska förvaras i kylskåp, vilket är rätt. De flesta tror även att bröd och bananer ska förvaras i rumstemperatur, vilket även det stämmer.

Det är däremot en lägre andel som vet att äpplen ska förvaras i kylskåp och att tomater ska förvaras i rumstemperatur.

Kryssa i var du tror att följande livsmedel ska förvaras för bästa hållbarhet



Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

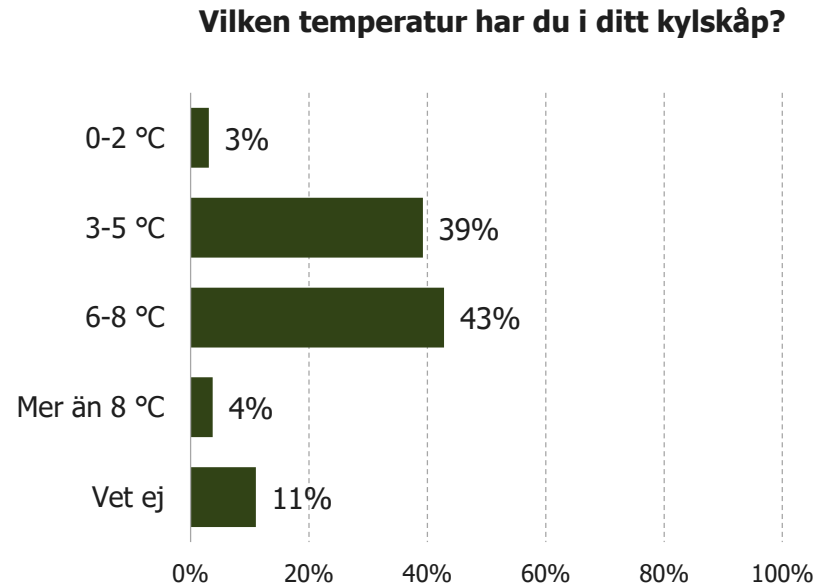
De skillnader som framkommer är dessa*:

- Andelen som vet att tomater, bröd och bananer ska förvaras i rumstemperatur är högst i åldersgruppen 65-80 år. Denna grupp tror även i högst utsträckning att äpplen ska förvaras i rumstemperatur, vilket inte är fallet.
- Kvinnor känner i högre grad än män till att morötter ska förvaras i kylskåp medan tomater ska förvaras i rumstemperatur.

Hushåll med barn vet i högre grad att äpplen ska förvaras i kylskåp. Hushåll utan barn känner däremot i högre utsträckning till att tomater, bröd och bananer ska förvaras i rumstemperatur.

Beteende kring matsvinn

Det är vanligast att ha mellan 3-8 grader i sitt kylskåp.



Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

De skillnader som framkommer är dessa*:

- Det är en högre andel i åldern 50-64 år som har 3-5 grader i sitt kylskåp jämfört med de som är yngre än 40 år. I åldern 18-29 år är det en högre andel som har mer än 8 grader i sitt kylskåp jämfört med åldern 40-49 år och 65-80 år.
- Hushåll med barn svarar i högre utsträckning än övriga att de har 0-2 grader i sitt kylskåp.
- De som bor i hyreslägenhet svarar i högre grad än övriga att de inte vet vilken temperatur de har i kylskåpet.

Beteende kring matsvinn

Respondenterna tror att tallrikssvinnet skulle kunna minska framför allt genom att man inte beställer in mer man än man kommer äta upp och genom att restauranger skulle kunna erbjuda olika portionsstorlekar.

De som svarar att tallrikssvinnet skulle kunna minska på något annat sätt nämner i många fall att de skulle kunna ta med mat hem i en "doggybag" eller liknande.

När du äter på restaurang, hur ser du att ditt tallrikssvinn kan minskas?



Beteende kring matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

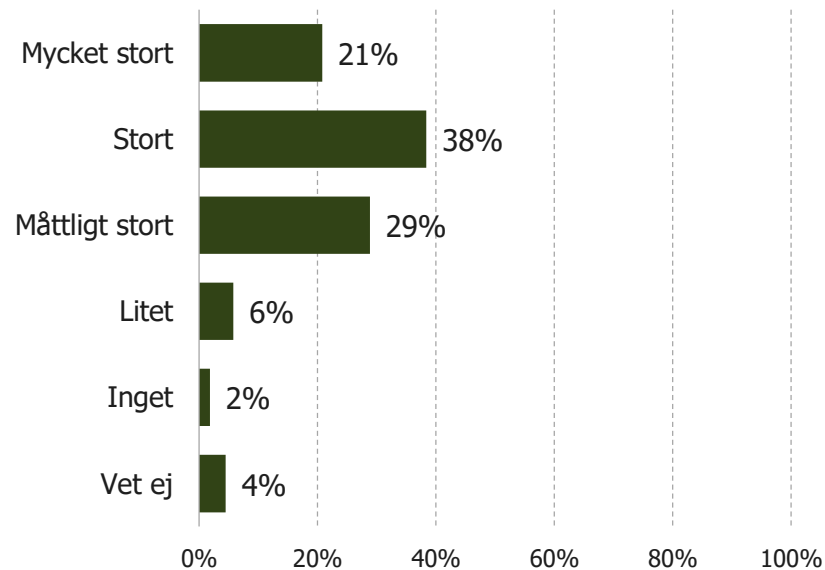
De skillnader som framkommer är dessa*:

- Personer i åldern 18-39 år tror i högre grad än de som är 65-80 år att restauranger kan bidra till minskat tallrikssvinn genom att påminna om vikten av att motverka matsvinn.
- Kvinnor anser i högre utsträckning än män att restauranger kan bidra till minskat tallrikssvinn genom att erbjuda olika portionsstorlekar.
- Hushåll med barn tycker i högre grad än andra att restauranger kan bidra till minskat tallrikssvinn genom att påminna om vikten av att motverka matsvinn.
- Det är en högre andel bland de som har högskole- eller universitetsutbildning som tror att de olika faktorerna som nämns skulle kunna ha en påverkan på tallrikssvinnet i jämförelse med de som har lägst utbildning.
- De personer som har tagit del av information om matsvinn eller tycker att matsvinn är ett mycket stort miljöproblem uppger i högre grad än andra att de olika faktorerna som nämns skulle kunna ha en påverkan på tallrikssvinnet.

Matsvinn och dess konsekvenser

Nära sex av tio anser att matsvinn är ett stort eller mycket stort problem för miljön.

I vilken grad anser du att matsvinn är ett problem för miljön?



Matsvinn och dess konsekvenser

Signifikanta skillnader mellan grupper

De skillnader som framkommer är dessa*:

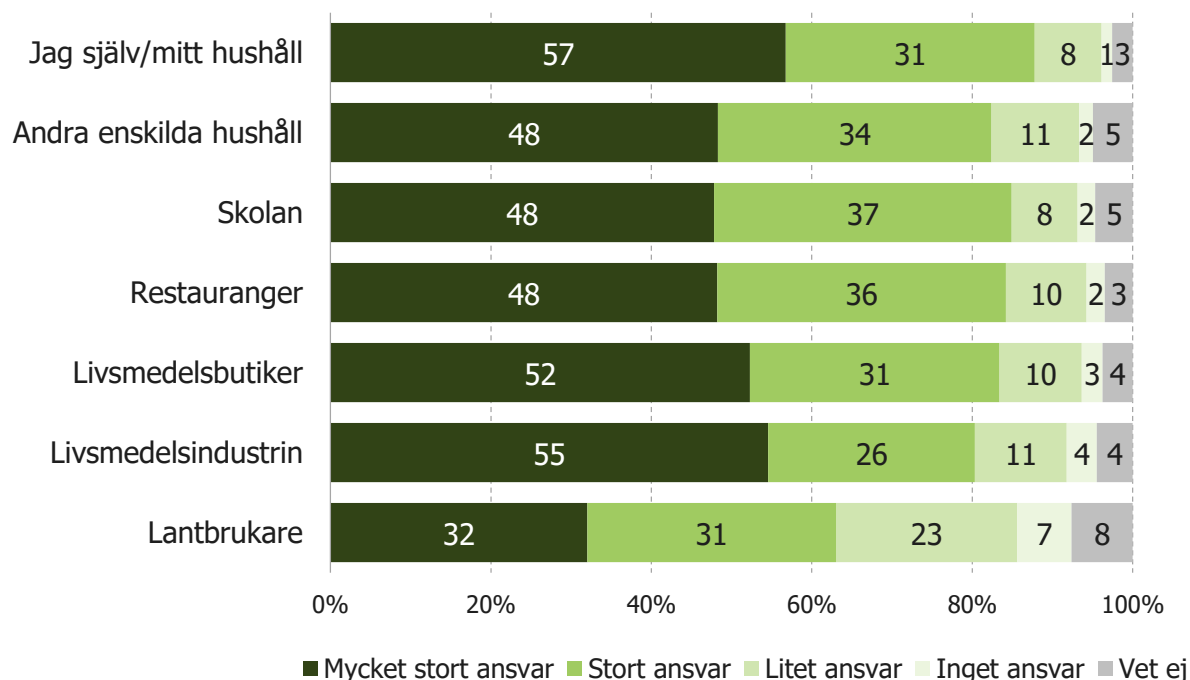
- Kvinnor anser i högre grad än män att matsvinn är ett mycket stort problem för miljön medan män i högre grad anser att problemet är måttligt stort eller litet.
- Hushåll med barn tycker i högre utsträckning än övriga att matsvinn är ett måttligt stort problem för miljön.
- De som har högskole- eller universitetsutbildning anser i högre utsträckning än övriga att matsvinn är ett mycket stort problem för miljön.
- De som svarat att de kastar mindre mat i soporna jämfört med medelsvensken anser i högre grad än andra att matsvinn är ett mycket stort problem för miljön. De anser även i lägre grad än övriga att det är ett måttligt stort problem.
- De som har tagit del av information om matsvinn tycker i högre utsträckning än övriga att matsvinn är ett mycket stort problem för miljön. De som inte har sett information om matsvinn svarar i högre utsträckning att matsvinn är ett litet eller måttligt stort problem.

Ansvar för att minska matsvinn

Respondenterna tycker generellt sett att de flesta aktörer har ett stort eller mycket stort ansvar för att minska matsvinnet.

Nära nio av tio anser att de själva har ett stort eller mycket stort ansvar för detta.

I vilken grad anser du att följande aktörer har ansvar för att minska matsvinnet?



Ansvar för att minska matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som anser att de olika aktörerna har ett mycket stort ansvar för att minska matsvinnet är överrepresenterad i följande grupper*:

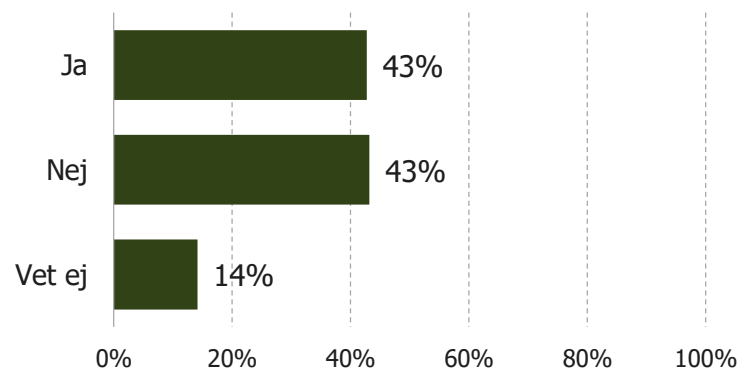
- De äldre åldersgrupperna (gäller främst angående det egna och andras hushåll).
- Kvinnor.
- Hushåll utan barn.
- De som kastar mindre mat i soporna jämfört med medelsvensken.
- Personer som slänger mindre mat och dryck i vasken jämfört med medelsvensken.

- Personer som anser att matsvinn är ett mycket stort problem för miljön.
- De som har tagit del av information om matsvinn.

Information om att minska matsvinn

Omkring fyra av tio har under det senaste året tagit del av information om hur de kan minska sitt matsvinn.

Har du under det senaste året tagit del av information om hur du kan minska ditt matsvinn?



Information om att minska matsvinn

Signifikanta skillnader mellan grupper

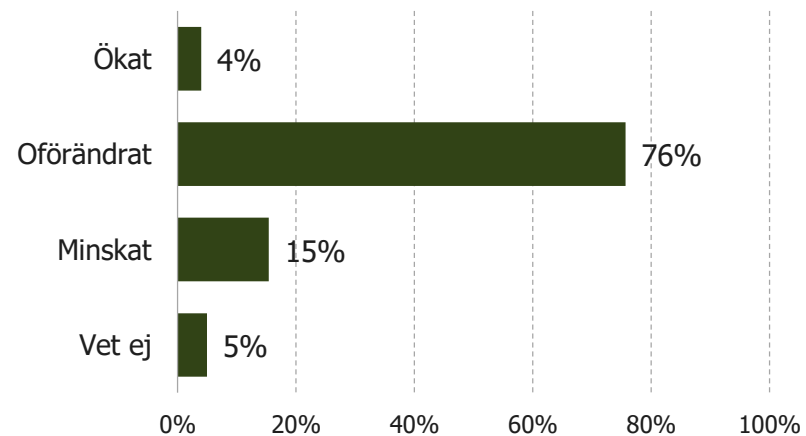
Andelen som tagit del av information om hur man kan minska sitt matsvinn är överrepresenterad i följande grupper*:

- I åldern 18-29 år (jämfört med 40-64 år).
- Kvinnor.
- De som oftast eller ibland bestämmer innehållet i måltiderna i förväg.
- Personer som anser att matsvinn är ett mycket stort problem för miljön.

Påverkan av covid-19

Tre av fyra uppger att matsvinnet i det egna hushållet inte har påverkats alls av covid-19-pandemin.

Hur har matsvinnet i ditt hushåll påverkats av covid 19-pandemin?



Påverkan av covid-19

Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som uppger att matsvinnet har *ökat* på grund av covid-19-pandemin är överrepresenterad i följande grupper*:

- I åldersgruppen 18-29 år (jämfört med 50-80 år).
- Hushåll med barn.
- De som har lägst utbildning (högst tvåårig gymnasieutbildning).
- Personer som handlar mat online i stor utsträckning.
- De som tror att bäst före-datum anger sista dagen då ett livsmedel är säkert att äta.

Andelen som uppger att matsvinnet *inte har påverkats alls* av covid-19-pandemin är överrepresenterad i följande grupper:

- I åldern 50-80 år.
- Hushåll utan barn.
- De som aldrig handlar livsmedel online.
- De som vet att mat går bra att äta även efter bäst före-datumet.

Påverkan av covid-19

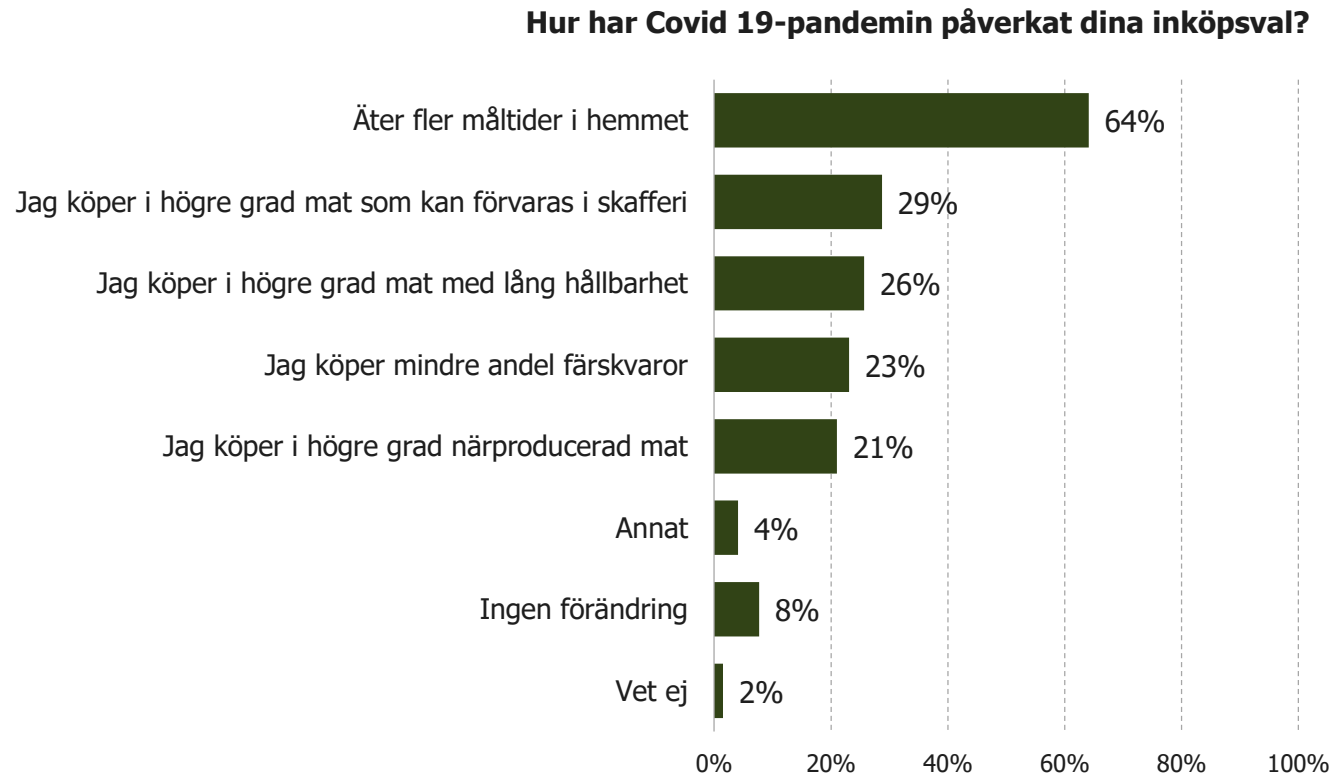
Signifikanta skillnader mellan grupper

Andelen som uppger att matsvinnet har *minskat* på grund av covid-19-pandemin är överrepresenterad i följande grupper:

- I åldern 30-39 år (jämfört med 50-64 år).
- De som har tagit del av information om matsvinn.

Påverkan av covid-19

Pandemin har påverkat inköpsvalen främst genom att fler måltider äts i hemmet.



Påverkan av covid-19

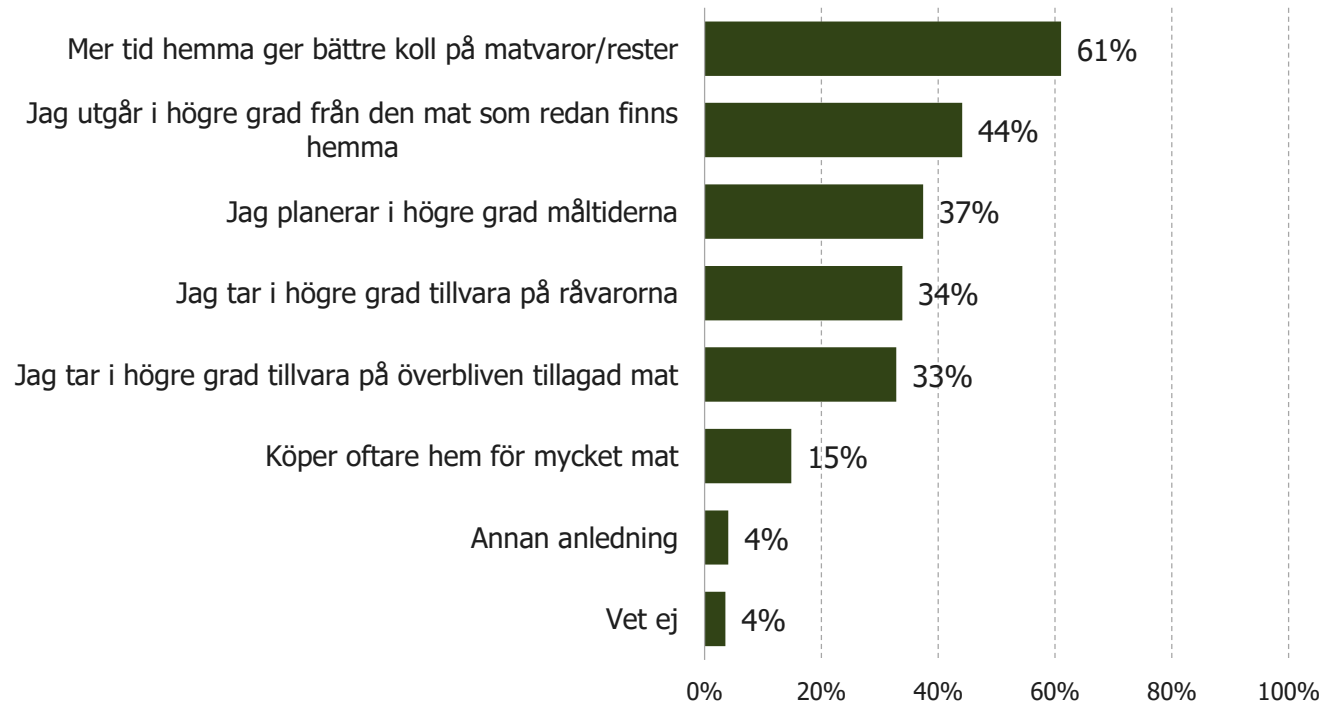
Signifikanta skillnader mellan grupper

De skillnader som framkommer är dessa*:

- Personer i ålder 65-80 år svarar i högre grad att inköpsvalen inte har ändrats (jämfört med åldersgrupperna 18-29 år och 50-64 år).
- De som har tagit del av information om matsvinn svarar i högre grad än andra att de äter fler måltider i hemmet. De som inte tagit del av information uppger i högre grad att de inte har gjort någon förändring.

Påverkan av covid-19

Varför har ert hushålls matsvinnsmängder förändrats under covid 19-pandemin?



Påverkan av covid-19

Den främsta anledningen till att matsvinnsmängderna har förändrats under covid-19-pandemin är att mer tid hemma ger bättre koll på matvaror och rester.

De som har ökat sitt matsvinn under pandemin svarar i högre utsträckning än de som minskat matsvinnet att de oftare köper hem för mycket mat.

Bland de som har minskat sitt matsvinn är det högre andel som svarar att de i högre utsträckning utgår från den mat som redan finns hemma eller tar tillvara på överbliven tillagad mat.

Påverkan av covid-19

Signifikanta skillnader mellan grupper

De skillnader som framkommer är dessa*:

- I åldersgruppen 18-29 år är det en högre andel som uppger att matsvinnsmängderna har påverkats på grund av att de oftare köper hem mat under pandemin.
- Kvinnor uppger i högre utsträckning än män att matsvinnsmängderna har ändrats för att de oftare utgår från den mat som redan finns hemma och att de i högre grad tar tillvara på överbliven tillagad mat.
- De som har högskole- eller universitetsutbildning svarar i högre grad än de som har lägst utbildning att de oftare utgår från den mat som redan finns hemma.
- De som handlar livsmedel online uppger att de oftare köper hem för mycket mat. De som aldrig handlar mat online svarar i högre utsträckning än de ofta handlar online att de i högre grad tillvaratar råvarorna och överbliven tillagad mat.
- Personer som har tagit del av information om matsvinn svarar i högre utsträckning att pandemin har gjort att de oftare tar tillvara på råvarorna.
- De som vet att mat går bra att äta även efter bäst före-datumet uppger att pandemin har gjort att de i högre grad utgår från den mat som redan finns hemma och att de tar tillvara på överbliven tillagad mat. De som tror att bäst före-datumet visar den sista dagen ett livsmedel är säkert att äta svarar att de oftare köper hem för mycket mat under pandemin.

Bilaga 2. Frågeformulär

Konsumentundersökning matsvinn 2020

ANSVAR MATINKÖP OCH PLANERING

F1 Tänk dig en vanlig vecka. Hur ofta bestämmer du/ditt hushåll i förväg vilken mat som ska ätas?

1. Jag/mitt hushåll bestämmer innehållet i förväg för de flesta måltider
2. Jag/vi bestämmer ibland innehållet i måltiderna i förväg
3. Jag/vi bestämmer oftast innehållet i måltiderna samma dag
4. Vet ej

F2 Nu kan du tänka på den senaste gången som du hushåll handlade hem mat. Kontrollerade du vad som fanns hemma i skåp/kyl eller frys innan du handlade?

1. Ja
2. Nej
3. Vet ej

F3 Om du återigen tänker på den senaste gången du handlade mat, använde du dig då av en inköpslista?

1. Ja
2. Nej
3. Vet ej

F4 Brukar du handla livsmedel/matvaror online? Om ja, hur stor andel?

1. Ja, allt/nästan allt
2. Ja, ca 75 procent
3. Ja, ungefär hälften
4. Ja, ungefär 25 procent
5. Nej, inget/nästan inget
6. Vet ej

F5 Brukar du köpa prissänkt mat när du har möjlighet, exempelvis varor som närmar sig slutdatum eller börjar bli övermogna?

1. Alltid
2. Oftast
3. Ibland
4. Sällan
5. Aldrig
6. Vet ej

F6 När du handlar, hur viktigt är det för dig att potatis, frukt och grönsaker är fria från små fläckar och defekter i skal och form?

1. Det är mycket viktigt för mig att de är felfria
2. Ganska viktigt men nån liten fläck kan funka
3. Inte så viktigt, så länge det smakar gott spelar det ingen roll hur de ser ut
4. Vet ej

BETEENDE KRING MATSVINN

F7 Vad är det vanligaste du gör med mat som blir över efter en måltid? (kan svara flera alternativ)

1. Slänger
2. Gör buffé/plockmåltider
3. Använder i nya rätter
4. Fryser in
5. Matlåda
6. Äter en annan dag
7. Annat _____
8. Vet ej

F8 Medelsvensken slänger 50 gram mat per dag exkl dryck , vilket motsvarar ungefär en liten smörgås, en halv potatis eller en tredjedels äpple. Hur mycket slänger du?

1. Mer
2. Lika mycket
3. Mindre
4. Vet ej

F9 Medelsvensken slänger dessutom 70 gram flytande mat och dryck per dag i vasken , exempelvis kaffe och mjölkprodukter. Detta motsvarar ungefär ett halvt glas dryck per dag. Hur mycket slänger du i vasken?

1. Mer
2. Lika mycket
3. Mindre
4. Vet ej

F10 Om du tänker på en vanlig vecka, hur ofta skulle du uppskatta att du slänger...?

- A. Frukt och grönsaker
 - B. Pasta eller ris
 - C. Bröd
 - D. Mejeriprodukter
 - E. Ägg
 - F. Kött eller fisk
1. Varje dag
 2. Några gånger i veckan
 3. En gång i veckan
 4. Mer sällan än en gång i veckan
 5. Aldrig
 6. Vet ej

F11 vilka är de främsta anledningarna till att du slänger mat? (flera svarsalternativ möjliga)

1. Köpt för mycket
2. Tillagat för mycket
3. Tagit för mycket på tallriken
4. Ändrade planer
5. Vill inte äta samma mat snart igen
6. Maten känns ofräsch
7. Jag tar det säkra före det osäkra och slänger mat om jag är det minsta osäker på om maten blivit dålig/oätlig
8. Vill inte riskera bli sjuk
9. Annan anledning
10. Vet ej

F12. Vad stämmer bäst med din uppfattning om Bäst före-märkning?

1. Bäst före-datum anger sista dagen då livsmedlet är säkert att äta och man bör slänga maten om bäst före-datumet har passerats
2. Bäst före-datum betyder att maten kan vara ätbar även efter att datumet har passerats
3. Inget av alternativen stämmer med min uppfattning

F13. Vad stämmer bäst med din uppfattning om Sista förbrukningsdag?

1. Sista förbrukningsdag anger sista dagen då livsmedlet är säkert att äta och man ska slänga maten om datumet har passerats
2. Sista förbrukningsdag betyder att maten kan vara ätbar även efter att datumet har passerats
3. Inget av alternativen stämmer med min uppfattning

F14. Vad stämmer bäst med hur du avgör om du ska äta eller slänga ett livsmedel?

- A. Fukt och grönsaker
 - B. Pasta eller ris
 - C. Bröd
 - D. Mejeriprodukter
 - E. Ägg
 - F. Kött
 - G. fisk
1. Jag avgör genom att titta, lukta och smaka
 2. Jag avgör genom att titta på datummärkningen
 3. Jag slänger om jag inte känner för att äta det
 4. Vet ej

F15. Du har överbliven mat från en tillagad måltid och du har satt in den i kylan ganska direkt - hur länge håller den sig i kylan?

1. Inte alls
2. Högst en dag
3. 2-3 dagar
4. Upp till en vecka
5. Vet ej

F16 Kryssa i var du tror att följande livsmedel ska förvaras för bästa hållbarhet.

	Kylskåp	Rumstemperatur	Vet ej
Sallad			
Tomat			
Morot			
Banan			
Äpple			
Bröd			

F17 Vilken temperatur har du i ditt kylskåp?

0-2 °C

3-5 °C

6-8 °C

Mer än 8 °C

Vet ej

F18 När du äter på restaurang, hur ser du att ditt tallrikssvinn kan minskas? Flera svar möjliga

1. Jag kan minska mitt tallrikssvinn genom att inte beställa in mer mat än jag kommer äta upp.
2. Jag kan minska mitt tallrikssvinn på annat sätt: _____ (frisvar)
3. Restaurangen kan bidra till minskat tallrikssvinn genom att erbjuda olika portionsstorlekar
4. Restaurangen kan bidra till minskat tallrikssvinn genom att tydligare informera om sina portionsstorlekar
5. Restaurangen kan bidra till minskat tallrikssvinn genom att påminna om vikten av att motverka matsvinn
6. Restaurangen kan bidra till minskat tallrikssvinn genom att informera om hur restaurangen jobbar för att minska sitt matsvinn
7. Restaurangen kan bidra till minskat tallrikssvinn på annat sätt: _____ (frisvar)
8. Vet ej

MATSVINN OCH DESS KONSEKVENSER

F19 I vilken grad anser du att matsvinn är ett problem för miljön?

1. Mycket stort
2. Stort
3. Måttligt stort
4. Litet
5. Inget
6. Vet ej

F20 I vilken grad anser du att följande aktörer har ansvar för att minska matsvinnet?

- A Jag själv/mitt hushåll
- B Andra enskilda hushåll
- C Skolan
- D Restauranger
- E Livsmedelsbutiker
- F Livsmedelsindustrin
- G Lantbrukare

1. Mycket stort ansvar
2. Stort ansvar
3. Litet ansvar
4. Inget ansvar
5. Vet ej

UPPMÄRKSAMMAT MATSVINN

F21 Har du under det senaste året tagit del av information om hur du kan minska ditt matsvinn?

1. Ja
2. Nej
3. Vet ej

F22 Hur har matsvinnet i ditt hushåll påverkats av covid 19-pandemin?

1. Ökat
2. Oförändrat
3. Minskat
4. Vet ej

F23 Hur har Covid 19-pandemin påverkat dina inköpsval? (flera svarsalternativ möjliga)

Ställs till de som svarat 1 ökat eller 3 minskat på F22.

1. Äter fler måltider i hemmet
2. Jag köper i högre grad mat som kan förvaras i skafferi
3. Jag köper mindre andel färskvaror
4. Jag köper i högre grad närproducerad mat
5. Jag köper i högre grad mat med lång hållbarhet
6. Annat, nämligen _____

7. Ingen förändring
8. Vet ej

F24 Varför har ert hushålls matsvinnsmängder förändrats under covid 19-pandemin? (flera svarsalternativ möjliga)

Ställs till de som svarat 1 ökat eller 3 minskat på F22.

1. Mer tid hemma ger bättre koll på matvaror/rester
2. Köper oftare hem för mycket mat
3. Jag planerar i högre grad måltiderna
4. Jag utgår i högre grad från den mat som redan finns hemma
5. Jag tar i högre grad tillvara på råvarorna
6. Jag tar i högre grad tillvara på överbliven tillagad mat
7. Annan anledning, nämligen: _____
8. Vet ej

I rapporten redovisas resultaten från en enkätundersökning om konsumenternas kännedom, attityd och beteende om matsvinn. Resultatet kommer användas för det fortsatta arbetet med att minska matsvinn. Konsumenternas medvetenhet kring det egna matsvinnet ("svinnsikt"), och motivationen att ta hand om maten, behöver fortsätta öka. Det är viktigt att alla som jobbar med livsmedel underlättar för konsumenter att göra svinminimerande val.

Rapporten är framtagen inom regeringsuppdraget för minskat matsvinn som Livsmedelsverket har tillsammans med Naturvårdsverket och Jordbruksverket.

Livsmedelsverket är Sveriges expert- och centrala kontrollmyndighet på livsmedelsområdet. Vi arbetar för säker mat och bra dricksvatten, att ingen konsument ska bli lurad om vad maten innehåller och för bra matvanor. Det är vårt recept på matglädje.



Livsmedelsverket