

STÅNDPUNKT

# HÅLLBARA MATVANOR

Lösningar för mer  
växtbaserade måltider



SVERIGES  
KONSUMENTER

## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Bakgrund	3
Vår vision	5
Så når vi dit	5
Våra lösningar	6
Källor	7

## BAKGRUND

Vikten av en hållbar livsmedelskonsumtion blir allt mer uppenbar, såväl ur ett socialt, ekologiskt som ekonomiskt perspektiv. Klimathot, antibiotikaresistens, minskad biologisk mångfald och livsstilsrelaterade folkhälsoproblem visar tydligt på följderna av dagens produktions- och konsumtionsmönster samt de matvanor som utvecklats i åtminstone den rika delen av världen.

I vår del av världen utgör den höga konsumtionen av kött och mejeriprodukter från intensiv och ohållbar produktion ett av de stora problemen kopplat till folkhälsa, klimat, miljö, antibiotikaresistens och djurskydd. Den växtbaserade konsumtionen producerad inom ramen för planetens gränser måste öka för att främja en bättre hälsa och en minskad klimatpåverkan.

Köttkonsumtionen i Sverige har ökat stadigt sedan 90-talet genom låga priser och ökad import och verkar ha nått sin peak 2016. Kyckling har stått för den största ökningen. Sedan dess har köttkonsumtionen minskat. Variationen är stor mellan kön och åldersgrupper. Endast 2 av 10 vuxna äter tillräckligt med frukt och grönt, för barn är motsvarande siffra 1 av 10. Numera står tunga aktörer såsom WHO, FN, Cancerfonden och WWF bakom att en i huvudsak växtbaserad kost är nödvändig för människans och planetens hälsa. I EU-kommissionens program ”Farm to Fork” från maj 2020 konstateras att det genomsnittliga intaget av rött kött i EU fortsätter att överskrida rekommendationerna och ”En övergång till mer växtbaserad kost med mindre rött och bearbetat kött med mer frukt och grönsaker kommer inte bara att minska risken för livshotande sjukdomar utan även livsmedelssystemets miljöpåverkan.”

De senaste åren har en stark vegotrend präglat utbud och konsumtion och köttkonsumtionen har börjat minska. Framför allt minskar det importerade köttet. Sveriges Konsumenter menar att det framför allt är konsumenternas efterfrågan som drivit denna utveckling i takt med ökad medierapportering och nya forskningsrapporter om fördelarna med att äta växtbaserat och mindre animalier.

Livsmedelsproducenterna har besvarat efterfrågan med en lång rad nya växtbaserade produkter och livsmedelskedjorna har utvecklat egna produkter och har gett ökat utrymme för exempelvis gröna recept i sina kanaler. Alla vego-produkter uppfyller inte kraven på hållbarhet, det finns till exempel problem med importerad soja och andra växtbaserade proteiner samt en hög användning av bekämpningsmedel i intensiv grönsaksodling.

Det behöver bli lätt att välja rätt för konsumenten, både vad gäller animaliska och vegetabiliska livsmedel. Här kan WWF:s olika guider, till exempel Köttguiden, vara en utmärkt hjälp. Men utbudet och informationen i butik behöver också bli bättre. Hållbara val av kött kan vara svåra att göra i en del butiker då information om bete saknas och naturbeteskött är en bristvara. Prispåslagen på ekologiskt kött kan också vara omotiverat höga.

Sveriges Konsumenter har sedan 2018 föreslagit lösning nr 21 i En stark och hållbar konsumentpolitik: ”Minska den sammanlagda konsumtionen av kött genom att gynna omställning till hållbara proteinkällor samt genom undervisning i skolor och kampanjer. Gynna samtidigt kött som har positiva effekter på miljö, biologisk mångfald och djurvälstånd.”

Vi ser dock få politiska initiativ för att gynna utvecklingen mot en mer hälsosam och hållbar kosthållning och nå Livsmedelsverkets kostrekommendationer. Vi anser att politiker, producenter, industri, handel och den enskilde konsumenten alla har ett ansvar att bidra till en förändring.



## VÅR VISION

Sveriges Konsumenter anser att de hållbara valen av varor och tjänster ska vara de enkla och ekonomiskt fördelaktiga. Ohållbara konsumtionsmönster ska fhasas ut genom näringslivets ansvar och samhällets regler. Vi vill se ett genomslag för synsättet: ”Det totala priset för lågpriset.” Priserna på matvaror bör närma sig det totala priset för produktionens och konsumtionens effekter gällande folkhälsa, miljö, klimat och djurvälstånd. Konsumenten ska vara säker på och välinformerad om vad som är långsiktigt hälsosamt och miljösamt kost. Detta bör avspeglas bättre i livsmedelsbutikernas utbud, exponering och marknadsföring samt i de offentliga måltiderna.










## SÅ NÅR VI DIT

Sveriges regering bör sätta ett mål om att nå Livsmedelsverkets kostrekommendationer på befolkningsnivå, vilket innebär ett kostskifte: Från måltider baserade på animalier, snabba kolhydrater och färdigmat med hög salthalt, till en i huvudsak växtbaserad kost rik på fullkorn. Denna kost, den animaliska såväl som den växtbaserade, bör vara hållbart producerad. Livsmedelsverket bör inkludera ny kunskap kring hållbarhet i sina kostrekommendationer. Ekologiska eller miljö- och klimatcertifierade producenter bör gynnas liksom produktion i närområdet. Detta för att minska påverkan på klimat och miljö samt för att upprätthålla en bättre krisberedskap för vår livsmedelsförsörjning.

För att genomföra ett kostskifte som motsvarar Livsmedelsverkets kostrekommendationer krävs även ett normskifte. Konsumenter, näringsliv och politik måste samverka för att uppnå detta.



## VÅRA LÖSNINGAR

-  Sätt målet att Livsmedelsverkets kostrekommendationer ska följas på befolkningsnivå till 2030. Etappmål bör sättas längs vägen.
-  Tildela ekonomiska resurser till civilsamhället för att på bästa sätt nå ut till konsumenter, näringsliv, offentlig sektor.
-  Stärk undervisningen i hem- och konsumentkunskapen i skolan så att eleverna får större kunskap gällande hälsosam och hållbar mat, samt hur denna kan tillagas.
-  Maten som serveras inom offentlig sektor ska följa Livsmedelsverkets kostrekommendationer.
-  Arbeta långsiktigt för att avskaffa miljöskadliga subventioner inom jordbruket både i Sverige och på EU-nivå.
-  Gynna en ökad produktion av frukt och grönt inom landet.
-  Gynna en omställning till produktion av hållbara proteinkällor, både vegetabiliska och animaliska. Den animalieproduktion som gynnas ska ha positiva effekter på miljö, klimat, biologisk mångfald och djurvälstånd, såsom produktion från betande djur, ekologiskt kött eller naturbeteskött.
-  Gynna produktion av miljö- och klimatcertifierad mat.
-  Näringslivet bör ta ett större ansvar för folkhälsa och miljö genom prissättning, kampanjer, utbud, skyltning och placering i butik.

## KÄLLOR

- Cancerfonden: <https://static-files.cancerfonden.se/Cancerprevention.pdf>
- EU-kommissionen, Farm to fork: [https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy\\_en](https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en)
- FN, IPCC: [https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2019/08/4.-SPM\\_Approved\\_Microsite\\_FINAL.pdf](https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2019/08/4.-SPM_Approved_Microsite_FINAL.pdf)
- Livsmedelsverket: [https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/publikationsdatabas/broschyler-foldrar/kostraed\\_webb.pdf](https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/publikationsdatabas/broschyler-foldrar/kostraed_webb.pdf)
- Naturskyddsföreningen: <https://www.naturskyddsforeningen.se/artiklar/rapport-det-subventionerade-kottet>
- WHO: <http://www.euro.who.int/europe/news-room/fact-sheets/item/a-healthy-lifestyle---who-recommendations>
- WWF: <https://www.wwf.se/mat-och-jordbruk/vad-ska-jag-ata/>



# SVERIGES KONSUMENTER

Sveriges Konsumenter är en oberoende ideell organisation som arbetar för ökad konsumentmakt. Vi verkar för alla konsumenters självklara rätt till skydd, inflytande och möjlighet att göra medvetna och hållbara val. Vi arbetar brett med konsumentfrågor, men lägger också särskilt fokus vid frågor som rör livsmedel, banktjänster, tillgänglighet, integritet på nätet och hållbar konsumtion. Bakom vår organisation står 21 medlemsorganisationer.

Sveriges Konsumenter driver frågor både nationellt, inom EU och internationellt och representerar konsumentperspektivet i ett 30-tal forum. Däribland genom aktivt medlemskap i den europeiska konsumentorganisationen BEUC, i Consumers International och i organisationen ANEC, konsumentrösten i standardisering.

Vi ger ut den oberoende och reklamfria tidningen Råd & Rön och driver på uppdrag av kommuner rådgivande konsumentvägledning.

Postadress: Box 38001, 100 64 Stockholm  
Besöksadress: Hornsgatan 172  
Telefon 08-674 43 00  
[info@sverigeskonsumenter.se](mailto:info@sverigeskonsumenter.se)  
[www.sverigeskonsumenter.se](http://www.sverigeskonsumenter.se)