

2006-12-01

## **Vakna upp, lunchkrogar - vi vill veta mer om maten!**

**Dyr och fet som inte smakar gott - och som man inte får veta någonting om.**

**Så beskrivs maten på våra lunchrestauranger – särskilt av kvinnorna. En ny undersökning visar att den som vill göra medvetna val att lunchmat "på stan" inte har mycket att hämta. Menyerna ger inte särskilt mycket information om hälsa, miljö, etik och ursprung och att fråga personalen mitt i lunchrusningen känns obekvämt och komplicerat.**

**Här finns stora utrymmen för förbättringar - och nya kundgrupper.**

Vi i samarbetsprojektet Matvalet har undersökt människors lunchvanor och vad som skulle göra lunchställen attraktiva för alla dem som vill göra medvetna val av mat. Drygt 600 personer i främst storstadsregionerna har tillfrågats om sina lunchvanor. Drygt hälften av dessa äter sina vardagsluncher ute en eller flera dagar i veckan. Främsta skälet för att inte oftare äta lunchen ute är priset, men en tredjedel av de tillfrågade tycker att maten är för fet och kaloririk på lunchrestaurangen och lika många anser att de själva lagar godare mat. I den femtedel som äter lunch på restaurang så gott som varje dag i veckan finns en överrepresentation av män i övre medelåldern.

På lunchrestaurangen är det få som frågar om näringsinnehåll, ursprung, miljö eller rättvisemärkning. Många avstår eftersom hindren är stora. Lunchen skiljer sig mycket från situationen i en butik, både när det gäller tillgången till information och möjligheten för konsumenten att aktivt söka information. Nästan tre av fyra lunchgäster i undersökningen är intresserade av att vid lunchen få ”informationskoncept i kortform” med hälsoaspekter som t ex nyckelhålmärkning eller näringsinnehåll. Drygt hälften, är också intresserade av råvarornas ursprung.

Studien visar att lunchrestaurangernas pris, utbud och information inte alltid motsvarar vad gästerna skulle vilja ha. Män i övre medelåldern verkar ha lägre anspråk på sin mat på

lunchkrogen, men mycket kan göras bättre för att exempelvis attrahera fler kvinnor att äta på lunchrestaurangerna. Det finns stort utrymme när det gäller att ge lunchgästerna bättre information om hälsoaspekter och ursprung. Att gästerna inte frågar, beror inte på ointresse utan på att miljön och förutsättningarna avskräcker.

Detta är en utmaning för branschen. Se möjligheterna – att både göra gästerna mer nöjda och att tjäna mer pengar. Inse att dagens konsumenter faktiskt vill veta vad de äter – bland annat för sin egen hälsas skull. Här finns mängder av gäster att locka tillbaka, inte minst kvinnor. Vad väntar ni på?

Projekt Matvalet

Eva Callmer

Tillämpad näringslära, Stockholms läns landsting

Svante Axelson

Svenska Naturskyddsföreningen

Jan Bertoft

Sveriges Konsumentråd

Sören Persson

Svenskt Sigill

Projekt Matvalet ([www.matvalet.nu](http://www.matvalet.nu)) är ett samarbetsprojekt, som drivs på uppdrag av 31 organisationer, som undertecknare av uppropet ”Gör det enklare att välja mat”. Vi vill att konsumenterna ska kunna välja mat enligt sina värderingar både i butik, i matsalar och på restauranger.