

Hva tenker forbrukerne om matemballasje, og hvordan påvirker den matsvinnet i husholdningene?

Marie Hebrok & Nina Heidenstrøm
Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet - Storbyuniversitetet

MORGENDAGENS PLASTLØSNINGER FOR MAT, NOFIMA, 7.2.2018

SIFO

1. MATSVINN PÅ
FORBRUKERNIVÅ



2. FORSKNINGS-
PROSJEKT
OM MATSVINN



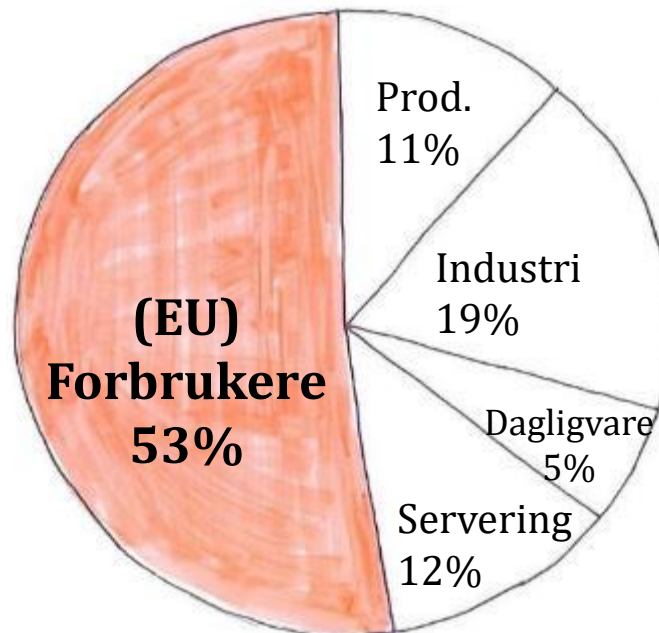
3. PLASTEMBALLASJE
SOM ÅRSÅK TIL OG
TILTAK MOT MATSVINN



HVOR MYE MAT KASTES?

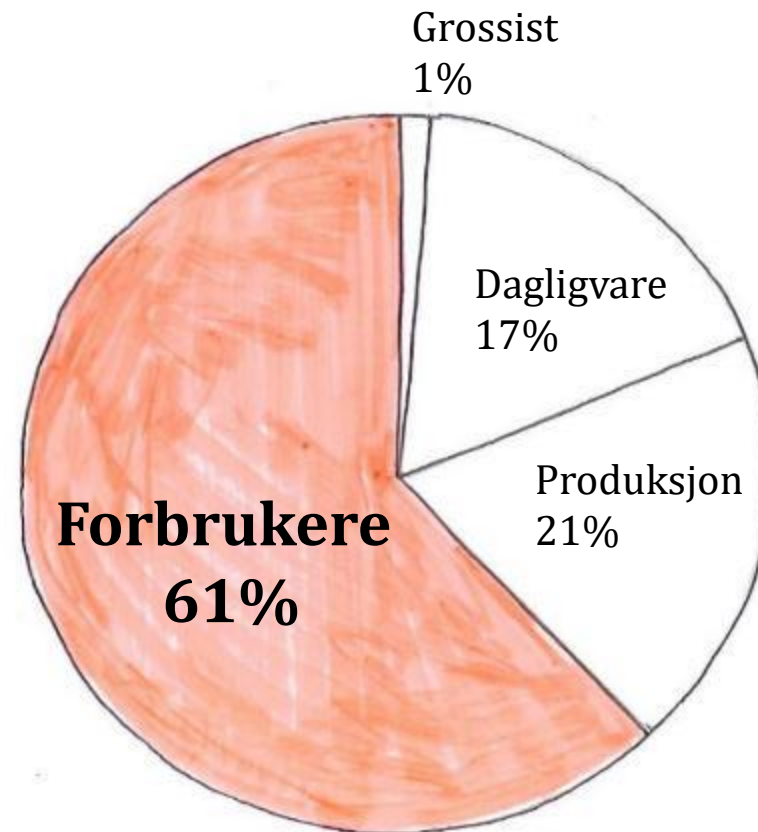
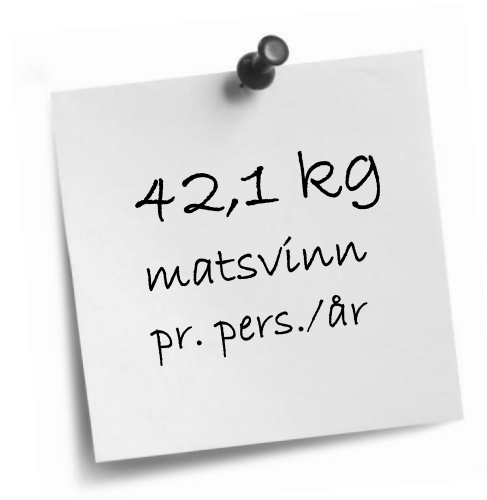


1/3 av all mat kastes



Forbrukerne kaster halvparten

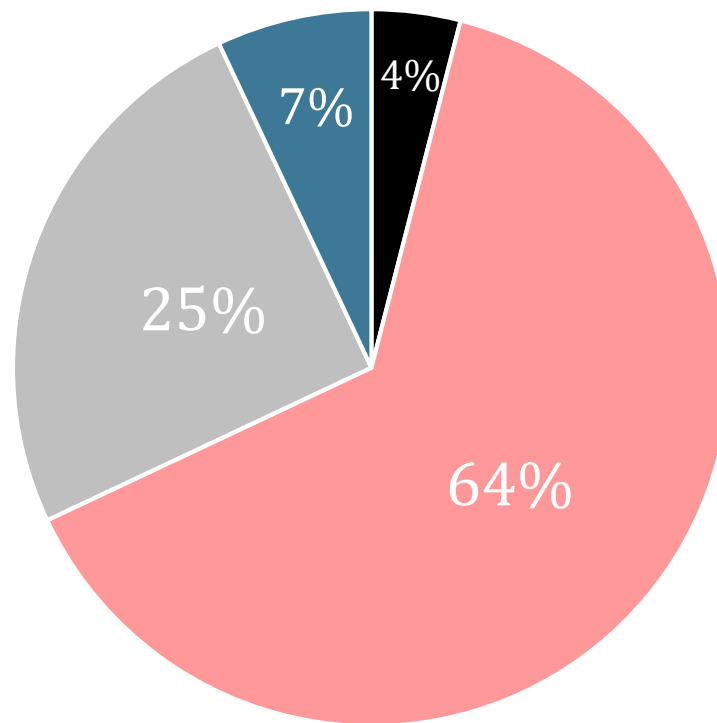
HVOR MYE KASTER VI I NORGE?



HVOR BEVISSTE ER NORSKE FORBRUKERE?

Hvor mye mat tror du at du kaster i forhold til andre du kan sammenligne deg med i Norge? (N=1001)

- ◇ Mer?
- ◇ Mindre?
- ◇ Omtrent som andre?



■ Mer ■ Mindre ■ Omtrent som andre ■ Vet ikke

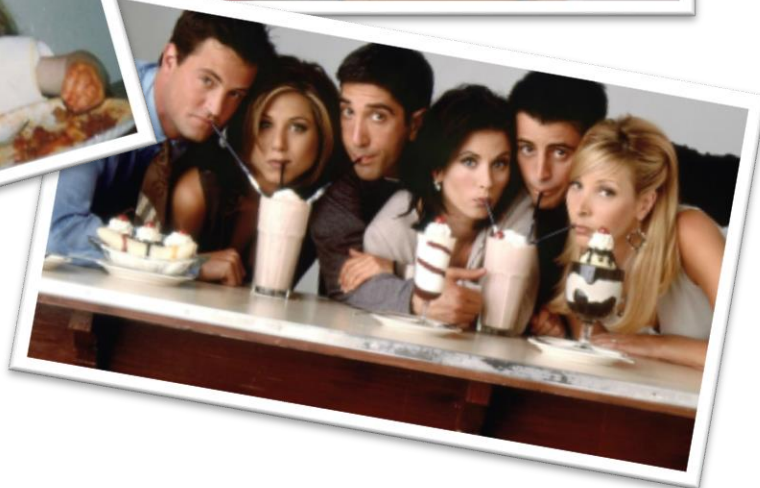
SIFOsurvey 2017

HVEM KASTER MEST?



Dårlig samvittighet både hjemme og på jobb

Christopher Mortensen
1010 Anita Kertzer



Marie Hebrok
& Nina Heidenstrøm

HVA KASTES DET MEST AV?

26,00%



30,9%



13,



14%



19%



MATEN VI KASTER

En studie av årsaker til og tiltak mot matsvinn i norske husholdninger

På oppdrag fra:



Barne- og likestillingsdepartementet

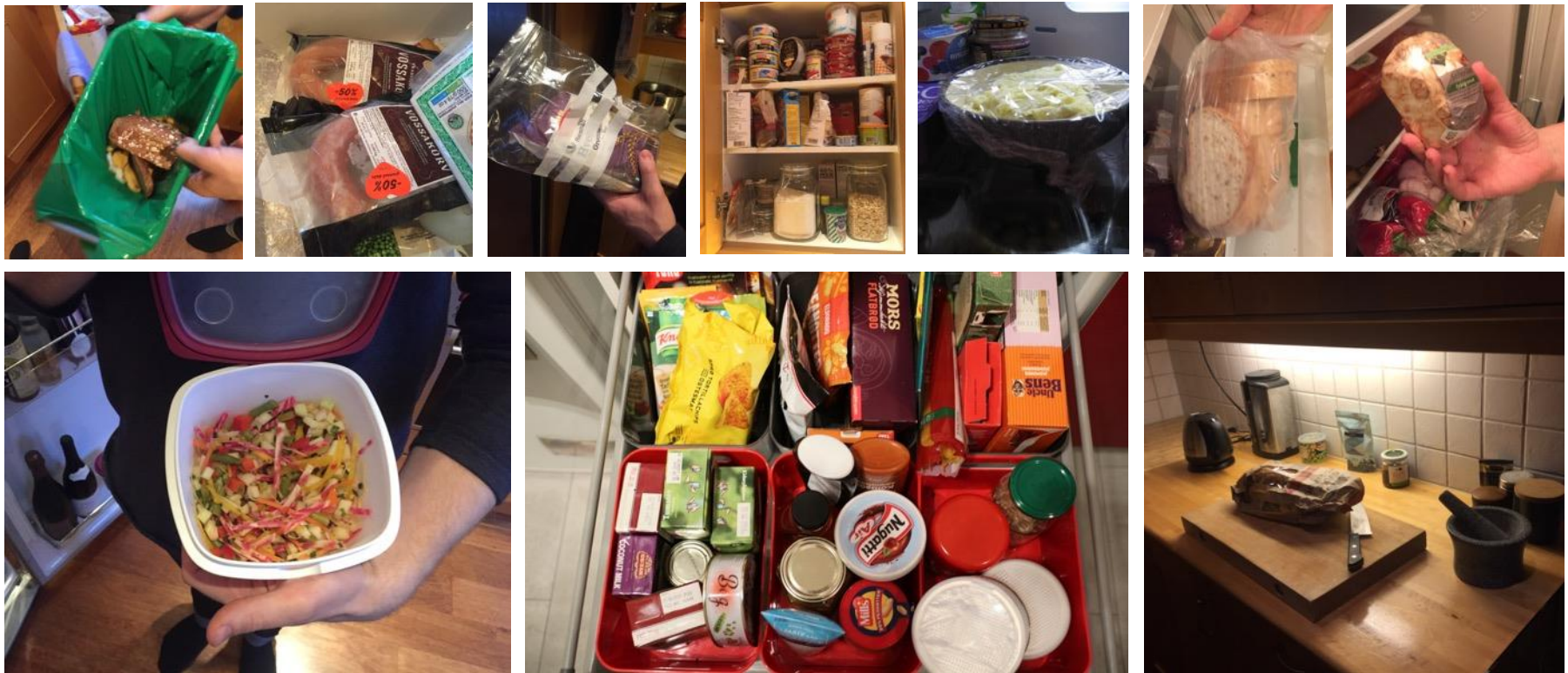


Marie Hebrok
& Nina Heidenstrøm



FELTARBEID

- ◇ 26 husholdninger
- ◇ Målgruppe: 25-50 år, med og uten barn, Oslo
- ◇ Dybdeintervjuer
- ◇ Fotodokumentasjon



Marie Hebrok
& Nina Heidenstrøm

KJØLESKAPSSTUDIER



Marie Hebrok
& Nina Heidenstrøm

HVORFOR KASTER VI SÅ MYE MAT I NORSKE HUSHOLDNINGER?



VERDI

Mye mat oppfattes å ha lav verdi (finansiell, emosjonell osv.) og blir oftere kastet enn mat med høy verdi



BEVISSTHET

Forbrukerne vet at matsvinn er et samfunnsproblem, men er lite bevisste på at de selv kaster mye



VARIASJON

Matgaver og «uvant» mat, øker i omfang, og er vanskelig å inkludere i hverdagens måltider



ORGANISERING

Måltidsstruktur og langtidsplanlegging reduserer fleksibiliteten i hverdagen



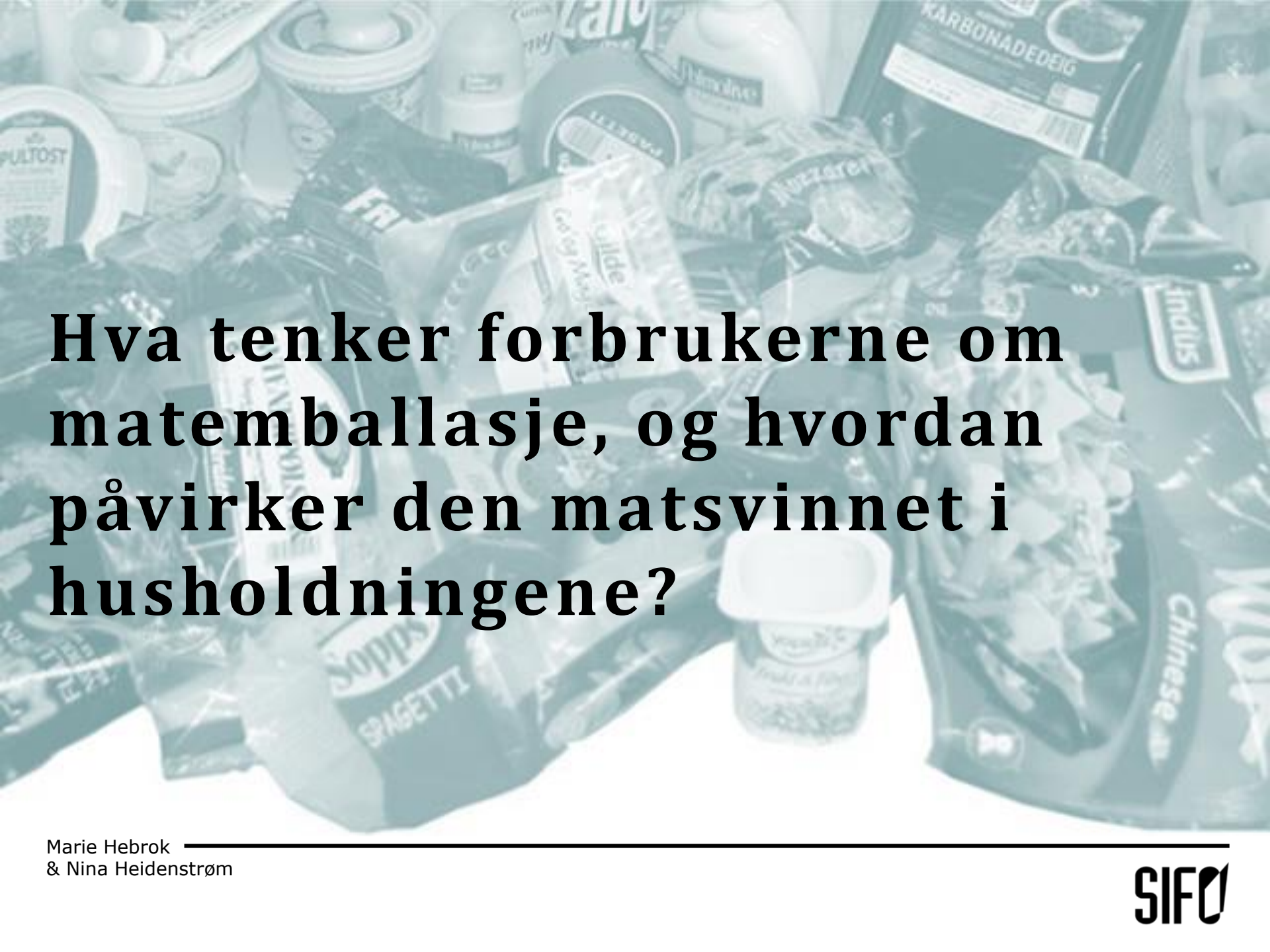
UTTRYGGHET

Utrygghet på egen evaluering og datomerking med hensyn til mattrygghet og matkvalitet



IDEALER

Et ønske om å leve sunt fører til at man kjøper for mye frukt og grønt og oppbevarer varene ugunstig



Hva tenker forbrukerne om matemballasje, og hvordan påvirker den matsvinnet i husholdningene?

Marie Hebrok
& Nina Heidenstrøm

- ◇ Det er stor oppmerksomhet rundt plast som miljøproblem
- ◇ Plastemballasje forårsaker mestvinn
- ◇ ... men bidrar også til å unngå det

KILDESORTERING

- ◇ Kildesortering synliggjør volumet av plastavfall i husholdningene
- ◇ Forbrukerne er mye mer opptatte av plastavfallet enn matavfallet

«Og for ikke å snakke om all emballasjen. Det er den dunken som blir full forttest her, det er plast. Jeg syns jeg tømmer den hele tiden. Den rullen, blå rullen, den er fader tom hele tiden. Det er klassiker her».



MAT ER NATUR - PLAST ER INDUSTRI

- ◇ Forbrukerne oppfatter plast som mer miljøskadelig enn matavfall
- ◇ Plast som forsøpling – mat som naturlig ressurs
- ◇ Plast synlig i media som miljøversting



«Nei, jeg ser ikke på matavfall som et problem, fordi det er jo organisk, det kan man jo bruke til biodiesel eller til kompost eller, altså sånne ting. (...) jeg tenker jo mer at det er verre at det er pakket inn i plast egentlig, for mat er jo naturlige produkter som går tilbake til naturen.»

UNØDVENDIG PLAST?

- ◇ Forbrukeren oppfatter mye av plastemballasjen på mat som unødvendig
- ◇ Nytten bør kommuniseres bedre
- ◇ Mer løsvekt mulig?



2-PACK, MULTI PACK, JUMBO PACK, ØKONOMIPAKKE

- ◇ Forbrukeren tvinges til å kjøpe mer enn de trenger
- ◇ Plastemballasjen styrer hvor mye mat folk kjøper



«Sånn som løk liksom, så får man jo kjøpe fire løk i et nett, eller to løk, den rødløken hvertfall, den gule løken får du ofte kjøpt løs. Så hvorfor har man ikke bare i løsvekt da? Hvorfor avokadoen, de er jo fæle de der, to og to. Få en pakke i dobbel plastikk liksom».



USIKKERHET RUNDT HOLDBARHET I EMBALLASJE

- ◇ Forbrukeren er veldig usikker på matkvaliteten i åpnet emballasje
- ◇ Stoler ikke på egne sanser og vurderinger
- ◇ Mangel på synlighet av potensielt farlige substanser i maten

«Ja, den har vært åpen i to uker, men hadde den ikke vært det så hadde jeg spist den. Den er tre dager over tiden. Og det står ikke best før heller, men jeg hadde spist den. Men den kan du hive. (...) Den lukter ikke vondt. Men, jeg vet ikke. Det er majonesting to dager over, med kylling, altså kjøtt oppi, nei. Ikke to uker over tiden, tror jeg, nei kast den du. (...) Jeg har spist av den da».



TA VARE PÅ RESTER VED HJELP AV PLAST

- ◇ Den mest vanlige forbrukerstrategien for å unngå svinns
- ◇ Blir ofte en måte å utsette kastingen på



RE-EMBALLERING MED POSER, BOKSER OG FOLIE

- ◇ Re-emballering er en forbrukerstrategi for å øke holdbarheten på maten og unngå svinn
- ◇ Etter åpning av originalemballasje føler noen forbrukerne seg mest trygge på at matkvaliteten bevares hvis de re-emballerer maten.



«Jeg ser at du bruker en del plastbokser og sånt? Flytter du over maten? Ja, det er fordi når du først har åpnet noe så... Ja, jeg liker å putte i bokser i stedet. Holder det bedre da? Jeg føler det selv ja».



«Dette er en rød curry-pasta, som kommer i en sånn dårlig plastboks, så jeg puttet det over i et glass som er tett».

RE-EMBALLERING, PORSJONERING OG FRYSSING

- ❖ Plast brukes for å porsjonere større mengder mat enn man klarer å spise for frysing til senere bruk
- ❖ En forbrukerstrategi for å unngå matsvinn



KONTEKSTUELLE TILTAK

... er rettet mot den konteksten mathåndtering skjer i, de er tilstede i hverdagslivets rutiner og vaner.



EMBALLASJE



KJØLESKAP



BUTIKK



POPULÆR-
FORMIDLING



UTDANNING



MÅLTIDS-
ORGANISERING

TILTAK MOT MATSVINN: EMBALLASJE



- ❖ Fjern datomerking på mat med lang holdbarhet der det ikke er risiko for sykdom
- ❖ Støtt forbrukeren i sin sanselige evaluering av mat
- ❖ Videre utvikling av visuelle/sanselige indikatorer på holdbarhet
- ❖ Utvikle emballasje som reduserer usikkerhet når emballasjen er brutt
- ❖ Økt bruk av porsjonsinndelinger i emballasjen/ støtte til porsjonering
- ❖ Økt synlighet av produktet i emballasjen
- ❖ Informasjon om akseptable/vanlige forandringer i produktet på emballasje
- ❖ Informasjon om bruksanledninger på emballasjen



TILBUD	SISTE FORBRUKSDAG	Produksjonsdato	BEST FØR	HOLDBAR TIL
₹ 398.00	28-06-15	18-05-15	14-06-15	07-06-15
NEDSATT PGA DATO	20% rabatt	30% rabatt	40% rabatt	50% rabatt
₹ 139.00	₹ 179.00	₹ 179.00	₹ 179.00	₹ 179.00





TAKK FOR OPPMERKSOMHETEN!

Marie Hebrok
marie.hebrok@sifo.hioa.no

Nina Heidenstrøm
nina.heidenstron@sifo.hioa.no

Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet - Storbyuniversitetet

MORGENDAGENS PLASTLØSNINGER FOR MAT, NOFIMA, 7.2.2018

SIFO