

A woman with her eyes closed is leaning over a pot on a stove, smelling the steam. The background is a blurred kitchen setting. The word 'Sme' is written in a large, white, serif font across the middle of the image.

Sme

REPORT

MAT SOM IDENTITETSMARKÖR



DU ÄR VAD DU **INTE** ÄTER

SHE REPORT BAKGRUNDSFAKTA

Kvantitativ undersökning

Undersökningsform: Webbenkät
Undersökningspart: Norstat
Fältperiod: Februari 2023
Urval: Riksrepresentativt urval Sverige
Antal svaranden: 1101 enkätsvar
Bakgrund: Kvinnor, 18-75 år

Kvalitativ undersökning

Undersökningsform: Fokusgrupper
Antal: 2 st
Genomförande: April 2023
Deltagare: Kvinnor, 19-64 år

Lästöd A: I de fall det endast står "kvinnor" avses alltid kvinnor 18-75 år.

Lästöd B: I de fall det används insikter som inte kommer från She Report anges alltid källan i en fotnot.

Rapporten har tagits fram av Aller Media i samarbete med insiktsbyrån Grasp Insights.



Det är uppenbart att mat förväntas spela många roller i kvinnors liv. Den ska självklart vara god, men också hälsosam, hemlagad, ta kort tid att tillaga men helst smaka som ett långkok. En svår ekvation att få ihop och kanske är det därför inte så konstigt att så många som en av fem kvinnor tycker att mat mest är en stress i vardagen. Samtidigt uppger nästan alla kvinnor att de är intresserade av mat.

Mat har alltid varit identitetsnära eftersom det inte bara handlat om att bli mätt utan även varit en tydlig statusmarkör, starkt kopplad till kultur och ekonomi. Mat är en av vår tids viktigaste identitetsmarkörer hos kvinnor i allmänhet och yngre i synnerhet.

Vårt sätt att äta definieras idag i hög grad av vad vi aktivt väljer

bort. För kroppens skull. För djurens skull. För klimatets skull. För samhällets skull. Att kvinnors förhållande till mat helt skulle kunna frikopplas från eventuell utseendefixering och kroppen sedd ur de glasögonen, måste vi tyvärr avfärda direkt, särskilt bland unga kvinnor. Var fjärde kvinna 18-29 år känner exempelvis ofta press på sig att äta hälsosam mat och var tredje har personliga erfarenheter av ätstörningar i någon form.

Det stora intresset för mat gör att trendkänsligheten är extrem. Pendeln svänger i blixtnabb takt med att vi lär oss mer om klimatet, inspireras av andra matkulturer och får nya kroppsideal. Chailatten byts mot matchalatten. Vegetarianismen mot flexitarianismen och mycket av det som kändes radikalt för bara några år sedan är i dag mainstream.

Mat är och förblir en tydlig identitetsmarkör som visar vad vi personligen står för och en samtidsmarkör som visar vad vi på ett samhällsplan står för och tycker är viktigt. Enkelt uttryckt - mat berör!

Trevlig läsning!

9 av 10 kvinnor är
intresserade av mat.

”

I min familj umgås vi alltid via mat. Nästan alla minnen har med mat att göra. Äter, fikar eller så är det typ nån högtid och maten som hör dit.

- Amina, 21 år

MAT ÄR VIKTIGT!

**Det tröstar oss när vi mår
dåligt och berikar oss när
vi mår bra.**

Det höga intresset för mat förenar
Sveriges kvinnor. Intresset är lika högt
oavsett ålder eller hur vi mår.

I vilken grad är du intresserad av mat?

Kvinnor 18-75 år

Mycket intresserad	29%
Devis intresserad	55%
Delvis ointresserad	13%
Helt ointresserad	3%

”

*Lagar nästan alltid
comfort food när jag
är stressad eller är
lite låg.*

- Marie, 35 år



MATINSPIRATION GENOM HISTORIEN

Mina godaste barndomsminnen är min mammas hembakade bröd med massor av smör och nyplockade rädisor från landet med en nypa salt. Brödet kom direkt från ugnen och jag minns hur smöret smälte på det varma inkråmet.

Rädisorna odlade mina föräldrar i det lilla grönsakslandet som vi hade längst ner i trädgården, precis vid staketet intill grannen. Där växte bara tre grönsaker: rädisor, morötter och sallad. Just de sistnämnda brydde jag mig inte så mycket om. Magin var rädisans lite skarpa smak och krispiga textur. Jag tyckte om att gå ner till trädgårdslandet och leta bland bladen för att se om någon mognat under natten. Det var som att hitta en skatt. Jag drog upp rädisan, sköljde av jorden

och njöt av varje liten tugga. Detta var på 70-talet, när hel- och halvfabrikat var på modet. Båda mina föräldrar arbetade heltid och matlagning var inget som prioriterades. Till deras försvar vill jag tillägga att de tyckte om att laga mat, bland annat den tidens moderna rätter som Flygande Jacob och kassler med ananas. En annan maträtt som ofta lagades hemma var fiskgratäng av färdiga frysta fiskblock som lades i form med massor av strimlad purjolök och grädde. Detta var nästan 50 år sedan, och visst kan man idag le lite håfullt åt 70-talets hemmatlagning men det fanns en fördel: matlagningen var relativt enkel och inspirationen var två tv-kanaler, magasin och kokböcker.

Idag skriver vi år 2023. Den kulinariska matscenen ser annorlunda ut. Inspirationsflödet sveper hela tiden som en våg över oss där Instagram är en av de främsta kanalerna. Vi kan också hitta idéer på Youtube, i en mängd olika tv-kanaler, bloggar och kokböcker. >



TOVE OSKARSSON
HENCKEL

Publisher Gastronom



Intresset för matlagningen har de senaste åren exploderat, och kockarna har gått från att gömma sig bakom spisen på krogen till att bli tv-stjärnor. De lagar mat i morgon-tv, är med i diverse underhållningsprogram och tävlar i vem som kan hacka lök snabbast. I mediebruset har också en ny tv-kock stigit fram där kvinnor fått en allt mer framträdande roll.

Jag vill börja med att bläddra tillbaka lite i den svenska gastronomiska historieboken, där Tore Wretman är fadern till svensk moderna matlagning. Han är landets första kända tv-kock och krögaren som lyfte restauranger som Operakällaren och Teatergrillen till höga höjder. I Tore Wretmans fotspår följde fantastiska kockar som Leif Mannerström och Werner Vögeli.

På den utländska kulinariska scenen vill jag rikta blicken mot kocken Marco Pierre White i London, som blev den första brittiska kock att tilldelas tre stjärnor i Guide Michelin. Han var visserligen en duktig men också känd som en av krogvärldens "bad boys" som rökte, svor och kastade kastruller i köket. En karismatisk man som blev förebild för en hel generation kockar. Den manliga kocken på krogen blev plötsligt rockstjärna. Han skulle vara tuff och cool. Det här var så sent som i mitten av 90-talet.

Det senaste decenniet har vi sett allt fler kvinnliga kockar lyftas fram som förebilder, både i krog- och hemmaköken. En av de första, med ett enormt genomslag i Sverige, var Tina Nordström som 2001 blev Mat-Tina med hela svenska folket. Men det skulle ändå dröja tio år till det stora genomslaget för nya slags förebilder att ta plats i tv-rutan, mycket tack vare Sveriges

Mästerkock, som de senaste åren varit avgörande för en helt ny generations hemmakockar. Kvinnliga vinnare som Louise Johansson, Jessica Frej, Sandra Mastio, Catarina König och senast Nazuk Turdieva har klivit fram i rampljuset. Och tack vare plattformar som Instagram och Youtube har vi också fått förebilder som Zeina Mourtada.

Att kunna laga mat har blivit en färdighet som hyllas – både privat och i offentligheten. Nyligen vann också Jessie Sommarström tävlingen Årets Kock och blev den första kvinnliga vinnaren på 30 år och den andra kvinnliga vinnaren i tävlingens historia.

Förutom att vara fantastiska matlagare står flera av ovanstående kvinnliga förebilder också för en sund livsstil med en drivkraft att arbeta hållbart. Jessie har skapat Justus, där barnmat lagas av fryst puré gjord på ekologiska grönsaker som rensats ut på grund av att de varit för korta, tjocka eller krokiga. Ett hållbart projekt som ger god näring och är bra för miljön.

Louise Johansson kom nyligen ut med kokboken Musslor och Morötter som utgår från sju svenska råvaror där alla är hållbara utifrån miljö- och klimatperspektiv. Att som kvinna idag prioritera matlagning samt goda, svenska råvaror känns som en naturlig del i utvecklingen.

Själv har jag börjat odla hemma i trädgården, och insett att rädisan enbart tar cirka fyra veckor att gå från frö till skörd. Jag kommer att odla den med kärlek på friland. Jag vet att den har vuxit helt utan tillsatser och just därför kommer den att smaka godare. För mig är sommaren inte komplett utan en knippe nyskördade rädisor, lite flingsalt och en klick solvarmt smör. □

Att kunna laga mat har blivit en färdighet som hyllas – både privat och i offentligheten.

Vad beskriver bäst din relation till mat och måltider?

Att det är:

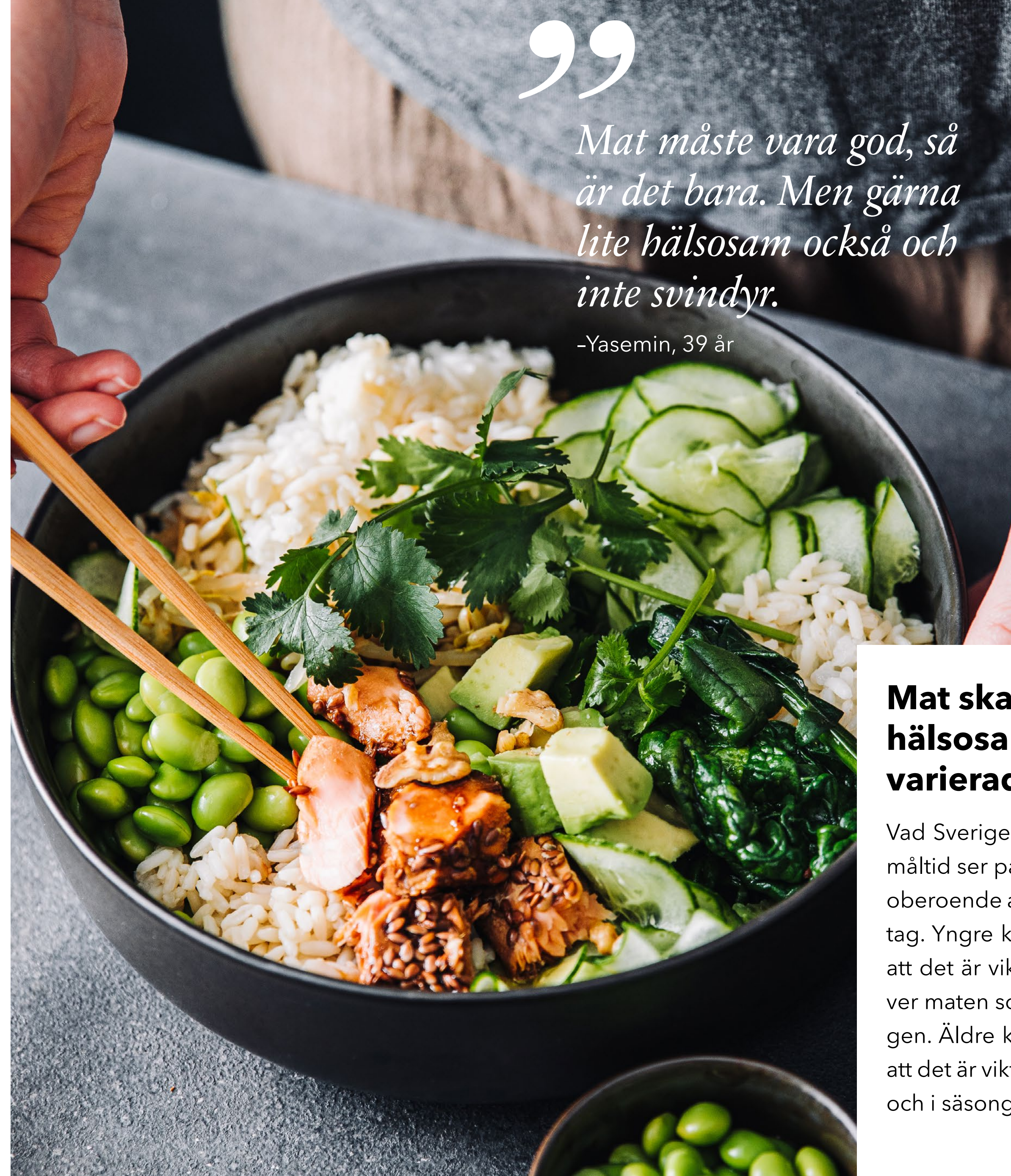
Kvinnor 18-75 år

Gott	74%
Hemlagat	62%
Hälsosamt	39%
Enkelt och snabblagat	37%
Varierat	32%
Lagat med hjärta	23%
En social stund	19%
I säsong	16%
En stress att hinna få till	15%
Spontant och opretentiöst	13%
Den bästa stunden på dagen	10%
Klimatanpassat	7%
Kulturellt kopplat till annat land än Sverige	6%
Annorlunda och kul	5%
Välplanerat	5%
Nytänkande och trendigt	5%
Bekant och kopplat till traditioner	4%
Snyggt och vackert	4%
Ointressant	3%
Avancerat och kunnigt	2%

”

Mat måste vara god, så är det bara. Men gärna lite hälsosam också och inte svindyr.

-Yasemin, 39 år



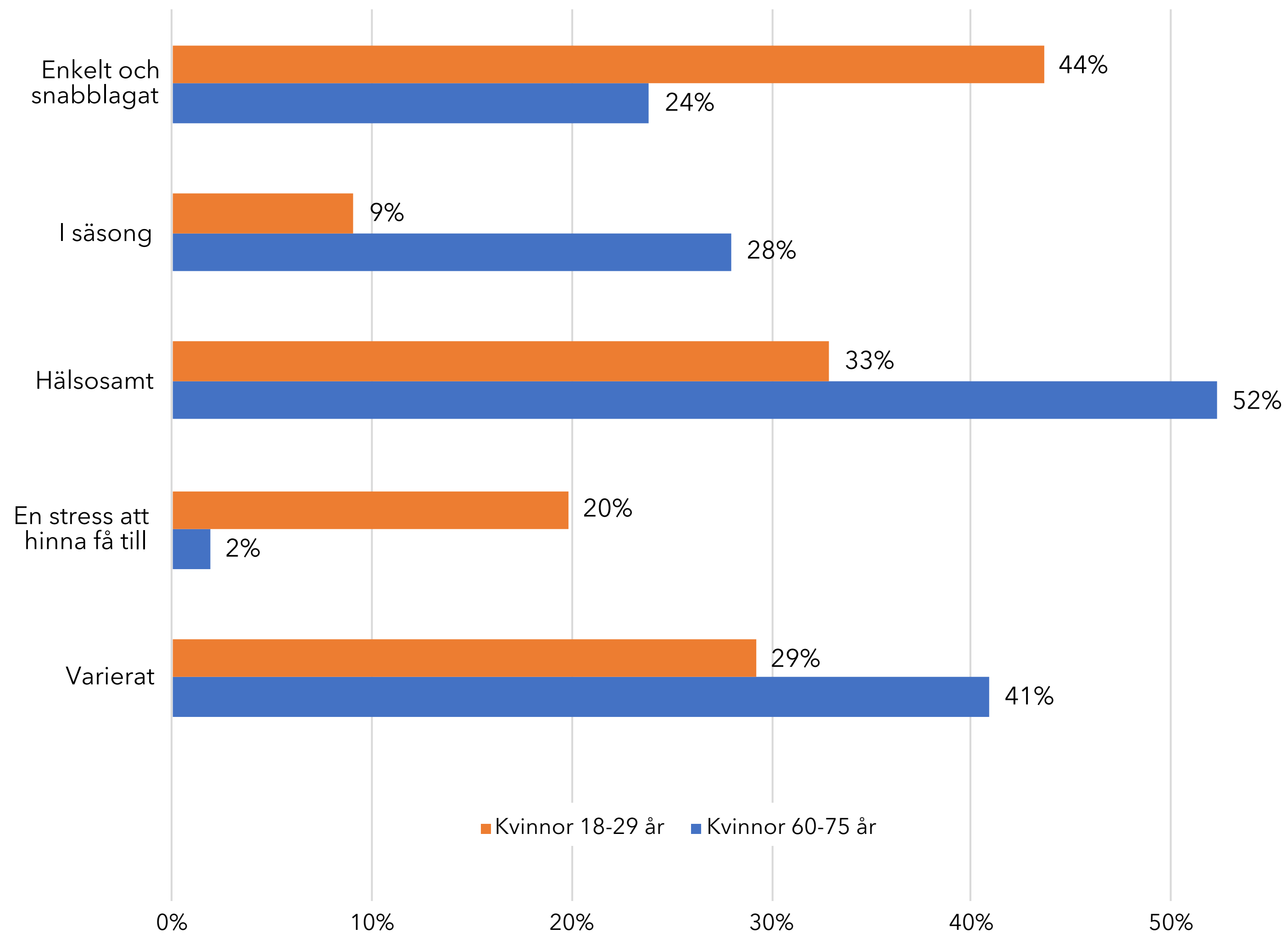
Mat ska vara god, hemlagad, hälsosam, snabblagad och varierad.

Vad Sveriges kvinnor förknippar med mat och måltid ser på det stora hela ungefär likadant ut oberoende av ålder. Men det finns vissa undantag. Yngre kvinnor tycker i mycket högre grad att det är viktigt att det går snabbt och upplever maten som en stress att hinna få till i vardagen. Äldre kvinnor tycker i mycket högre grad att det är viktigt att maten är varierad, hälsosam och i säsong.

Generationskillnader

Största skillnaderna mellan kvinnor 18-29 år och kvinnor 60-75 år

Vad beskriver bäst din relation till mat och måltider? Att det är:



”

*Middagen är då vi
hinner prata och det
är skärmfritt.*

- Carin, 46 år

Sveriges kvinnor lägger i
genomsnitt 33 minuter på
matlagning i vardagen och
44 minuter på helgen.

Bra råvaror och svenskproducerat är viktigast när vi äter mat.

Mat har alltid varit en effektiv samtidsmarkör, så även nu. Klimatdebatten påverkar våra matval i hög grad och kvinnor är en grupp som ofta beskrivs gå längst fram i konsumentledet.

Vi lär oss mer och mer om klimatet och fler och fler producenter gör anspråk på att just deras linje är den mest klimatsmarta.

Många kvinnor oavsett ålder beskriver en viss förvirring. Vi vill göra medvetna konsumentval men är osäkra på vilka val det innebär.

Hur klimatdebatten och vad som är hållbart eller inte synliggörs i vad vi äter är tydligt när det gäller exempelvis ekologiska varor. För bara några år sen hade ekologiska varor varit högprioritet bland Sveriges kvinnor. Idag svarar 14 procent att det är viktigt.

Idag vill vi istället att maten vi äter ska vara svenskproducerad och närproducerad och det är viktigare att den är fri från palmolja än att den är ekologisk. Sveriges kvinnor vill enkelt uttryckt fortsatt göra medvetna konsumentval och äta bra, men exakt vad vi lägger i begreppet varierar över tid. Även ålder spelar in.



”

Svårt att veta vad som är mest hållbart. Att det är från Sverige är ju bra, men är det bättre än till exempel KRAV-märkt!?

- Monica, 64 år

”

*Närproducerat är
alltid ett säkert kort.*

- Lotten, 31 år



Vad är viktigast för dig när du äter mat?

Kvinnor 18-75 år

Bra råvaror	58%
Svenskproducerat	37%
Närproducerat	24%
Inget specifikt, äter allt	23%
Fritt från palmolja	22%
Proteinrikt	18%
Helt eller delvis vegetariskt	18%
Fritt från sockerersättning (ex.light-produkter)	14%
Ekologiskt	14%
Helt eller delvis sockerfritt	12%
Fritt från e-nummer	9%
Helt eller delvis laktosfritt	8%
Helt eller delvis veganskt	5%
Helt eller delvis glutenfritt	5%
Helt eller delvis fettfritt	4%
Osäker, vet ej	3%
Annat	1%

”

Vi försöker laga mer i säsong och köpa närodlat när det går. Bra råvaror har vi alltid.

- Veronique, 58 år

Yngre kvinnor vill äta proteinrikt och äldre vill äta bra råvaror

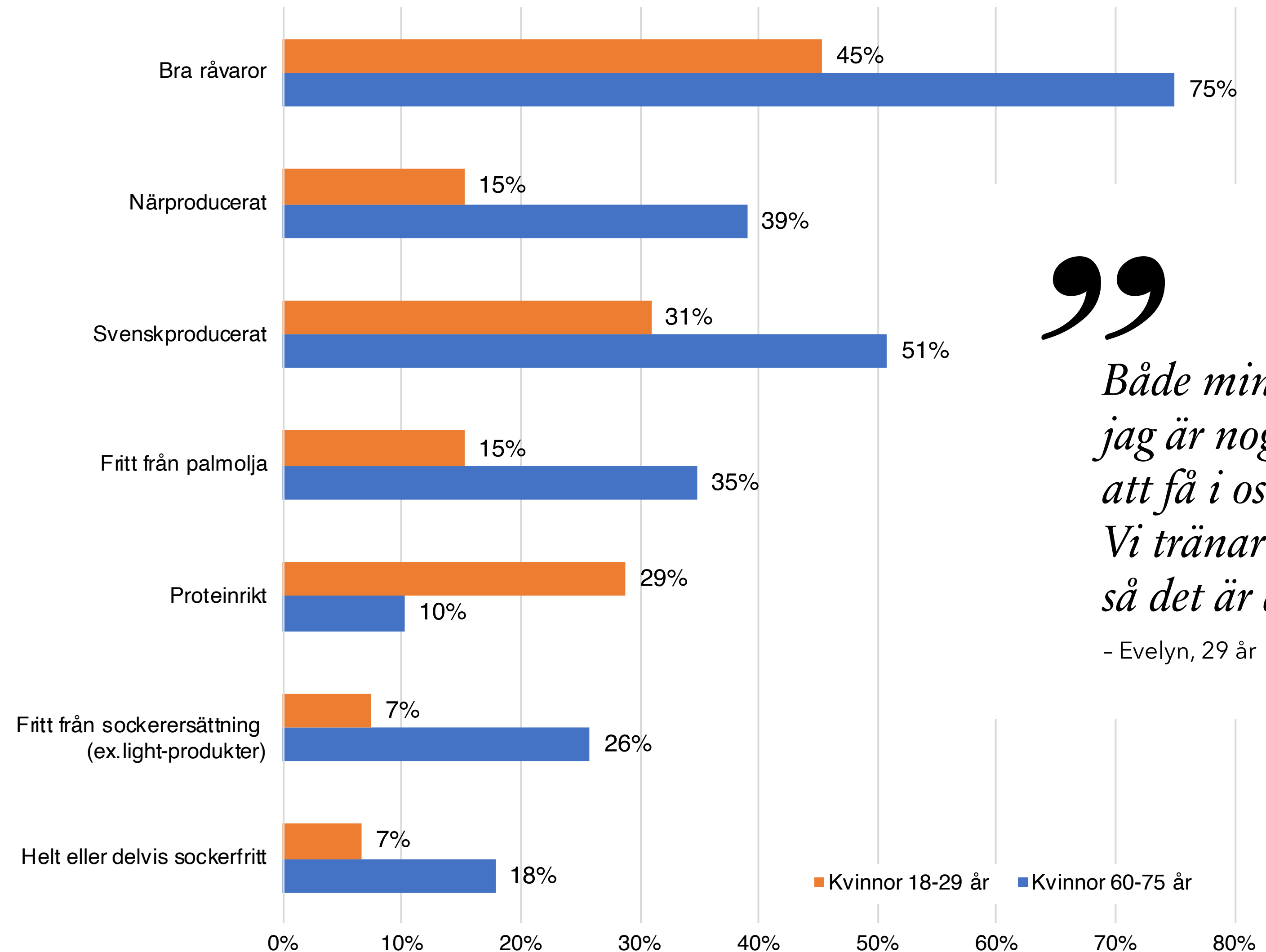
Sveriges kvinnor tycker på det stora hela att ungefär samma saker är viktiga när de äter mat. Men det finns vissa generationsskillnader. Relativt stora till och med.

Äldre kvinnor tycker i väsentligt högre grad än yngre att bra råvaror, närproducerat svenskproducerat, fritt från palmolja och fritt från sockerersättning är viktigt. Yngre kvinnor tycker i väsentligt högre grad än äldre att proteinrik mat är viktigt.

Generationskillnader

Största skillnaderna mellan kvinnor 18-29 år och kvinnor 60-75 år

Vad är viktigast för dig när du äter mat? Att det är:



”

Både min kille och jag är noga med att få i oss protein. Vi tränar mycket så det är därför.

- Evelyn, 29 år

”

Matsvinn är min grej. Tycker det är så bra att sälja ut mat med kort datum istället för att slänga.

- Frida, 25 år

Pris, kvalitet och smak är viktigast när kvinnor handlar mat.

Vad är viktigast för dig när du handlar mat?

Kvinnor 18-75 år

Pris	87%
Kvalitet	63%
Smak	58%
Tillverkning och ursprung	36%
Djurhållning	33%
Hälsoaspekt	31%
Klimataspekt	19%
Storlek och förpackning	18%
Tillagningstid	12%
Varumärke	9%
Osäker, vet ej	1%
Annat	1%

”

Snålar ofta ur i affären. Men matpriserna just nu alltså. Det är inte klokt.

- Aylin, 43 år

Generationskillnader

Största skillnaderna mellan kvinnor 18-29 år och kvinnor 60-75 år.

72 procent av alla kvinnor 60-75 år tycker att kvalitet är viktigt när de handlar mat. Motsvarande siffra för kvinnor 18-29 år är endast 59 procent.

49 procent av alla kvinnor 60-75 år tycker att tillverkning och ursprung är viktigt när de handlar mat. Motsvarande siffra för kvinnor 18-29 år är endast 23 procent.

”

Älskar att ses ute. Det är dit alla mina pengar går. Äta god mat, dricka lite bubbel och avhandla veckan.

- Marie, 35 år

Generationskillnader

Största skillnaderna mellan kvinnor 18-29 år och kvinnor 60-75 år.

35 procent av alla kvinnor 18-29 år lagar ofta mat ihop hemma med sin familj. Motsvarande siffra för kvinnor 60-75 år är endast 19 procent.

38 procent av alla kvinnor 18-29 år umgås ofta med sina vänner ute på lokal. Motsvarande siffra för kvinnor 60-75 år är endast 22 procent.



”

Barnen är ofta med och lagar maten. Nästan vår bästa stund. Händerna går och munnarna likaså.

- Ulrica, 50 år

5

påståenden om mat och gemenskap

Kvinnor 18-75 år instämmer i följande påståenden

- 1** 28% lagar ofta mat ihop med familjen hemma.
- 2** 24% lagar oftast den mat som de vet att barnen gillar.
- 3** 23% umgås ofta med vänner genom att ses ute på lokal.
- 4** 16% tycker det känns naturligt att äta mat ensam ute på stan.
- 5** 16% umgås ofta med vänner genom att bjuda hem varandra på middag.

1 av 4 kvinnor 18-29
år känner ofta press att
äta hälsosam mat.

1 av 3 har personlig
erfarenhet av ätstör-
ningar i någon form.

3

påståenden om matpress och ångest

Kvinnor 18-75 år instämmer i följande påståenden

- 1 17% har personliga erfarenheter av ätstörningar i någon form.
- 2 15% känner ofta press på att äta hälsosam mat.
- 3 10% anser att det just nu är det mycket smala kroppar och träningsfokus på sociala medier.

”

Alla älskar mat och poster bilder, men det är ju inte samma sak som att sen äta upp maten på bilden.

- Sarah, 38 år

”

Både älskar och hatar det som har med mat att göra. Vill egentligen bara älska men det är svårt.

- Amina, 21 år



Generationskillnader

Största skillnaderna mellan kvinnor 18-29 år och kvinnor 60-75 år.

34 procent av alla kvinnor 18-29 år har personliga erfarenheter av ätstörningar i någon form. Motsvarande siffra för kvinnor 60-75 år är endast 6 procent.

25 procent av alla kvinnor 18-29 år känner ofta press på att äta hälsosam mat. Motsvarande siffra för kvinnor 60-75 år är endast 10 procent.

17 procent av alla kvinnor 18-29 år tycker att det är mycket smala kroppar och träningsfokus på sociala medier. Motsvarande siffra för kvinnor 60-75 år är endast 4 procent.

DU ÄR VAD DU ÄTER

Detta är ett uttryck vi matats med länge,
men är det verkligen så? Kanske. Kanske inte.

På senare år har mat och vad vi äter blivit en mer central del av vår identitet. Att välja mat enbart efter smakpreferenser gör vi mycket fortfarande men det finns även andra aspekter som spelar in i vad vi väljer att äta baserat på vilken ålder man är i. Hälsan, hur någonting är odlat, tillagat och själva innehållet. Vi bryr oss även mer och mer om vad livsmedel och maträtter inte innehåller och vad det är så kallat "fritt från".

Vad vi äter 2023 är mer än någonsin en form av status och att vara en person som väljer bort ett eller flera livsmedel är idag mer vanligt än ovanligt.

Sociala medier är en plats för inspiration men det

kan också vara en plats för väldigt mycket vilseledning. Att veta vad som är "hälsosamt" kan tyckas lätt men ack så svårt, speciellt om du väljer att lyssna på vartannat klipp som kommer med kostråd av egenutbildade människor som enbart utgår från att det har "funkat för dem". Vi matas dagligen med piller, pulver, nya dieter och tider vi bör äta och inte äta. Vi får höra att vi ska "äta för våra hormoner", vi ska helst fasta, samtidigt som vi ska äta var tredje timme och sen ska vi ta bort allt raffinerat socker samtidigt som andra propagerar för att äta lite av allt.

Som kvinna idag är det "lätt" att hitta en ny diet som utlovar extrema resultat. Skrolla 5 minuter på sociala >



KAROLINE PETTERSSON

Leg. Dietist och hälsoprofil på MåBra



medier och du har en uppsjö av idéer kring hur du kan starta ditt nya liv. Men samtidigt som vi ser extrema program som tar oss i superform på enbart 8 veckor så möts vi i nästa klipp av ett budskap att vara nöjda där vi är. Sluta banta och bara äta det vi vill och känner för. Men hur lätt är det egentligen att sålla? Inte alls lätt.

*Många gånger är ”jag vill”
inte alls samma sak som
”jag har viljan” och det är
helt okej.*

I mitt jobb som coach möter jag många kvinnor där självkänslan är på botten på grund av mängder av försök till dieter. Många gånger är ”jag vill” inte alls samma sak som ”jag har viljan” och det är helt okej. Men att landa i att det är okej är svårare än att säga det högt. Det som händer när vi börjar med något extremt är att det blir en helomvändning som till en början kan kännas peppig och härlig. Du gör någonting för dig.

Men så kommer det vi glömmer bort ibland, det så kallade ”livet” mittemellan. En rädsla av att misslyckas än en gång smyger sig på och helt plötsligt är du där igen. Du har misslyckats. Du har gjort fel. Ingenting funkar på dig eller för dig. Du är misslyckad.

Så vad ska vi göra för att inte misslyckas? Sluta försöka? Nja. Vi behöver bli bättre på att förstå våra egna behov och inte jämföra med kollegan, vännen eller influencern man följer som inte lever i samma kropp och inte har samma liv. Livet är inte rättvist, det kommer det aldrig vara, men att gå runt med en känsla av konstant misslyckande förtjänar ingen. Vi lovar oss själva en mängd olika saker som vi inte kan hålla.

Det finns inte ett enda rätt svar kring ”hur alla ska äta” och den sista dieten är absolut inte uppfunnen än men jag tror att vi alla skulle må bra av att börja prata mer om grunden, back to basics. Att ställa sig frågan: Hur kan jag må mitt bästa jag? Mindre fokus på ”vad som är bra” och mer fokus på ”vad jag mår bra av”, för det är inte alltid det är samma sak. Lite av allt men inte för mycket av något - det borde vara lagom och även om lagom kan kännas tråkigt i mungas öron så är det just lagom under lång tid som kan ge oss allra mest. □

”

*Matlådan ger mig prestationsångest.
Som att mina kollegor ser rakt in i
mitt liv varje gång jag lyfter på locket.*

- Amina, 21 år

4 av 10 kvinnor tar ofta
med matlåda till jobbet.

Generationskillnader

Största skillnaderna mellan kvinnor 18-29 år och kvinnor 60-75 år.

31 procent av alla kvinnor 18-29 år lagar ofta mat från andra kulturer än den svenska. Motsvarande siffra för kvinnor 60-75 år är endast 19 procent.

56 procent av alla kvinnor 18-29 år har ofta med sig matlåda till jobbet. Motsvarande siffra för kvinnor 60-75 år är endast 16 procent.

14 procent av alla kvinnor 18-29 år handlar ofta mat på nätet. Motsvarande siffra för kvinnor 60-75 år är endast 3 procent.

30 procent av alla kvinnor 18-29 år väljer bort exempelvis ekologiskt eller närodlat på grund av det höga priset. Motsvarande siffra för kvinnor 60-75 år är endast 18 procent.

”

Vi mår så bra som familj av att köra matkasse och beställa all mat på nätet. Effektivisering de lux.

- Matilda, 42 år



7

påståenden om mat, vardag och kultur

Kvinnor 18-75 år instämmer i följande påståenden

- 1 18% brukar ha en maträtt på julbordet som inte är "klassisk".
- 2 22% lagar ofta mat från andra kulturer än den svenska.
- 3 43% har ofta med sig matlåda till jobbet.
- 4 39% har skurit ner på sin köttkonsumtion.
- 5 11% handlar ofta mat på nätet.
- 6 5% beställer ofta hem färdiga matkassar (ex. Linas, Hello Fresh).
- 7 24% väljer bort ex ekologiskt eller närodlat på grund av det höga priset.

3 av 10 kvinnor 18–29 år har lagat en eller flera rätter med inspiration från TikTok.

Motsvarande siffra för kvinnor 60–75 år är noll.

3

påståenden om mat och inspiration

Kvinnor 18-75 år instämmer i följande påståenden

- 1 10% har lagat en eller flera maträtter med inspiration från TikTok.
- 2 24% har minst en matbild publicerad på sina sociala medier.
- 3 26% får mycket inspiration från sociala medier.

”

Inget är bättre än att ligga i soffan en fredag och scrolla insta efter magiska rätter att laga i helgen. Det är livet.

- Lotten, 31 år

Viktigaste inspirationskällorna för Sveriges kvinnor när det kommer till mat är:

Vänner och bekanta
Sociala medier
Butiker
Matsajter
Kokböcker
Magasin och tidskrifter

Källa: Food&Friends 2022



ARIELLA ROTSTEIN GILLE

Co-lead ICAx

FRAMTIDENS MIDDAG PLANERAS AV VÅRT KYLSKÅP

Just nu dyker det upp många olika innovativa idéer för hur man kan handla mat i framtiden, till exempel AI-genererade inköpslistor med tillhörande recept och VR-shopping i Metaverse. Vad tror du är framtidens sätt att handla mat?

Jag tror att framtidens sätt att handla mat på är mer tidsbesparande och träffsäkert.

När det gäller e-handel för mat så tror jag att det äntligen kommer lösningar som gör att produkter jag alltid köper varje vecka automatiskt fylls på i varukorgen. Jag behöver endast bekräfta att det stämmer. Varför ödsla tid på att lägga till samma varor i varukorgen varje vecka, skrolla, välja...? Ett exempel på det är smarta kylskåp utrustade med kameror, sensorer och röstigenkänningsteknik som kommer göra det lättare för människor att hålla reda på sitt matlag och beställa matvaror automatiskt när det tar slut. Dessa kylskåp kan till och med föreslå recept baserat på de ingredienser som finns i kylan.

Personliga rekommendationer baserat på mina preferenser kommer vara mycket mer träffsäkert. Jag

kommer kunna få bättre guidad hjälp för att hitta till exempel hälsosammare eller hållbara produkter, vad jag kan byta ut mot eller vad jag kan köpa istället för samma pris. Mer tidsbesparande, träffsäkert och guidande (och lite överraskande) baserat på mina preferenser.

När det gäller den fysiska butiken så tror jag att autonom handel kommer att slå inom 10 år. Vi ser hur det börjar ta fart via Amazon Go i USA och med hjälp av techbolag i samarbete med dagligvaruaktörer i Europa så som Tesco, Aldi och Netto. Det innebär att du kan gå in och handla, plocka dina varor i din egen väska, gå ut och betalningen sker "automagiskt". Du behöver inte scanna med handtag eller med mobilen, du bara plockar varorna, går ut och vips så är det betalt. Kameror, sensorer och AI-baserad computer vision gör detta möjligt. Detta både i butiker med personal som då kan jobba mer med personlig service ute på golvet, men tekniken kan även nyttjas i obemannade butiker. Gällande leverans av mat - på mer än 10 års sikt så kommer vi nog se mer drönanleveranser av mat. Snabbare och smidigare! ▶



She Report visar att 20 procent av kvinnor mellan 18-29 ofta äter ute eller köper hem färdigmat. Jämfört med kvinnor mellan 60-75 år där det bara är 3 procent. Varför tror du att yngre kvinnor oftare äter ute jämfört med äldre?

Jag tror att det har att göra med att man lever på olika sätt och prioriterar att lägga sina pengar på olika saker i olika åldrar. Jag tror yngre gärna umgås med sina vänner genom att gå ut och äta. Yngre kanske också bor i mer urbana områden med närhet till många restauranger, kanske har en större disponibel inkomst att lägga på att äta ute och kanske inte är lika bundna i finansiella åtaganden eller stora familjer. Jag tänker också att äldre utifrån sin hälsa kan vilja kontrollera maten de äter och därför äter och umgås mer hemma.

She Report visar att 39 procent av kvinnor i åldrarna 18-75 har dragit ner på sin köttkonsumtion. Tror du att vi kommer sluta äta kött i framtiden?

Om vi tittar på en 10-årsperiod tror jag inte vi kommer sluta äta kött men konsumtionen kommer fortsätta förändras i denna riktning. En anledning till detta är den växande oron över köttproduktionens miljöpåverkan. När medvetenheten om dessa frågor ökar kan fler människor välja att minska sin köttkonsumtion eller gå över till växtbaserade alternativ. En annan faktor är den ökande populariteten för vegetarisk och vegansk kost, som ofta ses som hälsosammare och mer etisk.

Ett växande utbud och tillgänglighet av vegetariska alternativ kan bidra till att fler väljer denna typ av kost.

Även om köttkonsumtionen är djupt rotad i vårt samhälle, kultur och kök och att det sannolikt kommer att finnas en viss efterfrågan på kött tror jag en annan

Plantbaserad mat kommer fortsätta växa och ta plats i hyllorna.

stor bidragande faktor till att landskapet för köttproduktion och konsumtion kommer förändras, och det är labbodlat kött. Tekniken finns men den behöver skalas upp för att göra skillnad.

Vilka trender inom mat tror du kommer slå igenom i år?

1 år är kort tid och snarare en förlängning av vad som redan händer. Men plantbaserad mat kommer fortsätta växa och ta plats i hyllorna som ett alternativ till kött, mejeri och ägg. Vi kommer även se en utveckling av den labbodlade maten även om det kommer ta några år. Sen tror och hoppas jag att vi kommer se mer hållbara alternativ och framförallt mer guidning som ökar medvetenheten och förenklar för kunden. □





SLUTORD

I 150 år har vi på Aller Media inspirerat, berikat och lyssnat på kvinnor. Vår nära relation med målgruppen ger oss djup kunskap samtidigt som vi har goda möjligheter att påverka - ett privilegium och ett stort ansvar.

I She Report 2023 djupdyker vi i fyra centrala och viktiga områden för kvinnors välmående och hälsa. I den andra insikten, som du precis har läst, belyser vi matens roll för skapandet av identitet, status och ideal - och hur det påverkar hur vi mår.

Vi hoppas att du som läst rapporten kan använda den som ett träffsäkert verktyg med nutida och inkluderande inspiration för att förstå och nå ut till Sveriges kvinnor.

”

Min 16-åring säger att min aura utstrålar närodlat och långkok. I verkligheten är det frysta färdigrätter och lågprisjakt. Älskart.

- Carin, 46 år