

# Lantmännen

---

## Kort om undersökningen

Undersökningen om svenskarnas resvanor till matbutiken genomfördes i juli 2011 med 1309 respondenter i åldrarna 15-80 år.

Åldersgrupper:

- 15-22 (12 %)
- 23-35 (21 %)
- 36-55 (33 %)
- 56-80 (34 %)

Frågorna som ställdes var:

1. Hur ofta gör du/ditt hushåll matinköp?
2. Storhandlar du/ditt hushåll?
3. Hur tar du dig till din butik när du storhandlar?
4. Hur tar du dig till din butik när du kompletteringshandlar (små inköp)?
5. Vilka livsmedel handlar du oftast när du gör små inköp/kompletteringshandlar?
6. Vilken förändring i vardagen tror du gör störst positiv skillnad för miljön när det gäller din matkonsumtion?
7. Vilket/vilka är de största hindren för dig att ta cykeln till mataffären?
8. Vilken ser du som den största fördelen med att ta cykeln till matbutiken?

## Resultat

### En majoritet av svenskarna storhandlar

**Två tredjedelar av alla svenskar handlar mat flera gånger i veckan medan två av fem aldrig storhandlar. Av de som storhandlar gör en tredjedel det en gång i veckan och mer än hälften några gånger i månaden.**

- 63 procent av alla svenskar handlar flera gånger i veckan
- 28 procent handlar en gång i veckan
- 4 procent handlar varje dag
- 81 procent av alla svenskar storhandlar och en majoritet av dem som gör det gör det varje vecka (32 procent)
- Ytterligare 20 procent uppger att de gör det några gånger i månaden och 14 procent gör det en gång varje månad. 3 procent uppger att de storhandlar flera gånger i veckan.
- Märkbart är att hela 31 procent av alla i åldrarna 56-80 uppger att de inte storhandlar medan de som storhandlar mest är i åldrarna 23-35 (89 procent)

## 8 av 10 svenskar tar bilen till affären

**84 procent av alla svenskar kör bil till affären när de skall storhandla andra går, cyklar eller åker kommunalt. Undersökningen visar att ungdomar cyklar och går mer än övriga grupper och stockholmare är överrepresenterade när det gäller kommunal transport. Ytterst få använder sig av andra färdmedel.**

- 8 av 10 svenskar tar bilen till affären
- 14 procent går, 7 procent åker kommunalt och 10 procent cyklar
- Av de som cyklar är kvinnorna i majoritet med (12 procent mot männens 9 procent)
- Sammanlagt 97 procent av alla tillfrågade uppger man tar någon av de ovan nämnda transportmedlen till affären
- Trenden är att yngre personer åker mindre bil och går mer
- I åldrarna 56 – 80 är det enbart 7 procent som uppger att de går till butiken när de storhandlar medan det är hela 29 procent bland de som är i åldrarna mellan 15-22 (23-35 = 20 procent, 36-55 = 11 procent)
- Samma mönster gäller hos de som uppger att de cyklar för att storhandla, 56-80 åringar gör det enbart i låg utsträckning (5 procent) medan ungdomar gör det betydligt mer (21 procent), även här ser man tendensen att ju yngre man blir desto mer cyklar man (23-35 = 15 procent, 36-55 = 8 procent)
- Regionalt sett är de som bor i regionen övre Norrland överlägset bäst på att gå (22 procent) eller cykla (27 procent) till storhandlingen. Stockholmarna står ut genom att hela 16 procent åker kommunalt och stohandlar vilket är betydligt fler än i många andra regioner.

## Nära hälften av alla svenskar tar bilen för att kompletteringshandla

**Vid små inköp uppger hälften att de väljer bilen (49 procent) till skillnad mot när det gällde storhandling och en klar majoritet gjorde det (84 procent). 47 procent av alla svenskar går när de skall kompletteringshandla och 26 procent väljer att cykla.**

- Av de som väljer att gå är än en gång de yngre åldersgrupperna klart fler än bland de äldre (15-22 = 61 procent, 23-35 = 64 procent, 36-55 = 41 procent, 56-80 = 38 procent)
- Denna trend syns även bland cyklisterna om än inte lika tydlig (15-22 = 36 procent, 23-35 = 30 procent, 36-55 = 22 procent, 56-80 = 23 procent).
- Stockholmarna verkar gå absolut mest när de gäller att kompletteringshandla, hela 64 procent anger att de väljer att gå när de skall göra denna sorts inköp
- När svenskarna skall kompletteringshandla är det primärt mejeriprodukter man köper (86 procent), detta tätt följt av frukt och grönt (62 procent) samt bröd och bakat (52 procent)

## Rangordningsfrågor

Svenskar ser barnen som det största hindret för att välja cykeln som transportmedel

När svenskarna rangordnar anledningarna till att man inte tar cykeln till affären, är den vanligaste orsaken att man måste ha med barnen och att detta då inte fungerar. Även mörker ser folk som ett stort hinder men även det faktum att man kanske inte äger en cykel.

- Den enskilt största anledningen som hindrar svenskar att cykla till butiken när de ska handla är att de måste ha med sig barnen
- Denna siffra är ändå högre för åldersgruppen 56-80 där populationen svarade med ett medel på 9,17.
- Andra stora hinder är mörker (7,26), att inte ha en cykel (7,4), avsaknad av cykelkorg (5,68), detta problem verkar äldre personer anse viktigare än yngre (15-22 = 4,9 procent, 23-35 = 5,12 procent, 36-55 = 5,7 procent, 56-80 = 6,28 procent).
- Även det faktum att det tar längre tid att handla anses också som ett ganska stort hinder (5,48).
- Alternativet Annat fick ett högt medelvärde på 8,22 vilket förmodligen kan härledas till att det finns flera anledningar utöver de svarsalternativ som tillhandahölls.

### Rangordning:

Barnen – har ingen cykel – mörker – för jobbigt – har ingen cykelkorg – tar för lång tid – för långt till butik – vädret hindrar – för långt till favoritbutik – för många varor.

Undersökningen visar på att svenskar anser matlådor ett effektivt sätt att göra skillnad för miljön i vardagen

**Svenskarna anser att av alternativen har egna matlådor störst positiv påverkan på miljön följt av att välja ekologiskt, panta burkar samt kompostera.**

- Av de tillfrågade graderar man att göra egna matlådor har stor positiv påverkan på miljön, därefter anser man att välja ekologiskt (5,30), panta burkar (5,18) samt kompostera mindre (5,06) kommer.
- Vidare ser det inte ut att finnas något direkt alternativ som i större utsträckning tilltalar de personer som gjort undersökningen då punkten Annat får ett medel på hela 8,26.
- Att välja cykeln eller gå istället för bil när man handlar får 3,99 i medel med en tydlig tendens att äldre tycker detta är viktigare än yngre.

### Rangordning:

Matlådor – ekologiskt – kompostera – panta – cykel/promenad till butik – närodlat – slänga mindre mat – sopsortera – annat.

## Pengar viktigt för konsumenterna när de väljer transport till butiken

**Svenskarna ser det faktum att det är billigare som en av de största anledningarna att ta cykeln till affären.**

- Att det är billigt är en av de största fördelarna som folk med att ta cykeln till affären (3,026)
- Frisk luft (2,98) samt att det är bra för miljön (2,56)
- Motion inte lika prioriterat (1,77)
- Alternativet Annat ett högt medelvärde (4,7) vilket indikerar att det finns fler alternativ som inte fanns med att välja som kan vara intressanta för respondenterna.

### **Rangordning:**

Billigt – frisk luft – bra för miljön – motion