

# Potatisens framtid

## – En studie om konsumentens val

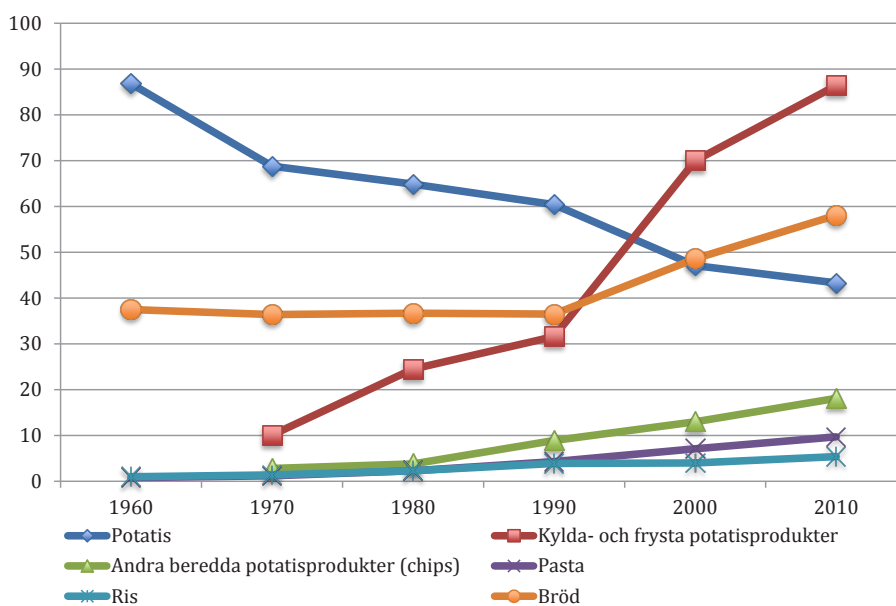
FREDRIK FERNQVIST, LENA EKELUND, SARA SPENDRUP

### Introduktion

Potatis är en av våra viktigaste kolhydratkällor och har traditionellt en viktig position i den svenska kosthållningen. De senaste årtiondena har dock konsumtionsmönstret av kolhydratrika livsmedel förändrats drastiskt. Framförallt har konsumtionen av färsk matpotatis minskat till förmån för andra alternativ som bröd, pasta och ris och beredda potatisprodukter som pommes frites och chips. Mellan 1960 och 2010 har konsumtionen av färsk matpotatis minskat från 89 till 43 kg per person och år (Jordbruksverket, 2013) (Figur 1). Trenden är likartad även i resten av Europa och Nordamerika.

Hur skall förändringarna i konsumtionen förklaras? Anledningar som nämnts är bland annat att konsumenterna söker bekvämlighet och vill ha fler färdiga produkter i den stressade vardagen (Keijbets, 2008). De skulle också kunna bero på ett ökat intresse för hälsa och näringsintag, vilket kan påverka både i positiv och negativ riktning (Stubenitsky & Mela, 2000), eller på grund av alternativa dieter som stenålderskost, GI (Glycemic Index) och LCHF (Low Carb, High Fat).

Vid SLU i Alnarp har ett flertal projekt de senaste åren handlat om konsumenters inställning till matpotatis. I ett faktablad från Tillväxt Trädgård (Spendrup, Andersson och Ekelund, 2011) har en mer genomgripande beskrivning getts över svensk produktion och konsumtion. Potatis är en viktig ekonomisk produkt och den inhemska marknaden är stor. Värdet av produktionen är omkring 1,5 miljarder kronor (LRF, 2010), medan självförsörjningsgraden ligger på 90 procent (SJV, 2010). Frågan om hur svensk matpotatis som produkt kan utvecklas och möta konkurrensen från alternativen är därför högst aktuell och viktig att besvara för branschens långsiktiga konkurrenskraft.



Figur 1. Den årliga svenska konsumtionen i kg per capita av de fyra största kolhydratkällorna åren 1960-2010. Bröd inkluderar både mjukt och hårt bröd. Källa: Jordbruksverket, SJV

### Studien

I det här faktabladet presenteras resultaten från en fokusgruppstudie, vars syfte var att undersöka konsumenters attityder, val och konsumtion av kolhydrater. Fokusgruppstudier är vanliga i marknadsundersökningar och innebär att konsumenter intervjuas i grupp för att diskutera olika frågeställningar.

Sex grupper av konsumenter motsvarande tre livssituationsstader har intervjuats; 1) Två grupper med personer över 40 år utan barn i hushållet, 2) en grupp med personer från hushåll med barn i hushållet, och 3) tre grupper bestående av personer mellan 20 och 35 år utan barn i hushållet. Intervjuerna genomfördes i Stockholm och Malmö. Studien har ingått i ett projekt med arbetsnamnet "Potatisens uppgång eller fall?" och har varit finansierat av Kungliga Skogs- och Lantbruksakademien och Stiftelsen Lantbruksforskning.

### Konsumentens val av potatis

Utifrån en tematisk analys, som utgått från befintliga teorier om konsumentval, har ett antal faktorer framträtt som avgörande i konsumentens val. Genom våra egna analyser framkom sju teman av relevans för konsumentens val av potatis. Temana (faktorerna) har utgått från tidigare föreslagna faktorer i tidigare forskning (Pollard et al. 2002). I detta faktablad presenteras huvuddragen av resultaten från studien, som i sin helhet finns beskrivet av Fernqvist, Ekelund och Spendrup (2014).

### Bekvämlighet och tillagning

Bekvämlighet och aktiviteter som förknippas med att använda potatis i köket är en av de mest framträdande faktorerna i konsumentens val. Det finns starka föreställningar om att potatisen är obekvämt att tillaga, komplicerad och tidskrävande. I förhållande

till pasta och ris är detta den viktigaste anledningen till att man ofta väljer bort potatis. Möjligheten att kunna göra många olika sorter rätter med potatis uppskattas, samtidigt upplevs potatisen som mindre lämplig att använda som matlåda dagen efter, då de sensoriska egenskaperna anses försämrats genom uppvärmning i mikrovågsugn, särskilt efter att den varit fryst.

#### Hälsorelaterade egenskaper

Potatis associeras i regel med att vara en hälsosam och näringsrik produkt, med få kalorier i förhållande till alternativen. Potatisen betraktas som en ”grönsak”, förknippat med hälsa. Antagandet att olika former av dieter (exempelvis Atkinsdieten, Montignagdieten, stenålderskost, GI och LHCF) skulle påverka konsumtionen negativt kan inte bekräftas av studien. Det visar att de nya dieternas roll i en förändrad potatiskonsumtion förmodligen är något överdriven och möjligen gäller vissa särskilda konsumentgrupper med stort intresse för hälsa.

#### Information och förpackningar

Förpackningar nämndes som en anledning som påverkar valet. Den främsta fördelen med förpackningar ansågs vara att den kan ge en stor mängd information, recept och liknande, som man inte får på köpet när man handlar potatis i självplock. Å andra sidan uppskattas möjligheten att kunna plocka sina egna potatisar i lösvikt då man kan välja den storlek man vill ha, mängd, och att man kan välja bort dåliga potatisar, till ett lågt pris. Samtidigt menade några personer att det faktiskt är bekvämt att köpa

en färdigförpackad produkt. Det förefaller därför som en möjlighet att fokusera på att utveckla attraktiva förpackningar.

#### Sensoriska egenskaper

Potatisens smak är i regel uppskattad, inte minst smaken av färskpotatis som associeras med bl.a. barndom. Potatisen uppfattas ha en bättre smak än pasta och ris (eller snarare en starkare egen smak) och känslan av mättnad är mycket större för potatis än för alternativen.

#### Pris

Potatis uppfattas som en billig produkt överkomlig i pris och som ett billigare alternativ än pasta och ris. Stora förpackningar uppskattades särskilt av barnfamiljer. Det enda negativt man hade att säga om priset var att ekologiska potatisar ansågs något dyra, men samtidigt inte som oöverkomligt dyra.

#### Vana och tradition

Fokusgruppintervjuerna visar att det finns starka positiva åsikter om potatis när det gäller vana och tradition. Vanliga associationer rör barndomsminnen, nostalgi och högtider som ofta firas med traditionella maträtter. Man menade också att potatis är en ”ärlig och jordnära” produkt. Samtidigt nämndes i något fall också att skolmatsbespisingarnas potatis lett till en negativ inställning till potatis.

#### Etiska faktorer

Generellt förknippas potatis med att vara en lokalt producerad produkt, samt att ekologiska potatisar var att föredra. Samtidigt såg man med mer skepsis på plastförpackningar och risken med genetiskt modifierad potatis (som dock inte är godkänt i EU).

#### Slutsatser

Resultaten från studien pekar framförallt på att det en förändrad potatiskonsumtion i främsta hand förefaller bero på olika bekvämlighetsaspekter, medan hälsoaspekternas roll förmodligen är av mer underordnad betydelse. Generellt förknippas potatisen med grönsakskategorin och anses därför vara nyttig. Av övriga faktorer verkar också många aspekter peka på en fördel för potatisen jämfört med alternativen, men inte avgörande i valet.

Utifrån detta är rekommendationen att potatisbranschen, för att öka konkurrenskraften, bör kunna fortsätta att utveckla mer differentierade produkter med mer bekvämlighetsprägel. Förpackningar är i detta avseende ett bra sätt att skilja produkten från den bulkvara (potatis i lösvikt) som associeras som obekvämt. Tvättade produkter, tunna skal, jämna storlekar och felfria produkter i övrigt förefaller också vara rekommendationer som kan hjälpa produkten att bli bekvämare för konsumenten. Det finns dock flera aspekter som behöver undersökas närmare, det gäller inte minst hälsoaspekten och andra trender som påverkar konsumenternas val.



Exempel på konsumentförpackningar.

Foto: Fredrik Fernqvist.

#### Referenser

- Fernqvist, F., Ekelund, L. & Spendrup, S. (2014) *Changing consumer intake of potato – a focus group study*, British Food Journal (in press).
- Jordbruksverket (2013) *Livsmedelskonsumtion och näringsinnehåll - Uppgifter t.o.m. 2011*, Statistiskrapport 2013:04, Jönköping.
- Keijbets, M.J.H. (2008) *Potato processing for the consumer: Developments and future challenges*, Potato Research, 51:271-281.
- Lantbrukarnas Riksförbund LRF (2010) *De gröna näringarnas affärer på gårdsnivå – nuläge och utvecklingsmöjligheter 2010-2015*, Stockholm.
- Pollard, J., Kirk, S.F.L. & Cade, J.E. (2002) *Factors affecting food choice in relation to fruit and vegetable intake: a review*, Nutrition Research Reviews, 15: 373-387.
- Spendrup, S., Andersson, M & Ekelund, L. (2011) *Konsumenter om potatis*. LTJ-fakultetens faktablad 2011:23, SLU Alnarp.
- Stubenitsky, K. & Mela, D.J. (2000) *UK consumer perceptions of starchy foods*, British Journal of Nutrition, 83:277-285.

- Faktabladet är utarbetat inom Institutionen för Arbetsvetenskap, Ekonomi och Miljöpsykologi, <http://www.slu.se>
- Projektet är finansierat av Kungliga Skogs- och Lantbruksakademien, <http://www.ksla.se> och Stiftelsen Lantbruksforskning (SLF), <http://www.lantbruksforskning.se>
- Projektansvarig/författare: Fredrik Fernqvist, SLU, [Fredrik.Fernqvist@slu.se](mailto:Fredrik.Fernqvist@slu.se)
- På webadressen <http://epsilon.slu.se> kan detta faktablad hämtas elektroniskt.