




BI

Hva påvirker våre matvalg og hvordan får vi flere til å spise mer fisk?

Førsteamanuensis Tarje Gaustad





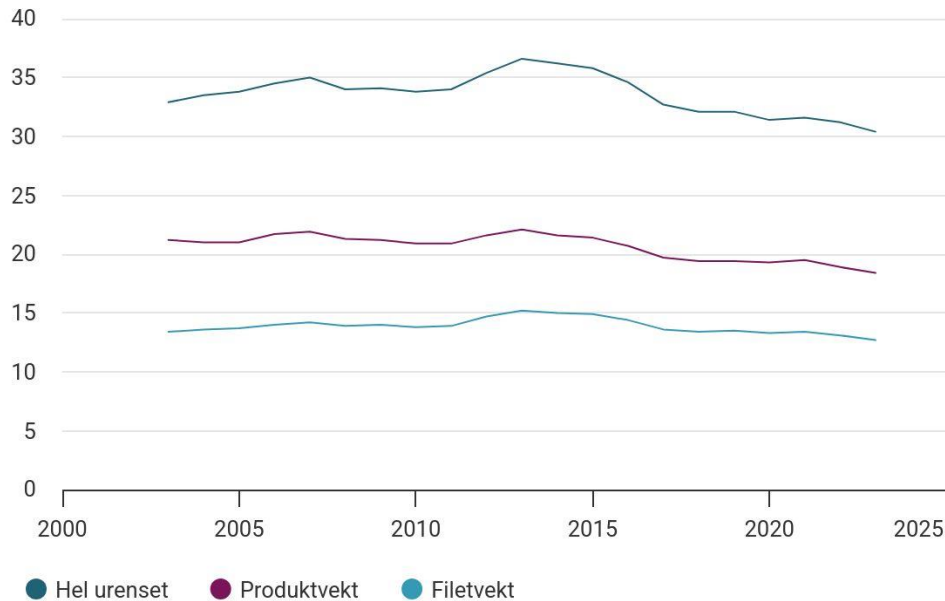
Folk sier de vil spise mer fisk og sjømat*

* 7 av 10 nordmenn sier at de ønsker å spise mer sjømat enn de gjør i dag (Flesland markedsinformasjon)

Fisk og sjømat

Mengde omsatt fra grossist til dagligvare og storhusholdning

Kilo per person per år*



Utviklingen i norsk kosthold, Helsedirektoratet



Å endre matvaner er skikkelig, skikkelig vanskelig

Det er beregnet at vi tar over 200 beslutninger knyttet til mat og drikke i døgnet (når, hva, hvor mye, hvor og med hvem)

Matvalg tas ofte i situasjoner hvor vi ikke er stand til å anstrenge oss for å gjøre en veloverveid beslutning (system 1)

Å endre vaner krever viljestyrke som er vanskelig å opprettholde over tid - langsiktige mål versus kortsiktig glede (system 2)

Rishika, R., Feurer, S., & Haws, K. L. (2022). Really rewarding rewards: strategic licensing in long-term healthy food consumption. *Journal of Consumer Research*, 49(2), 268-287.

Lappalainen, R., Saba, A., Holm, L., Mykkanen, H., Gibney, M. J., & Moles, A. (1997). Difficulties in trying to eat healthier: descriptive analysis of perceived barriers for healthy eating. *European Journal of Clinical Nutrition*, 51(2), S36.

Salmon, S. J., Fennis, B. M., de Ridder, D. T., Adriaanse, M. A., & De Vet, E. (2014). Health on impulse: when low self-control promotes healthy food choices. *Health Psychology*, 33(2), 103.

Eksterne faktorer (strukturelle forhold, makroøkonomi, kultur og normer, matmiljø mv.)

Informasjon og markedsføring

Aldri mer reklame for usunnne produkter!

Unnskylt, vi koster inn håndkle og prøver igjen neste år.

37% AVSLAG

DORADE HEL
OPERET

149,00
PR KG

Kostrådene

VI SNAKKER EKTE KJÆRLIGHET
GRANDIOSA

Gjør skolestarten billig!


OLM cheez doodles

MONSTER

NUTELLA

Individuelle faktorer og forbrukerpsykologi





Viktige drivere for valg av mat

Smak
Enkelhet
Pris

Usunt = godt-intuisjonen

Påvirker valg, særlig for menn

Helsebevissthet reduserer effekten, men kun på bevisst nivå

Helsebevissthet krever aktiv tanke (system 2), mens intuisjoner er ubevisste (system 1)

Sunt = Vanskelig-intuisjonen

1 av 3 unge voksne sier at matlagningsferdigheter og matkunnskap begrenser deres matvalg (Nofima 2023)

Korrelasjon mellom hvor mye man kan om matlagning og hvor mye fisk man spiser (unge voksne)

Folk er generelt mer skeptisk når sunn mat nærmer seg utløpsdato – trolig en enda sterkere effekt for fisk og sjømat?

Lappalainen, R., Saba, A., Holm, L., Mykkanen, H., Gibney, M. J., & Moles, A. (1997). Difficulties in trying to eat healthier: descriptive analysis of perceived barriers for healthy eating. *European Journal of Clinical Nutrition*, 51(2), S36.

Heide, Morten, Pirjo Honkanen og Themis Altintzoglou. 2023. Hva påvirker sjømatforbruket blant unge voksne i Norge? Nofima, rapport 9/2023.

Kim, J. C., Huh, Y. E., & McFerran, B. (2024). To Dispose or Eat? The Impact of Perceived Healthiness on Consumption Decisions for About-to-Expire Foods. *Journal of Marketing*



Sunt = dyrt-intuisjonen

1 av 2 mener dårlig økonomi påvirker endringene de ønsker å gjøre i matvanene (Norstat / OFG 2023)

Studier viser at mellom 40-50 % av kjøpsvalg blir tatt på bakgrunn av prisforventning, ikke faktisk pris

Forbrukere er mer skeptiske og setter høyere krav til dokumentasjon for påstander om mat som er både sunn og rimelig

Haws, K. L., Reczek, R. W., & Sample, K. L. (2017). Healthy diets make empty wallets: The healthy= expensive intuition. *Journal of Consumer Research*, 43(6), 992-1007

Murthi, B. P. S., and Rao, R. C. (2012). Price awareness and consumers' use of deals in brand choice. *Journal of Retailing*, 88(1), 34-46.





Hvordan kan vi hjelpe flere til å spise mer fisk og sjømat?

Alle skal med eller enkleste vei til økt konsum?

Hvordan få de som (nesten) ikke spiser fisk og sjømat til å få det inn i repertoaret?



Hvordan få de som allerede spiser fisk og sjømat til å spise det enda oftere?



To forskjellige oppgaver

Gi dult i vår retning

Plassering, eksponering, merking, dagens rett, signaler i omgivelsene mv. i butikk

Bucher, T., Collins, C., Rollo, M. E., McCaffrey, T. A., De Vlieger, N., Van der Bend, D., ... & Perez-Cueto, F. J. (2016). Nudging consumers towards healthier choices: a systematic review of positional influences on food choice. *British Journal of Nutrition*, 115(12), 2252-2263

Vecchio, R., & Cavallo, C. (2019). Increasing healthy food choices through nudges: A systematic review. *Food Quality and Preference*, 78, 103714



Fortelle hva man bør spise mer av



Utfordring: «Bør-kommunikasjon» appellerer til fornuften (system 2), mer enn lysten
Fornuften har mest påvirkning på planlagte kjøp (handlelisten), mens det ofte er lysten som påvirker impulsene

Vi må også skape «lyst på»

Informasjon og faktakunnskap funker for menigheten, men har mindre effekt i de bredere lag

Om vi skal nå frem til folk flest i en stresset hverdag, må vi appellere til følelsene (system 1) – friste og skape lyst på fisk og sjømat!

Ikke lett, men om vi ikke skaper «lyst-på» blir det en evig motbakke

Percy, L., & Elliott, R. H. (2020). *Strategic Advertising Management*. Oxford University Press

Slater, M. D., & Rouner, D. (1996). Value-affirmative and value-protective processing of alcohol education messages that include statistical evidence or anecdotes. *Communication Research*, 23(2), 210-235.



Digg, enkelt og rimelig!



Godfisk
Fiskesprell



Jeg vil se enda mer
fisk og sjømat-porno
i 2025!





Takk for meg!

Førsteamanuensis Tarje Gaustad
tarje.b.gaustad@bi.no

