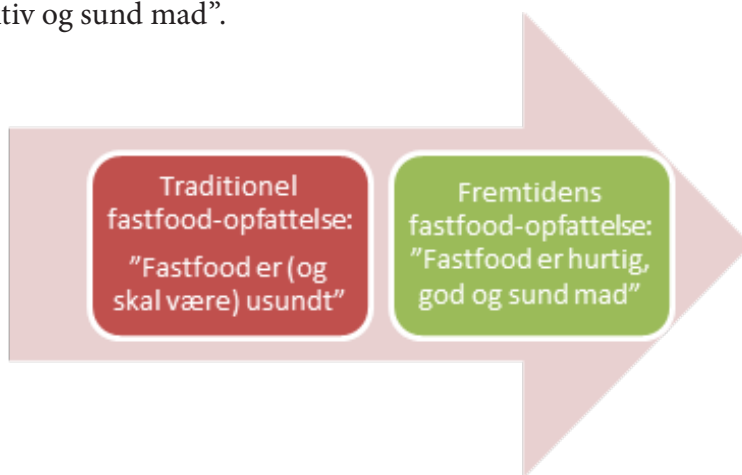


Konklusion og perspektiv

Resultaterne viser, at vaner bestemmer en stor del af, hvad deltagerne spiser på farten, men også prisen, og hvad de bliver fristet af, har betydning. For snackmåltider skal det også være nemt at spise med fingrene. Deltagerne ønsker især større fokus på smag, men et markant ønske er også et større udvalg af sundere og gerne frisk lavede alternativer. Deltagere, der sjældent eller aldrig spiser fastfood og snackmåltider på farten, mangler tillid til produkterne. Undersøgelsen peger i retning af, at producenterne med fordel kan fokusere på at udvikle og markedsføre maden på dens kvalitet samtidig med, at det skal være gennemskueligt for forbrugerne, hvor sundt produktet er - for eksempel gennem nøglehulsmærket. Omkring halvdelen af deltagerne angiver, at de vil købe flere produkter, hvis de ønskede ændringer bliver gennemført.

Der ligger et væsentligt markedspotentiale i at tilgodese de store kundesegmenters ønsker om sundere og bedre kvalitet i fastfood og snackmåltider. Mange kæder og fastfoodrestauranter er allerede godt i gang med en produkt- og strategiudvikling på området. Forbrugerne har dog stadig til gode at se, at området reelt bliver prioritet, og at de nye produkter reelt er sunde og markedsført, så man kan finde dem. Det vil forhåbentlig medvirke til, at den traditionelle opfattelse af fastfood kan ændre sig fra, ”fastfood er og skal være usundt” til ”fastfood er hurtig, attraktiv og sund mad”.



Om SpisVel-projektet

SpisVel handler om markedsudvikling af velmagende, sunde og bæredygtige måltider på spisesteder. Projektet ledes af DTU Fødevareinstituttet i samarbejde med deltagere fra Aalborg Universitet, Madkulturen og Fødevarestyrelsen samt en række fødevarerproducenter og fødevareroperatører (Q8, Statoil, DSB, Mc Donald, DLG Food, Rose Poultry og Lantmannen). Projektet er finansieret af GUDP- Grønt Udviklings- og Demonstrationsprogram.

Projektets formål er at øge danskernes adgang til sunde, bæredygtige og velmagende måltider og mellemmåltider på fastfoodmarkedet. Visionen er at skabe en god platform til en forandring på den lange bane i hele fastfoodbranchen, således at en ny norm bliver skabt, som gør det både nemt og fristende for alle kunder at vælge de sundere og mere bæredygtige måltider.

Tak

Tak til hele projektgruppen og medarbejdere i DTU Fødevareinstituttets Afdeling for Ernæring for værdifuldt input til spørgeskemaundersøgelsen.

Referencer

Undersøgelsen har indgået i Klaus Thomsen Volhøjs speciale med titlen "[Attitude and behaviour in relation to healthier fast food among Danes](#)". Her kan yderligere oplysninger om projektets gennemførelse og resultater findes.

Groth MV, Sørensen MR, Biloft-Jensen A, Matthiessen J, Kørup K, Fagt S (2009). Danskernes måltidsvaner, holdninger, motivation og barrierer for at spise sundt 1995-2008. DTU Fødevareinstituttet

HORESTA (2008). Befolkningsundersøgelse – ernæring. www.horesta.dk/services/aktuelt/nyhedsarkiv/2008.