

Vegankost: Ett hållbart alternativ för framtiden

Konsumentundersökning

Christian Wessman

Examensarbete

Turism

2016

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Turism
Identifikationsnummer:	5639
Författare:	Christian Wessman
Arbetets namn:	Vegankosten: Ett hållbart alternativ för framtiden
Handledare (Arcada):	Hellevi Aittoniemi
Uppdragsgivare:	
<p>Sammandrag:</p> <p>Internationella mattrender som veganismen har ökat under de senaste åren med hjälp av en ökande efterfrågan. Trots att vegan kosten nått internationell publicitet och ett växande utbud i livsmedelsaffärer och restauranger, är veganerna fortfarande en minoritet i Finland.</p> <p>För många handlar vegan kosten om djurens väl, men för andra också om att nå en hälsosammare livsstil eller för att bli mer klimatsmart, eftersom mat står för största andelen av vår påverkan på miljön.</p> <p>Enligt en undersökning är en tredjedel Finländare av den avsikten att de vill minska på sitt köttätande. Dessutom visar en internationell forskning från 2015 att vi skulle spara miljarder euro årligen om människorna åt mera grönsaker och mindre kött, och samtidigt skulle man minska på klimatutsläppen och antalet dödsfall runt om i världen.</p> <p>Arbetet grundar sig på att ta reda på hur medvetna högskolestuderanden i Helsingfors är om veganism och de negativa effekterna av köttätande. Teoretiska referensramen grundar sig på konsumentbeteende och medvetenhet, i detta fall Jagers hållbart konsumentbeteende och Lavidge hierarki av effekter. I den empiriska delen valde jag att utföra kvalitativa intervjuer för att få en djupare förståelse av respondenternas tankar.</p> <p>Det utfördes 8 intervjuer och resultaten visade att de avgörande faktorerna var eget initiativ genom tillräcklig kunskap och emotionellt engagemang.</p>	
Nyckelord:	Konsumentbeteende, Veganism, Högskolestudenter, Helsingfors
Sidantal:	59
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	29.8.2016

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Tourism
Identification number:	5639
Author:	Christian Wessman
Title:	Veganism: a sustainable alternative for the future
Supervisor (Arcada):	Hellevi Aittoniemi
Commissioned by:	
<p>Abstract:</p> <p>International trends like the vegan trend has grown over the past decade as a result of higher demand and result being an increase in the variety of vegan products in grocery stores and restaurants. Despite the growth of veganism in international publicity and popularity, the amount of vegans is still merely a minority in Finland.</p> <p>There are many different reasons for being vegan, one which is the wellbeing of animals, for others it's about being environmentally friendly, but for most it's simply about having a healthy lifestyle.</p> <p>According to recent researches, one third of every Finnish citizen is willing to reduce their intake of meat products. Another recent international research showed that we could save billions of euros yearly by eating more plant based products and less meat, while also reducing the global mortality rates and carbon emissions into the atmosphere.</p> <p>This study is based on finding out how knowledgeable university students in Helsinki are about veganism and the negative effects of meat consumption. The theory is based on consumer behavior and awareness, in this Jagers' sustainable consumption behavior and Lavidge Hierarchy of effects. The empirical part was conducted through qualitative interviews to get an in-depth understanding of the respondents' thoughts.</p> <p>8 interviews were conducted and the results showed that the deciding factor was their own level of commitment through sufficient knowledge and emotional investment.</p>	
Keywords:	Consumer behaviour, Veganism, University students, Helsinki
Number of pages:	59
Language:	Swedish
Date of acceptance:	29.8.2016

INNEHÅLL

Figurer	5
1 Inledning	6
1.1 Problembakgrund	7
1.2 Frågeställning	8
1.3 Syfte	8
1.4 Avgränsningar	8
1.5 Metod- och materialbeskrivning.....	9
2 Tidigare undersökningar	10
3 Vegankost och hälsotrender	12
3.1 Finländska kostvanor.....	15
3.1.1 <i>Finska näringsrekommendationer</i>	16
4 Teori	18
4.1 Hållbart konsumentbeteende.....	18
4.1.1 <i>Hierarkin av effekter</i>	21
4.1.2 <i>Etisk Konsumtion</i>	23
5 Metodbeskrivning	24
5.1 Val av metod.....	25
5.2 Val av respondenter	25
5.3 Genomförande av undersökningen	26
5.4 Frågeguide	27
6 Resultatredovisning	29
7 Diskussion	34
7.1 Hållbart konsumentbeteende.....	34
7.2 Hierarkin av effekter	36
7.3 Konklusioner.....	38
8 Avslutning	39
8.1 Arbetets begränsning	39
8.2 Förbättringsförslag för vidare undersökning	39
8.3 Slutord	40
Källor	41
Bilagor	46

FIGURER

Figur 1 Vegan kostpyramiden	16
Figur 2 Näringsdelegationens rekommendations kosttriangel 2014	19
Figur 3 Teoretisk model för att undersöka konsumentbeteendet mot hållbara livsmedelsprodukter (Jager 2000)	21
Figur 4 Hierarkin av effekter	24

Tabeller

Tabell 1 Växtbaserade kost begrepp.....	15
---	----

1 INLEDNING

Vegantrenden har blivit allmän under de senaste åren och trenden har expanderat från en nisch grupp som väljer vegan produkter av etiska skäl, till en mycket större grupp som är intresserade av miljövänligare och hälsosammare diet och livsvanor.

Enligt Latest Vegan News så är den växtbaserade dieten en av 2016 största trender. Konsumenterna har långsamt men säkert börjat inse betydelsen av hälsosammare, hållbarare och mer etisk kost. Största delen av restauranger i Helsingfors erbjuder vegan alternativ, men deras utbud är oftast mycket ensidigt. Däremot finns det ett antal vegana restauranger som fokuserar enbart på vegan mat som t.ex. Soi Soi, OmNam, Govindam och Silvoplee. Med hjälp av internet och webbplatser som HappyCow, Eat.fi, Vegaaniliitto, och facebook grupper som Vegaaninen Helsinki, så hittar man all information som man behöver för att hitta veganrestauranger i Helsingfors (Latest Vegan News, 2016).

Vegan fenomenet är fortfarande relativt ungt i Finland men det är på uppgång med hjälp av sociala medier och i synnerhet ungdomars nyfikenhet för informationssökning. Vi lever i ett informationssamhälle som gör det mycket enkelt att dela information med varandra och således upplysa folk. Detta ger oss en möjlighet att åstadkomma en förändring, t.o.m. en revolution. För att minska belastningen på miljön så måste vi fundera på vad och vilka lösningarna är, och jag tycker att en förändring till en växtbaserad kost är en viktig del av detta.

Jag är själv intresserad av denna trend pga. etiska skäl, personliga hälsoskäl och med tanke på hållbar utveckling och planetens framtid.

1.1 Problembakgrund

Det finns olika skäl till att en person väljer att leva som vegan, de tre vanligaste är djuretiska, miljö- och hälsoskäl (Vegan Society).

Den historiska och ursprungliga faktorn är det etiska aspektet, som för veganer innebär att de vill förhindra djurplågeri. Detta beror oftast på att de har ett emotionellt förhållningssätt till djuren eller tycker att alla djur på planeten har rättighet att få leva i fred, så som vi människor. Detta är en mycket komplex och filosofisk fråga som har diskuterats i många århundraden (Vegan Society).

Hälsa är den andra faktorn i veganismen, mer och mer människor vänder sig till vegan livsstilen pga. dess positiva hälsoeffekter som ökad energi känsla, yngre hud eller helt enkelt bantning. En väl planerad växt baserad kost innehåller mycket protein, järn, kalcium, vitaminer och mineraler. De är också låga i mättade fetter, hög i fiber, hög i antioxidanter. Dessa faktorer hjälper att mildra flera av de stora hälsoproblem i världen som fetma, hjärtsjukdomar, diabetes och cancer (Vegan Society).

Miljöfaktorer hör troligen till de viktigaste aspekterna för veganer. Det mest effektiva som vi som människor kan göra för att rädda miljön är sänka på koldioxidutsläppen genom att minska på konsumeringen av djurprodukter. Antalet spannmål och vatten som krävs för att fodra alla djur är enorm och är den största orsaken till avskogning, utrotning av arter och förlust av livsmiljöer i världen. Dessutom skapar detta stora metangasutsläpp, som sägs vara mycket starkare växthusgas än koldioxid (Vegan Society).

Vi som konsumenter bör inse och erkänna vegan föda som ett viktigt alternativ till kött, och vi borde försöka sträva efter ett samhälleligt paradigmskifte i vårt samhälle. Vi kan göra världen till en bättre plats genom en förstärkt konsumentmedvetenhet. (Vegania).

1.2 Frågeställning

Frågeställningen är att har unga högskolestudenter i Helsingfors tillräckligt med kunskap om hur deras kostvanor påverkar hälsan och miljön? Med tanke på framtiden är det viktigt att den yngre generationen har en stark kunskap om deras kostvanor, och vilka de negativa påverkningarna är. Med tanke på vårt välbefinnande och vår framtid är det viktigt att vi tar hand om vår hälsa och miljön likaså.

1.3 Syfte

Mitt syfte med detta arbete är att reda ut hur medvetna högskolestudenterna är om vegankost och dess inverkan på hälsan och miljön.

Med hjälp av tidigare forskningar, och intervjuer med unga respondenter strävar jag till att få veta hurdan allmän kunskap ungdomar har om vegan kost och dess inverkan.

1.4 Avgränsningar

I intervjuerna har jag valt att fokusera enbart på ykeshögskole studenter i Helsingfors.

1.5 Metod- och materialbeskrivning

För arbetets empiriska del har det använts kvalitativ undersökningsmetod. Undersökningen har utförts genom korta semistrukturerade intervjuer med 8 högskolestuderande från Helsingfors. Intervjuerna utförs på skolans campus i Arcada universitet. Uppskattningsvis kommer intervjuerna att räcka ungefär tio minuter.

Teorigrunden kommer att bildas baserat på tidigare forskningar och konsumentundersökningar, och även litteraturs källor som behandlar mest konsumentbeteende, främst av forskarna Lavidge, Jager och Harrison.

2 TIDIGARE UNDERSÖKNINGAR

I en undersökning gjord i Dublin år 2005 undersökte Joe Bogue, Therese Coleman och Douglas Sorenson konsumenternas determinanter angående kostvanor för hälsosammare mat i Dublin. Målet var att undersöka konsumenternas attityd till diet, hälsa och hälsofrämjande kost för att få fram vilka hälsorelaterade faktorer uppfattas som viktigast i processen av matval, såväl som förhållandet mellan attityder, tro och kostvanor. Det gjordes genom en enkätundersökning och resultaten visade att av de 300 respondenterna anser 47% att hälsan beror starkt på personens matvanor och 66% av respondenterna var av den åsikten att hälsosamma matvanor är viktigt och påstod att de hade ändrat sina vanor i dom senaste fem åren. I konklusionen kom det fram till att kvinnliga respondenter och de över 35 år gamla var mest bekymrade över sin hälsa, och var mest kunniga i näringsrelaterade frågor, likaså var respondenterna med högre socioekonomisk status. Forskningens viktigaste upptäckt var att de konsumenter som hade kunskap om hälsosamma kostvanor, rätt attityd till hälsokost och närings kunskap också uppvisade ett hälsosamt kostbeteende. Således var respondenterna med mer kunskap om kost och näring mer bekymrade över sin hälsa, vilket tyder på att de mer sannolikt engagerar sig i hälsosammare kostvanor. Man kan dra slutsatsen från forskningen att konsumentens kunskap om hälsokost och dess inverkan är den viktigaste faktorn i valet om hälsofrämjande kost. (Bogue, Coleman, Sorenson, 2005)

I en nyare undersökning som utfördes av Nielsen's Global Health & Wellness (2015) deltog det 60 000 människor från 60 olika länder. 50% av respondenterna ansåg att de är överviktiga och likaså 50% försöker aktivt att gå ner i vikt. De strävar efter detta genom hälsosammare matvanor. Livsmedelsproducenter hjälper dem genom att skapa produkter som innehåller mindre socker, sodium, kolesterol och dåliga fetter. Detta tyder på att åtminstone hälften av befolkningen är intresserade av hälsosammare livsvanor, och det är därför som vegan trenden har blivit vanligare med åren. Forskningens resultat visade att det finns stor efterfrågan för hälsosamma produkter, vilket betyder att hälsoprodukt trenden är på uppgång, och detta utgör en möjlighet för producenterna. Ca 40% av respondenterna påstår att de planerar konsumera mera grönsaker och frukter i de kommande sex månaderna. Därtill planerar 25% av respondenterna att konsumera mera skaldjur, yoghurt och vatten, medan 20% planerar att konsumera mer nötter och frön.

(Global Health & Wellness, 2015). Denna forskning följer samma trend som den från 2005.

Marco Springmann från Oxford Martin Programme on the Future of Food, ett prestigefyllt universitet som specialiserar sig på vetenskapliga forskningar, utförde den första detaljerade forskningen i 2015 som behandlar växtbaserade kostens inverkan på hälsa och miljö. Springmann (2015) förklarar att genom att minska på köttkonsumtionen så kan vi åstadkomma positiv utveckling inom hälso- och ekonomiska området globalt. Från ett hälsoperspektiv så hjälper den växtbaserade dieten att minska på hälsovårds kostnader med flera miljarder, och dessutom minska på prematurt dödsfall, för att inte tala om inverkan på miljön med växthusgasutsläpp och andra klimatskador som t.ex. global uppvärmning. En växtbaserad diet som är i linje med de internationella rekommendationerna sägs kunna minska på den globala mortaliteten med 6-10% och minska på växthusgasutsläppen med 29-70% i jämförelse med ett referens scenario vid året 2050. De påstår att vid år 2050 så kommer de ekonomiska fördelarna av denna diet orsaka en förhöjning på 1-31 biljoner US dollar, som motsvarar ungefär 0.4-13% av den globala bruttonationalprodukten vid år 2050. Om vi skulle följa den internationella rekommendations linjen så bör människor öka på grönsaks- och fruktkonsumtionen med 25% och minska på den röda köttkonsumtionen med 56%. Detta skulle också, i synnerhet, i västerländska länderna minska på det allmänna kaloriintaget med 15% således minska på fetma och överviktiga individer. Man kan sammanfatta med hjälp av denna forskning att genom att föra fram och åberopa de ovannämnda aspekterna så kan man förbättra konsumentmedvetenhet och således leda till en större efterfråga (Airola, 2016).

Alla de ovannämnda forskningarnas resultat tyder på att majoriteten av människorna är av åsikten att matvanor påverkar enormt på hälsan. Respondenterna är antingen intresserade av att banta genom ändrade matvanor, eller har redan ändrat sina matvanor genom att minska på köttkonsumtionen och öka på grönsaks intaget. Springmann förklarade dessutom att man kan både kan förbättra hälsan och den globala ekonomin genom minskad köttkonsumtion.

3 VEGANKOST OCH HÄLSOTRENDER

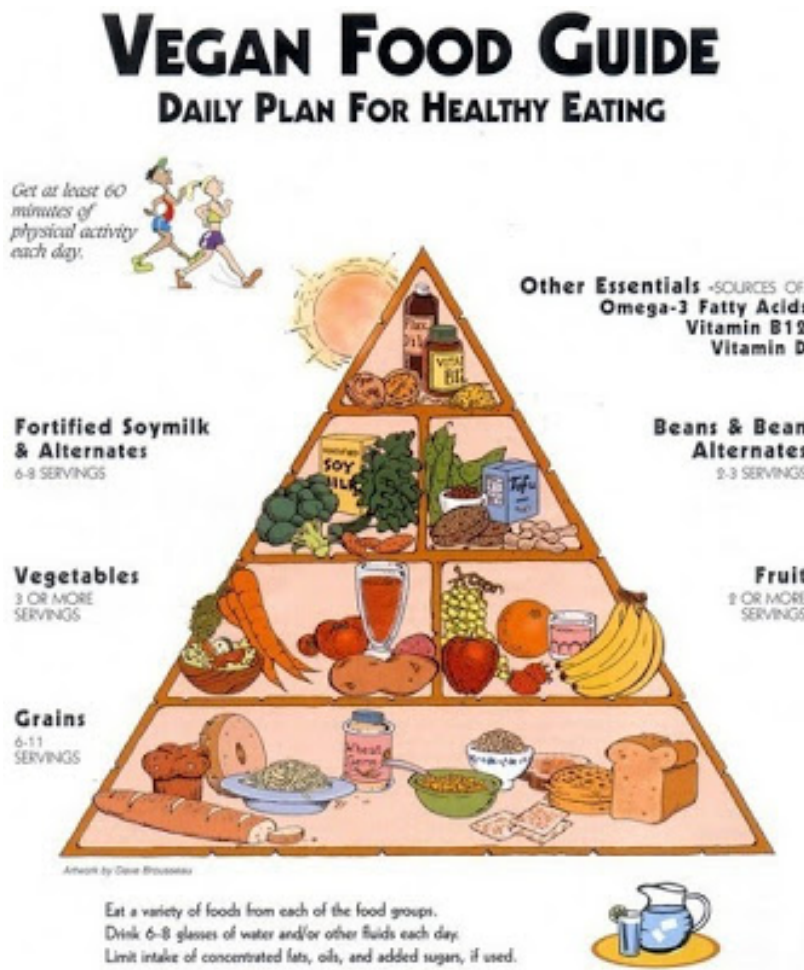
För att kunna förstå vad vegan kost är, måste man först begripa begreppet vegetarian. Varifrån härstammar ordet vegetarian? Ursprungligen så kommer orden vegetarism eller vegetarian från det latinska ordet vegetare. Vegetare betyder ”att ge impuls, ge kraft och hälsa” (Johansson, 2007). En annan term för vegan och vegetariska kost är en växtbaserad kost, vilket innebär att största delen av din kost härstammar från växtriket, och givetvis i dess naturliga eller hela form. Utgångspunkten är att man får sina ingredienser i sina naturliga form för att laga måltider, så som grönsaker, frukt, potatis, baljväxter, nötter och frön. Vegetarian och vegan fenomenet är ingen ny företeelse, eftersom Pytagoras redan i 500-talet f.Kr. var av den åsikten att människor inte skall äta kött pga. moraliska skäl. Han ansåg att köttet ”smutsar och brutaliserar den mänskliga själen”. Trots detta så var det först i början av 1800-talet som folk började bli intresserade av denna kost, med uppkomsten av olika böcker som behandlade människans hälsa. Man kan dra den slutsatsen att motiven för vegetarism har varierat under tidens gång med allt från religion, hälsa till moral. Under 1970-talet blev det populärt att avstå från kött pga. solidaritet med den fattiga befolkningen i världen. I 1990-talet blev det ett bredare intresse, av etisk natur, för denna kost bland den unga generationen, vilket också är kopplad med ett starkt oro för miljön. Det finns olika vegetariska varianter som den enskilde individen väljer på basen av hans bakomliggande skäl (se tabell 1).

Namn	Kött (inkl. fågel, fisk, skaldjur)	Ägg	Mjölksprodukter	Vegetabilier
Blandkost	Ja	Ja	Ja	Ja
Vegan	Nej	Nej	Nej	Ja
Lakto-vegetarian	Nej	Nej	Ja	Ja
Ovo-vegetarian	Nej	Ja	Nej	Ja
Lakto-ovo-vegetarian	Nej	Ja	Ja	Ja
Pesceterian	Bara fisk & skaldjur	Ja	Ja	Ja
Demivegetarian	Bara fågel & fisk	Ja	Ja	Ja

Tabell 1 Växtbaserade kost begrepp (Näring och hälsa med speciella hänvisningar till vegetarisk kost, 2007)

Veganer äter alltså endast vegetabilier, medan de andra växtbaserade kosterna varierar. En grundregel för växtbaserade kosterna är att försöka utvidga innehållet av olika vegetabiliska produkter. Det är naturligtvis bra även som en person med blandkost att variera med livsmedel i sin kost eftersom näringsinnehållet oftast blir rikare. Man kan dra den slutsatsen om att kunskap är en viktig faktor då man väljer någon av dessa koster. En mångsidig kost som vegan innebär att man äter olika sorts grönsaker, rotfrukter, frukt, bär och nötter (se figur 1). Kosttriangeln i figuren är uppbyggd så att den högsta rutan är minst, och rutorna blir större desto lägre man går i pyramiden, som naturligtvis syftar till den dagliga proportionen av de olika livsmedlena. Den förklarar dessutom att man skall sträva till att motionera åtminstone 60 minuter per dag. I toppen av pyramiden, och den minsta rutan, består av omättade fetter, vitamin B12 och D vitamin. Nästa ruta består i stor del av protein haltiga sojaprodukter och dylikt, och dessutom bönor och annat liknande. Tredje rutan består av grönsaker och frukter, och denna är den nästa största rutan. Sista rutan och den största innehåller spannmåls produkterna. Argumentet emot en

långvarig vegan kost är att man sägs ha brist på vitamin D och B12, som man vanligtvis får genom ägg och mjölkprodukter. Detta kan givetvis korrigeras med hjälp av tillskottsämnen i form av tabletter eller i pulverformat. (Johansson, 2007: 15-16)



Figur 1 Vegan kostpyramiden (Daystar botanicals, 2016)

Vegan kosten är en diet men också ett levnadssätt som innebär att man avstår från allt som omfattar konsumtion av animaliska produkter. Detta betyder alltså att veganer avstår från allt med animalistiskt ursprung som kött, ägg, mjölkprodukter, fisk, fågel, honung och olika tillsatser. Veganer avstår också från att använda även andra animaliska produkter annat utöver mat, som till exempel läder, päls, ylle och dun produkter. En vegan undviker även djurparker, tjurfäktning och andra aktiviteter som innefattar och upplevs som djurplågeri. Veganer avstår alltså i största möjliga mån allt som innefattar konsumtion av djurprodukter eller som utnyttjar dem (Vegan Society, 2016).

Vegetarian är det vanliga begreppet som vi ofta hör i Finland och i Norden, men vad det egentligen åsyftar är det vi kallar lakto-ovo-vegetarianer. Det är stor skillnad mellan det och veganism, eftersom lakto-ovo-vegetarianer avstår endast från kött, men de äter fortfarande mejeriprodukter, såsom t.ex. mjölkprodukter och ägg. Vegetarianismen är ett mycket vanligt levnadssätt globalt. Antalet vegetarianer globalt är självklart svårt att mäta exakt men enligt forskning från 2006 är t.ex. enbart 3,6% av amerikaner som är vegetarianer. Medan i Europa så ökade antalet vegetarianer efter den galna ko-sjukan, så idag är 6% av Europas population vegetarianer. (Raw food health, 2016). I Finland är det ungefär 3% av befolkningen som är vegetarianer och antalet ökar konstant. (Ruokatieto, 2016)

3.1 Finländska kostvanor

I Finland idag äter man fyra gånger mer grönsaker, frukter och bär i jämförelse med på 1950-talet, och grönsaksintaget har fortsatt växa även under 2000-talet, dock är det en stor del som fortfarande har lågt grönsaks intag i deras näringskost. Korn konsumtionen har sjunkit, likaså har rågbröd konsumtionen minskat i de senaste fem åren. Köttkonsumtionen har ökat med 50% sen 1950-talet, i synnerhet fågelkött. De stora problemen i den finska näringskosten är kvaliteten av kolhydraterna och de omättade fetterna. (Ravitsemusneuvottelukunta, 2016:13)

Enligt den regionala hälso- och välfärdsundersökningen ATH (Aikuisten terveysterveystutkimus ja palvelututkimus) som gjordes mellan åren 2013-2015 i Helsingfors regionen, visas det att antalet som knappt- eller i små mängder äter färska grönsaker i Helsingfors är 17,3%. Andelen med lågt grönsaksintag är 22,2% och kvinnornas andel är 13,2%. Med grönsaker menar man också frukter, rotfrukter, bär och ärtväxter. Det första man lägger märke till är de med lägre utbildning, förmodligen har lägre grönsaksintag. Det visar sig dessutom att äldre kvinnor och män äter mindre grönsaker. Slutsatserna från en ekonomisk synpunkt är att människor med lågt grönsaks intag är direkt kopplat med högre risk för sjukdomar, således förbrukar de mycket sjukvårdsresurser och ökar antalet människor med arbetsoförmåga, vilket påverkar ekonomin i landet. Den regionala hälso- och välfärdsföreningens förslag för förbättring är att dessa hälsoaspekts överväganden

måste tas i beaktan inom matindustrin för att öka möjligheterna till hälsosammare alternativ i all regional verksamhet (Kaikkonen et al, 2015)

Enligt vegan samfundet i Finland, Vegaaniliitto ry ordförande Chanth, intresserar veganismen finländare mer än tidigare. Konsumenterna är bekymrade över hälsa, etik och ekologi. Institutet för hälsa och välfärd i Finland påstår att en stor del av finländarna med växtbaserad kost är lakto-ovo-vegetarianer, dvs. de äter fortfarande ägg och mjölkprodukter. Enligt deras statistik är växtbaserad kost ganska vanligt i Finland, med t.ex. 10% av 25-34 åriga kvinnor som påstår vara vegetarianer.

Den ekologiska livsmedelsaffären Ruohonjuuris marknadsförings- och inköpschef Koskinen förklarar att deras grönsakskorvs försäljning har ökat med över dubbelt så mycket på somrarna (Koskinen, 2014).

3.1.1 Finska näringsrekommendationer

Finlands näringsdelegation har en ny näringsrekommendation, publicerad i 2014, som gäller hela finska befolkningen. Det visar sig att den liknar mycket de nordiska rekommendationerna, som lägger helheten som fokus och livsmedlen skall ha en stark betoning på hälsa. Dessa rekommendationer skall användas i alla instanser i vår stat för att nå en bättre folkhälsa. Rekommendationerna är planerade enligt vår finländska matkultur och matvanor. Det som kommer fram är ett lägre saltintag, som motsvarar de långsiktiga målen som är förenliga med World Health Organization och andra internationella organisationer. Selen och fett intaget har ökats, medan kolhydrat intaget har sjunkit. De lägger mer betoning på kvaliteten av kolhydraterna och fetterna, dvs omättade fetter och fiberrika kolhydrater bör ökas. Kosttriangeln (se figur 2) betonar mer hälsosamma ingredienser som grönsaker, rotfrukter, bär, frukt, baljväxter, nötter, vegetabiliska oljor, fisk, fullkornsspannmål, frön och fettfritt mjölk. Högst i pyramiden är oftast ohälsosamma mellanmål dvs. skräpmat som sockerprodukter och mättade fetträtter. I den näst högsta rutan ligger rött kött och ägg. Den tredje rutan består av vitt kött, dvs. kyckling och fisk. Under vita kött rutan så hittar man låg fetthaltiga mjölkprodukter och grönsaksolja, margarin, nötter och frön. Den näst lägsta rutan består

av fullkorns kolhydrater, bröd, gröt, mysli och potatis. Den lägsta rutan, och den största består av frukter, grönsaker och bär. Rekommendationen är att äta en halv kilogram växtbaserade ingredienser och minskning av rött köttintag. De rekommenderar också att minska på tillsatt socker i produkter. (Ravitsemusneuvottelukunta, 2016:20)

I den nya näringsrekommendationen ingår också nya ämnesområden som vegetarisk kost och förpackningspåskrifter. De tar dessutom upp hållbara utvecklings perspektivet i våra kostval. (Ravitsemusneuvottelukunta, 2016)



Figur 2 Näringsdelegationens rekommendations kosttriangel 2014 (Näringsdelegationens rekommendations kosttriangel 2014)

4 TEORI

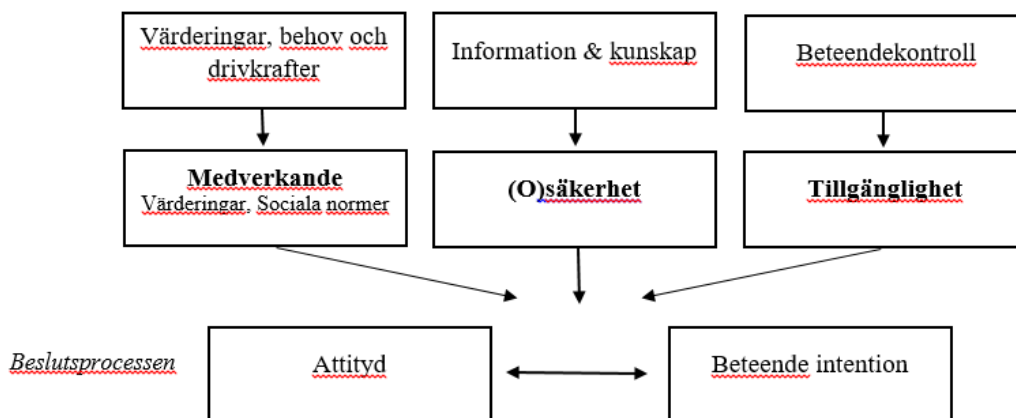
I detta kapitel kommer jag att behandla den teoretiska referensramen som är grunden för detta arbete. Den första delen behandlar hållbart konsument beteende som fokuserar på beslutsprocessen och vilka faktorer som driver konsumenten att välja det ekologiska alternativet. Andra stycket behandlar en hierarkisk effektmodell, och fokuserar på medvetenhet och kunskap, för att besvara huvudsyftet med arbetet.

4.1 Hållbart konsumentbeteende

Enligt Jager (2000) är det oftast så att människor inte är medvetna om de negativa effekterna av deras beteenden på miljön i längden. Det beror på att konsumenten gör vardagliga beslut utan eftertanke. De faktorer som driver konsumentbeteendet är enligt Jager (2000) värderingar, förmågor, osäkerhet, behov och beteendemässigt kontroll. De övriga faktorerna är inflytande av övriga konsumenters omdöme, marknadsföringen och kulturella faktorer. När det kommer till inköpsbeteende och motivationer så grundas det oftast på olika konsumenters behov, beroende på deras livssituation, vilket också betyder att det kan ändras när en produkt anses möta det aktuella behovet och värderingen. Det som skiljer hållbar konsumtion från icke hållbar konsumtion är att konsumenten vid beslutsprocessen inte endast tar hänsyn till sig själv och hens värderingar och behov, men snarare att man också tar hänsyn till det sociala ansvaret. (Vermeir, Verbeke, 2006). Jager (2002) förklarar att en konsument som är starkt motiverad att förändra sitt beteende, är mer sannolik att absorbera information och tänka över alternativen vid köpbeslutet. Det är en viktig faktor för konsumenten att de personligen anser att deras egen insats kan leda till en lösning av ett socialt problem. Beteendeförändring är alltså en viktig faktor för konsumenten, och det måste skapas en övertygelse om att han eller hennes insats har en påverkan (Vermeir, Verbeke, 2006). Det visar sig också att konsumentens känslor har en stark insats i deras beteendeförändring, som kan utnyttjas genom att upplysa folk om de olika negativa miljöpåverkningarna som klimatförändringar osv. Genom att skapa en känslomässig förbindelse, kan man öka på kundmedvetenheten, således leda till motivationen att lösa problemet (Clemensson Lindell et al, 2015).

Konsumentbeteende modellen (se figur 3) av Jager fungerar som en teoretisk referensram för att undersöka konsumentbeteendet i anknytning till hållbara kostprodukter. De tre huvuddeterminanterna är värderingar, behov och drivkrafter, information och kunskap, och beteendekontroll. Dessa element har indirekt inflytande på konsumentens beslutsprocess genom medverkande, osäkerhet och tillgänglighet (Vermeir, Verbeke, 2006: 172).

Individuell och situations
determinanter



Figur 3 Teoretisk modell för att undersöka konsumentbeteendet mot hållbara livsmedelsprodukter (Jager 2000)

Första rutan uppvisar begreppen värderingar, behov och motiveringar. Värderingar anses som en stark övertygelse om sin personliga- eller sociala önskvärdhet av ett visst tillstånd eller tillvägagångssätt. Värderingar uttrycker målen och behoven som motiverar människor och lämpar sig till att nå sina mål. Som ett exempel är de människor som håller sig fast vid värderingen universalism, mer benägna att beskydda miljön, sålunda väljer de att köpa det miljövänliga alternativet.

Medverkande anses som en uppfattad personlig betydenhet, som är en viss sorts motivering. Medverkande aktiveras då en produkt eller tjänst uppfattas som en viktig uppfyllelse av ett behov eller mål. Objektet är viktigt till sig själv eftersom den tilltalar viktiga värderingar och mål i den personens liv. Människor är motiverade att benägna mer kognitiv ansträngning i beslutsprocessen då de är djupt involverade, dvs. låg motivering leder oftast till lågt medverkande. Medverkande påverkar hur omfattande informationssökningen är, längden av beslutsprocessen, bildning av övertygelser, attityder och avsikter mm. Genom att främja de rätta värderingarna som t.ex. hållbar

konsumtion och universalism genom socialisering kan underlätta genomförandet av långsiktiga målen av hållbar konsumtion (Vermeir, Verbeke, 2006).

Tillgång till tillförlitlig information är en annan viktig faktor i köpbeslutsprocessen. Flera studier har visat att en låg andel människor har djup uppfattning om den realistiska hållbara karaktären av en produkt. Kommunikationen är oftast svag mellan konsumenten och producenten när det gäller hållbara produkter, vilket leder till att köpbesluten ofta görs på basen av bristfällig kunskap och på basen av gamla vanor och kostnader. Dessutom har konsumenten brist på kunskap om lantbruk och dess produktionsprocesser, såväl som brist på insikt om konsekvenserna av deras köpbeslut på livsmedelskedjan och miljön. Om informationen är motsägande eller för komplex, kan det leda till att konsumenten är tveksam om produkten vid köpbeslutet. Hållbarhet är ett tilltro attribut, vilket betyder att konsumenten måste lita på källan och inte själv kan evaluera produkten. Denna osäkerhet kan leda till social information, som betyder att konsumenten litar på andra människors krav. En lösning till detta är produktmärkningar som t.ex. eko- och fair-trade märkningar (Vermeir, Verbeke, 2006).

Den sista determinanten i konsumentens köpbeslutsprocess är beteendekontroll som angår tillgängligheten av hållbara produkter. Beteendekontrollen hänvisar till lättheten eller svårigheten av erhållandet eller konsumeringen av produkten. Även om den hållbara konsumtions motiveringen är stark så är det omöjligt att göra det med svag tillgänglighet. Problemet här är brist av alternativ, dvs. i detta fall vegan livsmedel eller restauranger. Dessutom är de etiska produkterna oftast begränsade i antal i jämförelse med de vanliga produkterna. En ny forskning visade att 52% av konsumenterna är intresserade av hållbara produkter men valde inte att köpa dem pga. de upplevda hindren i tillgänglighet, besväret och priset (Robinson and Smith, 2002). Ett annat aspekt i samband med beteendekontrollen är den upplevda konsument effekten, vilket är då konsumenten anser att hans egna insats eller försök kan bidra till att lösa ett problem. Hög upplevd konsument effektivitet är nödvändigt för att framkalla konsumentens positiva attityd till verkliga köp. (Vermeir, Verbeke, 2006; 172-175,)

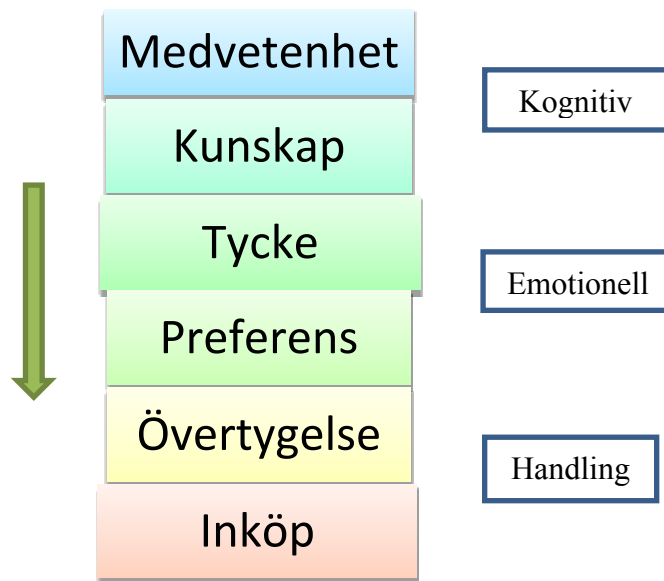
I allmänhet har ungefär 30% av konsumenterna en positiv attityd mot hållbar konsumtion. Dessa konsumenter påstår att de är uppmärksamma om ekologisk paketering av

produkter, matens ursprung, frånvaron av genetisk modifierade organismer och regelbundet köper de hållbara organiska kostvaror. Deras uppfattning är att hållbara produkter är av högre kvalitet när det gäller smak, säkerhet, färskhet, och dessutom bättre med tanke på hälsan, miljön och lokala ekonomin. Den negativa attitydens attributer mot hållbara alternativen är pris, utseende, bekvämlighet och bevarandet av gamla vanor. Dock, även om konsumenten har en positiv attityd mot hållbara alternativ så är de oftast passiva som konsumenter när det gäller stödjande av miljö och förbättring av djurskydd pga deras begränsade budget. Det finns olika förklaringar till klyftan mellan konsumentens positiva attityd mot hållbara produkten och själva beslutsprocessen, som t.ex. gamla vanor och situationsfaktorer som t.ex. kampanjer och annonsering. Annat som kan orsaka låg marknadsandel för hållbara produkter är individuella och olika samhällsliga omständigheter som t.ex. kulturella och religiösa faktorer som t.ex. muslimska halal som behandlar regler om tillåtna livsmedel (Vermeir, Verbeke 2006).

4.1.1 Hierarkin av effekter

Hierarki modellen av Robert J Lavidge och Gary A Steiner var gjord i 1961 som ett marknadsförings kommunikations modell och en utökad version av AIDA-modellen. Hierarki av effekter teorin har sex steg från den stunden där man ser en produkt annons till själva köpbeslutet. Den grundläggande tanken är att främjandet av en produkt ska ta potentiella kunder från ett sinnestillstånd av total omedvetenhet om varan till ett köp. Hierarkimodellens huvudsakliga resonemang är att tänka->känna->göra. I produktlivecykelns start, börjar man vid toppen av hierarkimodellen med medvetenhet, och från den punkten går man steg för steg neråt.

De sex stegen är medvetenhet, kunskap, tycke, preferens, övertygelse och inköp. Lavidge och Steiner föreslår att de sex olika stegen kan splittras i tre olika kategorier av mänskligt beteende, dvs. kognitiv (tänka), emotionell (känna) och handling (göra). Det är annonsörens ansvar att främja dessa tre beteenden. (Lavidge, 1961).



Figur 4 Hierarkin av effekter (Builtvisible, 2016)

Det kognitiva innebär att konsumenten blir medveten om produkten och det handlar mest om informationssökningen och informationsbearbetning. Omfattningen av informationsbearbetningen beror på konsumentens förmåga, möjlighet och motivation att analysera eller absorbera den information som finns till hands. Därför är det viktigt att tydligt framföra den viktigaste informationen så att det är lätt att förstå, med tanke på målgruppen. Till det kognitiva hör medvetenhet som innebär t.ex. att konsumenten blir medveten om produkten via annonser. Kognition är sammansättningen av medvetenhet med kunskap, och med kunskap menar man att konsumenten får djupare insikt om produkten genom t.ex. internet, reklam eller word-to-mouth (Builtvisible, 2016).

Emotionella delen tyder på att konsumenten gillar produkten och är övertygad av den. Detta handlar mest om attityd bildning, hur konsumenten tycker om din produkt, och vilka känslor man vill förknippa med produkten eller varumärket. Produkten bör inriktas på känslor, livsstil och värderingar som till resultat kan hjälpa förändra eller skapa konsumentens attityd. Kombinationen av tycke och preferens motsvarar emotion i detta fall. Med tycke menar man naturligtvis att konsumenten gillar själva varan, medan preferens är valet mellan olika alternativ som kan uppstå då det finns konkurrenter. (Builtvisible, 2016).

Handling innebär att konsumenten uttrycker viljan att köpa den valda produkten. Om det kognitiva är kopplat med intelligens, och emotionella med känslor, så behandlar handlingen hur en person agerar som respons till intelligens och känslor. Handlingen är det beslutsfattande beteendet som driver handlingen i köpbeslutet, eller uppkomsten av köpavsikts intresset. Övertygelsen leder till inköpet, men för att nå en övertygelse skall man sträva till att ingjuta förtroende i produktens fördelar. Man kan också fokusera på att förbättra användarupplevelsen genom att skapa bra anvisnings- och handlednings möjligheter (Builtvisible, 2016).

4.1.2 Etisk Konsumtion

Redan i boken *Understanding Green Consumer Behaviour* (1997) av Sigmund Wagner påstås det att genom forskning av Europeiska konsumenter att kunskapen om de olika ekologiska, eller gröna, produkterna påverkar på köpbeteendet. Begreppet ”grönt konsumentbeteende” tyder på människor som har ”beteende som återspeglar oro över effekterna av tillverkning och konsumtion på miljön” (Wagner, 1997;150)

Ett av syftena med forskningen är att förstå konsumenten och varför de valt denna diet som en del av deras livsstil. Enligt Rob Harrisons (2005) *The Ethical Consumer* så är den traditionella modellen den så kallade ”traditional purchase behaviour” där konsumenten oftast väljer det billigaste alternativet då de ska köpa något, men endast så länge som att produktens användbarhet eller funktionalitet är ungefär lika bra som det dyrare alternativet. Däremot i vissa fall så väljer konsumenten att bojkotta ett visst märke eller bränd pga. något de hört eller läst. De kanske väljer fair-trade produkten eftersom de vill stöda utvecklingsländer, eller en produkt med ecolabel, miljömärkning, för att de antar att den är miljövänligare. Denna typ av beslut beskrivs som ett etiskt köpbeslut. Detta betyder naturligtvis inte att konsumenten väljer etiska alternativ om det är för dyrt eller om matprodukten smakar illa. Således så ignorerar inte den etiska konsumenten pris och kvalitet, men de håller fortfarande vissa ytterliga kriterier i beslutsprocessen. Man kan

alltså dra slutsatsen att den etiska konsumenten är bekymrad och medveten om påverkan av deras köpbeslut, inte bara för sig själva, men också den externa världen omkring sig. I fallet där man köper en organisk mat produkt så tyder det på att motivation är en viktig aspekt i att identifiera den etiska konsumenten. Enligt olika undersökningar så väljer konsumenten organiska livsmedels produkter för att de fruktar insektsmedel och andra pesticiders inverkan på deras hälsa. Dessa val är inte endast etiska, eftersom deras huvudsakliga oro är internt, dvs. deras egen hälsa. Det andra fallet, det etiska valet, är då konsumenterna köper organiska produkter pga. det externa hotet av pesticider som inverkar på miljön och vilda djuren där lantgården befinner sig. Det etiska konsumtionsbeteendet är mycket brett och komplext och det har olika typer som går enligt konsumentens vilja att anknyta sig, eller påverka försäljaren eller produkten. (Harrison, 2005:1-2)

5 METODBESKRIVNING

Forskningar delas in i två olika kategorier, beroende på undersökningens karaktär. Kvantitativ metod innebär observation av ett visst fenomen genom att använda sig av matematiska, numeriska och statistiska metoder. Det beskrivs som objektivt, en samling av numerisk data och att kopplingen mellan teori och forskning är deduktivt (Bryman & Bell, 2011: 150).

Kvalitativa metoden, innebär inte statistik eller siffror, utan fokuserar mera på själva intervjun och orden istället för siffrorna. Det beskrivs som induktivt i kopplingen mellan teori och forskning, dvs. teorin alstras från forskningen. Man försöker alltså förstå respondentens åsikter, perspektiv och världsbild, i stället för en naturvetenskaplig modell som används i kvantitativ forskning (Bryman & Bell, 2011: 386).

Strukturerad intervju innebär att alla delar i intervjun är strukturerade, dvs. frågorna är väl uttänkta i förväg, alla respondenter får samma kontext av frågor och intervjuaren bedömer respondentens svar genom olika bedömningsskalor. Strukturerade intervjuer är

därför oftast säkra med tanke på bedömningen och rättvis hantering av respondenterna (Bryman & Bell, 2011: 202).

En semistrukturerad intervju till skillnad från strukturerade intervjuer innebär oftast att intervjuaren har en lista på frågor, men varierar på deras ordning och kan ställa följdfrågor vid behov. Frågorna är dessutom oftast mer allmänna i deras referensram i jämförelse med strukturerade intervjun (Bryman & Bell, 2011: 205).

5.1 Val av metod

För min undersökning kommer jag att utföra korta semistrukturerade intervjuer med 8 studenter på Universitetet Arcadas campus, samt litteraturstudier om tidigare forskning för att få svar på frågeställningen. Syftet med intervjuerna var att undersöka hur väl de teoretiska referensramarna i de tidigare undersökningarna korrelerar med de högskolestudenternas beslutsprocess. Intervjun använde samma frågeguide för alla respondenter, fastän frågorna varierade smått beroende på svarens riklighet. Kvalitativ insamling av data har använts för att få en uppfattning om nuläget. Jag kommer också att basera mina resultat på de svar och slutsatser som jag erhåller via mina intervjuer. Veganism är trots allt en rätt marginell företeelse och det mesta av litteratur om veganism handlar mera om kokböcker än om etik och livssyn.

5.2 Val av respondenter

Jag valde respondenterna slumpmässigt för att få mångsidigare svar. Det var ett medvetet beslut att försöka få respondenter av båda könen för att se hur de skiljer sig sinsemellan. Åldern spelade ingen roll så länge som de var studerande och givetvis relativt unga. Respondenterna kontaktades på skolområdet i Arcada universitet slumpmässigt, trots att inte alla de människorna som frågades om att intervjuas var intresserade. Slutligen fick jag tag på 6 män och 2 kvinnor i åldrar från 21 till 28. Intervjuernas längd varierade men i genomsnitt var de ungefär 4-10 minuter långa.

5.3 Genomförande av undersökningen

Intervjuerna bandades in med en bandspelare för att senare kunna transkriberas. I intervjuguidens sjunde fråga om kosttriangeln, som konstruerats av statens näringsdelegation, ifrågasätter jag deras kunskaps nivå om kosttriangeln, och efter att dom försökt beskriva den så visade jag kosttriangeln åt dem. Första intervjun utfördes i skolans matsal den 8.6.2016 med en 27 årig manlig student från Arcada, intervjun räckte ca. 4 minuter. Jag frågade honom om han skulle vara intresserad att delta i en kort intervju för en konsumentundersökning om veganism och hälsa. Den andra respondenten intervjuades också i skolans matsal, skolans matsal fungerar som en samlingsplats för studerande pga. salens storlek och enorm mängd stolar och bord, det är ett optimalt ställe att hitta beredvilliga studenter. Andra respondenten var en 28 årig man som intervjuades samma dag som den tidigare intervjun. Intervjuns längd var ca. fem minuter. Tredje intervjun underfördes samma dag med en 28 årig kvinnlig respondent i matsalen. Intervjun räckte nästan 10min eftersom hon var mycket pratsam och ivrig om ämnet. Fjärde respondenten intervjuades samma dag den räckte ungefär sex minuter. Respondenten var en 28 årig kvinna och hon intervjuades ute på skolgården. Femte respondenten var en 24-årig man som intervjuades i skolans datasal den 9.6.2016 och intervjun räckte en dryg 4 minuter. Sjätte respondenten var också en man i åldern 27 som intervjuades i skolans matsal samma dag den tidigare intervjun. Längden på intervjun var ca. 5min. Sjunde respondenten intervjuades samma tid på samma plats med en 28-årig man, intervju längden var ca. 6min. Sista intervjun utfördes 10.6.2016 med en 27 årig man på skolans kampus och intervjun räckte ungefär åtta minuter.

5.4 Frågeguide

Intervjufrågorna på svenska

1. Ålder ?
2. Kön ?
3. Hurudan kost har du? Är du nöjd med den kost du nu följer? Varför inte?
4. Hurudan betydelse tror du att kostvalet har på hälsan ?
5. Betyder kostval mera för dig då det angår miljön- och planetens framtid?
6. Vilken sorts kunskap har du om kosttriangeln som följer Finlands näringsrekommendationer? Kan du försöka beskriva den? (visar kosttriangeln från figur 2 åt respondenten efteråt)
7. Vad är din åsikt om vegan kost?
8. Skulle du kunna tänka dig ändra dina kostvanor till en mer vegetarisk/växtbaserad diet, om inte så varför?
9. Är du medveten om de negativa effekterna av köttätande med tanke på miljön?
10. Skulle du kunna tänka dig lämna bort kött fullständigt från din kost?
11. Tror du man kan genom att upplysa människor om vegankostens fördelar och nackdelar kan öka på intresset för vegankosten?

Intervjufrågor på engelska

- 1) Age?
- 2) Gender?
- 3) What kind of diet do you currently have? Are you pleased with your current diet? Why not?
- 4) Do you think diet has a strong influence on your overall health?
- 5) Does diet mean more to you when it concerns the environment and the planet?
- 6) Do you know how the food pyramid is built up?
- 7) What is your opinion of the vegan diet?
- 8) Would you ever consider trying a more plant based diet with less meat?
- 9) Would you ever consider excluding meat from your diet altogether?
- 10) Are you aware of the negative impacts of meat consumption on the environment?
- 11) Do you think that through informing people about the positive and negative effects of meat consumption, it could increase the awareness for the vegan diet?

6 RESULTATREDOVISNING

Intervjufrågorna konstruerades av mig själv, för att göra dem anpassbara till mitt syfte. Frågorna börjar med bakgrundsfrågor som ålder och kön. Första väsentliga frågan var om deras nuvarande kost och om de är nöjda med den. Jag valde att gå igenom respondenterna en i gången, indelat i olika stycken, istället för att kronologiskt gå igenom frågorna.

Respondent 1 svarade att han anser sig själv äta för mycket kött och att mer sallad kunde implementeras i hans vardagliga kost. I andra frågan som examinerar deras uppfattning om hur kostvalet påverkar ens hälsa så svarade respondent 1 att han anser att det har stark inverkan på ens energi, om man äter dåligt och inte motionerar tillräckligt. Tredje frågan som ställs är om de överväger deras kostval baserat på miljön och planetens framtid, vilket respondent 1 svarade att det inte spelar någon roll för honom. Fjärde frågan ifrågasätter deras kunskap om den finska näringsrekommendations kosttriangelns uppbyggnad och hur de tror den är ser ut. Respondenten svarade att han tror salladen omfattar största delen, i detta fall lägsta delen i triangeln, och kött är överst med kolhydraterna i mitten. I fråga 6 ställs frågan om deras åsikt om vegankosten, där respondenten svarade att han inte har tillräckligt med kunskap om ämnet, även om det låter intressant, för att kunna kommentera vidare angående vegankosten. Följande fråga som ställdes är om de skulle överväga tanken att tillfälligt pröva en växtbaserad kost. Respondenten svarade ja, eftersom han märkt negativa effekter av hans nuvarande kost, och skulle därför överväga tanken att äta mycket mer grönsaker. I fråga 8 ifrågasätter jag deras kunskap om de negativa effekterna av köttkonsumtion på miljön. Respondent 1 svarade att han är medveten om de oetiska sättet som slakthusen behandlar djur. Uppföljningsfrågan var att skulle hen tänka sig lämna bort kött helt och hållet från hans kost, som respondent 1 svarade att han inte absolut inte kan tänka sig göra det. Sista frågan som ställdes lyder att tror de att man kan öka intresset för vegan kost genom att upplysa människor om vegan kostens fördelar och nackdelar. Respondenten svarade ja, han tar sig själv som exempel, han är okunnig om hälsosammare vanor, därför fortsätter han med sina gamla vanor.

Respondent 2 svarade i första frågan att han försöker äta mycket protein som kött och mjölkprodukter för han anser att det är hälsosamt i byggande av muskler. Respondenten anser dock att han borde äta mycket mer grönsaker och frukter. Han anser att kosten är mycket viktigt för ens hälsa, det man äter påverkar vem man är som person, man är vad man äter konstaterade han. Han anser också att det är etiskt fel att konsumera kött och att köttindustrin känns oetisk med tanke på djuren. Respondent 2 hade aldrig hört om kosttriangeln och vågade inte kommentera på det. Hans åsikt om veganism är att det är fint och det enda etiskt rätta alternativet. Respondentens svar till om han kan tänka sig bli vegan, var att kanske i framtiden. Han erkänner att det skulle vara en svår process med tanke på gamla vanor och allergier. Respondenten var medveten om de negativa effekterna av köttkonsumtionen på miljön, med exempel som ökad antal av cancer och andra sjukdomar i vårt samhälle. Han anser också att det skulle bidra positivt åt veganismen att upplysa människor om dess för- och nackdelar.

Respondent 3 svarade att hon äter endast naturlig mat, ingen skräpmat, dvs processerad mat, så hon anser själv att hon äter hälsosamt. Hon anser dessutom att kosten har en stark inverkan på hälsan. Det är viktigt för den mentala hälsan och för huden och kroppen likaså. I frågan om kostens betydelse angående miljöskäl så svarade respondenten att hon alltid väljer de ekologiska produkterna och granskar noggrant andra certifikat. Hennes uppfattning om kosttriangeln var att man skall ha mycket grönsaker, protein, fiber och kolhydrater, men mindre fetter i allmänhet. Respondentens åsikt om vegan kosten var positiv, hon försöker vara vegan, men äter fortfarande kyckling och fisk emellanåt. Hon är också medveten om de negativa effekterna av köttkonsumtionen, pga. hennes tro. Hon förstår inte varför man slaktar djur mera, eftersom hon tycker det är fel. Detta motiverar henne att äta mera grönsaker och frukter. I sista frågan, svarade hon att man skall informera människor om de positiva sidorna i att vara vegan, och förklara varför det är fel att slakta djur. Hon tycker att man skall fokusera på att upplysa dem som tror att man inte kan leva utan kött, och att det inte är en kritisk del av ens kost. Vanor och smaksak är inte enligt henne en tillräckligt bra orsak att fortsätta dessa vanor.

Respondent 4 var nöjd med hans nuvarande kost, vilket är en vanlig köttätande kost. Han var också av den åsikten att kost spelar en stor roll i ens hälsa. I svar till frågan om

ekologiska produkter och hänsyn till planetens framtid, förklarade han att det är dyrt att hålla upp köttproduktionen med en ökande population och ökad köttkonsumtion. Han var inte intresserad av ekologiska produkter pga. det höga priset och en begränsad budget. Hans tolkning av kosttriangeln var att man troligen skall äta mycket grönsaker och frukter, kolhydrater och liten andel kött, som han själv trots allt inte följer. Respondentens åsikt om vegankosten var att alla har rätt att göra som dom vill men att det inte är för alla, inklusive han själv. Han medger att en mer grönsaksbaserad kost skulle vara bra för honom eftersom grönsaks intaget för tillfället är mycket lågt. Till svar till hans kunskap om de negativa effekterna av köttproduktionen svarade han det finns större problem i världen som förorenar vår planet. Han kunde inte själv tänka sig lämna bort kött fullständigt från hans kost utan stimulansåtgärd, dvs. utan någon slags belöning. Han håller med om att upplysa människor om fördelarna och nackdelarna med köttkonsumtionen som en lösning. Han förlorar sedan att han äter kött pga. smaken och det billigare priset.

Den 5:e respondenten är vegetarian och försöker för tillfället vara vegan, men hon har inte blivit av med fisk och mjölkprodukterna ännu. Hon är trots allt nöjd med sin nuvarande kost. Kostvalet har stor betydelse för hälsan förklarar hon, man lever längre och hälsosammare. För respondent 5 är val av ekologiska produkter med hänsyn till miljön, en mycket stark drivkraft till hennes nuvarande kost vegetarianism. Respondentens tolkning av kosttriangelns rekommendationen var att den är gammaldags, som betyder att den består av mycket kött och mjölkprodukter. Hon anser att den borde vara mångsidig och ha mycket grönt och bra fetter. Hennes åsikt om vegankosten var god, dock nämner hon att det inte är realistiskt för alla att bli veganer men att man trots allt skall sträva till att minska på köttintaget. Kött skall vara en lyx, inte en vardaglig råvara i vår kost. Uteslutningen av kött fullständigt är ett pågående arbete för respondent 5, men för att fullständigt bli av med kött behöver hon mera kunskap om vegan recept för att få mångsidigare rätter att ersätta äggen, mjölkprodukterna osv. Hon anser dessutom att det inte är den enda lösningen att upplysa människor om de negativa effekterna av köttätande, men att det definitivt har en stor betydelse. Enligt henne kan man inte upplysa den äldre generationen att ändra sina vanor, men att det finns fortfarande hopp för den yngre generationen.

Respondent 6 är en allätare som är nöjd med sin kost som består av mycket grönsaker och frukter och ett starkt behov att minska på sitt vardagliga kött intag. Han också var av den åsikten att kostvanor påverkar enormt på hälsan mentalt och fysiskt, om inte mera så än motion. Han är mycket villig att betala extra för ekologiska produkter för att undvika insektsmedel och gödningsämnen. Kosttriangel termen var obekant för honom men han hade en bra förståelse om hur den kunde se ut. Han förklarade att vegan kosten är ett bra fenomen som han personligen inte skulle klara av själv, men han var mycket medveten om de negativa effekterna av köttproduktionen på miljön. Han tycker att man borde minska på köttintaget istället för att utesluta det totalt. I frågan om upplysning som ett verktyg att öka intresse för vegan kosten så höll han med och kommenterade vidare att det finns ett slags stigma i vårt samhälle som påstår att växtbaserad mat inte smakar gott, vilket han själv erkänner att är helt falskt.

Respondent 7 berättade att han är relativt nöjd med sin nuvarande kost trots att det finns utrymme för förbättring. Han är en allätare som håller med om att kosten påverkar hälsan enormt. Han väljer ekologiska produkter så länge som de är inom hans så kallade hyfsade pris sfär. Hans kunskap om kosttriangeln var inte stark men han kunde tänka sig att den uppdaterade versionen är mycket mångsidig och bra. Hans åsikt om vegan kosten var också positiv, men han påpekade att smaken är mycket viktig för honom och vegan maten hade inte hittills övertygat honom. Men om han skulle få chansen att smaka på god vegan mat så skulle han definitivt vara övertygad om att testa det och sedan göra det till mer av en vana. Respondent 7 hämtade upp ”pulled havre” produkten som ett starkt alternativ till kött som han skulle vara intresserad av. Respondenten nämnde att om det någon dag skulle bli vanligare och finnas större belopp i livsmedelsaffärer skulle han vara villig att pröva det och möjligtvis ersätta det med köttet. Han var medveten om de negativa effekterna av köttproduktionen tack vare dokumentärer, som ledde till hans svar att han skulle vara villig att lämna bort kött fullständigt, men endast om det är måsta på. Han håller med om att en metod för att lösa köttkonsumtions problemet är att upplysa människor.

Respondent 8 äter huvudsakligen höna och ägg, men motstår fisk och rött kött och han är nöjd med sin kost. Han tillskriver faktumet att kostvalet påverkar hälsan massivt, eftersom han lyckats banta 30kg endast pga. av nya kostvanor. Respondenten var inte särskilt

intresserad av miljövänliga och ekologiska produkter eftersom det inte verkar som ett viktigt problem för honom. Hans kunskap om kosttriangeln var att den är mångsidig men detaljerna var inte bekanta för honom. Respondentens åsikt om vegan kosten var att han tycker folk skall få göra vad dom vill men att vegan livsstilen inte nödvändigtvis är något som alla måste följa. Han erkänner dock att rött kött konsumtionen måste minskas pga produktionens belastning på miljön och han anser att rött kött skall anses som en lyxvara och inte människors vardagliga, huvudsakliga protein källa. Han förklarar dessutom att han inte känner någon stolthet i att vara allätare, därför skulle han inte ha något problem att lämna bort kött från hans kost fullständigt, så länge som man hittar en väl balanserad kost som är enkel och billig att ersätta kött kosten med. Slutligen berättar respondenten att upplysning om vegankostens fördelar och nackdelar är delvis en lösning, trots att det inte är så enkelt att övertyga alla människor. Han anser att man måste försöka förklara åt folk utan att predika och möta dom på deras nivå utan att vara nedlåtande, och låta människor göra sina egna val utan att tvinga dom, för att undvika motreaktioner.

För att sammanfatta är alla respondenterna relativt nöjda med sin kost, även om kosterna varierade enormt. De är alla av samma åsikt att kostvalet påverkar starkt på ens hälsa. 2 av de 8 respondenterna tyckte att det inte är viktigt att ta hänsyn till miljön när de begår ett köpbeslut. Ingen av respondenterna kunde korrekt beskriva kosttriangelns uppbyggnad enligt de finska näringsrekommendationerna. De hade alla en positiv bild av veganismen, så länge som andras beslut att vara veganer inte påverkar dem. De var alla villiga att pröva en mer växtbaserad kost fastän största delen, 6 av 8 respondenter, inte var villiga att fullständigt lämna bort köttet från sin kost, i stor del pga. de tror de inte skulle klara av det i längden. De var alla någorlunda medvetna om de negativa effekterna av köttproduktions industrin. Alla respondenterna höll med om att det skulle vara ett alternativ att öka på intresset för veganismen genom att upplysa människor och främja veganismen som ett hållbarare alternativ till kött.

7 DISKUSSION

Intervjuerna och den teoretiska referensramen kopplas ihop i detta stycke. Först för jag fram Jagers hållbara konsumentbeteende samt etisk konsumtion, medan i det andra delstycket fokuseras hierarkin av effekter av Robert J. Lavidge.

7.1 Hållbart konsumentbeteende

Enligt Jager (2000) är det oftast så att människor inte är medvetna om att deras handlingar påverkar negativt på vår miljö, som beror på att människorna gör snabba beslut baserat på deras vanor och ekonomiska situation. Största delen av svaren jag fick från respondenterna tyder på att detta stämmer. Människor agerar oftast baserat på gamla vanor och utan eftertanke, fem av respondenterna äter kött, och i många av fallen hade de mycket begränsad kunskap om sambandet mellan deras handlingar och den negativa inverkan de har i lång sikt på miljön och deras hälsa. Respondenterna 2 och 5 hade mer kunskap om kost, hälsa och dess negativa inverkan på vår omgivning, och de var båda vegetarianer. Respondenterna 6,7 och 8, trots att de är allätare, hade bättre allmän kunskap om vegankostens för- och nackdelar och det uppvisas i att de försöker äta mindre kött och mera växtbaserade alternativ. Denna korrelation var mycket uppenbar i denna forskning. Den andra intressanta faktorn var att männen i denna forskning var de som hade mindre kunskap inom detta område, medan kvinnorna var mer informerade.

Jager diskuterar också inköpsbeteendet, som beror på olika konsumenters behov i olika livssituationer, som kan ändras beroende på produktens aktuella behov och värderingar i den stunden. Respondent 1, 2 och 3 berättade i intervjun om att de är studerande, och att de har en begränsad budget, vilket i beslutsprocessen leder till att de väljer det billigare alternativet. Enligt Rob Harrison (2005) kallas detta ”traditional purchase behaviour” där konsumenten väljer billigare alternativet då de har ett val, men endast då produktens

kvalitet är ungefär lika bra som det dyrare alternativet. Respondent 8 beskrev att han skulle vara villig att ändra till en vegankost om tillgängligheten är bra, dvs. billigt och enkelt att tillreda och uppehålla i längden. Ekologiska produkter är oftast dyrare än de icke ekologiska produkterna, Men när man ser på helheten och har en känslomässig förbindelse eller tillhörighet till någon grupp, förstår man att det billigare alternativet, inte alltid är det etiskt rätta alternativet. Den etiska konsumenten är den som är medveten om påverkan av deras köpbeslut på den externa världen omkring sig. I intervjun med respondent 7 kommer det fram att smak också är en viktig faktor för en stor del. Han förklarade att han möjligtvis skulle kunna bli övertygad om vegan kosten om han skulle få smaka goda vegan rätter i någon bra restaurang. Dessutom påpekar han att ”pulled havre”, ett vegetariskt alternativ till pulled pork som är gjort av havre, är en intressant produkt som möjligtvis kunde ersätta köttet för honom. Problemet är att det inte hittas i livsmedelsaffärer pga. den enorma begäran och otillräcklig tillgång för att möta efterfrågan. Trots att han är köttätare, härstammar troligen dessa övertygelser från hans kunskap om de negativa effekterna av köttätande tack vare dokumentärer om köttproduktions kedjan. Respondent 6 är färdig att betala extra för ekologiska produkter för att undvika gödningsmedel och hämtade upp en mycket bra poäng i att det finns ett stigma i vårt samhälle som påstår att växtbaserad mat inte smakar gott, vilket naturligtvis är en åsiktsfråga men inte nödvändigtvis sant. Det handlar oftare om att de inte har smakat välgjorda vegan rätter som man hittar i restauranger omkring Helsingfors. Det kan upprepas att det handlar om okunskap och oerfarenhet, som pekades ut i intervjun med respondent 7.

Det är viktigt att förstå skillnaden mellan hållbart konsumentbeteende och icke hållbart konsumentbeteende, vilket är att konsumenten vid beslutsprocessen tar hänsyn till mer än endast sina egna värderingar och behov, och istället tar hänsyn till deras omgivning och framtiden. Jager förklarar att de med stark motivation att ändra sitt beteende, är mer sannolik att söka fram information och fundera på sina val i beslutsprocessen. De måste känna att deras insats har en påverkan, och detta kallas beteendeförändring. Respondent 2 och 5 var starkt motiverade att ändra sina vanor, eftersom de är medvetna av påverkningarna, och att de känner ett starkt socialt ansvar och övertygelse om att vara en del av en växande miljövänlig rörelse. Det visades också att känslor spelar en stor roll i beteendeförändringen, som sker genom att upplysa människor och således skapandet av en känslomässig förbindelse och motivering. Respondenterna som inte kunde tänka sig

lämna bort köttet från deras kost visade mer intresse och godkännande av vegan kosten efter intervjun än innan intervjun, och erkände att de borde tillägga mer växtbaserade produkter i deras kost. Veganism är inte något som händer över en natt, det händer gradvist och med lite mer information och social medvetenhet skulle de kanske ändra sina vanor steg för steg. Värderingar, behov och drivkrafter leder till medverkande, information och kunskap leder till säkerhet, och beteendekontrollen leder till tillgänglighet. Allt detta leder i beslutsprocessen till en attityd och beteende intention om att göra det rätta beslutet, i detta fall det hållbara beslutet.

7.2 Hierarkin av effekter

Hierarki modellens huvudsakliga tanke är att främja en produkt till konsumenten så att de får den nödvändiga kunskapen att begå ett köp. I detta fall är produkten vegan varor, och konsumenten, eller målgruppen är de människor som äter kött. De sex stegen i modellen är medvetenhet, kunskap, tycke, preferens, övertygelse och köp. Enligt Lavidge skall man börja med det kognitiva, att framföra viktigaste informationen på ett enkelt sätt som är lätt att förstå, och med tanke på målgruppen i denna forskning är det ungdomar. Ungdomar idag har låg koncentrationsförmåga pga. all stimulans från TV och internet, vilket gör det ytterligt viktigt att framföra kort och koncist den väsentligaste informationen. Vissa av respondenterna i intervjun förklarade att de inte har tillräckligt med kunskap om veganism, och är därför osäker om att pröva denna kost. En uppdaterad och förbättrad hushållslära studie reform i grundskolor kunde vara en lösning till detta. Reklamer och media är viktigt i dagens samhälle så det skulle också kunna utnyttjas på ett sätt som stöder veganism, istället för att främja köttkonsumtions kulturen. Det är ett stort problem då samhället avbildar köttkonsumtionen som en norm i vårt samhälle och således hemma i våra kök. Respondent 7 nämnde produkten pulled havre, som är en finsk, pulled pork ersättning som görs av havre, bondbönor och ärter som har diskuterats mycket i median senaste året och således erhållit stor popularitet och begäran. Problemet är att efterfrågan är för stor för tillgången och därför har livsmedelsaffärerna svårt att förmedla det åt kunder. Här ser man ett exempel på producentens inkompetens, problemet är inte konsumenten utan producenten och distributionen då efterfrågan finns men inte tillgängligheten.

Den emotionella aspekten av hierarki modellen behandlar främst attityd bildning, hur konsumenten förknippar produkten med egna känslor och värderingar. Produkten bör inriktas på känslor, livsstil och värderingar som sedan skall skapa en attityd förändring. Respondenterna med stark upplevd emotionell koppling i relation till veganism, nämnde att det känns fel att äta animaliska produkter, och främst att det känns bra att motstå köttätande baserat på princip. Principen kan bero på olika faktorer som tro eller kultur, men bör optimistiskt tänkt härstamma från en personlig, etisk övertygelse. En av respondenterna motstår från kött pga. tro, men trots det förklarade hon att det är etiskt fel att äta djur. De som inte kände någon emotionell koppling var de som absolut inte ville sluta köttkonsumtionen. Kan man alltså dra slutsatsen att de som har brist på empati har svårt att bli veganer? I PNAS forskning från 2015 förklarar Springmann ”Vi väntar oss inte att alla ska bli veganer. Han anser ändå att mera hälsosamma och ekologiskt hållbara matvanor kan vara ett stort steg i rätt riktning då man försöker hantera effekterna av klimatförändringen på livsmedelssystemet.” (Gustafsson, 2016). Respondent 8 förklarade samma ämne i intervjun då han berättade att det inte är realistiskt att alla skulle bli veganer, istället skall man fokusera på att informera människor på ett hederligt sätt utan att predika och försöka få dom att göra sina egna beslut istället för att tvinga dom. Man måste respektera att människor får göra sina egna val, så om man tvingar dom så kan det ske en motreaktion.

Sista stegen övertygelse och inköpen, som omfattar handling, innebär själva sinnestillståndet då man är övertygad om sin produkt och har avsikt att göra ett inköps beslut. Det innebär att man agerar baserat på intelligens och känslor, för att nå det rätta beslutet. För att nå övertygelsen måste man förstå fördelarna med produkten, vilket man inte kan göra utan den rätta kunskapen och känslotillståndet. Det som kommer fram i intervjuerna är att de respondenter med både hög kunskap och emotionell engagemang var de personerna som var övertygade om att göra ett medvetet beslut att försöka motstå från kött ätandet och att tillägga mycket mer växtbaserad kost i deras diet. De med låg kunskap om kost och låg emotionellt engagemang var däremot de som enträget håller sig fast vid konsumtionen av kött i deras vardagliga kost.

7.3 Konklusioner

För att konkludera diskussionen så kan man se att svaren varierar stort, det finns människor som föredrar att fokusera på de externa påverkningarna av deras beslut, som man kan beskriva som altruism. Så finns det dom som hellre fokuserar på det interna, egennyttiga perspektivet, som är ett mycket vanligt fenomen i dagens värld. Emotionellt engagemang är därför en viktig faktor i beslutsprocessen då man väljer mellan dessa alternativ. Då man är empatisk och altruistisk så känner man att det är viktigt att inte endast tänka på vad som personligen är det lättaste tillgängliga alternativet, utan också ta hänsyn till påverkningarna av sitt eget beslut på externa världen. Först måste det finnas den kognitiva delen, oftast följer den emotionella aspekten, och till sist handlingen. Det är också samhällets ansvar att möta konsumenten halvvägs så att säga, att främja veganism och andra former av vegetarianism, men dessutom producentens ansvar att skapa tillgång till växtbaserade produkter då det finns en ökande efterfrågan. När det kommer till upplysningen av veganism så är det viktigt att resonera och behandla det på korrekt sätt, dvs. med hänsyn till att människor har rättigheten att göra sina egna val, även om deras val inte är det rätta beslutet, det hållbara valet som tar hänsyn till omgivningen och inte endast deras egna motiv och anledningar.

8 AVSLUTNING

I detta kapitel tas upp vad som har lyckas och misslyckats med arbetet, arbetets begränsningar och förbättringsförslag för vidare undersökningar. Även arbetets slutord finns i slutet av kapitlet.

8.1 Arbetets begränsning

I den empiriska delen begränsade jag arbetet till endast högskole ungdomar, eftersom arbetet fokuserar på att nå ett framtida mål, och dessutom är unga oftast dom med mindre kunskap och lättare att övertyga i jämförelse med äldre generationens människor.

Jag valde att utföra den empiriska delen med hjälp av intervjuer för att få mer fördjupad information och för att kunna ställa följdfrågor. Mitt mål var att också få människor att förstå genom att fråga de rätta frågorna. Begränsningen med intervjuerna var att respondent antalet blev lågt, i jämförelse med en enkätundersökning var fördelen att man får mer respondenter. Nackdelen med enkätundersökningar är att svaren blir aningen ytliga och risken finns att man inte får de svaren man söker efter. Jag tycker fortfarande att semistrukturerade intervjuer var det rätta valet i detta arbete.

8.2 Förbättringsförslag för vidare undersökning

För vidare undersökning är jag av den åsikten att det vore bättre med en uppdragsgivare för något slags vegan livsmedelsaffär eller restaurang för att få ihop en större undersökning med hjälp av kunderna i etableringen, eller med hjälp av företagets sociala media kanaler. Fördelen med vegan ämnet är att det är ett relativt nytt forskningsområde med mycket vidsträckta alternativ och möjligheter att undersöka. Dessutom hjälper det att vegan ämnet är ett mycket trendigt samhällsämne.

8.3 Slutord

Jag valde att undersöka veganismen på grund av olika orsaker, första är av eget intresse i ämnet, för det andra är veganismen ett mycket aktuellt och omdebatterat ämne i dagens samhälle, och en trend som är på uppgång. Tredje orsaken är att jag tycker det är ett nytt och ytterst viktigt ämne, som rätt länge försumrats i diskussionen om en hållbar utveckling och därför har man inte forskat i ämnet i större omfattning tidigare. Först under de senare åren har man inlett seriös forskning inom detta problemområde.

Slutligen tycker jag att via de frågor och svar på dem jag fick via intervjuerna bra lyfter upp olika synvinklar högstuderande har och hur mycket deras kunskap om veganism och konsekvenserna av veganism varierar och dessutom hur och varför de tänker som de gör. Det verkar som att det varierar mycket från person till person, men trots allt att största delen har en bra förståelse om vad som är etiskt rätt och fel.

Syftet med arbetet var att lyfta upp motiven till veganism som man fått fram via forskning och undersökningar samt genom intervjuer få fram hur medvetna högstuderanter är om veganismen och dess inverkan på hälsa och miljö och jämföra deras svar med tidigare undersökningar. En slutsats är att de svar som gavs på intervjuerna överensstämmer väl med de resultat som togs fram i de mera omfattande undersökningarna.

KÄLLOR

Bryman, Alan, Bell, Emma 2011, *Business Research Methods*, 3 uppl., 756 s.

Harrison, Rob, Newholm, Terry, Shaw, Deirdre 2005, *The Ethical Consumer*, 280 s.

Johansson, Ulla 2007, *Näring och hälsa med speciella hänvisningar till vegetarisk kost*, 343 s.

Monneuse, M.O., Bellisle, F. and Koppert, G. (1997), "Eating habits, food and health related attitudes and beliefs reported by French students", *European Journal of Clinical Nutrition*, Vol. 51, pp. 46-53

Wagner, Sigmund A. 1997, *Understanding Green Consumer Behaviour*, 306 s.

Elektroniska källor

Airola Laura, Yle. 2016

Tillgänglig: http://yle.fi/uutiset/kasvisyojien_maailma_olisi_terveellisempi_ja_rikkaampi_sanovat_tutkijat/8759580

Hämtad: 1.4.2016

Bogue Joe, Coleman Thérèse, Sorenson Douglas, *British Food Journal*, Determinants of consumers' dietary behaviour for health-enhancing foods, 2005

Tillgänglig: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/00070700510573168>

Hämtad: 28.3.2016

Builtvisible, Hierarchy of effects hypothesis, 2016

Tillgänglig: <https://builtvisible.com/hierarchy-effects-application-hypothesis/>

Hämtad: 3.6.2016

Gustafsson Lars, Yle, studie vegetarisk kost skulle främja halsan och klimatet, 2016

Tillgänglig: <https://svenska.yle.fi/artikel/2016/03/28/studie-vegetarisk-kost-skulle-framja-halsan-och-klimatet>

Hämtad: 1.8.2016

Kaikkonen R, Murto J, Pentala O, Koskela T, Virtala E, Härkänen T, Koskenniemi T, Ahonen J, Vartiainen E & Koskinen S. Alueellisen terveysterveys- ja hyvinvointitutkimuksen perustulokset 2015

Tillgänglig: http://www.terveytemme.fi/ath/2013-2015/notes/ath_food_lowvege_both_cr.htm

Hämtad: 5.4.2016

Koskinen, Suomen Tietotoimisto, Keskisuomalainen, 2014

Tillgänglig: <http://www.ksml.fi/kotimaa/Veganismi-kiinnostaa-suomalaisia-yh%C3%A4-enemm%C3%A4n/256395>

Hämtad: 9.4.2016

Latest Vegan News, 2016

Tillgänglig: <http://latestvegannews.com/plant-based-food-named-top-trend-2016/#>

Hämtad: 14.3.2016

Lavidge, Robert, Hierarchy of effects, Learn Marketing, 1961

Tillgänglig: http://www.learnmarketing.net/hierarchy_of_effects_model.html

Hämtad: 28.3.2016

Lindell Ida Clemensson, Johansson Madeleine, Larsson Charlotte, Rakic Nina, Rogne Ingrid, Att kommunicera hållbar nötköttsproduktion, 2013

Tillgänglig: <http://www.reks.nu/dotnet/GetAttachment.aspx?id=2059&siteid=89>

Hämtad: 2.4.2016

Nielsen Global Health and Wellness Report, 2015

Tillgänglig: <http://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/eu/nielseninsights/pdfs/Nielsen%20Global%20Health%20and%20Wellness%20Report%20-%20January%202015.pdf>

Hämtad: 15.3.2016

Ravitsemusneuvottelukunta, 2016

Tillgänglig: http://www.ravitsemusneuvottelukunta.fi/files/attachments/fi/vrn/ravitsemus-suositukset_2014_fi_web.3_es.pdf

Hämtad: 6.4.2016

Raw food health, 2016

Tillgänglig: <http://www.raw-food-health.net/NumberOfVegetarians.html>

Hämtad 11.2.2016

Ruokatieto, 2016

Tillgänglig: <http://www.ruokatieto.fi/uutiset/reheva-kasvisruokavalio-hyvaksi-terveydelle-ja-ymparistolle>

Hämtad 11.2.2016

Vermeir Iris, Verbeke Wim, Journal of Agricultural and Environmental Ethics, Sustainable food consumption: Exploring the consumer attitude-behaviour gap, 2006

Tillgänglig: https://www.researchgate.net/publication/24125773_Sustainable_food_consumption_Exploring_the_consumer_attitude-behaviour_gap

Hämtad: 28.3.2016

Vegan Society 2016 Tillgänglig:

<https://www.vegansociety.com/try-vegan/why-go-vegan>

Hämtad 11.2.2016

Vegania 2016 Tillgänglig:

http://www.vegania.net/veganism_3.html

Hämtad 12.2.2016

Vegaanihaaste, 2016 Tillgänglig:

<http://vegaaniliitto.fi/www/fi/vegaaniliitto/tiedotteet/vegaanihaasteen-suosio-kasvaa#sthash.MPwStes9.dpuf>

Hämtad: 5.4.2016

Figurer

Figur 1 Vegan kostpyramiden, Daystar Botanicals, 2016,

Tillgänglig: <http://www.daystarbotanicals.com/vegetarian/vegetarian7.html>

Hämtad: 5.4.2016

Figur 2 Näringsdelegationens rekommendations kosttriangel 2014,

Tillgänglig: <http://www.hyvis.fi/itasavo/fi/Sivut/terveytt%C3%A4-ruoasta.aspx>

Hämtad: 5.4.2016

Figur 3 Teoretisk model för att undersöka konsumentbeteendet mot hållbara livsmedelsprodukter (Jager 2000)

Tillgänglig:

https://www.researchgate.net/publication/24125773_Sustainable_food_consumption_Exploring_the_consumer_attitude-behaviour_gap

Hämtad: 5.4.2016

Figur 5 Hierarkin av effekter, Builtvisible, Hierarchy of effects hypothesis, 2016

Tillgänglig: <https://builtvisible.com/hierarchy-effects-application-hypothesis/>

Hämtad: 3.6.2016

Tabeller

Tabell 1 Växtbaserade kost begrepp, Näring och hälsa med speciella hänvisningar till vegetarisk kost, Ulla Johansson, 2007

Hämtad: 4.4.2016

BILAGOR

Intervjufrågor Svenska

- 1) Ålder?
- 2) Kön?
- 3) Hurudan kost har du? Är du nöjd med den kost du nu följer? Varför inte?
- 4) Hurdan betydelse tror du att kostvalet har på hälsan ?
- 5) Betyder kostval någonting för dig när det angår miljön- och planetens framtid?
- 6) Vilken sorts kunskap har du om kosttriangeln som följer Finlands näringsrekommendationer? Kan du försöka beskriva den? (visar kosttriangeln från figur 2 åt respondenten efteråt)
- 7) Vad är din åsikt om vegan kost?
- 8) Skulle du kunna tänka dig ändra dina kostvanor till en mer vegetarisk/växtbaserad diet, om inte så varför?
- 9) Är du medveten om de negativa effekterna av köttätande med tanke på miljön?
- 10) Skulle du kunna tänka dig lämna bort kött fullständigt från din kost?
- 11) Tror du man kan genom att upplysa människor om vegankostens fördelar och nackdelar kan öka på intresset för vegankosten?

Intervjufrågor Engelska

- 12) Age?
- 13) Gender?
- 14) What kind of diet do you currently have? Are you pleased with your current diet? Why not?
- 15) Do you think diet has a strong influence on your overall health?
- 16) Does diet mean more to you when it concerns the environment and the planet?
- 17) Do you know how the food pyramid is built up?

- 18) What is your opinion of the vegan diet?
- 19) Would you ever consider trying a more plant based diet with less meat?
- 20) Would you ever consider excluding meat from your diet altogether?
- 21) Are you aware of the negative impacts of meat consumption on the environment?
- 22) I have one more question for you, do you think that through informing people about the positive and negative effects of meat consumption, it could increase the awareness for the vegan diet?

Intervju 1

I = Intervjuare **R** = Respondent

I: Okej så vad är din ålder?

R: 27

I. Vad är din kön?

R: Man

I: Kan du förklara till mig hurudan kost du har? Är du nöjd med din kost?

R: Jag skulle nog kunna äta lite bättre, det blir nog för mycket kött baserad mat. Mera sallad skulle inte göra dåligt

I: Hurudan betydelse tror du att kostvalet har på ens hälsa?

R: Joo nog har det ju betydelse, nog mår man ju bättre om man äter hälsosammare mat och jag märker ju att man är trött om man äter mycket kött och dålig mat och inte motionerar tillräckligt.

I: Betyder kostval någonting för dig när angår miljö och planetens framtid ?

R: Int egentligen, det spelar inte någon stor roll för mig.

I: Så du väljer inte att köpa det ekologiska alternativet?

R: Inte egentligen

I: Okej men vilken sorts kunskap har du om kosttriangeln enligt finska näringsrekommendationerna?

R: Säkert där nere ska det vara mest sallad, och överst kött.

I: Vad tror du är i mitten av triangeln då?

R: Säkert kolhydrater och väteprodukter.

I: Det var ganska nära rätt. Egentligen är det frukter och grönsaker lägst nere och ovanför det är det kolhydrater som bröd och potatis osv. Efter det kommer grönsaksoljor och frön, ovanför det är ljust kött, sen rött kött och på toppen ligger den minsta rutan för skräpmat.

R: Aah okej intressant.

I: Vad är din åsikt i allmänhet om vegankosten?

R: Jag har inte satt mig in i det så svårt att säga. Det skulle vara intressant kanske att testa de såklart, men mer än det kan jag inte säga när jag inte vet.

I: Skulle du kunna tänka dig själv ändra till en mer vegetarisk eller växtbaserad diet?

R: Nog skulle jag kunna eftersom, som jag sa tidigare, så man märker att man är ganska trött hela tiden, så jag skulle kunna tänka mig äta mera grönsaker därför för att testa.

I: Så du skulle tänka dig tillägga mera grönsaker i din kost?

R: Joo, definitivt mera.

I: Är du medveten om alla negativa effekter som köttkonsumtionen har på miljön?

R: Någotlunda, nog vet jag att det inte är moraliskt och etiskt rätt, hur dom behandlar djuren i slakthusen.

I: Skulle du kunna tänka dig lämna bort kött helt och hållet från din kost?

R: Nää inte en chans.

I: Okej. Sista frågan är följande, att tror du att genom att upplysa människor om vegankostens fördelar och nackdelar att man kan öka på intresset för vegankosten?

R: Helt säkert, det är just det när jag inte vet, eller inte har satt in mig på de, så därför vet jag inte på vilket sätt det skulle kunna vara hälsosammare.

I: Tack så mycket

Intervju 2

I: Okej, så först bakgrundsfrågor. Ålder och kön?

R: Man, 24.

I. Hurudan kost har du nu? är du nöjd med den?

R: Jag är inte helt nöjd med den men det duger. Jag lever fortfarande.

I: Hurudan betydelse tror du att kostvalet har på hälsan?

R: Jag tror att det har ganska stor betydelse.

I: Betyder kostval någonting för dig när det gäller planetens framtid och med tanke på miljön?

R: Säkert. Det är rätt så dyrt att hålla upp produktionen om alla äter kött. Så joo det påverkar nog på framtiden.

I: Joo, det som jag egentligen menade var att är du intresserad av att köpa ekologiska produkter istället för icke ekologiska?

R: Vapaan ajan kananmunat äter jag. Men annat än det har jag inte råd med eftersom ekologiska produkterna oftast är dyrare och som student har jag begränsad budget.

I: Vilken kunskap har du om kosttriangeln som följer de finska näringsrekommendationerna ?

R: Jag antar att det är mest grönsaker och frukter, och lite kött. Annat än det vet jag inte.

I: Så vad är din åsikt om vegankosten?

R: Jaa, varför inte. Om man vill göra det så måst få göra det. Men det är inte för mig.

I: Skulle du kunna tänka dig ändra dina kostvanor till en mer växtbaserad diet?

R: Nog skulle man kunna joo eftersom växt intaget är ungefär vid noll just nu.

I: Är du medveten om de negativa effekterna av köttkonsumtionen och köttproduktionen på miljön?

R: Säkert har det negativ inverkan men med tanke på alla andra föroreningar i vår miljö så tycker jag att köttindustrin det är det minsta av våra problem.

I: Mycket förståeligt och rationellt svar. Men skulle du kunna tänka dig lämna bort kött fullständigt från din kost?

R: Jag tror inte jag skulle klara mig.

I: Skulle du då klara dig 30 dagar utan kött då?

R: Nog skulle jag klara det, men jag skulle inte göra det frivilligt

I: Okej, sista frågan, tror du att man kan öka på intresset för vegan kosten genom att upplysa människor om dess nackdelar och fördelar.

R: Säkert. Det finns folk som jag som inte vet någonting om detta ämne så jag säger ja. Personligen äter jag kött för smaken, och priset. Så det får duga för mig.

I: Tack så mycket.

Intervju 3

I: Okej, så vad är din ålder och kön?

R: Kvinna och 28 år.

I. Hurudan kost har du nu? är du nöjd med den?

R: Jag är vegetarian, och jag försöker äta mer vegant.

I: Är du nöjd med din kost?

R: Joo jag är nöjd, men jag skulle vill äta mindre mjölkprodukter och så vidare.

I: Hurudan betydelse tror du att kostvalet har på hälsan?

R: Det har stor betydelse. Men lever längre och hälsosammare liv när man äter bra som t.ex. grönsaker och mindre kött som har mycket fett.

I: Betyder kostval någonting för dig när det gäller planetens framtid och med tanke på miljön?

R: Absolut. Det är en jätte stor orsak varför jag har varit vegetarian i 12 år redan. Jag vill faktiskt bli vegan nu och det har allt och göra med detta.

I: Vilken kunskap har du om kosttriangeln som följer de finska näringsrekommendationerna ? Hur tror du att den är uppbyggd?

R: Jag tror att den är rätt så gammaldags, dvs. mycket kött och mjölkprodukter så jag tycker den bör uppdateras.

I: Hur tycker du att den skulle borda vara uppbyggd?

R: Jag tycker att den borde vara mycket mångsidig med mycket frukter och grönsaker och mindre kött och mjölkprodukter.

I: Så vad är din åsikt om vegankosten?

R: Det är det bästa som finns. Vi borde alla bli veganer om man bryr sig om vår planet och dens framtid. Det är kanske inte realistiskt att alla blir veganer men man borde sträva till att minska på köttintaget så att man åtminstone gör små steg i rätta riktningen.

I: Mycket förståeligt och rationellt svar. De nästa två frågorna har du redan svarat på så vi behöver inte gå igenom dom. Men skulle du kunna tänka dig lämna bort kött fullständigt från din kost?

R: Joo. Såklart kött har jag lämnat bort länge sen men fisk och ägg så det försöker jag minska och jag skulle vilja lämna bort dom. Först måste jag lära mig nya resept och mångsidiga rätter för att ersätta dom produkterna.

I: Okej, sista frågan, tror du att man kan öka på intresset för vegan kosten genom att upplysa människor om dess nackdelar och fördelar. Tror du att detta är en lösning?

R: Jag tror inte att det är den ända lösningen, men jag tror att det kan ha en stor betydelse men det beror också på om man talar med äldre generations människor eller inte. Jag tror inte att det har så stor betydelse för de äldre generationerna men det kan ha stor betydelse för den yngre generationen.

I: Intressant. Du har säkert rätt om den saken. Tack så mycket.

Intervju 4

I: Okej så vad är din ålder?

R: 28

I: Vad är din kön?

R: (skratt) Man, skulle jag säga, gränsfall.

I: Kan du förklara till mig att hurudan kost har du?

R: Jag försöker äta hälsosamt i allmänhet så det blir ganska mycket protein som kvar när man ändå försöker träna på gym. Jag försöker äta någotlunda vettigt.

I: Är du nöjd med din nuvarande kost?

R: Joo, man skulle kunna äta mera grönsaker och frukt såklart. Nog sku man kunna förbättra den verkligen. Kanske t.o.m. bli helt vegan och trendig.

I: Hurudan betydelse tror du att kostvalet har på ens hälsa?

R: Det är nog rätt så viktigt såklart, vilket är rätt så självklart. Det är det som påverkar vem man är, det som man sätter i kroppen. Man är vad man äter.

I: Betyder kostval någonting för dig när angår miljö och planetens framtid ?

R: Inte nu direkt, inte något jag funderar på. Men då man funderar på djuren och vad är etiskt rätt så känns det fel att konsumera kött, hela köttindustrin känns fel.

I: Vilken sorts kunskap har du om kosttriangeln enligt finska näringsrekommendationerna?

R: Jag har hört att det är en triangel men jag vet faktiskt ingenting om det. Ibland känner man sig lite dum för jag vet inte.

I: Vad är din åsikt i allmänhet om vegankosten?

R: Respekt för dom som klarar av det. Det är fint och det ända etiskt rätta verkligen, och moraliskt rätta alternativet.

I: Skulle du kunna tänka dig själv ändra till en mer vegetarisk eller växtbaserad diet?

R: Kanske nångång i framtiden, men det skulle vara en stor process. Eftersom man aldrig riktigt har ätit grönsaker i stora mängder.

I: Så det känns jätte svårt?

R: Det känns väldigt svårt, med tanke på allergier som man själv har, så det skulle vara svår process nog.

I: Är du medveten om alla negativa effekter som köttkonsumtionen har på miljön?

R: Joo, det orsakar ju cancer och allt möjligt annat säger dom. Det är ju verkligen heller int bra.

I: Sista frågan är följande, att tror du att genom att upplysa människor om vegankostens fördelar och nackdelar att man kan öka på intresset för vegankosten?

R: Säkert joo, nog skulle det ju fungera att göra bra reklam för vegan mat och växtbaserad mat. Nog skulle det ju bidra positivt åt situationen.

I: Tack så mycket

Intervju 5

I: So what is your age?

R: I'm 24

I: And gender?

R: Female

I: What kind of diet do you have?

R: I'm always eating neat food, not junk food.

I: And you're happy with your current diet?

R: I am happy, it's a perfect diet that I have right now

I: Do you think diet has a strong influence on your overall health?

R: Yes it is. It's important for your skin and your mental health. If you eat unhealthy food it has a negative impact on your body and your skin. I think if you eat more vegetables you will be more fit.

I: Does diet mean more to you when it concerns the environment and the planet?

R: Are you asking the question related with the climate and climate change?

I: This one is a more general question but yes, but climate too yes.

R: Hmm

I: Would you choose the eco friendly or organic products in favor of non ecological products?

R: Yes now I understand. That is true, I always go for the 100% organic products and I always check the nutrition facts for how much protein and fiber there is, and not harmful stuff that you don't need.

I: Do you know how the food pyramid is built up?

R: In my opinion, we should have more food that contains more protein and fiber, of course also carbs but not as much fat, because it might cause heart related problems and other issues. But also a lot of green, leafy vegetables.

I: What is your opinion of the vegan diet?

R: Actually I'm trying to be vegan right now for many different reasons. I used to be non-vegetarian but now I'm a vegetarian who also eats fish and chicken. I think a eating alot of sallad and fruits really does affect me a lot in a good way.

I: Are you aware of the negative impacts of meat consumption on the environment?

R: Of course, I'm also religious so we don't kill animals. When I used to be non-vegetarian I didn't think too much about it but now I don't understand why we kill animals and eat them. That motivates me to eat more vegetables and have a more vegan diet. But I also think fish is very important part of my diet because of the healthy omega 3 fatty acids.

I: I have one more question for you, do you think that through informing people about the positive and negative effects of meat consumption, it could increase the awareness for the vegan diet?

R: I think it will effect of course, if you inform people of the advantages of being vegan and properly explain to people why we are killing animals, just because of the taste, I think we need to properly educate people that think it's impossible to quit eating meat. When I told my friends that I'm vegetarian, they were all shocked because I think it's really difficult for some people to understand that meat is not a crucial part of a proper meal. They are motivated for some reason to have to eat meat. I guess they are used to it.

I: Thank you very much for the interview

R: Oh you're welcome.

Intervju 6

I: Okej, så vad är din ålder och kön?

R: 28 och man

I: Hurudan kost har du nu? är du nöjd med den?

R: Joo, jag äter allting. Jag är nöjd med den.

I: Hurudan betydelse tror du att kostvalet har på hälsan?

R: Stor. Man märker redan hur bra man mår, bara av att äta bra. De har typ lika stor inverkan som att motionera skulle jag säga, om int mera också.

I: Betyder kostval någonting för dig när det gäller planetens framtid och med tanke på miljön?

R: Joo, jag vet sen int hur stor betydelse det har men jag betalar nog dendär 20 cent extran för ekologiska produkter. Jag är nog färdig att betala mera för ekologiska produkter för att undvika alla sprutmedel.

I: Vilken kunskap har du om kosttriangeln som följer de finska näringsrekommendationerna ? Hur tror du att den är uppbyggd?

R: Typ en tredje del kolhydrater, en tredje del kött och en tredje del grönsaker.

I: Inte helt, såhär skall den se ut (visar kosttriangeln).

R: Okej, ser hyffsat ut.

I: Så vad är din åsikt om vegankosten?

R: Det är helt bra, inte skulle jag själv kanske klara av de. Så mycket kött som man nu producerar i världen, tror int att vår värld klarar av den förbrukningen i längden.

I: Skulle du kunna tänka ändra dina kostvanor till en mer vegetarisk, växtbaserad kost kost?

R: Joo jag tycker att jag redan har en mycket växtbaserad diet.

I: Är du medveten om de negativa effekterna av köttätande på miljön?

R: Joo tyvärr.

I: Skulle du kunna tänka dig lämna bort kött fullständigt från din kost?

R: Nää inte tror jag det. Inte helt och hållet men int behöver man äta kött varje dag. Några dagar i veckan är inte så farligt enligt mig.

I: Okej, sista frågan, tror du att man kan öka på intresset för vegan kosten genom att upplysa människor om dess nackdelar och fördelar.

R: Helt säkert. Just nu har vegan dieten en slags stigma om att all växtbaserad mat smakar dåligt, vilket är helt falskt. Likaså är idén att man inte får tillräckligt med protein, vilket också inte är sant.

I: Du har 100% rätt om den saken. Tack så mycket.

Intervju 7

I: Okej, så vad är din ålder och kön?

R: 27 och man

I: Hurudan kost har du nu? är du nöjd med den?

R: Kost? det skulle såklart kunna vara bättre men jag försöker iallfall.

I: Äter du alltså kött?

R: Joo jag äter kött.

I: Hurudan betydelse tror du att kostvalet har på hälsan?

R: Jag tror det ganska stor inverkan de har.

I: Betyder kostval någonting för dig när det gäller planetens framtid och med tanke på miljön? Väljer du ekologiska produkter över oekologiska?

R: Joo nog brukar jag välja ekologiska produkter om det är någotlunda hyfsade pris sfärer och jag har tänkt att minska på min köttkonsumtion. Jag försöker göra min andel att hjälpa till att rädda denna döende planet som kallas för jorden.

I: Vilken kunskap har du om kosttriangeln som följer de finska näringsrekommendationerna ? Hur tror du att den är uppbyggd?

R: Jag har inte sett den men jag kan tänka mig att den uppdaterade versionen är mycket mångsidig och har mindre kött i proportion med de äldre varianterna.

I: Det är korrekt. Så vad är din åsikt om vegankosten?

R: Smakmässigt är det sämre men jag har inte ätit något häpnadsväckande vegan mat ännu, men kanske jag skulle bli konverterad om jag skulle smaka något jätte gott på restaurang. Det som jag har ätit hittills har inte varit så bra att jag skulle vara övertygad.

I: Men vad tycker du då etiskt om detta ?

R: Etiskt är det ju såklart ett mycket bra val jämfört med kött.

I: Men du talade bara om smaken nyss.

R: Smak är mycket viktigt för mig. Jag uppskattar smak jätte mycket.

I: Skulle du kunna tänka ändra dina kostvanor till en mer växtbaserad kost kost?

R: Jag tänkte ersätta köttet med det så kallade "pulled havre" bara det någonsin skulle komma till salu i livsmedelsaffärer.

I: Skämtar du eller är du helt seriöst?

R: Jag skulle definitivt testa det. Om det smakar gott skulle jag definitivt börja använda det istället för kött.

I: Okej nästa fråga. Är du medveten om de negativa effekterna av köttätande på miljön?

R: Jag såg Cowspiracy dokumentären nyligen så joo jag tror jag vet åtminstone någonting om de negativa konsekvenserna.

I: Okej så du vet kanske mer än jag om detta ämne isåfall. Skulle du kunna tänka dig lämna bort kött fullständigt från din kost?

R: Joo nog skulle jag kunna om det skulle vara måsta på.

I: Okej, sista frågan, tror du att man kan öka på intresset för vegan kosten genom att upplysa människor om dess nackdelar och fördelar.

R: De bland annat en metod att lösa det definitivt.

I: Tack så mycket.

Intervju 8

I: Okej, så vad är din ålder och kön?

R: Man och 26

I: Hurudan kost har du nu? är du nöjd med den?

R: Huvudsakligen ägg, höna, soja är huvudproteiner som jag får. Jag äter nästan vad som helst annat än fisk. Jag är nöjd med den.

I: Hurudan betydelse tror du att kostvalet har på hälsan?

R: Helt massivt. Alltså jag gick ner 30kg pga förbättrade matvanor. Huvudsakligen för att jag slutade äta processerade maträtter och mycket mindre socker.

I: Betyder kostval någonting för dig när det gäller planetens framtid och med tanke på miljön? Väljer du ekologiska produkter över oekologiska?

R: Alltså lite, ganska lite i jämförelse till andra människor men jag gör inte ett jätte stort problem av de.

I: Vilken kunskap har du om kosttriangeln som följer de finska näringsrekommendationerna ? Hur tror du att den är uppbyggd?

R: Ganska bas saker som att äta mångsidigt, men när det kommer till detaljer är jag ute och seglar.

I: Så vad är din åsikt om vegankosten?

R: Min åsikt är att man skall göra vad man vill göra, men att det inte nödvändigtvis är någonting vi alla behöver göra. Jag har läst vissa artiklar om att det finns viss nytta i att äta kött. Men när det kommer till rött kött, borde det vara en lyx eller fest maträtt, såsom när man äter godis att man inte äter det ofta. Det är inte hållbart att äta så mycket rött kött som vi gör för tillfället.

I: Skulle du kunna tänka ändra dina kostvanor till en mer växtbaserad kost kost?

R: Absolut eftersom min flickvänn är vegan så har det blivit mycket vanligt för mig att äta växtbaserad mat. Men jag skulle inte ha något problem att bara äta växter. Jag känner ingen stolthet i att vara allätare.

I: Är du medveten om de negativa effekterna av köttätande på miljön?

R: De lilla man har hört så joo men jag har inte haft tiden att undersöka det. Men jag tror det verkar som ett allvarligt problem. Kött kan inte vara det huvudsakliga födan för oss för att det tar så mycket resurser att uppehålla pga. den växande befolkning.

I: Skulle du kunna tänka dig lämna bort kött fullständigt från din kost?

R: Joo, alltså jag älskar höna men annat kött är jag inte så ivrig på överhuvudtaget. Ägg skulle jag inte villja lämna bort men hittar man någon passlig och enkel växtbaserad kost att uppehålla sig själv med så är jag nöjd.

I: Okej, sista frågan, tror du att man kan öka på intresset för vegan kosten genom att upplysa människor om dess nackdelar och fördelar.

R: Säkert men där måst man också komma ihåg det att med att berätta sanningen så betyder int att man kommer fram till folk, utan man måst man möta dom på deras nivå och förklara till dom utan att predika för annars kommer det att få motreaktion. Man måst komma ihåg att kommunikation måst fungera åt båda hållen. Men joo upplysning har påverka mycket människor men man måst komma ihåg att alla människor inte kan tycka som du och om du säger att någon måste tycka så som du gör så kommer det inte att lyckas på en större skala.

I: Tack så mycket.