

# Tema: Mat och dryck

- Ska du inte äta upp din hälsotallrik?
- Nej, jag måste spara lite plats för kanelbullen också.

Så sa en av mina vänner när vi var ute och åt lunch. Detta förhållningsätt speglar vårt rätt komplexa förhållningsätt till vad vi äter och dricker. I detta nyhetsbrev gräver vi ner oss djupare i hur vår konsumtion av mat och dryck förändras. Det är ett stort och brokigt ämne och jag väljer helt efter eget godtycke ett par olika aspekter att beröra. Hälsa är förstås en stor del, men också så stor att den nog kan förtjäna ett helt eget nyhetsbrev senare och berörs därför bara ytligt.



*Glöm aldrig att spara rum för kanelbullen. (Flickr: optische\_taeuschung)*

## Från ekologiskt till lokalt

När vi ständigt påminns om devisen "du är vad du äter" så ökar fokuset på ursprunget på vår mat och dryck. Det ekologiska har vässats ytterligare i och med boomen med närproducerade produkter. Det vi äter och dricker ska kännas äkta och ska helst även ha en spårbar historia.

Att köpa lokalproducerat kött känns av någon anledning bättre än den inplastade biffen med tvivelaktigt ursprung i disken. Istället för storskalig produktion satsar allt fler bönder på småskalig livsmedelsförädling. Många bönder har egen gårdsbutik, erbjuder avsmakningsmenyer eller potatisprovning (jo det finns!). I flera länder i Europa har det blivit populärt med varuautomater (så kallade "regiomater") med lantbruksprodukter som bönderna själva direkt fyller på.



*Lokala varuautomater.*

## En egen bonde

Går det att få det än mer extremt? Javisst, i USA har det blivit populärt med "leasing av kor". Stadsbor kan på så sätt försäkra sig om att det kött eller den mjölk och ost de konsumerar kommer från just en speciell ko. Och i Italien erbjuds man en virtuell odlingslott där man kan välja mellan över 30 olika grönsaker att plantera. Det intressanta är att så fort man designat sitt grönsaksland, planteras även dessa växter i verkligheten. I ett fotoalbum kan man följa hur grödorna mognar. En extra finess är en fågelskrämma med ett foto på sitt eget ansikte. När grönsakerna är skördade levereras de direkt hem till dörren. Hur långt kan detta gå? Kommer vi alla att ha en egen bonde som förser oss med basprodukter eller till och med delikatesser? Och är det egentligen miljömässigt en fördel med all denna småskalighet?



Licens på att du leasar en viss ko utfärdad av "Rent Mother Nature".

## Funktionell mat och dryck

Något som blivit allt vanligare på hyllorna i våra butiker är funktionell mat och dryck. Vitaminvatten har blivit en storsäljare som de flesta dryckestillverkare erbjuder i olika former. Det känns nyttigare än läsk och är roligare än bubbelvatten. Och allt fler tillverkare hakar på trenden med liknande koncept. Numera kan man köpa tuggummit Vigo som finns i tre olika varianter: Beauty som ger "sund och elastisk hud", Focus som ger "ökad mental prestationsförmåga" och Active som ger "ökad fysisk kapacitet". Att Pressbyrån tar in en produkt som denna är förstärkt, men att även Apoteket säljer den vittnar om dåligt omdöme. Innan någon medicinsk verkan kan bevisas så hör den knappast hemma där. Och om detta egentligen skulle bevisas så kanske produkten snarast borde vara receptbelagd?



Mirakeltuggummi som gör dig snygg, smart och stark.



## Funktion 2.0

En trolig utveckling är att vi kommer att få se allt mer nischade produkter som vänder sig till en viss målgrupp. ProViva har exempelvis släppt Female – ”det första livsmedlet för kvinnor i fertil ålder”. Denna dryck påstås bland annat öka kroppens järnupptagningsförmåga med 50 procent. Professorn Lena Hulthén vid Göteborgs Universitet går i god på att produkten fungerar och välkomnar den på marknaden. Det är personer i vit rock som ska ge trovärdighet till många av framtidens produkter när annan reklam tycks fungera allt sämre.



Hälsa på burk.

Och detta är bara början. Redan finns betydligt mer extrema produkter i andra länder. Vad sägs till exempel om fransk antirynekarmelad eller japanska marshmallows som ger fylligare läppar. I USA pratar man om ”Chocolate Milk Diet”. Sen har vi den remarkabla produkten Bust-Up-Gum som är ett tuggummi som ger större bröst. Franska yoghurten Essensis som skulle ge bättre skinn försvann på marknaden efter två år. Financial Times menade därmed att eran för funktionell mat och dryck var över. Jag tror att det är precis tvärtom. Den har bara börjat.

## Den biomolekylära revolutionen

Det är tacksamt att raljera kring denna industri som håller på att formas men man ska samtidigt komma ihåg att det är långt ifrån osannolikt att vi kommer att få i oss en hel massa livs- och hälsoförbättrande preparat genom mat och dryck i framtiden. Utmaningen blir att sälla ut de seriösa produkterna från charlatanernas junk. En övertro på mirakelmedel som ska ge genvägar till bättre hälsa kommer att driva detta segment.

Om vi ser förbi produkter som har enkla tillsatser av olika näringsämnen så kommer forskningen att leda till helt nya innovationer. På molekylärnivå kommer man med nanoteknik och andra vetenskaper mycket möjligt att kunna skapa de mest fascinerande livsmedel. Det är inte otänkbart att vi kommer att ha mat där man kan påverka t.ex. hur stark kryddningen är i konsumtionsögonblicket. Vi kanske kommer att kunna byta färg på läsk efter att vi har köpt den. Självklart kommer en stor del av produkterna även förbättra vår hälsa. Redan idag finns långt gångna forskningsförsök med genmodifierad potatis som innehåller koleravaccin och bananer som ger hepatitskydd. Att detta inte skulle breddas till en rad andra medicinska områden är osannolikt.



## Snabbare än snabbt

En ökad upplevd tidsbrist är parallellt med ökade hälso- och miljökrav den kanske starkast påverkande faktorn på vår matkonsumtion. Enligt SCB upplever nästan 60 procent av svenskarna mellan 20 och 84 år ofta eller ibland tidsbrist. Tidspressen är speciellt påtaglig hos barnfamiljer som försöker få ihop livspusslet – för dessa är siffran hela 80 procent.

Vilka konsekvenser får då denna stress? Ja, först och främst så ökar kraven på snabbhet. Ibland ses en måltid inte som något positivt, utan snarare som ett problem som så smidigt som möjligt ska lösas. Det kan innebära en Gorbys i mikron eller en varmkorv på hörnet. Kanske inte kulinariska höjdpunkter, men man måste raskt vidare i livet för att hinna med allt annat som ska göras.

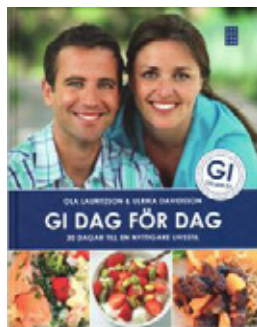
McDonald's i USA testar en lösning från Hyperactive Technologies som innebär att de med kamera kan analysera vilken typ av bilar som kommer till drive-in-kön och därmed kan uppskatta vilken mat de ska beställa. Väntetiderna för dessa restauranger har minskat med 60 sekunder - en evighet i snabbmatsbranschen. Richard Watson menar i sin bok *Future Files* att 15 procent av all mat i USA konsumeras i bilar. Enligt Daily News orsakar ätande i bilen 80 procent av alla bilolyckor i USA. Det är oftast inte ätandet i sig som är farligt, utan när man spiller och ska försöka ordna upp oredan.



Äta i bilen är farligt, men på MCn?

## Mormors långkok

Ett direkt motsatt skeende är vurmen för slow food. Och det är många som sjunger långsamhetens lov. Nya kokböcker fullständigt väller ut på marknaden. Det ska bakas surdeg och det ska göras långpannor. Man ska snickra ihop en macaron och man ska grilla som ett proffs. Och vi ser andra böcker som Äkta vara, Döden i grytan och Smakernas återkomst som tar upp varför vår mat håller undermålig kvalitet och vad vi istället bör göra. I varenda glassigt magasin presenteras mer eller mindre komplicerade recept och rätter. Vi ser tv-program med recept som kräver tålamod som en sköldpadda skulle avundas. Det ska pocheras, jäsas, skällas, mortlas och smörslungas. Man ska hinna med långkok i mormorstil trots heltidsarbete, barn och andra vardagssysslor. Mat som självförverkligande och hobby är för all del lovvärt, men för många leder nog höga krav till ökad press på perfektion.



En strid ström av böcker, tidningar och TV-program om matlagning.

## Snabb "slow food"

Hur ska man då få ihop motstridiga krav som tidsbrist och högkvalitativ matlagning. Titeln på boken "Om jag var din hemmafru : eller hur man får en vardag att smaka som en lördag" av Lotta Lundgren sammanfattar problematiken. Hur kan man skapa "fast slow food"? Ett sätt är förenkla och förkorta vissa delmoment i matlagningen, och gärna då de tråkiga eller tidskrävande. Vi har sett flera olika lösningar lanseras. Hemleverans av mat i olika former har formligen exploderat. Middagsfrid, Linas matkasse och Matkomfort är ett par av alla nya aktörer på denna marknad. Man slipper kolla recept, skava runt i butiken och släpa hem alla kassar. Och kan dessutom ordna hemlagad och genomtänkt mat. Att betala för denna tidsbesparing blir allt populärare. Linas matkasse hade vid ingången på 2011 över 40 000 kunder.



*Pizzakit och förberedd mat är framtiden.*

Men även vissa produkter i handeln försöker lösa våra matdilemman. Pizzakit med färdig deg och tomatsås har snabbt slagit igenom. Man slipper det tråkiga och tidskrävande arbetet att knåda deg för att istället kunna vara kreativ med toppingen. Det handlar om att förenkla vardagsmatlagningen men ändå ges en chans att sätta sin prägel på den. På liknande vis ser vi Felix Förberätt och Findus Familjekök som är flerdelade förpackningar med olika ingredienser man själv lagar samman. Semi-matlagning kommer att vara en stor del i våra kök framöver.

## Alfabetssoppa 2.0

Men mat handlar inte bara om att stilla hungern så snabbt som möjligt utan den rymmer förstås upplevelsedimensioner. För barn handlar det mycket om att det även ska vara roligt. Förpackningsdesign blir allt viktigare när allt fler köpbeslut fattas i sista minuten i butiken. Konkurrensen står i mindre utsträckning om produktens innehåll, utan mer om vilka upplevelser den erbjuder. Med tanke på att barn och tweens får allt större inflytande vid köpbesluten kanske du snart lägger Zombie Virus-vinäger eller ormgiftssoja i varukorgen.



*Underhållning allt viktigare komponent för våra livsmedelsinköp.*

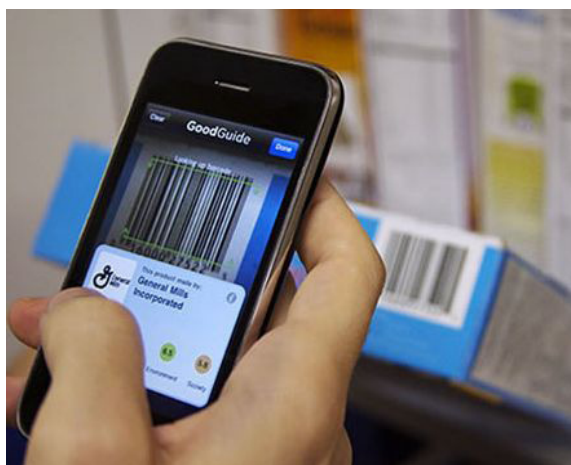
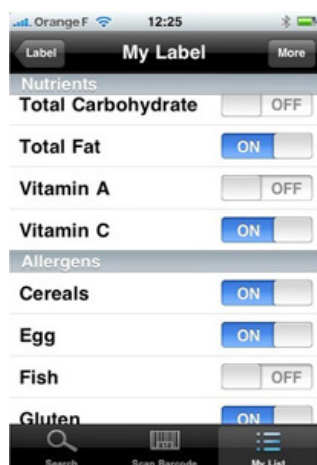


## Personliga matprofiler

En återkommande fråga då jag arbetat med mat- och dryckestillverkare är vilken nästa trend är när det kommer till saker som fett, socker, salt, E-nummer, etc. Vi vet att media styr våra preferenser vartefter nya rön publiceras. Eller för all del halvsanningar som vinklas hårt. Men min tanke kring detta är att vi går mot ett mer personligt förhållningssätt där var och en skapar sin egen uppsättning preferenser om matens innehåll.

Att läsa innehållsförteckningen på livsmedel i butik har blivit allt vanligare. Men det är inte bara tidskrävande utan informationen är också svår för en lekman att tolka. Är det exempelvis negativt om en produkt innehåller E140, E101 och E300. Ja, E140 är något så naturligt som klorofyll (som ger växter dess gröna blad), E101 är vanlig vitamin B2 och E300 är C-vitamin. Men i butiken står vi inte och googlar alla dessa förstås.

Men tekniken kommer dock till vår hjälp och det är dithän vi är på väg i ett längre perspektiv. Ett flertal appar med namn som FoodEssentials, FoodScanner, Daily Burn och GoodGuide ser redan till att underlätta våra inköp. Även HalalScanner och VegetarianScanner är mer nischade alternativ.



*Inom kort kommer vi alla ha en personlig matprofil.*

Genom att en gång för alla ställa in maximal fetthalt, E-nummer och ämnen som gluten, nötter, etc. man vill undvika så skapas en personlig profil. När man sedan handlar scannar man streckkoderna på varorna med mobilen och får direkt grönt eller rött ljus. På så vis automatiseras beslutsfattandet delvis. Konceptet går också hand i hand med nyare forskning som pekar på att våra olika genuppsättningarna dessutom ställer krav på olika näringsintag för olika personer. Grovt räknat delas det upp i tre olika kategorier. Mer info kring detta finns i spännande boken *Vikten av gener* av Karin Bojs och Anna Bratt.

Personliga matprofiler kan naturligtvis på längre sikt få stora konsekvenser. Om en stark mediapersone som en tv-kock helt plötsligt uppmanar alla att inte köpa varor som innehåller E153, så kan produkter som innehåller detta ämne vara döda över natt. Och i framtiden är det knappast streckkoder vi använder utan det hela sköts automatiskt, t.ex. genom RFID och en kundvagn som ständigt kontrollerar dess innehåll.

## Motstridiga normer

Vår mat- och dryckeskonsumtion styrs av faktorer vi ibland har svårt att rå över. Många gånger har vi höga ambitioner att äta nyttigt och hälsosamt, men av olika skäl blir det inte alltid så. Saker som bekvämlighet, grupptryck, kostnad och tidspress påverkar våra beslut. Situationen i sig är många gånger av större betydelse än de eventuella ambitioner som finns att stå emot frestelser av olika slag. Den som går på diet kanske har svårt att säga nej när alla kompisar vill ta en burgare på grillen. Det kanske rent av är ett välkommet svepskäl för att få moffa i sig en flottig hamburgare.

Det intressanta i sammanhanget är att vi inte är konsekventa och jämt betar oss på samma sätt, utan vi skiftar mellan olika normsystem. En miljömedveten konsument kanske köper ekologisk mat i veckan, för att till helgen ta bilen till en gourmetrestaurang och avnjuta en trerätters middag. Olika normer styr, beroende på sammanhang, situation och tid på dygnet. Skillnaden mot förr är att vi idag har många fler normsystem, där dessa ibland är direkt motsägelsefulla men trots allt existerar sida vid sida. Det råder alltså ett konstant kaos där vi slits mellan olika värderingar vid varje matbeslut – något rätt eller fel existerar inte. Som en följd blir konsumenten oförutsägbar och svårläst.

## Framtidens mat och dryck

I en förlängning tror jag vår iver att spara tid innebär att varje potatis och morot vi handlar kommer att vara skalad och tvättad. En allt större del av maten kommer att vara förberedd och preparerad på olika sätt. Vi kommer köpa mer färdigmarinerat kött till grillen, mer färdiga schnitzlar och fetabiffar i delikatessen, och mer färdighackad och blandad sallad.

Det är troligt att vi ser en fortsatt polarisering med flera parallella utvecklingsspår inom mat och dryck. Vi kommer se snabbmat locka samtidigt som slow food är eftersträvansvärt. Vi kommer se lågpris öka samtidigt som premiumsegmentet går framåt. Vi kommer att ha höga hälsoideal men samtidigt unna oss dagliga små "belöningar". Vi kommer se det globala influera vår mat samtidigt som det lokal och närproducerade kommer att hyllas. Vi kommer jaga det moderna och trendiga samtidigt som det nostalgiska har sin lockelse.

Att vara i mat- och dryckesbranschen kommer till stor del handla om att våga välja vilken kombination av dessa extremer man ska satsa på. Att stå kvar i mitten utan en klar idé kan vara en riskabel strategi.



*Tung nostalgitripp i Råtatouille.*

För mer info och prenumeration på detta nyhetsbrev, kolla in [www.futurewise.se](http://www.futurewise.se)  
Intresserad av inspirerande trendföredrag? Maila på [info@futurewise.se](mailto:info@futurewise.se)  
Bilder i detta nyhetsbrev är förutom egna bland annat från Flickr Creative Commons.