

Allt fler konsumenter har börjat tänka på mat som å ena sidan kan orsaka livsstilssjukdomar, fetma, allergier och intoleranser, men som å andra sidan kan bidra till att förebygga eller eliminera dem. Konsumenterna uppfattar mat som medicin för kroppen, vilket kan göra mer traditionella mediciner överflödiga.

Önskan om att leva hälsosamt är en stark trend som länge har format konsumenternas hållningar och beteenden. Det är allmänt känt att en osund livsstil kan leda till exempelvis fetma, hjärt- och kärlsjukdomar, diabetes och allergier. För en del kan detta vara ett reellt problem och en daglig utmaning – trots att de följer officiella rekommendationer om en sund livsstil. Därför har vissa konsumenter börjat fokusera mer på matens betydelse för kroppen, där de går sin egen väg för att uppnå hälsa.

Enligt Marianne Gregersen, avdelningschef på Landbrug & Fødevarer, handlar det bl.a. om att hälsan har blivit mycket individualiserad och där alla därför går sin egen väg för att leva hälsosamt. *"Konsumenterna ifrågasätter huruvida officiella rekommendationer kan passa deras egen kropp. De upplever inte att hälsan förbättras genom att följa rekommendationerna. Därför tar de saken i egna händer och väljer mat och dryck som efter deras egen uppfattning bidrar till underhåll och läkning av kroppen."*

Det är i och för sig inget nytt i att fokusera på vissa livsmedels nyttiga effekter. Men nu börjar fokuset mer att handla om att mat inte bara kan förhindra sjukdomar, utan kanske rent av bota dem – helt enkelt genom att ändra ätmönster och fokusera på mat som har en nyttig och kanske läkande effekt på kroppen. *"Det har länge funnits en hype kring olika superfoods och kosttillskott och detta sprider sig till maten som helhet, som kan vara som medicin för kroppen",* säger Marianne.

Tanken är att allt egentligen kan avhjälpas med rätt mat och dryck. Det gäller både magproblem, känsloliv, koncentrationssvårigheter, sömnbrist, trötthet, rynkor och annat som konsumenten vill undvika eller bli frisk från.

Att äta t.ex. antiinflammatoriskt, blodsockerstabiliserande eller med fokus på de nyttiga tarmbakterierna kommer att bli allt mer populärt under de kommande åren, förutspår Marianne Gregersen. *"Särskilt den senaste kunskapen om hälsosamma bakteriers nyttiga inverkan på kroppen kommer att påverka konsumenternas upplevelse av mat och dryck. Därför kommer produkter som innehåller nyttiga bakterier från t.ex. fermentering, få mer vind i seglen framöver."*

Omvänt kan de klassiska kategorierna som kött, ägg och mjölk komma att utmanas av konsumenternas fokus på enskilda livsmedels särskilt hälsosamma egenskaper. Vissa konsumenter kan komma att fokusera på att minska mängden av dessa livsmedel av hälsoskäl, och istället köpa bättre kvalitet.

Och lyckligtvis är de flesta konsumenterna fortfarande medvetna om värdet av en varierad kost som rymmer många olika livsmedelskategorier. *”Vissa konsumenter ifrågasätter nyttigheten hos klassiska och normala livsmedel som kött, mjölk, bröd och ägg, men i grunden är dessa kategorier fortfarande mycket vanliga och igenkännliga för många konsumenter och kommer därför att fortsätta att vara en viktig del av matkulturen”,* säger hon.

Men enligt Marianne Gregersen är det mycket viktigt med faktisk kommunikation om vad dessa kategorier bidrar till i en hälsosam och varierad kost. På så sätt förhindrar man att konsumenterna gör sina val baserat på okunnighet, myter och andras erfarenheter och attityder som exempelvis kommuniceras via nätet och sociala medier.

© Agrar i Kristianstad AB - (Ansvarig utgivare: Anders Niléhn, +46 (0)70-630 68 77, anders@agrar.nu)

