

Hva skal vi ha til middag?

Det vanlige, takk

I gjennomsnitt lager vi rundt ti forskjellige middagsretter i året. Trygghet og tidsklemme er hovedårsakene. Men selv om det vante fortsatt er vanligst, er det enkelt å la seg inspirere – hvis man vil.

Forklaringene på hvorfor vi handler som vi gjør, er mange. Vi er trofaste mot kjente merkevarer, og vi handler mer på impuls enn med handleliste. – Vi er vanedyr. Vi handler det som er kjent og styrer unna det ukjente, sier Jan Hillesland. Han er ekspert på handlevaner og vet mye om hvordan forbrukerne oppfører seg, både i butikken og hjemme ved kjøkkenbenken.

– Noe av det som utmerker seg, er behovet for trygghet. Nærmere 70 prosent av omsetningen i Norge er merkevarer, og mange av disse er de samme som vi kjøpte for 20 år siden. Noe av grunnen til at vi velger disse, er at det er trygt – vi har vokst opp med dem. Når vi handler kjente merkevarer, slipper vi for eksempel å høre ungene sutre over ny mat de ikke liker, sier Hillesland.

Pasta, pølser, pizza

Vår livsstil påvirker også vårt handlemønster.

- Undersøkelser viser at nærmere 80 prosent av kundene ikke har bestemt seg for hva de skal handle på vei hjem fra jobb til butikk.
- Når vi er sultne og har dårlig tid, bruker vi

5
PÅ TOPP
til middag

Kjøtt

- 1 Kjøtt- & karbonadeig og farser
- 2 Fersk kylling
- 3 Pølser
- 4 Koteletter
- 5 Kylling- og kalkundeig

Fisk

- 1 Fiskepudding og -kaker
- 2 Frossen fisk
- 3 Fersk fisk
- 4 Ferske/frosne reker
- 5 Røkt, gravet og saltet fisk

Ferdigmat

- 1 Frossen pizza
- 2 Ferske ferdigretter
- 3 Ferske måltidskomponenter¹⁾
- 4 Middagsris
- 5 Spagetti

¹⁾ Kjøttkaker, kjøttboller, grillet kylling osv.

→ Listen viser de mest solgte råvare- og ferdigmatkategoriene i NorgesGruppens butikker i 2016.



– Nordmenn lager omtrent ti ulike middagsretter i året, men det er ikke vareutvalg som er problemet.

JAN HILLESLAND

Dagligvareekspert og gründer av Big Blue Company

→ bigbluecompany.no

omtrent seks minutter på handlingen. Da blir det raske løsninger og matretter vi kjenner fra før, sier Hillesland. De fleste husker hva de skal handle inn til disse måltidene og kan tilberede maten relativt kjapt.

Inspirerende og populære nykommere

Det mangler ikke på nye produkter i butikkhyllene. I mai lanserte NorgesGruppen 190 nye produkter, mens 680 nye produkter entret butikkhyllene i februar. Mange av nykommerne er varianter av allerede populære middager, eller nye typer tilbehør. Ulike burgeralternativer med fisk, hvitt kjøtt, rødt kjøtt og vegetar er eksempler på middagsnyheter denne våren. Vidar Olsen er kategori-direktør for ferskvare i NorgesGruppen. Han forteller at selv om kundene er tradisjonelle i hverdagshandelen, jobber også nye produkter seg oppover på listen over mest kjøpte, slik som kyllingfileter og rå laks. – Det er vår jobb å tilby et variert og sunt sortiment og å inspirere våre kunder når de er i butikken, enten det er nye alternativer til fisk eller grillmat, sier han. Det kommer stadig flere ferdige vegetarretter, slik som grønnsaks-lasagne eller gryter. – Selv om det er en god >



Supersortiment: Mangfold og kvalitet kjennetegner supermarkedene. Et gjennomsnittlig supermarked som Meny eller Spar har mer enn 10 000 produkter. Her kan du kjenne duften av nystekt brød, handle fisk og kjøtt i ferskvaredisken, finne alt av frukt og grønt og få hjelp av flinke fagfolk.

› stund til disse rettene når de femten mest solgte produktene, peker omsetningspilene oppover. For eksempel har vegetarserien Oumph!, et middagsalternativ innen vegetar, virkelig slått an allerede ett halvt år etter lanseringen, sier Olsen. Han trekker også frem at kundene nå varierer tilbehøret til middagen i større grad enn før. – Tilbehørs-salater som byggrynssalat og bulgursalat er blitt gode alternativer til potetsalat, og søtpotet, både stappet og kuttet, selger som bare det.

– Det er vår jobb å inspirere kundene.

Vidar Olsen
Kategoridirektør, NorgesGruppen

Kjønnsforskjeller

Hvem i husholdningen som handler, har litt å si for hva som havner i matkurven. Hilleslands selskap gjennomførte et eksperiment hvor de ba et utvalg kvinner og menn om å gå inn i butikken og kjøpe Coca-Cola. Resultatet var ganske oppsiktsvekkende. Menn kom ut med en halvliter Coca-Cola til seg selv, mens kvinnene kom ut med en firepakning med halvannenliter Coca-Cola. De hadde handlet til hele familien. Hillesland forklarer det slik: – Kvinnene hamstrer, de er redde for å gå tomme, og de tenker på familien.

Venner til inspirasjon

Hillesland bekrefter at de fleste av oss trenger

å inspireres for å handle mer variert. – De som ikke går helt i egne spor, henter inspirasjon fra blant annet blogger, apper, kundemagasin og reklame, men det som inspirerer oss mest, er faktisk venner og bekjente, slår Hillesland fast. Så kanskje kan vi innføre et nytt ordtak: «Si meg hva dine venner spiser og jeg skal si deg hvem du er»? Vi er inne på noe der. – Innkjøpsvaner handler om sosial tilhørighet, og det dreier seg i stadig større grad om anerkjennelse, sier Hillesland.

Markedet florerer av kokebøker, matblader og matprogrammer. Det er nærliggende å tro at disse inspirerer oss til å lage mer variert mat, men slik er det ikke. – Nei, dette er stort sett bare underholdning for oss. Mye av det som er på markedet, er kanskje interessant nok å lese om og se på, men det er ikke relevant for hverdagen vår, sier Hillesland og forklarer:

– Svært mye blir for «far out». Vi kan ha intensjon om å lage noe helt nytt, men det forblir som regel med intensjonen.

Problemet er ikke vareutvalget

Mange klager på for dårlig vareutvalg. Dette er en myte vi kan avlive en gang for alle, sier Hillesland. – Butikkene bugner av varer, likevel handler vi i snitt 150 varer. Så hva skal til for å skape endring i vanelandet Norge? Hillesland tror butikkene kan hjelpe oss på veien til å endre inngrodd vaner.

– De ansatte i butikkene kan ta grep for å gi oss mer inspirasjon. Butikkene kan bli mye mer levende, og i helgene burde det være teater og opplevelser med kokker – opplegg som treffer både barn, ungdom og voksne,

sier Hillesland og fortsetter: – Jeg har også stor tro på vareprøver i butikk. Det bør bli mer av det, for når vi får smaksprøver, tester vi de ut. Butikkene burde kreve å få vareprøver fra leverandører ved nylanseringer, og når vi er inne på det – sats på færre nylanseringer, og gjør de store. – Nyheter er bra og skaper dynamikk og vekst, men de færreste av disse havner i din og min matkurv, sier Hillesland.

Det er et ordtak som heter «gammel vane, vond å vende». Det er ingen tvil om at dette gjelder nordmenns handlemønstre, men hvis både forbrukerne, leverandørene og butikkene tar grep, tror Hillesland at ting kan skje. Bare ikke kom å si at det mangler varer, da rister han på hodet.

Tips

Ukeshandling

Handler vi én gang i uken, sparer vi rundt 30 prosent på dagligvarebudsjettet vårt.

Trøtt på kjøtt?

Nyordet «fleksitarisme» – for dem som velger bort kjøtt og melk når de vil – er spådd som en av mattrendene fremover, fordi forbrukere i økende grad er opptatt av helse, bærekraft og dyrevelferd.

→ **meny.no, søk på «vegetar»**

5 i butikken

Hva inspirerer deg til å lage nye retter til middag?



BENTE ODNER (77)

Samler oppskrifter

– Jeg river ut spennende oppskrifter fra blader og aviser og legger dem i plastmapper. Alle oppskriftene blir oppbevart i bladholdere. Det har blitt et fint arkiv, som gjør at jeg lett kan hente frem både nye og gamle oppskrifter.

Tips: samle alle oppskriftene i en perm



TOR LINDBERG (55)

Planlegger uka

– Hos oss er handlingen veldig planlagt og da blir det mer variert mat. Kona og jeg setter oss ned på fredager og planlegger hva vi skal lage de neste sju dagene. Lørdag handler vi for hele uken. Vi henter inspirasjon ved å google og lese matblogger.

Matprat er mitt favorittnettsted

→ matprat.no



ROBERTA LEMGRUBER (27)

Tilbake til Brasil

– Å lage mat gir meg en god følelse, og når jeg har gjester, blir det en sosial begivenhet med masse glede. Jeg har to viktige inspirasjonskilder – mitt hjemland Brasil og min mamma. Når jeg lager brasiliansk mat, får det meg til å føle meg hjemme. Mamma inspirerte meg til å lære meg oppskrifter, og mitt tips er å lage egne versjoner av oppskrifter du kan.

La deg inspirere av brasiliansk mat

→ foodandwine.com/slideshows/brazilian-food



AURORA BRINGSLI (16)

Vegan på Instagram

– Når jeg skal lage mat, lager jeg helst noe vegansk. På KIWI, i nærheten av der jeg bor, har de mange veganske produkter, i tillegg til masse gode grønnsaker. Inspirasjon finner jeg på Instagram. Jeg søker på veganfood og da får jeg opp masse spennende retter.

Gå på Instagram og bli overrasket over utvalget

→ **Instagram, #veganfood**



JON EIRIK MANGSCHAU (38)

Kokker på nett

– Min inspirasjonskilde nummer én når det gjelder matlaging, er YouTube. Her følger jeg cirka 11 kokker. Det er som regel lørdag morgen jeg tar meg tid til å se på YouTube-filmene. Det går fort 45 minutter til dette. Etterpå går jeg ut og handler.

Sjekk ut «Food Busker» på YouTube

→ youtube.com/user/foodbusker



KORT OM

Handlevaner

- Fysiske forandringer i butikken er noe av det som påvirker salget mest. Hvis butikkansatte setter frem nystekte brød i en brødtralle, der kundestrømmen går, er sjansene svært stor for at vi velger et brød fra akkurat denne trallen.
- Én prosent mer tid i butikk betyr én prosent høyere kassasum.
- Hele 90 prosent av oss handler på impuls.

50 %

Halvparten av oss dropper å kjøpe et produkt som ikke er priset.

Jan Hillesland
Dagligvareekspert