

# Matvanor i kris

En sammanställning av förändringar i matpreferenser och livsmedelskonsumtion under de tre första månaderna av coronapandemin, framtagen och presenterad av ICA Sverige och Richard Tellström, docent i måltidskunskap, expert vid SLU Future Food.



## Inledning

**Maten vi äter är en stor del av vår kultur och vårt samhälle. I över hundra år har ICA följt hur samhället har förändrats genom att se hur kundernas matvanor förändrats. De senaste månaderna har coronapandemin påverkat mycket i våra liv och vår omgivning, så även vad och hur vi äter. I den här sammanställningen vill vi på ICA dela med oss av några av de förändringar vi sett i kundernas matkonsumtion under krisen.**

Coronakrisen visar tydligt vikten av en fungerande livsmedelsförsörjning i Sverige, men även vikten av mat och måltider i människors liv. ICAs och ICA-handlarnas viktigaste uppgift är att hjälpa till att fylla kylskåp i hem runt om i Sverige, såväl till vardags som vid kris. I den här sammanställningen vill vi dela med oss av fem förändringar vi tycker oss ha sett i kundernas matkonsumtion under coronakrisen under mars, april och maj. Vi har utgått från vår försäljningsstatistik samt receptsök från vår receptdatabas, som också är Sveriges mest besökta. Vi har velat bidra till en bättre förståelse av kundernas vardag, en vardag som inte ser ut som förut.

Bland annat bunkrade kunderna basvaror, framför allt i början av krisen, och sökte sig till husmanskost. Till exempel ökade sökningarna på traditionella rätter som hasselbackspotatis, kålpudding och raggmunk kraftigt under perioden. Men man tycks också ha sökt sig till vardagslyx, kanske för att sätta guldkant på en vardag som tillbringats mer hemma. Kunderna tycks också ha bakat betydligt mer än vanligt. Till exempel ökade försäljningen av torrjäst med 143 procent och receptkategorin "bröd" hade 123 procent mer trafik jämfört med samma period förra året.

Den generella hållbarhetstrenden, med ökad försäljning av bland annat vegetariska, lokala och klimatsmarta livsmedel, har kvarstått under krisen.

Samtidigt ser vi generellt en ökad oro bland svenskarna för privatekonomin. Ingen vet ännu riktigt i vilken utsträckning samhällsekonomi eller människors privatekonomi kommer att påverkas framåt av pandemin, men varsel, permitteringar och rädsla för en försämrad ekonomisk situation kommer med stor sannolikhet att påverka konsumtion och efterfrågan.

Vi har bett Richard Tellström, docent och forskare inom matkultur och matrender, att ge ett matkulturellt och historiskt perspektiv på de förändringar vi uppmärksammat. Richard bidrar med intressanta paralleller och reflektioner utifrån sin kunskap om tidigare kristider i Sverige. Kanske kan maten och måltiden ge oss viss tröst i en tid av kris och ovisshet – oavsett om det handlar om att baka bröd, äta lyxmiddag till vardags eller söka trygghet i barndomens husmanskost.

Denna sommar kommer på flera sätt att bli annorlunda, men antagligen kommer också mycket att vara sig likt. Många kommer att fortsätta vända sig till det traditionella; till grillen, till jordgubbarna och till den färska fisken för sommarkänsla. Men framförallt kanske vända sig till måltiden som en möjlighet till samvaro och trygghet.

**Anders Svensson, vd ICA Sverige.**



**Anders Svensson**  
VD ICA Sverige

## Innehåll

<b>Introduktion:</b> Värderingsanalys av matvanor under coronapandemin, av Richard Tellström .....	4
<b>Förändring 1:</b> Vi bakar oss igenom krisen .....	6
<b>Förändring 2:</b> Tillbaka till dåtiden – traditionella rätter och husman ökar .....	10
<b>Förändring 3:</b> Vi lagar mer mat hemma .....	14
<b>Förändring 4:</b> Bunkring i början av krisen .....	18
<b>Förändring 5:</b> Mindre fest, men mer guldkant i vardagen .....	22



### Om sammanställningen "Matvanor i kris"

Sammanställningen baseras på statistik från ICAs receptbank på ica.se samt försäljningsstatistik för perioden 1 mars 2020 – 23 maj 2020, jämfört med samma period 2019. Statistiken har analyserats och kommenterats av Richard Tellström, docent i måltidskunskap, expert vid SLU Future Food.

## Värderingsanalys av matvanor under coronapandemin

Denna sammanställning redovisar en analys och syntes av datatrafiken på ICAs receptsajt och ICAs försäljning av utvalda varor under perioden mars till maj 2020 då coronapandemin slog till med kraft i Sverige och mot det globala samfundet.

Sammanställningen diskuterar hur människors värderingar under en pandemi yttrar sig i sökande efter matrecept och matinspiration, men också livsmedelssvanor i ICAs butiker. Materialet har undersökts med frågor ur ett matkulturellt och mathistoriskt perspektiv, bland annat följande:

- **Kan vi hitta förklaringar till varför vi betar oss som vi gör under corona, utifrån vår matkultur?**
- **Kan vi se att matkulturen håller på att förändras?**
- **Kan man hitta historiska paralleller till andra kriser där vi betett oss liknande?**

Frågan om man kan se "att matkulturen håller på att förändras" går inte direkt att besvara. Den tid som pandemin och konsumtionsförändringen pågått är för kort för att man ska kunna säga att en bestående förändring har ägt rum. Matkulturen förändras historiskt när tre faktorer samverkar; politik, ekonomi och värderingar. Alla dessa tre är mycket aktiva nu under coronapandemin. De är också så extremt kraftfulla att de mycket väl kan förskjuta det matkulturella fundamentet åt ett nytt håll. Sannolikt kan man först tidigast om något år se en bestående matkulturell förändring, däremot kan man idag se omedelbara, men då kanske också kortvariga, matkulturella förändringar i matmodet.

En av frågorna har också varit "Kan man hitta historiska paralleller till andra kriser där vi betett oss liknande?". Svaret är i stort sett "nej". Skälet är enkelt; vi saknar en jämförbar krishändelse förorsakad av en pandemisk sjukdom och med samtidig tillgång till livsmedelsstatistiska uppgifter.

Den föregående gången en liknande pandemi svepte över jorden var under Spanska sjukan åren 1919-1920. Från den tiden saknas statistik av individens livsmedelskonsumtion. Den statistik om livsmedel som finns från de åren är huvudsakligen på nationell nivå, men eftersom det var

omedelbart efter första världskriget med livsmedelsbrister i både Sverige och Europa, är pandemin inte jämförbar med corona.

De första individuella livsmedelskonsumtionsciffrorna är från andra världskriget och täcker dryga tio år från 1940 till 1951. Där är beräkningarna riktade mot människors behov av kalorier och näring, inte komplett ned på enskild livsmedelsförsäljning utan mer i generella termer. Beredskapstiden var också en krigshändelse med en identifierbar yttre fiende, inte ett osynligt virus som under coronapandemin. Nationen var då en tillgång för familjen. Under corona har omgivningen på grund av smittorisken nästan blivit en källa till fara. Krigsransoneringarna kan ändå till viss del jämföras då behovet av att hålla ihop som både nation och familj var viktigt, och denna sammanhållning skapades precis som under coronapandemin med hjälp av mat och måltider.

Krigsransoneringarna begränsade folks kaloriintag med upp till 20 procent och då riktade människor sitt fokus mot svarta börsen för att kompensera varubortfallet. Det gör att de officiella försäljningsciffror som finns har ett mörkertal. I forskningen (Wijk, 1992\*) har man antagit att svarta börsens andel av den svenska livsmedelsförsörjningen stod som mest för 30 procent. De livsmedel som var mest eftertraktade på svarta börsen var kaffe, kött, fläsk, smör, socker och mjöl (precis som vi sett i konsumentbeteenden under coronapandemin 2020). Matkulturellt förändrades kosthållningen under kriget. Skrifter gavs ut med kristidsrecept men de hade då myndighetsperspektiv. Vi vet inte vilka recept som konsumenterna verkligen ville laga. Den relativt korta Suez-krisen 1956-1957 med bensinransonering och bilkörförbud på söndagar, gav inte upphov till en livsmedelsransonering. Det gör att inte heller den perioden är jämförbar.



En komplett och pålitlig nationell livsmedelskonsumtionsstatistik startade först 1958-1960 och de kriser som vi sett sedan dess (exempelvis olje- och bensinransoneringen 1974, den svåra ekonomiska krisen under 1990-talets början och finanskrisen 2008-2010) gav alla upphov till konsumtionsförändringar. Oljekrisen 1974 är dock svår att värdera eftersom Sverige då hade en påtagligt stängd livsmedelsmarknad mot omvärlden och var självförsörjande till mer än 100 procent på många livsmedel. De kriser som skulle kunna jämföras är den ekonomiska krisen under 1990-talets början och finanskrisen 2008-2010. Men eftersom de båda kriserna främst drabbade människor som blev arbetslösa och inte de som hade arbete, så var de inte på samma sätt samhällsomfattande som den nu pågående pandemin.

Receptsökningarna från coronapandemins första tre månader ger ett intryck av att svenskarna i hög grad vänder sig till husmanskost och traditionsrätter. Men det ger förmodligen bara en del av bilden. Man kan rimligen anta att den stora andel av befolkningen som är utlandsfödd eller som växer upp i familjer som första generationens infödda svenskar, inte självklart vänt sig till recept på kålpudding, fläskpannkaka och hasselbackspotatis. Inte minst då invandrartäta områden har drabbats hårdare av pandemin, så har människors matvanor där nog riktats mot sin traditions matkultur.

Konsekvenserna av coronapandemin är en unik erfarenhet i svensk och internationell handel. Den fick en snabb effekt att friska och arbetsföra människor i alla åldrar, och över hela världen, sattes i karantän- eller husarrestliknade omständigheter under flera månaders tid. Vi vet inte när rekommendationerna om social distansering hävs. De statliga ekonomiska krisstöden världen över har varit så massiva att coronakrisens ekonomiska verkningar ännu återstår att se hur de utvecklas.

Om Sverige till hösten, eller under de kommande åren 2021 och 2022 också går in i svår ekonomisk kris och recession med individuell arbetslöshet, så kommer konsumenternas receptsökande och konsumtionsstatistik att kunna jämföras bättre med de tidigare ekonomiska kriserna under 1990-talets början och finanskrisen 2008-2010. Men om coronapandemin pågår samtidigt med den ekonomiska krisen så har vi ytterligare en helt ny unik matkulturell situation; pandemi + ekonomisk kris. För mänsklighetens skull får vi hoppas att så inte blir fallet.

**Richard Tellström, Juni 2020**

# Vi bakar oss genom krisen

**202 %**  
ökning av torrjäst  
för matbruk

**123 %**  
mer trafik till recept-  
kategorin "bröd"

## Så har bakandet ökat:

- Jäst, mjöl och andra bakvaror ökade kraftigt under coronakrisens första tre månader jämfört med samma period förra året. Mjöl ökade med 50 procent och socker med 24 procent. Ägg hade också ett tydligt uppsving. Mat- och bakfett (smör, fast och flytande margarin mm) ökade med 17 procent.
- Matbakning tycks ha ökat mer än sötbakning. Torrjäst för matbruk ökade med 202 procent och torrjäst för söta degar ökade med 70 procent. Kyl jäst ökade med 54 procent och hade kunnat ökat mer, men jästproduktionen hann inte ställas om tillräckligt snabbt. Även inom kyl jäst syns en skillnad mellan jäst för matbruk (+58%) och sötbak (+48%).
- Butiksbakat bröd, så kallade "bake off"-varor, minskade med 15-20 procent, samtidigt som de hemma-gräddade bröden, till exempel förbakade baguetter som gräddas hemma, dubblade sin försäljning i volym under perioden.
- Det söktes mer på brödrecept än på sötbaksrecept i ICAs receptbank under perioden. Receptkategorin "bröd" hade 123 procent mer trafik jämfört med samma period förra året, "baka" hade 100 procent mer trafik, "kaka" hade 79 procent mer trafik, "bakverk" hade 67 procent mer trafik och kategorin "fika" hade 68 procent mer trafik.
- Scones var det mest besökta brödreceptet. Utöver det toppade fröknäcke, banankaka/banana bread, lätt lantbröd och filmjölksbröd i besöks trafik. Recept med störst ökning var frukostbröd med havre, hembakta vetetortillas, banankaka och lätt lantbröd. Även surdegsbröd samt egna korv- och pitabröd ökade.
- Bland de bakrecept som klättrade i placering på topp 20-listan under perioden i ICAs receptbank fanns kladdkaka, kanelbullar, sockerkaka, hallongrottor, äppelsmulpaj och banankaka. Banankaka ökade mest (+534%), följt av churros (+400%), kanelbullar (+324%), sockerkaka (+240%) och kladdkaka (+162%).
- Rasade i placering på topp 20-listan gjorde chokladbollar, rabarberpaj, kladdmuffins, morotskaka, rulltårta, Bittes äppelpaj och tårtbotten.

*Samtliga ökning av varor och livsmedel ovan är i volym, om inget annat anges.*

*Källa: ICA*



# Vi bakar oss genom krisen

“*Bröd matchar vår svenska urgamla känsla av något som hindrar svält i en kris. Därför bunkrar vi spannmål, mjöl, jäst och torrt bröd. Att kunna baka bröd när allting omkring oss är osäkert är en tröst.*” /Richard Tellström

Text av: Richard Tellström

Det livsmedel människor ändrar sist i sin matkultur, om de ombeds äta på ett nytt sätt, är deras preferens för sin kulturens baskolhydrat, alltså bröd, pasta, ris eller potatis. Basen eller bulken i matkulturen är kärnan i individens förståelse av sig själv, i relation till den kultur hon vill vara en del av. Den baskolhydrat vi vant oss vid att äta sedan barnsben behåller vi längst genom livet. Detsamma gäller för människor som flyttar eller flyr till ett nytt land; baskolhydraten är den som de ändrar sist i den nya matkulturen. Vanligen anser man att man inte blir mätt om man inte äter det gamla landets bas. Kolhydratens förmåga att mätta skänker ett mänskligt välbefinnande.

## **Brödets betydelse i den svenska matkulturen**

I Sverige är brödkulturen oerhört stark, vi äter gärna bröd i alla måltider och dessutom som mellanmål. Det kan vara extremt svårt att avstå från bröd när man väl tränats in i en brödkultur, till exempel för den som följer en kolhydratfattig diet. Skälen är flera. Centralt i den kristna tron är tacksägelsen över att ha bröd på bordet, både i överförd betydelse som vilken mat som helst, och i explicit betydelse som symbol för tron. På de äldsta runstenarna, mer än 1 500 år gamla, beskrivs den som försörjer sin familj som brödförsörjare.

Bröd matchar vår svenska urgamla känsla av något som hindrar svält i en kris. Därför bunkrar vi spannmål, mjöl, jäst och torrt bröd. Att kunna baka bröd när allting omkring oss är osäkert är en tröst. Hungerkravaller är ofta också brödkravaller. Senast vi hade en sådan i Sverige var våren 1917 i första världskrigets slutskede. Det var brist på bröd men särskilt potatis.

Doften av nybakat bröd skänker en fysisk och psykisk tillfredställelse. Bröddoft står för omsorg och en inbjudan till gemenskap. Det finns till och med de som hävdar att en bostadsrätt går lättare att sälja om det finns en mycket svag, svag doft av nybakat bröd i trappuppgången.

## **Att baka kan vara en tröst**

Bröd i allmänhet är ofta tröst. Men nybakat varmt bröd är en kärleksfull omsorg. Trafikökningen till recept på snabbakade bröd som scones, fröknäcke, bakpulverbröd och så vidare, handlar både om att få ett snabbt resultat, och att visa omsorg om andra familjemedlemmar som kan vara hemma i karantän samtidigt. En brödbakning är också en egen tröst när man är ensam i karantän. Det är ett kroppsligt välbefinnande att knåda en deg spänstig och mjuk. Få människor kan baka bröd på fri hand, därför behövs ett recept. Ett brödrecept med inte alltför många ingredienser kan bakas på en timme eller två, och dämpar uttråkningen av att vara ensam hemma.

Intresset för brödbakning hänger också samman med att konsumenten är van att dagligen få äta nybakat bröd; smörgåsen på väg in till jobbet på morgonen, brödkorgen på lunchen och ett nybakat bröd i butiken på väg hem. Nybakat bröd har en smak av omedelbart ”vad gott” medan lagrat bröd smakar ”det här är ett fantastiskt mångfacetterat gott bröd”.

## **Mer knäckebröd och mindre prinsesstårta**

Bröd med salt i, alltså matbröd, står för familjeomsorg. Bröd med socker i står för bjudning och matgåva till en gäst. Nu under corona kommer inga gäster alls, men drömmen om det söta brödet finns kvar. När restriktionerna åter tillåter människor över 70 år att besöka sina barn och barnbarn, och när pandemin avblåses, kommer ett stort behov av både gamla och nya typer av söta bjudbröd att uppstå.

Söta bröd som rasat i receptsökandet är typiska bjudbröd, för nu har man inga gäster, inga representativa situationer i form av födelsedagar, kom-och-fika-på-söndag-event, studentmottagningar eller kaffekalas. Den större ”släktfamiljen” har skurits ned i antal människor till att bara omfatta den mindre omfattande ”hushållsfamiljen”, där man inte behöver fysiskt distansera sig utan kan vara nära och social.

Recepturfandet ger olika möjliga tolkningar. En är att vi har ett matkulturellt uttryck i oss som är vår bas; det salta brödet. De känslor det brödet tillfredsställer ligger före de känslor man får av söta bröd och före söta krämiga bakverk. Torra och krispiga konsistenser verkar vara mer tillfredsställande i en kris än krämiga diton. Mer knäckebröd och mindre prinsesstårta kanske man kan säga.

Coronapandemin med sina generationsbegränsande karantänsregler har delat upp familjematkulturen i två tydligare kategorier; den nära hushållsfamiljen (som man får krama) och den distanserade släktfamiljen (som är på distans, fysiskt eller digitalt). Salta hembakade bröd för den nära hushållsfamiljen har kommit att dominera över de söta bjudbröden. Dock har söta familjebrod av lite grov frossarkaraktär uppstått; som banankaka, churros och kanelbullar som har gått som en raket på ica.se. Proppmätt-känslan skapar faktiskt ett välbefinnande i en existentiell kris.

## **Brödreceptet som inspirationskälla**

Att surfa in på en receptsajt och läsa om bröd kan också skänka tröst. Det blir en inspirationskälla i en uttråkad vardag, även om man inte har ambitionen att baka just nu. En receptsajts brödsidor är som att titta in i fönstret hos en sockerbagare, ni vet; han som bor i staden och ”i hans fönster hänger julgranssaker. Och hästar, grisar och pepparkakor.” Vem kan motstå att få titta in i ett sådant fönster för en stunds förströelse och längtan. Det är som att läsa en resekatalog där man drömmer sig bort till hur det ska vara med ens familj på resmålet, vilka sociala relationer som stränder, hotell och solnedgångar ska skapa. Recepten inbjuder till en tankeaktivitet och bröden blir en ställföreträdare för de människor man inte får träffa. Ett fiktivt möte, som när barn leker ”en kaffebjudning i dockhörnan”.

Mat är det vanligaste sättet att förklä kärlek på. Bröd är kanske den starkaste kärleksgåvan av alla livsmedel.



# Tillbaka till dåtiden – traditionella rätter och husman ökar

**174 %**  
mer trafik till recept på  
hasselbackspotatis

**48 %**  
ökning i trafiken till  
recept på grundsmet  
för pannkakor

## Så har den traditionella maten och husman ökat:

- Recept på topp 20-listan på ica.se som klättrade i placering under coronakrisens första tre månader: Korvstroganoff, laxfilé med citron, potatis- och purjosoppa, flygande jacob, bakad potatis, hasselbackspotatis, kålpudding och raggmunk.
- Rasade i placering på topp 20-listan gjorde bland annat carbonara, chili con carne, potatisgratäng, risotto, broccolisoppa, potatissallad och nässelsoppa.
- Ramlade bort från topp 20-listan gjorde bland annat halloumi-lasagne, linsgryta, halloumibiffar samt ost- och skinkpaj.
- Maträtter som ökade mest i trafik på topp 20-listan: Hasselbackspotatis (+174%), lax i ugn med citron (+162%), raggmunk (+150%), potatis- och purjolökssoppa (+142%), kålpudding (+132%), bakad potatis med skagenröra (131%), köttfärslimpa (+123%) och ugnspannkaka (+112%).
- Trafiken till potatisrecept (eller recept där potatis är det vanligaste tillbehöret) ökade med 100 procent.
- Alla former av pannkaksrecept hade betydligt mer trafik än samma period föregående år. "Grundsmet pannkakor" var det mest besökta receptet och hade 48 procent mer trafik. Listan fortsätter med "amerikanska pannkakor", "grundrecept väffelsmet" samt "grundrecept ugnspannkaka". De pannkaksrecept som ökade mest i trafik var potatisväfflor (+770%) följt av pannkaka utan ägg (+115%), ugnspannkaka (+112%) och amerikanska pannkakor (+101%).

*Samtliga ökning av varor och livsmedel ovan är i volym, om inget annat anges.*

*Källa: ICA*



## Tillbaka till dåtiden - traditionella rätter och husman ökar

*“Maträtter som ökar mest sätter fokus på att corona-känslor bäst botas med mat från individens historiska rätter. Grönsallader och nya livsmedelsråvaror har blivit lite känslolösa. För att bli berörd vänder man sig till potatis-, kål- och pannkaksrätter. Mat som lite föraktfullt ibland kallas för mormorsrätter men nu står de för en välkomnande och pålitlig famn.” /Richard Tellström*

Text av: Richard Tellström

Topp-20-listan på eftersökta recept visar att det är den klassiska svenska husmanskosten som eftersökts, till exempel pastarätter, pannkaksrätter, potatis- och kålrätter, samt kött-sås-potatis-rätter. Potatis är komfortmat, och de eftersökta potatisrätterrecepten (eller där potatis är mest vanligt tillbehör) ökade mellan 2019 och 2020 med 100 procent. Populärt verkar krämiga och inställsamma smaker vara (tomatsyrighet, såser med mejeriprodukter och andra feta konsistenser). Corona har fått människor att söka efter maträtter som ger en fyllig munkänsla.

### Mormorsrätternas revansch

Topp-20-listan på maträtter som ökar mest sätter fokus på att corona-känslor bäst botas med maträtter från individens historiska rätter, både vardags- och festrätter. Grönsakssallader och nya livsmedelsråvaror har blivit lite känslolösa. För att bli berörd vänder man sig till potatis-, kål- och pannkaksrätter. Mat som lite föraktfullt ibland kallas för mormorsrätter står nu för en välkomnande och pålitlig famn.

När hela familjen är hemma i stort sett hela tiden, och när människans överlevnad hotas, måste måltiden varje gång bli en positiv social gemenskap som signalerar familjens överlevnad. Då väljer vi mat som förenar.

Valet av recepträtter handlar kanske också om att många lagar lunch hemma, och att man är piggare på förmiddagen inför matlagningen, än efter en arbetsdag där man ska ställa sig vid spisen för att laga till en trött familj när solen går ned. Genom att både familjen och man själv är förmiddagspigg så lagar man gärna rätter ur den svenska husmanskostrepertoaren, som inte är självklart vanliga för kvällsmåltiden. Att laga husmanskost till lunch hemma gör maten lik restaurangernas luncherbjudande om Dagens rätt, men också skolmaten som ofta består av husmanskosträtter.

### Fler måltider hemma ökar kraven på variation

De familjer som under coronapandemin äter alla dagliga måltider hemma, ska säkra att de står för hela närings- och energibehovet hos individen. Det innebär att en familj med två vuxna och två barn plötsligt under mars, april och maj skulle ha mat tillagad i fördubblad omfattning, fördelat på huvudmål, mellanmål och någon fika här och var. Det stora matlagandet innebär krav på både variation och rationalitet. Någon av dagens maträtter kan kanske vara ny och överraskande, men inte alla måltider. Det tar för lång tid att laga mat om varje enskild måltid ska lagas utifrån ett recept. De maträtter man söker efter recept till är de rätter där man inte har matlagningskunskapen ”i sina händer och nypor”.

### Pannkaksrecept toppar under krisen

Ökningen av pannkaksrätter kan antas handla både om att det är en tröstande maträtt, och att pannkakor fungerar som ett bra och större mellanmål, särskilt om man har barn hemma. Det är mer tveksamt om det är pannkaksefterrätten som blivit vanligare, men det kan förstås inte uteslutas. Pannkakorna kan också ha blivit en del av det vardagliga brunch-ätandet eller en enklare kvällsmåltid i de familjer där man nöjer sig med en större tillagad lunch.

En annan förklaring till den ökade sökningen efter pannkaksrecept kan också vara att det tillhör maträttskategorin ”bakverk”. Där är proportionerna extremt avgörande för ett lyckat resultat och i de allra äldsta kokböckerna från 1600-1700-talet dominerar just bakverken. De recepten är inte på en höft utan mycket noggranna i mängder och proportioner. En köttfärssås till en pasta kan man improvisera, men inte pannkakor. En köttfärssås kan få mer vatten i slutet, eller koka en



extra stund för att minska vätskemängden. Men när pannkakan är färdig finns inget som kan rädda en i grunden misslyckad pannkakssmet.

Corona har fört svenskarna åter till sina matkulturella rätter. En existentiell livskris får oss att vända blicken mot våra anmödrars och anfäders kokkonst men också restaurang- och bjudklassiker som hasselbackspotatis. Svensken vill lära sig att laga den trygga husmanskosten.



# Vi lagar mer mat hemma

**102 %**  
mer trafik till recept-  
kategorin "hemmagjord"



**14 %**  
ökning  
av lök

## Så har hemlagat ökat:

- Antalet receptsök på ica.se ökade med 54 procent under coronakrisens första tre månader jämfört med samma period förra året.
- Receptkategorin "Middag-Huvudrätt" hade 33 procent mer trafik, "vardag" hade 48 procent mer trafik och "frukost-brunch" hade 70 procent mer trafik. Kategorin "hemmagjord" hade 102 procent mer trafik.
- De recept på tillbehör som ökade mest var äggstanning (+35 352 %), mangosalsa (+1 984 %), hembakta vetetortillas (+735 %), snabb aioli (+615 %), lätt lantbröd (+513 %), levain (+436 %) och tomatsås till pizza (+420 %).
- Picklad rödlök hade mest trafik av tillbehör. Följt av fröknäcke, brunsås, coleslaw och pizzadeg.
- Rå lök gick upp med 14 procent.
- Hårdost för matlagning ökade med 11,4 procent.
- Köttförsäljningen ökade med cirka 15 procent.
- Färs fågel ökade med 17,5 procent. Samtidigt gick butiksgrillad fågel ner (-2,2 %) vilket går i linje med minskad försäljning i alla manuella diskar (butiksbakat, fiskdisken, lösviktsgodis mm.)
- Försäljningen av pizzadeg, färdiga såser och pizzakit ökade. Pizzadeg med 37,5 procent och pizzakit med 15,5 procent.
- Försäljningen av frukt och grönt ökade med 12 procent.

*Samtliga ökning av varor och livsmedel ovan är i volym, om inget annat anges.*

*Källa: ICA*





## Vi lagar mer mat hemma

“Hemmamatlagningen har ersatt proffsmatlagningen, och antagit sådana vardagsproportioner som inte setts sedan 1950-60-talet innan kvinnorna gick ut i ett kommersiellt yrkesliv. Sedan dess har familjerna vanligen bara haft daglig familjematlagning för alla måltider under sommarsemestrar, men våren 2020 blev det även under arbetssäsongen.” /Richard Tellström

Text av: Richard Tellström

Uppmaningen till befolkningen från regeringen och Folkhälsomyndigheten att under coronapandemin arbeta hemifrån och på distans, förändrade svensk matkultur från en dag till en annan. Konsumtionen av professionellt tillagad mat på lunch- och middagsrestauranger, men också gymnasie- och universitetskantiner, föll också ihop från en dag till en annan. De yrkesarbetande familjernas matansvariga fick nu administrera fem till sex stora eller små måltider varje vardag (frukost, lunch, middag och flera fikor), mot kanske endast två om dagen tidigare (frukost och kvällsmiddag).

Det nya läget med familjen konstant hemma utmanade två fundamentala villkor för familjens matkultur och för de matansvariga: kreativitetsförmågan att kombinera livsmedel men också skickligheten att laga fler rätter än normalt, beroende på vilken ambition man har förstås. Nu gällde det att laga rätter i olika smaker, olika konsistenser, olika kombinationskaraktärer och i olika finhetskaraktärer. Hemmamatlagningen ersatte proffsmatlagningen, och antog sådana vardagsproportioner som inte setts sedan 1950-60-talet innan kvinnorna gick ut i ett kommersiellt yrkesliv. Sedan dess har familjerna vanligen bara haft daglig familjematlagning för alla måltider under sommarsemestrar, men våren 2020 blev det även under arbetssäsongen.

### Coronafrukosten – en välkommande familjebrunchbuffé

Strukturen för familjernas helgfrukostar är i vår tid ofta ett slags brunchkalas. Det ska inte bara innehålla vardagens ost, bröd, flingor och yoghurt utan kan utökas med extravaganta smoothies, bakverk och kanske pannkakor

av olika slags. Nybakat och fett ger komfortkänslor. Interiörtidskrifterna uppmanar sedan 1990-talet till sådana här frukostar med sina öppna kökslösningar, men också weekendhotellens flödigt stora bufféer. Frukosten har för många under corona blivit till en välkommande familjebrunchbuffé, där någon ständigt äter och dricker.

Om den italienska familjeidyllen speglas med klichén ”stora stökiga familjemåltider vid lunch eller middag”, så är ofta klichén för den svenska familjeidyllen vid det stökiga helgfrukostbordet eller möjligen vid trädgårdsgrillningen.

### En ständigt pågående matlagningssituation

När hela familjen är hemförlovd eller i karantän behöver alla hitta sin dagliga arbetsplats för att få något gjort. Datorn ska få plats, och det blir runt det öppna köket, eller vid köks- och soffbord. Få familjer har ett kontorsrum, och ingen familj har nog enskilda kontor för var och en. Det blir mer som moderna aktivitetsbaserade arbetsplatser; man får slå sig ner där det finns en ledig yta.

För att åstadkomma pauser under hemma-arbetsdagen behövs måltider, från fika och en frukt till större måltider. Men eftersom man inte handlar så ofta på grund av karantänen så väljer man bort frukt som skrupnlar och åldras snabbt (vindruvor, banan) till förmån för tjockskaliga frukter (äpplen, citrusfrukter och stenfrukter). Kanske är uppgången av banankaka ett sätt att återvinna soggiga och skrupnade bananer.

Många familjer som haft småsnoriga skol- eller förskolebarn hemma har lagat både frukost, lunch, mellanmål och en kvällsmåltid. Familjen har en matlagningssituation och



måltid som pågår nästan dygnet runt, med några få timmar nattvila för hemmakockarna.

En del av matlagningen ska också göras till sjuka familjemedlemmar. I äldre kokböcker är ”sjukkost” ett särskilt kapitel men det försvann från 1970-talets kokböcker. Sjukkosten återfinns inte heller på de digitala receptsajterna. Men faktum kvarstår att har man Covid-19-patienter hemma eller andra sjuka, så finns hänsyn att ta som inte bara är preferenser, bantningsdieter eller annan specialkost.

### Vid utträkning hamnar maten i fokus

Hemförlovningsen för många som jobbar hemifrån har också varit utträkannde. Ett sätt att driva utträkanningen på flykt är att gå en tur till kylskåpet, sätta på en panna kaffe eller fråga om det är någon som har lust att fika. Hela familjetillvaron kretsar kring att ”snart ska vi äta”, ”nu äter vi” och ”vad ska vi äta sedan”. I bantningsforskningen är det känt att människor äter extra mycket just för att de är utträkannde, inte specifikt för att de är hungriga. En måltid ger en känsla av att något spännande och intresseväckande händer.

Att familjen i många fall varit ett matlag dygnet runt kan antas ha skapat ovanligt många och intensiva diskussioner om maträtter, livsmedel, ursprungsfrågor, dietfrågor osv. Matsamtalet har nog aldrig varit så stort i Sverige som under coronapandemin.

Matlagningen hemma har förstås ökat under perioden. Lök (+14%) är en klassisk indikator på matlagning då vi i stort sett inte äter den rå. Vintergrönsaker som purjo (+18%) och kål (+26%) är också matlagningsindikatorer och i kombination med receptsökningar på Vichyssoise-soppa men också kål.



# Bunkring i början av krisen

**11,5 %  
ökning av  
frysvaror**



**22-46 %  
ökning av  
grötprodukter  
som havregryn,  
mannagryn  
och grötris**

## Så har vi bunkrat under krisen:

- Under coronakrisens första tre månader var det en kraftig ökning av skafferivaror och varor som håller länge jämfört med samma period förra året, som hårt bröd, havregryn (+22%), mannagryn (+22%) och grötris (+46%), lök (+14%), kål (+27%), packad potatis (+21%), morötter (+23%), rotfrukter (+15%), ris (+27%), torr pasta (+25%), pastasås (+21%), pulvermos (+27%), grönsakskonserver, krossade tomater, bönor i tetra, fisk- och skaldjurskonserver, soppor samt köttkonserver som pilsnerkorv (+28%). Den största bunkringen skedde i början krisen, för att sedan avta under perioden.
- Fiskbullar ökade mycket (fiskbullar i hummersås +51%, fiskbullar i dillsås +83%).
- Enorm ökning av toalett- och hushållspapper som ökade 125 procent första veckan i mars och över 50 procent andra veckan i mars.
- Frysvaror ökade med 11,5 procent. Till exempel tappade förmodligen många färskvaror som bär, i försäljning (-21%), till förmån för frysta bär (9%).
- Fryst fisk och skaldjur ökade med cirka 15 procent jämfört med färsk/kyld fisk och skaldjur som bara ökade cirka två procent.
- Klassiska konserver som gulaschsoppa ökade med 66,5 procent, ärtsoppa med 68,5 procent och pölsa med 59,3 procent.
- Storpack av torra linser, fröer och kärnor, speciellt pumpakärnor, solrosfrön och chiafrön ökade kraftigt.
- Mjölfri dryck som inte behöver kylas ökade med 35 procent.
- Försäljningsökning av varor såsom kål, konserver och frysvaror kan också tolkas som en tendens att handla billigare råvaror och ingredienser i tider då oron för den egna ekonomin har ökat. Många familjer har under perioden haft fler munnar att mätta när barnen varit hemma i större utsträckning vilket blir kännbart ekonomiskt för hushåll med redan små marginaler.

*Samtliga ökning av varor och livsmedel ovan är i volym, om inget annat anges.*

*Källa: ICA*



# Bunkring i början av krisen

“Coronarädslan förde med sig en spontan bunkring hos konsumenten. Det var ovant. Hur ska en medborgare i ett land som inte haft en rejäl livsmedelskris på 80 år veta vad de ska bunkra? Vad är det för livsmedel man vill ha i lager när inget finns att köpa? För om man vill bunkra måste man vara före i tanken, annars är man sist på bollen.” /Richard Tellström

Text av: Richard Tellström

Coronarädslan förde med sig en spontan bunkring hos konsumenten. Det var ovant. Hur ska en medborgare i ett land som inte haft en rejäl livsmedelskris på 80 år veta vad de ska bunkra? Vad är det för livsmedel man vill ha i lager när inget finns att köpa? För om man vill bunkra måste man vara före i tanken, annars är man sist på bollen. Bunkring och att sedan söka ett recept som matchar det man bunkrat, är inte nödvändigtvis samma sak. Om man tittar på ICAs försäljningsstatistik, och sedan ställer det mot recepttrafiken, så matchar ökningarna ibland varandra, ibland inte. En sidoaspekt av bunkringen är att ta tillvara hushållets livsmedelsresurser och de tillagade maträtter som inte äts upp. Matrester kan alltid återvinnas i nya maträtter.

En fråga att ställa är om det nu står bunkrade livsmedel i hemmen som inte kommit till användning ännu för att konsumenten inväntar värre tider framöver? Kanske behöver konsumenten nu lagertömningsrecept av bunkrade varor, eller recept som gör att man får omsättning över tid på bunkrade varor, som är en del av hushållets egna nödvändiga livsmedelsberedskap.

I tabellen nedan ställs några av försäljningsförändringarna mot receptsökandet, för att se vad som matchar och vad som inte gör det.

## Försäljningsförändring (i volym), ICA, mars-maj 2020

**Lök (+14 %), kål (+27%), packad potatis (+21 %), morötter (+23 %) och rotfrukter (+15 %)**

## Recepttrafikökning, ICAs receptsajt, mars-maj 2020

- Lök är en central komponent i matlagning vid sidan om olika slags fetter, så när hemmatlagningen ökar, ökar också dessa varor.
- Antalet sökningar där potatis ingår i receptet ökar på topp 20-listan mellan 2019 och 2020 med 100 procent. Fem nya recept på potatisrätter debuterar på 2020-listan, och de fanns inte med 2019.
- Morötter saknas i de eftersökta recepten så antingen kan de betraktas som en basingrediens som lök är, eller så äts de rårivna i sallader eller som morotsbitar i ett mellanmål, snack eller dipp, varför inga recept behövs.

## Pasta och ris säljer mer

- Pasta och ris är bunkringsvaror med lång hållbarhet och som också ingår i den vardagliga kosten.
- Det ökade pastaköpandet kan överföras till receptsökningar av pastarätter av olika slag.
- Riset ger inte upphov till receptsökningar. Förmodligen är konsumentens inställning att ris äts på ett enda sätt, som kokt och som tillbehör, varför man inte behöver något nytt recept.

**Hårt bröd, havregryn (+22 %), mannagryn (+22 %) och grötris (+46 %)**

- Recept på bröd, gröt och pannkakor ökar stort.
- Knäckebröd äts som det alltid gjort och kunskapen om hur det äts finns där, varför inga recept söks.

## Konserver säljer mer

- Inga direkta receptsökningar som kan kopplas till konserverna varför man kan anta att de äts som helfabrikat (soppor som gulaschsoppa +66,5%, ärtsoppa +68,5% och pölsa +59%, fiskbullar i hummersås +51%, fiskbullar i dillsås +83%) eller som helfabrikat i en maträtt (färdiga pastasåser på burk).
- Inga receptsökningar som tydligt står ut relaterade till konserver t.ex majs, tomatkrosskonserver, fisk- och skaldjurskonserver, köttkonserver och Bullens pilsnerkorv (+28%). Man kan anta att dessa livsmedel används i maträtter där konsumenten har receptkunskapen i sina händer och nypor.

**Frysvaror (+11,5%)**

- Bunkringsvaror, bra när man ska göra matsedelsplanering för en längre period samt om man inte besöker butiken lika ofta.

**Färskvaror som bär har tappat (-21 %), till förmån för frysta bär (+9 %).**

- Människors självpåtagna hemmakarantän ger färre inköpstillfällen varför känsliga färskvaror ersätts med mer hållbara för att minska svinnet. En sortimentsförskjutning äger rum men inte en matkulturell förändring.
- Ett ökat och längre pågående frukostätande för fler familjemedlemmar kan ha ökat behovet av bär till olika frukosträtter. Receptsökningarna ger ingen indikation om att bär-desserterna har ökat.

**Övriga torrvaror – Ökning av torra linser, fröer och kärnor, speciellt pumpakärnor, solrosfrön och chiafrön.**

- Ökningen av receptsökning på fröknäcke kan kopplas till försäljningsökningen, men också till hushållets förmodade ökade och mer utdragna frukostätande där fröer ingår i müsli och liknande. Fröer skapar också en känsla av att både unna sig och äta nyttigt.

Bunkringen av toapapper kan också förstås i kulturella termer. Komfort, kulturell och social renlighet, att inte behöva förnedra sig inför sig själv eller andra är grundläggande behov för oss människor. Toapapper är nödvändigt för att vara en social varelse, och toapapper är nödvändigt för familjebandet när alla går på toaletten hemmavid.



# Mindre fest, men mer guldkant i vardagen



**11,5 %**  
ökning av  
bearnaisesås



**70 %**  
mer trafik till  
receptkategorin  
“frukost-brunch”

## Så har vardagsmaten fått guldkant:

- Bearnaisesås ökade med 11,5 procent under coronakrisens första tre månader jämfört med samma period förra året.
- Färsk pizzadeg ökade med 37,5 procent.
- Receptkategorin “helg” på ica.se hade 61 procent mer trafik, kategorin “Över 60 minuter” hade 67 procent mer trafik och “fest” hade 50 procent mer trafik, jämfört med samma period förra året.
- Även trafiken till en del klassiskt festrätter ökade. Trafiken till recept på hasselbackspotatis ökade till exempel med hela 174 procent.
- Vi bakar mer frukostbröd (se trend 1), lagar mer gröt (se trend 4) och lyxar till det med mer juice hemma (försäljningen av juice/fruktdryck ökade med 8,4%). Därtill hade receptkategorin “frukost-brunch” på ica.se 70 procent mer trafik under perioden och alla pannkaksrecept hade betydligt mer trafik (se trend 2).
- Vi bakar mer (se trend 1) och lagar mer mat från grunden.
- Receptkategorin “Picknick” på ica.se har haft 70 procent mer trafik under perioden jämfört med samma period förra året.

Samtliga ökning av varor och livsmedel ovan är i volym, om inte annat anges.

Källa: ICA



## Mindre fest, men mer guldkant i vardagen

*“I receptsökningarna ökar intresset för middagsklassiker som ger guldkant på tillvaron, varje dag. En längre matlagingsprocess blir en sysselsättning under den tidvis långtråkiga hemmavistelsen, samtidigt som den hemmavarande familjen nog också uppmuntrar matlagaren till att åstadkomma storverk då man får vara med att dela måltiden senare.” /Richard Tellström*

Text av: Richard Tellström

När den matlagingsansvarige i familjen lagar alla familjens måltider under veckan, ökar behovet av särskiljande maträtter och drycker mellan vardag och helg. Fredagsmys med tacos (eller andra familjemys-varianter) fungerar bra när det är vanliga tider där familjen är ifrån varandra 60–70 timmar per vecka, men under corona måste fler veckodagar, kanske varje, få sin speciella inramning. Familjemåltiderna blir mer speciella, mer komplicerade och får fler rätter.

### Frukosten längre och lyxigare

Vardagsfrukostarna tar länge tid att äta eftersom åtminstone delar av familjen inte ska hasta iväg. Man anslår förmodligen också gärna längre tid till samtal och frukostumgänge. Frukosten får nybakat bröd, den kan innehålla några av den svenska matkulturens många historiska eller samtida grötar (under coronaperioden har olika sorters grötprodukter ökat mellan 22 och 46%), men också juice (+8%) och även färskpressad juice av apelsiner har gått upp i försäljningen.

Receptsökningar indikerar att pannkakssteking har ökat. Kanske blir det också vanligare att vissa dagar unna sig pannkaka till frukosten när fler arbetar hemifrån, utöver funktionen som mellanmål till barnen eller enkel kvällsmat om man ätit en stor lunch. På 1970-talet stod tunna pannkakor på tio-i-topp-listan av hushållens vanligaste vardagskvällsmat.

### Restaurangklassiker med längre tillagningstid

I receptsökningarna ökar intresset för middagsklassiker som ger guldkant på tillvaron, varje dag. Dels vill människor få en förströelse och en kunskapsmässig utmaning i sin matlagning om man är matintresserad, och se om man kan laga mer fina klassiska restaurangrätter (bearnaisesås +11,5% och hasselbackspotatis +174%), dels räds man inte långa

tillagningstider och tittar gärna på recept som tar mer än en timme att laga.

En längre matlagingsprocess blir en sysselsättning under den tidvis långtråkiga hemmavistelsen, samtidigt som den hemmavarande familjen nog också uppmuntrar matlagaren till att åstadkomma storverk då man får vara med att dela måltiden senare. Ett komplicerat köksarbete skapar också en pågående händelse i hemmet, och när många familjemedlemmar är hemma kan de alltid ta en tur till spisen och kocken, och fråga ”hur går det?” samtidigt som man tar sig en kaffe, ett mellanmål eller en morotsbit. Komplicerade recept blir ett spännande sällskap, en berättelse att följa som en TV-serie på Netflix. Kanske kan också olika familjemedlemmars matkompetenser tas i anspråk för hackande och rörande i grytorna, så att matlagningen också blir till en social familjeaktivitet när alla tröttnat på sina datorer och vill möta en verklig människa.

### Kött och picknick ökar

Hushållen köper också mer kött i butik när de ska äta hemma, och det riktas vanligen mot svenskt kött och inte utländskt vilket är en vanligare konsumtion när man äter en kommersiellt tillagad lunch på jobbet eller i gymnasieskolan.

Med den rekommenderade sociala distanseringen där myndigheterna avråder från umgänge inomhus men hellre utomhus i friska luften, har intresset för receptkategorin ”picknick” ökat (+70%). Människor längtar efter att träffa sina artfränder. Eftersom hemmet ses som en smittfarlig zon får stadsparker, badplatser och ängar nu en viktig umgängesfunktion för den lite större ”släkt- och vänfamiljen” som inte längre träffas hemma, på restaurang eller i andra festrut.



**ICA**