

Landbrug & Fødevarer

SUNDHED I MEDIERNE

1

MANGE AF DE NYE FØDEVARER FORSØGER AT REVOLUTIONERE **MADKULTUREN**. SPØRGSMÅLET ER, OM DER ER FREMTID I DET. VIL PULVERMAD OG PLANTEFARS FORBLIVE EN **NICHE**, ELLER ER DER NOK **KOMMERCIEL BREDDE** OG POTENTIALE TIL, AT DET FÅR EN EFFEKT OG ÆNDRER FORBRUGERNES INDKØBS- OG SPISEVANER?

2

Vigtig

DISCLAIMER

3

Stort emne

MADTRENDS

4

Største bevægelse

DEN GRØNNE BØLGE

5



6

Mad og sundhed i

DET GODE LIV

7

INDLAND

Opgør med skingert sundhedsfokus: Danskerne udpeger livsnydelse som vejen til sundhed

Vi skal holde fri fra kulhydrathysteri og i stedet finde små
nydelseslommer i hverdagen, siger erklæret livsnyder.

"Hvad er en livsnyder?"

Googler du ovenstående sætning, vil du formentlig støde på følgende definition fra Dansk Sprognævn:

- Person, der (ubekymret) nyder livet og dets goder, for eksempel mad, kunst og fester.

Hvis man skal tro danskerne, kan livsnyderne desuden karakteriseres ved, at de har knækket koden til det sunde liv.

8

Det stigende fokus på sundhed i den offentlige debat er for meget for nogle danskere. En voksende gruppe af 'sundhedsskeptikere' mener, at sundhed fylder for meget. De mener, at samfundet er grebet af sundhedshysteri, de tvivler på eksperternes anbefalinger, og de oplever, at samfundet ser ned på 'de usunde'.

“ Sundhed og det gode liv skal man dele op, men det kan godt være to sider af den samme sag. Jeg vil måske hellere dø lykkelig som 65-årig og så gøre de ting, der giver mig livskvalitet, og så være lykkelig med det.

MAND, 57 ÅR

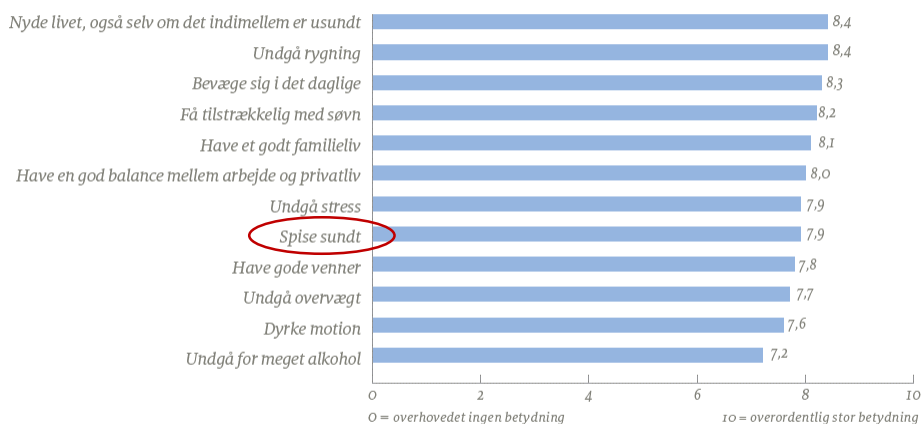
“ Hvis man piner sig selv til at løbe 50 km om ugen og kun spiser grøntsager, så bliver man ikke lykkelig.

MAND, 45 ÅR

9

At nyde livet og undgå rygning har størst betydning

“Hvor stor eller lille betydning har følgende faktorer efter din opfattelse for en sund levevis?”



FIGUR 1A — At “nyde livet, selv om det indimellem er usundt”, og “undgå rygning” er de faktorer, danskerne tillægger størst betydning for sund levevis.

NOTE — n = 5.029; “ved ikke”-svar udgør 1-6 pct. og indgår ikke i gennemsnitsberegningen. Figuren viser danskernes vurdering af faktorenes betydning på en skala fra 0 til 10, hvor 0 = “overhovedet ingen betydning”, og 10 = “overordentlig stor betydning”.

KILDE — YouGov for TrykFonden og Mandag Morgen.

10

Sund kost er blevet mindre vigtigt for danskerne

"Hvor stor eller lille betydning har følgende faktorer efter din opfattelse for en sund levevis?"

	2007	2011	2016
1	Spise sundt	Delt 1.-plads: - Spise sundt - Bevæge sig i det daglige	Delt 1.-plads: - Nyde livet, også selv om det indimellem er usundt - Undgå rygning
2	Dyrke motion		
3	Delt 3.-plads: - Nyde livet, også selv om det indimellem er usundt - Have et godt familieliv	Undgå rygning	Bevæge sig i det daglige
4		Delt 4.-plads: - Få tilstrækkelig med søvn - Dyrke motion	Få tilstrækkelig med søvn
5	Delt 5.-plads: - Have en god balance mellem arbejde og privatliv - Undgå rygning		Have et godt familieliv
6		Nyde livet, også selv om det indimellem er usundt	Have en god balance mellem arbejde og privatliv
7	Undgå stress	Delt 7.-plads: - Have et godt familieliv - Have en god balance mellem arbejde og privatliv	Delt 7.-plads: - Undgå stress - Spise sundt
8	Have gode venner		
9	Undgå at tage på i vægt	Undgå stress	Have gode venner
10	Undgå for meget alkohol	Undgå for meget alkohol	Undgå overvægt

11

Velkommen til min blog

Karen Lyager skriver om trends og tendenser inden for sundhedsforskning, kost og motion.



18 år som chefredaktør for I FORM var lige ved at få mig til at glemme, at mad ikke kun er næringsstoffer, der kan gavne eller skade min sundhed. I mit byliv i Hellerup tænkte jeg mest på madvarer som protein, monoumættet fedt, magnesiumium og so weiter, og jeg håndplukkede de hippeste og sundeste superfoods i nogle af landets lækreste supermarkeder og specialbutikker.

Bloggen handler også om andre sider af sundhed end mad. Den nyeste forskning, de nyeste tendenser og de nyeste produkter til en sund livsstil – og ikke mindst, hvordan man finder lysten, motivationen og energien til at ændre sine egne vaner, når man halser rundt for at få hverdagen til at hænge sammen. Uanset om man bor i byen eller på landet eller pendler frem og tilbage.

De problemstillinger har 18 år tæt på I FORMS læsere givet mig indgående kendskab til. Især fordi jeg genkender dem fra mig selv! Jeg har ikke tal på, hvor mange restriktive træningsprogrammer og kostprincipper, jeg i årenes løb har tvunget mig selv til at følge. De holdt yderst sjældent i længden og gjorde mig aldrig lykkeligere.

Opskriften på den slags selvtugts-regimer kommer du derfor til at lede forgæves efter på min blog. Livet har lært mig, at det stærkt undervurderede begreb *velvære* er den motivationsfaktor, der som regel virker allerbedst.

12



13

Realitetstjek på

NY NORDISK

14



15



16



17



18

Ting Danmarks klammeste madgruppe kan lære os om livet



MADS SCHMIDT
Feb 9 2016, 11:10am



Gruppen har mere end 15.000 heldige medlemmer, der alle forsøger at besvare det på overfladen enkle spørgsmål: "Hvad skal vi ha' til aften idag?" Og mens svaret for nogen kan begrænses til "Fraaaaaanske hotdogs", er der ud af den lille, intetanende præmis vokset et mikrokosmos, der udforsker alt, som gør livet værd at leve. Her er alle de ting, vi kan lære af Danmarks venligste Facebookgruppe.

Facebookgruppen "Hvad skal vi ha' til aften i dag" handler om meget mere end middagsmad. Læs, og tag for dig af tilværelsens store vidensbuffet.

19



20

De største

MEGATRENDS

21



22

MEGATREND: HEALTHY
MICROTRENDS: FEEL GOOD, FIX ME AND FLEXITARIANISM
COUNTER TREND: INDULGENCE

The health trend is a megatrend that has been with us for some years – and it's not going away any time soon. However, there will be an increased focus on living a balanced life rather than a hard, fanatic food-as-nutrition or workout-fixated life.

The 'Feel Good' microtrend will form a counterweight to a hard, workout-focused life. We will speak out openly about fitness and healthy food addicts and demand a lifestyle that is more balanced, rounded, and healthy. Our training habits and extreme focus on health will be accompanied by a focus on happiness and the good life. We find that it can also be healthy to go out for an evening and or to drink a glass of red wine with good friends. Therefore, the good life seriously comes into play. There has to be a balance so that mental health is also a part of the equation.

We have the ideal that 'perfect' people exercise and eat healthy, but with regard to the time needed for the perfect life we're under serious pressure. Our everyday lives aren't designed so that we're able to look after ourselves the way we'd like to. As a consequence, we seek simple solutions that can give us the right feel-good sensation in body and mind. There may be different types of 'Fix me' solutions, such as the protein bar, a vitamin or vegetable shot, or a 30-day mini-course where we focus on a single area in which we want to get better.

Our pursuit of the ideal diet also allows us to test many different food combinations and diets, such as paleo food, the 5:2 diet and the LCHF diet. However, 'Flexitarianism' reflects that we're not so devoted to certain lifestyles but find it natural to zap from one solution to the other for a limited time until a new diet or lifestyle captures our interest.

As a reaction to the sometimes almost fanatical focus on healthy food, we'll see a lot of people throwing themselves into a plethora of indulgence-based experiences in these breaks from various diets. The microtrend 'Indulgence' makes us want to gorge on the biggest burger we can find once in a while or the most excessive chocolate bomb of a cake. In spite of the health megatrend, various blogs are overflowing with delicious recipes on cakes and desserts. We want to indulge ourselves with extreme fat and sugary or exclusive food. When the ideal is that we have to be healthy and balanced most of the time, we also believe we deserve to go to the other extreme once in a while and go wild.



23



24

MEGATREND: LOCAL
MIKROTRENDS: MADE BY, SUSTAINABLE, ARTISAN
COUNTER TREND: GLOBAL

Increasing globalisation and insecurity in the world have made us to go back to our roots. We have an increased focus on what's local and the local area in our food choices.

The products must be produced close to where we live, and we also want to see **'Made by'** on our food. It's no longer enough just knowing that you're buying a Danish tomato. We want to know which farm the tomato came from, and here 'Alfred & Stine' is a good example. It will also be reflected in the restaurant menus, where an asparagus is presented as being from 'Seren Vluuff' – and is not just any random asparagus. Therefore, this trend shines through the entire value chain, from production to restaurant.

At the same time, it's based on a desire to be a part of influencing the state of the planet in a positive way. The microtrend **'Sustainable'** has seriously made its entrance, and we perceive organics, sustainability and a focus on CO2 emissions as important parameters, and this applies in terms of production, transportation, processing, and packaging, as well as the impact we have on the environment.

A third microtrend is about focusing on small businesses and the people who really knows their products, processes and people, i.e., the food geeks. As an example of how the **'Artisan'** microtrend is practiced, you can have a quick look at Oliver Oxfeldt, who set out to be the best in the country at making freshly baked croissants. He previously worked with marketing for the computer game Hitman but quit his job and started learning the art of baking croissants by watching YouTube videos and has spent three years refining his technique in the coffee shop Democratic Coffee in Copenhagen.

We will still see a big interest in ethnic trends that will affect our eating habits. It has even become acceptable to mix New Nordic with global flavours, techniques and ingredients. The micro and counter trend **'Global'** continues to gain momentum, and we want to see more international food types making inroads into the average home. For example, South American tacos and fresh Vietnamese spring rolls that meet our need for quick, convenient food.



25



26

MEGATREND: CLEAN

**MIKROTRENDS: NATURAL, FREE FROM, (NEW) TRADITIONAL
COUNTER TREND: TECHNOLOGY**

One of the most recent and currently growing at rapid speed is about us wanting to know what's in our food. There's an increasing awareness that our food puts a strain on the environment and our bodies.

We want honest food. Food that's clean and transparent. We want to know what the products contain – it has to be **'Natural'**, naturally. This doesn't necessarily mean that we read the list of contents and find out about everything the product contains, but we're attracted to products that we feel we can understand.

A successful example is Innocent smoothies in small bottles, who write that their products contain banana, kiwi and strawberries – nothing else. That honesty appeals to a lot of consumers. It's basically a question of communication, where it's about telling how clean one's product is so that it's as clear to the consumer as possible. This will result in more products with the text **'Free from'** on the packaging. For example, 'Does not contain gluten', 'No artificial sweeteners' or 'No additives'. However, it requires that you have an eye for which phrases the consumers react most strongly to and that food trends are followed closely.

At the same time, we're attracted to the classic virtues. We feel that we can better trust the things from the past, before everything became so industrial and machine produced. The **'New Traditional'** microtrend shows our focus on the craftsmanlike traditions and stories about the food's historical background. Here, we also find the rediscovering of old dishes such as the roast pork sandwich and the modern hot dog.

As a counter trend to all the clean, simple food that's in high demand, there will also be a movement that allows **'Technology'** to help us along the way. It could, for example, be the traditional technology of fermentation, where the product is processed in a natural way, which more consumers are taking to heart, or sous vide, which is doing incredibly well.



27



28

MEGATREND: EASY
MIKROTRENDS: ON THE GO, HELP AT HOME, FAST CASUAL
COUNTER TREND: SLOWFOOD

As a result of our busy everyday lives, where work, leisure and family life all have to come together, there'll be greater tolerance and acceptance of easy meal solutions – but of a high quality.

There won't be any frowning at women who choose to buy washed and diced salad from the supermarket or men who serve an oven-ready, seasoned root vegetable mix to guests. Things have to be fast and easy. This can seem strange when we're also dreaming about a life where we have time for intimacy, are in balance with ourselves and basically lack time to make food from scratch. But it reflects a realism amongst the Danes. We've realised that some corners need to be cut and we accept help from the industry and food suppliers – as long as we get a feeling of living in a good life.

At the same time, we're no longer embarrassed about eating fast food in public. We eat **'On the go'**, when we're on our way to the office, sitting on the train or going out to meet friends. This microtrend will grow a lot in the coming years. It has become legitimate for us to buy food on the way to somewhere or eat a snack at a coffee shop. For food suppliers who want to be part of this and to meet consumers wherever they are, it will be worthwhile making an effort to conquer the consumers' breakfast, lunch on the go – or the snack in the afternoon.

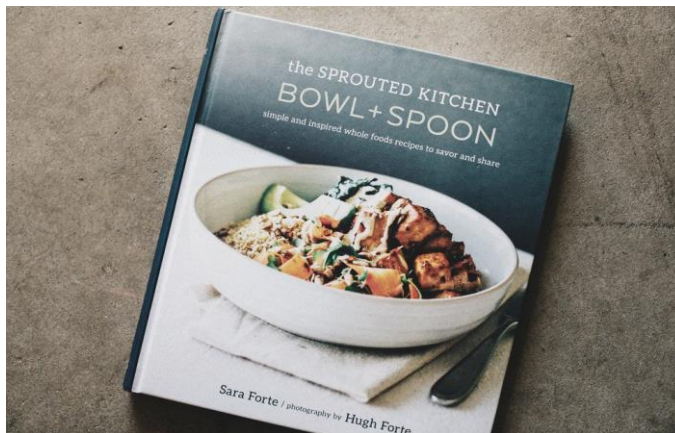
We'll see that all forms of meal solutions that can minimise the time we need for planning, shopping, or spending time in the kitchen will become more popular. The microtrend **'Help at home'** is gaining ground, and we look forward to finished salads, meal boxes, prepared foods as well as home deliveries of bread, fish and vegetables. Any type of help is more than welcome as we rarely want to spend more than 20-25 minutes preparing dinner.



It'll be popular to take the whole family out to eat on a weekday – and we'll see an influx of customers for those restaurants and smaller eateries who have understood to grab hold of the **'Fast casual'** trend and to offer us a cheap, healthy and nutritious meal. We'd like to be able to have quality time with our children and partner with a good conscience – at the same time as having a sensible meal. A good example of a fast casual eatery is Madglad Cafeteriet in Copenhagen, where ordinary people meet over dinner. We'll see more of these kinds of 'food bodega' and soup kitchens. And more expensive restaurants will be successful with cheaper versions, such as Lillebror, Bæst and Uformel, who can be viewed as frontrunners.

As a counter trend, we'll see a movement of **'Slowfood'** enthusiasts, who want to make the food from scratch. They'd like to grow their own vegetables and preferably also know what the animal is called. It's a young generation who's driving this trend, and we want to see more young people who know how to make a mayonnaise from scratch and know how it should taste.

29



30

De tossede

TRENDS (OG SOME)

31

KARDASHIAN FOODS



kate_jum
비스토핑_bistopping



32

DET NYE SORTE



33

IS OG DRIKKEVARER TRENDER

Den nye blogger-is



Liked by sandjabrugmann, mariawael and 32.585 others
andershemningsendk Båt båt.

34

HISTORIEN OM UMUT & GULDKROEN



35

Mediernes rolle

NYHEDSHUNGER

40



41

Lad os lige

SÆTTE SCENEN

42

Vi lider af

BESLUTNINGSTRÆTHED

43

Daglige beslutninger

2000+

44

Vi lider af

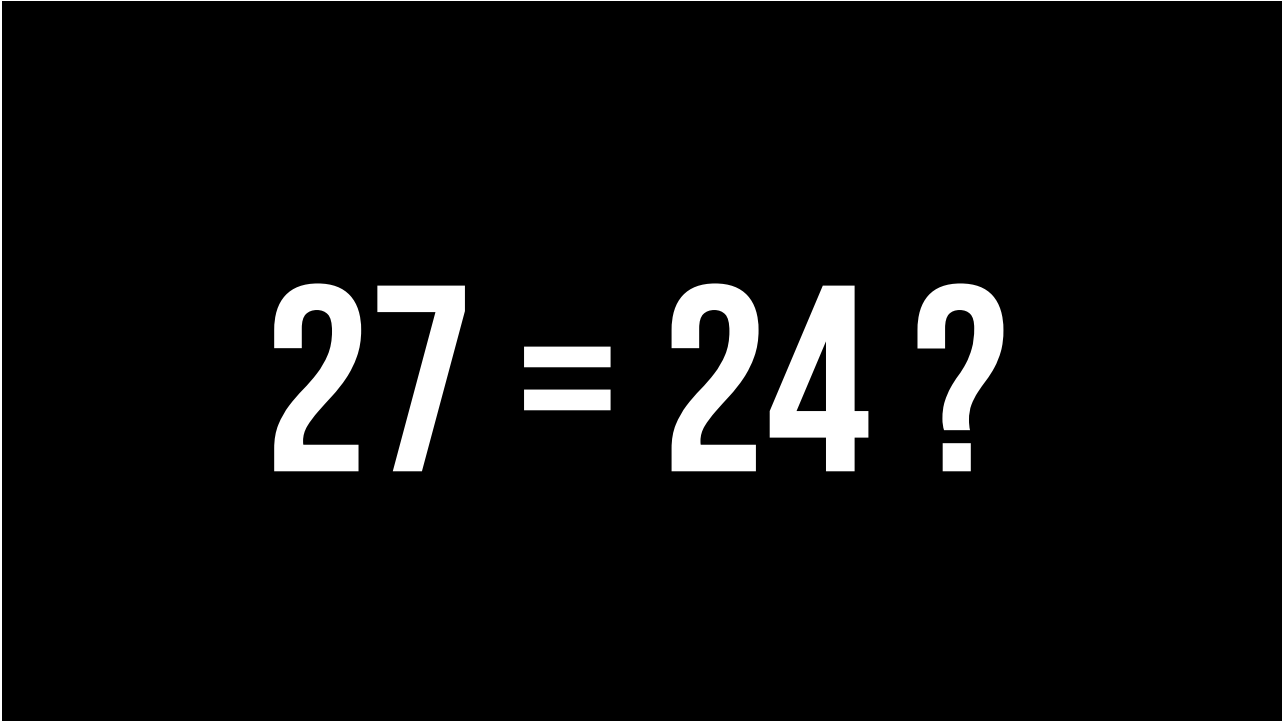
TIDSMANGEL

45

**69 PROCENT FØLER TIT, AT DE IKKE
HAR TID NOK TIL AT LAVE ALLE DE
TING, DE SKAL NÅ.**

KILDE: INDEKS DANMARK / GALLUP

46



27 = 24 ?

47

MULTIPLE IDENTITETER

48



49

INSTANT SKILLS

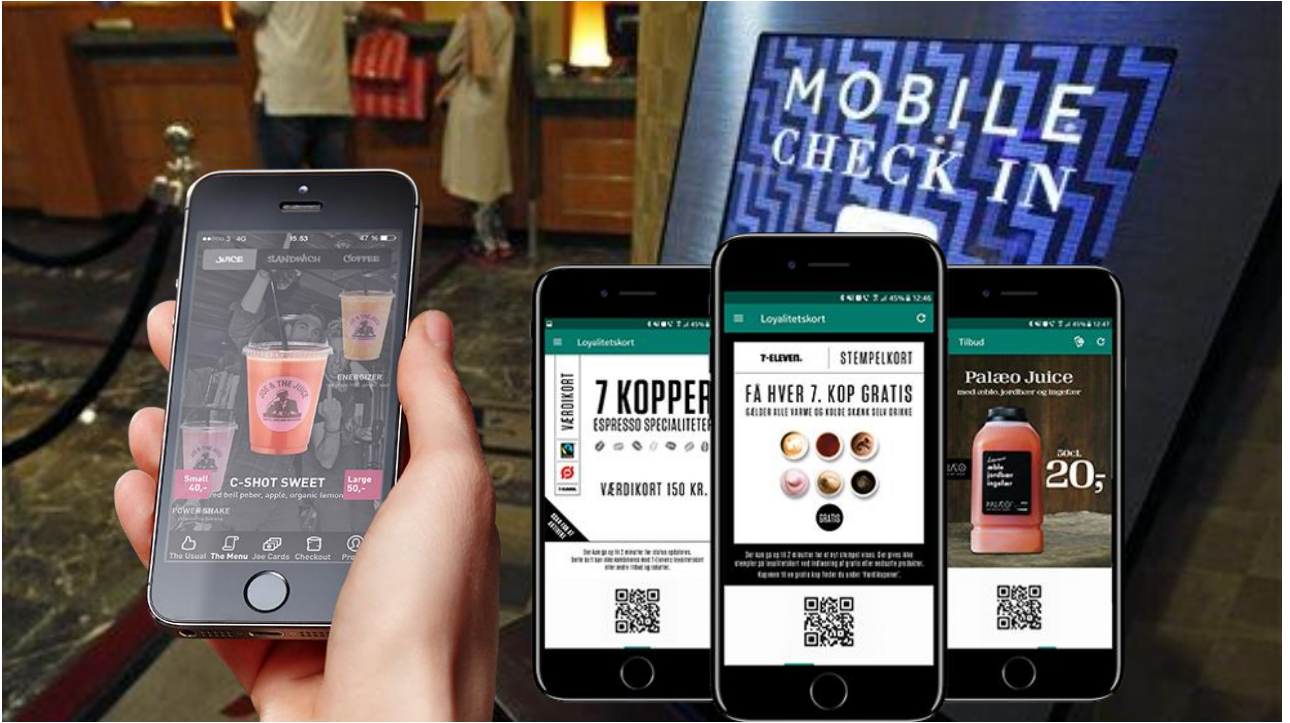
50



51

FAST-LANING

52



53

ON DEMAND

54



55

DEN MODERNE FORBRUGER

DEN TIDSPRESSEDE OG BELSUTNINGSTRÆTTE FORBRUGER EFTERSPØRGER NEMME LØSNINGER, HVOR DER IKKE ER GÅET PÅ KOMPRØMIS MED KVALITETEN ELLER SMAGEN. SNACKS BASERET PÅ TØRRET KØD, FÆRDIGE RETTER OG HURTIGE MÅLTIDSKASSER TALER TIL DETTE.

MAD OG MÅLTIDER ER NOGET AF DE MEST SOCIALE OG SENSORISKE I ET DIGITALT LIV OG DERFOR ER OPLEVELSEN I CENTRUM. MÅLTIDSLØSNINGER FOR SOCIALE ARRANGEMENTER, EKSPERIMENTER MED NYE SMAGSRETNINGER OG INGREDIENSER SAMT MADLAVNINGSKURSER TALER TIL DETTE.

SUNDHED OG ET GODT LIV ER VIGTIGE PARAMETRE FOR ET MODERNE MENNESKE, DER ØNSKER AT LEVE LÆNGE, MEN OGSÅ GODT. RENE PRODUKTER UDEN TILSÆTNINGSSTOFFER ELLER TILSKUD AF NÆRINGSSTOFFER SAMT TRANSPARENS OG VIDENSDELING TALER TIL DETTE.



56

DEN MODERNE FORBRUGER

ANSVARLIGHED OG GENNEMSIGTIGHED – BÅDE OVER FOR EN SELV, FAMILIEN OG KLODEN – FYLDER MERE I DAG END TIDLIGERE. HEAD TO TAIL-TANKEGANGEN MED BRUGEN AF UDSKÆRINGER SOM NORMALT IKKE BENYTTES, BEGRÆNSNING AF MADSPILD, MINIMAL TRANSPORT OG EMBALLAGE, DYREVELFÆRD OG SÅ LAVT ET PRODUKTIONSAFTRYK SOM MULIGT TALER TIL DETTE.

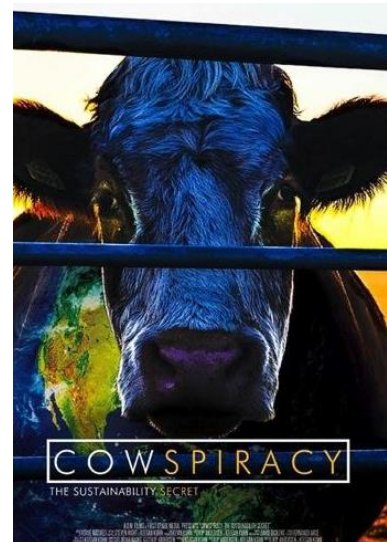
OPFATTELSEN AF KVALITET VS. PRIS HAR ÆNDRET SIG. LAV PRIS ER IKKE DEN PRIMÆRE MOTIVATIONSFAKTOR MERE OG KVALITET ER IKKE KUN LIG MED FLOT EMBALLAGE, BRANDING OG HØJ PRIS, MEN OGSÅ ØKOLOGI, DYREVELFÆRD MV. AT SIKRE EN GOD VARE TIL PRISEN.



57

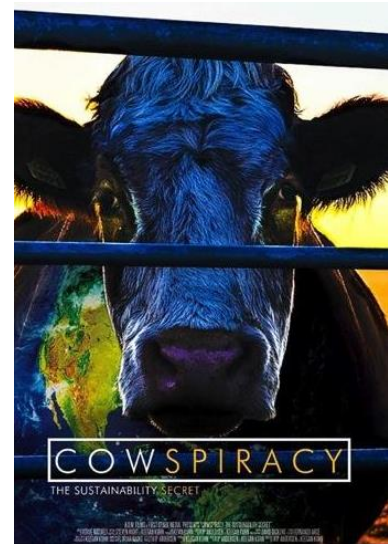
PRODUCENTER UNDER PRES

- FRA FORBRUGERE, DER I STIGENDE GRAD ØNSKER AT BESKYTTE MILJØET OG TÆNKER I DYREVELFÆRD ELLER I EGEN SUNDHED
- FRA INTERESSEORGANISATIONER, DER KØRER SKRÆMMEKAMPAGNER OM KRIG KØDS SKADELIGE VIRKNING PÅ MILJØET
- FRA ETISK RÅD, DER VIL PÅLÆGGE EKSTRA KØDAFGIFT
- FRA GLOBALE ORGANISATIONER SOM FN, DER ØNSKER AT REDDE VERDEN OG HAR SAT HØJE VERDENSMÅL
- FRA SUNDHEDSEKSPERTER/FANATIKERE, DER SENDER INFORMATIONER OM SUNDHEDSSKADELIGE EFFEKTER UD I ÆTEREN
- FRA SOCIALE MEDIER HVOR KØDLØSE RETTER OG VEGANISME BLIVER OVEREKSPONERET
- FRA EN MILLENIALGENERATIONEN, DER DRIVER DEN GRØNNE BØLGE FREMAD



58

**REAKTIONEN ER TYDELIG: ANTALLET AF
FØDEVARER ELLER DRILLEVARER MED ET
VEGANSK/VEGETARISK/GRØNT/MILJØ
AFSÆT ER IFØLGE FLERE KILDER STEGET
KRAFTIGT PÅ FÅ ÅR**



59



60

Positivt eller negativt?

DET ALTERNATIVE

61



62

Plantdrik er slet, slet ikke nyt. Den har bare levet et stille liv og er kun blevet nydt af mennesker som har valgt den til af de årsager, som Henrik er inde på i indslaget (tænker at den sidste grund er dyrevelfærd, selvom det er klippet ud) Det er desværre først her 25-30 år senere, at det er ved at blive mainstram. Det glæder jeg mig over - og så morer jeg mig over dem, som syntes det er strengt, at vi kalder det mælk 🤔 Det afsøre io helt den gode udviklina...

Michael Minter Hvordan kan maandelmaelken være problematisk på grund af vandforbrug - især ud fra den betragtning at kosemælk kræver dobbelt så meget vand pr liter?



Kristoffer Hvidsteen • 2
Strategy executive - Sustainable strate...
16t

Johnny Højfeldt Vandforbrugets betydning er afhængig af de lokale produktionsforhold - mandler dyrkes i Californien, hvor vand er en meget knap ressource.



Har købt store mængder af sådanne produkter, vil dog lige slå et slag for en væsentlig mindre brug af plast. Indslaget viser at I bruger plast til både produkt og logistik - er det et indsatsområde?

Fint med flere alternativer, men i sammenligningen med mælk - som jeg forstår det - skal man huske, at ernæringsprofilen ikke nødvendigvis er den samme. Havredrik har et naturligt lavt indhold af vitaminer og mineraler samt et meget lille eller intet indhold af protein og består hovedsageligt af energi fra kulhydrater. Dvs. at det vel som udgangspunkt ikke kan erstatte mælk rent ernæringsmæssigt.

Hej Henrik. Yes, men så er ernæringsprofilerne også forskellige ift. mælk? "Ris- og havredrik har et naturligt lavt indhold af vitaminer og mineraler samt et meget lille eller intet indhold af protein og består hovedsageligt af energi fra kulhydrater. Risdrik og havredrik kan ligesom sojadrik være beriget med calcium." Dvs. at de vel som udgangspunkt ikke kan erstatte mælk rent ernæringsmæssigt. Om man så vælger dem pga. klimaet kan jeg ikke overskue, da der er enormt mange faktorer og variabler i den ligning. Men det har I måske allerede regnet ud? Men rigtig fint med flere produkter at vælge i mellem!

Tak fordi I har fået usødet mandelmælk til DK så vi laktose intolerante har et godt alternativ- dog er jeg ærgelig over at se jeres valg af emballage i dette TV klip - plastik er ikke særlig bæredygtigt. :(

63



64

Konsekvens

FORVIRRINGEN ER TOTAL

65



66

KONTAKINFORMATIONER

LBK@PEJGRUPPEN.DK