

Matbutiker uppmuntrar ohälsosam konsumtion genom flerköpserbudanden

SAMMANFATTNING

→ Nästan hälften av alla materbudanden online hos svenska livsmedelskedjor är på produkter som har högt innehåll av mättat fett, socker och salt.

Nästan hälften av erbjudanden online gällde produkter som innehåller mycket fett, socker och salt. Dessutom är fyra av fem av erbjudanden på ohälsosamma produkter så kallade flerköp, som "köp en, få en gratis" eller "3 för 50 SEK", där Coop marknadsför dessa ohälsosamma produkter med flerköpserbudanden i störst utsträckning. Denna typ av erbjudanden ger konsumenter incitament att köpa fler enheter.

Forskning från Storbritannien har uppmärksammat att kampanjer i allmänhet uppmuntrar konsumenter att köpa mer

→ Fyra av fem ohälsosamma materbudanden är så kallade "flerköp", som kräver att konsumenten köper fler enheter.

av en viss produkt, men också av den marknadsförda kategorin i allmänhet (PHE, 2020). Denna effekt är den starkaste för flerköpserbudanden.

Dessa undersökningsresultat visar på att svenska livsmedelskedjor bidrar till ohälsosamma kostvanor i Sverige genom att erbjuda flerköpskampanjer för ohälsosamma produkter. Samtidigt kan livsmedelskedjorna spela en roll för att bekämpa fetma genom att proaktivt fokusera sina marknadsföringsaktiviteter för att öka försäljningen av hälsosammare produkter.