

Pressmeddelande 2010-05-19

Kaffets ursprung och miljöpåverkan viktigt på arbetsplatsen

Att smaken på kaffet är viktig även på jobbet är kanske inte så förvånande. Men många vill också ha mer information om kaffet och dess ursprung och många värdesätter miljöfrågor. Det visar en nordisk kaffestudie från Nestlé Professional. I Sverige dricker 82 % kaffe på jobbet och av dem tycker 50 % att smaken är viktigast men 56 % vet inte vilket kaffe de serveras och 61 % uppger att deras arbetsplats inte sätter högt värde på miljöaspekten vid valet av kaffeleverantör.

Kring hälften av alla tillfrågade i Nestlé Professionals nordiska kaffestudie uppger att smaken på kaffet är viktigast (50% i Sverige, 56% i Danmark, 40% i Norge och 63% i Finland). De smakfaktorer som många svarande lyfter fram är reglerbar styrka, rostning och temperatur. Uppfattningen om vad som är gott kaffe skiljer sig dock mellan länderna: i Sverige, Norge och Danmark uppger de som inte tycker om kaffet på arbetsplatsen att smaken är för svag, i Finland tycker de att kaffet inte är gott om det är för starkt. I Sverige, Danmark och Norge föredrar de flesta svart kaffe (62% i Sverige, 68% i Danmark och 82% i Norge). I Finland däremot föredrar 60% kaffe med mjölk, cappuccino, café au lait eller caffè latte.

Miljöhänsyn och information om kaffet viktigare än tillbehör som kakor

Trots att de flesta i Norden tar kaffepaus åtminstone 5 till 10 minuter ett par gånger om dagen, uppger mer än hälften att de inte vet vilket kaffe de serveras på jobbet. Många känner inte till vem på deras företag som är ansvarig för inköpen och en majoritet svarar att de inte kan påverka valet av kaffe (65% i Sverige, 77% i Danmark, 60% i Norge och 69% i Finland). På frågan om vad som kan förbättras kring kaffeserveringen på arbetsplatsen uppger också många att de vill ha bättre information om kaffet, till exempel om kaffets rostning och ursprung (31% i Sverige, 36% i Danmark, 27% i Norge och 42% i Finland). Bara i Norge önskar sig fler tillbehör som exempelvis kakor (i Norge 39%, i Finland 24%, 23% i Danmark och i Sverige 27%).

Många svarar att deras arbetsplats inte sätter högt värde på miljöaspekten vid valet av kaffeleverantör (61% i Sverige, 83% i Danmark, 79% i Norge och 62% i Finland). Det finns också önskemål om ekologisk mjölk i kaffemaskinen (37% i Sverige, 40% i Danmark, 10% i Norge och 15% i Finland) även om betydligt fler uppger att de vill ha 100% riktig mjölk i maskinen (57% i Sverige, 45% i Danmark, 71% i Norge och 76% i Finland).

- Konsumenternas medvetenhet ökar och allt fler vill veta vad det är för slags kaffe de dricker och hur det påverkar miljön, så för att tillfredsställa de anställda måste arbetsplatser och storkök ta hänsyn till mer än priset när de väljer kaffeleverantör. Smak, miljöfrågor och kaffets ursprung är också viktigt för hur personalen upplever kaffepausen. Vi har kartlagt kaffets totala miljöpåverkan och kan hjälpa våra kunder att minimera koldioxidpåverkan i konsumtionsledet, säger Lise Duus Möller, nordisk produktchef på Nestlé Professional.

Kaffepaus löser problem på arbetsplatsen

Studien visar också att kaffepausen inte bara är en viktig del för avkopplingen från jobbet, den är även en viktig del av själva jobbet. Av dem i Sverige som dricker kaffe på

jobbet hämtar 50% flera gånger om dagen kaffe för att dricka vid sin arbetsplats, 84% pratar jobb under gemensamma kaffepauser och 37 % tar en kaffepaus för att tänka över arbetsuppgifter.

Jämfört med kaffestudien som Nestlé Professional genomförde 2008, visar årets undersökning att trenden går mot något färre och kortare kaffepauser och att allt fler sällan eller aldrig tar gemensam kafferast med kollegorna utan istället i större utsträckning tar kaffepaus vid sin arbetsplats och under jobbmöten. Situationen ser liknande ut i Sverige, Danmark och Finland. I Norge är det något fler som tar kaffepaus nu jämfört med för två år sedan, samtidigt som pauserna blivit kortare och andelen kaffepauser i samband med jobbmöten har ökat.

Kaffepaus kombinerar avkoppling med kreativitet

Med kortare kaffepauser som i allt större utsträckning kombineras med jobbsamtal och problemlösning, utvecklas kaffepausens traditionella roll som andrum från arbetsuppgifterna till att bli en del av själva arbetet. Samtidigt som många uppger att kaffepausen är uppiggande (41% i Sverige, 42% i Danmark, 12% i Norge, 33% i Finland) anger de samtidigt något av svaren "kreativ", "driven/effektiv" och "smartare" (totalt 4% i Sverige, 2% i Danmark, 19% i Norge och 10% i Finland).

- Vi vill uppmuntra företag att hålla fast vid traditionen att bjuda in till gemensam kaffepaus eftersom de anställda upplever att de blir piggare och mer kreativa efteråt. Här på kontoret i Helsingborg har vi gemensam kaffepaus varje fredag och det är ett trevligt tillfälle för oss att mötas över avdelningsgränserna. Ofta blir vi inspirerade och får jobbidéer när vi hör hur kollegorna jobbar, så kaffepausen är både avkopplande och boostar vår kreativitet, säger Lise Duus Möller på Nestlé Professional.

Studien är gjord 2010 av företaget Easy Research/Questback på uppdrag av Nestlé Professional. Undersökningen är baserad på totalt 1 200 intervjupersoner, med jämn fördelning mellan kvinnor och män, i åldrarna 20-64 år i Sverige, Danmark, Norge och Finland.

För mer information, kontakta:

Lise Duus Möller, nordisk projektledare Nestlé Professional

Tel. +46 42 19 91 2, mobil +46 768 344 707

E-post: lise.duusmoller@se.nestle.com

Marie Louise Elmgren, informationschef Nestlé Sverige AB

Tel. +46 42 19 91 27, mobil: +46 70 340 92 85

E-post: marielouise.elmgren@se.nestle.com

Nestlé Professional är en affärsenhet inom Nestlé med fokus på mat och dryck på Out Of Home-marknaden. Ambitionen är att vara en inspirerande professionell partner som ger hög service med närhet till forskning och utveckling samt kompletta skräddarsydda lösningar. Nestlé Professional finns i 97 länder över hela världen. I Norden arbetar enheten med starka varumärken och produkter såsom NESCAFÉ, ZOÉGAS, NESQUIK, NESTLÉ, MAGGI och BUITONI.