



PRESSMEDDELANDE

2012-03-19

Så ser den typiska grillmiddagen ut

– Drygt fem av tio grillar minst en gång i veckan och då helst fläskkött

Våren är på stark frammarsch och så även grillsäsongen, till många svenskars glädje. En undersökning som Scan har genomfört visar att närmare hälften av svenskarna grillar en eller flera gånger i veckan. Och när svenskarna väljer vad de ska lägga på grillen är fläskkött en klar favorit. 73 procent svarar att de helst grillar fläskkött. På andraplats hamnar kryddiga korvar (47 %), tätt följt av grönsaker (44 %).

Scan har undersökt hur svenskarnas ultimata grillmiddag ser ut och det visar sig vara grillat fläskkött kombinerat med grönsaker, sallad, tzatziki och en öl. Hela 66 procent av svenskarna dricker helst öl till grillmiddagen. När det gäller kolhydrater till den grillade maten är klyft- eller färskpotatis det självklara valet (50 %), tätt följt av potatissallad (47 %).

– Svenskarna är generellt sett öppna för att prova nya smaker och maträtter. Men när det kommer till grillmiddagar är det inte många svenskar som vill tumma på traditionerna. En överlägsen majoritet vill ha klassiska tillbehör som grönsaker och potatis i olika former och så har det sett ut flera år tillbaka, säger Mina Grubb, insight manager Scan.

Vad svenskarna helst lägger på grillen varierar lite beroende på kön. Kvinnorna är betydligt mer intresserade av att ha grönsaker på grillen än män som i större utsträckning föredrar att grilla hamburgare och grillkorv. Bland kvinnorna hamnar grönsaker på en tredjeplats, medan de hamnar först på en niondeplats bland männen. Däremot är kvinnorna och männen slående överens om att fläskkött är det de grillar allra helst.

– Fläskkött hamnar i topp bland båda könen, vilket inte är förvånande. Redan i slutet på förra året kunde Scan se ett ökat intresse och efterfrågan på fläskkött. Förutom att det är en solklar grillfavorit bland svenska folket ser vi även att dess generella popularitet växer och att allt fler restauranger inför fläskkött på menyn, säger Mina Grubb, insight manager Scan.

Grillundersökningen genomfördes av Straylight, under maj - augusti 2011. Totalt deltog 500 personer i undersökningen. Ålder på de svarande är 15 år och uppåt.

För ytterligare information kontakta:

Mina Grubb, insight manager Scan, tfn: 08-752 83 02
Christina Wennerbo, produktchef Scan, tfn: 08-725 81 45
Laila Romu, kommunikatör Scan AB, tfn: 0511-252 19

Scan – från svenska gårdar sedan 1899

Scan har i generationer varit Sveriges kött- och charkuterimästare och det är en tradition som vi är stolta över att föra vidare. Vi tror på det svenska ursprunget och arbetar engagerat för att ständigt säkra att de höga förväntningar som ställs på svensk köttkvalitet alltid infrias. Vi är övertygade om att det är bra för djur, miljö, Sverige och för alla som tycker att det är viktigt med bra mat. Vi tror på bra mat från svenska gårdar.

Varumärket Scan ägs av Scan AB, som ingår i koncernen HKScan, ett av norra Europas största livsmedelsföretag inom kött, charkuterivaror och färdigmat. Scan AB omsätter 10 Mdr SEK och har 3 000 medarbetare. HKScan-koncernen har 11 000 medarbetare och en omsättning som uppgår till 20 Mdr SEK.