Jyllands-Posten | 21.08.2012 |

*Oste: Skæreosten vejer stadig tungest i indkøbskurvene, men vi køber mere revet ost end tidligere, viser udviklingen i osteforbruget.*

Poser med revet ost fylder mere i vores køleskabe end tidligere.

Fra 2006-2011 er der sket en stigning på 54 pct.

i salget, og hvor den revne ost for seks år siden indtog femtepladsen på listen over de mest solgte ostetyper i Danmark, er det nu den næstmest populære type - kun overgået af den altdominerende skæreost.

Det viser en ny opgørelse, som mejerivirksomheden Arla har lavet ud fra analysevirksomheden Nielsens tal for det totale ostesalg i Danmark.

Skal være hjemmelavet

Forklaringen på den store vækst i revet ost skal findes i, at vi gerne vil lave nem, men stadigvæk sund mad, og derfor har vi taget fastfoodretter som pizza, lasagne og madpandekager til os og laver dem i højere grad derhjemme, mener fagfolk.

»Stigningen i salget af revet ost tyder på, at vi gerne lader os inspirere af klassisk takeaway, når vi selv går i køkkenet, og dermed har vi fundet en måde at kombinere det sunde med det bekvemme, siger Tove Færch, der er leder af Arla Karolines Køkken og gennem årtier har haft fingeren på pulsen af de danske madvaner.

Udviklingen harmonerer fint med danskernes yndlingsretter, konstaterer Gitte Gross, afdelingsleder i ernæringsafdelingen på DTU Fødevareinstituttet, der laver undersøgelser af danskernes kostvaner.

Som et eksempel fremhæver hun lasagne, der let kan fremtrylles med særlige lasagne-pakker, som kun mangler at få blandet flåede tomater, kød og revet ost i.

»Det gør, at du på den ene side har et nemt og bekvemt måltid, men det lever også op til vores idealer om, at maden helst skal være hjemmelavet,« siger hun og tilføjer, at mange børn godt kan lide smagen af gratineret ost.

Og netop hos børnefamilierne og de 0-49-årige er den revne ost et stort hit, viser tallene.

»Det hænger godt sammen med, at maden skal være nem og hurtig,« lyder det fra Gitte Gross.

Østjyder og sjællændere har en større forkærlighed for ostestrimlerne end i de andre landsdele.

Spare tid frem for penge

Hos organisationen Landbrug & Fødevarer, der repræsenterer de danske mejerier, mener chef for afdelingen for forbrugerøkonomi Klaus Jørgensen, at stigningen inden for den revne ost skyldes, at mejerierne har været dygtige til at udvikle deres produkter ud fra, hvad deres kunder har brug for, og har fundet ud af, at de travle familier gerne betaler ekstra for at slippe for at finde rivejernet frem.

»Mejerierne har set, at de med revet ost kan spare forbrugerne for tid,« siger han.

Den klassiske skæreost er gået tilbage med 5 pct. på seks år, men Klaus Jørgensen betoner, at den fortsat udgør næsten halvdelen af danskernes ostekøb, der i 2011 nåede op på 54.378 tons - en stigning på 5 pct. i forhold til 2006.

Det er i høj grad de ældre generationer 60+, der foretrækker oste til at sende under høvlen, mens folk under 50 år og børnefamilier ikke køber så mange af denne type.

Tove Færch, Arla, beklager tilbagegangen, da et stykke rugbrød med en skive ost er sundt, og så har skæreosten en lavere kilopris end andre ostetyper, tilføjer hun. Ifølge Tove Færch er der ikke mange andre folkeslag, som spiser skæreost i skiver på brød, og hun ser den lavere efterspørgsel som et tegn på, at de yngre generationer rejser meget og har fået andre ostevaner.

Tallene viser da også, at folk under 40 år og med børn er glade for fetaost, der har oplevet en fremgang i de senere år.

»I Sydeuropa bliver der brugt megen feta, og vi har taget den madkultur til os.

Det er et led i en længere udvikling, hvor vi i stigende grad spiser mad, der ikke er oprindelig dansk,« siger Klaus Jørgensen.

Den større mængde købt feta hænger også sammen med, at vi er blevet mere bevidste om at spise sundt, mener han og Gitte Gross, der konstaterer, at vi spiser mere salat og grønt og pepper det op med fetatern. Især øst-og sønderjyder har hang til feta, fremgår det.

Vi er konservative

Mens smøreost, skimmelost og skiveskåret ost ligger på samme niveau som i 2006, har hytteost oplevet en salgsfremgang på 15 pct. - fra 1.447 tons i 2006 til 1.669 tons i 2011. Især husstande uden børn køber denne ostetype, som også sønderjyder og sjællændere har mere hang til end andre danskere.

Netop hytteosten fremhæver Klaus Jørgensen, Landbrug & Fødevarer, som et godt eksempel på en ost, mejerierne har forsøgt sig med, og som forbrugerne har taget til sig. Omvendt er flere andre forsøg med nye ostetyper hurtigt røget væk fra kølediskene, og Klaus Jørgensen forventer ikke, at den traditionsrige danske skæreost inden for de nærmeste mange år vil blive sendt væk fra sin klare topplacering.

»For de danske forbrugere er konservative,« konstaterer han.

Stigningen i salget af revet ost tyder på, at vi gerne lader os inspirere af klassisk takeaway, når vi selv går i køkkenet.

Tove Færch, leder af Arla Karolines Køkken.



1. Find mindst 2 steder i teksten, hvor ”Organismen” i SOR-modellen er omtalt (sætningerne markeres med gult)
2. Find mindst 2 steder i teksten, hvor det handler om ”Stimuli” (Sætningerne markeres med rødt)
3. Find mindst 2 steder i teksten, hvor kundernes ” Adfærd” er beskrevet. (Sætningerne markeres med grønt)
4. Giv et begrundet svar på, hvilken købestype reven ost typisk vil være