



KIOSK- VÄLTAREN

EN KARTLÄGGNING AV MÖJLIGHETER OCH HINDER FÖR EN
HÅLLBAR OCH HÄLSOSAM MATMILJÖ I PUBLIKA SIMHALLAR

PROJEKTET DRIVS AV



BETEENDE
LABBET

INOM RAMEN FÖR

Mission
Matmiljö

I SAMARBETE MED



Stockholms
stad

MED FINANSIERING FRÅN

VINNOVA

INNEHÅLL

Sammanfattning	3
Bakgrund	4
Matens påverkan på planet och hälsa	4
Matmiljöer påverkar oss – inte minst barn och unga	4
Matmiljön inom idrotten	5
Om projektet	6
Syfte och mål	6
Projektets upplägg och metoder	6
Utmaningar och hinder för fler hållbara och hälsosamma matval på simhallar	9
Sortiment och marknadsföring främjar ohälsosamma val	9
Bristande policys och reglering för hållbara matmiljöer i idrottssammanhang	10
Nationell nivå	10
Kommunal nivå	11
Svårt ekonomiskt och logistiskt att driva simhallscafé	14
Normen är ofta att äta ohälsosamt på simhallen	16
Insikter från medborgardialog på Eriksdalsbadet	18
Resultat från fältexperiment på Eriksdalsbadet	19
Slutsatser	20
Rekommendationer	21
Stödmaterial och inspiration	23
Referenser	24
Bilaga 1 – Möjligheter och hinder för en hållbar och hälsosam matmiljö för idrottsföreningar	27
Bilaga 2 – Klausuler om hälsoprofil i Stockholms stads avtal med simhallscaféer	31

SAMMAN- FATTNING

Inom projektet Kioskvältaren har WWF Sverige och Beteendelabbet, i samarbete med Stockholms stad, kartlagt möjligheter och hinder för att skapa mer hållbara och hälsosamma matmiljöer i publika simhallar, med särskilt fokus på barn och unga.

Projektet har genomförts genom intervjuer med kommuner, caféägare, och civilsamhällsorganisationer, samt fältbesök på sex simhallar i Stockholmsregionen. En medborgardialog och ett fältexperiment på Eriksdalsbadet har också genomförts för att undersöka om skyltning, exponering och rabatter kan påverka besökarnas matval i en mer hållbar och hälsosam riktning.

Kartläggningen visar att simhallars matmiljöer idag till stor del domineras av glass, läsk, godis, snacks och snabbmat, medan hälsosammare och hållbara alternativ ofta får mindre plats och synlighet. **Projektet identifierar flera hinder** för förändring, bland annat brist på tydliga riktlinjer för matutbud i offentligt finansierade idrottsmiljöer, ekonomiskt pressade caféverksamheter och starka normer där simhallsbesöket ofta kopplas till belöning och en "unna sig"-kultur.

Samtidigt visar projektet att **det finns möjligheter för förändring**. Det finns ett växande intresse för att arbeta med hållbara matmiljöer och kommuner har redan idag möjlighet att påverka utbudet genom upphandlingar, avtal och riktlinjer. Resultaten pekar också på potentialen i enklare, prisvärda och mer hälsosamma alternativ som är anpassade efter simhallarnas praktiska förutsättningar.

Utifrån kartläggningen rekommenderar projektet bland annat att undersöka nationella riktlinjer för hållbara och hälsosamma matmiljöer i offentligt finansierade miljöer, tydligare krav och uppföljning i kommunala avtal och upphandlingar samt bättre ekonomiska förutsättningar för caféverksamheter att erbjuda mer hållbara alternativ. Rapporten lyfter även behovet av innovation kring hållbara produkter för idrottsmiljöer och fler långsiktiga tester i verkliga matmiljöer.

Projektets övergripande slutsats är att hållbara och hälsosamma matval inte främst handlar om individers ansvar, utan om hur matmiljöer utformas. För att förändra normer och konsumtionsmönster krävs därför strukturella förändringar där hållbara och hälsosamma alternativ görs mer synliga, tillgängliga och attraktiva i offentliga idrottsmiljöer.

BAKGRUND

Matens påverkan på planet och hälsa

Maten vi äter står för en fjärdedel av människans klimatpåverkan och är dessutom den största orsaken till förlust av biologisk mångfald (WWF 2024). Vi har i dagsläget överträtt sex av planetens nio gränser, och faktum är att det i de flesta fall är det globala livsmedelssystemet som driver denna negativa påverkan på planeten (Rockström et al. 2025). Samtidigt rankas våra matvanor i Sverige som en av de största riskfaktorerna för ohälsa och för tidig död (Livsmedelsverket 2025). Och de ohälsosamma matvanorna sätts tidigt:

över en tredjedel av svenska ungdomars totala energiintag kommer från livsmedel som klassificeras som energitäta och/eller näringsfattiga, som till exempel godis, snacks, läsk och snabbmat (Livsmedelsverket 2024). En UNICEF-rapport från 2025 visar att det för första gången i historien är fler barn och unga i skolåldern (5–19 år) som lider av fetma än av undervikt globalt (UNICEF 2025). Dessutom äter inte ens små barn hållbart. En studie vid SLU visar att barns kost redan i förskoleåldern ofta överskrider hållbara gränser för planeten (Jacobsen et al. 2025).

Matmiljöer påverkar oss – inte minst barn och unga

Många faktorer i vår matmiljö påverkar vad vi äter. Matmiljö handlar om faktorer i den fysiska och sociala miljön som påverkar våra val och konsumtion av mat, vilket får stor betydelse för både vår hälsa och miljön. Folkhälsomyndigheten beskriver att det dels handlar om samhälleliga faktorer som tillgänglighet av mat, pris, produktens egenskaper och säljstrategier liksom marknadsföring och information. Dels om personliga faktorer som möjligheten att kunna få tillgång till viss mat, att ha råd att köpa den, möjlighet att välja och laga den liksom individuella preferenser som smak och kunskap (Folkhälsomyndigheten 2026).



I dagsläget främjar inte våra matmiljöer vare sig hälsa eller en miljömässigt hållbar matkonsumtion, något som tydligt framkom i innovationsplattformen Mission Matmiljöes systemkartläggning (Mission Matmiljö 2024). Flertalet undersökningar visar hur medborgare, och i synnerhet barn, exponeras för ohållbara val av mat i sin vardag. I en global rapport från 2025 menar UNICEF att de matmiljöer som barn och unga vistas i på

många sätt leder till en ohälsosam matkonsumtion – även fast flera av artiklarna i barnkonventionen hävdar barns rätt till en hälsosam matmiljö. De här ohälsosamma matmiljöerna driver näringsfattiga och ohälsosamma matvanor och leder till en ökning av övervikt och fetma bland barn och ungdomar, även i länder som fortfarande brottas med undernäring bland barn (UNICEF 2025).

En forsknings-sammanställning av Folkhälsomyndigheten visar att barn och unga exponeras för marknadsföring av livsmedel både utomhus och i en mängd olika kanaler som TV och sociala medier. Denna marknadsföring gäller främst ohälsosamma, som energitäta och näringsfattiga, livsmedel (Folkhälsomyndigheten 2024). Svenska barns matmiljö utomhus domineras av reklam för ohälsosamma livsmedel, och fyra av fem annonser för mat visar ohälsosam mat och dryck, enligt en studie från Hjärt-Lungfonden, UNICEF och Karolinska Institutet (Hjärt-Lungfonden et al. 2022). I en uppföljande rapport om ungas matmiljöer i den digitala världen framkommer det att barn exponeras för 17 annonser för ohälsosam mat och dryck per timme på TikTok, och 9 per timme på Instagram (Hjärt-Lungfonden et al. 2025). Barn exponeras alltså ständigt för produkter som ökar risken för allvarliga kostrelaterade sjukdomar och som samtidigt gör det svårt för dem att skapa hållbara levnadsvanor.

Matmiljön inom idrotten

Idrotten täcker olika typer av matmiljöer, alltifrån små kiosker som idrottsföreningar själva sköter och kommersiella caféer på idrottshallar, till maten på evenemang som idrottstävlingar

och cuper liksom matmiljön på stora publika idrottsarenor. Matmiljöerna liksom de sociala kontexterna för dessa idrottsarenor kan se olika ut men exakt hur de ser ut är inte särskilt studerat i Sverige.

Matmiljön i kommunala idrottshallar i Sverige är inte heller särskilt väl kartlagd, men en kandidatuppsats som studerat matmiljön i Stockholmsregionens simhallar visar på en låg andel hälsofrämjande alternativ – till förmån för bakverk, godis, läsk och maträtter med hög andel mättat fett, lite grönsaker och lite fullkorn. Studien ser att det ofta kan finnas hälsosamma val tillgängliga, men att majoriteten av det som säljs inte tillhör den kategorin. Ingen av de undersökta simhallarna i regionen arbetar heller med skyltning eller annan uppmuntran (nudging) till de mer hållbara alternativen (Hagströmer 2023). Matutbudet i många idrottsmiljöer präglas fortfarande av normer där varmkorv, pomes, bullar och läsk upplevs som självklara inslag. För många känns det nog därför mer naturligt att mötas av dessa alternativ i simhallen eller vid barnens träningar än av mer hälsosamma och hållbara alternativ.



OM PROJEKTET

Projektet Kioskvältaren drivs av WWF Sverige och Beteendelabbet, i samarbete med Stockholms stad. Projektet pågår mellan november 2025 och maj 2026 och finansieras av Vinnova.

Syfte och mål

Projektet syftar till att undersöka vilka möjligheter och hinder som finns för att erbjuda hållbar och hälsosam mat i simhallar. Genom ett fältexperiment vill projektet även pröva om det går att påverka ungas val i riktning mot mer hållbara och hälsosamma alternativ i idrottsmiljöer.

Projektets upplägg och metoder

Projektet Kioskvältaren har utgått från flera metoder för att utforska följande frågeställningar:

- I en miljö som uppmuntrar till rörelse för hälsan borde den hållbara och hälsosamma maten vara det självklara – varför främjas inte mer hållbara och hälsosamma val i våra idrottsmiljöer? Finns det strukturer, attityder och normer som sätter käppar i hjulen?
- Vilka möjligheter och utmaningar finns det för att erbjuda mer hållbar och hälsosam mat i simhallar?

INTERVJUER OCH OMVÄRLDSBEVAKNING

Kioskvältaren har intervjuat representanter från kommuner, simhallscaféer och civilsamhället för att ringa in möjligheter och utmaningar kopplat till mer hållbara och hälsosamma matmiljöer i simhallar. Semistrukturerade intervjuer har hållits fysiskt och digitalt och vissa intervjusvar har inkommit via mejl, totalt har ett tjugotal aktörer intervjuats. En övergripande omvärldsbevakning av området matmiljöer för unga i idrotten har också gjorts, främst baserat på vad som framkommit i de olika intervjuerna.

FÄLTBESÖK PÅ SEX PUBLIKA SIMHALLAR

Matmiljön i just kommunala idrottshallar i Sverige är inte särskilt väl kartlagd, därför valde projektet

att göra fältbesök på totalt sex publika simhallar med caféverksamhet, varav fyra drivs av privata enskilda ägare och två av Medley, en av Sveriges ledande aktörer inom bad, simning och träning. Nedan följer en kort sammanställning över de simhallar som projektet besökt.

ERIKSDALSBADET

En av Stockholms största simhallar med både 25- och 50-metersbassänger, äventyrsbad, gym och gruppträning. Här finns även utomhusbad sommartid och anläggningen används ofta för tävlingar.

ÅKESHOVS SIM- & IDROTTSBALL

Klassisk simhall med 25-metersbassäng, undervisningsbassäng och relaxavdelning. Här finns även gym och gruppträning samt möjlighet till enklare fika i anslutning till anläggningen.

SUNDBYBERGS SIMHALL OCH GYM

Modern simhall med flera bassänger, gym och gruppträning. Här finns även bastu och café/restaurangmöjligheter i anläggningen för fika eller enklare mat.

STORVRETSBADET

Har både simhall och gym samt motionssim och familjebad. Det finns även café i anläggningen (stänger något tidigare än badet) där besökare kan köpa enklare fika och dryck.

MEDLEY SOLNA SIMHALL

Modern simhall med 25-metersbassäng, undervisningsbassäng och relaxdel. Här finns även gym och gruppträning samt ett café i anläggningen där besökare kan köpa fika och enklare mat.

MEDLEY TÄBY SIMHALL & GYM

Stor och modern anläggning med flera bassänger för både motionssim och familjebad, samt gym och gruppträning. Här finns även ett café med ett brett utbud av mat.

MEDBORGARDIALOG PÅ ERIKSDALSBADET

Under sportlovsveckan genomfördes en användaraktivitet i fält där projektet lät simhallsbesökare tycka till om utbudet i sitt café genom en "idévägg". Väggen utvecklades tillsammans med caféägaren på Eriksdalsbadet, och aktiviteten riktades främst mot barn och unga eftersom det var projektets primära målgrupp. Besökare fick rösta på olika hållbara och hälsosamma alternativ genom klisterlappar och även lämna idéer på vad de saknade i sitt café på simhallen.

Totalt gick det åt 1500 klisterlappar och projektet fick in 300 idélappar, varav 198 tolkades som "seriösa" svar och resterande räknades bort. Demografiskt bestod underlaget främst av barn och unga, med en tyngdpunkt i åldrarna 9–13 år. En majoritet av svaren kom från tjejer, vilket innebär att resultaten i något högre grad speglar deras preferenser.



PROJEKTET FICK IN CA

200

IDÉER

FÄLT EXPERIMENT PÅ ERIKSDALSBADET

För att ta reda på om det går att påverka hälsosamma och hållbara matval i simhallar genomförde projektet ett fältexperiment i en verklig testmiljö. Projektets initiala plan var att genomföra två fältexperiment i två olika testmiljöer, men lyckades enbart rekrytera en testmiljö under projekttiden, cafét på Eriksdalsbadet. Detta begränsar analysen av beteendets insatser som verktyg att påverka besökarens matval.

Vid urvalet av mer hållbara och hälsosamma produkter att fokusera på i fältexperimentet utgick projektet från Livsmedelsverkets kostråd (Livsmedelsverket 2025) och EAT Lancets hållbara och hälsosamma kost (Rockström et al. 2025). Kriterierna hölls väldigt enkla för att också kunna möta förutsättningarna för cafét kring lönsamhet, logistik och hur igenkännbara produkterna är för besökare.

De fyra kriterier som produkterna utgick ifrån var:

- 1) vegetariskt
- 2) mer frukt och grönt
- 3) mer fullkorn
- 4) mindre socker

valdes ut till experimentet:

juice, keso, smoothie, frukt, fullkornsmacka med ost, kokt ägg, nötter, knäckebrödsmacka, russin.

Vid design av insatser utgick projektet från insikterna från intervjuer med personal från simhallscaféter och medborgardialogen, som visade att matval i simhallscafét främst styrs av situation, normer och vana, snarare än aktiva hälsobeslut. Barnfamiljer prioriterades som en viktig målgruppen på just Eriksdalsbadet eftersom det både finns ett äventyrsbad och är mycket simskolor under vardagar. Men för att täcka ett större kundsegment så valde projektet att även rikta sig till "unga vuxna" och "den vanliga vardagsmotionären".

På grund av att mycket exponeringsyta i cafét var sålt till olika livsmedelsföretag var det svårt

att göra större ändringar i cafét, så som att ändra placeringar i vissa kylskåp eller namn i menyer. Mycket av platsen och/eller formuleringar i menyer bestämdes alltså av externa aktörer, eftersom caféägaren sålt exponeringsytan. Detta gjorde att projektet fick arbeta med mer enkla insatser som lyfte fram de bättre valen. Designen av insatser utgick från tre huvudsakliga

beteendetekniker:

- 1) Ökad exponering genom **förändrad placering** av hållbara och hälsosamma alternativ i disken
- 2) **Göra det hälsosamma valet förmånligt** genom rabatterade paketerbjudanden och
- 3) **Visa vägen** genom skyltar och vippor som synliggjorde de nyttiga valen.

Alla insatser implementerades och testades under 3 veckor från 15 april till 6 maj. För att kunna jämföra försäljning och livsmedelval före och efter insatserna räknade caféägaren på förändring i inköpsvolym. **Följande insatser togs fram tillsammans med caféägaren:**



Kartläggning för idrottsföreningar

Projektet Kioskvältaren har fokus på simhallar och deras matmiljöer, men tar till viss del även upp föreningsperspektivet i relation till detta.

Läs mer om möjligheter och hinder för en hållbar och hälsosam matmiljö för idrottsföreningar i **bilaga 1**.

UTMANINGAR OCH HINDER

FÖR FLER HÅLLBARA OCH HÄLSOSAMMA
MATVAL PÅ SIMHALLAR

Sortiment och marknadsföring främjar ohälsosamma val

Observationerna från fältbesöken visar att simhallscaféernas utbud och exponering i stor utsträckning präglas av produkter kopplade till belöning, snabb energi och bekvämlighet (se bilder från de olika simhallarna). Glass, godis, läsk, kakor och så kallade barnvänliga rätter som pannkakor, nuggets och korv får ofta central placering och stark visuell exponering. Samtidigt finns hälsosammare alternativ såsom smoothies, keso, yoghurt, sallader och frukt, men dessa framstår generellt som mindre framträdande i miljön.

Fältbesöken visar också att caféerna arbetar med enklare former av färdiga mellanmål och proteinrika produkter som är smidiga att hantera och har låg svinnrisk. Detta ligger i linje med intervjuresultaten, där enkla, igenkännbara och funktionella produkter identifierades som mest realistiska att få besökare att välja i simhallskontexten.

Denna bild bekräftar insikterna från den studie som tittat på matmiljön i Stockholmsregionens simhallar, som även den visar på en låg andel hälsofrämjande alternativ – till förmån för bakverk, godis, läsk och maträtter med hög andel mättat fett, lite grönsaker och lite fullkorn (Hagströmer 2023).

ERIKSDALSBADET



ÅKESHOVS
SIM- & IDROTTSBALL



SUNDBYBERGS
SIMHALL OCH GYM



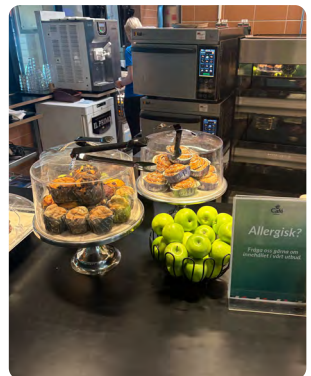
STORVRETSBADET



MEDLEY SOLNA
SIMHALL



MEDLEY TÄBY
SIMHALL & GYM



I en intervju med Ebba Sandberg, Projektledare för Idrottsklivet på Svensk Simidrott och Erika Meeker, Verksamhetsutvecklare barn, ungdom och simkunnighet på Svensk Simidrott uppger de en liknande bild av sortimentet i simhallar nationellt. När de frågat konsulenter som jobbar ute med simföreningar i hela landet så är den generella bilden att utbudet på simhallarna speglar ett "vanligt caféutbud" – varken jättedåligt eller jättebra. Jonatan Wik, Sportchef på Spårvägens simförening, ger i en intervju en något mer kritisk bild:

” På det stora hela skulle jag säga att det inte är i linje med det hälsosamma Stockholm /.../ Även om det går att hitta hälsosamma alternativ /.../ Det är ju glass och kakor och varma chips och korv med bröd. Kostutbudet på en vanlig simhall i Stockholm, eller i Sverige, liknar ju mer kostutbudet för ett lekland där man ska ha barnkalas.”

Bristande policys och reglering för hållbara matmiljöer i idrottssammanhang

NATIONELL NIVÅ

Folkhälsomyndigheten och Livsmedelsverket har nyligen haft ett regeringsuppdrag för att undersöka hur samhället kan främja en hälsosam livsmedelskonsumtion hos barn och unga. Uppdraget som redovisades till regeringen i januari 2025 tar fasta på att alla barn ska ha tillgång till näringsrik mat varje dag enligt barnkonventionen (artikel 24 och 6) eftersom detta ingår i deras rätt till bästa möjliga hälsa och utveckling. Men dagens livsmedelskonsumtion bidrar i stället till ohälsa, och barn med sämre socioekonomiska villkor är mer utsatta än andra. De åtgärder som myndigheterna föreslår till regeringen innefattar bland annat att utreda förutsättningarna för att begränsa marknadsföringen av ohälsosamma livsmedel som barn och unga exponeras för i alla mediekanaler liksom

att ge offentliga aktörer ansvar för att ta fram och implementera strategier för hållbara och hälsofrämjande matmiljöer, förutom måltidsservice bör dessa strategier omfatta idrottshallar och andra skattefinansierade verksamheter (Folkhälsomyndigheten och Livsmedelsverket 2025). Än så länge har dessa förslag till åtgärder dock inte blivit en politisk verklighet.

UNICEF menar att otillräckliga policys gör det möjligt för delar av livsmedels- och dryckesindustrin att själva styra barns matmiljöer. Att införa obligatoriska nationella policys skulle bidra till att skapa matmiljöer som skyddar barn och ungdomar från ohälsosam mat och dryck och i stället bidra till deras hälsa. Ändå har ingen regering i dagsläget antagit en större och sammanhängande uppsättning policys och rättsliga åtgärder kring detta för att skydda barn från ohälsosamma matmiljöer. Detta skulle kunna innefatta sådant som policys för skolcentrerade matmiljöer, restriktioner för marknadsföring, livsmedelsmärkning, livsmedelssubventioner och skatter (UNICEF 2025).

Här finns ändå en del lagstiftning i andra länder att ta inspiration av. Så sent som i oktober 2025 förbjöd exempelvis Norge marknadsföring av godis, läsk och andra ohälsosamma livsmedel, riktad till barn. Lagen har undantag, exempelvis får företag som tillverkar ohälsosamma produkter fortsätta sponsra idrotts- och kulturverksamhet för barn. De ohälsosamma produkterna i sig får dock inte marknadsföras i dessa sammanhang (Norsk Lovtidend 2025).

Cancerfonden har under de senaste åren haft ett stort fokus på matmiljöer i idrottsvärlden och enligt Maiju Wetterhall, leg. dietist och sakkunnig levnadsvanor på Cancerfonden, är det största strukturella hindret för hälsosamma matmiljöer att det saknas styrning och riktlinjer både på nationell och lokal nivå. Hon menar i en intervju att det allra första steget är att få till en styrning på nationell nivå för maten som serveras i offentligt finansierade miljöer där barn vistas:

” Vi behöver få action från beslutsfattare på nationell nivå, så att Livsmedelsverket och Folkhälsomyndigheten får i uppdrag att ta fram nationella riktlinjer för utbudet i miljöer som idrotts- och simhallar. Platser som är offentligt finansierade. De flesta kommuner har inte en policy för hur utbudet skulle se ut och med nationella riktlinjer skulle vi få ett ramverk för alla – oavsett om det är kommunen själv eller privata aktörer som driver verksamheterna.”

Maiju Wetterhall är tydlig med att alla aktörers bidrag är viktiga och behövs, men för att få till en förändring på bred front lyfter hon behovet av starkare policys och hänvisar till skolmaten som hon menar är det närmaste exemplet:

” Ser vi hur skolmaten är organiserad så finns det till exempel nationella riktlinjer om skolmåltiden vilket ger stöd och vägledning för kommunen att främja hälsosamma matvanor genom skolmaten. Nästan alla kommuner har därför en policy för skolmåltiden.”

KOMMUNAL NIVÅ

Genom Kioskvältarens kartläggning har det framkommit att café- och kioskverksamheten på simhallarna i allmänhet organiseras på tre olika sätt i kommunerna:

1. Kommuner kan driva sina egna simhallar men **hyra ut caféverksamheten** till enskilda entreprenörer, som exempelvis Stockholms stad.
2. Kommuner kan driva både simhall och **café i egen regi**, som exempelvis Botkyrka kommun.
3. Kommuner kan **upphandla en extern aktör**, exempelvis Medley eller Actic, som driver både simhall och café, som exempelvis Solna stad.

Det är fullt möjligt för kommuner att ställa krav på utbud och exponering i sina simhallscaféer, oavsett vilket av dessa upplägg som väljs (se exempel för respektive sätt att driva caféerna i sektionerna nedan). Det är dock inte vanligt att krav ställs. Under 2025 gjorde Cancerfonden en kartläggning över vilka kommuner som har riktlinjer för matutbudet i offentligt finansierade miljöer där barn vistas, till exempel idrottshallar, simhallar och kulturhus. Resultatet visade att det bara fanns i något enstaka fall. Av de 28 kommuner som svarade uppgav endast två att de har en policy eller riktlinjer för att bidra till ett hälsosamt utbud i denna typ av miljöer. Enligt Cancerfonden hänvisar många kommuner till att det är privata aktörer som ansvarar för utbudet och därför ställs inga krav på att maten ska vara hälsosam eller hållbar – trots att lokalerna ägs av kommunen och verksamheten ofta är offentligt finansierad (Cancerfonden 2025).

Maiju Wetterhall på Cancerfonden lyfter vikten av att kommuner tar krafttag i frågan. Även om vi ännu inte har nationella riktlinjer kan en kommun på eget initiativ införa en policy om att maten i idrottshallar ska främja hälsa. Samma ambitioner som kommunen har för skolmåltiderna kan också gälla för maten i andra miljöer:

” Fler kommuner behöver ha en strategi för hur de kan främja hälsosamma matmiljöer. Strategin bör omfatta både offentliga måltider och idrottshallar eller liknande verksamheter. Det kan exempelvis handla om att förändra upphandlingsrutiner och överenskommelser med föreningar.”

Kommunal nivå: simhall i egen regi men uthyrd caféverksamhet – exempel Stockholms stad

Stockholms stad driver sina simhallar själva men hyr ut caféverksamheten i de tre simhallar som har café året runt till enskilda entreprenörer; det gäller Eriksdalsbadet, Åkeshovs simhall och Farsta simhall.

I en mailkonversation med Mathias Uhrner, Kundförvaltare för idrottsfastigheter på Fastighetskontoret på Stockholms stad, framkommer det att hyreskontrakten som staden har med sina tre simhallscaféer har en skrivning om att caféerna ska ha en hälsoprofil och i huvudsak servera produkter med tydlig hälsoinriktning, liksom tydligt skylta om detta. För caféerna på Eriksdalsbadet och Åkeshovs simhall är det inte specificerat vad hälsoprofil i praktiken innebär, medan det i fallet med cafét på Farsta simhall är tydligare definierat med vilka produkter som avses (se klausulerna i hyresavtalen i **Bilaga 2**). Enligt Mathias Uhrner följs detta främst upp genom att hyresgästen får beskriva hur de jobbar, hur de väljer att exponera och placera utbudet. Men att dessa klausuler kring utbud och exponering inte fått särskilt stort genomslag är tydligt vid besök i dessa caféer.



Att det finns en politisk ambition om ett bättre utbud i denna typ av miljöer är också tydligt i flera av Stockholms stads styrdokument. Stockholms stads nuvarande matstrategi lyfter sådant som att stadens verksamheter ska sträva efter att servera god, hälsosam mat som också är bra för klimatet. Och strategin ska gälla stadens alla verksamheter, oavsett om måltiderna utförs i egen regi eller av entreprenör. Men strategin har inte konkretiserats i tydliga

policys eller riktlinjer för verksamheter som inte drivs i egen regi, så som gjorts för maten i förskola, skola och äldreomsorgen som staden har mer direkt kontroll över (Stockholms stad 2019). Detta är troligen orsaken till att ambitionen om ett mer hälsosamt utbud på simhallarna inte helt har införlivats.

I en intervju med Johanna Sandahl, Strateg för resiliert livsmedelsförsörjning på Stockholms stad, menar hon att det redan idag finns stöd i stadens policyer för bättre mat i lokaler som ägs av kommunen där privata aktörer verkar. Hon hänvisar till stadens övergripande program för inköp, liksom mål och riktlinjer för utförare av kommunala angelägenheter som tydligt refererar till att nämnder och bolag ska säkerställa att stadens miljöprogramms mål och riktlinjer får genomslag (Stockholms stad 2025d, Stockholms stad 2025c, Stockholms stad 2024):

” Det är inga problem att i stadens styrdokument hitta stöd för mer hälsosam och hållbar mat vid den här typen av verksamheter. Utmaningen är att få det att funka praktiskt.”

I november 2025 presenterades ett förslag till ett nytt styrdokument för maten i Stockholms stad: Stockholms stads matprogram, som ska ersätta strategin från 2019. Programmet var på remiss till mars 2026 och förväntas beslutas i kommunfullmäktige under 2026. I remissversionen av det nya matprogrammet lyfts matmiljöerna i stadens alla arenor fram betydligt tydligare än tidigare, och platser där barn och unga vistas, som simhallar, betonas särskilt (Stockholms stad 2025b). Hur detta rent praktiskt ska gå till har kommunstyrelsen dessutom fått i uppdrag att utreda under 2026 (Stockholms stad 2025a). Så just i Stockholms stad finns det goda möjligheter för att framåt se mer hållbar och hälsosam mat på stadens simhallar eftersom det finns en tydlig vilja från politiskt håll.

Kommunal nivå: simhall och café i egen regi – exempel Botkyrka kommun

Botkyrka kommun har till skillnad från Stockholms stad valt att driva caféerna i de två simhallarna

Fittjabadet och Storvretsbadet i egen regi. Enligt mail från Ulrika Höglund, Enhetschef för Bad, idrott och motion på Kultur- och fritidsförvaltningen i Botkyrka kommun, så har detta upplägg valts därför att serveringarna är av enkel sort som saknar riktigt restaurangkök. Kommunens upphandlade avtal för livsmedel gäller i dessa caféer och det är det som ligger till grund för utbudet. Rent generellt beskriver hon det som att det är enkelt att ta beslut som att ändra i utbudet eftersom kommunen driver serveringarna själva.

I kommunens simhallscaféer arbetar man aktivt med att minimera utbudet av godis enligt Ulrika Höglund, och hon beskriver att utbudet består av frysta matlådor som kunden värmer själv i micron, smörgåsar, nudlar och risifruitti. Av godis och snacks har mycket tagits bort även om vissa saker som kexchoklad och glass finns kvar:

” Vi har tagit bort stora delar av utbudet som innehåller socker och ersatt det med riskakor, russin mm. Vi jobbar hårt för att öka hälsan hos våra besökare. Socker får de köpa på andra ställen.”

Kommunen har också beslutat att ingen försäljning av produkter med socker får säljas till barn och unga under skoltid, och Ulrika Höglund ser att det begränsade godisutbudet generellt fått en effekt på ungdomars efterfrågan:

” Regeln gäller från 14.00 men eftersom vi inte har så stort utbud av socker så har andelen skolelever som vill byta ut lunch mot godis minskat kraftigt.”

Kommunal nivå: upphandlad drift av både simhall och café

Många kommuner väljer att upphandla en aktör för driften av hela simhallen – inklusive det eventuella caféet. Det största företaget på området verkar var Medley, men det finns även andra aktörer som Actic och Kunskapsporten. Medley driver simhallar i omkring 20 kommuner (Medley 2026) medan Actic i en intervju beskriver att de driver tio simhallar, varav tre har caféverksamhet. En av dessa simhallar är helt egenägd så Actic har idag avtal gällande simhallar med café med två kommuner.

Den kandidatuppsats som studerar matmiljön på simhallar i Stockholmsregionen tittar även till viss del på vilken styrning de olika kommunerna i regionen bedriver på caféverksamheterna. Studien finner att det i upphandlingsunderlagen för Solna och Nacka simhall var frivilligt med caféverksamhet på simhallen. På Järfällabadet var caféverksamhet ett krav, med den enda riktlinjen att caféet skulle ha möjlighet att i matväg servera sallad och erbjuda uppvärmning av halvfabrikat (Hagströmer 2023). Alla dessa simhallar drivs idag av Medley.



Enligt mail från Elin Vrij, Föreningslivschef på Förvaltningen för arbetsmarknad, kultur och fritid på Solna Stad, finns det inga juridiska hinder kring att ställa krav kopplade till cafét i en upphandling av driften av en simhall. Däremot kan det vara problematiskt att ställa alltför detaljerade krav då det är det upphandlade företaget som sen står med riskerna kopplat till att bedriva verksamheten:

” Finns inga hinder i Lagen om Offentlig Upphandling men i ett tjänstekoncessionsavtal ligger ansvaret att driva verksamheten på dem och då även risken, därmed kan det vara ett problem att ställa alltför detaljerade krav på hur verksamheten ska bedrivas.”

Katarina Jarl Koubrously, Kvalitets- och hållbarhetsansvarig på Actic, säger i en intervju att upphandlingar skiljer sig åt mellan olika kommuner, vilket gör det svårt att dra generella slutsatser om vilka krav som vanligtvis ställs. Det kan dock förekomma att vissa kommuner uttrycker önskemål om ett mer hälsosamt caféutbud. Detta är emellertid oftast inte formulerat som konkreta eller bindande krav, utan snarare som en övergripande ambition eller önskad inriktning:

” Vår erfarenhet är att det i dessa fall snarare rör sig om skrivningar som pekar mot ett hälsosammare utbud, utan att det specificeras i detalj vilka produkter som ska ingå. Det finns därmed sällan tydliga krav på exakt sortiment.”

Svårt ekonomiskt och logistiskt att driva simhallscafé

De caféer som idag finns i Stockholms stads simhallar drivs alltså av privata aktörer och det är generellt sett svårt att få lönsamhet i verksamheterna enligt Johanna Sandahl på Stockholms stad. Caféerna drivs ofta av små aktörer med väldigt små marginaler. Cafét

på Västertorps simhall har exempelvis blivit tvungna att lägga ner eftersom det inte gick ihop ekonomiskt. Enligt Johanna Sandahl ligger svårigheten just i den ekonomiska utmaningen i att få det att gå runt:

” Jag tror att det ligger jättemycket i det här med efterfrågan och svårigheter att få det att gå runt. Jag tror att många egentligen skulle vilja servera mer hälsosam mat i våra idrottshallar.”

Detsamma uttrycker Mathias Uhrner på Fastighetskontoret vid Stockholms stad:

” Generellt så har det framförts synpunkter kring att då det efterfrågas hälsosam mat i så små volymer, så blir inköpsvolym lägre, och därmed högre pris, sämre lönsamhet. /.../ Stora inköpsvolym för hyresgästen innebär lägre kostnad och därmed bättre lönsamhet.”

Att det är en speciell situation att driva ett café på en simhall vittnar även en kandidatuppsats vid Göteborgs Universitet om. Uppsatsen utgår från intervjuer med tre privata caféägare i simhallar i Göteborg stad med kranskommuner, som genomförts i syfte att kartlägga dessa aktörers upplevelser av matmiljön i simhallarna och faktorer som påverkar möjligheterna till att ha ett hälsosamt utbud i verksamheten.

Resultaten visar att dessa aktörer är medvetna om att utbudet till stor del består av ohälsosamma produkter och de visar på en vilja att förbättra utbudet. Samtidigt vittnar de om att möjligheterna är begränsade. Exempelvis påverkas den ekonomiska situationen av att simhallarnas öppettider är begränsade och att det hälsosamma utbudet ofta ses som dyrare, med kortare hållbarhet och med mindre försäljning (Ebenholm et al. 2024).

Att det logistiskt är svårt att få till ett mer hälsosamt utbud vittnar även Actic om. Katarina Jarl Koubrously, Kvalitets- och hållbarhetsansvarig, och Gunilla Jonsson, Driftskoordinator

Bad, berättar att Actic precis har startat upp ett projekt som de kallar "smarta caféer", där målet är att få till ett mer hållbart sortiment utifrån både miljö, hälsa och ekonomi. De har börjat med att se över sortimentet utifrån sina målgrupper, kartlägga sitt svinn och jobba med färre leverantörer för att få ner transporternas miljöpåverkan.

Actics tre simhallscaféer finns på simhallar där den största målgruppen är barnfamiljer som kommer och badar på helgen, därmed skiljer sig efterfrågan mycket åt över veckan. De caféer som inte hanterar färskvaror har generellt sett mycket låga nivåer av svinn, medan de verksamheter som erbjuder exempelvis smörgåsar upplever ett betydligt högre svinn. Katarina Jarl Koubrouslly menar att det är en stor utmaning att hitta produkter som både är hälsosamma, inte kräver tillredning och inte ökar matsvinnet:

” Där vi är nu handlar just om att kunna hitta hållbara och hälsosamma alternativ utan att öka matsvinn – eller kräva att vi bygger om våra kök.”

Även i projektets intervjuer med olika caféägare skildras en tydlig ekonomisk verklighet där lönsamhet ofta står i konflikt med ambitioner om att sälja mer hälsosam mat. Marginalerna är pressade och utbudet styrs i hög grad av vad som faktiskt säljer. En central utmaning är att kunderna i simhallskontexten har låg prisacceptans och caféerna konkurrerar samtidigt med medhavd mat vilket ytterligare pressar lönsamheten:

” Här ligger vi i en sån här kommunal simhall ... hur mycket vill man lägga på ett badhus egentligen?”

” Om vi ska få krav på oss att sälja en bestämd del hälsosamt, då behöver kommunen göra det billigare. Det kommer inte gå ihop annars”

Resultatet blir att man måste prioritera produkter med stabil efterfrågan och låg risk. Detta förstärks av svinnproblematiken. Hälsosamma alternativ – särskilt färska produkter som sallader – innebär en högre ekonomisk risk:

” Sallader och andra hälsosammare alternativ säljer dåligt och leder till att man måste kasta varor”

I kontrast beskrivs klassiska, mindre hälsosamma produkter som mer pålitliga ur ett affärsperspektiv, eftersom de har lång hållbarhet och efterfrågans konsekvent:

” Sortiment styrs av att kunder vill känna igen produkter, topp-10”

” Hamburgarna går ju, det vet du ju själv”



Sammantaget pekar intervjuerna på en tydlig motsättning, det finns en vilja att erbjuda hälsosammare alternativ, men den ekonomiska verkligheten – med prispress, svinnrisk och efterfrågan på snabb, välkänd mat – gör att det ofta är de mindre hälsosamma alternativen som blir mest lönsamma och därmed dominerar utbudet.



Normen är ofta att äta ohälsosamt på simhallen

Enligt Johanna Sandahl på Stockholms stad så beskrivs upplevelsen bland simhallscaféerna att det folk egentligen vill ha är ganska dålig mat, och att efterfrågan på mer hållbar och hälsosam mat är liten.

” Det är ju en knäckfråga tänker jag. Hur ändrar vi på efterfrågan? Hur får vi barn och föräldrar att vilja köpa frukt i stället för pommes frites? Jag tror att många skulle bli väldigt glada om det hittades metoder för att få det bättre.”

Mathias Uhrner på Fastighetskontoret vid Stockholms stad ger en liknande bild och berättar om ett exempel från cafét på Åkeshovs simhall:

” På Åkeshovs Sol utrustades cafélokalen 2018 utan fritös, och det skrevs in hyresavtalet att det inte är tillåtet. Kunder fortsatte att efterfråga pommes frites så ”många” blev missnöjda enligt hyresgästen.”

I intervjuerna med caféägare på simhallar i Göteborg med omnejd framkommer det tydligt att dessa aktörer utformar sitt utbud efter efterfrågan och att de fokuserar på att ha ett utbud som svarar upp på förfrågningar från besökare som kommer till simhallarna. De caféer som ligger där gym finns i anslutning till verksamheten nämner en efterfrågan av proteindryck, sallader och smoothies. Medan alla de intervjuade caféägarna beskriver att en stor målgrupp är barn som efterfrågar fika, glass och snacks. På samma vis beskrivs det att sallader är efterfrågat på veckodagarna medan det är grillmat, som hamburgare och korv, som efterfrågas på helgerna. Alla de intervjuade aktörerna är överens om att grillmat inte går att komma ifrån (Ebenholm et al. 2024).

Här är det tydligt att olika målgrupper påverkar utbudet på olika sätt. Både Ebba Sandberg och Erika Meeker på Svensk Simidrott, liksom Jonatan Wik på Spårvägens simförening pratar också om att på anläggningar där det finns en stor tränande målgrupp eller mycket föreningsverksamhet så är utbudet generellt sett ofta bättre. När Ebba Sandberg och Erika Meeker på Svensk Simidrott pratat med sina kollegor om goda exempel på simhallar med bättre utbud så lyfts exempelvis Högevallsbadet i Lund fram, ett bad med mycket föreningsverksamhet. Liksom Hylliebadet i Malmö, där många barn och ungdomar tränar. Samma sak uttrycker Jonatan Wik på Spårvägens simförening om Eriksdalsbadet som han menar har ett bättre utbud än många andra bad eftersom det finns en stor grupp av tränande människor där. För Actic, som främst har barnfamiljer som kommer och badar på helgen som huvudmålgrupp i sina caféer, är det tydligt att deras nuvarande utbud främst tilltalar denna målgrupp. I en intervju beskriver Katarina Jarl Koubrouly och Gunilla Jonsson att det som säljer bra på simhallscaféerna som Actic driver är saker som korv, glass, pizza och panini. Gymkunderna som kommer och tränar i veckorna köper idag inte mycket av cafématen och framåt önskar de kunna tilltala fler enligt Katarina Jarl Koubrouly:

” Jag ska kunna vara vegetarian, vegan eller bara vilja leva lite mer hälsosamt och ändå hitta alternativ! Det kanske inte blir storsäljaren, men en liten del behöver kanske också bara vara ett basutbud.”

Samtidigt ser de inte att det hälsosammare utbudet behöver ersätta övriga alternativ, utan snarare komplettera det befintliga sortimentet. Simhallen beskrivs även som en miljö där besökare kan vilja unna sig något extra, särskilt i samband med helgbesök, och där ett mer varierat utbud kan bidra till helhetsupplevelsen i anslutning till aktivitet och rörelse. Gunilla Jonsson på Actic säger att:

” Vi vill inte ändra **hela** utbudet. Är det någon gång man ska unna sig så är det väl när man varit och sprungit i simhallen en hel dag /.../ Att komma hit ska vara en helhetsupplevelse av att ha en extra trevlig dag, att det kan få vara lite extra när man åker till simhallen.”

Denna tanke problematiseras av Erika Meeker på Svensk Simidrott, utifrån att det normskapande i vilket utbud man förväntar sig kan slå väldigt olika beroende på hur hemmasituationen generellt ser ut för barn och ungdomar:

” Har barnen hemma en sund ätmiljö och en sund matkultur då gör ju en kexchoklad en gång i månaden absolut ingenting /.../ Men är det då ett barn som kommer från en osund matkultur, så finns kexchoklad även i simhallen, då blir det ju tvärtom egentligen. Då visar man ju på att även här äter vi skräp.”



Även projektets intervjuer med caféägare styrker att matval i simhallscaféer i hög grad formas av sociala normer, invanda beteenden och enligt en “belöningslogik”. Beslut fattas ofta i ett socialt sammanhang, särskilt i barnfamiljer, där både barnens önskemål och föräldrarnas normer spelar en central roll. En norm som handlar om att besöket i simhallen kopplas till belöning och njutning, särskilt på helger.

” Det blir ju lite grann en sorts belöning, man tar en mjukglass eller en chokladboll”

” Man vill inte skapa den osämjan, ungarna får sin chokladboll utan tjafs”

Detta visar hur normer kring konfliktundvikande och belöning påverkar vad som faktiskt köps. Även bredare konsumtionsmönster och preferenser påverkar utbud och efterfrågan. Välkända och etablerade produkter väljs oftare eftersom de känns trygga och igenkännbara:

” Vi försöker hitta “topp-10-listan”, kunden ska kunna känna igen sig i produkterna”

Detta innebär att nya eller mer hälsosamma alternativ kan ha svårt att få genomslag om de inte passar in i befintliga preferenser. Dessutom finns tydliga normer kopplade till vad som uppfattas som "nyttigt", vilket inte alltid stämmer med faktiska näringsvärden:

” Folk förknippar yoghurten med någonting nyttigt, men det finns ju massa socker i yoghurten.”

Även inom idrottsrelaterade sammanhang styr preferenser valen. Trots att miljön präglas av träning väljer många snabb energi framför traditionellt "hälsosamma" alternativ:

” De söker socker, de måste få upp energin snabbt.”

Att det finns en förväntan om vad man ska äta på simhallen är bara ena sidan av myntet, för utbudet skapar också en norm. Cancerfonden har hållit rundabordsamtal med ett tiotal idrottsklubbar för att diskutera hälsosamma matmiljöer i idrotten, och i dessa syntes en tydlig trend kopplat till normer. I en intervju beskriver Maiju Wetterhall på Cancerfonden hur ett återkommande tema var just hur det finns en förväntan på att få en viss typ mat kopplat till idrottssammanhang, som en korv eller en kaffe och bulle till matchen. Och generellt en mentalitet om att "unna sig". Samtidigt menar hon att normer just är skapade av de strukturer som är rådande just nu, och att det därmed går att ändra på:

” De strukturella faktorerna påverkar normen och efterfrågan – inte tvärtom.”

INSIKTER FRÅN MEDBORGARDIALOG PÅ ERIKSDALSBADET

Målgruppsaktiviteten på Eriksdalsbadet visade tydligt att besökarna främst efterfrågar ett billigt, snabbt och mindre hälsosamt utbud i simhallens café. De mest återkommande önskemålen rörde alternativ som toast, glass och sushi. Det fanns en viss efterfrågan på ett hälsosammare och mer inkluderande utbud, såsom smoothies, frukt samt glutenfria och veganska alternativ.

Det framkom vissa skillnader mellan flickors och pojkars önskemål kring caféets utbud. Flickor efterfrågade större variation samt alternativ som upplevs som något hälsosammare, exempelvis sushi, smoothies och gratis vatten. De lyfte även prisfrågan tydligare, där billigare alternativ ofta återkom. Pojkar efterfrågade mer av sådant som kan betraktas som mindre hälsosamt såsom toast, våfflor och glass. Fokus låg i större utsträckning på snabb och enkel mat snarare än variation eller hälsosamma alternativ. Samtidigt finns flera gemensamma nämnare mellan grupperna, där toast, glass och ett mer prisvärt caféutbud var återkommande önskemål hos både flickor och pojkar.



RESULTAT FRÅN FÄLT EXPERIMENT PÅ ERIKSDALSBADET

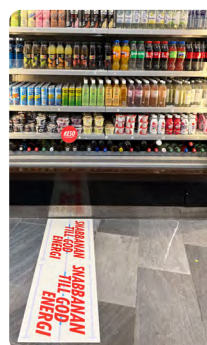
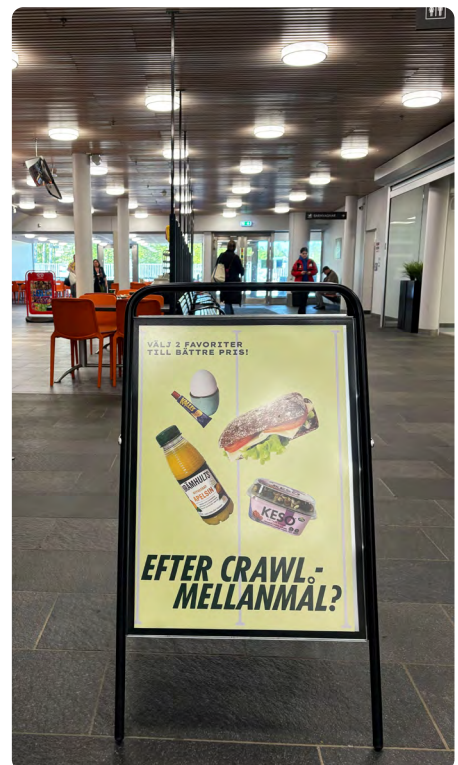
Resultatet från fältexperimentet på Eriksdalsbadet visar att insatserna hade begränsad effekt på besökarnas köpbeteenden under experimentperioden. Efter tre veckor syntes inga tydliga förändringar i inköpsvolymerna för de produkter i det befintliga sortimentet som beteendensatserna var riktade mot, såsom juice, keso, frukt, nötter, sandwich och russin. Resultatet tyder på att varken ekonomiska incitament i form av rabatter eller nudgeinsatser genom ökad exponering och förändrad placering var tillräckligt för att påverka valen i någon större utsträckning.

För de produkter som introducerades som nya i sortimentet – fullkornsmacka, ägg och en billigare smoothievariant – saknas jämförande försäljningsdata från tiden före experimentet. Caféägaren Idmon Örunver lyfte dock särskilt fram att ägg sålde bra och att flera besökare uttryckt uppskattning över att produkten tillkommit i sortimentet och att det är något han kan komma att fortsätta med.

Trots omfattande exponering genom golvpratarna, skyltar på bord och kommunikation vid kassan var efterfrågan på rabatterad "super-mellis" och

"energipaket" låg. En möjlig förklaring är enligt caféägaren att erbjudandet blev otydligt eftersom kunderna kunde välja mellan flera olika produkter, samtidigt som prisnivån trots rabatt upplevdes som hög. Resultatet stärker tidigare insikter om att besökare i simhallar är priskänsliga och ofta fattar snabba beslut i en miljö där matköp också fungerar som belöning efter badet. Sammantaget visar experimentet att det är svårt att förändra etablerade normer och efterfrågan på hälsosamma och hållbara matval i simhallsmiljöer genom enbart mindre förändringar i exponering och pris. Samtidigt indikerar resultaten att det kan finnas större potential i att introducera enkla och välanpassade produkter som upplevs som naturliga och attraktiva i sammanhanget.

Som redan har noterats i metodavsnittet så var det dock svårt att göra omfattande förändringar i exponeringen och informationen på Eriksdalsbadet. Detta då mycket av platsen och/eller formuleringar i menyer bestämdes av en extern aktör, eftersom caféägaren sålt exponeringsytan. Detta gör att man inte ska dra alltför stora slutsatser kring att detta inte skulle fungera på andra simhallar där en annan affärsmodell valts.



SLUTSATSER

Utmaningar

Kartläggningen visar på flera strukturella och sociala hinder för att skapa hållbara och hälsosamma matmiljöer i simhallar:

RIKTLINJER OCH REGLERINGAR SAKNAS

Det saknas tydliga riktlinjer för matutbud och exponering i offentligt finansierade idrottsmiljöer, och oklart ansvar mellan kommuner och privata aktörer gör att hälsosamma ambitioner sällan genomförs. För att förändra detta krävs tydligare styrning på både nationell och kommunal nivå, inklusive riktlinjer och konkreta krav i upphandlingar och avtal som också följs upp.

EKONOMISKA BEGRÄNSNINGAR OCH AFFÄRSLOGIK

Utbudet i simhallscaféer styrs av ekonomiska faktorer som små marginaler och skiftande efterfrågan vilket ger ökad risk för svinn, något som gynnar produkter som är lättsålda och har lång hållbarhet. Hälsosamma alternativ upplevs av caféägare i detta sammanhang som mer riskfyllda. Dessutom förekommer det att caféer säljer exponeringsytor till externa livsmedelsföretag, något som är en vanlig affärsmodell även i livsmedelsbutiker, vilket begränsar möjligheten att förändra exponering och marknadsföring i cafémiljön. För att förändra utbudet och matmiljön i stort behövs lösningar som minskar risk och svinn samt gör det ekonomiskt attraktivt att erbjuda bättre alternativ.

NORMER OCH NUVARANDE MATMILJÖ FORMAR UTBUDET

Matval i simhallar präglas i hög grad av sociala normer och invanda beteenden. Besöket ses ofta som en belöningsituation där mindre hälsosamma alternativ uppfattas som en naturlig del av upplevelsen. Kartläggningen visar att besökare främst efterfrågar mindre hälsosamma alternativ, och att nudging i form av små förändringar i exponering, placering och

kommunikation har svårt att förändra beteenden. Det krävs en strukturell förändring i valmöjlighet som kan guida normer och efterfrågan i rätt riktning.

Möjligheter

Trots utmaningarna identifierar rapporten tre möjligheter att påverka matmiljön på simhallar:

POLITISK VILJA OCH PÅGÅENDE INITIATIV

Det finns ett växande intresse på både nationell och kommunal nivå att arbeta med matmiljöer generellt, vilket skapar en förutsättning för förändring. Här ser vi exempelvis hur Stockholms stads nya Matprogram tydligt lyfter fram vikten av hållbara och hälsosamma matmiljöer på simhallar.

STYRNING VIA UPPHANDLING OCH AVTAL

Kommuner har möjlighet att påverka utbudet på simhallar oavsett om de driver egna caféer, hyr ut caféverksamheten eller upphandlar en extern aktör för driften av hela simhallen. Krav som ställs på utbud och exponering i upphandlingar och hyresavtal skulle kunna vara ett kraftfullt verktyg om det används konsekvent och följs upp på adekvata sätt.

ENKLA PRODUKTER MED FOKUS PÅ HÄLSA HAR POTENTIAL

Även om det finns en stark norm om att äta ohälsosamt på simhallen som är nära sammanlänkat med en belöningskultur, så finns också tecken på att det finns en mer hälsoinriktad målgrupp som vill ha ett annat utbud. Det finns potential i att jobba mer med att introducera enkla produkter som tilltalar en mer hälsomedveten målgrupp.

REKOMMENDATIONER

Kartläggningen visar att dagens matmiljöer i simhallar präglas av strukturer, normer och ekonomiska förutsättningar som gynnar ohälsosamma och mindre hållbara val. Besöket i simhallen kopplas ofta till belöning och snabb energi, vilket gör att mindre hälsosamma alternativ uppfattas som självklara.

Samtidigt är simhallar och idrottsmiljöer viktiga arenor i barns och ungas vardag, där normer kring mat, hälsa och hållbarhet formas. Det är därför problematiskt att miljöer som ska främja hälsa samtidigt domineras av energitäta och näringsfattiga produkter. En omställning av matmiljöerna i idrottssammanhang bör därför ses som både en folkhälsofråga, hållbarhetsfråga och rättvisefråga.

1 UNDERSÖK HUR NATIONELLA RIKTLINJER FÖR HÅLLBARA OCH HÄLSOSAMMA MATMILJÖER I OFFENTLIGT FINANSIERADE MILJÖER SKULLE FUNGERA

Det saknas idag nationella riktlinjer för matmiljöer i offentligt finansierade idrotts- och fritidsmiljöer där barn och unga vistas. Projektet har inte undersökt hur sådana riktlinjer rent praktiskt skulle kunna se ut eller vilken effekt de skulle kunna få, men det är tydligt att ansvaret för matmiljön i offentligt finansierade idrottsmiljöer riskerar att falla mellan olika aktörer som det ser ut idag.

Det finns behov av att undersöka hur nationella riktlinjer för hållbara och hälsosamma matmiljöer i idrottshallar, simhallar och andra offentligt finansierade miljöer skulle kunna se ut. Riktlinjerna bör omfatta både hälsa och miljömässig hållbarhet samt inkludera vägledning kring sortiment, exponering, marknadsföring och tillgänglighet. En nationell styrning skulle kunna bidra till mer jämlika förutsättningar mellan kommuner och skapa ett tydligare ramverk för såväl offentliga som privata aktörer.

Forskning visar att normer formas av de miljöer människor vistas i. För att långsiktigt förändra efterfrågan behöver därför matmiljön förändras, så att hållbara och hälsosamma alternativ blir det självklara: både mer synliga, tillgängliga och attraktiva. Fokus bör därför inte ligga på individens val, utan på de strukturer och miljöer som påverkar dessa val.

Det finns en vilja från många aktörer att förändra dagens matmiljöer. För att åstadkomma en långsiktig förändring krävs dock samordnade insatser på nationell, kommunal och verksamhetsnivå. Nedan presenteras rapportens fem huvudsakliga rekommendationer.

2 STÄRK KOMMUNERNAS ARBETE MED MATMILJÖER GENOM TYDLIGARE KRAV OCH UPPFÖLJNING

Kartläggningen visar att kommuner redan idag kan påverka matutbudet i simhallar genom upphandlingar, driftavtal och hyreskontrakt, men att dessa möjligheter sällan används fullt ut.

Kommuner bör därför utveckla tydliga kriterier för hållbara och hälsosamma matmiljöer samt ställa krav på både utbud och exponering i avtal och upphandlingar. Det kan exempelvis handla om tillgång till prisvärda hälsosamma alternativ, ökad exponering av frukt och vegetariska alternativ samt minskad marknadsföring av energitäta och näringsfattiga produkter riktade till barn. Kommunerna har här en viktig roll som normskapande aktör i offentliga miljöer.

3 SKAPA EKONOMISKA FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR OMSTÄLLNING AV SIMHALLSCAFÉER

Projektet visar att många caféaktörer på simhallar upplever en tydlig målkonflikt mellan ekonomisk lönsamhet och ambitionen att erbjuda mer hållbara och hälsosamma alternativ. En tydlig efterfrågan på mer ohälsosamma alternativ, små marginaler, låg prisacceptans och risk för svinn gör att produkter med lång hållbarhet och stabil efterfrågan prioriteras.

För att möjliggöra en omställning behöver kommuner tydligare driva en normförändring genom reglering så att bättre ekonomiska förutsättningar skapas för caféverksamheter i offentliga miljöer.

4 FRÄMJA INNOVATION OCH UTVECKLING AV HÅLLBARA PRODUKTER ANPASSADE FÖR IDROTSMILJÖER

Kartläggningen visar att det finns potential i enklare produkter som upplevs som attraktiva och igenkännbara, är enkla att hantera logistiskt, har låg svinnrisk och samtidigt bidrar till bättre hälsa och minskad miljöpåverkan.

Det finns därför behov av ökad innovation kring mellanmål och enklare måltidslösningar anpassade för idrotts- och fritidsmiljöer. Livsmedels- och caféaktörer bör tillsammans utveckla produkter som möter både verksamheternas praktiska förutsättningar och besökarnas behov.

5 FORTSÄTT UTVECKLA OCH UTVÄRDERA INSATSER I VERKLIGA MATMILJÖER

Fältexperimentet på Eriksdalsbadet visar att mindre beteendeinsatser i form av skyltning, exponering och rabatter hade begränsad effekt på kort sikt. Resultaten bör dock tolkas med försiktighet eftersom möjligheten att förändra miljön var begränsad och testperioden var relativt kort.

Det finns därför behov av fler långsiktiga tester i verkliga miljöer där större förändringar av exponering och sortiment kan genomföras, olika prismodeller kan utvärderas och effekter på normer och beteenden kan följas över tid. Utvecklingen av hållbara matmiljöer behöver i högre grad ses som ett långsiktigt förändringsarbete snarare än enskilda punktinsatser.

STÖDMATERIAL OCH INSPIRATION

Det finns en rad hjälpmedel och goda exempel för aktörer som säljer och/eller serverar mat i idrottssammanhang. Dessa går att inspireras av både som kommun, privat caféägare eller idrottsklubb:

- Cancerfonden har lanserat en [handbok för hälsosamma matmiljöer i idrotten](#), som baseras på en [guide på samma tema från WHO](#) (World Health Organization 2023). Handboken lyfter konkreta steg för en förening att börja med och ringar in fem huvudpunkter för att skapa hållbara och hälsosamma matmiljöer i idrottssammanhang: 1) Förbättra utbudet; 2) Använd priset som verktyg; 3) Gör det lätt att välja rätt; 4) Kommunicera hälsosamma val; och 5) Begränsa reklam och exponering för ohälsosam mat (Cancerfonden 2026).
- Sveriges Olympiska Kommitté, WWF, Riksidrottsförbundet och Generation Pep har tillsammans tagit fram en enkel [checklista för bättre utbud av mat på idrottsanläggningar](#) (Sveriges Olympiska Kommitté et al. 2022).
- Riksidrottsförbundet har en [kostpolicy](#) som tar upp vikten av hälsosam mat (Riksidrottsförbundet 2009).
- Riksidrottsförbundet har tagit fram en [checklista för evenemang](#) där även mat ingår (Riksidrottsförbundet 2025).
- Generation Pep arbetar med verktyget [Pep Kiosk](#) i syfte att göra det enklare för barn och ungdomar att få i sig bra med näring och energi genom att erbjuda goda och hälsosamma mellanmål (Generation Pep 2025).
- Frisk mat och Sockersmart har tillsammans tagit fram konceptet [En hållbar skolkafeteria](#) vars material och koncept till stor del skulle kunna användas i idrottssammanhang (Frisk mat 2026).
- Det finns exempel på lyckade nudgingexperiment som ökat försäljning av mer hållbara val i idrotts- och evenemangsmiljöer. Med ["Matchvinnaren"](#) på Gamla Ullevi testades att presentera det växtbaserade korvalternativet med ett nytt namn högst upp på menyn. Experimentet resulterade i att det vegetariska alternativets försäljning ökade markant: från 0,13 procent till 3,2 procent, vilket motsvarade en försäljning av 7 gånger fler växtbaserade korvar än vad som sålts på de tre tidigare matcherna tillsammans (SWITCH Food Hub 2024). Även [Lisebergs restaurang Taube](#) ökade försäljningen med 275 procent när de gjorde ett namnbyte från "Sojabiff" till "Sommartallrik" på den ordinarie menyn (Beteendelabbet 2019).
- Innebandyklubben IBK Vänersborg har genom projektet [En Friskare Förening](#) ställt om sitt utbud till mer hälsosamma alternativ (IBK Vänersborg 2026).
- Fotbollsklubben [Forest Green Rovers](#) i Storbritannien kallar sig för "världens grönaste fotbollsklubb" och har sedan 2015 bytt ut all sin mat till att vara helt växtbaserad (Forest Green Rovers 2026).
- Malmö FF jobbar efter ett internt mål om att uppmuntra till hållbara kostvanor och har bland annat satt upp siffersatta mål (se [Malmö FFs Hållbarhetsredovisning 2025](#) sida 22–23) för andel växtbaserat och andel miljöcertifierade livsmedel på sin hemmaarena Eleda Stadion (Malmö Fotbollförening 2026).

REFERENSER

Rapporter, studier, artiklar och hemsidor

- Beteendelabbet (2019) Hemsida: Case: Lyckad lunch-nudge på Liseberg (URL: <https://beteendelabbet.se/cases/liseberg/>) Hämtad 2026-05-12)
- Cancerfonden (2025) Pressmeddelande: Ny kartläggning: Barn möts av ohälsosam mat i kommunala fritidsmiljöer | Cancerfonden (URL: <https://www.cancerfonden.se/press/ny-kartlaggning-barn-mots-av-ohalso-sam-mat-i-kommunala-fritidsmiljoer-4001005>) Hämtad 2026-05-12)
- Cancerfonden (2026) Handbok för Hälsosamma matmiljöer i idrotten - Tillsammans gör vi det hälsosamma valet till det enkla
- Ebenholm, Lovisa et al. (2024) Matmiljöer i simhallar: En kvalitativ intervjustudie om privata aktörers upplevelser, Göteborgs Universitet
- Folkhälsomyndigheten (2024) Kunskap om matmiljö och barns och ungas livsmedelskonsumtion Vad säger forskningen? Folkhälsomyndigheten, artikelnummer: 25002
- Folkhälsomyndigheten och Livsmedelsverket (2025) Samhället behöver främja en hälsosam livsmedelskonsumtion hos barn och unga - Återredovisning av regeringsuppdrag, Folkhälsomyndigheten Artikelnummer 24172
- Folkhälsomyndigheten (2026) Hemsida: Om matmiljö (URL: <https://www.folkhalsomyndigheten.se/vara-amnesomraden/matvanor-och-matmiljo/om-mat-och-matmiljo/om-matmiljo/>) Hämtad 2026-05-06)
- Forest Green Rovers (2026) Hemsida: Världens första veganska fotbollsklubb (URL: <https://www.fgr.co.uk/vegan-food/>) Hämtad 2026-03-08)
- Frisk mat (2026) Hemsida: En Hållbar Skolkafeteria (URL: <https://friskmat.se/en-hallbar-skolkafeteria/kommunikationsmaterial-till-en-hallbar-skolkafeteria>) Hämtad 2026-05-06)
- Generation Pep (2025) Hemsida: Pep Kiosk (URL: <https://generationpep.se/sv/verktyg/pep-kiosk/>) Hämtad 2025-12-22)
- Hagströmer, Helena (2023) Hur hälsofrämjande är utbudet av mat och dryck i kommunala simhallar?, Karolinska Universitetet och Stockholms universitet
- Hjärt-Lungfonden, UNICEF och Karolinska Institutet (2022) In your face - om barns matmiljö och exponering för matreklam
- Hjärt-Lungfonden, UNICEF och Karolinska Institutet (2025) In your phone - about the online food environment of children and their exposure to digital marketing of food and beverages
- IBK Vänersborg (2018) Hemsida: En Friskare Förening (URL: <https://www.ibkvanersborg.se/sida/62903/en-friskare-forening>) Hämtad 2026-03-03)
- Jacobsen, Maria et al. (2025) Fostering unsustainability? An analysis of 4-year-olds' dietary impacts in Sweden, Current Research in Environmental Sustainability, Volume 9, 2025
- Livsmedelsverket (2024) Hur mycket, när och var konsumerar ungdomar söta drycker och energitäta, näringsfattiga livsmedel? Data från Riksmaten ungdom 2016-17, Livsmedelverkets rapportserie nr 2 2024
- Livsmedelsverket (2025) Hemsida: Kostråd för vuxna (URL: <https://www.livsmedels->

[verket.se/matvanor-halsa--miljo/kostrad/kostrad-vuxna/](https://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/kostrad/kostrad-vuxna/) Hämtad 2026-04-21)

- Livsmedelsverket (2026) Hemsida: [Matvanor och sjukdom](https://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/sjukdomar-allergier-och-halsa/matvanor-sjukdom) (URL: <https://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/sjukdomar-allergier-och-halsa/matvanor-sjukdom>) Hämtad 2026-05-12)
- Malmö Fotbollförening (2026) [Hållbarhetsredovisning 2025](#)
- Medley (2026) Hemsida: [Våra anläggningar](https://www.medley.se/vara-anlaggningar/) (URL: <https://www.medley.se/vara-anlaggningar/>) Hämtad 2026-04-19)
- Mission Matmiljö (2024) [Mission Matmiljös Systemkarta](#)
- Norsk Lovtidend (2025) [Forskrift om forbud mot markedsføring av visse næringsmidler særlig rettet mot barn](#), Kunngjort 25 april 2025, nr. 684
- Riksidrottsförbundet (2009) [Riksidrottsförbundets Kostpolicy](#)
- Riksidrottsförbundet (2025) [Checklista miljö och klimatsmartare idrottsevenemang](#)
- Rockström, Johan et al. (2025) [The EAT-Lancet Commission on healthy, sustainable, and just food systems](#), The Lancet Commissions, Volume 406, Issue 10512
- Stockholms stad (2019) [God, hälsosam och klimatsmart mat Matstrategi för Stockholms stad](#), beslutad i kommunfullmäktige maj 2019, diarienummer KS 2018/430
- Stockholms stad (2024) [Miljöprogram 2030](#), beslutat av kommunfullmäktige 2024-09-23, diarienummer KS 2023/682
- Stockholms stad (2025a) [Budget 2026](#), diarienummer KS 2025/1086
- Stockholms stad (2025b) [God mat för hälsa, klimat och miljö – Stockholms stads matprogram](#), remissversion 26 september 2025
- Stockholms stad (2025c) [Program med mål och riktlinjer för utförare av kommunala angelägenheter](#), diarienummer KS 2024/800
- Stockholms stad (2025d) [Stockholms stads program för inköp](#), beslutat av kommunfullmäktige 2025-06-16, diarienummer KS 2024/553
- Svensk Simidrott (2026) Hemsida: [Kost](https://svensksimidrott.se/aktiv/utveckling--tips/kost/) (URL: <https://svensksimidrott.se/aktiv/utveckling--tips/kost/>, Hämtad 2026-04-22)
- Sveriges Olympiska Kommitté, WWF, Riksidrottsförbundet och Generation Pep (2022) [Bättre mat på idrottsanläggningar – checklista](#)
- SWITCH Food Hub (2024) Nyhet: [Ett lyckat första steg mot hållbara matval på fotbollsmatcher!](#) (URL: <https://www.switchfoodhub.com/post/matchvinnaren-gamla-ullevi>) Hämtad 2026-05-13)
- UNICEF (2025) [Feeding Profit. How food environments are failing children](#). Child Nutrition Report 2025, UNICEF, New York
- Turner, Christopher et al. (2025) [Re-visiting key concepts for food environment research – a revised globally applicable framework for research, policy and practice](#). Agriculture, Nutrition and Health Academy Food Environments Working Group (ANH-FEWG). Technical Brief. Innovative Methods and Metrics for Agriculture and Nutrition Actions (IMMANA) programme. London, UK.
- World Health Organization (2023) [Healthier food and healthier food environments at sports events: an action guide for sports event organizers](#), WHO, Geneva
- WWF (2024) [Living Planet Report 2024 – A System in Peril](#), WWF, Gland, Switzerland

Intervjuer

- Altus, Marie – Chef för trygghet och hållbarhet på Riksidrottsförbundet (2026), e-mail skickat 2026-01-14
- Caféägare och personal på tre publika simhallar (2026), anonymiserade intervjuer gjorda av Ida Lemoine, Beteendelabbet, våren 2026
- Höglund, Ulrika – Enhetschef Bad, idrott och motion på Kultur- och fritidsförvaltningen, Botkyrka kommun (2026), e-mail skickat 2026-04-16
- Jarl Koubrously, Katarina – Kvalitets- och hållbarhetsansvarig, Actic (2026) intervju gjord av Sofia Nordlund, WWF, 2026-04-24
- Jonsson, Gunilla – Driftskoordinator bad, Actic (2026) intervju gjord av Sofia Nordlund, WWF, 2026-04-24
- Meeker, Erika – Verksamhetsutvecklare barn, ungdom och simkunnighet, Svensk Simidrott (2026), intervju gjord av Sofia Nordlund, WWF, 2026-01-16

- Rosén, Mikael – Tränare, Stockholmspolisens IF Simförening (2025), intervju gjord av Sofia Nordlund 2025-12-19
- Sandahl, Johanna – Strateg för resiliert livsmedelsförsörjning på Stockholms stad (2025), intervju gjord av Sofia Nordlund, WWF, 2025-11-27
- Sandberg, Ebba – Projektledare Idrottskivet, Svensk Simidrott (2026), intervju gjord av Sofia Nordlund, WWF, 2026-01-16
- Uhrner, Mathias – Kundförvaltare för idrottsfastigheter på Fastighetskontoret på Stockholms stad (2026), e-mail skickat 2026-02-27
- Vrij, Elin – Föreningslivschef Förvaltningen för arbetsmarknad, kultur och fritid, Solna Stad (2026), e-mail skickat 2026-04-08
- Wetterhall, Maiju – Leg. dietist och sakkunnig levnadsvanor på Cancerfonden (2025), intervju gjord av Sofia Nordlund, WWF, 2025-12-02
- Wik, Jonatan – Sportchef, Spårvägens simförening (2025), intervju gjord av Sofia Nordlund, WWF, 2025-12-09
- Zore, Grega – Verksamhetsansvarig, Stockholmspolisens IF Simförening (2025), intervju gjord av Sofia Nordlund 2025-12-19

BILAGA 1

MÖJLIGHETER OCH HINDER FÖR EN HÅLLBAR OCH HÄLSOSAM MATMILJÖ FÖR IDROTTSFÖRENINGAR

Projektet Kioskvältaren har caféer i kommunalt ägda simhallar som fokusområde, därmed är inte idrottsföreningar i centrum för denna kartläggning. Samtidigt är idrottsföreningar inom simidrotterna en viktig konsumentgrupp i dessa caféer, och därför är deras perspektiv viktiga att ta i beaktande. Idrottsföreningar är också en central normbärare i ungas vardag, där både matutbud och kommunikation kan förstärka eller utmana normer.

Mot bakgrund av det har projektet tittat på möjligheter och hinder i ett något bredare perspektiv och även inkluderat en liten del av idrottsföreningars situation, främst inom simidrotten.

Polycys och regler för hållbara matval inom idrottsrörelsen finns – men är ofta en sidofråga i ett stort informationsflöde

Riksidrottsförbundets kostpolicy trycker på att föreningar ska eftersträva ett hälsosamt utbud vid idrottens anläggningar, liksom att främst exponera hälsosamma alternativ (Riksidrottsförbundet 2009). Enligt en mailkonversation med Marie Altus, chef för trygghet och hållbarhet på Riksidrottsförbundet, är det dock omöjligt att uppskatta hur många som följer denna policy och hur eftersom det är över 18 000 idrottsföreningar i idrottsrörelsen som alla har olika förutsättningar och syfte. Ett gott exempel är innebandyklubben IBK Vänersborg som genom projektet En Friskare Förening har ställt om sitt utbud till mer hälsosamma alternativ (IBK Vänersborg 2026).

I en intervju med Ebba Sandberg och Erika Meeker på Svensk Simidrott menar de att det troligtvis inte är så många föreningar inom simidrotten som har jättebra koll på denna kostpolicy, och att det självklart delvis kan bero på att de behöver bli bättre på att implementera denna samt andra policydokument. De lyfter vidare att de till viss del pratar med föreningarna om kost, men att det då främst är ur ett idrottsperspektiv och huvudsakligen när det initierats från föreningarna själva. Efter genomförd intervju uppdaterade Svensk Simidrott sin hemsida för att tydligare hänvisa till Riksidrottsförbundets kostpolicy (Svensk Simidrott 2026). Samma bild ger simföreningarna Stockholmspolisen och Spårvägen i intervjuer. Grega Zore, Verksamhetsansvarig på Stockholmspolisens IF Simförening menar att det finns oerhört mycket att förhålla sig till då både Riksidrottsförbundet, Svensk Simidrott och Stockholms stad kommer med information:

” Det är för mycket för en förening att kunna hantera deras information /.../ Det kommer allt möjligt; saker som är frivilliga, saker som är bra att veta och saker som vi måste följa /.../ jag visste inte att det fanns något sådant, men jag är inte överraskad för det finns allt möjligt.”

Jonatan Wik på Spårvägens simförening ger samma bild av mängden av policys som det går att jobba med – men där kärnverksamheten måste komma först:

” Det finns policys för demokratisk styrning inom föreningslivet, det finns policys för jämställdhet och det finns policys för allt, allt, allt /.../ Vi måste se det som någonting som bidrar till den verksamhet vi faktiskt är satta här för att göra /.../ När allt kommer omkring så är det simning vi håller på med.”

En liknande bild ger Maiju Wetterhall på Cancerfonden som i sina rundabordsamtal med idrottsföreningar tagit med sig att många föreningar upplever det som att ”idrotten ska fixa allt”, vilket inte är rimligt. Här önskas i stället riktlinjer och policys som ger en jämnare spelplan:

” Idrotten ska fixa gängkriminaliteten, arbetslösheten, sociala ojämlikheter etc. De vill gärna se att matmiljöfrågan inte blir den typen av frågan, som att ”nu har ni en liten peng – fixa det”.”

Simföreningarna Stockholmspolisen och Spårvägen har båda haft kostföreläsningar och liknande under åren, även om det inte är huvudfokus för föreningarna. Ingen av dem har någon intern policy för maten som serveras i samband med tävlingar där föreningarna står för mellanmål eller mat, men det är tydligt att huvudfokus för båda föreningarna är att det ska vara bra, och tillräckligt mycket mat, att träna på.

Polycys och regler om mat – eller frånvaron av dem – utanför föreningen formar matmiljön för idrottande barn och unga

Det är givetvis inte bara policys om mat inom idrotten som påverkar. Även policys och regler (eller frånvaron av dem) utanför föreningarna

formar matmiljön för de barn och ungdomar som idrottar.

För många idrottsföreningar är det vanligt att bedriva egen föreningscafésverksamhet. Enligt Erika Meeker på Svensk Simidrott är detta för simidrotten mindre vanligt i storstäderna då idrotten bedrivs i simhallar där annan försäljning än den som bedrivs i simhallscafét inte är tillåten:

” I Stockholm på Eriksdalsbadet har ju han patent på att sälja saker i simhallen. Där får ju aldrig föreningarna sälja någonting. Men ofta i föreningarna ute i landet så är det så att även om det finns en kiosk så har föreningen möjlighet att sälja på tävlingar men inte på träning.”

Inom simidrotten finns det alltså i många fall direkta regler i simhallen som motverkar möjligheten till att ha försäljning – och även då möjligheten att som förening själva ha en policy om vilket utbud man vill ha.

För simidrotten är det också ofta en omöjlighet att ha policys kring matmiljön på plats för de tränande barn och ungdomarna – eftersom de eventuella caféerna i simhallarna drivs av aktörer där föreningarna inte har någon påverkan. Jonatan Wik på Spårvägens simförening lyfter paradoxen i att de som förening har väldigt många krav på sig för att vistas i simhallen – medan caféägarna inte verkar ha det på samma sätt. Och att detta borde gå att påverka:

” För oss som förening för att få komma in och vara verksamma i simhallar så är det massor med saker som måste uppfyllas /.../ Det är den som äger fastigheten som kan påverka det. Det finns ju regler på kommunala anläggningar, vare sig det är bibliotek eller idrottsanläggningar, som man kan tycka är självklara. Det kan ju vara alltifrån att du inte får gå in med skor i simhallen.”

Samma bild ger Mikael Rosén, Tränare på Stockholmspolisens simförening. På frågan om vem som har mest makt över att bestämma vad som ska serveras på ett simhallscafé säger han:

” De som skriver avtalet, alltså Stockholms stad i det här fallet. Och i Medleyhallar blir det också Huddinge eller Tyresö eller så. Det måste till en politisk vilja för att äga frågan, och inte bara ”här – ni får driva den”.”

Caféförsäljning viktigt för vissa idrottsföreningar – men logistik, kunskap, vanor och en rädsla för ekonomisk förlust kan försvåra ett mer hållbart utbud

Idrottsföreningar inom simidrotten verkar alltså delvis ha hinder kopplade till att bedriva egen föreningscafésverksamhet på vissa platser i landet. För många andra idrotter är dock detta vanligt förekommande. I Cancerfondens rundabordssamtal med idrottsklubbar var ett strukturellt hinder för att uppnå hälsosamma matmiljöer som framkom på föreningsnivå att denna typ av försäljning ofta innebär en viktig inkomst för idrottsföreningar. Maiju Wetterhall på Cancerfonden säger att både den faktiska ekonomiska inkomsten, liksom rädslan för att möjligen förlora den vid ett ändrat utbud, påverkar föreningar:

” De ekonomiska incitamenten och framför allt rädslan kring det, är ett strukturellt hinder. Man är beroende av intäkterna /.../ Och vi vet att snabbmat, godis, fikabröd och läsk säljer, det håller länge, behöver inte någon kylförvaring, inga förberedelser och har bra marginaler så att det är liksom säkra kort.”

För idrottsföreningars egen försäljning lyfts ofta logistik och vanor upp som ett problemområde. Marie Altus på Riksidrottsförbundet menar att

ett skäl till vilket utbud som finns i de små föreningskioskerna handlar om att det ofta är långt mellan öppettiderna vilket gör det svårt att ha färskvaror. Dessutom är det oftast föräldrar som ansvarar och står i kiosker på sin fritid. Utmaningen handlar här främst om att detta ska nå ut och fångas upp i allt annat som en förening behöver göra.

Denna bild delas av Cancerfonden som i sina rundabordssamtal med idrottsföreningar ser att det både finns kunskapsbrist och tydliga logistiska incitament för att välja det mer hållbara:

” Delvis kanske man inte har kompetens kring hur viktig den här matmiljön är, men vi vet också att tiden är en väldigt relevant faktor här. Det är många volontärer som jobbar inom den här rörelsen och man har varken tid eller kunskap kring vad alternativet skulle kunna vara.”

Sponsring kan ha ekonomisk betydelse för idrottsföreningar

En annan aspekt som är relevant kopplat till idrottsföreningars ekonomi rör sponsring och marknadsföring. Riksidrottsförbundets kostpolicy uttrycker att idrottsföreningar och förbund bör iaktta försiktighet när det gäller åtaganden gentemot sponsorer och annonsörer som ökar konsumtionen av godis och läsk. Den uppmanar också till att sträva efter samarbeten med företag som har hälsosamma produkter och se till att det finns bra alternativ på alla arenor som har barn- och ungdomsidrott (Riksidrottsförbundet 2009).

Maiju Wetterhall på Cancerfonden beskriver på samma vis hur ett tydligt strukturellt hinder för hälsosam mat i idrottssammanhang just är att kommersiella intressen har fritt inträde i idrottsmiljöerna. Och att de faktiskt tar rätt mycket plats just för att det inte finns några regleringar på området. Detta hjälper till att forma normerna – som i sin tur hjälper till att forma efterfrågan och utbudet:

” De påverkar genom sin synlighet och sponsring. De får ju synas med marknadsföring på väldigt många olika sätt och påverkar utbudet där de kan sponsra evenemang och skylta stort.”

I dagsläget har Svensk Simidrott inget aktivt partnerskap inom livsmedelsbranschen men Ebba Sandberg på Svensk Simidrott säger att de är öppna för samarbeten med olika aktörer, och att alla partnerskap prövas utifrån förbundets värderingar, verksamheten och vilken koppling som är relevant för Svensk Simidrott:

” Vi har en etablerad policy för partnerskap och gör alltid en samlad bedömning av hur ett samarbete bidrar till positiva värden för förbundet, våra föreningar och våra medlemmar.”

På simföreningen Stockholmsspolisen har frågan också varit uppe på styrelsenivå och man har tagit ett beslut om att inte tillåta sponsring av matföretag som man inte kan stå för. Verksamhetsansvarig Grega Zore säger att:

” Vi i styrelsen pratade om att vi inte skulle ta in liksom McDonalds som sponsor på våra tävlingar för att det ger fel signal, och det uppskattar jag /.../ Och det tycker jag är viktigt för oss, att vi behåller vår identitet.”

Samtidigt är det inte en enkel fråga. För Spårvägens simförening är det inte aktuellt med sponsring överhuvudtaget, men Jonatan Wik menar att han verkligen kan förstå att det är svårt att säga nej om man som mindre förening plötsligt har möjlighet att få en större inkomstkälla:

” Vi har inga bekymmer med att vi har sponsorer som står i kö /.../ Men jag kan verkligen förstå den biten, om vi leker med tanken att Red Bull skulle vilja kliva in och sponsra Spårvägens simförening med en halv miljon om året, då skulle jag ju säga ja. Jag vet att den halva miljonen kan göra så sjukt mycket nytta i vårt närsamhälle och civilsamhälle.”

BILAGA 2

KLAUSULER OM HÄLSOPROFIL I STOCKHOLMS STADS AVTAL MED SIMHALLSCAFÉER

Stockholms stads hyreskontrakt med de tre simhallscaféerna har skrivningar om att caféerna ska ha hälsosamma produkter eller en hälsoprofil/hälsoriktning.


- p) *Hälsoprofil.* Staden, genom idrottsförvaltningen, har tagit beslut om att mat som serveras i stadens idrottsanläggningar skall ha tydliga hälsoriktade alternativ. Hyresgästen är därför införstådd med och accepterar att i huvudsak servera produkter med tydlig hälsoriktning. Skyltning och display av hälsoriktade produkter skall göras tydligt som en väsentlig del av sortimentet. Hyresgästen är medveten om och accepterar att en hälsoprofil är av yttersta vikt för hyresvärderna inom ramen för den kommunalt bedrivna verksamhet som Eriksdalsbadet utgör.

Eriksdalsbadets café har i sitt kontrakt med Stockholms stad en klausul om att ha en hälsoprofil.

6. Hälsoprofil

Staden genom idrottsförvaltningen har tagit beslut om att mat som serveras i stadens idrottsanläggningar skall ha tydliga hälsoriktade alternativ.

Hyresgästen är därför införstådd med och accepterar att i huvudsak servera produkter med tydlig hälsoriktning. Skyltning och display av hälsoriktade produkter skall göras tydligt som en väsentlig del av sortimentet.


3 (7)



Övriga bestämmelser – Lokal i staden

Det föreligger ett absolut förbud mot försäljning av alkohol (inklusive t.ex. lättöl) och tobak vid varje given tidpunkt liksom för placering av spelautomater av alla slag.

Hyresgästen är medveten om och accepterar att en hälsoprofil är av yttersta vikt för hyresvärderna inom ramen för den kommunalt bedrivna verksamhet som sim- och idrottshallen utgör.

Åkeshovs Sol (Café Mirbaz) har i sitt kontrakt med Stockholms stad en klausul om att ha en hälsoprofil.

2. Användning:

Hyresgästen skall i lokalen bedriva servering med tillagningskök/caféerörelse för att ge service åt Farsta sim- och idrottshalls besökare.

Idrottsnämnden har tagit beslut om att maten som serveras i Stadens idrottsanläggningar skall ha en tydlig hälsoriktning. Hyresgästen är medveten om och accepterar att servera produkter med tydlig hälsoriktning.

Hyresgästen skall bland annat ha följande "hälsosamma" tillbehör/varor i sitt sortiment

- Fullkorn i bröd, pasta, ris och gryn
- Sallader med olika tillbehör
- Färsk frukt, banan, äpple, apelsin
- Yoghurt, juice och andra mer "hälsosamma" alternativ till läsk och energidrycker

Display/information

Skyltning och display av produkter och produktinformation skall göras så att det tydligt och klart syns att de "hälsosamma" alternativen finns tillgängliga att köpa. Hyresgästen får inte gömma undan de hälsoriktade produkterna som ska finnas de ska tydligt ingå i det ordinarie sortimentet och visas på menytaflor och i kyldisplayer på samma sätt som andra produkter.

Farsta Sol (Farstabaren) har i sitt kontrakt med Stockholms stad en klausul om att ha vissa mer hälsosamma produkter liksom att tydligt lyfta fram dessa alternativ.