

Övningshäfte inför provet v.17

Tallriksmodellen

Tallriksmodellen visar hur du komponerar en bra lunch eller middag. Tallriksmodellen består av tre delar:

- 1) En del består av potatis, pasta, ris och bröd
- 2) Den andra delen som är lika stor som den första delen består av rotfrukter, grönsaker, frukt och bär som ger mycket fibrer, vitaminer och mineralämnen.
- 3) Den tredje delen som är den minsta består av kött, fisk, ägg, eller baljväxter, till exempel bönor, ärter och linser. Det är livsmedel som ger protein och mineralämnen.

Tallriksmodellen visar proportionerna mellan de tre delarna men den säger ingenting om hur mycket du ska äta. Det beror på hur hungrig du är och ditt energibehov, det vill säga hur mycket du rör på dig och om du fortfarande växer.



Näringsämnen i maten

Kolhydrater

Kolhydrater får vi från många olika livsmedel och är vår viktigaste energikälla. Kolhydrater finns främst i livsmedel från växtriaget i form av sockerarter, stärkelse och fibrer.

sockerarter

Sockerarter finns i mogna frukter, bär och honung. I mindre mängd i vissa grönsaker och rotsaker, till exempel morötter samt i mjölk. I dessa livsmedel finns sockret tillsammans med andra viktiga näringsämnen. Det vanliga sockret som vi köper är framställt av sockerbetor och rörsocker. Det tillför bara energi i form av kolhydrater utan att ge andra näringsämnen, så kallat tomma kalorier.

Stärkelse

Stärkelse ger energi och finns mycket i mjöl, gryn, ris, pasta, bröd, potatis och grönsaker, oftast tillsammans med fibrer i varierande mängd

Fibrer

Fibrer är kolhydrater som kroppen inte kan ta upp som näring, utan når tjocktarmen i stort sett opåverkade och ger därför ingen energi. Kostfibrer är bra för tarmarnas arbete och motverkar förstoppning. Fiberrika livsmedel av grova spannmålsprodukter, frukt, grönsaker, potatis och rotfrukter ger större mättnadskänsla än fiberfattiga livsmedel. Vilket minskar risken för småätande. Fiberrik mat är bra för hälsan. Mycket fibrer i maten gör att blodsockret stiger och sjunker långsamt. Fiberrik mat innehåller i allmänhet mindre fett än fiberfattig och det bidrar till att hålla blodfettsnivåerna låga.



Protein

Protein ger energi och bygger upp och reparerar kroppens celler. Hormoner, enzymer och delar av immunförsvaret består också av proteiner.

Kroppens protein byggs upp av ca 20 aminosyror. Kroppen kan i de flesta fall själv omvandla en aminosyra till en annan. Men åtta aminosyror kan kroppen inte omvandla, utan de måste du få i dig

genom maten. De kallas livsnödvändiga (essentiella) aminosyror. I animaliska livsmedel (kött, fisk, ägg och mjölkprodukter) finns alla åtta livsnödvändiga aminosyror i tillräcklig mängd för kroppens behov. I vegetabiliska livsmedel är proteinet från ärter, bönor och linser det mest kompletta. Vegetarianer kan genom att äta välplanerat och varierat få tillräckligt med de livsnödvändiga aminosyrorerna.



Vitaminer

Vi känner till 13 vitaminer som är livsnödvändiga för människan. Alla är nödvändiga för tillväxt och normal utveckling. Varje vitaminsort påverkar på sitt sätt kroppens funktioner. Här är tre av de viktiga vitaminerna.

A-vitamin hjälper ögats anpassning till skymningsseende och tillväxten, hjälper till att öka motståndskraften mot infektioner (finns bland annat i lever, morötter, margarin och tonfisk)

D-vitamin behövs för att reglera kalkbalansen i skelett och tänder (finns bland annat i makrill, lax, abborre och margarin)

B-vitamin behövs energiomsättningen och nervsystemet, för huden och aptiten. Brist av detta kan ge hudförändringar och trötthet (finns i bland annat mjölk, bröd, mjöl, ärter och ägg)

Information om olika märkningar

Märkningar ger oss möjlighet att:

- Undvika sånt vi inte tål, till exempel på grund av överkänslighet. Ingrediensförteckningen visar vad livsmedlet innehåller.
- Undvika gamla livsmedel. De flesta livsmedel ska märkas med bäst före-datum och anvisningar om hur livsmedlet ska förvaras. Mycket känsliga livsmedel märks med sista förbrukningsdag.

- Välja hälsosammare livsmedel. En del magra och fiberrika livsmedel med låg halt av socker och salt får märkas med ett nyckelhål.
- Veta hur maten ska tillagas. Vissa livsmedel ska till exempel spädas eller kan det vara det vara andra tillagningsanvisningar.
- Vem vi kan kontakta. Alla livsmedel ska märkas med namn och adress/telefonnummer till den som tillverkat, förpackat eller sålt varan. Vissa livsmedel ska märkas med ursprung.

Om miljömärkningar

Miljömärkning är ett system som garanterar att en vara eller tjänst uppfyller vissa miljökrav.

Att en produkt är miljömärkt garanterar inte att den är bra för miljön, men den är mindre miljöbelastande än produkter inom samma produktområde som inte är miljömärkta.

Ekologiskt jordbruk

EU:s logotyp för ekologisk produktion är obligatorisk på alla färdigförpackade ekologiska livsmedel. För importerade livsmedel är det frivilligt att använda märkningen.



Krav

KRAV-märket sitter bara på livsmedel som har odlats utan kemiska bekämpningsmedel, konstgödsel och GMO. KRAV-mat innehåller bara naturliga tillsatser. Märkningen står även



för god djuromsorg, socialt ansvar och ett hållbart klimat.

KRAV arbetar inom hela kedjan, från jord till bord, men även med KRAV-märkning av restauranger och butiker. All KRAV certifierad verksamhet kontrolleras minst en gång per år.

MSC

Marine Stewardship Council, MSC, är en oberoende global och inte vinstdrivande organisation, som arbetar för att säkra världens fisketillgångar för framtiden genom att främja de miljömässigt bästa alternativen. MSC-märket visar att fisken inte kommer från ett fiskebestånd som är överfiskat eller är fångad på ett sätt som skadar havets ekosystem.



Nyckelhålet

Nyckelhålet gör det enklare att välja hälsosamt. Märkningen finns främst på färdigförpackade



mejeri-, fisk och köttprodukter, bröd, müsli, pasta men återfinns även på oförpackad fisk, frukt och grönt. Jämfört med andra livsmedel av samma typ följer nyckelhålet ett eller flera av följande krav; mindre och nyttigare fett, mindre socker, mindre salt, mer kostfiber och fullkorn.

Fairtrade

Fairtrade är en oberoende produktmärkning och garanti för att en produkt uppfyller internationella Fairtrade-kriterier. Försäljningen av Fairtrade-märkta produkter skapar förutsättningar för odlare och anställda i utvecklingsländer att förbättra sitt arbets- och levnadsvillkor

- Odlare och anställda får förbättrade ekonomiska villkor
- Premier till investeringar i lokalsamhälle och verksamhet
- Barnarbete och diskriminering motverkas
- Demokrati och organisationsrätten främjas
- Miljöhänsyn och ekologisk produktion främjas

Fairtrade cotton

En etisk märkning för bomull odlad i utvecklingsländer.

Bomullsmärket visar att råvaran är certifierad enligt internationella Fairtradekriterier

som ställer krav på minimipris, en social premie samt miljökrav. En produkt i

Fairtrade-certifierad bomull innebär också spårbarhet genom hela handelskedjan från bomullsfältet fram till slutlig produkt.



ICA I love eco

ICA I love eco är vårt eget ekologiska sortiment, som vi ständigt jobbar med att bredda och utveckla. Här hittar du ekologisk mat och varor till hemmet, allt producerat i balans med naturen.

Eko för alla, med ICA I love eco vill vi inspirera dig till en ekologisk livsstil som både smakar och gör gott. Vi strävar efter att erbjuda dig ett brett ekologiskt sortiment – från mejeri och grönsaker till skafferivaror som mjöl och choklad. Förutom mat hittar du bland annat handdukar och sängtextilier i ekologisk bomull. Alla I love eco-produkter som inte är mat hittar du på ICA



Konsumtion och ekonomi

Ordet ekonomi betyder hushållning med resurser. Detta innebär att vara rädd och sparsam om sina saker och pengar.

Om vi hushållar med våra resurser så håller de saker vi köper längre. En del går kanske att återanvända, vilket är bra för både vår ekonomi och för miljön. Pengar är alltså en resurs. Men pengar för de flesta av oss är en begränsad resurs. Det innebär att vi bara har en viss summa pengar att röra oss med per månad. Därför är det viktigt att vi planerar vår ekonomi så att våra inkomster- till exempel din månadspeng- räcker till månadens alla utgifter.

Spara pengar och miljön samtidigt! Svensken slänger i genomsnitt mat som motsvarar koldioxid utsläpp från 70 000 bilar. Det bästa är om man är litat på bäst före-datumen och väljer att laga mat med rester så skulle man spara mycket mer på miljön och också spara pengar.

Man kan också välja att inte köpa ”onödiga” saker som du egentligen hade klarat dig utan för att kunna spara pengar varje månad.

Fasta utgifter= fasta utgifter är svåra att påverka. Exempel på fasta utgifter är hyra, TV-avgift, bredband och hemförsäkring.

Rörliga utgifter= Exempelvis mat och kläder måste alla ha, men var och en kan påverka kostnaderna genom att tänka på hur mycket

och hur dyrt man handlar. Nöjen, shopping, mobilsamtal- SMS, MMS och månadspeng, är andra exempel på rörliga utgifter i privatekonomin. Rörliga utgifter kan man själv påverka och det är också dessa utgifter man kan spara in på.

Reklam ock konsumentinformation

REKLAM

Reklam är något som vi utsätts för varje dag. Syftet med reklam är **alltid** att göra någon form av vinst, oftast en ekonomisk vinst men det kan också handla om att ett företag vill framstå som bättre än andra. Som konsument är det viktigt att vara kritisk till reklam för att inte råka ut för trubbel genom att göra onödiga affärer eller riskera att bli lurad på något sätt.

REKLAMKNEP

Ibland ser man reklam där man nästan inte uppfattar vad det är reklam för. Då kan det istället handla om att man vill stärka ett *varumärke* på något sätt och inte en viss produkt eller tjänst. Exempel på detta kan vara en reklam som avslutas med ett ljud som när det är reklam för McDonalds. "*Kom till McDonalds vi ger mer*" är en vanlig slogan som används. Numera behöver dom inte ens sjunga med ord utan det räcker att man hör det lilla stycket så kopplar man ihop musiken med företaget. Samma sak gäller med Coca Colas slogan "always coca cola". ICAs reklam med Stig handlar inte längre om vilka produkter som är billiga just den veckan utan att företaget ICA ska synas och då handlar det istället om att bygga upp eller förstärka sitt varumärke.

VAR KRITISK!

Många gånger ser man att en produkt har blivit bäst i test. Det som inte framgår är vilka andra produkter varan testats emot. Tänk dig att du låter göra ett test på till exempel en bil. Testar man en halvbra bil mot en jättebra bil så blir den inte bäst i test. Testar man istället en halvbra bil mot en dålig bil så vinner så klart den bilen som är halvbra.

Reklam går alltid ut på att vi konsumenter ska köpa produkter eller tjänster så var kritisk! Även om ett par nya hörlurar verkar väldigt bra och billiga så kan det vara en god idé att läsa recensioner om dessa på Internet och jämföra priser med exempelvis **Prisjakt** eller **Pricerunner**. Om ett erbjudande låter **för** bra för att vara sant bör du vara extra noga och kontrollera avtalet.

REKLAMREGLER

Det finns vissa regler som företag behöver hålla sig inom:

- Det ska tydligt synas att det handlar om reklam och vem som är avsändare.
- En förpackning får inte vara vilseledande, till exempel vara mycket större än nödvändigt.
- Trakasserier, våld och hot är förbjudet.
- Ord som ”billigast”, ”bäst”, ”gratis”, ”rea” och ”garanti” får inte användas hur som helst.
- Tv-kanaler som sänder från Sverige får inte rikta reklam till barn under 12 år. Det får inte finnas någon reklam överhuvudtaget precis före och efter program för personer under 12 år. Kanaler som sänder från andra länder omfattas inte av denna regel.
- Företag får inte skicka adresserad direktreklam till personer under 16 år eftersom de inte på egen hand får ingå avtal

Konsumentinformation

Konsumentinformation fungerar oftast som en slags varningstext på varor som du kan köpa i butiker. Informationen vill då uppmärksamma konsumenterna att det kan finnas en fara med att använda varan eller hur man kan använda varan. Det kan till exempel stå *rökning dödar* på ett cigarettpaket för att varna konsumenten för risken att drabbas av en dödlig sjukdom genom att använda sig av cigaretter. Det kan stå en varning för vid vilken ålder man bör få komma i kontakt med varan.

OBS! Läs även på det häftet ni har fått av mig som handlar om sopsortering.

Källor:

Hem- och konsumentkunskap, åk 7-9 2011 interskol förlag AB, E. Sjöholm, A. Hjalmarsson, K. Arvidsson.

http://www.konsumentforeningenstockholm.se/Global/Guider_pdf/Symbolguide/Symbolguide_KfS_mars2011.pdf

<http://www.ica.se/icas-egna-varor/varumarken/ica-i-love-eco/>

<http://www.hkportalen.se/reklam--information.html>