

Nudging i dagligvarebutikken

- Er det mulig å få kundene til å velge mer frukt og grønt?

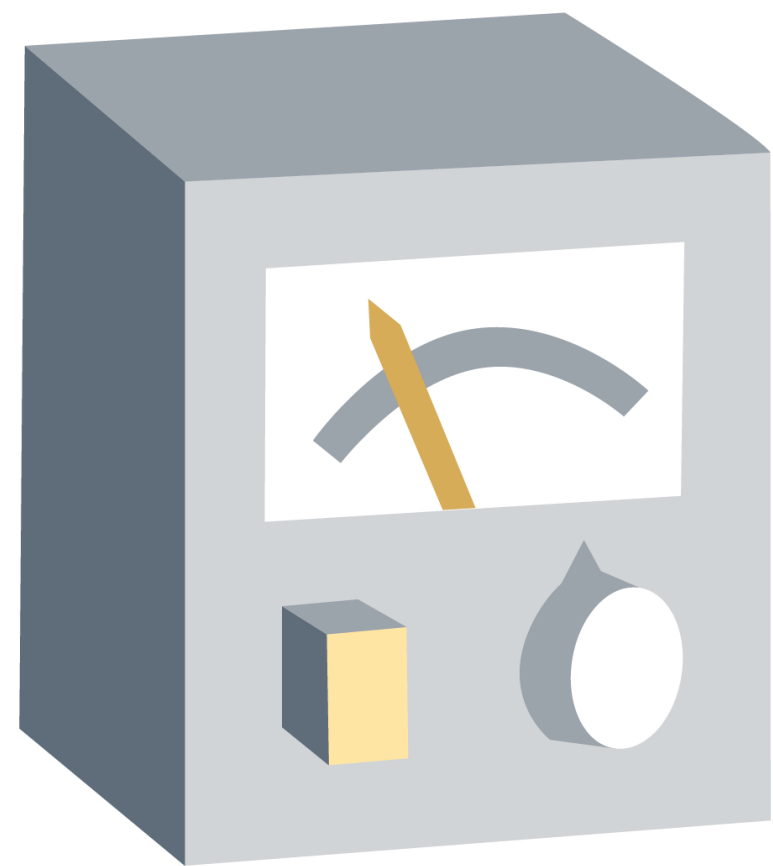
Opplysningskontoret frukt og grønt, fagdag 23.10.2025

Samira Lekhal
MD, PhD

Grunnlegger GreeNudge Health og Re-start.no

Overlege, Senter for forebyggende medisin, Bærum Sykehus

Hva gjør vi i GreeNudge?



Strategi og
analyse

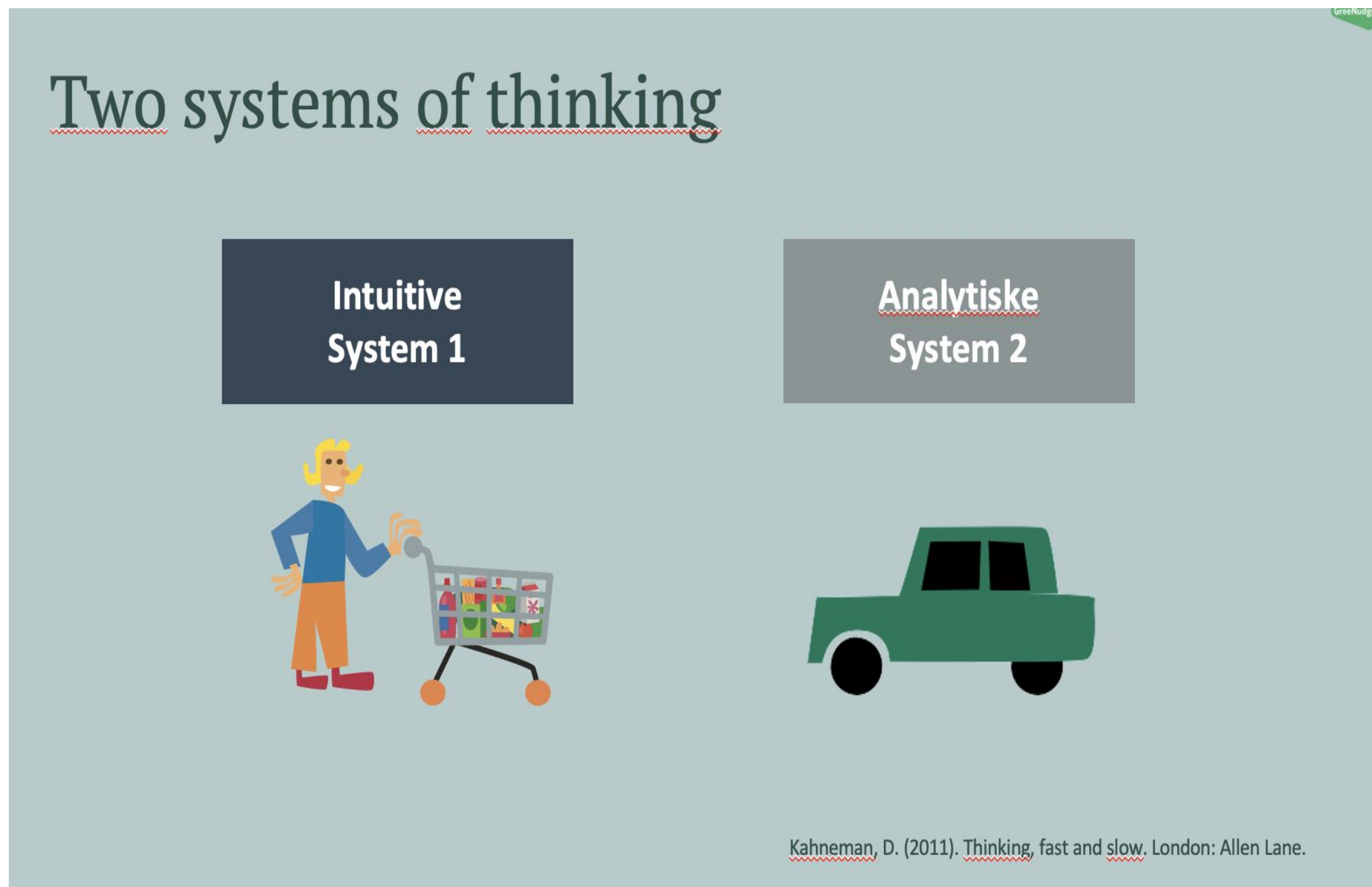


Kunnskapsformidling



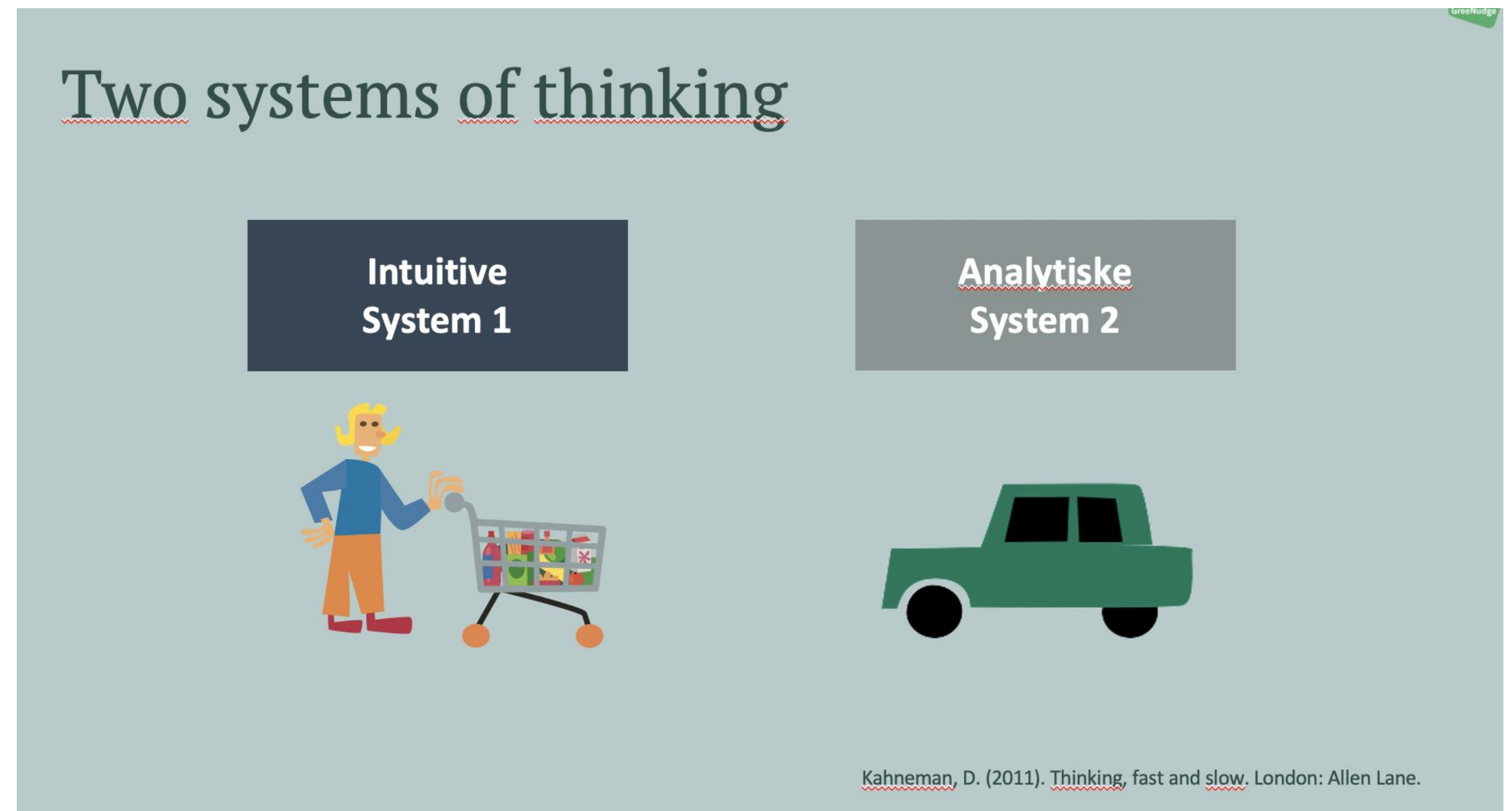
Forskning

Hva gjør vi i GreeNudge?



Nudging som virkemiddel for å påvirke valg av mat og drikke

Plassering
Porsjon
Pris justering
Merking (symboler)



Nudging av frukt og grønt i Meny nettbutikk - Vitenskapelig publikasjon

Norsk tidsskrift for ernæring

VITENSKAPELIG PUBLIKASJON

 Scandinavian
University Press

Volum 23, nr. 2-2025, s. 68-77
ISSN online: 2703-9609
DOI: <https://doi.org/10.18261/ntfe.23.2.3>

En pilotstudie – Effekten av å bruke symbolet Nøkkelhullet for økt volumsalg av frukt og grønnsaker i en norsk nettbutikk, Meny.no

**A pilot study – The effect of using front of pack symbols as the
Keyhole symbol to promote purchase of fruit and vegetables-in a
Norwegian on-line grocery store**

Samira Lekhal

MD, PhD, Leder GreeNudge og Overlege Seksjon forebyggende medisin, Bærum Sykehus

samira@greenudge.no

Aina Lien

fagsjef ernæring NorgesGruppen

aina.marie.lien@norgesgruppen.no

Stian Olsen

master atferdsøkonomi, Oslo Met

s361565@oslomet.no

Nudging av frukt og grønt i Meny nettbutikk

Norsk tidsskrift for ernæring

VITENSKAPELIG PUBLIKASJON

 Scandinavian
University Press
Volum 23, nr. 2-2025, s. 68-77
ISSN online: 2703-9609
DOI: <https://doi.org/10.18261/ntfe.23.2.3>

En pilotstudie – Effekten av å bruke symbolet Nøkkelhullet for økt volumsalg av frukt og grønnsaker i en norsk nettbutikk, Meny.no

A pilot study – The effect of using front of pack symbols as the Keyhole symbol to promote purchase of fruit and vegetables-in a Norwegian on-line grocery store

Samira Lekhal
MD, PhD, Leder GreeNudge og Overlege Seksjon forebyggende medisin, Bærum Sykehus
samira@greenudge.no

Aina Lien
fagsjef ernæring NorgesGruppen
aina.marie.lien@norgesgruppen.no

Stian Olsen
master atferdsøkonomi, Oslo Met
s361565@oslomet.no

- Nøkkelhullet som FOP nudge
- Hvordan påvirker bruk av Nøkkelhullet volumsalg av frukt og grønnsaker i Meny Nettbutikk?



Nudging av frukt og grønt i Meny nettbutikk

Kategorier

Ofte kjøpte varer

Ukemeny

Høstens nyheter

Jacobs Utvalgte

Faste Knallkjøp

Matskatter fra Norge

Handle til bedrift?

Matkasse for to

Frukt & grønt

Bær

Frosne bær og grønnsaker

Frukt

Fruktkurv

Grønnsaker

Krydderurter

Poteter

Sopp

Fisk & skalldyr

Bakeri

Middag

Kylling og fjærkre

Meieri & egg

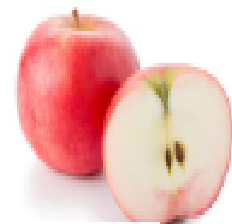
Nettbutikk

FRUKT & GRØNT



MENY har det største utvalget av fersk frukt og grønt. Handle i vår nettbutikk, og få den beste kvaliteten av både eksotisk frukt og norske bær levert på døren.

Vi anbefaler!

 	 	 	 
 kr 7,18	 kr 5,19	 kr 36,90	 kr 36,90
180 g kr 39,90/kg	130 g kr 39,90/kg	kr 92,25/kg	kr 61,50/kg
Epler Norske	Klementin stykk	Edeløk Rød 400g Holm Gård MATSKATT	Edeløk Gul 600g Holm Gård MATSKATT

 Filtrer på varenavn

 Filter

 357 varer sortert på

Mest kjøpte ▾

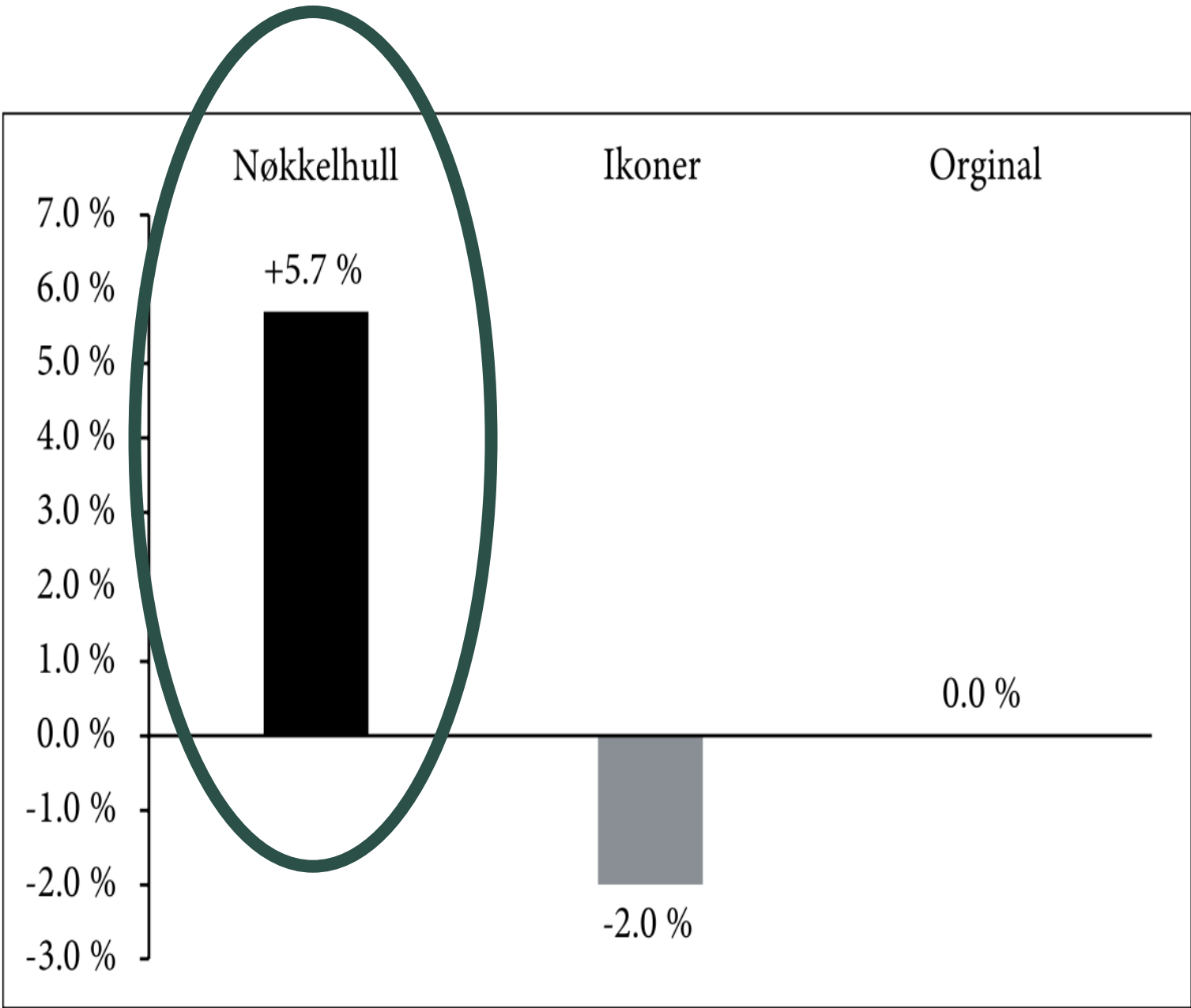
En pilotstudie – Effekten av å bruke symbolet Nøkkelhullet for økt volumsalg av frukt og grønnsaker i en norsk nettbutikk, Meny.no

A pilot study – The effect of using front of pack symbols as the Keyhole symbol to promote purchase of fruit and vegetables-in a Norwegian on-line grocery store

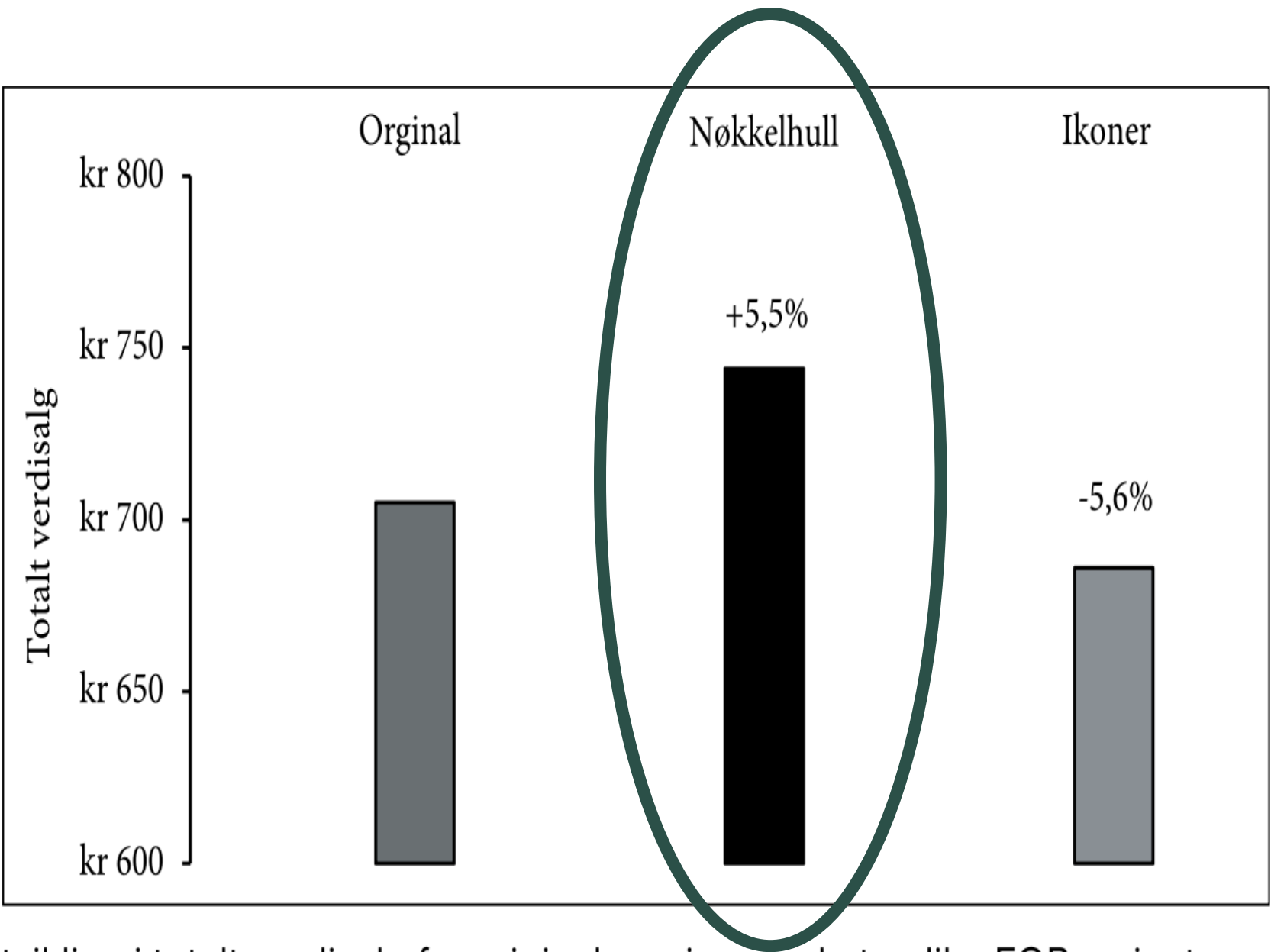
Samira Lekhal
MD, PhD, Leder GreeNudge og Overlege Seksjon forebyggende medisin, Bærum Sykehus
samira@greenudge.no

Aina Lien
fagsjef ernæring NorgesGruppen
aina.marie.lien@norgesgruppen.no

Stian Olsen
master atferdsøkonomi, Oslo Met
s361565@oslomet.no



Figur 1. Prosent forskjell i totalt volumsalg for FG for original versjon og de to ulike FOP variantene; Nøkkehull og grått ikon.



Figur 2. Utvikling i totalt verdisalg for original versjon og de to ulike FOP variantene; Nøkkehull og grått ikon. Totalt verdisalg er oppgitt som kr per million.

Nudging av frukt og grønt i KIWI - Vitenskapelig publikasjon

> [Appetite](#). 2022 Jun 2;106100. doi: 10.1016/j.appet.2022.106100. Online ahead of print.

Can in-store interventions reduce the socioeconomic gap in fruit and vegetable purchases in grocery stores? A descriptive study of volume sales from 2012 to 2020 in Norway's largest grocery store chain

[Helena Slapø](#)¹, [Annechen Bahr Bugge](#)², [Ingunn Sandaker](#)³, [Samira Lekhal](#)⁴

Affiliations + expand

PMID: 35660077 DOI: [10.1016/j.appet.2022.106100](#)

Nudging av frukt og grønt i KIWI

> [Appetite](#). 2022 Jun 2;106100. doi: 10.1016/j.appet.2022.106100. Online

Can in-store interventions reduce the gap in fruit and vegetable purchases in stores? A descriptive study of volume s to 2020 in Norway's largest grocery sto

[Helena Slapø](#)¹, [Annechen Bahr Bugge](#)², [Ingunn Sandaker](#)³, [Samira Lekhal](#)

Affiliations + expand

PMID: 35660077 DOI: [10.1016/j.appet.2022.106100](#)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Promotion					Multimedia marketing campain with the slogan "Health to the people".				
		Collaboration with celebrity chef Tina Nordstrøm with multimedia campains focusing on healthy eating.							"Health lottery" for loyalty program members giving money back for shopping baskets containing FVs.
Proximity			Rebuilding and moved FVs section in all stores to become first section in store. Increased floor space of FVs						
Pricing	14% discount on organic FVs.					Lanch of loyalty program called KIWI-pluss giving users 7,5% bonus on FVs.	Increasing discount for loyalty program members to 15% bonus on FVs.		
Portioning						Introduction of nine new portioned cups (150-200 grams) with grapes, sugar pes, bits of pineapple, bits of mixed fruits, blueberries, cherry tomatoes, small cucumber and small paprika.			
Healthy default picks						Placement of "on the go" FVs at store checkout as portioned FVs, banana, apple, and snack-carrots.			

Can in-store interventions reduce the socioeconomic gap in fruit and vegetable purchases in grocery stores? A descriptive study of volume sales from 2012 to 2020 in Norway's largest grocery store chain

Helena Slapø ¹, Annechen Bahr Bugge ², Ingunn Sandaker ³, Samira Lekhal ⁴

Affiliations + expand

PMID: 35660077 DOI: [10.1016/j.appet.2022.106100](#)



Nudging kan bidra til å utjevne sosiale forskjeller i kosthold

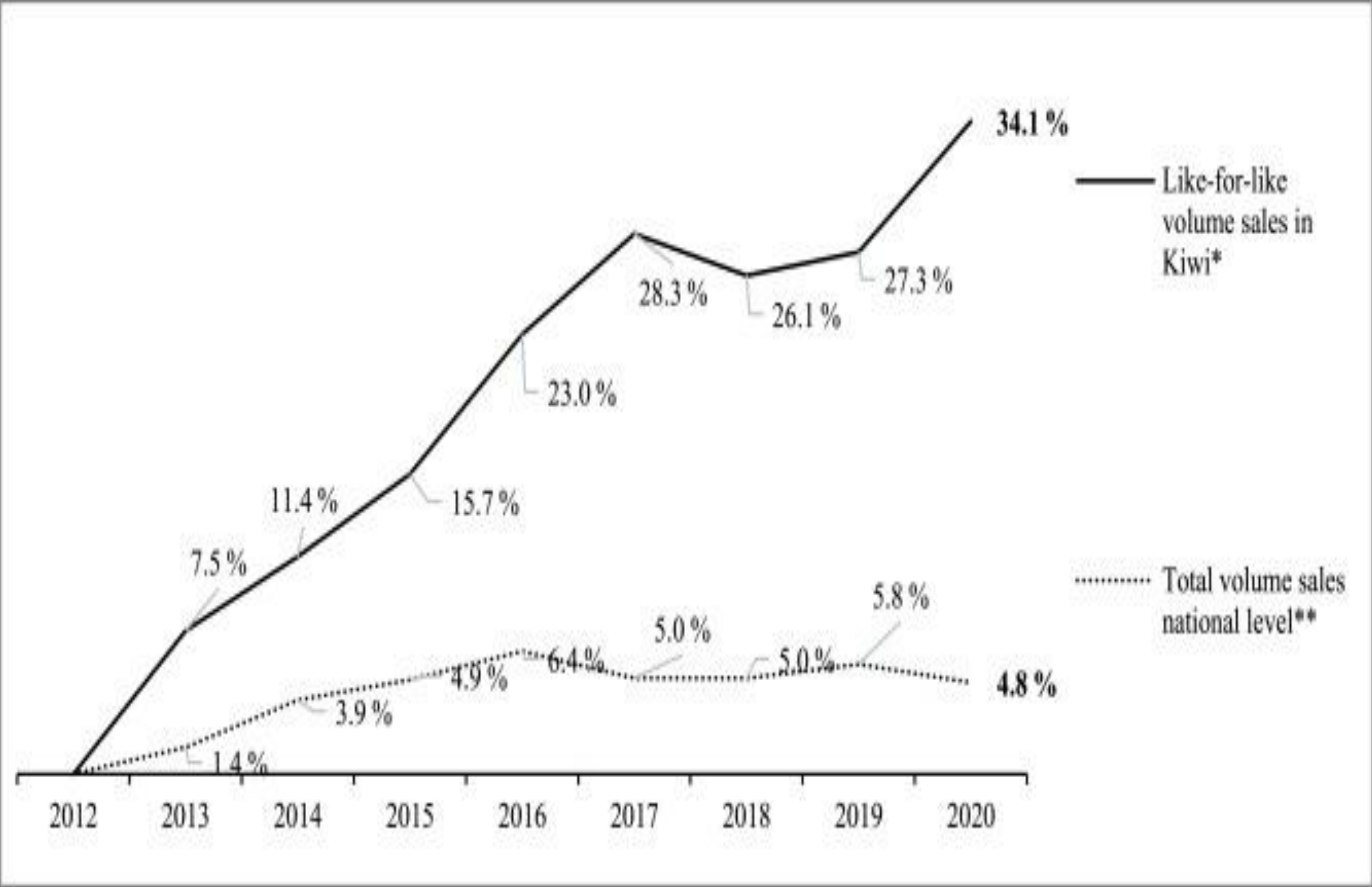


Fig. 5. Development in like-for-like FVs volume sales from 2012 to 2020, with 2012 as the base year.

Samira Lekhal

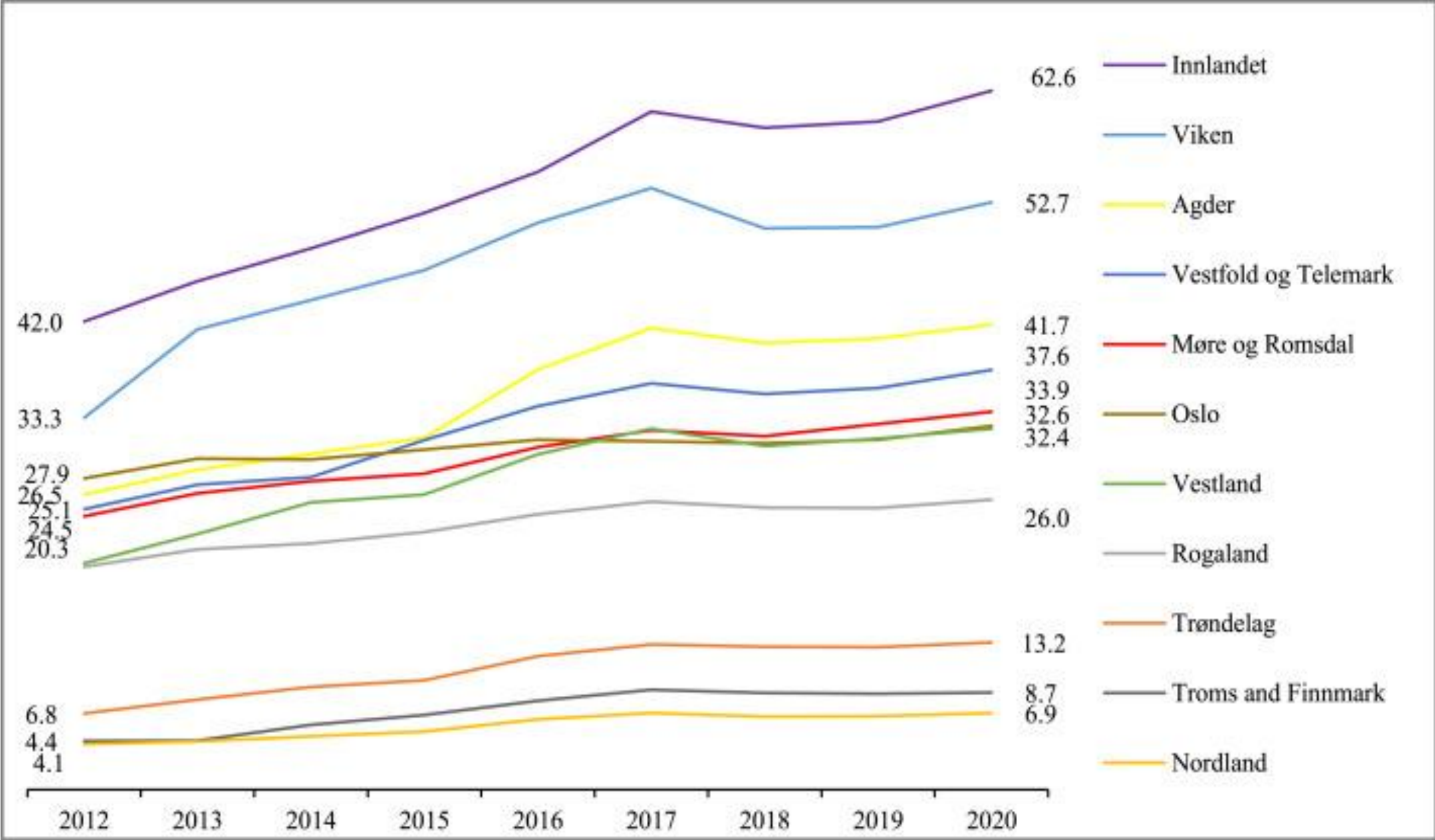


Fig. 7. Like-for-like FVs volume sales per inhabitant in the different counties from 2012 to 2020.

Nudging av frukt og grønt i SPAR

- under arbeid

Prisjustering som nudge for økt total volum

- Druer totalt: +15 tonn = 35% volumvekst mot uke før hvor vi kun hadde 500g druer på kampanje
- Røde druer oppnådde uendret volum og ikke påvirket av an vare til i kampanjen

Uke 37–39 2024:

Total økning i volumsalg frukt 14% (mot 2023 i tilsvarende 3 uker med kampanje på 1kg druer i tillegg til 500g druer)



Kan vi få uventet drahjelp?

[Download This Paper](#)[Open PDF in Browser](#)[Add Paper to My Library](#)

The No-Hunger Games: How GLP-1 Medication Adoption is Changing Consumer Food Purchases

Cornell SC Johnson College of Business Research Paper

35 Pages • Posted: 27 Dec 2024 • Last revised: 17 Jan 2025

[Sylvia Hristakeva](#)

Cornell SC Johnson College of Business

[Jura Liaukonyte](#)

Cornell SC Johnson College of Business

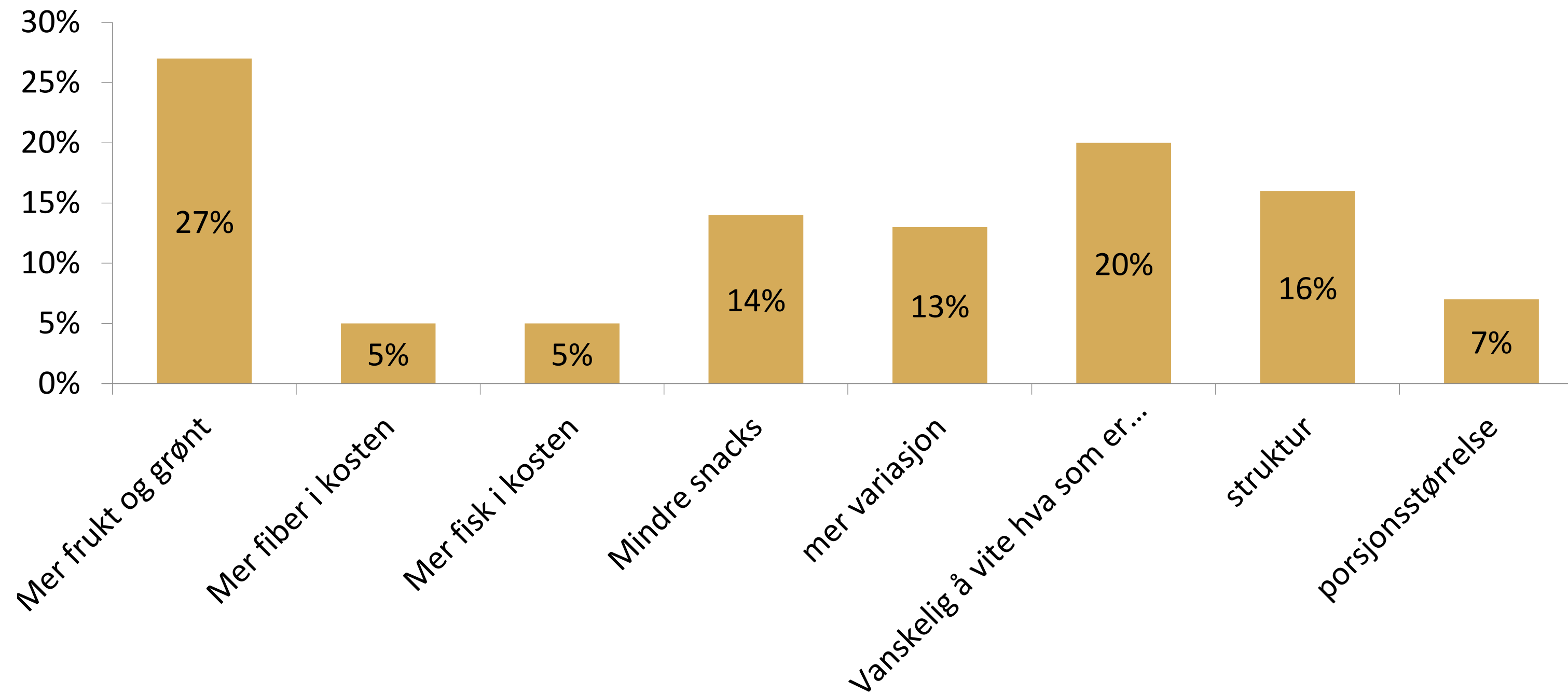
[Leo Feler](#)

Numerator

Date Written: December 27, 2024

Innsikt undersøkelse Trumf kunder

- 27% ønsker å spise mer FG



For å skape endring av helseatferd må vi
jobbe kunnskapsbasert!

