

# Synen på svenskproducerade livsmedel

---

Kontakt: Jonas Feinberg  
Kontakt på Novus: Ieva Englund  
Datum: Augusti 2021



Landshypotek Bank

 **NOVUS**

# Bakgrund & Genomförande

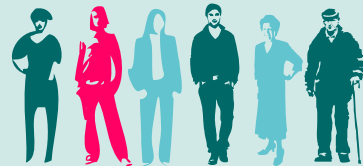
## BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av Landshypotek Bank.

Syftet med undersökningen är att undersöka allmänhetens inställning till jordbruk, livsmedelsproduktion, skogsnäring och Sveriges bönder.

## MÅLGRUPP

Svenska allmänheten



Ålder:  
18-79 år

## GENOMFÖRANDE

Antal intervjuer:

2 056

Fältperiod:

17 – 24 juni 2021

Deltagarfrekvens:

58 %

Novus har genomfört 2 056 intervjuer. Deltagarfrekvensen bland de inbjudna var 58 %. Det finns inget som tyder på att bortfallet skulle snedvrída resultatet, utan undersökningen är åsiktsmässigt representativ för den grupp som skulle undersökas, och de slutsatser som presenteras i undersökningen gäller hela populationen.

En Novusundersökning är en garant för att undersökningen är relevant och rättvisande för hela gruppen som skall undersökas.

Undersökningen är genomförd via webb-intervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade Sverigepanel som ger representativa resultat.

## RESULTAT

Resultaten för allmänheten levereras i en diagramrapport. Resultatet är efterstratifierat.

Signifikanser i diagrammen mot totalen är markerade rosa om det är signifikant lägre än totalen och grönt om det är signifikant högre än totalen.

## FELMARGINAL

Vid 1 000 intervjuer:

Vid utfall 20/80: +/- 2,5%

Vid utfall 50/50: +/- 3,2%

Vid 2000 intervjuer:

Vid utfall 20/80: +/- 1,8%

Vid utfall 50/50: +/- 2,2%



# Resultat

---

# Kort sammanfattning

## På totalnivå

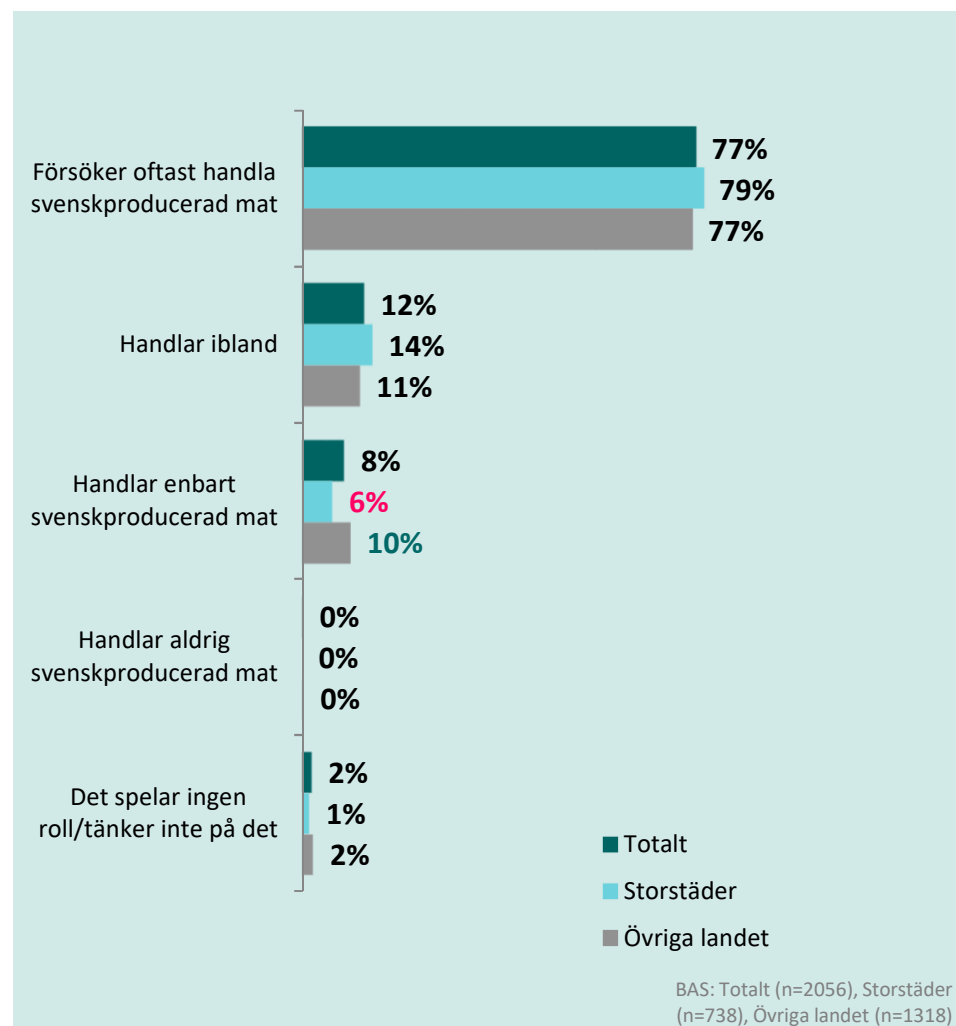
- Så många försöker handla svenskproducerade livsmedel
- Vilka grupper försöker mer?
- Viktigaste anledningarna?
- Skillnad mellan storstadsbor och övriga landet
- Hur bra är svenska livsmedel?
- Hur många är villiga att betala mer?

- **Drygt 3 av 4 svenskar (77 %)** försöker oftast handla svenskproducerad mat. Drygt var tionde (12 %) handlar ibland och nästan lika många – handlar enbart svenskproducerat mat.
- **Barnfamiljer** försöker i större utsträckning handla svenskproducerat jämfört med genomsnittet (81 % jmf med 77 %).
- **Boende utanför storstäder** svarar i högre grad än genomsnittet att de handlar enbart svenskproducerad mat (10 % jmf med 8 %).
- **Gynna svenskt lantbruk, trakten och lokala producenter.** Av de som handlar svenskproducerad mat gör de flesta det för att gynna svenskt lantbruk (74 %) eller gynna trakten, bygden och lokala producenter (72 %).
- **Men det lokala är mindre viktigt för storstadsbor.** De som bor i större städer svarar i väsentligt lägre utsträckning jämfört med övriga landet att de handlar svenskproducerat för att gynna svenskt lantbruk (71 % jmf med 76 %), lokala producenter och trakten (63 % jmf med 77 %).
- **Och allra viktigast i Norrland och Småland.** Viljan att gynna trakten, bygden och lokala producenter är allra störst i Norrland (84 %), följt av Småland, Öland och Gotland (83 %).
- **Hög kvalitet tycker många.** Drygt 9 av 10 (93 %) anser att kvaliteten på svenska livsmedel är ganska eller mycket hög.
- Dryg tredjedel (35 %) svarar att de tycker att kvaliteten på livsmedel som produceras utanför landets gränser är mycket eller ganska hög.
- **Över hälften beredda betala mer.** 6 av 10 (58 %) säger att de sedan pandemin startade är beredda att betala mer för svenskproducerade livsmedel.

# Svenskarnas vilja att handla svenskproducerad mat

FRÅGA: I vilken utsträckning handlar du svenskproducerad mat?

- Drygt 3 av 4 svenskar (77 %) försöker oftast handla svenskproducerad mat. Drygt var tionde handlar ibland och nästan lika många – handlar enbart svenskproducerad mat.
- Barnfamiljer försöker i större utsträckning handla svenskproducerad mat jämfört med genomsnittet (81 % jmf. med 77 %).
- Boende utanför storstäder ange i högre grad än totalen att de handlar enbart svenskproducerad mat (10 %). Skillnaden är inte så stor, men den är signifikant.

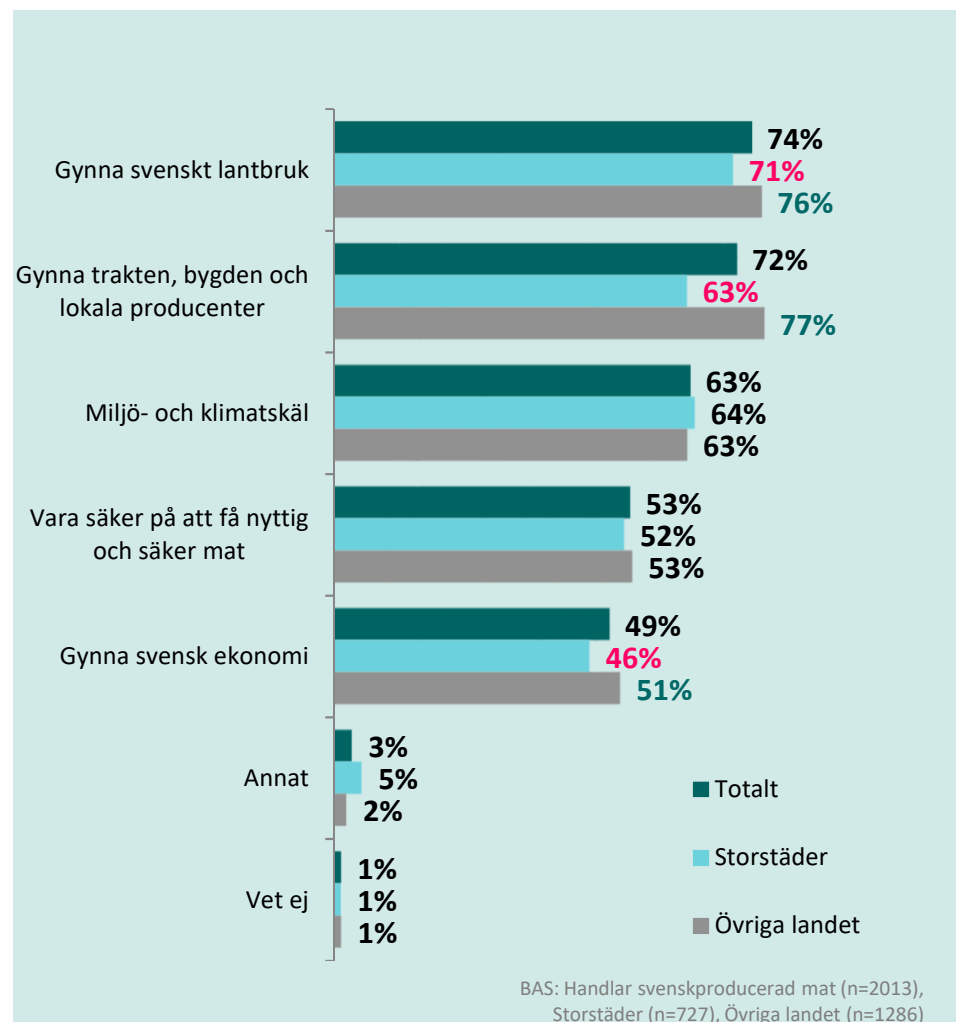


# Anledning till att man handlar svenskproducerat

FRÅGA: Varför handlar du svenskproducerad mat?

*Flera svar möjliga.*

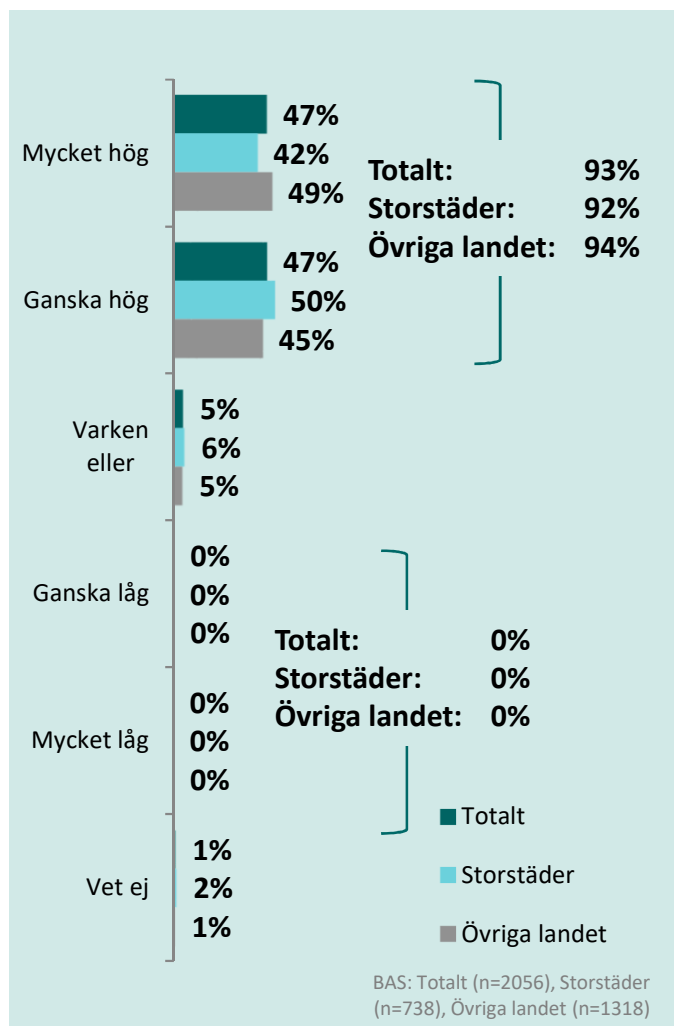
- Av de som handlar svenskproducerad mat gör de flesta det för att gynna svenskt lantbruk (74 %) eller gynna trakten, bygden och lokala producenter (72 %)
- Boende utanför storstäder ange i högre utsträckning att de handlar svenskproducerad mat för att gynna trakten, bygden och lokala producenter (77 %), samt för att gynna svenskt lantbruk (76 %) och svensk ekonomi (51 %).
- Män anger i större utsträckning att de handlar svenskproducerad mat för att gynna svenskt lantbruk (78 %) och svensk ekonomi (54 %), medan kvinnor anger i högre grad att de gör det av miljö- och klimatskäl (69 %), samt för att de vill vara säkra på att få nyttig och säker mat (57 %).
- Viljan att gynna trakten, bygden och lokala producenter är allra störst i Norrland (84 %), följt av Småland och öarna (83 %).



# Kvaliteten på svenskproducerade livsmedel

FRÅGA: Vad tycker du generellt om kvaliteten på livsmedel som produceras i Sverige?

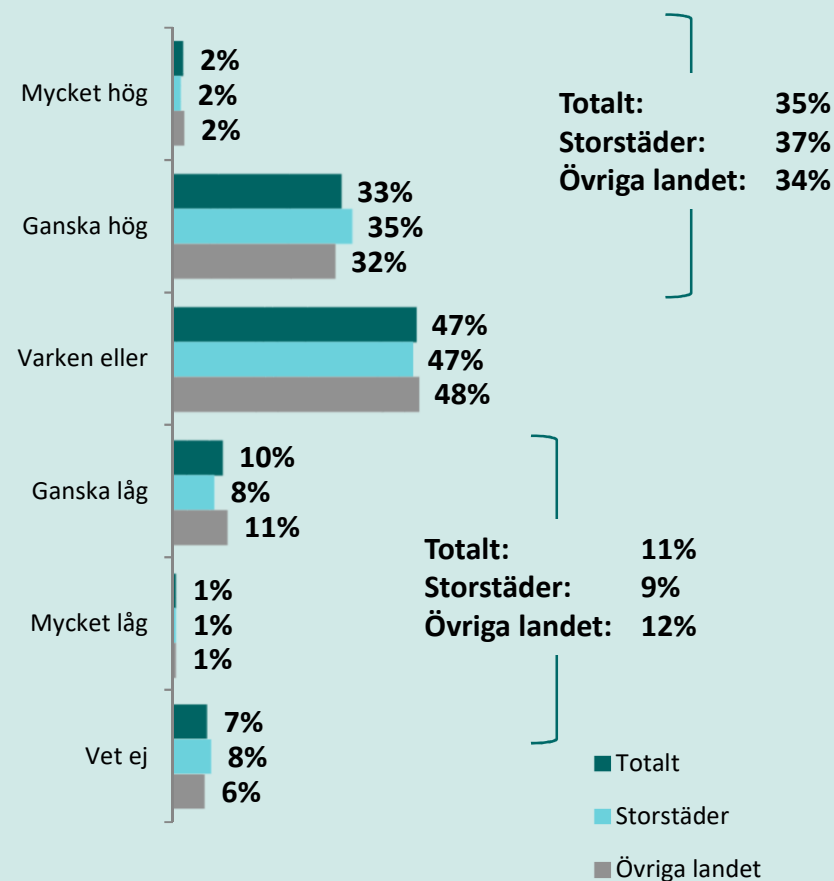
- Drygt 9 av 10 (93 %) anser att kvaliteten på svenska livsmedel är ganska eller mycket hög.
- Inga signifikanta skillnader i undergrupper.



# Kvaliteten på utländska livsmedel

FRÅGA: Vad tycker du generellt om kvaliteten på livsmedel som produceras utanför landets gränser?

- Dryg tredjedel (35 %) anser att de tycker att kvaliteten på livsmedel som produceras utanför landets gränser är mycket eller ganska hög.
- Män anser i större utsträckning att utländska livsmedel har mycket eller ganska hög kvalitet (39 %). Även lika många universitetsutbildade och barnfamiljer (39 %) anser detta.

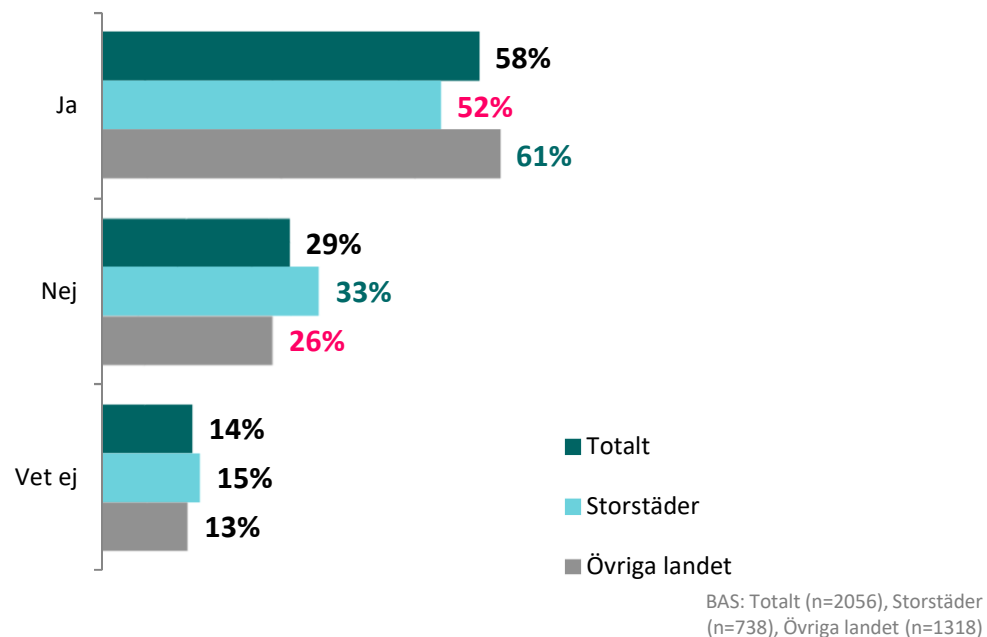


BAS: Totalt (n=2056), Storstäder (n=738), Övriga landet (n=1318)



# Betalningsviljan för svenskproducerade livsmedel

FRÅGA: Är du sedan pandemin startade beredd att betala mer för livsmedel du vet är producerade i Sverige?

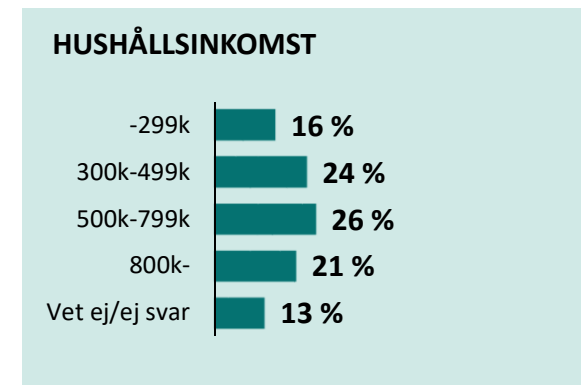
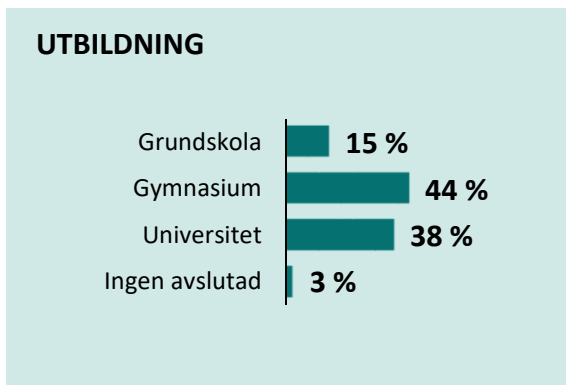
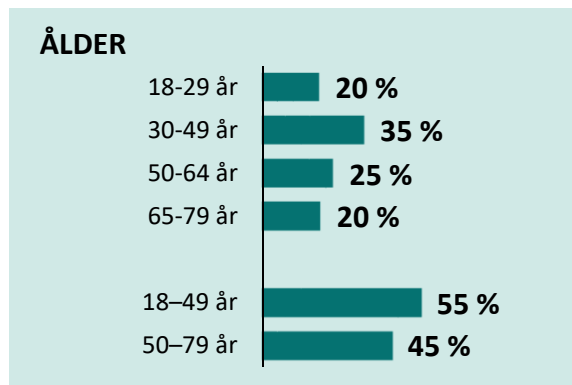
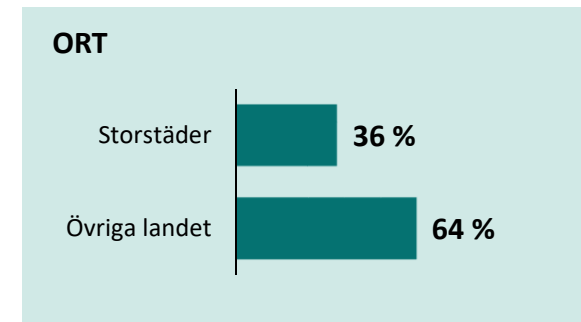
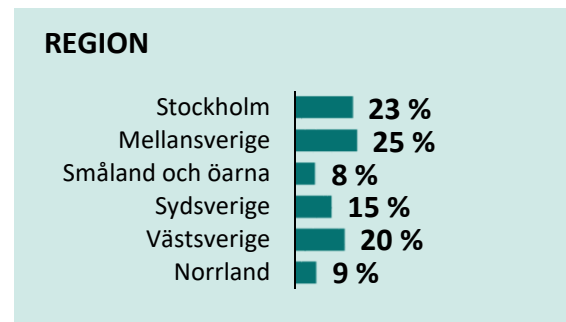
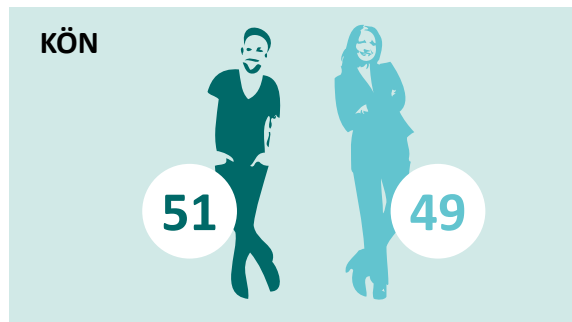


- 6 av 10 (58 %) uppger att de är beredda att betala mer för svenskproducerade livsmedel sedan pandemin startade.
- Boende utanför storstäder anger i högre grad att de är beredda att betala mer för livsmedel som de vet är producerade i Sverige (61 %), jämfört med genomsnittet.
- Stockholmarna anger i större utsträckning att de inte är beredda betala mer för svenskt producerade livsmedel (35 %).

# Bakgrund

---

# Bakgrund



BAS: Samtliga (n=2056)

# Vi på Novus älskar frågor

## Kontakter på Novus

### Client Development Advisor

Ieva Englund

**Mobil:** 072-070 04 10

**E-post:** [ieva.englund@novus.se](mailto:ieva.englund@novus.se)



### Research Manager

Siobhán Hogan

**Mobil:** 070-217 52 30

**E-post:** [siobhan.hogan@novus.se](mailto:siobhan.hogan@novus.se)



### Researcher

Emil Lundin

**Mobil:** 072-070 04 32

**E-post:** [emil.lundin@novus.se](mailto:emil.lundin@novus.se)

# Kort om Novus Sverigepanel

Novus Sverigepanel består av ungefär 50 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–79 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälps genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet vikts.

Vi vårdar vår panel väl genom s.k. panelmanagement. Det innebär bl.a. att vi ser till att man inte kan delta i för många undersökningar under en kort period, inte heller i flera liknande undersökningar. Vi har också ett system för belöningar till panelen.



## Undersökningsgenomförande

Ett urval ur panelen dras. Dessa får en inbjudan till undersökningen via e-post. Inbjudan innehåller information om hur lång tid undersökningen tar att besvara, sista svarsdatum samt en länk som man klickar på för att komma till frågeformuläret. Man kan besvara alla frågor på en gång alternativt göra paus och gå tillbaka till frågeformuläret vid ett senare tillfälle.

När datainsamlingen är klar påbörjas databearbetningen. Därefter produceras tabeller och en rapport sammanställs.

Fråga gärna efter mer information kring vårt panelmanagement!



## Kort om kvalitet i webbpaneler

**Novus Sverigepanel håller hög kvalitet. Vi genomför kontinuerligt kvalitetskontroller och valideringar av både panelen och de svar som paneldeltagarna ger.**

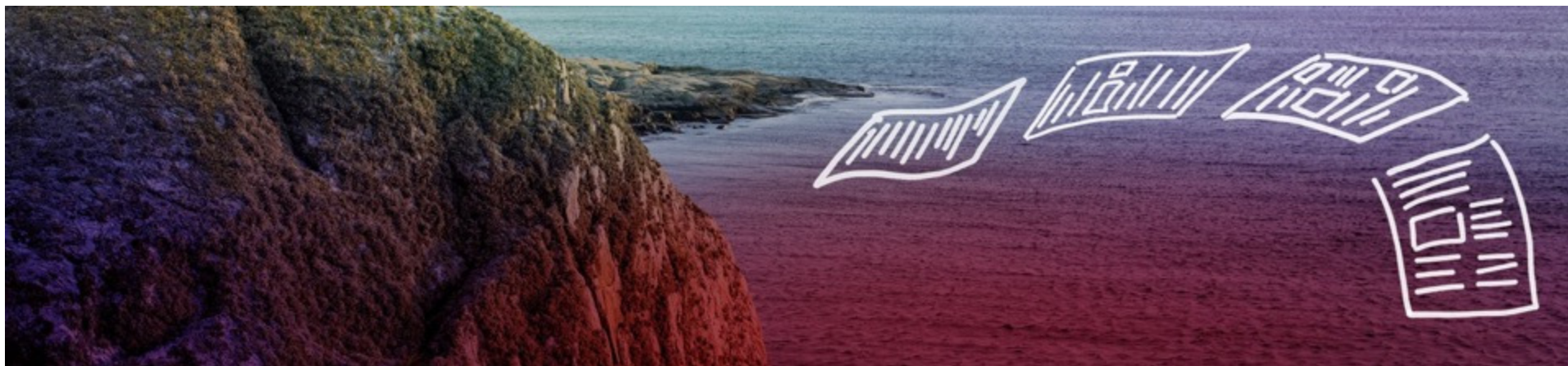
I jämförande studier (andra webbpaneler) har vi konstaterat att panelisterna i Novus panel tar längre tid på sig för att svara på frågor och att det finns en logik i svaren (exempel: om man tycker om glass och choklad, då tycker man också om chokladglass). I de självrekryterade panelerna ser vi inte denna logik i samma utsträckning.

Vi ser också att våra panelister har ett mer "svensson-beteende" än självrekryterade paneler, där man i är bl.a. väldigt internetaktiv.

Novus panelister får i snitt 12 undersökningar per år, vilket är betydligt färre undersökningar än i många andra paneler, och ger en högre kvalitet i genomförandet. En annan mycket viktig kvalitetsaspekt är att ange deltagarfrequens (svarsfrekvens) vilket är ett krav enligt samtliga branschorganisationer.

**Några viktiga checkpoints när man genomför webbundersökningar i paneler:**

- Panelen ska vara slumpmässigt rekryterad för att kunna spegla verkligheten.
- Undersökningsföretaget ska alltid kunna redovisa deltagarfrequens för varje enskild undersökning.
- Panelisterna ska inte vara proffstyckare, dvs. få för många undersökningar. Får man fler än två per månad finns risken att man blir proffstyckare och svarar på undersökningen av fel skäl.
- Panelen ska skötas med ett bra panelmanagement avseende belöningar, validering av svar osv.
- Tid för fältarbetet (genomförandet av intervjuer) ska alltid redovisas och helst innehålla både vardagar och helgdagar.



## Publiceringsregler

---

Novus varumärke är en garant för att en undersökning har gått rätt till och att slutsatserna kring densamma är korrekta utifrån målet med undersökningen.



Enligt internationella branschregler (ESOMAR) är Novus som undersökningsföretag ansvariga för att våra undersökningar tolkas rätt vid första publicering.

**ESOMAR**<sup>'21</sup>  
| corporate

För att säkerställa att våra undersökningar presenteras på ett korrekt sätt ber vi alltid att få se den text som skrivs med syfte att publiceras där Novus undersökningar omnämns.

Novus förbehåller sig rätten att korrigera felaktiga siffror och tolkningar som har publicerats.