

# Svenskproducerad mat

---

Kontakt: Sofie Essayh

Kontakt på Novus: Charlotte Stenbäck

Datum: 26 oktober 2018



Landshypotek Bank

 **NOVUS**



# Bakgrund och Genomförande

## BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av Landshypotek Bank. Syftet med undersökningen är att ta reda på allmänhetens inställning till svenskproducerad mat.

## MÅLGRUPP

Svenska allmänheten



Ålder:  
18-79 år

## GENOMFÖRANDE

Antal intervjuer:

1 024

Fältperiod 18 - 24  
oktober 2018

Deltagarfrekvens:

59%

Deltagarfrekvensen är 59%. Det finns inget som tyder på att bortfallet skulle snedvrída resultatet, utan undersökningen är åsiktmässigt representativ för den grupp som skulle undersökas, och de slutsatser som presenteras i undersökningen gäller hela populationen.

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

Undersökningen är genomförd via webbintervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade och representativa Sverigepanel.

## RESULTAT

Resultaten för allmänheten levereras i en diagramrapport. Markerade signifikanta skillnader i rapporten är jämfört mot totalen (kön, ålder, utbildning, hushållsinkomst och region). Resultatet är efterstratifierat.

## FELMARGINAL

Vid 1 000 intervjuer:

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

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

Vid 5000 intervjuer:

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

Vid utfall 50/50: +/- 1,4%



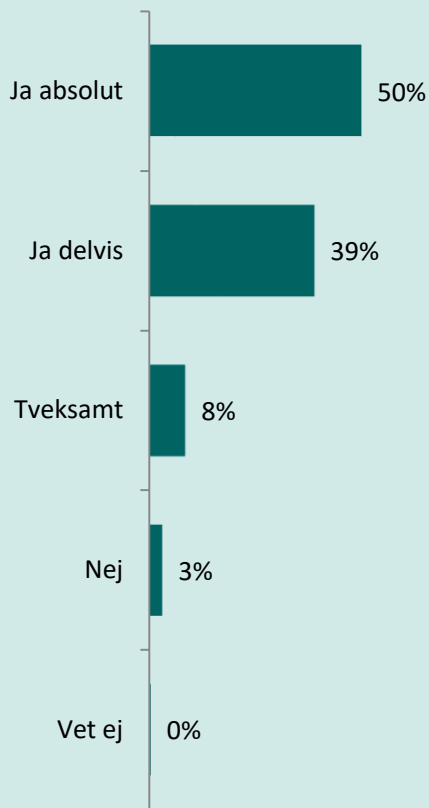
# Resultat

---

# Nästan 9 av 10 kan tänka sig att betala mer för svenskproducerad mat

---

FRÅGA: Kan du tänka dig att betala mer för svenskproducerad mat som t.ex kött, mejerivaror och frukt och grönt



BAS: Samtliga (n= 1 024)

**JA**

Kvinnor  
**90%**

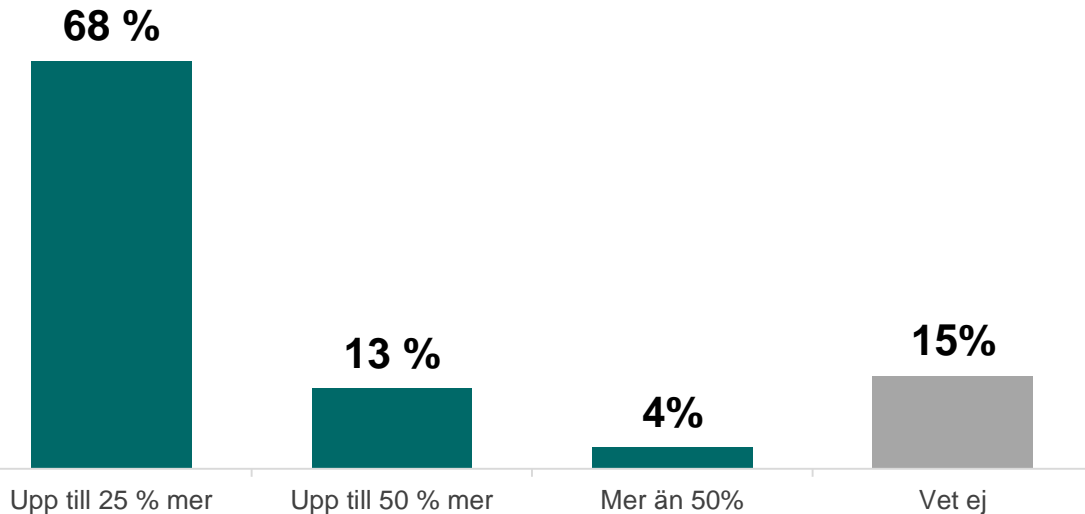
18-29 år  
**92%**

Boende i Norrland  
**97%**

Hushållsinkomst  
600´ eller mer  
**92%**

# Drygt 2 av 3 kan tänka sig att betala upp till 25% mer för svenskproducerat kött

FRÅGA: Hur mycket mer kan du tänka dig att betala för svenskproducerat kött?



BAS: Kan tänka sig att betala mer för svenskproducerad mat (n= 902)

## Signifikanta skillnader mot totalen

### Upp till 25% mer

- Män (72%)
- 50-64 år (74%)

### Upp till 50% mer

- 18-29 år (25%)
- Boende i Mellansverige (17%)
- Hushållsinkomst 600' eller mer (17%)

### Mer än 50%

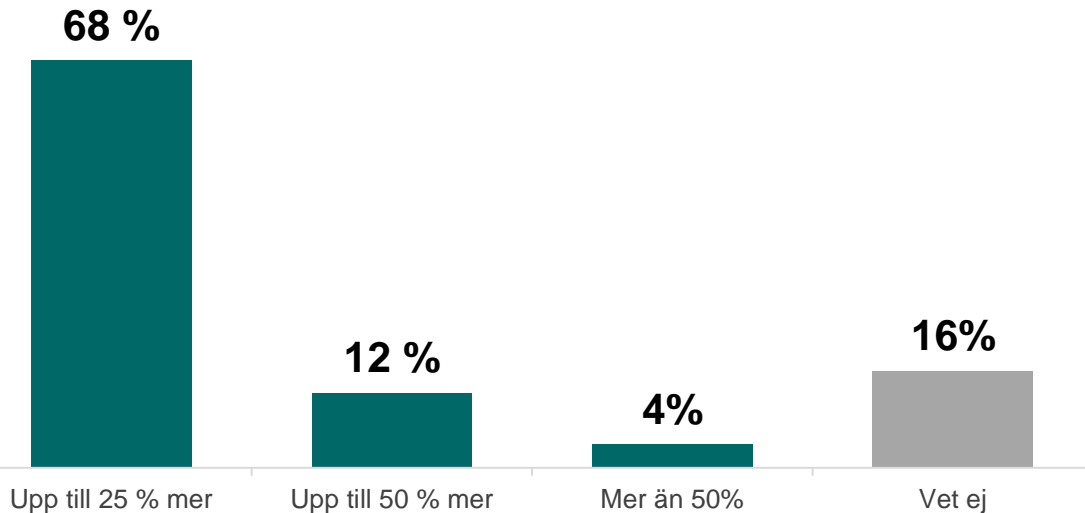
- Boende i Stockholm (6%)

### Vet ej

- Kvinnor (19%)
- 65-79 år (21%)

# Drygt 2 av 3 kan tänka sig att betala upp till 25% mer för svenskproducerade mejerivaror

FRÅGA: Hur mycket mer kan du tänka dig att betala för svenskproducerade mejerivaror?



BAS: Kan tänka sig att betala mer för svenskproducerad mat (n= 902)

## Signifikanta skillnader mot totalen

### Upp till 25% mer

- Män (72%)
- 50-64 år (74%)

### Upp till 50% mer

- 18-29 år (19%)
- Boende i Norrland (22%)
- Hushållsinkomst upp till 200' (23%)

### Mer än 50%

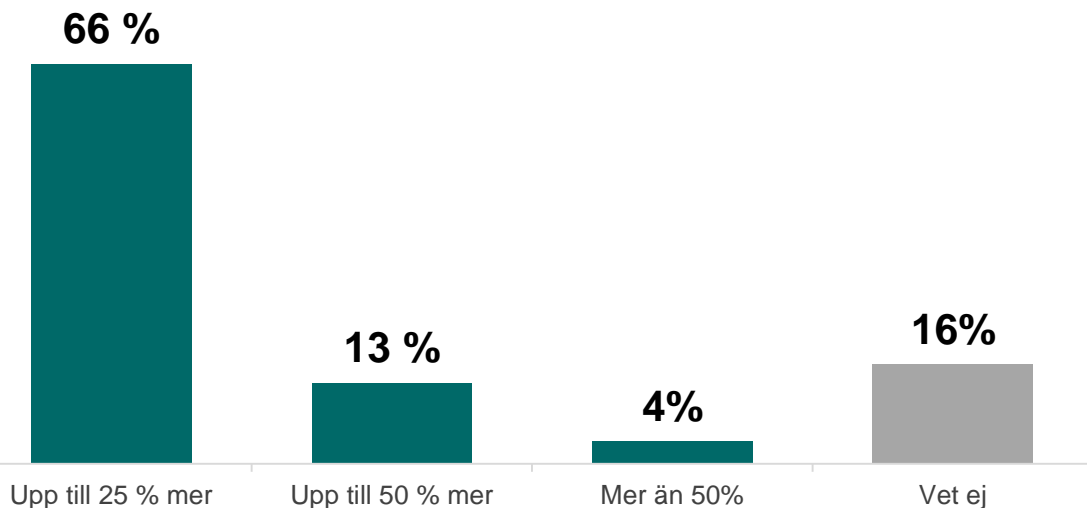
- Högskola/universitet utbildade (7%)
- Hushållsinkomst 600' eller mer (6%)
- Boende i Stockholm (7%)

### Vet ej

- Kvinnor (19%)
- 65-79 år (22%)
- Hushållsinkomst 200'-399' (20%)

# 2 av 3 kan tänka sig att betala upp till 25% mer för svenskproducerad frukt och grönsaker

FRÅGA: Hur mycket mer kan du tänka dig att betala för svenskproducerad frukt och grönsaker?



BAS: Kan tänka sig att betala mer för svenskproducerad mat (n= 902)

## Signifikanta skillnader mot totalen

*Upp till 25% mer*

- Män (70%)

*Upp till 50% mer*

- 18-29 år (21%)
- Boende i Stockholm (19%)

*Vet ej*

- 65-79 år (23%)
- Boende i Mellansverige (22%)

# För drygt 4 av 10 har betalningsviljan ökat på grund av sommarens torka

FRÅGA: Har din betalningsvilja för svenskproducerade livsmedel förändrats på grund av sommarens torka?



BAS: Kan tänka sig att betala mer för svenskproducerad mat (n= 902)

## JA, betalningsviljan har ökat

Kvinnor  
49%

65-79 år  
62%

Hushållsinkomst 400' – 599'  
55%




# Kort sammanfattning

---


Nästan 9 av 10 kan tänka sig att betala mer för svenskproducerad mat

Drygt 2 av 3 kan tänka sig att betala upp till 25% mer för svenskproducerat kött, svenskproducerade livsmedel och svenskproducerad frukt och grönsaker

För drygt 4 av 10 har betalningsviljan ökat på grund av sommarens torka



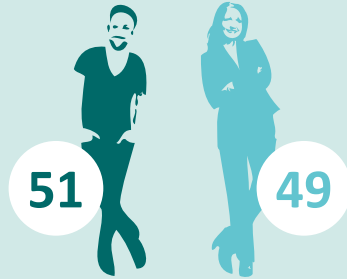
9 av 10 kan tänka sig att betala mer för svenskproducerad mat



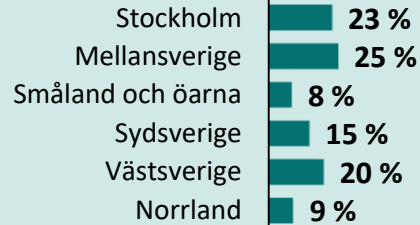
Drygt 2 av 3 kan tänka sig att betala upp till 25% mer

# Bakgrund

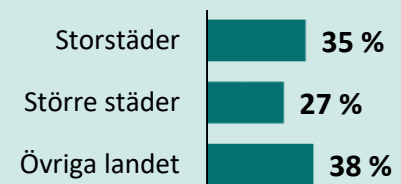
## KÖN



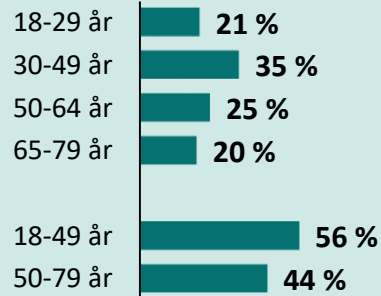
## REGION



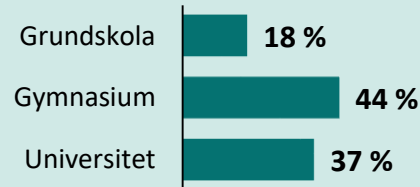
## ORT



## ÅLDER

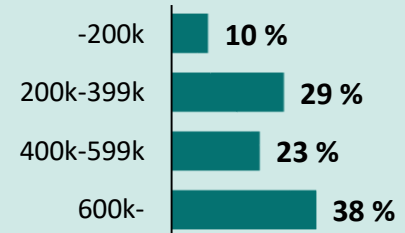


## UTBILDNING



BAS: Samtliga (n=1 024)

## HUSÅLLSINKOMST



# Kort om Novus Sverigepanel

Novus Sverigepanel består av ungefär 40 000 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 viktas.

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!



## 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>'18</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 korrigerera felaktiga siffror och tolkningar som har publicerats.