

PEDAGOGISKA RAPPORTER

Läser och förstår konsumenter texter och symbolmärkning om
näring och hälsa på livsmedelsförpackningar?

Eva Svederberg
Nils-Georg Asp
Anita Laser Reuterswärd
Lennart Svensson

Svederberg, E. Asp, N-G., Laser Reuterswärd, A. & Svensson, L. (2002). *Läser och förstår konsumenter texter och symbolmärkning om näring och hälsa på livsmedelsförpackningar*. (Pedagogiska rapporter 78). Lund: Pedagogiska institutionen, Lunds universitet.

Sammanfattning

Bakgrund: Ur ett folkhälsoperspektiv lika väl som ur ett marknadsföringsperspektiv är det viktigt att konsumenter använder sig av texter och symboler på livsmedelsförpackningar för att bedöma det aktuella livsmedlets hälsomässiga fördelar. Undersökningar har dock visat att många konsumenter varken läser eller förstår sådana texter och symboler.

Syfte: Studiens syfte var att undersöka i vilken utsträckning konsumenter använder text om näring och innehåll vid inköp, samt deras förståelse och användning av nyckelhålmärkningen. Syftet var också att undersöka konsumenters bedömning av vissa egenskaper hos livsmedlen samt deras förtroende för olika källor för information.

Material och metod: Undersökningen omfattade en enkätundersökning bland ett slumpmässigt urval konsumenter i åldern 25-64 år i Eslövs kommun i mellersta Skåne (n=449, svarsfrekvens 65 procent). För bearbetningen av enkätdata användes SAS system, version 6.12.

Resultat: Undersökningens deltagare visade sig ha stort förtroende för texten på förpackningar som källa för information om livsmedel och hälsa. Personer som väljer specifika livsmedel, t.ex. mjölk eller fil som innehåller bakterier som är bra för magen och bordsmargarin med högt innehåll av omättat fett, gör medvetna val. Vidare visade resultaten att kvinnor i större utsträckning än män läser information om näringsvärde och ingredienser på livsmedelsförpackningar. Det är även kvinnor som i första hand köper lättprodukter och kostfibrerika produkter. Det finns klara samband mellan användning av nyckelhålmärkningen och inköp av t.ex. lättmjölk, minimjölk och vissa lättmargariner. Många konsumenter, särskilt bland män, äldre och personer med högst gymnasieutbildning, känner dock inte till vad nyckelhålssymbolen står för. Vidare visade resultaten att ekologiskt producerade livsmedel har mycket låg prioritet. Det är företrädesvis personer med postgymnasial utbildning som väljer sådana livsmedel.

Konklusion: Livsmedelsförpackningens trovärdighet som källa för information om livsmedel och hälsa utgör ett förtroendekapital väl värt att utveckla. Det finns anledning att i större utsträckning vara lyhörd för kunskapsbehov hos de konsumenter som i mindre utsträckning söker information och som därför har mindre förutsättningar att göra informerade val. För att främja konsumenternas lärande och förståelse för nyckelhålssymbolen behöver den kompletteras med en text, t.ex. "låg fetthinnehåll" resp. "hög kostfiberinnehåll".

Förord

Forskningsprojektet ”Konsumenters tänkande om påståenden kring näring och hälsa i märkning och marknadsföring av livsmedel” påbörjades i januari 1998 och avslutades år 2002. Projektet har huvudsakligen finansierats av KLIV (Kunskapsplattform för livsmedelsbranschen). Finansiellt bidrag till projektet har även lämnats från Pedagogiska institutionen, Lunds universitet och Högskolan Kristianstad. Christina Slaus och Ola Sjöholm vid Slaus Data Management i Staffantorp har hjälpt oss med bearbetningen av enkätdata.

Lund, den 16 december 2002

Eva Svederberg
Nils-Georg Asp
Anita Laser Reuterswärd
Lennart Svensson

Innehållsförteckning

1. Inledning	7
2. Litteraturgenomgång	8
Syfte	9
3. Population och urval	10
4. Material och metod	11
Enkäten	11
Svar och bortfall	12
Databearbetning	14
5. Resultat	15
Livsmedelsrelaterade erfarenheter	15
Inköp av mjölk och bordsmargarin/smör	21
Läsvanor och inköpsvanor	23
Symbolmärkningen nyckelhålet	24
Viktiga egenskaper hos maten	27
Förtroende för olika informationskällor	28
6. Diskussion	30
Metod	30
Resultat	30
Konklusion	34
Referenser	35
Bilagor	
1. Enkät	39
2. Följebrev	51

Tabeller

Tabell 1	Antal invånare 25-44 år och 45-64 år i Eslövs kommun.	10
Tabell 2	Urval, totalt och uppdelat på kön.	10
Tabell 3	Svar och bortfall uppdelat på kön.	12
Tabell 4	Svar och bortfall uppdelat på ålder och kön.	12
Tabell 5	Svar och bortfall uppdelat på ålder och civilstånd.	13
Tabell 6	Utbildning och förvärvsarbete inom livsmedelsområdet, samt uppvuxen på lantbruk.	18
Tabell 7	Fördelning av hur ofta deltagarna handlar mat, lagar mat hemma och äter lunch ute under arbetsveckan.	20
Tabell 8	Svar på frågan "Brukar du köpa bordsmargarin (smör) till bröd därför att det finns information på paketet att det har högt innehåll av omättat fett.	23
Tabell 9	Läsvanor om näringsvärde och ingredienser, samt köpvanor vad gäller fiberrika och fettsnåla produkter.	23
Tabell 10	Användning av nyckelhålmärkningen vid inköp.	26
Tabell 11	Köp av ekologiskt producerade livsmedel.	28
Tabell 12	Brukar köpa ekologiskt eller naturenligt producerade livsmedel. Skillnader utifrån utbildningsnivå.	28

Figurer

Figur 1	Andel hälsoproblem av visst slag som angavs som skäl för restriktioner i livsmedelsvalen inom familjen.	16
Figur 2	Deltagarnas läsvanor vad gäller böcker och artiklar om hälsosam mat.	17
Figur 3	Deltagarnas läsvanor vad gäller recept om god mat och vackra dukningar.	18
Figur 4	Fördelning på näringsgrenar bland dem som angett att de arbetar inom livsmedelsområdet.	19
Figur 5	Andel av respektive sorts mjölk som köps.	21
Figur 6	Andel av respektive sorts smörgåsmargarin/smör som köps.	22
Figur 7	Nyckelhålssymbolen.	24
Figur 8	Staplarna visar hur stor andel som svarat med de olika alternativen på frågan om vad nyckelhålssymbolen betyder.	25
Figur 9	Medelvärden för viktiga egenskaper hos den mat som köps.	27
Figur 10	Medelvärden för förtroendet för information om mat och hälsa från olika informationskällor.	29

1 Inledning

Målsättningen med forskningsprojektet var att få en helhetsbild av konsumenters sätt att resonera och agera utifrån tidigare erfarenheter och lärande, för att förbättra förutsättningarna för en konsumentanpassad utformning av framför allt påståenden kring näring och hälsa i märkning och marknadsföring av livsmedel. Utgångspunkten var att konsumenten är en, i relation till egna utgångspunkter och prioriteringar, aktivt tänkande och agerande individ för vilken mat är något som utgör en betydelsefull del av livet.

Projektet omfattade tre delar; en enkätundersökning, en intervjuundersökning samt utvecklingsarbeten vad gäller de metodiska ansatserna vid bearbetning av enkät- resp. intervjudata. Inklusiv denna rapport, har projektet resulterat i fem vetenskapliga publikationer och en populärvetenskaplig artikel. Den första publikationen var en litteraturoversikt, vilken ger en helhetsbild över kunskapen om konsumenters användning och förståelse av text kring näring och hälsa på livsmedelsförpackningar (Laser Reuterswärd & Svederberg 1999). Resultat från enkätundersökningen har, förutom i denna rapport, presenterats i en artikel där samband mellan konsumenters livsmedelsrelaterade erfarenheter och deras användning av information på livsmedelsförpackningar redovisas (Svederberg, Gustafsson, Asp, Laser Reuterswärd & Svensson 2002a). Resultaten i artikeln grundar sig på användning av en form av regressionsanalys benämnd strukturell ekvationsmodellering (SEM) (Gustafsson & Stahl 1997), vilken hittills i begränsad utsträckning använts inom konsumentforskning. Artikeln är på så sätt även en redovisning av ett utvecklingsarbete vad gäller bearbetning av enkätdata inom området konsumentnära livsmedelsforskning.

Intervjuundersökningen, vilken bygger på enkätundersökningen, syftade till att undersöka hur livsmedelsrelaterade erfarenheter kommer till uttryck i konsumenters tänkande om påståenden kring näring och hälsa. Denna undersökning har resulterat i en artikel (Svederberg 2001) och en rapport (Svederberg 2002b). I artikeln beskrivs hur analysarbetet genomfördes utifrån metodologin kontextuell analys, samt hur datorstöd (Atlas.ti) användes i analysarbetet. Artikeln är en redovisning av ett utvecklingsarbete vad gäller användning av datorstöd vid kontextuell analys av intervjudata. Intervjuundersökningens resultat beskrivs i den ovan nämnda rapporten (Svederberg 2002b). En populärvetenskaplig artikel, där huvudsakligen resultat ur intervjuundersökningen presenteras, har publicerats i tidskriften Livsmedelsteknik (Svederberg 2002c) Resultat från forskningsprojektet har även redovisats vid seminarier, konferenser och kongresser vid ett 10-tal tillfällen.

Den här aktuella rapporten omfattar huvudsakligen en deskriptiv redovisning av enkätundersökningen.

2 Litteraturgenomgång

Att konsumenterna informerar sig om livsmedelsprodukters näringsinnehåll vid inköp, och att de förstår innebörden i text kring näring och hälsa på livsmedelsförpackningar är av stort intresse, dels ur folkhälsosynpunkt, dels ur marknadsföringssynpunkt. Ur folkhälsosynpunkt handlar det om att konsumentanpassad utformning av information om näringsinnehåll och samband mellan mat och hälsa vid marknadsföring av livsmedel kan underlätta konsumentens val av hälsomässigt fördelaktiga produkter och därmed bidra till bättre matvanor. Ur marknadsföringssynpunkt talar alltmer för att hälsoaspekter i ökande utsträckning utgör ett framträdande köpargument vid köp av livsmedel för allt större konsumentgrupper.

Ett flertal undersökningar har gjorts om i vilken utsträckning konsumenter läser text om näringsvärde och ingredienser på livsmedelsförpackningar. Resultaten visar bl.a. att fler kvinnor än män och fler personer med postgymnasial utbildning än personer med högst gymnasieutbildning läser näringsinformation och ingrediensförteckningar (Bender & Derby 1992, Gutrie, Fox, Cleveland & Welsh 1995, Wang, Fletcher & Carley 1996, Kreuter, Brennan, Scharff & Lukwago 1997, Nyaga, Lipinski & Savur 1998, Neuhouser, Kristal, Levy & Patterson 1999). De angivna studierna visar även att medvetenhet om matens betydelse för hälsan medverkar till att man läser text om näringsvärde och ingredienser.

Flera studier har dock visat att konsumenters förståelse av näringsinformationen och de begrepp som används i denna är låg (Daly 1976, Heimbach 1982, Schapira et al. 1990, Michel, Korslund, Finan & Johnson 1994, Reid & Hendricks 1994). En studie av Fullmer, Geiger och Parent (1991) visar att även konsumenters förståelse av påståenden kring näring och hälsa på livsmedelsförpackningar är låg och att många tenderar att misstolka helheten i budskapet.

Behov av forskning för att förbättra förutsättningarna för konsumenterna att förstå information kring näring och hälsa på livsmedelsförpackningar har bl.a. uppmärksammats av Heimbach (1982), Michel et al. (1994), Taylor (1995), Shank, Carson och Glinsmann (1996) och Svederberg (1997). Sammanfattningsvis visar resultat från tidigare undersökningar att användningen av information kring näring och hälsa på livsmedelsförpackningar är olika i olika konsumentgrupper, samt att det finns brister i förståelsen av informationen. För en fylligare beskrivning av konsumenters användning och förståelse av text kring näring och hälsa på livsmedelsförpackningar, hänvisas till den i inledningen nämnda litteraturoversikten av Laser Reutersvärd och Svederberg (1999).

Den nyckelhålssymbol, vilken kan användas på industriförpackade livsmedel i Sverige sedan 1989, indikerar att livsmedlet i fråga har lågt fetthinnehåll eller högt kostfiberinnehåll jämfört med andra livsmedel i samma livsmedelsgrupp (Bruce 1997). Undersökningar visar att flertalet konsumenter generellt sett känner till nyckelhålssymbolens innebörd (Enghardt 1992, Becker & Enghardt 1994, Larsson & Lissner 1996, Lindblom, Janlert, Karlsson, Waldau & Weinehall 1997, Larsson, Lissner & Wilhelmssen 1999). Därvid förstår yngre generellt sett nyckelhålssymbolens innebörd bättre än äldre (Enghardt & Becker 1992), och yngre kvinnor

bättre än äldre kvinnor (Larsson & Lissner 1996). Förståelsen av nyckelhålets innebörd är större bland kvinnor än bland män (Becker & Enghardt 1994, Larsson, Lissner & Wilhelmsen 1999). Becker & Enghardt (1994) har i sin enkätundersökning från 1993 även bl.a. visat att 23 procent av deltagarna alltid/ofta väljer nyckelhålmärkt mjölk, och att 21 procent alltid/ofta väljer nyckelhålmärkt bordsmargarin.

Ekologiskt producerade livsmedel, vilka bl.a. producerats utan användning av handelsgödsel och bekämpningsmedel, kan KRAV-märkas. KRAV-märkningen innebär att livsmedlet kommer från en produktion som är kontrollerad och godkänd av KRAV (Kontrollföreningen för ekologisk produktion) (KRAV 2002). En studie av Magnusson, Arvola, Koivisto Hursti, Åberg och Sjödén (2001) visar att konsumenters attityd till ekologiskt producerade livsmedel generellt sett är positiv, speciellt bland kvinnor och yngre. Studien visade vidare att 8 procent av deltagarna brukade köpa ekologiskt producerad mjölk alltid/ofta, vilket Magnusson et al. (2001) bedömer som lite i relation till den generellt sett positiva attityden till ekologiskt producerade livsmedel. I samma studie ingick även en bedömning av en rad viktiga kriterier vid inköp av livsmedel. God smak kom därvid på första plats och ekologiskt producerad på sista plats. Detta paradoxala resultat har även visats i en tidigare studie av Sjöberg (1996), där frågan likaså gällde att gradera en rad viktiga egenskaper hos maten. Ekologiskt producerad mat kom därvid, i enkäten benämnd alternativodlad mat, på sista plats.

Syfte

Den allmänna frågeställning som låg till grund för forskningsprojektet var hur konsumenters livsmedelsrelaterade erfarenheter och bakgrund kommer till uttryck i deras användning och förståelse av information om näring och innehåll på livsmedelsförpackningar. Med denna frågeställning som grund formulerades följande syfte för den del av forskningsprojektet som ingår i denna rapport.

Syftet var att undersöka i vilken omfattning konsumenter med olika bakgrund läser, förstår och använder text om näring och innehåll vid inköp, samt deras förståelse och användning av nyckelhålmärkningen. Syftet var också att undersöka konsumenters bedömning av vissa egenskaper hos maten samt deras förtroende för olika informationskällor.

3 Population och urval

En utgångspunkt för val av population för forskningsprojektets genomförande var att det skulle genomföras i en kommun med en, i jämförelse med riket, genomsnittlig befolkningsammansättning. De kriterier som därvid användes var andel folkmängd efter kön, ålder och medborgarskap (Befolkningsstatistik 1996. Del 3. Tabell 4.1) samt utbildningsnivå (Folk- och bostadsräkning. Del 6. Inkomst och utbildning. Tabell 22). Av praktiska skäl, framför allt med tanke på intervjuundersökningen, valdes en kommun i Skåne. Innan beslut om lämplig kommun fattades, konsulterades projektledningen för butiksprojektet ”Maten i Skåne” för att få uppgift om vilka kommuner som varit ”medelbra” när det gäller uppslutningen kring detta projekt. Efter att ha sammanvägt samtliga kriterier, föll valet på Eslövs kommun i mellersta Skåne. Eslövs kommun hade då projektet påbörjades 28 525 invånare (SCB 1997). Kommunen ligger i ett utpräglat jordbruksområde och näringsverksamheten domineras av livsmedelsindustri, varav Procordia Food AB är den största.

Undersökningen genomfördes i två åldersgrupper, 25-44 år och 45-64 år. I åldersgruppen 25-44 år bor 7626 personer i Eslövs kommun och i åldersgruppen 45-64 år 6920 personer (SCB 1997). I båda åldersgrupperna finns en liten överrepresentation av män.

Tabell 1. Antal invånare 25-44 år och 45-64 år i Eslövs kommun. (SCB 1997)

Ålder	Totalt	Därav efter kön	
		Män	Kvinnor
25-44 år (f.1954-1973)	7 626	3 881	3 745
45-64 år (f. 1934-1953)	6 920	3 579	3 341
Totalt:	14 546	7 460	7 086

Deltagarna i undersökningen valdes genom ett obundet slumpmässiga urval i populationen. Undersökningsgruppen bestod av 449 personer, varav 225 resp. 224 i de båda åldersgrupperna. I tabell 2 framgår att urvalet resulterade i något fler kvinnor än män i den yngre åldersgruppen, trots en överrepresentation av män i populationen.

Tabell 2. Urval, totalt och uppdelat på kön.

Ålder	Urval, totalt och uppdelat på kön		
	Totalt	Män	Kvinnor
25-44 år (f 1954-1973)	225	105	120
45-64 år (f 1934-1953)	224	116	108
Totalt:	449	221	228

4 Material och metod

Enkäten

Utgångspunkten vid utformningen av enkäten var vilka kunskaper om konsumenters överväganden vid inköp av livsmedel som är möjliga att få svar på i en enkätundersökning och vad som bedömdes vara bättre att vänta med till intervjuundersökningen. I samband med denna bedömning gjordes också överväganden om lämpliga frågeområden i enkätundersökningen.

I slutfasen av arbetet med utformningen av enkäten, inhämtades synpunkter från tio personer som motsvarade variationen i den planerade undersökningsgruppen, dels med tanke på ålder, kön och utbildningsnivå, dels med tanke på om man vuxit upp i eller utanför Sverige. Var och en fick därvid, i projektledarens närvaro, besvara enkäten och under tiden muntligt reflektera kring sin förståelse av frågorna och använda begrepp. Inför den slutliga utformningen av enkäten (*Bilaga 1*) togs stor hänsyn till de synpunkter som kom fram.

I enlighet med syftet, att undersöka och beskriva hur livsmedelsrelaterade erfarenheter kommer till uttryck i konsumenters tänkande och handlande vid val av livsmedel, inleddes enkäten med några frågor som bedömdes vara relevanta i sammanhanget (fråga 1- 9). Därefter följde ett antal frågor om hur konsumenten använder information om näring, symbolmärkningen nyckelhålet och KRAV-märkning vid inköp av mat (fråga 10 - 21). Det tredje frågeområdet handlade om hur konsumenten använder sådan information för val mellan livsmedel i samma produktgrupp (fråga 22-33). Enkätens frågedel avslutades med ett batteri med frågor för att utröna hur viktiga några olika egenskaper hos maten är för konsumenten (fråga 34), samt ett batteri med frågor för att utröna hur stort förtroende konsumenten har för ett antal givna källor med information om mat och hälsa (fråga 35).

Samtliga frågor hade bundna svarsalternativ. För besvarandet av de två avslutande frågorna användes en Likert-skala bestående av ett antal påståenden som den svarande i olika grad kunde instämma i eller ta avstånd ifrån. Sist i enkäten fanns frågor om persondata (kön, födelseår, civilstånd, hemmaboende barn, utbildning och födelseland samt antal år i Sverige).

Enkäterna numrerades inför utskicket och prickades av allt eftersom de kom tillbaka. Utskick av påminnelse kunde på så sätt begränsas till dem som inte hörts av. Det första utskicket av enkäten med följebrev (*Bilaga 2*) gjordes den 24 februari 1998. Två påminnelser, inkl. följebrev och enkät, skickades ut med tre veckors mellanrum, den 17 mars och den 6 april 1998.

Svar och bortfall

Efter det första utskicket och två påminnelser hade 290 av de ursprungligen 449 enkäterna kommit tillbaka, vilket motsvarar en svarsfrekvens på 65 procent. Svar och bortfall analyserades med utgångspunkt från könsskillnader. Tabell 3.

Tabell 3. Svar och bortfall uppdelat på kön

	Kvinnor		Män		Totalt	
	Antal	%	Antal	%	Antal	%
Svar	166	71	124	58	290	65
Bortfall	69	29	90	42	159	35
Totalt:	235	100	214	100	449	100

Som framgår i tabell 3 har kvinnorna betydligt högre svarsfrekvens än männen, 71 procent respektive 58 procent. En jämförelse med tabell 2 visar att det totala antalet kvinnor i urvalet ökat med sju och att antalet män i urvalet minskat i motsvarande grad. Detta betyder att dessa sju kvinnor besvarat enkäten i sina mäns ställe och fyllt i sina egna personuppgifter i slutet av enkäten. Bortfallsanalysen genomfördes efter bearbetningen av data, vilket gjorde att dessa kvinnor inkluderades.

En annan fråga gällde skillnader i svar och bortfall mellan de båda åldersgrupperna totalt sett och om det fanns könsskillnader mellan åldersgrupperna. Tabell 4.

Tabell 4. Svar och bortfall uppdelat på ålder och kön

	Födda 1954-1973 (25-44 år)			Födda 1934-1953 (45-64 år)		
	Kvinnor (n=124) %	Män (n=105) %	Totalt (n=229) %	Kvinnor (n=111) %	Män (n=109) %	Totalt (n=220) %
Svar	74	56	66	67	60	63
Bortfall	26	44	34	33	40	37
Totalt:	100	100	100	100	100	100

Som nämndes ovan, hade sju kvinnor besvarat enkäten i sina mäns ställe. Vid en närmare granskning i samband med analysen av skillnader i svar och bortfall vad gäller könsskillnader mellan åldersgrupperna, visade det sig vara fyra kvinnor i åldersgruppen 25-44 år och tre kvinnor åldersgruppen 45-64 år som besvarat enkäten i sina mäns ställe. De sju män som överlätit till sina hustrur att besvara enkäten visade sig i samtliga fall tillhöra åldersgruppen 45-64 år.

För övrigt kan noteras att åldersgruppen 25-44 år hade en något högre svarsfrekvens än åldersgruppen 45-64 år, 66 procent resp. 63 procent. När det gäller skillnader mellan åldersgrupperna visar det sig att kvinnorna i åldersgruppen 25-44 år hade högre svarsfrekvens än

kvinnorna i åldersgruppen 45-64 år, 74 procent resp. 67 procent och att männen i åldersgruppen 45-64 år hade något högre svarsfrekvens än männen i åldersgruppen 25-44 år, 60 procent resp. 56 procent.

En annan fråga var på vilket sätt svar och bortfall hade samband med civilstånd. Resultatet av genomgången av siffrorna härvidlag redovisas i tabellen nedan. Tabell 5. Det kan därvid noteras att svarsfrekvensen var betydligt lägre i gruppen ensamstående än i gruppen gift/sambo i båda åldersgrupperna.

Tabell 5. Svar och bortfall uppdelat på ålder och civilstånd

	Födda 1954-1973 (25-44 år)			Födda 1934-1953 (45-64 år)		
	Ensamstående (n=72) %	Gift/sambo (n=157) %	Totalt (n=229) %	Ensamstående (n=49) %	Gift/sambo (n=170) %	Totalt (n=219) %
Svar	38	79	66	49	67	63 ¹
Bortfall	62	21	34	51	33	37
Totalt:	100	100	100	100	100	100

Med tanke på att 10 procent av innevånarna i Eslövs kommun är utrikes födda (1997), kan det vara intressant att notera att 11 procent (32 pers.) av dem som besvarat enkäten uppgav att de var utrikes födda.

För att få lite mer ingående kunskaper om bortfallets karaktär, ringde projektledaren till 50 personer ur bortfallsgruppen två veckor efter utskicket av den andra påminnelsen. Detta resulterade i att ytterligare åtta besvarade enkäter kom in. I flera av dessa fall låg den färdig att skicka iväg. Det var bara det sista ledet kvar, att gå med den till brevlådan. Andra hade inte fyllt i den, men skulle ta sig i kragen efter telefonsamtalet. De flesta avsåg dock inte att besvara enkäten av olika anledningar.

När det gäller kvinnorna sade en kvinna att hon kastar allt som liknar reklam. En annan sade att hon visserligen är mycket intresserad av mat, men att numreringen av enkäterna gjorde att hon genast slängde den. Flera sade att de inte vill spilla tid på sådant och en sade att hon inte orkar bry sig. De flesta sade att de inte är intresserade. En enda sade att hon tyckte frågorna var svåra och en kvinna hade ej besvarat enkäten beroende på att hon inte kunde svenska.

De flesta män som inte besvarat enkäten svarade att det är hustrun som har hand om inköpen och att de därför inte kunde svara på frågorna i enkäten. En av männen berättade att han ibland får en lapp av hustrun och handlar vad som står på den. Liksom när det gäller kvinnorna i bortfallet, visade de flesta män i första hand ointresse. En man sade att han av princip inte fyller i enkäter. En man hade nyss flyttat och visste inte var han lagt enkäten och i ett fall var orsaken att mannen ifråga arbetar i Norge och därför sällan är hemma.

Tre enkäter kom av olika skäl tillbaka utan att vara ifyllda. Personuppgifter när det gäller dessa enkäter matades in. De ingår alltså i svarsfrekvensen, men tillhör det interna bortfallet.

¹ Uppgift om civilstånd saknas i ett fall

Anledningen till att enkäten inte fyllts i var i ett av dessa fall att personen ifråga lever på sondnäring (åldersgruppen 45-64 år). I de andra fallen var orsaken i det ena fallet att adressaten större delen av året är bosatt i London och därför sällan eller aldrig handlar mat i Sverige. I det andra fallet kom försändelsen tillbaka med uppgiften "adressaten okänd" (båda åldersgruppen 25-44år).

Databearbetning

De resultat som presenteras i denna rapport härrör från bearbetning av enkätdata med hjälp av statistikprogrammet SAS, version 6.12 (SAS Institute Inc., Cary, NC USA).

Bearbetningen syftade dels till att erhålla en fördelning över deltagarnas svar på frågorna, dels till att finna signifikanta skillnader med utgångspunkt från ålder, kön, utbildningsnivå och utrikes/inrikes födda. Samtliga frågor har genomgått hypotesprövning med χ^2 (Chi-Square). Fischers exakta test användes vid signifikansprövningen vad gäller inrikes/utrikes födda beroende på det relativt låga antalet utrikes födda.

5. Resultat

Under rubriken *Livsmedelsrelaterade erfarenheter* ges inledningsvis en redovisning av svaren på de frågor i enkäten som fokuserade livsmedelsrelaterade erfarenheter, inkl. hälsoproblem som medför restriktioner i livsmedelsvalen (fråga 1-10). Hur några av dessa erfarenheter (fråga 1, 2 och 8) kom till uttryck i deltagarnas användning av näringsinformation, ingredienser och symbolmärkning på livsmedelsförpackningar, och i deras val av livsmedel, har redovisats i den tidskriftsartikel som nämndes ovan (Svederberg et al. 2002a). I denna rapport ger redovisningen av deltagarnas livsmedelsrelaterade erfarenheter en bakgrund mot vilken övriga resultat kan värderas.

Vilka sorters mjölk och bordsmargarin/smör som deltagarna angav att de brukar köpa redovisas under rubriken *Inköp av mjölk och bordsmargarin/smör*. Resultatredovisningen fortsätter med ett avsnitt om *Symbolmärkningen nyckelhålet*. Under denna rubrik redovisas först hur deltagarna förstår symbolmärkningen nyckelhålet. Därefter redovisas i vilken utsträckning deltagarna generellt sett brukar köpa livsmedel som är märkta med nyckelhålet, samt i vilken utsträckning de köper mjölk, matbröd och bordsmargarin märkt med nyckelhålet.

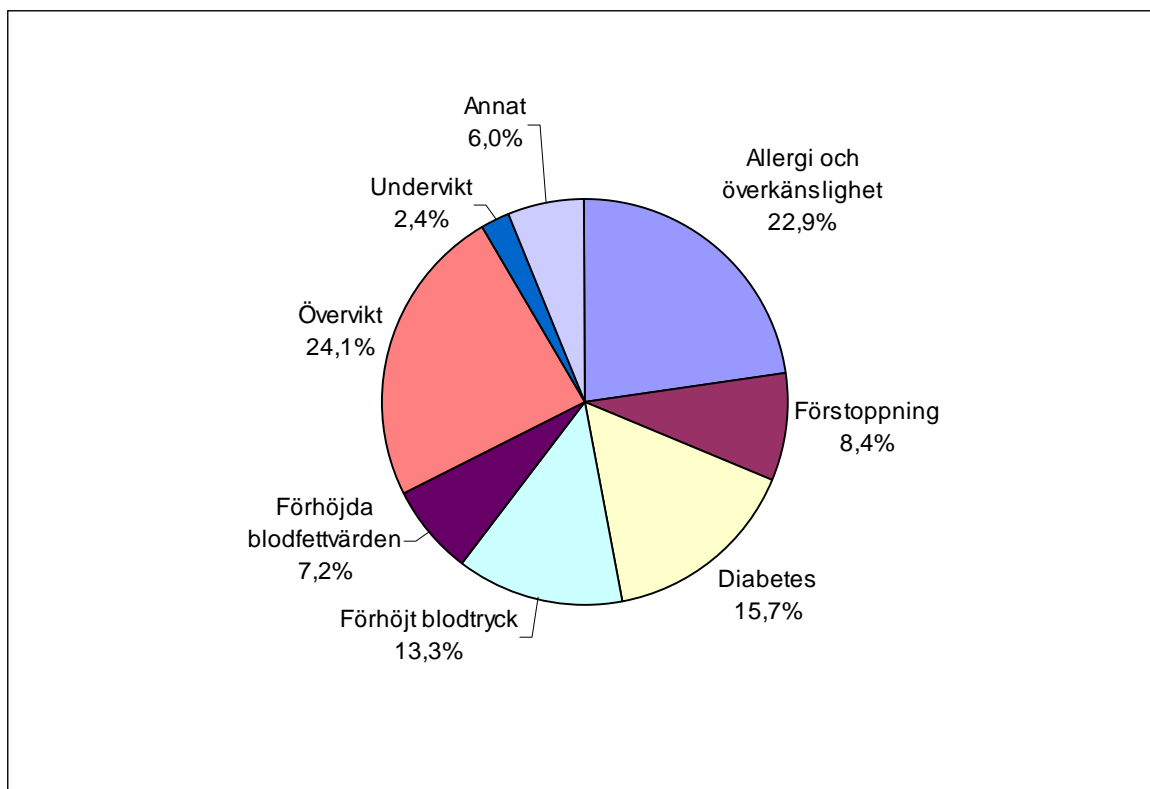
Under rubriken *Viktiga egenskaper hos maten* redovisas hur deltagarna bedömde vissa egenskaper hos maten. I samband med detta, redovisas även hur ofta deltagarna brukade köpa naturenligt eller ekologiskt producerade livsmedel, i vad mån de brukade köpa livsmedel som har KRAV-märkning, samt hur ofta de angav att de brukar köpa mjölk som är märkt "Ekologisk". Hur stort förtroende de deltagande konsumenterna har för olika källor för information om mat och hälsa redovisas därefter under rubriken *Förtroende för olika informationskällor*.

Redovisningen av resultaten är i huvudsak deskriptiv. Förutom bakgrundsvariabeln kön, visade resultaten generellt sett såväl få som små signifikanta skillnader utifrån de aktuella bakgrundsvariablerna kön, ålder, utbildningsnivå och härkomst. Relevanta signifikanta resultat redovisas successivt.

Livsmedelsrelaterade erfarenheter

Hälsoproblem

Hälsoproblem är en viktig anledning till att många konsumenter måste göra sina livsmedelsval med stor omsorg. 23% angav att de själva eller någon i familjen har hälsoproblem eller någon sjukdom som gör att de behöver vara noga med vad de äter (n=285). I diagrammet nedan redovisas hur stor andel av hälsoproblemen som var av olika slag.



Figur 1. Andel hälsoproblem av visst slag som angavs som skäl för restriktioner i livsmedelsvalen inom familjen. (Fråga 8).

I den i inledningen nämnda artikeln (Svederberg et al. 2002a), där resultaten grundar sig på användning av SEM vid bearbetning av studiens enkätdata, visade resultaten signifikanta samband mellan en individs aktuella hälsoproblem, vilken typ av information som söks på livsmedelsförpackningar och bestämda val av livsmedel..

Etik

Utifrån att många konsumenter numera väljer livsmedel av etiska och religiösa skäl, inte minst utrikes födda, frågade vi deltagarna om de utesluter vissa livsmedel av etiska eller religiösa skäl, vilket 7 procent av deltagarna svarade JA på (n=284).

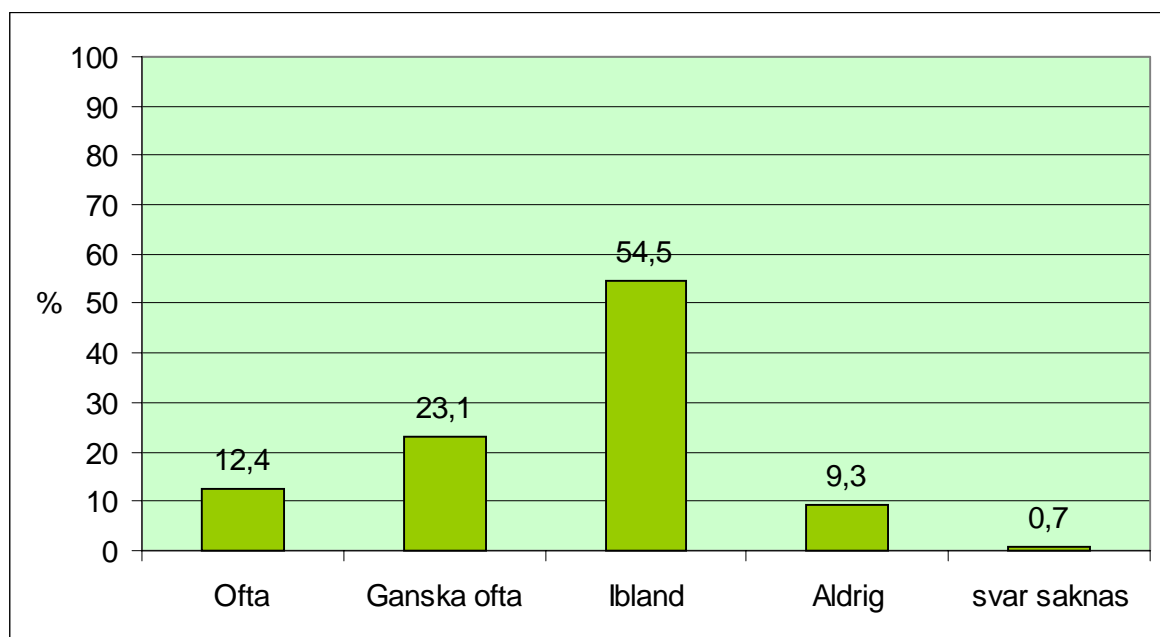
Gruppen utrikes födda som besvarade enkäten utgörs av endast 32 personer, vilket gör att gruppen egentligen är för liten för säkra statistiska jämförelser. Tanken bakom att ändå göra en bearbetning var att se om det gick att urskilja några tendenser. Ett resultat av bearbetningen av data utifrån bakgrundsvariabeln inrikes/utrikes födda var, inte oväntat, att fler utrikes födda än svenskfödda tenderar att utesluta vissa livsmedel av etiska eller religiösa skäl. (Fråga 9). En intressant iakttagelse var också att utrikes födda i större utsträckning än inrikes födda anser att deras inköp av mat skulle underlättas om annonstidningar och flygblad som delas ut i brevlådan innehåller mer information om hälsosam och nyttig mat (fråga 19).

Läsvanor

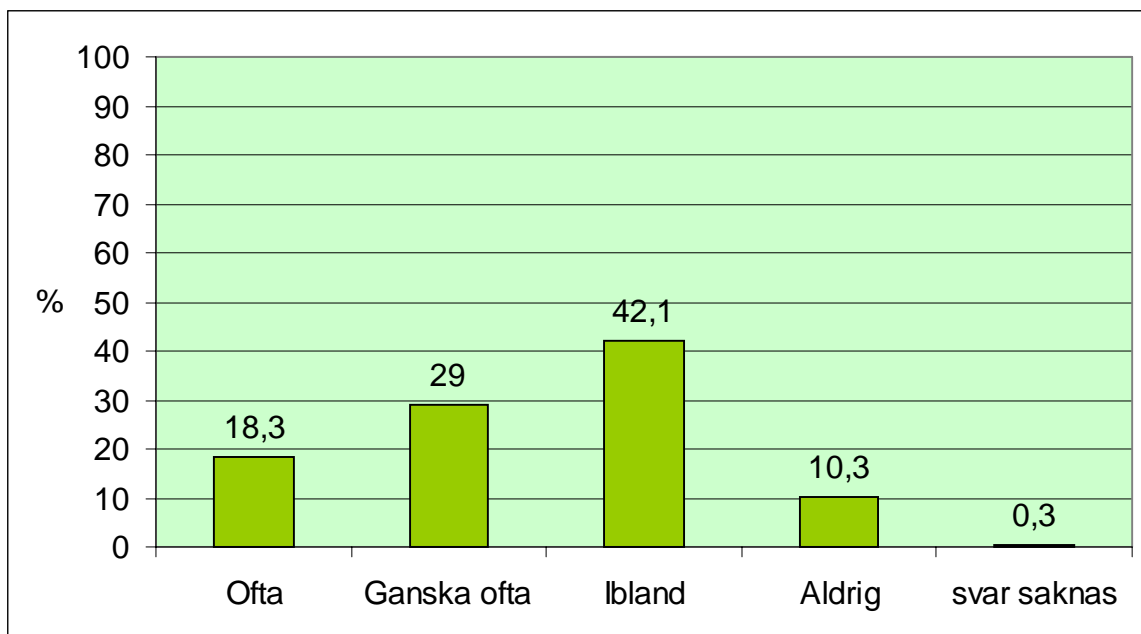
Utifrån tankar kring att konsumenter som intresserar sig för matens samband med hälsan i större utsträckning skaffar sig kunskaper för att göra välinformerade produktval, valde vi att ställa frågan: "Brukar du läsa böcker och artiklar i dagstidningar och veckotidningar som handlar om hälsosam och nyttig mat?" (Fråga 1) I figur 1 nedan redovisas hur svaren på frågan fördelade sig.

En annan tanke var att konsumenter som i första hand har ett matlagningsintresse fokuserar andra faktorer i sina livsmedelsval än hälsoaspekter, vilket gjorde att vi ställde frågan: "Brukar du läsa böcker och artiklar i dagstidningar och veckotidningar som handlar om recept med god mat och vackra dukningar?" (Fråga 2) I figur 3 nedan visas hur svaren på denna fråga fördelade sig.

I detta sammanhang kan det vara intressant att notera att den ovan nämnda regressionsanalysen av enkätdata (Svederberg et al. 2002a) visade signifikanta samband mellan deltagarnas läsvanor vad gäller böcker och artiklar om hälsosam mat, deras informations-sökning på livsmedelsförpackningar vad gäller näringsinnehåll och ingredienser och deras val av fettsnåla respektive fiberrika livsmedel och naturenligt/ekologiskt producerade livsmedel. Samma regressionsanalys visade ett enda signifikant samband utifrån deltagarnas läsvanor vad gäller recept om god mat och vackra dukningar, nämligen samband med informations-sökning på livsmedelsförpackningar vad gäller ingredienser (Svederberg et al. 2002a).



Figur 2. Deltagarnas läsvanor vad gäller böcker och artiklar om hälsosam mat. (Fråga 1).



Figur 3. Deltagarnas läsvanor vad gäller recept om god mat och om vackra dukningar. (Fråga 2).

En signifikansprövning utifrån bakgrundsvariabler visade att fler kvinnor än män läser böcker och artiklar i dagstidningar och veckotidningar som handlar om hälsosam och nyttig mat (fråga 1) ($p=0.001$). Fler kvinnor än män läser också artiklar och böcker som handlar om recept med god mat och vackra dukningar (fråga 2) ($p=0.001$). Vad gäller utbildningsnivå visade resultaten att personer med en postgymnasial utbildning i större utsträckning än de som har högst gymnasial utbildning läser böcker och artiklar i dagstidningar och veckotidningar som handlar om hälsosam och nyttig mat (fråga 1) ($p<0.05$).

Utbildning och förvärvsarbete inom livsmedelsområdet

Andra livsmedelsrelaterade erfarenheter som vi frågade om var om deltagarna hade någon utbildning inom livsmedelsområdet, om de förvärvsarbetar inom livsmedelsområdet samt om de vuxit upp på lantbruk. I tabell 6 presenteras en fördelning över hur deltagarna besvarade dessa frågor.

Tabell 6. Utbildning och förvärvsarbete inom livsmedelsområdet, samt uppvuxen på lantbruk. (Fråga 3, 4 och 5).

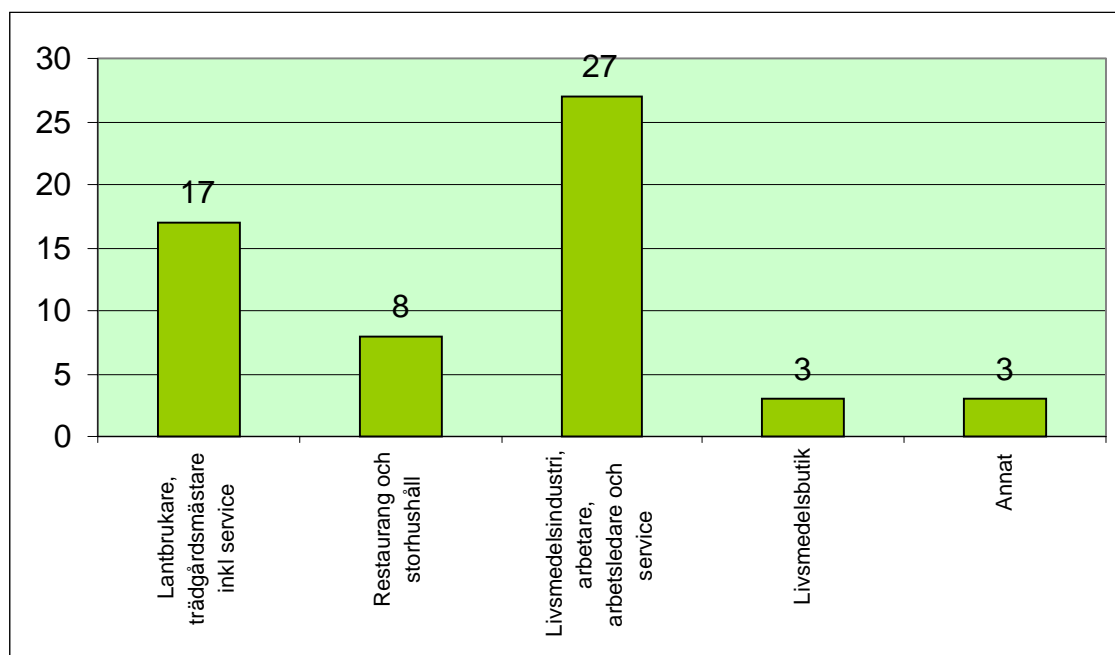
	Utbildning inom livsmedel n=289 (%)	Förvärvsarbetar inom livsmedel n=286 (%)	Uppvuxen på lantbruk n=282 (%)
Ja	32	20	30
Nej	68	80	70
Totalt:	100	100	100

Vad gäller bakgrundsfaktorer visade resultaten att kvinnor i större utsträckning än män hade gått någon kurs eller utbildning som helt eller delvis handlat om livsmedel och matlagning (fråga 3) ($p=0.002$). Resultaten visar även att de av deltagarna som har en postgymnasial utbildning i större utsträckning än de som har högst gymnasial utbildning gått en sådan utbildning (fråga 3) ($p<0.01$).

Kvinnor och män visade sig i ungefär lika stor utsträckning ha ett yrkesarbete med anknytning till livsmedel, 11 procent respektive 9 procent (fråga 4).

Andelen deltagare i denna undersökning som vid studiens genomförande förvärvsarbetade inom livsmedelsområdet skiljer sig i mycket stor utsträckning från genomsnittet för riket, där motsvarande siffra är att 3,2%, varav livsmedelsindustri 1,7% och jordbruk 1,5%, (Muntlig information från SCB, 2002).

Som framgår av stapeldiagrammet nedan, förvärvsarbetade övervägande delen av de personer som angav att de förvärvsarbetar inom livsmedelssektorn inom livsmedelsindustrin. Relativt många arbetar också inom jordbrukssektorn.



Figur 4. Fördelning på näringsgrenar bland dem som angett att de arbetar inom livsmedelsområdet. (Fråga 4).

Hur de 20 procent (58 personer) som svarade ja på frågan att de har yrkesarbete inom livsmedelsområdet fördelade sig på näringsgrenar visas ovan. (Figur 4).

De 27 personer i undersökningen som arbetade inom livsmedelsindustri, motsvarar 9% av samtliga som besvarat enkäten, vilket kan jämföras med de 1,7% av samtliga förvärvsarbetande i riket som arbetar inom livsmedelsindustri. De 17 personer i undersökningen som arbetade inom jordbruksområdet motsvarar 6% av samtliga, vilket i sin tur kan jämföras med

de 1,5% av samtliga förvärvsarbetande i riket som arbetar inom jordbruk. Siffrorna speglar den speciella näringskaraktär som Eslöv kommun representerar.

Ytterligare frågor inom detta frågeområde berörde hur ofta deltagarna handlar och lagar mat, samt hur ofta de äter sin lunch på lunchrestaurang/personalrestaurang mm under arbetsveckan. Se tabell 7 nedan.

Tabell 7. Fördelning över hur ofta deltagarna handlar mat, lagar mat hemma och äter lunch ute under arbetsveckan. (Fråga 10, 6 och 7).

	Hur ofta handlar Du mat? (n= 285) %	Hur ofta lagar Du mat? (n=283) %	Hur ofta äter Du lunch ute? (n=285) %
Varje dag/ 5-6 ggr/vecka	4	55	13 ²
3-4 ggr /vecka	22	13	5
1-2 ggr/vecka	57	16	9
1-3 ggr /månad	11	5	8
Någon enstaka gång	5	7	37
Aldrig	2	4	28
Totalt:	100	100	100

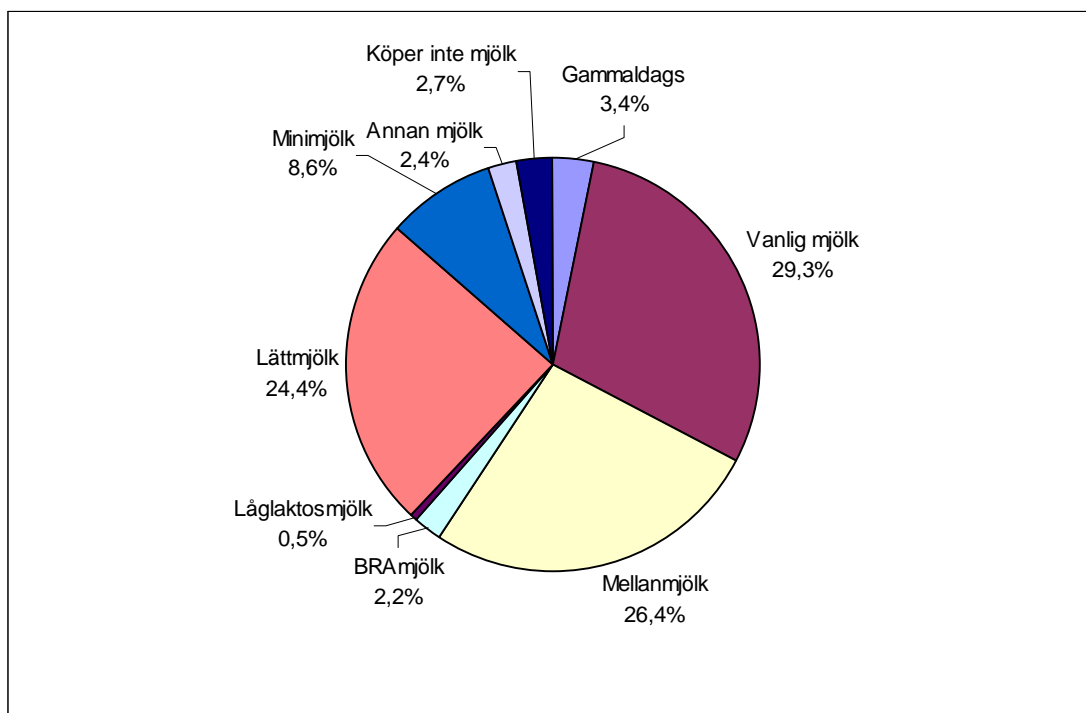
Vad gäller skillnader utifrån bakgrundsvariabeln kön, visade resultaten att kvinnor oftare lagar mat hemma än män (fråga 6) ($p=0.001$) och det är också kvinnor som oftare handlar mat (fråga 10) ($p=0.001$). Männen äter däremot oftare än kvinnor sin lunch på restaurang under arbetsveckan (lunchrestaurang, personalrestaurang) (fråga 7) ($p=0.001$). Därvid visade resultaten att 22 procent av männen och 16 procent av kvinnorna äter lunch på en lunchrestaurang eller personalrestaurang minst tre gånger i veckan.

Vad gäller utbildningsnivå. visade resultaten att de som har postgymnasial utbildning oftare äter sin lunch på restaurang (lunchrestaurang, personalrestaurang) än de som har högst gymnasial utbildning (fråga 7) ($p<0.05$).

² Avser varje arbetsdag

Inköp av mjölk och bordsmargarin/smör

Här följer en redovisning av fördelningen av vilka olika sorters mjölk resp. bordsmargarin/smör som deltagarna i undersökningen markerat att de brukar köpa.

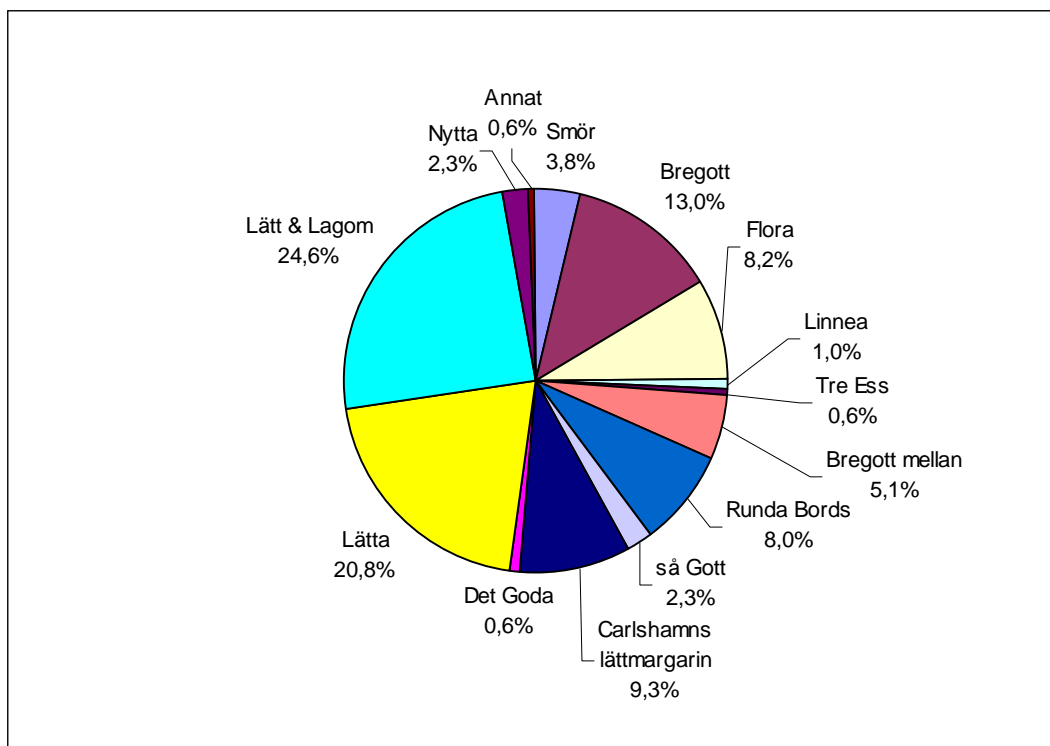


Figur 5. Andel av respektive sorts mjölk som köps³. (Fråga 22).

En signifikansprövning gällande i vilken utsträckning deltagarna brukar köpa mjölk eller fil därför att den innehåller bakterier som är bra för magen (fråga 25) i relation till vilken sorts mjölk som konsumenten brukar köpa, visade ett klart samband mellan svaren på fråga 25 och inköp av BRA-mjölk ($p=0,001$). Det antal som markerat BRA-mjölk var litet (9 personer), men signifikansprövningen tyder på ett medvetet val.

Vad gäller deltagarnas utgångspunkter för val av livsmedel i samma produktgrupp, mjölk, matbröd respektive bordsmargarin (smör), har vi vad gäller bakgrundsvariabeln kön endast funnit ett signifikant samband, nämligen att kvinnor i större utsträckning än män köper mjölk eller fil som innehåller bakterier som är bra för magen (fråga 25) ($p<0,02$).

³ Mjölksorterna i diagrammet har följande fetthinnehåll: gammaldags mjölk 3,5-4,5%, vanlig mjölk 3%, Mellanmjölk 1,5%, BRA-mjölk 1,5%, Låglaktosmjölk 1,5%, Lättmjölk 0,5% och Minimjölk 0,1%.



Figur 6. Andel av respektive sorts smörgåsmargarin/smör som köps⁴. (Fråga 33).

En signifikansprövning om konsumenters inköpsvanor gällande bordsmargarin med information om högt innehåll av omättat fett (fråga 31) i relation till vilken sorts bordsmargarin som deltagarna i undersökningen brukar köpa, visade ett klart samband mellan svar på fråga 31 och inköp av bordsmargarinet Nytta ($p=0.002$). Det antal som markerat Nytta var dock litet (11 personer), men resultatet av signifikansprövningen tyder även i detta fall på ett medvetet val.

En skillnad värd att notera vad gäller bakgrundsvariabeln ålder var att fler i åldersgruppen 45-64 år än i åldersgruppen 25-44 år väljer bordsmargarin därför att det finns information på paketet om att det har högt innehåll av omättat fett. (Tabell 8)

⁴ De respektive sorterna hade följande fettinnehåll när undersökningen genomfördes:

80% = Smör, Bregott, Flora, Linnea och Tre Ess innehåller

60% = Bregott Mellan, Runda Bords och så Gott innehåller

40% = Carlshamns lättmargarin, Det Goda, Lätt och lagom och Nytta

Det Goda och så Gott har utgått ur sortimentet. Nytta har bytt namn till Becel. Fettinnehållet i Flora och Linnea ändrades till 70% 2001.

Tabell 8 . Svar på frågan "Brukar du köpa bordsmargarin (smör) till bröd därför att det finns information på paketet om att det har högt innehåll av omättat fett?" (Fråga 31).

	Ålder	
	25 - 44 år (n=139)	45 - 64 år (n=126)
Alltid	9	8
Ofta	7	19
Ibland	26	29
Aldrig	58	44
Summa:	100	100

Läsvanor och köpvanor

I tabellen nedan redovisas svaren på frågorna 11-14 i enkäten. Dessa handlade om i vilken utsträckning deltagarna brukar läsa de rutor på livsmedelsförpackningar som har rubriken "Näringsvärde per 100 g" respektive "Ingredienser", samt i vilken utsträckning de brukar köpa mat utifrån information på förpackningen om att livsmedlet innehåller kostfiber respektive att livsmedlet har lågt fetthinnehåll (lättprodukt).

Tabell 9. Läsvanor om näringsvärde och ingredienser, samt köpvanor vad gäller fiberrika och fettsnåla produkter. (Fråga 11-14).

	Läser näringsvärde (Fråga 11)		Läser ingredienser (Fråga 12)		Köper fiberrikt (Fråga 13)		Köper lättprodukter (Fråga 14)	
	Kön		Kön		Kön		Kön	
	Kv (n=164) %	M (n=115) %	Kv (n=164) %	M (n=115) %	Kv (n=164) %	M (n=115) %	Kv (n=164) %	M (n=115) %
Ofta	13	6	20	10	11	3	16	8
Ganska ofta	18	13	34	23	20	14	27	29
Ibland	52	49	43	52	46	50	41	32
Aldrig	17	32	3	15	23	33	16	31
Totalt:	100	100	100	100	100	100	100	100

Signifikanta samband utifrån de aktuella bakgrundsvariablerna kunde endast noteras vad gäller kön. Det kan vara värt att notera att kvinnor i större utsträckning än män brukar läsa rutan på livsmedelsförpackningar med rubriken "Näringsvärde per 100 g" (fråga 11) ($p < 0.02$), läsa förteckningen över ingredienser (fråga 12) ($p = 0.001$), samt också köpa mat därför att det finns information på förpackningen om att livsmedlet är fiberrikt (fråga 13) ($p < 0.05$) och att livsmedlet har lågt fetthinnehåll (fråga 14) ($p < 0.01$).

Kvinnor lagar också oftare än män mat efter recepten på livsmedelsförpackningar och i annonstidningar (fråga 20) ($p = 0.001$).

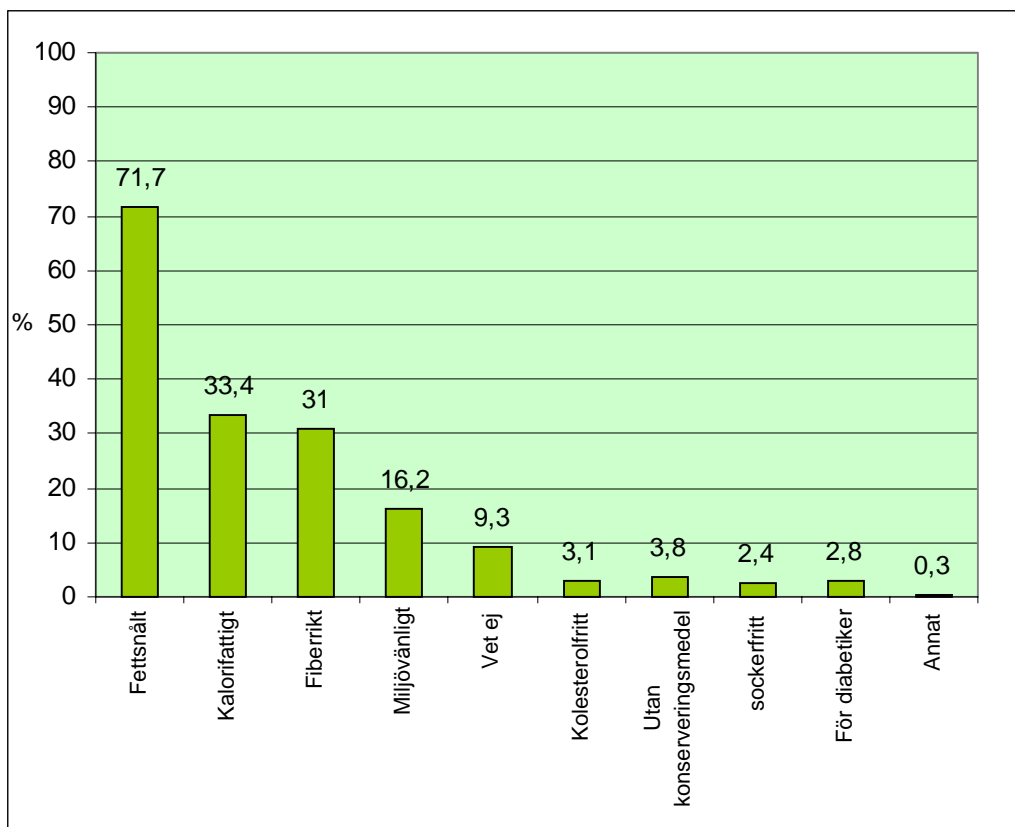
Symbolmärkningen nyckelhålet

Symbolmärkningen nyckelhålet (figur 7) används i Sverige för att indikera att färdigförpackade livsmedel i en viss livsmedelsgrupp har lågt fettinnehåll eller högt kostfiberinnehåll i jämförelse med andra produkter i den aktuella gruppen (SLVFS 1989:2). Nyckelhålmärkningen introducerades 1989. Sedan 1992 kan den även användas på menyn i storhushåll och restauranger, under förutsättning att högst 30% av energin (E%) i en maträtt kommer från fett eller att det finns högst 17 g fett per portion. Den kan också användas på färdiglagad mat (ej barnmat och desserter) under förutsättning att den inte innehåller mer än 30 E% fett.



Figur 7. Nyckelhålssymbolen.

Nedan redovisas variationen i hur deltagarna i undersökningen förstår symbolmärkningen nyckelhålet. Figur 8. Därefter redovisas i vilken utsträckning deltagarna i undersökningen använder nyckelhålet vid sina inköp.



Figur 8. Staplarna visar hur stor andel som har svarat med de olika alternativen på frågan om vad nyckelhålssymbolen betyder. (Fråga 21).

En korstabulering visade att deltagarna i den yngre åldersgruppen i något större utsträckning än bland de äldre, angav att nyckelhålssymbolen betyder fettsnålt (74 resp. 71 procent) och fiberrikt (36 resp. 27 procent). Vidare visade korstabuleringen att kvinnor i större utsträckning än män angav att nyckelhålssymbolen betyder fettsnålt (81 resp. 62 procent) och fiberrikt (33 resp. 29 procent). Till sist visade korstabuleringen att personer med universitetsutbildning i större utsträckning än personer med högst gymnasieutbildning angav att nyckelhålssymbolen betyder fettsnålt (78 resp. 71 procent) och fiberrikt (51 resp. 24 procent).

En signifikansprövning gjordes för att hitta samband mellan i vilken utsträckning deltagarna generellt sett brukar köpa livsmedel därför att de är märkta med nyckelhålssymbolen och uppfattningen om vad symbolmärkningen står för. Därvid hittades samband mellan inköp av nyckelhålmärkta livsmedel generellt sett och uppfattningen att nyckelhålmärkningen står för fettsnålt ($p=0.001$) kalorifattigt ($p<0.01$), och fiberrikt ($p<0.05$).

Resultaten visar vidare att uppfattningen att nyckelhålmärkningen står för fettsnålt har samband med inköp av nyckelhålmärkt margarin ($p=0.005$) och nyckelhålmärkt mjölk ($p<0.02$). Uppfattningen att nyckelhålmärkningen står för fiberrikt har samband med inköp av matbröd som är märkt med nyckelhålet ($p=0.001$).

Deltagarnas användning av nyckelhålmärkningen vid inköp av livsmedel generellt sett (fråga 17), vid köp av mjölk (fråga 23) vid köp av bröd (fråga 28) och vid köp av bordsmargarin (fråga 32) visade sig inte ha några signifikanta samband med bakgrundsvariablerna ålder, kön,

utbildningsnivå och utrikes/inrikes födda. I tabellen nedan redovisas den procentuella fördelningen av deltagarnas användning av nyckelhålmärkningen vid inköp.

Tabell 10. Användning av nyckelhålmärkningen vid inköp. (Fråga 17, 23, 28 och 32).

	Användning av nyckelhålmärkningen vid inköp...			
	...generellt sett (n=278) %	...av mjölk (n=274) %	...av bröd (n=250) %	...av bordsmargarin (n=258) %
Alltid	19	12	4	23
Ofta	25	7	22	21
Ibland	43	10	33	17
Aldrig	13	42	19	27
Vet inte	1)	29	22	12
Totalt:	100	100	100	100

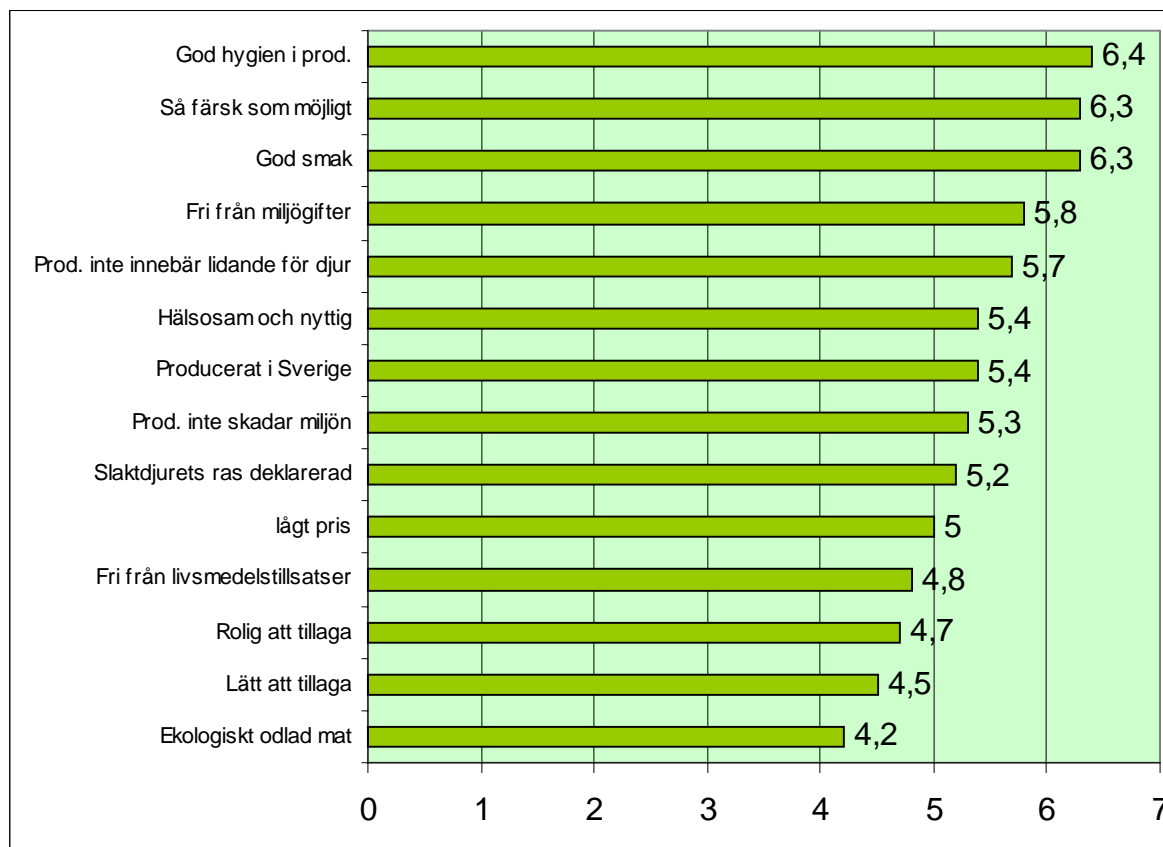
1) Fanns inte som svarsalternativ.

Utifrån deltagarnas redovisning av vilken/vilka sorters mjölk och vilket/vilka sorters margarin/smör till smörgås som de brukar köpa, prövades om det fanns samband mellan val av mjölk resp. margarin och användningen av nyckelhålsymbolen vid inköp av dessa livsmedelsprodukter. De enda signifikanta samband som hittades vad gäller mjölk, var att inköp av lättmjölk och minimjölk har samband med användningen av symbolmärkningen nyckelhålet vid inköp av mjölk ($p=0.001$). De signifikanta samband som hittades vad gäller margarin, var att inköp av Lätta ($p=0.001$), Lätt och Lagom ($p=0.001$), Runda Bords ($p=0,001$) och Carlshamns lättmargarin ($p=0.001$) har samband med användning av symbolmärkningen nyckelhålet vid inköp av margarin till smörgås.

I signifikansprövningen om samband mellan vad deltagarna uppfattar att nyckelhålet står för och inköp av olika livsmedel, hittades samband mellan att nyckelhålmärkningen uppfattas stå för fettsnålt och inköp av mjölk märkt med nyckelhålet ($p<0.02$), samt inköp av nyckelhålmärkt bordsmargarin ($p=0.005$). Ett klart signifikant samband hittades också mellan uppfattningen att nyckelhålet står för fiberrikt och inköp av matbröd som är märkt med nyckelhålet ($p=0.001$).

Viktiga egenskaper hos maten

I figur 9 nedan redovisas svaren på fråga 34 "Hur viktiga tycker Du att följande egenskaper är hos den mat du köper?" Den Likert-skala som deltagarna använde för bedömningen ligger till grund för redovisningen av de medelvärden som presenteras nedan (figur 9).



Figur 9. Medelvärden för viktiga egenskaper hos den mat som köps. 1 = fullständigt oviktigt, 7 = i hög grad avgörande. (n=275-280). (Fråga 34).

På en relativt låg signifikansnivå ($p < 0.05$) visar resultaten att kvinnor i större utsträckning än män värdesätter att maten är hälsosam och nyttig. Vad gäller övriga egenskaper som är viktiga vid inköp av livsmedel visade signifikansprövningen inga skillnader utifrån de aktuella bakgrundsvariablerna.

Med tanke på deltagarnas låga bedömning av betydelsen av egenskapen Ekologiskt odlad mat vid inköp av livsmedel, redovisas nedan i tabellform (tabell 11) i vilken utsträckning deltagarna i studien redovisade att de brukar köpa naturenligt eller ekologiskt producerade livsmedel (fråga 15) och KRAV-märkta livsmedel (fråga 16) generellt sett. Dessutom redovisas i vilken utsträckning de angav att de brukar köpa mjölk som är märkt "Ekologisk" (fråga 24).

Tabell 11. Köp av ekologiskt producerade livsmedel. (Fråga 15, 16 och 24).

	I vilken utsträckning deltagarna angav att de brukar köpa...		
	...naturenligt eller ekologiskt producerade livsmedel	...KRAV-märkta livsmedel	...mjölk som är märkt "Ekologisk"
	(n=279) %	(n=276) %	(n=269) %
Aldrig	18	27	75
Ibland	71	57	16
Ganska ofta	8	12	1)
Ofta/Alltid	3	5	4
Vet inte	1)	1)	6
Totalt:	100	100	100

1) Svartalernativet saknades.

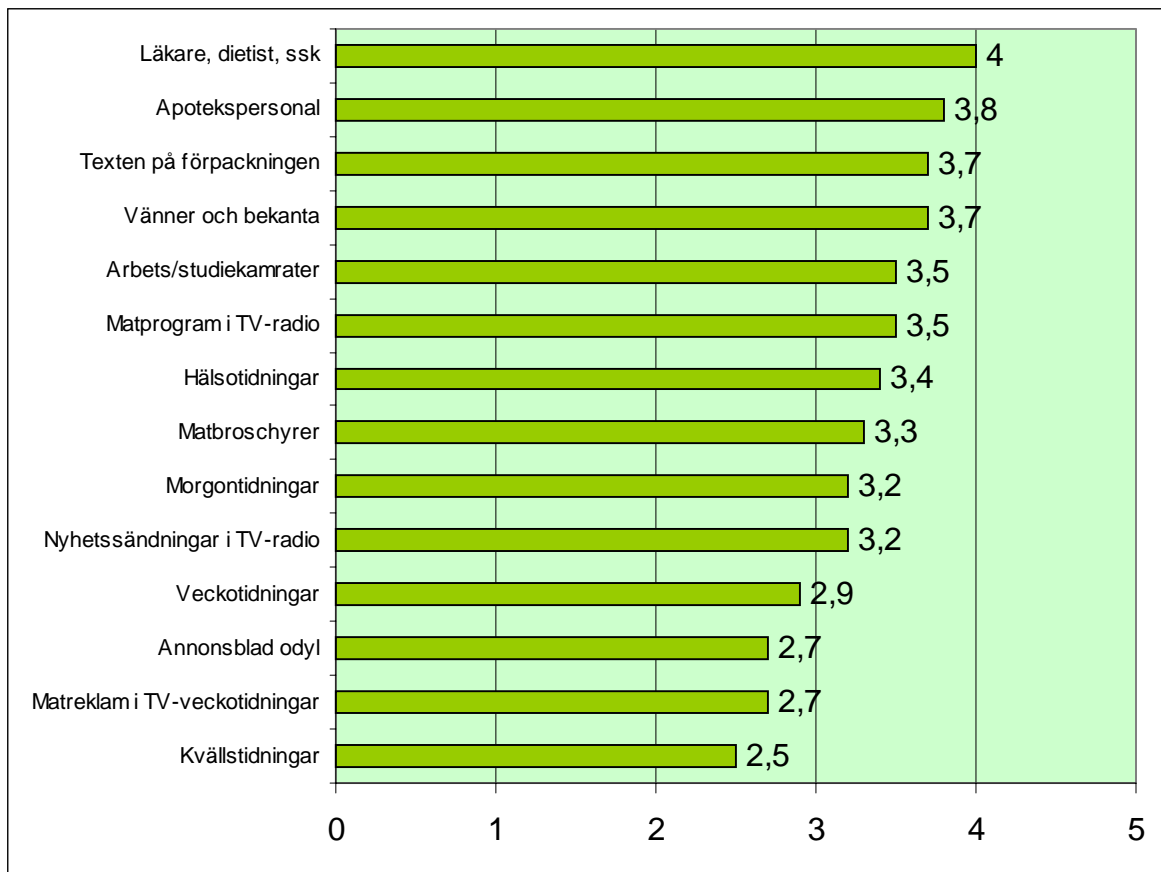
Signifikansprövningen vad gäller utbildning visade att deltagare med postgymnasial utbildning i större utsträckning än övriga angav att de brukar köpa naturenligt eller ekologiskt producerade livsmedel ($p=0.005$) (tabell 12).

Tabell 12. Brukar köpa ekologiskt eller naturenligt producerade livsmedel. Skillnader utifrån utbildningsnivå. (Fråga 15).

	Utbildning	
	T.o.m. gymnasiet (n=191) %	Postgymnasial (n=84) %
Ofta	4	1
Ganska ofta	6	12
Ibland	67	80
Aldrig	23	7
Summa:	100	100

Förtroende för olika informationskällor

I figur 10 nedan redovisas svaren på frågan "Hur stort förtroende har Du för information om mat och hälsa från olika informationskällor?" (Fråga 35). Den Likert-skala som deltagarna använde för bedömningen av olika källors trovärdighet ligger till grund för redovisningen av de medelvärden som redovisas nedan (figur 10).



Figur 10. Medelvärden för förtroendet för information om mat och hälsa från olika informationskällor. 1 = inget förtroende alls, 5 = i hög grad förtroende (n=274-280). (Fråga 35).

Signifikansprövningen gentemot bakgrundsvariablerna visade skillnader mellan åldersgrupperna vad gällde frågan om deltagarnas förtroende för information om mat och hälsa från olika informationskällor (fråga 35). Därvid visar det sig att åldersgruppen 25-44 år har större förtroende för följande källor för information om mat och hälsa än åldersgruppen 45-64 år: Nyhetssändningar i TV och Radio ($p < 0.01$), matbroschyrer som man t.ex. får i butiken ($p < 0.05$), hälsotidningar ($p = 0.001$), vänner och bekanta ($p < 0.01$), arbetskamrater eller studiekamrater ($p < 0.01$), samt gruppen läkare, dietist och sjuksköterska ($p < 0.01$).

Vad gäller bakgrundsvariabeln kön visar resultaten att kvinnor i större utsträckning än män har förtroende för texten på livsmedelsförpackningarna ($p < 0.02$). Kvinnor har även större förtroende för information om mat och hälsa i veckotidningar ($p < 0.01$) och i matbroschyrer ($p < 0.01$) än män.

Vidare visade resultaten att deltagare med postgymnasial utbildning hade större förtroende för text om mat och hälsa på livsmedelsförpackningar än gruppen med upp till gymnasial utbildning (fråga 35) ($p < 0.05$). På samma signifikansnivå visade sig gruppen med postgymnasial utbildning även ha större förtroende för läkare, dietist, sjuksköterska som källa för information om mat och hälsa.

6 Diskussion

De resultat som presenteras i denna rapport ger en bred bild av livsmedelsrelaterade erfarenheter bland konsumenter i Eslövs kommun, och i vilken utsträckning dessa konsumenter läser och använder information kring näring samt ingredienser på livsmedelsförpackningar. Den ger också en inblick i vilka egenskaper hos den mat som köps som bedömdes som mest viktiga, och hur stort förtroende konsumenterna har för information om mat och hälsa från olika informationskällor.

Metod

Utifrån syftet fungerade den använda metodiken för datainsamling och databearbetning som förväntat. Den aktuella svarsprocenten på 65% var tillfredsställande. Det slumpmässiga urvalet omfattade fler kvinnor än män, trots en överrepresentation av män i populationen. I tillägg till detta var kvinnornas svarsfrekvens högre, samtidigt som bortfallsanalysen visade att några kvinnor besvarat enkäten i sina mäns ställe. Vi bedömer dock att kvinnornas högre svarsfrekvens (71%) inte har haft någon avgörande betydelse för de könsskillnader som kunde avläsas i resultatet.

Valet av Eslövs kommun hade sin grund i att vi ville göra undersökningen i en kommun med en, jämfört med hela riket, genomsnittlig befolkningssammansättning. De kriterier som därvid användes var kön, ålder, utbildningsnivå och inrikes/utrikes född. Utifrån det faktum att Eslövs kommun ligger i ett utpräglat jordbruksområde, och att näringsverksamheten domineras av livsmedelsindustri, kom andelen deltagare sysselsatta inom livsmedelsindustrin och jordbruk i undersökningen (6 resp. 4%) att bli betydligt fler än riksgenomsnittet. För hela riket står näringsgrenen livsmedels- och dryckesframställning för 1.7 procent av arbetskraften och näringsgrenen jordbruk, jakt och service i anslutning härtill står för 1.5 procent (SCB 1999. Muntlig uppgift från Martin Lagnerö SCB Örebro, den 7 januari 2002). Det är möjligt att resultaten sett något annorlunda ut om deltagarna på ett bättre sätt representerat riksgenomsnittet även vad gäller fördelningen på näringsgrenar. Det finns dock ingenting i resultaten som tyder på att detta framträder.

Resultat

Livsmedelsförpackningen som informationskälla kring mat och hälsa

En förutsättning för att konsumenten ska kunna göra informerade livsmedelsval är att de läser och använder information om mat och hälsa på livsmedelsförpackningen vid inköp. Tidigare undersökningar har visat att trots att konsumenter uttryckt önskan om att t.ex. livsmedels näringsvärde deklarerar på förpackningen, används inte denna information i så stor utsträckning som förväntat (Jacoby, Chestnut & Silberman 1977). Assam och Bucklin (1973) har dessutom visat att näringsdeklarationer på livsmedelsförpackningar har försumbar effekt på verkliga inköp. Även om undersökningar som gjorts på senare tid har en bredare ansats,

visar t.ex. resultat ur en pan-europeisk strukturerad intervjuundersökning bland 1000 personer i vardera 15 länder, som genomfördes 1995-1996 (Institute of European Food Studies 1996a), att endast 23 procent av konsumenterna i Europa använder livsmedelsförpackningen som informationskälla om livsmedel och hälsa. Sverige utmärkte sig i den undersökningen med 35 procent, vilket var högst i Europa. Detta resultat kan jämföras med och bekräftas av resultat från den här aktuella Eslövsstudien, där det visade sig att 34 procent ofta/ganska ofta informerar sig om produktens näringsvärde och ingredienser, och att 32 procent ganska ofta/ofta köper livsmedel därför att det finns information på förpackningen att livsmedlet har lågt fettinnehåll och är fiberrikt. Resultatet kan möjligtvis tyda på att vanan att läsa på förpackningen i något högre utsträckning slagit igenom i Sverige. Men det kan också tyda på misstänksamhet som gör att svenska konsumenter i större utsträckning vill kontrollera innehållet. Ytterligare en tolkning är att det kan bero på att förpackningar i Sverige innehåller mer information kring näring och ingredienser än i flertalet andra länder.

Eslövsstudiens resultat uppvisar inga signifikanta skillnader mellan åldersgrupperna och mellan de båda utbildningsnivåerna vad gäller att informera sig om näringsvärde och ingredienser på livsmedelsförpackningen vid inköp. Däremot fanns det klara skillnader mellan könen. Kvinnor visade sig i större utsträckning än män läsa informationen om livsmedlets näringsvärde ($p < 0.02$) och förteckningen över ingredienser ($p = 0.001$). Dessa resultat ur Eslövsstudien bekräftar resultat av Schapira et al. (1990) och Bender och Derby (1992), vilka likaså har rapporterat att kvinnor i större utsträckning än män läser näringsinformationen på livsmedelsförpackningen.

Vad gäller könsskillnader visar resultaten vidare att kvinnor oftare än män lagar mat efter recepten på livsmedelsförpackningar och i annonstidningar. Detta resultat var i och för sig väntat med utgångspunkt från att det i huvudsak är kvinnor som handlar och lagar mat. En annan möjligt tolkning, både vad gäller mäns läsande av näringsinformation och användning av recept på förpackningar, är att såväl information som aktuella recept inte tilltalar män i lika stor utsträckning som de tilltalar kvinnor. Med tanke på att såväl aktuell information som recept har en potentiellt viktig funktion som förmedlare av kunskap om hälsosam mat, kan problemställningen vara värd att diskutera vidare.

Stort förtroende för förpackningen som informationskälla

Eslövsstudiens resultat visade att konsumenter, i jämförelse med andra informationskällor, har relativt stort förtroende för texten på livsmedelsförpackningar som källa för information om mat och hälsa. 71 procent av deltagarna har ganska stort/i hög grad förtroende för texten på livsmedelsförpackningar. Detta resultat överensstämmer med den ovan nämnda pan-europeiska undersökningens resultat (Institute of European Food Studies 1996a,b), som även den visade att 71 procent av svenska konsumenter litar på livsmedelsförpackningen som informationskälla om livsmedel och hälsa. Det kan vara värt att notera att den pan-europeiska undersökningen visade att det endast är konsumenter i Finland (85 procent), Frankrike (74 procent) och Nederländerna (73 procent) som i större utsträckning än konsumenter i Sverige litar på livsmedelsförpackningar som källa till information om kost och hälsa.

I jämförelse med det stora förtroendet för livsmedelsförpackningen som källa till information om mat och hälsa, visade deltagarna i Eslövsstudien ett relativt lågt förtroende för annonsblad och annonstidningar som kommer i brevlådan och matreklam i TV och veckotidningar, samt för matbroschyrer som man kan få t.ex. i mataffären. Detta resultat ur Eslövsstudien bekräftar resultat ur den pan-europeiska studien, vilken även den visade att konsumenter har relativt

lågt förtroende för annonsering/reklam i jämförelse med andra källor för information om mat och hälsa.

En intressant iakttagelse i sammanhanget var dock att utrikes födda i större utsträckning än inrikes födda anser att deras inköp av mat skulle underlättas om annonstidningar och flygblad som delas ut i brevlådan innehåller mer information om hälsosam och nyttig mat. En tolkning av detta resultat skulle kunna vara att utrikes födda vill ha bättre möjligheter att i lugn och ro hemma läsa sig till den information man behöver. Eventuellt vill man t.ex. ha möjligheter att hemma slå upp och/eller diskutera vissa ord och uttryck som används i informationen.

Vad gäller övriga bakgrundsvariabler, visar Eslövsstudien att äldre (45-64 år) generellt sett i något lägre utsträckning än yngre litat på olika källor till information om mat och hälsa, vilket även detta bekräftar resultat ur den pan-europeiska undersökningen 1996 (Institute of European Food Studies 1996b). Den fråga som vi ställer oss är om detta kan ha att göra med att äldre i större utsträckning än yngre litat till sina egna erfarenheter och låter dessa vägleda valen.

Eslövsstudien visade också att personer med postgymnasial utbildning har större förtroende för informationen på livsmedelsförpackningar än personer med upp till gymnasial utbildning, vilket även det bekräftar resultat ur den pan-europeiska undersökningen (Institute of European Food Studies 1996b). Gruppen med postgymnasial utbildning visade sig i Eslövsstudien även ha större förtroende för läkare, dietist och sjuksköterska som källa till information om mat och hälsa än gruppen med upp till gymnasial utbildning. Vi frågar oss om dessa skillnader utifrån utbildningsnivå endast har med trovärdighet att göra, eller om det också handlar om brister i sättet att kommunicera informationen.

I Sjöbergs enkätundersökning (1996) låg "Material från Livsmedelsverket" i topp vad gäller förtroende för information från olika källor om risker med mat. Utifrån vårt ställningstagande att vanliga konsumenterna sällan har tillgång till informationsmaterial från Livsmedelsverket hade vi inte med detta alternativ. I efterhand gör vi bedömningen att det nog ändå hade varit intressant att även haft med detta alternativ.

Inköp av mjölk och bordsmargarin/smör

Andelen olika sorters konsumtionsmjölk som deltagarna i undersökningen i Eslöv angav att de brukade köpa 1998, jämfört med data över tillverkningen av olika sorters konsumtionsmjölk i Eslöv och hela Skåne år 2001 (Uppgift från Skånemejerier 2002), samt hela riket för år 1998 (Uppgifter från Svensk mjölk 2002) visade att deltagarna i Eslövsstudien hade lägre konsumtion av standardmjölk och mellanmjölk och högre konsumtion av lättmjölk och minimmjölk. Detta tyder på att deltagarna i Eslövsstudien medvetet väljer mjölk med lägre fetthalt, och på så sätt också visar en större medvetenhet om kostens betydelse för hälsan än vad försäljningsstatistiken visar. Detta kan förklaras med att det kan antas att det i första hand är personer som redan är intresserade av mat och hälsa som besvarat enkäten. Detta bekräftades även i de telefonintervjuer som genomfördes i samband med bortfallsanalysen, vilka visade att brist på intresse för mat var en huvudorsak till att man inte besvarat enkäten.

Vad gäller vilka sorters smörgåsmargariner som konsumenterna i Eslöv köper i jämförelse med rikstäckande försäljningsstatistik (A.C. Nielsen, Försäljning genom detaljhandeln år 1999) visades att konsumenterna i Eslöv inte skiljer sig från riket på något avgörande sätt.

Valet av sort av bordsmargarin varierade något, men en jämförelse mellan den volymmässiga försäljningen av lättmargariner i hela riket och andelen familjer i Eslövstudien som använder lättmargariner överensstämmer väl, i båda fallen ca 57%.

Fortfarande låg förståelse för nyckelhålssymbolen

En jämförelse mellan Eslövsstudien och en enkätundersökning 1991 (Enghardt & Becker 1992) tyder på en förbättring av konsumenternas kunskaper om att nyckelhålmärkningen betyder fettsnålt. I studien från 1991 uppgav 60 procent att nyckelhålssymbolen betyder fettsnålt, vilket kan jämföras med 73 procent i Eslövsstudien. I Eslövsstudien har dock ett något lägre antal angivit att nyckelhålssymbolen betyder fiberrikt (32 procent) i jämförelse med Enghardts och Beckers studien från 1991 (35 procent). Skillnaderna mellan de två studierna, vad gäller uppfattningen om vad nyckelhålssymbolen betyder är små förutom när det gäller betydelsen "fettsnålt". Den fortfarande relativt låga förståelsen för nyckelhålets innebörd kan tyckas förvånande med tanke på att den vid tiden för Eslövstudien använts i nära 10 år. Enligt vår mening, vore det en fördel om det i samband med nyckelhålmärkningen står "Fettsnålt" resp. "Kostfiberrikt" på aktuella livsmedel, för att främja konsumenternas lärande och förståelse av symbolens verkliga innebörd.

Eslövsstudien bekräftar resultat från tidigare studier, som visat att yngre i något större utsträckning än äldre uppfattar att nyckelhålssymbolen betyder fettsnålt och fiberrikt (Enghardt & Becker 1992), liksom kvinnor i något större utsträckning än män (Becker & Engardt 1994, Larsson, Lissner & Wilhelmsson 1999). Dessa resultat, liksom Eslövsstudiens resultat att personer med högskoleutbildning i större utsträckning än personer med högst gymnasieutbildning uppfattar att nyckelhålssymbolen betyder fettsnålt och fiberrikt, tyder på att det behövs mer kunskaper om och större lyhördhet för äldres, mäns och lägre utbildades förutsättningar för att förstå nyckelhålssymbolens innebörd.

Eslövsstudien visade en betydligt lägre andel konsumenter som alltid/ofta väljer nyckelhålmärkt mjölk, 19 procent, i jämförelse med Becker och Enghardt (1994) som i sin studie fann att 23 procent väljer sådan mjölk. Däremot visade resultaten att konsumenter i Eslöv i större utsträckning alltid/ofta väljer nyckelhålmärkt bordsmargarin, 44 procent i jämförelse med 21 procent i Becker och Enghardts studie (1994). Eftersom det är fem år mellan studierna, kan skillnaden visa en ökande medvetenhet om betydelsen av att välja nyckelhålmärkt bordsmargarin.

God hygien vid produktion och hantering viktigaste egenskapen

Vad gäller Eslövsstudiens deltagares bedömning av viktiga egenskaper hos maten skiljer sig inte resultaten från tidigare undersökningar med liknande frågeställningar. Därvid bekräftade Eslövsstudiens resultat t.ex. såväl Sjöbergs (1996) som den pan-europeiska studiens resultat (1996) om att god hygien och färskhet/fräschhet bedöms som de allra viktigaste egenskaperna. Pris/prisvärdhet kom relativt långt ned på skalan i Eslövsstudien och i Sjöbergs (1996) studie, medan denna egenskap vad gäller Sverige kommer på andra plats, efter kvalitet/färskhet, i den pan-europeiska undersökningen. En förklaring till skillnaden kan vara att urvalet av alternativ var mer begränsade i den pan-europeiska undersökningen och även mer generellt uttryckta än i de båda andra undersökningarna.

Liksom studierna av Sjöberg (1996) och Magnusson et al. (2001), visade Eslövsstudien att ekologiskt producerade livsmedel har mycket låg prioritet vad gäller viktiga egenskaper hos

den mat som köps. Detta är paradoxalt eftersom hela 71 procent i Eslövsstudien angav att de åtminstone ibland brukar köpa naturenligt eller ekologiskt producerade livsmedel. När det gäller i vad mån konsumenter brukar köpa mjölk som är märkt "Ekologisk" visade Eslövsstudien att 4 procent ofta/alltid brukar köpa sådan mjölk, vilket endast är hälften av vad studien av Magnusson et al. (2001) visat. Skillnaden kan kanske förklaras av att svarsalternativen i de båda undersökningarna inte var helt identiska, och möjligen av att hela undersökningen av Magnusson et al. fokuserade ekologiska livsmedel, medan Eslövsstudien hade en bredare ansats.

Lunchätande utanför hemmet

Eslövsstudien visade att 18 procent av deltagarna äter sin lunch på personalrestaurang eller annan restaurang minst 3 gånger i veckan under arbetsveckan (män 22 procent, kvinnor 16 procent). Detta resultat kan jämföras med resultat ur Riksmaten 1997-98 (Becker 2000), där deltagarna fick bokföra plats och tid för huvudmåltider. Resultat ur Riksmaten visade att 27 procent av deltagarna i åldern 25-64 år äter sin lunch på personalrestaurang eller annan restaurang (män 33%, kvinnor 22%) 3 ggr/vecka eller mer under arbetsveckan. Det är alltså betydligt mindre vanligt i Eslöv än i riket som helhet att äta sin lunch på restaurang under arbetsveckan. En jämförelse med Riksmatens resultat vad gäller lunchätandet i olika regioner i Sverige, visar att Eslövsstudiens resultat stämmer bättre överens med h-regionen Södra mellanbygden (män 16 procent, kvinnor 15 procent). Skillnaden kan alltså förklaras utifrån regional variation.

Konklusion

Livsmedelsförpackningens trovärdighet som källa till information om mat och hälsa utgör ett förtroendekapital väl värt att utveckla. I relation till detta visar resultaten att det finns anledning att i större utsträckning vara lyhörd för behov hos de konsumentgrupper som i mindre utsträckning söker information och som därför har mindre möjligheter att göra informerade val. För att inte missa stora konsumentgrupper, tyder resultaten på att det finns anledning att vara lyhörd för kunskapsbehov hos personer med högst gymnasieutbildning och hos män. Vad gäller utrikes födda som har svårigheter med det svenska språket tyder resultaten på behov av skriftligt material på lätt svenska som kan studeras hemma, t.ex. i aktuella utskick från livsmedelsbutiker. Det är dock troligt att även andra konsumentgrupper skulle uppskatta sådan information.

Att fokusera livsmedelsförpackningen och eventuella komplement till livsmedelsförpackningen är dock inte tillräckligt. Andra alternativ att utveckla för att underlätta konsumenters tillgång till information kan vara övriga informationskällor som resultaten visat att konsumenterna har förtroende för. Ett media för informationssökning som inte var på tal i undersökningen är Internet, där vi tror att det finns utvecklingsmöjligheter, till exempel via monitorer i livsmedelsbutiker.

Utifrån att resultaten visar att många konsumenter fortfarande inte förstår vad nyckelhålssymbolen står för, anser vi att det kan vara dags att diskutera möjligheten att komplettera nyckelhålssymbolen med texten "lågt fetthinnehåll", respektive texten "högt kostfiberinnehåll" i aktuella fall. Även vad gäller ekologiskt producerade produkter, tolkar vi resultaten som att det finns ytterligare behov av konsumentanpassad information i inköpsögonblicket.

Referenser

- Assam, Edward H. & Bucklin, Louis P. (1973). Nutrition Labeling for Canned Goods: A Study of Consumer Response. *Journal of Marketing*, 37 (April), 32-37.
- Becker, Wulf & Enghardt, Heléne (1994). Matvanor och inställning till mat och hälsa - resultat från enkätundersökningar. *Vår Föda*, 3, 154-166.
- Becker, Wulf (2000). Uteätaren - en medelålders man på lunchkrog. *Vår Föda*, 53(5), 18-21.
- Bender, Mary M. & Derby, Brenda M. (1992). Prevalence of Reading Nutrition and Ingredient Information on Food Labels Among Adult Americans: 1982-1988. *Journal of Nutrition Education*, 24(6, November/December): 292-297.
- Bruce, Åke (1997). Implementing dietary guidelines: Sweden. In: Verner Wheelock (ed.) *Implementing Dietary Guidelines for Healthy Eating*, pp. 245-262. London: Blackie Academic & Professional.
- Daly, Patricia A. (1976). The Response of Consumers to Nutrition Labeling. *The Journal of Consumer Affairs*, 10(2, Winter): 170-178.
- Enghardt, Helene (1992). *Matfrisk bland konsumenterna*. (SLV-rapport 1992:11). Uppsala: Statens Livsmedelsverk.
- Enghardt, Helene & Becker, Wulf (1992). *Kunskaper och attityder till mat och hälsa 1991*. (SLV-rapport 1992:10). Uppsala: Statens Livsmedelsverk.
- Fullmer Susan, Geiger Constance J. & Parent Michael C. R. (1991). Consumers' knowledge, understanding, and attitudes toward health claims on food labels. *Journal of the American Dietetic Association*, 91 (2, February): 166-171.
- Gustafsson, Jan-Eric & Stahl, Per A. (1997). *STREAMS User's Guide. Version 1.7 for Windows*. Göteborg: Göteborg University, Sweden.
- Gutrie Joanne F., Fox Jonathan J., Cleveland Linda E., & Welsh Susan (1995). Who Uses Nutrition Labeling, and What Effect Does Label Use Have on Diet Quality? *Journal of Nutrition Education*, 27(4, July-August):163-172).
- Heimbach, James T. (1982). Public understanding of food label information. Food and Drug Administration, Washington D.C. 24pp.
- Hrovat, Kathleen, B., Harris, Karen Z., Leach, Alan D. Russell, Betsy S. Harris, Betsy V. & Sprecher, Dennis L. (1994). The new label, Type of Fat, and consumer choice. *Archives of family medicine*, 3,(Aug), 690-695.

Institute of European Food Studies (1996a). *A pan-EU survey of Consumer Attitudes to Food, Nutrition and Health*. (Report number 1). Dublin: Institute of European Food Studies.

Institute of European Food Studies (1996b). *A pan-EU survey of Consumer Attitudes to Food, Nutrition and Health*. (Report number 2). *Influences on Food Choice and sources of information on Health Eating*. Dublin: Institute of European Food Studies.

Jacoby, Jacob, Chestnut, Robert W. & Silberman, William (1977). Consumer Use and Comprehension of Nutrition Information. *Journal of Consumer Research*, 4 (September): 119–128.

KRAV (2002). KRAV regler 2002. <http://krav.se//regler2002/index.htm> [2002-09-02]

Kreuter, Matthew W., Brennan, Laura K., Scharff, Darcell P. & Lukwago, Susan N. (1997). Do Nutrition Label Readers Eat Healthier Diets? Behavioral Correlates of Adults' Use of Food Labels. *American Journal of Preventive Medicine*, 13(4): 277-283.

Larsson, I. & Lissner, L. (1996). The 'Green Keyhole' nutritional campaign in Sweden. Do women with more knowledge have better dietary practices? *European Journal of Clinical Nutrition*, 50, (5), 323-328.

Larsson, I., Lissner, L. & Wilhelmsen, L. (1999). The 'Green Keyhole' revisited: nutritional knowledge may influence food selection. *European Journal of Clinical Nutrition*, 53, (10), 776-780.

Laser Reuterswärd, Anita & Svederberg, Eva. (1999). Förstår konsumenter förpackningstexter om nutrition och hälsa? Vad visar litteraturen? *Scandinavian Journal of Nutrition/Näringsforskning*, 43, (4), 163-168.

Lindblom, Lars, Janlert, Urban, Karlsson, Karl-Eric, Waldau, Susanne & Weinehall, Lars (1997). "Gröna nyckelhålet" projekt för folkhälsan. Samhällsintervention med svårsmitt hälsoeffekt. *Läkartidningen*, 94, (20), 1905-1907.

Magnusson, Arvola, Koivisto Hursti, Åberg & Sjöden (2001). Attitudes towards organic foods among Swedish consumers. *British Food Journal*, 103, (3), 209-226.

Michel, Patricia M., Korslund, Mary K., Finan, Amelia & Johnson, Janet (1994). Food Label Reading Habits of WIC Clients. *Journal of Nutrition Education*, 26(3): 146-148.

Nayga Jr., Rodolfo, M., Lipinski, Daria & Savur Nitin (1998). Consumers' Use of Nutritional Labels While Shopping and At Home. *Journal of Consumer Affairs*, 32 (1, Summer): 106-120.

Neuhouser, Marian L., Kristal, Alan R. & Patterson, Ruth E. (1999). Use of food nutrition labels is associated with lower fat intake. *Journal of American Dietetic Association*, 99(1): 45-50, 53.

Reid, Debra J. & Hendricks, Suzanne M. (1994). Consumer understanding and use of fat and cholesterol information on food labels. *Canadian Journal of Public Health*, 85, (5), 334-337.

Reid, Debra J., Conrad Sheryl A. & Hendricks, Suzanne M. (1996). Tracking Nutrition Trends 1989-1994. An Update on Canadians' Attitudes, Knowledge and Reported Actions. *Canadian Journal of Public Health*, 87 (2, March-April): 113-118.

SCB 1998. Konsumtion av livsmedel. Jordbruksstatistiskt årsbok 2001. sid. 247-260 http://www.scb.se/publkat/jordbruk/jordbrukarsbok01/kap01_17.pdf (2002-01-08)

Schapira, David V.; Kumar, Nagi B.; Lyman, Gary H. & McMillan, Susan C. (1990). The Value of Current Nutrition Information. *Preventive Medicine*, 19: 45-53.

Shank, Fred R., Carson, Karen & Glinsmann, Walter H. (1996). Putting things in perspective: Building on our experience. *Journal of nutritional science and vitaminology*, 126, (3), 781S-787S.

Sjöberg, L. (1996). Kost och hälsa – riskuppfattningar och attityder. Resultat av en enkätundersökning. (SLV rapport nr.1 1996). Uppsala: Statens livsmedelsverk.

Sjöberg, L., Oskarsson, A., Bruce, Å. & Darnerud, P.O. (1997). Riskuppfattning hos experter inom området kost och hälsa. (SLV rapport nr. 24 1997). Uppsala: Statens Livsmedelsverk.

Svederberg, Eva (1997). Tänkande bakom val och användning av livsmedel. Faktorer som medverkar till eller utgör hinder för förändring av matvanor i hälsofrämjande riktning. Diss. (Lund Studies in Education 1). Lund: Lund University Press.

Svederberg, Eva (2001, December). Consumers' views regarding health claims on food packages. Contextual analysis by means of computer support (48 paragraphs). *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum:Qualitative Social research* [On-line Journal], 3(1). Available at: <http://www.qualitative-research.net/fqs/fqs-eng.htm> [Date of access: 01022002]

Svederberg, Eva; Gustafsson, Jan-Eric, Asp, Nils-Georg, Laser Reutersvärd, Anita & Svensson, Lennart. (2002a). Influence of earlier experiences on consumers' reading and use of nutritional information on food packages. A questionnaire involving structural equation modeling. (Submitted manuscript)

Svederberg, Eva (2002b). Consumers' views regarding health claims on two food packages. (Pedagogical Reports 21). Lund: Pedagogiska institutionen, Lunds universitet. Available at: <http://www.pedagog.lu.se/forskning/skrifter/report21.pdf>

Svederberg, Eva (2002c). Är innehållet hälsosamt eller - suspekt? Konsumentssynpunkter kring hälsopåståenden. *Livsmedelsteknik*, (6-7), 40-41.

Taylor, Michael R. (1995). FDA's Public Health Goals in Evaluating Health Claims. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 35 (1&2): 1-5.

Wang, Guijing; Fletcher, Stanley M. & Carley, Dale H. (1995). Consumer Utilization of Food Labeling as a Source of Nutrition Information. *The Journal of Consumer Affairs*, 29(2, Winter): 368-380.

Den goda och hälsosamma maten



En undersökning om hur konsumenter använder information på livsmedelsförpackningar

Pedagogiska institutionen, Lunds universitet

Ytterligare frågor

Eventuellt vill jag träffa Dig för att ställa ytterligare några frågor om information om mat på livsmedelsförpackningar, i matbroschyrer och i annonstidningar. Skriv Ditt namn och telefonnummer nedan om Du är intresserad.

Namn:

Telefon:

*Det är **frivilligt** att besvara frågorna i enkäten.*

Svaren i enkäten kommer att bearbetas statistiskt.

Innan svaren bearbetas tas denna sida bort. Därmed upphör all koppling mellan enkät och person, vilket garanterar Din anonymitet.

Inledning

Frågeformuläret handlar om följande information om livsmedel som Du kan hitta på förpackningar, i matbroschyrer och i annonsblad:

- näringsvärde per 100g
- symboler, t.ex. nyckelhålmärkning och KRAV-märkning
- näringspåståenden, t.ex. fiberrik
- hur livsmedlet producerats
- innehåll (ingredienser)

Till Dig som fyllt i och skickat tillbaka enkäten i det bifogade svarskuvertet skickas en färgglad broschyr om frukt och grönsaker.

A. Först några frågor om Dina erfarenheter av mat

1. Brukar Du läsa böcker och artiklar i dagstidningar och veckotidningar som handlar om hälsosam och nyttig mat?

- Ofta Ganska ofta Ibland Aldrig

2. Brukar Du läsa böcker och artiklar i dagstidningar och veckotidningar som handlar om recept med god mat och vackra dukningar?

- Ofta Ganska ofta Ibland Aldrig

3. Har Du gått någon kurs eller utbildning som helt eller delvis handlat om livsmedel och matlagning?

- Ja Nej

4. Har Du ett yrkesarbete med anknytning till livsmedel?

- Ja Nej

Om ja, vilket?

- Lantbrukare
 Trädgårdsmästare
 Lantarbetare
 Livsmedelsindustriarbetare
 Arbetsledare på livsmedelsindustri
 Kokerska/kock
 Ekonomiföreståndare
 Dietist
 Lärare i hemkunskap/kostkunskap/livsmedelsteknik
 Annat

5. Är Du uppvuxen på lantbruk?

- Ja Nej

6. Hur ofta lagar Du mat hemma?

Varje dag

- 5-6 gånger/vecka
 3-4 gånger/vecka
 1-2 gånger/vecka
 1-3 gånger/månad
 Någon enstaka gång
 Aldrig

7. Hur ofta äter Du lunch på restaurang (lunchrestaurang, personalrestaurang) under arbetsveckan?

- Varje arbetsdag/studiedag
 3-4 gånger/vecka
 1-2 gånger/vecka
 1-3 gånger/månad
 Någon enstaka gång
 Aldrig

8. Har Du eller någon i Din familj hälsoproblem eller någon sjukdom som gör att Du/Ni behöver vara noga med vad Du/Ni äter?

- Ja Nej

Om ja, vilket eller vilka?

- Livsmedelsallergi eller annan överkänslighet
 Förstoppning/trög mage
 Diabetes
 Förhöjt blodtryck
 Förhöjda blodfettvärden
 Övervikt
 Undervikt
 Annat

9. Utesluter Du vissa livsmedel av etiska eller religiösa skäl?

- Ja Nej

B. Hur Du använder information och symbolmärkning när Du köper mat

10. Hur ofta brukar Du handla mat i livsmedelsbutik?

- Varje dag
- 3-4 gånger/vecka
- 1-2 gånger/vecka
- 1-3 gånger/mån
- Någon enstaka gång
- Aldrig → Gå till fråga 20

11. Brukar Du läsa rutan på livsmedelsförpackningar med rubriken: "Näringsvärde per 100 g", dvs. livsmedlets innehåll av protein, kolhydrat, fett, vitaminer mm.?

- Ofta
- Ganska ofta
- Ibland
- Aldrig

12. Brukar Du läsa rutan på livsmedelsförpackningar med rubriken "Ingredienser", dvs. information om innehållet i förpackningen.

- Ofta
- Ganska ofta
- Ibland
- Aldrig

13. Brukar Du köpa mat därför att det finns information på förpackningen om att livsmedlet innehåller kostfiber eller är fiberrikt?

- Ofta
- Ganska ofta
- Ibland
- Aldrig

14. Brukar Du köpa mat därför att det finns information på förpackningen om att livsmedlet är en lättprodukt, dvs. har lågt fettinnehåll?

- Ofta
- Ganska ofta
- Ibland
- Aldrig

15. Brukar Du köpa naturenligt eller ekologiskt producerade livsmedel?

- Ofta
- Ganska ofta
- Ibland
- Aldrig

16. Brukar du köpa livsmedel därför att de har KRAV-märkning?

- Ofta
- Ganska ofta
- Ibland
- Aldrig

17. Brukar Du köpa livsmedel därför att de är märkta med nyckelhålet  ?

- Ofta
- Ganska ofta
- Ibland
- Aldrig

18. Brukar Du ha ont om tid när Du köper mat?


- Ofta
- Ganska ofta
- Ibland
- Aldrig

19. Skulle Dina inköp av mat underlättas om annonstidningar och flygblad som delas ut i brevlådan innehåller mer information om hälsosam och nyttig mat?

- Ja Nej Vet inte

20. Brukar Du laga mat efter recepten på livsmedelsförpackningar och i annonstidningar?

- Ofta Ganska ofta Ibland Aldrig

21. Vad står symbolmärkningen nyckelhålet  för?

Flera svarsalternativ möjliga.

- Kalorifattigt
 Utan konserveringsmedel
 Sockerfritt
 Fettsnålt
 För diabetiker
 Fiberrikt
 Miljövänligt
 Kolesterolfritt
 Annat


Vet ej

C. Hur Du använder information för val mellan livsmedel i samma produktgrupp

22. Vilken sorts mjölk *eller* vilka sorters mjölk brukar Du köpa?

- Vanlig mjölk (orange) Gammaldags
 Mellanmjölk (blå) BRAmjölk
 Lättmjölk (röd) Låglaktosmjölk
 Minimjölk (gul) Annan

Köper inte mjölk → Gå till fråga 26

23. Brukar Du köpa mjölk som är märkt med nyckelhålet  ?

- Alltid Ofta Ibland Aldrig Vet inte

24. Brukar Du köpa mjölk som är märkt "Ekologisk"?

- Alltid Ofta Ibland Aldrig Vet inte

25. Brukar Du köpa mjölk eller fil som innehåller bakterier som är bra för magen?

Alltid Ofta Ibland Aldrig


26. Brukar Du köpa matbröd (till smörgås)?

Ja

Nej → [Gå till fråga 29](#)

27. Brukar Du köpa matbröd därför att det finns information om att det innehåller kostfiber eller är fiberrikt?

Alltid Ofta Ibland Aldrig

28. Brukar Du köpa matbröd som är märkt med nyckelhålet  ?

Alltid Ofta Ibland Aldrig Vet inte

29. Använder Du bordsmargarin (smör) på brödet?

Ja


Nej → [Gå till fråga 34](#)

30. Brukar Du köpa bordsmargarin (smör) till bröd därför att det finns information på paketet om att det har låg fetthalt?

Alltid Ofta Ibland Aldrig

31. Brukar Du köpa bordsmargarin (smör) till bröd därför att det finns information på paketet om att det har högt innehåll av omättat fett?

Alltid Ofta Ibland Aldrig

32. Brukar Du köpa bordsmargarin (smör) till bröd som är märkt med nyckelhålet  ?

Alltid Ofta Ibland Aldrig Vet inte

33. Vilken sort *eller* vilka sorters bordsmargarin (smör) till bröd brukar Du köpa?

Bregott

Linnea

Smör

Bregott mellan

Lätta

så Gott

Carlshamns lättmargarin

Lätt & Lagom

Tre Ess

Det Goda

Nyttä

Annat

Flora

Runda Bords

34. **Maten Du köper.** Hur viktiga tycker Du att följande egenskaper är hos den mat som Du köper? *Sätt kryss i aktuell ruta i varje rad!*

	Full- ständigt oviktigt	Mycket oviktigt	Ganska oviktigt	Varken viktigt eller oviktigt	Ganska viktigt	Mycket viktigt	I hög grad av- görande
Lätt att tillaga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rolig att tillaga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
God smak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hälsosam och nyttig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lågt pris	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Så färsk som möjligt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Producerad i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fri från livsmedelstill- satser (färger, konser- veringsmedel, konsi- stensgivare, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fri från miljögifter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Att produktionen av livsmedlet inte skadar miljön	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Att produktionen av livsmedlet inte innebär lidande för djur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Att slaktdjurets ras är deklarerad, såsom t.ex. Piggham på griskött	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
God hygien i produk- tion och hantering av livsmedel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekologiskt odlad mat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

35. **Mat och hälsa.** Hur stort förtroende har Du för information om mat och hälsa från olika informationskällor? *Sätt kryss i aktuell ruta i varje rad!*

	Inte alls	Ytterst lite	Ganska lite	Ganska mycket	I hög grad
<i>Massmedier:</i>					
Nyhetssändningar i TV och Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Matprogram i TV och Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Morgontidningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvällstidningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veckotidningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Förpackningen:</i>					
Texten på förpackningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Reklam:</i>					
Annonblad och annonstidningar som kommer i brevlådan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Matbroschyrer som man t.ex. får i mataffären	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hälsotidningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Matreklam i TV och i veckotidningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Personliga kontakter:</i>					
Vänner och bekanta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbetskamrater eller studiekamrater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Läkare, dietist och sjuksköterska	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apotekspersonal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Till sist.....

36. **Kön:** Man Kvinna

37. **Födelseår:** 19.....

38. **Civilstånd:** Gift/sambo Ensamstående

39. **Hemmaboende barn:** Ja Nej

40. **Min utbildning är:**

Sätt kryss i aktuell ruta eller aktuella rutor!

- Grundskola eller folkskola
- Realskola
- Yrkesskola
- Folkhögskola
- Gymnasium 2 år
- Gymnasium 3-4 år
- Universitet, högskola eller seminarium 3 år eller mindre
- Universitet eller högskola mer än 3 år

41. **För Dig som inte är född i Sverige:**

Jag är född ioch jag var år när jag kom till Sverige.

Har Du svarat på alla frågorna?

Kontrollera gärna än en gång för säkerhets skull.

Ytterligare frågor

Har Du som är intresserad av att svara på ytterligare frågor om matinformation skrivit Ditt namn och telefonnummer på sidan 2?

Oklarheter

Om jag upptäcker några oklarheter i svaren i enkäten kan jag behöva kontakta Dig. Det är därför till stor hjälp om Du fyller i Ditt telefonnummer och när Du säkrast träffas.

Telefonnummer:

Träffas säkrast klockan:

Obs! Innan enkäten bearbetas tar jag bort denna sida med Ditt telefonnummer. På så sätt garanteras Din anonymitet.

Tusen tack för hjälpen!

Eva Svederberg

Telefon: 046 - 222 87 19

Fax: 046 - 222 45 38

E-mail: Eva.Svederberg@pedagog.lu.se

Den goda och hälsosamma maten

Pedagogiska institutionen
Lunds universitet
Box 199
221 00 Lund

LUNDS UNIVERSITET
PEDAGOGISKA INSTITUTIONEN



LUND UNIVERSITY
DEPARTMENT OF EDUCATION

Lund, den 20 februari 1998

En undersökning om information om mat

Tycker Du att matannonser, matbroschyrer och texten på livsmedelsförpackningar ger den information som just Du behöver?

Både tillverkare av livsmedel och myndigheter, som Livsmedelsverket och Konsumentverket, strävar efter att Du som konsument ska ha tillgång till bra information om mat. För att kunna ge Dig så bra information som möjligt är det *mycket* betydelsefullt att få veta vilken information som just Du tycker är viktig.

Enkäten (frågeformuläret) som bifogas ingår i ett forskningsprojekt som syftar till att lyfta fram hur konsumenterna använder information om livsmedel och vilka önskemål som finns. Genom att fylla i och skicka tillbaka enkäten har Du möjlighet att bidra till ännu bättre information om mat.

Jag är tacksam om Du besvarar frågorna i enkäten **inom en vecka**. Lägg den ifyllda enkäten i bifogat svarskuvert. Frimärke behövs inte. Som tack för hjälpen får Du en färgglad broschyr om frukt och grönsaker.

Om något är oklart, ring gärna och fråga. Jag har telefon 046-222 87 19. Om jag inte är på plats, tala in Ditt namn och telefonnummer på telefonsvararen så ringer jag upp.

Jag vill också träffa några av Er som besvarat enkäten för att ställa ytterligare frågor om matinformation. Är Du intresserad? Skriv i så fall Ditt namn på sidan 2 i enkäten.

Vänliga hälsningar

Eva Svederberg



Postadress/Mail address
Box 199
S-221 00 LUND
Sweden

Besöksadress/Visitors
Allhelgona Kyrkogata 14, Hus M

Telefon/Telephone
046 - 222 00 00
Int + 46 46 222 00 00
Direct 222 9335.....

Telefax
046 - 222 45 38
Int + 46 46 222 45 38

Lunds universitet
Pedagogiska institutionen
Box 199, 221 00 LUND
Tel 046-222 00 00

Från Pedagogiska institutionen, Lunds universitet utges följande rapportserier:

Pedagogical reports	ISSN 0347-8467
Pedagogical bulletin	ISSN 0349-0009
Pedagogiska rapporter	ISSN 0348-369X
Pedagogiska uppsatser	ISSN 0349-2508

De pedagogiska och psykologiska institutionerna i Lund-Malmö utger gemensamt monografiserien:

Studia psychologica et pædagogica, Series altera ISSN 0346-5926

PEDAGOGISKA RAPPORTER

1. Flinck, R. Försök med distansundervisning på högskolenivå i ämnet undervisningsteknologi. 1975.
2. Eriksson, M. Klientrelaterad handledning. Problemöversikt och problemstrukturering. Del 1. Introduktion. 1975.
3. Eriksson, M. Klientrelaterad handledning. Problemöversikt och problemstrukturering. Del 2. Mål. 1975.
4. Eriksson, M. Klientrelaterad handledning. Problemöversikt och problemstrukturering. Del 3. Metoder. 1975.
5. Eriksson, M. Klientrelaterad handledning. Problemöversikt och problemstrukturering. Del 4. Evaluering, 1975.
6. Eriksson, M. Utformning av önskemål om klientrelaterad handledning inom svenska högre utbildningar. 1975.
7. Eriksson, M. Samtalsträning inom klientrelaterade utbildningar. 1975.
8. Johannesson, I. Undervisning av invandrare i Sverige. En forskningsöversikt. 1976.
9. Andersson, L. Förebyggande elevvård i skolan. 1976.
10. Ouvinen-Birgerstam, P. Finska invandrarfamiljer i Malmö. Intervjuer med finska mödrar om deras förhållanden i Sverige och upplevelser av att vara invandrare. 1977.

11. Köhler, E-M. Föräldraundervisning - ett praktiskt försök och en principiell diskussion. 1977.
12. Bratt, I. Bidrag till språkmetodikens historia. Översikt över metodutvecklingen fram till 1900-talets början. 1977.
13. Arvidsson, M - Löfgren, H. Kongruensfel i tyska: En kvantitativ och kvalitativ analys av gymnasieelevers muntliga och skriftliga prestationer. 1978
14. Bååth, J. A. Korrespondensundervisningen i ljuset av ett antal samtida undervisningsmodeller. 1978.
15. Lundberg, P. Finska barns sociala relationer i svenska skolklasser. En jämförelse mellan tidig och sen integrering. 1978.
16. Ouvinen-Birgerstam, P. Studie- och fritidsverksamhet bland finska invandrarföräldrar åren 1974 - 1978. 1978.
17. Madsén, T. Från gymnasieskola till högskola: Resultat från en enkätundersökning i gymnasieskolans avgångsklasser. 1978.
18. Hedetun, E - Larsson, P - Madsén, T. Studieinformation, studieval, studiestart och studieanpassning. En kartläggning av nybörjarproblem vid filosofisk fakultet. 1979.
19. Wångdahl, A. Redovisning av enkätundersökning om brevscoleelever vid Statens skolor för vuxna. 1979.
20. Lennung, S-Å. Psykoterapiforskning. En litteraturgenomgång och problemformulering. 1980.
21. Eppler, M - Nelander, B. Kartläggning och omformning av den psykosociala arbetsmiljön på ett sjukhus - en projektbeskrivning. 1980.
22. Löfgren, H - Ouvinen-Birgerstam, P. Försök med en tvåspråkig modell för undervisning av invandrabarn. 1980.
23. Löfgren, H. Lärarnas arbetsmiljö. 1980.
24. Arborelius-Gralvik, E. Vad tycker arbetarklass och mellanskikt om föräldrautbildning? Uvärdering av gruppbesök vid en barnvårdscentral med avseende på föräldrarnas yrkestillhörighet. 1981.
25. Lundberg, P. Utbildning av tvåspråkiga förskollärare. Lärarkandidaternas synpunkter under utbildningstiden. 1982.
26. Kenttä, M. Utbildning av tvåspråkiga lärare för hemspråksundervisning av invandrabarn. Utexaminerade lärares synpunkter ett år efter avslutad utbildning. 1982.

27. Angerin, C. Prematura barn - utveckling och uppväxt till 26 månaders ålder. 1982.
28. Löfgren, H - Brenner, S-O - Tellenback, S. Arbetsmiljön i skolan. Utveckling av en kausal modell för relationer mellan faktorer i arbetsmiljön för kommunalt anställda inom skolväsendet. 1982.
29. Löfgren, H - Ericsson, E. Undervisningsmodeller för barn med annat hemspråk än svenska. Utvärdering av modersmålsklasser kontra sammansatta klasser. 1982.
30. Lundberg, P - Eriksson, M. Tvärkulturell kommunikation - forskning och erfarenheter av betydelse för interkulturella samtal. 1983.
31. Nilsson, U. Pensionärer och studieverksamhet. En inledande diskussion. 1983.
32. Löfgren, H. Invandrarungdomar i skolan och på arbetsmarknaden. En uppföljning av elever med annat hemspråk än svenska, som gick ut grundskolan 1979. 1984.
33. Löfgren, H - Tellenback, S. Arbetsmiljön i skolan. En studie av elever i årskurserna 7 och 9 i Malmö kommun. Del 1: Dokumentation av insamlade data. 1984.
34. Löfgren, H - Tellenback, S. Arbetsmiljön i skolan. En undersökning av lärare och elever vid en gymnasieskola. 1984.
35. Olsson, T. Kunskaper och myter. Bilden av Indien i svenska skolböcker. 1984.
36. Löfgren, H - Tellenback, S. Arbetsmiljön i skolan. En studie av elever i årskurserna 7 och 9 i Malmö kommun. Del 2: Resultat av en enkätundersökning. 1984.
37. Nilsson, U. Pensionärsverksamhet inom studieförbunden. En granskning av utformning och utbud samt organisatörers erfarenheter. 1984.
38. Löfgren, H. Invandrarungdomar i skolan och på arbetsmarknaden. En uppföljning av elever med annat hemspråk än svenska, som gick ut grundskolan 1979. Delrapport 2. 1983.
39. Hallerström, H - Kallós, D. En utvärdering av lokalt utvecklingsarbete i Helsingborgs kommun. 1984.
40. Kallós, D. Arbetsenheter och arbetslag i grundskolan. 1985.
41. Nilsson, U - Köhler, E-M (red). Aktuell pedagogisk forskning. 1985.
42. Lundahl, L. Skola och undervisning i högerpartiets partiprogram, valupprop och valhandböcker under åren 1904 - 1962. 1985.

43. Rodhe, B. Offentlig skola och fristående undervisning. Ram för en komparativ och historisk undersökning. 1986.
44. Lundbergh, B. Kvinnolitteratur under 1850-, 60- och 70-talen. Ett urval 1986.
45. Fritzell, Ch. Utbildning och arbetsmarknad: Några steg mot en pedagogisk teori. 1987.
46. Hallerström, H. Utvärdering av utvecklingsarbete inom skola, förskola och boendemiljö. 1988.
47. Johansson, B & Johansson, B. Arbetslivskontakter på grundskolans högstadium. En enkätundersökning bland högstadielärarna i Helsingborgs kommun. 1988.
48. Bildung und Erziehung in Gegenwart und Zukunft - Ergebnisse, Probleme und Tendenzen. Sechs Beiträge eines Kolloquiums.
49. Ström, P. Utvärdering av utvecklingsarbete inom social hemtjänst. Lägesrapport 1.1989.
50. Hallerström, H. Skolförändring och decentralisering. Perspektiv och resultat inom svensk pedagogisk forskning. 1989.
51. Wångstedt, A. Lärararbetets natur ur psykosocial synvinkel. En förstudie. 1989.
52. Johansson, B - Johansson, B. Styrning genom skolplan och arbetsplaner i Helsingborg. 1989.
53. Fritzell, C. Om pedagogikens normativa grund i socialfilosofiskt perspektiv: Från Marx, Weber och Frankfurtskolan till Habermas. 1989.
54. Lindberg-Sand, Å. Den osynliga utbildningen. Lokala utvärderingar av hälso- och sjukvårdslinjens allmänna inriktning - översikt av ansatser och resultat. 1990.
55. Aktuell pedagogisk forskning. Red: Lennart Svensson och Margot Deijenberg. 1990.
56. Gerrevall, P. Den tvååriga ingenjörsutbildningen i Växjö - erfarenheter från de två första studiekullarna. 1991.
57. Wångstedt, A. "Inte sjuk - men plågad". Om lärararbetet ur psykosocial synvinkel. 1991.
58. Larsson, S. Självstyrda studiers relation till organiserad studieverksamhet - som förutsättning, komplement och/eller alternativ. 1991.

59. Ström, P. Organisationsförändring i hemtjänsten. Ett försök att förändra organisationen tillsammans med personalen. (Slutrapport från Centrum Väst-projektet.) 1991.
60. Poppius, U. När lundaprofessorerna höll bondföreläsningar. Centralbyrån i Lund för populära vetenskapliga föreläsningar. Folkbildningsavdelning vid Lunds universitet. 1898-1970. 1991.
61. Johansson, B - Johansson, B. Styrning genom skolplan och arbetsplaner i Helsingborg. Del II. 1991.
62. Björk, M - Montgomery, C. Utvecklingssamtal - en teoretisk idyll? En teoretisk och empirisk analys om utvecklingssamtalets definition, syften och problematik. 1992.
63. Köhler, E-M - Härdig, J - Liljegren, A. En rapport från verksamheten i barnomsorgen på tre områden i Lunds kommun. 1992.
64. Knober-Markholm, B. Fritidspedagogyrket i utveckling. En komparativ studie av fritidspedagogens kompetensutnyttjande och professionaliseringsmöjligheter i fritidshem och heldagsskola. 1993.
65. Ericsson, E. Jämställdhetsinsatser vid Lunds universitet. Uppföljning av jämställdhetsplanens mål om aktiv kunskapspridning i grundutbildningen genom granskning av kursutbudet vid två humanistiska institutioner under vårterminen 1992. (På uppdrag av Ledningsgruppen för Jämställdhetsarbetet). 1993.
66. Köhler, E-M. Professionell fostran - Barnens vänner. 1994.
67. Rosenqvist, J - Nilsson, E - Eriksson, I - Ekberg, F. Särskolan i Kronobergs läns landsting. En extern utvärdering. 1995.
68. Nilsson, I. Kompetens att undervisa elever med funktionshinder i normalklass. Blivande grundskollärares uppfattningar. 1995.
69. Rosenqvist, J. (Red). Slutrapport från projektet: Integrering av elever med psykisk utvecklingsstörning. En utvärdering av teori och praktik. 1996.
70. Lindberg, B. Honorine Hermelin Grönbech (1886-1977). "En pedagog i tiden - en blå delfin". 1996.
71. Wångstedt, A. Lärararbetet som politiskt arbete. Problembaserad analys och diskussion med utgångspunkt i didaktiska frågeställningar relaterade till den aktuella reformpolitiken inom skolans område. 1997.
72. Doumas, K. Erospedagogik från Platon till Areopagites. 1997.
73. Wirdheim, E. Idrottsföreningar i Halland med inriktning på barn- och ungdomsidrott. 1998.

74. Szybek, P. Åh vilken äcklig fisk. Ett möte mellan naturvetenskaplig kunskap och vardagskunskap i skolan. Exempel från biologiundervisningen på grundskolans högstadium. 1998.
75. Liljedahl, K. Omsorgen – en frukt av vår moderna välfärd. En undersökning om förändrade levnadsvillkor genom lagstiftning under 25 år för en grupp särskoleelever från ungdomstid till medelålder. 1999.
76. Liljedahl, K. Kunskaps- och kompetensutveckling om bemötande. En enkätstudie om anställdas upplevelser av olika utbildningssammanhang inom landstingets habilitering i Norra Kalmar län. 2000.
77. Lorentz, H. Forskning om mångkulturalism i Sverige utifrån ett pedagogiskt perspektiv
– en överblick och historisk tillbakablick 1950-2000
– ett litteratururval 1980-2000
2001.
78. Svederberg, E - Asp, N-G - Laser Reuterswärd, A - Svensson, L. Läser och förstår konsumenter texter och symbolmärkning om näring och hälsa på livsmedelsförpackningar? 2002.