

# Wasabröd frukostvanor

Kontakt på Novus: Anna-Lena Wihlborg &  
Siobhán Hogan

Datum: 30 november 2020



**M&CSAATCHI**  
BRUTAL SIMPLICITY OF THOUGHT

**NOVUS**



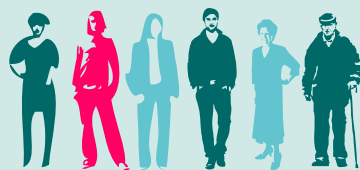
# Bakgrund & Genomförande

## BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av M&C Saatchi/Wasabröd. Syftet med undersökningen är att undersöka allmänhetens frukostvanor sett i förhållande till hållbarhetsfrågor.

## MÅLGRUPP

Svenska allmänheten



Ålder:  
18-79 år

## GENOMFÖRANDE

Antal intervjuer:  
**1080**

Fältperiod 20 – 25  
november 2020

Deltagarfrekvens:  
**57%**

Novus har genomfört 1080 intervjuer. Deltagarfrekvensen bland de inbjudna var 57%. Det finns inget som tyder på att bortfallet skulle snedvrída resultatet, utan undersökningen är åsiktmässigt representativ för den grupp som skulle undersökas, och de slutsatser som presenteras i undersökningen gäller hela populationen.

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

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

## RESULTAT

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

## FELMARGINAL

Vid 1 000 intervjuer:  
Vid utfall 20/80: +/- 2,5%  
Vid utfall 50/50: +/- 3,2%



# Kort sammanfattning

---

## FRUKOSTVANOR

- Nära åtta av tio (78%) äter frukost varje dag
- Bland de som äter frukost äter var tredje (32%) samma frukost varje dag
- Bland de som äter frukost åt två av tre (66%) bröd till frukost
- Bland de som äter frukost åt var tredje (32%) fil/yoghurt/kvarg till frukost
- Bland de som äter frukost drack drygt hälften (55%) kaffe till frukost
- Bland de som äter frukost åt drygt var femte (22%) ägg till frukost
- Bland de som åt bröd till frukost åt nära hälften (47%) mörkt bröd till frukost, var femte (20%) åt knäckebröd
- Bland de som åt grönsaker till frukost åt ungefär hälften gurka (56%) eller tomat (48%) till frukost
- Bland de som drack smoothie till frukost var bär och frukter det flest hade i sin smoothie
- Bland de som åt frukt och/eller bär till frukost åt var tredje åt blåbär (33%) eller banan (32%)
- Bland de som äter frukost är det viktigaste är att frukosten är god (75%)

# Kort sammanfattning

## KLIMATVÄNLIG FRUKOST

- Bland de som äter frukost ser tre av tio (30%) ser på sin egen frukost som klimatvänlig
- Bland de som äter frukost tycker var tredje (32%) det är viktigt att deras frukost är klimatvänlig
- Bland de som äter frukost är nära fyra av tio (38%) öppna för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig
- Bland de som är öppna för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänliga kan var femte (21%) tänka sig att äta mer när-/lokalproducerat
- Bland de som inte är öppna för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänliga kan en av tio (11%) tänka sig ge upp lite av varje bara inte smak, pris och tid påverkas
- Bland de som äter frukost är var tredje (32%) engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv
- Bland de som är engagerade i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv är källsortering det sätt de flesta yttrar sitt hållbarhetsengagemang (87%)
- Var femte (21%) att köttprodukter på frukostbordet är klimatbovar

## FRUKOSTVANOR UNDER CORONAPANDEMIN

- Bland de som äter frukost har majoriteten (79%) inte ändrat sina frukostvanor under Coronapandemin
- Bland de vars frukostvanor har ändrat sig under Coronapandemin uppges att man äter frukost hemma nu och lägger ner mer tid på frukosten

# Resultat

---

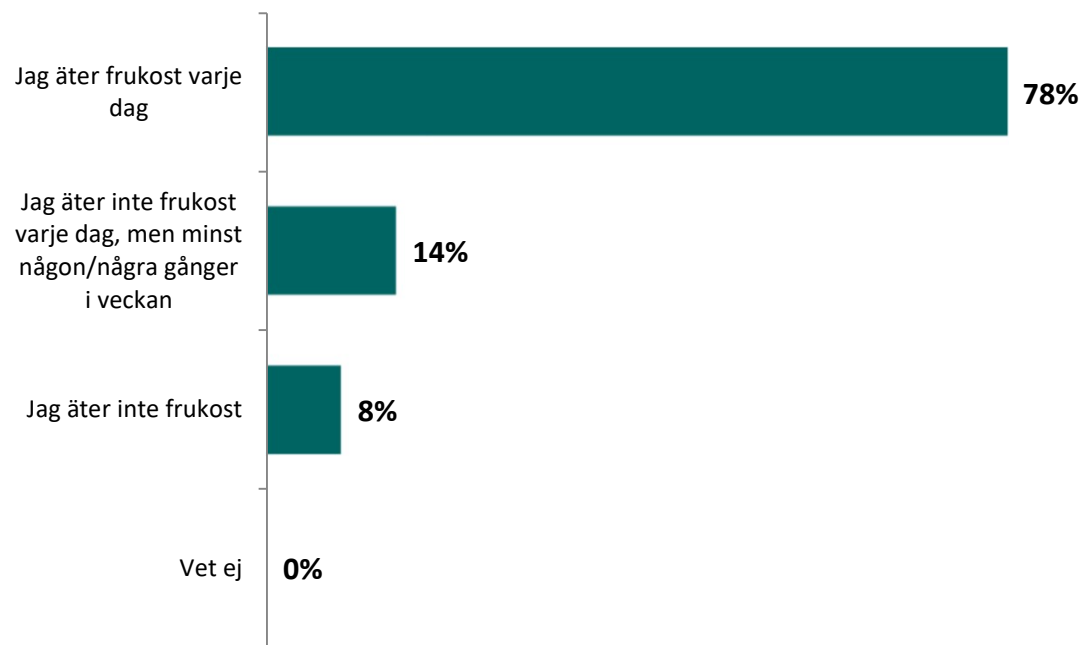


## Frukostvanor

---

# Nära åtta av tio äter frukost varje dag

FRÅGA: Om du tänker på frukost, vad passar då bäst in på dig?



BAS: Totalt (n=1080)

## Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad:

### Jag äter frukost varje dag (78%)

- Kvinna (82%)
- 65-79 år (90%)
- Boende i Västsverige (85%)
- Köttätare (85%)
- Flexitarianer (86%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (89%)
- I stor utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (87%)
- Är i stor utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (84%)

### Jag äter inte frukost varje dag, men minst någon/några gånger i veckan (14%)

- 18-29 år (23%)
- Boende i Mellansverige (17%)
- Boende i Sydsverige (19%)
- Inte viktigt med klimatvänlig frukost (23%)
- I liten utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (19%)

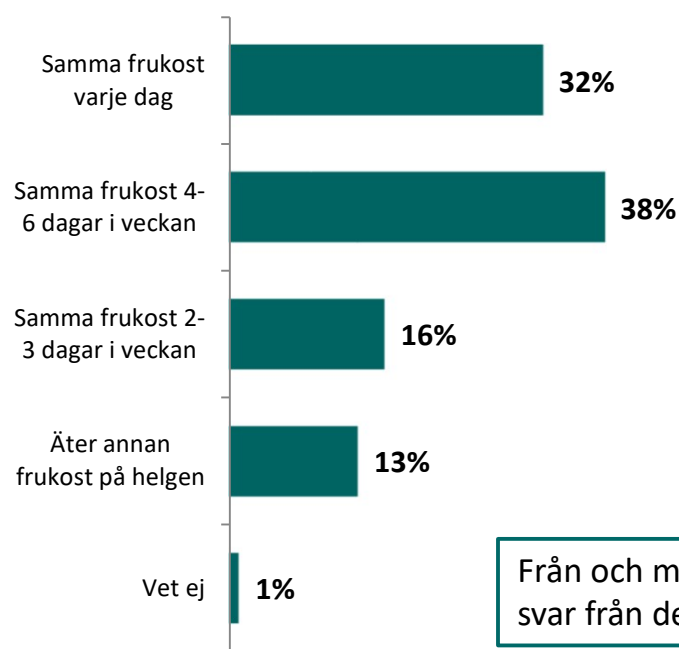
### Jag äter inte frukost (8%)

- Hushållsinkomst <299k (12%)

Bland de som äter frukost:

## Var tredje äter samma frukost varje dag

FRÅGA: I vilken utsträckning äter du samma frukost varje dag?



Från och med denna fråga är det bara svar från dem som äter frukost.

BAS: Äter frukost (n=995)

### Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad:

#### Samma frukost varje dag (32%)

- Man (35%)
- 65-79 år (57%)
- Har inga hemmaboende barn (35%)
- Hushållsinkomst -299k (41%)
- Äter frukost varje dag (35%)

#### Samma frukost 4-6 dagar i veckan (38%)

- Stockholm (46%)
- Har hemmaboende barn (46%)
- Äter frukost varje dag (42%)
- I stor utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (45%)

#### Samma frukost 2-3 dagar i veckan (16%)

- 30-49 år (19%)
- Äter inte frukost varje dag, men minst någon/några gånger i veckan (41%)

#### Äter annan frukost på helgen (13%)

- Västsverige (18%)
- 500k-799k (18%)
- Äter inte frukost varje dag, men minst någon/några gånger i veckan (26%)
- Är i stor utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv ((19%)



# Kaffe – det vanligaste svaret

FRÅGA: Vad åt och drack du till frukost idag? Om du inte hunnit äta frukost idag, beskriv då din frukost igår. Vi vill att du beskriver den rätt detaljerad. Exempelvis räcker det inte att skriva att du åt en smörgås med pålägg, utan vi vill veta vilken typ av bröd (EJ varumärket), vilket pålägg, om du hade margarin eller smör, någon grönsak till och vad du drack till etc.



BAS: Äter frukost, angett svar (n=993)

Vanligaste frukostvanorna

Kaffe

Ost

Ägg

Bröd/Fil/Mjök

# Urval av citat

FRÅGA: Vad åt och drack du till frukost idag? Om du inte hunnit äta frukost idag, beskriv då din frukost igår. Vi vill att du beskriver den rätt detaljerad. Exempelvis räcker det inte att skriva att du åt en smörgås med pålägg, utan vi vill veta vilken typ av bröd (EJ varumärket), vilket pålägg, om du hade margarin eller smör, någon grönsak till och vad du drack till etc.

"1 Ägg, 1,5dl bär, 1 frömacka med ost/gurka/ruccola/salami och 4dl kaffe samt ett glas (2dl) med 1/2 Berocca"

"100gram müsli, 300gram yoghurt, 1 kopp kaffe"

"0,5 l fil + müsli | 3 mörka limpskivor med smör samt ost på 2 st och kaviar på 1 | 1 glas apelsinjuice | 2 koppar kaffe"

"Grovt osötat bröd, aldrig smör, två ostskivor, en skiva rökt skinka, 5-6 gurkskivor, 4-5 paprikaringar, en driva ruccola, ett par salladsblad över det hela. Detta är min Dagobertmacka som jag gnager på varje morgon. Till detta tre koppar kaffe med varm mjölk."

"3 kokta ägg | 4 smörgåsar | Leverpastej, hummus | 3-4 bitar inlagd sill | 3 dl fruktyoghurt | 2 dl juice"

"100gram müsli, 300gram yoghurt. 1 kopp kaffe"

"1,5 dl Fiber-havregrynsgröt med choklad kasein och 60g frusna hallon. Drack ett vattenglas till gröten"

"Gröt på 1/3 havregryn och 2/3 rågflingor, lite salt 2 klippta dadlar och 1 msk russin. Till det 1,5 dl havredryck."

"Juice 1dl, filmjölk 1,5% 3dl, müsli | ca 2dl."

"Jag åt 2 ägg, 400g skumtomte-kvarg, en jordnötsmörsmatsked och kaffe med mjölk"

# Urval av citat

---

FRÅGA: Vad åt och drack du till frukost idag? Om du inte hunnit äta frukost idag, beskriv då din frukost igår. Vi vill att du beskriver den rätt detaljerad. Exempelvis räcker det inte att skriva att du åt en smörgås med pålägg, utan vi vill veta vilken typ av bröd (EJ varumärket), vilket pålägg, om du hade margarin eller smör, någon grönsak till och vad du drack till etc.

"Havregrynsgröt med lingonsylt. Kaffe med mjölk"

"Kaffe, smörgås, kokt ägg"

"Knäckebröd med ost som pålägg, ett kokt ägg och kaffe."

"Yoghurt med flingor, smoothie, kaffe och ägg"

"Bröd med smör och ost"

"Fil, müsli, apelsinjuice, kaffe, rågbröd med smör, ost och gurka"

"Kaffe, apelsinjuice kokt ägg rostat bröd paprika ost"

"Flingor, apelsinjuice, limpbröd utan pålägg"

"Havregrynsgröt med äppelmos och havremjolk."

"Te och limpa med lätta å ost"

# Två av tre åt bröd till frukost

FRÅGA: Nu kommer vi till ett avsnitt där vi vill att du anger om du åt en eller flera av dessa produkter på morgonen. Tänk fortfarande på frukosten idag eller den igår ifall du inte hunnit äta frukost ännu idag. Åt du något av detta till frukost? *Flera svar möjliga.*

## Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

### Bröd (66%)

- Man (69%)
- Boende i Stockholm (73%)
- Köttätare (70%)

### Smör (43%)

- Man (47%)
- 18-29 år (49%)
- Boende i Sydsverige (50%)
- Har hemmaboende barn (50%)
- Hushållsinkomst 500k-799k (48%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (48%)
- Är i stor utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (48%)

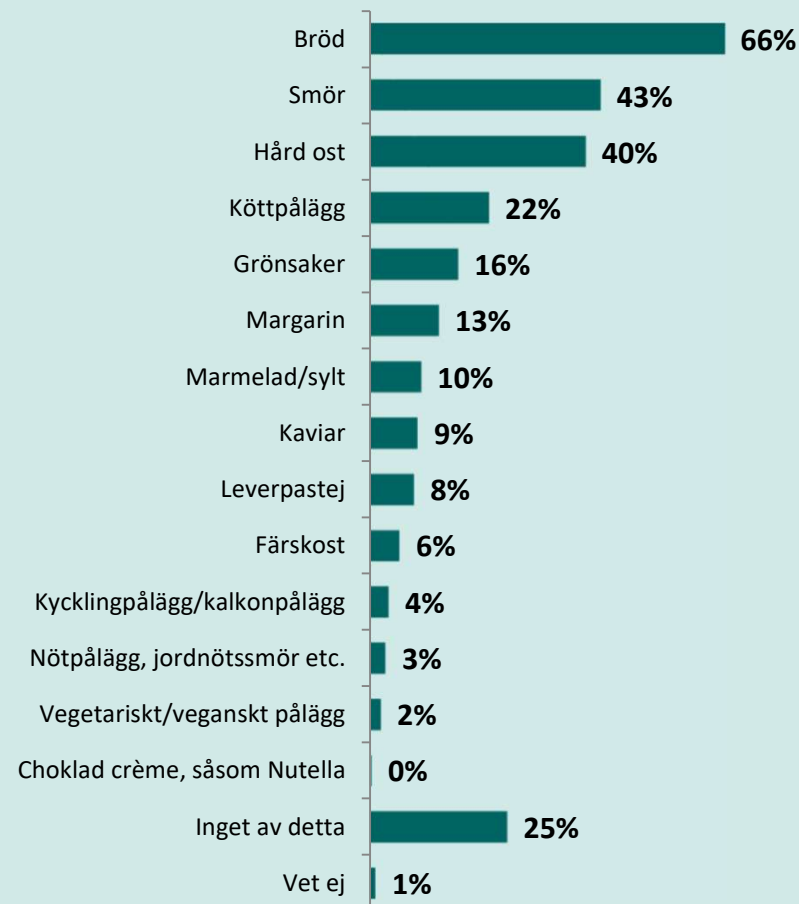
### Hård ost (40%)

- Man (45%)
- 65-79 år (48%)
- Stockholm (51%)

### Köttpålägg (22%)

- Man (26%)
- 50-64 år (28%)
- Hushållsinkomst 500k-799k (26%)
- Köttätare (27%)
- Oviktigt med klimatvänliga frukost (30%)

## BRÖD OCH PÅLÄGG



BAS: Äter frukost (n=995)

# Var tredje åt fil/yoghurt/kvarg till frukost

FRÅGA: Åt du något av detta till frukost? *Flera svar möjliga.*

## Signifikanta skillnader mot totalen

*Följande undergrupper svarar i högre grad:*

### Frukt och/eller bär (18%)

- Kvinna (23%)
- 65-79 år (23%)
- Boende i Stockholm (23%)
- Högsta utbildning: Universitet/Högskola (22%)
- Hushållsinkomst -299k (24%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (26%)
- I stor utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (23%)
- Är i stor utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (23%)

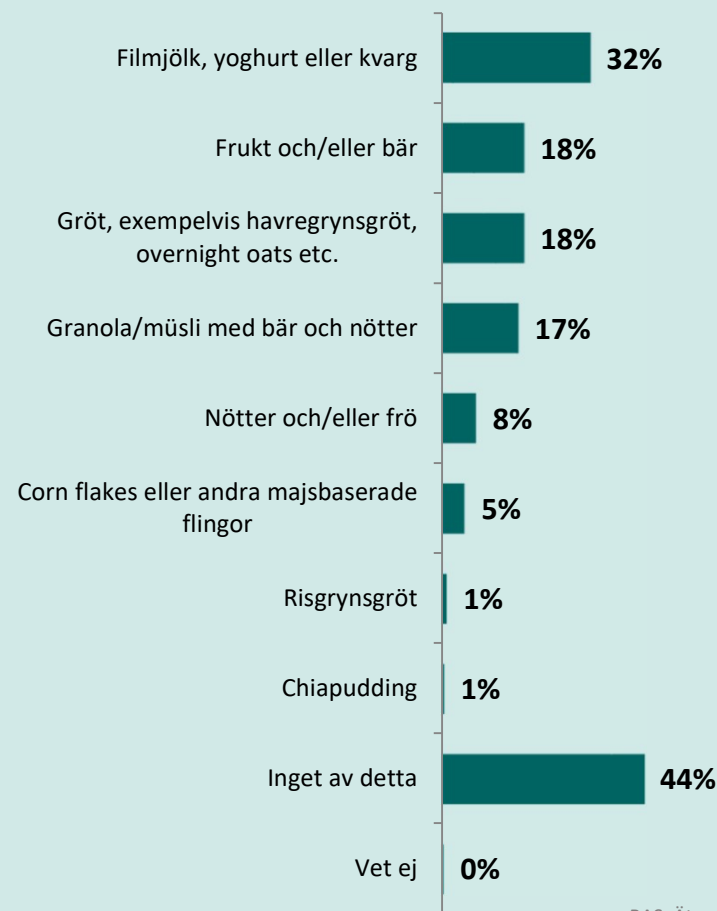
### Gröt, exempelvis havregrynsgröt, overnight oats etc. (18%)

- Viktigt med klimatvänlig frukost (22%)

### Granola/müsli med bär och nötter (17%)

- 30-49 år (21%)
- I stor utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (23%)

## I TALLRIKEN



BAS: Äter frukost (n=995)

# Drygt hälften drack kaffe till frukost

FRÅGA: Drack du något av detta till frukost? *Flera svar möjliga.*

## Signifikanta skillnader mot totalen

*Följande undergrupper svarar i högre grad:*

### Kaffe (55%)

- 65-79 år (63%)
- Boende i Stockholm (64%)
- Hushållsinkomst 800k- (67%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (65%)
- I liten utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (61%)

### Vatten (22%)

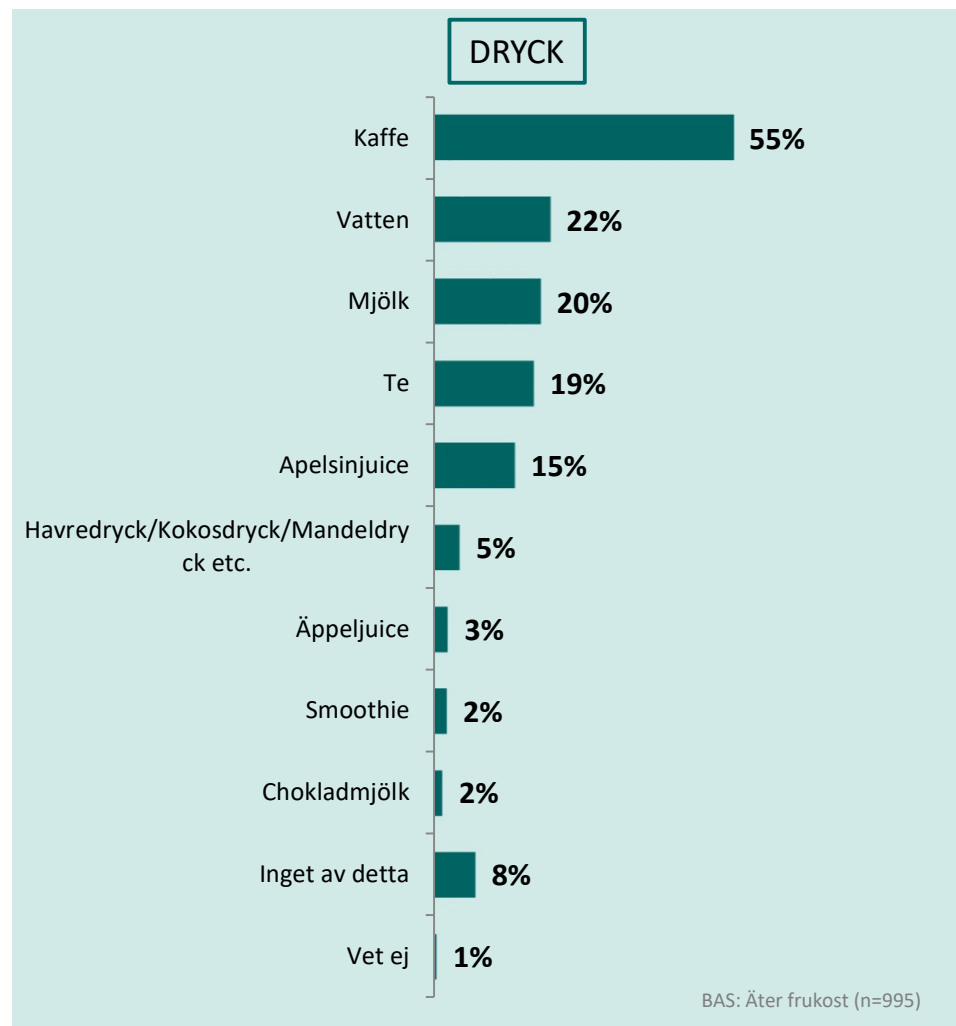
- Kvinna (25%)
- 18-29 år (31%)
- Hushållsinkomst -299k (28%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (26%)

### Mjök (20%)

- Är i liten utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (24%)

### Te (19%)

- Flexitarianer (30%)



# Drygt var femte åt ägg till frukost

FRÅGA: Åt du något av detta till frukost? Ange också om du saknat några produkter i tidigare svar. *Flera svar möjliga.*

## Signifikanta skillnader mot totalen

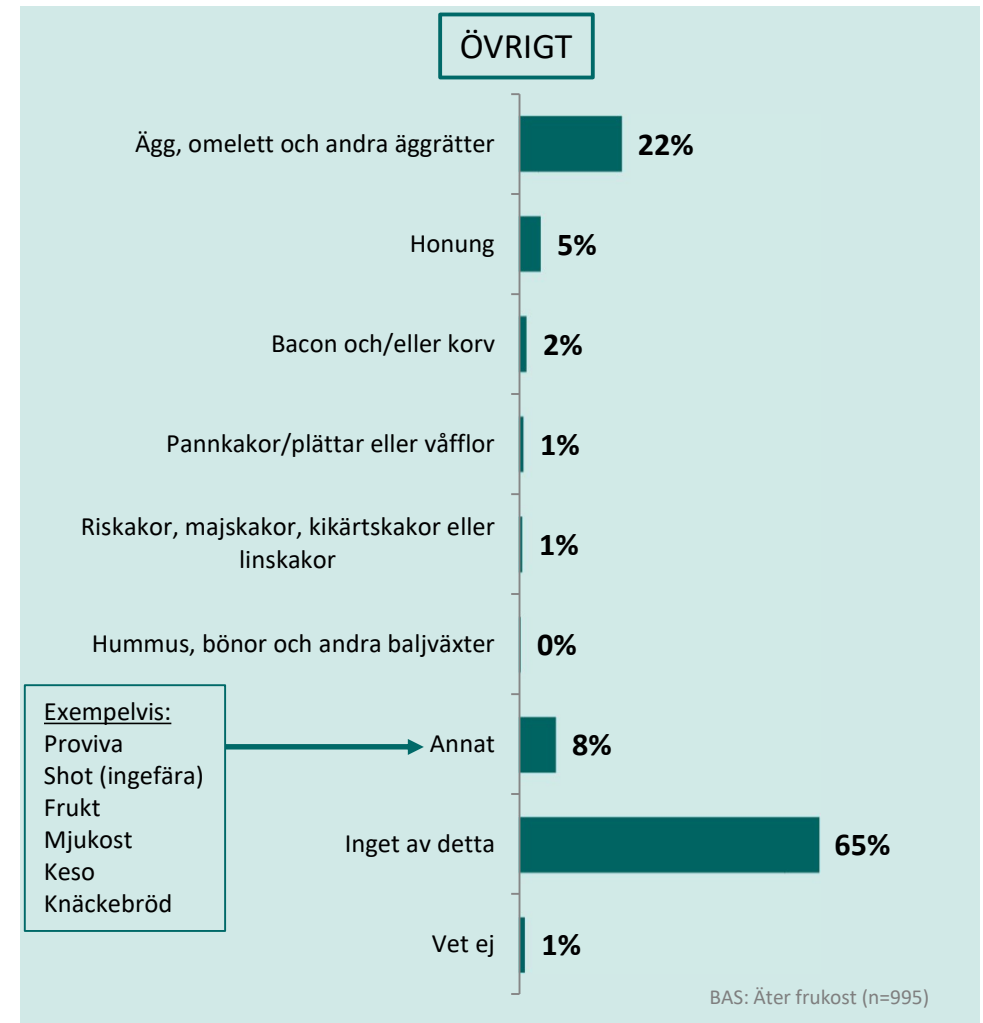
*Följande undergrupper svarar i högre grad:*

### Ägg, omelett och andra äggrätter (22%)

- 50-64 år (29%)

### Inget av detta (65%)

- 18-29 år (72%)
- Har hemmaboende barn (69%)



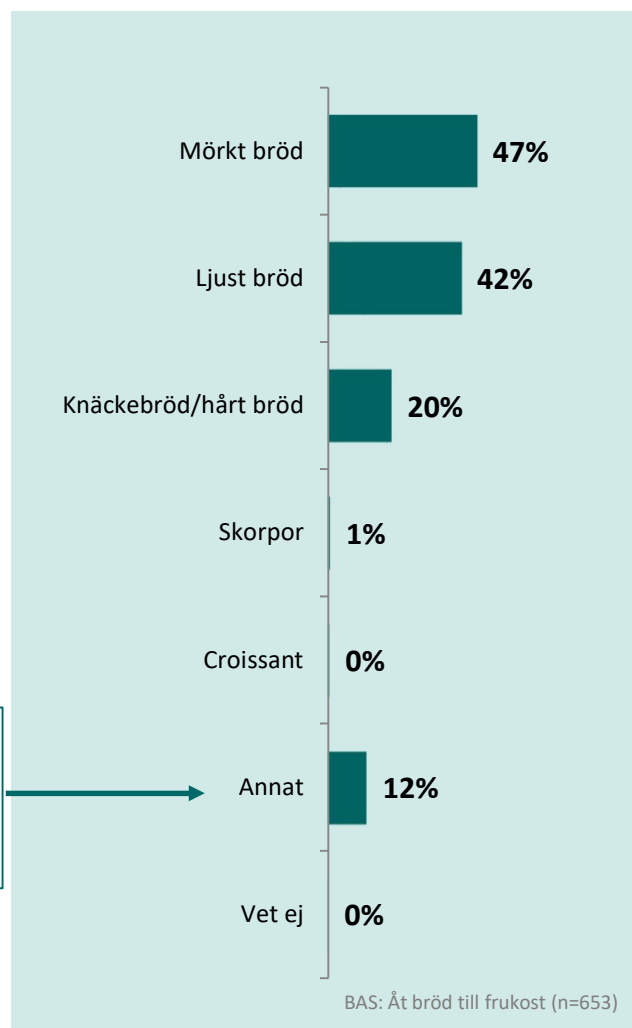
Bland de som åt bröd till frukost:

## Nära hälften åt mörkt bröd till frukost, var femte åt knäckebröd

FRÅGA: Du svarade i en tidigare fråga att du åt bröd till frukost. Vilken sorts bröd åt du?

*Flera svar möjliga.*

Exempelvis:  
Hembakat  
Surdegsbröd  
Fullkornsbröd  
Glutenfritt



### Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad:

#### Mörkt bröd (47%)

- 50-64 år (62%)
- Har inga hemmaboende barn (50%)
- Hushållsinkomst 300k-499k (54%)

#### Ljust bröd (42%)

- 18-29 år (55%)
- 30-49 år (53%)
- Boende i Västsverige (50%)
- Har hemmaboende barn (51%)

#### Knäckebröd/hårt bröd (20%)

- 65-79 år (26%)



Bland de som åt grönsaker till frukost:

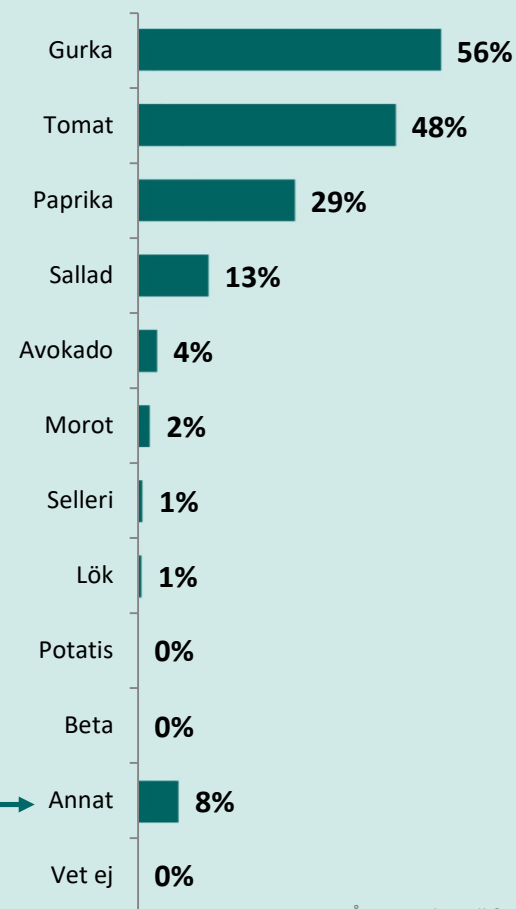
## Ungefär hälften åt gurka eller tomat till frukost

FRÅGA: Du svarade i en tidigare fråga att du åt grönsaker till frukost. Vilka sorts grönsaker åt du? *Flera svar möjliga.*

Inga signifikanta skillnader mot totalen, för låg bas för att titta på signifikanta skillnader mellan undergrupper och totalen.

Exempelvis:

Vitkål  
Spenat  
Grönkål



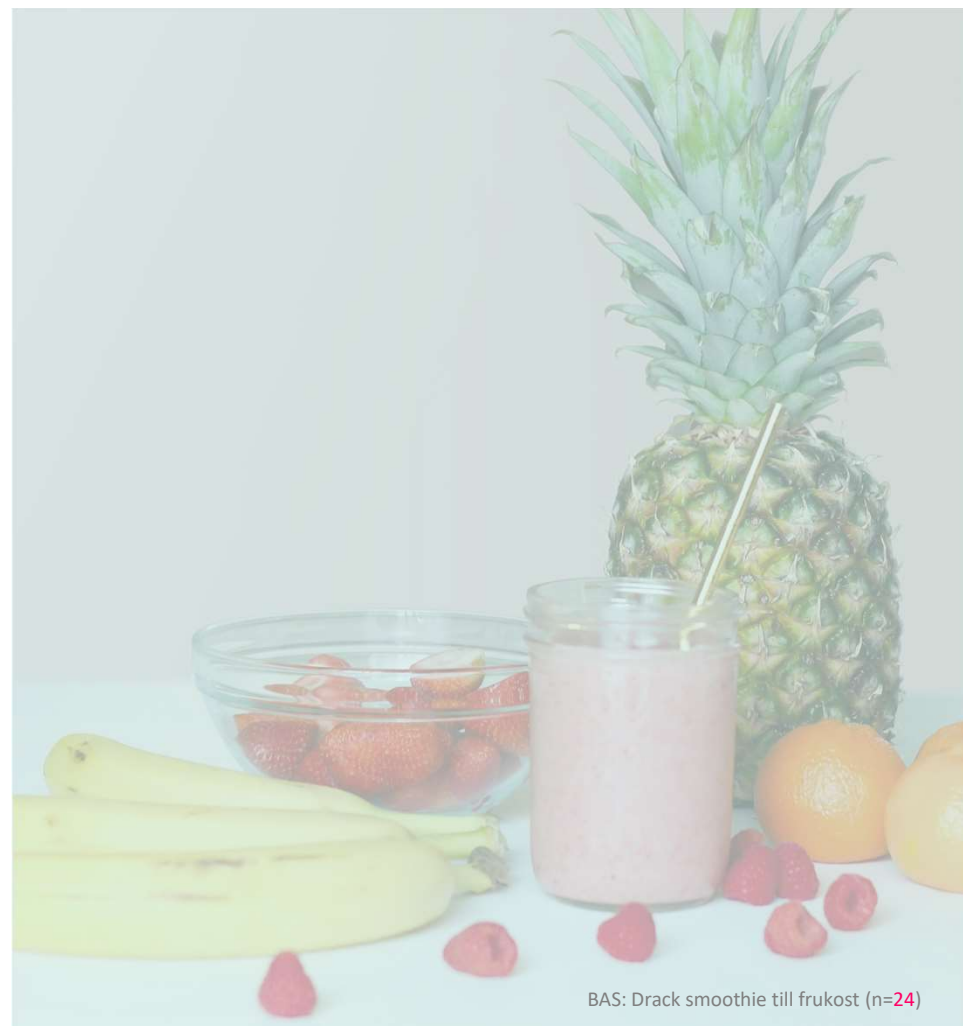
BAS: Åt grönsaker till frukost (n=163)

Bland de som drack smoothie till frukost:

## Bär och frukter var det flest hade i sin smoothie

FRÅGA: Du svarade i en tidigare fråga att du drack smoothie. Vad ingick i din smoothie? *Flera svar möjliga.*

Denna fråga har för liten bas för att kunna redovisas med ett diagram. Det vi ser i svarsmönstret är att den största andelen svarar att de hade bär och frukter i sin smoothie. Utöver detta hade man bland annat juice, spenat, yoghurt eller mjölk.



BAS: Drack smoothie till frukost (n=24)

Bland de som åt frukt och/eller bär till frukost:

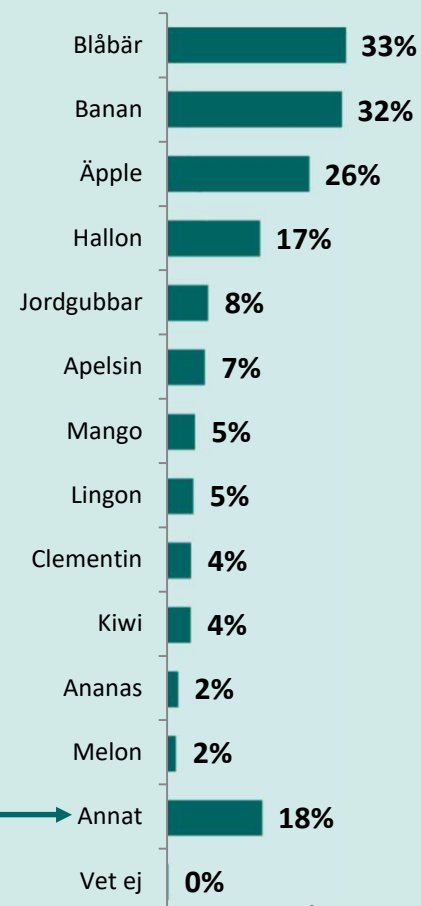
## Var tredje åt blåbär eller banan

FRÅGA: Du svarade i en tidigare fråga att du åt frukt och/eller bär till frukost. Vilka sorts frukt och/eller bär åt du?

*Flera svar möjliga.*

Inga signifikanta skillnader mot totalen, för låg bas för att titta på signifikanta skillnader mellan undergrupper och totalen.

Exempelvis:  
Björnbär  
Grapefrukt  
Päron  
Svarta vinbär  
Aprikos



BAS: Åt frukt och/eller bär till frukost (n=178)

# Det viktigaste är att frukosten är god

FRÅGA: Vilka faktorer upplever du som viktiga när du väljer din frukost? Ange alla faktorer som passar in. *Flera svar möjliga.*

## Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

### Att den är god (75%)

- Kvinna (78%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (80%)
- I stor utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (79%)
- Är i stor utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (80%)

### Att den håller mig mätt länge (51%)

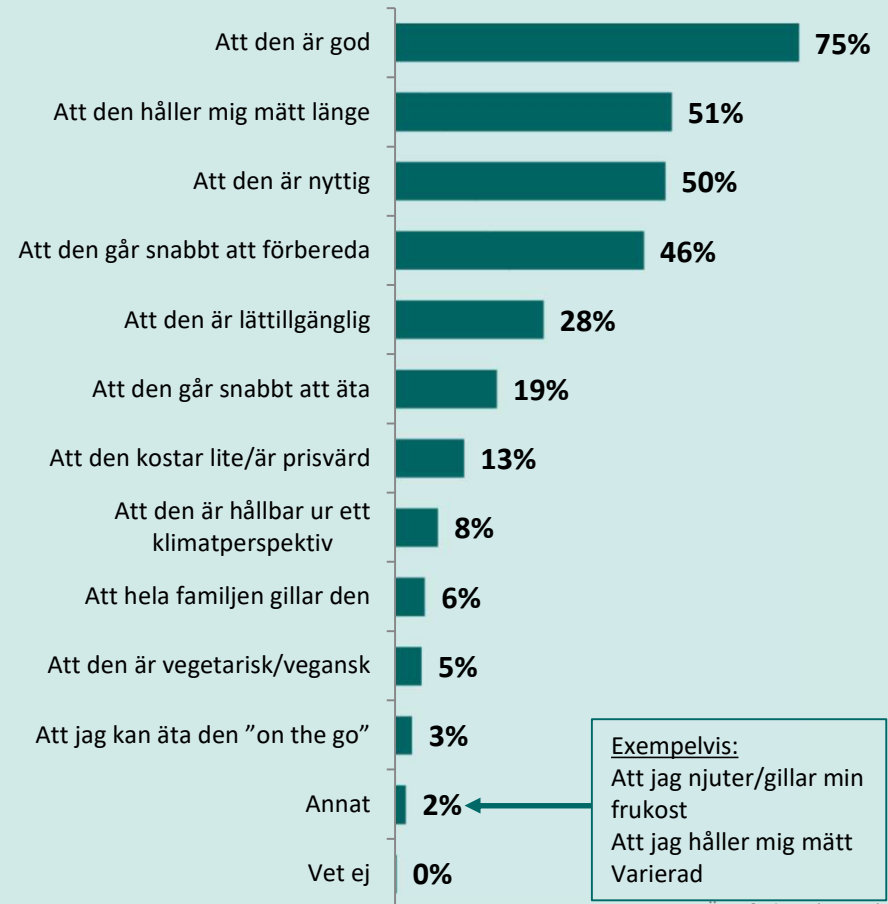
- Kvinna (54%)
- Äter frukost varje dag (56%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (57%)

### Att den är nyttig (50%)

- 65-79 år (64%)
- Boende i Stockholm (61%)
- Högsta utbildning: Universitet/Högskola (55%)
- Flexitarianer (59%)
- Äter frukost varje dag (54%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (68%)
- I stor utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (58%)
- Är i stor utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (59%)

### Att den går snabbt att förbereda (46%)

- 18-29 år (58%)
- 30-49 år (53%)
- Boende i Stockholm (52%)
- Högsta utbildning: Universitet/Högskola (53%)
- Har hemmaboende barn (53%)
- Oviktigt med klimatvänlig frukost (55%)



Exempelvis:  
Att jag njuter/gillar min frukost  
Att jag håller mig mätt  
Varierad

BAS: Äter frukost (n=995)

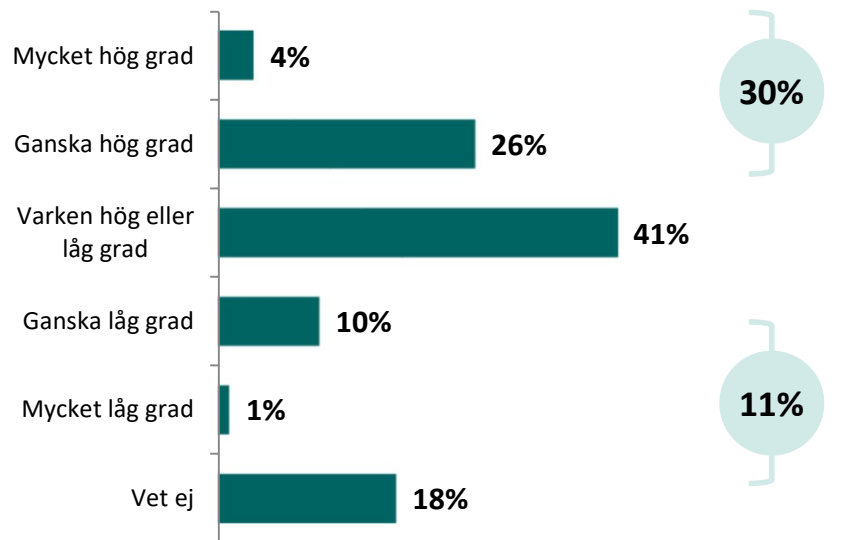
# Klimatvänlig frukost

---



# Tre av tio ser på sin egen frukost som klimatvänlig

FRÅGA: Om du ser på din egen frukost, generellt, i vilken grad tror du att det är en klimatvänlig frukost?



BAS: Äter frukost (n=995)

## Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad:

### Mycket/ganska hög grad (30%)

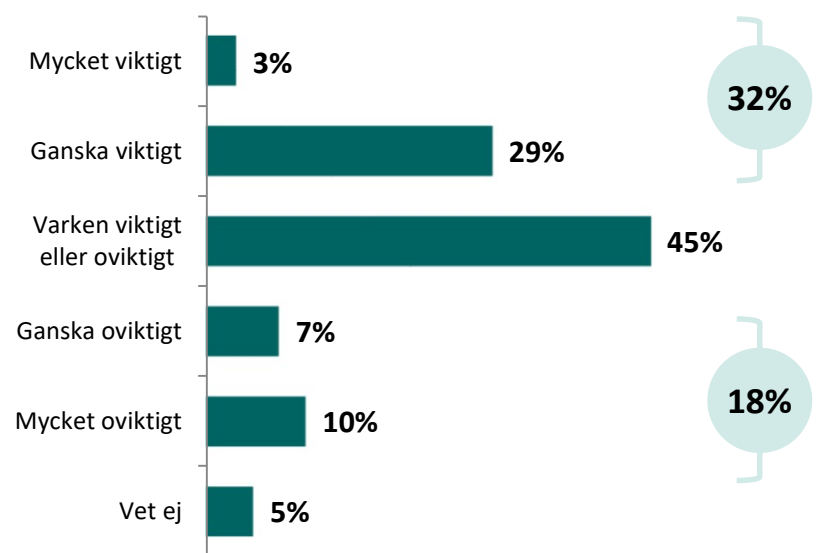
- 65-79 år (36%)
- Boende i Mellansverige (35%)
- Högsta utbildning: Universitet/Högskola (36%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (51%)
- I stor utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (38%)
- Är i stor utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (41%)

### Mycket/ganska låg grad (11%)

- 18-29 år (22%)
- Äter inte frukost varje dag, men minst någon/några gånger i veckan (17%)

# Var tredje tycker det är viktigt att deras frukost är klimatvänlig

FRÅGA: Hur viktigt är det för dig att din frukost är klimatvänlig?



BAS: Äter frukost (n=995)

## Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad:

### Mycket/ganska viktigt (32%)

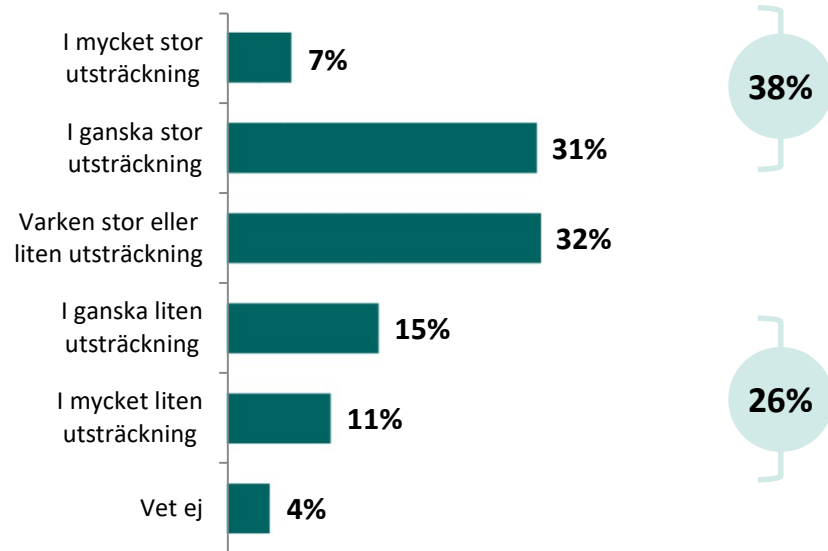
- Kvinna (36%)
- 65-79 år (38%)
- Boende i Stockholm (44%)
- Högsta utbildning: Universitet/Högskola (36%)
- Hushållsinkomst 800k- (41%)
- Flexitarianer (41%)
- I stor utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (60%)
- Är i stor utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (60%)

### Mycket/ganska oviktigt (18%)

- Man (23%)
- 50-64 år (23%)
- Köttätare (22%)
- Jag äter inte frukost varje dag, men minst någon/några gånger i veckan (27%)
- I liten utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (53%)
- Är i liten utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (46%)

# Nära fyra av tio är öppna för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig

FRÅGA: I vilken utsträckning är du öppen för att ändra din frukost till att bli mer klimatvänlig?



BAS: Äter frukost (n=995)

## Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad:

### I mycket/ganska stor utsträckning (38%)

- Kvinna (44%)
- 18-29 år (62%)
- Boende i Stockholm (46%)
- Boende i Västsverige (48%)
- Flexitarianer (50%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (71%)
- Är i stor utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (61%)

### I mycket/ganska liten utsträckning (26%)

- Man (30%)
- Boende i Mellansverige (31%)
- Köttätare (29%)
- Oviktigt med klimatvänlig frukost (78%)
- Är i liten utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (61%)
- Frukostvanor har i låg grad ändrat sig under Coronapandemin (29%)



Bland de som är öppna för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänliga:

## Var femte kan tänka sig att äta mer när-/lokalproducerat

FRÅGA: Vad kan du tänka dig att ändra i dina frukostvanor för att de ska bli mer klimatvänliga? (Öppen fråga)

### Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

#### Mer närproducerat/ lokalproducerat (21%)

- Kvinna (26%)

#### Mindre kött (10%)

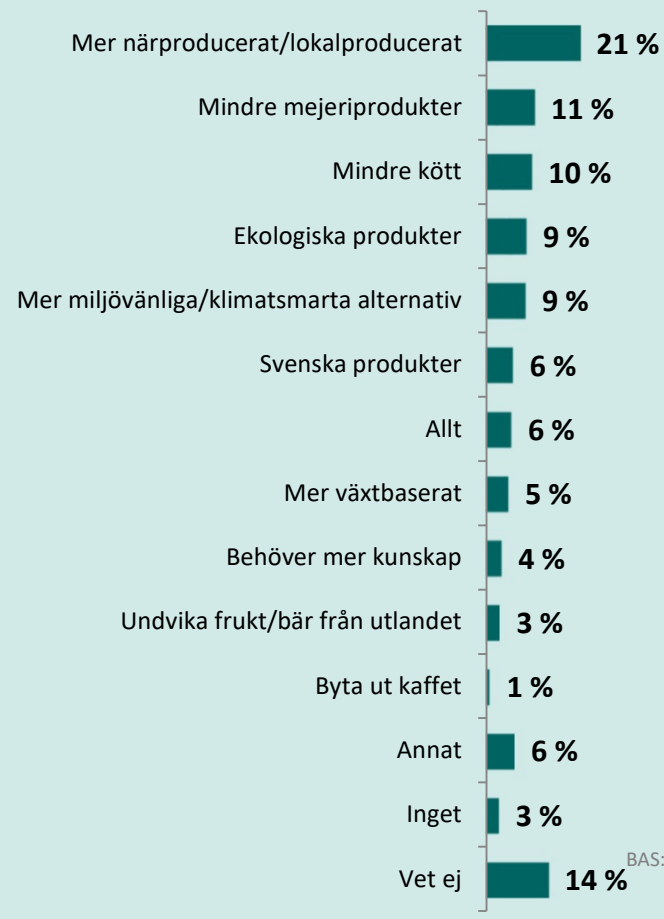
- 30-49 år (16%)
- Boende i Stockholm (20%)
- Hushållsinkomst 800k- (19%)
- Flexitarianer (17%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (14%)
- Är i stor utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (14%)

#### Mer miljövänliga/klimatsmarta alternativ (9%)

- 18-29 år (16%)
- Hushållsinkomst 500k-799k (15%)
- Jag äter inte frukost varje dag, men minst någon/några gånger i veckan (22%)

#### Svenska produkter (6%)

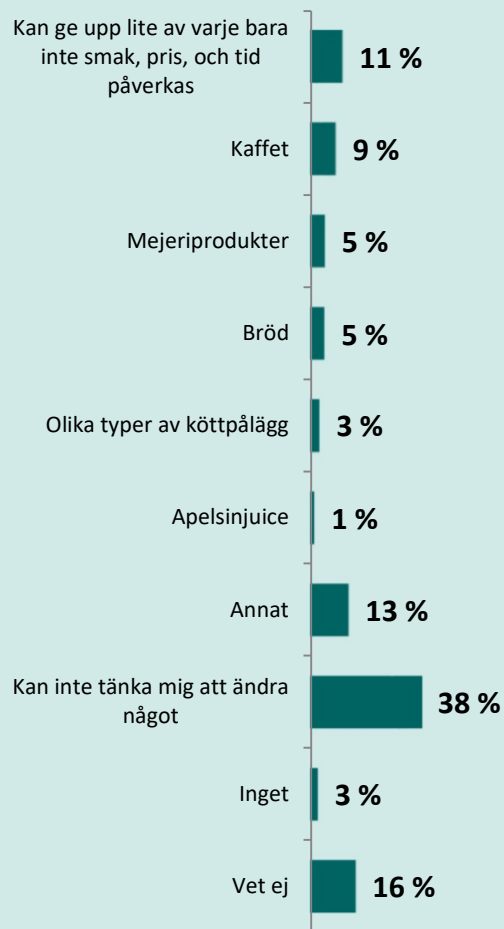
- 18-29 år (12%)
- Hushållsinkomst 300k-499k (12%)



Bland de som inte är öppna för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänliga:

## En av tio kan tänka sig ge upp lite av varje bara inte smak, pris och tid påverkas

FRÅGA: Vad kan du inte tänka dig att ändra i dina frukostvanor för att de ska bli mer klimatvänliga? (Öppen fråga)



BAS: Inte öppen för att ändra sin frukost till att bli mer klimatvänlig (n=230)

### Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Kan ge upp lite av varje bara inte smak, pris, och tid påverkas (11%)

- 30-49 år (18%)
- Högsta utbildning: Universitet/Högskola (19%)
- Hushållsinkomst 300k-499k (20%)

Bröd (5%)

- Boende i Västsverige (12%)
- Hushållsinkomst -299k (17%)
- Är i stor utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (14%)

Olika typer av köttpålägg (3%)

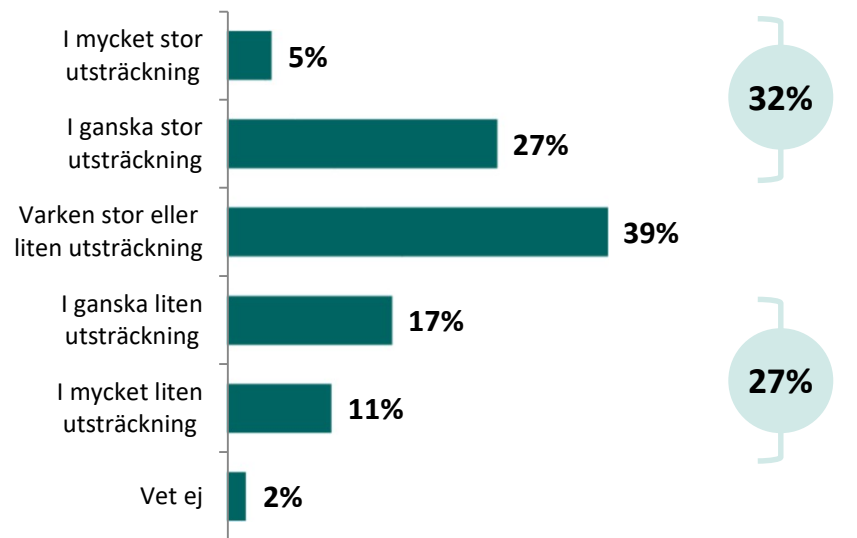
- Boende i Sydsverige (13%)

Kan inte tänka mig att ändra något (38%)

- Man (47%)
- 50-64 år (48%)
- Har inga hemmaboende barn (44%)
- Hushållsinkomst 800k- (54%)
- Köttätare (42%)
- Oviktigt med klimatvänlig frukost (51%)
- Är i liten utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (44%)

# Var tredje är engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv

FRÅGA: I vilken utsträckning är du generellt engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv?



BAS: Äter frukost (n=995)

## Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad:

### I mycket/ganska stor utsträckning (32%)

- Kvinna (36%)
- 18-29 år (42%)
- Boende i Stockholm (39%)
- Boende i Västsverige (38%)
- Högsta utbildning: Universitet/Högskola (39%)
- Hushållsinkomst 800k- (41%)
- Flexitarianer (41%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (60%)
- I stor utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (51%)

### I mycket/ganska liten utsträckning (27%)

- Man (31%)
- Köttätare (32%)
- Oviktigt med klimatvänlig frukost (71%)
- I liten utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (64%)

Bland de som är engagerade i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv:

# Källsortering är det sätt de flesta yttrar sitt hållbarhetsengagemang

FRÅGA: Hur yttrar sig ditt engagemang gällande hållbarhet ur ett klimatperspektiv? *Flera svar möjliga.*

## Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

### Källsorterar (87%)

- Kvinna (91%)
- Högsta utbildning: Universitet/Högskola (92%)

### Försöker minska matsvinnet för mig och min familj (79%)

- Kvinna (85%)

### Köper svenska produkter (76%)

- Kvinna (83%)
- I stor utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (80%)

### Lagar mat på rester (70%)

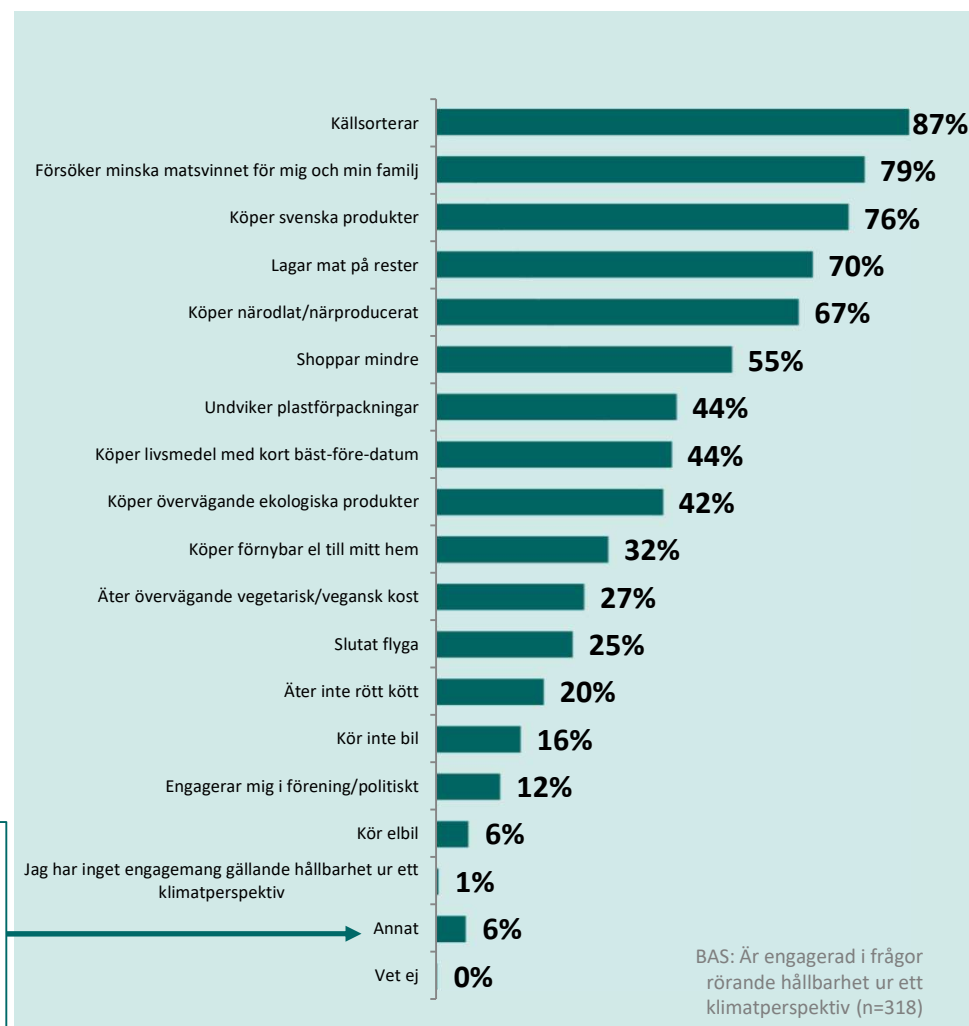
- Kvinna (75%)
- Har hemmaboende barn (81%)

### Köper närodlad/närproducerat (67%)

- Kvinna (72%)

### Exempelvis:

Cyklar/promenerar i högre utsträckning  
Inte flugit  
Odlar hemma  
Äter bara lite/eller inte alls kött



BAS: Är engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (n=318)

# Var femte tror att köttprodukter på frukostbordet är klimatbovar

FRÅGA: Vilken/vilka produkter på frukostbordet tror du är "klimatbovar", dvs. inte klimatvänliga? Ange alla de produkter du kan komma på. (Öppen fråga)

## Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

### Köttprodukter - ospecificerat (21%)

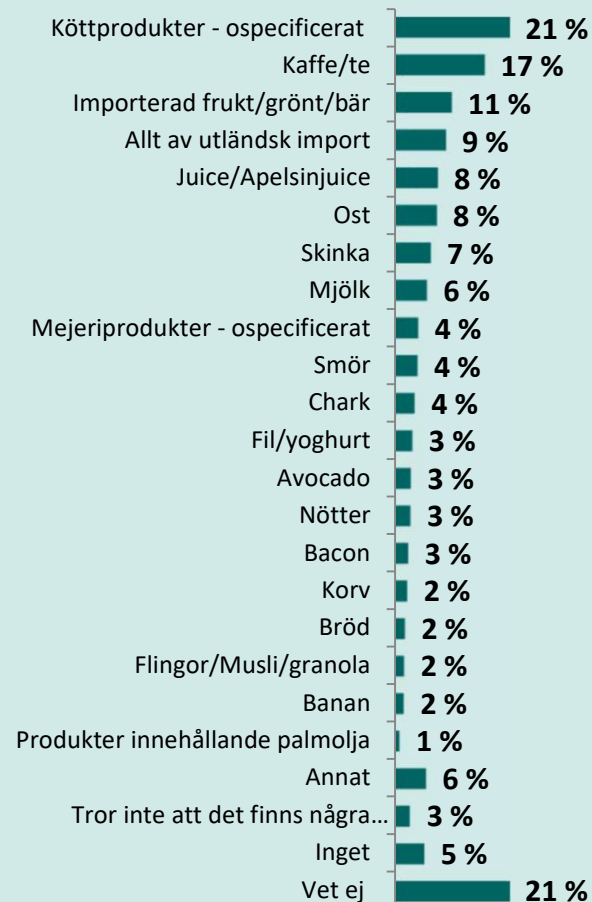
- 18-29 år (37%)
- 30-49 år (25%)
- Högsta utbildning: Universitet/Högskola (25%)
- Flexitarianer (28%)
- Äter inte frukost varje dag, men minst någon/några gånger i veckan (28%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (26%)
- I stor utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (30%)
- Är i stor utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (31%)

### Importerad frukt/grönt/bär (11%)

- Kvinna (15%)
- Högsta utbildning: Universitet/Högskola (17%)
- Flexitarianer (15%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (15%)
- I stor utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (15%)
- Är i stor utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (18%)

### Allt av utländsk import (9%)

- Hushållsinkomst 800k- (14%)



BAS: Äter frukost (n=995)

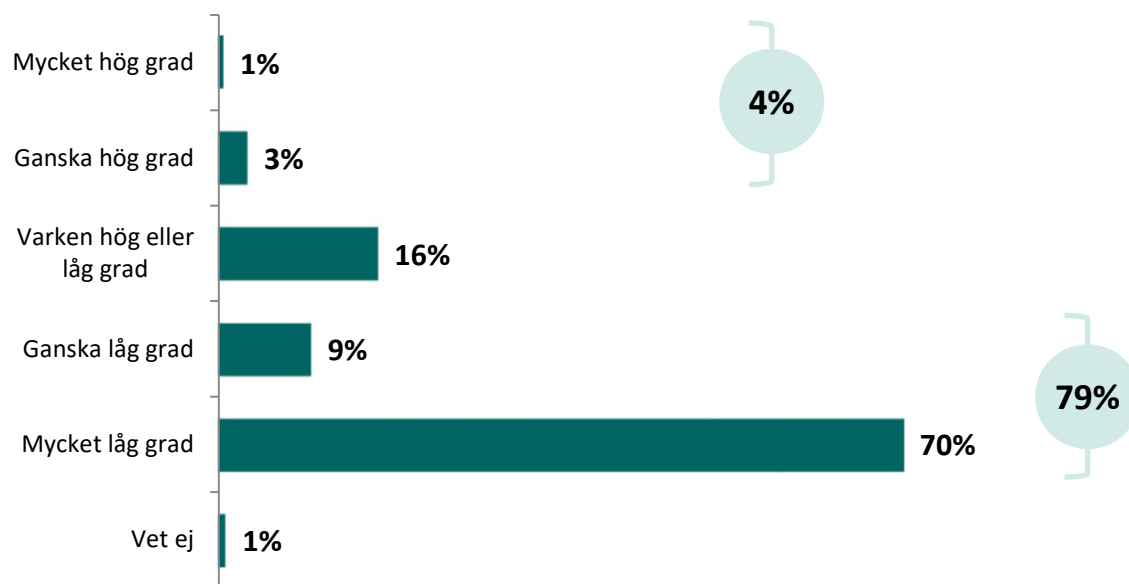


## Frukostvanor under Coronapandemin

---

# Majoriteten har inte ändrat sina frukostvanor under Coronapandemin

FRÅGA: Upplever du att du ändrat dina frukostvanor under den rådande Coronapandemin?



BAS: Äter frukost (n=995)

## Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad följande:

### Mycket/ganska hög grad (4%)

- 18-29 år (8%)
- Boende i Stockholm (7%)
- Flexitarianer (7%)
- Äter inte frukost varje dag, men minst någon/några gånger i veckan (9%)
- Viktigt med klimatvänlig frukost (7%)

### Mycket/ganska låg grad (79%)

- Man (86%)
- Oviktigt med klimatvänlig frukost (90%)
- I stor utsträckning öppen för att ändra sin frukost för att bli mer klimatvänlig (90%)
- Är i liten utsträckning engagerad i frågor rörande hållbarhet ur ett klimatperspektiv (87%)

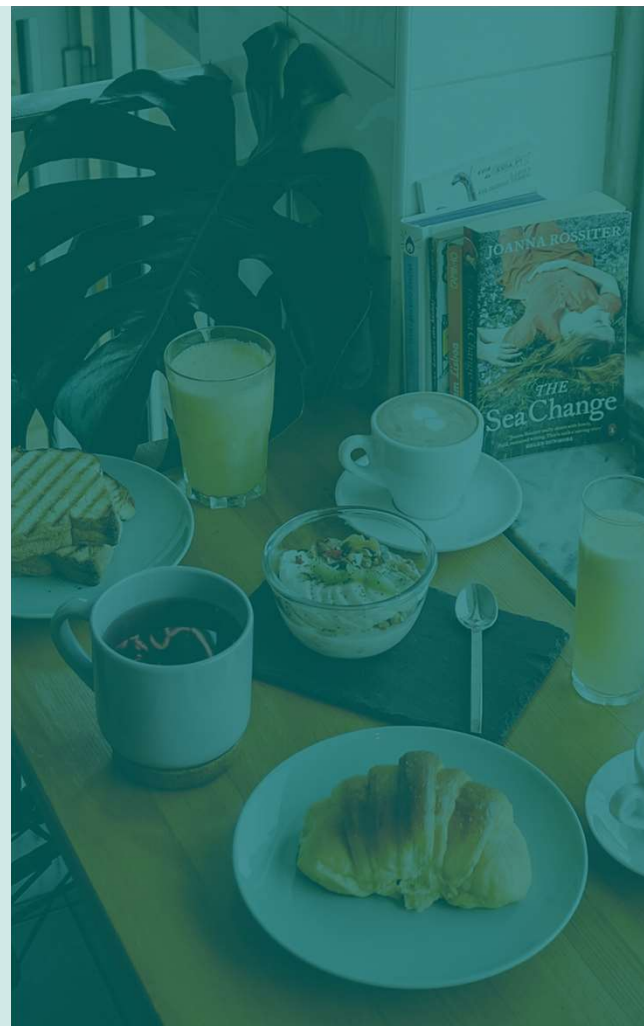
Bland de vars frukostvanor har ändrat sig under Coronapandemin:

## Man äter frukost hemma och lägger ner mer tid på frukosten

FRÅGA: Hur har du ändrat dina frukostvanor under den rådande Coronapandemin?

Denna fråga har för liten bas för att kunna redovisas med ett diagram. Det vi ser i svarsmönstret är att den största andelen svarar att de äter frukost hemma nu, istället för på jobbet, och att de lägger ner mer tid på frukost när de arbetar hemifrån. Några uppger också att de äter frukost mindre nu eller att de äter frukost varje dag nu.

BAS: Frukostvanor har ändrat sig under Coronapandemin (n=36)







# Novus slutsatser och insikter

# Slutsatser och insikter

## Hög andel frukostätare

Nästan 8 av 10 äter frukost varje dag, men det finns de som inte alls gör det, eller inte varje dag. Hur har detta ändrat sig under åren? Just nu förespråkar många en periodisk fasta som exempelvis 16:8, där frukost utesluts (för de flesta). Kanske fortfarande relativt få som använder sig av dessa dieter, men hur kommer detta att påverka framtiden? Vi har från barndomen fått höra att frukosten är det viktigaste målet på dagen och att man måste äta frukost för att få en bra start på dagen. Håller detta på att ändra sig?

## Män och kvinnor, gamla och unga

Som i så många andra undersökningar skiljer sig kvinnor och män åt, men även yngre och äldre. Kvinnor äter exempelvis frukost varje dag i högre grad än vad männen gör. Precis som den äldre åldersgruppen gör, 65-79 år, medan yngre inte äter frukost varje dag.

Männen äter en ganska traditionell frukost som innehåller, bröd, smör, ost och köttpålägg. Kvinnorna äter istället mer fil/yoghurt/kvarg och frukt/bär.

## Kaffe

Att svenskarna är ett kaffeälskande folk är ingen nyhet, men här blir det mycket tydligt. Kaffe är den mest populära produkten på ett svenskt frukostbord (spontan fråga). Och det finns även några få som endast dricker kaffe till frukost – 5 st i undersökningen gör det.

Andra populära produkter är ost, ägg, smör, bröd, fil och mjölk. Enskilt vanligaste varumärket är Bregott.

# Slutsatser och insikter

## Bröd

Generellt har bröd har en stark ställning, 2 av 3 konsumenter äter bröd och är därmed den populäraste produkten på frukostbordet (fråga med svarsalternativ). De som främst nämner bröd är män, men även de som vi betecknar som "köttätare", dvs. en grupp som anses vara lite mer "traditionell". Det är också intressant att se att Stockholmare i högre grad äter bröd än övriga Sverige – är det en ny trend på gång?

Bröd är ju dessutom en klimatsmart produkt, men vet alla om det egentligen?

## Knäckebröd

20% av konsumenterna som äter bröd till frukost äter knäckebröd/hårt bröd. Vi kan se att en hel del konsumenter kombinerar olika sorters bröd, såsom mörkt bröd och knäckebröd.

I signifikant högre grad är konsumenterna av knäckebröd personer i åldern 65-79 år. Vad kan göras för att få de yngre på banan i högre grad?

## "Nya" produkter

Smoothie, riskakor/majskakor, bönor/hummus, chiapudding och annat "nytt" är fortfarande en mycket liten del av frukostbordet hos de svenska konsumenterna. Vi är mycket traditionella fortfarande när det gäller frukost.

# Slutsatser och insikter

## Frukt och grönsaker

Det är de traditionella grönsakerna som man främst äter såsom gurka och tomat, men även paprika som brukar betecknas som en klimatbov. Det är bara några få som äter avokado till frukost, endast 4%. Det kan vara så att det senaste årets debatt har påverkat en del som därmed slutat äta avokado. Att blåbär har blivit ett vanligt bär kan vi se i dagligvaruhandeln med ständiga erbjudanden. Hur klimatsmart de är bero på var de kommer ifrån, det är en mycket liten andel svenska blåbär i handeln över året, utan de flesta kommer snarare från Peru och andra länder.

## Det viktigaste

Det är inte konstigt att det viktigaste med frukosten är att den är god – det är en hygienfaktor och alltid a och o när det gäller livsmedel. En annan viktig faktor är att man ska hålla sig mätt länge, något som är typiskt för frukosten i förhållande till andra måltider, för man ska ha en bra start på dagen och helst klara sig fram till lunch. En annan intressant aspekt är att enligt undersökningen ska frukosten vara nyttig, hälften av konsumenterna nämner att detta är viktigt. Den fjärde viktigaste faktorn är att det går snabbt att tillbereda, men även äta – på morgonen måste det gå undan!

## En hållbar frukost

Det är 3 av 10 som menar att deras egen frukost är klimatvänlig. Det är främst äldre som menar detta, men även konsumenter med en högre utbildning. Även i högre grad de som faktiskt tycker att det är viktigt med en klimatvänlig frukost.

De yngre särskiljer sig negativt, 18-29 åringar, tror inte att deras frukost är klimatvänlig. Är de mer medvetna eller bryr de sig inte?

# Slutsatser och insikter

## Viktigt med klimatvänligt

1 av 3 tycker att det är viktigt att deras frukost är klimatvänlig, men det vi måste komma ihåg är att en lång rad andra saker anses som viktigare. Samma människor som menar att deras frukost är klimatvänlig svarar också att de tycker en klimatvänlig frukost är viktigt, till exempel äldre personer. Kvinnor och flexitarianer anser även de att det är viktigt.

De som tycker det är oviktigt är främst män, medelålders (50-64 år) och "köttätare". Det är främst dessa grupper som måste bearbetas.

## Villiga att ändra

Det är nära 4 av 10 som är villiga att ändra sina frukostvanor, men tyvärr är det så många som 1 av 4 som inte är villiga till detta. Återigen är det män som särskiljer sig negativt, medan kvinnor och unga är mer villiga. Det man kan tänka sig att ändra är att handla mer närproducerat, mindre mejerivaror, men också mindre kött, dvs. förutsättningarna för en i högre grad mer växtbaserad kost. De som inte är villiga, för dem är det viktigt att smak, pris och tid inte påverkas av deras val, men lika stor andel säger att man inte vill göra något åt deras kaffe.

## Klimatbov

Vår öppna fråga visar på att man tror att den största klimatboven på frukostbordet är köttprodukter av olika slag, men även kaffe/te, importerad frukt/grönsaker och andra importerade varor. De nämner flera kategorier, men vi kan se att en del av en gemensam nämnare är att det är utländska/importerade produkter.

# Slutsatser och insikter



## Engagemang

Lika hög andel som kan tänka sig att ändra sina frukostvanor menar att de är engagerade i frågor rörande hållbarhet. Det är främst kvinnor och yngre samt flexitarianer, som vi kan se i flera frågor. Män och "köttätare" särskiljer sig negativt.

Engagemanget yttrar sig att man köller sorterar, köper svenska produkter, men också att man generellt försöker minska på matsvinnet.

## Coronapandemin

Under Coronapandemin har relativt få ändrat sin vanor, endast 4% i hög grad. Detta tyder på att frukostvanor är relativt svåra att ändra på, det är inget som ens denna omvälvande tid har ändrat på.

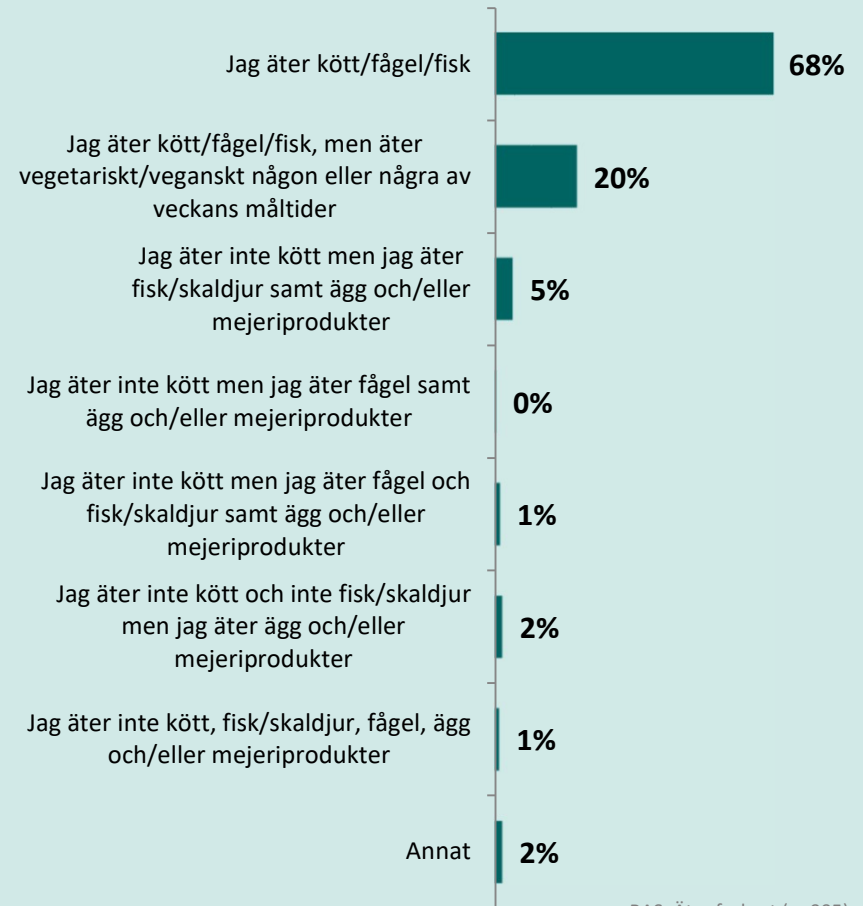
De få som ändrat kan vi se en tendens att de i högre grad äter frukost hemma nu och lägger ner mer tid på sin frukost (obs! få svar).

# Bakgrundsfrågor

---

## Vilket stämmer bäst in på dig?

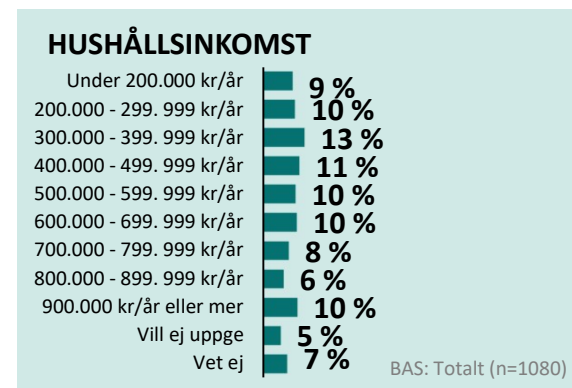
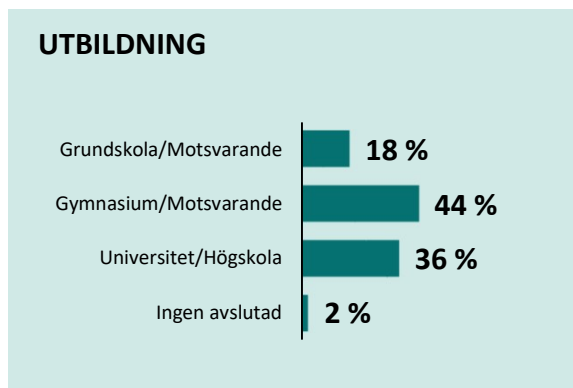
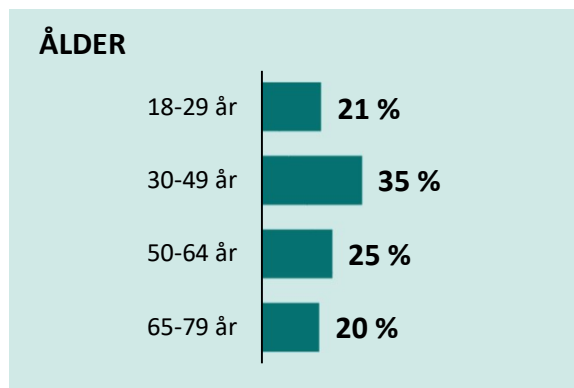
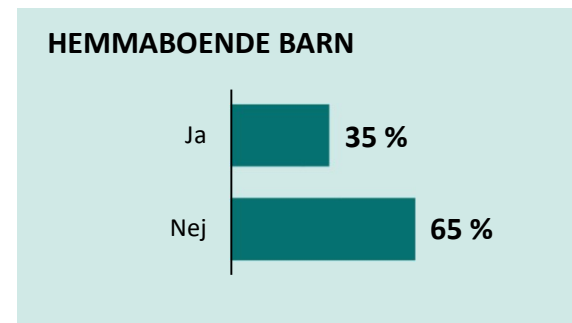
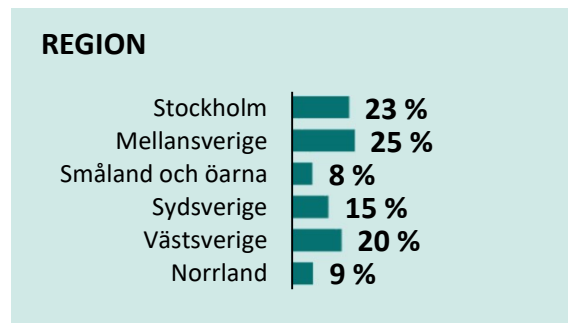
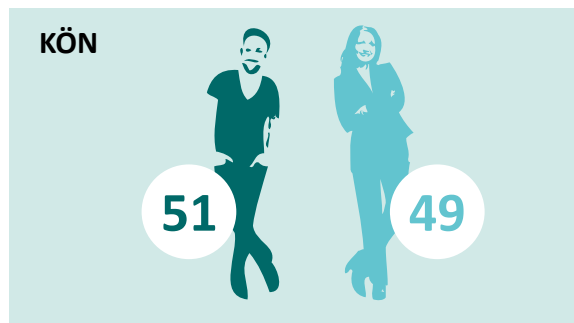
---



BAS: Äter frukost (n=995)



# Bakgrund



# Om Novus

---

# Vi på Novus älskar frågor

---

## Kontakter på Novus

### Konsult

Anna-Lena Wihlborg

**Mobil:** 0733 36 45 83

**E-post:** [anna-lena.wihlborg@novus.se](mailto:anna-lena.wihlborg@novus.se)



### Projektledare

Siobhán Hogan

**Mobil:** 0702 17 52 30

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



# Begreppsförklaring – Signifikanser

I Novus rapporter redovisar vi signifikanta skillnader mellan olika undergrupper och totalen. Vid upprepade undersökningar redovisar vi signifikanta skillnader mellan undersökningarna.

## VAD ÄR EN SIGNIFIKANS?

Vi vill ofta veta om det finns en signifikant skillnad mellan hur två grupper har besvarat en fråga. En skillnad mellan två värden är statistiskt signifikant om skillnaden mellan dem är större än vad vi tror kan bero på slumpen. Vanligtvis vill vi undersöka om en undergrupp baserad på kön, ålder, utbildning eller region, har svarat annorlunda än totalen. Vid upprepade undersökningar vill vi veta om det finns en signifikant skillnad mellan undersökningarna.

## HUR SÄKER ÄR EN SIGNIFIKANS?

Total säkerhet finns inte utan den är beroende av den signifikansnivå som används. På Novus använder vi en signifikansnivå på 95% i våra undersökningar. En signifikant skillnad betyder då att sannolikheten är 95% att det finns en faktisk skillnad mellan de två uppmätta värdena och att den skillnaden inte beror på slumpen.



# Kort om Novus Sverigepanel

Novus Sverigepanel består av ungefär 40 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–79 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälps genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet viktas.

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



## Undersökningsgenomförande

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

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

Fråga gärna efter mer information kring vårt panelmanagement!



## Kort om kvalitet i webbpaneler

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

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

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

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

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

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



## Publiceringsregler

---

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



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

**ESOMAR**<sup>'20</sup>  
| corporate

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

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