



SIFO  
RESEARCH INTERNATIONAL

# Allmänhetens attityder till Livsmedelsverket

Livsmedelsverket

Christer Boije, P: 1518009

2008-11-17

# Om undersökningen

<b>Ämne:</b>	<b>Allmänhetens attityder till Livsmedelsverket</b>
<b>Projektnummer:</b>	<b>1518009</b>
<b>Uppdragsgivare:</b>	<b>Livsmedelsverket</b>
<b>Tid för fältarbete:</b>	<b>10– 13 november, 2008</b>
<b>Antal genomförda intervjuer:</b>	<b>1000</b>
<b>Intervjuade:</b>	<b>Allmänheten, 15 år och äldre</b>
<b>Intervjumetod:</b>	<b>Telefonintervjuer / Sifos Telefonbuss</b>
<b>Projektledare:</b>	<b>Christer Boije</b>
<b>Programmerare:</b>	<b>Jon Andersson</b>

Denna rapport är kundens egendom. Frågeformulär och övrigt material till denna undersökning förblir Research International Sweden AB:s egendom. Vid publicering skall Research International Sweden AB:s publiceringsregler gälla. Se Appendix sista sidan.

# Inledning

- Livsmedelsverket har gett SIFO Research International i uppdrag att genomföra en undersökning om allmänhetens attityder till Livsmedelsverket. Detta är en upprepning av 2007 års undersökning.
- Målgruppen för undersökningen är allmänheten. De som har intervjuats är personer i åldern 15 år och äldre, boende i hela landet. Undersökningen har genomförts i SIFO:s Telefonbuss, se metodbeskrivning längre fram.
- I rapporten redovisas huvudresultaten av undersökningen med jämförelse med 2007 års undersökning. I tabellbilagan kan man studera resultaten mer i detalj, till exempel för en viss undergrupp. I tabellerna finns + respektive - tecken som markerar statistisk signifikant avvikelse inom grupperna.
- Felmarginalen för 1000 intervjuer ligger mellan 1,9 och 3,1 procentenheter beroende på hur hög andel som uppgett ett visst svar.

# Frågeformulär

**Frågor för Livsmedelsverket (1518009)**

**SIFO:s Telefonbuss 10-13 november 2008, 1000 intervjuer**

## Fråga 1

**Hur trovärdiga anser du att de råd och rekommendationer som Livsmedelsverket ger är?**

- Mycket trovärdiga
- Ganska trovärdiga
- Inte särskilt trovärdiga
- Inte alls trovärdiga
- Tveksam, vet ej

# Frågeformulär

## Fråga 2

**Vilka av följande har du ett mycket stort förtroende för när det gäller information om hälsosam mat?**

- Hälsotidningar
- Dags- och kvällstidningar
- Mattips och receptblad från livsmedelshandeln
- Vänner och släktingar
- Statens folkhälsoinstitut
- Livsmedelsverket
- Tveksam, vet ej

# Frågeformulär

## Fråga 3

**Anser du att Livsmedelsverket är oberoende eller beroende gentemot livsmedelsbranschen?**

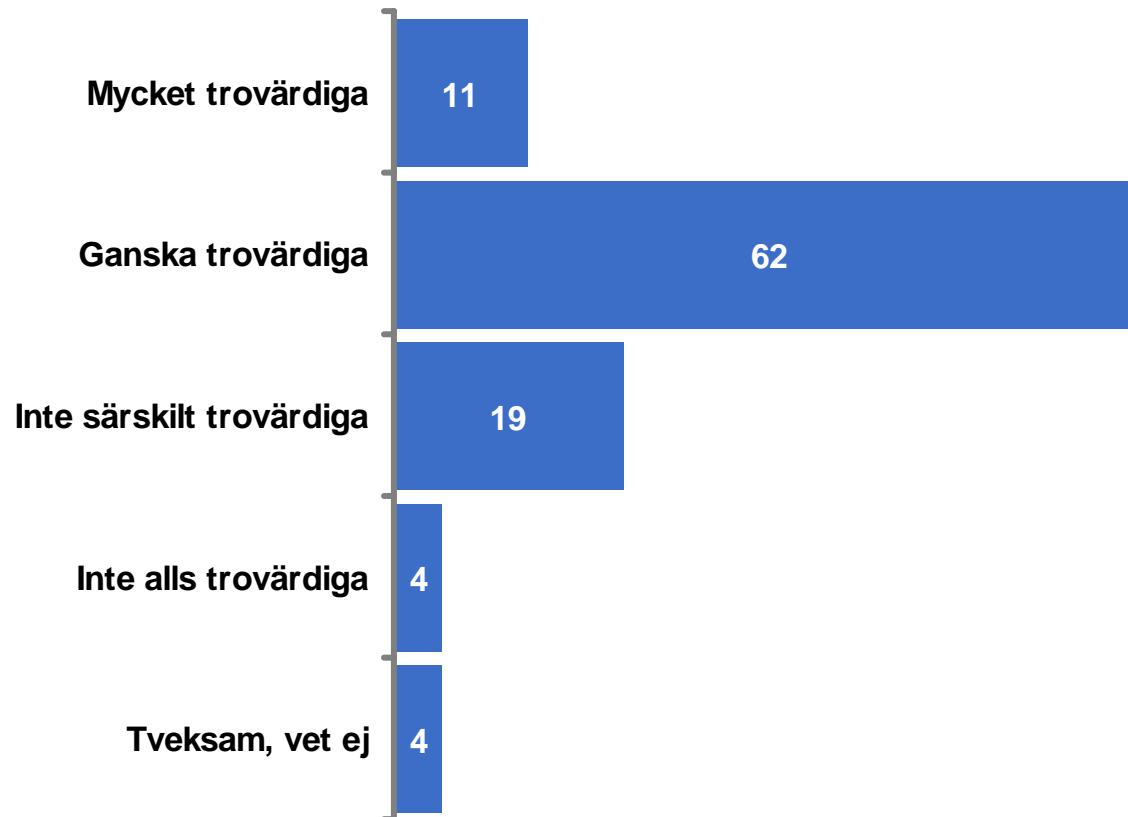
- Helt oberoende
- Delvis beroende
- Helt beroende
- Tveksam, vet ej

# Sammanfattning av resultaten

- 73% anser att de råd och rekommendationer som Livsmedelsverket ger är mycket eller ganska trovärdiga.  
Det är en något lägre andel jämfört med undersökningen 2007 (80%). Förändringen är statistiskt signifikant.
- Livsmedelsverket har fått störst förtroende (56%) när det gäller information om hälsosam mat. Därefter följer Statens folkhälsoinstitut (54%), vänner och släktingar (43%) och hälsotidningar (23%).  
Jämfört med undersökningen 2007 så är det bara uppgången för "vänner /släktingar" som är signifikant.
- 23% anser att Livsmedelsverket är helt oberoende gentemot livsmedelsbranschen. 55% har svarat delvis beroende och 10% helt beroende.  
Följande grupper anser i större utsträckning att Livsmedelsverket är helt oberoende: män (30%), högutbildade (31%) och de med hög hushållsinkomst (31%).  
Jämfört med 2007 är förändringarna marginella.

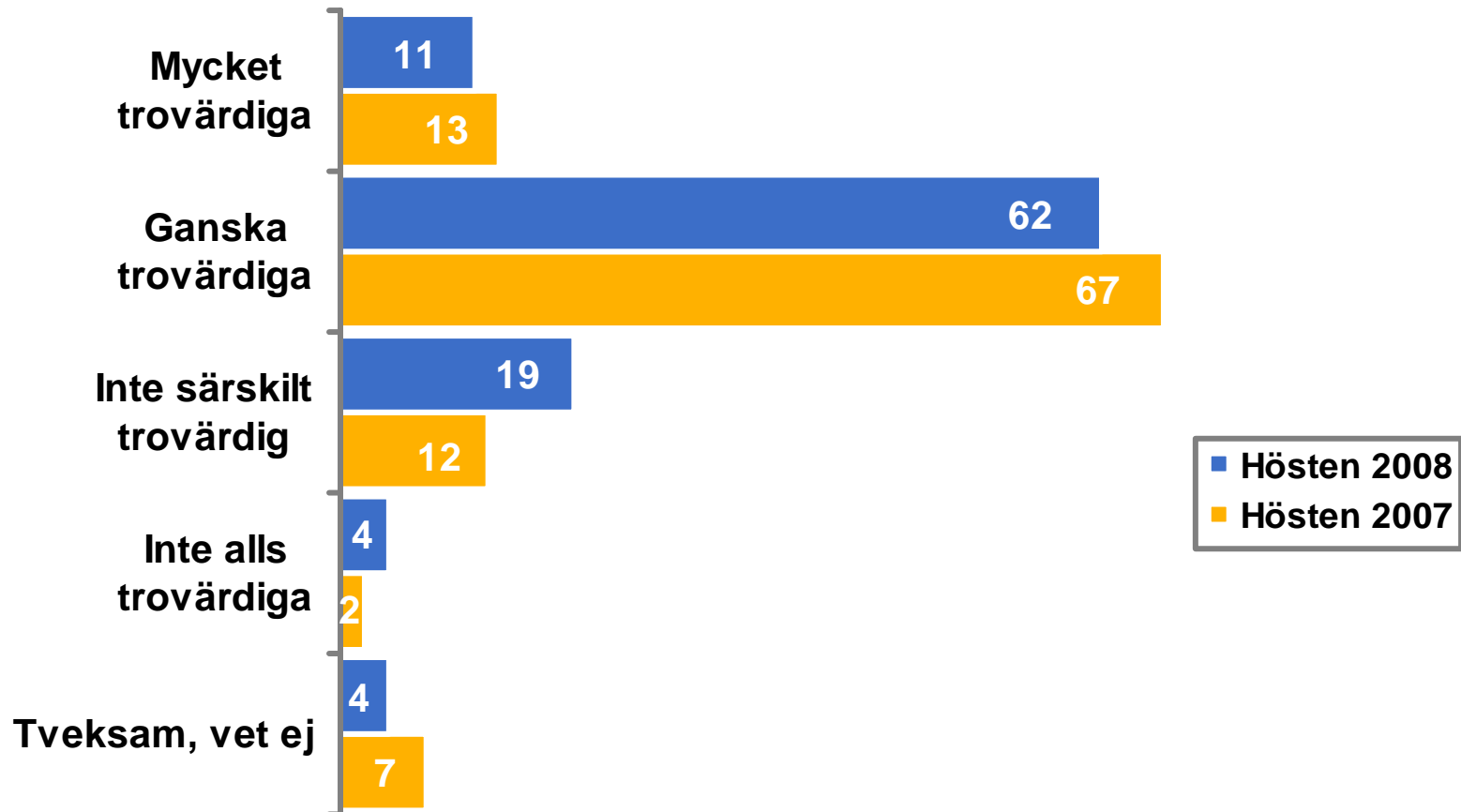
# Hur trovärdiga anser du att de råd och rekommendationer som Livsmedelsverket ger är?

Resultaten redovisas i procent (%)



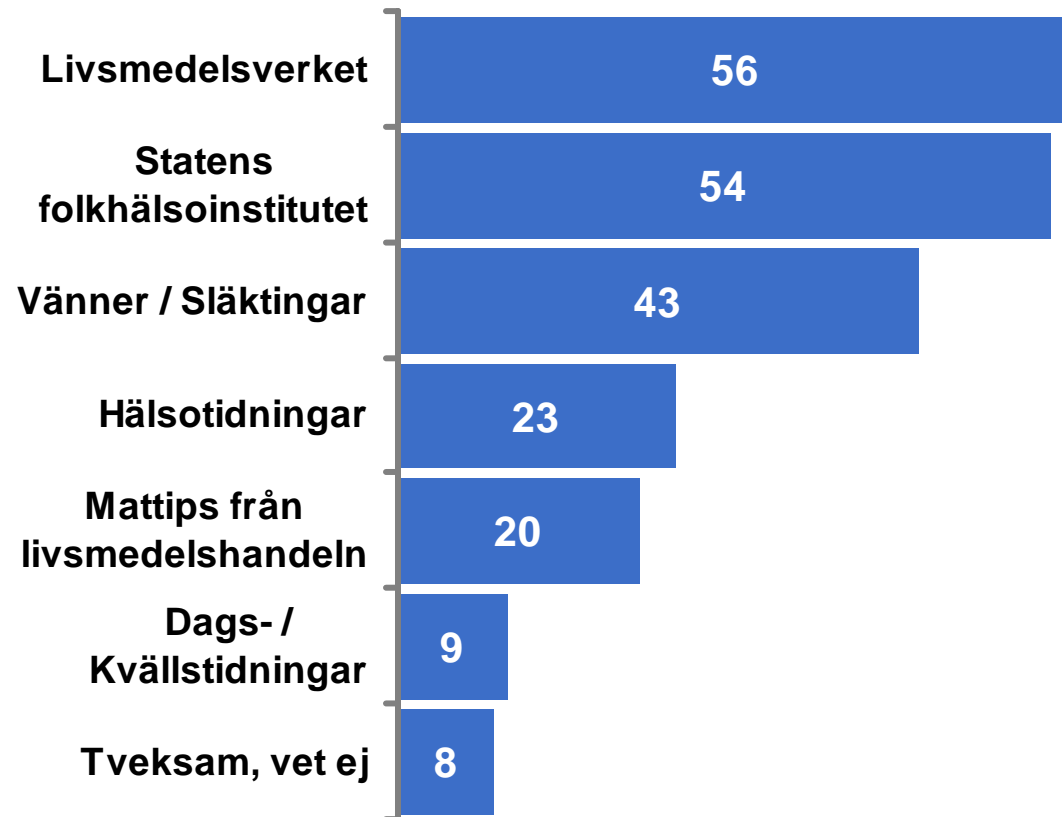
# Hur trovärdiga anser du att de råd och rekommendationer som Livsmedelsverket ger är?

Resultaten redovisas i procent (%)



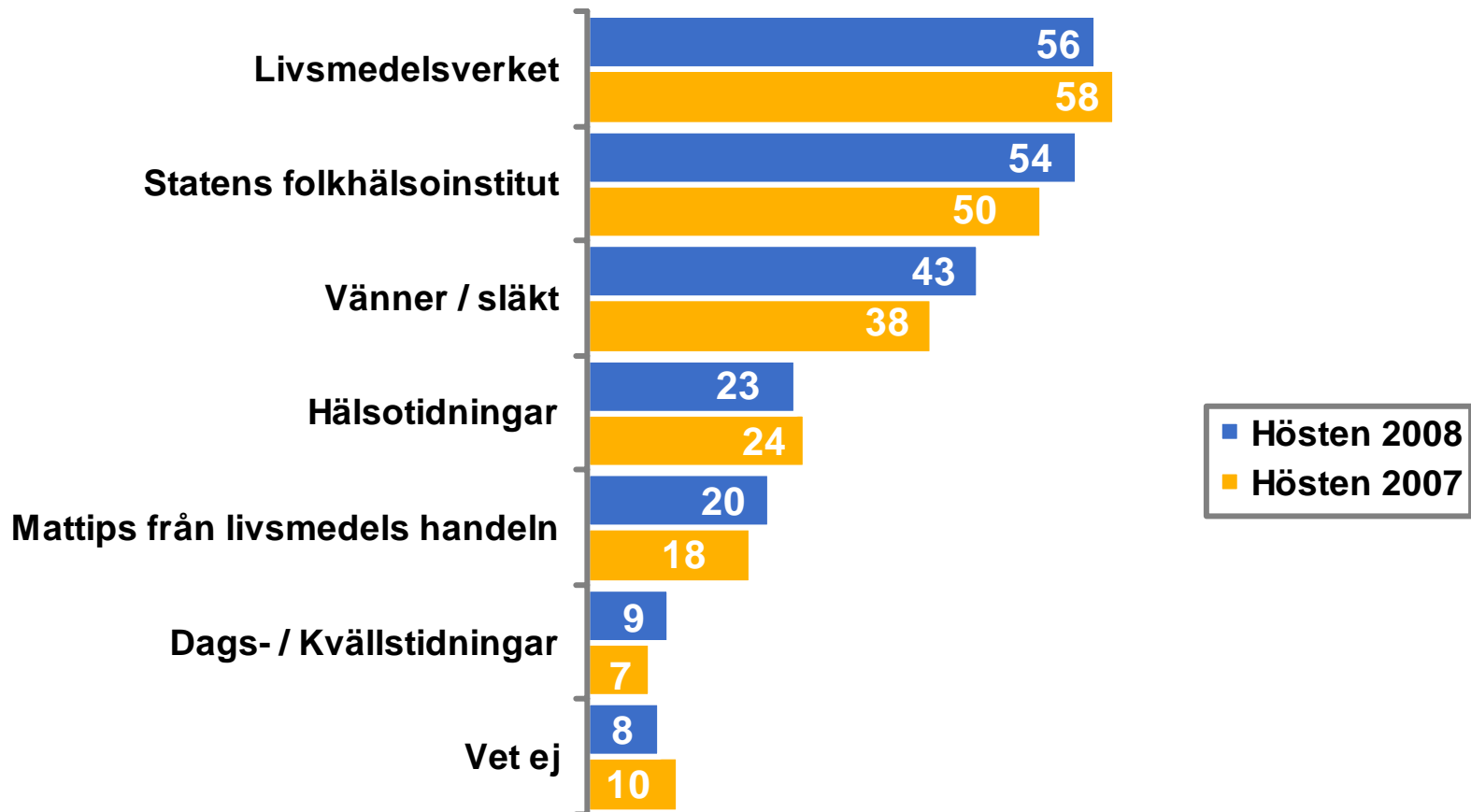
# Vilka av följande har du ett mycket stort förtroende för när det gäller information om hälsosam mat?

Resultaten redovisas i procent (%)



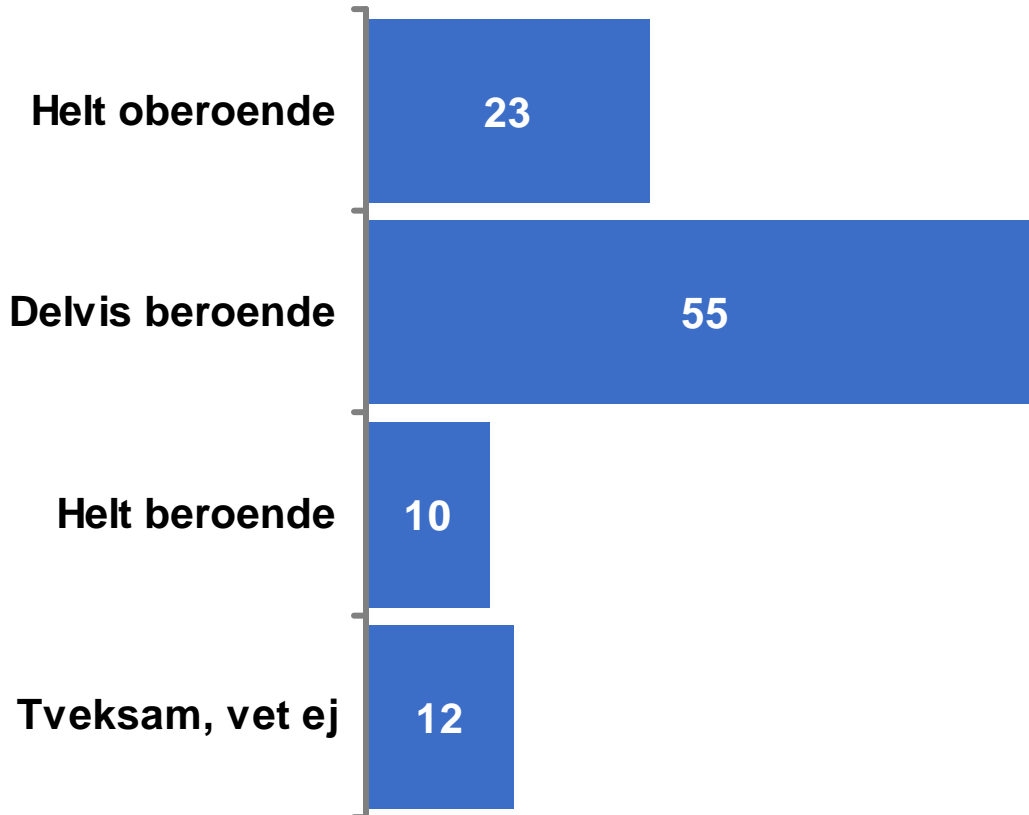
# Vilka av följande har du ett mycket stort förtroende för när det gäller information om hälsosam mat?

Resultaten redovisas i procent (%)



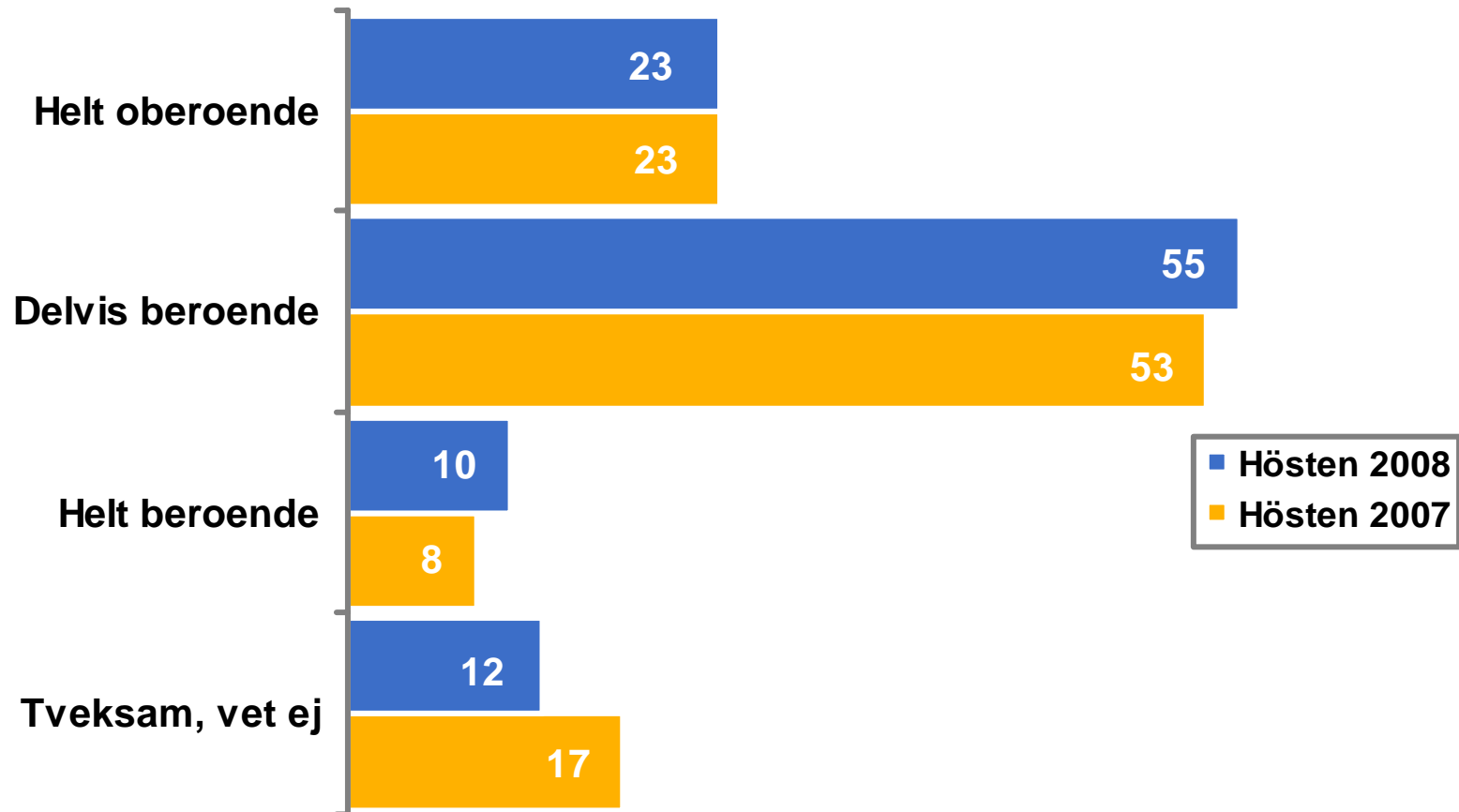
# Anser du att Livsmedelsverket är oberoende eller beroende gentemot livsmedelsbranschen?

Resultaten redovisas i procent (%)



# Anser du att Livsmedelsverket är oberoende eller beroende gentemot livsmedelsbranschen?

Resultaten redovisas i procent (%)



# Appendix

## Publiceringsregler

Rapporten som innehåller resultaten från en undersökning utförd av Research International Sweden AB på klientens uppdrag, är klientens egendom. Copyrighten tillfaller Research International Sweden AB om ej annat överenskommit.

Om annat ej skriftligen överenskommit, förblir frågeformulär, data, och annat material till samtliga undersökningar Research International Sweden AB egendom.

Research International Sweden AB skall ge sitt skriftliga samtycke till publicering av undersökningsresultat till allmänheten. Samtycke lämnas rutinmässigt om ej särskilda motskäl finns.

I Research International Sweden AB intresse ligger att förhindra felaktigheter i faktaredovisningen och missledande tolkningar av undersökningsresultaten. Om en klient publicerar missvisande siffror eller gör ett missvisande urval av undersökningsresultat, förbehåller sig Research International Sweden AB rätten att publicera korrekta och kompletterande delar av samma undersökning för att redovisa en mer rättvisande och avvägd tolkning.

Följande information skall alltid medtas i all publicering till allmänheten:

- frågornas exakta lydelse
- den intervjuform som använts i undersökningen, t.ex. telefonintervjuer, besöksintervjuer eller postala enkäter
- undersökningspopulation, t.ex. intervjupersonernas ålder
- antal intervjupersoner
- tiden för fältarbetet
- urvalsmetod om annan metod använts än en som är slumpmässig i alla steg.

Undersökningsresultat som publiceras till allmänheten skall normalt ej vara baserade på mindre än 1.000 intervjuer.

När en klient publicerar resultat från en SIFO Research International-undersökning, skall den information som ges i första hand gälla klientens egna produkter och/eller tjänster. Information om undersökningsresultatet rörande konkurrenters produkter och tjänster kan innefattas, men skall komma i andra hand vid presentationen.

Undantag och variationer i dessa regler tillåts då särskilda skäl föreligger och beviljas av Research International Sweden AB. För att gälla skall sådana undantag och ändringar lämnas skriftligen.

## Metodbeskrivning av Sifos Telefonbuss (1/2)

### Fältarbete

SIFO Research Internationals Telefonbuss är en regelbunden telefonundersökning som genomförs med ett slumpmässigt urval av den vuxna befolkningen. Intervjuerna görs med personer 15 år och äldre från SIFO Research Internationals telefonintervjucentral i Ronneby.

### Urval

Urvalet är slumpmässigt i alla steg och riksomfattande. Om rätt person i hushållet ej anträffats har han eller hon ersatts av annan intervjuperson.

I det första steget är urvalet framtaget genom SIFO Research Internationals urvalsprogram för telefonundersökningar (KATURV). I det andra steget väljs enligt en slumptabell den person i hushållet som skall intervjuas. Om den personen inte är hemma väljs i första hand annan intervjuperson i hushållet enligt slump Tabellen, i andra hand person i annat hushåll.

SIFO Research Internationals respekterar de utvaldas integritet och rätt att vägra svara på enstaka frågor eller vägra att medverka i en intervju. De utvalda är anonyma för SIFO Research Internationals .

### Tabellernas uppbyggnad

Tabellrapporten består av dataskrivna tabeller.

Tabeller betecknade "*procent vertikalt*" (anges i övre högra hörnet) innehåller procentberäkning kolumnvis. Sifferraden "*vägt basta*" visar de siffror på vilka de procenttal som står därunder är baserade. I vissa fall ändras bastalen för procentberäkning mitt i tabellsidan. Då har en ny bastalsrad, betecknad "*nytt basta*", lagts in och de efterföljande procenttalen är baserade på dessa basta. Basta för procentberäkning anges alltid i absoluta tal.

Ett + eller ett - efter procenttal markerar statistiskt signifikant avvikelse inom gruppen.

Ibland kan smärre avvikelser uppstå vid avrundningar i procentberäkning och vägning. Om flera svar tillåtits i en fråga, dvs. att respondenten fått avge mer än ett svar, summerar inte de olika svarsalternativens delsummeror nödvändigtvis till 100 procent.

## Metodbeskrivning av Sifos Telefonbuss (2/2)

### Poststratifiering

Före framtagningen av tabellerna genomförs en sk poststratifiering. Den utjämnar fluktuationer i urvalet. Vägning har dels gjorts enligt hushållsstorlek och dels genom kombinationer av celler bildade av ålder, kön och yrkesklass. Tabellerna redovisar bastal före och efter vägning. Procentalen är alltid vägda.

### Osäkerhetsmarginaler

Vid analys av tabellmaterial från intervjuundersökningar gjorda med stickprov är det väsentligt att komma ihåg att de angivna procentsatserna är ungefärliga värden. Förekomsten av en felmarginal innebär att det är felaktigt att tro att siffrorna från ett stickprov är exakt desamma som skulle erhållits om hela befolkningen besvarat frågan.

Det som kallas felmarginal är egentligen en osäkerhetsmarginal. Smärre avvikelser ligger i alla procenttal i tabellerna och de är av något större storleksordning närmare mitten av procentskalan.

Så exempelvis har ett "ja"-svar på 50% en något större osäkerhet än ett "ja"-svar på 10% eller 90%. Den osäkerhet som urvalsfel kan medföra beror också på bastalets storlek.

Med felmarginal för ett procenttal (p) menar vi här längden av ett halvt 95%-igt konfidensintervall för procenttalet. Ett 95%-igt konfidensintervall skall tolkas så att sannolikheten är att i 95 fall av 100 ligger resultatet inom felmarginalen.

I tabellen anges felmarginaler för skattningar av procenttal i storleksordningarna 50%, 30% och 10%.

p%	n=1000	n=750	n=500
50	3,1%	3,6%	4,4%
30 (eller 70)	2,8	3,3	4,0
10 (eller 90)	1,9	2,1	2,6

Som alltid i stickprovsundersökningar bör man komma ihåg att siffrorna är närmevärden, inte exakta.



SIFO  
RESEARCH INTERNATIONAL



RESEARCH INTERNATIONAL

# Allmänhetens attityder till maten i Sverige

Livsmedelsverket

Christer Boije, P: 1518009

2008-11-17



# Om undersökningen

<b>Ämne:</b>	<b>Allmänhetens attityder till maten i Sverige</b>
<b>Projektnummer:</b>	<b>1518009</b>
<b>Uppdragsgivare:</b>	<b>Livsmedelsverket</b>
<b>Tid för fältarbete:</b>	<b>10– 13 november, 2008</b>
<b>Antal genomförda intervjuer:</b>	<b>1000</b>
<b>Intervjuade:</b>	<b>Allmänheten, 15 år och äldre</b>
<b>Intervjumetod:</b>	<b>Telefonintervjuer / Sifos Telefonbuss</b>
<b>Projektledare:</b>	<b>Christer Boije</b>
<b>Programmerare:</b>	<b>Jon Andersson</b>

Denna rapport är kundens egendom. Frågeformulär och övrigt material till denna undersökning förblir Research International Sweden AB:s egendom. Vid publicering skall Research International Sweden AB:s publiceringsregler gälla. Se Appendix sista sidan.

# Inledning

- Livsmedelsverket har gett SIFO Research International i uppdrag att genomföra en undersökning om allmänhetens attityder till maten i Sverige.
- Målgruppen för undersökningen är allmänheten. De som har intervjuats är personer i åldern 15 år och äldre, boende i hela landet. Undersökningen har genomförts i SIFO:s Telefonbuss, se metodbeskrivning längre fram.
- I rapporten redovisas huvudresultaten av undersökningen. I tabellbilagan kan man studera resultaten mer i detalj, till exempel för en viss undergrupp. I tabellerna finns + respektive - tecken som markerar statistisk signifikant avvikelse inom grupperna.
- Felmarginalen för 1000 intervjuer ligger mellan 1,9 och 3,1 procentenheter beroende på hur hög andel som uppgett ett visst svar.

# Frågeformulär

**Fråga för Livsmedelsverket (1518009)**

**SIFO:s Telefonbuss 10-13 november 2008, 1000 intervjuer**

**Fråga**

**Anser du att maten är säker i Sverige?**

- Mycket säker
- Ganska säker
- Inte särskilt säker
- Inte alls säker
- Tveksam, vet ej

# Sammanfattning av resultaten

- 28% anser att maten i Sverige är mycket säker, 59% att den är ganska säker, 10% inte särskilt säker och 3% inte alls säker.

Vi finner en högre andel som angett "mycket säker" i följande grupper: män (37%), åldersgruppen 30-49 år (32%), och bland de med hög hushållsinkomst (33%).

Fråga :

# Anser du att maten är säker i Sverige?

Resultaten redovisas i procent (%)



# Appendix

## Publiceringsregler

Rapporten som innehåller resultaten från en undersökning utförd av Research International Sweden AB på klientens uppdrag, är klientens egendom. Copyrighten tillfaller Research International Sweden AB om ej annat överenskommits.

Om annat ej skriftligen överenskommits, förblir frågeformulär, data, och annat material till samtliga undersökningar Research International Sweden AB egendom.

Research International Sweden AB skall ge sitt skriftliga samtycke till publicering av undersökningsresultat till allmänheten. Samtycke lämnas rutinmässigt om ej särskilda motskäl finns.

I Research International Sweden AB intresse ligger att förhindra felaktigheter i faktaredovisningen och missledande tolkningar av undersökningsresultaten. Om en klient publicerar missvisande siffror eller gör ett missvisande urval av undersökningsresultat, förbehåller sig Research International Sweden AB rätten att publicera korrekta och kompletterande delar av samma undersökning för att redovisa en mer rättvisande och avvägd tolkning.

Följande information skall alltid medtas i all publicering till allmänheten:

- frågornas exakta lydelse
- den intervjuform som använts i undersökningen, t.ex. telefonintervjuer, besöksintervjuer eller postala enkäter
- undersökningspopulation, t.ex. intervjupersonernas ålder
- antal intervjupersoner
- tiden för fältarbetet
- urvalsmetod om annan metod använts än en som är slumpmässig i alla steg.

Undersökningsresultat som publiceras till allmänheten skall normalt ej vara baserade på mindre än 1.000 intervjuer.

När en klient publicerar resultat från en SIFO Research International-undersökning, skall den information som ges i första hand gälla klientens egna produkter och/eller tjänster. Information om undersökningsresultatet rörande konkurrenters produkter och tjänster kan innefattas, men skall komma i andra hand vid presentationen.

Undantag och variationer i dessa regler tillåts då särskilda skäl föreligger och beviljas av Research International Sweden AB. För att gälla skall sådana undantag och ändringar lämnas skriftligen.

## Metodbeskrivning av Sifos Telefonbuss (1/2)

### Fältarbete

SIFO Research Internationals Telefonbuss är en regelbunden telefonundersökning som genomförs med ett slumpmässigt urval av den vuxna befolkningen. Intervjuerna görs med personer 15 år och äldre från SIFO Research Internationals telefonintervjucentral i Ronneby.

### Urval

Urvalet är slumpmässigt i alla steg och riksomfattande. Om rätt person i hushållet ej anträffats har han eller hon ersatts av annan intervjuperson.

I det första steget är urvalet framtaget genom SIFO Research Internationals urvalsprogram för telefonundersökningar (KATURV). I det andra steget väljs enligt en slumptabell den person i hushållet som skall intervjuas. Om den personen inte är hemma väljs i första hand annan intervjuperson i hushållet enligt slump Tabellen, i andra hand person i annat hushåll.

SIFO Research Internationals respekterar de utvaldas integritet och rätt att vägra svara på enstaka frågor eller vägra att medverka i en intervju. De utvalda är anonyma för SIFO Research Internationals .

### Tabellernas uppbyggnad

Tabellrapporten består av dataskrivna tabeller.

Tabeller betecknade "*procent vertikalt*" (anges i övre högra hörnet) innehåller procentberäkning kolumnvis. Sifferraden "*vägt basta*" visar de siffror på vilka de procenttal som står därunder är baserade. I vissa fall ändras bastalen för procentberäkning mitt i tabellsidan. Då har en ny bastalsrad, betecknad "*nytt basta*", lagts in och de efterföljande procenttalen är baserade på dessa basta. Basta för procentberäkning anges alltid i absoluta tal.

Ett + eller ett - efter procenttal markerar statistiskt signifikant avvikelse inom gruppen.

Ibland kan smärre avvikelser uppstå vid avrundningar i procentberäkning och vägning. Om flera svar tillåtits i en fråga, dvs. att respondenten fått avge mer än ett svar, summerar inte de olika svarsalternativens delsummeror nödvändigtvis till 100 procent.

## Metodbeskrivning av Sifos Telefonbuss (2/2)

### Poststratifiering

Före framtagningen av tabellerna genomförs en sk poststratifiering. Den utjämnar fluktuationer i urvalet. Vägning har dels gjorts enligt hushållsstorlek och dels genom kombinationer av celler bildade av ålder, kön och yrkesklass. Tabellerna redovisar bastal före och efter vägning. Procentalen är alltid vägda.

### Osäkerhetsmarginaler

Vid analys av tabellmaterial från intervjuundersökningar gjorda med stickprov är det väsentligt att komma ihåg att de angivna procentsatserna är ungefärliga värden. Förekomsten av en felmarginal innebär att det är felaktigt att tro att siffrorna från ett stickprov är exakt desamma som skulle erhållits om hela befolkningen besvarat frågan.

Det som kallas felmarginal är egentligen en osäkerhetsmarginal. Smärre avvikelser ligger i alla procenttal i tabellerna och de är av något större storleksordning närmare mitten av procentskalan.

Så exempelvis har ett "ja"-svar på 50% en något större osäkerhet än ett "ja"-svar på 10% eller 90%. Den osäkerhet som urvalsfel kan medföra beror också på bastalets storlek.

Med felmarginal för ett procenttal (p) menar vi här längden av ett halvt 95%-igt konfidensintervall för procenttalet. Ett 95%-igt konfidensintervall skall tolkas så att sannolikheten är att i 95 fall av 100 ligger resultatet inom felmarginalen.

I tabellen anges felmarginaler för skattningar av procenttal i storleksordningarna 50%, 30% och 10%.

p%	n=1000	n=750	n=500
50	3,1%	3,6%	4,4%
30 (eller 70)	2,8	3,3	4,0
10 (eller 90)	1,9	2,1	2,6

Som alltid i stickprovsundersökningar bör man komma ihåg att siffrorna är närmevärden, inte exakta.



RESEARCH INTERNATIONAL