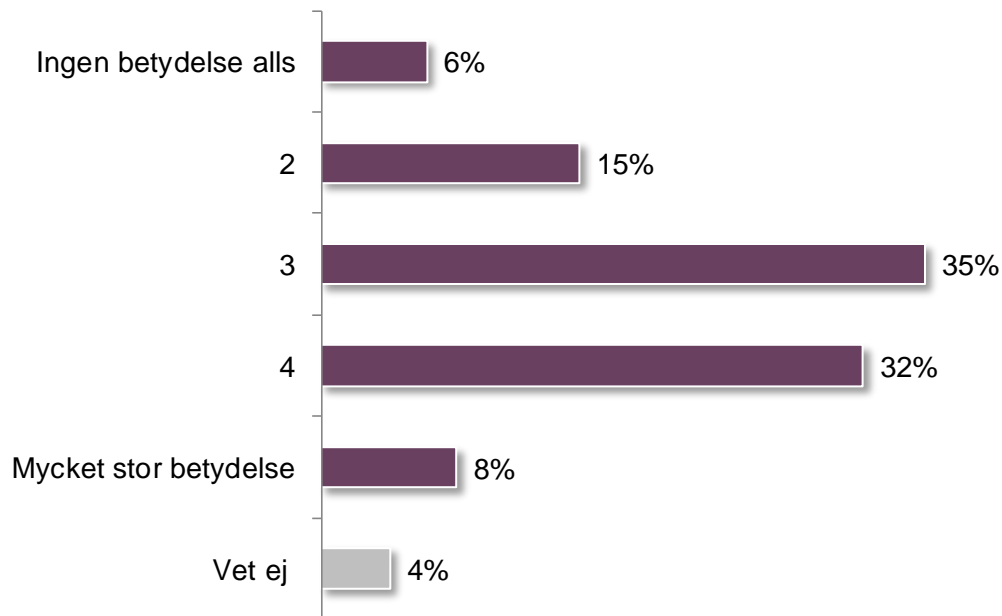


KONSUMENTUNDERSÖKNING

Utvalda resultat från Tetra Paks konsumentundersökning | 020215

2 av 5 tycker att förpackningen har stor eller mycket stor betydelse vid val mellan olika livsmedelsprodukter



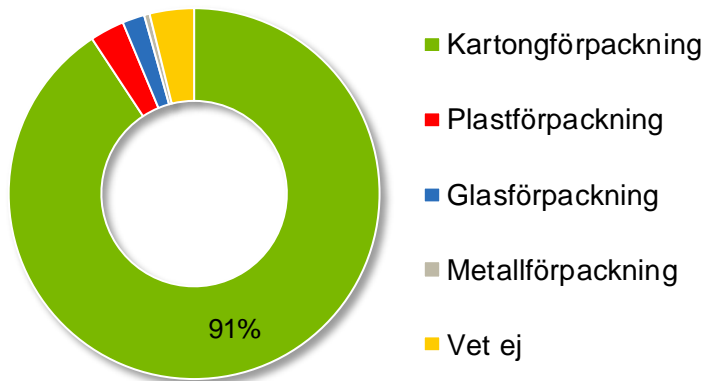
- 3 av 4 är neutrala eller tycker att förpackningen har stor betydelse
- Endast 1 av 5 tycker att förpackningen har liten betydelse

2. Fråga: Hur stor eller liten betydelse har förpackningen när du väljer mellan olika livsmedelsprodukter?

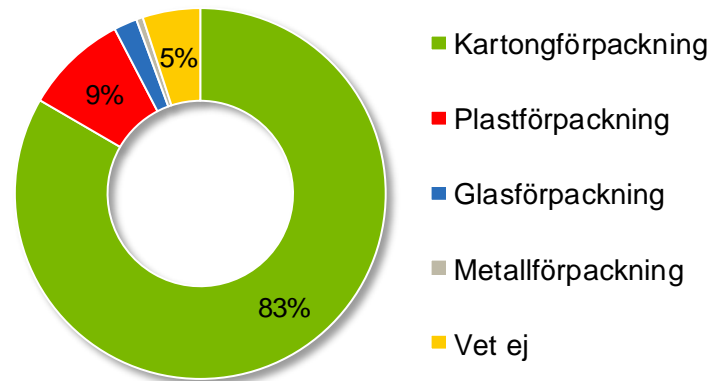
N=1035

Stark preferens för kartongförpackningar när det gäller mejeriprodukter

Mjök

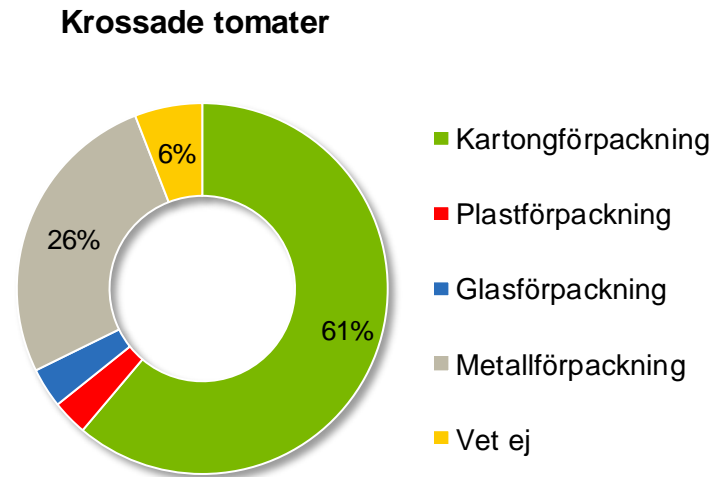
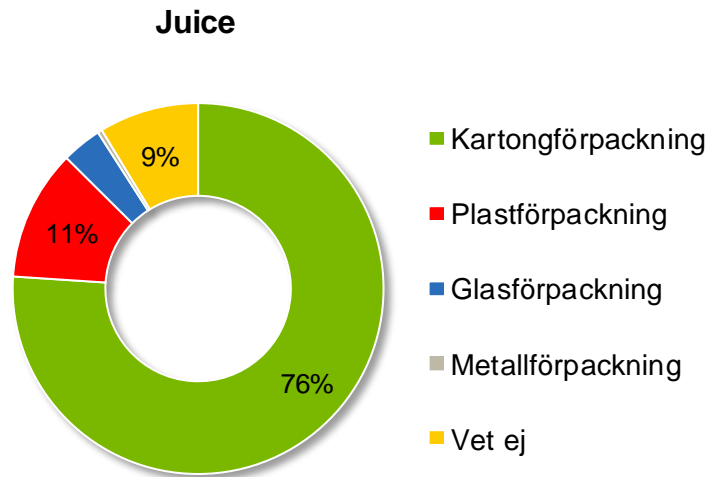


Yoghurt/fil



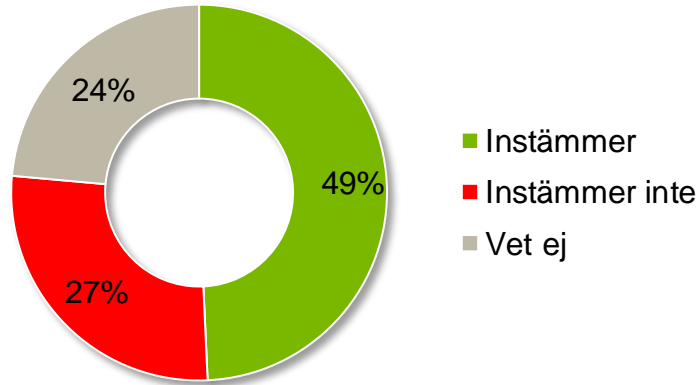
Fråga: När du köper följande livsmedelsprodukter, vilken sorts förpackning brukar du välja? N=1 035

Kartongförpackningar fördras även för juice och krossade tomater



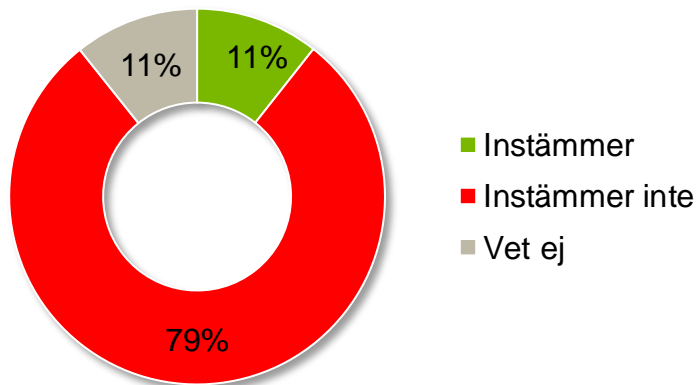
Fråga: När du köper följande livsmedelsprodukter, vilken sorts förpackning brukar du välja? N=1 035

Hälften instämmer i påståendet att juice i kartongförpackning som inte förvaras i kyldisken innehåller konserveringsmedel



- Äldre instämmer i större utsträckning än övriga ålderskategorier att juice innehåller konserveringsmedel. 56 % i åldersintervallet 65- instämmer, jämfört med 44 % i intervallet 18-25.

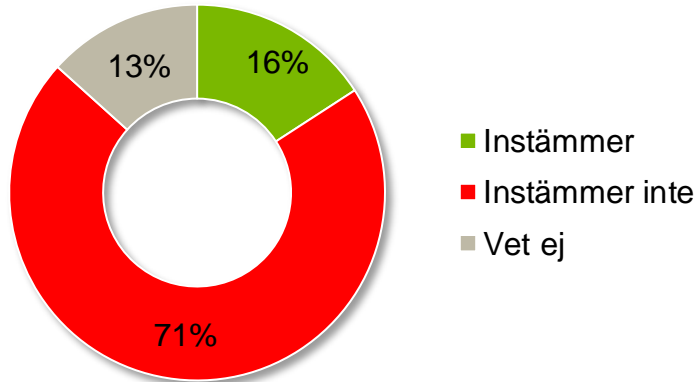
4 av 5 instämmer inte i påståendet att kartongförpackningar med plastkork inte kan återvinnas



- Det är fler äldre som inte instämmer i påståendet att kartongförpackningar med plastkork inte kan återvinnas. 82 % i åldersintervallet 65- svarade "instämmer inte", jämfört med 73 % i intervallet 18-25.

Påstående: Kartongförpackningar med plastkork kan inte återvinnas och bör därför läggas i den vanliga soppåsen. N=1 035

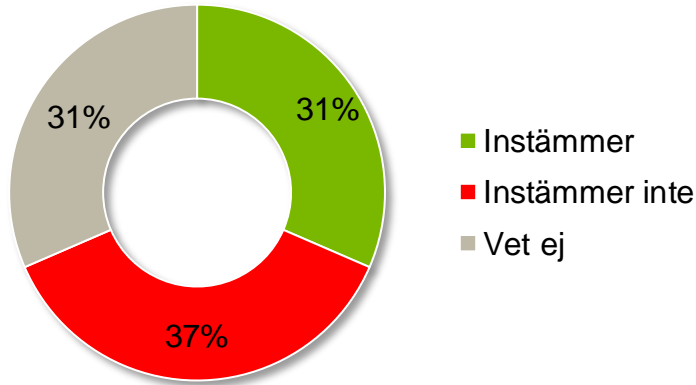
16 % tror att källsortering inte lönar sig miljömässigt



- Män instämmer i större utsträckning än kvinnor i påståendet att källsortering inte lönar sig miljömässigt. 19 % jämfört med 13 %.
- I ålderskategorin 26-45 år är det bara 3 av 5 (62 %) som inte instämmer i påståendet att källsortering inte lönar sig miljömässigt.

Påstående: Källsortering lönar sig inte miljömässigt, eftersom soporna ändå blandas senare i processen. N=1 035

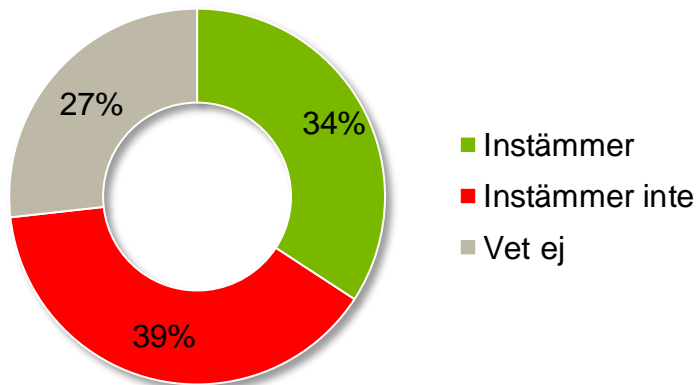
3 av 10 tror att glasförpackningar är mer klimatsmarta än kartongförpackningar



- Äldre tror i högre utsträckning än övriga att glasförpackningar är mer klimatsmarta än kartongförpackningar. 40 % i åldersintervallet 65- har svarat "instämmer", jämfört med 28 % i intervallet 18-25.

Påstående: Glasförpackningar är i de flesta fall mer klimatsmarta än kartongförpackningar. N=1 035

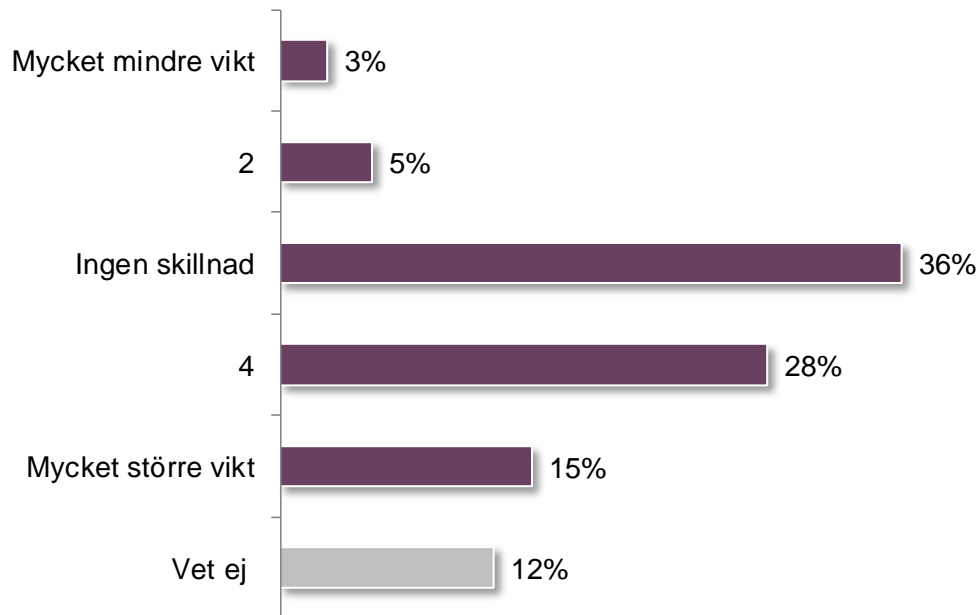
1 av 3 tror att det vore bättre för miljön om livsmedelsprodukter inte alls hade förpackningar



- Boende i storstäder tror i högre utsträckning än de som bor på landsbygd eller glesbygd att det vore bättre för miljön om livsmedelsprodukter inte alls hade förpackningar. 39 % jämfört med 29 %.
- Yngre instämmer i högre utsträckning än övriga att det vore bättre om livsmedelsprodukter inte alls hade förpackningar. 38 % i åldersintervallet 18-25 har svarat "instämmer", jämfört med 30 % i intervallet 65-.

Påstående: Det vore bättre för miljön om livsmedelsprodukter inte alls hade förpackningar utan såldes i lös vikt. N=1 035

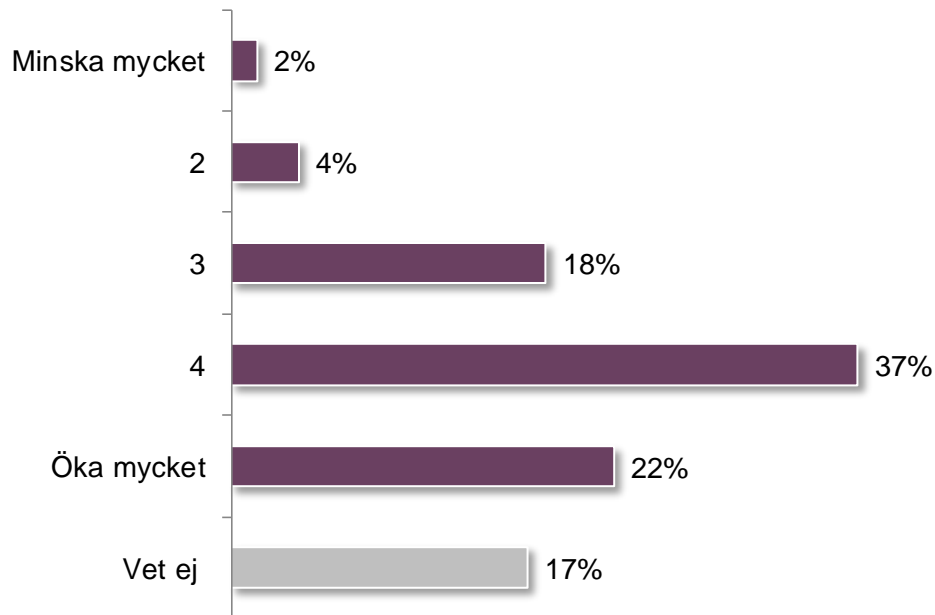
43 % lägger större vikt vid livsmedelsförpackningar idag än för fem år sedan



- Endast 8 % lägger mindre vikt vid livsmedelsförpackningar idag än för fem år sedan
- Bland kvinnor uppger 48 % att de lägger större vikt vid förpackningar idag än för fem år sedan, jämfört med 37 % av männen

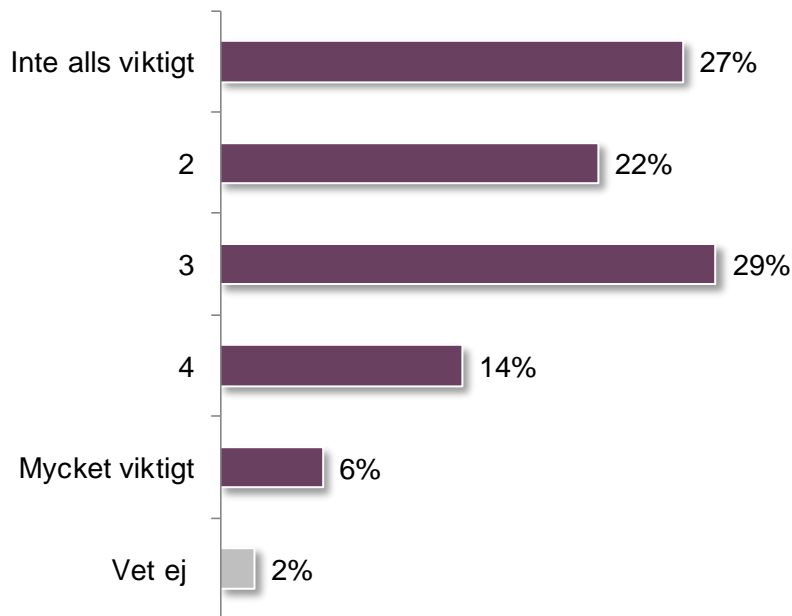
Fråga: Lägger du större eller mindre vikt vid livsmedelsförpackningar idag än vad du gjorde för fem år sedan? N=1035

3 av 5 tror att förpackningen betydelse kommer att öka framöver



- Endast 6 % tror att förpackningens betydelse kommer att minska framöver
- Bland kvinnor tror 28 % att förpackningens betydelse kommer att öka mycket, jämfört med 17 % av männen

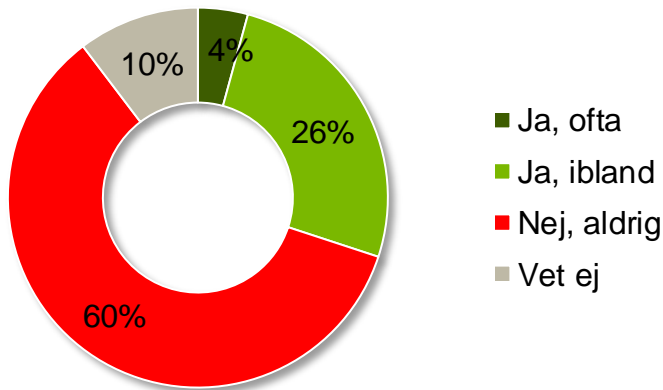
Bara 1 av 5 tycker att det är viktigt att livsmedelsförpackningar ser snygga ut



- Yngre svarar i högre utsträckning än övriga ålderskategorier att det är viktigt att livsmedelsförpackningar ser snygga ut. 33 % jämfört med 15 % i åldrarna 46-64 och 20 % bland 65 år och äldre

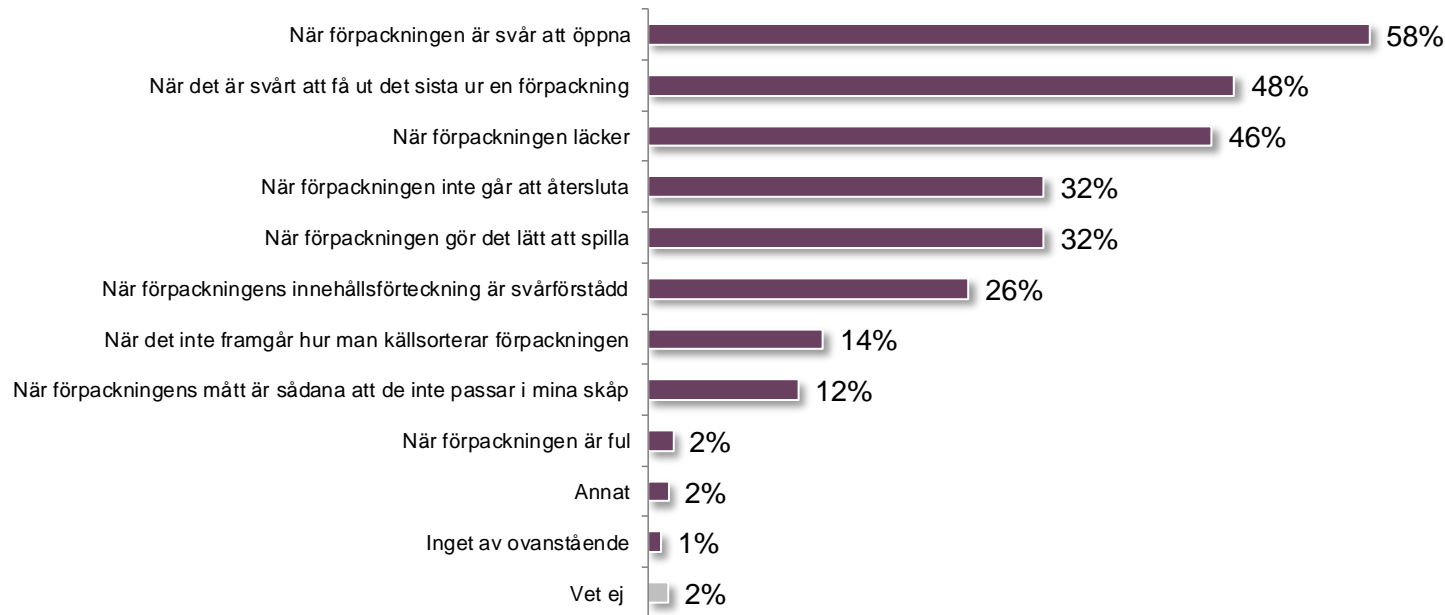
Fråga: Hur viktigt är följande för dig när du väljer mellan olika typer av livsmedelsförpackningar: Att den ser snygg ut? N=1035

3 av 10 har avstått från att köpa en livsmedelsprodukt för att förpackningen är ful



- **Yngre** avstår oftare än övriga från att köpa livsmedelsprodukter för att förpackningen är ful. **44 % i åldersintervallet 18-25 svarar "ja, ofta" eller "ja, ibland"**, jämfört med 25 % i intervallet 65 år och äldre.

Det mest irriterande problemet med förpackningar är när de är svåra att öppna



Fråga: Vad av följande irriterar du dig mest på när det gäller livsmedelsförpackningar av olika slag? (max tre svarsalternativ) N=1035

Om undersökningen

Metod:

- › Undersökningen genomfördes av United Minds på uppdrag av Tetra Pak.
- › 1 035 svenskar i åldrarna 18 till 80 år deltog i undersökningen.
- › Fältperioden var 20-23 januari 2015.
- › Datainsamlingen skedde via Cint.
- › Undersökningen besvarades via digitala enkäter, distribuerade via e-post.
Utskicken gjordes i representativa kvoter med avseende på kön, ålder och region.