

INSTITUT FOR AFSÆTNINGSØKONOMI
COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL 2010

Kandidatafhandling
Cand.merc. EMF

27. september 2010

Danskernes kostmæssige sundhedsmotivation:

En undersøgelse af primære og kritiske drivere af danskernes kostmæssige sundhedsmotivation samt implikationer af denne viden for fødevareproducenter på det danske marked

Susanne Lisa Ott Frank

Vejleder:
Arnt Gustafsson

Censor:

Satsenheder (fig. inkl.):
179.283

Normalsider:
78,8

Abstract

The research topic of this thesis is to investigate the dietary related health motivation and clarify the implications for food marketers when marketing healthy foods. By using theory from the field of consumer behavior, I have developed a behavior specific structural model upon Fishbeins integrated model of theories of behavioral prediction.

Fishbeins model sets up the frame for the structural equation model on how behavioral, normative and control beliefs affect attitude, subjective norm and perceived behavioral control, which in turn affect the motivation to eat a healthy diet. Since Fishbein's model is developed for behavior in general, the model is adapted to the dietary related health motivation by the results of the 6 conducted in-depth interviews. Which beliefs belonged in the model was investigated by conducting a factor analysis of the data from 238 survey respondents between 20 and 59 years of age living in Denmark. The structural equation model was then solved by using the Partial Least Squares method.

The research resulted in several findings. First, the Danish consumers are only somewhat motivated to eat healthy and the variable that influence the dietary health motivation the most, was first of all the attitude towards eating healthy (consisting of food characteristics and benefits of eating healthy) and second of all perceived behavioral control, whereas the subjective norm did not have nearly as much influence on the motivation.

Second, the perceived behavioral control had the best potential in improving the dietary related health motivation, because attitudes already had high evaluations.

Third, the perceived behavioral control was best improved by a focus on time, more specifically the perception of how time consuming making sure to eat a healthy diet is, and of how time consuming finding healthy food in a hurry is.

Fourth, the research showed evidence that men are less motivated to eat a healthy diet than women and that people over 45 years of age are more motivated to eat a healthy diet than people younger than this age. These findings is due to men's lower rating of the characteristics and benefits of a healthy diet, and that people over 45 years of age find eating healthy less time consuming.

The above research led to identifications of three prioritized focus points, *time*, *health* and *weight*, for food marketers to use when marketing healthy foods to health conscious consumers. First of all the food marketers must take a low-involved-consumers approach. Secondly they must bring in the three identified focus points in both product development and advertisement of their products to especially women less than 45 years of age.

Indholdsfortegnelse

1. INDLEDENDE AFSNIT	6
1.1 Indledning	6
1.2 Problemformulering	7
1.3 Afgrænsning	8
1.4 Begrebsdefinition	9
1.5 Relevans	12
1.6 Læsevejledning.....	13
2. METODE.....	15
2.1 Videnskabsteoretisk perspektiv.....	15
2.2 Kvalitative metoder	16
2.3 Kvantitative metoder	19
3. TEORI.....	27
3.1 Fishbeins integrerede model	27
3.2 Forbrugeradfærd	31
4. KVALITATIV ANALYSEDEL.....	35
4.1 Analyse af dybdeinterviews.....	35
4.2 Opstilling af adfærdsspecifik strukturel model	44
5. KVANTITATIV ANALYSEDEL	46
5.1 Resultater af spørgeskemaundersøgelse	46
5.2 Faktoranalyse	49
5.3 PLS-analyse	51
5.4 Delkonklusion på den kvantitative analyse	63
6. SEKUNDÆR RESEARCH	65
6.1 Tid	65
6.2 Helbred	66

6.3 Vægt.....	66
6.4 Øvrige fokuspunkter.....	67
6.5 Demografiske forskelle.....	68
6.6 Rangering af fokuspunkter	70
7. RESULTATERNES IMPLIKATIONER.....	71
7.1 Forbrugerens udækkede behov.....	71
7.2 Involvering	72
7.3 Implikationer for Dr. Oetker	73
7.4 Implikationer i en generel kontekst.....	77
8. VALIDITET, RELIABILITET OG GENERALISERBARHED.....	80
9. KONKLUSION	81
10. PERSPEKTIVERING.....	83
11. REFERENCER	84
12. BILAG	(bilagssider 1-57)

Figurer

Figur 1: Afhandlingens opbygning	13
Figur 2: Målsætning for antal og fordeling af respondenter i sample	22
Figur 3: Fishbeins integrerede model	27
Figur 4: De fire typer af forbrugeradfærd	32
Figur 5: Opsamling på dybdeinterviews	44
Figur 6: Strukturel model	45
Figur 7: Estimeret model	53
Figur 8: SmartPLS Output - Totale effekter på motivationen	54
Figur 9: Motivations-driver scorecard	55
Figur 10: Beliefs under Subjektiv Norm	57
Figur 11: Beliefs under Udbytte.....	59
Figur 12: Beliefs under Udbytte, fordelt efter køn.....	60
Figur 13: Beliefs under Egenskaber.....	61
Figur 14: Beliefs under Egenskaber, fordelt efter køn.....	61
Figur 15: Beliefs under Opfattet adfærdskontrol.....	62
Figur 16: Beliefs under Opfattet adfærdskontrol, fordelt efter alder.....	62

1. Indledende afsnit

1.1 Indledning

Danskerne er overordnet set sundhedsbevidste, idet de fleste ved hvordan de lever sundt og hvilke konsekvenser usund kost og manglende motion kan have på kort og lang sigt. Alligevel er det kun under tre procent af danskerne der lever efter de officielle kostråd.

Det overordnede ansvar for danskernes sundhed ligger hos individet, men udover individet selv, er der flere der har interesse i at danskerne lever sundere. For individet er fordelene større livskvalitet i form af øget velvære og et godt helbred, hvilket ligeledes er i samfundets interesse af etisk såvel som økonomisk hensyn. Den økonomiske interesse består af fordelene ved lavere offentlige sundhedsrelaterede udgifter og øget erhvervsaktivitet der generelt gavner samfundsøkonomien.

Erhvervslivet har ligeledes en økonomisk interesse i sunde medarbejdere der yder mere og har lavere sygefravær, derfor er der flere virksomheder der blandt andet har indført sundhedsrelaterede medarbejdergoder, såsom frugt- og kantineordninger der bidrager til sundheden samt signalerer en positiv holdning overfor en sund livsstil, rabatter på fitnessmedlemskaber, og sygeforsikringer der sikrer medarbejderen et kortere sygeforløb.

På forbrugermarkedet oplever man en stigende interesse i sundhed, ikke mindst inden for fødevarer. Alligevel er det langt fra alle danskere der formår at spise sundt, på trods af en positiv holdning hertil. For virksomhederne er det nødvendigt at klarlægge om der er et udækket behov, hvilket er lig med en strategisk mulighed.

Da danskerne til en vis grad allerede ved hvordan man spiser sundt, ligesom den sunde mad til en vis grad allerede er tilgængelig, er det derfor interessant at foretage en dybere undersøgelse af danskernes manglende kostmæssige sundhedsmotivation for at klarlægge årsagerne til hvorfor motivationen mangler, samt hvordan denne kan øges.

Således kan potentialet i at dække markedet for sunde fødevarer afgøres, ligesom markedsføringen af sunde fødevarer mere effektivt kan målrettes forbrugerne og dække deres behov for sunde fødevarer, idet der kan tages udgangspunkt i netop de årsager de har til at undgå at spise sundt på trods af en ellers positiv holdning overfor dette.

1.2 Problemformulering

Danskerne beskrives ofte som sundhedsbevidste og der er flere fødevarer der positioneres som sunde. Men hvis danskerne er sundhedsbevidste, hvad er så årsagen til at så få som under tre procent af danskerne spiser sundt ifølge Fødevarestyrelsens mål? Og hvilken tilgang er den rigtige når sunde fødevarer skal markedsføres. For at sikre en rigtig tilgang når fødevarer markedsføres til sundhedsbevidste danskere, kræver det en dybere forståelse for hvilke årsager danskerne har for og imod at spise sundt. Ovenstående problembeskrivelse medfører derfor følgende problemformulering:

Med udgangspunkt i Fishbeins integrerede model af teorier om adfærdsforudsigelser, vil jeg opstille en strukturel model specifikt for adfærden at spise en sund kost, og afprøve den i praksis for på individniveau at undersøge primære og kritiske drivere af danskernes kostmæssige sundhedsmotivation, med særligt fokus på hvilke implikationer denne viden medfører for fødevareproducenterne på det danske marked.

For at gøre Fishbeins integrerede model adfærdsspecifik, må følgende forskningsspørgsmål undersøges:

- Hvilke adfærdsmæssige, normative og kontrolbeliefs har danskerne om kost og dennes effekt på sundhed, og hvordan er disse beliefs strukturelt forbundet med kostmæssig sundhedsmotivation?

For at opnå viden om grundlaget for danskernes kostmæssige sundhedsmotivation, må følgende forskningsspørgsmål undersøges:

- Hvilke primære og kritiske drivere er årsag til danskernes niveau i kostmæssige sundhedsmotivation?
- Hvilke beliefs er årsag til vurderingen af motivationens determinanter og hvilke har for motivationen det bedste forbedringspotentiale?

For at opnå viden om hvordan fødevareproducenterne kan bruge den opnåede viden, må følgende forskningsspørgsmål undersøges:

- Hvilke implikationer medfører viden om danskernes kostmæssige sundhedsmotivation, og hvordan den mest effektivt øges, for fødevareproducenterne?

1.3 Afgrænsning

I forbindelse med ovenstående problemformulering, vil jeg afholde mig fra at analysere muligheden for at få danskerne til at spise sundere ved at forbedre deres evner til, eller omverdensmæssige muligheder for, at spise sundt. Jeg vil udelukkende undersøge hvorledes motivationen rent mentalt kan øges.

Som nævnt i afsnittet problemformulering, afhænger adfærd i høj grad af motivationen for at udføre den. Jo højere motivationen er, des større er sandsynligheden for at adfærden udføres. Motivation alene er ikke det eneste der er bestemmende for om en adfærd udføres. Individets evne til at udføre adfærden og omverdensmæssige faktorer spiller også en rolle. Det vil sige, at selv om motivationen er høj, kan adfærden ikke udføres såfremt individet ikke besidder evnerne, eller at det ikke er muligt at udføre adfærden.

Jeg afgrænser mig fra at foretage en konkret undersøgelse af om danskerne har evnerne til at spise sundt, herunder om de ved hvordan man spiser sundt. Dette gør jeg fordi der allerede er meget der tyder på at danskerne allerede har den nødvendige viden. ”Det er ikke manglende viden, der er en barriere for at gøre mere ved sundheden, men det er først og fremmest det at blive motiveret og have tid” (Jørgensen, 2009). Dette er konklusionen på en undersøgelse blandt 43.000 danskere, lavet af TryghedsGruppen (Jørgensen, 2009). Hermed har danskerne altså allerede i et vist omfang de evner der skal til for at udføre adfærden at spise en sund kost.

Desuden afgrænser jeg mig fra at foretage en konkret undersøgelse af om de omverdensmæssige faktorer muliggør at spise sundt, herunder om den sunde mad rent faktisk er tilgængelig.

I stedet undersøges den rene motivation. Herunder hører indirekte opfattelsen af evner og omverdensfaktorer, der kaldes opfattet adfærdskontrol. Motivationen anser jeg desuden som forudsætning for at evner opbygges og tilgængelighed efterspørges.

Som en definition på hvad der er en sund kost vil jeg benytte mig af Fødevarestyrelsens 8 kostråd (afsnit 1.4.4). Som problemformuleringen giver klart indtryk af, beskæftiger jeg mig med motivationen for at spise en sund kost og ikke for en sund livsstil, derfor afgrænser jeg mig fra en del af fødevarestyrelsens kostråd, der også indbefatter motion og drikkevarer, om end jeg medtager kostrådene som mål for en sund kost.

I min undersøgelse af danskernes kostmæssige sundhedsmotivation afgrænser jeg mig også fra, at undersøge motivationen blandt børn og unge der endnu ikke er helt eller delvist ansvarlige for husholdningens indkøb af mad. Jeg erkender at børn og unge har en vis indflydelse på hvad der bliver købt ind, men selve motivationen til at købe sundt ind ligger efter min mening hos de voksne.

Jeg afgrænser mig desuden fra at undersøge motivationen til at spise sundt blandt den ældre del af befolkningen. Både fordi ældre er vanskeligere at nå via internetundersøgelse, som jeg grundet en ressourcemæssig begrænsning foretrækker at benytte. Ligeledes kan der hentes mere i form af for eksempel længere levetid og godt helbred såfremt den sunde livsstil har været langvarig.

Hvor aldersgrænsen for undersøgelsen skal sættes, bygger jeg på Danmarks Statistik (Statistiske efterretninger: Befolkningens brug af internet 2008), hvor der skelnes mellem 60-74-årige. I denne aldersgruppe har 37 % slet ikke adgang til internettet og 62 % har ikke benyttet en computer inden for de sidste tre måneder. På baggrund af ovenstående, vælger jeg at afgrænse mig fra at undersøge motivationen for danskere over 59 år. Målgruppen for undersøgelsen er derfor *indbyggere i Danmark, der helt eller delvist er ansvarlige for husholdningens madindkøb og som er under 59 år*.

Når implikationerne skal undersøges tages der udgangspunkt i en enkelt fødevarerproducent. Jeg afgrænser mig således for at undersøge implikationerne af den tilvejebragte viden for øvrige interessenter, som for eksempel danskerne selv, detailhandlen, samfundet, Fødevarestyrelsen, mv. Dette gør jeg for i stedet at skabe en dybere forståelse for hvordan fødevarerproducenterne kan benytte den tilvejebragte viden. Implikationerne undersøges i forbindelse med segmentering og målgruppevalg, positionering og differentiering. Således undersøges kun de felter der direkte har forbindelse til afhandlingens øvrige resultater.

1.4 Begrebsdefinition

1.4.1 Motivation, Intention og Involvering

I afhandlingen benytter jeg både begrebet motivation og intention. Begrebet intention stammer fra Fishbeins integrerede model. Intention er efter min mening mere et ja eller nej spørgsmål, men ligeså snart man begynder at tale om graden af intention (i hvor høj grad man har intention om at udføre en bestemt adfærd), ser jeg begrebet intention, som et direkte synonym med begrebet motivation. I forbindelse med strukturelle ligningsmodeller skal alle

variable skaleres og dermed måles motivationen. I teoriafsnittet vil jeg altså benytte begge begreber, men i den øvrige del af opgaven benytter jeg begrebet motivation.

I forbrugeradfærdens beslutningsteori benytter man ofte begrebet involvering. Dette begreb kan let sidestilles med motivation. At være højt involveret vil sige, at den eller de pågældende købsbeslutninger er yderst vigtige eller højt prioriterede. Er motivationen for at spise sundt høj, er individet dermed også højere involveret i de kostmæssige købsbeslutninger der tages. Involverede forbrugere er mere tilbøjelige til at være modtagelige overfor og endda selv opsøge information der sikrer, at de rette købsbeslutninger tages (Assael, 2004). Jeg skelner mellem motivation og involvering, idet motivation angår den overordnede adfærd at spise sundt, mens involvering angår valget mellem konkrete fødevarer.

1.4.2 Attitude

Begrebet attitude indgår i afhandlingen, både som en af determinanterne i Fishbeins integrerede model, men også generelt som et udtryk, der beskriver holdningen til adfærd særligt overordnet i forbindelse med at spise en sund kost.

Torben Hansen (forelæsning, 1. oktober, 2007) definerer begrebet attitude som “Indlærte predispositioner, der determinerer forbrugerens overordnede holdning til et produkt, en ydelse eller et emne”.

Wegener og Carlston (2005) definerer begrebet på følgende måde: “Attitudes are overall evaluations of objects, which can be physical objects, people, policies, behaviors, etc.” (s. 493)

På dansk mener jeg at ordet *holdning* er bedst beskrivende, forstået som et punkt på en skala der rangerer fra negativ til positiv.

Herudover skal definitionen indeholde *hvad* det er en holdning til, ligesom i ovenstående definitioner, der dog er mere generelle. Dette bør relateres til den specifikke adfærd der er mål for undersøgelsen i nærværende afhandling.

Torben Hansens definition indeholder desuden hvad der *determinerer* denne holdning. Jeg vil i den forbindelse benytte begrebet beliefs, som defineres i afsnit 1.4.3.

Definitionen på attitude i denne afhandling er hermed at attitude er *et udtryk for en belief-baseret holdning til den adfærd der indebærer at spise en sund kost*. Denne definition giver

det bedste billede på attitude set i lyset af ovenstående definitioner samt konteksten, der her er adfærden der indebærer at spise en sund kost.

1.4.3 Beliefs

Jævnfør problemformuleringen (afsnit 1.2) indgår begreberne adfærdsmæssige beliefs, normative beliefs og kontrolbeliefs, der alle er forskellige typer af beliefs der er en del af Fishbeins integrerede model (afsnit 3.1). I dette afsnit følger en generel definition af begrebet beliefs. I afsnit 3.1 vil jeg komme nærmere ind på de tre typer af beliefs.

Beliefs er de overbevisninger som attituden dannes på baggrund af. Det kan for eksempel være ”sund mad er godt for mit helbred”, ”grøntsager er sunde” og på baggrund af dette danner man sin attitude: ”jeg kan godt lide grøntsager (fordi de er sunde og dermed gode for mit helbred)”. Dette var eksempel på et par enkle beliefs, men der er som regel mange beliefs, både nogle individet vil vurdere henholdsvis negative og positive. Holdningen dannes på baggrund af summen af de beliefs man har, og beliefs dannes i hjernen på baggrund af stimuli og siges at foregå på det kognitive niveau.

Chaudhuri (2006) definerer beliefs som “Subjective associations between any two distinguishable concepts” og Torben Hansen (forelæsning, 1. oktober, 2007) definerer beliefs som en “Subjektiv opfattelse af, hvorledes et produkts egenskaber optræder i forhold til forbrugers valgkriterier”

Definitionen på beliefs i denne afhandling er hermed *forudfattede delmeninger der bygger på en stimuli-skabt kognitiv proces, og som bidrager til dannelsen af attitude.*

Summen af beliefs, altså attituden, er i højere eller lavere grad positiv eller negativ alt efter hvilke beliefs individet har dannet. Er attituden positiv nok udløser det adfærd. Ved attitude overfor et produkt ville det for eksempel udløse adfærd i form af køb.

Den ovenstående rækkefølge beliefs, attitude og adfærd, er det klassiske eksempel, men der findes eksempler på købsituationer hvor rækkefølgen dannes anderledes (afsnit 3.2). For eksempel hvor et ukendt produkt købes mere eller mindre impulsivt og først herefter dannes beliefs og attitude.

I forbindelse med en mere sammensat adfærd, som at købe og spise sund mad, må det dog formodes at der allerede er dannet beliefs og en holdning omkring adfærden, idet det ikke blot drejer sig om f.eks. holdningen til et nyt brand af cornflakes, men om holdningen til at spise en kost bestående af fisk, fuldkorn, kartofler, ris, pasta, frugt, grønt osv., uanset brand. Det må

formodes at danskerne allerede har erfaring med og en mere eller mindre bevidst holdning til at spise denne form for fødevarer. Hermed vil jeg antage at beliefs dannes forud for attitude og at attituden dannes forud for intentionen om at spise en sund kost.

1.4.4 Sund kost

Der er flere definitioner på hvilke fødevarer der er sunde og usunde, men min holdning er, at Fødevarestyrelsens otte kostråd danner en videnskabeligt begrundet objektiv ramme for en sund kost. De otte kostråd er som følger:

- 1) "Fødevarestyrelsen anbefaler, at voksne og børn over 10 år dagligt spiser 600 gram frugt og grønt" (Fødevarestyrelsen, 2010).
- 2) "Fødevarestyrelsen anbefaler, at voksne og børn over 3 år spiser 200-300 gram fisk om ugen" (Fødevarestyrelsen, 2010).
- 3) "Fødevarestyrelsen anbefaler, at spise fuldkornsprodukter, fx. havregryn og rugbrød. Spis gerne kartofler hver dag. Varier med med fuldkornsrís eller fuldkornspasta et par gange om ugen" (Fødevarestyrelsen, 2010).
- 4) "Fødevarestyrelsen anbefaler at spare på sukker. Drik ikke sodavand, og spis ikke slik og kager hver dag" (Fødevarestyrelsen, 2010).
- 5) "Fødevarestyrelsen anbefaler at spare på fedtet – især fra mejeriprodukter og kød" (Fødevarestyrelsen, 2010).
- 6) – 8) De tre sidste råd omhandler det, at man skal spise varieret, slukke tørsten i vand, samt dyrke motion (Fødevarestyrelsen, 2010). Disse råd er ikke konkrete nok til at jeg vil bruge dem i selve undersøgelsen. Dette er derfor den overordnede definition jeg vil bruge på en sund kost. Dog vil jeg simplificere dette i spørgeskemaundersøgelsen (bilag 33).

1.5 Relevans

For at afdække strategiske muligheder, må virksomheder identificere og tage udgangspunkt i kundernes udækkede behov (Aaker & McLoughlin, 2007). På markedet for fødevarer må fødevarereproducenter og øvrige aktører derfor være opmærksomme på hvilke behov forbrugerne udvikler i forbindelse med køb af fødevarer.

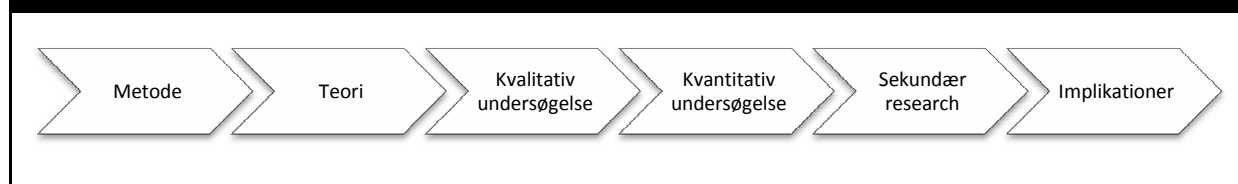
De danske forbrugeres motivation til at spise sundt og dermed intentioner om at købe sundt ind, er af særlig relevans netop i dag, fordi danskerne er (Illema, 2009) og efterhånden bliver mere sundhedsbevidste. At danskerne har en stigende sundhedsbevidsthed kommer til

udtryk i form af en kraftig stigning af artikler i medierne, der omhandler netop sund kost og effekten på helbredet (Andersen, Jakobsen, Hansen, & Smed, 2009).

I og med at kun under tre procent af danskerne på trods af en positiv attitude overfor sund kost og en generelt stigende sundhedsbevidsthed formår at spise sundt (Lykke & Knudsen, 2009), kan det tyde på at deres behov for sunde fødevarer ikke dækkes optimalt, hvorfor årsagen til den manglende motivation må undersøges. Ligeledes kan en dybdegående undersøgelse af danskernes kostmæssige sundhedsmotivation afgøre forbrugernes involvering i køb af sunde fødevarer og dermed hvilken tilgang der er nødvendig for at imødekomme det udækkede behov.

1.6 Læsevejledning

Figur 1: Afhandlingens opbygning



Afhandlingens struktur fremgår af Figur 1. Afhandlingen er struktureret således at jeg først opstiller en teoretisk referenceramme af den eller de hovedteorier der benyttes i afhandlingen. Dernæst foretager jeg en kvalitativ henholdsvis kvantitativ analyse af det primært indsamlede data.

Efter nærværende indledende afsnit, følger kapitlerne *Metode* og *Teori*. Her præsenteres og begrundes de i afhandlingen benyttede hovedmetoder, herunder det videnskabsteoretiske perspektiv, samt de i afhandlingen benyttede hovedteorier. Jeg har valgt at disse kapitler, grundet afhandlingens omfang bør have et kapitel for sig, frem for at indgå i de indledende afsnit.

Metode og *Teori* ligger fundamentet for den efter følgende analyse af de primære indsamlede data, der er delt op i afsnittene *Kvalitativ undersøgelse* og *Kvantitativ undersøgelse*. Analysen af primært indsamlede data er delt op i disse to afsnit, da de hver tjener et meget forskelligt formål. Den kvalitative analyse har til formål at opstille en overordnet adfærdsspecifik struktur, mens den kvantitative analyse har til formål at afprøve og teste denne struktur i praksis. Ligeledes har de to afsnit hver deres videnskabsteoretiske perspektiv.

Efterfølgende foretages en *Sekundær research*, der har til formål at supplere analysen af de primært indsamlede data, før de fokuspunkter som interessenterne bør fokusere på fastlægges. Da man i akademisk sammenhæng har en forpligtelse til ikke at ignorere øvrig forskning på området har jeg valgt denne sekundære research som en sammenfatning af egne resultater med sekundær empiri og teori. Efter fastlæggelsen af årsagen til at danskerne ikke spiser sundt er fastlagt, kan implikationerne for fødevareproducenterne undersøges.

Afsnittet Implikationer tager udgangspunkt i tre fokuspunkter der er identificeret på baggrund af analyseresultater suppleret med sekundær empiri. Her foretages ligeledes en vurdering af forbrugernes involveringsniveau, som er placeret her af den årsag, at dette bygger på resultaterne af den forudgående undersøgelse af danskernes kostmæssige sundhedsmotivation. Ydermere har jeg taget udgangspunkt i Dr. Oetker og deres frysepizzaer som et eksempel på en fødevareproducent, hvorefter jeg trækker tråde til en mere generel kontekst.

2. Metode

2.1 Videnskabsteoretisk perspektiv

I nærværende afhandling vil mit videnskabsteoretiske ståsted være kombineret af både et positivistisk syn samt et socialkonstruktivistisk syn. Det positivistiske består i, at jeg producerer viden ved hjælp af Fishbeins integrerede model, kvantificerer og opstiller teori på baggrund af kausalt determinerende sammenhænge. Men ligeledes benytter jeg mig af interviews til at operationalisere og skabe viden om et socialt konstrueret begreb, der om noget ikke kan undgås at være påvirket af både mit, interviewpersonernes og respondenternes subjektive syn. Dette er det socialkonstruktivistiske aspekt.

De to paradigmer kan med fordel kombineres, idet det er min opfattelse at en del af verden eksisterer på bedste naturvidenskabelige vis, og en del af verden eksisterer i form af sociale konstruktioner. Desuden behøver man ikke fastlåse sig på ét enkelt paradigme (Ankersborg & Boolsen, 2009, s. 21).

At kombinere disse to paradigmer giver i mine øjne en bredere faglighed, fordi der ved hjælp af denne metodetriangulering skabes viden om et social konstrueret begreb, der kan konkluderes på, på baggrund af et bredere datagrundlag. Et af Cand.merc. EMF-linjens intellektuelle mål er desuden at integrere kvalitative samt kvantitative tilgange (Copenhagen Business School, 2009).

Jeg undersøger socialt konstruerede begreber som eksisterer i kraft af, at vi mennesker har konstrueret dem rent mentalt. Begreber som for eksempel motivation og attitude kan undersøges på flere måder, men de kan ikke undgå at blive påvirket af (forskerens og de undersøgte) subjektive tolkninger. Havde man benyttet sig af for eksempel et antropologisk studium, ville den subjektive påvirkning formentlig være anderledes, end ved de interviews og spørgeskemaundersøgelser jeg foretager. Ikke desto mindre må begreberne undersøges blandt de personer, som kan antages at have en mental tilstedeværelse af disse begreber.

Den tilgangsvinkel jeg har i kraft af, at jeg foretager en spørgeskemaundersøgelse og kvantificerer begreberne, for rent statistisk at vise teoretiske sammenhænge, er dog (i kraft af kvantificeringen af empirien og den deduktive metode) nærmere den positivistiske ende af paradigmeskalaen. Jeg vedkender mig dermed eksistensen af socialt konstruerede begreber, men ser fordele i at benytte mig af kvantitative teknikker. Om end man ikke kan sige sig fri

for subjektive tolkninger, giver de kvantitative teknikker en mere objektiv og systematisk, oversigtlig formidlingsmulighed.

Skal motivationen undersøges uden brug af kvantitative teknikker, vil man umiddelbart kunne danne en dyb forståelse for begrebet, men ikke sige noget om i hvilke sammenhænge det nødvendigvis gør sig gældende.

Formålet med denne form for metodetriangulering er, at skabe en både bred og dyb forståelse af motivationen. Selvom undersøgelsen ikke er repræsentativ, vil det dog sige noget om at sammenhængene mellem begreberne også eksisterer i større fællesskaber, ligesom jeg slutteligt vil kunne give en vurdering af denne kvantitative tilgang til et socialt konstrueret begreb.

I og med at jeg tager udgangspunkt i Fishbeins integrerede model, er den undersøgelse jeg foretager deduktiv. Det vil sige at jeg på forhånd har en formodning om at det er sådan begreberne hænger sammen. Herefter undersøger jeg om det virkelig er sådan og i hvilket omfang. Dog benytter jeg mig også af induktiv metode, idet jeg ikke på forhånd kender de overbevisninger eller beliefs der knytter sig til den specifikke adfærd. Ved konstruktion af den adfærdsspecifikke model kombinerer jeg dermed både deduktiv og induktiv metode. Men igen er metoden deduktiv når resultaterne analyseres.

Konsekvensen af kun at benytte enten deduktiv eller induktiv metode er, at man, ved kun et enkelt sæt briller, i højere grad er tilbøjelig til at se henover nogle aspekter der burde medtages for at undersøge problemet til fulde. Ved at benytte både deduktiv og induktiv metode kan jeg dog ikke frasige mig muligheden for at overse enkelte aspekter, men det må siges at kombinationen væsentligt forbedrer mine muligheder.

2.2 Kvalitative metoder

2.2.1 Dybdeinterviewet

Som tidligere nævnt benytter jeg mig af interviewdata for at gøre Fishbeins integrerede model adfærdsspecifik. Ifølge Ajzen (1991), kan attitudens informationsgrundlag nemlig bedst undersøges ved at frembringe de underliggende beliefs. De underliggende beliefs frembringes bedst ved at spørge et udsnit af respondenter, der er repræsentative for målgruppen (Ajzen, 1991).

Nærmere bestemt benytter jeg mig at dybdeinterviews. Det åbne interview, eller dybdeinterviewet, ”benyttes ofte for at få en dybere forståelse af en persons adfærd, motiver

og personlighed” (Andersen, 2005). Jeg vil netop benytte denne type interview fordi jeg søger en dybere forståelse for hvorfor en person er, eller ikke er, motiveret for at spise sundt og hvilke bevæggrunde der gør udslaget for en persons kostmæssige motivation.

I kraft af mit tidligere fastslåede videnskabsteoretiske ståsted, anser jeg dybdeinterviews (hvor individet spørges), som den bedst mulige metode til at få adgang til de kognitive sammenhænge i forbindelse med det socialt konstruerede begreb motivation.

Det er dog ikke uproblematisk at få adgang til de kognitive sammenhænge, hvorfor de uundgåeligt vil være, af den interviewede, subjektivt tolkede, og igen tolkes af mig som forsker. I og med at begrebet er socialt konstrueret og ikke har en observerbar fysisk substans, er det dog umuligt at skabe kvantitativt data på disse begreber uden at de tolkes subjektivt. Da socialt konstruerede begreber ikke er observerbare, kan stimuli ikke undgås.

Jeg har fravalgt fokusgruppeinterviews af to grunde. Først og fremmest er jeg som nævnt interesseret i de kognitive sammenhænge og de beliefs der ligger til grund for adfærden. Dermed synes jeg ikke at de diskussioner individerne imellem, som fokusgruppeinterviews blandt andet er kendetegnet ved, bidrager til denne indre forståelse. Desuden har jeg fravalgt det, da jeg ikke har den nødvendige erfaring det kræver at være moderator.

2.2.1.1 Tematisering

På forhånd er temaet for dybdeinterviewene fastlagt. Temaet bygger på problemformuleringen og tager udgangspunkt i den teoretiske referenceramme, som skal revideres med henblik på at konstruere en adfærdsspecifik undersøgelsesmodel.

Formålet med dybdeinterviewene er netop at finde frem til de adfærdsmæssige beliefs der ligger til grund for attituden, de normative beliefs der ligger til grund for den subjektive norm, samt de kontrolbeliefs der ligger til grund for den opfattede adfærdskontrol. Da disse beliefs ikke er specifikt angivet i Fishbeins integrerede model, idet denne model er generel for adfærd, har jeg ikke på forhånd andre formodninger om disse beliefs end mine egne. Derfor vil jeg foretage interviewene rent eksplorativt, dog med en overordnet spørgeguide der bygger på Fishbeins variable, således at jeg sørge for at opbygge viden om motivation, attitude, subjektiv norm og opfattet adfærdskontrol, om end jeg ikke benytter disse begreber. Den benyttede spørgeguide fremgår af bilag 1.

Om på denne måde at tage et teoretisk udgangspunkt forud for udførelsen af interviews, siger Kvale (2005): ”Hvis de (teoretiske indgangsvinkler) først introduceres på analysestadiet, efter

at interviewene er foretaget, vil man måske mangle den relevante information til de teoretiske fortolkninger.” Derfor har jeg netop valgt at bygge spørgeguiden op på baggrund af de teoretiske begreber fra Fishbeins integrerede model, for at sikre at jeg ikke efterfølgende identificerer områder, der skulle have været berørt. Dog sikrer jeg mig at spørgsmålene er tilpasset et for alle forståeligt sprog (uden akademiske begreber).

2.2.1.2 Design

Jeg har valgt interviewformen dybdeinterview. På trods af fokusgruppe interviewets fordele i form af emotionelle og spontane udsagn om det diskuterende emne (Kvale, 2005, s. 108), har jeg fravalgt det, da det kan vanskeliggøre en systematisk analyse (Kvale, 2005, s. 108) og desuden stiller for store erfaringsmæssige krav til intervieweren.

Normalt er antallet af interviews tilbøjeligt til at ligge på omkring 5-25, hvilket kan skyldes ressourcer til rådighed samt loven om det faldende udbytte (Kvale, 2005, s. 109). Jeg har foretaget seks kvalitative forskningsinterviews. Antallet af interviewpersoner er netop valgt på baggrund af de to årsager nævnt af Kvale.

Jeg udvalgte interviewpersonerne på baggrund af flere kriterier, for at skabe et så bredspektret billede som muligt. Interviewpersonerne er udvalgt på baggrund af forskelle i alder, køn, samt formodet motivationsniveau. To af kriterierne, køn og alder, er udvalgt på grund af DTU Fødevarestyrelsens rapport fra 2009, der fastslår at der både er køn og aldersforskelle i danskernes sundhedsårsager (Groth, Sørensen, Jensen, Matthiessen, Kørup, & Fagt, 2009). Forskelle i køn og alder blandt interviewpersonerne er derfor vigtigt for at få et nuanceret billede. Kriteriet angående forskelle i motivation er ligeledes vigtigt for at give et nuanceret billede. I bilag 35 ses en oversigt over interviewpersonernes køn, alder og motivationsniveau.

Hvert interview tog ca. en halv time og blev efterfølgende transskriberet med henblik på overblik ved den senere analyse, korrekte citater samt dokumentation (se de transskriberede interview i bilag 34).

2.2.1.3 Den hermeneutiske cirkel

Den hermeneutiske cirkel er en model for hvorledes hermeneutisk fortolkning, som er studiet af tekstfortolkning (Kvale, 2005, s. 56), foregår. Fortolkning er en uendelig proces (Kvale, 2005, s. 57) og i og med det kan være enormt omfattende, at analysere og fortolke kvalitative interviewdata, vil jeg benytte mig af den hermeneutiske cirkel som model for hvorledes analyse og fortolkning skal skride frem. For overskueligheden vil jeg ligeledes opstille

udlægningen af min analyse og fortolkning i afsnit der bygger på den hermeneutiske cirkels tre trin: 1) Den interviewedes selvforståelse, 2) Commonsense-tolkning og 3) Teoretisk tolkning.

Det første trin er en analyse af hvordan den interviewede selv opfatter og forklarer sin, motivation, attitude, subjektive norm og opfattede adfærdskontrol i forbindelse med at spise sundt, samt sammenhængene herimellem. *Andet trin* er en analyse og fortolkning, der kan tilvejebringes da jeg, blandt andet grundet flere interviews, ligger inde med mere viden end de interviewede selv, men også med en mere kritisk tilgang, idet de interviewede måske ikke altid selv er klar over eller vil indrømme alt over for mig eller endda sig selv. I *det tredje trin* sammenkædes dette med teorien fra Fishbeins integrerede model. Det er her jeg vil arbejde med de teoretiske begreber og blandt andet undersøge hvordan interviewpersonernes udsagn relaterer sig Fishbeins integrerede models variable, samt hvilke beliefs der skal indgå som målevariable for disse variable. På denne baggrund kan den adfærdsspecifikke undersøgelsesmodel til brug for den kvantitative analysedel konstrueres.

2.3 Kvantitative metoder

På baggrund af interviewanalysen opstilles en strukturel model. Med denne model, der bygger på Fishbeins integrerede model, som skelet, udformes et spørgeskema. Efter dataindsamling benyttes beskrivende analyse, faktoranalyse samt PLS-analyse med henblik på at skabe dybdegående viden om danskernes kostmæssige sundhedsmotivation.

2.3.1 Spørgeskemaundersøgelse

En spørgeskemaundersøgelse kan karakteriseres som indsamling af primære, stimulusbetingede kvantitative data på standardiseret og struktureret vis (Malhotra & Birks, 2007). Fordelen ved denne form for undersøgelse er, at man opnår kvantitative data, der er nemme at efterbehandle, idet data er struktureret på en måde så alle har svaret på samme spørgsmål indenfor en standardiseret ramme. Desuden kan man efterfølgende vurdere repræsentativiteten, hvilket ikke er muligt for personlige interviews, uanset hvor mange man foretager. Spørgeskemaundersøgelsen bidrager altså med data der gør det muligt at løse en strukturel ligningsmodel for en større stikprøve.

Jeg benytter mig af spørgeskemaundersøgelse som metode, fordi der ikke allerede foreligger kvantitative data, der kan benyttes i forbindelse med den opstillede strukturelle ligningsmodel.

Spørgeskemaet skal bygges op så PLS-metoden kan bruges. Derfor kræver det minimum 2 målevariable for hver af de latente variable. Jeg vil dog bruge minimum 3 idet man kan komme ud for, at enkelte spørgsmål enten ikke besvares tilstrækkeligt, eller ikke samvarierer med de øvrige to målevariable. Den øvre grænse for hvor mange målevariable der skal tilknyttes en variabel, afhænger dog af hvad der er tilstrækkeligt for at afdække det begreb variablen står for.

Jeg vil ikke benytte mig af komparative skalaer, idet jeg ønsker at måle respondenternes stillingtagen til sund kost i forhold til hinanden frem for respondenternes stillingtagen til sund kost frem for usund kost. I og med vurderingen af sund kost resulterer i en højere eller lavere motivation gives dermed også et implicit forhold til den usunde mad.

2.2.2.1 Skalering

Kravet til de spørgsmål der indgår i PLS-modellen er, at de skal være skaleret. Desuden kræver PLS-metoden, at alle spørgsmål skal være skaleret med *samme* antal skalakategorier. Dette kommer man dog udover ved efterfølgende at omregne til en 0-100 skala. De spørgsmål der indgår i modellen måles på en 7-punkts Likertskala. En Likertskala er en skala hvor respondenterne erklærer en grad af enighed eller uenighed med en række udsagn (Malhotra & Birks, 2007, s. 348).

Antallet af skalakategorier afhænger af mange beslutningsfaktorer. Jævnfør Malhotra & Birks (2007) anbefaler man traditionelt set at antallet af skalakategorier er mellem 5 og 9. I tilfælde hvor respondenterne er velvidende og involverede i sagen, kan man bruge et højt antal kategorier og omvendt. Det er også vigtigt at pointere at det for nogle områder ikke er muligt at diskriminere mellem skalakategorierne hvis der er for mange. Dog skal det siges at respondenter ved internetundersøgelser har et godt og visuelt overblik over kategorierne. Derfor kan der vælges flere end fem kategorier. Desuden skal materialet bruges til statistisk analyse, hvorfor der er behov for stor detaljering. Jævnfør Malhotra & Birks (2007) kræver dette mindst 7 kategorier, da korrelationskoefficienten afhænger af og daler med antallet af kategorier. Det endelige valg er derfor faldet på en 7-punktskala.

2.2.2.2 Kategoriseret skalering

Jeg har benyttet mig af kategoriserede skalaer, idet kontinuerte skalaer på trods af fordelene ved detaljegraden, kan være svære for respondenterne at tage stilling til og de er derfor mere upålidelige.

Da respondentens besvaringsevne øges med antallet af kategoribeskrivelser vil jeg her benytte mig af en beskrivelse for hver skalakategori. For at opnå ekvidistance mellem kategorierne, vil jeg benytte følgende beskrivelser: *Helt uenig*, *Uenig*, *Delvis uenig*, *Hverken enig eller uenig*, *Delvis enig*, *Enig*, *Helt enig*. Det kan diskuteres om der skal være et ulige antal kategorier eller om der skal være et lige antal (og at kategorien Hverken/eller dermed udgår). På den ene side bør man kunne afgøre om man hælder til at være enten uenig eller enig, men jeg mener at kategorien bør være der i tilfælde af lav involvering hvor man ikke kan tage stilling (dermed må man være et sted mellem enig eller uenig).

2.2.2.3 Rekruttering af respondenter

Rekrutteringen er sket ved en kombination af to metoder: snowball sampling-metoden samt stratificeret udvælgelse.

Ved snowball sampling bedes en gruppe udvalgte respondenter, valgt på baggrund af ønskede karakteristika, om at videresende spørgeskemaet til øvrige respondenter med de ønskede karakteristika (Malhotra & Birks, 2007, s. 414). Da den pågældende undersøgelse sigter efter en bred målgruppe hvis krav er, at de bor i Danmark, er ansvarlige for egen husholdnings indkøb af mad, samt er under 59 år, kan denne indsamlingsmetode hurtigt skaffe en stor mængde besvarelser, afhængigt af det netværk man indgår i. Metoden kan dog betyde, at jeg ender op med en stor gruppe af forholdsvis homogene respondenter. Det ideelle ville være en helt tilfældig sampling metode, men grundet ressourcer til rådighed, er stratificeret udvælgelse af respondenterne det alternativ, der skaber de bedste muligheder for ligevægt og alsidighed i datamaterialet.

Stratificeret udvælgelse er en metode hvor populationen deles op i strata på baggrund af nogle udvalgte stratificeringsvariable. Antallet af respondenter i hvert stratum kan enten svare forholdsmæssigt til de forhold der er i populationen, men i tilfælde hvor mindre strata er mål for undersøgelsen, kan man lade dem være overrepræsenteret (Andersen, 2005). Udvalgelsesmetoden, både med henblik på stratas proportionalitet samt stratificeringsvariable, afhænger af de praktiske muligheder, undersøgelsesformålet og de ressourcer der er til rådighed (Andersen, 2005).

Da afhandlingens hovedformål ikke lægger op til at data skal være repræsentativt, kan jeg med fordel benytte stratificeret udvælgelse. Jeg har ikke ressourcer til, at indsamle data tilfældigt indenfor hvert stratum, men benytter stratificeringen for at sikre en vis ligevægt i

datamaterialet. Det vigtigste er, at der både indgår motiverede og umotiverede respondenter i undersøgelsen, derfor er mine stratificeringsvariable udvalgt på baggrund af dette.

De to stratificeringsvariable jeg har valgt at stratificere på baggrund af, er køn og alder. Jævnfør DTU Fødevareinstituttet (2009), er der betydelige kønsforskelle i danskernes intention om at spise sundt. ”I alle årene angiver signifikant flere kvinder end mænd, at de meget ofte bestræber sig på at spise sundt, mens signifikant flere mænd svarer, at de aldrig gør det.” (DTU Fødevareinstituttet, 2009, s. 39). Dermed kan det antages, at der ligeledes er forskelle i de underliggende variable, der påvirker motivationen. Dette er årsagen til, at jeg vælger køn som en stratificeringsvariabel.

Ifølge DTU Fødevareinstituttet (2009), er der ligeledes aldersforskelle i danskernes intention om at spise sundt. ”I alle perioder er det aldersgruppen over 45 år, som især bestræber sig på at spise sundt, mens den unge aldersgruppe 15-24 år lægger mindst vægt på det.” (DTU Fødevareinstituttet, 2009, s. 39). Ovenstående citat bevidner et behov for at skabe en aldersmæssig ligevægt i datamaterialet, hvorfor jeg ligeledes benytter alder som stratificeringsvariabel.

Ved proportionalt udvalg bør aldersgruppen 20-45 år udgøre ca. 62 % af datamaterialet, mens aldersgruppen 45-59 år, bør udgøre 38 % (beregnet på baggrund af data fra Danmarks Statistik, FOLK1). Dette estimat anvendes til trods for at screeningen ikke skelner ved 20 år, men om man er helt eller delvis ansvarlig for husholdningens indkøb af mad. Stratificeringsvariablen der angår køn, deler samplet i 50 % kvinder og 50 % mænd. Målsætningen ved 200 respondenter ses i Figur 2.

Figur 2: Målsætning for antal og fordeling af respondenter i sample

Antal respondenter	Mænd	Kvinder	I alt
< 45 år	62	62	124
> 45 år	38	38	76
I alt	100	100	200

Grundet indsamlingsmetoden er jeg opmærksom på at data ikke vil blive repræsentativ. Ovenstående målsætning for fordeling har i stedet til formål, at sikre en god fordeling mellem højt og lavt motiverede personer. Som ovenstående viser er dette netop udgangspunktet for de valgte stratificeringsvariable.

I PLS-analysen er det desværre grundet softwarebegrænsninger, endnu ikke muligt at vægte data, derfor må jeg benytte mig af at reducere data, så det fordelingsmæssigt svarer til målsætningen. Da indsamling af data har været en omfattende proces og hvert svar er af høj værdi, ligesom at stikprøven ikke må reduceres for kraftigt, har jeg valgt at tilnærme mig fordelingen frem for at overholde den fuldkomment. Problemet er, at en skæv fordeling ikke er repræsentativ, men at en for lille stikprøve heller ikke er det. Jeg har derfor valgt at holde mig til princippet om, at det er vigtigst at sikre en god fordeling mellem højt og lavt motiverede personer.

I den øvrige kvantitative analyse, vil jeg benytte mig af vægtet data. I så fald vil de konklusioner være mere repræsentative og kan sammenlignes med resultaterne af PLS-analysen.

Selvom data ikke er repræsentativt vil jeg behandle det, som var det repræsentativt og i stedet efterfølgende knytte kommentarer til dette (afsnit 8).

2.3.2 Faktoranalyse

Forud for PLS-analysen, sikrer jeg mig ved hjælp af en faktoranalyse, at datamaterialet er egnet, det vil sige om der er en tilstrækkelig forskellighed i korrelationerne imellem målevariablene.

Herudover reduceres antallet af målevariable således, at kun de spørgsmål, som ikke samvarierer med de øvrige spørgsmål i hver faktor eller latent variabel, sorteres fra. Kun de målevariable der reelt er med til at beskrive modellens variable skal indgå i PLS-analysen.

Antallet af målevariable kan dog reduceres ved hjælp af PLS, der beregner faktorloadings for hver målevariabel. Jeg benytter dog en faktoranalyse i SPSS til dette, da denne tilvejebringer yderligere information om datamaterialets egnethed. Desuden kan det vægtede data ikke benyttes i PLS, selvom det havde været mest optimalt. Derfor kan faktoranalysen desuden benyttes til en sammenligning af det vægtede henholdsvis det reducerede datamateriale, og dermed bidrage til at identificere eventuelle komplikationer i forbindelse med at benytte det reducerede datamateriale.

Datamaterialets egnethed afdækkes ved hjælp af Bartlett's og Kaiser-Meyer-Olkins (KMO) teststatistikker. Bartlett's "... tester, om alle variable er ukorrelerede (...). Hvis vi opnår $p < 0,05$, afvises H_0 hypotesen om, at alle variablene er ukorrelerede." (Jensen & Knudsen, 2006, s. 206). Hermed skal p-værdien for Bartlett's teststatistik altså opnå en værdi på under

0,05, for at sikre at faktoranalysen danner mere end blot én fælles faktor. KMO er udtryk for datamaterialets egnethed og værdier over 0,5 accepteres (Jensen & Knudsen, 2006, s. 207).

Jeg foretager både en faktoranalyse af et vægtet samt et reduceret datamateriale. Det vægtede datamateriale sørger for at antallet af respondenter og fordelingen svarer præcist overens med målsætningen i Figur 2 (side 22). Det reducerede datamateriale er reduceret så det tilnærmer sig målsætningens fordeling under hensyn af, at stikprøven ikke må blive for lille. Det vægtede datamateriale er dermed bedst egnet, men kan som nævnt ikke benyttes i PLS-analysen.

Jeg foretager desuden en faktoranalyse i tre dele. 1) en faktoranalyse der afdækker fordelingen mellem mentale og fysiske attitude-beliefs, hvorved en bedre fordeling åbenbares, 2) en faktoranalyse der afdækker fordelingen mellem overordnet attitude, subjektiv norm og opfattet adfærdskontrol, og 3) en faktoranalyse der sikrer at de korrekte målevariable under begrebet motivation medtages. På baggrund af dette kan PLS-analysen benyttes til at afdække strukturer i datamaterialets faktorer.

2.3.3 Partial Least Squares

Som tidligere nævnt, opstiller jeg en strukturel model på baggrund af teoretisk begrundede variable og kausale sammenhænge. Denne strukturelle model vil bestå af de variable der indgår i Fishbeins integrerede model, samt en række målevariable for hver af Fishbeins variable. Målevariablene bygger på de i den kvalitative analyse identificerede beliefs.

Structural Equation Modeling (SEM) kan benyttes til at tilvejebringe en kvantitativ test af en teoretisk model for hvorledes observerede variable indbyrdes korrelerer med hinanden (Schumacker, 2004). Ved hjælp af de indsamlede empiriske data, kan løsningen af den strukturelle ligningsmodel give svar på hvordan de teoretiske sammenhænge reelt er. Det vil sige at variable kan udelukkes, og det vil ligeledes vise sig om nogle variable korrelerer mere med hinanden end andre, samt hvilken score den enkelte variabel har.

I forbindelse med SEM modellering benyttes en række termer: latente variable og observerede variable. *Latente variable* (variable fra Fishbeins integrerede model) er variable der ikke er direkte observerbare eller målbare. Derfor er latente variable udledt af såkaldte målevariable der kan udledes vha. en spørgeskemaundersøgelse. Disse målevariable kaldes også *observerede variable* og benyttes til at definere eller udlede latente variable.

Variable (uanset om de er latente eller observerbare) defineres også som uafhængige og afhængige. I en SEM kan der indgå flere uafhængige og flere afhængige variable i samme model. En regressionsanalyse kan teste sammenhængen mellem én afhængig observerbar variabel og en eller flere uafhængige observerbare variable. En path model analyse kan teste sammenhængen mellem flere afhængige og uafhængige observerbare variable. Konfirmativ faktoranalyse konstruerer så at sige latente variable af de observerbare variable. Det en SEM kan, er at kombinere path model og konfirmativ faktoranalyse på én gang. Altså skabes latente variable fra de observerbare variable, samtidigt med at der findes korrelationer på kryds og tværs af de latente variable i modellen (Schumacker, 2004).

Når modellen er løst kan jeg ved hjælp af korrelationskoefficienterne de latente variable imellem analysere mig frem til hvilke variable der driver motivationen for at spise sundt og hvilke latente og/eller observerede variable der dermed har størst betydning hvis man ønsker at øge motivationen for at spise sundt.

En SEM kan løses ved hjælp af flere forskellige metoder. Den metode jeg vil benytte mig af kaldes Partial Least Squares (PLS). En af de ellers meget anerkendte metoder der benyttes til at løse SEM-modeller er Linear Structural Relations (LISREL), der er udviklet i 1973. PLS er udviklet på baggrund af LISREL's mangler, og erfaringer viser at PLS er mere fordelagtig (Fornell & Cha, 1994). Det mest afgørende for valget af PLS er, at denne metode, modsat LISREL, direkte egner sig til forudsigelser med høj nøjagtighed, hvorimod LISREL bedre egner sig til at estimere parametrene med nøjagtighed (Fornell & Cha, 1994, s. 73-74). Da formålet er, at forudsige motivation ved identifikation af drivere, frem for præcise vurderinger af de latente variable, er PLS således den bedst egnede metode.

I forbindelse med PLS er det ofte diskuteret, hvor stor en stikprøve der er nødvendig. Jævnfør Marcoulides, Chin og Saunders (2009), ser man alt for ofte at en misforstået tommelfingerregel benyttes, hvor stikprøven er ti gange større end antallet af målevariable, altså i dette tilfælde 290. I stedet bør man sørge for at stikprøven er stor nok til, at den endelige models forklaringsgrad er høj (Marcoulides, Chin, & Saunders, 2009). Ifølge Wetzels, Odekerken-Schröder og Oppen (2009) egner PLS modellering sig ikke til alt for store stikprøver, men de er enige i, at man bør kontrollere modellens power. Jævnfør Fornell & Cha (1994) bør man kun have en stikprøve der er ti gange antallet af det maksimale antal målevariable pr. latent variabel. Hvilket kun ville resultere i en stikprøve på 60. Marcoulides kritik er ikke ukendt for Fornell og Cha (1994), der forklarer hvorfor man ikke bør undre sig

over at PLS kan benytte en meget lille stik prøve. Det skyldes at modellen estimeres partielt ved en række af regressionsanalyser (Fornell & Cha, 1994, s. 74-75). Dermed holder de sig ikke blot ukritisk til en tommelfingerregel, hvorfor jeg vælger at gå ud fra denne, idet jeg ikke på forhånd kan estimere stikprøvestørrelsen ud fra den endelige model.

PLS vægter hver af de manifeste variable for at sammensætte den latente variabel, der giver den højeste forklaringsgrad. Herudover beregnes den kausale relation de latente variable imellem. Dermed kan det forudsiges hvilke latente variable der spiller den vigtigste rolle for dannelsen af motivationen. Dette gøres ved at se hvilke kausale relationer der er stærkest. Det kan desuden forudsiges hvilke manifeste variable, der udgør den største del af hvert af de begreber de latente variable dækker over. Via vægtene og korrelationerne, samt hver latent variabels faktor score, der ligeledes beregnes, kan der konkluderes på hvad der danner motivationen samt hvorledes den mest effektivt kan øges.

Det softwareprogram jeg benytter mig af hedder SmartPLS (Ringle, Wende, & Will, 2005).

3. Teori

I afhandlingen benyttes en række hovedteorier, som jeg vil behandle i nærværende afsnit. Teorier der benyttes i mindre omfang, vil i stedet blive behandlet sideløbende.

Den hovedteori jeg primært vil benytte mig af, er Fishbeins integrerede model af teorier om adfærdsforudsigelser (herefter benævnt Fishbeins integrerede model). Denne model skal danne grundlaget for den strukturelle ligningsmodel.

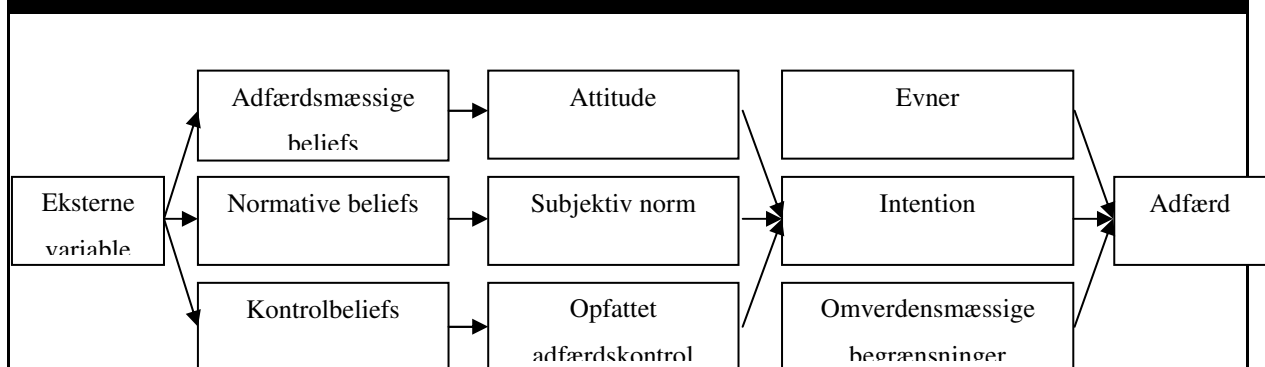
3.1 Fishbeins integrerede model

Fishbeins integrerede model er en vigtig bestanddel i afhandlingen, idet hele den strukturelle ligningsmodel jeg opstiller, har baggrund i teorien bag denne model. Først gennemgår jeg modellens opbygning, dernæst modellens oprindelse, herunder de bagvedliggende teorier. Herefter gennemgås hvad modellen kan anvendes til, og til sidst hvordan og hvorfor jeg benytter den.

3.1.1 Modellens opbygning

Jeg vil benytte Fishbeins integrerede model som en teoretisk begrundet opbygning af den strukturelle ligningsmodel. Nedenfor ses en grafisk fremstilling af Fishbeins integrerede model, de teoretisk begrundede variable samt relationer, der ligeledes benyttes i opbygningen af den strukturelle ligningsmodel.

Figur 3: Fishbeins integrerede model



Kilde: Fishbein (2000).

Som det ses i Figur 3, består Fishbeins integrerede model af en række variable samt kausale sammenhænge. Modellen er bygget op omkring bestemte determinanter der medfører, at en given adfærd udføres. Grundfilosofien bag modellen er, at en *adfærd* er mest sandsynlig hvis

man 1) har en stærk *intention* om at udføre adfærden, 2) har de nødvendige *evner* og 3) der ikke er nogen *omverdensmæssige begrænsninger*, der forhindrer adfærdens udførelse (Fishbein & Cappella, 2006; Fishbein 2000).

Med individets *evne* til at udføre adfærden menes for eksempel: 1) om individet rent faktisk ved hvad der er sundt, 2) hvor og hvordan man kommer i besiddelse af den sunde mad, samt 3) om individet har en evne til at overvåge om de rette mængder indtages.

Med *omverdensmæssige begrænsninger* for at udføre adfærden menes for eksempel: 1) tilgængeligheden af sunde fødevarer, 2) om prisen på de sunde fødevarer fordelagtig sammenlignet med prisen på usunde fødevarer og egen indkomst, samt 3) om der er information tilgængelig til at opbygge de rette evner.

Intentionen om at udføre en bestemt adfærd er, ifølge den integrerede model, bestemt af 1) individets *attitude* overfor at udføre adfærden, 2) individets opfattede norm (*subjektiv norm*) i forbindelse med adfærden og 3) individets tiltro til egne evner (*opfattet adfærdskontrol*) i forbindelse med adfærden (Fishbein, 2006). Disse tre determinanter er dog ikke samtidigt gældende for enhver adfærd, men deres relative vigtighed som determinanter for intentionen vil afhænge af både den adfærd og den population, der er genstand for undersøgelsen (Fishbein, 2006). Graden af *intention* ser jeg, jævnfør tidligere begrebsdefinition (afsnit 1.4, side 9), som et udtryk for motivation.

Individets attitude, subjektive norm samt opfattede adfærdskontrol, er bestemt af en række af underliggende beliefs. De beliefs der relaterer sig til attitude kaldes *adfærds-mæssige beliefs*. De beliefs der relaterer sig til subjektiv norm kaldes *normative beliefs*, og de beliefs der relaterer sig til den opfattede adfærdskontrol kaldes *kontrolbeliefs* (Fishbein, 2006). Disse benævnelser vil jeg også senere benytte mig af.

Modellen er generel, men jævnfør problemformuleringen vil jeg afprøve den på den specifikke adfærd, at spise en sund kost. Det betyder også, at det ikke fremgår hvilke specifikke beliefs, der indgår i forbindelse med denne adfærd. Det fremgår blot at attitude, subjektiv norm og opfattet adfærdskontrol er bestemt af hver deres type af beliefs.

De nævnte kategorier af beliefs påvirkes af en række af *eksterne faktorer*, blandt andet af individets demografi, personlighed, generelle holdninger og kulturelle baggrund. På hvilken måde de eksterne faktorer spiller ind, siger teorien ikke noget om, men meningen er, at modellens variable (attitude, subjektiv norm, opfattet adfærdskontrol) kan have en mindre

eller større rolle for intention (og dermed adfærd) alt efter hvilke demografiske og personlighedsmæssige egenskaber der ligger bag. De eksterne faktorer vil jeg ikke lade indgå i den strukturelle model, men i stedet inkludere ved efterfølgende at sammenligne svarfordelingerne på baggrund af forskellige demografiske variable.

I nærværende afhandling vil jeg, jævnfør afgrænsningen, ikke beskæftige mig med at foretage en undersøgelse af individets evne til at udføre adfærden, samt de omverdensmæssige begrænsninger. Ligeledes vil jeg ikke beskæftige mig med at undersøge relationen mellem intention og adfærd, men blot påpege, at der teoretisk er en sammenhæng mellem en højere motivation (grad af intention) og sandsynligheden for at adfærden udføres.

3.1.2 Modellens oprindelse

Fishbeins integrerede model er en samlet model over teorier om adfærdsforudsigelser op til 2006 (Fishbein 2000, Fishbein & Cappella 2006). En af de teorier der er et basalt grundlag i Fishbeins integrerede model, er Fishbein og Ajzens *Theory of Reasoned Action* (TRA). TRA kan skrives som en formel hvor attituden er lig med summen af evalueringspunkter gange med hver deres respektive vægte (Assael, 2004). Jævnfør teorien har en persons holdning til (attitude overfor) at udføre en bestemt adfærd, indflydelse på intentionen om at udføre adfærden. Ligeledes har personens opfattede subjektive norm indflydelse. Desuden siger teorien, at jo højere intention om at udføre en adfærd, des højere er sandsynligheden for at den udføres.

Efterfølgende har Ajzen tilføjet en variabel til modellen, nemlig *Perceived Behavior Control* (PBC), som ligesom attitude og subjektiv norm, påvirker intentionen om at udføre en bestemt adfærd. Denne teori kaldes *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Armitage & Conner, 2000, s. 177). TRA kan i stedet med fordel benyttes til evaluering af forskellige brands af produkter hvor en intention om et køb allerede er formet.

Fishbein har samlet ovenstående teorier med andre lignende teorier på området, og tilføjet flere igennem tiderne identificerede variable, der har indflydelse på et individs bevæggrunde for at udføre en bestemt adfærd. Argumentet for at gøre dette er, at man efter overvejelse af teorierne finder, at der kun er et begrænset antal variable at tage i betragtning, når man skal forudsige og forstå en hvilken som helst given adfærd (Fishbein & Cappella, 2006).

3.1.3 Modellens formål

Som Fishbein og Cappella selv udtrykker det, kan teorien bruges til at forstå hvorfor nogle medlemmer af en bestemt population udfører adfærden og andre ikke gør (Fishbein & Cappella, 2006). Desuden kan man finde ud af om intentionen for at udføre adfærden er influeret primært af enten attitude, normer eller opfattet adfærdskontrol (Fishbein & Cappella, 2006). Ligesom man kan identificere de specifikke beliefs (adfærds- norm- eller kontrolrelaterede) som diskriminerer mellem dem som har og ikke har intention om at udføre adfærden (Fishbein & Cappella, 2006).

3.1.4 Modellens anvendelse

Da teorierne er transformeret til en model, kan jeg direkte bruge den som forskningsmodel. Dermed er der dannet teoretisk grundlag for min undersøgelsesmodel. Modellens funktion i opgaven er altså, at danne modelmæssigt udgangspunkt med teoretisk belæg.

Modellen viser, på et generelt plan, sammenhænge mellem en lang række variable, der har indflydelse på et individs intention om at udføre en adfærd. Derfor er den egnet til at undersøge hvad der ligger til grund for intentionen om at spise en specifikt defineret sund kost. Altså er valget taget ud fra problemformuleringen, idet jeg vil undersøge motivationen og underliggende faktorer.

Jeg mener, at denne teori kan danne et solidt grundlag for forståelsen af hvad der danner motivationen til at spise sundt.

3.1.5 Anvendelsens konsekvens for opgaveløsningen

Fishbeins integrerede model bygger delvist på TPB, som blandt øvrige motivations-modeller kritiseres for en for lav forklaringsgrad for adfærd, der vidner om at teorierne bør udvides og kombineres (Armitage & Conner, 2000). Ydermere forudsætter teorierne blot, at der er en høj sammenhæng mellem intention og adfærd.

Ovenstående er dog netop taget i betragtning med Fishbeins integrerede model, hvorfor en højere forklaringsgrad for både intention og adfærd kan forventes. Fishbeins integrerede model forudsætter ikke længere blot en høj kausalitet mellem intention og adfærd, da determinanterne Evner og Omverdensmæssige begrænsninger er tilføjet netop dette led i modellen.

Som alternativ til Fishbeins integrerede model kunne man i stedet benytte sig af enten en Behavior Enaction model eller en Multi-stage model, der begge giver forventning om en

muligt højere forklaringsgrad for adfærd, om end de er ringe afprøvede i praksis (Armitage & Conner, 2000).

Problemet med disse modeller er dog, at de i højere grad fokuserer på at forklare kausaliteten mellem intention og adfærd, frem for at forklare intentionen og dens dannelse. Da det netop fremgår af problemformulering samt afgrænsning, at dette er målet for undersøgelsen, ser jeg det mere optimalt at vælge Fishbeins integrerede model.

En anden mulighed frem for Fishbeins integrerede model kunne være at undersøge motivationen ved hjælp af klassisk motivationsteori om straf og belønning som katalysator for motivationen for at udføre (eller udlade at udføre) en bestemt adfærd. Herved kunne det undersøges hvilke beliefs, der kunne opfattes som straffende (ulempe) henholdsvis belønnende (fordel) og undersøge hvilke beliefs der havde indflydelse på om man ville spise sundt, og hvilke beliefs der havde indflydelse på at man ikke ville spise usundt (en todelt motivation). Dog ville ulempen ved denne teori som grundlag være, at man opdeler variablene efter deres positive eller negative påvirkning på motivationen og derved helt mister aspektet af hvilke beliefs der relaterer sig til det holdningsmæssige, det normative, eller det kontrolmæssige. Ved Fishbeins integrerede model mister man, grundet korrelationskoefficienterne i den strukturelle model, derimod ikke overblikket over hvilke beliefs der har positiv henholdsvis negativ påvirkning på motivationen.

3.2 Forbrugeradfærd

3.1.1 Beslutningsteori

For at afgøre hvilke implikationer den tilvejebragte viden om danskernes kostmæssige sundhedsmotivation har for fødevareproducenterne, vil jeg benytte mig af teori om involvering, effekthierarkiet samt de fire typer af forbrugerbeslutning (Figur 4). Den tilgang som fødevareproducenterne må tage for at sikre at deres produkt udvælges af forbrugeren, afhænger nemlig af hvordan forbrugeren valg mellem forskellige fødevarer foregår. Alt efter hvilken type af beslutning der er tale om, er der forskelle i de virkemidler der har effekt og som gør at det ene brand udvælges frem for det andet. Jeg benytter denne forbrugeradfærdstilgang, fordi den bygger på samme grundlæggende teori som Fishbeins model, men i stedet er sat i perspektiv til selve købsituationen frem for adfærd generelt.

Overordnet set foregår det ved, at forbrugeren danner en række beliefs om hvert produkt og dets egenskaber, foretager en evaluering af produktet på baggrund af disse beliefs, og former

slutteligt en intention om at købe. Dette bygger ligesom Fishbeins integrerede model, på effekthierarkiet.

Fordi definitionen på motivation og involvering er så tæt relateret (afsnit 1.4.1, side 9), finder jeg det optimalt at benytte teori, hvor strategien er afhængig af graden af involvering.

I Figur 4 ses en oversigt over sammenhængen mellem involvering og typen af forbrugerbeslutning. Jævnfør Assael (2004) kan forbrugerens beslutningsproces opdeles i fire typer, der hver afhænger af graden af involvering, samt om købet er karakteriseret af vane eller en bevidst beslutning.

Figur 4: De fire typer af forbrugeradfærd

	Høj involvering	Lav involvering
Beslutning	Beslutningsproces • Komplex beslutningstagen Effekthierarki • Beliefs • Evaluering • Adfærd Teori • Kognitiv indlæring	Beslutningsproces • Begrænset beslutningstagen Effekthierarki • Beliefs • Adfærd • Evaluering Teori Passiv indlæring
Vane	Beslutningsproces • Mærkeloyalitet Effekthierarki • (Beliefs) • (Evaluering) • Adfærd Teori Instrumental betingning	Beslutningsproces • Inertia Effekthierarki • Beliefs • Adfærd • (Evaluering) Teori Klassisk betingning

Kilde: Assael (2004, s. 100).

Til at afgøre graden af involvering benyttes Assaels (2004) definition. Høj involvering er sandsynlig såfremt de følgende betingelser er opfyldt. Først og fremmest skal produktet være vigtigt for forbrugeren, hvilket der er størst sandsynlighed for hvis: a) forbrugerens selv billede er forbundet med produktet, b) det har en symbolsk betydning forbundet med forbrugerens værdier, eller c) det er dyrt, eller d) det har en vigtig funktion (Assael, 2004, s. 90).

Ligeledes skal produktet have følelsesmæssig appel og desuden være af vedvarende interesse for forbrugeren, ligesom det skal indebære en betydelig opfattet risiko for forbrugeren, enten social eller fysisk. Endelig skal produktet identificeres med gruppenormer, for eksempel ved

at give prestige (Assael, 2004, s. 90-91). Jeg benytter dette til at afgøre om købet af fødevarer er kendetegnet ved høj eller lav involvering.

Forbrugerens beslutningsproces er forskellig alt efter graden af involvering. Generelt kan man sige, at antallet af attributter som vurderes i forbindelse med evalueringen af brands stiger med involveringen, og at antallet af brands der vurderes falder med stigende involvering. Dette er jævnfør *Social judgement theory* når den benyttes på forbrugeradfærd (Assael, 2004, s. 106-107).

Der er overordnet fire typer af beslutningsprocesser (Figur 4), som hver især bygger på effekthierarkiet, belief, attitude, adfærd. Dette effekthierarki er intakt ved kompleks beslutningstagen, som forekommer når forbrugeren foretager en bevidst beslutning.

Den ene type, *inertia*, bygger på klassisk betingning, hvor forbrugeren på baggrund af gentagen reklamepåmindelse på passiv vis lærer sammenhængen mellem produktet og en tilknyttet egenskab (Assael, 2004). Beslutningen træffes på baggrund af meget lille informationsbearbejdning, og købet evalueres først efter flere køb, hvorefter forbrugeren fortsætter med at købe det samme brand såfremt det lever op til blot et minimumskrav, således at en egentlig aktiv beslutning udgås (Assael, 2004, s. 101).

Den anden type, *begrænset beslutningstagen*, bygger på Krugmans teori om passiv indlæring. Forbrugeren opfanger passivt information grundet den lave involvering. Dog foretages i dette tilfælde en bevidst beslutning ved vurdering af flere brands på baggrund af få kriterier. Nye produkter afprøves såfremt der er ændringer i et eksisterende brand, et nyt brand introduceres, eller blot for afvekslingens skyld (Assael, 2004). Fordelen ved at forbrugerne træffer denne type af beslutning foreligger hvis man har en mindre markedsandel. Såfremt markedsandelen er stor er det mere fordelagtigt at forbrugeren køber produktet uden at prøve andre produkter.

Ved høj involvering træffer forbrugeren i stedet enten en meget *kompleks beslutning* hvor information søges aktivt og brands evalueres på baggrund af en række kriterier forud for købsituationen, eller forbrugeren er *mærkeloyal* overfor et bestemt brand, hvor forbrugeren bekræftes i at købet er rigtigt ved en positiv oplevelse (Assael, 2004).

Dette stiller ganske andre krav til markedsføringen, idet informationen skal være tilgængelig. Ligeledes er det vigtigt at forbrugeren føler sig mere tilfreds end ved lav involvering hvor produktet blot skal være tilstrækkeligt. I afsnit 7 vil jeg benytte definitionen på involvering til

at afgøre typen af beslutning, og herefter komme ind på hvilke krav det stiller til markedsføringen.

Konsekvensen af at anvende ovenstående teori i opgaveløsningen er, at der vil dannes en dybere forståelse for hvilke virkemidler fødevareproducenterne bør benytte, frem for blot at anbefale, at de rangerede fokuspunkter bør anvendes.

4. Kvalitativ analysedel

Formålet med den kvalitative analysedel er, at analysere de foretagne dybdeinterviews med henblik på at gøre Fishbeins integrerede model adfærdsspecifik. Modellen gøres adfærdsspecifik ved at undersøge hvilke beliefs der hører under de forskellige variable i modellen i forbindelse med adfærden at spise sundt. Hernæst opstilles den adfærdsspecifikke strukturelle ligningsmodel, der skal benyttes til den kvantitative analyse.

4.1 Analyse af dybdeinterviews

4.1.1 Motivation

Den første del af analysen fokuserer på interviewpersonernes motivation til at spise sundt. Først og fremmest hvor motiverede de er, men også hvorfor de i perioder er mere motiverede end andre.

For at danne en forståelse for motivationen har jeg først spurgt ind til hvor meget interviewpersonerne går op i om de spiser sundt, altså en form for motivationsniveauafklaring. To kvinder svarer at de går *rimelig meget* op i det. En anden kvinde svarer at hun går op i det, men at ”det er lidt lyststyret” når de laver mad, altså at hun nok i højere grad tænker over hvilken mad hun og hendes mand har *lyst* til frem for om den er sund. Resten af interviewet bærer da også præg af at denne interviewperson ikke er særligt motiveret.

En mand, der normalt spiser meget sundt, svarer: ”Jeg har en periode nu hvor jeg er sådan lidt ligeglad med det, men ellers så går jeg meget op i hvad jeg får”. Grunden til at han på nuværende tidspunkt har mistet sin motivation er, at der er sygdom i familien. To mænd, der normalt ikke spiser så sundt svarer henholdsvis: ”Jeg er ikke fanatiker” og ”Det kommer faktisk i perioder, men til daglig synes jeg ikke at jeg spiser særlig sundt...”. Sidstnævnte har ligeledes svaret at hans motivation på en skala fra 1 til 10, hvor 1 er meget lav og 10 er meget høj, ligger på 4. Som det fremgår, har respondenterne forskellige motivationsniveauer, både overordnet, men også indbyrdes blandt henholdsvis mænd og kvinder (se bilag 35). Ligesom der er tegn på at motivationen kan skifte i perioder.

Fælles for alle respondenter er faktisk, at de kender til perioder med skiftende motivation, hvilket indebærer perioder med sund henholdsvis usund kost. Dog er der forskel på årsagen hertil. Nogle er mest motiveret for at spise sundt, når de gerne vil tabe sig, mens andre mener, at det er træning eller behov for variation i kosten der gør udslaget. Med hensyn til perioder

hvor man er umotiveret nævnes tidsmangel, stress, og manglende overskudsfølelse som afgørende faktorer. En enkelt respondent bliver derimod umotiveret fordi han synes at sund mad er kedelig og ikke smager af ret meget.

Nogle spiser sundt fordi nogle af ovennævnte faktorer motiverer. Andre spiser nogle gange sundt, men så er det blot for variationens skyld. Kød, sovs og kartofler kan give anledning til et behov for indimellem at spise noget andet: ”Altså, jeg har ikke lyst til kød hvis jeg har spist meget kød i et stykke tid. Så vil jeg gerne have det varieret lidt. Man kan jo ikke spise det samme altid”. Hermed hentydes ikke til at kød er usundt, men at manglen på grøntsager eller andet sundt tilbehør er det.

De nævnte årsager til motivation eller mangel på samme, kan alle relateres til de i modellen underliggende variable. Derfor følger nu for overblikket og strukturens skyld, en analyse af hver af de underliggende variables beliefs.

4.1.2 Adfærdsmæssige beliefs

4.1.2.1 Mentalt relaterede beliefs

Først analyseres de adfærdsmæssige beliefs, som jeg har valgt at definere som de der knytter sig til det mentale plan, nemlig de overbevisninger der vedrører samvittighed, overskud og humør.

Flere interviewpersoner nævner at samvittigheden er bedre når man spiser sundt og at det er en positiv side ved at spise sundt fordi man generelt får det bedre, ligesom man får det værre når man spiser usundt: ”Man har ikke dårlig samvittighed over, at man spiser alt det der slik”. En interviewperson tilkendegiver dog: ”Samvittigheden bliver bedre, men jeg synes ikke vores madvaner her er plaget af særlig meget skyld” Det vil sige, at samvittigheden for denne person påvirkes, men ikke nok til at have en opfattet indflydelse på motivationen.

Det er min opfattelse, at dem der er opmærksomme på kostens effekt på samvittigheden, altså dem der virkelig bliver berørt på og vægter den gode samvittigheden ved at spise sundt, har en mere positiv attitude overfor at spise sundt, ligesom deres motivation bliver styrket herigennem.

En anden årsag til at man ser positivt på det at spise sundt er, at man føler at man får mere energi og overskud. Flere af respondenterne nævner overskud som noget af det positive ved at spise sundt: ”Jeg kan tydeligt mærke forskel på energien med hvor træt man bliver og hvor

meget overskud man har”. Dog nævnes manglende overskud paradoksalt nok som årsag til at man ikke kan overskue at spise sundt.

De personer der kan mærke store ændringer i overskudsfølelsen alt efter hvilken kost der spises, må ligeledes have en mere positiv attitude overfor at spise sundt. Opfatter man at sund kost giver en overskud og vægter man overskud som vigtigt, vil attituden være mere positiv og korrelationen til motivationen vil styrkes.

Mange nævner at de generelt får det bedre når de spiser sundt. Det gælder rent mentalt samvittigheden, men også mere fysisk relaterede overbevisninger som for eksempel koncentration og at man ikke får hovedpine. For at afdække denne følelse af generelt at have det bedre, udover samvittighed og det fysiske, er det min opfattelse at humøret også påvirkes. Spiser man sundt bliver humøret bedre. For at fuldende den del af attituden der består af mentalt relaterede beliefs, vil jeg derfor tilføje effekten på humøret.

4.1.2.2 Fysisk relaterede beliefs

Efter de adfærdsmæssige beliefs, der relaterer sig til det mentale plan, vil jeg foretage en analyse af de beliefs der kan opfattes som fysiske. Det drejer sig om de overbevisninger der vedrører mæthedsfornemmelse, egen vægt, helbred, eget udseende og smag. Det kan diskuteres om for eksempel mæthedsfornemmelse eller smag bør karakteriseres anderledes, under det mentale, men efter min mening hører det bedre til her, end sammen med humør, samvittighed og overskud. Dette skyldes at smag og mæthedsfornemmelse formentlig opfattes på det mentale plan, men det relaterer sig ikke på samme måde til individets psykiske velvære.

En interviewperson nævner en væsentlig forskel i mæthedsfornemmelsen alt efter om der spises sundt eller om der spises usundt: ” Du kan også mærke det når du har spist, at mæthedsfornemmelsen er helt anderledes end hvis du spiser sådan noget rigtig solid husmandsmad i forhold til hvis man spiser noget sundere (...) Ja, altså det er hver sin charme kan man sige.” Dette vidner om, at mæthedsfornemmelsen opleves forskellig. Det er kun én interviewperson der får sat ord på dette, men jeg mener alligevel at det er væsentligt at undersøge om denne forskel i mæthedsfornemmelsen udgør en påvirkning på attituden. Opfatter man den sunde mæthedsfornemmelse som den bedste vil det påvirke attituden i positiv retning, men opfattes den usunde mæthedsfornemmelse som den bedste, vil attituden og dermed motivationen være mere negativ.

Med hensyn til hvorfor man går op i at spise sundt, nævnes mange årsager, men en af dem der især fokuseres på er, at man gerne vil undgå at tage på, eller at man ligefrem vil tabe sig. En person svarer for eksempel at hun lige er blevet mor og derfor gerne vil af med maven, og at det er derfor hendes motivation er øget: "... altså nu hvor jeg har været gravid (...) så kan jeg godt gå lidt mere op i det. Fordi nu vil jeg godt med den her flaskede dunk (maven)". Samme person har også oplevet at hun går mere op i at spise sundt når hun bliver bevidst om sin krop i løbet af året: "Og så kan man da også godt få den der i løbet af året, at nu strammer bukserne lidt, så nu må man hellere lige... Men jeg tror mere der er det med at man snart skal på stranden og have bikinien på. Så går det ikke at man ligner en hval". Dette vidner også om personens subjektive norm.

En anden person svarer, at hun med det samme kan mærke de forkerte kostvalg på kroppen: "Man bliver jo tyk af det og det kan jeg mærke lige med det samme hvis jeg laver nogle forkerte ting. Jeg kan mærke det på min mave, på mine lår og sådan nogle ting", mens en tredje person svarer: "Ja, det er nok når man lige stiller sig op på vægten og så viser den en to-tre kilo mere end hvad den plejede". Dog er der også eksempler på at man ikke tænker på vægten, hvilket for en persons vedkommende skyldes at man ikke har oplevet at kostvanerne har været årsag til nogen nævneværdig vægtforøgelse. Fælles for de fleste er, at man ikke vil være overvægtig. For dem der kan mærke udsving i vægten og relaterer dette til kosten, betyder det meget at man spiser sundt. Mens det for dem der ikke oplever forskelle i vægt på trods af om man spiser usundt, ikke er denne faktor der er årsag til attitude og motivation.

Generelt er der meget forskel på hvor meget man tænker over helbredet og fremtidig levealder. De fleste vægter formentlig helbredet højt, men tænker ikke rigtig over det i det daglige. En interviewperson er dog meget motiveret for at spise sundt, idet hans helbred kræver det.

"Jeg fik på et tidspunkt at vide, at jeg havde seks måneder tilbage at leve i, og det nægtede jeg. Så smed jeg al medicin på hylden og begyndte at træne som en gal og det har jeg efterhånden gjort i tolv år nu (...) Men det er derfor jeg startede med det (at spise sundt) i hvert fald."

Dette citat står i stærk kontrast til en anden der ligeledes har haft væsentlige helbredsmæssige årsager til at ændre kost. Hun er bevidst om kostens påvirkning på helbredet, men på trods af det er motivationen for at spise sundt lav: "Det kan jo ikke undgås at man tænker på

helbredet. Med det helbred jeg har, er der jo masser af *dos and don'ts*. Det er bare ikke altid jeg hører efter...”.

Andre med højere motivation anerkender ligeledes effekten på helbredet: ”Jamen jeg ved bare at jeg får det bedre jo, altså helbredet i det hele taget”. Dog er det fælles de dem, at helbredet ikke bliver nævnt medmindre der spørges ind til det og nogle siger ligefrem at det ikke er noget der tænkes over: ”Lægevidenskaben siger jo, at det ikke er så sundt med animalsk fedt. Det må man så gå ud fra er rigtigt, det går jo i hjertet og blodårerne. Men det tænker jeg ikke så meget over.”

Kostens effekt på helbredet anerkendes, selvom det ikke lader til at det er noget der tænkes på til dagligt. For nogle er helbredet dog noget man tænker særligt over. Har man haft helbredsmæssige årsager til at ændre kost, kan det tilsyneladende styrke motivationen væsentligt, men der er også eksempel på at det ingen effekt har. Modellen giver mig dog mulighed for at undersøge fællesnævneren for hvor højt kostens effekt på helbredet vægtes i forbindelse med at styrke motivationen.

At spise sundt handler desuden om udseendet. Både på grund af vægten, men også af andre årsager, for eksempel oplever en interviewperson at huden ser langt sundere ud.”For helbredet, og så det der med hvordan jeg ser ud. Det er nok ikke kun for andres, men også for min egen skyld. Så kan jeg holde ud at kigge mig i spejlet.”

I de foretagne interviews er smag et ord som dukker op gentagne gange. Tilsyneladende vurderes mad særligt ud fra smag, som desuden vægtes meget højt.

Flere af interviewpersonernes udsagn vidner om, at usund mad ofte vurderes til at smage bedre end sund mad. En siger ”I stedet for at man kun hele tiden skal holde sig til de sunde ting, bliver man nødt til at have lidt af det andet, for det smager jo godt”, mens en anden siger ”Jeg ved ikke, jeg tror bare usund mad det nogle gange... Det synes man bare smager lidt bedre og man har lidt mere hurtigt lyst til de der saltede pomfritter.”

Især når man får gæster eller spiser hos andre, er maden valgt ud fra smag helt uden tanke på sundhed. Tværtimod. Følgende interviewperson blev spurgt om sund mad ikke smager ligeså godt som usund mad:

”Nej, ikke umiddelbart. Man går nok efter det hvor man tænker - Det her, det ved jeg smager godt - og så tænker man ikke så meget på sundheden. Det er mere sådan - Den her ene gang der kommer gæster, så pyt med det. Det er

ligesom juleaften og fødselsdag. Det er ikke den dag man skal tænke på om det er sundt eller ej.”

Smag er altså en meget vigtig faktor i forbindelse med hvilken mad man kan lide og har lyst til at spise, men til hverdag vægtes sundhed for nogle interviewpersoner også højt, hvorfor man godt kan gå lidt på kompromis med smagen.

De personer, som også vægter sund mad højt mener, at sund mad ligeledes kan smage godt, men at usund mad smager bedre på en anden måde, som gør, at man af og til bare bukker under for lysten til det usunde. ”Det er jo nok fordi, altså inderst inde vil jeg slet ikke spise det i virkeligheden, men det smager jo godt.”

En af interviewpersonerne, som vægter sundhed meget lavt, begrundet det med at han simpelthen er for vild med den usunde mad og siger, at der virkelig skulle nogle alvorlige og konkrete konsekvenser til for at han ville kunne holde op med at spise så usundt som han gør.

Som sagt er smag vigtig og noget af det der kan trække i lysten til især usund mad. Lysten kan være svær at undvige, hvilket betyder at den usunde mad ofte spises af den årsag, at det smager bedre end sund mad.

Smag er en faktor der skaber en holdning til om man vil spise maden. Er det en belief, at maden smager godt, er det med til at skabe en positiv attitude. I forbindelse med at opstille en adfærdsspecifik model, vil jeg derfor benytte smag som en af de beliefs, og dermed målevariabel, der skal høre under den latente variabel *Attitude*. Hermed kan det måles i hvor høj grad respondenterne vurderer at sund mad smager godt og via korrelationen til den latente variabel *Attitude*, kan det dermed observeres om smagen desuden vægtes højt.

4.1.3 Kontrolbeliefs

Kontrolbeliefs handler om hvorvidt det opfattes som nemt eller svært at udføre adfærden, det vil sige om man opfatter at man har evnerne til eller muligheden for at spise sundt. Det der kan forhindre ens opfattede muligheder for at spise sundt er blandt andet hvis man opfatter det som for dyrt, for tidskrævende, eller at man mangler overskud eller synes det er svært at finde gode opskrifter på mad der er sund. Desuden kan man have svært ved at styre sin lyst til usunde sager.

Som årsag til at man i perioder ikke får spist så sundt som ellers nævnes en række barrierer. ”Det er som regel hvis man har meget travlt, er meget træt og der har været stress på længe og man ikke lige har overskud. Så kan man godt have tendens til måske lige at smide nogle

forkerte ting ned i kurven.” Der er bred enighed om at især tid og overskud spiller en vigtig rolle for om man har motivation til at spise sundt. Som en af interviewpersonerne siger: ”Det kan få mig til at koncentrere mig om nogle andre ting end lige at spise rigtigt hver evig eneste dag”. Mens en anden siger: ”Jamen, så skal det bare være et eller andet hurtigt man kycler ned i gryderne. Så tænker vi ikke rigtig over om vi nu får det rigtige (...) Det kommer an på hvor meget tid vi har til rådighed.”

Hermed siges det, at det kræver mental fokus at sørge for at man spiser sundt. Har man ikke fokus på det er det for nemt at spise usundt.

Der er uenighed om hvorvidt det er dyrere at spise sundt, men oplever man at det er dyrt, kan det at man vurderer at man ikke har råd, virke som en barriere for at man spiser sundt. Det opfattes som svært at spise sundt fordi man ikke har råd og det retfærdiggør at man spiser mere usundt fordi man ikke mener at man har andre muligheder. Dog er det ikke alle respondenter der mener at det er for dyrt at spise sundt, nogen mener ligefrem at det koster det samme eller endda mindre end at spise usundt.

Nogle mener at grunden til at de i perioder spiser mindre sundt, skyldes at de har for travlt: ”Hvis vi har travlt eller hvis der foregår nogle andre ting, så rykker det noget længere ned på listen”. Hermed ligger det implicit, at det kræver noget ekstra at spise sundt. Udover at tænke på at få opfyldt det basale behov at få stillet sulten, kræver det noget ekstra at sørge for at maden ligeledes er sund. Det nævnes desuden at det kan være svært at finde hurtig mad der er sund og i nogle tilfælde står man i en situation hvor man ikke har tid til at lave mad selv.

Jeg vil dele tidsspørgsmålet op i to dele. En der vedrører at det er tidskrævende at sørge for at man spiser sundt, og en der vedrører om det er nemt eller svært at finde sund mad når man skal have noget hurtigt.

Interviewpersonerne er alle enige om at det er nemt at vide og finde ud af hvilken mad der er sund. Når man spiser noget usundt er man altså udmærket klar over det. Problemet ligger mere i at finde på hvad man skal spise når man gerne vil spise sundt. En overbevisning der kan afdække dette kan dermed være om det er nemt eller svært at finde opskrifter på sund mad.

En af de beliefs der oftest blev nævnt i forbindelse med den opfattede adfærdskontrol var overskud. Det kan især være svært at få spist sundt hvis man mangler overskud.

Interviewpersonerne giver udtryk for at man kan have så meget lyst til usund mad, at det kan være svært at modstå fristelsen. Som et af de ovenstående citater vidner om, kan smag være en faktor der gør at man har lyst til og derfor spiser noget selvom man ved det ikke er sundt. En af interviewpersonerne, der ikke vægter sundhed højt i madlavningen, fortæller at maden i stedet vælges på baggrund af hvilken mad de har lyst til. Der spises kun sundt som en form for afveksling fordi man har lyst. Man kan altså også have lyst til den sunde mad, selvom det er mere normalt at det er den usunde mad man har lyst til. En anden interviewpersoner kan også sagtens få lyst til sund mad hvis nogen fortæller om en lækker ret med for eksempel kylling og grøntsager.

Flere af interviewpersonerne der har svært ved at modstå fristelser anerkender dog, at der er en vej udenom: ”Hvis du spiser meget sødt, så er det svært at undvære, men hvis du ligesom kommer ud af den der onde cirkel, så er det sådan set ikke noget problem”, som en interviewperson udtrykker det, mens en anden siger: ”Man kan sagtens vænne sig til det, man skal bare have noget rygrad tror jeg”. Hermed anerkender de, at der skal noget til, motivation, for at man kan modstå fristelserne og begynde at spise sundt.

4.1.4 Normative beliefs

For at undersøge om den subjektive norm påvirker motivationen til at spise sundt, må det afklares hvad interviewpersonerne opfatter som normen. En ting er fælles blandt de fleste interviewpersoner: man anerkender ikke, at man påvirkes af hvad andre gør og mener. Dog må det særligt have indflydelse hvis dem man lever med vil spise mere eller mindre sundt end en selv.

Da interviewpersonerne ikke kender hinanden, er det ikke sikkert at normerne er ens. Fællestræk kan skyldes den overordnede samfundskultur, mens forskelle kan skyldes den subkultur de enkelte interviewpersoner er en del af. Normen er både afspejlet i den opfattede adfærd, de opfattede holdninger og udtalelser.

Når man spiser sammen med andre, man ikke spiser med til hverdag, er det i orden at spise meget usundt. Laver man mad til andre er det smagen der er i højsædet og her er sundheden helt underordnet: ”Altså hvis man har inviteret gæster, eller man er inviteret ud, så er det tit og ofte mere usund mad. Det er nok det man kalder god mad”. Spiser man hos andre tænker man desuden ikke rigtig over, om maden er usund. Det er normen at man spiser usundt uden meget tanke på sundhed, og det accepteres fordi det anses som en sjælden gang imellem. ”Der er aldrig nogle af mine kammerater, der kunne finde på at sige: jeg inviterer lige på en gang

pastasalat. Det hedder karbonader, det hedder hakkebøffer og det hedder medisterpølse”. Som oftest er normen, at maden er usund (men ”god”), selvom der også er eksempler på at nogle inviterer på sundere mad.

Det er dog noget andet til hverdag. Man ved godt om de spiser sundt eller usundt, ikke fordi man bedømmer den mad man spiser sammen, men fordi man af og til snakker om det. Generelt opfattes det positivt hvis andre spiser sundt, men der er eksempler på at det opfattes negativt hvis man går alt for meget op i det. En af de meget umotiverede interviewpersoner siger, at der i hans omgangskreds kan tales negativt om sund mad der for eksempel kan kaldes ”køkkenhaveragout”. En lidt mere motiveret interviewperson har ligeledes oplevet andre tale om ”kaninføde”. En anden opfatter derimod at det er mest populært at dele opskrifter på lidt sundere mad: ”Jeg tror måske det er mere in at lave de sunde retter (...) Mere sådan lette retter end (...) det min samlever laver (...) Jeg tror ikke lige, at det er det folk tænker over de vil lave”.

Den subjektive norm kan bedømmes ud fra andres adfærd, hvor sundt de spiser og ud fra andres holdninger, hvad de mener om at spise sundt. Holdningerne kan både komme til udtryk i positive eller negative udtalelser om sund mad, ligesom de kan komme til udtryk ved om de mener at man bør spise sundt eller ved hvilken holdning de har om personer der spiser sundt. Den opfattede norm kan påvirke individets egen attitude overfor at spise sundt, ligesom det kan påvirke individets motivation til at spise sundt direkte, alt efter individets intention om at passe ind.

4.1.5 Opsamling på beliefs fra dybdeinterviews

De mentale adfærdsmæssige beliefs angår overbevisninger om, at kosten påvirker samvittighed, humør og følelsen af overskud. Den sunde kost påvirker tilsyneladende de nævnte beliefs i positiv retning. De fysiske adfærdsmæssige beliefs angår overbevisninger om, at kosten påvirker ens mæthedsfornemmelse, vægt, helbred, udseende og at der er forskel i vurderingen af smag. Den sunde kost påvirker vægt, helbred og udseendet i en positiv retning. Derimod er der tendens til at den usunde mad vurderes til at smage bedre, mens det imidlertid er usikkert hvilken mæthedsfornemmelse der foretrækkes. Summen af de nævnte beliefs, både de mentale og de fysiske, udgør den overordnede attitude.

Med hensyn til opfattet adfærdskontrol var det lysten til usund mad og manglende tid der kunne gøre det svært at spise sundt. Ligeledes havde overskudsfølelsen indflydelse på denne opfattelse.

Det var ikke anerkendt at andre personer kunne påvirke ens egen mulighed eller lyst til at spise sundt eller usundt, men her blev der især talt om hvilken adfærd eller hvilke holdninger andre havde til det at spise sundt og usundt, hvorfor dette formentlig har en indflydelse om end den er mindre end de øvrige variable.

I Figur 5, ses en opsamling på dybdeinterviews og hvilke nøgleord de identificerede beliefs kan relateres til.

Figur 5: Opsamling på dybdeinterviews

Attitude ”Jeg synes godt/dårligt om at spise sundt fordi jeg kan mærke forskel i...”		Opfattet adfærdskontrol ”Det er svært/nemt at spise sundt, grundet...”	Subjektiv norm ”Blandt dem jeg kender bør man spise sundt/usundt. Det ved jeg fordi...”
Mental delattitude	Fysisk delattitude		
• Overskud • Samvittighed • Humør	• Smag • Mætheds-fornemmelse • Vægt • Helbred • Udseende	• Lyst • Tid • Overskud • Muligheder	• Adfærdsnorm • Holdnings-norm

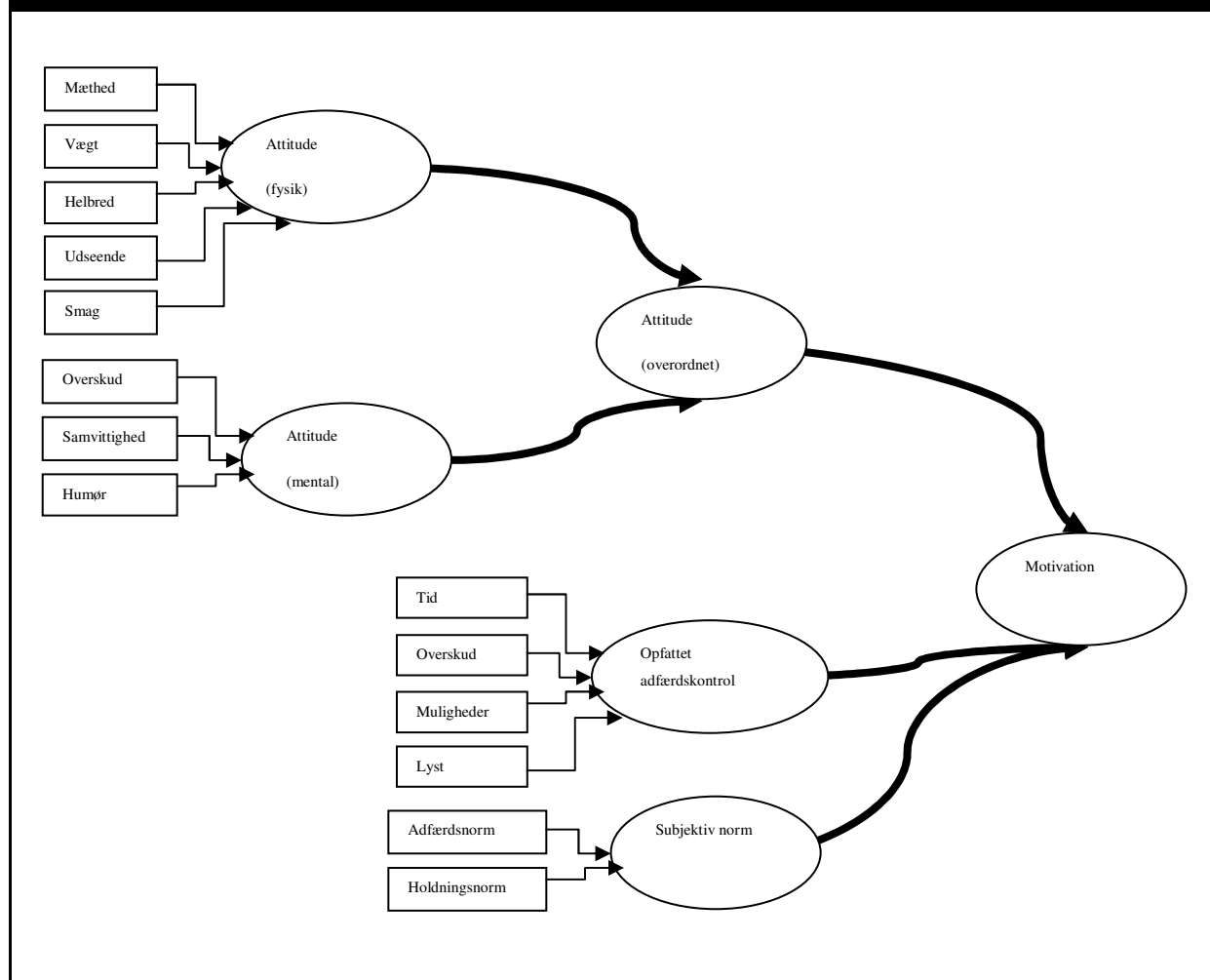
Konklusionen på analysen af dybdeinterviewene er hermed, at ovenstående materiale i Figur 5 skal bidrage til at gøre Fishbeins integrerede model adfærdsspecifik, samt at man ikke ud fra ovenstående data kan konkludere præcis hvad der er den største årsag til motivationen. Dette skyldes blandt andet at man som individ ikke altid selv er klar over hvad der betyder mest, samt at antallet af interviews er for få til at konkludere noget i mere generel sammenhæng.

Spørgsmålene i det spørgeskema der skal danne grundlag for den kvantitative analyse er udviklet på baggrund af Figur 5. Disse spørgsmål samt den underliggende struktur kan ses i Bilag 2. Det færdige spørgeskema kan ses i bilag 33.

4.2 Opstilling af adfærdsspecifik strukturel model

På baggrund af de i interviewanalysen identificerede beliefs samt Fishbeins integrerede model, opstilles hermed en strukturel model.

I Figur 6 fremgår den strukturelle model, som PLS-analysen senere estimerer på baggrund af. De spørgsmål som er udviklet til modellen på baggrund af de identificerede beliefs fra Figur 5 (side 44), fremgår af bilag 2.

Figur 6: Strukturel model

5. Kvantitativ analysedel

5.1 Resultater af spørgeskemaundersøgelse

5.1.1 Indsamlede data

Spørgeskemaet som den kvantitative undersøgelse er udarbejdet på baggrund af den strukturelle model (afsnit 4.2, side 44). Spørgeskemaet ses i bilag 33.

Antallet af påbegyndte besvarelser var på 288. Dog er der flere faktorer der reducerer dette antal. For det første har jeg foretaget en *casewise deletion* af respondenter hvor alle de spørgsmål der skal indgå i PLS-analysen ikke er besvaret. Desuden har jeg sørget for en screening i alder og ansvar for husholdningens madindkøb, således at undersøgelsen kun omfatter målgruppen. Datamaterialet er også blevet undersøgt og rensset for mistænkelige outliers og systematisk ens svar hele spørgeskemaet igennem. Herefter er antallet af respondenter på 238. Ved vægtning af data stemmer fordelingen fuldstændig overens med målsætningen for fordelingen i afsnit 2.2.2.3 (side 21).

Ved reducering af datamaterialet er yderligere 29 kvindelige respondentes besvarelser slettet tilfældigt, således at fordelingen tilnærmer sig fordelingen for målsætningen. I alt er det reducerede datamateriale på 209 respondenter.

5.1.2 Beskrivende analyser

5.1.2.1 Frekvenstabeller

5.1.2.1.1 Frekvenstabeller over demografiske data

I frekvenstabellen i bilag 3 ses kønsfordelingen for det indsamlede data inden data blev vægtet eller reduceret. Det ses at 60 % af respondenterne er kvinder, hvilket er en ret normal fordeling når man indsamler spørgeskemadata, idet kvinder er mere tilbøjelige til at ville svare på spørgeskemaundersøgelser (Malhotra & Birks, 2007). Det ses ligeledes at befolkningens kønsfordeling i aldersgruppen 20-59 er 50 % kvinder og 50 % mænd. Derfor har jeg vægtet data således, at fordelingen bliver tilsvarende. Dette ses også i bilag 3.

Data er ligeledes vægtet for at sikre en fordeling mellem personer over og under 45 år. Fordelingen er dermed at 62 % er under 45 år, mens 38 % er over 45 år.

Den egentlige aldersfordeling i intervaller af 5 år fremgår af bilag 4. Her ses det, at aldersgruppen 20-44 år er forholdsvis højt repræsenteret af 20-29-årige. Aldersgruppen over 45 år forholdsvis højt repræsenteret af 45-49-årige.

Fordelingen mellem personer over og under 45 år er altså tilsvarende fordelingen i befolkningen, men ser vi nærmere på fordelingen indenfor de to aldersgrupper, er det tydeligt at fordelingen er ujævn. Dette skyldes dog den indsamlingsmetode der er benyttet. Aldersfordelingen er dog gunstig i forhold til at undersøge forskelle mellem alder over og under 45 år.

Ud fra bilag 5 ses det, at langt størstedelen af respondenterne bor på Sjælland, idet 58 % på i Københavnsområdet, 16 % bor i Nordsjælland og 11 % bor i øvrige dele af Sjælland, mens kun 15 % er fordelt over resten af Danmark. Denne fordeling skyldes igen indsamlingsmetoden. Denne fordeling er ikke optimal i forhold til at undersøge geografisk betingede forskelle, idet der formentlig er større forskel på personer fra f.eks. Jylland og Sjælland end på personer fra forskellige dele af Sjælland.

Respondenternes sidst afsluttede uddannelse fremgår af bilag 6. Her ses det at størstedelen af respondenterne har en høj uddannelse enten af under eller over 4 års varighed. Dog er der nok med øvrig uddannelse til at undersøge eventuelle forskelle mellem personer med høj og lav uddannelse. I bilag 7 ses det, at de fleste respondenter er enten funktionærer med eller uden personaleansvar eller studerende. Herudover er der også en del faglærte arbejdere og selvstændige.

Respondenternes svarfordeling angående husstandens størrelse vises i frekvenstabellen i bilag 8. De fleste respondenter har angivet at deres husstand har en størrelse på 2 personer. Dernæst angiver flest at husstanden kun har en person. Dog er der også en del med 3,4 og 5 personer i husstanden, hvorfor man eventuelt kan se på om der er forskel mellem dem der bor alene / ikke bor alene eller dem der har børn / ikke har børn.

5.1.2.1.2 Repræsentativitet

Som det fremgår af ovenstående beskrivende analyse af frekvenstabellerne, er data ikke ligefrem repræsentativt. Dog svarer fordelingerne i køn og alder med de fordelinger der var målsætningen hvorfor det forventes at der er en god fordeling blandt højt og lavt motiverede personer.

I frekvenstabellerne over fordelingerne i køn og alder (bilag 3 og 4) ses ligeledes hvordan fordelingen er for resten af befolkningen. Her (bilag 4) ses det, at aldersgruppen under 45 år er overrepræsenteret af personer på 20-29 år, mens aldersgruppen på over 45 år er overrepræsenteret af personer på 45-49 år. De øvrige aldersgrupper er underrepræsenterede. Dette betyder at aldersfordelingen sammenlignet med tal fra Danmarks Statistik ikke er repræsentativ. Dette skyldes indsamlingsmetoden, som ikke har været baseret på tilfældig udvælgelse blandt den danske befolkning. Som tidligere nævnt under Metode (afsnit 2.2.2.3) vil jeg dog behandle den øvrige analyse som om den var repræsentativ. Som tidligere nævnt i Metode (afsnit 2.2.2.3), er fordelingen på baggrund af køn og alder bestemt ud fra et argument om at sikre at datamaterialet indeholder både højt og lavt motiverede respondenter.

5.1.2.1.3 Frekvenstabeller over motivation

Ud fra frekvenstabellen over svarene på spørgsmålet angående den overordnede motivation (bilag 16), viste det sig at de fleste i højere eller lavere grad følte sig motiveret for at spise sundt. Ca. 90 % havde svaret at de som minimum var delvist motiveret for at spise sundt. Ca. 40 % angav at de var motiverede og ca. 15 % angav at de var helt motiverede for at spise sundt. På skalaen fra 1-7 (hvor 1 er helt umotiveret og 7 er helt motiveret) er middelværdien 5,54 (altså lidt mere end delvist motiveret). Både medianen og modalværdien er 6, hvilket vil sige at den midterste observation, samt det svar som størstedelen af respondenterne har svaret er, at de er motiverede. Spørger man ind til respondenternes motivation til at spise fedtfattigt, eller kun at spise lidt sukker, er disse værdier dog kun 5 (delvist motiveret). Gennemsnittet for disse to spørgsmål, samt spørgsmålet om motivationen for at spise de sunde fødevarer er mellem 4,4, 4,7. Altså ca. et point lavere end den overordnede motivations gennemsnit på 5,54. Forskellen kan for eksempel skyldes respondenternes tanke på hvad det rent faktisk indebærer at spise sundt, eller at de har en anden opfattelse af hvad det vil sige at spise sundt. Spredningen er helt klart størst for spørgsmålet om motivationen for at spise de sunde fødevarer, her er man altså mere uenig om at være motiveret.

5.1.3 Krydstabeller og Chi-square test

Den første krydstabel (bilag 10) har til formål at undersøge om der er forskelle i motivationsniveauet for mænd og kvinder. Krydstabellen over den overordnede motivation og køn (bilag 10), viser at der formentlig er den sammenhæng at kvinder generelt er mere motiverede for at spise sundt end mænd. Dette ses ved at der er flere mænd end kvinder, der er delvist motiverede og flere kvinder end mænd der er motiverede eller helt motiverede.

Laver man en Chi-square test på data ses det ligeledes at sammenhængen er signifikant med en p-værdi på 0,003 (bilag 11). Cramer's V (bilag 12) er 0,290, hvilket betyder at 8,4 % af variationen i motivation er bestemt af kønnet. Da graden af motivation skyldes mange faktorer, vil jeg dog mene at 8,4 % er en forholdsvis stærk sammenhæng. Dermed ikke sagt at mænd er umotiverede og at kvinder er motiverede, men der er grundlag for at sige at kvinder generelt er lidt mere motiverede end mænd.

Den næste krydstabel (bilag 13), viser sammenhængen mellem den overordnede motivation og alder. Her er det undersøgt om der er en sammenhæng mellem motivationsniveau og om man er under eller over 45 år, da mindre aldersgrupper ikke gav et signifikant resultat. Ud fra selve krydstabellen er der tegn på at personer over 45 år generelt har en højere motivation.

Det ses af chi-square testen (bilag 14), at denne sammenhæng er signifikant med en p-værdi på 0,04. Cramer's V (bilag 15) viser med en værdi på 0,236, at sammenhængen har en styrke på ca. 5,6 %. Sammenhængen mellem køn og motivation er altså lidt stærkere, men igen kan det konkluderes at personer over 45 år generelt er lidt mere motiverede end personer under 45 år.

Krydstabeller med den overordnede motivation og de øvrige demografiske variable viser ingen signifikante sammenhænge. Hermed antages det derfor, at motivationen hovedsageligt er forskellig med baggrund i de to demografiske variable, køn og alder.

5.2 Faktoranalyse

Jeg har foretaget en faktoranalyse for hvert datasæt. En faktoranalyse for det vægtede datasæt og en faktoranalyse for det reducerede datasæt.

Jeg vælger at lave faktoranalysen tre etaper: 1) en faktoranalyse med målevariable for Attitude, Opfattet adfærdskontrol og Subjektiv norm, 2) en faktoranalyse med målevariable for Motivation og 3) en faktoranalyse med målevariable for Fysisk eller Psykisk relaterede beliefs. Jeg begynder med den første. Grunden til at jeg i første omgang ikke medtager de variable der knytter sig til motivationen er, at det er en afhængig variabel og at resultatet bliver en faktor der inkluderer både de variable der knytter sig til attitude og de der knytter sig til motivation. Dermed forsvinder undersøgelsesgrundlaget, der jo går ud på at finde relationen mellem motivation og de øvrige variable. Motivationen indgår derfor i en faktoranalyse for sig. Ligeledes laver jeg en faktoranalyse for de fysisk og psykisk relaterede beliefs, der hører under attitudevariablen. Dermed medtages disse spørgsmål heller ikke i

første omgang. Jeg har dog lavet en faktoranalyse med alle spørgsmål inkluderet (udover motivation) for at bekræfte at disse spørgsmål alle tilhører attituden.

Faktoranalysen er foretaget med varimaxrotation, som anbefalet af Jensen og Knudsen (2006, s. 208), idet faktorernes uafhængighed dermed bevares. Desuden er faktoranalysen foretaget konfirmativt så antallet af faktorer er fastsat til det forventede, mens jeg dog har tjekket scree-plottet som understøtter dette antal.

5.2.1 Datamaterialets egnethed til faktoranalyse

Korrelationsmatricerne for hvert datasæt samt hver faktoranalyse-etape viser en god fordeling af både højere og lavere korrelationskoefficienter, hvilket netop er et tegn på datas egnethed.

I bilag 17 ses Keyser-Meyer-Olkins Measure of Sampling Adequacy (KMO) og signifikansniveauet for Bartlett's test for hver af de tre etaper af faktoranalyser og for hver af de to datasæt. KMO har på forhånd en værdi mellem 0,730 og 0,882. Efter faktoranalysen har KMO en værdi på mellem 0,645 og 0,845. Alt i alt væsentligt højere end den kritiske grænse på 0,5. Bartlett's test er konstant signifikant på 0,000. Dermed kan det afvises, at variablene er ukorrelerede. Datasættet må derfor siges at være egnet.

5.2.2 Resultaterne af faktoranalysen

Variablene fjernes enkeltvis indtil ingen communalities er under 0,5. For faktoranalysen af målevariable tilknyttet motivation er der ingen forskel i hvilket datasæt der benyttes. Her reduceres målevariablene således, at variablen Q4 (den overordnede motivation) ikke længere indgår (se resultatet i bilag 18). For faktoranalysen af målevariable tilknyttet fysisk og psykisk relaterede beliefs (se resultat i bilag 19) er der heller ingen forskel på hvilket datasæt der benyttes. Her reduceres antallet af målevariable med Q16 og Q17 fordi de dobbeltloader. Bemærk at opdelingen mellem fysisk og psykisk relaterede beliefs ikke er logisk. Resultatet er to faktorer hvoraf den ene indeholder målevariablene angående smag og mæthedsfornemmelse. Denne faktor kalder jeg Egenskaber, idet disse to målevariable efter min mening beskriver de umiddelbart opfattede egenskaber ved den sunde mad. Den anden faktor indeholder de øvrige målevariable, bl.a. angående samvittighed og vægt. Den faktor kalder jeg Udbytte, idet den efter min mening beskriver det opfattede udbytte ved at spise sundt.

Resultaterne af faktoranalysen vedrørende Attitude, Opfattet adfærdskontrol og Subjektiv norm (bilag 20) stemte uanset datasæt derimod ikke fuldstændigt overens.

Der er én mindre forskel: Variablen ang. pris sorteres fra i faktoranalysen af det vægtede data og ikke i det reducerede. Desuden er der et punkt hvor de to faktoranalyser adskiller sig væsentligt: Den faktor jeg kalder subjektiv norm udgøres af to helt forskellige variable. I faktoranalysen af det vægtede data udgøres denne faktor af variablene:

- ”dem jeg kender spiser sundt”
- ”dem jeg kender mener, at man bør spise sundt”.

I faktoranalysen af det reducerede data udgøres denne faktor af variablene:

- ”dem jeg kender har en mere positiv opfattelse af mig hvis jeg spiser sundt”
- ”dem jeg kender, skal helst synes jeg spiser sundt”.

I bund og grund handler begge variable om norm. Den første udgave går på normen blandt andre, altså en form for deskriptiv norm, mens den anden udgave i højere grad går på om hvorvidt man bør leve op til denne norm. Jeg mener derfor, at den første udgave bedst beskriver selve den subjektive norm, og at den anden udgave automatisk vil fremgå af effekten den subjektive norm har på motivationen, idet dette siger noget om hvor høj vægt man ligger på andres adfærd og holdninger.

Årsagen til denne forskel ligger i den ukomplette stikprøve der desværre gør, at jeg enten må vægte eller reducere data (udover dette var datasættene jo ens). Hvorfor forskellen i faktoren Subjektiv norm opstår, kan dels skyldes usikkerhed grundet den mindre stikprøve ved det reducerede data, eller forskelle i køn og aldersfordelingen. I det reducerede datamateriale er der forholdsmæssigt flere personer under 45, samt forholdsmæssigt flere kvinder end mænd (begge aldersgrupper). Dermed kan forskellen altså enten skyldes stikprøvestørrelsen eller at mænd over 45 år er mindre tilbøjelige end andre, til at gå op i andres opfattelse af dem og deres madvaner.

Jeg må køre PLS-analysen med baggrund i den faktoranalyse der bygger på det datamateriale der analyseres (det reducerede), men jeg påpeger dog, at der ikke er nævneværdige udsving i modellens resultater. Forskellen i faktoren Subjektiv norm, betyder dog at jeg vil inddrage forskelle ved senere analyse af denne faktor.

5.3 PLS-analyse

5.3.1 Målemodellens validitet

Det første jeg sikrer mig er, at målemodellens validitet er i orden. Jeg medtager kun de målevariable i PLS-modellen, som faktoranalysen gav belæg for. Først tjekkes om alle

målevariablenes loadings på de latente variable er høje nok til at målevariablen bør tilhøre den pågældende latente variabel. For at være høj nok til dette bør målevariablenes loadings helst ikke have en værdi under 0,7 og slet ikke en værdi under 0,4. Som det ses af bilag 21, er der en af målevariablene der har en loading på 0,507. Denne målevariabel hører under den latente variabel Opfattet adfærdskontrol og angår enighed i spørgsmålet ”Jeg synes det er for dyrt at spise sundt”. Loadingen er godt nok ikke under den kritiske grænse på 0,4 hvor den under alle omstændigheder bør fjernes fra modellen, men jeg fjerner denne målevariabel fra modellen da den ligger et godt stykke under 0,7 og fordi der i de kvalitative interviews ikke var nogen klar tendens til at de der var mindre motiverede for at spise sundt synes det var dyrere at købe sundt ind. Efter dette har alle målevariable høje nok loadings.

Efterfølgende sikrer jeg mig at Composite reliability ligger over 0,7 for hver af de latente variable. Composite reliability (bilag 22) har værdier mellem 0,871 og 0,931 og ligger dermed et godt stykke over den kritiske grænse på 0,7.

Det skal ligeledes sikres, at AVE (Average Variance Extracted) er højere end 0,5. Idet AVE (bilag 22) har værdier på mellem 0,628 og 0,845 er denne betingelse opfyldt. Kvadratroden af AVE må ligeledes være højere end alle korrelationer imellem de latente variable. I bilag 23 ses det, at denne betingelse ligeledes er opfyldt.

Idet alle betingelser for målemodellen er opfyldt og har særligt flotte værdier et godt stykke over de kritiske grænser, kan det konkluderes at målemodellens validitet er høj.

5.3.2 Den strukturelle models validitet

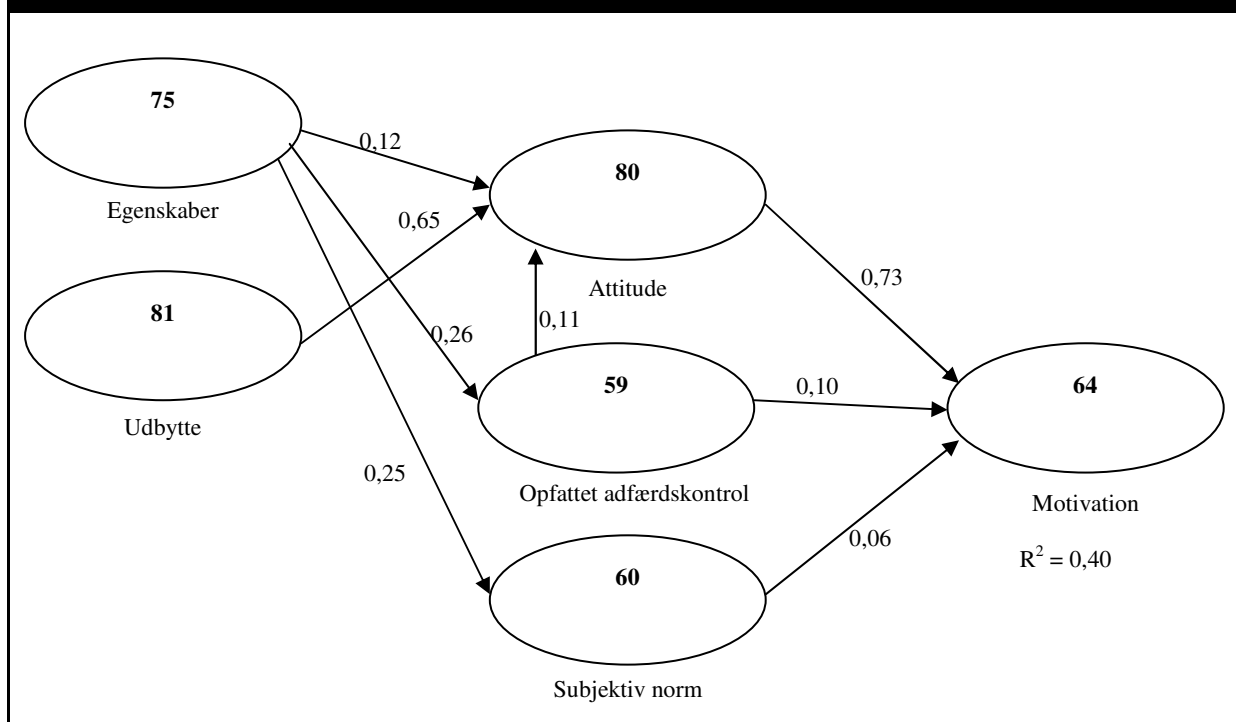
Den strukturelle models validitet afgøres ved at se på R^2 -værdien for modellen. Denne værdi er på 0,40 (se bilag 24), hvilket betyder at modellen forklarer 40 % af variationen i variablen Motivation. Man kunne ønske sig at dette tal var noget højere, men værdier af denne styrke er ikke unormale ved denne type forskning (Povey, Conner, Sparks, James, & Shepherd, 2000; Armitage & Conner, 2000, s. 177). Jævnfør Chin (1998), er R^2 -værdier under 0,33 af svag styrke og R^2 -værdier over 0,67 er af høj styrke (Garson, 2009). Denne model er dermed af moderat styrke.

5.3.3 Den estimerede model

Inden den færdige model er estimeret, skal det undersøges om de forbindelser jeg i modellen har fastsat mellem de latente variable er udtryk for signifikante sammenhænge. Dette gøres ved hjælp af Bootstrapping-funktionen. Bootstrapping-funktionen foretager en t-test af

sammenhængene. Nulhypotesen er, at der ingen sammenhæng er og denne hypotese forkastes dermed ved t-værdier over 1,645 (ensidet test). Forud for denne test har jeg udover de forbindelser der har teoretisk belæg, også oprettet forbindelser fra Udbytte til henholdsvis Opfattet adfærdskontrol og Subjektiv norm. Det samme har jeg gjort for variabelen Egenskaber. Dette er for at forhindre uventede sammenhænge i at blive overset. Efter trinvis at have fjernet alle sammenhænge med t-værdier under 1,645 (bilag 26 og bilag 27), ser den estimerede model ud som det fremgår af Figur 7.

Figur 7: Estimeret model



5.3.3.1 De latente variable

Ud fra den estimerede model kan værdierne af de latente variable aflæses (ses også i bilag 25). Dette er respondenternes samlede vurdering af den latente variabel på en skala fra 0-100. Det ses at Attituden og dens underliggende variable, Egenskaber og Udbytte, er noget højere end motivationen. Desuden ses det at Opfattet adfærdskontrol og Subjektiv norm er lavere end Motivationen. Motivationen har en værdi på 64, hvilket svarer til en værdi på 5 på den gamle skala fra 1-7, altså vurderer danskerne at de er delvist motiverede.

5.3.3.2 Effekterne (forventede og uventede)

Ved pilene kan effekterne mellem de latente variable aflæses (ses også i bilag 30). Det ses at Attituden spiller en væsentligt større rolle for motivationen end den opfattede adfærdskontrol

og den Subjektive norm. Det ses ligeledes at Udbytte spiller en større rolle for Attituden end Egenskaberne. Egenskaberne har lige stor effekt på den Subjektive norm og Attituden, men har egentlig en større effekt på den Opfattede adfærdskontrol. Det vil altså sige at dem der vurderer at sund mad smager og mætter bedre har nemmere ved at spise sundt (eller styre deres lyst til usund mad). At Egenskaber spiller en rolle for den Subjektive norm betyder nok at såfremt man vurderer at sund mad smager og mætter godt, ligeledes vil mene at dem man kender har det på samme måde.

5.3.3.3 Totale effekter

De totale effekter (Figur 8) er udtryk for den direkte og samlede effekt Egenskaber, Udbytte, Opfattet adfærdskontrol samt Subjektiv norm har på motivationen. Det giver ikke mening at se på hvilken total effekt den overordnede Attitude har på motivationen, da det ikke giver mening at sammensætte sin handlingsplan ud fra dette parameter. Derfor udelader jeg den i den følgende analyse af de totale effekter.

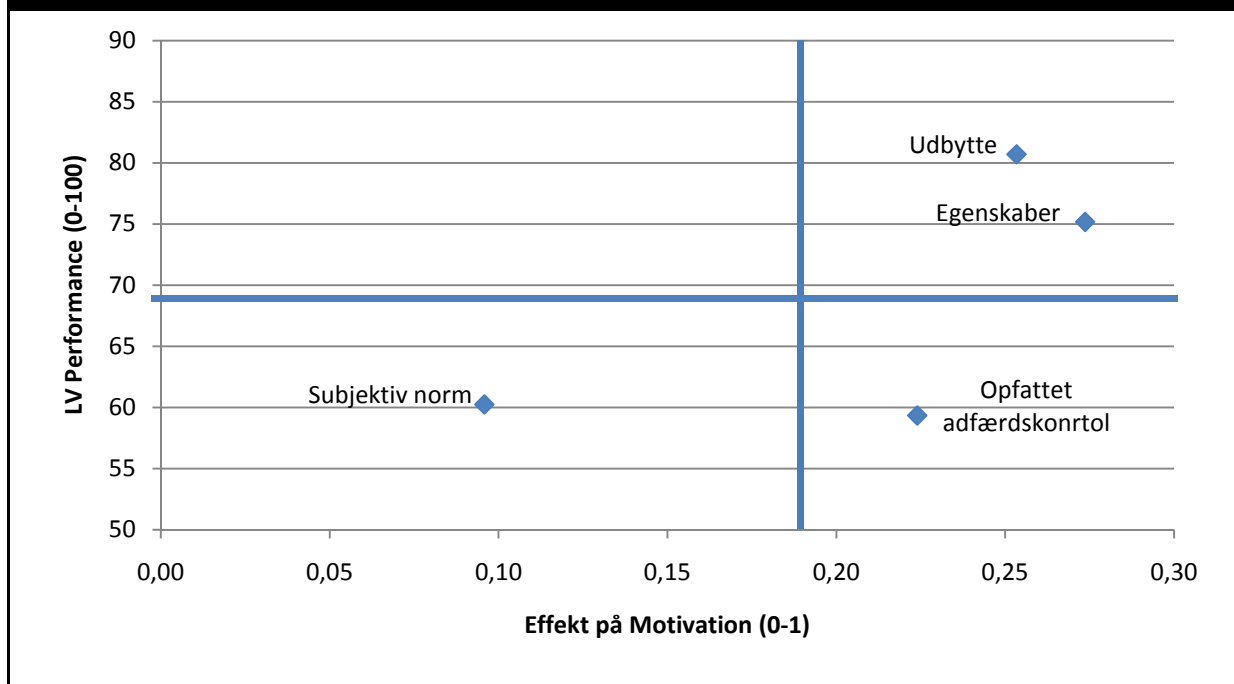
Figur 8: SmartPLS Output - Totale effekter på motivationen

	Total effekt på Motivation
Egenskaber	0,2737
Opfattet Adfærdskontrol	0,2240
Subjektiv Norm	0,0958
Udbytte	0,2534

Det ses at de variable med størst effekt på motivationen er Egenskaber, Udbytte og Opfattet adfærdskontrol (i nævnte rækkefølge). Den Subjektive norm har en væsentligt mindre effekt på motivationen. Sammenholder vi dette med de latente variables performance (deres værdier) kan man sige noget om hvor der er mulighed for og mening i, at forsøge at ændre noget for at øge motivationen.

5.3.4 De latente variables performance

Figur 9: Motivations-driver scorecard



I Figur 9 ses et motivations-driver scorecard, der viser variablenes effekt på motivationen ud af x-aksen og de latente variables performance ud af y-aksen. Linjerne er lagt ind ved 50 % grænsen mellem den højeste og den laveste variabelværdi og inddeler diagrammet i fire områder. Dermed ses det, at den Subjektive norm effektmæssigt ligger i den lave ende, mens de øvrige variable ligger i den høje ende med hensyn til effekt på motivationen. Det ses desuden at Udbytte og Egenskaber performancemæssigt ligger i den høje ende af skalaen og at Subjektiv norm og Opfattet adfærdskontrol ligger i den lave ende.

Dette betyder altså at Udbytte og Egenskaber af respondenterne er vurderet højt, mens Subjektiv norm og Opfattet adfærdskontrol er vurderet lavt. Ligeledes betyder det at den vurdering Subjektiv norm har fået af respondenterne, ikke har stor betydning for hvor motiverede de er. De øvrige tre latente variables vurdering betyder derimod meget for hvor motiverede de er. Derfor er det negativt at Opfattet adfærdskontrol har en så lav vurdering. Det er dermed først og fremmest her indsatsen skal gøres for at forbedre danskernes motivation til at ville spise sundt. Den motivation der i forvejen er for at spise sundt skyldes at Udbytte og Egenskaber er vurderet højt. Som vi senere vil komme ind på under den sekundære research (afsnit 6.5.1, side 68), har både mænd og kvinder en meget høj sundhedsbevidsthed, hvilket den høje vurdering af Udbytte også vidner om.

Linjerne der inddeler motivations-driver scorcard-diagrammet fra Figur 9, har placeret de fire variable i tre af diagrammets i alt fire områder med tilhørende fire strategier. De fire strategier er henholdsvis: *Tilpas ressourcer*, *Observer position*, *Fortæt det gode arbejde* og *Primær indsats*.

Strategien *Tilpas ressourcer* gælder variable der er placeret i feltet med høj performance og lav effekt. Strategien går ud på at tilpasse ressourcer der benyttes for at forbedre en variabls performance, såfremt den pågældende variabel tilhører dette felt, idet der ikke er grund til at benytte ressourcer på en variabel der allerede performer godt, men som ingen effekt har på motivationen. Der er dog ingen af de latente variable fra nærværende undersøgelse som tilhører dette felt og derfor vil jeg ikke komme nærmere ind på denne strategi.

Strategien *Observer position* relaterer sig til den latente variabel Subjektiv norm, der både har en lav performance og en lav effekt på motivationen. Der er ingen grund til at bruge ressourcer på at øge denne variabls performance, da den har ringe effekt på motivationen. Dog skal denne variabls position observeres, idet ressourcer bør allokere i denne retning, såfremt dens effekt øges betydningsfuldt. Jævnfør Assael (2004, s. 112), er det særdeles svært at ændre personers værdiopfattelse, altså effekten, men derimod langt lettere at ændre attituden, altså performance. Dette vil altså sige, at man ikke bør gøre noget for at forbedre danskernes opfattelse af om andre spiser sundt eller holdning til dette. Ligeledes betyder det desværre, at i forbindelse med at flere begynder at spise sundt, vil det ikke få en selvforstærkende effekt at det enkelte individ opdager at andre begynder at spise sundere.

Den strategi der knytter sig til det felt hvori de latente variable Udbytte og Egenskaber er placeret, kaldes *Fortsæt det gode arbejde*. Denne strategi retter sig mod variable med både høj performance og høj effekt. Udbytte og Egenskaber har en høj effekt på motivationen, men da performance allerede er høj er det begrænset hvilken effekt øgede ressourcer vil få, derimod vil reducerede ressourcer på dette område formentlig få en negativ effekt på motivationen.

Der hvor den *Primære indsats* skal rettes, er mod variable med lav performance og høj effekt, det vil sige variable som vurderes lavt, men som til gengæld har en stor indflydelse på motivationen. Variablen Opfattet adfærdskontrol er placeret i denne kategori. Dette betyder at en indsats for at øge den opfattede adfærdskontrol kan få høj indflydelse på motivationen. For at ændre danskernes *opfattelse* kan der både sættes ind rent kommunikativt, men også reelle ændringer har betydning for at ændre opfattelsen. For at øge motivationen til at spise sundt, skal den primære indsats altså ske indenfor Opfattet adfærdskontrol. Danskernes

opfattelse af om de har kontrol over hvilken mad de spiser skal øges, de skal opfatte at det er nemmere end det de gør nu, for at øge motivationen til at spise sundt.

5.3.5 Målevariablenes performance

Udover at se på de latente variables performance, kan man dykke yderligere et analyseniveau ned og se på de enkelte målevariables performance for en mere detaljeret handlingsplan. Dette vil jeg gøre for hver af de fire latente variable. Jeg vil ligeledes se på forskelle i svarfordelingerne fordelt på køn og alder, da jeg har fundet signifikante forskelle i motivationen fordelt på køn og alder, men ikke umiddelbart i forbindelse med nogle af de øvrige demografiske variable (afsnit 5.1.3, side 48). Køn og motivation har en signifikant sammenhæng med en p-værdi på 0,003, dvs. 3 % sandsynlighed for at forskellen er tilfældig. Alder og motivation har en signifikant sammenhæng på 0,040, dermed 4 % sandsynlighed for tilfældighed. Disse sammenhænge er signifikante ved et konfidensniveau på 95 %.

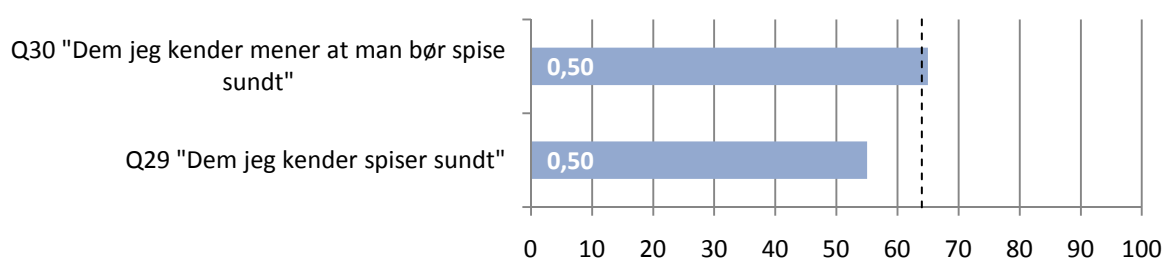
De angivne målevariables vægte stammer fra PLS-beregningerne (Bilag 28). Målene for performance er respondenternes gennemsnitsvurdering omregnet til en 0-100-skala, så det stemmer overens med den estimerede model (Figur 7, side 53) hvor performance også er målt på en 0-100-skala.

I hver figur er en stiplet linje der angiver motivationens niveau på 64. Dermed kan målevariablenes performance sammenlignes med de totale effekter (afsnit 5.3.3.3, side 54) for et indtryk af hvor meget hver målevariabel bidrager henholdsvis trækker ned i motivationen.

5.3.5.1 Subjektiv norm

Først undersøges målevariablene under den latente variabel Subjektiv norm. Denne variabel har to målevariable, som det ses i Figur 10. Hver af disse målevariable vægtes, jævnfør de vægte der blev beregnet i PLS, ens i forhold til den overordnede variabel. Dermed betyder spørgsmålene lige meget for den subjektive norm.

Figur 10: Beliefs under Subjektiv Norm



Kilde: Bilag 28.

Der er ingen signifikante forskelle i svar forklaret af enten køn eller alder (bilag 31 og bilag 32). Både mænd og kvinder samt personer under og over 45 år har altså gennemsnitligt samme vurdering af målevariablene under den subjektive norm.

Vurderingen af de bekendtes holdning er 65, mens vurderingen af de bekendtes adfærd er 55. Spørgsmålet angående de bekendtes adfærd, er altså vurderet ca. 10 point lavere end spørgsmålet angående deres holdning. Dette vidner om en indirekte opfattelse af, at de bekendte selv har en lav adfærdskontrol. Målevariablene under den subjektive norm er vurderet relativt lavt mellem 55-65, hvilket betyder at der er plads til forbedring, især med hensyn til de bekendtes egen adfærd. At ændre denne opfattelse er dog ikke ligetil, det er noget der ændres ved at de bekendte enten ændrer spisevaner, hvilket vil være en selvforstærkende effekt, eller ved at personer der spiser sundt ændrer adfærd ved at synliggøre dette mere.

Selvom der er plads til forbedring af den subjektive norm er den svær at ændre på, idet den afhænger af øvrige personers motivation og adfærd, desuden har den ikke en betydelig effekt på motivationen (afsnit 5.3.3.1, side 53).

Den alternative sammensætning af den subjektive norm (se bilag 29), ville ikke have efterladt bedre muligheder for forbedring, idet vurderingen af de to målevariable ligger på henholdsvis 39 og 41, hvilket vidner om at andres opfattelse af hvordan man spiser ikke spiller den store rolle. Dermed kan det dog siges, at det er positivt at denne variabel ikke har høj effekt på motivationen. Jævnfør Assael (1995) er det signifikant lettere at ændre på beliefs end på relativ vigtighed, hvorfor denne variabel alligevel er sværere at ændre på.

5.3.5.2 Udbytte

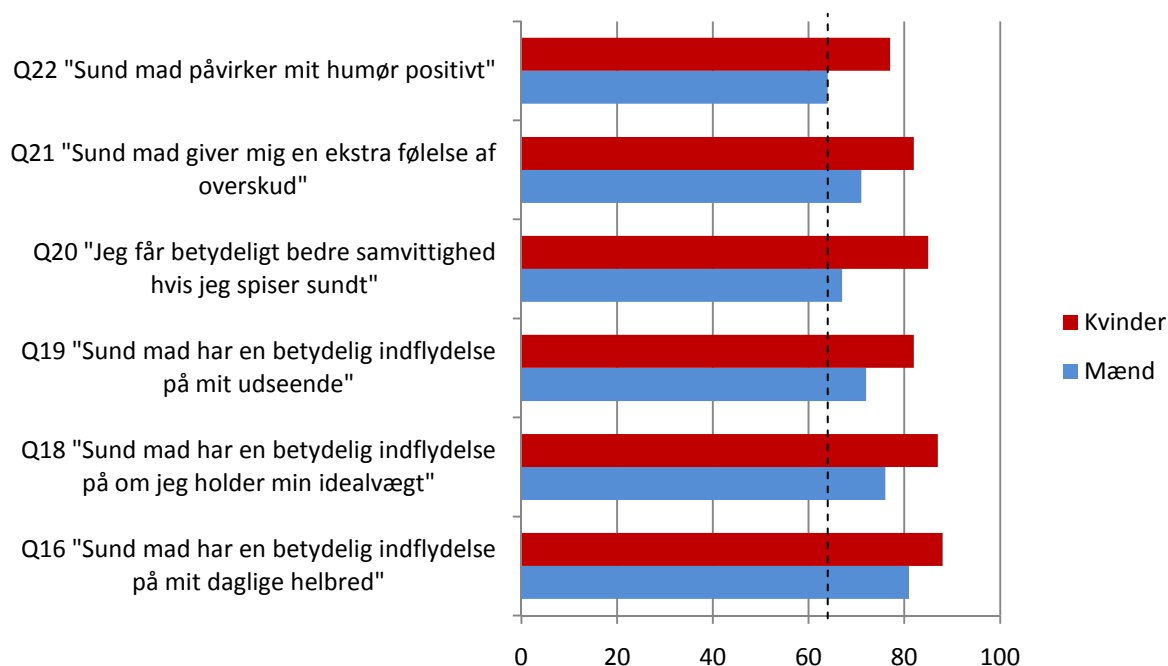
Her undersøges målevariablene under den latente variabel kaldet Udbytte. Som det fremgår af Figur 11, har denne latente variabel syv målevariable. Som det ligeledes ses, er vægtene, i modsætning til den subjektive norm, forskellige.

Figur 11: Beliefs under Udbytte

Kilde: Bilag 28.

Fremtidigt helbred (Q17) udgør 19 % af den latente variabel. Denne målevariabel har ligeledes den højeste vurdering på 90, hvorfor fremtidigt helbred må siges at have størst betydning for denne latente variabel. Udover fremtidigt helbred, har dagligt helbred (Q16) og vægt (Q18) en høj vurdering på hhv. 85 og 82, hvorfor betydningen af disse målevariable ligeledes er høj. Dog betyder følelsen af ekstra overskud (Q21) med en noget lavere vurdering på 76 alligevel mere, da den udgør hele 15 % af den latente variabel. Generelt må det dog siges at alle målevariable har en relativt høj vurdering.

Der er ingen signifikante forskelle i svar forklaret af alder (bilag 32). Derimod er der signifikante sammenhænge mellem køn og alle spørgsmål på nær mht. fremtidigt helbred (Q17) (bilag 31). Nedenfor ses de kønsfordelte gennemsnitsvurderinger (Figur 12).

Figur 12: Beliefs under Udbytte, fordelt efter køn

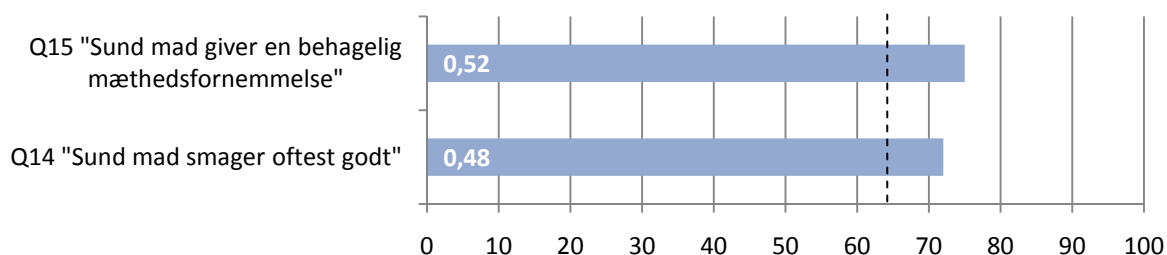
Kilde: Bilag 28.

Kvinderne vurderer generelt udbyttet ved at spise sundt lidt højere. Især i forbindelse med samvittighed (Q20). Mænd og kvinder vurderer dog udbyttet med hensyn til fremtidigt helbred ens.

Især samvittighed (Q20) skiller sig ud med en styrke i sammenhængen på ca. 15 %, dvs. at 15 % af forskellene i samvittighed (Q20) kan forklares med variablen køn (bilag 31). For de øvrige variable (på nær fremtidigt helbred, Q17) er denne sammenhæng ca. 8-9 %. Især samvittighed er altså kønsbestemt.

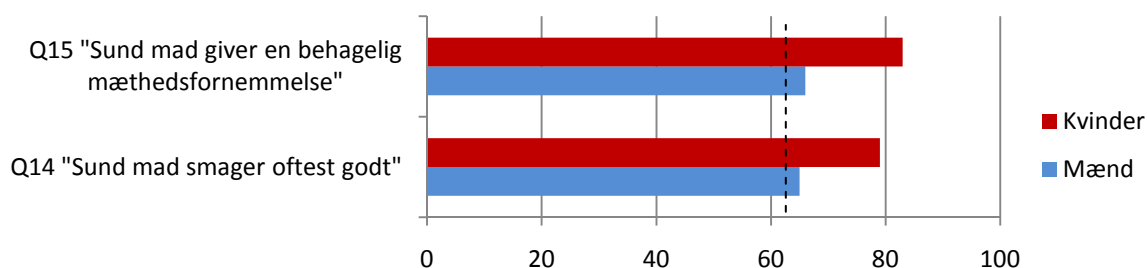
5.3.5.3 Egenskaber

Her undersøges målevariablene under den latente variabel kaldet Egenskaber. Som det fremgår af Figur 13, har denne latente variabel to målevariable som angår smag og mæthedsfornemmelse. Begge målevariable står for cirka halvdelen af den latente variabel.

Figur 13: Beliefs under Egenskaber**Kilde: Bilag 28.**

Det ses i Figur 13, at smag og mæthed vurderes relativt højt. Mæthedsfornemmelsen betyder dog mest med en vurdering på 75, mod vurderingen af smagen af sund mad på 72.

Der er ingen signifikante forskelle i svar forklaret af alder (bilag 32). Derimod er der signifikante sammenhænge mellem køn og begge spørgsmål (bilag 31). Styrken i sammenhængen er ca. 15 % for mæthedsfornemmelse (Q15) og ca. 10 % for smag (Q14). Generelt vurderer kvinder smag og mæthedsfornemmelse mere positivt. Nedenfor ses de forskellige gennemsnitsvurderinger fordelt på køn (Figur 14).

Figur 14: Beliefs under Egenskaber, fordelt efter køn**Kilde: Bilag 28.**

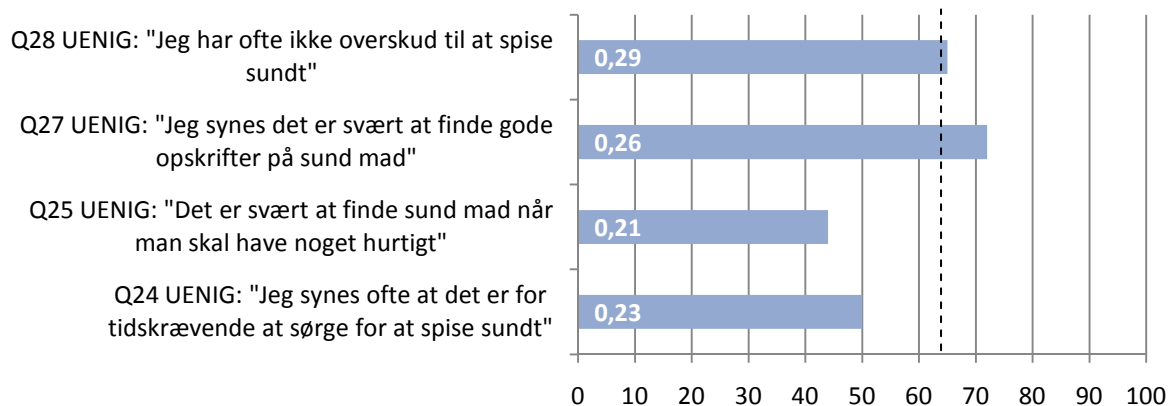
5.3.5.4 Opfattet adfærdskontrol

5.3.5.4.1 Målevariablenes performance generelt

I Figur 15 ses resultaterne for de målevariable som hører under den opfattede adfærdskontrol. Vurderingen af manglende overskudsfølelse (Q28) står for 29 % af den latente variabel. Vurderingen af mulighederne for at finde opskrifter på sund mad udgør 16 %, mens vurderingen af tidsforbrug mht. at sørge for at spise sundt (Q24) og at finde sund mad ved travlhed (Q25) udgør en lidt mindre andel, hhv. 23 % og 21 %. Tages vurderingerne af målevariablene i betragtning, er det indenfor begrebet opfattet adfærdskontrol overskud og

mulighederne for at finde opskrifter der er årsag til en højere motivation, mens opfattelsen af at det at spise sundt er tidskrævende, og til dels svært tilgængeligt, trækker væsentligt ned i motivationen.

Figur 15: Beliefs under Opfattet adfærdskontrol

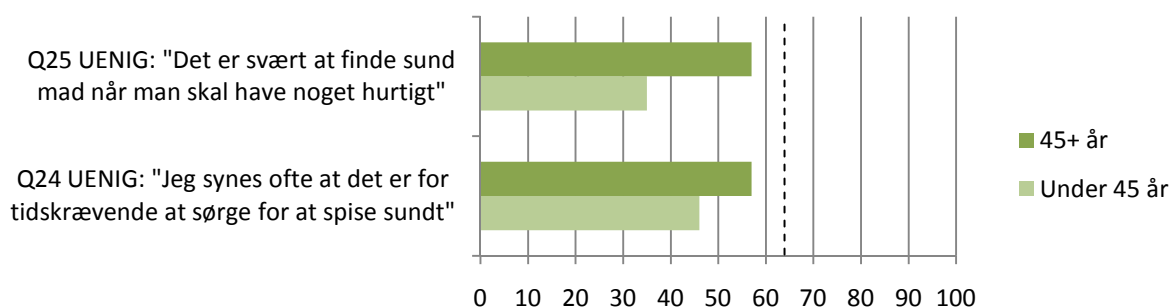


Kilde: Bilag 28.

5.3.5.4.2 Demografiske forskelle

Der er ingen signifikante forskelle i svar forklaret af køn (bilag 31). Derimod er der signifikante sammenhænge mellem alder og opfattelsen af at det er tidskrævende at sørge for at spise sundt (Q24) samt opfattelsen af at det er svært at finde sund mad ved travlhed (Q25) (bilag 32). I Figur 16 ses den gennemsnitlige vurdering fordelt på de to aldersgrupper.

Figur 16: Beliefs under Opfattet adfærdskontrol, fordelt efter alder



Kilde: Bilag 28.

Det ses at personer under 45 år opfatter, at det tager længere tid at få fat i sund mad end dem over 45 år. Styrken i sammenhængen er ca. 9 % for opfattelsen af at det er tidskrævende at sørge for at spise sundt (Q24) og ca. 16 % for opfattelsen af at det er svært at finde sund mad ved travlhed (Q25) (bilag 32).

Jeg har forsøgt at dele op efter andre aldersgrupper, hvilket også gav et resultat med signifikant sammenhæng. Dog er styrken i denne sammenhæng størst og derfor vælges denne, hvor der med størst sikkerhed kan siges, at der er en sammenhæng hvor dem over 45 år i højere grad er uenige i at det er for tidskrævende at sørge for at man spiser sundt, samt uenige i at det er svært at finde sund mad når man har brug for noget hurtigt. Dette giver mening, idet denne aldersgruppe ligeledes er mere motiveret end andre, da denne variabel, Opfattet adfærdskontrol, har stor indflydelse på hvor motiveret man er.

5.3.5.4.3 Afkodning af målevariablenes betydning

Man formår bedst at ændre motivationen til at spise sundt ved at øge danskernes opfattelse af at det er nemt og hurtigt at spise sundt, både når man selv køber ind til hverdag og når man køber mad udefra. På en skala fra 0-100 vurderes disse muligheder kun til henholdsvis 44 og 50, hvorfor der er rum for forbedring. Spørgsmålet er om det rent faktisk er tidskrævende at sørge for at man spiser sundt og om det rent faktisk er svært at finde sund mad når tiden er knap (evt. ved behov for fastfood eller færdigretter), hvilket kræver en indsats fra fødevarerbutikkerne eller om der skal en kommunikationsmæssig indsats til for at danskernes øjne åbnes for at det ikke er så svært. At det er tidskrævende at spise sundt kan ligeledes være udtryk for at det kræver omfattende kognitive processer at tænke over hvilke fødevarer der er sunde eller hvilke sammensætninger af sunde måltider man har lyst til, såvel som det kan være et udtryk for at man synes det tager lang tid at fysisk at finde de sunde fødevarer på hylderne.

Skal virksomhederne tilpasse deres budskaber i markedsføringen af sunde fødevarer bør de fremover prioritere den tidsmæssige faktor ved varen frem for udelukkende den sundhedsmæssige.

5.4 Delkonklusion på den kvantitative analyse

Determinanten Opfattet adfærdskontrol viste sig at være netop den latente variabel, som i højeste grad var årsag til danskernes manglende kostmæssige sundhedsmotivation. Grunden til at denne determinant viste sig at være så kritisk var, at effekten på motivationen var relativt høj, men at vurderingen derimod var relativt lav. De to identificerede beliefs med størst forbedringspotentiale relaterede sig til tid. Dermed er tid altså den kritiske belief som interessenter må holde for øje hvis danskernes sundhedsmæssige motivation skal øges.

Demografiske forskelle gjorde det udslag, at ovenstående særligt gælder for personer under 45 år.

De to determinanter der står bag den overordnede holdning til at spise sundt, Udbytte og Egenskaber, havde ligeledes en relativt høj effekt på motivationen. Dog var vurderingen relativt høj, hvorfor de kan betegnes som primære drivere, men ikke, som ved Opfattet adfærdskontrol, kritiske. Når interessenter skal udnytte danskernes sundhedsbevidsthed skal de derfor slå på tidsfaktoren, men de må ikke glemme Egenskaber og Udbytte, herunder særligt effekten på det fremtidige helbred. Udover det fremtidige helbred betød også det daglige helbred og vægt meget. Her var der dog ligeledes tale om demografiske forskelle. Efter de ovenstående nævnte beliefs prioriterede kvinder samvittigheden mere end mænd, og mænd prioriterede i stedet særligt udseendet.

6. Sekundær research

Da den kvalitative og den kvantitative analysedel hver især er foretaget på baggrund af primære data, er formålet med nærværende afsnit, at supplere resultaterne med sekundær empiri således, at en velovervejet rangering af fødevareproducenternes fokuspunkter kan foretages.

DTU Fødevareinstituttet har foretaget en undersøgelse af danskernes måltidsvaner, holdninger, motivation og barrierer for at spise sundt. Danskernes enighed i daglige bestræbelser på at spise sundt, altså motivationen, blev målt på en skala med følgende fire punkter: ”Nej, aldrig”, ”En gang imellem”, ”Ja, ofte” og ”Ja, meget ofte”. Størstedelen havde svaret ”Ja, ofte” (Groth, Sørensen, Jensen, Matthiessen, Kørup, & Fagt, 2009). Skalaen er ikke ekvidistant, men motivationen er til stede, om end med mulighed for forbedring. Dette svarer derfor godt overens med egne analyseresultater, hvor danskerne kun var delvist motiverede for at spise sundt.

Blandt de danskere der som minimum var delvist motiverede, var hovedårsagerne til denne motivation ifølge respondenterne selv, helbred, vægt og velvære (Groth, Sørensen, Jensen, Matthiessen, Kørup, & Fagt, 2009). Grunden til at nogle ikke spiste så sundt som ønsket, var hovedsageligt tid, vane og smag, mens meget få nævnte pris og modstand fra familien (Groth, Sørensen, Jensen, Matthiessen, Kørup, & Fagt, 2009).

Blandt de aldrig motiverede danskere, var årsagen blandt langt de fleste, at de mente at have det godt uden, desuden blev nævnt manglende interesse i mad og sundhed, samt hensyn til børn og manglende tid og evner (Groth, Sørensen, Jensen, Matthiessen, Kørup, & Fagt, 2009).

Ovenstående undersøgelse vil blive inkluderet i nedenstående analyse af de valgte fokuspunkter før rangering.

6.1 Tid

Egne analyseresultater viste, at tid var den kritiske faktor i forbindelse med at øge danskernes kostmæssige sundhedsmotivation, idet effekten på motivationen var høj, men at særligt de beliefs der relaterede sig til tid, havde et relativt stort forbedringspotentiale.

Som nævnt ovenfor (side 65), blev tid i DTU's undersøgelse angivet, som en af de vigtigste årsager til, at delvist motiverede danskere ikke fik spist så sundt som de gerne ville. Danskerne opfatter dermed at tid især er en medvirkende faktor til at det opleves som svært at få spist sundt.

Der er andre kilder der antyder, at tid er en afgørende faktor for manglende kostmæssig sundhedsmotivation. Louis, Chan og Greenbaum (2009) fandt at opfattet adfærdskontrol omtrent har samme effekt på motivationen som i egne analyseresultater, nemlig en korrelationskoefficient på 0,22. Ligeledes har de undersøgt indflydelsen af stress i forbindelse med at spise en sund kost. Her fandt de, at normal hverdagsstress er den faktor, der har størst betydning i forbindelse med den opfattede adfærdscontrols effekt på motivationen. Det vil altså sige, at er man stresset, er det den opfattede adfærdskontrol der får motivationen til at falde. Disse resultater understøtter, at det netop er tid, der er den faktor der reducerer den opfattede adfærdskontrol og derigennem motivationen.

Jævnfør Maddock, Silbanuz, og Reger-Nash (2008) er tilgængelighed vigtigere end tid når det gælder kostmæssig sundhedsmotivation. Mit argument er dog at tid og tilgængelighed er to sider af samme sag. I tilfælde af, at sund mad er fuldt tilgængelig, opfattes det ikke som svært at finde sund mad når man skal have noget hurtigt, da den sunde mad er lige indenfor rækkevidde. Derfor vil jeg ikke vælge at medtage tilgængelighed som yderligere et kritisk fokuspunkt, men blot påpege at tid handler om tilgængelighed såvel som tid individets har til rådighed. Maddocks, Silbanuz', og Reger-Nashs (2008) resultater med hensyn til tilgængelighed, bekræfter derfor blot tid som et nødvendigt fokuspunkt for interessenterne.

6.2 Helbred

Som tidligere nævnt (side 65), var helbred den vigtigste årsag til danskernes allerede eksisterende motivationsniveau. Jævnfør DTU Fødevareinstituttets rapport er helbred ikke kun nævnt med tanke på sygdom, men også med tanke på velvære (Groth, Sørensen, Jensen, Matthiessen, Kørup, & Fagt, 2009).

Dette bekræfter min egen formodning om at tanken på fremtidigt helbred i højere grad relaterer sig til at undgå sygdom, mens tanken på dagligt helbred i højere grad relaterer sig til velværet. Da både helbred og velvære blev nævnt som to af de vigtigste årsager (side 65), vil det sige, at både det daglige og fremtidige helbred, som ved egne analyseresultater, er en overordnet primær driver for den eksisterende motivation, mens vægt er sekundær. Tid derimod, er den kritiske driver med årsag til manglende motivation.

6.3 Vægt

Under de foretagne interviews oplevede jeg, at det at spise sundt ofte blev sidestillet med det at spise fedtfattigt, og at vægten var et vigtigt aspekt i forbindelse med at spise sundt. Dette er

også understøttet af PLS-analysens resultater. Jævnfør (Richardson, 2007) er det almindeligt at disse to begreber sidestilles. Ligeledes indgår fedt som en vigtig parameter i Fødevarestyrelsens kostråd, hvorfor fedtfattig mad hører ind under en sund kost. I DTU Fødevareinstituttets undersøgelse (side 65) blev vægt desuden nævnt som en af de vigtigste årsager til kostmæssig sundhedsmotivation.

Ovenstående viser, at vægt ligeledes er et særdeles vigtigt fokuspunkt i forbindelse med den kostmæssige sundhedsmotivation.

6.4 Øvrige fokuspunkter

6.4.1 Subjektiv norm

Jævnfør (afsnit 5.3.3.3, side 54) har den subjektive norm en total effekt på motivationen på kun 10 % sammenlignet med de øvrige variables effekt på mellem 22-27 %. Dermed blev konklusionen at den subjektive norm ikke har en ligeså høj betydning som de øvrige variable. Jævnfør de foretagne interviews (afsnit 4.1.4, side 42) mente interviewpersonerne heller ikke selv at normerne havde indflydelse på deres egen adfærd. Dog kan der sås tvivl om muligheden for reelt at måle den subjektive norm i tilfælde af, at man ikke selv anerkender andres effekt på ens egen adfærd.

Hede, Andersen og Greve (2006) behandler netop det sociale aspekt, og deres konklusion er, at normer spiller en afgørende rolle fordi samfundet har udviklet et slankt kropsideal (Hede, Andersen, & Greve, 2006, s. 26) Ifølge Hede, Andersen og Greve (2006), er det dog samfundet som helhed, der påvirker den subjektive norm. I min undersøgelse har jeg defineret referencegrupper som ”dem jeg kender” idet jeg vurderede at nærmeste omgangskreds er dem man sammenligner sig mest med. Det billede medierne påvirker danskerne med påvirker jo dem vi kender i højere eller lavere grad. Jeg mener ikke at det påvirker så meget hvis dem omkring én er ligeglade og vice versa. Derfor er det rimeligt kun at medtage denne gruppe.

Louis, Chan og Greenbaum har dog, modsat ovenstående, påvist at den subjektive norm kun har ringe indflydelse på den kostmæssige sundhedsmotivation (Louis, Chan, & Greenbaum, 2009). Der er dog andre studier der viser, at den subjektive norm ikke er helt uden betydning. Jævnfør Povey et. al (2000, s. 993), har det sociale aspekt stor indflydelse når det gælder madvaner. Povey et al (2000) kritiserer den måde hvorpå subjektiv norm er defineret i Theory of Planned Behavior (som Fishbeins model til dels bygger på, jævnfør afsnit 3.1.2). Kritikken går på at den subjektive norm fejlagtigt viser sig at have en svag sammenhæng med den

kostmæssige sundhedsmotivation. De adresserer problemet som følger: “One reason for this disparity may be the narrowness of this conception of normative influences in the TPB” (Conner, Martin, Silverdale & Grogan, 1996) refereret via (Povey, Conner, Sparks, James, & Shepherd, 2000). Povey et al (2000) deler i stedet det sociale aspekt op i tre dele: 1) *deskriptiv norm*, dvs. andres adfærd, 2) *subjektiv norm*, dvs. hvorvidt man mener at man bør udføre adfærden, og 3) *opfattet social support*, dvs. om andre støtter og hjælper en med at udføre adfærden (s. 993). Sammenlignet med dette har der i min undersøgelse kun indgået deskriptiv samt subjektiv norm. Jeg har således ikke spurgt ind til den opfattede sociale support, hvorfor variabelen subjektiv norm formentlig kan have en højere indflydelse end antaget, idet Povey et al (2000) tilskriver denne faktor en betydning for sundhedsmotivationen.

Om end den subjektive norm formentlig har en større effekt på motivationen end målt, viser studier, at den subjektive norm, modsat attitude og opfattet adfærdskontrol ikke har en direkte effekt på adfærd (Povey, Conner, Sparks, James, & Shepherd, 2000, s. 998). Dette øger igen den relative vigtighed af de to øvrige determinanter.

Er det tilfældet at den subjektive norm har større indflydelse end først antaget, bliver observationen af variabelen Subjektiv norm (jævnfør afsnit 5.3.4) signifikant vigtigere. Ydermere er det et sted hvor der virkelig er rum for forbedring. Opfattelsen af hvor sundt andre spiser vil dog ændres i takt med at flere begynder at spise sundt. Derfor ændrer dette ikke ved konklusionen om at tidsfaktoren er det primære indsatssted når det gælder at øge motivationen for at spise sundt.

6.4.2 Vane

I undersøgelsen af DTU Fødevarestyrelsen bliver vane ligeledes nævnt som årsag til at danskerne ikke spiser så sundt, som de gerne ville. Jævnfør forbrugeradfærdsteori (afsnit 3.2), er vane definitionen på lav involvering og dermed motivation. Jeg vil derfor ikke medtage dette som et fokuspunkt, da det er arbitrært at forsøge at øge involveringen ved at overbevise om at produktet kan give højere involvering.

6.5 Demografiske forskelle

6.5.1 Kønsforskelle

Jævnfør egne resultater er der kønsforskelle i den kostmæssige sundhedsmotivation. Dette var grundet en forskel i attituden overfor adfærden at spise sundt, både i form af de tilknyttede egenskaber som smag og mæthedsfornemmelse, samt det opfattede udbytte af at spise sundt.

Der er flere eksempler i den sekundære litteratur der understøtter at der skulle være forskelle på mænd og kvinders kostvaner (Billeschou, 2009), (Illemaan, 2009). Ifølge ernæringsekspert Preben Vestergaard Hansen fra SURHs Videnscenter, spiser mænd ofte usundere end kvinder. Ligeledes mener han, at mænds lavere motivation skyldes at de i højere grad vurderer at de allerede spiser sundt nok (Illemaan, 2009). ”Preben Vestergaard Hansen vurderer [desuden], at manglende tid får skylden for forskellen på mænd og kvinders kost, og at mænd har en opfattelse af at sund mad ikke smager godt” (Illemaan, 2009).

Sammenlignet med min undersøgelse er dette noget anderledes. Tid er i højere grad årsagen når det gælder alder, mens smag rigtig nok er en af årsagerne til at mænd er mindre motiverede. Ligeledes viste mine resultater, at mænd især adskiller sig fra kvinder ved at deres samvittighed ikke i ligeså høj grad har indflydelse på motivationen (afsnit 5.3.2, Figur 12, side 60). Dog viste undersøgelsen at problemet i højere grad ligger hos den yngre del af befolkningen end det ligger hos mændene. Men der skal selvfølgelig skelnes mellem motivation og adfærd. Såfremt mænd har tydeligt dårligere kostvaner end kvinder kan det skyldes at deres motivation i lavere grad munder ud i adfærd.

Det giver mening at mænd i højere grad vurderer at deres kostvaner er sunde nok, idet de ikke opfatter ligeså store udsving i fordelene alt efter hvor sundt man spiser. Dog er det problematisk at man i det hele taget vurderer at man spiser sundt nok, når det rent faktisk kun gælder for under tre procent af befolkningen. Denne vurdering er helt klart en motivationsdæmper.

6.5.2 Aldersforskelle

Selvom der er rigeligt sekundær empiri der påpeger kønsforskelle, er der knapt så meget der påpeger aldersforskelle. Dog konkluderer DTU Fødevareinstituttet på baggrund af deres undersøgelse af danskernes måltidsvaner, at der er aldersforskelle: ”Alder udviser ligeledes sammenhæng med sundhedsbevidsthed i forhold til kosten. I alle perioder er det aldersgruppen over 45 år, som især bestræber sig på at spise sundt, mens den unge aldersgruppe på 15-24 år lægger mindst vægt på det” (Groth, Sørensen, Jensen, Matthiessen, Kørup, & Fagt, 2009, s. 39)

Jeg har ligeledes påvist aldersforskelle i motivationen. Især er dem over 45 år signifikant mere motiverede end dem under 45 år. Denne forskel skyldtes især at dem under 45 år opfattede det tidsmæssigt mere besværligt og krævende at spise sundt. Derimod var der ikke evidens på yderligere aldersopdelinger end denne. Dog må det konkluderes at Groth et al

(2009) har et mere repræsentativt datasæt, hvorfor personer under 25 år må siges, at være de mindst motiverede.

6.5.3 Øvrige demografiske forskelle

Ud over de demografiske forskelle jeg fandt ud fra mit datamateriale, er der i den sekundært indsamlede empiri eksempler på øvrige demografiske forskelle. Uddannelse har ligeledes signifikant betydning for hvor tæt man er på at opfylde de officielle kostråd, hvor dem med højest uddannelse klarer sig bedst (Andersen, Jakobsen, Hansen, & Smed, 2009). Samtidigt har husholdningens størrelse en betydning for motivationen: ”I alle perioder [år 1995-2008] er husstande med én person de mindst sundhedsorienterede. Børnefamilierne befinder sig i en midtergruppe” (Groth, Sørensen, Jensen, Matthiessen, Kørup, & Fagt, 2009, s. 39) Herudover viser par og familier med større børn sig gennemgående at være mest motiverede for at spise sundt, hvilket kan hænge sammen med at de er ældre (Groth, Sørensen, Jensen, Matthiessen, Kørup, & Fagt, 2009, s. 39).

6.6 Rangering af fokuspunkter

På baggrund af ovenstående sekundær research sammenfattet med egne analyseresultater vælger jeg følgende tre primære fokuspunkter:

- 1) Tid
- 2) Helbred
- 3) Vægt

Baggrunden for at vælge tre fokuspunkter er, at forbrugeren jævnfør afsnit 7, er lavt involveret i købet af fødevarer, hvorfor forbrugeren jævnfør Assael kun benytter et begrænset antal (2004, s. 107) og langt mindre komplekse evalueringspunkter end ved høj involvering (2004, s. 99).

Prioriteringerne er valgt således, da både egne analyseresultater samt den sekundære research bekræfter dette. I det følgende afsnit 7, vil jeg benytte disse tre fokuspunkter til at vurdere hvilke implikationer det har for fødevareproducenter på det danske marked.

Tid er det fokuspunkt der relaterer sig til årsagen for hvorfor danskerne ikke spiser sundt på trods af en ellers positiv attitude herfor. Helbred samt vægt er årsagen til danskernes positive attitude for at spise sundt. Sammen udgør disse tre fokuspunkter altså et for danskerne udækket behov.

7. Resultaternes implikationer

I dette afsnit vil jeg undersøge hvilke konsekvenser den opnåede viden om danskernes kostmæssige sundhedsmotivation har for en udvalgt fødevareproducent og dennes markedsføring.

Jeg vil undersøge hvilke implikationer det har i forbindelse med:

- Segmentering og målgruppevalg
- Differentiering
- Positionering

Den tilgang man som producent bør tage i markedsføringen af sine produkter afhænger i høj grad af graden af involvering, idet forbrugerens beslutningsproces er forskellig alt efter om forbrugerens er højt eller lavt involveret i købet.

7.1 Forbrugerens udækkede behov

Forbrugernes lave motivation til at spise sundt skyldes et udækket behov. Forbrugerne har brug for en mulighed for at spise sundt, uden at det behøver være tidskrævende. Set fra fødevareproducenternes perspektiv betyder dette at der mangler enten sunde og fedtfattige alternativer til hurtig mad, eller hurtige alternativer til sund og fedtfattig mad, hvilket på sin vis er to sider af samme sag. Alternativt er der behov for at forbrugerne hurtigere kan planlægge sine selvsammensatte sunde måltider.

Et sådant udækket behov er lig med en strategisk mulighed for aktørerne på markedet for at øge markedet eller markedsandele (Aaker & McLoughlin, 2007). Dette har implikationer for de danske fødevareproducenter, idet: "The marketing concept states that marketers must first define the benefits consumers seek in the market place and gear marketing strategies accordingly" (Assael, 2004, s. 6). Dette citat understøtter at den tilvejebragte viden om danskernes kostmæssige motivation i form af et udækket behov medfører en række strategiske implikationer for blandt andet fødevareproducenterne.

Det er klart at alle fødevareproducenter ikke kan vælge samme strategi, da forbrugerne har mere end et udækket behov. Derfor har jeg valgt at tage udgangspunkt i et eksempel på en fødevareproducent der kan imødekomme det identificerede udækkede behov.

7.2 Involvering

Som nævnt under begrebsdefinitionen (afsnit 1.4.1), skelnes der mellem motivation, der angår den overordnede adfærd at spise sundt, mens involvering i stedet angår selve situationen hvor der vælges mellem konkrete fødevarer.

I teoriafsnittet (afsnit 3.2) blev det nævnt, at høj involvering forekommer når produktet er henholdsvis vigtigt for forbrugeren i form af, at det er knyttet til forbrugers selvbillende, symboliserer forbrugers værdier, er dyrt eller har en vigtig funktion. Ligeledes forekommer høj involvering når produktet har følelsesmæssig appel, er af vedvarende interesse, indebærer en risiko og relateres til gruppenormer.

Som udgangspunkt vil jeg argumentere for, at involveringen i sundheden af de enkelte fødevarer forbrugeren køber, er lav. Jævnfør Assael (2004, s. 96), er de fleste køb da også karakteriseret af lav involvering, hvorfor argumenterne for høj involvering bør være stærke.

Såfremt forbrugeren på én gang skulle foretage en beslutning om hvilken kost forbrugeren skulle spise resten af sit liv, ville involveringen være høj, da beslutningen dermed ville være forbundet med en signifikant risiko. Da den daglige kost købes løbende, er risikoen ved de enkelte beslutninger i hverdagen dog så lav, at den enkelte beslutning ikke er forbundet med en signifikant risiko, medmindre der er tale om for eksempel alvorlig allergi. Relativt er den økonomiske konsekvens af en forkert beslutning også lav, hvilket ligeledes argumenterer for en overordnet lav involvering.

Jeg vil dog argumentere for, at der er flere niveauer af involvering i købet af fødevarer, og at forbrugers overordnede involvering afhænger af graden af motivation til at spise sundt, men at denne involvering kun er højere for sundhedsrelevante fødevarer, et antal der afgøres af den overordnede motivation til at spise sundt. Altså befinder involveringen i fødevarer indenfor den lavere ende af skalaen, om end der er flere niveauer af involveringen.

En forbruger kan sagtens være højt involveret i almindelige dagligvarer (Assael, 2004, s. 109, 113), hvorfor jeg vil argumentere for, at involveringen i sunde fødevarer er en mulighed der især afhænger af graden af motivation til at spise sundt; For eksempel indebærer en belief om, at sund mad har en betydelig effekt på helbredet, en opfattet risiko, og idet resultaterne viste, at kostens effekt på helbredet var relativt vigtig for danskerne, vidner det om en opfattet risiko. Spredningen i motivationen (afsnit 5.1.2.1.3) vidner om forskellige motivationsniveauer, dermed er der også forskellige niveauer af involvering i valget mellem de forskellige fødevarebrands.

Det kan altså konkluderes at forbrugerens overordnede motivation for at spise sundt, har indflydelse på hvor involveret forbrugeren er i køb af enkeltvise fødevarer og deres sundhed. Dermed er der både forskellige af involveringsniveauer for den enkelte forbruger indenfor forskellige produktkategorier, men ligeledes har forbrugerne et forskelligt udgangspunkt der skyldes motivationsniveauet.

Genrelt er forbrugerne altså lavt involveret i køb af fødevarer. Derfor tager eksemplet med Dr. Oetker (afsnit 7.3) udgangspunkt i teorierne inertia og begrænset beslutningstagen (afsnit 3.2). Dog er der forskellige niveauer af involvering indenfor rammen af lav involvering og den rigtige strategi skal derfor udnytte den tilvejebragte viden om den kostmæssige sundhedsmotivation således, at involveringen i den pågældende fødevare øges.

7.3 Implikationer for Dr. Oetker

Jævnfør afsnit 7.1 om forbrugernes udækkede behov, blev det fastlagt, at der var et behov for enten sunde alternativer til hurtigt mad, hurtige alternativer til sund mad, eller for hurtigere planlægning og beslutningsmuligheder af selvsammensatte måltider.

I det følgende vil jeg tage udgangspunkt i Dr. Oetker og frysepizzaer, idet dette kan blive et hurtigt alternativ til andre sunde måltider, såfremt produktudviklingen bevæger sig i en sundere retning end hidtil.

7.3.1 Implikationer i forbindelse med at øge involveringen

Der er klare fordele ved forbrugere med en højere involvering, idet de forbliver mere loyale, hvorfor en relevant strategi er at øge forbrugernes involvering i produktkategorien.

Når forbrugerne er lavt involverede, vil det sige at de ikke bruger ressourcer på at udvælge eller forblive loyale overfor et brand og derfor skifter meget nemt (Assael, 2004). Derfor skifter de ligeledes meget nemt over til konkurrentens brand. Dette gør det nemt at erhverve nye kunder, men ligeledes svært at fastholde dem, grundet denne illoyalitet. En strategi der skal øge forbrugerens involvering kan dermed sikre mere loyale kunder, som vælger produktet på baggrund af enkelte udvalgte attributter.

Ifølge Assael (2004), kan involveringen i lavinvolveringsprodukter øges på flere måder. Enten ved at relatere produktet til noget involverende, som for eksempel at relatere ingredienser produktet til vigtigheden for helbredet, eller ved at skabe et opfattet problem som produktet kan løse, eller ved at relatere produktet til en for forbrugeren involverende og personlig situation. Ligeledes kan produktet relateres til en involverende reklame, som lægger

vægt på forbrugerens værdier, eller en involverende ingrediens kan tilføjes produktet. Desuden kan man forsøge at ændre forbrugerens opfattede vigtighed af enkelte beliefs, men dette er svært da de er tæt relateret til forbrugerens værdisystem (Assael, 2004, s. 111-112).

Umiddelbart finder jeg det mest hensigtsmæssigt, at tilføje en involverende ingrediens til produktet, da dette gør at frysepizzaen derved meget nemt kan positioneres som hurtigt, sund for helbredet og fedtfattig, såfremt frysepizzaens dej tilføjes fuldkornsmel og ligeledes får fedtindholdet reduceret.

Jævnfør analyseresultaterne forbinder danskerne allerede i høj grad sund mad med noget involverende, især helbred og vægt. At dette er involverende ses på den høje effekt på motivationen. I produktkategorien af frysepizzaer findes der ikke allerede noget alternativ som dækker dette behov, derfor vil det øge involveringen når produktet reklamerer med at indeholde sunde ingredienser eller et lavt fedtindhold. At der endnu ikke er frysepizzaer som er positioneret som enten sunde eller fedtfattige kan skyldes at forbrugerne ikke opfatter frysepizzaer som sunde eller fedtfattige, og at de er klar over dette når de går efter en frysepizza. Dog kan en frysepizza med fordel positioneres som et sundt og hurtigt måltid, såfremt man tilføjer en involverende ingrediens, som for eksempel fuldkorn.

7.3.2 Segmentering og målgruppevalg

Jævnfør Assael (2004), er det uhensigtsmæssigt at målrette forskellige markedsføringsstrategier til grupper med forskellig grad af involvering, idet det er dyrt og kan forvirre forbrugerne. I stedet bør produkterne differentieres, så producenten markedsfører flere brands med hver deres markedsføringsstrategi (Assael, 2004, s. 113-114)

For Dr. Oetker betyder dette, at de skal holde fast i deres øvrige brands af frysepizzaer, men markedsføre den sundt positionerede frysepizza til forbrugere med højere involvering grundet højere motivation for at spise sundt. De lavt involverede forbrugere vil dermed stadig veksle mellem de eksisterende brands, mens forbrugere som har interesse i at spise sundt, vil vælge den sundt positionerede frysepizza som et hurtigt alternativ til et selvsammensat sundt måltid.

Jævnfør analyseresultaterne samt den sekundære research, er de forbrugere som er mest motiverede for at spise sundt, kvinder over 45 år. Dog er de personer, som havde det største behov for et hurtigt alternativ til sund mad, kvinder under 45 år, idet årsagen til deres lavere motivation var at de trods en meget positiv attitude til sund mad, opfattede at det var for

tidskrævende. Umiddelbart vil denne gruppe af kvinder under 45 år derfor være mere motiverede for at vælge et hurtigt men sundt alternativ.

7.3.3 Differentiering og produktudvikling

Det første Dr. Oetker skal tage udgangspunkt i for at imødekomme målgruppens udækkede behov er produktudvikling. I produktudviklingen bør der tages højde for målgruppens interesse i sundhed, særligt på grund af helbred og vægt. De ingredienser der tilføjes for at opnå dette vil ligeledes involvere forbrugeren mere.

Den nye frysepizza skal være et hurtigt alternativ til et selvsammensat sundt måltid, og her lægger forbrugeren vægt på at det skal være godt for helbredet og vægten, hvorfor det nyudviklede produkt først og fremmest bør være fedtfattigt. Ligeledes bør de tilføre fuldkorn til frysepizzaens bund og en større mængde grøntsager end de konkurrerende brands. Ydermere skal det sikres at smag, konsistens og udseende kan konkurrere med de øvrige brands. Resten er herefter op til positioneringen af produktet.

7.3.4 Markedsføringsstrategi

Jeg vil i det følgende gennemgå de punkter der ifølge Assael (2004), er vigtige at tage højde for i sin markedsføringsstrategi når kunderne er lavt involverede i købet. Det er vigtigt at sørge for en omfattende distribution, da forbrugeren er lavt involveret, ligesom smagsprøver kan få forbrugeren til at skifte til det nye produkt (Assael, 2004, s. 110), men jeg vil kun gå i dybden med reklame, pris og in-store stimuli, da det er her implikationerne omkring den tilvejebragte viden om sundhed har størst betydning.

7.3.4.1 Positionering og reklame

Under lav involvering bør reklame være karakteriseret af gentagelse, hovedpointer frem for et informationsrigt grundlag. Samtidig bør det være visuelt og differentiere produktet fra konkurrenternes. Ovenstående gør, at tv er egnet som medie (Assael, 2004, s. 108-109).

Hovedpointerne bør være valgt ud fra de identificerede fokuspunkter, da forbrugeren ved lav involvering vælger ud fra meget få kriterier, men samtidigt bør man se på hvorledes konkurrerende produkter er positioneret.

Ved simpel observation i supermarkeder i Hovedstadsområdet, har jeg konstateret at markedet for frysepizzaer består af et meget dybt produktudvalg, men hvor meget få forsøger at positionere sig som sunde. Enkelte forsøger dog til dels at positionere sig som sunde, ved at

skilte med at de er økologiske, hvilket dog adskiller sig fra kostfordelingsmæssig sundhed. Udvalget af frysepizzaer med fuldkorn eller lavt fedtindhold er nærmest ikke-eksisterende. I butikker med stor sortimentsdybde er der oftest tre forskellige mærker af Dr. Oetker frysepizzaer og tre forskellige mærker af supermarkedets egne frysepizzaer. I Føtex var der for eksempel tre typer af frysepizzaer produceret af Dansk Supermarked. En økologisk udgave, samt ”budget”, en billig udgave og ”Princip”, en feinschmecker udgave. Dr. Oetkers eget udvalg bestod af ”Pizza Ristorante”, som er ægte italiensk kvalitet, ”Chicago Town”, som er amerikansk inspirerede pizzaer, og ”Casa di Mama”, som er inspireret af hjemmelavet italiensk pizza.

Ingen af pizzaerne indeholdt fuldkorn eller positionerede sig som kostfordelingsmæssigt sunde eller fedtfattige. De positionerede sig i stedet i forhold til ganske andre, men også meget forskellige værdier. Forbrugerne har mange behov, som fødevareproducenterne kan vælge at tilpasse sine produkter til, men set i lyset af afhandlingens analyseresultater, kan det undre at et hurtigt produkt som dette ikke har et sundt positioneret alternativ, men netop derfor kan Dr. Oetker, efter en sammenligning med de konkurrerende brands, med fordel positionere deres nye frysepizza efter tid, helbred og vægt.

I og med at det allerede ligger implicit, at en frysepizza er et hurtigt måltid, burde hovedpointerne i stedet være med henblik på helbred og vægt når produktet skal positioneres anderledes end konkurrenternes. Dog bør man jævnfør Keller, Sternthal og Tybout (2002), ikke kun fokusere på forskellene, men også på lighederne når et produkt positioneres. Deres argument for dette er, at dette jo netop er hvorfor produktet som udgangspunkt vælges. Skal man trække en parallel til Dr. Oetker og deres frysepizzaer, betyder dette, at de ikke bør forkaste den tidsmæssige hovedpointe i deres reklamestrategi.

Produkter til forbrugere med lav involvering positioneres som regel som problemminimerende, netop grundet den lave involvering, hvorimod der ved produkter til højt involverede forbrugere i stedet lægges vægt på de ønskede fordele (Assael, 2004, s. 109-110). Dette er endnu en grund til, at der bør lægges vægt på den tidsbesparende faktor, ligesom jeg mener, at dette vil trække forbrugerne fra substituerende produkter som et sundt sammensat, men tidskrævende måltid. De reklamekanaler samt -budskaber der planlægges, bør være valgt strategisk med målgruppen for øje.

7.3.4.2 Pris

Selvom resultaterne af den kvantitative undersøgelse ikke viste, at forbrugeren ikke opfattede prisniveauet på sund mad som demotiverende, kan prisen alligevel være vigtig i købsituationen. Prisen er nemlig særlig vigtigt for forbrugere med lav involvering, og dette er ligeledes et nemt valgkriterium, der gør, at forbrugeren ved inertia slipper for at bruge ressourcer på at foretage en beslutning (Assael, 2004, s. 110). Såfremt Dr. Oetker skal udvikle et helt nyt og sundere produkt, bør dette derfor ikke være signifikant opfattet dyrere end de øvrige brands. Dette kan dog diskuteres, idet forbrugerens involvering formentlig vil stige med motivationen, eftersom både krav om tid og sundhed opfyldes. For at udvide markedet, bør Dr. Oetker forsøge at ramme de forbrugere der i forvejen ikke køber færdigretter, idet de ikke tidligere har kunnet dække deres behov for sund mad. Prisen bør derfor være attraktiv set ud fra alternativomkostningen ved selv at købe ind til og bruge tid på at tilberede en sund pizza, selvom prisen sammenlignet med de øvrige brands ligeledes bør afspejle den opfattede merværdi af det sunde alternativ.

7.3.4.3 In-store stimuli

Det tredje punkt er *in-store stimuli*. De fleste køb ved lav involvering er uplanlagte, derfor er de stimuli som forbrugeren påvirkes af under sit besøg i butikken særligt vigtige ved lav involvering. Derfor skal produktet være synligt for forbrugeren, enten ved placering, salgsdisplays eller ved skiltning om f.eks. tilbud (Assael, 2004, s. 110). Dette understreger dog problematikken ved de lavt involverede forbrugere, idet der ikke skal meget til for at de igen skifter tilbage til et konkurrerende produkt. I stedet vil jeg fremhæve vigtigheden af, at produktets indpakning bør udstråle de tre fokuspunkter, så forbrugeren hurtigt kan træffe beslutningen om det sunde valg.

7.4 Implikationer i en generel kontekst

På baggrund af ovenstående cases vil jeg trække tråde til en mere generel kontekst. De implikationer det har for fødevareproducenter indbefatter produktudvikling, segmentering og markedsføring. Hvor alle dele må udvælges på baggrund af de valgte fokuspunkter samt viden om de demografiske forskelle.

Som resultatet af den kvantitative analyse viste, var det ikke problemet at det var svært at finde ud af hvordan man spiser sundt. Men problemet ligger i at det bliver for tidskrævende at sørge for at spise sundt, når man skal planlægge hvilken sund mad man skal tilberede og

hvilke indkøb det kræver, i stedet for at købe ind som man plejer og blive inspireret i supermarkedet uden at bruge ekstraordinære ressourcer på at undersøge om det er sundt. Problemet er derved at lavt involverede forbrugere bliver påvirket af mange forskellige stimuli under indkøb og i det hele taget. Udfordringen er så for fødevareproducenter, at ændre på opfattelsen af at det er tidskrævende og besværligt at spise sundt, så de danske forbrugeres motivation øges og dermed vil involveringen i købet af de sunde produkter øges, hvilket betyder selektion af de produkter fra fødevareproducenter der har haft succes med denne holdningsbearbejdning. Dette betyder blandt andet at danskerne skal kunne spise sundt uden nævneværdigt at ændre kostvaner og uden nævneværdigt at øge den tid de bruger på beslutninger og indkøb. De sunde fødevarealternativer skal altså blomstre op indenfor enhver kategori af fødevarer, således at den lavt involverede forbruger ikke behøver ændre kostvaner, ligesom de sunde fødevarealternativer tydeligt skal markere det sunde valg, således at beslutningen ikke kræver yderligere kognitive ressourcer.

Først og fremmest har afhandlingens resultater implikationer for fødevareproducenterne i forbindelse med produktudvikling. Der er et udækket behov for produkter der ikke er tidskrævende, er kostfordelingsmæssigt sunde for helbredet, samt fedtfattige. Fødevareproducenterne bør derfor sørge for at udvikle disse alternativer indenfor hver produktkategori. Der bør især fokuseres på at udvikle sunde alternativer indenfor produktkategorier indenfor færdigretter.

Produktudviklingen er ikke det eneste sted hvor fokus bør ændres. Det nye produkt bør positioneres således, at det tager udgangspunkt i de tre identificerede fokuspunkter. Dette har derfor ligeledes implikationer for markedsføringsstrategien, hvor der især bør tages udgangspunkt i at forbrugeren er lavt involveret og at målgruppen er kvinder under 45 år med en travl hverdag. Disse kvinder er allerede motiverede for at spise sundt, grundet en meget positiv attitude, men opfattelsen er, at det er for tidskrævende. Når fødevareproducenter skal segmentere og udvælge en målgruppe, skal de dermed især have køn og alder for øje.

Indtil danskernes holdning til om det er tidskrævende at spise sundt ændres, må de enkelte fødevareproducenter tage udgangspunkt i at indkøb af madvarer er kendetegnet ved relativt lav involvering, og tilpasse sine produkter til danskernes behov med udgangspunkt i, at danskerne mangler motivationen grundet at tid er en knap ressource og at høj involvering relativt kræver for mange kognitive processer. De kan derved tilpasse sig det identificerede behov ved at tilbyde sunde produkter som det kræver mindst muligt at udvælge og tilberede.

Dermed sikres det at forbrugeren har større interesse i at udvælge netop dette produkt. Dog er forbrugerne med den relativt lave involvering stadig sårbare overfor andre budskaber.

8. Validitet, reliabilitet og generaliserbarhed

For at afgøre den endelige konklusions styrker og begrænsninger vil jeg i nærværende afsnit vurdere afhandlingens validitet, reliabilitet samt generaliserbarhed. Da dette til dels er begrænset af ressourcer til rådighed, vil jeg ligeledes samle op på hvad jeg har gjort for at sikre mig mod problemer i denne sammenhæng.

Validiteten er sikret ved at de beliefs der måles på, er udledt på baggrund af interviews med personer i målgruppen. Enkelte målevariable dækker over flere aspekter og dermed er der foretaget en afkodning af de målevariable der har indflydelse på PLS-analysens resultater. Ligeledes er der benyttet sekundær litteratur til at bekræfte den adfærdsspecifikke tilpasning af modellen. Risikoen for systematiske fejl er dermed påpasseligt søgt reduceret.

Reliabiliteten ved interviews er generelt lav, men ved at foretage et stort antal interviews reduceres dette. Reliabiliteten ved spørgeskemaundersøgelsen er langt højere idet spørgeteknikken og udformningen har været fuldkommen ens. Dog er undersøgelsens respondenter ikke rekrutteret som værende blandt en tilfældig stikprøve og derfor er reliabiliteten alligevel lav. Dog har jeg sørget for at en god fordeling i køn og alder, da disse parametre viste sig at være afgørende i forbindelse med motivationen til at spise sundt. Ligeledes har jeg for at sikre afhandlingen større reliabilitet, suppleret egne resultater med sekundær research før udvælgelsen af fokuspunkter.

Til trods for ovenstående modargumenter mod perfekt validitet og reliabilitet, vil jeg dog alligevel argumentere for at afhandlingens resultater til en vis grad kan generaliseres til den danske befolkning i aldersgruppen 20-59 år. Jeg mener at dette især skyldes, at egne analyseresultater er underbygget af sekundære datakilder, samt teoretikere fra akademiske artikler.

Dermed har konklusionen altså en del styrker, om end den er ledsaget af en række begrænsninger. I perspektivering vil jeg derfor ligeledes behandle hvad der fremover kræves af forskning for at komme fuldendt til bunds i problemet.

9. Konklusion

Det må givetvis være interessant om virksomhedens markedsandel kan øges ved at appellere til danskernes sundhedsbevidsthed og deres behov for et godt helbred og ideelvægt uden at det behøver at være tidskrævende. Men hvad motiverer danskerne til at spise sundt, hvad er årsag til den eksisterende motivation, hvad kan øge den, og hvilke implikationer har dette nødvendigvis for fødevareproducenterne?

På baggrund af de kvalitative studier, samt efterfølgende faktor- og PLS-analyse blev de endelige resultater for hvilke adfærdsmæssige, normative og kontrolbeliefs der indgår under danskernes kostmæssige sundhedsmotivation. De adfærdsmæssige beliefs kunne deles op i *beliefs der relateres til den sunde mads egenskaber*, herunder smag og mæthedsfornemmelse, samt *beliefs der relateres til den sunde mads udbytte*, herunder udbyttet i forbindelse med helbred, vægt, udseende, samvittighed, overskud og humør. De normative beliefs indeholdt andres adfærd og holdninger i forbindelse med sund mad. Kontrolbeliefs omhandlede begrænsninger i form af manglende overskud, sværhedsgraden ved at finde på mad samt manglende tid og tilgængelighed.

Ved løsning af den strukturelle model viste det sig, at danskernes generelt kun var nogenlunde motiverede for at spise sundt. De primære drivere af motivationen var attituden, hvilket skyldtes den høje totale effekt på motivationen og ligeledes en høj vurdering af de adfærdsmæssige beliefs om den sunde koster betydelige effekt på helbred og vægt.

Den opfattede adfærdskontrol havde dog lige knapt samme høje effekt på motivationen og grundet den negative vurdering af de tilhørende kontrolbeliefs, herunder særligt de der relaterede sig til tid, blev denne determinant identificeret som den kritiske driver for danskernes kostmæssige sundhedsmotivation. Ligeledes havde denne determinant dog det største forbedringspotentiale, hvilket understreger vigtigheden af at appellere til denne i markedsføringen af fødevarer. Dette skyldes at forbrugeren ved højere motivation vil være mere involveret i købet og foretage en bevidst beslutning med tid og sundhed som højt vægtede kriterier. Den subjektive norm viste sig at have en forholdsvis lav effekt.

Danskernes generelt lave kostmæssige sundhedsmotivationsniveau gør, at involveringen i valget mellem konkurrerende produkter er lav. Dette betyder at forbrugeren let fristes til at afprøve andre produkter og forbliver illoyal overfor den pågældende fødevareproducent. Involveringen kan dog øges ved at sørge for en produktudvikling der tilfører produktet sunde og involverende ingredienser, samt at positioneringen ligeledes fokuserer på de rangerede

fokuspunkter tid, helbred og vægt i gentagen reklame og in-store stimuli, således at forbrugeren lægger vægt på disse kriterier i sit valg mellem brands.

10. Perspektivering

Modellen havde en moderat forklaringsgrad, som vil stige med antallet af respondenter i stikprøven, men ligeledes ved yderligere forskning i hvilke beliefs der bør indgå i modellen. For en fuldstændig afkodning af modellens variable bør der ligeledes foretages yderligere dybdeinterviews eller lignende kvalitative metoder. Samtidig kan der periodevis foretages undersøgelser af udviklingen i danskernes kostmæssige sundhedsmotivation, ved at gentage og sammenligne analysens resultater.

Det er givet, at danskernes motivation ikke øges alene ved at involveringen i enkelte sundhedsrelevante produktkategorier øges. Motivationen til at spise sundt er langt mere generel og der må derfor ske en indsats på flere områder. Fødevareministeriet er for nyligt begyndt at fokusere på tid som en parameter i deres strategi hvor de vil samarbejde med blandt andet Monark og McDonald's om at udvikle en kampagne der skal få danskerne til at vælge et sundere fastfood-alternativ (Jung, 2010).

Dette kombineret med en indsats i skoler, på arbejdspladser, detailhandlen med videre, kan i et samlet perspektiv øge danskernes kostmæssige sundhedsmotivation, såfremt der først og fremmest fokuseres på parameteren tid.

Tager man helt og holdent udgangspunkt i forbrugerens behov, kunne følgende idé gøre det langt mindre tidskrævende at sørge for at man spiser sundt, idet udvalget af alle fødevarer er tilgængelige, men hvis man vil spise sundt kan man holde sig til et nøje afgrænset område; Et supermarked med grønt gulv i afdeling med fødevarer man bør spise jævnlige, gult gulv i en afdeling med fødevarer man kun bør spise af og til, samt rødt gulv i en afdeling med fødevarer man kun bør spise sjældent.

For supermarkeder og producenter af gule og røde fødevarer er dette ikke en interesse, idet salget af disse fødevarer vil falde, medmindre det vil gøre forbrugerne så motiverede at disse typer af supermarkedet tiltrækker nok kunder og at salget af de sunde fødevarer tilsvarende ville stige. På nuværende tidspunkt finder jeg det usandsynligt at dette ville ske, til trods for at mine analyseresultater dokumenterer, at en opfattelse af at det er mindre tidskrævende at spise sundt, ville medføre høj involvering, hvilket gør forbrugerne informationsopsøgende og mindre sårbare overfor andres budskaber. Indtil da, må fødevareproducenterne tage udgangspunkt i forbrugernes nuværende motivationsbehov og differentiere samt positionere produkter på baggrund af dette. Men er der succes med at øge de danske forbrugeres motivation til at spise sundt, vil involveringen fremover øges yderligere.

11. Referencer

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* (50), 179-211.
- Andersen, L. M., Jakobsen, A., Hansen, L. G., & Smed, S. (4. September 2009). Sundhedsinformation: Oplysning eller en kamp om "det rigtige liv"? *Samfundsøkonomen* , s. 37-42.
- Ankersborg, V., & Boolsen, M. W. (2009). *Tænk selv! : Videnskabsteori og undersøgelsesdesign i samfundsvidenskab*. København: Politiske Studier.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2000). Social Cognition Models and Health Behavior: A Structured Review. *Psychology and Health* , 15, 173-189.
- Assael, H. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Cincinnati: International Thomson Publishing.
- Assael, H. (2004). *Consumer Behavior: a Strategic Approach*. New York: Houghton Mifflin Company.
- Bagozzi, R. P. (1994). *Advanced Methods of Marketing Research*. Oxford: Blackwell Business.
- Billeschou, C. (18. November 2009). Jeg skal ikke bestemme hvad folk spiser. *Dynamo* , s. 7.
- Bisgaard, M. (28. Marts 2007). *Madkultur*. Hentede 11. Juni 2010 fra Holdninger: <http://www.madkultur.dk/?article=1175075926>
- Chaudhuri, A. (2006). *Emotion and Reason in Consumer Behavior*. Oxford: Elsevier.
- Copenhagen Business School. (2009). *E-campus*. Hentede 14. Juni 2010 fra Cand.merc. i Økonomisk markedsføring (EMF): <https://e-campus.dk/portal/pls/portal/docs/1/442013.PDF>
- Danmarks Statistik. (2008). *Statistiske efterretninger: Befolkningens brug af internet 2008*. København: Danmarks Statistik.
- Fishbein, M. (2000). The Role of Theory in HIV Prevention. *Aids Care* , 12 (3), 273-278.
- Fishbein, M., & Cappella, J. N. (2006). The Role of Theory in Developing Effective Health Communications. *Journal of Communication* , 56, S1-S17.

Fogt, L. (22. Maj 2004). *Berlingske Tidende*. Hentede 16. Juni 2009 fra Sundhedskampagner trænger ikke ind hos danskerne: <http://www.berlingske.dk/viden/sundhedskampagner-traenger-ikke-ind-hos-danskerne>

Fornell, C., & Cha, J. (1994). Partial Least Squares. I R. P. Bagozzi, *Advanced Methods of Marketing Research* (s. 52-78). Oxford: Blackwell Business.

Frewer, L. J., Risvik, E., & Schifferstein, H. N. (2001). *Food, people and society : a European perspective of consumers' food choices*. Berlin: Springer-Verlag / Heidelberg.

Fødevarestyrelsen. (2. Maj 2010). *Alt om Kost*. Hentede 16. September 2010 fra De 8 kostråd: http://www.altomkost.dk/Anbefalinger/De_8_kostraad/forside.htm

Fødevarestyrelsen. (21. April 2008). *Mission og vision*. Hentede 2. August 2010 fra Fødevarestyrelsen: <http://www.fvst.dk>

Fødevarestyrelsen. (16. Juni 2009). *Nøglehulsmærket*. Hentede 2. August 2010 fra Fødevarestyrelsen: <http://www.fvst.dk>

Fødevarestyrelsen. (21. December 2009). *Om fødevarestyrelsen*. Hentede 2. August 2010 fra Fødevarestyrelsen: <http://www.fvst.dk>

Fødevarestyrelsen. (21. December 2009). *Om styrelsen*. Hentede 2. August 2010 fra Fødevarestyrelsen: <http://www.fvst.dk>

Fødevarestyrelsen. (5. Januar 2009). *Vælg fuldkorn først - ny sundhedskampagne*. Hentede 2. August 2010 fra Fødevarestyrelsen: <http://www.fvst.dk>

Garson, G. D. (26. Februar 2009). *Partial Least Squares Regression (PLS)*. Hentede 4. December 2009 fra NC State University: College of Humanities and Social Sciences: <http://faculty.chass.ncsu.edu/garson/PA765/pls.htm>

Groth, M. V., Sørensen, M. R., Jensen, A. B., Matthiessen, J., Kørup, K., & Fagt, S. (2009). *Danskernes måltidsvaner, holdninger, motivation og barrierer for at spise sundt 1995-2008*. DTU Fødevareinstituttet, Afdeling for ernæring.

Hede, A., Andersen, J., & Greve, M. (2006). *Er sundhed et personligt valg? - et debatoplæg om forebyggelse i Danmark*. Huset Mandag Morgen og TrygFonden.

Hornik, R., & Woolf, K. D. (1999). Using Cross-Sectional Surveys to Plan Message Strategies. *Social Marketing Quarterly*, 34-41.

- Illemann, M. F. (10. Juni 2009). *Sådan spiser mænd og kvinder*. Hentede 11. Juni 2010 fra DR Sundhed: <http://www.dr.dk/sundhed/livetsfaser/Maend/Artikler/2009/0610133039.htm>
- Jensen, J. M., & Knudsen, T. (2006). *Analyse af spørgeskemadata med SPSS: Teori, anvendelse og praksis*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Jung, E. (3. September 2010). *Berlingske.dk*. Hentede 4. September 2010 fra Fødevareminister: Dansk fastfood er usund: <http://www.berlingske.dk/danmark/foedevareminister-dansk-fastfood-er-usund>
- Jørgensen, M. M. (19. Oktober 2009). *Berlingske Tidende*. Hentede 14. Juni 2010 fra Vi er for dovne til at være sunde: <http://www.berlingske.dk/danmark/vi-er-dovne-til-vaere-sunde>
- Keller, K. L., Sternthal, B., & Tybout, A. (September 2002). About Your Brand. *Harvard Business Review* , s. 80-86.
- Krøyer, M. C., & Jønsson, P. (2010). *Kendskab til Nøglehulsmærket og kampagnen "Nemt at vælge sundere"*. København: Fødevarestyrelsen og YouGov Zapera.
- Kuenzel, J., & Musters, P. (August 2007). Social interaction and low involvement products. *Journal of Business Research* , 60 (8), s. 876-883.
- Louis, W. R., Chan, M. K.-H., & Greenbaum, S. (2009). Stress and the Theory of Planned Behavior: Understanding Healthy and Unhealthy Eating Intentions. *Journal of Applied Social Psychology* , 39 (2), 472-493.
- Lykke, L., & Knudsen, J. W. (29. Januar 2009). Under 3 procent lever efter kostrådene. *Børsen* , s. 18-19.
- Maddock, J. E., Silbanuz, A., & Reger-Nash, B. (2008). Formative Research to Develop a Mass Media Campaign to Increase Physical Activity and Nutrition in a Multiethnic State. *Journal of Health Communication* (13), s. 208–215.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2007). *Marketing Research: An Applied Approach* (3. udg.). Harlow: Prentice Hall/Financial Times.
- Marcoulides, G. A., Chin, W. W., & Saunders, C. (Marts 2009). A Critical Look at Partial Least Squares Modeling. *MIS Quarterly* , 33 (1), s. 171-175.

Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri. (8. Juli 2008). *Ministeriets organisation*.

Hentede 2. August 2010 fra Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri:

<http://www.fvm.dk>

Povey, R., Conner, M., Sparks, P., James, R., & Shepherd, R. (2000). The Theory of Planned Behaviour and Healthy Eating: Examining Additive and Moderating Effects of Social Influence Variables. *Psychology and Health*, 991-1006.

Richardson, A. (2007). Eating-Related Health Behaviors: Creation of the new Health Behaviors Decision and Enactment Model. *Conference Papers -- American Sociological Association* (s. 1-19). University of Georgia.

Ringle, C. M., Wende, S., & Will, S. (2005). *SmartPLS 2.0 (M3) Beta*. Hamburg:

<http://www.smartpls.de>.

Schumacker, R. E. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (2. udg.).

Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Wegener, D. T., & Carlston, D. E. (2005). Cognitive Processes in Attitude Formation and Change. I D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna, *The Handbook of Attitudes* (s. 493-542). London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Oppen, C. v. (Marts 2009). Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration. *MIS Quarterly*, 33 (1), s. 177-195.

Aaker, D. A., & McLoughlin, D. (2007). *Strategic Market Management: European Edition*.

West Sussex: John Wiley & Sons.

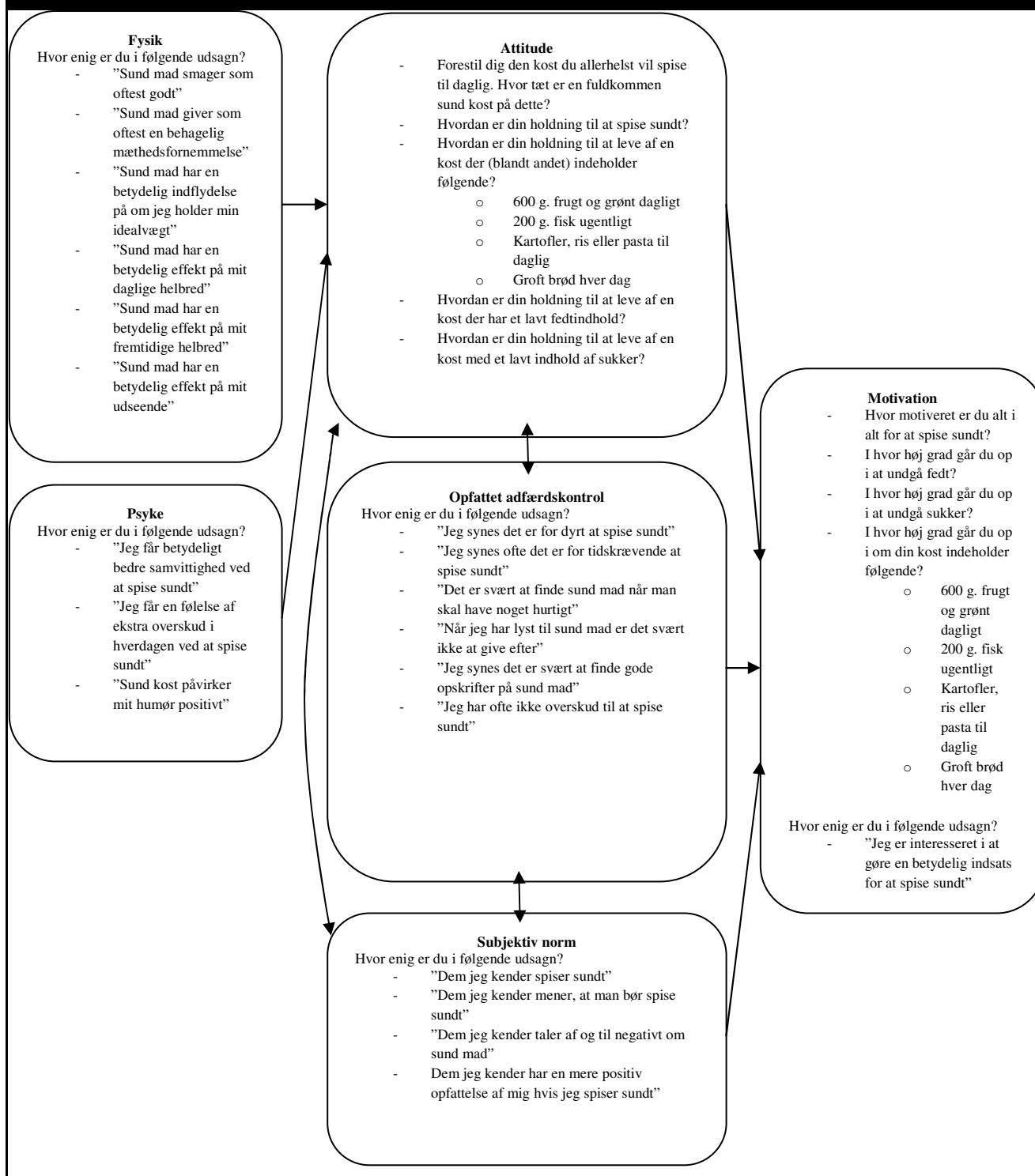
12. Bilag

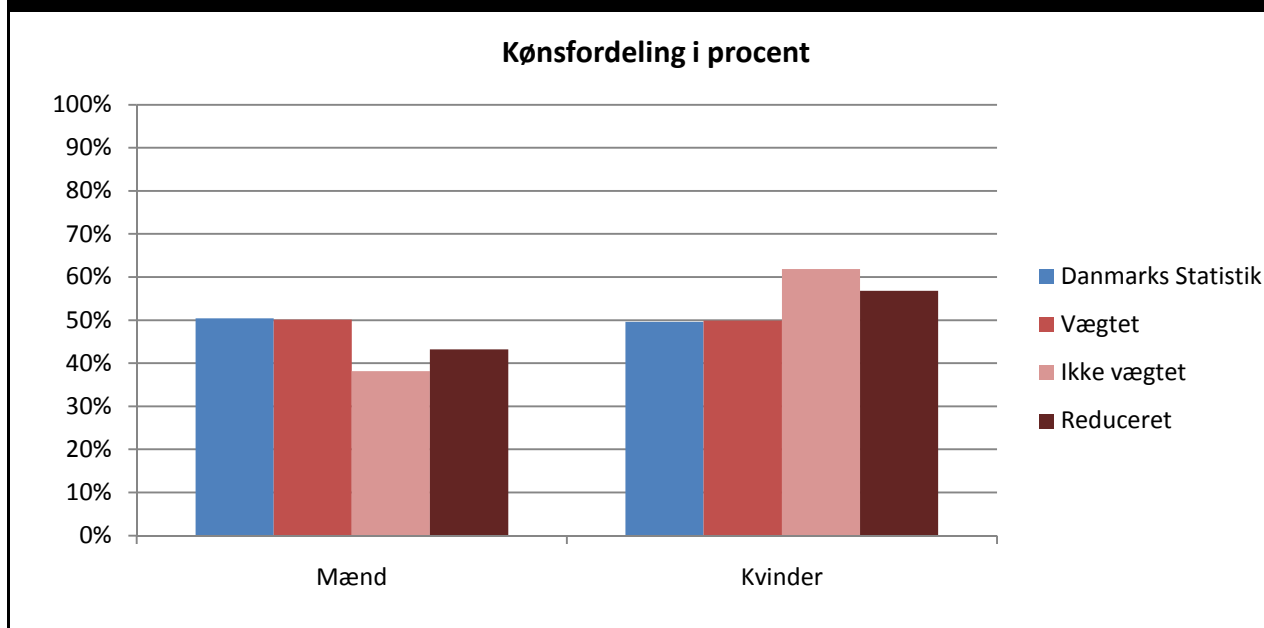
Bilag 1: Interviewguide	3
Bilag 2: Model over spørgsmålsbatteri til den kvantitative analyse	4
Bilag 3: Frekvenstabel over respondenternes kønsfordeling	5
Bilag 4: Frekvenstabel over respondenternes aldersfordeling	5
Bilag 5: Oversigt over respondenternes bopælsområde	6
Bilag 6: Oversigt over respondenternes uddannelse	6
Bilag 7: Oversigt over respondenternes erhverv	7
Bilag 8: Oversigt over respondenternes husstandsstørrelse	7
Bilag 9: Oversigt over respondenternes Indkomst	8
Bilag 10: Krydstabel over motivation og køn	8
Bilag 11: SPSS Output af Chi-square test – Overordnet motivation x køn	9
Bilag 12: SPSS Output af Phi og Cramer's V – Overordnet motivation x køn	10
Bilag 13: Krydstabel over motivation og alder	10
Bilag 14: SPSS Output af Chi-square test – Overordnet motivation x alder	11
Bilag 15: SPSS Output af Phi og Cramer's V – Overordnet motivation x alder	11
Bilag 16: Frekvenstabel over respondenternes motivation	12
Bilag 17: Faktoranalysens KMO og Bartlett's test	13
Bilag 18: Resultat af faktoranalyse etape 2	13
Bilag 19: Resultat af faktoranalyse etape 3	14
Bilag 20: Resultat af faktoranalyse etape 1	14

Bilag 21: PLS Output - Outer loadings	15
Bilag 22: SmartPLS Output – Målemodellens validitet	16
Bilag 23: PLS - Egne beregninger af AVE betingelser på baggrund af bilag 22	16
Bilag 24: SmartPLS Output – Den strukturelle models validitet	16
Bilag 25: SmartPLS Output - LV performance	17
Bilag 26: SmartPLS Output – T-værdier før Bootstrapping resultat	17
Bilag 27: SmartPLS Output – T-værdier efter Bootstrapping resultat	17
Bilag 28: Oversigt over vurderinger af målevariable	18
Bilag 29: Beliefs under Subjektiv norm (ved alternativ sammensætning)	19
Bilag 30: SmartPLS Output – Effekter mellem de latente variable.....	19
Bilag 31: Oversigt over signifikante sammenhænge mellem køn og målevariable	19
Bilag 32: Oversigt over signifikante sammenhænge mellem alder og målevariable	20
Bilag 33: Spørgeskema	21
Bilag 34: Transskribering af interviews	44
Bilag 35: Oversigt over interviewpersoner.....	57

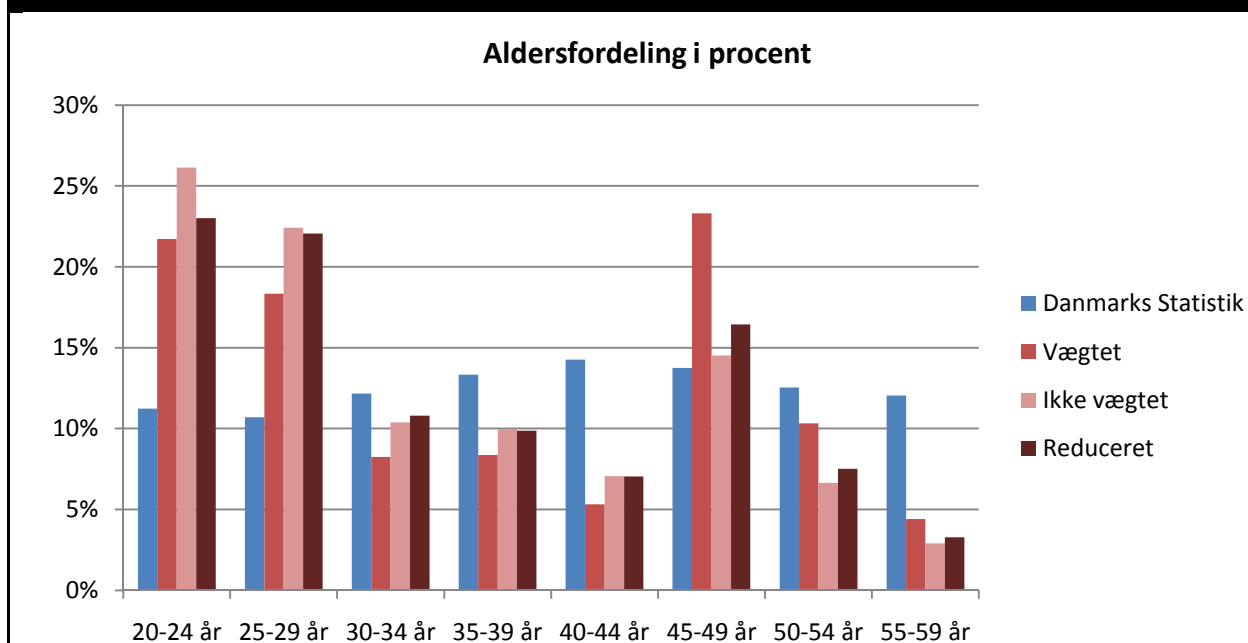
Bilag 1: Interviewguide	
START	Hvilke tanker gør du dig omkring den mad du spiser?
MOTIVATION	Hvor meget går du op i at du spiser sundt? Går du nogen gange mere op i det end andre? - Hvad kan få dig til at gå mere op i det? - Hvad kan få dig til at gå mindre op i det? - Kan du mærke når du bliver mindre motiveret for at spise sundt? - o Hvilke tegn lægger du mærke til? Synes du at du får noget ud af at spise sundt? - Nogen umiddelbar effekt? - Belønner du eller straffer dig selv?
BELIEFS BAG ATTITUDE	Når du snakker om at spise sundt, hvad er det så for noget mad du mener? Hvilke fordele ser du ved at spise sundt? Hvorfor er det fordele? Hvilke ulemper ser du ved at spise sundt? Hvorfor er det ulemper?
OPFATTET	Synes du at det er nemt at sørge for at du spiser sundt?
ADFÆRDSKONTROL	Hvad gør det nemt? Hvad gør det svært? Hvorfor er det svært når man ikke har tid?
SUBJEKTIV NORM	Når du spiser sammen med andre du ikke spiser med til hverdag, er maden så mere eller mindre sund? Hvorfor? Hvad synes du om det? Hvor meget går dem du kender op i at spise sundt? ”Dem du kender” er det venner, familie, kollegaer? - Hvem går mest op i det? - Hvem går mindst op i det? - Hvordan ved du hvor meget de går op i det? - Hvem snakker mest om det? - Er det noget der kan motivere eller demotivere dig til at spise sundere?
ATTITUDE	Hvad er din holdning til det at spise sundt? Er du positiv eller negativ overfor det? - Hvorfor? - Hvorfor ikke? Husk: Kan du tænke tilbage på en situation hvor du... Hvad gjorde at du...

Bilag 2: Model over spørgsmålsbatteri til den kvantitative analyse

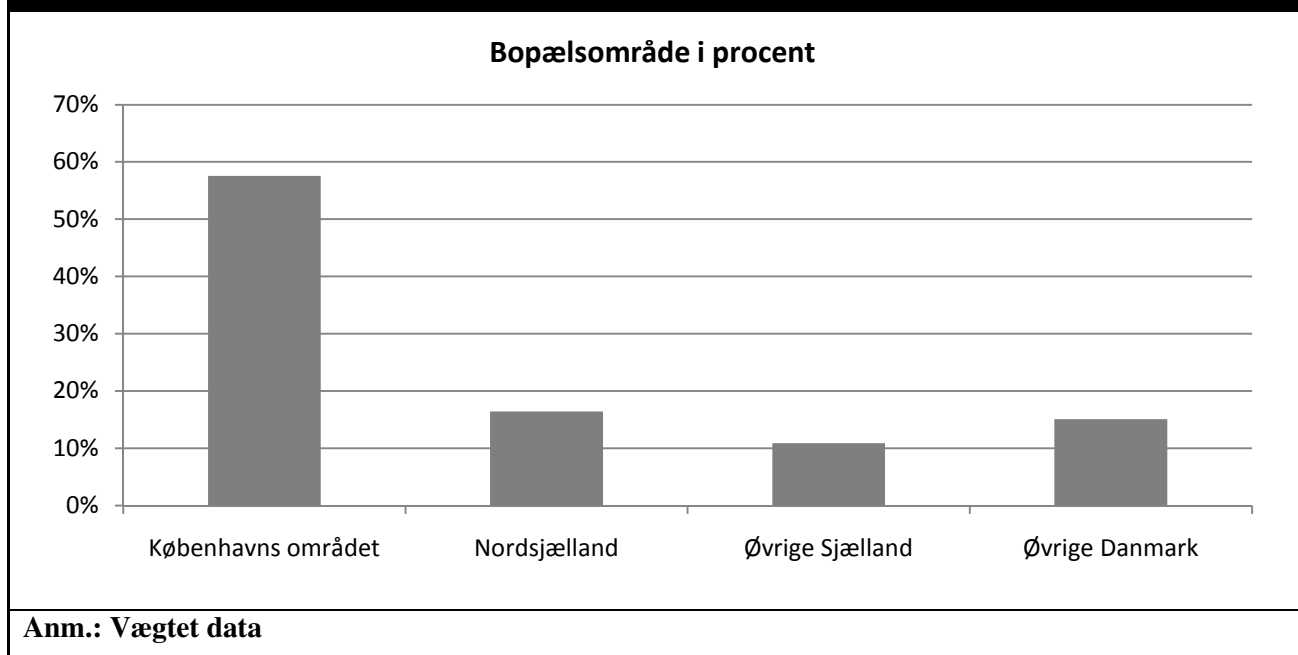
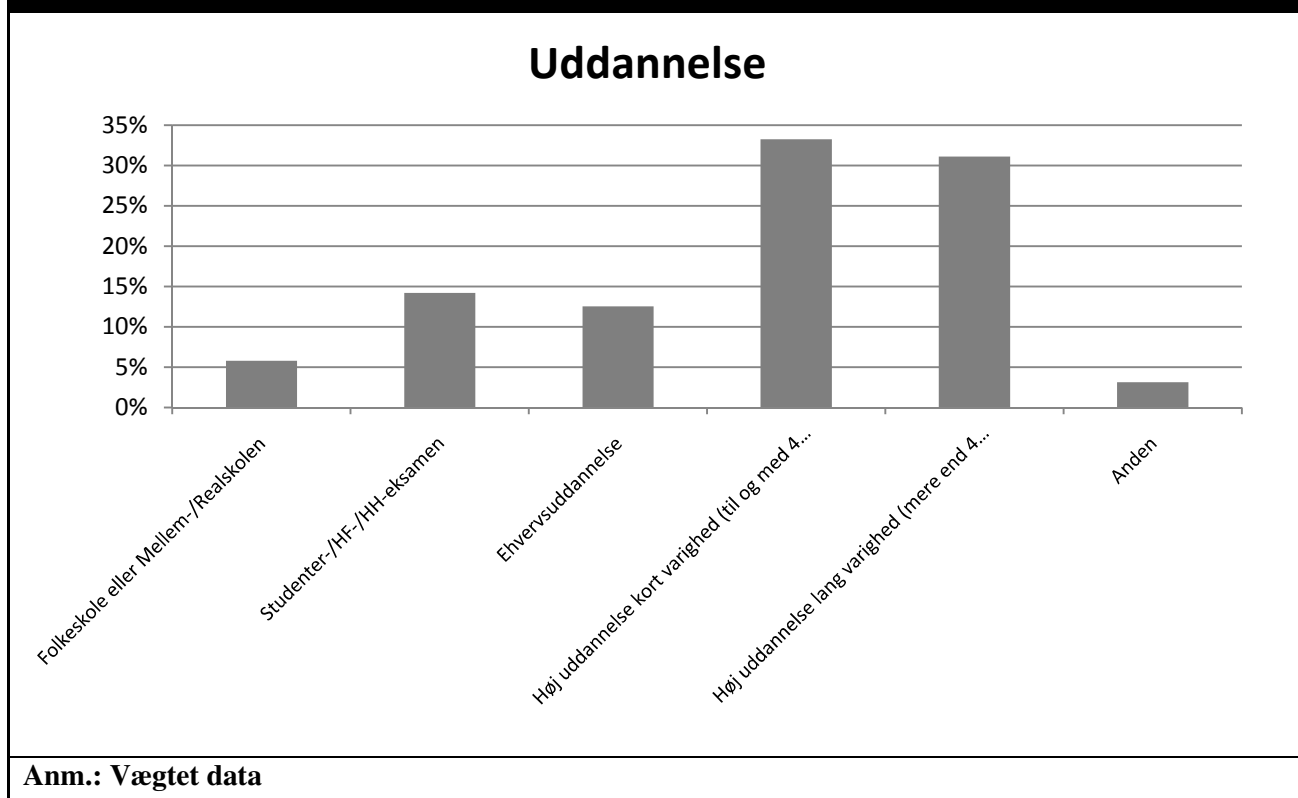


Bilag 3: Frekvenstabel over respondenternes kønsfordeling

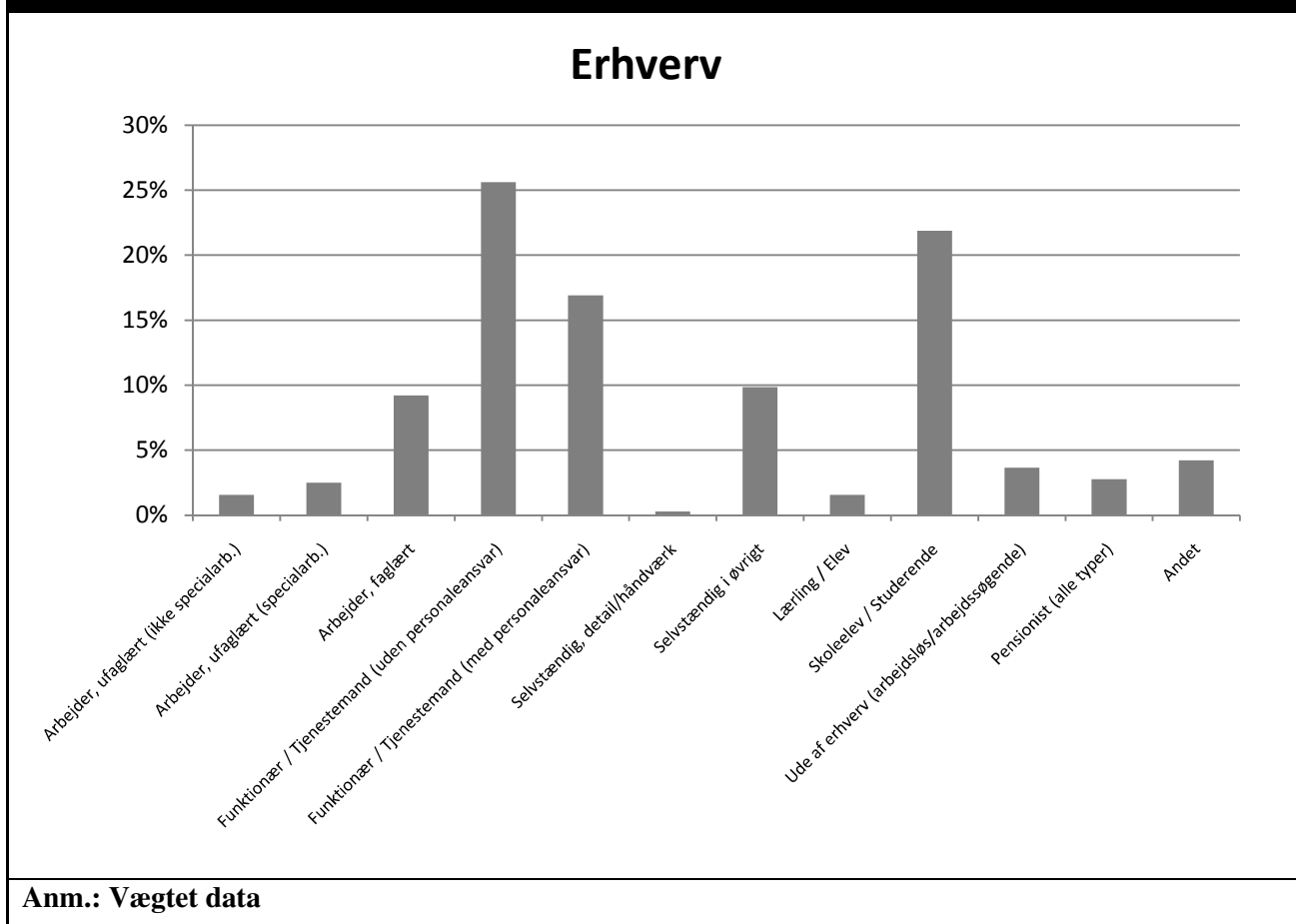
Kilde: Indsamlede spørgeskemadata og Danmarks Statistik: FOLK1 (Hele landet, 2010M01, Køn, Alder 20-59)

Bilag 4: Frekvenstabel over respondenternes aldersfordeling

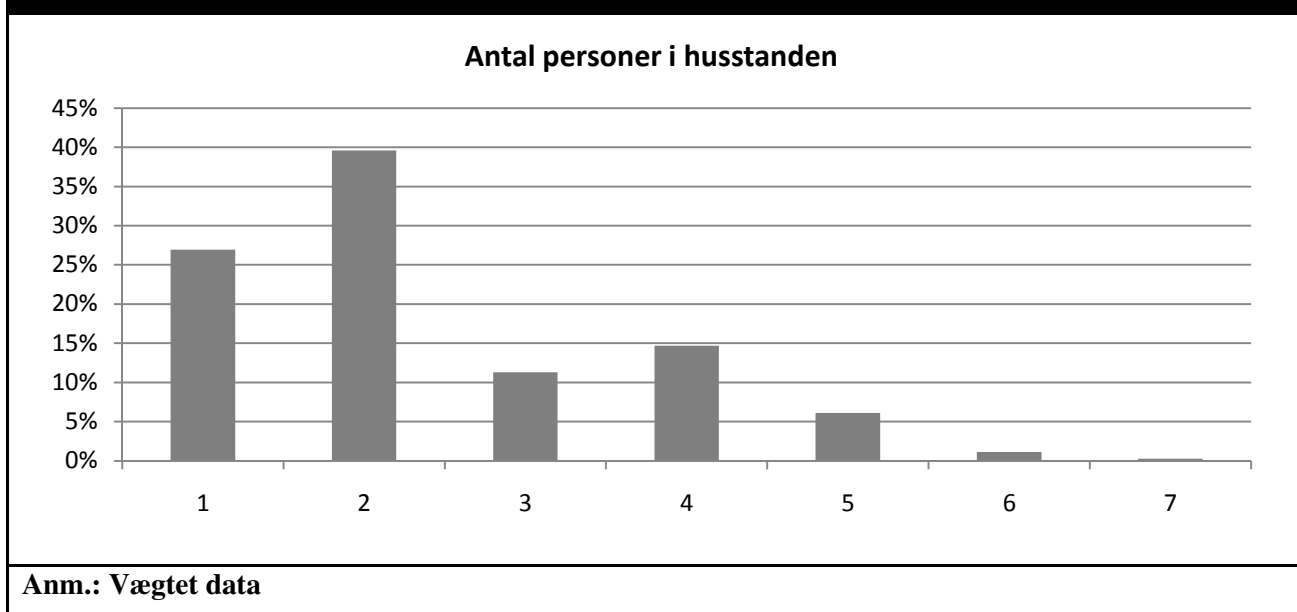
Kilde: Indsamlede spørgeskemadata og Danmarks Statistik: FOLK1 (Hele landet, 2010M01, Alder 20-59)

Bilag 5: Oversigt over respondenternes bopælsområde**Bilag 6: Oversigt over respondenternes uddannelse**

Bilag 7: Oversigt over respondenternes erhverv

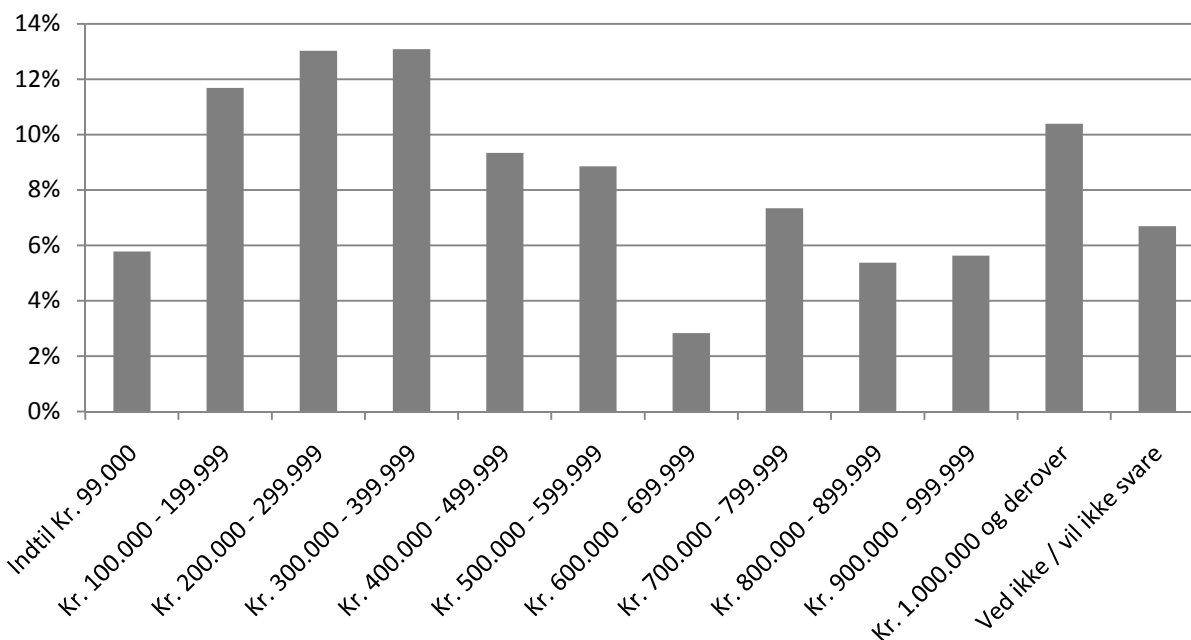


Bilag 8: Oversigt over respondenternes husstandsstørrelse



Bilag 9: Oversigt over respondenternes Indkomst

Samlede årlige bruttoindkomst i husstanden, frekvens i procent



Anm.: Vægtet data

Bilag 10: Krydstabel over motivation og køn

Q7 I hvor høj grad går du op i at din kost indeholder følgende? * Q3 Angiv venligst dit køn Crosstabulation

			Q3 Angiv venligst dit køn		Total
			Mand	Kvinde	
Q7 I hvor høj grad går du op i at din kost indeholder følgende?	1) I meget lav grad	Count	9	5	14
		Expected Count	7,1	6,9	14,0
		% of Total	,0	,0	,1
		Residual	1,9	-1,9	
	2) I lav grad	Count	22	11	33
		Expected Count	16,6	16,4	33,0
		% of Total	,1	,0	,1
		Residual	5,4	-5,4	
	3) I nogenlunde lav grad	Count	13	4	17
		Expected Count	8,6	8,4	17,0
		% of Total	,1	,0	,1
		Residual	4,4	-4,4	

	% of Total Residual	,1 4,4	,0 -4,4	,1
4) Hverken i høj eller lav grad	Count	19	17	36
	Expected Count	18,2	17,8	36,0
	% of Total Residual	,1 ,8	,1 -,8	,2
5) I nogenlunde høj grad	Count	40	40	80
	Expected Count	40,3	39,7	80,0
	% of Total Residual	,2 -,3	,2 ,3	,3
6) I høj grad	Count	15	33	48
	Expected Count	24,2	23,8	48,0
	% of Total Residual	,1 -9,2	,1 9,2	,2
7) I meget høj grad	Count	2	8	10
	Expected Count	5,0	5,0	10,0
	% of Total Residual	,0 -3,0	,0 3,0	,0
Total	Count	120	118	238
	Expected Count	120,0	118,0	238,0
	% of Total	,5	,5	1,0
Anm.: Vægtet data				

Bilag 11: SPSS Output af Chi-square test – Overordnet motivation x køn

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	20,020	6	,003
Likelihood Ratio	20,781	6	,002
Linear-by-Linear Association	15,592	1	,000
N of Valid Cases	238		
Anm.: Vægtet data			

Bilag 12: SPSS Output af Phi og Cramer's V – Overordnet motivation x køn

Symmetric Measures		
	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,003
	Cramer's V	,003
N of Valid Cases	238	
Anm.: Vægtet data		

Bilag 13: Krydstabel over motivation og alder

Q7 I hvor høj grad går du op i at din kost indeholder følgende? * Aldersgruppe 45 Crosstabulation					
		Aldersgruppe 45		Total	
		Under 45 år	45+ år		
Q7 I hvor høj grad går du op i at din kost indeholder følgende?	1) I meget lav grad	Count	10	3	13
		Expected Count	7,9	5,1	13,0
		% of Total	,0	,0	,1
		Residual	2,1	-2,1	
	2) I lav grad	Count	26	6	32
		Expected Count	19,5	12,5	32,0
		% of Total	,1	,0	,1
		Residual	6,5	-6,5	
	3) I nogenlunde lav grad	Count	13	4	17
		Expected Count	10,4	6,6	17,0
		% of Total	,1	,0	,1
		Residual	2,6	-2,6	
	4) Hverken i høj eller lav grad	Count	19	17	36
		Expected Count	22,0	14,0	36,0
		% of Total	,1	,1	,2
		Residual	-3,0	3,0	
	5) I nogenlunde høj grad	Count	45	35	80
		Expected Count	48,8	31,2	80,0
		% of Total	,2	,1	,3
		Residual	-3,8	3,8	

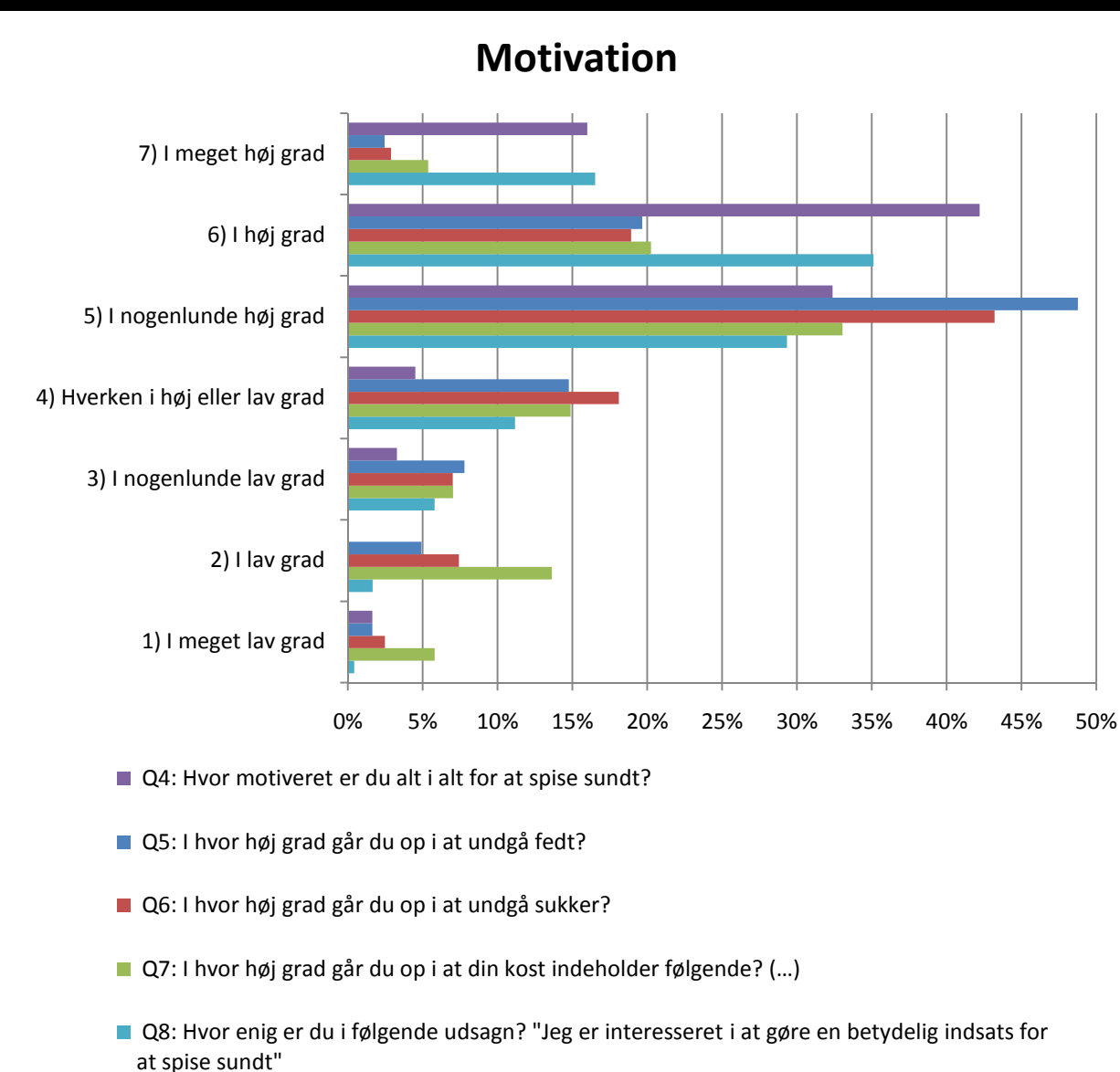
6) I høj grad	Count	24	24	48
	Expected Count	29,3	18,7	48,0
	% of Total	,1	,1	,2
	Residual	-5,3	5,3	
7) I meget høj grad	Count	7	3	10
	Expected Count	6,1	3,9	10,0
	% of Total	,0	,0	,0
	Residual	,9	-,9	
Total	Count	144	92	236
	Expected Count	144,0	92,0	236,0
	% of Total	,6	,4	1,0

Bilag 14: SPSS Output af Chi-square test – Overordnet motivation x alder

Chi-Square Tests				
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson Chi-Square	13,177	6	,040	
Likelihood Ratio	13,928	6	,030	
Linear-by-Linear Association	7,915	1	,005	
N of Valid Cases	236			
<i>Anm.: Vægtet data</i>				

Bilag 15: SPSS Output af Phi og Cramer's V – Overordnet motivation x alder

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,236	,040
	Cramer's V	,236	,040
N of Valid Cases		236	
<i>Anm.: Vægtet data</i>			

Bilag 16: Frekvenstabel over respondenternes motivation**Anm.: Vægtet data**

Bilag 17: Faktoranalysens KMO og Bartlett's test

	1) Attitude Opfattet adfærdskontrol Subjektiv norm	2) Motivation	3) Udbytte Egenskaber
Vægtet			
KMO	0,810	0,759	0,845
Bartlett	0,000	0,000	0,000
Reduceret			
KMO	0,795	0,645	0,838
Bartlett	0,000	0,000	0,000

Bilag 18: Resultat af faktoranalyse etape 2

Vægtet		Reduceret	
Component		Component	
Motivation		Motivation	
Q5 I hvor høj grad går du op i at undgå fedt?	,822	Q5 I hvor høj grad går du op i at undgå fedt?	,843
Q8 "Jeg er interesseret i at gøre en betydelig indsats for at spise sundt"	,809	Q8 "Jeg er interesseret i at gøre en betydelig indsats for at spise sundt"	,801
Q6 I hvor høj grad går du op i at undgå sukker?	,798	Q6 I hvor høj grad går du op i at undgå sukker?	,846
Q7 I hvor høj grad går du op i at din kost indeholder følgende?	,728	Q7 I hvor høj grad går du op i at din kost indeholder følgende?	,714

Bilag 19: Resultat af faktoranalyse etape 3

	Vægtet		Reduceret	
	Component		Component	
	Udbytte	Egenskaber	Udbytte	Egenskaber
Q21 "Jeg får en følelse af ekstra overskud i hverdagen ved at spise sundt"	,883	-,108	Q21 "Jeg får en følelse af ekstra overskud i hverdagen ved at spise sundt"	,880 -,099
Q22 "Sund kost påvirker mit humør positivt"	,859	-,081	Q22 "Sund kost påvirker mit humør positivt"	,848 -,071
Q20 "Jeg får betydeligt bedre samvittighed ved at spise sundt"	,815	-,185	Q20 "Jeg får betydeligt bedre samvittighed ved at spise sundt"	,823 -,171
Q19 "Sund mad har en betydelig effekt på mit udseende"	,803	-,353	Q19 "Sund mad har en betydelig effekt på mit udseende"	,776 -,388
Q18 "Sund mad har en betydelig indflydelse på om jeg holder min ideelvægt"	,782	-,283	Q18 "Sund mad har en betydelig indflydelse på om jeg holder min ideelvægt"	,772 -,298
Q15 "Sund mad giver som oftest en behagelig mæthedsfølelse"	,555	,719	Q15 "Sund mad giver som oftest en behagelig mæthedsfølelse"	,560 ,717
Q14 "Sund mad smager som oftest godt"	,607	,695	Q14 "Sund mad smager som oftest godt"	,617 ,678

Bilag 20: Resultat af faktoranalyse etape 1

	Vægtet			Reduceret		
	Component			Component		
	Opfattet adfærdskontrol	Attitude	Subjektiv norm	Opfattet adfærdskontrol	Attitude	Subjektiv norm
Q24 "Jeg synes ofte at det er for tidskrævende at sørge for at spise sundt"	,845	,091	,061	Q24 "Jeg synes ofte at det er for tidskrævende at sørge for at spise sundt"	,858	,080 ,115
Q25 "Det er svært at finde sund mad når man skal have noget hurtigt"	,800	,196	,071	Q25 "Det er svært at finde sund mad når man skal have noget hurtigt"	,779	,187 -,051
Q27 "Jeg synes det er svært at finde gode opskrifter på sund mad"	,714	,258	-,082	Q27 "Jeg synes det er svært at finde gode opskrifter på sund mad"	,674	,282 -,037
Q28 "Jeg har ofte ikke overskud til at spise sundt"	,710	,322	-,034	Q28 "Jeg har ofte ikke overskud til at spise sundt"	,699	,357 -,180
Q23 "Jeg synes at det er for dyrt at spise sundt"	,707	-,167	,075	Q23 "Jeg synes at det er for dyrt at spise sundt"	,740	-,185 -,088
Q13 Hvordan er din holdning til at leve af en kost med et lavt indhold af sukker?	,141	,845	,012	Q13 Hvordan er din holdning til at leve af en kost med et lavt indhold af sukker?	,154	,827 ,078

Q12 Hvordan er din holdning til at leve af en kost med et lavt fedtindhold?	,111	,835	,041	Q12 Hvordan er din holdning til at leve af en kost med et lavt fedtindhold?	,112	,821	,065
Q10 Hvordan er din holdning til at spise sundt?	,131	,811	,164	Q10 Hvordan er din holdning til at spise sundt?	,097	,838	,063
Q11 Hvordan er din holdning til at leve af en kost der (blandt andet) indeholder følgende?	,109	,732	,123	Q11 Hvordan er din holdning til at leve af en kost der (blandt andet) indeholder følgende?	,091	,732	,043
Q29 "Dem jeg kender spiser sundt"	,052	,067	,878				
Q30 "Dem jeg kender mener, at man bør spise sundt"	,005	,163	,853				
				Q32 Dem jeg kender har en mere positiv opfattelse af mig hvis jeg spiser sundt	-,022	,073	,889
				Q33 Dem jeg kender skal helst synes at jeg spiser sundt	-,090	,105	,876

Bilag 21: PLS Output - Outer loadings

	ATTITUDE	MOTIVATION	OPFATTET ADFÆRDSKONTROL	EGENSKABER	SUBJEKTIV NORM	UDBYTTE
Q10	0,8355					
Q11	0,7427					
Q12	0,85					
Q13	0,8565					
Q14				0,9109		
Q15				0,9277		
Q16						0,8032
Q17						0,7728
Q18						0,7664
Q19						0,7923
Q20						0,8123
Q21						0,886
Q22						0,8402
Q23			0,5066			
Q24			0,8189			
Q25			0,8042			

Q27			0,7618			
Q28			0,8404			
Q29					0,8362	
Q30					0,8947	
Q5		0,7962				
Q6		0,7643				
Q7		0,739				
Q8		0,8656				

Bilag 22: SmartPLS Output – Målemodellens validitet

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
ATTITUDE	0,6764	0,8929	0,5609	0,8398	0,6764	0,0716
MOTIVATION	0,6284	0,8708	0,4058	0,8047	0,6284	0,2281
OPFATTET ADFÆRDSKONTROL	0,651	0,8817	0,0226	0,822	0,651	0,0151
EGENSKABER	0,8451	0,916		0,8172	0,8451	
SUBJEKTIV NORM	0,7498	0,8569		0,6695	0,7498	
UDBYTTE	0,6583	0,9308		0,9133	0,6583	

Bilag 23: PLS - Egne beregninger af AVE betingelser på baggrund af bilag 22

	ATTITUDE	MOTIVATION	OPFATTET ADFÆRDSKONTROL	EGENSKABER	SUBJEKTIV NORM	UDBYTTE
ATTITUDE	0,8224					
MOTIVATION	0,6180	0,7927				
OPFATTET ADFÆRDSKONTROL	0,3817	0,3494	0,8068			
EGENSKABER	0,6307	0,5092	0,3847	0,9193		
SUBJEKTIV NORM	0,2415	0,2476	0,1505	0,2849	0,8659	
UDBYTTE	0,6646	0,6401	0,1854	0,5819	0,2384	0,8114

Bilag 24: SmartPLS Output – Den strukturelle models validitet

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
ATTITUDE	0,6764	0,8929	0,5605	0,8398	0,6764	0,1898
EGENSKABER	0,8454	0,9162		0,8172	0,8454	
MOTIVATION	0,6284	0,8708	0,4047	0,8047	0,6284	0,2282
OPFATTET ADFÆRDSKONTROL	0,6498	0,8812	0,1535	0,822	0,6498	0,0953
SUBJEKTIV NORM	0,7515	0,8581	0,0832	0,6695	0,7515	0,0626
UDBYTTE	0,6583	0,9308		0,9133	0,6583	

Bilag 25: SmartPLS Output - LV performance

	LV Index Values
ATTITUDE	79,7105
EGENSKABER	75,1765
MOTIVATION	63,8921
OPFATTET ADFÆRDSKONTROL	59,3534
SUBJEKTIV NORM	60,2527
UDBYTTE	80,7031

Bilag 26: SmartPLS Output – T-værdier før Bootstrapping resultat

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
ATTITUDE -> MOTIVATION	0,5465	0,5498	0,0619	0,0619	8,8264
OPFATTET ADFÆRDSKONTROL -> ATTITUDE	0,1827	0,1911	0,0488	0,0488	3,7459
OPFATTET ADFÆRDSKONTROL -> MOTIVATION	0,1263	0,1221	0,0633	0,0633	1,9959
EGENSKABER -> ATTITUDE	0,2873	0,2816	0,0593	0,0593	4,8483
SUBJEKTIV NORM -> ATTITUDE	0,023	0,0343	0,0247	0,0247	0,9322
SUBJEKTIV NORM -> MOTIVATION	0,0966	0,1	0,0412	0,0412	2,3463
SUBJEKTIV NORM -> OPFATTET ADFÆRDSKONTROL	0,1505	0,1501	0,0619	0,0619	2,4303
UDBYTTE -> ATTITUDE	0,458	0,4596	0,057	0,057	8,0311

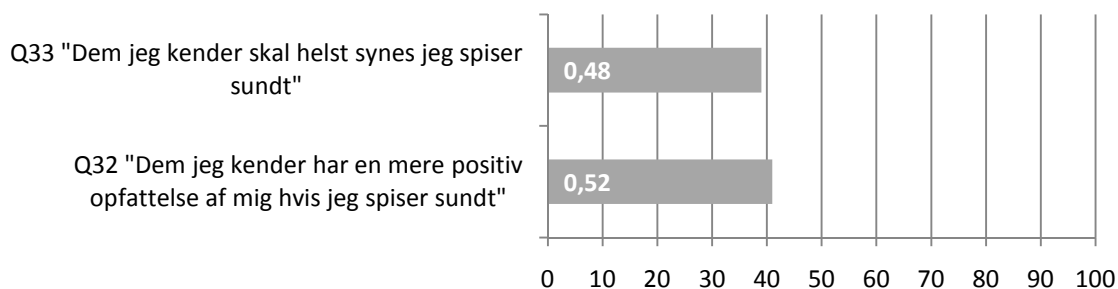
Bilag 27: SmartPLS Output – T-værdier efter Bootstrapping resultat

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
ATTITUDE -> MOTIVATION	0,5467	0,5513	0,0608	0,0608	8,9917
OPFATTET ADFÆRDSKONTROL -> ATTITUDE	0,184	0,1862	0,0439	0,0439	4,1918
OPFATTET ADFÆRDSKONTROL -> MOTIVATION	0,1262	0,1233	0,0602	0,0602	2,0968
EGENSKABER -> ATTITUDE	0,2919	0,294	0,0627	0,0627	4,6541

SUBJEKTIV NORM -> MOTIVATION	0,0961	0,1006	0,0376	0,0376	2,5582
SUBJEKTIV NORM -> OPFATTET ADFÆRDSKONTROL	0,151	0,1575	0,0567	0,0567	2,6643
UDBYTTE -> ATTITUDE	0,4606	0,4549	0,056	0,056	8,2229

Bilag 28: Oversigt over vurderinger af målevariable

		Vægt	Overordnet	Mænd		Kvinder		Under 45 år		45+ år	
			0-100	1-7	0-100	1-7	0-100	1-7	0-100	1-7	0-100
Egenskaber	Q14	0,48	72	4,91	65	6,71	95	5,33	72	5,30	72
	Q15	0,52	75	4,97	66	6,00	83	5,49	75	5,49	75
Udbytte	Q16	0,15	85	5,88	81	6,27	88	6,17	86	5,93	82
	Q17	0,19	90	6,21	87	6,52	92	6,45	91	6,24	87
	Q18	0,12	82	5,55	76	6,22	87	5,92	82	5,84	81
	Q19	0,13	77	5,30	72	5,94	82	5,65	78	5,59	77
	Q20	0,12	76	5,04	67	6,09	85	6,64	94	5,47	75
	Q21	0,15	76	5,25	71	5,89	82	5,53	76	5,64	77
	Q22	0,13	71	4,86	64	5,63	77	5,24	71	5,25	71
Opfattet adfærds- kontrol	Q24	0,23	50	4,03	51	4,02	50	3,76	46	4,41	57
	Q25	0,21	44	3,52	42	3,77	46	3,12	35	4,44	57
	Q27	0,26	72	5,15	69	5,45	74	5,15	69	5,54	76
	Q28	0,29	65	4,86	64	4,97	66	4,75	63	5,17	70
Subjektiv norm	Q29	0,50	55	4,16	53	4,41	57	4,30	55	4,27	55
	Q30	0,50	65	4,69	62	5,10	68	4,90	65	4,89	65
	Q32	0,52	41	3,27	38	3,58	43	3,36	39	3,53	42
	Q33	0,48	39	3,06	34	3,54	42	3,37	40	3,21	37
Anm.: Værdierne er gennemsnit beregnet i SPSS på baggrund af det indsamlede spørgeskemadata.											

Bilag 29: Beliefs under Subjektiv norm (ved alternativ sammensætning)*Kilde: Bilag 28.***Bilag 30: SmartPLS Output – Effekter mellem de latente variable**

	ATTITU DE	EGENSKAB ER	MOTIVATI ON	OPFATTET ADFÆRDSKONTROL	SUBJEKTIV NORM	UDBYT TE
ATTITUDE			0,7307			
EGENSKABER	0,1187			0,2595	0,2458	
MOTIVATION						
OPFATTET ADFÆRDSKONTROL	0,1147		0,1013			
SUBJEKTIV NORM			0,0615			
UDBYTTE	0,6529					

Bilag 31: Oversigt over signifikante sammenhænge mellem køn og målevariable

		Mænd x Kvinder	Chi-square		Cramer's V		
		Signifikans	Værdi	p-værdi	Værdi	Styrke	p-værdi
Egenskaber	Q14	Ja	22,491	0,001	0,312	9,7%	0,001
	Q15	Ja	34,303	0,000	0,386	14,9%	0,000
Udbytte	Q16	Ja	19,098	0,004	0,289	8,4%	0,004
	Q17	Nej	7,978	0,092	0,187	3,5%	0,092
	Q18	Ja	18,782	0,005	0,288	8,3%	0,005
	Q19	Ja	17,205	0,009	0,275	7,6%	0,009

	Q20	Ja	34,864	0,000	0,390	15,2%	0,000
	Q21	Ja	19,030	0,004	0,290	8,4%	0,004
	Q22	Ja	19,632	0,003	0,293	8,6%	0,003
Opfattet adfærds- kontrol	Q24	Nej	11,041	0,087	0,222	4,9%	0,087
	Q25	Nej	7,544	0,273	0,182	3,3%	0,273
	Q27	Nej	7,065	0,315	0,176	3,1%	0,315
	Q28	Nej	6,828	0,337	0,173	3,0%	0,337
Subjektiv norm	Q29	Nej	6,621	0,357	0,171	2,9%	0,357
	Q30	Nej	12,130	0,059	0,233	5,4%	0,059
	Q32	Nej	4,676	0,586	0,144	2,1%	0,586
	Q33	Nej	12,310	0,055	0,234	5,5%	0,055
Anm.: Beregninger i SPSS på baggrund af indsamlede spørgeskemadata, vægtet på køn og alder.							
Kilde: Egen tilvirkning.							

Bilag 32: Oversigt over signifikante sammenhænge mellem alder og målevariable

<i>Egen tilvirkning</i>		Under 45 år x 45+ år		Chi-square		Cramer's V	
		Signifikans	Værdi	p-værdi	Værdi	Styrke	p-værdi
Egenskaber	Q14	Nej	4,184	0,652	0,135	1,8%	0,652
	Q15	Nej	10,704	0,098	0,215	4,6%	0,098
Udbytte	Q16	Nej	12,296	0,056	0,232	5,4%	0,056
	Q17	Nej	6,540	0,162	0,169	2,9%	0,162
	Q18	Nej	9,922	0,128	0,209	4,4%	0,128
	Q19	Nej	9,673	0,139	0,206	4,2%	0,139
	Q20	Nej	4,620	0,593	0,143	2,0%	0,593
	Q21	Nej	1,420	0,965	0,079	0,6%	0,965
	Q22	Nej	6,367	0,383	0,167	2,8%	0,383
Opfattet adfærds- kontrol	Q24	Ja	20,664	0,002	0,302	9,1%	0,002
	Q25	Ja	36,758	0,000	0,402	16,2%	0,000
	Q27	Nej	11,837	0,066	0,228	5,2%	0,066
	Q28	Nej	8,937	0,177	0,198	3,9%	0,177

Subjektiv norm	Q29	Nej	6,918	0,329	0,176	3,1%	0,329
	Q30	Nej	10,777	0,096	0,219	4,8%	0,096
	Q32	Nej	8,813	0,184	0,199	4,0%	0,184
	Q33	Nej	12,247	0,057	0,233	5,4%	0,057
Anm.: Beregninger i SPSS på baggrund af indsamlede spørgeskemadata.							
Kilde: Egen tilvirkning.							

Bilag 33: Spørgeskema

You have answered correctly on 0% of the questions asked.

Tak fordi du ville deltage i følgende undersøgelse!

Blot til information, så er din besvarelse anonym og alle kan være med.

Efter undersøgelsen trækkes lod om et gavekort til to biografbilletter. Ønsker du at deltage, bedes du angive din e-mail adresse til sidst i undersøgelsen.

E-mail adressen benyttes kun til lodtrækning og slettes umiddelbart efter, uden at videregives til tredjepart.

Endnu engang tak for hjælpen!

Med venlig hilsen

Susanne Lisa Ott Frank

Stud.merc. EMF

Er du ansvarlig eller delvis ansvarlig for husholdningens indkøb af mad? *

Kun ét svar



Ja, jeg er (fuldkommen/delvis) ansvarlig for husholdningens indkøb af mad.

☐	Nej, jeg er stort set ikke ansvarlig for husholdningens indkøb af mad.
☐	Nej, jeg er slet ikke ansvarlig for husholdningens indkøb af mad.
Angiv venligst din alder (år) * defgo.net®	
Indtast et tal	
Angiv venligst dit køn * defgo.net®	
Kun ét svar	
☐	Mand
☐	Kvinde
Hvor motiveret er du alt i alt for at spise sundt? defgo.net®	
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt umotiveret" og 7 er "helt motiveret") *</i>	
Kun ét svar	
☐	1) Helt umotiveret
☐	2) Umotiveret
☐	3) Delvist umotiveret
☐	4) Hverken motiveret eller umotiveret
☐	5) Delvist motiveret
☐	6) Motiveret
☐	7) Helt motiveret

I hvor høj grad går du op i at undgå fedt? <i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "i meget lav grad" og 7 er "i meget høj grad") *</i>		
Kun ét svar		
☐	1) I meget lav grad	
☐	2) I lav grad	
☐	3) I nogenlunde lav grad	
☐	4) Hverken i høj eller lav grad	
☐	5) I nogenlunde høj grad	
☐	6) I høj grad	
☐	7) I meget høj grad	
I hvor høj grad går du op i at undgå sukker? <i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "i meget lav grad" og 7 er "i meget høj grad") *</i>		
Kun ét svar		
☐	1) I meget lav grad	
☐	2) I lav grad	
☐	3) I nogenlunde lav grad	
☐	4) Hverken i høj eller lav grad	
☐	5) I nogenlunde høj grad	
☐	6) I høj grad	
☐	7) I meget høj grad	

I hvor høj grad går du op i at din kost indeholder følgende? • 600 g. frugt og grønt dagligt • 200 g. fisk om ugen • kartofler ris <i>eller</i> pasta til daglig • groft brød hver dag <i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "meget negativ" og 7 er "meget positiv") *</i>		
Kun ét svar		
☐	1) I meget lav grad	
☐	2) I lav grad	
☐	3) I nogenlunde lav grad	
☐	4) Hverken i høj eller lav grad	
☐	5) I nogenlunde høj grad	
☐	6) I høj grad	
☐	7) I meget høj grad	
Hvor enig er du i følgende udsagn? "Jeg er interesseret i at gøre en betydelig indsats for at spise sundt" <i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt uenig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		
☐	1) Helt <u>u</u> enig	
☐	2) <u>U</u> enig	
☐	3) Delvist <u>u</u> enig	
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig	
☐	5) Nogenlunde enig	
☐	6) Enig	

☐	7) Helt enig
--------------------------	--------------

Hvis du skulle sammenligne, hvor tæt er en "fuldkommen sund kost" så på "den kost du allerhelst vil spise til daglig"? <i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt uenig" og 7 er "helt enig") *</i> Kun ét svar	
--	---

☐	1) Meget langt fra
☐	2) Langt fra
☐	3) Nogenlunde langt fra
☐	4) Hverken tæt på eller langt fra
☐	5) Nogenlunde tæt på
☐	6) Tæt på
☐	7) Meget tæt på

Hvordan er din holdning til at spise sundt? <i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "meget negativ" og 7 er "meget positiv") *</i> Kun ét svar	
--	---

☐	1) Meget negativ
☐	2) Negativ
☐	3) Delvist negativ
☐	4) Hverken positiv eller negativ
☐	5) Delvist positiv

☐	6) Positiv
☐	7) Meget positiv

Hvordan er din holdning til at leve af en kost der (blandt andet) indeholder følgende? • 600 g. frugt og grønt dagligt • 200 g. fisk om ugen • kartofler ris <i>eller</i> pasta til daglig • groft brød hver dag <i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "meget negativ" og 7 er "meget positiv")</i> * Kun ét svar	
--	---

☐	1) Meget negativ
☐	2) Negativ
☐	3) Delvist negativ
☐	4) Hverken positiv eller negativ
☐	5) Delvist positiv
☐	6) Positiv
☐	7) Meget positiv

Hvordan er din holdning til at leve af en kost med et lavt fedtindhold? <i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "meget negativ" og 7 er "meget positiv")</i> * Kun ét svar	
--	---

☐	1) Meget negativ
☐	2) Negativ

☐	3) Delvist negativ
☐	4) Hverken positiv eller negativ
☐	5) Delvist positiv
☐	6) Positiv
☐	7) Meget positiv

Hvordan er din holdning til at leve af en kost med et lavt indhold af sukker? <i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "meget negativ" og 7 er "meget positiv") *</i>		
Kun ét svar		
☐	1) Meget negativ	
☐	2) Negativ	
☐	3) Delvist negativ	
☐	4) Hverken positiv eller negativ	
☐	5) Delvist positiv	
☐	6) Positiv	
☐	7) Meget positiv	

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Sund mad smager som oftest godt" <i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt uenig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		
☐	1) Helt <u>u</u> enig	

☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Sund mad giver som oftest en behagelig mæthedsfølelse"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Sund mad har en betydelig effekt på mit daglige helbred"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
--------------------------	-----------------------

☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Sund mad har en betydelig effekt på mit fremtidige helbred"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Sund mad har en betydelig indflydelse på om jeg holder min ideelvægt"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
--------------------------	-----------------------

☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Sund mad har en betydelig effekt på mit udseende"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Jeg får betydeligt bedre samvittighed ved at spise sundt"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
--------------------------	-----------------------

☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Jeg får en følelse af ekstra overskud i hverdagen ved at spise sundt"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Sund kost påvirker mit humør positivt"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
-----------------------	-----------------------

☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Jeg synes at det er for dyrt at spise sundt"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Jeg synes ofte at det er for tidskrævende at sørge for at spise sundt"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
-----------------------	-----------------------

☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Det er svært at finde sund mad når man skal have noget hurtigt"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Når jeg har lyst til usund mad, er det svært at lade være med at spise det"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
--------------------------	-----------------------

☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Jeg synes det er svært at finde gode opskrifter på sund mad"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Jeg har ofte ikke overskud til at spise sundt"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
--------------------------	-----------------------

☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Dem jeg kender spiser sundt"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Dem jeg kender mener, at man bør spise sundt"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
-----------------------	-----------------------

☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Jeg oplever af og til, at dem jeg kender taler negativt om sund mad"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Dem jeg kender har en mere positiv opfattelse af mig hvis jeg spiser sundt"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
--------------------------	-----------------------

☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor enig er du i følgende udsagn? "Dem jeg kender skal helst synes at jeg spiser sundt"		
<i>(Bedømmes på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt <u>u</u>enig" og 7 er "helt enig") *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Helt <u>u</u> enig
☐	2) <u>U</u> enig
☐	3) Delvist <u>u</u> enig
☐	4) Hverken enig eller <u>u</u> enig
☐	5) Delvist enig
☐	6) Enig
☐	7) Helt enig

Hvor meget frugt og grønt (samlet) får du i gennemsnit om dagen?		
<i>(1 frugt eller grøntsag svarer ca. til 100 gram) *</i>		
Kun ét svar		

☐	Ca. 0-1 stykker (ca. 0-100 gram)
-----------------------	----------------------------------

☐	Ca. 2-3 stykker (ca. 200-300 gram)
☐	Ca. 4-5 stykker (ca. 400-500 gram)
☐	Ca. 6 stykker eller derover (ca. 600 gram eller derover)

Hvor mange gange om ugen spiser du fisk? *		defgo.net®
Kun ét svar		
☐	2 gange om ugen eller derover	
☐	1 gang om ugen	
☐	1 gang hver 2. uge	
☐	Sjældnere eller aldrig	

Hvor ofte spiser du <i>enten</i> ris, pasta eller kartofler? *		defgo.net®
Kun ét svar		
☐	7 dage om ugen	
☐	4-6 dage om ugen	
☐	1-3 dage om ugen	
☐	Sjældnere eller aldrig	

Hvor ofte spiser du fuldkornsbrød (fuldkornsboller og/eller rugbrød)? *		defgo.net®
Kun ét svar		
☐	7 dage om ugen	
☐	4-6 dage om ugen	

☐	1-3 dage om ugen
☐	Sjældnere eller aldrig

Hvor fed er din daglige kost? <i>(Bedømmes på en skala fra 1-5, hvor 1 er at kosten er meget fed og 5 er at kosten er meget fedtfattig) *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Kosten er meget fed
☐	2) Kosten er fed
☐	3) Kosten er nogenlunde fed
☐	4) Kosten er hverken fedtfattig eller fed
☐	5) Kosten er nogenlunde fedtfattig
☐	6) Kosten er fedtfattig
☐	7) Kosten er meget fedtfattig

Hvor højt er indholdet af sukker i din kost (inkl. slik, kage og sodavand)? <i>(Bedømmes på en skala fra 1-5, hvor 1 er at din kost har et meget højt sukkerindhold og 5 er at din kost har et meget lavt sukkerindhold) *</i>		
Kun ét svar		

☐	1) Meget højt sukkerindhold
☐	2) Højt sukkerindhold
☐	3) Nogenlunde højt sukkerindhold
☐	4) Hverken lavt eller højt sukkerindhold

☐	5) Nogenlunde lavt sukkerindhold
☐	6) Lavt sukkerindhold
☐	7) Meget lavt sukkerindhold

Angiv venligst dit postnummer *		defgo.net®
Kun ét svar		
☐	Bor ikke i Danmark	
☐	Ved ikke	
☐	Postnummer:	

Angiv venligst din højest opnåede (afsluttede) uddannelse *		defgo.net®
Kun ét svar		
☐	Folkeskole eller Mellem-/Realskolen	
☐	Studerter-/HF-/HH-eksamen	
☐	Ehvervsuddannelse	
☐	Høj uddannelse kort varighed (til og med 4 år)	
☐	Høj uddannelse lang varighed (mere end 4 år)	
☐	Anden	
☐	Ved ikke	

Angiv venligst dit erhverv *		defgo.net®
Kun ét svar		
☐	Arbejder, ufaglært (ikke specialarb.)	

☐	Arbejder, ufaglært (specialarb.)
☐	Arbejder, faglært
☐	Funktionær / Tjenestemand (uden personaleansvar)
☐	Funktionær / Tjenestemand (med personaleansvar)
☐	Selvstændig, landbrug
☐	Selvstændig, detail/håndværk
☐	Selvstændig i øvrigt
☐	Lærling / Elev
☐	Skoleelev / Studerende
☐	Gift uden selverhverv / Hjemmegående
☐	Medhjælpende ægtefælle
☐	Ude af erhverv (arbejdsløs/arbejdssøgende)
☐	Pensionist (alle typer)
☐	På efterløn
☐	Andet
☐	Ved ikke

Angiv venligst antal personer i din husstand *		
Indtast et tal		

Angiv venligst den samlede årlige bruttoindkomst i din husstand (indkomst før skat) *		

Kun ét svar	
☐	Indtil Kr. 99.000
☐	Kr. 100.000 - 199.999
☐	Kr. 200.000 - 299.999
☐	Kr. 300.000 - 399.999
☐	Kr. 400.000 - 499.999
☐	Kr. 500.000 - 599.999
☐	Kr. 600.000 - 699.999
☐	Kr. 700.000 - 799.999
☐	Kr. 800.000 - 899.999
☐	Kr. 900.000 - 999.999
☐	Kr. 1.000.000 og derover
☐	Ved ikke / vil ikke svare

Tak for din deltagelse! Vil du deltage i lodtrækningen om et gavekort til 2 biografbilletter?		
Kun ét svar		
☐	Nej tak	
☐	Ja tak, min e-mail adresse er:	

29-08-2010 11:31:02 surveyId(1228008)	Åbn i MS Word Udskriv
---------------------------------------	---

Kilde: Egen tilvirkning

Bilag 34: Transskribering af interviews

C. Frank: Interview med kvinde, 28 år, tidligere social- og sundhedshjælper, læser HF, samlevende, bor på Frederiksberg.

Kan du sige mig noget om hvad du tænker med hensyn til hvad du spiser af mad?

Altså hvad jeg spiser til hverdag? (Ja). Jeg sørger selvfølgelig for at få masser af grøntsager og forskellig kost, varieret kost, rugbrød, og kartofler, ris, pasta. Meget varieret mad. Helst ikke for fed mad. En gang imellem, men jeg sørger for at spare på fedtstof og sådan noget.

Hvor meget går du op i at du spiser sundt?

Det går vi rimelig meget op i herhjemme i hvert fald. Det gør vi faktisk. I perioder er vi lidt sådan, du ved. En gang imellem. Men ellers til hverdag, der er vi rigtig gode til at spise sundt.

Så nogle gange går du mere op i det end andre?

Ja.

Hvad kan få dig til at gå mere op i det?

Blandt andet når jeg træner, så synes jeg at jeg går meget op i det. Altså, jeg skal spise helt rigtigt når jeg kommer hjem. Men ellers er det bare generelt synes jeg. Jeg tænker meget over hvad der er i mad i det hele taget og hvad det er for nogle produkter og sådan noget. Jeg er hysterisk med mange ting. Jeg kan godt specielt lugte meget til maden og hvis det ser bare lidt dårligt ud så vil jeg ikke have det.

Så lugten betyder også noget. Hvad gælder det for nogle madvarer?

Det er grøntsager især og kød. Udseende og lugt. Hvis det ikke lige falder ind så går jeg udenom. Så vil jeg ikke have det. Så jeg er kræsen.

Hvad kan få dig til at gå mindre op i hvad du spiser? Er der noget der gør dig ligeglad eller at det i perioder ikke betyder noget?

Det er som regel hvis man har meget travlt, er meget træt og der har været stress på længe og man ikke lige har overskud. Så kan man godt have tildens til måske lige at smide nogle forkerte ting ned i kurven og så lave noget hvor man kunne have lavet nogle andre ting der var bedre for en. En gang imellem. Jeg synes heller ikke det gør noget en gang imellem. I stedet for at man kun hele tiden skal holde sig til de sunde ting, bliver man nødt til at have lidt af det andet for det smager jo godt.

Tænker du over om der er nogle tegn der får dig til at tænke, at nu må du også til at spise sundere?

Ja det gør jeg. Specielt kan jeg mærke det på min krop. Jeg kan mærke det med energien, jeg kan mærke det med maven, og specielt når jeg er i skole, med koncentrationen. Så kan jeg virkelig mærke forskel på om det er noget tung mad jeg har spist eller om det er noget sund mad jeg har spist. Noget rigtig mad. Jeg kan tydelig mærke forskel på energien med hvor træt man bliver og hvor meget overskud man har. Det har rigtig meget at sige.

Synes du at du får noget ud af at spise sundt, altså umiddelbart?

Jeg får meget sundere hud. Jeg kan mærke jeg har det meget bedre med mig selv også inden i min krop. Jeg kan mærke at den generelt har det bedre.

Går du nogle ting for at belønne dig ekstra når du har spist sundt?

Nej det synes jeg ikke. Jeg tager det som en del af hverdagen, at det gør vi. Vi prøver på at bestræbe os så vidt muligt.

Når du snakker om at spise sundt, hvad er det så for nogle madvarer du tænker på?

Det er grøntsager. Grøntsager og maget kød. Groft brød. For det meste groft brød prøver vi, brød med kerner, brød med fibre i.

Hvordan finder du ud af om et groft brød er sundt nok?

Jeg kigger bag på varedeklarationen, ser hvad der står. Selvfølgelig ved jeg godt at man ikke altid kan regne med det, tage det for gode varer, men det bliver jeg jo nødt til som forbruger. Et eller andet sted har jeg jo ikke så mange andre muligheder. Men jeg kigger meget på hvad der står om hvad der er i. Både hvis der er kostfibre eller det ene, det andet eller det tredje i. Det plejer vi som regel at købe. Der er også begyndt at komme rigtig meget på markedet med gode ting i.

Hvilke fordele ser du ved at spise sundt?

Jamen at kroppen har det bedre, at man holder sig slank og i god figur, i stedet for fed mad det sætter sig jo. Man bliver jo tyk af det og det kan jeg mærke lige med det samme hvis jeg laver nogle forkerte ting. Jeg kan mærke det på min mave, på mine lår og sådan nogle ting.

Hvilke ulemper ser du ved at spise sundt?

Jeg ser ikke nogle ulemper ved det.

Der er slet ikke nogle ulemper?

Nej, jeg synes ikke det er en ulempe at spise sundt.

Synes du det er nemt at sørge for at du spiser sundt eller kan det også være svært en gang imellem?

Det kan godt være lidt svært en gang imellem, men jeg synes vi er blevet rigtig gode til det. Det synes jeg.

Hvad er det der kan gøre det svært?

Det er lige med at finde på hvad man skal spise. Hvis man er lidt træt og ikke rigtig har noget overskud. Så laver man måske bare lige hurtig noget kartoffel og så undlader man måske grøntsagerne eller andre ting i stedet for.

Men det er ikke svært at finde ud af hvad det er for nogle madvarer der er sunde?

Nej det synes jeg bestemt ikke.

Når du spiser sammen med nogen du normalt ikke plejer at spise sammen med, er det så mere eller mindre sundt?

Det tænker jeg slet ikke over, om det er mere eller mindre sundt når jeg er ude. Det vil jeg sige. Det gør jeg ikke.

Er det fordi det er ligeså sundt som du plejer eller tænker du bare ikke over det?

Altså selvfølgelig kommer det an på om man sidder ude et eller andet sted om man sidder med nogle fede bøffer eller et eller andet og fed sovs. Men udover det så tænker jeg ikke over det. Så er det bare et godt måltid mad, altså.

Hvor meget går dem du kender op i at spise sundt?

De går meget op i det. Nogle går meget op i det, nogle går ikke så meget op i det. Det er meget med forskel.

Hvem går meget op i det?

Det gør min kæreste, han går meget op i det og så har jeg en anden veninde der også gør det.

Hvad med studiekammerater, venner og familie, er der forskel?

Nej, det tror jeg ikke der er. Jeg ved det ikke.

Hvordan ved du om de går op i det eller ej?

Det er når man snakker om det, omkring mad eller at de selv laver mad eller at de selv kommer på banen med at de har lavet et eller andet.

Hvem snakker du med mad om?

Tim, en af mine venner. Nogle gange kommer man jo til at snakke om hvis man har lavet et eller andet, fået et lækkert måltid mad, eller været ude og spise et eller andet. Så snakker man om det nogle gange, men det er ikke noget jeg synes man snakker meget om.

Det kunne godt være at man fik lyst til at spise sundt når andre snakkede om det, men det kan jo også være det går den anden vej.

Ej, jamen man kan godt få lyst til det synes jeg. Hvis nogen sidder og snakker om en eller anden lækker ret med kylling og grøntsager. Det kan jeg da godt få helt vildt lyst til.

Hvad er din generelle holdning til det at spise sundt? Positivt, negativt eller hvor på skalaen?

Jeg synes det er positivt. Det er kun positivt. Jeg synes ikke der er noget negativt med det overhovedet på nogen måde. Det gavner dig jo kun hundrede procent, synes jeg. Man får en masse vitaminer samtidigt. Jeg kan ikke se noget negativt ved det, det kan jeg ikke.

Altså jeg tror på at hvis man spiser sundt, lever sundt så har man også et lykkeligere liv og et længere liv. Hvis man passer på sig selv.

Tænker du også på at man kan undgå sygdomme eller er det mere bare den umiddelbare effekt du får ud af det?

Med dårlig mad og dårlig ernæring, der følger også en masse dårlige ting med. Hvad enten det er det ene eller det andet... Hvad var det du sagde?

(Gentager spørgsmål)

Nej jeg synes ikke jeg tænker så meget på sygdomme, men altså jeg tænker da selvfølgelig nogle gange over at det er en rigtig god idé at leve sundt, selvfølgelig, og bestrebe sig på det så vidt muligt fordi så lever du længere. Du har det også bedre med dig selv indvendigt og udvendigt.

Hvis du skal nævne én ting, hvad er så den primære grund til at du spiser sundt?

Det er for at passe på mig selv.

På hvilken måde?

Det ved jeg ikke rigtigt.

C. Beck: Interview med mand, 30 år, fitnessinstruktør, uddannet personlig træner og ernæringsvejleder, samlevende, bor på Frederiksberg.

Kan du sige mig noget om hvilke tanker du gør dig omkring den mad du spiser?

Jamen jeg tænker meget omkring mig selv, mit helbred, min træning, mit selvværd er også en vigtig ting. At være, ikke pæn, men ikke at være overvægtig, det er en vigtig ting for mig. Så når du siger til mig hvad jeg tænker ved at spise sundt så tænker jeg træning og et godt liv.

Hvor meget går du op i at du spiser sundt?

Jamen det er jo igen, det er i perioder. Jeg har en periode nu hvor jeg er sådan lidt ligeglad med det, men ellers så går jeg meget op i hvad jeg får.

Hvad er det der kan få dig til at gå mindre op i det?

Det har været stress, for mange ting om ørerne på en gang og sygdom i familien og alt sådan noget. Det kan få mig til at koncentrere mig om nogle andre ting end lige at spise rigtigt hver evig eneste dag.

Hvad kan få dig til at gå mere op i det?

Når jeg har en god periode og jeg føler mig rigtig motiveret af at min træning den går rigtig godt, så får du også mere overskud til at spise hundrede procent efter bogen hvad du skal. Så når der er masser af overskud i hverdagen og ikke for mange problemer, så er det lettere at holde sin diæt.

Er du god til at lægge mærke til tegn der viser at du ikke går så meget op i det mere?

Ja for nu har jeg trænet i så mange år så jeg ved godt hvordan min krop den reagerer på de forskellige ting. Et eksempel er at min far lige nu er dødelig syg og det gør så at jeg ikke har for meget overskud til at jeg skal sætte mig ned og tænke over tingene og det gør så at jeg heller ikke lige træner for tiden for jeg føler ikke rigtig jeg har noget overskud til det.

Synes du at du får noget ud af at spise sundt?

Ja jeg får en masse energi og jeg får et meget bedre velvære og ved at jeg har en sygdom der hedder astmaeksem, så ved jeg at der er nogle visse ting – og jeg holder ikke bare min diæt nogenlunde – så går min eksem i udbrud. Det er alle de giftstoffer vi har i vores mad og alle de tilsætningsstoffer og e-numre jeg ikke kan tåle. Så det og en kombination af stress så går det – så slår man ud over det hele.

Det er den umiddelbare effekt, men hvad tror du at du får ud af det på længere sigt?

Jamen jeg ved bare at jeg får det bedre jo, altså helbredet i det hele taget. Den største sygdom folk dør af i dag det er fedme efterhånden. Så du skal passe på fedt om organerne. Du behøver ikke være stærkt overvægtig for at være syg, altså du behøver ikke snakke 120 kilo, men er du en pige på 160 og vejer 90 kilo, så har du fedt om dine organer og så kan du altså også dø. Så primus så gør man det jo for at holde sig selv.

Gør du noget for at belønne dig selv, hvis du for eksempel har været rigtig god og spist sundt i en lang periode?

Ja, så tager jeg en ekstra proteindrik. Eller tager op og træner en ekstra gang fordi så er overskuddet der jo når tingene går godt.

Gør du også noget hvis det er gået rigtig dårligt?

Ja, så lægger jeg mig endnu mere i selen og nedtur gør jo at man strammer sig endnu mere an.

Det er ikke svært?

Nej det synes jeg ikke. Jeg har ikke rigtig de der perioder hvor jeg synes at nu går det rigtig godt med min diæt og nu går det rigtig dårligt, fordi mit stofskifte er så højt at jeg forbrænder næsten 4000 kalorier bare ved at ligge stille hver dag så det gør at jeg næsten kan spise hvad der passer mig næsten uden at jeg tager på af det.

Er der alligevel noget der gør det svært for dig at få spist sundt? Altså udover stress.

Jo, altså selvfølgelig en travl hverdag. Masser ting om ørerne og det har man jo, arbejde gør jo at man engang imellem ikke har overskuddet til at man siger "ej, jeg gider ikke stå to timer ude i køkkenet, så jeg ringer efter en pizza i stedet". Men jeg tror at det er jo nok generelt for alle, at en stresset hverdag gør jo at man ikke gider stå i køkkenet.

Så man skal alligevel bruge lidt energi på at spise sundt?

Du skal selvfølgelig bruge energi på at spise sundt, fordi det kræver at man skal stå i et køkken hver dag og det er jo ikke ligefrem det mest spændende sted at stå når man har været på arbejde i ti timer og så skal hjem og stå i køkkenet igen i to timer. Så der kan du godt ty til det, men så kan du jo så også vælge noget andet. Du behøver jo ikke bestille en pizza.

Hvis du spiser sammen med andre som du ikke spiser med til hverdag, er det så mere eller mindre sundt?

Det kommer an på hvem jeg spiser sammen med. Spiser vi sammen med Tim (ven), så er det meget usundt, så er det tyk brun sovs og forloren hare og alt hvad der smager utrolig godt, men spiser vi sammen med Pah Ling og Kristian (vennepar) for eksempel så er det meget mere sundt, bambusskud og thailandsk mad hvor det primo er meget fedtfattigt jo. Så det kommer an på hvem jeg spiser sammen med. Men generelt så spiser man nok lidt bedre jo når man spiser sammen med andre, synes jeg, end man gør når man er alene.

Bedre det er...?

...at man får rødvin til maden, eller – det gør jeg ikke til hverdag – det indeholder også en masse kalorier, at man får dessert for eksempel – det gør man heller ikke til hverdag – det indeholder at man hygger sig og det tit indeholder i mad, det er hygge.

Nu springer jeg lige til noget andet. Når du snakker om at spise sundt, hvad er det så for nogle madvarer?

Jamen, det er jo fordi jeg har en uddannelse indenfor kost, så jeg ved jo godt hvad jeg skal spise, så det er jo nok det. Det er jo ligesom når du går i en tøjbutik jo, så ved du hvad du kan lide så kigger du ikke efter det der ikke er pænt.

Kan du uddybe hvad der er sundt og hvad der ikke er sundt?

Altså hvad der er sundt og hvad der ikke er sundt? (Ja). Jamen altså grøntsager er sundt. Altså alting er jo sundt i en vis mængde. Det er det der er problemet jo. Er du meget tynd, jamen så er det sundt for dig at du får en fed kost, men er du tyk så skal du have en meget fedtfattig kost. Så det er jo individuelt hvad man spiser.

Vi springer lige tilbage til dem du kender. Hvor meget går de forskellige op i at spise sundt og hvordan ved du om de gør det?

I den verden jeg er i, der ved jeg jo tit at folk spiser sundt, fordi jeg er fitnessinstruktør og arbejder i et fitnesscenter så der er meget mere fokus på kost og på hvordan du ser ud end der nok er på et arbejde et andet sted, på et kontor. Her drejer det sig om kost 24 timer i døgnet og det handler om træning og alle de ting her, så der er jo hele tiden fokus på madvaner. Den måde jeg ved det på er fordi jeg har fulgt de tykke damer igennem fire år og har haft dem, fedtmulene. Så de har jo skulle udfylde kostsedler til mig en gang om ugen så jeg ved hvad de indtager og jeg ved hvor mange kalorier de indtager, så jeg hele tiden kan sørge for at deres kost hænger sammen med det de forbrænder.

Det viser selvfølgelig også at de går op i det når de kommer til dig?

Det viser mere at de går op i det, men tit så er det jo – det er et lille sidespor – men så er motivationen meget høj hos kvinder, men det at gøre noget ved det især hos kvinder er meget lav. Der kan starte 15 på et hold, men i løbet af et år så er der 3 ud af 4 tilbage. Det viser lidt om standhaftighed. Men, det er den måde jeg følger andres kost og ser hvad de spiser.

Men er der også nogen hvor du ikke ved hvad de spiser, men hvor man bare taler om det?

Altså, ud fra at de sender en kostplan til mig hver dag, eller en gang om ugen, med hvad de indtager i løbet af ugen. Og jeg bliver nødt til at stole blindt på dem. Men så ved jeg jo hvad de spiser. Så står der jo fra klokken syv om morgenen når de står op til klokken ti om aftenen når de går i seng igen, alt hvad de spiser og hvor meget de drikker. Så jeg hele tiden har styr på hvor mange kalorier de kører ind og ud hver dag.

Men hvad med kollegaerne for eksempel?

Kollegaerne. Jamen ved at du lever i den verden, så spiser du også mange flere gange end normale mennesker gør. Altså når jeg kører min træning og alt går godt så spiser jeg ti til elleve gange på en dag. Så du har jo hele tiden mad med dig jo, så du går jo og gumler konstant. Så på den måde ser jeg også hvad de andre spiser. Det er jo ved at se madpakker og hvad man nu ellers har med på arbejde.

Lige her til sidst. Hvad er din generelle holdning til at spise sundt?

Min generelle holdning er at folk skal spise meget mere sundt en de gør og passe meget mere på sig selv end de gør, for de er virkelig, vi er snart oppe på tres procent af Danmarks befolkning der er stærkt overvægtige og det synes jeg fortæller meget om – og det kan du jo bruge i din statistik – at Danmark er så lille et land, men alligevel så har vi snart et så stort fedmetal som i USA.

Hvad tror du der gør det så svært eller ligegyldigt?

Jeg tror det handler meget om at børn i dag får i hoved og røv og mor og far skal arbejde så meget hver dag for at hive så mange penge hjem hele tiden så de både kan have råd til hus, villa og vovse. Alting skal se så fornemt ud udadtil og det går udover børnene i den sidste ende. Det vil sige at der ligger tit bare 100 kroner derhjemme på bordet "bestil en pizza". Så får ungerne noget at spise. Og når du er i den tidlige alder og børn ikke kommer ud at lege nu og de ikke gør det, de sidder meget foran en computer i stedet for at komme ud at lege ligesom jeg gjorde da jeg var dreng. Så starter fedmen meget tidligt. Jeg synes det er uhyggeligt når jeg kan sidde og have en 11-årig dreng der allerede har diabetes 2 på grund af at mor og far ikke kan finde ud af at tage sig sammen. For 70 procent af tiden der er det mor og far der gør forkert og ikke børnene.

Så fordi ting og penge er vigtigere end helbredet?

Det er i hvert fald den måde jeg har oplevet det på, det er at folk de opgør ikke at vi skal alle sammen leve sundt og have det rigtig godt og vi skal se godt ud alle sammen, men det kommer til at gå ud over. Vi bliver nødt til at lave nogle kompromiser også for at få tid til alle de her ting og det kommer næsten altid til i sidste ende at gå ud over kosten. Er mor og far ikke hjemme til at ungerne skal have aftensmad, jamen så bliver det den løsning i den sidste ende. Hver gang. Jeg synes det er forfærdeligt.

Hvad tror du der kan få dem til at ændre kurs?

At vi ikke har et ha'-samfund som vi har nu. At alting, hver gang vi har noget, så skal det vises frem. Alle skal være så perfekte at jeg næsten synes det er kvalmt. Det skal være den største bil, ellers så er det ikke godt nok. Det skal være et stort hus, ellers så er det ikke godt nok. Vi er blevet meget materialistiske med hvad vi har at det er godt, men i bund og grund så er det jo bare dumme ting som du ikke kan have nogen følelser overfor jo, men altså materielle ting er blevet meget vigtige for folk i forhold til hvad det var for tyve år siden. Så hvis der skal laves om på det her så skal det nok være at mor og far skal til at tænke på måske ikke at arbejde ligeså meget og lade være med at forkæle ungerne ligeså meget og så bruge noget tid sammen med dem i stedet og tage i træningscenter for eksempel og træne med dine børn. Tag noget ansvar for den måde de ser ud i stedet for bare at sige "nåh, hvor er det synd for dig, du skal på et julemærkehjem og når du så kommer hjem så forsætter vi bare i nøjagtigt det samme gear som vi fortsatte i før". Fordi mor og far de arbejder stadig ligeså meget.

Hvad tror du der skal til for at folk får øjnene op for...

Jamen, jeg ved ikke hvad der skal til fordi uanset hvor vi er henne i verden, om det hedder Danmark, om det hedder England, eller hvad det hedder, så er det så ekstreme forhold. Hvis du ser... Altså jeg har haft en pige på 18 år der har vejlet 125 kilo og var 160 høj. Det kan kun gå galt på en ting, og det er jo at der ikke er tid til at høre på de folk. Altså, det er jo problemet. Det er mange ting der kan bære ind i at folk de æder så gevaldigt forkert som de gør og tit så er det jo fordi der ikke er nogle til at lytte til dem, så... Det ved jeg ikke. Et bedre fællesskab i vores miljø herhjemme ville måske gøre at vi alle sammen kunne spise måske en lille smule sundere.

Er det det fællesskab der har fået dig til at gå mere op i det?

Nej, det er mere på grund af min sygdom. Jeg fik på et tidspunkt at vide at jeg havde seks måneder at leve i, og det nægtede jeg. Så smed jeg al medicin på hylden og begyndte at træne som en gal og det har jeg efterhånden gjort i tolv år nu, og holder nok aldrig op med det. Men, det er derfor jeg startede med det i hvert fald. Vi alle sammen... Igen, det er jo individuelt hvem du sidder og interviewer. Så min kæreste har sin måde at gøre det på, jeg har min måde, du har din måde. Så det – hold kæft du skal interviewe mange hvis du skal have det hele i en pakke... Men det er i hvert fald det største problem jeg tror vi har herhjemme det er at vi ikke har tid til vores børn, at mor og far arbejder så meget nu. Også fordi at alting er blevet så dyrt. Det er jo ekstremt og skal du leve sundt, så er det dyrt. Meget dyrt.

Så det kunne være en ulempe...

Det kan jo være en ulempe, men altså også tiden. Igen, at mor og far arbejder så ekstremt meget som de gør og nogle af dem har endda to jobs for at få tingene til at hænge sammen. Så det sidste den enlige børn med to børn hun gider når hun har puklet to arbejder, det er at stå ude i køkkenet. Så det går både ud over hende i den sidste ende og det går også ud over hendes børn. Men vi tænker jo altid at vi bare skal have noget i hovedet og så er vi alle sammen glade. Men kroppen er jo bare ikke glad i den sidste ende for den har jo ikke noget at leve af, ikke noget næring jo.

J. Schantz: Interview med kvinde, 48 år, tidligere direktionssekretær, førtidspensionist, gift, bor i Herrestrup.

Hvilke tanker gør du dig omkring den mad du spiser?

Ja, det skulle jo gerne smage godt.

Så du tænker mest på om maden smager godt?

Nej, jeg tænker da også på om det er godt for mig.

Hvor meget går du op i at du spiser sundt?

På en skala fra et til ti? Ja... Jeg synes jeg går op i det, men ikke mere end at, det er lidt lyststyret når vi laver mad.

Hvad kan få dig til, i perioder, at gå mere op i det end nu plejer?

Hvis jeg synes vi har spist usundt i en periode. Så må vi rette lidt ind.

Hvad er det der gør at du føler at du har brug for at spise sundt når I har spist usundt? Er det samvittigheden eller?

Nej, det var lyst. Altså, jeg har ikke lyst til kød hvis jeg har spist meget kød i et stykke tid. Så vil jeg gerne have det varieret lidt. Man kan jo ikke spise det samme altid.

Hvad kan få dig til, i perioder, at gå mindre op i at du spiser sundt?

Tid. Hvis vi har travlt eller hvis der foregår nogle andre ting, så rykker det noget længere ned på listen.

Hvad er det ved tid, der gør, at man ikke spiser sundt?

Jamen, så skal det bare være et eller andet hurtigt man kyler ned i gryderne. Så tænker vi ikke rigtig over om vi nu får det rigtige i forhold til madpyramiden og sådan nogle ting. Det kommer an på hvor meget tid vi har til rådighed.

Er det fordi man er nødt til at tænke over det hvis man skal spise sundt?

Nej, men der tænker man mere over at der skal være flere ting på tallerkenen, flere forskellige ting. Og hvis der er tidnød, jamen så er det bare nogle

få ting, og hvad har vi lige i køleskabet? Så kommer det i gryden.

Kan du mærke når du bliver mere motiveret for at spise sundt? Er der nogle tegn du ligger mærke til?

Jeg vil hellere sige det omvendt. Jo mere... Når jeg får nok af fede ting, eller nok af hurtige ting, så må vi over i... Altså det er mere det andet. Jeg lægger ikke mærke til om jeg er træt af at spise sundt, fordi det bliver jeg ikke træt af på den måde.

Synes du at du får noget ud af at spise sundt?

Hvad mener du?

For eksempel en umiddelbar effekt, at du kan mærke et eller andet, eller...

Nej, det har mere noget at gøre med samvittigheden. Samvittigheden bliver bedre, men jeg synes ikke vores madvaner her er plaget af særlig meget skyld.

Hvad er det der giver god samvittighed?

Det er hvis der er mange ting på tallerkenen og jeg ved at de er sunde.

Ja, men hvad er det der giver god samvittighed ved at spise sundt?

Nå, men det er jo fordi man ved at man skal spise varieret. Du bliver ikke så tyk af at spise sunde ting. Du bliver ikke så oppustet, man sidder ikke og småbøvser af fedtethed.

Nu nævner du at man bliver tyk, det er måske på lidt længere sigt og oppustet, det er måske på korte sigt, men hvad med sygdomme. Tænker du også på helbredet?

Det er jo klart. Det kan jo ikke undgå at man tænker på helbredet. Sådan er det jo. Det er jo... Vi kan jo ikke... Med det helbred jeg har, er der jo masser af "dos and don'ts". Det er bare ikke altid jeg hører efter, vel. Det er ikke altid vi gør det. Så sad vi over i sundhedsskolen og spiste tolv måltider om dagen. Det gør vi ikke.

Hvis du har spist sund i en periode, kan du så finde på at belønne dig på nogen måde?

Nej, det gør jeg ikke.

Når du taler om at spise sundt, hvad er det så for nogle madvarer du tænker på?

Det er noget med farver på, som ikke er fedt og som ikke er specielt meget forarbejdet, og som jeg ved hvordan er lavet. Ikke noget man tager ud af noget vacuumpak, men tit noget med grøntsager, eller frugt.

Hvilke fordele ser du ved at spise sundt?

Det er, at man får varieret kost og får dækket så mange behov som muligt. Det er det. Og så bliver jeg ikke så tyk.

Hvilke ulemper ser du ved at spise sundt?

Nej, altså, det er at huskelisten bliver længere. Selvfølgelig. Men jeg tænker egentlig ikke "spist sundt, spis sundt". Det er ikke noget mantra. Jeg vil hellere sige det er en bonus "orv, og så er det sundt". Vi sidder ikke og tænker på at nu skal du også spise sundt. Det er meget lyststyret.

Synes du at det er nemt at sørge for at spise sundt?

Ja, hvis jeg tænker over det. Jamen det er det. Det er let at få fat i alskens madvarer. Der er jo ikke engang nogen sæson mere. Det kan være sådan lidt, med at skal tænke over, fordi sæsonerne er blevet udjævnet når man køber ind, så kan det være svært at ligesom, eller så skal man tænke over at "hvilken sæson er det nu lige for broccoli?" for eksempel. Jeg kan bedst lide at madvarerne er fra, ja produkterne er fra den tid vi er i. Sådan så man ikke står og skal have tomater i december måned. Så tror jeg ikke der er særlig meget næringsværdi i. Så vi prøver så vidt muligt at rette det ind efter hvilken årstid vi er i.

Når du spiser sammen med andre, som du ikke spiser med til hverdag, er det så mere sundt eller mindre sundt? Er der nogen forskel på det?

Nej, det er der ikke. Det er mere noget med hvor vi er henne. Det er ikke andre der påvirker mig til det. Jeg er ligeglad med hvad de spiser.

Ved du om dem du kender, går op i at spise sundt?

Nej, det er deres...

Det snakker man ikke om?

Nej. Det er ikke noget vi snakker om. Min mand og jeg kan snakke om det, men det er ikke noget vi sådan... Der er det mere noget med når vi spiser hos hinanden. Så laver vi forskellige retter vi ikke har prøvet før.

Nu vil jeg bede dig tænke tilbage på en situation hvor du køber ind. Hvordan afgør du for eksempel om det brød du skal købe er sundt? Tænker du over det for eksempel?

Ja, det gør jeg, men jeg køber ind efter hvad jeg skal bruge det til. Og så prøver jeg at holde de hvide brød, papbrødet nede. Der er ikke meget sjov ved det. Det giver ikke noget. Men det kommer an på, altså hvis du skal sammensætte et måltid, så kan det jo godt være hvidt brød, hvis det andet så er groft nok, eller er varieret nok. Men ja det gør jeg da.

Efter optagelsen:

Hun mener slet ikke at hun bliver påvirket af hvad andre spiser, tænker eller lignende. Til gengæld synes hun ikke at man kan bruge undskyldningen at det er dyrere at spise sundt, for det er det jo ikke. Hun mener også at der må være stor forskel på kvinder og mænd og hvor meget de tænker over at spise sundt.

K. Pedersen: Interview med kvinde, 24 år, økonomikonsulent, samlevende, 1 barn, bor i Gevninge.

Hvad tænker du omkring den mad du spiser?

Hvordan den er, eller? Jeg går jo op i at spise, for det meste sundt og grøntsager, men ja det ved jeg ikke, altså.

Hvor meget går du op i at du spiser sundt?

Rimelig meget. Jeg vil sige, hver dag spiser jeg i hvert fald noget frugt og noget grønt. Når der bliver aftensmad, altså nu går min samlever jo ikke den der spiser grønt vel, men der går jeg da altid op i at jeg lige får lavet et eller andet så der i hvert fald er noget sundt til.

Er det ikke svært at sørge for når han ikke spiser grønt?

Jo, så bliver det nok noget lidt kedeligt noget. Så kan det godt bare blive et par tomater og lige noget agurk og sådan noget, bare lige hurtigt. Så det er ikke lige altid det bliver et stort måltid grønt. Han laver tit mad jo, så det er... Det er jo tit sådan noget ikke så sundt noget. Til aftensmad. Men når jeg er der hjemme...

Hvor tit laver han maden?

Stort set hver dag og så får vi jo rester nogle gange. Så det er måske ikke hele ugen der bliver lavet mad.

Går du nogle gange mere op i om maden er sund end andre?

Altså nu kan man jo sige, at nu hvor jeg er blevet, altså nu hvor jeg har været gravid og alt det der, så kan jeg godt gå lidt mere op i det nu. Fordi nu vil jeg jo godt måske lige af med den her flaskede dunk. Så kan der godt være nogle dage hvor man er sådan lidt ligeglad. Når man kommer til weekenden og så er det nok lidt lige meget, så går det nok.

Er der noget der får dig til at tænke at du må gå mere op i det?

Man kan da godt få det der nogen gange, at nu skal jeg tage mig sammen.

Hvad er det der gør det?

Jeg tror måske, så når man når hen til sommeren og man ved man skal til at på stranden og i bikini. Og så kan man da også godt få den der i løbet af året at nu strammer bukserne lidt, så nu må man hellere lige. Men jeg tror mere der er det med at man snart skal på stranden og have bikinien på. Så går det ikke at man ligner en hval. Men ellers ved jeg ikke helt hvad der gør det.

Hvad synes du at du får ud af at spise sundt?

Mere energi. Mere energi! Og så samvittighed måske, man har ikke dårlig samvittighed over at man spiser alt det der slik. Og så får man også det ud af det at man taber sig jo. Eller man kan håbe på man taber sig.

Har det mest noget at gøre med hvordan du ser ud eller er det også for helbredet?

Ej, også for helbredet. For helbredet, og så det der med hvordan jeg ser ud, det er nok ikke kun for andres, men også lidt for min egen skyld. Så jeg kan holde ud at kigge mig i spejlet. Så både for min egen skyld og helbredet også. Jeg ved ikke hvor meget jeg tænker over det med helbredet, lidt gør man jo, men...

Så det er ikke lige helbredet du tænker først på når du sørger for at du får dine grøntsager?

Nej, ja, det er sådan lidt mere, ja det ved jeg ikke, man ved jo bare det er sundt. Det giver mere energi og man ikke ender med at ligge inde på sofaen og ikke kan røre sig. Ej lidt tænker man da over det med helbredet, men jeg tror mest at jeg tænker at jeg vil bare ikke blive den der fede en. Når man først bliver det, så bliver det altså også svært at komme af med det igen.

Er det mest din vægt du tænker på eller er det også andet?

Også hvordan man ser ud.

Ja, det er også det jeg tænker på, altså spise fedtfattigt, eller tænker du også over om du får alle de næringsstoffer man nu engang skal have?

Det er nok bare at det er fedtfattigt, tror jeg. Ikke at det skal være seks forskellige slags frugter eller noget. Det er nok bare, det går jeg nok ikke så meget op i. Ikke hvor mange gram man skal have af det forskellige, jeg tror bare generelt, man prøver bare... Det samme med, hellere drikke lidt vand end at drikke sodavand. Indimellem skal man da også have det.

Når du taler om at spise sundt, hvad gælder det så for nogle madvarer?

Jamen det er jo altså grøntsager.

Tænker du også på brød?

Nå, ja ja, så er det sådan noget som fuldkornsbrød. Når man køber pasta og ris, så kan jeg da godt finde på at finde fuldkornspasta og vilde ris og sådan noget i stedet for. Men hvad jeg tænker på der er sundt siger du. Tænker du på selve madvarer, eller? (Ja, det kunne det være). Jeg tænkte bare på, kan det også være sådan noget som når vi køber kød for eksempel? For eksempel når vi køber hakkekød så i stedet for at tage den der hedder 10-18, eller 10-12 procent, så tager vi altid den der hedder 3-7 procent.

Nu har vi været lidt inde på det, men hvilke fordele ser du ved at spise sundt?

Ja, det er jo igen lidt det der med energien. Men, ej hvilke fordele er der ved at spise sundt?

Er der nogle ulemper ved det?

Ved at spise sundt? Nej. Altså det kan godt være nogle gange lidt dyrere måske.

Er der noget der kan gøre det lidt besværligt?

Nå, ja hvis man skal have noget hurtigt mad for eksempel. Altså hvis man lige står lidt hurtigt og skal have et eller andet at spise. Så bliver det fast food, der er det ikke lige altid nemt at få fat i noget der er sundt på samme måde. Som hvis man selv skal ned og handle og lave... Selvfølgelig kan man da godt få nogle salater når man er på pizzeria eller et eller andet, men det er bare ikke det samme tror jeg.

Hvordan er det ikke det samme? Altså hvad gør at du vælger det andet alligevel?

Ja, jeg synes tit for eksempel på pizzeria at det er noget kedeligt salat hvor det bare er salat og agurk og tomat og så måske noget tun eller et eller andet. Der er ikke sådan noget, altså det er ikke særligt spændende.

Nej. Spændende. Er det smagen eller er det...?

Ja, hvad er det? Når man selv laver salater derhjemme, så køber man alle mulige forskellige slags og blander, altså... Jeg ved det ikke helt. Nej, jamen jeg tror bare det er når man sidder nede på et pizzeria, så hiver alt det usunde også.

Hvordan gør det det?

Jeg ved ikke, jeg tror bare usund mad det nogle gange, det synes man bare smager lidt bedre og man har lidt mere hurtigt lyst til de der saltede pomfritter. Så hvis man er sulten så, det er nemmere hvis man skal have et eller andet sundt at man har planlagt det. Ellers så er det nemmere bare lige med en burger, en shawarma, eller et eller andet. Så er det bare lige hurtigt det man vælger, eller jeg vælger.

Snakker du med for eksempel kollegaer om mad? Ikke nødvendigvis om det er sundt eller ej, men jo også måske det. Snakker i nogen gange om mad?

Jo, det har vi da tit gjort når vi sidder og spiser. Men altså. Vil du vide hvad vi snakker om?

Ja, jeg tænker bare på at nogle måske bliver mere motiveret til at spise sundt hvis de snakker med andre om det.

Altså ude på mit arbejde der får vi jo sådan noget mad leveret. Der har vi jo tit kunne stemme på hvem vi ville have mad fra. Og der har der jo også været stor forskel på om der har været grøntsager med, og der har vi gået meget op i at vi hellere ville have dem hvor der er mange grøntsager. En af de der leverandører, det var sådan, så var der lige en eller to blandede salater og det var tit med et eller andet i som der var mange der ikke kunne lide. Men den ene af dem det var sådan med mange forskellige ting, så var der tomater her, og så var der så man selv kunne blande sin salat. Og det ved jeg, det har vi da gået meget op i, altså mange har, at vi egentlig hellere ville have den der sunde leverandør, eller hvad man siger. Hvad snakker vi ellers om? Jamen så snakker man lidt om hvad man laver derhjemme af mad. Det har vi da også nogle gange, hvis man er helt "ah, hvad skal jeg lave af mad, jeg har bare ikke nogle idéer", så er der nogen der har nogle idéer til et eller andet. Nogle der kender en god opskrift.

Er det så tit noget der er sundt, eller er det tit noget der er usundt?

Det er nok blandet, fordi, jamen så er der også kage for eksempel.

Ville det være pinligt, for eksempel, hvis man foreslog en meget usundt aftenret? Eller ville det nærmere være mærkeligt hvis man foreslog noget der var helt sundt?

Ej, jeg tror måske det er mere in at lave de sunde retter end de usunde retter. Ja, det tror jeg. Eller det ved jeg faktisk ikke. Det er ikke lige noget jeg har tænkt over. Jeg tænker det er mere sådan lette retter end, nu tænker jeg på noget af det min samlever nogen gange laver, sådan nogle tunge, tunge retter. Jeg tror ikke lige det er det folk de sådan tænker over de vil lave.

Hvordan er det blandt venner og veninder?

Med mad? Jamen, hos en af mine veninder for eksempel, der er det jo sundt. Men, det er faktisk lidt forskelligt synes jeg, fordi, det er meget blandet vil jeg sige. Hos nogle der er det sundt og hos andre der er det sådan lidt mere usundt. Når vi er hjemme hos os der er det også tit usundt. Sådan når min samlever laver mad til når der kommer nogen, så, ja det er ikke altid den sundeste måde det bliver lavet på.

Hvad med familien?

Ja, det er også blandet, fordi på min samlevers families side, der er det altid usundt. Der er det tit der aldrig nogensinde er grøntsager med. Hos min familie der er det lidt blandet. Nogen gange er det usundt og de gange hvor min mor går meget op i det der mad, så laver hun altid Vægtvogternes mad. Altså det smager rigtig godt, det er bare på den helt sunde måde.

Snakker I tit om mad?

Ja, om mad? Ja, det synes jeg da.

Snakker I om hvor sundt det er?

Nej. Det er nok mere sådan hvor godt det er. Altså, hvad man synes der er godt.

Hvordan med vennerne? Det glemte jeg at spørge om. Snakker I om mad?

Altså om det er sundt eller? Jamen, det synes jeg da. Det gør vi da nogen gange.

Hvad med dem der ikke spiser så sundt?

Ja, altså man snakker da om hvad man skal have at spise. Og så nogen gange så bliver det bare en pizza fordi man ikke gider ud og handle eller lave noget. Men altså, jeg ved ikke hvor meget det er at snakke om mad. Det er det nok ikke. Det er ikke sådan noget med "nå, men jeg har en god opskrift", eller noget "jeg har prøvet den her". Sådan er det ikke rigtig.

Du sagde før at I snakker om hvad der er god mad, hvad er det I opfatter som god mad?

Ja, det er jo også det. Der er meget forskel på hvad folk synes er god mad. Altså det vi måske tænker på er god mad, det... Altså selvfølgelig, hvis man skal ud og spise på en restaurant og man skal have god mad, altså så er det jo ikke sådan noget pizza-mad. Så er det sådan et sted hvor man går ud og får enten en rigtig god smagsoplevelse, eller tingene er anrettet på en eller anden pæn, god måde – og så synes man det er godt. Altså hvis mig og min samlever vi laver en ret, hvis jeg laver et eller andet spaghetti med kødsovs, så siger han at hans er meget bedre fordi der er fløde og alt muligt i. Altså min er ikke så usund, der er heller ikke alt det der smør og... Altså, jeg tror bare hurtigt at den der fede mad, den bliver set for at være god mad.

Er det så svært at blive motiveret for at spise sundt når det ikke nødvendigvis anses for at være "den gode mad"?

Ja, det, nej jeg har ikke problemer med at spise sund mad. Det er bare når man er sammen med en der ikke gider spise sådan noget rigtig sundt noget. Så kan det godt være lidt svært. Jeg kan godt lide alt med grøntsager. Det synes jeg jo bare... Det er jo et eller andet sted kun rart at man ved at jamen det kan man godt spise masser af. Det er der ikke noget galt i.

B. Jensen: 55-årig mand, projektleder, 1 barn på 15 år, fraskilt, bor i Lyngø.

Hvilke tanker gør du dig generelt om den mad du spiser?

Det skal være sådan rimelig sundt og så skal det smage godt. Det er sådan nok det primære. Og så skal vi kunne lide det begge to.

Hvor meget går du op i at du spiser sundt?

Ikke... Jeg er ikke fanatiker. Det er jeg ikke. Men altså, jeg vil helst spise sundt.

Går du nogle gange mere op i det end andre?

Jeg vil tro, generelt spiser jeg sundere om sommeren, fordi der får man lidt flere grøntsager og sådan noget og salater og sådan noget. Men det er nok ikke noget jeg tænker så meget på.

Hvad er det der gør at du tænker mere på at spise sundt om sommeren?

Jeg tænker nok ikke så meget over det, men jeg spiser mere sundt fordi jeg får salat. Jeg får mest salat om sommeren. Men, ellers tror jeg det er sådan lidt det samme.

Kan du nogen gange mærke at du har spist usundt i noget tid, eller at du har spist ekstra sundt?

Ja, det kan jeg godt. Jeg kan godt mærke hvis jeg spiser mange søde sager i et stykke tid. Det kan du helt klart mærke. Det er ikke så godt.

Hvordan kan du mærke det?

Jamen sådan, jeg er ikke så god til at koncentrere mig og jeg kan også få hovedpine af det. Ja, jeg føler mig ikke så skarp altså med koncentrationsevnen.

Gør du så noget ved det?

Så prøver jeg så at spise... eller undgå søde sager. Prøver at dyrke noget motion. Løbe.

Synes du at du får noget ud af at spise sundt i de perioder du spiser sundt?

Jamen, altså generelt har jeg det bedre hvis jeg spiser sundt.

Gør du noget godt for dig selv, eller dårligt for dig selv, alt efter om du har været god eller dårlig til at spise sundt? Altså sådan belønning eller straf?

Nej. Jeg kan godt være lidt irriteret på mig hvis jeg har spist for meget slik for eksempel. Lige pludselig har man spist en hel pose slik, hvor man tænker "nej, hvad gør du det for?". Man ved det godt inden man går i gang sådan set, at man kun lige skal – i virkeligheden burde man slet ikke tage noget – spise et par stykker. Men nogen gange kan man godt, hvis den ligger der, spise det hele og så tænke bagefter "idiot".

Grund til at du tænker sådan, er det fordi du ved at du bliver ukoncentreret, eller er der andre årsager?

Det er jo nok fordi, altså inderst inde vil jeg slet ikke spise det i virkeligheden, men det smager jo godt.

Hvad er det der gør at du ikke vil spise det?

Jamen, det er jo fordi man ved at det ikke er sundt. Det er ikke noget der bidrager med noget godt til kroppen og det kan mærkes.

Når du snakker om at spise sundt, nu nævnte du for eksempel salat før, hvad er det for noget mad du mener, der er sundt?

Det jeg synes er sundt, det er jo for eksempel når jeg får frugt på arbejdet. Altså, man spiser noget kylling til aftensmad, ris og den slags, grøntsager til. Det er sådan primært når jeg spiser sundt, kylling, fjerkræ.

Og det har du hørt er sundt?

Ja, det har jeg hørt er sundt. Fordi det er fedtfattigt og proteinrigt.

Hvilke fordele ser du ved at spise sundt, udover koncentrationsevnen?

Jo, altså så er der vægten. Det er ikke det store problem for mig. Det er jo også, når man træner lidt, så er det også godt at få nogle proteiner. De rigtige proteiner.

Hvad med ulemper ved at spise sundt? Eller noget der gør det mindre interessant...

Jo, men det er jo som jeg siger. Det er lidt som at fylde noget forkert benzin på bilen.

Jeg mener ulemper ved at spise sundt...

Nå, men det er der sådan set ikke. Det er bare fordi, nogen gange har man lyst til noget sødt for eksempel. Det er jo som regel et eller andet usundt. Men der er ikke, generelt, der er ikke nogen ulemper ved at spise sundt. Andet end at man lige skal forsøge at lægge lidt bånd på sig selv. Så man ikke spiser usundt.

Er det svært at lægge bånd på sig selv?

Nej, egentlig ikke.

Synes du at det er nemt at sørge for at du spiser sundt?

Jo, men det er jo sådan at jo mere sødt du spiser, jo mere har du lyst til sødt og jo sværere er det at undgå det. Altså, man bliver afhængig af det der søde stads. Kroppen udvikler afhængighed af sukker og jo mindre du spiser, jo lettere er det at sige nej til det, jo mindre tænker du på det. Så det er ligesom om det bider sig selv lidt i halen. Hvis du spiser meget sødt, så er det svært at undvære, men hvis du ligesom kommer ud af den der onde cirkel, så er det sådan set ikke noget problem.

Er der noget der kan gøre det svært at spise sundt, eller besværligt? For eksempel i forbindelse med at vide hvad der er sundt.

Nej, det synes jeg ikke. Altså uden at være sådan specielt kostvejleder, så, diætist eller noget, så ved de fleste mennesker jo at man bør spise fedtfattigt og få grøntsager og frugt.

Så det er egentlig mere problemet at styre sin lyst til de usunde sager?

Ja, det tror jeg. Det er det der er problemet for rigtig mange mennesker.

Når du spiser sammen med andre du ikke spiser med til hverdag, er det så mere usund mad, eller mere sund mad?

Altså hvis man har inviteret gæster, eller man er inviteret ud, så er det tit og ofte mere usund mad. Det er det man sådan siger "god mad", lidt federe mad, ligesom flødekartofler og fedt kød - oksekød er nok ikke det værste men – der er jo noget krølfedt på.

Vil man gerne give indtryk af at man spiser så godt til hverdag, eller er det mere indforstået at...?

Nej, jeg tror mere at år man har inviteret gæster, så vil man virkelig gerne være sikker på at det er noget der virkelig smager godt. Det er nok det der er vigtigst for en.

Og sund mad smager ikke ligeså godt?

Nej, ikke umiddelbart. Man går nok efter det hvor man tænker "Det her, det ved jeg smager godt" og så tænker man ikke så meget på sundheden. Det er mere sådan "Den her ene gang der kommer gæster, så pyt med det". Det er ligesom juleaften og fødselsdag. Det er ikke den dag man skal tænke på om det er sundt eller ej.

Hvor meget går dem du kender op i at spise sundt?

Ikke så meget vil jeg sige.

Hvordan ved du hvor meget de går op i det?

Jo, det kan du sådan se når du serverer noget. Om folk sidder og skærer fedtet af, eller om de siger "jeg rører ikke den slags". Umiddelbart synes jeg ikke rigtig jeg støder på det.

Hvad med til hverdag?

Nej.

Snakker du meget med andre om hvad du spiser?

Kun af ren og skær nysgerrighed, altså for eksempel på arbejdet eller med min kæreste. Sådan om hvad vi har fået at spise. "Hvad lavede I i går?", og sådan noget. "Hvad skal I have at spise i aften?". Men det er sådan mere, det har ikke noget med sundhed at gøre. Det er mere for at høre om der er nogen der har fundet på et eller andet spændende man ikke selv har. Eller får noget inspiration.

Bliver det anset for godt hvis man foreslår noget der er sundt, eller er det mere noget der er usundt, der bliver foreslået?

Jeg vil sige, det der falder i bedst jord, det er nok det der er velsmagende, til at starte med, som udgangspunkt.

Kan du eventuelt give nogle eksempler på hvad I snakker om? Hvordan I snakker om det?

Jamen det kan være sådan på arbejdet hvor vi lige siger "Hvad så, hvad skal I spise i aften, skal vi lige tage en runde?" Så siger vi sådan "Ja, jeg tror jeg laver det der". Så siger den næste "Jeg tror vi skal have det der". "Vi skal have det der". Så tager man sådan en runde der.

Er det pinligt hvis der er nogen der siger at de for eksempel skal have burger nede på grillen?

Nej, overhovedet ikke.

Hvad hvis man siger "Vi skal have salat og fisk"?

Nej, altså det er det heller ikke. Men jeg tror stadig der er nogen der mener at salaten er forbeholdt husdyr og kaniner og sådan noget. Men altså, det er sådan ikke rigtig noget mere. Det synes jeg.

Hvis du nu er særligt motiveret for at spise sundt i en periode, er det så noget der kan motivere dig yderligere, eller demotivere dig, hvis andre taler om det?

Overhovedet ikke. Det der kan påvirke mig, det er når man er inde i sådan en periode, der kommer en der sætter sådan en kanelstang på bordet til eftermiddagskaffen. Det kan godt være svært at sige nej tak til. Men altså hvad andre mener, siger og gør, det er jeg ligeglad med. Altså hvis jeg selv vil et eller andet, så er jeg ligeglad. Det påvirker mig ikke. Kun hvis der bliver smidt sådan et rent – bang – på bordet "skal du have et stykke?". Så kan det godt være lidt svært at sige nej.

Men når du spiser noget af det, er det så fordi du har lyst til det, eller kan der opstå en underlig situation hvis man siger nej tak?

Nej, det er helt klart fordi jeg har lyst til det. Det er ikke nogen form for gruppepres. Det er der ikke noget af. Det er kun fordi jeg har lyst til det. Jeg ville egentlig helst sige nej i den situation, men det er jo kun overfor mig selv fordi jeg har lyst til det, at jeg ikke siger det.

Hvis du skulle bedømme din holdning til at spise sundt på, lad os sige, en skala fra et til ti, hvor et er meget negativ og ti er meget positiv, hvor godt er det så efter din mening at spise sundt?

Altså, min holdning er sådan rimelig omkring otte. Men at man så ikke lige efterlever det så meget fordi det er lidt besværligt at lave lidt salat og sådan, det er jo også lidt sådan man er jo alene om det og... Altså, det er nok sådan mere det praktiske i det, men altså holdningen er at jeg synes det er fedt at nogen spiser sundt det ville jeg sådan set også godt selv. Altså, jeg har ikke noget imod det, slet ikke.

Du ved formentlig godt at man skal spise frugt og grønt og der er det her råd om at man skal spise 600 gram af det om dagen. Hvad synes du om det?

Altså, seks om dagen, som jeg siger der, seks stykker frugt. Altså jo, altså fint nok. Jeg tror ikke jeg selv lever op til det. Det er jo fint nok at der bliver gjort opmærksom på det og man har fået fokus på at man skal have flere frugter og grøntsager.

Hvad tror du der kan være grunden til at du ikke får spist det?

Jamen, altså der er jo... Det er jo svært at spise seks stykker frugt stor set om dagen. Æble, pærer, banan. Det ved jeg ikke. Vi har appelsin, et glas juice. Det...

Er det måske fordi du ikke har ligeså meget lyst til det som til andet mad?

Jo, jeg tror ikke rigtig jeg kan fremelske så meget lyst til frugt. Men altså også hvis du køber det, du får det ikke spist, så bliver det smidt ud. Så venner man sig til kun at købe nogle æbler for eksempel. Bare holde sig til en ting, man køber ikke hele tiden det der ligger og har liggende og så smider halvdelen ud hele tiden.

Synes du at det er godt at spise det?

Jo, fint nok, altså så det passer. Ikke sådan at "Hov, nu er jeg oppe på fem stykker, nu skal jeg have én mere". Det bliver ligesom stresset nærmest. Det skal ligesom passe ind.

Hvad tror du der er godt ved at spise frugt og grønt?

Jo, altså du får jo vitaminer og mineraler. Det er jo noget kroppen har brug for. Så det er helt sikkert sundt.

Hvad med det råd der hedder at man skal spise fisk to gange om ugen, eller at man skal have cirka 200 gram fisk om ugen? Hvad synes du om det?

Ja, altså jeg spiser meget laks og en del makrel, vil jeg sige. Det er nok det jeg spiser mest. Det er sjældent faktisk at vi får... Det er vi ikke så gode til.

Men synes du at det er vigtigt at man gør det?

Ja, hvis man ellers kunne efterleve det... Jo.

Hvad er det der gør at det kan være svært?

Det er nok primært det, at fisk er dyrt og det er måske sådan lidt besværligt at lave mad med fisk. Så skal det helst være uden ben. Så nogen gange bliver det lidt besværligere. Det er nok det primært.

Men hvad synes du om at spise fisk?

Jo, men jeg kan godt lide fisk.

Hvad synes du der gør at man bør spise fisk?

Altså, det er sundt og så bør man jo spise det. Altså sundt for helbredet og fordi man varierer kosten.

Så er der noget med at man skal spise ris, kartofler eller pasta hver dag. Hvad synes du om det?

Det tror jeg også vi er meget gode til.

Er det fordi du ved at det er sundt, eller er det mere en vane?

Det er mere vane tror jeg. Det er ligesom de ingredienser vi bruger.

Men kan det ske i perioder at du ikke spiser det?

Nej, det er sjældent at det er sådan i perioder. Altså en enkelt eller to dage, ja, men altså ikke sådan i lange perioder. Vi får altid næsten ris, kartofler eller pasta.

Men det er ikke fordi du har en bestemt holdning til at det er rigtig godt at spise?

Nej.

Hvad er der mere, jo groft brød frem for hvidt brød. Hvad synes du om det?

Helt klart. Helt klart. Mørkt rugbrød med kerner, det er helt klart mig. Ja, det skal være sådan noget groft rugbrød.

Hvorfor tænker du over det?

Det smager bedst. Jeg kan ikke lide det andet.

Hvad med, altså ikke hvidt brød, men det fuldkornsbrød der minder om det? Der er jo kommet det der mærke der viser om der er nok fuldkorn i.

Nej, det skal helst være sådan et gammeldags rugbrød med kerner. Det kan jeg bedst lide. Men også fordi det er sundt.

Hvor meget tænker du over at spare på fedtet?

Ikke særlig meget. Jeg ved godt at man ikke skal have for meget fedt og helst animalsk fedt,... eller jeg mener helst vegetabilsk fedt hvis det endelig skal være. Men det tænker jeg ikke så meget over.

Du går ud fra at du ikke får for meget fedt?

Ja.

Hvad med sukker?

Altså jeg forsøger at undgå sukker.

Hvis vi lige vender tilbage til fedt. Hvad tror du der gør at det er dårligt at spise for meget fedt?

Lægevidenskaben siger jo at det ikke er så sundt med animalsk fedt. Det må man så gå ud fra er rigtigt. Det går jo i hjertet og blodårerne. Men det tænker jeg ikke så meget over.

B. Jørgensen: 25-årig mand, sælger reservedele til biler, samlevende, 1 barn, bor i Roskilde.

Hvad tænker du generelt omkring den mad du spiser?

Den er særdeles usund.

Hvad går du op i?

Dansk mad kan jeg godt lide. Ja, sådan klassisk husmandskost. Det kan jeg godt lide.

Hvor meget går du op i at du spiser sundt?

Det kommer faktisk i perioder, men sådan til daglig synes jeg ikke at jeg spiser særlig sundt, men jeg kommer da ind i nogle perioder hvor jeg godt kan spise sådan noget som kyllingesalat til aften i stedet for eksempelvis medisterpølse eller biksemad.

Så når du tænker på at spise sundt er det mest kødet?

Ja. Det er det.

Hvad er det der gør at det er sundere?

Det... Jamen jeg synes bare hvis du tager et stykke kylling i forhold til medisterpølse så synes jeg, uanset om det er tilberedt eller råt, så synes jeg at kyllingen ser mere fedtfattig ud.

Så det er mere på grund af fedtet at du spiser det i stedet?

Ja.

Hvad kan få dig til i perioder at gå mere op i at spise sundt?

Ja, det er nok når man lige stiller sig op på vægten og så viser den en to-tre kilo mere end hvad den plejede, men ellers så kommer det bare i perioder måske man bliver træt af sådan noget klassisk dansk mad.

Så det er mest fedtet, men også lidt for afvekslingens skyld?

Ja.

Er der nogle andre ting du tænker på?

Ja, altså man tænker jo en masse tanker. Altså, man får noget bedre selvværd. Ja, der er mange ting. Man får noget bedre selvværd, og... Ja, det tror jeg faktisk sådan set er det.

Hvad kan få dig til sådan i perioder at gå mindre op i at du spiser sundt? Eller når du sådan til hverdag ikke rigtig går op i det?

Ja, hvad kan få mig til det? Perioder, vil jeg sige. Sæsonen, vil jeg sige. Nu går vi sådan det kolde vejr i møde. Der synes jeg godt at maden kan blive sådan væsentligt mere tung i det. I forhold til om sommeren hvis jeg havde fået noget kartofler og noget salat uden sovs til, men sådan om vinteren synes jeg at det bliver rigtig tung aftensmad.

Og så tænker du ikke på om det er fedt?

Nej.

Kan du mærke når du bliver mindre motiveret til at spise sundt, er der nogle tegn du lægger mærke til? Nu sagde du noget med vægten, men er der også andet?

Ja, altså jeg var lige inde i en periode på fire-fem måneder hvor jeg trænede rigtig rigtig meget og spiste rigtig sundt og man kan jo mærke en masse ting. Klart at din fysik bliver forbedret, men du er også mere frisk om morgenen. Du kan også mærke det når du har spist, at mæthedsfornemmelsen er helt anderledes end hvis du spiser sådan noget rigtig solidt husmandsmad. I forhold til hvis man spiser noget sundere.

Hvad kan du bedst lide så?

Ja, altså det er hver sin charme kan man sige. Så kan man lige ligge og slappe af på sofaen bagefter når man har spist et ordentligt solidt måltid.

Synes du at du får noget ud af at spise sundt?

Nej, men det er også så sjældent man gør det.

Så der er ikke rigtig nogen grund til at spise sundt? Eller, hvad ser du af grunde til at spise sundt?

Jamen, kolesteroltal, at man ikke bliver overvægtig, at man muligvis kommer til at leve lidt længere. Sådan nogle ting. Mere energi.

Synes du godt du kan mærke forskel på hvor meget energi du har?

Altså i forhold til min kost? Ja, det kan man godt. Det kan man godt... Men jeg synes til gengæld bare ikke rigtig at sund mad mætter ret meget. Det kan da godt være måske, at jeg ikke er god nok til at lave mad.

Men så kan det være man skulle spise mere, er det ikke meget dejligt hvis det er god mad man har lavet?

Jo, det er det da.

Hvis altså du synes at sund mad er god mad?

Jo, men det er nok fordi at alt det sunde mad... Jamen jeg ved ikke. Det er nok fordi at jeg har mange dårlige erfaringer med sund mad.

Hvordan?

Jamen, altså jeg synes det bliver for kedeligt og det ikke smager af ret meget. Men det kommer også an på ens egen indstilling. Altså, jeg kan godt lide sådan noget klassisk sovs, kartofler, kød. Mest sovs. Jeg tro det er en vane. Man kan sagtens vænne sig til det, man skal bare have noget rygrad tror jeg.

Hvad tror du der skulle til for at du fik det?

Uha, der skulle noget katastrofalt til. Jamen jeg er simpelthen så vild med sådan noget usund mad. Så skulle det simpelthen være fordi at man fik at vide at hvis du ikke begynder at leve sundere så når du ikke at opleve din 40-års fødselsdag. Eller så når du ikke at se din datters konfirmation, eller... Det lyder måske hårdt, men der skulle konsekvenser på bordet for at... Jeg ville ikke kunne sige mig fri for at spise usund mad. Det ville jeg ikke.

Hvilke fordele ser du, om nogen, ved at spise sundt?

Jamen altså, fordele, fordele... Jamen det er jo igen som sagt. Det er jo nok noget bedre helbred generelt, vil jeg tro.

Hvor meget betyder det at have et godt helbred?

Jamen, det kan man jo sige. Det er jo alpha-omega.

Er der nogle ulemper ved at spise sundt? Du har hentydet lidt til det...

Ja, altså som jeg var inde på før, jeg synes at det bliver kedeligt. Jeg ved ikke hvorfor. Jeg synes bare det hele bliver kedeligt når det bliver sådan noget kyllingesalat uden dressing, kartofler og sådan noget. Så ja, jeg synes det bliver for kedeligt. Det bliver for tørt på en eller anden måde. Der er ikke rigtig noget saft og kraft i.

Synes du også det er besværligt at købe sundt ind, eller lave sund mad?

Ja, ja det er det også fordi så skal man have en masse andre ting... Og det kan man også sige, ens madvaner bærer også præg af hvad man kan lide at lave for eksempel. Jeg hader at skære salat, men jeg elsker at stege bøffer. Jeg gider virkelig ikke at stå og hakke peberfrugt og agurk og tomat og gulerødder og salat og majs og hvad der nu ellers skal i. Det er alt for svært. Det tager for lang tid.

Er der noget nemt ved at spise sundt?

Nej, jeg tror ikke det er nemmere at lave sund mad end det er at lave fed mad.

Er det sværere?

For mig er det. Personligt for mig selv er det svært.

Når du spiser sammen med andre til hverdag er det så sundere eller mere usundt end ellers?

Nej, man kan også sige at der hvor mine usunde madvaner de kommer ind i billedet, det er at hvis du tager mere end to tredjedele af mine kammerater, jamen så elsker de også den mad jeg laver. Der er aldrig nogle af mine kammerater der kunne finde på at sige: "jeg inviterer lige til en gang pastasalat". Det hedder karbonader, det hedder hakkebøffer og det hedder medisterpølse, biksemad eller et eller andet.

Så det er ikke fordi at det ligefrem er pinligt at lave noget fed mad?

Nej, nej slet ikke.

Det er nærmere omvendt måske?

Nej, det vil jeg ikke sige. Jeg ved ikke hvorfor at mine kammerater de er sådan lidt mere af den gamle skole. Jeg har en rigtig god kammerat der er kok, som er måske knapt 15 år ældre end mig, og han er jo også superdygtig til at lave husmandskost. Så det kan også godt være det er der jeg får inspirationen fra. Sådan stegt flæsk med persillesovs og alt sådan noget.

Men man kan vel også godt lave det sundere?

Ja, men jeg synes bare ikke der er det samme pondus i maden så, på samme måde. Lav en persillesovs med minimælk, og prøv at lave en persillesovs med piskefløde og sødmælk. Der synes jeg jo at der er en klar forskel. Lav en hakkebøf på 14 % og prøv at lave en på 3-7 % fedt. Den med mest fedt i smager bare bedre. Hvis du spørger mig i hvert fald.

Hvad med dine venner og kollegaer, dem du kender, snakker I om mad?

Ja, det gør vi!

Hvordan snakker I om det?

Jamen det er jo sådan lidt på konkurrenceplan, fordi at jeg har nogle kammerater som er talentløse i et køkken og så har jeg nogle kammerater som er okay i et køkken. Så er det sådan en konkurrence. Så praler man måske lige overfor hinanden: "I går der lavede jeg en mørbrad i verdensklasse" eller mørbradgryde eller et eller andet. Så siger min kollega måske "den kan jeg lave bedre end dig" og så "Ej, det kan du ikke". Så begynder man at stå og fortælle hvad man bruger af diverse ingredienser og... Så det synes jeg generelt.

Snakker man nogensinde om sund/usund?

Ja, ja det gør man faktisk. Men det er mest sådan noget mobning af det sunde mad. For eksempel "jeg gider ikke æde sådan noget køkkenhaveragout" eller... For det meste negativt.

Så mest negativt om det alt for sunde og mere positivt om det gode, fede, med fløde?

Ja. Ja... Lige nøjagtigt!

Kan det motivere dig eller demotivere dig til at spise sundere? Altså den måde man snakker med andre om det på...

Jamen, det tror jeg da bestemt. Det kan da godt være. Det har jeg faktisk aldrig tænkt over, men det kan da godt være at man bliver en anelse præget den vej. Hvis man nu hører ens bedste kammerater sådan, ikke at de kigger ned på en, men hvis man nu skulle servere et eller andet som de synes lige var en tand for sundt, jamen så tror jeg da at man tænker over det næste gang. Nå, men det lort det gider de ikke spise. Så må man jo bare servere noget fed mad. Det tror jeg.

Hvem tror du der påvirker mest? Er det venner, familie eller kollegaer?

Jamen, det er faktisk en blanding tror jeg. Men nej det er jo nok mest kollegaer og kammerater for det er for mit vedkommende dem jeg er tættest på. Det kan man ikke undgå, man render jo sammen med sine kollegaer 8 timer om dagen. Så hvis der nu skulle være nogle kammesjukker og sådan noget. Så det tror jeg er bestemt dem.

Hvordan er din holdning overfor det at spise sundt? 1 er meget negativ 10 er meget positiv.

Jamen, det synes jeg er en rigtig svær skala fordi et eller andet sted så synes jeg faktisk det er super duper positivt, man skal bare ikke forlange at jeg skal spise det.

Hvis du bare tager din holdning til det?

Så er det super duper, så er det et pænt 8-tal.

Og hvor meget er du så motiveret for at spise sundt?

Det er jo en 4'er. Det er ikke meget jeg gør mig i det, men jeg kan da godt. Jeg har faktisk spist agurk til aften. Men så ødelægger man det jo lige med 18 % creme fraiche for eksempel. Så ryger det sunde ligesom lidt.

Kostråd

Spis 600 gram frugt og grønt om dagen. Hvad synes du om det?

Det spiser jeg ikke engang om året. Altså, jeg havde en kollega der tabte 32 kilo ved at spise 6-7 æbler om dagen. Jeg kan ikke engang huske hvornår jeg sidst har spist et stykke frugt. Det er et spørgsmål om tilvænning. Sådan er det med så meget. For eksempel er jeg også utrolig glad for sukkersodavand, Faxe Kondi og Coca Cola.

Hvor vigtigt synes du det er for ens sundhed at man spiser frugt og grønt?

Jamen altså man kan vende den om og sige, for eksempel da jeg styrketrænede meget, hvis du snakker med, jeg vil ikke sige deciderede kostvejledere, men snakker du og sidder og læser lidt på det, jamen så bare alene din træning, der er kosten 20 % af det. Så det er da vigtigt. Ingen tvivl om det. Jeg synes bare det er dødkedeligt.

Hvad med fisk, at spise det 2 gange om ugen?

Jeg kan skidegodt lide det, men altså igen jeg tror det handler om at få hul på bylden. Så synes jeg med fisk, både konsistens- og smagsmæssigt, at det er godt og vel det samme. Det er ikke meget det skiller sig ud synes jeg. Men jo, jeg kan da skidegodt lide laks og makrel spiser man jo også.

Tror du at du får 200 gram om ugen?

Nej det gør jeg dæleme ikke.

Hvad er det der gør det?

Jeg tror blandt andet at for fisk, det er lugten, for mange mennesker. Jeg tror det er det der snaskede, slimede og skæl og man skal selv skære hovedet af den når man skal lave det. Ellers skal man bare vælge sådan noget fryse-kedeligt noget. Jeg tror det er lugten, blandt andet også... og så tanken.

Hvor vigtigt tror du det er? Og hvorfor?

Jamen, er det ikke noget med at i fisk der er en masse omega-3, fiskeolie og sådan noget. Det fik jeg da i hvert fald at vide da jeg brækkede mit kraveben, at det skulle jeg spise en masse af. Så ja, er der ikke også jern i sådan noget? Det kan jeg ikke huske. Men selvfølgelig er det da vigtigt. Det er jo ikke for sjovt at de reklamerer med at man skal spise 200 gram fed fisk om ugen. Det siger man vel ikke for sjov. Så det er da garanteret rigtig vigtigt.

Så er der det med at man skal spise ris, kartofler eller pasta hver dag? Får du gjort det?

Altså, jeg er rigtig rigtig god til pasta. Kartofler det er jeg også skidegodt til hvis de står i sovs til knæene. Ris, det kan jeg faktisk også godt. Men jeg runder ikke turen hver dag. Ikke alle tre ting (nej, bare én af tingene). Nåh, jamen det er lige nøjagtig en meget stor del af vores madlavning herhjemme. Pasta, kartofler eller ris. Det vil jeg sige.

Så det er ikke noget du tænker så meget over?

Nej. Men igen, jeg vil da hellere have kød.

Hvad med groft brød frem for hvidt brød?

Det er også et ømt punkt, fordi jeg elsker hvidt brød! Bare sådan et ganske almindeligt franskbrød uden birkes, de billigste krydderboller fra Netto, alt lyst brød er godt. Jeg synes at det der mørke, grove brød, det bliver sådan lidt for rugbrødsagtigt og brød spiser man jo hovedsageligt om morgenen. Jeg gør i hvert fald. Og jeg kan ikke spise rugbrød om morgenen. Der synes jeg det bliver lidt for frokostagtigt.

Hvad tror du det betyder når man i hverdagen spiser det grove frem for det hvide brød?

Jamen, der er en masse fibre i og det er måske ikke så fedt, men det er da helt sikkert også vigtigt.

Hvor meget tænker du over at spare på sukkeret?

Ja, nu nævnte jeg det med sodavand før og min kollega der har tabt 32 kilo bare ved at lade være med at drikke 1½ liter almindelig Coca Cola om dagen. Så drikker han faktisk kun Coca Cola Zero og spiser æbler og fladbrød på arbejde. Men prøv at høre her, sådan noget Cola Zero og Faxe Kondi Light, det duer ikke.

Men tænker du over hvor meget sukker du får ind på en dag?

Nej. Det gør jeg sgu ikke. Men det bør jeg jo nok gøre. Altså, jeg havde en kammerat der var fitnessinstruktør, han sagde "du skal sgu ikke være bleg for at efter træning at drikke noget sodavand. Det gør ikke noget. Der er en masse gode kulhydrater i, men du skal bare tænke på hvad du så putter i hovedet ved siden af".

Hvordan med at spare på fedtet?

Jamen, jeg er faktisk ikke god til, hvis jeg for eksempel får en kotelet med fedt på og jeg skærer også det meste af fedtet fra på min flæskesteg. Et stykke rødt kød, der skærer jeg stadig fedtet af, selvom det kan være dejlig sprødt, men det er fordi jeg ikke bryder mig om den der fedtsmag. Altså rigtig fedtsmag.

Så det er ikke fordi du tænker på at du ikke skal have for meget fedt?

Nej, det er det ikke.

Hvad tror du der påvirker dig mest til at spise usundt. Hvor nemt eller svært det er at spise sundt, din holdning overfor at spise sundt, eller andres?

Jeg tror det har mest at gøre med min holdning til tingene. Altså, det vil jeg mene. Jeg vil mene det er holdningen fordi alle mennesker kan jo laves

om og jeg tror sagtens jeg kunne leve sundt, man skal bare ind i en rytme hvor man skal tage sig sammen til at få det gjort, i stedet for at lave de ting som du er skidegod til at lave og så bare... Det der med...

Tror du at det handler om hvor stor effekt du mener det har for dit helbred?

Jeg tror godt at jeg kunne blive påvirket af andre. Det tror jeg godt. Hvis der var mange af mine kammerater... Men så kommer vi ind i en masse af de andre felter. Men det der med at det er sværere at spise sundt, det synes jeg ikke. Nej. Der er ingen forskel. Du skal alligevel forbi frugt og grønt hver gang du skal ud og handle. Så det vil jeg ikke sige. For mig er det måske bare lidt sværere at lave, det er nok fordi jeg ikke er god til at lave sund mad.

Så er det også lidt svært jo?

Ja, der har du ret.

Synes du at det er dyrere?

Nej, tværtimod. Jeg tror at fed mad, det bliver det samme.

Hvad med at have tid. Tager det længere tid at lave sund mad?

Nej, bestemt ikke. Det synes jeg ikke. Man kan vende det om og sige, hvis du skal lave en sovs af minimælk, hvad koster en liter minimælk, er det 6 kroner, 7 kroner for en liter? Hvis jeg skal lave en sovs, som jeg laver brun sovs, så skal en kvart eller en halv liter piskefløde og det bliver 14 kroner. Det er så kun halvdelen, så det bliver dobbelt op. Det tror jeg ikke. Oksekød tror jeg også er noget dyrere end kylling. Hvis du tager dyrt oksekød i forhold til noget laks, det tror jeg er det samme.

Nej, jeg tror ikke vi ville kunne mærke forskel på vores kostbudget hvis vi skulle leve sundt, kontra den måde vi lever på nu. Det vil ikke have nogen indflydelse. Ja okay, hvis man så gad og droppe alt det junkfood ved siden af, så kunne man spare en masse penge.

Kilde: Egne foretagne interviews.

Bilag 35: Oversigt over interviewpersoner

Navn	Køn	Alder	Motivationsniveau
C. K. Frank	K	28	Højere
C. Bisgaard	M	30	Meget højt
J. Schantz	K	48	Meget lavt
K. Pedersen	K	24	Højere
B. Jensen	M	55	Lavere
B. Jørgensen	M	25	Meget lavt
Anm.: Motivationsniveauet er karakteriseret efter skalaen <i>meget højt, højere, lavere og meget lavt</i>.			