

Johann Christian Thomsen
Cand.ling.merc. i Erhvervssprog og International Erhvervskommunikation
[Fransk og Interkulturelle markedsstudier]



Stevia

**Toms'
Nellie
Dellies**

vs.

**Forbrugerens
kendskab og
opfattelse**

Oktober 2012
Copenhagen Business School

78 sider
163.253 tegn (71,8 normalsider)

ved vejleder: **Henrik Selsøe Sørensen**
[Institut for Internationale Kultur- og Kommunikationsstudier]

Indholdsfortegnelse

Resumé		s. 1
Introduktion		s. 3
1. Fakta om stevia		s. 6
2. Teoretisk grundlag		s. 8
2.1. Hermeneutik		s. 8
2.2. Fair Speak. Kommunikation eller vildledning?		s. 11
3. Toms' synsvinkel og markedsføringssituation		s. 16
3.1. Virksomheden Toms, og grundlaget for Nellie Dellies		s. 16
3.2. Toms segmenter og disses forventninger		s. 19
3.3. Positive og negative incitamenter for Toms ved brugen af stevia		s. 21
3.4. Særligt opmærksomhedskrævende punkter vedrørende produktforståelse	...	s. 24
3.5. Kommunikation af steviaindholdet		s. 26
4. Forbrugernes synsvinkel og fair produkter		s. 29
4.1. Faktorer og bevæggrunde for forbrugerens præferencer og købsbeslutninger		s. 29
4.2. Sundhedsbølgen		s. 32
4.3. Udvalgsparadokset		s. 34
4.4. Positive og negative incitamenter ved at vælge stevia		s. 35
4.5. Forståelse af informationen om stevia		s. 38
4.6. Tolkningen af emballagen		s. 40
5. Forbrugernes kendskab til sødestoffer, og sundhedsopfattelse		s. 44

6. Egen empiri		s. 47
6.1. Metode og refleksion		s. 47
6.2. Metodiske punkter for spørgeskema		s. 48
6.3. Metodiske punkter for interview		s. 50
6.4. Kvantitativ undersøgelse		s. 51
6.4.1. Generelt kendskab og opfattelse af sødestoffer		s. 52
6.4.2. Vurdering af foretrukne egenskaber i sødestoffer		s. 55
6.4.3. Forhold til sukker og slik		s. 58
6.4.4. Kendskab til første generations ND		s. 60
6.4.5. Kendskab til stevia		s. 61
6.4.6. Opfattelse af de nye ND		s. 63
6.5. Kvalitativ undersøgelse		s. 66
6.5.1. Kendskab, brug og opfattelse af sødestoffer		s. 66
6.5.2. Motivation og forhold til slik		s. 69
6.5.3. Fortolkning af de nye ND og steviaindholdet		s. 70
6.5.4. Diskussion om forståelsen af stevia ud fra emballagen		s. 73
Konklusion		s. 76
Litteraturliste		s. 79
Bilag		s. 82

Resumé

Nellie Dellies au stevia: la demande des consommateurs et les obstacles

Lors de l'homologation dans l'union européenne des édulcorants issus du stevia, plante au grand pouvoir sucrant, le géant de la confiserie danoise, Toms, profita de l'opportunité de pouvoir mettre une de leur gamme de produits à jour, Nellie Dellies (ND), afin de les rendre à la fois pauvre en calories et sucrés aux édulcorants naturels, grâce à l'ingénieux mélange de fibres alimentaires et de stévia.

La grande demande des qualités de faible valeur énergétique et de produits entièrement naturels devrait en faire une denrée attrayante pour un marché en expansion, soutenu entre autre par l'intérêt sociétal croissant pour la santé.

Le produit doit faire face d'une part au complications éventuelles dûes à la présence des fibres, d'autre part à la diversité abondante de produits concurrents, aux exigences personnelles et aux divers paramètres qui influent au moment de la décision. Mais avant tout, le stevia, ingrédient-clé constituant la nouveauté des ND, est jusqu'à présent peu connu, vu sa courte existence sur le marché, et engendre des problèmes causés par des lois européennes qui limitent la communication de ses propriétés sur l'emballage, ce qui complique la compréhension intégrale et équitable des consommateurs.

La problématique principale est ainsi à quel degré il est possible pour Toms de satisfaire aux attentes et aux perceptions du consommateur en ce qui concerne le stevia et la confiserie, en garantissant une compréhension adéquate et le succès de marché des ND.

Pour ce faire, une recherche a été entreprise, constituée d'un questionnaire – avec une moyenne de 140 sondés – et d'une série de 16 interviews, tous deux ayant une représentativité satisfaisante de la population, relatif aux fins de l'analyse.

Les résultats montrent qu'un maximum de 30% de la population danoise connaît le stevia, que celui-ci n'est ni considéré comme particulièrement sain, de bon goût ou naturel, mais que les propriétés préférées d'un édulcorant sont justement ceux trouvés dans la plante en question.

La majorité de la population cherche à réduire sa consommation de sucre ainsi que d'éviter les produits « light », ce qui constitue un dilemme. Une confiserie aux propriétés du stevia verrait pour cela son intérêt augmenter grandement.

Pourtant, en décodant les informations de l'emballage, les interviewés ne sont pas attirés par l'information claire – mais aussi très brève – concernant le stevia, mais restent plutôt dans le doute ou en ont même une fausse impression, ce qui n'apporte rien à l'incitation d'acheter le produit.

Après une information courte et précise sur la plante, les sondés se montrent bien plus favorables: jusqu'à 50% indiquent ainsi vouloir l'acheter. L'information n'est donc pas adéquate par rapport aux besoins et intérêts des consommateurs.

À l'introduction sur le marché, une information insuffisante, causée par les lois restrictives à propos du stevia, pourront donc entraîner une vente des ND à la fois moins importante que souhaitée, mais aussi moins équitable, le consommateur n'étant pas en mesure de prendre une décision éclairée.

La rédaction d'une information courte, par exemple au dos de l'emballage, aurait sans doute un effet positif. Une révision continue de la possibilité et des circonstances de ce procédé est ainsi conseillable.

Introduktion

Slik og søde sager er noget de fleste mennesker kan lide. Fra naturens side er vi udstyret med smag for det søde. Men hvad er slik egentligt, og er sødme i slik altid ensbetydende med sukker? Producenten og forbrugeren er de to aktører der har en fælles interesse for produktet, dog med forskellige synspunkter. Toms nyeste produkter indenfor slik kategorien er sødet med stevia, noget som de fleste danskere først nu gradvist stifter bekendtskab med, må lære at kende, bruge, og synes om eller ej.

Verdenen der omgiver os er mættet af genstande og indtryk som vi konstant er nødt til at tage stilling til og tillægge en mening. Hele livet lærer, husker og erfarer vi nye ting, hvilket danner grund for vores livsforståelse og gør os i stand til at navigere kognitivt i den fysiske og mentale verden.

Alle mennesker er dog forskellige, og interesser, præferencer og ikke mindst erfaringer divergerer på baggrund af vores gener, sanser, opvækst, socioøkonomiske miljø, alder, mm. I en materialistisk og postmoderne verden, hvor vi er fokuseret på produkter, service og personlig udfoldelse, går vi op i at træffe valg som dækker vore behov nøje. På den ene side tilegner vi os information om hvad markedet har at byde på, så vi netop finder det mest tilfredsstillende. På den anden side er udbyderne ivrige for at kommunikere til potentielle forbrugere hvorledes deres produkter er fyldestgørende. Informationernes objektive værdi kan være svær at gennemskue.

I dette speciale fokuseres der på eksisterende kendskab og præferencer, ved at se på hvordan et nyt produkt, via dets natur og markedsføring – med emballagen som support – kan fortolkes i forhold til forbrugers kendskab og forventninger, vel vidende at produktet indeholder et sødestof som den brede danske befolkning kun kender sparsomt til: stevia.

Grunden til at stevia er interessant netop her og nu, er først at planten stadig er relativt ukendt i Europa, navnlig Danmark. Vi har ikke beskæftiget os meget med den, måske fordi den ikke vokser lige om hjørnet, den danske sukkerindustri har været dominerende, og vi ikke har haft et tilstrækkeligt stort behov for andre sødemidler. Ydermere, efter mange års opfordring fra producenter og forhandlere af stevia som sødemiddel, har EU kommissionen behandlet

ansøgningerne over nogle år. EFSA¹ godkendte endelig brugen af stevia i fødevarer den 11. november 2011 (Commission regulation, 2011). Siden den dato har stevia været til fri benyttelse i EU, indenfor regulativets anvisninger. Dermed er der åbnet op for markedet og nye produktmuligheder.

Flere firmaer er nu produktudviklere, fx Coca Cola som har udviklet sodavand med stevia (Coca-Cola og stevia, 2012), og Arla som har udviklet drikkeyoghurter med stevia i Holland (Arla Zin, 2012) og senest markedsført yoghurt med stevia i Danmark (Yoggi stevia, 2012). En anden virksomhed der har valgt at satse på stevia er Toms.

Tilbage i 2008 lancerede Toms en serie lakrids og vingummi uden sukker, ved navn Nellie Dellies. De blev i stedet sødet med kunstige sødemidler, og var derfor stærkt kaloriereduceret. Toms ændrer nu Nellie Dellies så de i stedet er sødet med stevia.

Ét er at lancere nye produkter – eller produkter med nyt indhold – på markedet, og tilpasse dem sin målgruppe teoretisk, andet er at vide hvordan folk tager imod og forstår produkter med stevia, og om de på den baggrund køber dem. Forbrugeren har på sin side fortolkninger, forhåndskendskab, forventninger, i begrænset eller udvidet omfang, angående produktet og dets bestanddele, og hvor vidt det umiddelbart opfylder personlige behov.

Kunsten er at få forbrugeren og producenten til at tale samme sprog. Eller sagt på en anden måde, at Toms' præsentation af produkterne med stevia informerer så enkelt, tydeligt og tilstrækkeligt til at ingen forbruger tror noget usandt men derimod forstår indholdet til fulde, og kan på den baggrund træffe et velbegrundet valg. Det begreb kaldes ”fairness”, og uden det risikerer forbrugerne vildledning eller manglende interesse, og Toms dårlige salgstal for et produkt der ellers kunne besidde stor efterspørgsel.

Med det udgangspunkt har specialet til henseende at belyse hvor vidt Toms kan, i forbindelse med markedsføringen af de pågældende produkter indholdende stevia, imødekomme forbrugerens opfattelse af - og forventning til - slik og stevia, så de nye produkter bliver kommunikeret og solgt på mest fair vis og samtidig sikrer Toms en salgssucces på det danske marked.

1 European Food Safety Authority

Antagelserne er at størstedelen af forbrugerne ikke kender til stevia, og måske tager nogen decideret fejl af hvad det er, i forvejen eller i mødet med emballagen. Der vil derfor gå lang tid før et faktisk kendskab breder sig, men mange vil sandsynligvis købe Nellie Dellies pga. nysgerrighed for stevia og produktet, samt en ambition om at leve sundt, en meget vægtig tendens i nutidens Danmark.

Specialet indledes af et kapitel med fakta om stevia, efterfulgt af en teoretisk del, der først omhandler hermeneutik, både generelt samt forbrugerens meningsdannelse og udvikling af forståelse i et markedsperspektiv, dernæst teorier og materiale indenfor fair markedsføring baseret på "Fair speak" projektet.

Så bliver problemfeltet grebet an fra Toms synsvinkel, ved både at se på deres egne tal, forventninger og mål med de nye produkter, grundene til at bruge stevia, hvad de skal være opmærksomme på, både juridisk og praktisk, og hvordan de agter at kommunikere steviaindholdet.

Derefter fokuseres der på tilgangen til produkter med stevia, fra forbrugerens synsvinkel. Her behandles nogle faktorer der ligger generelt bag folks valg, hvordan higen efter sundhed influerer på valg af fødevarer, hvilke incitamenter der er for at vælge stevia, og hvilke problematikker der ligger i at formidle optimalt og gøre produkterne så fair som mulige.

Endelig foretages præsentation, evaluering og diskussion af empiriske resultater fra allerede eksisterende undersøgelser samt egne indsamlede kvantitative og kvalitative data, efter en gennemgang af metodeovervejelser. Resultaterne vil dække både kendskab til og præferencer af stevia i forhold til sødestoffer generelt og indenfor flere egenskaber, samt afkodning af informationen på Nellie Dellies' emballage, og endelig opfattelse af og appel til Toms' nye produkter, med vægt på stevia som den afgørende faktor.

Undervejs vil følgende delspørgsmål blive behandlet:

Hvordan drager man slutninger og hvornår risikerer man at tro noget forkert om et produkt?

Hvad får henholdsvis Toms og forbrugerne ud af at vælge stevia?

Hvori består markedsgrundlaget for Nellie Dellies?

Hvilke faktorer bestemmer valget af varer og slik for den almene forbruger?

Hvilke problemer får stevia producent og forbruger til at stå overfor?

1. Fakta om stevia

Stevia rebaudiana Bertoni (fra nu af stevia²) er en lille grøn plante der stammer fra Mellem- og Sydamerika. Den er blevet dyrket der i flere århundreder for sin søde smag. Bladene er væsentlig sødere end sukker. De tørrede blade vurderes at være 30-40 gange så søde som almindeligt sukker, sukrose. En stor del af tørstoffet er sødende molekyler og udtrækket kan således være op til 300 gange så sødt. Til sammenligning med andre sødestoffer er stevia både et naturligt produkt, og indeholder ingen kalorier, hvilket er en attraktiv kombination. Med det potentiale har der længe været stor interesse fra fødevareindustrien, ikke mindst fordi den også er let at dyrke. I dag dyrkes stevia derfor i stødt stigende omfang. Asiatiske og sydamerikanske lande dyrker stevia til industrielt brug, både til lokal gavn men især også som eksportvare. USA og Europa følger trop. (Scientific committee on food, 1999).

I starten af 70'erne blev Japan et af de første lande der godkendte og begyndte at bruge stevia i fødevarer, og i dag udgør stevia en meget stor andel af det japanske sødestofmarked (Morita Kagaku Kogyo, About us, 2007).

Interessen for stevia har også længe været stor i USA og Europa, men de officielle godkendelser til at bruge stevia i fødevarer har efter sigende trukket ud på grund af lobbyisme og andre incitamenter fra producenter af sukker og kunstige sødemidler. Som følge af dette indtraf godkendelsen i USA først i 2009 (GRAS Notice Inventory, GRN no. 287), og 2011 i EU som før nævnt.

For fremadrettet bedre forståelse er det nødvendigt at præcisere egenskaberne af stevia som sødestof. Plantens blade kan bl.a. bruges tørret og pulveriseret. Der er flere forskellige steviol glykosider – som de sødende molekyler i planten benævnes – og de har forskellig koncentration og smag. Indholdet af glykosider er højt i forhold til plantens vægt. Deres smag adskiller sig fra sukker ved først og fremmest at være langt mere potent i sødmen, dvs. at koncentrationen for at få samme sødende effekt er langt højere. Derudover har glykosiderne generelt også en vedvarende smag og en anelse bitter eftersmag. Bitterheden tiltager i øvrig ved høje koncentrationer, i takt med at sødmen

2 Betegnelsen stevia henviser direkte til planten og fungerer også som en metonymi for plantens sødestoffer, steviol glykosiderne

mister sin potens. Sødmen indtræffer en smule efter kontakt med smagsløgene, og udvikler sig over nogle sekunder, og minder i den henseende lidt om sødmen i lakridsrod. Sødmeindtrykket forbliver ligeledes længere i munden end sukker.

Steviosid og rebaudiosid A er de to mest forekommende glykosider; den sidste dog i lidt mindre mængde, men den er også den sødeste og den med mindst eftersmag i forhold til de andre. Derfor er rebaudiosid A et af de foretrukne stoffer, og forekommer også eksklusivt i flere sødemidler baserede på stevia. Udvindingen er meget enkel, og sker mekanisk og med vand- og alkoholopløsning (Eustas stevia, 2007, s.2-3).

Firmaer som Cargill (ejet af Coca-Cola) producerer og distribuerer stevia, men der kommer hele tiden flere til, fx NPsweet.

Den intense sødme vanskeliggør markedsføringen af stevia til brug i hjemmet, da doseringen af fx ren rebaudiosid A ville kræve præcist håndlag og måske en kemisk vægt i husholdningen. Stevia findes i dag i tabletter, flydende form, og blandet med fyldstoffer som maltodextrin (Hermesetas stevia, 2012). Det er vandopløseligt, pH- og temperatur-stabilt, og har en dokumenteret holdbarhed på 2 år. Det kan altså bruges til mange formål, men kræver at forbrugeren udvikler sine vaner i forhold til sukker.

Et sidste muligt faktum der kan præge danskeres opfattelse af stevia i fremtiden er de danske undersøgelser foretaget af Per Bendix Jeppesen, der søger at påvise stevias gavnlige effekt på diabetespatienter, og på blodsukkeret i bredere forstand. Stevia stimulerer nemlig insulinproduktionen og stabiliserer blodsukker og sågar blodtryk (Jeppesen, 77-80, 117-148).

Efterspørgslen stiger, og flere produkter og anvendelsesmuligheder med stevia ser hele tiden dagens lys.

2. Teoretisk grundlag

Specialet befinder sig i en markedsføringsomstændighed men tager sit udspring i en opfattelses- og kommunikationsproblematik. Menneskets evne til at fortolke, og afkode hvad omverden byder på, er central i en situation hvor en producent afsender et produkt som en forbruger skal fortolke og bestemme sig for at købe. I produktudviklingen, indkøbssituationen og fortolkningsfasen er der risiko for at uhensigtsmæssig formidling og opfattelse finder sted. Således danner fortolkningslære (hermeneutik) og den pragmatiske tilgang til vildledning (Fair Speak projektet) en teoretisk forståelsesbaggrund for udarbejdelsen af specialet.

2.1. Hermeneutik

Hermeneutik er et ord der er dannet af det græske ”hermeneutike”, der henviser til Hermes, som var budbringer mellem guderne, samt guderne og menneskene. Man kan betegne det som læren om fortolkning. Men i stedet for en egentlig disciplin eller lære, er der snarere tale om en daglig handling idet det beror på at tolke og forstå.

Hermeneutik er traditionelt blevet brugt i forbindelse med fortolkning af Bibelen og andre hellige skrifter. Senere blev det brugt på tekster, historie og kunst generelt, for at lære at forstå den rette betydning ud fra konteksten.

Heidegger berørte emnet med en sociologisk vinkel, ved at beskrive hvordan mennesker afkoder verdenen og dermed tilegner den betydning man kan bygge videre på. Heideggers elev, Gadamer, har fordybet sig i og udvidet brugen og forståelsen af hermeneutikken, og skrevet tanker ned i værket ”Sandhed og metode”.

I følgende uddrag beskriver han kort hvordan mennesker opfatter og fortolker; begrebet tekst er en hvilken som helst informationssituation:

“A person who is trying to understand a text is always projecting. He projects a meaning for the text as a whole as soon as some initial meaning emerges in the text. Again, the initial meaning emerges only because he is reading the text with particular expectations in regard to a certain meaning. Working out this fore-projection, which is constantly revised in terms of what emerges as he penetrates into the meaning, is understanding what is there.
[...] every revision of the fore-projection is capable of projecting before itself a new projection

of meaning; rival projects can emerge side by side until it becomes clearer what the unity of meaning is; interpretation begins with fore-conceptions that are replaced by more suitable ones. This constant process of new projection constitutes the movement of understanding and interpretation” (Gadamer, 2004, s. 289).

Med andre ord, når vi forsøger at forstå noget, må vi have en ide om emnet, som vi kan gå ud fra, og vi baserer os derfor på tidligere erfaringer. Det kaldes forforståelse, og den er brugbar når vi møder ny information idet vi sammenligner med beslægtet viden for at forstå hurtigere, i stedet for at danne en ny base hver gang. Inden vi er nået til den fulde forståelse, forsøger vi os frem med forskellige muligheder, og frasorterer de mindre hensigtsmæssige påstande for at beholde de der er blevet bevist i processen. Således fortolker vi os gennem verden.

Men forforståelse og erfaring kan hindre os i at opfatte hele betydningen, hvis vi tror, vi allerede mener at have forstået alt, og ikke ændrer vores opfattelse ved mødet med ny information. Hermeneutik foregår således når man bygger på fortiden, og forbliver åben så man kan bygge sin forståelse videre. Fortolkning og forståelse er en konstant og dynamisk proces hvor fortid og nutid mødes. Man taler derfor om den hermeneutiske cirkel ved at iagttage et udgangspunkt, som danner grundlag for fortolkning af ny information, hvor man med tiden udfører en behandlings- og frasorteringsproces indtil man har opnået en hensigtsmæssig forståelse. Denne danner så et nyt grundlag man kan bygge på, og så fremdeles. Schökel (1998) påpeger at det ville være mere realistisk at benævne det den hermeneutisk spiral, da ens forståelseshorisont aldrig ender i samme udgangspunkt efter en fortolkningsproces (s. 74).

I specialets pågældende situation er hermeneutik et underliggende omdrejningspunkt der ses i gentagne situationer, da der fx for forbrugerne er tale om ny information både i form af et opdateret produkt og især med et for mange ukendt sødemiddel. I den hermeneutiske proces er der to interessante punkter. På den ene side ses forforståelsen, både forbrugerens, ved mødet med stevia, men også Toms, idet de ganske vist kender til stevia, men i markedsføringsprocessen er nødt til at have en opfattelse af kunderne og deres reaktion, uden at have fået nogen respons endnu. På den anden side er der forbrugernes tolkningsproces af stevia, altså vejen fra ikke at kende substansen til at have dannet sig en idé om den, fx på kort sigt via emballagen, men også erfaring i længden. Det ideelle ville være at de to aktører ikke misforstår hinanden, men er på hermeneutisk ens

bølgelængde.

Forbrugerens niveau af forforståelse er ikke kun udgangspunktet for hvordan produkterne bliver opfattet. Den danner også basis for købsadfærden, idet man handler ud fra tidligere erfaringer og overbevisninger. Opfattelsen inkluderer både fornufts- og følelsesdimensionen og kan variere stort afhængig af ens grad af erfaring.

For en stor del af befolkningen er stevia sandsynligvis ukendt. Her stifter man muligvis bekendtskab med det for første gang når man står med en pakke Nellie Dellies i hånden. Såfremt man ænser det, vil der opstå flere sideløbene tolkningsmuligheder indtil man vælger at sætte sig fast på én, baseret på en sammenligning mellem det man kan læse på emballagen og ens generelle vid og ønsker, fx plantebaseret vs. syntetisk, noget der stemmer overens med kost-, etik- og smagsønsker, osv.

Hvis man har et lille kendskab, som at man fx har hørt navnet, og måske ved at stevia er en sød plante, kan man være positivt og nysgerrigt indstillet når man ser at det nu findes i et slikprodukt. Omvendt kan man være skeptisk anlagt i flere henseender. Smager det nu godt? Er det i grunden farligt? Feder det ligesom sukker? Hvor naturligt er det? På samme tid kan den ukendte egenskab både være attraktiv eller gøre en usikker.

Ens forforståelse kan også ligge på et objektivt højt niveau. Man kender måske til plantens oprindelse, kender til dens smag og effekt i kroppen, har prøvet andre produkter med stevia, eller måske selv dyrket den hjemme. Selvom det udgangspunkt kan findes blandt stevia-entusiaster, garanterer det ikke nødvendigvis en god modtagelse. Hvis man som sagt er velinformeret, er der store chancer for at man ynder at vælge et produkt med stevia, grundet dets mange gode kvaliteter. Men det kan også tænkes at man ikke synes at stevia hører hjemme i slik, har dårlige erfaringer, og foretrækker smagen af sukker, sukkeret energi, og er måske drevet af uforenelige sociale faktorer. Alt i alt er forbrugerens forforståelse udgangspunktet for den umiddelbare reaktion på slik med stevia samt de videre beslutningstiltag.

Når nu forbrugeren har fået det første indtryk at arbejde med, ud fra de divergerende forforståelser, kan tolkningen foretages, hvilket vil resultere i en mere komplet forståelse af stevia, dets brug, og udmunde i en stillingtagen til sødemidlet og dets forekomst i slikproduktet. Hvis ens kendskab er meget begrænset må man læne sig op af den information der figurerer på

emballagen. Hvor vidt den fører til en korrekt forståelse som ligger til grund for ens valg af produktet, bliver vurderet i afsnit 4.5. og 4.6. og afprøvet i undersøgelserne i kapitel 6. Men det ny erhvervede kendskab afhænger i stor grad af ens tolkningsvalg. En grundigere forståelse må baseres på gisninger.

Folk med større kendskab til stevia har også mulighed for at udvide deres forståelse af stevia gennem produktets eksistens. Som et minimum udvides forståelsen med at planten også bruges til at søde slik. Man kan derudover vælge at opfatte tolkningsprocessen som længerevarende, ved at betragte mødet med andre steviaholdige produkter som en begyndelse på en yderligere søgen efter information indtil man er fuldt bekendt med stevia. Således går grænserne for den hermeneutiske situation ud over mødet med produktet og købsovervejelsen. Men det kan være en hensigtsmæssig tilgang eftersom en mere fuldkommen forståelse af stevia, samt det at vænne sig til plantens forekomst i forskelligartede produkter, kan give en mere positiv opfattelse af stevia generelt, og dermed øges chancen for at synes godt om Toms tiltag. Det store tidsperspektiv ligger dog udenfor specialet.

Toms må som produktudbyder også have en forforståelse for hvordan deres kundemålgruppe vil reagere på slik med stevia. En koncern der har eksisteret på det danske marked i snart 90 år (Toms historie) har opsamlet erfaring med lancering af produkter samt om folks reaktioner på disse. Men fordi stevia netop er helt nyt indenfor konfektur, er det svært at vide hvor bredt man skal satse og hvilke niches produkterne appellerer mest til, selvom de baserer deres forståelse af situationen, og de markedsføringsvalg de efterfølgende vil træffe, på den forforståelse som beror på deres lange historie. Kundernes feed-back er hvad Toms må bruge til at frasortere forkerte tolkningsveje, på vej mod en mere korrekt forståelse, og en større produktsucces.

2.2. Fair speak. Kommunikation eller vildledning?

Vareudbuddet er steget stødt over de seneste årtier, og dermed er producenternes kamp for at få solgt deres produkter større end aldrig før. Sagt på en anden måde: man er nødt til at kommunikere så aggressivt som muligt hvis man vil nå forbrugeren og således overleve. Emballage er et meget koncentreret kommunikationsfelt og samtidig paradoksalt lidt reguleret.

Fair Speak er et projekt der udgøres af en sammenslutning af forskningsinstitutioner med baggrund indenfor bl.a. sprog, jura, kognition, marketing og fødevarer, og flere virksomheder samt offentlige organisationer (Fair Speak, s.11-12). Projektets mål er at afdække de årsager der kan være med til at vildlede en forbruger når det gælder emballager på fødevaremarkedet. Begrebet ”fairness” er som tidligere nævnt det at producenter underretter så enkelt, tydeligt og tilstrækkeligt til at ingen forbrugere bliver vildledt men derimod forstår nok til at træffe et velbegrundet valg. Hvis en person har valgt et produkt i den gode tro at det stemte overens med vedkommendes krav og forventninger ud fra tolkningen af den tilgængelige information på emballagen, og det efterfølgende viste sig ikke at være tilfældet, må personen betragtes som værende blevet vildledt.

Her er det altafgørende at pointere at denne diskrepans kan have flere årsager. Den kan være selvforskyldt, idet forbrugeren fx kan have læst forkert eller have været fuldkommen uvidende men alligevel valgt produktet. Den kan opstå som følge af fejlfortolkning af smag, brugbarhed o.l., måske på baggrund af både forbrugerens manglende kendskab og tillægning af ubegrundede egenskaber, og producentens begrænsede information. Endelig kan emballagens information være direkte skyld i at man opfatter produktet forkert, ved at det med billeder, farver, tal, skriftstørrelse og anden layout, anprisninger, og især blandingen af alle disse, leder én til at tro noget usandt.

Eftersom Fair Speak hovedsagligt beskæftiger sig med hvad producenter kan gøre for at undgå at inducere vildledning via emballage, er den sidste årsag der hvor der lettest kan mindskes risiko, omend anden årsag også har sin grad af relevans. Begge disse ligger til grund for dette speciale, eftersom forståelse af og forventning til en vare er tæt tilknyttet, og at Toms' produkter reelt kun kan blive en succes hvis disse kommunikerer på fair vis, så forbrugeren får det forventede.

I dette speciale udvides fairness-begrebet, ved at betragte at utilstrækkelig information kan lede den granskende forbruger i vildrede, så denne holder sig fra at købe et produkt, der ellers kunne udgøre potentiale for interesse.

Fairness er både til gavn for producenter og forbrugere, med salg på den ene side, og rene linier og utvetydig information på den anden. Men grænsen er flygtig, for selv om virksomhederne kan høste potentiel tiltro, så er forbrugerens beslutningsgrundlag meget uforudsigelige, hvilket kræver en emballage der tiltrækker sig opmærksomhed grafisk og indholdsmæssig for at sikre at varen bliver solgt, og dermed skaber man atter risiko for vildledning.

Der arbejdes derfor på at belyse og dokumentere hvilke praktiske kommunikative effekter der kan inducere vildledning, og på baggrund af hypoteser og analyser af virksomhedernes praksis, spore hvilke processer der er mindre hensigtsmæssige, og vejlede producenter i hvad de skal være opmærksomme på for at undgå vildledning.

I takt med samfundets udvikling og nutidens postmodernisme og individualisering er forbrugeren blevet optaget af at produkter lever op til en lang række forventninger. Det være sig både værdi- og indholdsbaseret interessefelter som bl.a.: almen sundhed og ernæring, økologi, dyrevelfærd, bæredygtighed, produktionsland, CO2 udledning, fair trade, fiber- og sukkerindhold, fedtsyresammensætning, fuldkornsandel, osv.

Nogle af disse eksisterer der retningslinier indenfor – omend fakultative – og er delvist regulerede. Måden informationen formidles på kan ydermere være forskellig mellem producenter. Mange mærkninger med overlappende betydning ser regelmæssigt dagens lys, og kan i visse tilfælde være en sideårsag i vildledningsprocessen, når mængden af hjælpeinformation overstiger hvad gennemsnitsforbrugeren magter, genkender og forstår.³

Fairness kan være svært at efterkomme idet begreberne enkelt, tydeligt og især tilstrækkeligt afhænger meget af forbrugers forhandsviden. Selv enkel information kan forekomme uoverskuelig for en uoplyst forbruger, hvorimod den oplyste måske synes det er utilstrækkeligt. Dertil kommer at jo mere man interesserer sig for et produkt og forsøger at træffe et velbegrundet valg, desto større teoretisk mulighed er der for at man opdager vildledende punkter, som man så kan styre uden om. Jo flere krav man har, desto flere – korrekte – informationer bør producenten få påtrykt, hvilket måske øger risikoen for vildledning, hos de med inadækvat erfaring med at afkode information.

Hvis man ikke interesserer sig for sine køb eller har nogen krav kan man i princippet ikke opleve vildledning. Den uoplyste forbruger vil i kraft af at han eller hun handler i god tro heller ikke opleve vildledning, da man ikke opdager at mange af de indkøbte produkter ikke lever op til den tro man har, med mindre en ekstern kilde påviser det. Selvom følelsen af vildledning ikke indtræffer obligatorisk, er det at uoverensstemmelsen finder sted kritisabelt.

Det er således relevant at opdele forbrugere i forhold til deres oplysningsgrad – under

3 Jf mærkninger i afsnit 4.3.

middel, gennemsnit, over middel – da disse vil have forskellige informationsbehov og lethed ved at navigere uden om misforståelser.

Den grundlæggende påstand er at jo mere veloplyst en forbruger er, desto bedre formår han umiddelbart at styre uden om kilder til misforståelse.

Initiativer er løbende blevet taget med henblik på at regulere fødevaremarkedet, i form af juridiske retningslinier. De fleste lovgivninger har dog mest været med henblik på at få konkurrence til at foregå på lige vilkår både nationalt og på tværs af grænser. Informationen har dog vist sig at medføre fairness idet den således blev tydeligere, og sammenlignelig. Frugtsaftbekendtgørelsen er et eksempel på strømlining og officiel klassificering som giver klare linjer for varebetegnelsen af frugtsaftbaserede varer, et felt hvor mange mulige betegnelser nemt kunne vildlede end mindre oplyst forbruger (Smith et al, 2009, s.89-92). Den medfører til dels fairness ved fx at sikre at et produkt med påskriften ”juice” altid vil være ”100%” frugt, eller så nær det naturlige frugtindhold som muligt. Men denne og lignende regulativer er ikke nok til at udradere vildledning, da indholdskomponenter af varer tenderer til det ubegrænsede. Derfor må man i høj grad ty til skøn og praksis for hver situation, hvilket også vil ses fortsat i denne opgave. Desuden vil det ses at lovgivning kan medføre mangel på fyldestgørende opfattelse, og dermed forhindre fairness.

Et steviablad kan måske i farten tilføre en fornemmelse af økologi, bæredygtighed, eller naturlighed, eller påskriften ”no sugar added” kan afføde forståelserne ”fuld af kemikalier” eller ”der er måske en masse sukker i fra naturen”.

Ovenstående risici er reelle, da ønsket om at sælge driver én – som tidligere nævnt – til at benytte sig af farver, anprisninger, historier osv., uden altid at kunne forudse forbrugerens mulige tolkninger. Samtidig er det svært at gennemskue hvordan vildledende materiale opstår. Reklamebureauerne har ikke ansvaret for produktet, producenten tjekker for det meste kun om det juridiske er i orden, og eventuelle fokusgrupper og andre kundeundersøgelser har svært ved at spotte problemer indenfor fairness da de ikke befinder sig i en virkelig købsituation. Indbyrdes kommunikation er altså afgørende for korrekt kvalitetssikring (Clement et al., 2010, s.33).

I praksis findes der analysemetoder og -redskaber man kan benytte i forbindelse med en

købsbeslutning. Fair Speak har bl.a. brugt ”eyetracking”⁴ for at dokumentere hvilke informationer køberen kigger mest på, i hvilken rækkefølge og hvor lang tid, for at se hvad der tiltrækker opmærksomheden og måske således kunne målrette indsatsen mod vildledningsrisici. Alle aspekter er vigtige da de bidrager til forståelsen af hvordan vi danner os en opfattelse af et produkt.

Øvrige overordnede vildledningrisici der er forbundet med situationen i specialet og Toms' markedsføring af Nellie Dellies er fx de indtryk som efterlades af fremhævningerne på emballagen, opfattelsen af formidlingen af stevia, på baggrund af det som loven foreskriver der skal stå, samt uoverensstemmelsen mellem disse. De kan bunde i forkerte forventninger indenfor alt fra smag til holdbarhed, vel vidende at der vil være forskelle på misforståelserne afhængig af om man kender eller aldrig har hørt om stevia. Alle risici bliver nærmere behandlet i følgende kapitler, især afsnit 3.4-3.5. og 4.5-4.6.

4 En metode hvor et apparat registrerer en persons øjenbevægelser, og kan vidne om hvad der bliver fokuseret på, og hvor længe

3. Toms' synsvinkel og markedsføringssituation

I dette kapitel vil der være fokus på Nellie Dellies (fra nu af ND) og markedsføringssituationen, fra Toms' perspektiv.

Først bliver virksomheden og produktet ND præsenteret, samt omstændighederne for markedspotentiallet. Så gennemgås de segmenter og interessegrupper der er for ND, samt hvad de forventer og hvori deres interesse består. Derefter opsamles alle relevante fordele og ulemper der måtte være for Toms i at bruge stevia. Dertil kommer nogle overvejelser omkring nogle kommunikationspunkter som Toms skal være opmærksom på for forbrugeren. Endelig beskrives Toms' plan for kommunikation omkring stevia i deres produkter.

3.1. Virksomheden Toms, og grundlaget for Nellie Dellies

Toms er en solid dansk virksomhed med en lang og alsidig historie. Hvad der startede som en grossistvirksomhed stiftet af to apotekere, er endt med at blive en koncern med 1000 medarbejdere og en produktion på ca. 30.000 ton, hvoriblandt der findes brands som har påvirket danskernes hverdag med favoritter som har fundet vej til danskernes stuer i årevis. Med årene har Toms også haft overskud til at brede sig til andre lande, både Norden, resten af Europa og endda USA.

De gode resultater i tidens løb skyldes sandsynligvis både fremsynede initiativer og strategiske opkøb. Nogle nævneværdige initiativer er fx opsættelse af slikautomater i 20'erne, lancering af pålægschokolade, fornyelse af maskinparken selvom krigen bevirkede at der ikke var nogen kakaobønner, reklamer i det offentlige rum, lancering af sukkerfrie varer, osv. Af vigtige opkøb kan nævnes Anton Berg og Galle & Jessen, blandt mange andre (Toms historie).

Fremsynet og den eksperimentelle tilgang ligger til grund for viljen til – som nogle af de første – at kaste sig ud i produktion af slik hvori stevia indgår.

Toms producerer hovedsageligt chokolade og slik. I dette tilfælde betegner slik alt det hvori chokolade ikke indgår. Slik udgør således omtrent 35% af koncernens omsætning, men i produktionsvolumen ligger det over 40% (Bilag 1, s.1).

I 2006 tilføjede Toms sukkerfrie produkter til deres varesortiment, bl.a. pålægschokolade, guldbarre, lakrids og vingummi. ND blev udviklet i kølvandet på den bølge, for at tilfredsstille efterspørgslen af flere sukkerfrie slikvarer, og består af en sammensætning af fibre og intense sødemidler. Denne version samt udgaven med fibre og stevia er desuden patenteret på alle Toms' markeder, som dermed har sikret sig eneret på den kombination hvor man bruger stevia som eneste sødestof (Bilag 1, s.4). Det er bl.a. gjort som led i at styrke og opretholde positionen og mulighederne på markedet.

Som følge af de seneste års sundheds- og velvære-bølge, hvor individer aktivt plejer deres livsstil, satser Toms på at markedet for sukkerfri slik vil vokse stødt, og at stevia er vejen frem, grundet dets egenskaber, og kan være en betydelig faktor for interessen for det sukkerfrie de kommende år.

Toms regner desuden med at efterspørgslen stiger i takt med udbredelsen af fedme og diabetes. De to tilgange hænger uadskilleligt sammen idet det at ligge under for at diabetes eller andre livsstilssygdomme samt risikoen for at pådrage sig en sådan tilstand kan begge være lige betydelige og udslagsgivende bevæggrunde for at holde skarpt øje med sin kost.

Ifølge diabetesforeningen var der 286.534 danskere der var diagnosticeret med diabetes per udgangen af 2010. I og med at antallet er fordoblet fra 2000 til 2010, er tallet dags dato nok højere. Derudover estimeres det, at der stadig er 245.000 der lider af sygdommen uden at have fået diagnosen. Sammenlagt svarer det til at omtrent hver 10. dansker ligger under for lidelsen i en eller anden grad (Diabetes i Danmark, 2011).

Ifølge tal fra sundhedsstyrelsen for 2010 (Overvægt i Danmark) havde 47% af den danske befolkning en BMI på over 25 (overvægtig), og 13% lå over 30 (svært overvægtig).

Risikotallene taler for sig selv, og frygten for at blive ramt af sygdomme som kan mindskes ved hjælp af en fornuftig kost, så som kræft og hjerte- karlidelser, kan virke som et stærkt incitament når det gælder om at vælge sin kost med omtanke og derved også begrænse sit sukker og kalorieindtag.

ND hører under kategorien sukkerfri slik. Der eksisterer indtil videre 4 varianter: salty liquorice, sweet liquorice, wild berry winegums og chewy liquorice bits (hvilke alle ønskes forsat i steviaversionen). Sukker, som normalt har to funktioner, både at bidrage med sød smag, men også at

agere fyldstof, har det her været nødvendigt at erstatte med 2 komponenter. For at produktet skal have samme fylde og fornemmelse i munden når det spises, som var det et sukkerprodukt, er der brugt en sammensætning af korte plantefibre fra bl.a. majs, hvede og cikorie. Andelen af fibre ligger på mellem 54g og 70g per 100g og er derfor en absolut væsentlig bestanddel. Den søde smag har hidtil været varetaget af de syntetiske intense sødemidler aspartam og acesulfam kalium. Disse erstattes nu af det naturlige steviaekstrakt i nogenlunde samme koncentration. Den store forskel består altså udelukkende af sødestoffet, som groft set går fra at være syntetisk til at være naturligt og stadig kaloriefrit. I forhold til andre konventionelle slikprodukter har ND en kaloriereduktion på mellem 42% og 48%, sammenlignet med standard produkter i samme kategori, i overensstemmelse med fødevarestyrelsens tabeller (Nellie Dellies, Q&A). Denne massive reduktion kan kun forekomme fordi alt sukkeret er udeladt. Fibrene har dog et beskedent kalorieindhold på 2g per 100g⁵.

Mange produkter som Toms har forsøgt sig med i tidens løb har fået en bragende salgsstart grundet interesse for et nyt, spændende og uprøvet produkt. Interessekurven er dog tit endt med at dale markant efter en kort levetid som fx nogle måneder eller et par år. I modsætning til det fænomen har ND haft en beskeden start fra det blev markedsført, og har vundet terræn gradvist, med en langsom men stabil vækstkurve. Lars Christensen, tidligere Innovation Director, nuværende Category Management Director hos Toms, beskriver denne tendens som sund, og har store håb for ND og andre produkter med stevia i fremtiden. Han mener at et forventeligt niveau, efter nogle år, er et mætningspunkt på omtrent 5% af Toms samlede sliksalg. Han kommenterer: ”Hvis man ser på andre sektorer hvor der er kommet specielle varer som ”Premium” chokolade, og lignende kategorier, så er der typisk et mætningspunkt på omkring 20 %, men jeg tror ikke vi når helt derop, pga. at stevia er lidt sværere at bruge, grundet manglende fylde som andre sødemidler har, og det ender med at blive et mere skrøbeligt produkt. De ulemper det har vil være med til at trække det lidt ned. Men der vil være en kernemålgruppe, der består af op til en million danskere.” (Bilag 1, s.1) De 5% er således et estimat der holdes i skak ved på den ene side af have en stor, og måske voksende målgruppe og på den anden side være underlagt produktions- og distributionsbegrænsninger.

5 Fibrenes kalorieindhold er konventionelt fastlagt efter laboratorieanalyser. Værdien kan måske have en vildledende karakter for de der troede at produktet var fuldstændig kaloriefrit.

Forventningerne til produkter med stevia er altså høje, og beror på en tillid til at danskerne nok skal tage godt imod stevia inden for et halvt til et helt år, grundet bl.a. eksponering i den populære journalistik (som fx Go'morgen Danmark eller Viden Om (Viden Om, 2011)) samt lancering af andre producenters sortimenter indholdende stevia (Bilag 1, s.4, 6-7), og endelig fordi der synes at være en stor målgruppe der findes indenfor flere segmenter.

3.2. Toms segmenter og disses forventninger

Som nævnt før, er de to store interessegrupper for ND med stevia, folk med sundhedsproblemer, og folk der nøje kontrollerer deres kost og indtag af kalorier og sukker, med henblik på sundhedsmæssig gevinst.

For produktkategorien sukkerfri slik ser Toms 2 grupper, som de benævner henholdsvis Selfcare og Healthcare.

Selfcare gruppen inkluderer mennesker der er overvægtige, diabetikere, og folk der generelt har brug for at holde igen med sukker og kalorier. Mange klarer sig selv, regulerer deres indtag, har klare mål om vægttab og lignende, ved hvad de skal holde øje med af indhold, og er derfor gode til at være opsøgende og holde øje med hvilke produkter der eksisterer som matcher deres behov. Andre, måske mindre oplyste, bliver fulgt af sundhedspersonale som læger og diætister, der kan rådgive dem om hvilke produkter de fortrinsvis skal gå efter. Fagfolkene har nøje indsigt i hvad markedet har at tilbyde, og det er en stor hjælp for Toms, som i ND projektet har indgået et samarbejde med Isis⁶, og jævnligt får henvisninger til ND fra folk i sundhedsbranchen. Grundet segmentets størrelse og det personlige engagement der ligger hos den enkelte samt de førnævnte henvisninger, driver Toms her kun passiv markedsføring. Kommunikationen er stille fordi de selv er meget søgende. Toms mener at kunderne kommer helt af sig selv og at disse nok skal have øje for at finde ND, drevet af kravene fra deres fysiske tilstand. Samtidig er udbuddet af sukkerfri slik også begrænset. Så alt i alt ser de det endnu ikke som en nødvendighed at profilere produkterne målrettet denne gruppering (Bilag 1, s.2-3).

Healthcare gruppen består af dem der ønsker at holde sig slanke og i form. Groft set, hvis prototypen fra Selfcare gruppen er en ældre mand med sukkersyge, så er prototypen fra Healthcare

⁶ Isis er en dansk virksomhed der blev stiftet i 1993, som udelukkende producerer fedtfattige og sukkerfrie alternativer til produkter der normalt er sukkerholdige som fx is, marmelade, saft, slik og kager, müsliprodukter og lignende. Det er derfor et nærliggende mærke at henvise til i sundhedsbranchen.

gruppen en ung og aktiv kvinde. Hvor de første befinder sig i en tilstand de prøver at formilde eller slippe af med, så køber de her produkterne for ikke at blive tykke og havne i livsstilssygdomme. Folk her er drevet af at ville købe produkter der er gode for dem og giver dem velvære, men de kan tillade sig at vælge og vrage imellem diverse tilbud da de ikke befinder sig i en sundhedsmæssig farlig situation.

Der tilbydes mange udbud og løsninger, og markedsføringen er ofte aggressiv. Denne gruppes høje bevidsthed indenfor selvrealisering via kost, samt ønske om at forebygge sygdomme, gør dem genstand for stor opmærksomhed fra mange producenter. Interessen og antallet mener Toms vil stige de kommende år, ikke mindst med udbredelsen af stevia. Derfor har de netop valgt dem som markedsføringsmålgruppe. Kommunikationen foregår eksklusivt til dem. Således er både hjemmesiden og mediebilledet målrettet den prototypiske unge aktive kvinde (Bilag 1, s.2-3, 7).

Toms har sideløbende en overordnet segmentering af hele markedet til brug for alle koncernens produkter. Segmenterne inddeles efter 2 parametre: bevidsthed og motiv.

En forbrugers grad af bevidsthed ses på om man kun går efter den gode smag eller om man også ønsker at vide mere om produktet og historien bag. Forbrugerens motiv kan enten være orienteret mod nydelse og forkælelse, eller bunde i at varen har en funktion.

Iblandt disse inddelinger ses nogle forbrugertyper som Toms mener vil kunne vise interesse for produkter med stevia. Hos dem der går efter nydelse og som har en høj grad af bevidsthed er kategorierne ”småt men godt” og ”ildsjælen”. Folk fra ”Småt men godt” rummer mange ældre, erfarne, som ved hvad de går efter, som regel noget specielt der giver en oplevelse, og af høj kvalitet, måske eksklusivt. De kan måske fatte interesse pga. plantens historie. ”Ildsjælen” går lidenskabeligt op i fødevarer, og vil nok være den der først fanger at stevia nu er kommet til. Han har også en skarp holdning til syntetiske sødemidler, og har for regel at undgå dem.

Dem der køber ud fra funktionalitet ligger ofte under for en sygdom eller tilstand. Fødevaren indtages med henblik på den indflydelse den har på fx blodsukkeret. Her har vi bl.a. diabetikerne. Dette segments interesse er selvskreven.

De der udelukkende går efter den gode smag hører under hverdags- og weekendhyggerne. Hvis de skulle købe stevia så er det fordi de tænker, at de kan tillade sig at spise endnu mere. Det at man vil kunne tage toppen af kalorierne med en blanding af stevia og sukker, ville kunne virke som et alibi for dem. (Bilag 1, s.3)

Endelig er der et sidste afsnit af den danske befolkning, der vil se stevia som et kærkomment sødestof. En stor del af den danske befolkning vurderes til at have en relativ frygt for kunstige sødemidler og forsøger dermed om muligt at undgå dem. Lars Christensen vurderer at det drejer sig om godt hver 5. dansker. Deriblandt findes også folk med fanatisk indstilling, som aldrig vil røre dem. Disse folk vil være glade for stevia. De vil kunne komme ind i det sukkerfrie univers hvor aspartam og andre sødemidler har domineret. Måske har de tidligere valgt det sukkerreducerede fra pga. de kunstige sødemidler, hvor problematikken enten har været det manglende naturlige aspekt, eller frygten for bivirkninger. Nu får de en mulighed for at vælge noget sødt uden sukker eller kalorier, hvilket de ikke har haft tidligere pga. deres holdning. Her kan stevia altså udvide en kategori af interesserede. (Bilag 1, s.4)

3.3. Positive og negative incitamenter for Toms ved brugen af stevia

Stevia er blevet godkendt og flere produktionsvirksomheder kaster sig ud i at udvikle produkter med stevia til det danske marked, på trods af at det er relativt ukendt. Enten drejer det sig om en synergetisk lavine, hvor virksomheder griber muligheden fordi den er der, eller fordi stevia anses som den sidste nye mode, eller også har alle set et stort potentiale i planten.

Hvis Toms kaster sig ud i brugen af stevia må kunne svare sig økonomisk. Men der er mange faktorer der spiller ind. Nogle har karakter af incitament, andre kan være decideret ulemper.

Positive incitamenter:

Toms ser fordele ved stevia først og fremmest pga. dets gode egenskaber som beskrevet i kapitel 1: det er velsmagende med en intens og effektiv sødme, og det er naturligt og kaloriefrit.

Andre tekniske specifikationer gør stevia brugbar i produktionen. I forhold til andre lignende sødende planteekstrakter er det nemt og billigt at ekstrahere da glycosiderne er en høj procentdel af plantens tørstof og er lette at isolere. Det er tilmed stabilt ved forskellige surhedsgrader, og ændrer sig ikke ved høje varmegrader. Med andre ord har derfor en fantastisk stabilitet og holdbarhed (Abou-Arab et al., 2010, s.10-11).

Sideløbende vil det allerstørste trækplaster for Toms være den potentielle store efterspørgsel på stevia-baserede produkter jf. de omtalte interessegrupper bestående af folk med livsstilssygdomme som skal undgå sukker og kalorier, men især også alle andre der bliver bekendt med stevias egenskaber og interesserer sig af den grund.

I sidstnævnte gruppe befinder den store masse af gennemsnitsforbrugere sig, hvis kendskab øges over nogle år, og som Toms aktivt vil markedsføre til. Sammenlagt vil det udgøre en stor kundebase, som på sigt vil kunne sikre Toms en succes med ND og andre produkter med stevia.

Den næste store styrke består af eneretten til at søde udelukkende med stevia, indenfor slik, i de tunge europæiske lande samt Nordamerika. Toms satser på at stevia bliver modtaget godt af befolkningen, og har altså sikret sig et patent. At udnytte den mulighed helt fra start, på det nuværende spæde marked, er også et stort incitament for at bruge stevia.

Som input på det sukkerfrie marked er det også en klar gevinst at slippe af med syntetiske sødemidler, både for dem der ikke kan tåle dem, og dem der er negativt indstillet overfor dem, som tidligere nævnt. Fx kan påskriften ”Indeholder en fenyalaninkilde” nu fjernes – en salgshæmmende og let genkendelig sætning for dem der undgik kunstige sødemidler, og folk der har følt sig utrygge. Idet størrelsen på denne gruppe er så betragtelig, vil det være en fordel for Toms' image at kunne lave et klart statement om at de ikke benytter nogen syntetiske sødemidler. Det var desuden tilfældet før lanceringen af deres sukkerfrie produkter, men nu er der mulighed for det igen, nu også indenfor det sukkerfrie (Bilag 1, s.4). Det vil være i overensstemmelse med Toms' øvrige filosofi om kun at anvende naturlige råstoffer. Det vil altså være en mulighed at slå på, at der kun bliver brugt både naturlige farvestoffer og sødestoffer, noget som giver en markedsføringsfordel, også hvis folk i forvejen forventer det.

Negative incitamenter:

Der er desværre en lang række ulemper i forbindelse med brugen af stevia. De kan dog ikke alle tilskrives selve planten.

Noget af det der er karakteristisk for planten er smagen og dens evne til at søde. Jo højere koncentrationen bliver, jo mere aftager sødmen. Der er altså et loft for sødmen, hvilket kan give

nogle produktionsmæssige vanskeligheder, hvis produktet ikke kan sødes tilfredsstillende eller tilstrækkeligt.

Dens sødme minder om lakridsrods. Det kan i visse henseender udnyttes, som i fx NDs søde og salte lakrids, men i vingummien eller helt andre produkter som chokolade, vil man karakterisere fornemmelsen af lakrids som en uønsket bismag. Ulempen ligger hos forbrugeren, der måske vil fravælge produkter med stevia, men problematikken for Toms er teknisk, idet produktet må udvikles så bismagen ikke virker generende.

Da stevia ikke har været så længe i omløb på markedet er det også et dyrt sødestof. Produktionen og ekstraktionen er dyrere og endnu begrænset i Danmark og omkringliggende lande i forhold til sukker. Store leverandører der har sat sig på markedet medfører også en højere pris her i starten, hvor produktion og efterspørgsel stadig er opadgående. Som tiden går vil stevia derfor falde i pris.

Modsat, skal der ikke bruges meget af det, i og med at glycosiderne søder intenst. I den sidste ende er prisen derfor ikke væsentligt anderledes end de syntetiske sødemidler. Men sukker er stadig billigere.

Det der har størst indflydelse på prisen er at stevia ikke kan agere fyldstof. Dermed er man nødt til at erstatte sukkers evne til at fylde med noget andet, i dette tilfælde fibre. Problematikken med fibre er således relevant i den pågældende situation, da fibre og stevia hører uadskilleligt sammen. Toms understreger at det er her den store udgift ligger, da disse er 3-4 gange så dyre som sukker og udgør en stor del af produktets vægt, i forhold til den smule stevia der skal i (Bilag 1, s.4).

Indholdet af fibre gør også at ND er et mere skrøbeligt produkt. Det skal pakkes hermetisk ind, da luft ændrer produktets konsistens hurtigere end andre typer slik, og holdbarheden er dermed også nedsat. Der er altså nogle fysiske begrænsninger, der gør at produkterne ikke kan produceres i ubegrænsede versioner.

Et sidste problem der skyldes fibre er disses effekt på tarmsystemet ved overdrevent indtag, navnlig luftgener og mavepine. Da procentdelen af fibre er høj, skal forbrugeren begrænse sit indtag. Toms' problem ligger i kommunikationen af problematikken til forbrugeren. Dette punkt behandles i afsnit 3.4.

Der er også tekniske juridiske problemer. Først og fremmest begrænsningen af indholdet. EFSA har sat det tilladte maksimum for stevia i slikprodukter som ND på 350mg/kg (Commission regulation, 2011). Et meget lavt niveau – taget i betragtning af at stoffet er naturligt, gennemprøvet i store dele af verden og uden bivirkninger – som Toms håber vil kunne tillade den ønskede sødme. Hvis ikke, må det anses som teknisk knockout.

Endelig er der begrænsende direktiver for hvad der må figurere på emballagen. Planten må fx ikke afbildes, og produkterne må ikke mærkes med teksten ”indeholder stevia”. Selv om der er flere tilladte påskrifter er loven stadig langt fra klar. Den juridisk begrænsede formidling kan være problematisk i samspillet mellem Toms og forbrugeren, hvilket bliver uddybet i afsnit 3.5. og undersøgt i afsnit 6.5.3. og 6.5.4.

3.4. Særligt opmærksomhedskrævende punkter vedrørende produktforståelse

Det vigtigste for Toms er at forbrugeren får en så god oplevelse som muligt. Det kan sikres indenfor to dimensioner. På den ene side er der det tekniske i at skabe og udforme et optimalt produkt som forbrugeren vil nyde. På den anden side ønsker Toms også at kommunikere, via emballagen, den information som de mener er nødvendig for at forbrugeren får en god oplevelse. Hvis en eventuel negativ oplevelse kan rettes med en oplysning på emballagen, så gør Toms det. Deres ønske er at få forbrugeren til at forstå tanken bag ND.

En dansk undersøgelse viser at folks nydelse af et produkt hænger nøje sammen med deres opfattelse af det, inden de smager det. Fx blev der efter en flok testpersoners mulighed for at observere varen, givet 3 forskellige kødudskæringer som deltagerne skulle tilberede og spise derhjemme. Den udskæring der havde tilknyttet de højeste forventninger var den der scorede lavest på efterfølgende smagsoplevelse, hvor den, ingen forventede noget af, scorede højest (Grunert, 2007, s.190)

Toms gør godt i at sørge for at deres produkt er afstemt med eventuelle forventninger. Her er der foretaget vurderinger i forhold til hvad der er mest hensigtsmæssigt at oplyse om. En

overvejelse har været at signalere skriftligt at stevias sødme er anderledes end sukker, for at bryde forbrugerens smagsforventning af det han eller hun er mest vant til. Slik der ikke smager ligeså sødt som ”det plejer at skulle” i det første halve sekund kan potentielt allerede medvirke til en forringet samlet oplevelse.

Toms vurderer dog at sandsynligheden for aversioner på det område er af ringe betydning i forhold til de virkninger som indtagelse af fibre kan medføre, og vælger derfor først og fremmest at bruge pladsen på det.

Fibre kan, ved at indtage for store mængder for hurtigt, medføre maveproblemer i form af luft og smerter. I starten af første generations levetid sås der nogle tilfælde af folk med overdrevent forbrug, som klagede.

Lars Christensen ytrer således følgende: ”Det vigtigste er at folk forstår produktet, nemlig at de skal spise det behersket og nyde det godt imens. Og det har ikke så meget med stevia at gøre, det er fiberen der driller os. Så hvis vi bruger hele pladsen på at fortælle om stevia, så nedtoner vi det andet, og det er faktisk et vigtigere budskab for os.” (Bilag 1, s.6)

På forsiden af ND gøres der derfor specifikt opmærksom på at produktet er fiberrigt og skal nydes med måde. Det er ikke et krav fra fødevarestyrelsen men et initiativ fra Toms' side for at komme forbrugerne i forkøbet. Påskriften fremtræder som neutral information. Det undgås dermed at anprise fiberindholdet, så ND ville høre for at fremstå som et helseprodukt. Det undgås også at formulere det som advarsler, hvilket ville skræmme forbrugerne væk.⁷

Hvordan man får produkterne til at fremstå er en svær balance i slikkategorien, pga. lovmæssige begrænsninger. Et produkt som ND ville fx være berettiget til at få nøglehulsmærket, og ligner et fiberkosttilskud, men mange komponenter og sammensætninger må ikke anprises.

Samtidig har folk høje forventninger til indhold, så som renhed og naturlighed. De naturlige ingredienser som indgår i produkterne kræves derfor tydeliggjort, for at vinde forbrugerens tillid, hvilket er et koncept der klart fremgår af ND. Udover en udførlig ingrediensliste, så står der fremhævet følgende informationer i punktopstilling på bagsiden (her ND sød lakrids), som skal

⁷ Forholdet til informationen behandles i begge undersøgelser i kapitel 6.

sikre at formidle neutral viden til forbrugeren, så denne hurtigt kan afkode indholdet i form af overordnede egenskaber:

- No sugar added
- Less calories - Fibres instead of sugar
- Grain fibres - From corn, wheat and chicory
- Med sødestof fra planten stevia
- Rich on fibres - Enjoy in moderation
- Liquorice root - No colours added

Kommunikationen forsøges opstillet som oplysninger frem for anprisninger, både semantisk og grafisk. Opremsen er således den manglende sukker, som er erstattet af stevia, det lave kalorieindhold grundet fiberindhold fra respektivt majs, hvede og cikorie, samt følgende rådgivning om mådehold, og endelig naturligheden i form af råprodukter uden tilsætninger.

Reaktioner på emballagen undersøges i afsnit 6.4.6. og 6.5.3.

3.5. Kommunikation af steviaindholdet

Stevia er den store forskel på ND og de andre hidtil eksisterende produkter i den sukkerfrie kategori. Det vil teoretisk kunne udnyttes og give en markedsfordel, hvis man iværksætter en hensigtsmæssig og målrettet markedsføring. Toms vil gerne anprise at de bruger stevia, men metoden for at fortælle om indholdet af stevia og selve planten kompliceres af de tidligere omtalte juridiske begrænsninger.

Indholdet af stevia vil figurere flere steder på emballagen i henhold til reguleringerne. Hensigten er indledningsvis at forsiden af ND skal have påtrykt en information der indikerer indholdet af stevia.

Her er der meget klare retningslinjer. Grundlaget for disse er udarbejdet af den europæiske kommission, og blev publiceret i forbindelse med godkendelsen af stevia, på baggrund af EFSA's anvisninger. Derefter er det hvert enkelt medlemslands opgave at implementere dem. Sundhedsorganerne som fx Fødevarestyrelsen i Danmark vil typisk lægge sig op af krav som allerede er formuleret af andre nabolande. I det pågældende tilfælde har Toms søgt opklaring hos Fødevarestyrelsen igennem flere måneder, og afventer stadig yderligere stillingtagen til spørgsmålet

om hvordan man må formidle steviaindholdet. Indtil videre er myndighedernes eneste konkrete udtalelse at man skal lægge sig op ad de belgiske vejledninger (Sweeteners steviol glycosides, 2012).

Ifølge disse er udtrykkene ”with -steviol glycoside /-sweetener from the stevia plant”, ”with rebaudioside A” og ”with sweetener of -natural /-plant origin” nogle af de få godkendte.

Toms har valgt at bruge ”with sweetener from the stevia plant”, sandsynligvis pga. den neutrale karakter og forekomsten af ordet ”stevia”, som kan øge genkendeligheden.

Et billede af planten eller dens blade ville kunne medføre en let semiotisk afkodning af forbrugeren, men indtil videre må planten stevia ikke afbildes, da man kun anser plantens sødestof for at være til stede, og ikke selv planten, som endnu ikke er godkendt af EFSA som fødevarer. Ligeledes tillader regulativet heller ikke at man anpriser stevias naturlighed i produkter.

Disse to punkter vækker undren hos Toms, da fx lakridsrod, et naturligt råstof på lige fod med stevia, som bruges som smagsgiver og sødestof, både må afbildes og bære anprisninger.⁸

Derudover vil indholdet af stevia selvsagt stå i ingredienslisten, hvor der enten kan vælges betegnelserne E 960 eller ”steviol glykosider” (Commission regulation, 2011). Toms foretrækker den sidste, da den er mere eksplicit, og forbrugeren vil have lettere ved at genkende den.

Toms afventer besked fra de danske myndigheder, samt specialets undersøgelser, før der kan udarbejdes forklarende linier om stevia på bagsiden, eller at påsætte en QR kode, med historie om planten.

Den begrænsede information erkender Toms kan føre til misforståelser i den indledende periode på markedet. Toms vælger dog en passiv tilgang til kommunikationen af stevia. Deres forforståelse af hvordan nyt produktindhold generelt opfattes når det har været til stede på markedet i et par år, får dem til at se udbredelsen af kendskabet i et større perspektiv. Forbrugers møde med emballagen betragtes da i større grad som genkendelse af stevia på længere sigt, når en grad af kendskab er opbygget, frem for oplysning og det at skabe en ny forståelsesbase som specialet søger at afdække.

⁸ For at gøre forståelsen lettere for gennemsnitsforbrugeren, overvejer Toms at tage sagen op med myndighederne for at legalisere brugen af den forenkede betegnelse ”stevia”, som forbrugere i almindelighed vil omtale det som. (Bilag 1, s.5)

Som nævnt før, har Toms svært ved at promovere noget, pga. at de befinder sig i slikkategorien. Derfor er det nemmere og måske mere troværdigt at lade andre kategorier promovere stevia og dets sødende egenskaber og øvrige natur i stedet.

Rent praktisk afventer Toms en stor markedsføringsindsats fra markedsgiganter som fx Coca-Cola og Arla. Med deres initiativer samt en tiltagende dækning i medierne, vurderes kommunikationen til den brede befolkning at være tilstrækkelig.

Lars Christensen har tiltro til at kendskabet til stevia vil sprede sig fra mund til mund, af simpel interesse. De der specifikt søger stevia skal nok finde det i produkterne, og dem behøver man ikke forklare hvad det er. Han konkluderer følgende: ”Flere kan måske være skeptiske i starten, i mødet med stevia på emballager, men det er en proces og jeg tror det vil flytte sig gevaldigt hurtigt. På 2 år går det nok fra næsten intet til næsten fuldt kendskab.” (Bilag 1, s.6)

Med andre ord er Toms optimistiske, og mener at stevia på kort tid vil kunne sælge sig selv. Det mest nødvendige bliver påtrykt; Toms hverken kan eller vil søsætte den store kampagne som kun vil tilgodese en del af tanken bag ND. Om det er nok til at forbrugerne fatter interesse for ND på nuværende tidspunkt, og hvor stor opmærksomhed stevia kan skabe, undersøges i kapitel 6.

4. Forbrugernes synsvinkel og fair produkter

I dette kapitel vil markedsføringssituationen blive betragtet fra forbrugernes synsvinkel.

Først er det hensigten at afdække nogle af de bevæggrunde der ligger til grund for produktvalg generelt, samt den tendens der tegner sig i samfundet i forbindelse med synet på sundhed. Så gennemgås de umiddelbare positive og negative incitamenter for valg af stevia. Derefter samles og vurderes hvordan de kommunikative faktorer på Nellie Dellies' indpakning til en potentiel køber forventes at blive afkodet, med henblik på forståelse og vildledning, og hvordan de interagerer med fairnessperspektivet.

4.1. Faktorer og bevæggrunde for forbrugerens præferencer og købsbeslutninger

I første instans vil der blive fokuseret på nogle af de faktorer der bestemmer vores tilgang til produkter, og har indflydelse på vores generelle forståelse, præferencer og valg. Hensigten med det, er at belyse nogle af de punkter som udgør de komplekse felter som købsadfærd og -beslutning er, hvilket kan overføres til det forhold en potentiel køber kan have til ND.

Der bliver løbende foretaget studier i forbrugeradfærd, -psykologi og -vaner. Hypoteser og konklusioner udarbejdes og støttes af ekstensive undersøgelser. Empirien her adskiller sig fra den i det afsatte kapitel til empiri ved at have færdig-dragede slutninger og præcise felter som ikke ligger inden for dette speciales centrale emne, men bidrager til at belyse de reaktionsmønstre der udspiller sig når ND betragtes.

Et vægtigt og alment kendt parameter der bestemmer vores valg af varer er uomtvisteligt pris. En vares pris er ofte den største målramme og udslagsgiver når det gælder en købsbeslutning. En undersøgelse møntet på at opklare prisens vigtighed, belyste at 57,9% af forbrugere undersøgte prisen. Hele 44% af disse sagde dog at de bare gjorde det af vane. Forskerne forventede et resultat hvor vigtigheden af pris var mere overbevisende (Dickson & Sawyer, 1990, s.47).

Det økonomiske aspekt er altså kun en del, set i forhold til alle grunde der påvirker en varebeslutning. Kvalitet og specifikke krav som økologi, bæredygtighed, fair trade osv. kan influere vores valg, men indtil videre er det udelukkende de faktorer vi ytrer at vi bevidst vælger. Der er

også andre parametre der spiller ind, både på selve købstidspunktet og generelt.

Når man står foran et sortiment, vil en forbruger have størst tendens til at vælge den mest fængende vare. Følsomheden overfor billeder og iøjnefaldenhed er så markant at det vurderes at 95% af beslutninger, bliver truffet på baggrund af visuelle elementer fra emballagens front. Grafikere vinder således ved at lægge mange kræfter i at udarbejde forsiden optimalt. Til sammenligning kigger de færreste på bagsiden. Således viser undersøgelser at i 90% af tilfældene undersøger forbrugeren ikke bagsiden af emballagen, og 85% af forbrugerne foretager deres valg uden at have andre produkter i hænderne (Smith et al., s.15)

Vilje og bevidsthed spiller også ind, og i bredere forstand er menneskets hedonistiske natur afgørende, da tendensen til at søge nydelse også drager til at træffe valg. Køb af slik antages fx tit at være styret af nydelse. I kontrast til det, kan køb af sunde råvarer ses som et træk styret af fornuft, men kan også resultere i nydelse via forhøjet livskvalitet.

I forlængelse af nydelse, vælger man mere specifikt på baggrund af hvor appellerende en vare er. Det er her vores sanser spiller ind. Den optimale sammensætning af smag, lugt og konsistens – og også, i mindre grad, udseende og lyd – vil være en af de største faktorer for at kategorisere noget som ens foretrukne valg. Hvis man ikke har erfaring med et produkt, vil man forsøge at afkode alt fra udseende, emballage, fornemmelse når man rører ved det, osv. for at danne sig en forståelse og forventning, med en proces som beskrevet i afsnit 2.1. I den sidste ende vil det ikke være egenskaberne selv, men forbrugernes opfattelse af disse der afgør om et produkt er appellerende og ender i indkøbskurven (Rozin, 2007, s.17).

Når en sanselig oplevelse gør sig gældende, betyder det ikke at den altid har været lige stor. Alle mennesker er fra naturen udstyret med smag for det søde lige fra man bliver født, men mange smagsindtryk udvikler man interesse for med tiden. Det tyder i den sammenhæng på at jo mere man har spist et produkt, desto bedre kan man lide det. Fx blev en for testpersonerne ukendt tropisk juice givet til forskellige grupper af unge mænd, henholdsvis 0, 5, 10 og 20 gange, for at kontrollere hvor stor effekt eksponering havde. Det afgav det stærkt entydige resultat, at jo mere man var blevet eksponeret, og dermed havde vænnet sig til juicens smag, desto mere foretrak man juicen (De Graaf, 2007, s.37).

Dertil kommer også det sociale aspekt. Helt fra spæd lærer vi at holde af de fødevarer som

andre forbilledlige voksne indtager. Dvs. at børn lærer at spise det som forældrene selv spiser, og hvis forældre indtager grønsager eller slik på bestemte tidspunkter og måder, vil børnene efterligne det og lære at holde af det samme. Disse præferencer lader til at være ret stabile over tid. Positiv stemning og andre gunstige omstændigheder er ligeledes med til at styrke ens tilbøjelighed til at kunne lide noget, da man i så fald vil forbinde det givne med noget godt (de Graaf, 2007, s.40)

Indlæringsfænomenet sker både ubevidst i løbet af opvæksten, men kan også bruges aktivt til at vænne sig til nye smage. Mere præcist kan dette overføres til stevia. Tilvænningen til brugen og smagen af stevia kræver måske tid pga. de spisevaner vi har tilknyttet. Generelt er folk i Danmark vant til smagen af sukker, og med traditioner for sukkerproduktion i landet, er stoffet der indgår i alt fra saftvand til slik, over morgenmad, mellemmåltider og færdigretter, blevet en så udbredt del af smagen i hverdagskosten, i forhold til andre sødende stoffer, at man måske har haft svært ved at tage disse til sig. I Japan, hvor stevia har været i brug i 40 år, har alle for længst vænnet sig til smagen, og ville måske have svært ved at erstatte stevia med fx sukker. Det er svært at spå om hvordan folk vil reagere på smagen, og om det vil kunne spores på en salgskurves bevægelse, men en markedssucces kræver at folk godkender smagen og tager den til sig.

Arla har eksempelvis haft nederlag i produktudvikling indenfor yoghurt, hvor jordbæryoghurt sødet med stevia blev opfattet som smagende for meget af lakrids af et testpanel, og dermed ikke var appellerende. Tilsætning af jordbæraroma løste problemet, men et sådant produkt ville sandsynligvis ikke vinde indpas hos målgruppen, da en tilsat aroma ville stride mod interessen for et produkt der stræber efter højst mulig naturlighed og det generelle ønske om at mindske tilsætningsstoffer. Om eksponering ville være nok til at forbrugernes smagsløg ville vænne sig til varer som testproduktet ved ingen, men det ville muligvis være en for stor omkostning at forlade sig på det (Arla korrespondance, 2012 + Viden om, 2011).

En sidste kompleks tendens hos mennesker er den manglende evne til at forudse hvor godt man kan lide et produkt på længere sigt. Noget man har meget erfaring med, som måske kartofler, lader til at være muligt for mennesket at gennemskue, men en ny variant af fx kiks eller yoghurt, eller slik i dette tilfælde, kan man ikke forudsige interessen for på baggrund af hvor meget man spiser af det, og over hvor lang en periode, uafhængig af hvor gammel og erfaren man er (Rozin, 2007, s.10).

4.2. Sundhedsbølgen

Der skal ikke mere til, end at indtaste ”slikforbrug i Danmark” i en søgemaskine og se alle de artikler der handler om danskernes store trang til slik, og at danskere er et af de mest sliksultne folk der findes. Sideløbende ses de alarmerende tal for folk ramt af diabetes og fedme, en kurve der indtil videre bliver ved med at stige. Ekspertter påpeger og gennemsnitsborgeren lader almindeligvis til at opfatte at de to hændelser hænger sammen, hvor den første er udtryk for noget som har den anden som konsekvens.

Ikke desto mindre, og måske netop pga. af de uheldige tendenser, har man de seneste år kunnet konstatere noget, som i folkemunde betegnes som sundhedsbølgen. Både myndighederne, producenterne og den almene befolkning spiller sammen i denne nye strømning, som vil blive eksemplificeret. Der bliver købt mere frugt og grønt, slikmarkedet er langsomt på retræte (Dansk statistisk, 2009), og Toms' salgstal viser at folk ønsker alternativer til traditionel slik.

Tendensen er interessant fordi en udvikling af forbrugernes bevidsthed inden for sundhed kan medføre en øget interesse for ND, idet de fleste der ridder på sundhedsbølgen rammer lige i målgruppen, men den vil også præge det fremtidige marked bredere set.

Denne såkaldte sundhedsbølge udgøres af 3 aktører.

Myndighederne har haft fokus på sundhed over en nu længere årrække, og har fx skærpet rygeloven, ført kampagner for bl.a. motion, alkoholbegrænsning og fuldkorn, indført skatter på fedt og sukker, og sundhedsmærkninger på fødevarer. Parallelt har mange populære udsendelser og artikler set dagens lys i medierne, med temaer som vægttab, afvænnning, almen velvære og lignende.

Producenterne ser en efterspørgsel af varer der lever op til ovenstående krav, og giver sig til at udvikle nye produkter som matcher tendensen, nogle gange proaktivt, som fx nu hvor stevia bliver populariseret via et slikprodukt.

Endelig er der resten af befolkningen, hvor mange efterspørger de netop nævnte produkter, der skal komplementere en skærpet livsstil. Sundhed er blevet lig med både ”rigtig kost” som flere fibre, mindre fedt, salt, sukker og tilsætningsstoffer, samt mere motion i hverdagen, i form af fx løb, cykling og fitness.

Mange folk har taget budskabet til sig og de tager selv en masse nye initiativer for at opretholde form og sundhed, som opfattes som livskvalitet. Naturlighed synes at være et synonym

for sundhed. Kontrasten ses i forskrækkelsen for livsstilssygdomme – man for alt i verden skal holde for døren –, og sundhed kommer således til udtryk som dyrkning af kroppen, som overskud i hverdagen, og kan måske endda betragtes som trend eller modefænomen, hvor det at leve ”sundt” er indbegrebet af en nutidig livsstil.

Processen kan synes selvforstærkende, i en grad hvor sundhed for nogen har indtaget en nærmest religiøs status, så der i dag eksisterer folk der på sygelig vis helt har udlukket fedt og sukker fra deres kost, hvilket kan være livsfarligt (Flindt, 2011).

Sundhedsstrømningen konflikter med trangen til slik – heriblandt klassikerne fra Toms – som danskerne er opvokset med. Loyaliteten skabt over mange år kan være en grund for forbrugeren til ikke at forkaste slikket.

Når frugt og grønt bliver halet mere ned fra hylderne i supermarkedet end slik, er det dog både udtryk for et aktivt tilvalg af de naturlige råstoffer, på en mere eller mindre oplyst baggrund, men også for et fravalg af slikket. Det kunne være interessant at analysere hvilke kræfter der reelt drager folk til at købe slik på trods af den kognitive spænding der ligger i at ville undgå det.

Slik har i de flestes mentalitet nok fået et dårligere rygte de seneste år. Den indstilling kan smitte af på svært målbar vis på den generelle opfattelse af al eksisterende slik, også den nye kalorielette kategori som ND tilhører, omend det primært vil være mindre oplyste forbrugere der sidder inde med den opfattelse.

For de mere oplyste, vil forståelsen af slikprodukter som usunde og fedende således nok være mere nuanceret, og stevia kan med tiden være med til at ændre det synspunkt yderligere. Den medfødte og tillærte trang til sødt er svær at tilsidesætte, men i lyset af sundhedsbølgen kan det få folk med mere fokus på sundhed til at åbne øjnene for slik som matcher livsstilen. I den henseende vil der være et dobbelt incitament bestående af foreneligheden i både at spise slik, forkaste sukker og kalorier, og tilmed indtage produkter der kun består af naturlige råvarer. Et større alment kendskab vil altså udgøre en bedre grobund for produkter med stevia.

Sundhedsbølgen lader til at være bygget på en generel frygt, både for liv og død, og at mennesket ønsker at have fuld kontrol over sit helbred. Tendensen kan formodentligt ende med at avle en modsat strømning i form af hensynsløs livsnydelse (Skovgaard, 2009).

Det antages at der blandt respondenterne i kapitel 6 vil være både folk der sværger til at

holde en ”sund” livsstil og undgå ”slik”, så vel som folk der netop sværger til sukker, og ikke kan forestille sig slik uden sukker.

Uanset kan både sundheds- og livsnydertendensen være med til at sørge for salg af konfektur.

4.3. Udvalgsparadokset

Som tidligere nævnt er udvalget af produkter i dag så massivt, at det at skulle tage stilling og finde frem til den vare man ønsker tager tid hvis det skal gøres grundigt. At sammenligne et utal af varer er en krævende proces, og at finde varer der stemmer overens med præcise sundhedskrav og overbevisninger gør det ikke nemmere. Men netop alle de ønsker og krav har været med til at øge udbuddet af varer, hvilket har resulteret i uoverskuelighed.

Forbrugere tyer til forskellige metoder for at løse det problem, afhængig af deres målsætning. Nogle er glade for det store udvalg, og prøver gerne alt af. For dem vil et nyt produkt være attraktivt i kraft af at det er spændende og uafprøvet. Andre baserer sig på erfaring og kundskab, og bruger tid på at udvælge, selvom det er krævende.

De fleste har dog oparbejdet en rutine, og reagerer automatisk på indlærte tegn og signaler som de førhen har godkendt med en vis grad af bevidsthed. Rutinering er et vigtigt instrument for den travle forbruger, og noget den menneskelige hjerne naturligt foretager for at spare tid, men når tolkningsprocessen foregår så hurtigt at man ender med ikke at efterprøve det, risikerer opfattelsen af et produkt at afvige fra virkeligheden, og dermed kan der opstå misforståelser. Undersøgelser har vist at jo flere valgmuligheder der er, desto mindre tilfreds bliver en given forbruger og denne er samtidig mindre villig til at købe. Visse mennesker forsøger også at mestre den megen information og de nye varianter, ved kun at holde sig til de enkle, afprøvede produkter, og kan i nogle tilfælde betegnes som neofobiske, altså som værende bange for nye ting (Rozin, 2007, s.22-23).

Den generelle tilgang stemmer overens med den korte tid der i gennemsnit bliver brugt på at beslutte sig for et produkt i supermarkedet. Dickson & Sawyers undersøgelse fra 1990 viser at folk i gennemsnit bruger mindre end 12 sekunder fra de står foran en række produkter til de går derfra med et udvalgt produkt (s.47).

Fødevarermarkedet og sundhedsstyrelsen er kommet med nogle tiltag, fx i form af mærkningsordninger, som skal hjælpe forbrugeren til nemmere at vælge varer, der har fokus på sundhed. Flere stiller sig dog kritisk overfor disse, da de udgør en øget information som ikke altid er let gennemskuelig. Nogen bruger dem ikke, og andre har en fejlopfattelse af hvad de dækker, hvilket kan være kilde til vildledning. I en undersøgelse om kendskab til og forståelse af nøglehulsmærket, fra december 2011, viser det sig at 35% kun vidste det havde med sundhed at gøre, 25% vidste slet ikke hvad det dækkede over, og at 10% af de adspurgte besad decideret forkert viden (Thomsen, 2012, s.8-9).

Omend afkodet, kan det automatiske signal med andre ord nemt fejltolkes når der skal træffes hurtige beslutninger om hvilken vare der skal med hjem, og rutineringsmetoder kan ikke fremtræde som normativt tilrådelige. Der er således risiko for at standardiserede signaler – som letter genkendelsen i et stort udvalg –, her med informationer om stevia samt andre indholdskomponenter, giver en falsk tro om produktet og om hvad stevia er, hvilket måske kan ende med at afføde skepsis til begge dele.

4.4. Positive og negative incitamenter ved at vælge stevia

Et komplekst univers ligger til grund for forholdet mellem forbrugere og slik; opvækst, erfaring, samfund, trang, begrænsninger og smagspræferencer, for at opremse nogle få aspekter.

Stevia har også i sig selv nogle grundlæggende egenskaber som kan ændre forbrugerens interesse-mønster, og påvirke denne i både positiv og negativ retning. De forskellige incitamenter vil dog have forskellig effekt afhængig af hvor oplyst en forbruger er. Fx vil en erfaren diabetiker have større potentielt kendskab til de sunde egenskaber frem for en uengageret familiefar der køber weekendslik.

Positive incitamenter:

Eftersom stevia er sødende, må det første blandt mange incitamenter for forbrugeren der kan fremhæves være den gode smag. Stevia søder godt og effektivt, og har en sødme der varer lidt længere end de fleste andre sødestoffer. Omend subjektivt og svært sammenligneligt, minder rebaudiosid A måske lidt om sukker, med en mere fyldig smag. De fleste steviol glycosiders sødme minder om lakridsrods, hvilket er et plus for dem der holder af den smag.

Næste attraktive punkt er at stevia forekommer kaloriefrit. Sødestoffet kommer fra en plante men er mere kompleks end almindeligt sukker. Det afgørende aspekt er at molekylerne søder så intenst at mængden der i praksis skal bruges for at få den søde smag er forsvindende lille, og derved vil stevia kun tilføre en ubetydelig mængde energi til et produkt. Netop den egenskab gør den specielt attraktiv for overvægtige og andre der ønsker at begrænse kalorieindtaget.

Det tredje store punkt er at stevia er et naturprodukt. I samspil med smagen og de manglende kalorier, kan stevia således være med at reformere det moderne ”sukkermarked”. Indtil nu har det nemlig primært været de kunstige sødestoffer der har været det dominerende alternativ. Som naturligt sødemiddel kan stevia især være attraktivt for alle der ønsker at undgå det kunstige og samtidig begrænse kalorier.

Stevia står altså som et stærkt alternativ både for helsebevidste, og alle dem der prioriterer naturlighed, et meget eftertragtet begreb i forbrugerrummet og dermed også godt brugt i markedsføring.

Et anderledes incitament er at stevia ikke forhøjer blodsukkeret. Alle sukkerarter og sukkeralkoholer øger blodsukkeret. Stevia er derfor mere fuldgældigt formålstjenligt i ND. Effekten vil måske ikke være den mest kendte og omtalte, men den er eftertragtet af diabetikere og sportsfolk, og er aktuel for veloplyste sundhedsbevidste. Den igangværende forskning og antallet af diabetikere taget i betragtning, er det trods alt en tiltrækkende egenskab.

Det største incitament må være den enestående kombination af alle førnævnte. Sammenlagt fremstår stevia som et decideret sundt og uovertruffen alternativ til alle andre sødestoffer, da ingen besidder samtlige egenskaber.

Sundhedsperspektivet er som tidligere beskrevet et stort samfundsfokus. Enhver kan således have sine primære grunde til at opfatte stevia som sundt: det er naturligt og kommer fra en grøn plante, kaloriefrit, ikke blodsukkerforstyrrende, ikke cariogent⁹, perfekt til diabetikere og andre med livsstilssygdomme, osv. Stevia vil altså kunne tiltrække de fleste med interesse for almen sundhed.

⁹ Et cariogent stof er noget der kan bidrage til at lave huller i tænderne, altså medføre caries

Et sidste incitament i denne indledende fase er nyhedsaspektet. Produkter med stevia er naturligvis nye når de rammer markedet, men det ukendte sødestof stevia vil også være tillokkende i kraft af at være ny og spændende, ikke mindst når de førnævnte egenskaber bliver mere kendte. I den forbindelse kan det gå hen at blive et potentielt trendy sødestof, i kraft bl.a. af efterspørgslen af egenskaber som stevia besidder.

Negative incitamenter:

Overordnet set vil de fleste negative incitamenter opfattes på baggrund af en sammenligning med sukker, da stevia ikke kan de samme ting.

Den altoverskyggende ulempe er smagen. Som nævnt i kapitel 1 producerer planten stevia ikke et enkelt sødende molekyle, men en sammensætning af flere. Disse smager og opfører sig lidt forskelligt, og sødmen vil afhænge af hvilken stofsammensætning producenten har valgt skal indgå i produktet. Selvom visse udgaver næsten har udelukket bismagen, vurderes stevia ofte af testpersoner til at have en let smag af lakrids og en anelse bitter eftersmag, i forhold til roesukkers mere neutrale smag.

Den danske gennemsnitsforbruger er ikke vant til smagen, og det vil for manges vedkommende – jf indlæring af smagspræferencer – måske kræve eksponering før man får smag for det på lige fod med sukker og andre naturlige sødestoffer. I Japan har man fx vænnet sig til det over flere år, mens man her i Danmark har været mere afhængige af vores hjemmeproduceret sukker, og dets smag.

For at imødekomme forbrugerens smagsløg må producenterne – i det mindste i opstartsfasen – udvikle nogle produkter hvor stevias for nogen opfattet afsmag er så nedtonet som muligt. På langt sigt vil yoghurten sødet med stevia¹⁰ måske ikke tolkes som havende en lakridsbismag hvis folk har vænnet sig til smagen over flere år. På nuværende tidspunkt fremstår det dog som en klar ulempe i flere produktsituationer.

Usikkerhed kan også inducere en tilbageholdende adfærd vedrørende det nye og uafprøvede. Alene forekomsten af et nyt produkt med ukendt indhold kan for nogen virke demotiverende,

¹⁰ Se afsnit 4.1.

hvilket forstærkes af påskriften ”steviol glycosider” som for nogen kan lyde afskrækkende, og det modsatte af naturligt og sundt. Dette uddybes i følgende afsnit.

Derudover er der mest kun vanskeligheder for de der ønsker selv at søde med stevia. Det er stadig lidt dyrere end sukker, og svært at bruge som sukkererstatning, grundet mangel på fylde. Da det kan være svært at dosere, findes det efterhånden i flere former og koncentrationer.

4.5. Forståelse af informationen om stevia

En af kerneproblematikkerne i udbredelsen af forståelsen af stevia, som man kan tilegne sig via emballage, er den stramme lovgivning indenfor feltet. EUs instanser ønsker at beskytte forbrugernes sundhed ved hjælp af en nøje kontrol med nye og uprøvede fødevarer og fødebestanddele. Bivirkningen er lovfortolkningsprocesser som trækker i langdrag, og begrænsninger på mulighed for hensigtsmæssig kommunikation mellem producent og forbruger, som vi begge ser i denne situation.

Problemet ligger først hos Toms som ikke kan drage nytte af at fortælle om planten, men som er nødt til at påtrykke nogle informationer som en forbruger kan se som modvilje til at informere ordentligt.

Således er problemet lige så stort for forbrugerne. Dem som endnu ikke kender til stevia – hvilket skønnes at være en stor andel – har ikke mulighed for at blive oplyst om planten, og basal viden som dens oprindelse og egenskaber, noget som mange kunne ønske at vide mere om, måske i butikken i forbindelse med købet, men især også efterfølgende når posen bliver åbnet.

Hvis en forbruger opfatter noget forkert angående stevia fordi informationen er flygtig og utilstrækkelig, argumenterer det for at begrænsningerne gør det vanskeligere for Toms at søsætte et fair produkt.

Den uoplyste forbruger vil måske ikke engang lægge mærke til påtrykket, og i modsat fald kan oplysningen om noget sødende plantemateriale godtages, omend det kan være svært at begribe sammenhængen ”uden sukker, men sødet med plantestof”.

Gennemsnitsforbrugeren kan have en masse spørgsmål som ikke bliver mødt. Sætningen

”with sweetener from the stevia plant” på forsiden og ”med sødestof fra planten stevia” på bagsiden kan sætte en tolkningsproces i gang hvor sammenhængen mellem ”sødestof” og ”planten stevia” afprøves. Er sødestoffer naturlige eller syntetiske? Er planten stevia sød i sig selv? Hvad smager det af, hvorfor er det i, og kan jeg stole på det?

Det kan medføre undren at der ingen steder står noget om naturlighed eller andre egenskaber, når det på forsiden erfares at stevia er en plante. En hypotese er at det vil kunne tolkes som om Toms bevidst tilbageholder noget information af mistænkelig karakter og derved fører forbrugeren bag lyset, fx at det måske er nyt men hverken specielt sundt eller naturligt. En anden er som sagt er Toms bare har sjusket med informationen om lige præcist planten af ukendte årsager, andet en måske modvilje til at informere korrekt.

Omvendt er afkodningen af stevia måske ikke interessant for en forbruger som kun vælger et produkt af andre årsager som vane (jeg har prøvet ND før, og det kunne jeg lide), producent (jeg vælger gerne noget fra Toms), tilfældighed (det stod nærmest, havde en pæn indpakning, osv.).

Endelig vil en gruppe sandsynligvis også stille sig tilfreds med forståelsen at man nu kan købe produkter der er sødet med ”planten stevia”, og behøver ikke vide mere foreløbig.

Oplyste forbrugere der ikke kender til stevia kan i princippet stille sig de samme spørgsmål som gennemsnitsforbrugere, men de vil have lettere ved at konkludere korrekt ud fra en mere omfattende erfaring.

For alle dem med kendskab til stevia, kan det ud over genkendelse af indholdet afstedkomme samme undren som før nævnt, altså hvorfor der ikke er flere oplysninger om planten og sødestoffet.

I den henseende er det generelle kommunikative problem at forbrugerne ikke har en tydelig mulighed for at opfatte den begrænsede og påkrævede information som juridisk forårsaget, og tilskriver derimod Toms det fulde ansvar for valget af det påtrykte.

For den andel af forbrugere der vælger at læse bagsiden, vil den anden information om stevia være at finde i ingredienslisten, hvor der står ”steviol glykosider”, sødestoffernes officielle navn. Deri forekommer en anden problematik, idet det er en betegnelse som også kræver at blive indlært for at kunne genkendes og forstås.

Jo større ens grad af oplysning er, desto nemmere vil det være at afkode, i den forstand at ”steviol” er afledt af ”stevia”, og ”glykosider” er en organisk forbindelse hvori kulhydrater indgår, og det kan leder tanken hen på monosakkaridet glukose.

For mindre oplyste vil betegnelsen måske forekomme lang og kompliceret, og være endnu et ukendt og derfor farligt klingende indholdsstof. Betegnelsen ”stevia glykosider” kan således medføre mistro indtil man har lært at forstå betydningen, og kan støtte og bekræfte en gennemsnitsforbrugers mistanke om produktets fravigende naturlighed.

Efter den indledende periode mener Toms at navnet ikke i selv vil genere nogen, men derimod være en styrke for de forbrugere der bevidst går efter stevia, da disse kan lære navne og spotte det nemt i ingredienslisten (Bilag 1, s.5-6).

4.6. Tolkningen af emballagen

Tolkning af emballagens signaler er noget som alle potentielle købere gør. Det er sværere at være klar over det udslagsgivende når det kommer til produktvalg og eventuel vildledning. NDs emballage indeholder mange signaler, som kan opfanges, læses, og forstås enten individuelt eller smitte af på hinanden. Heriblandt vil der være forståelse af kvalitet, indhold, troværdighed og almen information. Midt i den semiotiske cocktail ligger oplysningen om indholdet af stevia og venter på en fortolkning.

Vigtigheden af forsides afkodning er væsentligere end bagsidens, eksemplificeret ved det tidligere nævnte faktum at 85% af gangene træffer man et valg uden at have kigget på bagsiden. Det er således relevant at dele analysen op i forside og bagside. Dertil kommer de få sekunder som en køber bruger på at beslutte sig til et produkt. På den tid vil der blive dannet en mening om produktet ud fra forsides elementer.

Forsiden indeholder hovedsageligt 7 informationsfelter. De to mest iøjnefaldende grafiske genstande på forsiden er produktnavnet og et opstillet billede af varen, da de optager størst overflade. Det store kontrastfulde hvide felt med sort skrift bærer præg af at produktnavnet skal træde så tydeligt som muligt frem på en hylde i supermarkedet. I samme hvide felt, kan må også

læse varebetegnelse. Teksten er mindre men udmærker sig med en anden farve, og danner bro mellem produktnavnet og illustrationen.

Det eksplicitte billede af produktet er en visuelt appellerende opstilling, og har mulighed for at fortælle køberen hvad produktet er før nogen tekst er afkodet. Toms ønsker således uden tvivl at danne en stærk kæde mellem brand og produkt.

For sig selv står fremhævelsen – bogstaveligt talt, da elementet kaster skygge på feltet med produktnavnet – af steviaindholdet. Den grønne farve er i stor kontrast til de resterende farver og elementer på emballagen. Ordet ”stevia” står med størst skrift. Der er blevet arbejdet med teksten i denne splash således at ordet ”stevia” er det som folk skal huske og genkende, og at informationen om at det er en plante, fremtræder lidt kraftigere ved hjælp af lidt større skrift, samt samme farve som ”stevia”, hvorimod ”with sweetener from the” står i mindre iøjnefaldende sort med lille skrift.

Den grønne baggrund er formet som et blad og kan bidrage til at forstærke opfattelsen af stevia som en plante, noget naturligt. Opfattelse der desuden kan smitte af på produktet som helhed.

Dernæst er teksten ”No added sugar/ Made from raw liquorice”, skrevet som en helhed, men i to forskellige farver. Her er der flere tolkningsmuligheder.

”No added sugar” er en sætning der kan stå for sig selv, i modsætning til fx ”40% færre



kalorier” som det står med småt på bagsiden. Sætningen har et absolut udtryk, men en skeptisk forbruger kan overveje om der forekommer sukker naturligt, og hvor meget.

Hvis man læser de to sætningsdele sammen, kan man uddrage at rålakridsen er grunden til at man ikke behøver at tilsætte sukker.

For sig selv kan ”Made from raw liquorice” inducere til at tro at rålakrids er en meget stor andel af produktet, måske hovedbestanddelen, et usandt faktum som kan være vildledende for nogle.

Toms' logo står i næste størrelse, diskret i øverste højre hjørne, og er således nedtonet i forhold til produktnavnet, omend let genkendeligt.

Den sidste tekstinformation er sætningen ”Rich on fibres – Enjoy in moderation”, skrevet med småt og sort nederst på emballagen. Den er yderst diskret og vil måske ikke blive opfattet af mange, på de få sekunder man betragter en emballage. Et højt fiberindhold er ikke et traditionelt trækplaster for slik¹¹, og tilskyndelsen til beherskelse kan måske også udløse skepsis hvad sundhed og naturlighed angår. Hvis man ikke forstår fibre og begrænsningen samlet, kan det fejlagtigt minde om varslat på produkter indeholdende polyoler, såfremt man ikke læser bagsiden.

Forsidens diverse visuelle stimuli forstås forskelligt afhængigt af iagttagers baggrund, hvad øjnene falder på først, samt de informationer der fanger købers interesse, men overordnet set er der nogle væsentlige informationer der er lavet til at blive afkodet af de fleste. Forståelsen af nogle få informationer kan smitte af på hinanden, men det lader til at Toms har forsøgt at begrænse faldgruberne.

For dem der vender ND om, og analyserer bagsiden, ses nogle få ekstra elementer¹². Dem der har størst tendens til at læse om næringsindhold er kvinder og forbrugere med høj uddannelse og indkomst med interesse for mad og sundhed (van Dam & van Trijp, 2007, s.171). Ud over de forventelige kvalitetsfakta som næringsindhold og ingrediensliste, bliver det især ekspliciteret hvad fibre er, hvor mange der er, samt om kaloriereduktionen, jf. afsnit 3.4. Der er som beskrevet i forrige afsnit ingen yderligere information om stevia, andet end dets

11 Anprisning af fibre forsøges også undgået, grundet kategorien ”konfektur”. Se afsnit 3.4.

12 Da bagsiden måske bliver ændret, er bagsidens informationselementer det eneste specialet forholder sig til

officielle navn i ingredienslisten ”steviol glycosider”.

Der forekommer ingen direkte sundhedsanprisninger, men de signaler der kunne bære en antydning af helse (40 % færre kalorier, kornfiberindhold, plante/lakridsrod, ingen farvestoffer) vil stadig kunne medføre en halo-effekt, der tillægger usande betydninger af helbredende og specifikt godtgørende virkninger.

I øvrig er en betegnelse som ”40% færre kalorier” et klassisk vildledende element, da man kan blive fristet til at købe produktet uden at vide hvad det er i forhold til.

Endelig har Toms en ambition om at kommunikere til højeste fællesnævner blandt forbrugerne. Det antages at da ingen ønsker at blive talt ned til, er det bedst med kommunikation på et højt niveau. De der forstår informationen føler sig imødekommet. De der ikke forstår men ønsker det, føler sig værdsat og kan efterfølgende søge at lære om det. De der ikke interesserer sig kan vælge informationen fra (Bilag 1, s.8-9).

5. Forbrugernes kendskab til sødestoffer, og sundhedsopfattelse

Analysevirksomheden Yougov har foretaget undersøgelser om folks kendskab, opfattelse og holdninger vedrørende fødevarer og sundhed, samt tiltro til producenter og myndigheder. Undersøgelsen hedder Food & Health Nordic, og er blevet udført i henholdsvis Sverige, Finland, Norge og Danmark siden 2007.

Der bliver løbende tilført flere interessepunkter i undersøgelsen hvert år. I udgaven fra 2012 erklæres det som mål at sammenligne og belyse over en lang periode hvilke fødevarer og ingredienser i fødevarer, folk er betænkelige ved at benytte, samt hvordan diverse mærkninger og emballagepåtryk påvirker interessen for et produkt (Bilag 2, s.3). Fx omfattes kendskab til mærkninger som GDA og økologi.

For første gang i år indgik stevia i sektionen om opfattelse af sødestoffer og sundhed. Der eksisterer således empiriske resultater som er brugbare for specialet.

Respondenterne er udvalgt til at være nationalt repræsentativt i forhold til køn, alder og regioner, og udgør paneler af mellem 500 og 600 mennesker, fordelt på alderen 16-64. Svarene er indsamlet i januar 2012 (Bilag 2, s.2).

Respondenterne er blevet bedt om at svare på hvor sunde en række sukkerarter og sødestoffer er. Svarmulighederne inddeles i ”meget sundt”, ”overvejende sundt”, ”overvejende usundt” og ”meget usundt”. Informationen om kendskab registreres med hvor mange der har svaret, i forhold til dem der ”ikke ved”. Endelig forefindes informationen om en væsentlig forskel på værdierne i forhold til foregående år, hvis det er tilfældet¹³.

På nær xylitol – som finnerne anser som et af de sundeste sødestoffer – er tendensen overvejende ens i opfattelsen af sundhed for alle nordiske lande. Da specialet er begrænset til det danske marked, vil analysen herfra gå på resultaterne fra de danske besvarelser.

Resultaterne bliver her først gengivet som rækkefølge i procentdel af samlede svar, fra den der har fået flest ”sunde” stemmer (”meget sundt” + ”overvejende sundt”) til færrest, og derefter rækkefølgen fra den der har fået færrest ”usunde” (”meget usundt”, ”overvejende usundt”) stemmer til flest.

¹³ Undersøgelsens resultater figurerer i Bilag 2, s. 4

Således med flest sunde stemmer: honning (51), fruktose (29), rørsukker (28), glukose (26), laktose (15), almindeligt sukker (12), glukose sirup (7), stevia (6), maltose (4), sødemidler¹⁴ (4), maltodextrin (3), xylitol (2), sukralose (1) og aspartam (1).

Således med flest usunde stemmer: honning (9), stevia (13), fruktose (14), glukose (16), laktose (18), maltose (18), sukralose (18), maltodextrin (19), rørsukker (22), glukose sirup (22), xylitol (29), aspartam (38), almindeligt sukker (39), sødemidler (56).

Disse svar skal holdes op imod de der ikke har kunnet bedømme sundheden pga. manglende kendskab. Her ses rækkefølgen i procentdel af folk der har svaret ”ved ikke” : honning (17), almindeligt sukker (18), rørsukker (19), glukose (21), sødemidler (23), fruktose (24), laktose (31), glukose sirup (39), aspartam (51), xylitol (56), maltose (60), maltodextrin (63), sukralose (68), stevia (69).

Den sidste række viser at stevia er det mindst kendte sødestof, idet færrest (mindre end 1/3) har kunnet tillægge det en sundhedsværdi. De resterende der har valgt at bedømme det, fordeler sig som 13% til den usunde side og 6% til den sunde. Tallene er lave, men alligevel med en klar tendens til forståelse af det som usundt. Det er ikke gennemskueligt hvad der ligger til grund for især opfattelsen som usund, men en hypotese er at forholdet mellem manglende kendskab og bedømmelse udelukkende ud fra navnet afføder skepsis, og man er derfor tilbørgelig til at værdisætte det mere negativt.

Til sammenligning har næsten alle en mening om honning. Kun 17% mener ikke at vide noget om hvor sundt det er. Hele 51% udtrykker at honning er decideret sundt, imod kun 9 der siger det er usundt. Honning er således den klare vinder i folks opfattelse af, hvad der er sundt.

Aspartam, kunstige sødemidler og hvidt sukker skiller sig ud ved at rigtig mange har svaret at det er usundt eller meget usundt. Dette stemmer overens med den over mange år både dårlige presseomtale og almene samfundsopfattelse af aspartam og andre kunstige sødemidler, samt sundhedsbølgen og samfundets kriminalisering af sukker (med vægt på hvidt sukker).

¹⁴ Det engelske ”sweeteners” er her direkte oversat. Hvis respondenterne er blevet præsenteret for det udsagn, enten på dansk eller engelsk, er det uklart hvad tolkningen har været. Ordet omfatter sandsynligvis ”øvrige kunstige sødemidler”.

Stevia bliver opfattet nogenlunde lige så usundt som almindelige enkle sukkerarter (honning, fruktose, glukose). Hvis man ser bort fra det lave kendskab, er det tankevækkende at den absolutte opfattelse af stevia som sund (6%) ligger i næsten samme regi som kunstige sødemidler (4%), dvs. meget lavt.

Stevias bundplacering indenfor kendskab er interessant. Resultaterne er fra januar 2012, to måneder efter at stevia blev godkendt i EU. Således var der langt fra opbygget kendskab hos den brede befolkning, og sandsynligvis mindre end i efteråret 2012.

De få der har en grad af reelt kendskab til planten formodes at være dem der har stemt positivt, hvor dem der har stemt ved at gætte eller ved at tolke ud fra ordlyd, følelser o.l. – et valg truffet på uoplyst baggrund af mulig misforståelse – har valgt at se det negativt.

Langt størstedelen af respondenterne i denne undersøgelses omstændigheder ville altså ikke vide hvad de skulle gøre ved mødet med en emballage hvor der stod ”indeholder stevia”. I modsat fald tyder det ikke på at det ville være et trækplaster, tværtimod.

Ordet ”plante” på forsiden af ND kan måske vise sig at være et nøgleord i dannelsen af en positiv opfattelse for de mange der ikke besidder noget kendskab.

6. Egen empiri

Empirien er udarbejdet med henblik på problematikkerne og hypoteserne fremsat i indledningen, set i lyset af forholdene der fremtræder i løbet af specialet.

Først sammenlignes kendskabet med andre sødestoffer. Derefter vurderes det hvor vidt stevia passer ind i forbrugerens livsstil og ønsker. Endelig belyses reaktionerne på emballagen med Toms som afsender, hvor godt stevia formidles, om der er misforståelser, og om kommunikationen og produktet har en tiltrækkende effekt. Disse felter bliver behandlet forskelligt med både en kvantitativ og en kvalitativ vinkel.

6.1. Metode og refleksion

Mange med interesse for feltet, både adfærdsforskere og producenter, ønsker at opdage en virkelighed af mønstre bag forbrugernes vaner. En analytisk tilgang medfører dog vanskeligheder, idet en forbruger sjældent er konstant. De fleste mennesker præferencer, men som beskrevet i afsnit 4.1. er der mange faktorer der har indflydelse på det endelige valg. Således kan der ofte kun gisnes om hvilke stimuli og intentioner der har haft størst udslag hos en gennemsnitsforbruger. Dertil kommer også at forbrugere ikke altid bevidst handler efter deres intentioner. En person kan fx ytre til sin omverden at han eller hun ønsker af princip altid at vælge økologiske varer, og overbeviser måske sig selv om dette princip, selv om der i virkeligheden kun vælges en lille procentdel.

Med det udgangspunkt er undersøgelsen delvist blevet udarbejdet på fortolkende baggrund. Da feltet er meget subjektivt og let påvirkeligt vil værdifulde nuancer bedst komme til udtryk hvis en respondent har fuld mulighed for at vurdere, reagere og ytre sig fuldt ud, som det fx er muligt ved et interview.

På den måde benyttes aktørsynet, hvor der gives mulighed for forbrugeren som aktør, at udtrykke både handlinger, intentioner og forståelser vedrørende præferencer for, og brug af diverse sødestoffer, vurdere emballagen grundigt ud fra deres forforståelser, og reagere på indholdet af stevia. Således vil det være mulig at få dybere indsigt i en række forbrugeres mønstre af kendskaber, præferencer og reaktioner (Arbnor & Bjerke, 2009, s.142-144).

Da interviewprocessen er ressourcekrævende hvis antallet skal være højt, og eftersom det ønskes at opnå et repræsentativt resultat så der kan ses en tendens bag opfattelsen af stevia, bygges empirien også på funktionalistisk baggrund. Den analytiske tilgang benyttes, ved at enkle og kategoriserende spørgsmål – baserede på antagelserne som nævnt i introduktionen – er opstillet i et spørgeskema, og udbredt massivt for at muliggøre et statistisk resultat. Om ønsket vil undersøgelsen kunne foretages med jævne tidsmellemlum og resultaterne sammenlignes for at se udviklingen. En undersøgelse med højt antal af respondenter er vigtigt da et repræsentativt billede er af stor værdi for et så korrekt billede som muligt i en markedsføringssammenhæng (Arbnor & Bjerke, 2009, s.52-53, 189-190).

Det kan således opsummeres at ud fra hypoteserne om at ND opfylder en masse kriterier som mange ønsker, at stevia er det store trækplaster for de nye ND, og at markedet er frisk og forståelsen af stevia begrænset, er undersøgelsens grundlag at tage temperaturen tidligt på folks forståelse af stevia og slik med stevia, hvor kontakten med emballagen måske stadigvæk er den første kontakt med stevia. Derfor er der først brug for et statistisk resultat af folks kendskab, og strukturerede svar og vurderinger, og derefter, for mere nuanceret forståelse, et mere indgående resultat baseret på samtale med folk, så deres meninger, reaktioner og grad af interesse fremgår.

6.2. Metodiske punkter for spørgeskema

Spørgeskemaet er udarbejdet ved brug af Defgo, et højtudviklet, dansk analysesystem. Systemet er frit for studerende som tilmelder sig. Der er dog ingen support andet end en manual, og undersøgelsen skal godkendes før den får tildelt rapportoprettelse uden begrænsninger af respondentantal.

Spørgeskemaet består af 36 spørgsmål som kan grupperes i følgende syv sektioner, af varierende længde og omfang:

- Respondent-informationer til statistisk brug (spørgsmål 1-6).
- Generelt kendskab og opfattelse af sødestoffer (spørgsmål 7, 22-24).
- Vurdering af foretrukne egenskaber i sødestoffer (spørgsmål 8-15).
- Forhold til sukker og slik (16-21).
- Kendskab til første generations ND (spørgsmål 25-26).
- Kendskab til stevia (27-29, 35).

- Opfattelse af de nye ND (30-34, 36).

Diversiteten i spørgsmålene har til hensigt at benytte så mange vinkler som muligt som kan belyse både folks almene viden og tilgang til slik for at munde ud i den potentielle interesse for stevia og ND. De er udarbejdet på baggrund af hypoteserne, og de i en købsituation medbestemmende faktorer¹⁵.

Der er taget forholdsregler for at undgå bias hos respondenterne, ved at hvert spørgsmål er blevet formuleret så utvetydigt og forståeligt som situationen tillader det. Læk af viden om stevia på et for tidligt tidspunkt, og svarmuligheder af ikke neutral karakter, er således forsøgt dæmpet til et minimum. Yderligere kommentarer og overvejelser findes i respektive afsnit i analysesektionen.

De metodiske mål var at opnå en samlet respondentbase på over 150, og få et så repræsentativt billede af befolkningen som muligt, både alders-, køns- og regionsmæssigt. Eftersom Facebook udgør et af de største, velfungerende og tilgængelige netværk, blev det valgt at udbrede undersøgelsen i den kanal, først til størstedelen af personlige kontakter i Danmark, men også, og især via nøglepersoners og tilfældiges udbredelse til netværk indenfor alle regioner.

Undersøgelsen løb officielt fra 5. til 20. september, hvilket har tilladt kendskabet til stevia at vokse over sommeren og måske blive påvirket af seneste publiceringer i forbindelse med lancering af diverse nye produkter.

Undersøgelsen opnåede 235 besøg, og en svarbase der veksler mellem 174 som det højeste, og 130 som det laveste, et tilfredsstillende antal i forhold til målsætningen, selvom 20% flere besvarelser havde været ideelt.

Fordeling:

- 61% kvinder, 39% mænd.
- Der er en overrepræsentation af segmentet 18-35 år (77% af respondenterne). Det kunne have været ideelt med især flere under 18 og over 50, 2 kategorier der også køber slik, men med meget forskellige interesser.
- Både regioner, uddannelse, social status og indkomstklasser er vel fordelte.
Hovedstadsregionen er dog overrepræsenteret (51%), omend det er tvivlsomt hvor stor

¹⁵ Se 4.1. Faktorer og bevæggrunde for forbrugers præferencer og købsbeslutninger

forskel der er på opfattelsen mellem regionerne.

Det forventedes at svarene som udgangspunkt stemte overens med tendenserne fra de belyste hypoteserne i løbet af opgaven, samt fra undersøgelsen i kapitel 5.

6.3. Metodiske punkter for interview

Der blev udarbejdet interviewspørgsmål sideløbende med spørgeskemaet, da interviewets formål er at lade folk gå i dybden med de emner som også behandles i skemaet.

Spørgsmålene minder således om hinanden og kan deles op i følgende 5 sektioner:

- Respondent-informationer til statistisk brug (spørgsmål 1-7).
- Kendskab, brug og opfattelse af sødestoffer (spørgsmål 8-15)
- Motivation og forhold til slik (spørgsmål 16-17)
- Fortolkning af de nye ND og steviaindholdet (spørgsmål 18-22)
- Diskussion om forståelsen af stevia ud fra emballagen (spørgsmål 23-26).

Her forventedes svarene ligeledes at stemme overens med tendenserne fra hypoteserne, undersøgelsen i kapitel 5, samt egen spørgeskemaundersøgelse.

Interviewene er blevet udført i forskellige fora som på uddannelsesinstitutioner, i en offentlig have og hos private. Der er lagt vægt på en afslappet atmosfære.

Respondenterne har været både tilfældige, samt bekendte. De er udvalgt ud fra kriterier om alder- og kønsfordeling, og som følge af positiv reaktion på interviewemnet ”slik og sødesødestoffer”. Således deltog folk ud fra deres egen vurdering af interesse for emnet. Nogle respondenter viste sig ikke at være så interesserede i ”slik” og andre sukkervarer som håbet (dog chokolade og andre sukkerholdige vare), hvilket i nogle tilfælde besværliggjorde analysen af forholdet til slik og mere specifikt en pose ND. Det udelukkede dog ikke reaktioner på emballagen samt interessen for stevia.

Der er 10 personer mellem alderen 23 til 40, hvor hovedparten er kvinder, og yderligere 6 seniorer mellem 55 og 67. Alderen er valgt så det falder ind i Toms' 2 definerede målgrupper (jf. afsnit 3.2.). Der er en bred vifte af beskæftigelser: studerende, faglærte, folk med videregående

uddannelser som pædagog eller fysioterapeut, hjemmegående og pensionerede.

Undersøgelsen har kun kunnet finde sted i hovedstadsområdet grundet tidspres. Der er blevet foretaget 16 interviews. Målet var mellem 15 og 20. Lidt flere havde været ønskeligt.

Interviewet er struktureret i den forstand at den består af 26 spørgsmål der skal besvares i rækkefølge, og at der ikke stilles andre spørgsmål undervejs, som følge af respondentens udsagn. Det kan også betragtes som semistruktureret, idet nogle spørgsmål består af flere sætninger, hvor ord og udtryk blev vurderet under hvert interview og tilpasset aktørens forståelse, og omformuleret om nødvendigt. De åbne spørgsmål giver mulighed for at udfolde sig frit. Svarene forsøgte påvirket så lidt som muligt, dog måtte respondenterne af og til ledes tilbage til udgangspunktet for at huske spørgsmålet og svare fyldestgørende.

Spørgsmålene er formuleret med henblik på at undgå ledetråde. Formålet med interviewet blev ligeledes holdt hemmeligt.

En af de største forskelle på undersøgelse og virkelighed angående respondentens iagttagelse af emballagen er, at ud over ikke at være i en indkøbssituation, er vedkommende især kun præsenteret for en eneste variant. Der er dermed ingen alternative produkter som konkurrerer om opmærksomheden. Indkøbsscenariet er ej heller simuleret med tidspres og omgivelser.

Respondenterne blev undervejs præsenteret for NDs forside¹⁶, og fik besked på at kigge på den som de ”normalt ville gøre i supermarkedet”. De havde således valget om de ville læse oplysningerne på bagsiden, hvilket ikke altid var tilfældet (se afsnit 6.5.3.)

Svarene blev nedfældet på skrift undervejs, enten direkte som de blev sagt, eller sætningerne blev udarbejdet ved fælles hjælp – når der var brug for opklaring – og godkendt af respondenterne.

Snak som ikke relaterede sig til spørgsmålet blev udlukket. Således kan det siges at der er benyttet meningskondensering (Kvale, s. 227-230) i nedskrivningsprocessen. Dette er også brugt i analysen for at gøre det lettere at sammenligne holdningerne.

6.4. Kvantitativ undersøgelse

¹⁶ Varianten ”Sød lakrids” blev vist som standard. Det blev informeret at ND findes i varianterne vingummi, sød lakrids, salt lakrids og karamel og lakrids.

Alle spørgsmål og svar står i totalrapporten og i de respektive rapporter for hvert segment. Alle er at finde i rapportdokumentet markeret som Bilag 3.

Alle tal der står alene i parentes er procentdele. Fx: (23) = 23%

6.4.1. Generelt kendskab og opfattelse af sødestoffer (spørgsmål 7, 22-24)

I det spørgsmål 7 ”Hvilke sødestoffer kender du til?” står disse som en liste med almindeligt brugte sødestoffer¹⁷, for at begrænse svarbyrden. Man har muligheden for at svare ved frit at vurdere hvornår man ”kender” noget. Indikationen om at svare selv når man kender begrænset, tillader at svare selv om man kun har hørt om det, men aldrig selv brugt det.

I de spørgsmål 22-24 bedømmer folk en forenklet liste med de mest gængse sødestoffer, ud fra 3 egenskaber: sundhed, smag og naturlighed. Det formodes at sundhed og naturlighed følges ad i visse henseender. Svarene hjælper til at afdække, hvilket generelt kendskab til sødestoffer, forbrugerne har at opfatte stevia i relation til.

Muligheden for at undlade at svare på egenskabsbedømmelserne gør at der ikke tvinges svar ud af respondenterne – som kunne falsificere resultaterne –, og indikerer også kendskabsniveauet. Det nedbringer også risikoen for vrangbillede ved at nogle søger viden på internettet inden de sætter et kryds.

Metoden muliggør ekstraktion af oplysninger som minder om dem fra Food & Health 2012 – Nordic (fra nu af FH12N) hvad kendskab angår.

Spm. 7

Blandt alle respondenter har 98% indikeret at de kender hvidt sukker, hvilket er tæt efterfulgt af rørsukker (98), honning (96) og glukose (94). Listen fortsættes således: fruktose (87), laktose (80), glukosesirup (73), lakridsrod (69), aspartam (53), sorbitol (50), sakkarin (45), xylitol (40), stevia (30), erythritol (21), maltitol (20), acesulfam-k (12), cyklamat (9) og sukralose (8).

Første resultat viser at stevia er kendt af lidt under en tredjedel. Det stemmer overens med udfaldet fra FH12N, hvor 69% ikke vidste hvad det var. Således lader der ikke til at have været

¹⁷ 17 sødestoffer som forekommer i produkter og/eller kan købes til husholdningen.

nogen fremgang i perioden januar 2012 til september 2012.

I pågældende undersøgelse er der dog 5 sødestoffer der høster lavere værdier end stevia, i modsætning til FH12N hvor stevia var det mest ukendte.

Der er et fremherskende kendskab til enkle sukkerarter, hvilket vidner om stor erfaring med, oplysning eller brug af disse.

Det kan fremhæves at mænd har en generelt højere svarprocent i dette spørgsmål. På trods af det, indikerer flere kvinder (35) kendskab til stevia end mænd (22).

Generelt set er højere alder, uddannelsesniveau og indkomst faktorer der påvirker det almene kendskab i let opadgående retning. Det er dog svært at vide hvilken faktor der giver størst udslag idet de tre statistisk ofte følges ad. Alder kan dog ved logisk slutning resultere i mere almen viden, idet man har mulighed for at tilegne sig mere af denne med tiden. En højere alder bevirker også til dels statistisk eksistens af højere uddannelsesniveau samt indkomst.

Alder har en tydelig indflydelse på graden af kendskab når man ser tallene for visse sødestoffer. Således har en bemærkelsesværdigt større andel af folk over 25 (65) kendskab til sorbitol, end folk op til 25 (28). Det samme ses for aspartam: ≤ 25 (26), >25 (71). Omend i mindre skala er tendensen her også gældende for stevia: ≤ 25 (22), >25 (35).

Spm. 22

Ved vurdering af sundhed, smag og naturlighed, er bedømmelsen på en skala hvor 1 er det ringeste og 7 det bedste, og 4 således hverken eller. Mange bedømmelser på 4 og et gennemsnit der nærmer sig 4 kan ofte være udtryk for manglende kendskab, idet en bedømmelse til "hverken eller" svarer til et neutralt svar eller mangel på stillingtagen, dog med besvarelse.

Listen af sødestoffer kom i tilfældig rækkefølge for hver besvarelse.

Gennemsnitsværdierne for sundhed er samlet set ret lave, og ikke særligt yderliggående, hvilket både kan betyde skepsis og mangel på viden.

Lakridsrod indtager førstepladsen med 4,69, efterfulgt af fruktose, 4,27. Stevia befinder sig på en tredjeplads med 4,17, samme niveau som honning, den notoriske vinder i FH12N, som her er på 4,16.

De absolutte værdier er lave, men det er interessant at stevia i denne undersøgelse rangerer så relativt højt. I den henseende er det vigtigt at pointere den store forskel på hvor mange respondenter der udgør værdien. Således har fx kun 9% undladt at værdisætte honning, hvor 51% har undladt at værdisætte stevia (et af de højeste tal).

Man kan formode at en del af de der har svaret på stevia, har et kendskab til det i forvejen, hvilket i så fald kan medføre den relativt høje placering.

Sukker indtager anden laveste plads, med en værdi på 2,57, kun overgået af aspartam på 2,37. Det bekræfter den omtalte sundhedstendens, hvor sukker lider en kriminalisering i samfundet. Samtidig ser stevia ud til at have potentiale i sundhedsregiet, i forhold til sukker.

Omvendt kan de generelt lave værdier være udtryk for en generel skepsis og/eller uvidenhed angående hvor sunde sødestoffer er, uanset form og herkomst.

Spm. 23

Gennemsnitsværdierne for smag peger på rørsukker som en klar vinder med 5,71, derefter honning 5,57, fruktose 5,49 og sukker 5,45.

Stevia bliver bedømt til 3,93, en lav værdi. Den kan dog som sagt være udtryk for svar baseret på manglende erfaring – tæt på det neutrale 4 – eftersom et fåtal har smagt stevia isoleret eller i produkter. Desuden har 70% valgt ikke at svare.

Udover de nævnte sukkerarter, er der ingen relativt meget høje eller lave værdier. Det udtrykker at folk enten ikke synes at smagen på eksisterende sødestoffer er nævneværdigt forskelligt, eller at det er svært at bedømme dem som en isoleret smag.

Stevia falder her hverken ud til en god eller dårlig side.

Spm. 24

Gennemsnitsværdierne for naturlighed er de mest divergerende. Honning, lakridsrod, fruktose og rørsukker opnår meget høje absolutte resultater på henholdsvis 6,57, 6,45, 6,20 og 6,04.

Sukker har en middel værdi på 4,91.

Aspartam og andre kunstige sødemidler scorer her henholdsvis 1,62 og 1,43, meget lave værdier grundet deres kendte egenskab af at være kunstigt skabte.

Stevia ligger lavt – 4,33 – i relation til andre, men alligevel tæt på den neutrale værdi 4.

Xylitol og erythritols lave værdier – 2,80 og 2,27 – er interessante da kendskabet umiddelbart ikke er forventeligt stort, men de alligevel er blevet bedømt så lavt. En hypotese er at navnet i sig selv virker fremmed og unaturligt i folks ører, og opfattes derfor ligesådan.

Tilsvarende kan betegnelsen ”steviol glycosider” virke fremmed og kunstigt, og mistænkes for at være noget unaturligt og måske dermed usundt. I tolkningen af betegnelsen kan ”steviol” lyde som et fremmedord, noget uorganisk, noget som ikke benyttes nok til at have fået et folkeligt navn som ”sukker”. Ligeledes rimer glykosider måske på pesticider hos folk der ikke kende ordet. Risikoen er der så længe der ikke er fortrolighed med udtrykket.

I alle 3 egenskaber ligger stevia i nærheden af 4, og svarprocenten er lav, henholdsvis 49, 30 og 43, hvilke begge bekræfter det begrænsede kendskab.

Hvor de fleste af stevias værdier for sundhed og smag ligger på 4 og der omkring, er meningerne om naturlighed mere delte, med yderligtgående svar. Således har de fleste tildelt værdien 7, og de næstfleste værdien 1. De resterende svar er delt jævnt ud på samtlige værdier. Stevia bliver altså langt fra entydigt opfattet som naturligt.

6.4.2. Vurdering af foretrukne egenskaber i sødestoffer (spørgsmål 8-15)

Ved at give respondenterne mulighed for at vælge mellem nogle enkle synspunkter vedrørende sødestoffers egenskaber, er det muligt på den ene side at få et overblik over folks generelle præferencer, og på den anden side holde dem op imod stevias egenskaber.

Hvis det viser sig at præferencer for egenskaber som stevia besidder er vidt udbredte, så vil det støtte tanken om, at der er et stort markedspotentiale for sødestoffet, og dermed produkter med det sødestof.

De otte spørgsmål går således på hvilke egenskaber ens yndlingssødestof skulle besidde hvis man kunne vælge.

Spm. 8

Hvad naturlighed angår siger 71% af gennemsnittet at det skal være så naturligt som muligt.

27 % lader til ikke at bekymre sig om graden af naturlighed. Kun 2% fremhæver at det gerne må være fremstillet.

Naturlighed er således det parameter der har scoret højest, og må derfor betragtes som vigtigst.

Der kan spores variationer imellem køn idet en større andel kvinder (72) end mænd (62) fremhæver at det skal være naturligt. Ingen kvinder ønsker at det skal være fremstillet, hvor 6% af mændene ikke har noget imod det.

Alderen har også en indflydelse idet personer over 25 i højere grad ønsker noget naturligt (77) end dem op til 25 (60).

Spm. 9

Eftersom 53% af gennemsnittet ingen præferencer har hvad smagsindtrykket angår (hvor hurtigt det opfattes og hvor længe bliver ved), og at svarerne derudover er fordelt ligeligt mellem de to muligheder, anses dette parameter for værende ubetydeligt.

Spørgsmålet er tænkt ud fra lakridsrod og stevias sødme, som tiltager over de første par sekunder og efterlader et mættet sødmeindtryk, i forhold til sukker som smages med det samme og ophører hurtigere.

Spm. 10

Hvad kalorieindhold angår ønsker gennemsnittet (62) et så lavt kalorieindhold som muligt. Kalorier er dermed det næstvigtigste parameter.

Her spiller især køn en stor rolle, da mænd (51) i mindre grad end kvinder (68) foretrækker et lavt kalorieindhold. Derfor svarer hele 27% af mænd at det gerne må være energirigt, mod 4% kvinder.

Spm. 11

På spørgsmålet om hvor vidt et evt. sødestof ikke må give fordøjelsesgener, svarer 57% at det er uønsket, og 43% at de ikke bekymrer sig om det. Det var forventet at flere så det negative træk som uønsket.

Spørgsmålet søger at belyse hvor problematisk sukkeralkoholers virkning ved stort indtag opfattes. Effekten kan som bekendt også tilskrives et højt fiberindhold som i ND. Dette parameter

kan anses som betydeligt vedrørende fiberindholdet, men ikke tilskrives stevia direkte. Forholdet til fibre uddybes i afsnit 6.4.6. og 6.5.4.

Spm. 12

Hvad smag angår ønsker 24% af gennemsnittet at det skal smage som hvidt sukker, mens 47% indikerer at de foretrækker flere smagsnuancer. 47% er en relativt høj værdi. Det viser en tendens hvor de nuancer der evt. måtte være i stevia sandsynligvis er velkomne.

Spm. 13

Selvom 40% ikke indikerer det som et vigtigt parameter, ville 44% alligevel ønske at et sødestof ikke påvirker blodsukkeret. Parameteret er interessant og sjældent fremhævet, da intet naturligt kalorielet alternativ til sukker har fået stor nok udbredelse. Det har relevans for diabetikere, men åbenbart også for mange andre.

Parametret er vigtigst for respondenterne over 35 (59).

Spm. 14-15

Doseringslethed er ikke noget vigtigt parameter, har 57% indikeret. Anvendelighed i madlavning fremgår heller ikke med nogen entydige resultater da 33% foretrækker at bruge samme sødestof imod 40% der gerne vil benytte flere.

Spørgsmålene er for at afklare præferencer hvis det skulle bruges i husholdningen, i stedet for købt i færdige produkter. Resultaterne viser ikke nogen skarp tendens og regnes derfor som irrelevante her.

De foretrukne egenskaber for et sødestof er således at det er så naturligt som muligt, dernæst at det indeholder få kalorier, og til dels også at det har nogle smagsnuancer som sukker ikke har. Dertil ønskes naturligvis ingen fordøjelsesgener. Ønsket om naturligheden og kalorielethed stemmer i øvrigt overens med sundhedsstrømningerne i afsnit 4.2.

Kombinationen af de nævnte egenskaber besidder netop stevia som en af de eneste, hvilket tyder på at planten og sødestoffet lever op til respondenternes idealer, og bekræfter markedspotentialet når der er opnået alment kendskab.

6.4.3. Forhold til sukker og slik (spørgsmål 16-21)

Eftersom sukker er det altoverskyggende sødestof i konfektur, noget der er tilknyttet traditioner, og samtidig et meget udskældt stof som tit opfattes som problematisk vedrørende vægt og sundhed, er det interessant at se hvor tilknyttet folk er til specifikt sukker, og samtidig måske prøver at holde igen.

Spm. 16

Gennemsnitligt udtrykker 75% at de bevidst forsøger at begrænse deres sukkerindtag, hvilket viser en høj opmærksomhed indenfor feltet.

Flere befolkningskategorier ligger væsentligt over gennemsnittet, fx personer over 35 (89) og især folk med længere videregående uddannelse (97). Den præcise årsag er ukendt, men hypotesen om at alder – som også er en faktor for udvikling af livsstilssygdomme – og uddannelse medfører et større kendskab til sukkers skadelige effekter kan fremsættes.

Spm. 17

Når der spørges om grunden til begrænsningen, fordeles svarene således: kalorieindtag og vægt (53), almen sundhed (53), tilstand (sygdom) der kræver det (5). Det er altså gennemsnitligt et lige så stort incitament at passe på sin vægt som ikke at skade kroppens øvrige funktioner og balance.

Der er ingen store udsving i nogen kategorier. Det kan dog fremhæves at mænd (43) i mindre omfang end kvinder (61) ser det, ikke at skade kroppen med for meget tilsat sukker, som en vigtig faktor. Mænd har måske mindre tendens til at lægge mærke til kroppens signaler, som her, reaktioner på indtag af sukker, og i denne sammenhæng gøre noget ved det.

Eftersom alder er en faktor for udvikling af livsstilssygdomme som diabetes – hvilket også kan bevidstgøre folk om at holde igen med sukkeret som set i forrige spørgsmål – er procentdelen af folk med tilstande der kræver det, højere hos dem over 35 (8) end hos dem under 26 (2).

Spm. 18

Generelt set er 26% enige i at de indtager sukker for sukkerets skyld, imod 36%. 38% tilstår at det sker nu og da (fx en håndfuld slik eller chokolade hvis man mangler energi), hvilket er et højt tal og dækker over forskellige tolkninger af hvad der er vanligt.

1/3 af de adspurgte kan derfor siges at indrømme at være stærkt tilknyttet sukker, og måske i en vis grad også afhængige.

Et overtal af kvinder (32) i forhold til mænd (16), ytrer klart at de indtager sukker og slik netop på grund af sukkeret.

For de folk som decideret ønsker sukker, har stevia svært ved at udgøre et gyldigt substitut.

Spm. 19

Sukkerholdigt (konventionelt og traditionelt) slik forekommer som et socialt betinget aspekt i et sådant omfang at 29% er helt enige, og at hele 56% siger at det af og til er tilfældet. Traditionens fortsættelse kommer an på hvor villig man er til at indføre "sunde" sliksubstitutter i ens sociale vaner, og i det hele taget anse konfektur med stevia (og fibre) som slik.

Mænd (27) mener i højere grad end kvinder (8) at det sociale ikke har indflydelse. Derudover er alder den største faktor således at jo yngre man er, desto mere socialt forekommer slik. 42% under 26 dømmer at det er meget socialt betinget, imod kun 11% over 35.

Spm. 20

Som udbredt alternativ til sukkerholdige varer, findes "light"-produkter med kunstige sødestoffer. Generelt set er der lige så mange der indtager disse produkter (48), som folk der ikke gør (52). Samlet set indikerer 66% dog at de om muligt helst ville undgå disse produkter, hvilket er et markant signal, der støtter ønsket om naturlighed.

Folks accept af dem varierer dog ifølge resultaterne således at dem under 26 og over 35 har mindre imod det, hvor dem imellem har størst aversioner mod dem.

- Folk der indtager og har det fint med det: <26 (36), 26-35 (11), >35 (28)
- Folk der indtager men gerne vil undgå det: <26 (12), 26-35 (33), >35 (28)
- Folk der ikke indtager fordi de vil undgå det: <26 (36), 26-35 (52), >35 (33)

Det lader til at den mellemste alderskategori i højere grad forsager det kunstige. Det kan måske have noget med kvinder og graviditet at gøre, idet man i den periode nok er mere fokuseret på sundhed og naturlighed. For den omtalte gruppe vil stevia være ideel, såfremt de godkender det til formålet.

Spm. 21

Lidt over halvdelen (52) mener at de ville indtage (mere) slik hvis det var sødet med noget naturligt og kaloriefrit.

Hos unge er der en positiv gevinst at hente, da dem under 26 reagerer med størst entusiasme (62), imod 39% hos folk over 35, som dermed er mere moderate.

Ifølge det resultat ville omtrent halvdelen af befolkningen øge deres slikindtag hvis det indeholdte stevia, på betingelse af at stevia var fuldt ud kendt og godtaget.

6.4.4. Kendskab til første generations ND (spørgsmål 25-26)

Det nuværende kendskab til brandet ND viser hvad der kan opnås på de godt 4 år, ND har været på det danske marked. Jo flere der kender eller genkender ND, desto større mulighed er der for at nå interesserede målgrupper, og måske hverve flere kunder, med den opdaterede produktversion.

Spm. 25

Ved spørgsmålet om folk kender ND svarer 43% af gennemsnittet ja, 49% nej og 8% har måske set eller hørt om det. NDs kampagner og egenskaber har altså formået at gøre næsten halvdelen af befolkningen opmærksom på dets eksistens.

Aldersmæssigt er kendskabet størst hos de 26-35 årige (50) – hvor yderligere 12% måske har set det – og lavest for dem over 35 (28).

Et klart overtal af kvinder (63) kender eller mener at have hørt om ND, frem for mænd (35).

Spm. 26

Når respondenterne bliver præsenteret for forsiden og mindet om de fire produktvarianter, kender 68% til dem, og 42% har smagt dem. Svarene tydeliggøres hvad køn angår, således at 49% af kvinderne har smagt en eller flere varianter, mod kun 29% af mændene. Flest unge under 26 har spist ND (45) i forhold til de 26-35 årige (41) og dem over 35 (34).

Der er kun 24% af de 26-35 årige som ikke kender ND. Det store ekstra kendskab udgøres dog af folk der har set ND frem for nogen der har smagt det.

I store træk har ND opnået størst udbredelse hos kvinder, primært de unge, omend alle

aldersgrupper har spist produktet. Det lader således til at Toms' tilpasning til den målgruppe er lykkedes.

Brandet ND fortsætter nu som anden generation. De samme karakteristika (kaloriereduceret, uden sukker) kan holde populariteten hos målgruppen, og måske øge den hvis en potentiel positiv opfattelse af stevia blandt unge tiltager.

6.4.5. Kendskab til stevia (spørgsmål 27-29, 35)

Spm. 27

Ud over at kunne opsamle informationer om folks kendskab til og opfattelse af stevia ved bedømmelse blandt andre sødestoffer, kan kendskabet måles ved at stille spørgsmålet direkte. Således svarer 33% af gennemsnittet at de kender til stevia.

Ligesom i spørgsmål 7 ytrer kvinder et betydeligt højere kendskab (39) end mænd (25). Ifølge egen bedømmelse mener 25% under 26 år at kende til stevia, 43% af de 26-35 årige, og 31% af dem over 35.

Uddannelse ser her ud til at påvirke idet hele 52% af folk med lange uddannelser har hørt om stevia.

Spm. 28

De der svarer positivt, eller måske kender, kan specificere deres kendskabsniveau. Således har 11% kun hørt om det, 12% har en idé om hvad det er, 13% kender nogen der bruger det, mens kun 3% kender det godt eller bruger det selv.

Tendenserne fra forrige spørgsmål er de samme her hvad køn og alder angår. Således har 30% af kvinderne hørt om det, eller har en idé om hvad det kan være, imod 16% af mændene. Der er i den forbindelse flere mænd der har undladt at svare på spørgsmålet (69) da de ikke kendte til stevia, i forhold til kvinder (50).

Svarprocenten er lav i alle alderskategorier: < 26 (30), 26-35 (51), >36 (47). De uregelmæssige procenter til trods, fremtræder atter tendensen til mere indgående kendskab (har set det/brugt det + kender det godt) med alderen: < 26 (16), 26-35 (18), >36 (25).

I takt med at folk med lang uddannelse ytrer at have hørt om stevia, har de også den højeste svarprocent (66). Det hænger måske sammen med, at indtil videre har stevia været noget man skulle

opsøge information om, for at kende mere til. Den potentielt mest oplyste del af befolkningen har således haft større chance for at krydse stevias vej.

Spm. 29

Når det kommer sig til hvor godt folk med dybtgående kendskab synes om stevia, er der selvsagt kun en begrænset svarbase. Opfattelsen varierer alligevel meget. Der er i alt kun 1 person der ikke synes om det, 18 der stiller sig neutralt, 18 der godt kan lide det og yderligere 5 der synes rigtig godt om det. Det er også værd at bemærke at ingen under 26 synes rigtig godt om det. Meningerne er altså delte om hvor vidt stevia er ”helt fantastisk” eller bare ”brugbart”.

De mennesker der her har svaret kunne med fordel opsøges og interviewes, da deres erfaring med produkter med stevia (eller måske brug af stevia i husholdningen) kan spille en gavnlig rolle i forståelsen af, hvad der ligger til grund for deres opfattelse, enten rigtig god eller knap så god. Smag, anvendelighed og kommunikation kan alle være faktorer der afgør graden af succes.

Ud fra hidtidige resultater ser det ud til at hvis unge og mænd skal oplyses om stevia, må der iværksættes information som målrettes deres interesse.

Spm. 35

Respondenterne bliver i spørgeskemaets andetsidste spørgsmål kort og neutralt informeret om stevias herkomst og egenskaber¹⁸. 73 % af gennemsnittet bekræfter deres manglende kendskab ved ikke at være bekendt med noget af den information. 12% ved det meste, og 15% kender kun til lidt af informationen.

Kendskabet ser her ikke længere ud til at være kønsbetinget. Informationen er således ny for 71% af mændene og 70% af kvinderne.

Alder bekræftes her igen som afgørende faktor idet den skrevne information kendes af flere, jo ældre de er. Således svarer som ventet:

[<26]	Ja, det meste (5); Ja,men kun lidt af det (16); Nej, det er nyt for mig (80)
[26-35]	Ja, det meste (16); Ja,men kun lidt af det (16); Nej, det er nyt for mig (65)
[>35]	Ja, det meste (22); Ja,men kun lidt af det (13); Nej, det er nyt for mig (66)

¹⁸ Information: Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

Som set før, er uddannelse her også udslagsgivende, da det kun er nyt for 48% af folk med lang uddannelse, som ofte vil være mere oplyste forbrugere.

Den måde kendskabet kunne vokse størst på ville således være ved at popularisere stevia hos især den yngre ende af befolkningen, vha. forenklet information om stevia som er gjort let tilgængelig og forståelig på emballagen.

6.4.6. Opfattelse af de nye ND (spørgsmål 30-34, 36)

Folks spontane reaktioner på ND med stevia, samt begrundelser, kommer svært til syne i et spørgeskema. Men der er etableret en skematisk statistisk over respondenternes reaktioner på fremhævede informationer fra forsiden. Her dømmes der kun ud efter det skriftlige budskab, og ikke det i virkeligheden formidlede (hvor grafik, skrifttype, farver og placering afgør hvad iagttageren afkoder). De har også mulighed for at ytre deres interesse for produktet før og efter forklaringen af hvad stevia er.

Respondenterne har mulighed for at vælge mellem 10 følelsesbetonede ord (forvirret, interesseret, skeptisk, indforstået, nysgerrig, overtalt, bange, ligeglad, skuffet og begejstret) samt ”jeg lægger nok ikke mærke til det”.

Spm. 30

På informationen ”With sweetener from the stevia plant” er de vigtigste punkter fra den gennemsnitlige reaktion som følgende: interesseret (38), nysgerrig (38), lægger ikke mærke til det (27), forvirret (22), skeptisk (17), ligeglad (13).

Nogle punkter kan fremhæves inden for forskellige segmenter. Dem under 26 angiver mere end gennemsnittet at være forvirret (32), hvilket er forståeligt da færre unge har hørt om stevia før.

Selv om udsvinget er lille, indikerer folk mellem 26 og 35 paradoksalt både at de er lidt mere interesseret (45), lidt mere skeptiske (24), og lidt mere ligeglade (18). Svarene divergerer sandsynligvis pga. eventuelle store forskelle mellem holdningerne fra en travl ungkarl og en gravid kvinde der stifter familie. Samtidig svarer færre at de ikke vil lægge mærke til informationen (18).

Folk over 35 er generelt meget mindre forvirrede (9) og skeptiske (9), og også mindre ligeglade (6). Det passer med det højere erfaringsniveau og kendskab til stevia som tilegnes med alderen. Til gengæld mener flere at de ikke ville lægge mærke til informationen.

I forhold til gennemsnittet er mænd lidt mindre interesserede (33), forvirrede (14) og nysgerrige (33), og lidt mere ligeglade (18). Kvinder er smule mere forvirrede (27) og interesserede (42); det skal bemærkes at udelukkende kvinder har benyttet svarmuligheden ”overtalt” (8).

Det kan konkluderes at mænd generelt reagerer mindre på den skriftlige information om stevia end kvinder. Disse er mere tiltrukket af tanken om den sødende plante.

Folk med lang uddannelse reagerer forventeligt med at være mindre forvirrede (11).

Spm. 31

På informationen ”No sugar added/ Made from raw liquorice” er de vigtigste punkter fra den gennemsnitlige reaktion som følgende: interesseret (39), begejstret (28), nysgerrig (20), overtalt (16) og skeptisk (15).

Dem under 26 er mere overtalte (23) end gennemsnittet, og bemærkelsesværdigt lave 2% er skeptiske. Dem mellem 26 og 35 er til gengæld mere skeptiske (24), ligesom i forrige spørgsmål. Dem over 35 er mindre interesserede (22) og meget mindre overtalte (3).

Køn influerer ikke nævneværdigt på dette spørgsmål.

Responserne kan være større på enten det sukkerfrie aspekt eller på indholdet af rålakrids. De unges større tolerance overfor kunstige sødemidler kan være grunden til deres positive reaktion. Der er intet bud på hvorfor det ældre segment er så lidt relativt overtalte.

Spm. 32

På informationen ”Rich on fibers - Enjoy in moderation” er de vigtigste punkter fra den gennemsnitlige reaktion som følgende: skeptisk (36), forvirret (24), interesseret (17), nysgerrig (16), ligeglad (15).

Dem under 26 er lidt mere interesserede (25). Dem mellem 26 og 35 er mere forvirrede (31), skeptiske (41) og ligeglade (20), og mindre interesserede (10). Dem over 35 er mindre forvirrede (13) og ligeglade (9).

Her ses igen tendenserne til positivitet hos de yngre, skepticisme mellem 26 og 35, og erfaring over 35.

Mænd er lidt mindre interesserede (12), skeptiske (29) og nysgerrige (8), men mere ligeglade (22). Kvinder er modsat en smule mere forvirrede (19), skeptiske (41) og nysgerrige (23). Begge dele stemmer overens med forrige resultater, og ser ud til at vise en generel tendens.

Det kan undre at skepticisme og forvirring er de to fremherskende følelser på en sætning der omtaler et ellers velkendt område som fibre. Måske ved folk ikke at et stort fiberindtag har en effekt på tarmsystemet, så delsætningen ”enjoy in moderation” tænkes at skjule noget.

Til gengæld genererer de to første informationer megen interesse og en positiv indstilling, selvom dem der aldrig har hørt om stevia kan være forvirret når de møder den første information.

Spm. 33

Efter at have betragtet forsiden, og haft mulighed for at læse informationen fra bagsiden, ytrer 76% at de føler sig tilpas informeret. 17% føler sig for lidt informeret og 5% for meget. Der er flere over 35 der føler sig for meget informeret (13). Ellers er variationerne små.

De 76% viser at folk generelt er godt tilfreds med den påtrykte information. Forholdet til informationen forsøges afklaret i interviewene, og ses i afsnit 6.5.3.

Spm. 34

Nu hvor folk har stiftet bekendtskab med de nye ND, er deres interesse i at købe produktet som følgende: Ja, helt sikkert (19); ja, muligvis (42); nej, ikke specielt (33); nej, slet ikke (5). 61% er således positivt indstillet, men kun hver 5. er sikker på at ville købe det.

Flere kvinder (24) er sikre på at de har lyst til at købe de nye ND end mænd (10). Mændene (51) er mere tilbageholdende end kvinderne (38) ved at sige ”muligvis”.

Der er også flere blandt folk med indkomst over 200.000 (24) samt folk med børn (28) der er sikre på at de har lyst til at købe produktet.

Blandt de 42% der ikke er sikre, findes dem der muligvis kunne overtales hvis de vidste mere om stevia og forstod produktet til fulde.

Spm. 36

Efter en kort og neutral information omkring stevia, er interesse mønstret en smule ændret. Således vil 51% nu gerne købe ND, 17% afslår, 25% er interesseret i produkter med stevia men ikke

ND, og 7% er interesseret i ND uden af stevia er grunden.

Ingen segmenter synes her at være væsentligt mere eller mindre interesseret i ND. Det fastslås således ud fra den højere købsikkerhed, samt den relativt store interesse for stevia i andre produkter, at stevia er et trækplaster for ND.

Ud fra de nuværende ytrede holdninger ses det, at når kendskabet til stevia bliver mere udbredt, vil der være et potentiale af omkring 50% med direkte interesse for ND.

6.5. Kvalitativ undersøgelse

Alle 16 interviews med de underordnede 26 spørgsmål befinder sig i rækkefølge i interviewdokumentet, som er markeret som Bilag 4. Navnene er udelukkede for at respektere anonymitet.

Besvarelsenerne er opstillet tematisk, og nogle udsagn rapporteres direkte. Alle tal alene i parentes er respondenternes alder.

6.5.1. Kendskab, brug og opfattelse af sødestoffer (spørgsmål 8-15)

Spm. 8

Når respondenterne bliver spurgt om hvilke sødestoffer de kender til, er der fri mulighed for at besvare ud fra vaner og hukommelse.

Absolut alle svarer ”sukker”. På nær kvinde (60) og kvinde (35), nævner folk endda spontant sukker som det første sødestof de kommer i tanke om. Derudover nævner langt størstedelen også andre naturlige sukkersødestoffer som honning og rørsukker, og nogle gange sirup.

På nær 4 kvinder, har alle også kunstige sødestoffer på deres liste. Nogle præciserer navnet, og her er det især aspartam som folk har hørt om. Andre udtrykker den anvendelsesform som de kender det i, nemlig sødetabletter.

Kun kvinde (60), kvinde (36) og mand (40) er også bevidst om sukkeralkoholer, navnlig sorbitol.

Interessant nok vælger kvinde (27) – som ellers kun kender sukkersødestoffer – at fremhæve

at hun har hørt om et sødestof der ”skal erstatte sukker og lige er kommet i butikker; som man skal bruge meget mindre af, for det er meget sødt, og også sundere”. Hun husker ikke navnet ”stevia” til at begynde med, men genkender det senere i interviewet.

Spm. 9

Når folk udspørges om hvad de bruger og hvorfor, viser sukker, honning og rørsukker sig at være favoritterne, hvilket ligner resultaterne fra FH2012N. Grundene som diverse vælger at fremhæve er forskelligartede, men generelt er smag og sundhed de største motivationer for at bruge eller ikke at bruge et sødestof.

Sukker (eller rørsukker) benyttes flittigst. De fleste bruger det fordi de er tiltrukket af den søde smag. Mange bruger det til madlavning, for at ”gøre det jeg spiser mere velbehageligt” (kvinde 35), for at balancere eller fremhæve smagen. Nogen bruger det af vane, eller fordi det fx kræves i en opskrift eller i forbindelse med en bestemt ret (kvinde (27)).

Nogle vælger sukker fordi de specifikt ønsker at undgå kunstige sødemidler (kvinde (63)).

Flere foretrækker honning da de mener det er et sundere valg, og fremhæver det til brug i varme drikke (gerne te, især hvis man er syg¹⁹), eller på morgenmad.

Mand (61) bruger bare det der er i huset.

Kvinde (34) bruger konsekvent kunstige sødemidler, da hun mener det er sundere i det perspektiv at hun vil kontrollere kalorieindtaget og vægten.

Spm. 10

Samfundstendensen med et fokus på sundhed og i den sammenhæng opfattelse af sukker som noget dårligt, samt den ringe sundhedsrangering af sukker i spørgeskemaet ses bekræftet når folk skal tage stilling til om de er varsomme med noget angående sødestoffer, jf kvinde (36)s udsagn: ”Alle ved at sukker ikke er specielt sundt.”. 11 ud af 16 udtrykker direkte at sukker ikke er sundt, og skal begrænses, af sundheds og/eller af kaloriemæssige årsager.

Mand (56) har sukkersyge og har derfor et ekstra incitament.

Mand (67), kvinde (26) og kvinde (25) er varsomme med light produkter da de har hørt de er skadelige (modsat mand (61) og kvinde (34), som bruger det kunstige til at begrænse kalorier).

Kvinde (55) påpeger at holde igen med salt og fedt, ikke sukker.

¹⁹ Overleveringen om at honning skulle være gavnligt når man er syg, rapporteres af flere, i forbindelse med forskellige spørgsmål

Endelig eksisterer de der ikke vil lade noget diktere deres liv; fx kvinde (27): ”Sundhed skal ikke styre mit liv” og mand (40): ”Jeg er ikke den varsomme type”.

Spm. 11

På nær 3, fremhæver alle (god) smag som en vigtig egenskab for et sødestof. Det giver et praj om at på langt sigt vil smag måske være den mest afgørende faktor for om stevia slår igennem. Selvom andre ønskede egenskaber er til stede, er en forbruger måske mindre tilbøjelig til at tilgive at noget ikke falder i god smag.

Derudover ønsker nogle få egenskaber som sundhed, få kalorier, anvendelighed, naturlighed, og noget der søder mere effektivt så man behøver mindre.

Kvinde (27) indtager mest sødestoffer for at forhøje blodsukkeret, og mand (56) ønsker det modsatte som diabetiker.

Spm. 12

Det viser sig at for 9 af de adspurgte er sukker det der passer bedst på de egenskaber de ser som vigtige. Som nævnt vinder de kunstige sødestoffer for 2 personer. For kvinde (26), kvinde (25) og til dels mand (56), vinder honning. Kvinde (27) spiser helst brun farin. Kvinde (60) vil helst kun have sukker fra frugt.

Spm. 13-15

Angående både smag, naturlighed og sundhed lader der til at være ret stærk konsensus. Således foretrækker alle smagen af sukker og sukkerarter.

Interessant nok ytrer langt de fleste at sukker er naturligt, og gør ikke forskel på det og honning. Sukker i frugt, honning og rørsukker bliver dog fremhævet af 4-5 som værende mere naturlige. Kun kvinde (63) og kvinde (26) siger udtrykkeligt at sukker ikke er så naturligt. Alt andet end de hidtil nævnte sukkerarter opfattes som unaturlige.

Måske fremhæves sukker som naturligt – i højere grad end i spørgeskemaet – ved at folk underbevidst holder det op imod ”kunstige sødemidler” som det eneste alternativ til sukker, når de taler om dem.

Som nævnt tidligere mener mange at honning er det sundere valg når sødestofferne skal sammenlignes. Samtidig påpeger absolut ingen at sukker er sundt. Kun kvinde (27) har en ”god fornemmelse” for sukker. Resten mener at det er usundt og svarer som om det er det eneste forventelige svar.

Synet på sundhed stemmer her ikke overens med FH2012N, hvor honning og enkle sukkerarter blev opfattet langt sundere. I interviewene fremgår således en større skepsis overfor hvad der er sundt. Tendensen ses i spørgeskemaet, men er her endnu mere udtalt.

Svarene afspejler et dilemma idet folk generelt foretrækker sukker, men samtidig må begrænse sig fordi det anses som usundt og/eller kalorierholdigt, noget som forsøges undgået.

6.5.2. Motivation og forhold til slik (spørgsmål 16-17)

Folks forhold til slik defineres af deres opfattelse af og grunde til at købe slik. Folks motivationer og forventninger er forskellige, som set i Toms' undersøgelse. Mange tilgange går dog igen i en sådan grad at man kan definere generelle tendenser.

Folk forbinder slik med, og er motiveret af følgende grunde til at spise slik eller alternativer²⁰:

11 indikerer at slik er forbundet med hygge og socialt samvær, en opfattelse som indtager førstepladsen. Især begrebet ”fredags” -hygge, -slik, osv. er hørt flere gange. Det er uvist, men plausibelt at slik ligeledes er en selvfølge eller i det mindste forventeligt når der skal ”hygges”.

8 fremhæver selve trangen til slik. Herunder er der flere grader, fx decideret sukkerafhængighed: kvinde (35) ”Det smager meeega godt. Sukkernarkoman!”; mand (56) ”lysten er over mig, så kan jeg ikke styre det”. Andre har bare svært ved at beherske sig når der endelig er slik: kvinde (26) ”Når jeg først går i gang, kan jeg ikke holde mig fra det.” Endelig er der nogle der ikke kan undvære deres chokolade. Der kan kun gisnes om hvor stor en rolle sukker spiller i den higen, og om stevia kan have en indflydelse på det. Kvinde (25) synes fx det ”kunne være rart med sødestoffer man ikke blev afhængige af”.

20 Fx fastholder kvinde (55) at hun ikke spiser slik, men derimod rigtig gerne is. Ligeledes spiser flere kun meget begrænsede mængder af sukkerkonfektur på pose, men har derimod hang til chokolade (kvinde (63) og (25)).

6-7 ytrer at slik indtages fordi det smager godt. Måske deles dette synspunkt af flere andre respondenter, men interessant nok er det ikke det mest fremhævede, og smag ender således på en tredjeplads over motivation.

6 lader til at spise slik, i hvert fald en gang imellem, pga. energiindholdet (jf. ”indtagelse af sukkerholdigt slik for sukkerets skyld” i spørgeskemaet). Her er den ønskede effekt et kick eller energi-boost for at vågne op: ”jeg køber det for at få sukkerchokket, og blive frisket op” (kvinde (27)), eller når man er i tidsnød (kvinde (32)).

3 påpeger at slik er en vane, fx når man skal i biografen (mand (24)).

3 taler også om forkælelse. Det ligger dog tæt op af ”hygge”.

2 indrømmer at de bruger det som trøstespisning.

Kun 1 person forsager slik og forbinder det med øget vægt og tandproblemer (kvinde (60)).

Interessant nok er det sociale aspekt med hygge og samvær, samt den ukontrollable faktor som selve trangen er, tættere forbundet med tanken om slik end selve smagen af varen. Det medfører at forventninger til slik i stor grad består af svært håndgribelige begreb.

Slik skal kunne bruges i sociale og hyggelige sammenhæng. Men hvilke kriterier skal da opfyldes? Forventes det også af slik, at det er noget man pludselig skal føle trang til, og skyldes det da at man søger en stimulans eller at man ønsker smagen og forkælelsen? Det kan yderligere overvejes om sukkerstimulans og hygge er traditionelt tilknyttet. I dette tilfælde vil slik som ND og et sødestof som stevia komme til kort.

Forholdet er også med til at gøre køb af slik mere impulsivt end fx basale madvarer.

Næste spørgsmål vil vise sammenhængen mellem de her definerede forhold og opfattelsen af ND og specifikt stevia.

6.5.3. Fortolkning af de nye ND og steviaindholdet (spørgsmål 18-22)

Respondenterne bliver inden følgende spørgsmål præsenteret for NDs forside, og bagside hvis de ønsker det. De bliver bedt om at forholde sig til det som var det en indkøbssituation. De følgende svar er deres umiddelbare reaktioner.

Der er ikke blevet taget nogen officiel nøjagtig tidsmåling, men det korteste kig på forsiden vurderes til at være omtrent 8 sekunder og det længste 12 sekunder. Tiden er indenfor samme

ramme som tidligere undersøgelser har vist, jf. afsnit 4.1.

9 ønsker at se bagsiden (3 af dem tøver dog, eller ser den først senere). Dem der læste bagsiden brugte i gennemsnit 20 ekstra sekunder på det.

Spm. 18

Når folk bliver bedt om at bedømme produktet falder nogle reaktioner direkte på indholdet, og andre på udseendet. Svarene er så forskelligartede at de ikke kan sammenlignes. Her er et kort resumé af hver reaktion:

- Mand (61) kan lide søde lakrids, og ”hygger sig” gerne med dem her.
- Kvinde (60) siger ”ja tak”. Hun køber i forvejen ND vingummi og synes det er en god portionsstørrelse. Hun er begejstret for sukkers erstatning med stevia.
- Mand (67) synes ikke der er meget farve på, men er fristet og får lyst til at smage.
- Kvinde (35) definerer det som nostalgisk, med det grålige og striberne. Hun ville foretrække at kunne se produktet direkte.
- Kvinde (27) synes udseende vidner om sundere slik.
- Mand (24) synes det giver indtryk af at være sundt, uden sukker og med fibre. Det er godt med informationen om at holde igen, ellers kunne man få hård mave.
- Kvinde (32) synes det er god kvalitet, og at informationen er overskuelig: punktform på bagsiden, fibre i stedet for sukker, osv.
- Kvinde (55) har intet at sige.
- Mand (56) mener at produktet er velbeskrevet, med ved ikke hvad sukkeralkoholer er.
- Kvinde (63) ser bare farverne. Det er moderne med det lilla og det grønne blad.
- Mand (23) ser det som sukkerfri slik til diabetikere.
- Kvinde (34) tolker det som sund slik.
- Kvinde (36) kalder det pseudo-slik, noget der kun egner sig til diabetikere.
- Mand (40) kalder det ”light-agtig”, sukkerfri slik til den slanke linje. Han vil ikke købe det, men gerne smage det. Han tror det er dyrt.
- Kvinde (26) synes det er fint, og lægger mærke til en plante hun ikke kender. Hun ved dog ikke hvad det er sødet med, nu der står sukkerfrit.
- Kvinde (25) er tiltrukket, men skeptisk over det sukkerfrie. Så foretrækker hun en sukkerversion hun kan spise mindre af.

Det ses således at nogle bedømmer helheden ud fra alle tilgængelige stimuli i form af skrift og grafiske indtryk. Andre reagerer primært på få detaljer, og her er det det sukkerfrie aspekt samt steviaindholdet der er de mest set.

Omtrent halvdelen lader til at være tiltrukket af produktet, og 3 roser det. Flere beskriver det neutralt, og har en opfattelse af ”sund slik”. 3 bryder sig direkte ikke om det. Der forekommer også lidt skepsis hos folk der ikke er sikker på hvad der erstatter sukkeret.

Spm. 19

10 ytrer at de kunne finde på at købe produktet for at smage det. Incitamenterne er først og fremmest nysgerrighed, derefter også sundhed, eller at produktet ser indbydende ud og har en vellidt smag som fx lakrids. Mand (61) køber det af loyalitet til Toms. Kvinde (34) ville købe det til sin mand som altid tømmer skabene.

Dem der svarer nej, gør det primært fordi det ikke indeholder sukker, og er derfor per definition noget de undgår, enten fordi de ønsker sukker eller fordi de går udenom sukker-alternativer.

Kvinde (63) er kun til chokolade, og kvinde (27) foretrækker blandet slik så der er noget at vælge imellem.

Spm. 20

Nogenlunde ligeså mange føler at de ved hvad de får, nemlig 9. Men meningene er her meget delte.

Af dem der svarer positivt, hæfter nogle sig ved at alt kan læses på for- og bagsiden. 2 præciserer at det ikke er kunstigt.

Den største grund til at folk ikke føler, de ved hvad produktet er, er at de ikke kender til stevia eller ved hvad ND er sødet med (og opfatter det derfor som kunstigt).

Kvinde (36) ved at det ikke indeholder sukker, og ønsker derfor ikke yderligere kendskab. Kvinde (35) ønsker at vide hvordan stevia smager, og hvad produktets konsistens er. Kvinde (27) opsøger bare ingen informationer, grundet manglende interesse.

3 personer ved i forvejen lidt om stevia: kvinde (60), mand (67) og kvinde (27), som lige havde hørt om det dagen før. Ingen andre har kendskab til stevia. Det er værd at bemærke alderen. At kendskabet til stevia stiger med alderen bekræftes her igen.

Spm. 21-22

Når respondenterne bliver spurgt ind til hvordan de opfatter at produktet indeholder stevia, og hvad de synes om formidlingen reagerer de fleste med undren eller spørgen.

Kun 6 har lagt mærke til at det er en plante, og overvejer i forskellig grad at det dermed kunne være noget naturligt og måske sundt.

7 personer opfanger slet ikke at det har noget med en plante at gøre, og har ingen anelse om hvad det kan være, eller tror noget usandt. Mand (61) ser ikke engang at der står stevia. Mand (23) og mand (40) overvejer sågar at det kan være farligt. Mand (24) opfatter det som et kunstigt sødemiddel.

Nogle lægger tydeligt mærke til at der står stevia, og præciserer at det står med stort, men ved dog ikke hvad det betyder. Kvinde (63) husker kun det grønne blad. Inklusive de der har læst at det er en plante, opfattes formidlingen generelt som meget sparsom. 6 opfatter slet ikke at der er nogen formidling af stevia.

På trods af det grønne blad, og den relativt store iøjnefaldende skrift, går budskabet om indholdet at stevia, samt hvad det er (en sød plante) ret dårligt igennem, sandsynligvis fordi mange ikke prioritere noget de ikke kender, når en vare afkodes hurtigt.

På den anden side er folk meget spørgende, og de fleste, selv flere ihærdige sukkerspise, virker oprigtigt interesseret i at vide mere om stevia.

6.5.4. Diskussion om forståelsen af stevia ud fra emballagen (spørgsmål 23-26)

Spm. 23

Respondenterne får de samme 4 informerende sætninger om stevia som i spørgeskemaet (se note 15, s. 38). De bliver derefter bedt om at vurdere hvor godt den information fremgår af produktet, for således at finde frem til hvor hensigtsmæssig kommunikationen opfattes.

3 personer mener at informationen går nogenlunde igennem, og forstår således det essentielle ud fra emballagen. En af disse, mand (61) forveksler dog stevia med planten mirakelbær, som han er overbevist om det er.

De resterende 13 er alle enige om, at de ikke er blevet klogere på hvad stevia er, ud fra emballagen, andet end de ved at det produktet indeholder det, og at formidlingen således ikke går

godt igennem. Nogle gentager at de havde opfattet at det var en plante.

Kvinde (32), kvinde (55) og mand (40) (”Jeg tænker ”stevia?” og vil gerne læse om det.”) slår ønsket fast om at kunne læse noget mere om stevia.

Spm. 24

Respondenterne bliver bekendt med at der er begrænsende lovgivning angående påskrift af steviaindhold. Der er således mulighed for at vise om man er indforstået med situationen.

6 personer er helt eller delvist indforstået, og mener at man selv må søge den fornødne information, og at hvis der stod mere, på fx bagsiden, ville det nok ikke blive læst alligevel. Af disse er der kun mand (67) der kender stevia. Kendskab styrer altså ikke denne indstilling. En anden, mand (24) undrer sig over lovgivningen, men mener heller ikke at det er producentens ansvar at oplyse ham.

De andre 10 personer undrer sig over begrænsningen og bruger ord som ”mærkeligt”, ”dumt”, ”ærgeligt” og ”latterligt”. De vil gerne læse mere om stevia hvis der stod noget. Kvinde (55) – som var afvisende i forløbet over for ND og slik generelt – siger nu: ”jeg ville jo ikke have købt det før, men nu synes jeg det er interessant.” Kvinde (60) mener at det er utrygt at der ikke står mere, da det kan betyde at man bevidst tilbageholder noget, der ønskes skjult.

Et overtal mangler altså information, og ville ønske at de kunne vide mere på stedet.

Spm. 25

Fiberindholdet reagerer flere respondenter positivt på. Ingen lader dog til at stille spørgsmål ved eller kommentere hvorfor produktet indeholder så mange fibre. Delsætningen ”enjoy in moderation” er kun blevet læst af 3-4. Da spørgsmålet læses op lader de resterende til ikke at have lagt mærke til det, og nogle ønsker at se forsiden igen.

Langt de fleste lader dog til at være afklaret eller ikke gå op i det. Resultatet er markant forskelligt fra vurderingen af sætningen i spørgeskemaet, hvor skepsis og forvirring var den overordnede respons. Dog fandt vurderingen sted uden for kontekst, og før respondenterne var bekendt med al informationen på emballagen. Den lille skrifttype kan måske også inducere en ubevidst opfattelse af at informationen ikke er af stor betydning.

Her har hele 13 således ingen problemer med det. Af dem har 5 i forvejen styr på hvilken effekt fibrene kunne have på kroppen, 4 er afklaret ved at kunne læse sig til det, og synes der står

det der skal, og endnu 4 går ikke op i det.

Kvinde (25) påpeger desuden at mådeholdet muligvis indtræffer naturligt eftersom fibre mætter.

De sidste 3, kvinde (60), kvinde (36) og mand (40) henholdsvis ærgrer sig over ikke at vide mere, undrer sig over at man skal holde igen, og bryder sig ikke om det, men indrømmer at det skyldes deres mangel på viden.

Sammenlagt lader informationen om fibre altså til, ikke at volde så store forståelsesproblemer som den om stevia.

Spm. 26

Det forsøges endeligt afdækket hvor tiltrækkende stevia er, med den nuværende nyerhvervede og forenkledede viden. Når folk bliver spurgt om de kunne finde på at købe andre produkter med stevia, fremstår 5 personer helt positive og uden tvivl, fx kvinde (35): ”Ja, jeg har lyst til at prøve det, jeg er nysgerrig.” Mand (56), den eneste med diabetes, udviser også stor entusiasme: ”ja tak. Det er så naturligt. Det er jo ideelt for mig, når nu jeg har sukkersyge.”

5 personer lader til at være interesseret i stevia, men stiller betingelser for det. Det dominerende krav er bedre kendskab: ”Ikke før jeg ved mere om det” (kvinde (25)). Der kan dog også være pris: ”når jeg står og ser et produkt der ikke er for dyrt, så skal jeg da prøve det” (kvinde (27)). Eller smag: ”det kræver at det smager ligeså godt.” (kvinde (36))

Yderligere 5 personer viser en mild grad af interesse, og er fx tiltrukket af at det lyder sundt (mand (23)), eller ønsker fx at prøve chokolade med stevia (kvinde (63)).

Kun mand (40) reagerer med et ”nej” da han mener at vide for lidt, men medgiver: ”Jeg skal bare lige vide om det smager ligeså godt som sukker, er så sundt, og så godt.”

Ingen er således fuldstændigt afvisende, og omtrent halvdelen nærer sandsynligvis stor nok interesse efter den korte oplysning til at være interesseret i et (alternativt eller nyt) produkt hvis det indeholder stevia, hvilket er samme resultat som set i afsnit 6.4.6., spørgsmål 36.

Men selv om så mange synes overbeviste, er hovedtendensen at et dyberegående kendskab ønskes. Hvordan viden vil tilegnes er dog uvis.

Konklusion

EU's godkendelse af stevia i november 2011 satte svingninger i diverse producenter der kunne se store fordele i plantens sødestof. Toms øjnede muligheden for at opdatere deres slikprodukt Nellie Dellies, så det nu kunne sødes med et naturligt og intenst sødestof frem for kunstige, og dermed forene både kalorielethed og naturlighed, to tilsyneladende eftertragtede egenskaber, ikke mindst når de er samlet.

Toms har udpeget nogle målgrupper, nemlig folk med livsstilssygdomme, og folk der er motiveret af sundhed. Markedsføringen er især målrettet den sidste gruppe, men det anslås at begge er stigende.

Incitamenterne for at bruge stevia er mangfoldige, både for Toms i produktionen, og for forbrugerne, men de centrale der vedrører begge er dets efterspurgte egenskaber, hvilket medfører et markedspotentiale. Det er værd at nævne fiberindholdet, som skal ledsage stevia som fyldemiddel, og kan være problematisk hvis indtaget i store mængder. Begge aktørers største forhindring er dog uden tvivl lovgivningen der begrænser formidlingen af stevia, så forbrugerne ikke har mulighed for at blive tilstrækkeligt oplyst.

Nok er der potentiale for stevia hos den almene befolkning og især dem der efterstræber sundhed, men forbrugerne har i forvejen et stort udvalg at forholde sig til og mange parametre der er med til at afgøre en beslutning. Informationen om stevia på ND, samt de andre budskaber formidlet på emballagen, skal konkurrere med en masse andre faktorer i en indkøbssituation, bl.a. et begrænset tidsperspektiv. Stevia er måske et trækplaster, men kun når folk i forvejen kender til det. I den indledende tid på markedet, vil manglende kendskab og oplysning være et væsentligt problem.

Ud fra spørgeskemaundersøgelsen skønnes det at omtrent 30% af befolkningen, som højeste estimat, kender til stevia på nuværende tidspunkt. Andelen er lavere i interviewene. Kvinder, ældre generationer og folk med høj uddannelse har det største kendskab, og de der kender stevia synes relativt godt om det.

Stevia høster ingen prangende absolutte resultater indenfor hverken sundhed, smag eller naturlighed hos den samlede befolkning, men alligevel lever det op til idealet som folk har til et sødestof, hvor naturlighed og kalorielethed forekommer som de vigtigste.

Begge undersøgelser viser at slik er socialt betinget, især for unge. Mange er også draget af sukker, i en sådan grad at sukkerafhængighed kan påvises. Nogen ser sukker (og i hvert fald sukkersødestoffer) som det eneste mulige valg, da ingen alternativer har vundet indpas, og at kunstige sødemidler forsages. Der forekommer alligevel et mere kritisk syn på sukker end resultaterne i Food & Health Nordic afspejler. Fx lader det store flertal i interviewene til at tankegangen om at sukker er skadeligt og usundt er universel.

Således begrænser 75% deres sukkerindtag for at holde igen med kalorier, og for almen sundheds skyld, og samtidig ønsker 66% af befolkningen heller ikke at indtage light alternativer hvis de kunne blive fri for dem, hvilket udgør et dilemma. Forståeligt nok mener omtrent hver anden derfor, at de ville spise mere slik hvis det var sødet med noget der havde stevias egenskaber, og interessen for produkter med stevia er lige så stor når først folk har fået lidt kendskab til stevia.

I forvejen kender 2/3 af befolkningen til ND og kvinder er klart dem de har vakt størst interesse hos. Vedrørende den nye generation ND, er interesse og nysgerrighed den dominerende reaktion på steviaindholdet. Det genererer lige så stor positivitet som informationen om at det er sukkerfrit, og lavet med rålakrids. Fiberindholdet medfører til gengæld skepsis, når informationen står for sig selv, men interviewrespondenterne ignorerer derimod for det meste denne oplysning, når de ser den på emballagen.

Steviaindholdet og det sukkerfrie aspekt har altså en tiltrækkende effekt, og i spørgeskemaet viser 61% interesse for ND, når de har set emballagen, men kun 19% er sikre på at ville købe det. Efter den korte information om stevia er hele 51% til gengæld interesserede i at købe ND. Her ses det tydeligt at en kort information om stevia gør en stor forskel.

På trods af folks opfattelse og positive indstilling, belyser interviewene nemlig at emballagen i virkeligheden ikke formår at overbevise forbrugeren direkte ved hjælp af steviaindholdet, selvom informationen er grafisk iøjnefaldende. Kommunikationen er altså utilstrækkeligt i det indledende markedsforløb.

Interviewene viser at folks fortolkning af emballagen efterlader dem meget forskellige indtryk, hvor nogen er nysgerrige og tolker det som ”sundere” slik uden at være sikre på hvorfor, og andre fravælger det kategorisk, da det er sukkerfrit.

Informationen om stevia fanger ikke folk uden forforståelse; nogle ser kun navnet, undrer

sig eller tilskriver det decideret negative egenskaber, andre læser det er en plante, men lærer ikke mere om det og udviser en blanding af interesse og skepsis. Uden forhåndsviden er påtrykket altså lige så meget en hæmsko som et incitament. De fleste ytrer at de savner information om stevia, og mange tolker produktet væsentligt anderledes efter oplysning.

I startfasen kan ND tiltrække nysgerrige, men mange risikere at købe det på uoplyste præmisser. Det vil måske ikke give anledning til utilfredshed med produktet, men Toms vinder ved at forbrugeren er mere oplyst om stevia, og har mulighed for dette via emballagen.

Ved øget kendskab med tiden, vil folk lære at genkende steviaindholdet, og måske netop vælge det, men også her kan manglende information om stevia medføre at produktet bliver købt på et forkert grundlag.

Toms har en ambition om at få produktet forstået så godt som muligt. De slår på fibre, og på tanken bag ND. Hvis det var juridisk muligt, kunne det være hensigtsmæssigt at informere bedre om stevia, og dets egenskaber, som udgør en tydelig interesse og efterspørgsel.

Denne begrænsning kan hæmme salget i startfasen, og samtidig vil ND sælge på et mindre fair grundlag, da lovgivningen ikke tillader forbrugeren en fair tolkning så valg kan træffes på velovervejet og oplyst baggrund. Der er måske således salgsmæssigt mere at hente ved at kæmpe for lovgivningen omkring stevia end ved at gøre opmærksom på fibre.

Det bedste forsøges gjort inden for mulighedens rammer for at tiltrække opmærksomhed, med en massiv og farvemæssigt iøjnefaldende indholdsformidling. Forbrugers mulighed for at lære om (eller påminde) få grundlæggende fakta om stevia, fx på bagsiden, ville dog sandsynligvis ændre tolkningen betydeligt til gavn for begge parter.

Litteraturliste:

- Abou-Arab, E; Abou-Arab, A og Abu-Salem, F (2010). *Physico-chemical assessment of natural sweeteners steviosides produced from Stevia Rebaudiana bertonii plant*. Academic Journals
Lokaliseret oktober 2012 på:
<http://www.academicjournals.org/ajfs/pdf/pdf2010/May/Abou-Arab%20et%20al.pdf>
- Arbner, Ingeman & Bjerke, Björn (2009). *Methodology for creating business knowledge*. 3. udgave. Sage publications
- Arla korrespondance, 2012
Lokaliseret maj 2012 på: <http://arla.dk/Arla-Forum/Spoergsmaal-svar/Vores-produkter/Produkter/stevia/>
- Arla Zin
Lokaliseret august 2012 på: <http://www.arla.nl/producten/arla-zin/arla-zin/>
- Clement, J.; Sørensen, H. og Smith, V. (2010). *Ærlig kommunikation gennem innovativ design af emballage til nye fødevarer*.
Lokaliseret maj 2012 på: http://www.fairspeak.org/Publikationer/SMV_rapport_final_FairSpeak2010.pdf
- Coca-Cola og stevia
Lokaliseret april 2012 på: http://www.cocacola.dk/nordic-corp/da_DK/pages/products/stevia.html
- Commission regulation (EU) 1131/2011
Lokaliseret april 2012 på:
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:295:0205:0211:EN:PDF>
- Dansk statistisk, 2009. *Vi køber flere sunde fødevarer* (Anders Tystrup)
Lokaliseret august 2012 på:
<http://www.dst.dk/Statistik/bagtal/2009/2009-04-21-Vi-koeber-flere-sunde-foedevarer.aspx>
- De Graaf, Cees (2007). Sensory influence on food choice and food intake.
In Lynn Frewer & Hans van Trijp, *Understanding consumers of food products* (s.30-66).
Woodhead publishing
- Diabetes i Danmark, Diabetesforeningen 2011
Lokaliseret august 2012 på:
http://www.diabetes.dk/Rundt_om_diabetes/Diabetes_i_tal/Diabetes_i_Danmark.aspx
- Dickson, P. & Sawyer, A. (1990) *The price knowledge and search of supermarket shoppers*.

- In *Journal of Marketing* Vol. 54, No. 3 (Juli 1990), s. 42-53. American Marketing Association
- Eustas stevia, 2007
Lokaliseret oktober 2012 på: http://www.eustas.org/Steviol_glycosides_summary_application.pdf
 - Flindt, Mette (2011). *Sundhedsbølgen er over os*.
Lokaliseret august 2012 på:
<http://slankedoktor.dk/artikler/sygdomme/1917/sundhedsbolgen-er-over-os.aspx>
 - Gadamer, Hans-Georg (2004). *Truth and Method*. 2004 Udgave. Continuum International.
 - GRAS Notice Inventory, GRN no. 287
Lokaliseret maj 2012 på:
<http://www.accessdata.fda.gov/scripts/fcn/fcnDetailNavigation.cfm?rpt=grasListing&id=287>
 - Grunert, Klaus (2005). How consumers perceive food quality.
In Lynn Frewer & Hans van Trijp, *Understanding consumers of food products* (s.181-199).
Woodhead publishing
 - Hermesetas stevia
Lokaliseret oktober 2012 på: <http://www.hermesetas.dk/data/dk/stevia/>
 - Jeppesen, Per Bendix. *Stevia and its impact on health. Food or medecine?*
Lokaliseret maj 2012 på:
http://www.diabetes.dk/Aktuelt/Konferencer/Diabeteskonferencen/~media/Files/Diabetes.dk/Aktuelt/Diabetes_tinget/Per_Bendix_Jeppesen.ashx
 - Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend (2009). *InterView – Introduktion til et håndværk*. 2. udgave. Hans Reitzel
 - Morita Kagaku Kogyo, About us, 2007
Lokaliseret maj 2012 på: http://www.morita-kagaku-kogyo.co.jp/e/about_us.html
 - Nellie Dellies, Q&A
Lokaliseret maj 2012 på: <http://nelliedellies.dk/Om%20Nellie%20Dellies/Q%20-%20A.aspx>
 - Overvægt i Danmark, Sundhedsstyrelsen 2010
Lokaliseret august 2012 på:
<http://www.sst.dk/Sundhed%20og%20forebyggelse/Overvaegt/Forekomst%20af%20overvaegt.aspx>
 - Rozin, Paul (2007). Food choice: an introduction.
In Lynn Frewer & Hans van Trijp, *Understanding consumers of food products* (s.3-29).

Woodhead publishing

- Schökel, Luis Alonso & Bravo, Jose Maria (1998). *A Manual of Hermeneutics*. Sheffield Academic Press

- Scientific committee on food: *Opinion on Stevia Rebaudiana Bertoni plant and leaves* (1999)

Lokaliseret maj 2012 på: http://www.bfr.bund.de/cm/343/stevia_rebaudiana_june_1999.pdf

- Skovgaard, Lasse (2009). *Livsnydernes tvivlsomme hævn*.

Lokaliseret august 2012 på: <http://www.information.dk/185362>

- Smith, V.; Søndergaard, M.; Clement, J.; Møgelvang-Hansen, P.; Sørensen, H.; Gabrielsen, G. (2009). *Fair Speak: Scenarier for vildledning på det danske fødevaremarked*. Ex Tuto

- Sweeteners steviol glycosides – Labelling and advertising. 2012

Lokaliseret september 2012 på: http://www.lebensmittelzeitung.net/news/pdfs/348_org.pdf

- Thomsen, Johann (2012). *Sundhed og mærkning – mod et sundere valg?*

Lokaliseret oktober 2012 på: <http://www.mediafire.com/view/?ue1hh881h1u9d3y>

- Toms historie

Lokaliseret maj 2012 på: <http://www.toms.dk/OmToms/Historie/Toms%20historie.aspx>

- Van Dam, Y. K.; Van Trijp, H. C. M. (2007). Branding and labelling of food products
In Lynn Frewer & Hans van Trijp, *Understanding consumers of food products* (s.153-180).

Woodhead publishing

- Viden om - ”Sød plante der helbreder”, 2011

Lokaliseret maj 2012 på:

<http://www.dr.dk/DR2/VidenOm/Programmer/Viden+Om+med+Ann+Marker/Programmerne/2011/04/24124903.htm>

- Yoggi stevia

Lokaliseret oktober 2012 på:

<http://www.arla.dk/Produkter/Artikler/Ny-frugtyoghurt-med-god-samvittighed/>

Bilag

- Bilag 1: Interview med Lars Christensen
- Bilag 2: Sødemidler og sundhed. Food and health 2012 – Nordic
- Bilag 3: Rapporter over spørgeskema
- Bilag 4: Interviews angående sødestoffer, ND og stevia

Bilag 1

Interviewet er foretaget hos Toms, med Lars Hørlyck Christensen, den 14. juni 2012, hvor det blev optaget, og efterfølgende transskriberet.

Tekst i kursiv er spørgsmål. Markering med ”*” er planlagte spørgsmål. Omgivet af ”[]” er spørgsmål eller ledende bemærkninger der blev stillet undervejs, som respons i forlængelse af nogle svar, eller for at dirigere samtalen.

Resten af teksten er svarene.

**Hvor højt vægter slik generelt (alt der ikke er chokolade), økonomisk set, for virksomheden?*

Slik vægter et sted mellem 1/3 og 40% af omsætningen, tættest på 1/3. Volumemæssigt ligger det over 40%.

**Hvad er den forventede omsætning og/eller overskud for ND. Hvor godt vil det gå, på baggrund af hvordan det sælger nu?*

Jeg vil tro at mætningspunktet for ND kan blive i størrelsesorden af 5% af vores sliksalg. Det ser jeg som et forventeligt niveau. Hvis man ser på andre sektorer hvor der er kommet specielle ting som ”Premium” chokolade, og lignende kategorier, så er der typisk et mætningspunkt på omkring 20 %, men jeg tror ikke vi når helt derop, pga. at stevia er lidt sværere at bruge, grundet manglende fylde som andre sødemidler har, og det ender med at blive et mere skrøbeligt produkt. De ulemper det har vil være med til at trække det lidt ned. Men der vil være en kernemålgruppe, der består af op til en million danskere. Først og fremmest diabetikerne; de ligger på omkring 6-7% af befolkningen og der kommer flere.

[Hvad er det der gør det vanskeligere på markedet at bruge stevia? Er det Toms' produktion eller forbrugerens tolkning af produktet?]

Det der gør det vanskeligere er meget lavpraktisk: sukker fylder, det gør stevia ikke, og det skal der kompenseres for. Men produkttypen ND, uanset om det er med aspartam eller stevia, er et mere skrøbeligt produkt. Det skal pakkes hermetisk ind, det duer ikke i en GaJol æske. Så der er nogle fysiske begrænsninger der gør at vi ikke kan versionere det ud i alle mulige afskygninger. Men det har ikke noget med stevia at gøre, men derimod at det skal spille sammen med fibre.

Stevia kombineret med maltitol vil man komme til at se langt mere, og den kategori af slik vil godt kunne op omkring 20-25% af markedet. Men så er det ikke længere sødet kun med stevia; der er stevia et supplement.

[Ja, man har jo talt om smagsforbedring, ved at blande stevia og sukker, men det vil I måske undgå når det skal være kaloriefrit?]

Nej, det er faktisk et spor man godt kunne gå ud af. Man kunne tage toppen af kalorierne. Slik har typisk 340kcal/100g. Der kunne man gå ind og sige at vi ikke laver slik med mere end 300kcal/100g, ved at lave et samspil mellem stevia og sukker. Det kunne absolut være en mulighed.

[Og hvis det skal passe til diabetikere så godt som muligt?]

Ja, der er ND det absolut bedste valg, fordi der fjerner man de kilder der giver stigning i blodsukkeret. Det gør 1. generation sukkerfri produkter som almindelige halspastiller ikke. Det er sukkerfrit, men blodsukkeret stiger alligevel. Det er det gode ved stevia, der stiger det ikke. Der er en spændvidde mellem det der kun er sødet med stevia, med en øvre grænse omkring 5%, og så niveauet hvor stevia spiller sammen med maltitol, typisk. Det hører under det sukkerfrie, men der vil være energi fra maltitol, og samlet set vil det have et mætningspunkt på omkring 25%. Og så er der versionen med samspil mellem sukker og stevia, og kunne gå hen og blive 10-15% ekstra. Så mætningspunktet på stevia kan samlet set ligge højere.

[Så du regner med at stevia bliver implementeret i flere produktkategorier?]

Stevia er jo interessant for mange, så jeg tror vi vil se mange produkter i de her mellemløsninger.

**Hvad er egen målsætning for ND, angående økonomi, kundebase, kanaludbredelse og positionering?*

(Angående kundebase) Vi har 2 grupper. Selfcare gruppen, den tunge, med overvægtige og andre der har brug for at holde igen med sukker.

[Kommer der flere interesserede som bliver hevet over til ND?]

Ja, det vil typisk være Healthcare gruppen, hvor folk gerne vil holde sig slanke, og det er typisk yngre aktive kvinder. De køber det for ikke at blive tykke og havne i livsstilssygdomme. Hjemmesiden er målrettet dem, da det også er vores kommunikationsmålgruppe i det brede mediebillede. Selfcare gruppen med diabetikere er derimod stille kommunikation fordi de selv er meget søgende. De ved hvad de går efter. Kanaludbredelsen er dagligvarehandel. Supermarkedskæder og discount. "ND saltlakrids i Netto". Det er bare sådan et sted det virker. Discount fylder ca. 45%, så det fylder rigtig meget.

**Hvordan segmenterer I markedet? Hvem satser I på som målgruppe for produkter med stevia?*

Vi har 2 dimensioner. X akse er hvor bevidst man er (bare god smag/ også historie), Y er motiv:

nydelse, forkælelse/ funktion. I det system har vi 6 forbrugergrupper. Dem der går efter nydelse og høj bevidsthed er "ildsjælen" og "småt men godt". Den sidste rummer mange ældre, erfarne, som ved hvad de går efter. Ildsjælen går dybt ned i det, har en skarp holdning til syntetiske sødemidler, og har antipati for dem, og måske først fanger at stevia er kommet til. Dem der køber ud fra funktionalitet er typisk ramt af nogle ting, så der er blandt andet diabetikere. Over på den anden side, hvor folk går efter den gode smag, hverdags- og weekendhyggerne, hvis de skulle købe stevia så er det fordi de tænker at de kan tillade sig at spise endnu mere. Der vil det at tage toppen af kalorierne med blanding af stevia og sukker kunne virke som et alibi for dem.

[Og hvilken kategori vil så være den med de fleste købere?]

Lidt afhængig af hvor godt vi kan produktudvikle, så har sodavand vist hvor meget de kan blive til. Coke light og zero kan være et pejlemærke for hvor mange der er interesserede.

[Kan man sige at den unge kvinde og den gamle mand med diabetes har en fælles interesse?]

Den ene lever med en sygdom, den anden prøver at undgå den. De har begge diabetes med i "tankerne og går efter samme produkt, men den gamle mand sætter nok mere pris på lakrids og den unge kvinde vil hellere have noget frugtet.

**Hvem kunne ellers være interesseret i stevia, og hvorfor?*

Der er dem der undgår kunstige sødemidler. Deriblandt er de hardcore, der absolut ikke vil røre dem. De vil være glade for stevia. De vil kunne komme ind i det sukkerfrie univers hvor aspartam og andre har domineret. De har måske tidligere valgt det sukkerreducerede fra pga. de kunstige sødemidler, men de får nu en mulighed for at vælge noget sødt uden kalorier, som de ikke har haft tidligere pga. deres holdning. Der kan stevia udvide kategorien.

[En ting er i produkter, men så er der også hvad man bruger i husholdningen]

Ja, der har det meget været birkesød, eller xylitol. Men det har jo også et kalorieindhold som svarer til 60-70% af det sukker man har fjernet. Så det er en begrænset gevinst, plus at det også er laksativt og relativt dyrt. Stevia kunne måske erstatte, men har lidt mere lakridsagtig bismag, hvor xylitol er mere frisk.

**Hvilke incitamenter er der for at bruge stevia, for Toms, og hvorfor vælger man at gå den vej? Er der en fremtid med stevia?*

Vi får noget ud af det at når der kommer til at være en efterspørgsel på stevia-baserede produkter.

Den store styrke ligger så i ND, hvor vi har rettigheder der gør at vi er de eneste der kan søde udelukkende med stevia, indenfor slik, i de tunge europæiske lande samt nordamerika, har vi patent på kombinationen af fibre og stevia. De andre kombinationer er åbne på markedet.

[Så grunden til at I bruger stevia er fordi folk snart kommer til at kende det, og så har I produkter med det?]

Ja, stevia kører i populærjournalistikken, med både godt og skidt. Det er jo ikke problemløst, det er naturligt, søder godt og har nogle gode egenskaber. Det er et dyrt materiale, men der skal til gengæld ikke bruges så meget af det. I den sidste ende er det ikke væsentligt anderledes end de syntetiske sødemidler. Sukker er klart billigere. Det der gør vores produkter dyrere er at vi skal erstatte sukker med fibre. De er 3-4 gange så dyre som sukker og fylder en stor del af produktet, så det er dér den store udgift ligger, i forhold til den smule stevia der skal i.

[Er der gevinst ved at slippe for fx at skrive at produktet indeholder phenylalanin?]

Det er klart en gevinst at slippe af med syntetiske sødemidler, både for dem der ikke kan tåle det, og dem der er negativt indstillet overfor dem. Den sidste gruppe er dog langt den største, det kan nemt være 20% af befolkningen. Vi vil kunne lave et klart statement at Toms ikke benytter nogen syntetiske sødemidler.

Populærjournalistikken hjælper en hel del, og så når de multinationale går i gang, vil kendskaben til stevia også udbredes. Så timingen kan være en fordel.

Vi ser mærkninger indenfor fair trade og bæredygtighed, som starter på 0. Nogle folk fanger dem med det samme, der er måske 20-30%, og andre vil altid være blinde for dem, og så er der dem midt imellem som fanger det løbende, og det når så en mætningsprocent på 80. Det tager 3-5 år at komme derop.

[Er det at undgå syntetiske sødemidler en ny filosofi?]

Nej, Toms har aldrig førhen brugt syntetiske sødemidler. Vi bruger også kun naturlige farvestoffer, og nu søder vi igen kun med naturlige stoffer. Men vi har aldrig slået på det. Farvestofferne fyldte meget for nogle år siden. I dag forventer folk at de er naturlige.

**Mener Toms at der er en mistro overfor slik generelt, som stevia kan være med til at afhjælpe?*

Ja, det vil det gøre. Der er en stor gruppe der er hamrende ligeglade med hvad der er korrekt og forkert, de køber det bare. Det er ikke den største gruppe, men de køber gennemgående ret meget, og gerne på tilbud. Dem der køber stevia, køber små mængder og vil gerne være præcise i deres valg. Deres nydelse og selv-forkælelse kan gøres på en mere harmløs måde. Livet kan også blive for

kedeligt; alle vil gerne have en god oplevelse og noget der smager godt, og der kan stevia nok gøre en forskel.

[Nogle mindre oplyste vil måske være langsomme til at ændre opfattelsen af slik]

Måske, men der kan vi så starte med politikerne, som lovgiver unuanceret. Der er også mange professionelle meningsdannere der har indflydelse. Nogle produktkategorier som ”morgenmad” er mere sukkerholdige end noget slik. ND kunne være nøglehulsberettiget, på nær at det er et ”slikprodukt”. Det er unuanceret. Når man bruger flere år på at udvikle et produkt med merværdi der kan give glæde, med få kalorier og mange fibre, så har vi ikke mulighed for at synliggøre det ved hjælp af de mærkninger der skal gavne forbrugere og gøre det lettere for dem at vælge rigtigt. ND kunne i princippet fungere som fibertilskud.

**Hvilke ulemper er der ved brug af stevia?*

Smagen. Den har en aftagende sødme som gør at man ikke bare kan blive ved med at hælde i. Den har en bismag af lakrids. Den fylder ikke; man kan ikke bare skifte sukker ud med stevia. Og prisen når man ser på stevia og fibre som helhed.

[Der er også begrænsninger for hvor meget der må kommes i.]

Ja, det er jo ikke være for nemt. De tester flere doser, og når de finder en passende dosis der ikke giver nogen problemer, så dividerer de det med 100 for at være helt sikker. Så kan niveauet blive så lavt at man alligevel ikke kan bruge det til noget. Hvis lovgivningen gør at man ikke kan få den ønskede smag, så er det teknisk knockout. Det sker nok ikke for lakridserne, men det er en risiko for vingummiet.

[Juridisk set er der begrænsninger for hvad der må fremgå på emballagen.]

Ja, der må ikke være billede af planten, og der må ikke kun stå ”stevia”, men derimod skal det formuleres at det er et ekstrakt.

Man må fx godt afbilde lakridsrod, og skrive det er naturligt, men ikke stevia selvom det er samme princip.

[Det der er påkrævet på emballagen kan måske medføre misforståelser eller skræmme folk væk.]

Jeg forstår heller ikke motivet. Vi kommer selvfølgelig til at overholde lovgivningen, men vi burde nok udfordre dem der skriver lovgivningen lidt mere. Fx burde det bare hedde stevia, for det vil alle kalde det alligevel. Der kommer jo også regler for hvordan det må anprises.

Den store del af befolkningen der aldrig læser bagsiden, og kommer måske ikke til at læse stevia i ingredienslisten. Ellers har jeg tillid til folks grad af oplysning når de leder efter noget i et produkt.

De der ikke ved noget og er ligeglade, de læser ikke bagsiden. Dem der læser, de søger noget, og matcher med det de ved. Hvis man skriver det lange navn, så vil dem der leder efter stevia vide hvad de går efter. Den mest kritiske del af befolkningen er også den mest veluddannede, så der er jeg rimelig tillidsfuld. Og de uoplyste med livsstilssygdomme bliver tilknyttede diætister som vejleder.

Flere kan måske være skeptiske i starten, i mødet med stevia på emballager, men det er en proces og jeg tror det vil flytte sig gevaldigt hurtigt. På 2 år går det nok fra næsten intet til næsten fuldt kendskab.

**Skal Toms være opmærksom på noget specielt angående forbrugeren? Fx problematikker med sødmen og fibre.*

Produktet har nogle ulemper pga. fibre. Man kan ikke spise for meget og for hurtigt. Vi kunne lave pakkerne mindre, i størrelsesorden 45g, men det vi har i dag fungerer faktisk ganske udmærket salgs- og butiksmæssigt. Indkøbskæderne har også nogle holdninger, og kan lide det som det er i dag.

På forsiden står der jo at det skal nydes med måde, men det er ikke et krav. Vi har bare haft nogle tilfælde men nogle grovædere, men det lader til at de er hoppet fra igen.

[Kan påskriften ikke give et negativt indtryk?]

Det er en vurdering. På den ene side, hvis vi formulere det for positivt, så vil folk beskyldte os for at anprise fiberindholdet og sundheden, og hvis det er for negativt, så står forbrugeren af. Så ønsket er at det skal være en information mere end en anprisning. Men den kan selvfølgelig tippe begge veje.

[Du har snakket om at måske skulle forbrugeren forberedes på smagen.]

Vi er nødt til at få formuleret en bagsidetekst. Det skal gå på hvad produktet er og hvilke tanker der ligger i produktet. Det er vi ikke imod. Vi ser at produktet stiger, hvor slikmarkedet faktisk er faldende. Så det er relativt godt. Men det vigtigste er at folk forstår produktet, nemlig at de skal spise det behersket og nyde det godt imens. Og det har ikke så meget med stevia at gøre, det er fiberen der driller os. Så hvis vi bruger hele pladsen på at fortælle om stevia, så nedtoner vi det andet, og det er faktisk et vigtigere budskab for os.

**Hvordan vil Toms kommunikere steviaindholdet?*

Vi vil gerne anprise at vi bruger stevia. Men vi er optimistiske, og tror at kendskabet bliver bygget ret så hurtigt op, over nogle få måneder. Det kan godt være der kommer en sætning, men det bliver

ikke den store lange forklaring. En scanningskode er da en mulighed. Men når først Coke og Arla begynder at fortælle om det, så vil kommunikationen være så massiv at vi ikke også behøver det.

Fairness perspektivet:

**Hvilke tanker er der bag emballagens udformning? Hvordan forventes forbrugeren at tolke billederne, farverne, materialet, størrelsen, placering af information, osv. Er der overvejet alternative udgaver af emballagen?*

Emballagen retter sig primært til yngre kvinder. Det er vores markedsføringsmålgruppe. Diabetikerne får vi med alligevel. De efterspørger, de andre skal vi sælge til. Grafikken er tilpasset den målgruppe, det har vi valgt. Og udgaven med stevia ser lige sådan ud. Normalt når vi kommer med et nyt produkt, så er der et stort prøveköb, og så taber folk interessen. Det har vi ikke set med ND. Det har taget lang tid at få folk til at opdage og forstå produktet. Til gengæld vokser det støt og roligt, hvilket er en sundere udvikling.

**Er der risiko for at forståelsen af steviaindholdet og stevias egenskaber kan være skæv og mangelfuld og ende i vildledning, både hos oplyste og ikke oplyste?*

Risikoen er der. Men graden af optimisme kan jo variere. Det er den grå zone der er interessant. Dem der køber en klassisk Coca Cola, de er hamrende ligeglade med stevia. Lige meget hvor meget man kommunikerer vil de stadig købe almindelig slik og drikke almindelig cola.

[Men der er også dem der ikke ved ret meget men har gode intentioner]

Ja, dem vil jeg kalde mellemsegmentet. Det er der hvor der er risiko for misforståelser, for at man kommunikerer for optimistisk eller ved siden af, og der vil også være nogle skæverter et år frem.

[Har I gennemtænkt hvad I kan gøre for at undgå de misforståelser? Jeg ser i indtil nu har fremhævet naturlige farver]

Vi er meget bundet. Alt kan trækkes hen på at vi anpriser. Vi er en svær kategori, og må ikke rigtigt gøre noget, men folk forventer alligevel at vi tager ansvar. Vi fremhæver nogle af de ting det indeholder, fx lakrids. For hvis vi nu fortæller alt det det ikke indeholder, så vil nogen spørge til hvad der overhovedet er i. Vi bruger jo kun almindelig lakrids i vores lakrids, ikke aroma. Nogle forbruger troede det var kemibomber da vi fortalte alt det der ikke var i. Så vi er nødt til at fortælle om de naturlige produkter det hele består af.

Der kan være forvirring hos gennemsnitsforbrugeren. Men fødevarer er jo også et godt stof, hvor

man kan sætte forskellige holdninger op imod hinanden, og det kan både medføre klarhed og forvirring. Den periode ser vi nok primært året ud, når der kommer PR omkring stevia. Man må forvente at der kommer både noget journalistisk og markedsføringsmæssigt indhold. Når folk møder det og taler om det, vil man både udfordre og anprise: ”Det smager ikke så godt”, ”Kan du smage lakridsen?”, ”Hvor mange færre kalorier var det så egentlig?”

**Hvordan forventer Toms at forbrugeren vil afkode og forstå NDs emballage? Hvor er der risiko for vildledning, angående stevia og alle andre henseender? Kan informationerne/ anprisningerne smitte af på hinanden?*

[Det ser ud til at emballagen er meget fair, og at I har bestræbt jer på netop det.]

Vi får ofte at vide at vi nedtoner ting for meget. Det er en af dyderne i jantelovsdanmark. Når vi kommer til nogle eksportmarkeder siger de at det ikke kan bruges fordi vi ikke fortæller noget på emballagen.

**Hvordan kan emballagen blive så enkel som mulig: 1 sprog, forståeligt sprog, forståelige informationer og tabeller?*

Det står på nordisk, finsk og engelsk. Men enkelhed med 1 sprog vil fremme forståelsen. Det har konsekvenser at skrive på flere sprog; nu er det et engelsk design, og det har givet modstand i Danmark og Finland, hvor produktet sælges. Men ellers skulle vi have et dobbelt sæt emballager til et produkt som starter som nicheprodukt. Det kræver et vist niveau før man laver landespecifikke løsninger.

**Kan det betale sig med basal dansk, enkle tabeller, intet overflødigt, og at man kan læse ingredienslisten?*

Det vil helt sikkert gøre det bedre i Danmark. Så simpelt som muligt vil nok også have en positiv virkning. Men generelt vil et stykke bagsidetekst i prosa være godt at have med. Vi diskuterer tit tonen, stilen og niveauet i vores kommunikation. Det kan blive ligesom i en skoleklasse, hvor man sætter niveauet efter de laveste 25% i stedet for de skarpeste. Det er ok at kommunikerer til de skarpeste, og vælge at gøre det på de produkter man forventer appellerer til bevidste forbrugere med et vist uddannelsesniveau. Og så vælger man dem fra som ikke læser bagsiden og køber stort ind på tilbud af gamle klassikere, og det skal de have lov til at fortsætte med, og der kunne man få dem med med forenklet kommunikation. Med fin chokolade skal vi give os selv lov til at fortælle om

kakaobønnerne og fermenteringsprocesser.

Hvis man synes som forbruger at kommunikationen er lidt for høj, kan man reagere på flere måder: man kan sætte sig ind i det, man kan tænke at producenten har tillid til at jeg forstår det, eller droppe det, smage produktet og dømme ud fra det. Nogle få kan blive sure og nægte at købe noget fra producenten igen, men den gruppe er nok så lille at gevinsten ved de andre grupper er langt større.

De fleste forbrugere hader at blive talt ned til, derfor er det også god praksis af og til at kommunikerer relativt højt. Man kan også tilpasse det mediet: sætte baren højere på nettet og visse emballager, og være meget simpel på et papskilt i en butik.

**Ser Toms problemer i at få folk til at forstå den lovpligtige information + de unfair fiberkalorier, og hvordan skal det tackles?*

Den kan vi ikke klare. Men der står i energiregnskabet på bagsiden at kalorierne kommer fra fibre. Så hvis man leder efter det specifikt, kan man finde informationen. Fitness-segmentet er skarpe på den type afkodninger. Kalorieindholdet af fibre er på 1kcal/g men er blevet sat til 2 i stedet. Det kan undre, men der er ikke så meget at komme efter.

Det med stevia skal ikke tages på emballagen, men må vi tage den med myndighederne og sige at de er nødt til at lave nogle guidelines der passer med virkeligheden, det er deres ansvar.

Og hvis vi ser at fødevarestyrelsen tillader noget for importerede varer som vi ikke har lov til, stiller vi kravet at vi også skal have lov, eller at begge skal forbydes.

Vi afventer stadig deres tolkning af stevia.



Food & Health 2012- Nordic

YouGov Sweden AB
January 2012

YouGov[®]
What the world thinks.



Information about the survey

Method

Method

Online interviews

Sample frame

YouGov Internet panel in the Nordic countries comprised of 150.000 pre-recruited men/women aged

15-74 years.

Sample

age / region)

Men and women aged 16-64, nationally representative (gender /



Net sample

Sweden: 593

Denmark: 509

Norway: 509

Finland: 506

Data collection

January 2012

Information about the study

Background and Purpose

Since 2006 YouGov track consumers' views on health and food in Sweden and since 2007 also in Denmark, Norway and Finland. Our over all objective is to better understand consumers' knowledge and attitudes and to track changes over time regarding the following key measures:

How many are concerned about food ingredients and what kind of ingredients are they worried about and try to avoid?

How does different kinds of labels and expressions on food packaging affect their interest in consuming the product?

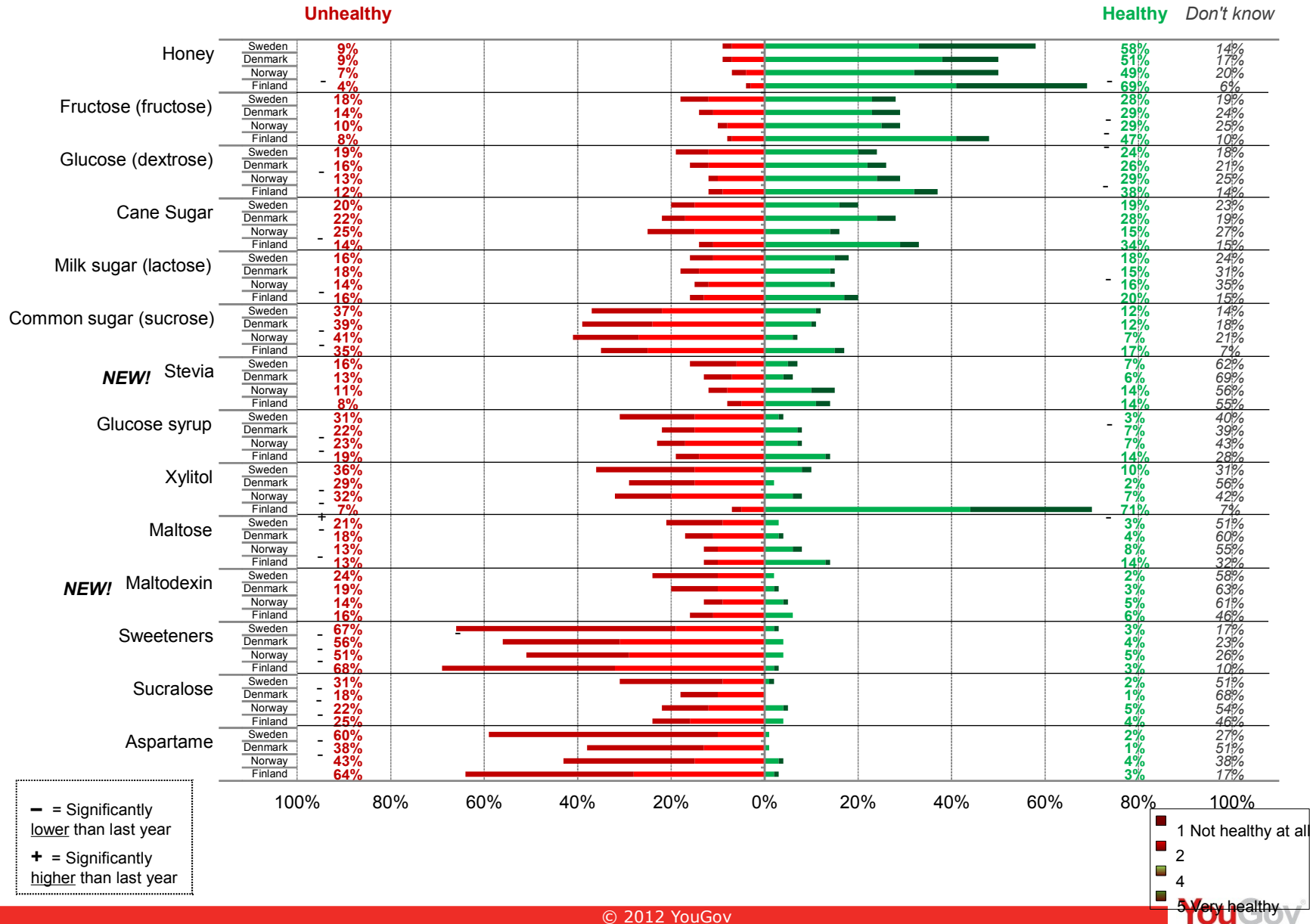


Healthy/unhealthy – Sugar/Sweeteners



15. How healthy/unhealthy do you think the following types of sugar/sweeteners are?

Base: All (Sweden, n=593 / Denmark, n=509 / Norway, n=509 / Finland, n=506)



Bilag 3

Resultaterne der henvises til i den kvantitative undersøgelse findes i følgende rapporter.

- Den første rapport, totalrapporten, er referencen. Gennemsnitsværdierne i spørgsmål 22-24, samt præcisioner i spørgsmål 26 og 33 findes kun i denne.
- Følgende rapporter er med filter således at de viser resultaterne for det i titlen præciserede segment.

Indholdsfortegnelse:

• Totalrapport	s. 2
• Mænd	s. 27
• Kvinder	s. 54
• Under 26	s. 81
• 26 – 35	s. 108
• Over 36	s. 135
• Indkomst over 200.000 kr	s. 162
• Med længere videregående uddannelse	s. 189
• Folk med børn	s. 216
• Over 26	s. 242

Totalrapport

1 Køn	Abs.	Pct.
Mand	67	39%
Kvinde	107	61%
Ubesvaret	0	0%
Basis	174	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

2 Alder	Abs.	Pct.
<18	1	1%
18-25	71	41%
26-35	62	36%
36-50	27	16%
51+	13	7%
Ubesvaret	0	0%
Basis	174	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

3 Bopælsregion (eller region med størst tilhørsforhold)	Abs.	Pct.
Nordjylland	15	9%
Midtjylland	26	15%
Syddanmark	23	13%
Sjælland	22	13%
Hovedstaden	88	51%
Ubesvaret	0	0%
Basis	174	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

4 Afsluttet uddannelse	Abs.	Pct.
Folkeskole	7	4%
Gymnasial uddannelse	44	26%
Kort/mellemlang videregående uddannelse	82	48%
Lang videregående	33	19%
Faglært	6	3%

Ubesvaret	0	0%
Basis	172	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

5 Social status	Abs.	Pct.
Single/eneboende, uden børn	69	40%
Single/eneboende, med børn	7	4%
Samlevende/gift, uden børn	52	30%
Samlevende/gift, med børn	44	25%
Ubesvaret	1	1%
Basis	173	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

6 Omtrentlig personlig indkomst efter skat (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
0-99.999	44	25%
100.000-199.999	50	29%
200.000-299.999	30	17%

300.000+	29	17%
Ubesvaret	20	12%
Basis	173	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

7 Et sødestof er et hvilket som helst stof der smager sødt. Hvilke sødestoffer kender du til? (Afkryds også hvis du kun kender dem meget begrænset)	Abs.	Pct.
hvidt sukker	166	98%
rørsukker	165	98%
fruktose (frugtsukker)	147	87%
glucose (druesukker)	159	94%
honning	163	96%
lactose (mælkesukker)	135	80%
glucose sirup	124	73%
stevia	50	30%
lakridsrod	117	69%
erythritol (sukrin)	35	21%
maltitol	33	20%
xylitol (birkesød)	67	40%

sorbitol	84	50%
sukralose (splenda)	14	8%
aspartam	89	53%
acesulfam-k	21	12%
sakkarin	76	45%
cyklamat	15	9%
Ubesvaret	1	1%
Basis	169	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

8 I de følgende 8 spørgsmål skal du vælge hvilke egenskaber der er vigtigst for dig, hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof: (Afkryds det du er mest enig i)	Abs.	Pct.
Det er så naturligt som muligt	114	71%
Det må gerne være fremstillet	4	2%
Naturligt som fremstillet passer mig begge fint	43	27%
Ubesvaret	0	0%
Basis	161	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

9 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 2	Abs.	Pct.
Sødmens følelse i samme øjeblik jeg smager på noget, men holder i begrænset tid	40	25%
Sødmens følelse et øjeblik efter jeg smager på noget, men bliver ved længere	35	22%
Jeg har ingen præferencer	85	53%
Ubesvaret	0	0%
Basis	160	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

10 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 3	Abs.	Pct.
Indeholder så få kalorier som muligt	98	62%
Det må gerne være energirigt	21	13%
Kalorier spiller ingen rolle	40	25%
Ubesvaret	0	0%
Basis	159	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

11 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 4	Abs.	Pct.
Selv ved store doser må det ikke give mig fordøjelsesgener som oppustethed eller afførende virkning	90	57%
Det er ikke vigtigt for mig/ Jeg bekymrer mig ikke om det	69	43%
Ubesvaret	0	0%
Basis	159	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

12 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 5	Abs.	Pct.
Det skal have så tæt på samme smag som hvidt sukker som mulig	35	24%
Jeg foretrækker når det indeholder nuancer der adskiller sig fra hvidt sukker (som fx honning, rørsukker, lakridsrod o.l.)	69	47%
Hvad som helst, bare det er sødt	44	30%
Ubesvaret	0	0%
Basis	148	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

13 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 6	Abs.	Pct.
Det må gerne øge blodsukkeret	24	16%
Det er godt hvis det ikke øger blodsukkeret	65	44%
Blodsukker er ikke et vigtigt parameter for mig	59	40%
Ubesvaret	0	0%
Basis	148	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

14 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 7	Abs.	Pct.
En lille mængde søder tilstrækkeligt, men det er sværere at dosere	45	31%
Der skal en stor mængde til for samme sødme, men det er nemmere at dosere	17	12%
Dosering er ikke et vigtigt parameter for mig	83	57%
Ubesvaret	0	0%
Basis	145	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

15 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 8	Abs.	Pct.
Jeg foretrækker at benytte ét sødestof jeg kan bruge på samme måde til alt (flydende, fast, bagning, osv.)	48	33%
Jeg foretrækker at benytte flere sødestoffer med forskellige egenskaber, og blander gerne ingredienser for at tilpasse smag og konsistens	58	40%
Jeg har ingen præferencer	39	27%
Ubesvaret	0	0%
Basis	145	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

16 Begrænser du bevidst dit indtag af sukker?	Abs.	Pct.
Ja	107	75%
Nej	36	25%
Ubesvaret	0	0%
Basis	143	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

17 Hvis ja, hvorfor begrænser du dit indtag? (Hvis nej, forestil dig hvilken grund ville være mest sandsynlig hvis du skulle begrænse sukkerindtag)	Abs.	Pct.
Det giver mig for mange kalorier/ Jeg passer på vægten	76	53%
Min krop tager generelt skade af for meget tilsat sukker (tænder, almen sundhed)	76	53%
Min tilstand kræver det (diabetes, stofskifte, fordøjelse, o.l.)	7	5%
Ubesvaret	16	11%
Basis	143	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

18 Indtager du slik og sukkerholdige produkter netop pga sukkeret? (Trang til hurtig energi, vild med smagen af sukker, sukerafhængighed, højt stofskifte)	Abs.	Pct.
Ja	37	26%
Nej	52	36%
Det sker, men er ikke hovedreglen	54	38%
Ubesvaret	0	0%
Basis	143	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

19 Indtager du sukkerholdigt slik af sociale årsager (fredag aftens slik, hygge med vennerne, festlige lejligheder, osv.)?	Abs.	Pct.
Ja, det er i høj grad rigtigt	41	29%
Ja, det passer nogle gange	80	56%
Nej	22	15%
Ubesvaret	0	0%
Basis	143	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

20 Indtager du såkaldte light-produkter, der indeholder kunstige sødemidler (som aspartam, cyclamat, sakkarin og andre)?	Abs.	Pct.
Ja, det passer mig fint	35	24%
Ja, men jeg ville helst undgå det	34	24%
Nej, men det ville ikke genere mig	14	10%
Nej, det er noget jeg undgår	60	42%
Ubesvaret	0	0%

Basis	143	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

21 Hvis du kunne få et slikprodukt der var sødet med noget som ikke er usundt, men både naturligt, kaloriefrit og velsmagende, ville du da spise mere slik/ ophæve din nuværende slikbegrænsning?	Abs.	Pct.
Ja	74	52%
Nej	64	45%
Jeg spiser ikke slik	5	3%
Ubesvaret	0	0%
Basis	143	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

22 Hvor sunde mener du følgende sødestoffer er, ifølge egen bedømmelse og opfattelse? (Undlad kun at svare på det du slet ikke kender)	Meget usundt 1		2		3		Hverken sundt eller usundt 4		5		6		Meget sundt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	41	29 %	33	24 %	15	11 %	24	17 %	8	6%	3	2%	3	2%	13	9%	140
rørsukker	7	5%	22	16 %	30	21 %	25	18 %	29	21 %	9	6%	1	1%	17	12 %	140
fruktose (frugtsukker)	4	3%	10	7%	16	11 %	36	26 %	35	25 %	12	9%	7	5%	20	14 %	140
glucose (druesukker)	3	2%	13	9%	21	15 %	35	25 %	30	21 %	14	10 %	2	1%	22	16 %	140
honning	3	2%	9	6%	24	17 %	20	14 %	28	20 %	31	22 %	12	9%	13	9%	140
lactose (mælkesukker)	1	1%	7	5%	21	15 %	43	31 %	32	23 %	3	2%	2	1%	31	22 %	140
glucose sirup	15	11 %	15	11 %	23	16 %	35	25 %	15	11 %	4	3%	0	0%	33	24 %	140
stevia	5	4%	6	4%	3	2%	31	22 %	13	9%	4	3%	7	5%	71	51 %	140
lakridsrod	4	3%	5	4%	10	7%	31	22 %	21	15 %	26	19 %	11	8%	32	23 %	140
erythritol (sukrin)	7	5%	7	5%	7	5%	29	21 %	4	3%	4	3%	1	1%	81	58 %	140
xylitol (birkesød)	5	4%	11	8%	9	6%	32	23 %	6	4%	7	5%	3	2%	67	48 %	140
maltitol	8	6%	3	2%	6	4%	30	21 %	7	5%	0	0%	1	1%	85	61 %	140

sukralose (splenda)	6	4%	8	6%	7	5%	26	19%	3	2%	2	1%	1	1%	87	62%	140
aspartam	36	26%	14	10%	10	7%	17	12%	6	4%	0	0%	1	1%	56	40%	140
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	29	21%	21	15%	10	7%	15	11%	3	2%	0	0%	1	1%	61	44%	140

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Gennemsnitsværdier for sundhed:

Lakridsrod 4,69; Fruktose 4,27; Stevia 4,17; Honning 4,16; Glukose 4,07; Laktose 4,06; Rørsukker 3,63; Xylitol 3,77; Maltitol 3,53; Erythritol 3,44; Sukralose 3,42; Glukose sirup 3,30; Andre sødemidler 2,65; Sukker 2,57; Aspartam 2,37

23 Hvor godt synes du de smager? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Smager rigtig dårligt 1		2		3		Smager hverken godt eller dårligt 4		5		6		Smager fantastisk godt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	2	1%	1	1%	5	4%	13	9%	31	22%	47	34%	20	14%	19	14%	138
rørsukker	1	1%	1	1%	6	4%	10	7%	19	14%	47	34%	32	23%	22	16%	138
fruktose (frugtsukker)	0	0%	1	1%	1	1%	16	12%	31	22%	38	28%	17	12%	34	25%	138
glucose (druesukker)	1	1%	2	1%	6	4%	17	12%	31	22%	27	20%	16	12%	38	28%	138
honning	3	2%	7	5%	7	5%	6	4%	22	16%	31	22%	46	33%	16	12%	138

lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	11	8%	45	33%	12	9%	4	3%	4	3%	62	45%	138
glucose sirup	0	0%	4	3%	3	2%	25	18%	30	22%	8	6%	13	9%	55	40%	138
stevia	4	3%	3	2%	3	2%	19	14%	7	5%	4	3%	1	1%	97	70%	138
lakridsrod	7	5%	1	1%	5	4%	19	14%	28	20%	21	15%	22	16%	35	25%	138
erythritol (sukrin)	4	3%	3	2%	2	1%	24	17%	0	0%	4	3%	1	1%	100	72%	138
xylitol (birkesød)	0	0%	4	3%	6	4%	33	24%	7	5%	3	2%	0	0%	85	62%	138
maltitol	1	1%	3	2%	2	1%	26	19%	1	1%	4	3%	2	1%	99	72%	138
sukralose (splenda)	3	2%	2	1%	2	1%	17	12%	2	1%	2	1%	0	0%	110	80%	138
aspartam	17	12%	11	8%	7	5%	26	19%	5	4%	3	2%	0	0%	69	50%	138
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	12	9%	8	6%	6	4%	24	17%	5	4%	3	2%	1	1%	79	57%	138

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Gennemsnitsværdier for smag:

Rørsukker 5,71; Honning 5,57; Fruktose 5,49; Sukker 5,45; Glukose 5,20; Lakridsrod 5,05; Glukose sirup 4,89; Laktose 4,28; Maltitol 4,10; Stevia 3,93; Xylitol 3,98; Erythritol 3,76; Sukralose 3,68; Andre sødemidler 3,25; Aspartam 3,00

24 Hvor naturlige mener du de er? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Slet ikke naturligt 1		2		3		Hverken naturligt eller unaturligt 4		5		6		Fuldstændig naturligt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	3	2%	13	10 %	11	8%	14	11 %	25	19 %	15	11 %	31	23%	21	16 %	133
rørsukker	0	0%	3	2%	1	1%	3	2%	26	20 %	29	22 %	52	39%	19	14 %	133
fruktose (frugtsukker)	1	1%	1	1%	0	0%	8	6%	14	11 %	19	14 %	60	45%	30	23 %	133
glucose (druesukker)	1	1%	2	2%	5	4%	15	11 %	24	18 %	22	17 %	37	28%	27	20 %	133
honning	0	0%	0	0%	1	1%	2	2%	7	5%	25	19 %	79	59%	19	14 %	133
lactose (mælkesukker)	0	0%	2	2%	7	5%	14	11 %	16	12 %	20	15 %	40	30%	34	26 %	133
glucose sirup	3	2%	5	4%	5	4%	20	15 %	20	15 %	16	12 %	17	13%	47	35 %	133
stevia	12	9%	3	2%	6	5%	9	7%	3	2%	8	6%	16	12%	76	57 %	133
lakridsrod	0	0%	0	0%	1	1%	5	4%	10	8%	18	14 %	70	53%	29	22 %	133
erythritol	23	17 %	7	5%	7	5%	10	8%	0	0%	1	1%	1	1%	84	63 %	133
xylitol	20	15 %	11	8%	6	5%	15	11 %	4	3%	0	0%	4	3%	73	55 %	133
maltitol	14	11 %	7	5%	7	5%	16	12 %	7	5%	1	1%	6	5%	75	56 %	133
sukralose	10	8%	7	5%	6	5%	15	11 %	3	2%	1	1%	4	3%	87	65 %	133

aspartam	50	38 %	13	10 %	7	5%	7	5%	0	0%	0	0%	0	0%	56	42 %	133
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	52	39 %	11	8%	0	0%	5	4%	1	1%	0	0%	0	0%	64	48 %	133

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Gennemsnitsværdier for naturlighed:

Honning 6,57; Lakridsrod 6,45; Fruktose 6,20; Rørsukker 6,04; Laktose 5,67; Glukose 5,58; Glukose sirup 4,92; Sukker 4,91; Stevia 4,33; Maltitol 3,38; Sukralose 3,28; Xylitol 2,80; Erythritol 2,27; Aspartam 1,62; Andre sødemidler 1,43

25 Toms har et slikprodukt der hedder Nellie Dellies. Kender du det?	Abs.	Pct.
Ja	57	43%
Nej	65	49%
Har måske set/hørt om det	11	8%
Ubesvaret	0	0%
Basis	133	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

26 (4 Billeder indsat)	Abs.	Pct.
Jeg har set en eller flere slags før	34	26%

Jeg har set og smagt en eller flere slags før	56	42%
Jeg kender dem ikke	42	32%
Ubesvaret	0	0%
Basis	132	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

27 Har du hørt om stevia?	Abs.	Pct.
Ja	43	33%
Nej	79	61%
Måske	8	6%
Ubesvaret	0	0%
Basis	130	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

28 Hvis ja, hvor godt kender du da stevia? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Har kun hørt navnet	15	11%

Har en idé om hvad det er	16	12%
Har set det/brugt det/kender nogen der bruger det	19	14%
Kender det godt/bruger det selv	4	3%
Ubesvaret	78	59%
Basis	132	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

29 Hvis du kender til stevia, hvad er så dit generelle indtryk? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Synes ikke om	1	1%
Neutral	18	14%
Synes godt om	18	14%
Synes rigtig godt om	5	4%
Ubesvaret	90	68%
Basis	132	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

30 Hvordan ville du føle dig hvis der på forsiden af en pakke Nellie Dellies står: "With sweetener from the stevia plant"?	Abs.	Pct.
forvirret	29	22%
interesseret	49	38%
skeptisk	22	17%
indforstået	7	5%
nysgerrig	50	38%
overtalt	6	5%
bange	2	2%
ligeglad	17	13%
skuffet	0	0%
begejstret	10	8%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	35	27%
Ubesvaret	1	1%
Basis	130	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

31 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "No sugar added/ Made from raw liquorice"?	Abs.	Pct.
forvirret	6	5%
interesseret	51	39%

skeptisk	19	15%
indforstået	14	11%
nysgerrig	26	20%
overtalt	21	16%
bange	0	0%
ligeglad	16	12%
skuffet	4	3%
begejstret	37	28%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	14	11%
Ubesvaret	4	3%
Basis	131	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

32 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "Rich on fibres - Enjoy in moderation"?	Abs.	Pct.
forvirret	31	24%
interesseret	22	17%
skeptisk	47	36%
indforstået	16	12%
nysgerrig	21	16%

overtalt	5	4%
bange	3	2%
ligeglad	20	15%
skuffet	5	4%
begeistret	8	6%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	10	8%
Ubesvaret	5	4%
Basis	131	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

33 Her er nogle af de nye Nellie Dellies. (2 billeder indsat) På bagsiden står følgende oplysninger (med layout): Toms Nellie Dellies - A new generation of candy *No sugar added *Less calories - Fibres instead of sugar *Grain fibres - From corn, wheat and chicory *Med sødestof fra planten stevia *Rich on fibres - Enjoy in moderation *Licorice root - No colours added Sød lakrids Ingredienser: fyldemiddel (polydextrose), oligofruktose, hvededextrin, fortykningsmiddel (arabisk gummi), oksegelatine, rålakrids, salt, aroma, vegetabilsk olie, overfladebehandlingsmiddel (carnaubavoks), sødestof (steviol glycosider). Opbevares tørt og køligt. Kan indeholde spor af gluten. Uden tilsat sukker. Ingen sukkeralkoholer. 70% fibre - bør nydes i små mængder. 40% færre kalorier. Ikke tilsat farvestoffer. Per 100g: Energi 825 kJ/ 195 kcal Protein 7 g Kulhydrater 8 g, -heraf sukkerarter 0,8 g, -heraf sukkeralkoholer 0 g Fedt 0,3 g, -heraf mættede fedtsyrer 0 g Kostfibre 70g Natrium (salt) 0,04 g (0,1 g) Netto 90 g Hvor godt informeret føler du dig til at købe produktet?	Abs.	Pct.
For lidt informeret	22	17%
Tilpas informeret	100	76%

For meget informeret	7	5%
Ubesvaret	2	2%
Basis	131	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

34 Ville du have lyst til at købe de nye Nellie Dellies?	Abs.	Pct.
Ja, helt sikkert	26	19%
Ja, muligvis	56	42%
Nej, ikke specielt	44	33%
Nej, slet ikke	7	5%
Ubesvaret	1	1%
Basis	134	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

35 Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år. Vidste du det?	Abs.	Pct.
--	-------------	-------------

Ja, det meste	17	12%
Ja, men kun lidt af det	22	15%
Nej, det er nyt for mig	107	73%
Ubesvaret	1	1%
Basis	147	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

36 Ville du købe Nellie Dellies ud fra dit nuværende kendskab til stevia?	Abs.	Pct.
Ja, gerne	75	51%
Nej	25	17%
Jeg er interesseret i produkter med stevia, men ikke Nellie Dellies	37	25%
Jeg er er interesseret i Nellie Dellies, men stevia er ikke grunden	11	7%
Ubesvaret	5	3%
Basis	147	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Virksomhedsnavn:

Antal besvarelser: 235

Udførelsestidspunkt: 21-09-2012 12:03:23

Mænd

1 Køn	Abs.	Pct.
Mand	67	100 %
Kvinde	0	0%
Ubesvaret	0	0%
Basis	67	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

2 Alder	Abs.	Pct.
<18	0	0%
18-25	25	37%
26-35	27	40%
36-50	11	16%
51+	4	6%
Ubesvaret	0	0%
Basis	67	

--	--

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

3 Bopælsregion (eller region med størst tilhørsforhold)	Abs.	Pct.
Nordjylland	8	12%
Midtjylland	14	21%
Syddanmark	7	10%
Sjælland	8	12%
Hovedstaden	30	45%
Ubesvaret	0	0%
Basis	67	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

4 Afsluttet uddannelse	Abs.	Pct.
Folkeskole	4	6%
Gymnasial uddannelse	19	28%
Kort/mellemlang videregående uddannelse	25	37%
Lang videregående	15	22%
Faglært	4	6%
Ubesvaret	0	0%
Basis	67	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

5 Social status	Abs.	Pct.
Single/eneboende, uden børn	26	39%
Single/eneboende, med børn	1	1%
Samlevende/gift, uden børn	22	33%
Samlevende/gift, med børn	18	27%
Ubesvaret	0	0%
Basis	67	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

6 Omtrentlig personlig indkomst efter skat (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
0-99.999	16	24%
100.000-199.999	20	30%
200.000-299.999	13	19%
300.000+	16	24%
Ubesvaret	2	3%
Basis	67	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

7 Et sødestof er et hvilket som helst stof der smager sødt. Hvilke sødestoffer kender du til? (Afkryds også hvis du kun kender dem meget begrænset)	Abs.	Pct.
hvidt sukker	65	97%
rørsukker	65	97%

fruktose (frugtsukker)	62	93%
glucose (druesukker)	65	97%
honning	64	96%
lactose (mælkesukker)	56	84%
glucose sirup	51	76%
stevia	15	22%
lakridsrod	48	72%
erythritol (sukrin)	10	15%
maltitol	11	16%
xylitol (birkesød)	26	39%
sorbitol	30	45%
sukralose (splenda)	8	12%
aspartam	38	57%
acesulfam-k	10	15%
sakkarin	33	49%
cyklamat	6	9%
Ubesvaret	1	1%
Basis	67	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

8 I de følgende 8 spørgsmål skal du vælge hvilke egenskaber der er vigtigst for dig, hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof: (Afkryds det du er mest enig i)	Abs.	Pct.
Det er så naturligt som muligt	39	62%
Det må gerne være fremstillet	4	6%
Naturligt som fremstillet passer mig begge fint	20	32%
Ubesvaret	0	0%
Basis	63	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

9 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 2	Abs.	Pct.
Sødmen føles i samme øjeblik jeg smager på noget, men holder i begrænset tid	18	29%
Sødmen føles et øjeblik efter jeg smager på noget, men bliver ved længere	14	22%
Jeg har ingen præferencer	31	49%
Ubesvaret	0	0%
Basis	63	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

10 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 3	Abs.	Pct.
Indeholder så få kalorier som muligt	32	51%
Det må gerne være energirigt	17	27%
Kalorier spiller ingen rolle	14	22%
Ubesvaret	0	0%
Basis	63	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

11 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 4	Abs.	Pct.
Selv ved store doser må det ikke give mig fordøjelsesgener som oppustethed eller afførende virkning	36	57%
Det er ikke vigtigt for mig/ Jeg bekymrer mig ikke om det	27	43%

Ubesvaret	0	0%
Basis	63	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

12 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 5	Abs.	Pct.
Det skal have så tæt på samme smag som hvidt sukker som mulig	11	19%
Jeg foretrækker når det indeholder nuancer der adskiller sig fra hvidt sukker (som fx honning, rørsukker, lakridsrod o.l.)	28	49%
Hvad som helst, bare det er sødt	18	32%
Ubesvaret	0	0%
Basis	57	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

13 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 6	Abs.	Pct.
---	-------------	-------------

Det må gerne øge blodsukkeret	11	19%
Det er godt hvis det ikke øger blodsukkeret	25	44%
Blodsukker er ikke et vigtigt parameter for mig	21	37%
Ubesvaret	0	0%
Basis	57	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

14 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 7	Abs.	Pct.
En lille mængde søder tilstrækkeligt, men det er sværere at dosere	13	23%
Der skal en stor mængde til for samme sødme, men det er nemmere at dosere	9	16%
Dosering er ikke et vigtigt parameter for mig	34	61%
Ubesvaret	0	0%
Basis	56	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

15 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 8	Abs.	Pct.
Jeg foretrækker at benytte ét sødestof jeg kan bruge på samme måde til alt (flydende, fast, bagning, osv.)	14	25%
Jeg foretrækker at benytte flere sødestoffer med forskellige egenskaber, og blander gerne ingredienser for at tilpasse smag og konsistens	22	39%
Jeg har ingen præferencer	20	36%
Ubesvaret	0	0%
Basis	56	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

16 Begrænser du bevidst dit indtag af sukker?	Abs.	Pct.
Ja	40	71%
Nej	16	29%
Ubesvaret	0	0%
Basis	56	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

17 Hvis ja, hvorfor begrænser du dit indtag? (Hvis nej, forestil dig hvilken grund ville være mest sandsynlig hvis du skulle begrænse sukkerindtag)	Abs.	Pct.
Det giver mig for mange kalorier/ Jeg passer på vægten	28	50%
Min krop tager generelt skade af for meget tilsat sukker (tænder, almen sundhed)	24	43%
Min tilstand kræver det (diabetes, stofskifte, fordøjelse, o.l.)	3	5%
Ubesvaret	10	18%
Basis	56	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

18 Indtager du slik og sukkerholdige produkter netop pga sukkeret? (Trang til hurtig energi, vild med smagen af sukker, sukerafhængighed, højt stofskifte)	Abs.	Pct.
Ja	9	16%
Nej	22	39%
Det sker, men er ikke hovedreglen	25	45%

Ubesvaret	0	0%
Basis	56	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

19 Indtager du sukkerholdigt slik af sociale årsager (fredag aftens slik, hygge med vennerne, festlige lejligheder, osv.)?	Abs.	Pct.
Ja, det er i høj grad rigtigt	13	23%
Ja, det passer nogle gange	28	50%
Nej	15	27%
Ubesvaret	0	0%
Basis	56	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

20 Indtager du såkaldte light-produkter, der indeholder kunstige sødemidler (som aspartam, cyclamat, sakkarin og andre)?	Abs.	Pct.
Ja, det passer mig fint	17	30%
Ja, men jeg ville helst undgå det	13	23%
Nej, men det ville ikke genere mig	5	9%
Nej, det er noget jeg undgår	21	38%
Ubesvaret	0	0%
Basis	56	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

21 Hvis du kunne få et slikprodukt der var sødet med noget som ikke er usundt, men både naturligt, kaloriefrit og velsmagende, ville du da spise mere slik/ ophæve din nuværende slikbegrænsning?	Abs.	Pct.
Ja	27	48%
Nej	27	48%
Jeg spiser ikke slik	2	4%
Ubesvaret	0	0%
Basis	56	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

22 Hvor sunde mener du følgende sødestoffer er, ifølge egen bedømmelse og opfattelse? (Undlad kun at svare på det du slet ikke kender)	Meget usundt 1		2		3		Hverken sundt eller usundt 4		5		6		Meget sundt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	12	22 %	13	24 %	5	9 %	12	22 %	3	5 %	1	2 %	2	4 %	7	13 %	55
rørsukker	1	2 %	9	16 %	11	20 %	9	16 %	13	24 %	5	9 %	0	0 %	7	13 %	55
fruktose (frugtsukker)	2	4 %	6	11 %	7	13 %	12	22 %	12	22 %	4	7 %	3	5 %	9	16 %	55
glucose (druesukker)	0	0 %	8	15 %	7	13 %	13	24 %	12	22 %	6	11 %	1	2 %	8	15 %	55
honning	0	0 %	6	11 %	12	22 %	6	11 %	7	13 %	15	27 %	3	5 %	6	11 %	55
lactose (mælkesukker)	0	0 %	4	7 %	7	13 %	17	31 %	10	18 %	0	0 %	1	2 %	16	29 %	55
glucose sirup	6	11 %	7	13 %	9	16 %	18	33 %	4	7 %	0	0 %	0	0 %	11	20 %	55
stevia	2	4 %	1	2 %	1	2 %	11	20 %	7	13 %	1	2 %	3	5 %	29	53 %	55
lakridsrod	2	4 %	2	4 %	5	9 %	14	25 %	5	9 %	8	15 %	4	7 %	15	27 %	55

								%				%				%	
erythritol (sukrin)	3	5%	2	4%	3	5%	11	20%	1	2%	1	2%	1	2%	33	60%	55
xylitol (birkesød)	3	5%	2	4%	2	4%	17	31%	2	4%	0	0%	2	4%	27	49%	55
maltitol	3	5%	1	2%	2	4%	11	20%	3	5%	0	0%	1	2%	34	62%	55
sukralose (splenda)	4	7%	3	5%	3	5%	9	16%	2	4%	1	2%	1	2%	32	58%	55
aspartam	11	20%	6	11%	5	9%	9	16%	4	7%	0	0%	1	2%	19	35%	55
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	10	18%	8	15%	4	7%	7	13%	3	5%	0	0%	1	2%	22	40%	55

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

23 Hvor godt synes du de smager? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Smager rigtig dårligt 1		2		3		Smager hverken godt eller dårligt 4		5		6		Smager fantastisk godt 7		Ubs.		
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Basis
hvidt sukker	0	0%	1	2%	1	2%	7	13%	15	28%	14	26%	8	15%	8	15%	54
rørsukker	0	0%	0	0%	5	9%	5	9%	8	15%	15	28%	11	20%	10	19%	54

fruktose (frugtsukker)	0	0%	0	0%	1	2%	6	11 %	9	17 %	17	31 %	6	11 %	15	28 %	54
glucose (druesukker)	0	0%	0	0%	3	6%	7	13 %	8	15 %	11	20 %	9	17 %	16	30 %	54
honning	0	0%	2	4%	2	4%	2	4%	11	20 %	9	17 %	20	37 %	8	15 %	54
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	3	6%	19	35 %	3	6%	2	4%	3	6%	24	44 %	54
glucose sirup	0	0%	2	4%	2	4%	7	13 %	11	20 %	6	11 %	7	13 %	19	35 %	54
stevia	2	4%	0	0%	1	2%	8	15 %	3	6%	0	0%	1	2%	39	72 %	54
lakridsrod	1	2%	0	0%	2	4%	6	11 %	12	22 %	4	7%	12	22 %	17	31 %	54
erythritol (sukrin)	2	4%	0	0%	0	0%	9	17 %	0	0%	2	4%	0	0%	41	76 %	54
xylitol (birkesød)	0	0%	2	4%	3	6%	14	26 %	1	2%	2	4%	0	0%	32	59 %	54
maltitol	0	0%	0	0%	0	0%	10	19 %	1	2%	2	4%	1	2%	40	74 %	54
sukralose (splenda)	1	2%	0	0%	1	2%	6	11 %	1	2%	0	0%	0	0%	45	83 %	54
aspartam	7	13 %	5	9%	4	7%	8	15 %	3	6%	1	2%	0	0%	26	48 %	54
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	5	9%	1	2%	3	6%	10	19 %	4	7%	1	2%	0	0%	30	56 %	54

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

24 Hvor naturlige mener du de er? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Slet ikke naturligt 1		2		3		Hverken naturligt eller unaturligt 4		5		6		Fuldstændig naturligt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	1	2%	5	9%	4	8%	7	13%	6	11%	5	9%	16	30%	9	17%	53
rørsukker	0	0%	1	2%	0	0%	2	4%	5	9%	9	17%	27	51%	9	17%	53
fruktose (frugtsukker)	1	2%	0	0%	0	0%	2	4%	5	9%	7	13%	26	49%	12	23%	53
glucose (druesukker)	1	2%	0	0%	1	2%	6	11%	10	19%	7	13%	19	36%	9	17%	53
honning	0	0%	0	0%	0	0%	2	4%	2	4%	6	11%	34	64%	9	17%	53
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	2	4%	6	11%	6	11%	8	15%	18	34%	13	25%	53
glucose sirup	2	4%	2	4%	3	6%	4	8%	9	17%	8	15%	10	19%	15	28%	53
stevia	5	9%	2	4%	2	4%	4	8%	3	6%	0	0%	5	9%	32	60%	53
lakridsrod	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	6	11%	4	8%	29	55%	13	25%	53
erythritol	12	23%	2	4%	2	4%	3	6%	0	0%	0	0%	1	2%	33	62%	53
xylitol	11	21%	2	4%	1	2%	8	15%	1	2%	0	0%	2	4%	28	53%	53
maltitol	6	11	3	6%	3	6%	6	11%	3	6%	0	0%	3	6%	29	55	53

		%															%	
sukralose	6	11 %	3	6%	1	2%	5	9%	2	4%	0	0%	1	2%		35	66 %	53
aspartam	22	42 %	7	13 %	1	2%	3	6%	0	0%	0	0%	0	0%		20	38 %	53
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	21	40 %	4	8%	0	0%	3	6%	0	0%	0	0%	0	0%		25	47 %	53

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

25 Toms har et slikprodukt der hedder Nellie Dellies. Kender du det?	Abs.	Pct.
Ja	16	31%
Nej	33	65%
Har måske set/hørt om det	2	4%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

26	Abs.	Pct.
Jeg har set en eller flere slags før	12	24%
Jeg har set og smagt en eller flere slags før	15	29%
Jeg kender dem ikke	24	47%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

27 Har du hørt om stevia?	Abs.	Pct.
Ja	13	25%
Nej	35	69%
Måske	3	6%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

28 Hvis ja, hvor godt kender du da stevia? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Har kun hørt navnet	4	8%
Har en idé om hvad det er	4	8%
Har set det/brugt det/kender nogen der bruger det	7	14%
Kender det godt/bruger det selv	1	2%
Ubesvaret	35	69%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

29 Hvis du kender til stevia, hvad er så dit generelle indtryk? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Synes ikke om	0	0%
Neutral	5	10%
Synes godt om	7	14%

Synes rigtig godt om	2	4%
Ubesvaret	37	73%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

30 Hvordan ville du føle dig hvis der på forsiden af en pakke Nellie Dellies står: "With sweetener from the stevia plant"?	Abs.	Pct.
forvirret	7	14%
interesseret	17	33%
skeptisk	9	18%
indforstået	2	4%
nysgerrig	17	33%
overtalt	0	0%
bange	0	0%
ligeglad	9	18%
skuffet	0	0%
begejstret	4	8%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	13	25%

Ubesvaret	1	2%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

31 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "No sugar added/ Made from raw liquorice"?	Abs.	Pct.
forvirret	2	4%
interesseret	19	37%
skeptisk	8	16%
indforstået	6	12%
nysgerrig	7	14%
overtalt	7	14%
bange	0	0%
ligeglad	9	18%
skuffet	1	2%
begeistret	12	24%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	5	10%
Ubesvaret	3	6%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

32 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "Rich on fibres - Enjoy in moderation"?	Abs.	Pct.
forvirret	14	27%
interesseret	6	12%
skeptisk	15	29%
indforstået	6	12%
nysgerrig	4	8%
overtalt	3	6%
bange	2	4%
ligeglad	11	22%
skuffet	0	0%
begeistret	4	8%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	3	6%
Ubesvaret	4	8%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

33 Her er nogle af de nye Nellie Dellies. På bagsiden står følgende oplysninger: Toms Nellie Dellies - A new generation of candy *No sugar added *Less calories - Fibres instead of sugar *Grain fibres - From corn, wheat and chicory *Med sødestof fra planten stevia *Rich on fibres - Enjoy in moderation *Liquorice root - No colours added Sød lakrids Ingredienser: fyldemiddel (polydextrose), oligofruktose, hvededextrin, fortykningsmiddel (arabisk gummi), oksegeatine, rålakrids, salt, aroma, vegetabilsk olie, overfladebehandlingsmiddel (carnaubavoks), sødestof (steviol glycosider). Opbevares tørt og køligt. Kan indeholde spor af gluten. Uden tilsat sukker. Ingen sukkeralkoholer. 70% fibre - bør nydes i små mængder. 40% færre kalorier. Ikke tilsat farvestoffer. Per 100g: Energi 825 kJ/ 195 kcal Protein 7 g Kulhydrater 8 g, -heraf sukkerarter 0,8 g, -heraf sukkeralkoholer 0 g Fedt 0,3 g, -heraf mættede fedtsyrer 0 g Kostfibre 70g Natrium (salt) 0,04 g (0,1 g) Netto 90 g Hvor godt informeret føler du dig til at købe produktet?	Abs.	Pct.
For lidt informeret	8	16%
Tilpas informeret	39	76%
For meget informeret	4	8%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

34 Ville du have lyst til at købe de nye Nellie Dellies?	Abs.	Pct.
Ja, helt sikkert	5	10%

Ja, muligvis	26	51%
Nej, ikke specielt	16	31%
Nej, slet ikke	3	6%
Ubesvaret	1	2%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

35 Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år. Vidste du det?	Abs.	Pct.
Ja, det meste	7	14%
Ja, men kun lidt af det	8	16%
Nej, det er nyt for mig	36	71%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

36 Ville du købe Nellie Dellies ud fra dit nuværende kendskab til stevia?	Abs.	Pct.
Ja, gerne	28	55%
Nej	10	20%
Jeg er interesseret i produkter med stevia, men ikke Nellie Dellies	12	24%
Jeg er er interesseret i Nellie Dellies, men stevia er ikke grunden	1	2%
Ubesvaret	2	4%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

Filter: [Mand]

Udført af: Johann Thomsen (wwdane)

Virksomhedsnavn:

Antal besvarelser: 67

Udførelsestidspunkt: 24-09-2012 10:44:09

Kvinder

1 Køn	Abs.	Pct.
Mand	0	0%
Kvinde	107	100 %
Ubesvaret	0	0%
Basis	107	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

2 Alder	Abs.	Pct.
<18	1	1%
18-25	46	43%
26-35	35	33%
36-50	16	15%
51+	9	8%
Ubesvaret	0	0%
Basis	107	

--	--

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

3 Bopælsregion (eller region med størst tilhørsforhold)	Abs.	Pct.
Nordjylland	7	7%
Midtjylland	12	11%
Syddanmark	16	15%
Sjælland	14	13%
Hovedstaden	58	54%
Ubesvaret	0	0%
Basis	107	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

4 Afsluttet uddannelse	Abs.	Pct.
Folkeskole	3	3%
Gymnasial uddannelse	25	24%
Kort/mellemlang videregående uddannelse	56	54%
Lang videregående	18	17%
Faglært	2	2%
Ubesvaret	0	0%
Basis	104	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

5 Social status	Abs.	Pct.
Single/eneboende, uden børn	43	41%
Single/eneboende, med børn	6	6%
Samlevende/gift, uden børn	29	28%
Samlevende/gift, med børn	26	25%
Ubesvaret	1	1%
Basis	105	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

6 Omtrentlig personlig indkomst efter skat (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
0-99.999	28	27%
100.000-199.999	30	29%
200.000-299.999	16	15%
300.000+	13	12%
Ubesvaret	18	17%
Basis	105	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

7 Et sødestof er et hvilket som helst stof der smager sødt. Hvilke sødestoffer kender du til? (Afkryds også hvis du kun kender dem meget begrænset)	Abs.	Pct.
hvidt sukker	100	99%
rørsukker	99	98%

fruktose (frugtsukker)	85	84%
glucose (druesukker)	93	92%
honning	98	97%
lactose (mælkesukker)	79	78%
glucose sirup	72	71%
stevia	35	35%
lakridsrod	69	68%
erythritol (sukrin)	25	25%
maltitol	22	22%
xylitol (birkesød)	41	41%
sorbitol	54	53%
sukralose (splenda)	6	6%
aspartam	51	50%
acesulfam-k	11	11%
sakkarin	43	43%
cyklamat	9	9%
Ubesvaret	0	0%
Basis	101	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

8 I de følgende 8 spørgsmål skal du vælge hvilke egenskaber der er vigtigst for dig, hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof: (Afkryds det du er mest enig i)	Abs.	Pct.
Det er så naturligt som muligt	73	76%
Det må gerne være fremstillet	0	0%
Naturligt som fremstillet passer mig begge fint	23	24%
Ubesvaret	0	0%
Basis	96	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

9 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 2	Abs.	Pct.
Sødmen føles i samme øjeblik jeg smager på noget, men holder i begrænset tid	21	22%
Sødmen føles et øjeblik efter jeg smager på noget, men bliver ved længere	21	22%
Jeg har ingen præferencer	53	56%
Ubesvaret	0	0%
Basis	95	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

10 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 3	Abs.	Pct.
Indeholder så få kalorier som muligt	64	68%
Det må gerne være energirigt	4	4%
Kalorier spiller ingen rolle	26	28%
Ubesvaret	0	0%
Basis	94	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

11 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 4	Abs.	Pct.
Selv ved store doser må det ikke give mig fordøjelsesgener som oppustethed eller afførende virkning	52	55%
Det er ikke vigtigt for mig/ Jeg bekymrer mig ikke om det	42	45%

Ubesvaret	0	0%
Basis	94	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

12 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 5	Abs.	Pct.
Det skal have så tæt på samme smag som hvidt sukker som mulig	24	27%
Jeg foretrækker når det indeholder nuancer der adskiller sig fra hvidt sukker (som fx honning, rørsukker, lakridsrod o.l.)	39	44%
Hvad som helst, bare det er sødt	25	28%
Ubesvaret	0	0%
Basis	88	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

13 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 6	Abs.	Pct.

Det må gerne øge blodsukkeret	13	15%
Det er godt hvis det ikke øger blodsukkeret	39	44%
Blodsukker er ikke et vigtigt parameter for mig	36	41%
Ubesvaret	0	0%
Basis	88	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

14 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 7	Abs.	Pct.
En lille mængde søder tilstrækkeligt, men det er sværere at dosere	30	35%
Der skal en stor mængde til for samme sødme, men det er nemmere at dosere	8	9%
Dosering er ikke et vigtigt parameter for mig	48	56%
Ubesvaret	0	0%
Basis	86	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

15 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 8	Abs.	Pct.
Jeg foretrækker at benytte ét sødestof jeg kan bruge på samme måde til alt (flydende, fast, bagning, osv.)	34	40%
Jeg foretrækker at benytte flere sødestoffer med forskellige egenskaber, og blander gerne ingredienser for at tilpasse smag og konsistens	34	40%
Jeg har ingen præferencer	18	21%
Ubesvaret	0	0%
Basis	86	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

16 Begrænser du bevidst dit indtag af sukker?	Abs.	Pct.
Ja	65	77%
Nej	19	23%
Ubesvaret	0	0%
Basis	84	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

17 Hvis ja, hvorfor begrænser du dit indtag? (Hvis nej, forestil dig hvilken grund ville være mest sandsynlig hvis du skulle begrænse sukkerindtag)	Abs.	Pct.
Det giver mig for mange kalorier/ Jeg passer på vægten	46	55%
Min krop tager generelt skade af for meget tilsat sukker (tænder, almen sundhed)	51	61%
Min tilstand kræver det (diabetes, stofskifte, fordøjelse, o.l.)	3	4%
Ubesvaret	5	6%
Basis	84	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

18 Indtager du slik og sukkerholdige produkter netop pga sukkeret? (Trang til hurtig energi, vild med smagen af sukker, sukerafhængighed, højt stofskifte)	Abs.	Pct.
Ja	27	32%
Nej	29	35%
Det sker, men er ikke hovedreglen	28	33%

Ubesvaret	0	0%
Basis	84	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

19 Indtager du sukkerholdigt slik af sociale årsager (fredag aftens slik, hygge med vennerne, festlige lejligheder, osv.)?	Abs.	Pct.
Ja, det er i høj grad rigtigt	28	33%
Ja, det passer nogle gange	49	58%
Nej	7	8%
Ubesvaret	0	0%
Basis	84	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

20 Indtager du såkaldte light-produkter, der indeholder kunstige sødemidler (som aspartam, cyclamat, sakkarin og andre)?	Abs.	Pct.
Ja, det passer mig fint	17	20%
Ja, men jeg ville helst undgå det	21	25%
Nej, men det ville ikke genere mig	9	11%
Nej, det er noget jeg undgår	37	44%
Ubesvaret	0	0%
Basis	84	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

21 Hvis du kunne få et slikprodukt der var sødet med noget som ikke er usundt, men både naturligt, kaloriefrit og velsmagende, ville du da spise mere slik/ ophæve din nuværende slikbegrænsning?	Abs.	Pct.
Ja	45	54%
Nej	36	43%
Jeg spiser ikke slik	3	4%
Ubesvaret	0	0%
Basis	84	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

22 Hvor sunde mener du følgende sødestoffer er, ifølge egen bedømmelse og opfattelse? (Undlad kun at svare på det du slet ikke kender)	Meget usundt 1		2		3		Hverken sundt eller usundt 4		5		6		Meget sundt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	29	35 %	18	22 %	10	12 %	12	14 %	5	6%	2	2%	1	1%	6	7%	83
rørsukker	6	7%	12	14 %	19	23 %	16	19 %	15	18 %	4	5%	1	1%	10	12 %	83
fruktose (frugtsukker)	2	2%	4	5%	9	11 %	24	29 %	23	28 %	8	10 %	3	4%	10	12 %	83
glucose (druesukker)	3	4%	5	6%	14	17 %	21	25 %	18	22 %	8	10 %	1	1%	13	16 %	83
honning	3	4%	3	4%	12	14 %	13	16 %	21	25 %	16	19 %	8	10 %	7	8%	83
lactose (mælkesukker)	1	1%	3	4%	14	17 %	26	31 %	21	25 %	3	4%	1	1%	14	17 %	83
glucose sirup	9	11 %	8	10 %	13	16 %	17	20 %	11	13 %	4	5%	0	0%	21	25 %	83
stevia	3	4%	5	6%	2	2%	20	24 %	6	7%	3	4%	4	5%	40	48 %	83
lakridsrod	2	2%	3	4%	5	6%	17	20	16	19	17	20	7	8%	16	19	83

								%		%		%				%		
erythritol (sukrin)	4	5%	5	6%	4	5%	18	22 %	3	4%	3	4%	0	0%		46	55 %	83
xylitol (birkesød)	2	2%	9	11 %	7	8%	15	18 %	4	5%	7	8%	1	1%		38	46 %	83
maltitol	5	6%	2	2%	4	5%	19	23 %	4	5%	0	0%	0	0%		49	59 %	83
sukralose (splenda)	2	2%	5	6%	4	5%	17	20 %	1	1%	1	1%	0	0%		53	64 %	83
aspartam	25	30 %	8	10 %	5	6%	8	10 %	2	2%	0	0%	0	0%		35	42 %	83
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	19	23 %	13	16 %	6	7%	7	8%	0	0%	0	0%	0	0%		38	46 %	83

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

23 Hvor godt synes du de smager? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Smager rigtig dårligt 1		2		3		Smager hverken godt eller dårligt 4		5		6		Smager fantastisk godt 7		Ubs.		
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Basis
hvidt sukker	2	2%	0	0%	4	5%	6	7%	16	20%	32	39%	11	13%	11	13%	82
rørsukker	1	1%	1	1%	1	1%	4	5%	11	13%	32	39%	21	26%	11	13%	82

fruktose (frugtsukker)	0	0%	1	1%	0	0%	10	12 %	21	26 %	21	26 %	11	13 %	18	22 %	82
glucose (druesukker)	1	1%	2	2%	2	2%	10	12 %	23	28 %	16	20 %	7	9%	21	26 %	82
honning	3	4%	5	6%	5	6%	4	5%	11	13 %	22	27 %	25	30 %	7	9%	82
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	8	10 %	26	32 %	9	11 %	2	2%	1	1%	36	44 %	82
glucose sirup	0	0%	2	2%	1	1%	18	22 %	18	22 %	2	2%	6	7%	35	43 %	82
stevia	2	2%	3	4%	2	2%	11	13 %	4	5%	4	5%	0	0%	56	68 %	82
lakridsrod	6	7%	1	1%	3	4%	12	15 %	16	20 %	17	21 %	10	12 %	17	21 %	82
erythritol (sukrin)	2	2%	3	4%	2	2%	14	17 %	0	0%	2	2%	1	1%	58	71 %	82
xylitol (birkesød)	0	0%	2	2%	3	4%	19	23 %	6	7%	1	1%	0	0%	51	62 %	82
maltitol	1	1%	3	4%	2	2%	16	20 %	0	0%	2	2%	1	1%	57	70 %	82
sukralose (splenda)	2	2%	2	2%	1	1%	11	13 %	1	1%	2	2%	0	0%	63	77 %	82
aspartam	10	12 %	6	7%	3	4%	18	22 %	2	2%	2	2%	0	0%	41	50 %	82
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	7	9%	7	9%	3	4%	14	17 %	1	1%	2	2%	1	1%	47	57 %	82

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

24 Hvor naturlige mener du de er? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Slet ikke naturligt 1		2		3		Hverken naturligt eller unaturligt 4		5		6		Fuldstændig naturligt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	2	3%	8	11 %	7	9%	7	9%	19	25 %	10	13 %	12	16%	11	14 %	76
rørsukker	0	0%	2	3%	1	1%	1	1%	21	28 %	18	24 %	23	30%	10	13 %	76
fruktose (frugtsukker)	0	0%	1	1%	0	0%	6	8%	9	12 %	12	16 %	32	42%	16	21 %	76
glucose (druesukker)	0	0%	2	3%	4	5%	9	12%	13	17 %	13	17 %	17	22%	18	24 %	76
honning	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	5	7%	19	25 %	41	54%	10	13 %	76
lactose (mælkesukker)	0	0%	2	3%	4	5%	8	11%	10	13 %	12	16 %	21	28%	19	25 %	76
glucose sirup	1	1%	3	4%	2	3%	16	21%	10	13 %	8	11 %	6	8%	30	39 %	76
stevia	6	8%	1	1%	4	5%	5	7%	0	0%	7	9%	11	14%	42	55 %	76
lakridsrod	0	0%	0	0%	0	0%	4	5%	4	5%	13	17 %	40	53%	15	20 %	76
erythritol	10	13 %	5	7%	5	7%	6	8%	0	0%	1	1%	0	0%	49	64 %	76
xylitol	9	12 %	9	12 %	5	7%	6	8%	3	4%	0	0%	1	1%	43	57 %	76
maltitol	8	11	4	5%	4	5%	9	12%	4	5%	1	1%	2	3%	44	58	76

		%															%	
sukralose	4	5%	4	5%	5	7%	9	12%	1	1%	1	1%	2	3%		50	66%	76
aspartam	27	36%	6	8%	6	8%	3	4%	0	0%	0	0%	0	0%		34	45%	76
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	28	37%	7	9%	0	0%	2	3%	1	1%	0	0%	0	0%		38	50%	76

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

25 Toms har et slikprodukt der hedder Nellie Dellies. Kender du det?	Abs.	Pct.
Ja	39	51%
Nej	28	37%
Har måske set/hørt om det	9	12%
Ubesvaret	0	0%
Basis	76	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

26	Abs.	Pct.
Jeg har set en eller flere slags før	20	27%
Jeg har set og smagt en eller flere slags før	36	49%
Jeg kender dem ikke	18	24%
Ubesvaret	0	0%
Basis	74	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

27 Har du hørt om stevia?	Abs.	Pct.
Ja	29	39%
Nej	40	54%
Måske	5	7%
Ubesvaret	0	0%
Basis	74	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

28 Hvis ja, hvor godt kender du da stevia? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Har kun hørt navnet	11	15%
Har en idé om hvad det er	11	15%
Har set det/brugt det/kender nogen der bruger det	12	16%
Kender det godt/bruger det selv	3	4%
Ubesvaret	37	50%
Basis	74	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

29 Hvis du kender til stevia, hvad er så dit generelle indtryk? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Synes ikke om	1	1%
Neutral	12	16%
Synes godt om	11	15%

Synes rigtig godt om	3	4%
Ubesvaret	47	64%
Basis	74	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

30 Hvordan ville du føle dig hvis der på forsiden af en pakke Nellie Dellies står: "With sweetener from the stevia plant"?	Abs.	Pct.
forvirret	20	27%
interesseret	31	42%
skeptisk	12	16%
indforstået	5	7%
nysgerrig	30	41%
overtalt	6	8%
bange	2	3%
ligeglad	8	11%
skuffet	0	0%
begejstret	6	8%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	20	27%

Ubesvaret	0	0%
Basis	74	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

31 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "No sugar added/ Made from raw liquorice"?	Abs.	Pct.
forvirret	4	5%
interesseret	29	39%
skeptisk	11	15%
indforstået	8	11%
nysgerrig	18	24%
overtalt	13	18%
bange	0	0%
ligeglad	7	9%
skuffet	3	4%
begeistret	21	28%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	9	12%
Ubesvaret	1	1%
Basis	74	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

32 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "Rich on fibres - Enjoy in moderation"?	Abs.	Pct.
forvirret	14	19%
interesseret	15	20%
skeptisk	30	41%
indforstået	8	11%
nysgerrig	17	23%
overtalt	2	3%
bange	1	1%
ligeglad	9	12%
skuffet	3	4%
begejstret	4	5%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	6	8%
Ubesvaret	1	1%
Basis	74	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

33 Her er nogle af de nye Nellie Dellies. På bagsiden står følgende oplysninger: Toms Nellie Dellies - A new generation of candy *No sugar added *Less calories - Fibres instead of sugar *Grain fibres - From corn, wheat and chicory *Med sødestof fra planten stevia *Rich on fibres - Enjoy in moderation *Liquorice root - No colours added Sød lakrids Ingredienser: fyldemiddel (polydextrose), oligofruktose, hvededextrin, fortykningsmiddel (arabisk gummi), oksegeatine, rålakrids, salt, aroma, vegetabilsk olie, overfladebehandlingsmiddel (carnaubavoks), sødestof (steviol glycosider). Opbevares tørt og køligt. Kan indeholde spor af gluten. Uden tilsat sukker. Ingen sukkeralkoholer. 70% fibre - bør nydes i små mængder. 40% færre kalorier. Ikke tilsat farvestoffer. Per 100g: Energi 825 kJ/ 195 kcal Protein 7 g Kulhydrater 8 g, -heraf sukkerarter 0,8 g, -heraf sukkeralkoholer 0 g Fedt 0,3 g, -heraf mættede fedtsyrer 0 g Kostfibre 70g Natrium (salt) 0,04 g (0,1 g) Netto 90 g Hvor godt informeret føler du dig til at købe produktet?	Abs.	Pct.
For lidt informeret	14	19%
Tilpas informeret	56	76%
For meget informeret	3	4%
Ubesvaret	1	1%
Basis	74	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

34 Ville du have lyst til at købe de nye Nellie Dellies?	Abs.	Pct.
Ja, helt sikkert	18	24%

Ja, muligvis	28	38%
Nej, ikke specielt	24	32%
Nej, slet ikke	4	5%
Ubesvaret	0	0%
Basis	74	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

35 Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år. Vidste du det?	Abs.	Pct.
Ja, det meste	10	14%
Ja, men kun lidt af det	11	15%
Nej, det er nyt for mig	52	70%
Ubesvaret	1	1%
Basis	74	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

36 Ville du købe Nellie Dellies ud fra dit nuværende kendskab til stevia?	Abs.	Pct.
Ja, gerne	38	51%
Nej	15	20%
Jeg er interesseret i produkter med stevia, men ikke Nellie Dellies	15	20%
Jeg er er interesseret i Nellie Dellies, men stevia er ikke grunden	7	9%
Ubesvaret	2	3%
Basis	74	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

Filter: [Kvinde]

Udført af: Johann Thomsen (wwdane)

Virksomhedsnavn:

Antal besvarelser: 107

Udførelsestidspunkt: 24-09-2012 10:35:58

Under 26

1 Køn	Abs.	Pct.
Mand	25	35%
Kvinde	47	65%
Ubesvaret	0	0%
Basis	72	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

2 Alder	Abs.	Pct.
<18	1	1%
18-25	71	99%
26-35	0	0%
36-50	0	0%
51+	0	0%
Ubesvaret	0	0%
Basis	72	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

3 Bopælsregion (eller region med størst tilhørsforhold)	Abs.	Pct.
Nordjylland	10	14%
Midtjylland	13	18%
Syddanmark	11	15%
Sjælland	6	8%
Hovedstaden	32	44%
Ubesvaret	0	0%
Basis	72	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

4 Afsluttet uddannelse	Abs.	Pct.
Folkeskole	7	10%

Gymnasial uddannelse	30	42%
Kort/mellemlang videregående uddannelse	29	41%
Lang videregående	3	4%
Faglært	2	3%
Ubesvaret	0	0%
Basis	71	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

5 Social status	Abs.	Pct.
Single/eneboende, uden børn	47	66%
Single/eneboende, med børn	0	0%
Samlevende/gift, uden børn	24	34%
Samlevende/gift, med børn	0	0%
Ubesvaret	0	0%
Basis	71	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

6 Omtrentlig personlig indkomst efter skat (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
0-99.999	35	49%
100.000-199.999	23	32%
200.000-299.999	3	4%
300.000+	1	1%
Ubesvaret	9	13%
Basis	71	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

7 Et sødestof er et hvilket som helst stof der smager sødt. Hvilke sødestoffer kender du til? (Afkryds også hvis du kun kender dem meget begrænset)	Abs.	Pct.
hvidt sukker	66	97%
rørsukker	66	97%
fruktose (frugtsukker)	59	87%
glucose (druesukker)	64	94%

honning	65	96%
lactose (mælkesukker)	53	78%
glucose sirup	44	65%
stevia	15	22%
lakridsrod	48	71%
erythritol (sukrin)	11	16%
maltitol	9	13%
xylitol (birkesød)	15	22%
sorbitol	19	28%
sukralose (splenda)	4	6%
aspartam	18	26%
acesulfam-k	4	6%
sakkarin	17	25%
cyklamat	1	1%
Ubesvaret	0	0%
Basis	68	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

8 I de følgende 8 spørgsmål skal du vælge hvilke egenskaber der er vigtigst for dig, hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof: (Afkryds det du er mest enig i)	Abs.	Pct.
Det er så naturligt som muligt	37	60%
Det må gerne være fremstillet	3	5%
Naturligt som fremstillet passer mig begge fint	22	35%
Ubesvaret	0	0%
Basis	62	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

9 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 2	Abs.	Pct.
Sødmen føles i samme øjeblik jeg smager på noget, men holder i begrænset tid	18	30%
Sødmen føles et øjeblik efter jeg smager på noget, men bliver ved længere	14	23%
Jeg har ingen præferencer	29	48%
Ubesvaret	0	0%
Basis	61	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

10 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 3	Abs.	Pct.
Indeholder så få kalorier som muligt	41	68%
Det må gerne være energirigt	9	15%
Kalorier spiller ingen rolle	10	17%
Ubesvaret	0	0%
Basis	60	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

11 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 4	Abs.	Pct.
Selv ved store doser må det ikke give mig fordøjelsesgener som oppustethed eller afførende virkning	37	62%
Det er ikke vigtigt for mig/ Jeg bekymrer mig ikke om det	23	38%
Ubesvaret	0	0%

Basis	60
-------	----

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

12 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 5	Abs.	Pct.
Det skal have så tæt på samme smag som hvidt sukker som mulig	11	21%
Jeg foretrækker når det indeholder nuancer der adskiller sig fra hvidt sukker (som fx honning, rørsukker, lakridsrod o.l.)	24	45%
Hvad som helst, bare det er sødt	18	34%
Ubesvaret	0	0%
Basis	53	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

13 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 6	Abs.	Pct.
Det må gerne øge blodsukkeret	7	13%

Det er godt hvis det ikke øger blodsukkeret	21	40%
Blodsukker er ikke et vigtigt parameter for mig	25	47%
Ubesvaret	0	0%
Basis	53	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

14 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 7	Abs.	Pct.
En lille mængde søder tilstrækkeligt, men det er sværere at dosere	19	38%
Der skal en stor mængde til for samme sødme, men det er nemmere at dosere	5	10%
Dosering er ikke et vigtigt parameter for mig	26	52%
Ubesvaret	0	0%
Basis	50	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

15 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 8	Abs.	Pct.
Jeg foretrækker at benytte ét sødestof jeg kan bruge på samme måde til alt (flydende, fast, bagning, osv.)	15	30%
Jeg foretrækker at benytte flere sødestoffer med forskellige egenskaber, og blander gerne ingredienser for at tilpasse smag og konsistens	21	42%
Jeg har ingen præferencer	14	28%
Ubesvaret	0	0%
Basis	50	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

16 Begrænser du bevidst dit indtag af sukker?	Abs.	Pct.
Ja	37	74%
Nej	13	26%
Ubesvaret	0	0%
Basis	50	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

17 Hvis ja, hvorfor begrænser du dit indtag? (Hvis nej, forestil dig hvilken grund ville være mest sandsynlig hvis du skulle begrænse sukkerindtag)	Abs.	Pct.
Det giver mig for mange kalorier/ Jeg passer på vægten	29	58%
Min krop tager generelt skade af for meget tilsat sukker (tænder, almen sundhed)	22	44%
Min tilstand kræver det (diabetes, stofskifte, fordøjelse, o.l.)	1	2%
Ubesvaret	7	14%
Basis	50	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

18 Indtager du slik og sukkerholdige produkter netop pga sukkeret? (Trang til hurtig energi, vild med smagen af sukker, sukkeafhængighed, højt stofskifte)	Abs.	Pct.
Ja	13	26%
Nej	19	38%
Det sker, men er ikke hovedreglen	18	36%
Ubesvaret	0	0%

Basis	50	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

19 Indtager du sukkerholdigt slik af sociale årsager (fredag aftens slik, hygge med vennerne, festlige lejligheder, osv.)?	Abs.	Pct.
Ja, det er i høj grad rigtigt	21	42%
Ja, det passer nogle gange	23	46%
Nej	6	12%
Ubesvaret	0	0%
Basis	50	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

20 Indtager du såkaldte light-produkter, der indeholder kunstige sødemidler (som aspartam, cyclamat, sakkarin og andre)?	Abs.	Pct.
Ja, det passer mig fint	18	36%

Ja, men jeg ville helst undgå det	6	12%
Nej, men det ville ikke genere mig	8	16%
Nej, det er noget jeg undgår	18	36%
Ubesvaret	0	0%
Basis	50	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

21 Hvis du kunne få et slikprodukt der var sødet med noget som ikke er usundt, men både naturligt, kalorfrit og velsmagende, ville du da spise mere slik/ ophæve din nuværende slikbegrænsning?	Abs.	Pct.
Ja	31	62%
Nej	17	34%
Jeg spiser ikke slik	2	4%
Ubesvaret	0	0%
Basis	50	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

22 Hvor sunde mener du følgende sødestoffer er, ifølge egen bedømmelse og opfattelse? (Undlad kun at svare på det du slet ikke kender)	Meget usundt 1		2		3		Hverken sundt eller usundt 4		5		6		Meget sundt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	20	40 %	9	18 %	5	10 %	8	16 %	4	8%	2	4%	0	0%	2	4%	50
rørsukker	1	2%	10	20 %	9	18 %	8	16 %	9	18 %	4	8%	0	0%	9	18 %	50
fruktose (frugtsukker)	1	2%	3	6%	7	14 %	12	24 %	9	18 %	8	16 %	4	8%	6	12 %	50
glucose (druesukker)	0	0%	5	10 %	7	14 %	11	22 %	10	20 %	7	14 %	1	2%	9	18 %	50
honning	1	2%	3	6%	12	24 %	7	14 %	11	22 %	12	24 %	2	4%	2	4%	50
lactose (mælkesukker)	0	0%	3	6%	11	22 %	13	26 %	12	24 %	1	2%	1	2%	9	18 %	50
glucose sirup	7	14 %	6	12 %	9	18 %	8	16 %	4	8%	1	2%	0	0%	15	30 %	50
stevia	2	4%	1	2%	1	2%	13	26 %	3	6%	2	4%	2	4%	26	52 %	50
lakridsrod	1	2%	2	4%	4	8%	10	20 %	5	10 %	15	30 %	5	10 %	8	16 %	50
erythritol (sukrin)	1	2%	1	2%	3	6%	14	28 %	1	2%	1	2%	0	0%	29	58 %	50

xylitol (birkesød)	1	2%	2	4%	2	4%	9	18%	3	6%	3	6%	1	2%	29	58%	50
maltitol	1	2%	1	2%	1	2%	14	28%	3	6%	0	0%	0	0%	30	60%	50
sukralose (splenda)	1	2%	3	6%	1	2%	9	18%	1	2%	2	4%	0	0%	33	66%	50
aspartam	5	10%	2	4%	2	4%	12	24%	2	4%	0	0%	0	0%	27	54%	50
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	7	14%	5	10%	4	8%	7	14%	1	2%	0	0%	0	0%	26	52%	50

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

23 Hvor godt synes du de smager? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Smager rigtig dårligt 1		2		3		Smager hverken godt eller dårligt 4		5		6		Smager fantastisk godt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	2	4%	1	2%	3	6%	3	6%	11	22%	15	30%	7	14%	8	16%	50
rørsukker	1	2%	1	2%	2	4%	5	10%	7	14%	16	32%	9	18%	9	18%	50
fruktose (frugtsukker)	0	0%	1	2%	0	0%	4	8%	10	20%	13	26%	7	14%	15	30%	50
glucose (druesukker)	0	0%	2	4%	2	4%	4	8%	9	18%	14	28%	6	12%	13	26%	50

										%		%		%		%	
honning	2	4%	2	4%	3	6%	2	4%	9	18%	10	20%	17	34%	5	10%	50
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	3	6%	17	34%	3	6%	1	2%	0	0%	26	52%	50
glucose sirup	0	0%	1	2%	1	2%	6	12%	10	20%	4	8%	3	6%	25	50%	50
stevia	1	2%	1	2%	2	4%	7	14%	2	4%	1	2%	0	0%	36	72%	50
lakridsrod	3	6%	0	0%	1	2%	7	14%	9	18%	6	12%	9	18%	15	30%	50
erythritol (sukrin)	0	0%	0	0%	1	2%	9	18%	0	0%	0	0%	0	0%	40	80%	50
xylitol (birkesød)	0	0%	0	0%	0	0%	9	18%	0	0%	1	2%	0	0%	40	80%	50
maltitol	0	0%	0	0%	1	2%	8	16%	1	2%	3	6%	0	0%	37	74%	50
sukralose (splenda)	0	0%	0	0%	1	2%	6	12%	0	0%	0	0%	0	0%	43	86%	50
aspartam	1	2%	3	6%	2	4%	7	14%	3	6%	2	4%	0	0%	32	64%	50
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	2	4%	2	4%	3	6%	7	14%	3	6%	1	2%	0	0%	32	64%	50

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

24 Hvor naturlige mener du de er? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Slet ikke naturligt 1		2		3		Hverken naturligt eller unaturligt 4		5		6		Fuldstændig naturligt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	1	2%	8	17 %	6	13 %	3	6%	4	9%	5	11 %	7	15%	13	28 %	47
rørsukker	0	0%	2	4%	1	2%	2	4%	10	21 %	10	21 %	10	21%	12	26 %	47
fruktose (frugtsukker)	1	2%	0	0%	0	0%	3	6%	2	4%	7	15 %	18	38%	16	34 %	47
glucose (druesukker)	0	0%	1	2%	2	4%	4	9%	8	17 %	6	13 %	11	23%	15	32 %	47
honning	0	0%	0	0%	1	2%	2	4%	3	6%	6	13 %	24	51%	11	23 %	47
lactose (mælkesukker)	0	0%	2	4%	3	6%	4	9%	5	11 %	8	17 %	10	21%	15	32 %	47
glucose sirup	0	0%	2	4%	3	6%	6	13%	6	13 %	5	11 %	2	4%	23	49 %	47
stevia	3	6%	1	2%	4	9%	2	4%	0	0%	2	4%	4	9%	31	66 %	47
lakridsrod	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	2	4%	9	19 %	20	43%	15	32 %	47
erythritol	8	17 %	2	4%	1	2%	3	6%	0	0%	0	0%	0	0%	33	70 %	47
xylitol	3	6%	3	6%	3	6%	4	9%	0	0%	0	0%	0	0%	34	72 %	47
maltitol	4	9%	3	6%	1	2%	5	11%	3	6%	0	0%	1	2%	30	64 %	47
sukralose	5	11	0	0%	2	4%	4	9%	1	2%	0	0%	0	0%	35	74	47

		%															%	
aspartam	12	26 %	3	6%	2	4%	2	4%	0	0%	0	0%	0	0%		28	60 %	47
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	15	32 %	2	4%	0	0%	2	4%	1	2%	0	0%	0	0%		27	57 %	47

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

25 Toms har et slikprodukt der hedder Nellie Dellies. Kender du det?	Abs.	Pct.
Ja	21	47%
Nej	22	49%
Har måske set/hørt om det	2	4%
Ubesvaret	0	0%
Basis	45	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

26	Abs.	Pct.
Jeg har set en eller flere slags før	9	20%
Jeg har set og smagt en eller flere slags før	20	45%
Jeg kender dem ikke	15	34%
Ubesvaret	0	0%
Basis	44	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

27 Har du hørt om stevia?	Abs.	Pct.
Ja	11	25%
Nej	30	68%
Måske	3	7%
Ubesvaret	0	0%
Basis	44	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

28 Hvis ja, hvor godt kender du da stevia? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Har kun hørt navnet	2	5%
Har en idé om hvad det er	4	9%
Har set det/brugt det/kender nogen der bruger det	7	16%
Kender det godt/bruger det selv	0	0%
Ubesvaret	31	70%
Basis	44	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

29 Hvis du kender til stevia, hvad er så dit generelle indtryk? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Synes ikke om	0	0%
Neutral	5	11%
Synes godt om	8	18%
Synes rigtig godt om	0	0%

Ubesvaret	31	70%
Basis	44	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

30 Hvordan ville du føle dig hvis der på forsiden af en pakke Nellie Dellies står: "With sweetener from the stevia plant"?	Abs.	Pct.
forvirret	14	32%
interesseret	16	36%
skeptisk	6	14%
indforstået	1	2%
nysgerrig	15	34%
overtalt	2	5%
bange	2	5%
ligeglad	6	14%
skuffet	0	0%
begejstret	4	9%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	12	27%
Ubesvaret	1	2%

Basis	44
-------	----

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

31 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "No sugar added/ Made from raw liquorice"?	Abs.	Pct.
forvirret	1	2%
interesseret	20	45%
skeptisk	1	2%
indforstået	8	18%
nysgerrig	8	18%
overtalt	10	23%
bange	0	0%
ligeglad	6	14%
skuffet	0	0%
begeistret	14	32%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	4	9%
Ubesvaret	1	2%
Basis	44	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

32 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "Rich on fibres - Enjoy in moderation"?	Abs.	Pct.
forvirret	9	20%
interesseret	11	25%
skeptisk	14	32%
indforstået	5	11%
nysgerrig	7	16%
overtalt	4	9%
bange	1	2%
ligeglad	7	16%
skuffet	1	2%
begejstret	3	7%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	3	7%
Ubesvaret	2	5%
Basis	44	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

33 Her er nogle af de nye Nellie Dellies. På bagsiden står følgende oplysninger: Toms Nellie Dellies - A new generation of candy *No sugar added *Less calories - Fibres instead of sugar *Grain fibres - From corn, wheat and chicory *Med sødestof fra planten stevia *Rich on fibres - Enjoy in moderation *Licorice root - No colours added Sød lakrids Ingredienser: fyldemiddel (polydextrose), oligofruktose, hvededextrin, fortykningsmiddel (arabisk gummi), oksegeatine, rålakrids, salt, aroma, vegetabilsk olie, overfladebehandlingsmiddel (carnaubavoks), sødestof (steviol glycosider). Opbevares tørt og køligt. Kan indeholde spor af gluten. Uden tilsat sukker. Ingen sukkeralkoholer. 70% fibre - bør nydes i små mængder. 40% færre kalorier. Ikke tilsat farvestoffer. Per 100g: Energi 825 kJ/ 195 kcal Protein 7 g Kulhydrater 8 g, -heraf sukkerarter 0,8 g, -heraf sukkeralkoholer 0 g Fedt 0,3 g, -heraf mættede fedtsyrer 0 g Kostfibre 70g Natrium (salt) 0,04 g (0,1 g) Netto 90 g Hvor godt informeret føler du dig til at købe produktet?	Abs.	Pct.
For lidt informeret	7	16%
Tilpas informeret	36	82%
For meget informeret	1	2%
Ubesvaret	0	0%
Basis	44	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

34 Ville du have lyst til at købe de nye Nellie Dellies?	Abs.	Pct.
Ja, helt sikkert	6	14%
Ja, muligvis	20	45%

Nej, ikke specielt	16	36%
Nej, slet ikke	2	5%
Ubesvaret	0	0%
Basis	44	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

35 Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år. Vidste du det?	Abs.	Pct.
Ja, det meste	2	5%
Ja, men kun lidt af det	7	16%
Nej, det er nyt for mig	35	80%
Ubesvaret	0	0%
Basis	44	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

36 Ville du købe Nellie Dellies ud fra dit nuværende kendskab til stevia?	Abs.	Pct.
Ja, gerne	23	52%
Nej	9	20%
Jeg er interesseret i produkter med stevia, men ikke Nellie Dellies	11	25%
Jeg er er interesseret i Nellie Dellies, men stevia er ikke grunden	5	11%
Ubesvaret	0	0%
Basis	44	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

Filter: [<18, 18-25]

Udført af: Johann Thomsen (wwdane)

Virksomhedsnavn:

Antal besvarelser: 72

Udførelsestidspunkt: 24-09-2012 10:46:20

26 - 35

1 Køn	Abs.	Pct.
Mand	27	44%
Kvinde	35	56%
Ubesvaret	0	0%
Basis	62	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

2 Alder	Abs.	Pct.
<18	0	0%
18-25	0	0%
26-35	62	100 %
36-50	0	0%
51+	0	0%
Ubesvaret	0	0%
Basis	62	

--	--

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

3 Bopælsregion (eller region med størst tilhørsforhold)	Abs.	Pct.
Nordjylland	3	5%
Midtjylland	6	10%
Syddanmark	6	10%
Sjælland	7	11%
Hovedstaden	40	65%
Ubesvaret	0	0%
Basis	62	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

4 Afsluttet uddannelse	Abs.	Pct.
Folkeskole	0	0%
Gymnasial uddannelse	11	18%
Kort/mellemlang videregående uddannelse	33	53%
Lang videregående	17	27%
Faglært	1	2%
Ubesvaret	0	0%
Basis	62	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

5 Social status	Abs.	Pct.
Single/eneboende, uden børn	18	29%
Single/eneboende, med børn	2	3%
Samlevende/gift, uden børn	22	35%
Samlevende/gift, med børn	20	32%
Ubesvaret	0	0%
Basis	62	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

6 Omtrentlig personlig indkomst efter skat (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
0-99.999	9	15%
100.000-199.999	23	37%
200.000-299.999	14	23%
300.000+	9	15%
Ubesvaret	7	11%
Basis	62	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

7 Et sødestof er et hvilket som helst stof der smager sødt. Hvilke sødestoffer kender du til? (Afkryds også hvis du kun kender dem meget begrænset)	Abs.	Pct.
hvidt sukker	61	98%
rørsukker	60	97%

fruktose (frugtsukker)	53	85%
glucose (druesukker)	57	92%
honning	60	97%
lactose (mælkesukker)	51	82%
glucose sirup	48	77%
stevia	21	34%
lakridsrod	44	71%
erythritol (sukrin)	14	23%
maltitol	10	16%
xylitol (birkesød)	28	45%
sorbitol	35	56%
sukralose (splenda)	7	11%
aspartam	42	68%
acesulfam-k	6	10%
sakkarin	25	40%
cyklamat	4	6%
Ubesvaret	1	2%
Basis	62	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

8 I de følgende 8 spørgsmål skal du vælge hvilke egenskaber der er vigtigst for dig, hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof: (Afkryds det du er mest enig i)	Abs.	Pct.
Det er så naturligt som muligt	45	76%
Det må gerne være fremstillet	0	0%
Naturligt som fremstillet passer mig begge fint	14	24%
Ubesvaret	0	0%
Basis	59	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

9 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 2	Abs.	Pct.
Sødmen føles i samme øjeblik jeg smager på noget, men holder i begrænset tid	12	20%
Sødmen føles et øjeblik efter jeg smager på noget, men bliver ved længere	12	20%
Jeg har ingen præferencer	35	59%
Ubesvaret	0	0%
Basis	59	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

10 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 3	Abs.	Pct.
Indeholder så få kalorier som muligt	28	47%
Det må gerne være energirigt	10	17%
Kalorier spiller ingen rolle	21	36%
Ubesvaret	0	0%
Basis	59	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

11 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 4	Abs.	Pct.
Selv ved store doser må det ikke give mig fordøjelsesgener som oppustethed eller afførende virkning	27	46%
Det er ikke vigtigt for mig/ Jeg bekymrer mig ikke om det	32	54%

Ubesvaret	0	0%
Basis	59	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

12 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 5	Abs.	Pct.
Det skal have så tæt på samme smag som hvidt sukker som mulig	13	24%
Jeg foretrækker når det indeholder nuancer der adskiller sig fra hvidt sukker (som fx honning, rørsukker, lakridsrod o.l.)	29	53%
Hvad som helst, bare det er sødt	13	24%
Ubesvaret	0	0%
Basis	55	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

13 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 6	Abs.	Pct.
---	-------------	-------------

Det må gerne øge blodsukkeret	13	24%
Det er godt hvis det ikke øger blodsukkeret	21	38%
Blodsukker er ikke et vigtigt parameter for mig	21	38%
Ubesvaret	0	0%
Basis	55	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

14 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 7	Abs.	Pct.
En lille mængde søder tilstrækkeligt, men det er sværere at dosere	16	29%
Der skal en stor mængde til for samme sødme, men det er nemmere at dosere	6	11%
Dosering er ikke et vigtigt parameter for mig	33	60%
Ubesvaret	0	0%
Basis	55	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

15 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 8	Abs.	Pct.
Jeg foretrækker at benytte ét sødestof jeg kan bruge på samme måde til alt (flydende, fast, bagning, osv.)	16	29%
Jeg foretrækker at benytte flere sødestoffer med forskellige egenskaber, og blander gerne ingredienser for at tilpasse smag og konsistens	26	47%
Jeg har ingen præferencer	13	24%
Ubesvaret	0	0%
Basis	55	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

16 Begrænser du bevidst dit indtag af sukker?	Abs.	Pct.
Ja	36	67%
Nej	18	33%
Ubesvaret	0	0%
Basis	54	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

17 Hvis ja, hvorfor begrænser du dit indtag? (Hvis nej, forestil dig hvilken grund ville være mest sandsynlig hvis du skulle begrænse sukkerindtag)	Abs.	Pct.
Det giver mig for mange kalorier/ Jeg passer på vægten	26	48%
Min krop tager generelt skade af for meget tilsat sukker (tænder, almen sundhed)	32	59%
Min tilstand kræver det (diabetes, stofskifte, fordøjelse, o.l.)	2	4%
Ubesvaret	6	11%
Basis	54	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

18 Indtager du slik og sukkerholdige produkter netop pga sukkeret? (Trang til hurtig energi, vild med smagen af sukker, sukerafhængighed, højt stofskifte)	Abs.	Pct.
Ja	12	22%
Nej	19	35%
Det sker, men er ikke hovedreglen	23	43%

Ubesvaret	0	0%
Basis	54	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

19 Indtager du sukkerholdigt slik af sociale årsager (fredag aftens slik, hygge med vennerne, festlige lejligheder, osv.)?	Abs.	Pct.
Ja, det er i høj grad rigtigt	16	30%
Ja, det passer nogle gange	31	57%
Nej	7	13%
Ubesvaret	0	0%
Basis	54	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

20 Indtager du såkaldte light-produkter, der indeholder kunstige sødemidler (som aspartam, cyclamat, sakkarin og andre)?	Abs.	Pct.
Ja, det passer mig fint	6	11%
Ja, men jeg ville helst undgå det	18	33%
Nej, men det ville ikke genere mig	2	4%
Nej, det er noget jeg undgår	28	52%
Ubesvaret	0	0%
Basis	54	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

21 Hvis du kunne få et slikprodukt der var sødet med noget som ikke er usundt, men både naturligt, kaloriefrit og velsmagende, ville du da spise mere slik/ ophæve din nuværende slikbegrænsning?	Abs.	Pct.
Ja	27	50%
Nej	27	50%
Jeg spiser ikke slik	0	0%
Ubesvaret	0	0%
Basis	54	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

22 Hvor sunde mener du følgende sødestoffer er, ifølge egen bedømmelse og opfattelse? (Undlad kun at svare på det du slet ikke kender)	Meget usundt 1		2		3		Hverken sundt eller usundt 4		5		6		Meget sundt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	10	19 %	13	25 %	8	15 %	8	15 %	4	8%	1	2%	2	4%	7	13 %	53
rørsukker	4	8%	5	9%	13	25 %	9	17 %	13	25 %	4	8%	1	2%	4	8%	53
fruktose (frugtsukker)	2	4%	4	8%	5	9%	12	23 %	15	28 %	4	8%	2	4%	9	17 %	53
glucose (druesukker)	0	0%	5	9%	10	19 %	13	25 %	13	25 %	5	9%	1	2%	6	11 %	53
honning	0	0%	5	9%	6	11 %	7	13 %	10	19 %	14	26 %	4	8%	7	13 %	53
lactose (mælkesukker)	1	2%	4	8%	6	11 %	17	32 %	11	21 %	2	4%	1	2%	11	21 %	53
glucose sirup	4	8%	6	11 %	6	11 %	17	32 %	9	17 %	2	4%	0	0%	9	17 %	53
stevia	2	4%	3	6%	0	0%	12	23 %	5	9%	1	2%	3	6%	27	51 %	53
lakridsrod	3	6%	2	4%	4	8%	9	17	11	21	7	13	5	9%	12	23	53

								%		%		%				%	
erythritol (sukrin)	2	4%	4	8%	2	4%	8	15 %	3	6%	1	2%	1	2%	32	60 %	53
xylitol (birkesød)	2	4%	7	13 %	5	9%	9	17 %	1	2%	3	6%	2	4%	24	45 %	53
maltitol	6	11 %	1	2%	2	4%	7	13 %	2	4%	0	0%	1	2%	34	64 %	53
sukralose (splenda)	2	4%	4	8%	3	6%	9	17 %	0	0%	0	0%	1	2%	34	64 %	53
aspartam	21	40 %	6	11 %	5	9%	1	2%	2	4%	0	0%	1	2%	17	32 %	53
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	12	23 %	11	21 %	4	8%	2	4%	0	0%	0	0%	1	2%	23	43 %	53

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

23 Hvor godt synes du de smager? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Smager rigtig dårligt 1		2		3		Smager hverken godt eller dårligt 4		5		6		Smager fantastisk godt 7		Ubs.		
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Basis
hvidt sukker	0	0%	0	0%	1	2%	6	11%	13	25%	21	40%	5	9%	7	13%	53
rørsukker	0	0%	0	0%	1	2%	1	2%	6	11%	20	38%	16	30%	9	17%	53

fruktose (frugtsukker)	0	0%	0	0%	0	0%	7	13 %	7	13 %	20	38 %	6	11 %	13	25 %	53
glucose (druesukker)	1	2%	0	0%	0	0%	6	11 %	14	26 %	8	15 %	8	15 %	16	30 %	53
honning	1	2%	2	4%	2	4%	3	6%	9	17 %	13	25 %	17	32 %	6	11 %	53
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	5	9%	16	30 %	6	11 %	1	2%	3	6%	22	42 %	53
glucose sirup	0	0%	1	2%	1	2%	10	19 %	12	23 %	2	4%	8	15 %	19	36 %	53
stevia	3	6%	1	2%	0	0%	8	15 %	2	4%	2	4%	1	2%	36	68 %	53
lakridsrod	3	6%	0	0%	2	4%	4	8%	14	26 %	10	19 %	9	17 %	11	21 %	53
erythritol (sukrin)	3	6%	1	2%	1	2%	9	17 %	0	0%	2	4%	0	0%	37	70 %	53
xylitol (birkesød)	0	0%	3	6%	3	6%	12	23 %	6	11 %	1	2%	0	0%	28	53 %	53
maltitol	1	2%	2	4%	0	0%	9	17 %	0	0%	1	2%	0	0%	40	75 %	53
sukralose (splenda)	3	6%	1	2%	0	0%	6	11 %	2	4%	1	2%	0	0%	40	75 %	53
aspartam	9	17 %	6	11 %	2	4%	10	19 %	2	4%	0	0%	0	0%	24	45 %	53
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	8	15 %	5	9%	3	6%	6	11 %	2	4%	2	4%	1	2%	26	49 %	53

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

24 Hvor naturlige mener du de er? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Slet ikke naturligt 1		2		3		Hverken naturligt eller unaturligt 4		5		6		Fuldstændig naturligt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	2	4%	3	6%	3	6%	7	14%	13	26%	5	10%	12	24%	5	10%	50
rørsukker	0	0%	1	2%	0	0%	1	2%	10	20%	8	16%	25	50%	5	10%	50
fruktose (frugtsukker)	0	0%	0	0%	0	0%	3	6%	6	12%	7	14%	27	54%	7	14%	50
glucose (druesukker)	1	2%	0	0%	2	4%	7	14%	9	18%	8	16%	15	30%	8	16%	50
honning	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	11	22%	32	64%	6	12%	50
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	3	6%	6	12%	6	12%	5	10%	19	38%	11	22%	50
glucose sirup	2	4%	2	4%	0	0%	10	20%	7	14%	9	18%	6	12%	14	28%	50
stevia	7	14%	1	2%	0	0%	5	10%	2	4%	2	4%	8	16%	25	50%	50
lakridsrod	0	0%	0	0%	0	0%	2	4%	4	8%	5	10%	34	68%	5	10%	50
erythritol	10	20%	3	6%	2	4%	4	8%	0	0%	1	2%	1	2%	29	58%	50
xylitol	12	24%	6	12%	2	4%	6	12%	1	2%	0	0%	1	2%	22	44%	50
maltitol	9	18	2	4%	2	4%	8	16%	1	2%	1	2%	1	2%	26	52	50

		%														%	
sukralose	3	6%	4	8%	0	0%	9	18%	0	0%	1	2%	1	2%	32	64%	50
aspartam	23	46%	6	12%	3	6%	3	6%	0	0%	0	0%	0	0%	15	30%	50
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	20	40%	4	8%	0	0%	2	4%	0	0%	0	0%	0	0%	24	48%	50

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

25 Toms har et slikprodukt der hedder Nellie Dellies. Kender du det?	Abs.	Pct.
Ja	25	50%
Nej	19	38%
Har måske set/hørt om det	6	12%
Ubesvaret	0	0%
Basis	50	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

26	Abs.	Pct.
Jeg har set en eller flere slags før	17	35%
Jeg har set og smagt en eller flere slags før	20	41%
Jeg kender dem ikke	12	24%
Ubesvaret	0	0%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

27 Har du hørt om stevia?	Abs.	Pct.
Ja	21	43%
Nej	26	53%
Måske	2	4%
Ubesvaret	0	0%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

28 Hvis ja, hvor godt kender du da stevia? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Har kun hørt navnet	7	14%
Har en idé om hvad det er	10	20%
Har set det/brugt det/kender nogen der bruger det	6	12%
Kender det godt/bruger det selv	2	4%
Ubesvaret	24	49%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

29 Hvis du kender til stevia, hvad er så dit generelle indtryk? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Synes ikke om	0	0%
Neutral	9	18%
Synes godt om	8	16%

Synes rigtig godt om	2	4%
Ubesvaret	30	61%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

30 Hvordan ville du føle dig hvis der på forsiden af en pakke Nellie Dellies står: "With sweetener from the stevia plant"?	Abs.	Pct.
forvirret	10	20%
interesseret	22	45%
skeptisk	12	24%
indforstået	5	10%
nysgerrig	19	39%
overtalt	3	6%
bange	0	0%
ligeglad	9	18%
skuffet	0	0%
begejstret	4	8%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	9	18%

Ubesvaret	0	0%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

31 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "No sugar added/ Made from raw liquorice"?	Abs.	Pct.
forvirret	2	4%
interesseret	21	43%
skeptisk	12	24%
indforstået	3	6%
nysgerrig	10	20%
overtalt	9	18%
bange	0	0%
ligeglad	6	12%
skuffet	3	6%
begeistret	12	24%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	4	8%
Ubesvaret	0	0%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

32 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "Rich on fibres - Enjoy in moderation"?	Abs.	Pct.
forvirret	15	31%
interesseret	5	10%
skeptisk	20	41%
indforstået	6	12%
nysgerrig	8	16%
overtalt	0	0%
bange	2	4%
ligeglad	10	20%
skuffet	1	2%
begeistret	2	4%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	1	2%
Ubesvaret	0	0%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

33 Her er nogle af de nye Nellie Dellies. På bagsiden står følgende oplysninger: Toms Nellie Dellies - A new generation of candy *No sugar added *Less calories - Fibres instead of sugar *Grain fibres - From corn, wheat and chicory *Med sødestof fra planten stevia *Rich on fibres - Enjoy in moderation *Liquorice root - No colours added Sød lakrids Ingredienser: fyldemiddel (polydextrose), oligofruktose, hvededextrin, fortykningsmiddel (arabisk gummi), oksegeatine, rålakrids, salt, aroma, vegetabilsk olie, overfladebehandlingsmiddel (carnaubavoks), sødestof (steviol glycosider). Opbevares tørt og køligt. Kan indeholde spor af gluten. Uden tilsat sukker. Ingen sukkeralkoholer. 70% fibre - bør nydes i små mængder. 40% færre kalorier. Ikke tilsat farvestoffer. Per 100g: Energi 825 kJ/ 195 kcal Protein 7 g Kulhydrater 8 g, -heraf sukkerarter 0,8 g, -heraf sukkeralkoholer 0 g Fedt 0,3 g, -heraf mættede fedtsyrer 0 g Kostfibre 70g Natrium (salt) 0,04 g (0,1 g) Netto 90 g Hvor godt informeret føler du dig til at købe produktet?	Abs.	Pct.
For lidt informeret	9	18%
Tilpas informeret	38	78%
For meget informeret	2	4%
Ubesvaret	0	0%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

34 Ville du have lyst til at købe de nye Nellie Dellies?	Abs.	Pct.
Ja, helt sikkert	10	20%

Ja, muligvis	20	41%
Nej, ikke specielt	15	31%
Nej, slet ikke	4	8%
Ubesvaret	0	0%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

35 Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år. Vidste du det?	Abs.	Pct.
Ja, det meste	8	16%
Ja, men kun lidt af det	8	16%
Nej, det er nyt for mig	32	65%
Ubesvaret	1	2%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

36 Ville du købe Nellie Dellies ud fra dit nuværende kendskab til stevia?	Abs.	Pct.
Ja, gerne	24	49%
Nej	9	18%
Jeg er interesseret i produkter med stevia, men ikke Nellie Dellies	12	24%
Jeg er er interesseret i Nellie Dellies, men stevia er ikke grunden	2	4%
Ubesvaret	2	4%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

Filter: [26-35]

Udført af: Johann Thomsen (wwdane)

Virksomhedsnavn:

Antal besvarelser: 62

Udførelsestidspunkt: 27-09-2012 14:26:02

Over 36

1 Køn	Abs.	Pct.
Mand	15	38%
Kvinde	25	63%
Ubesvaret	0	0%
Basis	40	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

2 Alder	Abs.	Pct.
<18	0	0%
18-25	0	0%
26-35	0	0%
36-50	27	68%
51+	13	33%
Ubesvaret	0	0%
Basis	40	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

3 Bopælsregion (eller region med størst tilhørsforhold)	Abs.	Pct.
Nordjylland	2	5%
Midtjylland	7	18%
Syddanmark	6	15%
Sjælland	9	23%
Hovedstaden	16	40%
Ubesvaret	0	0%
Basis	40	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

4 Afsluttet uddannelse	Abs.	Pct.
Folkeskole	0	0%

Gymnasial uddannelse	3	8%
Kort/mellemlang videregående uddannelse	19	50%
Lang videregående	13	34%
Faglært	3	8%
Ubesvaret	0	0%
Basis	38	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

5 Social status	Abs.	Pct.
Single/eneboende, uden børn	4	10%
Single/eneboende, med børn	5	13%
Samlevende/gift, uden børn	5	13%
Samlevende/gift, med børn	24	62%
Ubesvaret	1	3%
Basis	39	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

6 Omtrentlig personlig indkomst efter skat (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
0-99.999	0	0%
100.000-199.999	4	10%
200.000-299.999	12	31%
300.000+	19	49%
Ubesvaret	4	10%
Basis	39	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

7 Et sødestof er et hvilket som helst stof der smager sødt. Hvilke sødestoffer kender du til? (Afkryds også hvis du kun kender dem meget begrænset)	Abs.	Pct.
hvidt sukker	38	100 %
rørsukker	38	100 %
fruktose (frugtsukker)	35	92%

glucose (druesukker)	37	97%
honning	37	97%
lactose (mælkesukker)	31	82%
glucose sirup	31	82%
stevia	14	37%
lakridsrod	25	66%
erythritol (sukrin)	10	26%
maltitol	14	37%
xylitol (birkesød)	24	63%
sorbitol	30	79%
sukralose (splenda)	3	8%
aspartam	29	76%
acesulfam-k	11	29%
sakkarin	34	89%
cyklamat	10	26%
Ubesvaret	0	0%
Basis	38	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

8 I de følgende 8 spørgsmål skal du vælge hvilke egenskaber der er vigtigst for dig, hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof: (Afkryds det du er mest enig i)	Abs.	Pct.
Det er så naturligt som muligt	30	79%
Det må gerne være fremstillet	1	3%
Naturligt som fremstillet passer mig begge fint	7	18%
Ubesvaret	0	0%
Basis	38	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

9 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 2	Abs.	Pct.
Sødmen føles i samme øjeblik jeg smager på noget, men holder i begrænset tid	9	24%
Sødmen føles et øjeblik efter jeg smager på noget, men bliver ved længere	9	24%
Jeg har ingen præferencer	20	53%
Ubesvaret	0	0%
Basis	38	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

10 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 3	Abs.	Pct.
Indeholder så få kalorier som muligt	27	71%
Det må gerne være energirigt	2	5%
Kalorier spiller ingen rolle	9	24%
Ubesvaret	0	0%
Basis	38	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

11 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 4	Abs.	Pct.
Selv ved store doser må det ikke give mig fordøjelsesgener som oppustethed eller afførende virkning	24	63%
Det er ikke vigtigt for mig/ Jeg bekymrer mig ikke om det	14	37%
Ubesvaret	0	0%

Basis	38
-------	----

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

12 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 5	Abs.	Pct.
Det skal have så tæt på samme smag som hvidt sukker som mulig	11	30%
Jeg foretrækker når det indeholder nuancer der adskiller sig fra hvidt sukker (som fx honning, rørsukker, lakridsrod o.l.)	14	38%
Hvad som helst, bare det er sødt	12	32%
Ubesvaret	0	0%
Basis	37	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

13 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 6	Abs.	Pct.
Det må gerne øge blodsukkeret	4	11%

Det er godt hvis det ikke øger blodsukkeret	22	59%
Blodsukker er ikke et vigtigt parameter for mig	11	30%
Ubesvaret	0	0%
Basis	37	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

14 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 7	Abs.	Pct.
En lille mængde søder tilstrækkeligt, men det er sværere at dosere	8	22%
Der skal en stor mængde til for samme sødme, men det er nemmere at dosere	6	16%
Dosering er ikke et vigtigt parameter for mig	23	62%
Ubesvaret	0	0%
Basis	37	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

15 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 8	Abs.	Pct.
Jeg foretrækker at benytte ét sødestof jeg kan bruge på samme måde til alt (flydende, fast, bagning, osv.)	17	46%
Jeg foretrækker at benytte flere sødestoffer med forskellige egenskaber, og blander gerne ingredienser for at tilpasse smag og konsistens	9	24%
Jeg har ingen præferencer	11	30%
Ubesvaret	0	0%
Basis	37	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

16 Begrænser du bevidst dit indtag af sukker?	Abs.	Pct.
Ja	32	89%
Nej	4	11%
Ubesvaret	0	0%
Basis	36	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

17 Hvis ja, hvorfor begrænser du dit indtag? (Hvis nej, forestil dig hvilken grund ville være mest sandsynlig hvis du skulle begrænse sukkerindtag)	Abs.	Pct.
Det giver mig for mange kalorier/ Jeg passer på vægten	19	53%
Min krop tager generelt skade af for meget tilsat sukker (tænder, almen sundhed)	21	58%
Min tilstand kræver det (diabetes, stofskifte, fordøjelse, o.l.)	3	8%
Ubesvaret	2	6%
Basis	36	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

18 Indtager du slik og sukkerholdige produkter netop pga sukkeret? (Trang til hurtig energi, vild med smagen af sukker, sukkeafhængighed, højt stofskifte)	Abs.	Pct.
Ja	11	31%
Nej	13	36%
Det sker, men er ikke hovedreglen	12	33%
Ubesvaret	0	0%

Basis	36	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

19 Indtager du sukkerholdigt slik af sociale årsager (fredag aftens slik, hygge med vennerne, festlige lejligheder, osv.)?	Abs.	Pct.
Ja, det er i høj grad rigtigt	4	11%
Ja, det passer nogle gange	23	64%
Nej	9	25%
Ubesvaret	0	0%
Basis	36	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

20 Indtager du såkaldte light-produkter, der indeholder kunstige sødemidler (som aspartam, cyclamat, sakkarin og andre)?	Abs.	Pct.
Ja, det passer mig fint	10	28%

Ja, men jeg ville helst undgå det	10	28%
Nej, men det ville ikke genere mig	4	11%
Nej, det er noget jeg undgår	12	33%
Ubesvaret	0	0%
Basis	36	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

21 Hvis du kunne få et slikprodukt der var sødet med noget som ikke er usundt, men både naturligt, kaloriefrit og velsmagende, ville du da spise mere slik/ ophæve din nuværende slikbegrænsning?	Abs.	Pct.
Ja	14	39%
Nej	19	53%
Jeg spiser ikke slik	3	8%
Ubesvaret	0	0%
Basis	36	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

22 Hvor sunde mener du følgende sødestoffer er, ifølge egen bedømmelse og opfattelse? (Undlad kun at svare på det du slet ikke kender)	Meget usundt 1		2		3		Hverken sundt eller usundt 4		5		6		Meget sundt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	11	31 %	9	26 %	2	6%	8	23 %	0	0%	0	0%	1	3%	4	11 %	35
rørsukker	2	6%	6	17 %	8	23 %	8	23 %	6	17 %	1	3%	0	0%	4	11 %	35
fruktose (frugtsukker)	1	3%	3	9%	4	11 %	12	34 %	11	31 %	0	0%	0	0%	4	11 %	35
glucose (druesukker)	3	9%	3	9%	4	11 %	10	29 %	7	20 %	2	6%	0	0%	6	17 %	35
honning	2	6%	1	3%	6	17 %	5	14 %	7	20 %	5	14 %	5	14 %	4	11 %	35
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	4	11 %	13	37 %	8	23 %	0	0%	0	0%	10	29 %	35
glucose sirup	4	11 %	3	9%	7	20 %	10	29 %	2	6%	1	3%	0	0%	8	23 %	35
stevia	1	3%	2	6%	2	6%	6	17 %	5	14 %	1	3%	2	6%	16	46 %	35
lakridsrod	0	0%	1	3%	2	6%	12	34 %	5	14 %	3	9%	1	3%	11	31 %	35
erythritol (sukrin)	4	11 %	2	6%	2	6%	7	20 %	0	0%	2	6%	0	0%	18	51 %	35

xylitol (birkesød)	2	6%	2	6%	2	6%	14	40%	2	6%	1	3%	0	0%	12	34%	35
maltitol	1	3%	1	3%	3	9%	9	26%	2	6%	0	0%	0	0%	19	54%	35
sukralose (splenda)	3	9%	1	3%	3	9%	8	23%	2	6%	0	0%	0	0%	18	51%	35
aspartam	10	29%	6	17%	3	9%	4	11%	2	6%	0	0%	0	0%	10	29%	35
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	10	29%	5	14%	2	6%	5	14%	2	6%	0	0%	0	0%	11	31%	35

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

23 Hvor godt synes du de smager? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Smager rigtig dårligt 1		2		3		Smager hverken godt eller dårligt 4		5		6		Smager fantastisk godt 7		Ubs.		
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Basis
hvidt sukker	0	0%	0	0%	1	3%	4	12%	7	21%	10	30%	7	21%	4	12%	33
rørsukker	0	0%	0	0%	3	9%	3	9%	6	18%	11	33%	7	21%	3	9%	33
fruktose (frugtsukker)	0	0%	0	0%	1	3%	5	15%	13	39%	5	15%	4	12%	5	15%	33
glucose (druesukker)	0	0%	0	0%	3	9%	7	21%	8	24%	5	15%	2	6%	8	24%	33

								%		%		%				%	
honning	0	0%	3	9%	2	6%	1	3%	4	12%	8	24%	11	33%	4	12%	33
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	3	9%	12	36%	3	9%	2	6%	1	3%	12	36%	33
glucose sirup	0	0%	2	6%	1	3%	9	27%	7	21%	2	6%	2	6%	10	30%	33
stevia	0	0%	1	3%	1	3%	4	12%	3	9%	1	3%	0	0%	23	70%	33
lakridsrod	1	3%	1	3%	2	6%	7	21%	5	15%	5	15%	4	12%	8	24%	33
erythritol (sukrin)	1	3%	2	6%	0	0%	5	15%	0	0%	2	6%	1	3%	22	67%	33
xylitol (birkesød)	0	0%	1	3%	3	9%	12	36%	1	3%	1	3%	0	0%	15	45%	33
maltitol	0	0%	1	3%	1	3%	9	27%	0	0%	0	0%	2	6%	20	61%	33
sukralose (splenda)	0	0%	1	3%	1	3%	5	15%	0	0%	1	3%	0	0%	25	76%	33
aspartam	7	21%	2	6%	3	9%	9	27%	0	0%	1	3%	0	0%	11	33%	33
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	2	6%	1	3%	0	0%	11	33%	0	0%	0	0%	0	0%	19	58%	33

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

24 Hvor naturlige mener du de er? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Slet ikke naturligt 1		2		3		Hverken naturligt eller unaturligt 4		5		6		Fuldstændig naturligt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	0	0%	2	6%	2	6%	4	13%	8	25 %	5	16 %	9	28%	2	6%	32
rørsukker	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	19 %	9	28 %	15	47%	2	6%	32
fruktose (frugtsukker)	0	0%	1	3%	0	0%	2	6%	6	19 %	5	16 %	13	41%	5	16 %	32
glucose (druesukker)	0	0%	1	3%	1	3%	4	13%	6	19 %	6	19 %	10	31%	4	13 %	32
honning	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	9%	8	25 %	19	59%	2	6%	32
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	0	0%	4	13%	5	16 %	7	22 %	10	31%	6	19 %	32
glucose sirup	1	3%	1	3%	2	6%	4	13%	6	19 %	2	6%	8	25%	8	25 %	32
stevia	1	3%	1	3%	2	6%	2	6%	1	3%	3	9%	4	13%	18	56 %	32
lakridsrod	0	0%	0	0%	0	0%	2	6%	4	13 %	3	9%	15	47%	8	25 %	32
erythritol	4	13 %	2	6%	4	13 %	2	6%	0	0%	0	0%	0	0%	20	63 %	32
xylitol	5	16 %	2	6%	1	3%	4	13%	3	9%	0	0%	2	6%	15	47 %	32
maltitol	1	3%	2	6%	4	13 %	2	6%	3	9%	0	0%	3	9%	17	53 %	32
sukralose	2	6%	3	9%	4	13	1	3%	2	6%	0	0%	2	6%	18	56	32

						%											%	
aspartam	14	44 %	4	13 %	2	6%	1	3%	0	0%	0	0%	0	0%		11	34 %	32
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	14	44 %	5	16 %	0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	0	0%		12	38 %	32

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

25 Toms har et slikprodukt der hedder Nellie Dellies. Kender du det?	Abs.	Pct.
Ja	9	28%
Nej	20	63%
Har måske set/hørt om det	3	9%
Ubesvaret	0	0%
Basis	32	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

26	Abs.	Pct.
Jeg har set en eller flere slags før	6	19%
Jeg har set og smagt en eller flere slags før	11	34%
Jeg kender dem ikke	15	47%
Ubesvaret	0	0%
Basis	32	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

27 Har du hørt om stevia?	Abs.	Pct.
Ja	10	31%
Nej	19	59%
Måske	3	9%
Ubesvaret	0	0%
Basis	32	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

28 Hvis ja, hvor godt kender du da stevia? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Har kun hørt navnet	6	19%
Har en idé om hvad det er	1	3%
Har set det/brugt det/kender nogen der bruger det	6	19%
Kender det godt/bruger det selv	2	6%
Ubesvaret	17	53%
Basis	32	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

29 Hvis du kender til stevia, hvad er så dit generelle indtryk? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Synes ikke om	1	3%
Neutral	3	9%
Synes godt om	2	6%
Synes rigtig godt om	3	9%

Ubesvaret	23	72%
Basis	32	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

30 Hvordan ville du føle dig hvis der på forsiden af en pakke Nellie Dellies står: "With sweetener from the stevia plant"?	Abs.	Pct.
forvirret	3	9%
interesseret	10	31%
skeptisk	3	9%
indforstået	1	3%
nysgerrig	13	41%
overtalt	1	3%
bange	0	0%
ligeglad	2	6%
skuffet	0	0%
begejstret	2	6%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	12	38%
Ubesvaret	0	0%

Basis	32
-------	----

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

31 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "No sugar added/ Made from raw liquorice"?	Abs.	Pct.
forvirret	3	9%
interesseret	7	22%
skeptisk	6	19%
indforstået	3	9%
nysgerrig	7	22%
overtalt	1	3%
bange	0	0%
ligeglad	4	13%
skuffet	1	3%
begejstret	7	22%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	6	19%
Ubesvaret	3	9%
Basis	32	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

32 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "Rich on fibres - Enjoy in moderation"?	Abs.	Pct.
forvirret	4	13%
interesseret	5	16%
skeptisk	11	34%
indforstået	3	9%
nysgerrig	6	19%
overtalt	1	3%
bange	0	0%
ligeglad	3	9%
skuffet	1	3%
begejstret	3	9%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	5	16%
Ubesvaret	3	9%
Basis	32	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

33 Her er nogle af de nye Nellie Dellies. På bagsiden står følgende oplysninger: Toms Nellie Dellies - A new generation of candy *No sugar added *Less calories - Fibres instead of sugar *Grain fibres - From corn, wheat and chicory *Med sødestof fra planten stevia *Rich on fibres - Enjoy in moderation *Licorice root - No colours added Sød lakrids Ingredienser: fyldemiddel (polydextrose), oligofruktose, hvededextrin, fortykningsmiddel (arabisk gummi), oksegeatine, rålakrids, salt, aroma, vegetabilsk olie, overfladebehandlingsmiddel (carnaubavoks), sødestof (steviol glycosider). Opbevares tørt og køligt. Kan indeholde spor af gluten. Uden tilsat sukker. Ingen sukkeralkoholer. 70% fibre - bør nydes i små mængder. 40% færre kalorier. Ikke tilsat farvestoffer. Per 100g: Energi 825 kJ/ 195 kcal Protein 7 g Kulhydrater 8 g, -heraf sukkerarter 0,8 g, -heraf sukkeralkoholer 0 g Fedt 0,3 g, -heraf mættede fedtsyrer 0 g Kostfibre 70g Natrium (salt) 0,04 g (0,1 g) Netto 90 g Hvor godt informeret føler du dig til at købe produktet?	Abs.	Pct.
For lidt informeret	6	19%
Tilpas informeret	21	66%
For meget informeret	4	13%
Ubesvaret	1	3%
Basis	32	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

34 Ville du have lyst til at købe de nye Nellie Dellies?	Abs.	Pct.
Ja, helt sikkert	7	22%
Ja, muligvis	14	44%

Nej, ikke specielt	9	28%
Nej, slet ikke	1	3%
Ubesvaret	1	3%
Basis	32	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

35 Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år. Vidste du det?	Abs.	Pct.
Ja, det meste	7	22%
Ja, men kun lidt af det	4	13%
Nej, det er nyt for mig	21	66%
Ubesvaret	0	0%
Basis	32	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

36 Ville du købe Nellie Dellies ud fra dit nuværende kendskab til stevia?	Abs.	Pct.
Ja, gerne	19	59%
Nej	7	22%
Jeg er interesseret i produkter med stevia, men ikke Nellie Dellies	4	13%
Jeg er er interesseret i Nellie Dellies, men stevia er ikke grunden	1	3%
Ubesvaret	2	6%
Basis	32	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

Filter: [36-50, 51+]

Udført af: Johann Thomsen (wwdane)

Virksomhedsnavn:

Antal besvarelser: 40

Udførelsestidspunkt: 24-09-2012 13:40:21

Indkomst over 200.000

1 Køn	Abs.	Pct.
Mand	29	50%
Kvinde	29	50%
Ubesvaret	0	0%
Basis	58	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

2 Alder	Abs.	Pct.
<18	0	0%
18-25	4	7%
26-35	23	40%
36-50	21	36%
51+	10	17%
Ubesvaret	0	0%
Basis	58	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

3 Bopælsregion (eller region med størst tilhørsforhold)	Abs.	Pct.
Nordjylland	3	5%
Midtjylland	6	10%
Syddanmark	6	10%
Sjælland	9	16%
Hovedstaden	34	59%
Ubesvaret	0	0%
Basis	58	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

4 Afsluttet uddannelse	Abs.	Pct.
Folkeskole	0	0%

Gymnasial uddannelse	6	10%
Kort/mellemlang videregående uddannelse	31	53%
Lang videregående	19	32%
Faglært	3	5%
Ubesvaret	0	0%
Basis	59	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

5 Social status	Abs.	Pct.
Single/eneboende, uden børn	12	20%
Single/eneboende, med børn	5	8%
Samlevende/gift, uden børn	15	25%
Samlevende/gift, med børn	27	46%
Ubesvaret	0	0%
Basis	59	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

6 Omtrentlig personlig indkomst efter skat (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
0-99.999	0	0%
100.000-199.999	0	0%
200.000-299.999	30	51%
300.000+	29	49%
Ubesvaret	0	0%
Basis	59	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

7 Et sødestof er et hvilket som helst stof der smager sødt. Hvilke sødestoffer kender du til? (Afkryds også hvis du kun kender dem meget begrænset)	Abs.	Pct.
hvidt sukker	57	98%
rørsukker	57	98%
fruktose (frugtsukker)	50	86%
glucose (druesukker)	54	93%

honning	56	97%
lactose (mælkesukker)	47	81%
glucose sirup	43	74%
stevia	18	31%
lakridsrod	39	67%
erythritol (sukrin)	14	24%
maltitol	16	28%
xylitol (birkesød)	34	59%
sorbitol	39	67%
sukralose (splenda)	4	7%
aspartam	40	69%
acesulfam-k	10	17%
sakkarin	38	66%
cyklamat	7	12%
Ubesvaret	1	2%
Basis	58	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

8 I de følgende 8 spørgsmål skal du vælge hvilke egenskaber der er vigtigst for dig, hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof: (Afkryds det du er mest enig i)	Abs.	Pct.
Det er så naturligt som muligt	42	74%
Det må gerne være fremstillet	2	4%
Naturligt som fremstillet passer mig begge fint	13	23%
Ubesvaret	0	0%
Basis	57	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

9 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 2	Abs.	Pct.
Sødmen føles i samme øjeblik jeg smager på noget, men holder i begrænset tid	15	26%
Sødmen føles et øjeblik efter jeg smager på noget, men bliver ved længere	15	26%
Jeg har ingen præferencer	27	47%
Ubesvaret	0	0%
Basis	57	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

10 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 3	Abs.	Pct.
Indeholder så få kalorier som muligt	38	67%
Det må gerne være energirigt	6	11%
Kalorier spiller ingen rolle	13	23%
Ubesvaret	0	0%
Basis	57	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

11 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 4	Abs.	Pct.
Selv ved store doser må det ikke give mig fordøjelsesgener som oppustethed eller afførende virkning	34	60%
Det er ikke vigtigt for mig/ Jeg bekymrer mig ikke om det	23	40%
Ubesvaret	0	0%

Basis	57
-------	----

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

12 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 5	Abs.	Pct.
Det skal have så tæt på samme smag som hvidt sukker som mulig	12	23%
Jeg foretrækker når det indeholder nuancer der adskiller sig fra hvidt sukker (som fx honning, rørsukker, lakridsrod o.l.)	22	42%
Hvad som helst, bare det er sødt	18	35%
Ubesvaret	0	0%
Basis	52	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

13 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 6	Abs.	Pct.
Det må gerne øge blodsukkeret	9	17%

Det er godt hvis det ikke øger blodsukkeret	25	48%
Blodsukker er ikke et vigtigt parameter for mig	18	35%
Ubesvaret	0	0%
Basis	52	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

14 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 7	Abs.	Pct.
En lille mængde søder tilstrækkeligt, men det er sværere at dosere	13	25%
Der skal en stor mængde til for samme sødme, men det er nemmere at dosere	6	12%
Dosering er ikke et vigtigt parameter for mig	33	63%
Ubesvaret	0	0%
Basis	52	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

15 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 8	Abs.	Pct.
Jeg foretrækker at benytte ét sødestof jeg kan bruge på samme måde til alt (flydende, fast, bagning, osv.)	19	37%
Jeg foretrækker at benytte flere sødestoffer med forskellige egenskaber, og blander gerne ingredienser for at tilpasse smag og konsistens	21	40%
Jeg har ingen præferencer	12	23%
Ubesvaret	0	0%
Basis	52	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

16 Begrænser du bevidst dit indtag af sukker?	Abs.	Pct.
Ja	41	79%
Nej	11	21%
Ubesvaret	0	0%
Basis	52	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

17 Hvis ja, hvorfor begrænser du dit indtag? (Hvis nej, forestil dig hvilken grund ville være mest sandsynlig hvis du skulle begrænse sukkerindtag)	Abs.	Pct.
Det giver mig for mange kalorier/ Jeg passer på vægten	28	54%
Min krop tager generelt skade af for meget tilsat sukker (tænder, almen sundhed)	26	50%
Min tilstand kræver det (diabetes, stofskifte, fordøjelse, o.l.)	5	10%
Ubesvaret	5	10%
Basis	52	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

18 Indtager du slik og sukkerholdige produkter netop pga sukkeret? (Trang til hurtig energi, vild med smagen af sukker, sukerafhængighed, højt stofskifte)	Abs.	Pct.
Ja	17	33%
Nej	14	27%
Det sker, men er ikke hovedreglen	21	40%
Ubesvaret	0	0%

Basis	52	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

19 Indtager du sukkerholdigt slik af sociale årsager (fredag aftens slik, hygge med vennerne, festlige lejligheder, osv.)?	Abs.	Pct.
Ja, det er i høj grad rigtigt	11	21%
Ja, det passer nogle gange	27	52%
Nej	14	27%
Ubesvaret	0	0%
Basis	52	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

20 Indtager du såkaldte light-produkter, der indeholder kunstige sødemidler (som aspartam, cyclamat, sakkarin og andre)?	Abs.	Pct.
Ja, det passer mig fint	15	29%

Ja, men jeg ville helst undgå det	15	29%
Nej, men det ville ikke genere mig	5	10%
Nej, det er noget jeg undgår	17	33%
Ubesvaret	0	0%
Basis	52	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

21 Hvis du kunne få et slikprodukt der var sødet med noget som ikke er usundt, men både naturligt, kaloriefrit og velsmagende, ville du da spise mere slik/ ophæve din nuværende slikbegrænsning?	Abs.	Pct.
Ja	21	40%
Nej	28	54%
Jeg spiser ikke slik	3	6%
Ubesvaret	0	0%
Basis	52	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

22 Hvor sunde mener du følgende sødestoffer er, ifølge egen bedømmelse og opfattelse? (Undlad kun at svare på det du slet ikke kender)	Meget usundt 1		2		3		Hverken sundt eller usundt 4		5		6		Meget sundt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	16	31 %	12	24 %	4	8 %	9	18 %	2	4 %	0	0 %	1	2 %	7	14 %	51
rørsukker	5	10 %	8	16 %	11	22 %	8	16 %	11	22 %	1	2 %	0	0 %	7	14 %	51
fruktose (frugtsukker)	2	4 %	3	6 %	5	10 %	13	25 %	15	29 %	1	2 %	3	6 %	9	18 %	51
glucose (druesukker)	3	6 %	4	8 %	7	14 %	12	24 %	12	24 %	3	6 %	0	0 %	10	20 %	51
honning	2	4 %	3	6 %	8	16 %	5	10 %	12	24 %	10	20 %	4	8 %	7	14 %	51
lactose (mælkesukker)	0	0 %	1	2 %	8	16 %	16	31 %	10	20 %	0	0 %	1	2 %	15	29 %	51
glucose sirup	6	12 %	4	8 %	10	20 %	14	27 %	4	8 %	1	2 %	0	0 %	12	24 %	51
stevia	2	4 %	3	6 %	2	4 %	12	24 %	7	14 %	0	0 %	3	6 %	22	43 %	51
lakridsrod	1	2 %	1	2 %	2	4 %	16	31 %	8	16 %	9	18 %	1	2 %	13	25 %	51
erythritol (sukrin)	4	8 %	2	4 %	4	8 %	10	20 %	0	0 %	4	8 %	1	2 %	26	51 %	51

xylitol (birkesød)	4	8%	4	8%	3	6%	17	33%	2	4%	1	2%	2	4%	18	35%	51
maltitol	3	6%	0	0%	3	6%	12	24%	2	4%	0	0%	1	2%	30	59%	51
sukralose (splenda)	5	10%	3	6%	3	6%	9	18%	2	4%	0	0%	1	2%	28	55%	51
aspartam	15	29%	9	18%	5	10%	3	6%	2	4%	0	0%	1	2%	16	31%	51
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	11	22%	9	18%	3	6%	4	8%	2	4%	0	0%	1	2%	21	41%	51

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

23 Hvor godt synes du de smager? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Smager rigtig dårligt 1		2		3		Smager hverken godt eller dårligt 4		5		6		Smager fantastisk godt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	0	0%	0	0%	2	4%	6	12%	13	27%	10	20%	9	18%	9	18%	49
rørsukker	0	0%	0	0%	3	6%	3	6%	6	12%	19	39%	10	20%	8	16%	49
fruktose (frugtsukker)	0	0%	0	0%	1	2%	6	12%	13	27%	11	22%	6	12%	12	24%	49
glucose (druesukker)	0	0%	0	0%	3	6%	8	16%	12	24%	8	16%	3	6%	15	31%	49

								%		%		%				%	
honning	0	0%	3	6%	3	6%	2	4%	6	12%	13	27%	14	29%	8	16%	49
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	3	6%	16	33%	5	10%	2	4%	2	4%	21	43%	49
glucose sirup	0	0%	3	6%	1	2%	11	22%	12	24%	2	4%	3	6%	17	35%	49
stevia	0	0%	1	2%	1	2%	7	14%	3	6%	1	2%	0	0%	36	73%	49
lakridsrod	1	2%	1	2%	2	4%	7	14%	13	27%	6	12%	6	12%	13	27%	49
erythritol (sukrin)	2	4%	1	2%	0	0%	7	14%	0	0%	2	4%	1	2%	36	73%	49
xylitol (birkesød)	0	0%	3	6%	6	12%	13	27%	2	4%	1	2%	0	0%	24	49%	49
maltitol	1	2%	1	2%	0	0%	10	20%	0	0%	0	0%	1	2%	36	73%	49
sukralose (splenda)	1	2%	0	0%	1	2%	6	12%	1	2%	0	0%	0	0%	40	82%	49
aspartam	10	20%	3	6%	3	6%	11	22%	1	2%	1	2%	0	0%	20	41%	49
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	3	6%	2	4%	2	4%	12	24%	0	0%	0	0%	0	0%	30	61%	49

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

24 Hvor naturlige mener du de er? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Slet ikke naturligt 1		2		3		Hverken naturligt eller unaturligt 4		5		6		Fuldstændig naturligt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	0	0%	1	2%	5	11%	5	11%	11	23%	7	15%	13	28%	5	11%	47
rørsukker	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	10	21%	11	23%	21	45%	5	11%	47
fruktose (frugtsukker)	0	0%	1	2%	0	0%	3	6%	7	15%	3	6%	22	47%	11	23%	47
glucose (druesukker)	1	2%	1	2%	2	4%	5	11%	7	15%	5	11%	16	34%	10	21%	47
honning	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	6%	9	19%	30	64%	5	11%	47
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	1	2%	3	6%	5	11%	9	19%	18	38%	11	23%	47
glucose sirup	2	4%	1	2%	2	4%	8	17%	7	15%	6	13%	8	17%	13	28%	47
stevia	6	13%	2	4%	2	4%	3	6%	2	4%	1	2%	7	15%	24	51%	47
lakridsrod	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	6	13%	4	9%	26	55%	10	21%	47
erythritol	9	19%	2	4%	4	9%	4	9%	0	0%	0	0%	0	0%	28	60%	47
xylitol	11	23%	2	4%	2	4%	6	13%	2	4%	0	0%	2	4%	22	47%	47
maltitol	6	13%	1	2%	3	6%	6	13%	3	6%	0	0%	3	6%	25	53%	47
sukralose	3	6%	2	4%	4	9%	5	11%	2	4%	0	0%	1	2%	30	64%	47

																	%	
aspartam	21	45 %	6	13 %	3	6%	3	6%	0	0%	0	0%	0	0%		14	30 %	47
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	20	43 %	6	13 %	0	0%	2	4%	0	0%	0	0%	0	0%		19	40 %	47

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

25 Toms har et slikprodukt der hedder Nellie Dellies. Kender du det?	Abs.	Pct.
Ja	20	43%
Nej	23	50%
Har måske set/hørt om det	3	7%
Ubesvaret	0	0%
Basis	46	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

26	Abs.	Pct.
Jeg har set en eller flere slags før	8	17%
Jeg har set og smagt en eller flere slags før	20	43%
Jeg kender dem ikke	18	39%
Ubesvaret	0	0%
Basis	46	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

27 Har du hørt om stevia?	Abs.	Pct.
Ja	16	35%
Nej	26	57%
Måske	4	9%
Ubesvaret	0	0%
Basis	46	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

28 Hvis ja, hvor godt kender du da stevia? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Har kun hørt navnet	10	22%
Har en idé om hvad det er	3	7%
Har set det/brugt det/kender nogen der bruger det	8	17%
Kender det godt/bruger det selv	1	2%
Ubesvaret	24	52%
Basis	46	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

29 Hvis du kender til stevia, hvad er så dit generelle indtryk? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Synes ikke om	1	2%
Neutral	3	7%
Synes godt om	5	11%
Synes rigtig godt om	3	7%

Ubesvaret	34	74%
Basis	46	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

30 Hvordan ville du føle dig hvis der på forsiden af en pakke Nellie Dellies står: "With sweetener from the stevia plant"?	Abs.	Pct.
forvirret	4	9%
interesseret	12	26%
skeptisk	9	20%
indforstået	3	7%
nysgerrig	17	37%
overtalt	2	4%
bange	0	0%
ligeglad	5	11%
skuffet	0	0%
begejstret	2	4%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	15	33%
Ubesvaret	0	0%

Basis	46
-------	----

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

31 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "No sugar added/ Made from raw liquorice"?	Abs.	Pct.
forvirret	2	4%
interesseret	16	35%
skeptisk	11	24%
indforstået	4	9%
nysgerrig	9	20%
overtalt	3	7%
bange	0	0%
ligeglad	6	13%
skuffet	2	4%
begeistret	9	20%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	6	13%
Ubesvaret	2	4%
Basis	46	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

32 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "Rich on fibres - Enjoy in moderation"?	Abs.	Pct.
forvirret	8	17%
interesseret	6	13%
skeptisk	18	39%
indforstået	4	9%
nysgerrig	5	11%
overtalt	2	4%
bange	1	2%
ligeglad	8	17%
skuffet	2	4%
begejstret	4	9%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	4	9%
Ubesvaret	2	4%
Basis	46	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

33 Her er nogle af de nye Nellie Dellies. På bagsiden står følgende oplysninger: Toms Nellie Dellies - A new generation of candy *No sugar added *Less calories - Fibres instead of sugar *Grain fibres - From corn, wheat and chicory *Med sødestof fra planten stevia *Rich on fibres - Enjoy in moderation *Liquorice root - No colours added Sød lakrids Ingredienser: fyldemiddel (polydextrose), oligofruktose, hvededextrin, fortykningsmiddel (arabisk gummi), oksegelatine, rålakrids, salt, aroma, vegetabilsk olie, overfladebehandlingsmiddel (carnaubavoks), sødestof (steviol glycosider). Opbevares tørt og køligt. Kan indeholde spor af gluten. Uden tilsat sukker. Ingen sukkeralkoholer. 70% fibre - bør nydes i små mængder. 40% færre kalorier. Ikke tilsat farvestoffer. Per 100g: Energi 825 kJ/ 195 kcal Protein 7 g Kulhydrater 8 g, -heraf sukkerarter 0,8 g, -heraf sukkeralkoholer 0 g Fedt 0,3 g, -heraf mættede fedtsyrer 0 g Kostfibre 70g Natrium (salt) 0,04 g (0,1 g) Netto 90 g Hvor godt informeret føler du dig til at købe produktet?	Abs.	Pct.
For lidt informeret	8	17%
Tilpas informeret	33	72%
For meget informeret	5	11%
Ubesvaret	0	0%
Basis	46	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

34 Ville du have lyst til at købe de nye Nellie Dellies?	Abs.	Pct.
Ja, helt sikkert	11	24%
Ja, muligvis	16	35%

Nej, ikke specielt	16	35%
Nej, slet ikke	2	4%
Ubesvaret	1	2%
Basis	46	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

35 Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år. Vidste du det?	Abs.	Pct.
Ja, det meste	7	15%
Ja, men kun lidt af det	6	13%
Nej, det er nyt for mig	33	72%
Ubesvaret	0	0%
Basis	46	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

36 Ville du købe Nellie Dellies ud fra dit nuværende kendskab til stevia?	Abs.	Pct.
Ja, gerne	25	54%
Nej	10	22%
Jeg er interesseret i produkter med stevia, men ikke Nellie Dellies	6	13%
Jeg er er interesseret i Nellie Dellies, men stevia er ikke grunden	3	7%
Ubesvaret	3	7%
Basis	46	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

Filter: [200.000-299.999, 300.000+]

Udført af: Johann Thomsen (wwdane)

Virksomhedsnavn:

Antal besvarelser: 59

Udførelsestidspunkt: 24-09-2012 11:25:34

Med længere videregående uddannelse

1 Køn	Abs.	Pct.
Mand	15	45%
Kvinde	18	55%
Ubesvaret	0	0%
Basis	33	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

2 Alder	Abs.	Pct.
<18	0	0%
18-25	3	9%
26-35	17	52%
36-50	7	21%
51+	6	18%
Ubesvaret	0	0%
Basis	33	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

3 Bopælsregion (eller region med størst tilhørsforhold)	Abs.	Pct.
Nordjylland	1	3%
Midtjylland	4	12%
Syddanmark	2	6%
Sjælland	5	15%
Hovedstaden	21	64%
Ubesvaret	0	0%
Basis	33	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

4 Afsluttet uddannelse	Abs.	Pct.
Folkeskole	0	0%

Gymnasial uddannelse	0	0%
Kort/mellemlang videregående uddannelse	0	0%
Lang videregående	33	100%
Faglært	0	0%
Ubesvaret	0	0%
Basis	33	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

5 Social status	Abs.	Pct.
Single/eneboende, uden børn	9	27%
Single/eneboende, med børn	0	0%
Samlevende/gift, uden børn	9	27%
Samlevende/gift, med børn	15	45%
Ubesvaret	0	0%
Basis	33	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

6 Omtrentlig personlig indkomst efter skat (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
0-99.999	6	18%
100.000-199.999	5	15%
200.000-299.999	7	21%
300.000+	12	36%
Ubesvaret	3	9%
Basis	33	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

7 Et sødestof er et hvilket som helst stof der smager sødt. Hvilke sødestoffer kender du til? (Afkryds også hvis du kun kender dem meget begrænset)	Abs.	Pct.
hvidt sukker	33	100 %
rørsukker	33	100 %
fruktose (frugtsukker)	31	94%

glucose (druesukker)	32	97%
honning	32	97%
lactose (mælkesukker)	26	79%
glucose sirup	27	82%
stevia	15	45%
lakridsrod	23	70%
erythritol (sukrin)	9	27%
maltitol	9	27%
xylitol (birkesød)	20	61%
sorbitol	22	67%
sukralose (splenda)	6	18%
aspartam	25	76%
acesulfam-k	9	27%
sakkarin	22	67%
cyklamat	8	24%
Ubesvaret	0	0%
Basis	33	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

8 I de følgende 8 spørgsmål skal du vælge hvilke egenskaber der er vigtigst for dig, hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof: (Afkryds det du er mest enig i)	Abs.	Pct.
Det er så naturligt som muligt	23	70%
Det må gerne være fremstillet	1	3%
Naturligt som fremstillet passer mig begge fint	9	27%
Ubesvaret	0	0%
Basis	33	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

9 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 2	Abs.	Pct.
Sødmen føles i samme øjeblik jeg smager på noget, men holder i begrænset tid	11	33%
Sødmen føles et øjeblik efter jeg smager på noget, men bliver ved længere	6	18%
Jeg har ingen præferencer	16	48%
Ubesvaret	0	0%
Basis	33	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

10 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 3	Abs.	Pct.
Indeholder så få kalorier som muligt	20	61%
Det må gerne være energirigt	2	6%
Kalorier spiller ingen rolle	11	33%
Ubesvaret	0	0%
Basis	33	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

11 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 4	Abs.	Pct.
Selv ved store doser må det ikke give mig fordøjelsesgener som oppustethed eller afførende virkning	17	52%
Det er ikke vigtigt for mig/ Jeg bekymrer mig ikke om det	16	48%
Ubesvaret	0	0%

Basis	33
-------	----

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

12 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 5	Abs.	Pct.
Det skal have så tæt på samme smag som hvidt sukker som mulig	7	23%
Jeg foretrækker når det indeholder nuancer der adskiller sig fra hvidt sukker (som fx honning, rørsukker, lakridsrod o.l.)	14	45%
Hvad som helst, bare det er sødt	10	32%
Ubesvaret	0	0%
Basis	31	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

13 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 6	Abs.	Pct.
Det må gerne øge blodsukkeret	5	16%

Det er godt hvis det ikke øger blodsukkeret	17	55%
Blodsukker er ikke et vigtigt parameter for mig	9	29%
Ubesvaret	0	0%
Basis	31	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

14 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 7	Abs.	Pct.
En lille mængde søder tilstrækkeligt, men det er sværere at dosere	8	27%
Der skal en stor mængde til for samme sødme, men det er nemmere at dosere	7	23%
Dosering er ikke et vigtigt parameter for mig	15	50%
Ubesvaret	0	0%
Basis	30	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

15 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 8	Abs.	Pct.
Jeg foretrækker at benytte ét sødestof jeg kan bruge på samme måde til alt (flydende, fast, bagning, osv.)	13	43%
Jeg foretrækker at benytte flere sødestoffer med forskellige egenskaber, og blander gerne ingredienser for at tilpasse smag og konsistens	12	40%
Jeg har ingen præferencer	5	17%
Ubesvaret	0	0%
Basis	30	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

16 Begrænser du bevidst dit indtag af sukker?	Abs.	Pct.
Ja	28	97%
Nej	1	3%
Ubesvaret	0	0%
Basis	29	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

17 Hvis ja, hvorfor begrænser du dit indtag? (Hvis nej, forestil dig hvilken grund ville være mest sandsynlig hvis du skulle begrænse sukkerindtag)	Abs.	Pct.
Det giver mig for mange kalorier/ Jeg passer på vægten	18	62%
Min krop tager generelt skade af for meget tilsat sukker (tænder, almen sundhed)	14	48%
Min tilstand kræver det (diabetes, stofskifte, fordøjelse, o.l.)	2	7%
Ubesvaret	1	3%
Basis	29	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

18 Indtager du slik og sukkerholdige produkter netop pga sukkeret? (Trang til hurtig energi, vild med smagen af sukker, sukerafhængighed, højt stofskifte)	Abs.	Pct.
Ja	8	28%
Nej	11	38%
Det sker, men er ikke hovedreglen	10	34%
Ubesvaret	0	0%

Basis	29	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

19 Indtager du sukkerholdigt slik af sociale årsager (fredag aftens slik, hygge med vennerne, festlige lejligheder, osv.)?	Abs.	Pct.
Ja, det er i høj grad rigtigt	5	17%
Ja, det passer nogle gange	16	55%
Nej	8	28%
Ubesvaret	0	0%
Basis	29	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

20 Indtager du såkaldte light-produkter, der indeholder kunstige sødemidler (som aspartam, cyclamat, sakkarin og andre)?	Abs.	Pct.
Ja, det passer mig fint	9	31%

Ja, men jeg ville helst undgå det	11	38%
Nej, men det ville ikke genere mig	0	0%
Nej, det er noget jeg undgår	9	31%
Ubesvaret	0	0%
Basis	29	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

21 Hvis du kunne få et slikprodukt der var sødet med noget som ikke er usundt, men både naturligt, kaloriefrit og velsmagende, ville du da spise mere slik/ ophæve din nuværende slikbegrænsning?	Abs.	Pct.
Ja	12	41%
Nej	15	52%
Jeg spiser ikke slik	2	7%
Ubesvaret	0	0%
Basis	29	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

22 Hvor sunde mener du følgende sødestoffer er, ifølge egen bedømmelse og opfattelse? (Undlad kun at svare på det du slet ikke kender)	Meget usundt 1		2		3		Hverken sundt eller usundt 4		5		6		Meget sundt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	7	24 %	8	28 %	3	10 %	6	21 %	2	7%	0	0%	1	3%	2	7%	29
rørsukker	2	7%	4	14 %	5	17 %	6	21 %	7	24 %	3	10 %	1	3%	1	3%	29
fruktose (frugtsukker)	1	3%	2	7%	4	14 %	9	31 %	9	31 %	1	3%	0	0%	3	10 %	29
glucose (druesukker)	1	3%	4	14 %	2	7%	8	28 %	9	31 %	3	10 %	0	0%	2	7%	29
honning	0	0%	2	7%	5	17 %	4	14 %	9	31 %	5	17 %	2	7%	2	7%	29
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	3	10 %	7	24 %	10	34 %	0	0%	0	0%	9	31 %	29
glucose sirup	1	3%	4	14 %	3	10 %	9	31 %	5	17 %	1	3%	0	0%	6	21 %	29
stevia	1	3%	3	10 %	1	3%	5	17 %	6	21 %	1	3%	2	7%	10	34 %	29
lakridsrod	0	0%	1	3%	3	10 %	12	41 %	4	14 %	1	3%	2	7%	6	21 %	29
erythritol (sukrin)	3	10 %	2	7%	3	10 %	5	17 %	1	3%	1	3%	0	0%	14	48 %	29

xylitol (birkesød)	1	3%	2	7%	3	10%	11	38%	1	3%	3	10%	0	0%	8	28%	29
maltitol	1	3%	1	3%	2	7%	8	28%	1	3%	0	0%	0	0%	16	55%	29
sukralose (splenda)	1	3%	2	7%	3	10%	4	14%	2	7%	0	0%	0	0%	17	59%	29
aspartam	9	31%	5	17%	4	14%	2	7%	2	7%	0	0%	0	0%	7	24%	29
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	5	17%	8	28%	2	7%	4	14%	2	7%	0	0%	0	0%	8	28%	29

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

23 Hvor godt synes du de smager? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Smager rigtig dårligt 1		2		3		Smager hverken godt eller dårligt 4		5		6		Smager fantastisk godt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	0	0%	0	0%	2	7%	3	10%	10	34%	10	34%	2	7%	2	7%	29
rørsukker	0	0%	0	0%	3	10%	2	7%	4	14%	12	41%	7	24%	1	3%	29
fruktose (frugtsukker)	0	0%	0	0%	1	3%	3	10%	10	34%	6	21%	4	14%	5	17%	29
glucose (druesukker)	0	0%	0	0%	2	7%	4	14%	11	38%	4	14%	3	10%	5	17%	29

								%		%		%		%		%	
honning	0	0%	0	0%	2	7%	3	10%	4	14%	8	28%	9	31%	3	10%	29
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	2	7%	11	38%	4	14%	1	3%	1	3%	10	34%	29
glucose sirup	0	0%	0	0%	1	3%	7	24%	9	31%	1	3%	2	7%	9	31%	29
stevia	1	3%	1	3%	2	7%	7	24%	1	3%	0	0%	1	3%	16	55%	29
lakridsrod	1	3%	0	0%	3	10%	5	17%	9	31%	3	10%	3	10%	5	17%	29
erythritol (sukrin)	2	7%	2	7%	0	0%	7	24%	0	0%	2	7%	0	0%	16	55%	29
xylitol (birkesød)	0	0%	0	0%	2	7%	10	34%	5	17%	1	3%	0	0%	11	38%	29
maltitol	1	3%	0	0%	1	3%	9	31%	0	0%	1	3%	2	7%	15	52%	29
sukralose (splenda)	1	3%	1	3%	1	3%	5	17%	2	7%	1	3%	0	0%	18	62%	29
aspartam	3	10%	2	7%	4	14%	9	31%	2	7%	0	0%	0	0%	9	31%	29
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	2	7%	3	10%	0	0%	9	31%	1	3%	0	0%	1	3%	13	45%	29

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

24 Hvor naturlige mener du de er? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Slet ikke naturligt 1		2		3		Hverken naturligt eller unaturligt 4		5		6		Fuldstændig naturligt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	0	0%	2	7%	2	7%	6	22%	7	26%	4	15%	5	19%	1	4%	27
rørsukker	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	5	19%	9	33%	11	41%	1	4%	27
fruktose (frugtsukker)	0	0%	1	4%	0	0%	3	11%	6	22%	3	11%	11	41%	3	11%	27
glucose (druesukker)	0	0%	1	4%	0	0%	8	30%	5	19%	3	11%	8	30%	2	7%	27
honning	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	15%	5	19%	17	63%	1	4%	27
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	1	4%	4	15%	5	19%	2	7%	10	37%	5	19%	27
glucose sirup	0	0%	1	4%	2	7%	5	19%	7	26%	2	7%	4	15%	6	22%	27
stevia	1	4%	0	0%	2	7%	3	11%	3	11%	2	7%	5	19%	11	41%	27
lakridsrod	0	0%	0	0%	0	0%	2	7%	6	22%	1	4%	14	52%	4	15%	27
erythritol	2	7%	3	11%	2	7%	4	15%	0	0%	0	0%	1	4%	15	56%	27
xylitol	2	7%	1	4%	1	4%	7	26%	3	11%	0	0%	3	11%	10	37%	27
maltitol	0	0%	0	0%	3	11%	4	15%	3	11%	0	0%	3	11%	14	52%	27
sukralose	2	7%	2	7%	2	7%	4	15%	2	7%	0	0%	1	4%	14	52	27

																	%	
aspartam	9	33 %	6	22 %	3	11 %	3	11%	0	0%	0	0%	0	0%		6	22 %	27
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	8	30 %	6	22 %	0	0%	2	7%	0	0%	0	0%	0	0%		11	41 %	27

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

25 Toms har et slikprodukt der hedder Nellie Dellies. Kender du det?	Abs.	Pct.
Ja	11	41%
Nej	16	59%
Har måske set/hørt om det	0	0%
Ubesvaret	0	0%
Basis	27	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

26	Abs.	Pct.
Jeg har set en eller flere slags før	8	30%
Jeg har set og smagt en eller flere slags før	8	30%
Jeg kender dem ikke	11	41%
Ubesvaret	0	0%
Basis	27	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

27 Har du hørt om stevia?	Abs.	Pct.
Ja	14	52%
Nej	11	41%
Måske	2	7%
Ubesvaret	0	0%
Basis	27	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

28 Hvis ja, hvor godt kender du da stevia? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Har kun hørt navnet	5	19%
Har en idé om hvad det er	4	15%
Har set det/brugt det/kender nogen der bruger det	7	26%
Kender det godt/bruger det selv	2	7%
Ubesvaret	9	33%
Basis	27	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

29 Hvis du kender til stevia, hvad er så dit generelle indtryk? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Synes ikke om	1	4%
Neutral	4	15%
Synes godt om	7	26%
Synes rigtig godt om	2	7%

Ubesvaret	13	48%
Basis	27	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

30 Hvordan ville du føle dig hvis der på forsiden af en pakke Nellie Dellies står: "With sweetener from the stevia plant"?	Abs.	Pct.
forvirret	3	11%
interesseret	9	33%
skeptisk	6	22%
indforstået	2	7%
nysgerrig	11	41%
overtalt	0	0%
bange	0	0%
ligeglad	5	19%
skuffet	0	0%
begejstret	2	7%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	6	22%
Ubesvaret	0	0%

Basis	27
-------	----

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

31 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "No sugar added/ Made from raw liquorice"?	Abs.	Pct.
forvirret	1	4%
interesseret	9	33%
skeptisk	4	15%
indforstået	1	4%
nysgerrig	3	11%
overtalt	4	15%
bange	0	0%
ligeglad	6	22%
skuffet	2	7%
begeistret	6	22%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	2	7%
Ubesvaret	3	11%
Basis	27	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

32 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "Rich on fibres - Enjoy in moderation"?	Abs.	Pct.
forvirret	6	22%
interesseret	2	7%
skeptisk	9	33%
indforstået	4	15%
nysgerrig	4	15%
overtalt	0	0%
bange	1	4%
ligeglad	4	15%
skuffet	1	4%
begejstret	2	7%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	1	4%
Ubesvaret	2	7%
Basis	27	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

33 Her er nogle af de nye Nellie Dellies. På bagsiden står følgende oplysninger: Toms Nellie Dellies - A new generation of candy *No sugar added *Less calories - Fibres instead of sugar *Grain fibres - From corn, wheat and chicory *Med sødestof fra planten stevia *Rich on fibres - Enjoy in moderation *Licorice root - No colours added Sød lakrids Ingredienser: fyldemiddel (polydextrose), oligofruktose, hvededextrin, fortykningsmiddel (arabisk gummi), oksegeatine, rålakrids, salt, aroma, vegetabilsk olie, overfladebehandlingsmiddel (carnaubavoks), sødestof (steviol glycosider). Opbevares tørt og køligt. Kan indeholde spor af gluten. Uden tilsat sukker. Ingen sukkeralkoholer. 70% fibre - bør nydes i små mængder. 40% færre kalorier. Ikke tilsat farvestoffer. Per 100g: Energi 825 kJ/ 195 kcal Protein 7 g Kulhydrater 8 g, -heraf sukkerarter 0,8 g, -heraf sukkeralkoholer 0 g Fedt 0,3 g, -heraf mættede fedtsyrer 0 g Kostfibre 70g Natrium (salt) 0,04 g (0,1 g) Netto 90 g Hvor godt informeret føler du dig til at købe produktet?	Abs.	Pct.
For lidt informeret	5	19%
Tilpas informeret	20	74%
For meget informeret	1	4%
Ubesvaret	1	4%
Basis	27	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

34 Ville du have lyst til at købe de nye Nellie Dellies?	Abs.	Pct.
Ja, helt sikkert	5	19%
Ja, muligvis	14	52%

Nej, ikke specielt	6	22%
Nej, slet ikke	1	4%
Ubesvaret	1	4%
Basis	27	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

35 Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år. Vidste du det?	Abs.	Pct.
Ja, det meste	7	26%
Ja, men kun lidt af det	7	26%
Nej, det er nyt for mig	13	48%
Ubesvaret	0	0%
Basis	27	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

36 Ville du købe Nellie Dellies ud fra dit nuværende kendskab til stevia?	Abs.	Pct.
Ja, gerne	16	59%
Nej	5	19%
Jeg er interesseret i produkter med stevia, men ikke Nellie Dellies	5	19%
Jeg er er interesseret i Nellie Dellies, men stevia er ikke grunden	0	0%
Ubesvaret	1	4%
Basis	27	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

Filter: [Lang videregående]

Udført af: Johann Thomsen (wwdane)

Virksomhedsnavn:

Antal besvarelser: 33

Udførelsestidspunkt: 24-09-2012 10:56:39

Folk der har børn

1 Køn	Abs.	Pct.
Mand	19	37%
Kvinde	32	63%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

2 Alder	Abs.	Pct.
<18	0	0%
18-25	0	0%
26-35	22	43%
36-50	21	41%
51+	8	16%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

3 Bopælsregion (eller region med størst tilhørsforhold)	Abs.	Pct.
Nordjylland	3	6%
Midtjylland	7	14%
Syddanmark	5	10%
Sjælland	13	25%
Hovedstaden	23	45%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

4 Afsluttet uddannelse	Abs.	Pct.
Folkeskole	0	0%
Gymnasial uddannelse	6	12%

Kort/mellemlang videregående uddannelse	26	51%
Lang videregående	15	29%
Faglært	4	8%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

5 Social status	Abs.	Pct.
Single/eneboende, uden børn	0	0%
Single/eneboende, med børn	7	14%
Samlevende/gift, uden børn	0	0%
Samlevende/gift, med børn	44	86%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

6 Omtrentlig personlig indkomst efter skat (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
0-99.999	4	8%
100.000-199.999	11	22%
200.000-299.999	16	31%
300.000+	16	31%
Ubesvaret	4	8%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

7 Et sødestof er et hvilket som helst stof der smager sødt. Hvilke sødestoffer kender du til? (Afkryds også hvis du kun kender dem meget begrænset)	Abs.	Pct.
hvidt sukker	51	100 %
rørsukker	50	98%
fruktose (frugtsukker)	44	86%
glucose (druesukker)	49	96%
honning	49	96%
lactose (mælkesukker)	44	86%

glucose sirup	38	75%
stevia	24	47%
lakridsrod	33	65%
erythritol (sukrin)	16	31%
maltitol	21	41%
xylitol (birkesød)	35	69%
sorbitol	35	69%
sukralose (splenda)	5	10%
aspartam	39	76%
acesulfam-k	14	27%
sakkarin	34	67%
cyklamat	11	22%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

8 I de følgende 8 spørgsmål skal du vælge hvilke egenskaber der er vigtigst for dig, hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof: (Afkryds det du er mest enig i)	Abs.	Pct.
Det er så naturligt som muligt	40	78%

Det må gerne være fremstillet	1	2%
Naturligt som fremstillet passer mig begge fint	10	20%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

9 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 2	Abs.	Pct.
Sødmen føles i samme øjeblik jeg smager på noget, men holder i begrænset tid	10	20%
Sødmen føles et øjeblik efter jeg smager på noget, men bliver ved længere	12	24%
Jeg har ingen præferencer	29	57%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

10 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 3	Abs.	Pct.
Indeholder så få kalorier som muligt	29	57%
Det må gerne være energirigt	6	12%
Kalorier spiller ingen rolle	16	31%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

11 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 4	Abs.	Pct.
Selv ved store doser må det ikke give mig fordøjelsesgener som oppustethed eller afførende virkning	28	55%
Det er ikke vigtigt for mig/ Jeg bekymrer mig ikke om det	23	45%
Ubesvaret	0	0%
Basis	51	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

12 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 5	Abs.	Pct.
Det skal have så tæt på samme smag som hvidt sukker som mulig	17	35%
Jeg foretrækker når det indeholder nuancer der adskiller sig fra hvidt sukker (som fx honning, rørsukker, lakridsrod o.l.)	19	39%
Hvad som helst, bare det er sødt	13	27%
Ubesvaret	0	0%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

13 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 6	Abs.	Pct.
Det må gerne øge blodsukkeret	10	20%
Det er godt hvis det ikke øger blodsukkeret	21	43%
Blodsukker er ikke et vigtigt parameter for mig	18	37%
Ubesvaret	0	0%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

14 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 7	Abs.	Pct.
En lille mængde søder tilstrækkeligt, men det er sværere at dosere	10	20%
Der skal en stor mængde til for samme sødme, men det er nemmere at dosere	9	18%
Dosering er ikke et vigtigt parameter for mig	30	61%
Ubesvaret	0	0%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

15 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 8	Abs.	Pct.
Jeg foretrækker at benytte ét sødestof jeg kan bruge på samme måde til alt (flydende, fast, bagning, osv.)	22	45%
Jeg foretrækker at benytte flere sødestoffer med forskellige egenskaber, og blander gerne ingredienser for at tilpasse smag og konsistens	19	39%
Jeg har ingen præferencer	8	16%

Ubesvaret	0	0%
Basis	49	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

16 Begrænser du bevidst dit indtag af sukker?	Abs.	Pct.
Ja	39	83%
Nej	8	17%
Ubesvaret	0	0%
Basis	47	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

17 Hvis ja, hvorfor begrænser du dit indtag? (Hvis nej, forestil dig hvilken grund ville være mest sandsynlig hvis du skulle begrænse sukkerindtag)	Abs.	Pct.
Det giver mig for mange kalorier/ Jeg passer på vægten	27	57%
Min krop tager generelt skade af for meget tilsat sukker (tænder, almen sundhed)	28	60%
Min tilstand kræver det (diabetes, stofskifte, fordøjelse, o.l.)	2	4%

Ubesvaret	2	4%
Basis	47	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

18 Indtager du slik og sukkerholdige produkter netop pga sukkeret? (Trang til hurtig energi, vild med smagen af sukker, sukerafhængighed, højt stofskifte)	Abs.	Pct.
Ja	14	30%
Nej	19	40%
Det sker, men er ikke hovedreglen	14	30%
Ubesvaret	0	0%
Basis	47	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

19 Indtager du sukkerholdigt slik af sociale årsager (fredag aftens slik, hygge med vennerne, festlige lejligheder, osv.)?	Abs.	Pct.
Ja, det er i høj grad rigtigt	13	28%

Ja, det passer nogle gange	24	51%
Nej	10	21%
Ubesvaret	0	0%
Basis	47	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

20 Indtager du såkaldte light-produkter, der indeholder kunstige sødemidler (som aspartam, cyclamat, sakkarin og andre)?	Abs.	Pct.
Ja, det passer mig fint	12	26%
Ja, men jeg ville helst undgå det	16	34%
Nej, men det ville ikke genere mig	1	2%
Nej, det er noget jeg undgår	18	38%
Ubesvaret	0	0%
Basis	47	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

21 Hvis du kunne få et slikprodukt der var sødet med noget som ikke er usundt, men både naturligt, kaloriefrit og velsmagende, ville du da spise mere slik/ ophæve din nuværende slikbegrænsning?	Abs.	Pct.
Ja	19	40%
Nej	25	53%
Jeg spiser ikke slik	3	6%
Ubesvaret	0	0%
Basis	47	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

22 Hvor sunde mener du følgende sødestoffer er, ifølge egen bedømmelse og opfattelse? (Undlad kun at svare på det du slet ikke kender)	Meget usundt 1		2		3		Hverken sundt eller usundt 4		5		6		Meget sundt 7		Ubs.		
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Basis
hvidt sukker	11	24 %	10	22 %	4	9%	9	20 %	2	4%	0	0%	1	2%	8	18 %	45
rørsukker	2	4%	6	13 %	11	24 %	9	20 %	8	18 %	2	4%	1	2%	6	13 %	45

fruktose (frugtsukker)	1	2%	2	4%	5	11 %	14	31 %	12	27 %	1	2%	1	2%	9	20 %	45
glucose (druesukker)	2	4%	3	7%	6	13 %	12	27 %	12	27 %	2	4%	0	0%	8	18 %	45
honning	0	0%	1	2%	6	13 %	9	20 %	8	18 %	9	20 %	5	11 %	7	16 %	45
lactose (mælkesukker)	0	0%	1	2%	6	13 %	16	36 %	11	24 %	0	0%	0	0%	11	24 %	45
glucose sirup	4	9%	3	7%	9	20 %	11	24 %	5	11 %	1	2%	0	0%	12	27 %	45
stevia	2	4%	1	2%	2	4%	9	20 %	6	13 %	1	2%	4	9%	20	44 %	45
lakridsrod	0	0%	2	4%	3	7%	11	24 %	6	13 %	5	11 %	4	9%	14	31 %	45
erythritol (sukrin)	5	11 %	4	9%	1	2%	9	20 %	1	2%	2	4%	0	0%	23	51 %	45
xylitol (birkesød)	3	7%	1	2%	5	11 %	16	36 %	3	7%	2	4%	1	2%	14	31 %	45
maltitol	4	9%	1	2%	4	9%	10	22 %	3	7%	0	0%	0	0%	23	51 %	45
sukralose (splenda)	3	7%	0	0%	3	7%	12	27 %	1	2%	0	0%	0	0%	26	58 %	45
aspartam	16	36 %	7	16 %	3	7%	4	9%	1	2%	0	0%	0	0%	14	31 %	45
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	13	29 %	8	18 %	1	2%	4	9%	2	4%	0	0%	0	0%	17	38 %	45

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

23 Hvor godt synes du de smager? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Smager rigtig dårligt 1		2		3		Smager hverken godt eller dårligt 4		5		6		Smager fantastisk godt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	0	0%	0	0%	1	2%	3	7%	9	21%	14	33%	7	16%	9	21%	43
rørsukker	0	0%	0	0%	2	5%	1	2%	6	14%	15	35%	11	26%	8	19%	43
fruktose (frugtsukker)	0	0%	0	0%	1	2%	5	12%	11	26%	7	16%	7	16%	12	28%	43
glucose (druesukker)	0	0%	0	0%	2	5%	5	12%	13	30%	5	12%	5	12%	13	30%	43
honning	0	0%	2	5%	4	9%	0	0%	6	14%	11	26%	13	30%	7	16%	43
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	4	9%	11	26%	7	16%	1	2%	1	2%	19	44%	43
glucose sirup	0	0%	2	5%	1	2%	7	16%	11	26%	2	5%	3	7%	17	40%	43
stevia	1	2%	1	2%	1	2%	4	9%	3	7%	3	7%	1	2%	29	67%	43
lakridsrod	1	2%	1	2%	2	5%	4	9%	9	21%	5	12%	8	19%	13	30%	43
erythritol (sukrin)	1	2%	2	5%	1	2%	7	16%	0	0%	3	7%	0	0%	29	67%	43
xylitol (birkesød)	0	0%	2	5%	3	7%	13	30%	4	9%	2	5%	0	0%	19	44%	43
maltitol	0	0%	2	5%	1	2%	9	21%	0	0%	1	2%	1	2%	29	67%	43

sukralose (splenda)	0	0%	1	2%	1	2%	6	14%	1	2%	1	2%	0	0%	33	77%	43
aspartam	9	21%	3	7%	3	7%	9	21%	1	2%	1	2%	0	0%	17	40%	43
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	6	14%	1	2%	1	2%	11	26%	1	2%	0	0%	1	2%	22	51%	43

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

24 Hvor naturlige mener du de er? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Slet ikke naturligt 1		2		3		Hverken naturligt eller unaturligt 4		5		6		Fuldstændig naturligt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	0	0%	1	3%	4	10%	6	15%	6	15%	5	13%	12	31%	5	13%	39
rørsukker	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	15%	7	18%	21	54%	5	13%	39
fruktose (frugtsukker)	0	0%	1	3%	0	0%	2	5%	7	18%	5	13%	18	46%	6	15%	39
glucose (druesukker)	1	3%	1	3%	1	3%	4	10%	6	15%	7	18%	12	31%	7	18%	39
honning	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%	7	18%	26	67%	5	13%	39

lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	0	0%	3	8%	5	13%	7	18%	13	33%		11	28%	39
glucose sirup	2	5%	1	3%	1	3%	4	10%	7	18%	6	15%	8	21%		10	26%	39
stevia	2	5%	2	5%	0	0%	3	8%	2	5%	4	10%	8	21%		18	46%	39
lakridsrod	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%	2	5%	3	8%	24	62%		9	23%	39
erythritol	8	21%	3	8%	4	10%	3	8%	0	0%	1	3%	1	3%		19	49%	39
xylitol	9	23%	4	10%	2	5%	3	8%	3	8%	0	0%	3	8%		15	38%	39
maltitol	6	15%	3	8%	4	10%	2	5%	2	5%	0	0%	4	10%		18	46%	39
sukralose	4	10%	5	13%	3	8%	4	10%	1	3%	0	0%	2	5%		20	51%	39
aspartam	18	46%	6	15%	2	5%	2	5%	0	0%	0	0%	0	0%		11	28%	39
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	19	49%	5	13%	0	0%	2	5%	0	0%	0	0%	0	0%		13	33%	39

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

25 Toms har et slikprodukt der hedder Nellie Dellies. Kender du det?	Abs.	Pct.
Ja	18	46%

Nej	16	41%
Har måske set/hørt om det	5	13%
Ubesvaret	0	0%
Basis	39	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

26	Abs.	Pct.
Jeg har set en eller flere slags før	11	28%
Jeg har set og smagt en eller flere slags før	15	38%
Jeg kender dem ikke	13	33%
Ubesvaret	0	0%
Basis	39	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

27 Har du hørt om stevia?	Abs.	Pct.
Ja	20	51%
Nej	16	41%
Måske	3	8%
Ubesvaret	0	0%
Basis	39	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

28 Hvis ja, hvor godt kender du da stevia? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Har kun hørt navnet	6	15%
Har en idé om hvad det er	5	13%
Har set det/brugt det/kender nogen der bruger det	9	23%
Kender det godt/bruger det selv	4	10%
Ubesvaret	15	38%
Basis	39	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

29 Hvis du kender til stevia, hvad er så dit generelle indtryk? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Synes ikke om	1	3%
Neutral	4	10%
Synes godt om	7	18%
Synes rigtig godt om	4	10%
Ubesvaret	23	59%
Basis	39	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

30 Hvordan ville du føle dig hvis der på forsiden af en pakke Nellie Dellies står: "With sweetener from the stevia plant"?	Abs.	Pct.
forvirret	4	10%
interessert	13	33%
skeptisk	3	8%
indforstået	5	13%
nysgerrig	19	49%

overtalt	2	5%
bange	0	0%
ligeglad	5	13%
skuffet	0	0%
begejstret	4	10%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	8	21%
Ubesvaret	0	0%
Basis	39	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

31 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "No sugar added/ Made from raw liquorice"?	Abs.	Pct.
forvirret	4	10%
interessert	14	36%
skeptisk	6	15%
indforstået	4	10%
nysgerrig	10	26%
overtalt	6	15%
bange	0	0%
ligeglad	5	13%

skuffet	1	3%
begejstret	11	28%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	4	10%
Ubesvaret	1	3%
Basis	39	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

32 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "Rich on fibres - Enjoy in moderation"?	Abs.	Pct.
forvirret	9	23%
interesseret	6	15%
skeptisk	15	38%
indforstået	5	13%
nysgerrig	7	18%
overtalt	1	3%
bange	0	0%
ligeglad	7	18%
skuffet	1	3%
begejstret	3	8%

jeg ville nok ikke lægge mærke til det	2	5%
Ubesvaret	2	5%
Basis	39	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

33 Her er nogle af de nye Nellie Dellies. På bagsiden står følgende oplysninger: Toms Nellie Dellies - A new generation of candy *No sugar added *Less calories - Fibres instead of sugar *Grain fibres - From corn, wheat and chicory *Med sødestof fra planten stevia *Rich on fibres - Enjoy in moderation *Liquorice root - No colours added Sød lakrids Ingredienser: fyldemiddel (polydextrose), oligofruktose, hvededextrin, fortykningsmiddel (arabisk gummi), oksegeatine, rålakrids, salt, aroma, vegetabilsk olie, overfladebehandlingsmiddel (carnaubavoks), sødestof (steviol glycosider). Opbevares tørt og køligt. Kan indeholde spor af gluten. Uden tilsat sukker. Ingen sukkeralkoholer. 70% fibre - bør nydes i små mængder. 40% færre kalorier. Ikke tilsat farvestoffer. Per 100g: Energi 825 kJ/ 195 kcal Protein 7 g Kulhydrater 8 g, -heraf sukkerarter 0,8 g, -heraf sukkeralkoholer 0 g Fedt 0,3 g, -heraf mættede fedtsyrer 0 g Kostfibre 70g Natrium (salt) 0,04 g (0,1 g) Netto 90 g Hvor godt informeret føler du dig til at købe produktet?	Abs.	Pct.
For lidt informeret	8	21%
Tilpas informeret	26	67%
For meget informeret	4	10%
Ubesvaret	1	3%
Basis	39	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

34 Ville du have lyst til at købe de nye Nellie Dellies?	Abs.	Pct.
Ja, helt sikkert	11	28%
Ja, muligvis	16	41%
Nej, ikke specielt	10	26%
Nej, slet ikke	1	3%
Ubesvaret	1	3%
Basis	39	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

35 Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år. Vidste du det?	Abs.	Pct.
Ja, det meste	12	31%
Ja, men kun lidt af det	6	15%
Nej, det er nyt for mig	20	51%

Ubesvaret	1	3%
Basis	39	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

36 Ville du købe Nellie Dellies ud fra dit nuværende kendskab til stevia?	Abs.	Pct.
Ja, gerne	23	59%
Nej	7	18%
Jeg er interesseret i produkter med stevia, men ikke Nellie Dellies	6	15%
Jeg er er interesseret i Nellie Dellies, men stevia er ikke grunden	1	3%
Ubesvaret	3	8%
Basis	39	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

Filter: [Single/eneboende, med børn, Samlevende/gift, med børn]

Udført af: Johann Thomsen (wwdane)

Virksomhedsnavn:

Antal besvarelser: 51

Udførelsestidspunkt: 24-09-2012 11:23:39

Over 26

1 Køn	Abs.	Pct.
Mand	42	41%
Kvinde	60	59%
Ubesvaret	0	0%
Basis	102	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

2 Alder	Abs.	Pct.
<18	0	0%
18-25	0	0%
26-35	62	61%
36-50	27	26%
51+	13	13%
Ubesvaret	0	0%
Basis	102	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

3 Bopælsregion (eller region med størst tilhørsforhold)	Abs.	Pct.
Nordjylland	5	5%
Midtjylland	13	13%
Syddanmark	12	12%
Sjælland	16	16%
Hovedstaden	56	55%
Ubesvaret	0	0%
Basis	102	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

4 Afsluttet uddannelse	Abs.	Pct.
Folkeskole	0	0%

Gymnasiel uddannelse	14	14%
Kort/mellemlang videregående uddannelse	52	52%
Lang videregående	30	30%
Faglært	4	4%
Ubesvaret	0	0%
Basis	100	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

5 Social status	Abs.	Pct.
Single/eneboende, uden børn	22	22%
Single/eneboende, med børn	7	7%
Samlevende/gift, uden børn	27	27%
Samlevende/gift, med børn	44	44%
Ubesvaret	1	1%
Basis	101	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

6 Omtrentlig personlig indkomst efter skat (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
0-99.999	9	9%
100.000-199.999	27	27%
200.000-299.999	26	26%
300.000+	28	28%
Ubesvaret	11	11%
Basis	101	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

7 Et sødestof er et hvilket som helst stof der smager sødt. Hvilke sødestoffer kender du til? (Afkryds også hvis du kun kender dem meget begrænset)	Abs.	Pct.
hvidt sukker	99	99%
rørsukker	98	98%
fruktose (frugtsukker)	88	88%
glucose (druesukker)	94	94%

honning	97	97%
lactose (mælkesukker)	82	82%
glucose sirup	79	79%
stevia	35	35%
lakridsrod	69	69%
erythritol (sukrin)	24	24%
maltitol	24	24%
xylitol (birkesød)	52	52%
sorbitol	65	65%
sukralose (splenda)	10	10%
aspartam	71	71%
acesulfam-k	17	17%
sakkarin	59	59%
cyklamat	14	14%
Ubesvaret	1	1%
Basis	100	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

8 I de følgende 8 spørgsmål skal du vælge hvilke egenskaber der er vigtigst for dig, hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof: (Afkryds det du er mest enig i)	Abs.	Pct.
Det er så naturligt som muligt	75	77%
Det må gerne være fremstillet	1	1%
Naturligt som fremstillet passer mig begge fint	21	22%
Ubesvaret	0	0%
Basis	97	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

9 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 2	Abs.	Pct.
Sødmen føles i samme øjeblik jeg smager på noget, men holder i begrænset tid	21	22%
Sødmen føles et øjeblik efter jeg smager på noget, men bliver ved længere	21	22%
Jeg har ingen præferencer	55	57%
Ubesvaret	0	0%
Basis	97	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

10 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 3	Abs.	Pct.
Indeholder så få kalorier som muligt	55	57%
Det må gerne være energirigt	12	12%
Kalorier spiller ingen rolle	30	31%
Ubesvaret	0	0%
Basis	97	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

11 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 4	Abs.	Pct.
Selv ved store doser må det ikke give mig fordøjelsesgener som oppustethed eller afførende virkning	51	53%
Det er ikke vigtigt for mig/ Jeg bekymrer mig ikke om det	46	47%
Ubesvaret	0	0%

Basis	97
-------	----

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

12 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 5	Abs.	Pct.
Det skal have så tæt på samme smag som hvidt sukker som mulig	24	26%
Jeg foretrækker når det indeholder nuancer der adskiller sig fra hvidt sukker (som fx honning, rørsukker, lakridsrod o.l.)	43	47%
Hvad som helst, bare det er sødt	25	27%
Ubesvaret	0	0%
Basis	92	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

13 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 6	Abs.	Pct.
Det må gerne øge blodsukkeret	17	18%

Det er godt hvis det ikke øger blodsukkeret	43	47%
Blodsukker er ikke et vigtigt parameter for mig	32	35%
Ubesvaret	0	0%
Basis	92	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

14 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 7	Abs.	Pct.
En lille mængde søder tilstrækkeligt, men det er sværere at dosere	24	26%
Der skal en stor mængde til for samme sødme, men det er nemmere at dosere	12	13%
Dosering er ikke et vigtigt parameter for mig	56	61%
Ubesvaret	0	0%
Basis	92	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

15 Hvis du kvit og frit kunne vælge dit yndlings sødestof, ud fra en række egenskaber, hvilke egenskaber er da vigtige for dig?: (Afkryds det du er mest enig i) 8	Abs.	Pct.
Jeg foretrækker at benytte ét sødestof jeg kan bruge på samme måde til alt (flydende, fast, bagning, osv.)	33	36%
Jeg foretrækker at benytte flere sødestoffer med forskellige egenskaber, og blander gerne ingredienser for at tilpasse smag og konsistens	35	38%
Jeg har ingen præferencer	24	26%
Ubesvaret	0	0%
Basis	92	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

16 Begrænser du bevidst dit indtag af sukker?	Abs.	Pct.
Ja	68	76%
Nej	22	24%
Ubesvaret	0	0%
Basis	90	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

17 Hvis ja, hvorfor begrænser du dit indtag? (Hvis nej, forestil dig hvilken grund ville være mest sandsynlig hvis du skulle begrænse sukkerindtag)	Abs.	Pct.
Det giver mig for mange kalorier/ Jeg passer på vægten	45	50%
Min krop tager generelt skade af for meget tilsat sukker (tænder, almen sundhed)	53	59%
Min tilstand kræver det (diabetes, stofskifte, fordøjelse, o.l.)	5	6%
Ubesvaret	8	9%
Basis	90	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

18 Indtager du slik og sukkerholdige produkter netop pga sukkeret? (Trang til hurtig energi, vild med smagen af sukker, sukkeafhængighed, højt stofskifte)	Abs.	Pct.
Ja	23	26%
Nej	32	36%
Det sker, men er ikke hovedreglen	35	39%
Ubesvaret	0	0%

Basis	90	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

19 Indtager du sukkerholdigt slik af sociale årsager (fredag aftens slik, hygge med vennerne, festlige lejligheder, osv.)?	Abs.	Pct.
Ja, det er i høj grad rigtigt	20	22%
Ja, det passer nogle gange	54	60%
Nej	16	18%
Ubesvaret	0	0%
Basis	90	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

20 Indtager du såkaldte light-produkter, der indeholder kunstige sødemidler (som aspartam, cyclamat, sakkarin og andre)?	Abs.	Pct.
Ja, det passer mig fint	16	18%

Ja, men jeg ville helst undgå det	28	31%
Nej, men det ville ikke genere mig	6	7%
Nej, det er noget jeg undgår	40	44%
Ubesvaret	0	0%
Basis	90	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

21 Hvis du kunne få et slikprodukt der var sødet med noget som ikke er usundt, men både naturligt, kalorfrit og velsmagende, ville du da spise mere slik/ ophæve din nuværende slikbegrænsning?	Abs.	Pct.
Ja	41	46%
Nej	46	51%
Jeg spiser ikke slik	3	3%
Ubesvaret	0	0%
Basis	90	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

22 Hvor sunde mener du følgende sødestoffer er, ifølge egen bedømmelse og opfattelse? (Undlad kun at svare på det du slet ikke kender)	Meget usundt 1		2		3		Hverken sundt eller usundt 4		5		6		Meget sundt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	21	24 %	22	25 %	10	11 %	16	18 %	4	5%	1	1%	3	3%	11	13 %	88
rørsukker	6	7%	11	13 %	21	24 %	17	19 %	19	22 %	5	6%	1	1%	8	9%	88
fruktose (frugtsukker)	3	3%	7	8%	9	10 %	24	27 %	26	30 %	4	5%	2	2%	13	15 %	88
glucose (druesukker)	3	3%	8	9%	14	16 %	23	26 %	20	23 %	7	8%	1	1%	12	14 %	88
honning	2	2%	6	7%	12	14 %	12	14 %	17	19 %	19	22 %	9	10 %	11	13 %	88
lactose (mælkesukker)	1	1%	4	5%	10	11 %	30	34 %	19	22 %	2	2%	1	1%	21	24 %	88
glucose sirup	8	9%	9	10 %	13	15 %	27	31 %	11	13 %	3	3%	0	0%	17	19 %	88
stevia	3	3%	5	6%	2	2%	18	20 %	10	11 %	2	2%	5	6%	43	49 %	88
lakridsrod	3	3%	3	3%	6	7%	21	24 %	16	18 %	10	11 %	6	7%	23	26 %	88
erythritol (sukrin)	6	7%	6	7%	4	5%	15	17 %	3	3%	3	3%	1	1%	50	57 %	88

xylitol (birkesød)	4	5%	9	10 %	7	8%	23	26 %	3	3%	4	5%	2	2%	36	41 %	88
maltitol	7	8%	2	2%	5	6%	16	18 %	4	5%	0	0%	1	1%	53	60 %	88
sukralose (splenda)	5	6%	5	6%	6	7%	17	19 %	2	2%	0	0%	1	1%	52	59 %	88
aspartam	31	35 %	12	14 %	8	9%	5	6%	4	5%	0	0%	1	1%	27	31 %	88
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	22	25 %	16	18 %	6	7%	7	8%	2	2%	0	0%	1	1%	34	39 %	88

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

23 Hvor godt synes du de smager? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Smager rigtig dårligt 1		2		3		Smager hverken godt eller dårligt 4		5		6		Smager fantastisk godt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	0	0%	0	0%	2	2%	10	12 %	20	23 %	31	36 %	12	14 %	11	13 %	86
rørsukker	0	0%	0	0%	4	5%	4	5%	12	14 %	31	36 %	23	27 %	12	14 %	86
fruktose (frugtsukker)	0	0%	0	0%	1	1%	12	14 %	20	23 %	25	29 %	10	12 %	18	21 %	86
glucose (druesukker)	1	1%	0	0%	3	3%	13	15	22	26	13	15	10	12	24	28	86

								%		%		%		%		%	
honning	1	1%	5	6%	4	5%	4	5%	13	15%	21	24%	28	33%	10	12%	86
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	8	9%	28	33%	9	10%	3	3%	4	5%	34	40%	86
glucose sirup	0	0%	3	3%	2	2%	19	22%	19	22%	4	5%	10	12%	29	34%	86
stevia	3	3%	2	2%	1	1%	12	14%	5	6%	3	3%	1	1%	59	69%	86
lakridsrod	4	5%	1	1%	4	5%	11	13%	19	22%	15	17%	13	15%	19	22%	86
erythritol (sukrin)	4	5%	3	3%	1	1%	14	16%	0	0%	4	5%	1	1%	59	69%	86
xylitol (birkesød)	0	0%	4	5%	6	7%	24	28%	7	8%	2	2%	0	0%	43	50%	86
maltitol	1	1%	3	3%	1	1%	18	21%	0	0%	1	1%	2	2%	60	70%	86
sukralose (splenda)	3	3%	2	2%	1	1%	11	13%	2	2%	2	2%	0	0%	65	76%	86
aspartam	16	19%	8	9%	5	6%	19	22%	2	2%	1	1%	0	0%	35	41%	86
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	10	12%	6	7%	3	3%	17	20%	2	2%	2	2%	1	1%	45	52%	86

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

24 Hvor naturlige mener du de er? (Undlad kun at svare hvis du absolut ikke mener at vide)	Slet ikke naturligt 1		2		3		Hverken naturligt eller unaturligt 4		5		6		Fuldstændig naturligt 7		Ubs.		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
hvidt sukker	2	2%	5	6%	5	6%	11	13%	21	26 %	10	12 %	21	26%	7	9%	82
rørsukker	0	0%	1	1%	0	0%	1	1%	16	20 %	17	21 %	40	49%	7	9%	82
fruktose (frugtsukker)	0	0%	1	1%	0	0%	5	6%	12	15 %	12	15 %	40	49%	12	15 %	82
glucose (druesukker)	1	1%	1	1%	3	4%	11	13%	15	18 %	14	17 %	25	30%	12	15 %	82
honning	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	5%	19	23 %	51	62%	8	10 %	82
lactose (mælkesukker)	0	0%	0	0%	3	4%	10	12%	11	13 %	12	15 %	29	35%	17	21 %	82
glucose sirup	3	4%	3	4%	2	2%	14	17%	13	16 %	11	13 %	14	17%	22	27 %	82
stevia	8	10 %	2	2%	2	2%	7	9%	3	4%	5	6%	12	15%	43	52 %	82
lakridsrod	0	0%	0	0%	0	0%	4	5%	8	10 %	8	10 %	49	60%	13	16 %	82
erythritol	14	17 %	5	6%	6	7%	6	7%	0	0%	1	1%	1	1%	49	60 %	82
xylitol	17	21 %	8	10 %	3	4%	10	12%	4	5%	0	0%	3	4%	37	45 %	82
maltitol	10	12 %	4	5%	6	7%	10	12%	4	5%	1	1%	4	5%	43	52 %	82
sukralose	5	6%	7	9%	4	5%	10	12%	2	2%	1	1%	3	4%	50	61	82

																	%	
aspartam	37	45 %	10	12 %	5	6%	4	5%	0	0%	0	0%	0	0%		26	32 %	82
andre kunstige sødemidler end fx aspartam	34	41 %	9	11 %	0	0%	3	4%	0	0%	0	0%	0	0%		36	44 %	82

Vandret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

25 Toms har et slikprodukt der hedder Nellie Dellies. Kender du det?	Abs.	Pct.
Ja	34	41%
Nej	39	48%
Har måske set/hørt om det	9	11%
Ubesvaret	0	0%
Basis	82	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

26	Abs.	Pct.
Jeg har set en eller flere slags før	23	28%
Jeg har set og smagt en eller flere slags før	31	38%
Jeg kender dem ikke	27	33%
Ubesvaret	0	0%
Basis	81	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

27 Har du hørt om stevia?	Abs.	Pct.
Ja	31	38%
Nej	45	56%
Måske	5	6%
Ubesvaret	0	0%
Basis	81	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

28 Hvis ja, hvor godt kender du da stevia? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Har kun hørt navnet	13	16%
Har en idé om hvad det er	11	14%
Har set det/brugt det/kender nogen der bruger det	12	15%
Kender det godt/bruger det selv	4	5%
Ubesvaret	41	51%
Basis	81	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

29 Hvis du kender til stevia, hvad er så dit generelle indtryk? (Svar er ikke obligatorisk)	Abs.	Pct.
Synes ikke om	1	1%
Neutral	12	15%
Synes godt om	10	12%
Synes rigtig godt om	5	6%

Ubesvaret	53	65%
Basis	81	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

30 Hvordan ville du føle dig hvis der på forsiden af en pakke Nellie Dellies står: "With sweetener from the stevia plant"?	Abs.	Pct.
forvirret	13	16%
interesseret	32	40%
skeptisk	15	19%
indforstået	6	7%
nysgerrig	32	40%
overtalt	4	5%
bange	0	0%
ligeglad	11	14%
skuffet	0	0%
begejstret	6	7%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	21	26%
Ubesvaret	0	0%

Basis	81
-------	----

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

31 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "No sugar added/ Made from raw liquorice"?	Abs.	Pct.
forvirret	5	6%
interesseret	28	35%
skeptisk	18	22%
indforstået	6	7%
nysgerrig	17	21%
overtalt	10	12%
bange	0	0%
ligeglad	10	12%
skuffet	4	5%
begejstret	19	23%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	10	12%
Ubesvaret	3	4%
Basis	81	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

32 Hvordan ville du føle dig hvis der står: "Rich on fibres - Enjoy in moderation"?	Abs.	Pct.
forvirret	19	23%
interesseret	10	12%
skeptisk	31	38%
indforstået	9	11%
nysgerrig	14	17%
overtalt	1	1%
bange	2	2%
ligeglad	13	16%
skuffet	2	2%
begejstret	5	6%
jeg ville nok ikke lægge mærke til det	6	7%
Ubesvaret	3	4%
Basis	81	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

33 Her er nogle af de nye Nellie Dellies. På bagsiden står følgende oplysninger: Toms Nellie Dellies - A new generation of candy *No sugar added *Less calories - Fibres instead of sugar *Grain fibres - From corn, wheat and chicory *Med sødestof fra planten stevia *Rich on fibres - Enjoy in moderation *Liquorice root - No colours added Sød lakrids Ingredienser: fyldemiddel (polydextrose), oligofruktose, hvededextrin, fortykningsmiddel (arabisk gummi), oksegeatine, rålakrids, salt, aroma, vegetabilsk olie, overfladebehandlingsmiddel (carnaubavoks), sødestof (steviol glycosider). Opbevares tørt og køligt. Kan indeholde spor af gluten. Uden tilsat sukker. Ingen sukkeralkoholer. 70% fibre - bør nydes i små mængder. 40% færre kalorier. Ikke tilsat farvestoffer. Per 100g: Energi 825 kJ/ 195 kcal Protein 7 g Kulhydrater 8 g, -heraf sukkerarter 0,8 g, -heraf sukkeralkoholer 0 g Fedt 0,3 g, -heraf mættede fedtsyrer 0 g Kostfibre 70g Natrium (salt) 0,04 g (0,1 g) Netto 90 g Hvor godt informeret føler du dig til at købe produktet?	Abs.	Pct.
For lidt informeret	15	19%
Tilpas informeret	59	73%
For meget informeret	6	7%
Ubesvaret	1	1%
Basis	81	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

34 Ville du have lyst til at købe de nye Nellie Dellies?	Abs.	Pct.
Ja, helt sikkert	17	21%
Ja, muligvis	34	42%

Nej, ikke specielt	24	30%
Nej, slet ikke	5	6%
Ubesvaret	1	1%
Basis	81	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

35 Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år. Vidste du det?	Abs.	Pct.
Ja, det meste	15	19%
Ja, men kun lidt af det	12	15%
Nej, det er nyt for mig	53	65%
Ubesvaret	1	1%
Basis	81	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Kun ét svar

Filter er anvendt

36 Ville du købe Nellie Dellies ud fra dit nuværende kendskab til stevia?	Abs.	Pct.
Ja, gerne	43	53%
Nej	16	20%
Jeg er interesseret i produkter med stevia, men ikke Nellie Dellies	16	20%
Jeg er er interesseret i Nellie Dellies, men stevia er ikke grunden	3	4%
Ubesvaret	4	5%
Basis	81	

Lodret procentberegning

Spørgsmålstype: Gerne flere svar

Filter er anvendt

Filter: [26-35, 36-50, 51+]

Udført af: Johann Thomsen (wwdane)

Virksomhedsnavn:

Antal besvarelser: 102

Udførelsestidspunkt: 24-09-2012 10:49:54

Bilag 4

Dette dokument indeholder 16 interviews. Omstændigheder, målsætning og øvrige detaljer vedrørende metode, findes i specialet, afsnit 6.3.

Felter markeres med ”-” når besvarelse allerede har fundet sted, eller respondenterne ikke har noget at tilføje.

Indholdsfortegnelse:

Interview 1: Mand (61)	s. 2
Interview 2: Kvinde (60)	s. 4
Interview 3: Mand (67)	s. 6
Interview 4: Kvinde (35)	s. 8
Interview 5: Kvinde (27)	s. 11
Interview 6: Mand (24)	s. 13
Interview 7: Kvinde (32)	s. 15
Interview 8: Kvinde (55)	s. 17
Interview 9: Mand (56)	s. 19
Interview 10: Kvinde (63)	s. 21
Interview 11: Mand (23)	s. 23
Interview 12: Kvinde (34)	s. 25
Interview 13: Kvinde (36)	s. 27
Interview 14: Mand (40)	s. 29
Interview 15: Kvinde (26)	s. 31
Interview 16: Kvinde (25)	s. 33

Interview 1

1 *Navn: -

2 *Alder: 61

3 *Køn: M

4 *Bopælsregion:

5 *Uddannelse/ beskæftigelse: Efterløkker, smed, pædagog

6 *Social status + børn: Gift, 4 børn

7 *Omtrentlig personlig indkomst efter skat: 200.000

8 *Hvilke sødestoffer kender du til?

Sukker, laktose, sirup, sukkerroer, kunstige sødemidler i fast og flydende form, honning, rørsukker

9 *Hvilke bruger du og hvorfor?

Sukker, rørsukker, kunstige sødestoffer, sirup, honning (det bruger jeg i dressing)

Det kommer an på hvad der er i huset, og hvor fin jeg skal være.

Rørsukker bruger jeg til cafe latte. Smagen er ikke stort forskellig mellem dem alle.

10 *Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)

Ja, jeg er varsom! Jeg bruger kunstige sødemidler for at undgå kalorier.

11 *Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?

Det skal søde. Man kan bruge mange ting. Det skal være nemt tilgængeligt, så man kan hente det på den anden side af vejen. Det med kalorierne er vigtigt. Der er kalorier i alt, sødestoffer, vand osv.

12 *Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:

De kunstige sødemidler har færrest kalorier, sukker har mest.

13 *Hvor godt synes du de smager?

De smager alle ens. Konsistensen er den største forskel.

14 *Hvor naturlige synes du de er?

Honning og sukker, rørsukker... er naturprodukter. Laktose kommer fra naturen. Men ikke de andre.

15 *Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)

Der er ikke meget der er sundt, men ellers ville jeg foretrække at sige honning.

16 *Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)

Det smager sødt. Det har man brug for en gang i mellem. For at holde blodsukkeret ved lige, som energi du ved, ellers bliver du skør.

17 *Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)

Ikke noget socialt, det skal bare smage godt.

---Vis ND foran/bagpå.

(Ønsker at se bagsiden)

18 **Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)*

Det kan jeg godt hygge mig med. Jeg er mest til den søde lakrids.

19 **Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?*

Ja, det kunne jeg da godt. Det afhænger selvfølgelig af prisen. Jeg kunne se, det var Toms, og så er det jo fint nok. Tager det hvis det hænger på hylden.

20 **Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)*

Jeg får noget sød lakrids.

21 **Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?*

Det lægger jeg ikke mærke til. Jeg ser kun logoet og hvad resten er.

22 **Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)*

-

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 **Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet?*

Interessant?)

Ok... jeg har været i Afrika, og jeg kan godt huske planten. Aberne spiste søde frugter der sad på træet.

24 **Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed).*

(Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)

Nej da, ingen problemer. Man læser det bare ikke. Nu er det moderne, men folk vil jo selvfølgelig sætte sig ind i det. Det vil jeg i hvert fald, og andre jeg kender også. Det er ordene man ikke kender der forvirrer. Hvis det bliver brugt jævnligt, så ved man jo hvad det er.

25 **Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker*

Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)

Jeg vil gerne vide hvad det er, der er i. E numre, farvestoffer, fortykningsmidler og det hele. Hvis man har det hele på lystavlen, så er den hjemme. Det hele skal bare stå der så man kan læse det. Bare det står der, så er det ok.

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*

Jeg ved ikke så meget om det, men det kunne jeg sagtens finde på.

Når der kommer noget nyt så må det være gennemtænkt. Det kunne jo være rart med noget andet, for sukker er jo også blevet dyrt at fremstille...

Interview 2

1 *Navn: -

2 *Alder: 60

3 *Køn: K

4 *Bopælsregion:

5 *Uddannelse/ beskæftigelse: Model, sygehjælper

6 *Social status + børn: Ugift, 1 barn

7 *Omtrentlig personlig indkomst efter skat: 250.000

8 *Hvilke sødestoffer kender du til?

Honning, rørsukker, almindelig hvidt sukker, aspartam, sakkarin, sorbitol, ahornsirup

9 *Hvilke bruger du og hvorfor?

Honning bruger jeg en gang om måneden, ellers får jeg frugtsukker i tørret frugt

10 *Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)

Jeg kan mærke at det er skadeligt. Jeg får cravings. Det er usundt for tænder, huden, blodsukkeret. Jeg vil ikke bruge syntetiske, jeg har for lidt kendskab til det og de har negativ omtale i medierne.

11 *Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?

Det skal ikke være belastende på mig. Derefter må det være smagen. Og så tager jeg honning.

12 *Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:

Frugtsukker er det bedste.

13 *Hvor godt synes du de smager?

I sodavand foretrækker jeg almindelig sukker.

14 *Hvor naturlige synes du de er?

Honning og frugtsukker er de mest naturlige.

15 *Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)

Det er noget skidt, det er overflødigt. Ingen er nævneværdigt sunde.

16 *Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)

Jeg køber meget sjældent, men så er det trøst. Men det bliver så samtidig en straf.

17 *Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)

Huller i tænderne. Vægt. Man tager på.

---Vis ND foran/bagpå.

(Vælger først at se bagsiden i spørgsmål 22)

18 **Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)*

Ja tak. Dem kender jeg godt, jeg køber vingummierne, lakridserne er hårde.

Uhh, der er stevia i, og ingen tilsat sukker. Det sælges også i en overskuelig mængde.

19 **Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?*

Ja. Jeg føler at jeg får slik, og at det er overskueligt. Det dårlige der er ved det, er meget lavt i forhold til alt andet.

20 **Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)*

Ja. Jeg kigger altid på deklarationen.

Hvis forsiden ser godt ud, men jeg bliver overrasket over bagsiden, så siger jeg fra.

21 **Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?*

Sundt, nyt.

22 **Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)*

Dårlig. Der står ikke noget specifikt til folk der ikke ved hvad det er. Det er for lidt.

(Efter at have læst bagsiden nøje:) Det var da dejligt! (Red. Henvisende til al informationen)

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 **Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet?*

Interessant?)

Ikke helt. Der skal stå noget mere.

24 **Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed).*

(Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)

Det bekymrer mig at der er en grund til at der ikke står så meget, jeg kan læse mig til. Det giver en fornemmelse af utryghed.

25 **Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker*

-Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)

Jeg vil holde lidt igen. Men jeg ærgrer mig over at jeg ikke ved mere om det. Der må gerne stå noget mere, for det er mig der tager ansvar. Jeg vil ikke lokkes, men have den fulde information.

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*

Ja, men jeg vil gerne vide hvor meget der er i, så jeg selv kan justere i min daglige kost.

Det er sundere end alternativer.

Interview 3

1 *Navn: -

2 *Alder: 67

3 *Køn: M

4 *Bopælsregion:

5 *Uddannelse/ beskæftigelse: Pensionist

6 *Social status + børn: Gift, 2 børn

7 *Omtrentlig personlig indkomst efter skat: 200.000

8 *Hvilke sødestoffer kender du til?

Sukker, rørsukker, hermesetas, sakkarin

9 *Hvilke bruger du og hvorfor?

Jeg bruger sukker. I mad, til madlavning. Kaffen og teen drikker jeg usødet.

Sukker har jeg altid været vant til.

10 *Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)

Hermesetas og sakkarin er jeg ikke sikker på hvor godt er at bruge, sundhedsmæssigt set.

11 *Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?

Det skal være effektivt, i den forstand at man så ikke behøver søde så meget og så tit.

12 *Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:

Det falder bare tilbage på sukker.

13 *Hvor godt synes du de smager?

Almindeligt sukker er det foretrukne. Ellers er det med nuancer ikke lige noget jeg forstår mig på.

14 *Hvor naturlige synes du de er?

Sukker og rørsukker er mere naturligt, det kan man smage. De andre er jeg ikke sikker på.

15 *Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)

Rørsukker virker sundere på en måde. Det tager jeg hellere frem for hvidt sukker hvis jeg skal søde noget.

16 *Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)

Jeg køber noget for halsen og luftvejene. Noget stærkt.

Ellers spiser jeg når det er på bordet fordi jeg ikke kan lade det være. Så er det vel gerne lakridskonfekt.

17 *Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)

Ikke rigtig noget.

---Vis ND foran/bagpå.

(Ønsker først ikke at se bagsiden, men kigger alligevel pga nysgerrighed)

18 **Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)*

Der er ikke meget farve på. Men igen, en stærk farve kan jo snyde og gemme noget.

Den frister. Man får lyst til at prøve den.

19 **Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?*

Ja. Jeg kan jo også godt lide lakrids. Og så også for sundheden. Jeg så bl.a. at der var 40% færre kalorier i. Men lakrids kan man jo også få for højt blodtryk af.

20 **Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)*

Ja, det tror jeg. Der så ikke ud til at være noget kunstigt, i den forstand.

21 **Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?*

Jeg har efterhånden set lidt i nogle ugeblade om stevia. Så det er meget godt.

22 **Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)*

Jeg ved lidt i forvejen. Men ellers står der jo bare at det er fra en plante.

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 **Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet?*

Interessant?)

Det går nogenlunde igennem. Jeg behøver ikke at læse mere på produktet.

24 **Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed).*

(Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)

Jeg tror ikke det vil ændre så meget på det, hvis der stod noget andet.

25 **Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker*

-Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)

Det er måske godt nok at vide lidt mere. Men det er måske også godt at der ikke står så meget heller.

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*

Ja. Det kunne være tillokkende. Det er jo en sund erstatning.

Interview 4

1 *Navn: -

2 *Alder: 35

3 *Køn: K

4 *Bopælsregion:

5 *Uddannelse/ beskæftigelse: Studerende

6 *Social status + børn: Ugift, 1 barn

7 *Omtrentlig personlig indkomst efter skat: 80.000

8 *Hvilke sødestoffer kender du til?

Honning, kunstige sødestoffer, sukker, rørsukker, farin, sirup

9 *Hvilke bruger du og hvorfor?

Når jeg bruger noget, bruger jeg honning og sukker. Jeg bruger dem for at søde og give smag, gøre det jeg spiser mere velbehageligt, balancere det sure og søde, gøre det mere lækkert. Hvis jeg er syg kommer jeg honning i te, som naturmedicin.

10 *Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)

Jeg har vænnet mig til ikke at komme sukker i te, eller på havregryn og cornflakes. Jeg prøver at begrænse mit sukkerindtag fordi det ikke er sundt. Men jeg spiser jo masser af sukker på andre måder. Jeg spiser slik. Nam nam nam. Slik og chokolade, kager og is... Det ville måske alligevel være sundere at spise havregryn med sukker og så holde op med slik.

11 *Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?

Det må ikke have en kunstig eftersmag. Naturlig smag.

Det kommer an på hvad jeg bruger det i. Hvis jeg bruger det i noget flydende, må det jo gerne kunne opløses fx. Det skal kunne fordeles godt, og gå godt i spil med resten. Det gør de fleste sukkerarter dog.

12 *Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:

Så er honning ikke så god til at blande sig. Kunstige sødestoffer har ikke nogen naturlig smag, men en kunstig eftersmag. Jeg ved ikke hvor godt de blander sig.

Sukker, sirup og honning og de andre har alle en rigtig god smag.

13 *Hvor godt synes du de smager?

-

14 *Hvor naturlige synes du de er?

Det kan deles op i en kategori med naturligt, og de kunstige i ikke naturligt.

15 *Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)

Overordnet set tænker jeg at hvid sukker nok er det mest usunde, hvor honning er sundere. Ellers tænker jeg at de naturlige er sundere end de kunstige, selv om der er flere kalorier i.

I rækkefølge: Honning, sirup, sukker, kunstige.

16 **Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)*

Jeg tror jeg er sukkerafhængig. Det smager meeega godt. Sukkernarkoman! Det er hyggeligt, både at spise alene og når man er sammen med andre. Det kan også være et "det har jeg fortjent" element, som en gulerod. Jeg kan sidde og hygge med slik for mig selv. Det kan være betinget af samvær. Nogle gange kan jeg spise slik selv om jeg har ikke lyst til det, men fordi andre gør det. I eksamensperioder spiser jeg rigtig meget slik. Nogen gange kan jeg også finde på at spise slik når jeg er sulten, og det er ikke så godt. Jeg kan fx finde på at købe en chokoladebarre. Nogen gange er det også bare en vane, fx i biografen.

17 **Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)*

Hygge, samvær, belønning, dårlig vane, noget usundt, lidt forbudt.

---Vis ND foran/bagpå.

(Ønsker ikke at se bagsiden)

18 **Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)*

Den grålige farve og striberne virkede lidt gammeldags. Toms har meget gang i at bruge nostalgi. Det er godt der er et billede af lakridserne, det ville måske være endnu bedre hvis jeg kunne se produktet i virkeligheden. Det er jeg vant til med slikposer.

19 **Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?*

Jeg synes de ligner lidt Malacos tutti frutti. Jeg ved ikke hvorfor jeg ikke køber ND. Jeg er nysgerrig over hvordan de smager, også med stevia i.

20 **Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)*

Nej. Jeg ved ikke hvordan stevia smager i produkter.

Jeg er ikke sikker på smagen, er det stærkt, sødt? (Red. Jeg informerer at der står det er sød lakrids.)
Nå ok, det står...

Hvordan er konsistensen? Hårdt, blødt? Jeg ville føle mig frem. Jeg ved ikke om det er som Poletter, eller som Panda lakrids.

21 **Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?*

Stevia plante... det er naturligt. Og måske også lidt sundt. Sundere end hvidt sukker.

Det er ukendt. Jeg kender ikke smagen.

22 **Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)*

Ja, måske kunne det godt stå større. Men jeg ved jo ikke hvordan det er. Og det kan godt gøre mig nysgerrig. Jeg kunne finde på at købe det bare for at smage hvordan det er.

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 **Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet? Interessant?)*

Det ved man jo intet om. Man ved kun at det er en plante.

24 **Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed).*

(Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)

Hvis der står noget mere ville sandsynligheden for at jeg læste det måske være ret lille. Jeg ville fx ikke læse bagsiden, det gør jeg sjældent. Måske alligevel fordi det er nyt og jeg ikke ved hvad det er.

25 **Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker*

-Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)

Jeg så at det var rigt på fibre. (Red. Oplyser "enjoy in moderation") Nå ok, det så jeg slet ikke.

Fiberindholdet er jo godt. Man skal jo æde fibre hele tiden. Fedt, der er fibre i. I Gajol står der også at overdreven brug kan virke afførende, men jeg har aldrig haft et problem med dem. Jeg ved ikke om man skal passe på det her. Jeg spørger så mig selv om det smager godt. Mange fiberholdige ting smager ikke altid så godt. På den ene siden virker det sundt og attraktivt, og på den anden side "er formålet med slik så fjernet"?

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*

Ja, jeg har lyst til at prøve det, jeg er nysgerrig. I te kunne jeg forestille mig, hvis det smager af lakrids. Men jeg ved jo som sagt ikke noget om det.

Interview 5

1 *Navn: -

2 *Alder: 27

3 *Køn: K

4 *Bopælsregion:

5 *Uddannelse/ beskæftigelse: Cand merc it

6 *Social status + børn: Single, -

7 *Omtrentlig personlig indkomst efter skat: 90.000

8 *Hvilke sødestoffer kender du til?

Sukker, honning, brun farin, det der er kommet som skal erstatte sukker og lige er kommet i butikker, man skal bruge meget mindre for det er meget sødt, og også sundere.

9 *Hvilke bruger du og hvorfor?

Sukker, honning, brun farin, mest farin.

Jeg bruger sukker når jeg laver kager. Det er det der står i opskriften. Jeg ved ikke hvad man skal erstatte det med.

Hvis jeg skal søde andre ting, bruger jeg mest honning, fx i te osv..

10 *Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)

Nej, jeg tænker ikke over det. Jeg gider ikke at tænke over hvad jeg spiser. Jeg træner nok til ikke at behøve at tage mig af det. Sundhed skal ikke styre mit liv.

11 *Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?

Honning har man altid fået at vide, at det hjælper på halsen. Så det tror jeg på, den gode effekt. Og så når jeg har brug for energi. Jeg skal have et sukkerchok.

12 *Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:

Honning er mest bare til te, det er ikke så anvendeligt. Jeg tror brun farin er sagen. Franskrød med lidt smør på, og så en god klat brun farin ovenpå. Eller på et snittet æble.

13 *Hvor godt synes du de smager?

Jeg er ikke så meget fan af sukker. Brun farin er bedst, så honning, så sukker.

14 *Hvor naturlige synes du de er?

Der er nok nogle kunststoffer i brun farin. Jeg har et godt billede af sukker, hvor jeg forestiller mig nogle marker. Den honning jeg køber er nok lidt kunstigt lavet.

15 *Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)

Det kommer an på forbruget. Det er usundt at spise for meget. Måske er brun farin det mest usunde, fordi det er dobbelt op på sukker. Derefter honning. Sukker er måske det reneste.

16 *Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)

Jeg køber meget sjældent slik. Jeg kan ikke lide chokolade. Jeg drikker sodavand i stedet. Jeg køber det for at få sukkerchokket, og blive frisket op.

17 *Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)

Når jeg er i skole er det fordi jeg skal friskes op. Når man er hjemme er det måske når man skal se en film. I biografen køber jeg det, for det skal man, men jeg spiser det ikke, det gør de andre. Så lidt hygge alligevel.

---Vis ND foran/bagpå (respondenten styrer hvad han/hun vil se, og hvor længe)

(Ønsker ikke at se bagsiden)

18 *Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)

Hvad indpakningen angår tror jeg det er sundere slik. Ikke så meget pga det jeg læste, bare udseendet.

19 *Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?

Næ. Som sagt, jeg køber ikke så meget slik. Især ikke hvis det kun er 1 ting. Jeg vil have lidt blandet så jeg kan vælge.

20 *Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)

Nej. Men jeg tjekker ikke noget. Jeg opsøger ikke information.

21 *Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?

Nu har jeg hørt lidt om det. Så jeg opfatter det lidt sundere, og bedre for tænderne.

22 *Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)

Jeg så bare at der stod stevia, og tænkte "nå, der var det det hed" (Red. Det sødestof hun ikke kunne huske i spørgsmål 8). Jeg ved kun at man skal bruge meget lidt og det er meget sødt.

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 *Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet?

Interessant?)

Der stod jo "ingen tilsat sukker" og der stod "stevia". Men da jeg så "stevia" vidste jeg at det var bedre.

24 *Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed).

(Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)

Det er da dumt at der er begrænsninger for hvad man må oplyse på produktet. Man burde have lov til at oplyse om alt godt og skidt.

25 *Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker

-Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)

Jeg går ikke så meget op i det.

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*

Jeg vil sikkert prøve det på et tidspunkt. Lige pludselig når jeg står og ser et produkt der ikke er for dyrt, så skal jeg da prøve det. Det satte jeg mig for da jeg så det i fjernsynet. Jeg spiser i det hele taget ikke så meget sødt, men det er spændende, en anden form for sødme som virker sundere og bedre end andet.

Interview 6

1 **Navn:* -

2 **Alder:* 24

3 **Køn:* M

4 **Bopælsregion:*

5 **Uddannelse/ beskæftigelse:* Studerende/ Cand merc it

6 **Social status + børn:* Single, -

7 **Omtrentlig personlig indkomst efter skat:* 90.000

8 **Hvilke sødestoffer kender du til?*

Sukker, sirup, aspartam, sødestoffer.

9 **Hvilke bruger du og hvorfor?*

Jeg bruger de 2 andre. Ikke aspartam. Det er fordi de smager godt.

10 **Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)*

Sukker og sirup er jeg varsom med fordi jeg ikke har brug for ekstra kulhydrater.

11 **Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?*

Smagen er det eneste vigtige for mig. Jeg undgår aspartam pga af bismag.

Også type/anvendelighed, fx væske eller fast form.

12 **Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:*

Sukker er min favorit, man kan bruge det til alt. Sirup er mere begrænset fx til pandekager. Smagen kommer an på formålet.

13 **Hvor godt synes du de smager?*

De smager godt. Aspartam kan jeg ikke lide.

14 **Hvor naturlige synes du de er?*

Sukker og sirup er ganske naturlige. Aspartam meget lidt naturlig.

15 **Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)*

Forfærdeligt usundt, det hele. Det ene er rent kulhydrat, og aspartam antager man kan være kræftfremkaldende i for høje mængder.

16 *Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)

Tja, jeg køber en gang i mellem, for hyggens skyld. Det smager jo godt og er hyggeligt, til tv eller film.

17 *Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)

Det passer godt ind i visse sammenhæng som biograf eller fjernsyn med venner. Det er enormt socialt for mig. Jeg spiser aldrig slik alene.

---Vis ND foran/bagpå.

(Ønsker at se bagsiden)

18 *Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)

Det prøver at virke sundt. Det lykkes også til dels. Det er sundt i den forstand at der ikke er noget sukker, og en masse kostfibre. Det er også godt at de skriver at man skal holde lidt igen. Ellers får man jo hård mave.

19 *Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?

Næ. Jeg synes det ser kedeligt ud. Hvis jeg vil være sund køber jeg ikke slik. Hvis jeg vil have slik, køber jeg rigtigt slik. Der er kunstige sødemidler i, jeg vil hellere have rigtigt sukker for jeg kan godt begrænse mit indtag.

20 *Føler du at du ved hvad du får? (Mangel /for meget /forkert information)

Ja. Når jeg kigger på bagsiden er jeg ikke i tvivl. Det er måske et dårligt salgsargument at man skal nyde det i begrænsede mængder. Jeg mangler ikke mere information.

21 *Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?

Jeg opfatter det på samme måde som aspartam, og det er jeg ikke fan af.

22 *Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)

Jeg mener at der stod "sødemiddel: stevia" og så læste jeg ikke meget mere om det.

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 *Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet?

Interessant?)

Ikke specielt godt. Jeg får ikke noget alment kendskab.

24 *Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed).

(Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)

Det er mærkeligt at der lovgives om oplysningen. Men det er jo heller ikke deres ansvar at oplyse mig om det.

25 **Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker*
-Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)

Det ved jeg godt hvorfor. Det har jeg ingen problemer med.

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*

Ja, umiddelbart. Fordi jeg pt ikke ved så meget om det. Jeg ville undersøge det før jeg købte det. Jeg ville ikke have noget imod at prøve det.

Interview 7

1 **Navn: -*

2 **Alder: 32*

3 **Køn: K*

4 **Bopælsregion:*

5 **Uddannelse/ beskæftigelse: Fysioterapeut*

6 **Social status + børn: Gift. 1 barn*

7 **Omtrentlig personlig indkomst efter skat: 240.000*

8 **Hvilke sødestoffer kender du til?*

Sukker, rørsukker.

9 **Hvilke bruger du og hvorfor?*

Jeg bruger dem begge. Mest for at søde, eller fremhæve smag i andre ting, fx smag af tomat i kødsauce.

10 **Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)*

Ja, der skal ikke bruges for meget af det. Jeg prøver at bruge så lidt som muligt. Men ellers har jeg ikke tænkt på det.

11 **Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?*

At man ikke behøver bruge så meget af det/ at det søder godt. Og der er ikke så mange kalorier i, så jeg kan bruge så meget jeg vil.

12 **Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:*

Tja, det passer vel godt nok, men jeg kan ikke bruge så meget. Jeg kan bedre bruge rørsukker end sukker.

13 **Hvor godt synes du de smager?*

Smadder godt. Rørsukker smager bedst, og har mere smag.

14 **Hvor naturlige synes du de er?*

Rørsukker er mere naturligt end almindelig sukker.

15 *Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)
Ikke særlig sunde. I tilpasse mængder er de vel sunde nok.

16 *Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)

For at hygge. Nogle gange er det bare noget man har lyst til, og hvis man har travlt og skal skynde sig, så snupper jeg lige noget slik, det er det nemmeste. Og også hvis man skal forkæle sig selv lidt.

17 *Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)

Hygge. Forkælelse. Det er noget godt som man ikke får så meget af.. eller ikke fik så meget af som barn, så nu spiser jeg mere af det.

---Vis ND foran/bagpå.

(Ønsker at se bagsiden)

18 *Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)

Det er en god kvalitet. Der er mange informationer som er overskuelige: skrevet i punktform. Der står når noget er valgt frem for noget andet: fibre frem for sukker. Det hjælper kunderne, det er informativt.

19 *Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?

Ja. Det så indbydende ud, det var fine farver. Og jeg kan godt lide lakrids.

20 *Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)

Ja. Jeg ved det er slik, der står også fint bagpå hvad der er i, mere end bare ingredienser og næringsindhold.

21 *Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?

Det ved jeg ikke. Jeg ved ikke så meget om hvad stevia er.

22 *Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)

Det var ikke særligt godt. Men jeg kan se det er en plante, så jeg vil tro det er et naturligt sødemiddel. Så jeg tror intuitivt at det er et godt indhold.

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 *Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet? Interessant?)

Meget dårligt. Der kunne godt stå at det var uden kalorier og et naturligt sødemiddel man har kendt i mange år, og at det er så sødt.

24 **Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed).
(Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)*

Det synes jeg da godt der kunne laves om på. Det er jo altid bedst at få så meget information som muligt, hvis det kan stå. Men der stod så meget andet godt i forvejen.

25 **Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker
-Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)*

Det var jeg meget afklaret med. Men jeg grinte af det. Det poppede i øjnene. Fedt nok at man skriver det.

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*

Ja, det tror jeg. Det er et naturligt produkt, og det søder også mere. Også fordi man har brugt det så længe.

Interview 8

1 **Navn: -*

2 **Alder: 55*

3 **Køn: K*

4 **Bopælsregion:*

5 **Uddannelse/ beskæftigelse: Gestaltterapeut*

6 **Social status + børn: Gift. 2 børn*

7 **Omtrentlig personlig indkomst efter skat: 300.000*

8 **Hvilke sødestoffer kender du til?*

Jeg kender kun sukker. Også sirup.

9 **Hvilke bruger du og hvorfor?*

Jeg bruger sukker, og ikke andet. Rørsukker på min risengrød når jeg laver det.

10 **Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)*

Jeg har ikke det store forhold til sukker. Jeg tænker ikke over det. Jeg tænker mere på salt, fedt og sådan noget.

11 **Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?*

Det ved jeg ikke. Det skal smage godt. Naturligt og ægte.

12 **Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:*

Ja, sukker er jo naturligt så vidt jeg ved. Jeg spiser det brune sukker.

13 **Hvor godt synes du de smager?*

Det smager godt i kaffe.

14 *Hvor naturlige synes du de er?

-

15 *Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)
I passende mængder er det sundt, ellers overhovedet ikke.

16 *Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)

Jeg køber ikke slik, men jeg spiser meget gerne is, det kan jeg lide.

17 *Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)

Slet ingenting. Det siger mig ikke rigtig noget.

---Vis ND foran/bagpå.

(Ønsker ikke at se bagside)

18 *Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)

Det ved jeg virkelig ikke.

19 *Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?

Ja, vingummierne kunne være spændende. Det kan jeg godt lide.

20 *Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)

Ja, det ved jeg godt.

21 *Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?

Stevia. Hvad er dog det?

22 *Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)

Det er meget tydeligt, for det står med stort, så man er ikke i tvivl om at det er i, selvom jeg ikke ved hvad det er.

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 *Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet?

Interessant?)

Det lyder rigtig godt. Helt fantastisk. Jeg vil gerne have at det står. Folk vil vel købe det hvis det står.

24 **Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed).*

(Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)

Ja, nu ville jeg jo ikke have købt det før, men nu synes jeg det er interessant.

25 **Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker*

-Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)

Jeg så det slet ikke.

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*

Nu jeg ved hvad det er, ville jeg nok vælge det frem for sukker i et produkt. Det er blevet brugt så længe.. det lyder jo spændende.

Interview 9

1 **Navn: -*

2 **Alder: 56*

3 **Køn: M*

4 **Bopælsregion:*

5 **Uddannelse/ beskæftigelse: Leder på fritidshjem*

6 **Social status + børn: Gift. 2 børn*

7 **Omtrentlig personlig indkomst efter skat: 350.000*

8 **Hvilke sødestoffer kender du til?*

Sukker, rørsukker, honning. Sødetabletter, hvad hedder de nu.

9 **Hvilke bruger du og hvorfor?*

Jeg bruger honning som sødemiddel i morgenmad. Og syltetøj, uden tilsat sukker.

10 **Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)*

Sundhed ja! Jeg har sukkersyge. Så jeg har holder mig fra sukker.

11 **Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?*

Det må ikke være bittert. Smagen er vigtigt. Det skal være sundt. Noget der ikke påvirker mit blodsukker.

12 **Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:*

Alle påvirker blodsukkeret. Jeg anser honning som sundere.

13 **Hvor godt synes du de smager?*

De smager afsindigt godt.

14 **Hvor naturlige synes du de er?*

Honning er jo naturligt. Det er den ægte vare. Der findes vel ikke noget mere naturligt. Sødetabletterne er kunstige.

15 **Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)*
Honning er sundt. Sukker i sig selv er dog usundt.

16 **Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)*

Fordi lysten er over mig, så kan jeg ikke styre det. Jeg har pludselig behov.

17 **Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)*
Hygge. Fredagshygge.

---Vis ND foran/bagpå.

(Ønsker at se bagsiden)

18 **Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)*

Det er velbeskrevet. Men jeg aner ikke hvad sukkeralkoholer er.

19 **Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?*

Jaah, gerne. De ser gode ud.

20 **Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)*

Ja. Sāmænd

21 **Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?*

Jeg tror ikke jeg ved hvad det er, men så er der måske nogle naturlige sødemidler i.

22 **Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)*

Ikke en skid. Der er overhovedet ikke noget der.

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 **Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet?*

Interessant?)

Det går ikke godt igennem.

24 **Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed).*

(Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)

Det er generelt et problem. Hvis der stod lidt mere, ville jeg nok læse det.

25 **Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker*
-Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)

Jeg hæfter mig ikke ved det.

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*

Det er på vej den rigtige retning. Så ja tak. Det er så naturligt. Det er jo ideelt for mig når nu jeg har sukkersyge.

Interview 10

1 **Navn: -*

2 **Alder: 63*

3 **Køn: K*

4 **Bopælsregion:*

5 **Uddannelse/ beskæftigelse: Husmoder*

6 **Social status + børn: Gift. 2 børn*

7 **Omtrentlig personlig indkomst efter skat: 500.000*

8 **Hvilke sødestoffer kender du til?*

Sukker, sødemidler generelt.

9 **Hvilke bruger du og hvorfor?*

Sukker på havregryn og i kaffe. Og i madlavning. Jeg bruger sukker for jeg vil absolut undgå sødemidler.

10 **Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)*

Jeg sparer på sukkeret. Det er ikke sundt.

11 **Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?*

At det søder. Det må gerne være sundt.

12 **Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:*

Sukker er ikke sundt, kemiske sødemidler er endnu mindre sunde. Sukker søder fint.

13 **Hvor godt synes du de smager?*

Jeg kan ikke lide de kemiske. De smager dårligt. Sukker smager godt.

14 **Hvor naturlige synes du de er?*

Roerne er jo blevet mishandlede, så nej, sukker er ikke naturligt. Og de kunstige er overhovedet ikke naturlige.

15 **Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)*

-

16 *Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)

Jeg køber mørk chokolade. Det kan jeg lide. Jeg er en kvinde, jeg skal have mørk chokolade.

17 *Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)

Jeg sætter mig om eftermiddagen, får en kaffe, min chokolade, og slapper af. Det er min luksus.

---Vis ND foran/bagpå.

(Ønsker ikke at se bagsiden)

18 *Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)

Jeg ser på farverne. Det ser moderne ud med det lilla og det grønne blad.

19 *Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?

Nej, lige den slags interesserer mig ikke. Jeg er til chokolade.

20 *Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)

Ja, der er jo et billede af indholdet. Der står det der skal stå. Hvis jeg var interesseret ville jeg også kigge bag på.

21 *Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?

Det er jo meget positivt. Der var et grønt blad. Vi går ind for sundhed og naturkost.

22 *Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)

Jeg kan ikke huske hvad der stod. Jeg husker bare det grønne blad.

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 *Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet?

Interessant?)

Der står jo bare at der er stevia i.

24 *Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed).

(Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)

Hvis man er interesseret må man jo søge andre steder. Det gør man jo i dag.

25 *Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker

-Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)

Jeg vil gerne vide hvilke fibre det drejer sig om. (Hun ser bagsiden). Der står det. Fint.

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*

Hvis der fandtes produkter med stevia i stedet for sukker kunne det da være interessant. Jeg gad godt prøve mine mørke chokolade med stevia.

Interview 11

1 **Navn:* -

2 **Alder:* 23

3 **Køn:* M

4 **Bopælsregion:*

5 **Uddannelse/ beskæftigelse:* Tømrer

6 **Social status + børn:* Single

7 **Omtrentlig personlig indkomst efter skat:* 120.000

8 **Hvilke sødestoffer kender du til?*

Sukker, sødetabletter der ikke er sukker

9 **Hvilke bruger du og hvorfor?*

Sukker, så smager det sødt/ bedre.

10 **Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)*

Nej. Jeg ved godt man måske burde spare på sukker, men jeg holder mig til tanken.

11 **Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?*

At det søder.

12 **Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:*

Jeg bruger jo mest sukker, og det fungerer.

13 **Hvor godt synes du de smager?*

Det kan faktisk ikke blive for sødt for mig.

14 **Hvor naturlige synes du de er?*

Sukker er naturligt. Sødetabletterne er ikke naturlige.

15 **Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)*

Hvis det skal være sundt, så er frugtsukker bedre. Fx stykker af frugt i morgenmad. Ellers er sukker sundest.

16 **Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)*

Ja, jeg kan ikke lade være. Jeg har lyst.

17 *Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)
Fredag aften's hygge kommer det nok oprindeligt fra. Så har det udviklet sig.

---Vis ND foran/bagpå.
(Ønsker ikke at se bagside)

18 *Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)
Sukkerfrit. Slik til diabetikere.

19 *Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?
Jeg ville foretrække noget andet.

20 *Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)
Ikke ud fra forsiden. Jeg ved ikke hvad der ellers er brugt af sødestof.

21 *Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?
Er det lsd? Jeg aner ikke hvad det er.

22 *Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)
Er stevia noget der er farligt?

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 *Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet?
Interessant?)
Det lagde jeg ikke lige mærke til. Jeg så godt nok der var et blad.

24 *Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed).
(Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)
Der kan jo heller ikke stå en hel stil.

25 *Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker
-Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)
Naej.

26 *Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?
Det lyder sundt. Så jeg er ikke så afvisende.

Interview 12

- 1 *Navn: -
2 *Alder: 34
3 *Køn: K
4 *Bopælsregion:
5 *Uddannelse/ beskæftigelse: Grafiker
6 *Social status + børn: Gift
7 *Omtrentlig personlig indkomst efter skat: 200.000

8 *Hvilke sødestoffer kender du til?
Sukker, sødetabletter.

9 *Hvilke bruger du og hvorfor?
Jeg bruger de der sødetabletter i iskaffe for de opløses hurtigere.

10 *Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)
Jeg prøver at undgå sukker. Jo mindre sukker jo bedre.

11 *Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?
Det måtte gerne være sundt.

12 *Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:
Sødetabletterne vinder på sundhed, men det er mere syntetisk.

13 *Hvor godt synes du de smager?
Begge smager godt. Sødetabletterne smager dog lidt syntetisk på havregryn.

14 *Hvor naturlige synes du de er?
Sukker og honning er naturlige. Sødetabletterne er ikke naturlige.

15 *Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)
Sødetabletter er sundere når jeg skal tabe mig. Sukker er ikke så sundt.

16 *Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)
For at få et hurtigt kick.

17 *Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)
Hygge.

---Vis ND foran/bagpå.
(Ønsker først ikke at se bagsiden, men ser den senere)

18 *Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)

Sund slik.

19 **Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?*

Jeg ville købe det til min mand. Han er sådan en der spiser det hvis det ligger i skabet.

20 **Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)*

Det virker som noget rent, ikke syntetisk.

21 **Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?*

Hvad er det? Jeg har aldrig hørt det.

22 **Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)*

Hvad for en formidling?

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 **Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet?*

Interessant?)

Dårligt.

24 **Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed).*

(Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)

Jeg ville gerne have der forklares lidt bagpå.

25 **Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker*

-Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)

Der står jo lidt på bagsiden.

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*

Jeg kunne godt overtales. Der virker jo sundere.

Interview 13

1 *Navn: -

2 *Alder: 36

3 *Køn: K

4 *Bopælsregion:

5 *Uddannelse/ beskæftigelse: Fysioterapeut

6 *Social status + børn: Gift. 2 børn

7 *Omtrentlig personlig indkomst efter skat: 120.000

8 *Hvilke sødestoffer kender du til?

Sukker, aspartam, sorbitol, birkesød.

9 *Hvilke bruger du og hvorfor?

Jeg bruger kun sukker. Sukker eller honning. Skal det være sødt, så er det det. Jeg vil ikke have det kunstige.

10 *Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)

Jeg overdriver ikke sukker. Mest pga. mine børn.

11 *Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?

Det skal få det til at smage godt

12 *Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:

Sukker er det bedste, og så honning.. det naturlige

13 *Hvor godt synes du de smager?

-

14 *Hvor naturlige synes du de er?

Sukker og honning er naturlige. Aspartam er ikke. Det er farligt! Resten ved jeg ikke så meget om.

15 *Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)

Honning er lige en tand over sukker. Ellers ved alle at sukker ikke er specielt sundt.

16 *Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)

Fordi det smager godt! Simpelthen. Jeg skal have slik!

17 *Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)

Det er hygge. Det er også trøstespisning. Fest, socialt samvær. Der er hyggedelen og så "nu er alt bare træls".

---Vis ND foran/bagpå.

(Ønsker ikke at se bagsiden)

18 **Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)*
Pseudo-slik. Sådant noget som man kun køber fordi man har sukkersyge.

19 **Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?*
Nej. Jeg ville ikke spise det.

20 **Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)*
Jeg ved kun at det er noget andet end sukker der er brugt, og så vil jeg ikke have det.

21 **Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?*
Hvad er det?

22 **Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)*
Knap så god.

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 **Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet? Interessant?)*
Slet ikke.

24 **Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed). (Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)*
Jeg vil gerne informeres noget mere.

25 **Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker -Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)*
Det ville da være meget rart at vide lidt mere om. Jeg undrer mig over hvorfor jeg skal holde igen.

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*
Ja, hvis jeg fik noget mere af vide om det, så ja. Hvis der virkelig findes noget som er sundere,... det kræver at det smager ligeså godt.

Interview 14

1 *Navn: -

2 *Alder: 40

3 *Køn: M

4 *Bopælsregion: -

5 *Uddannelse/ beskæftigelse: Præst

6 *Social status + børn: Gift. 2 børn

7 *Omtrentlig personlig indkomst efter skat: 150.000

8 *Hvilke sødestoffer kender du til?

Sukker, nutrasweet, aspartam, sorbitol,

9 *Hvilke bruger du og hvorfor?

Sukker, honning, æblejuice. Jeg har en idé om at andre er syntetiske, kemiske og måske skadelige. Jeg vælger fx ikke light sodavand.

10 *Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)

Jeg er ikke den varsomme type. Jeg kan godt følge nøglemærket til morgenmadsprodukter, men jeg kan også finde på at vælge noget andet og sødere.

11 *Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?

Det skal bare gøre smagen god. Dæmpe dårlig smag i andre ting.

12 *Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:

Sukker er det bedste.

13 *Hvor godt synes du de smager?

Sukker smager bedst.

14 *Hvor naturlige synes du de er?

Sukker og honning er naturligt. De andre er kunstige. Idet noget er kunstigt så er det dårligt.

15 *Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)

Honning er sundt. Men altså, ingen er jo sunde. Sukker kan fede. De kunstige feder så ikke og skader ikke tænderne. Tyggegummi må der godt være det andet i.

16 *Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)

Det skal være lækkert, smage godt, for at hygge sig, for at få energi nogle gange.

17 *Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)

Nydelse. Hygge.

---Vis ND foran/bagpå.

(Ønsker ikke at se bagsiden)

18 **Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)*

Light agtigt. Det prøver at være den slanke linje. Der er ingen sukker i. Det er ikke slik jeg ville vælge. Det ser lækkert nok ud. Jeg kunne finde på at spise det, men ikke købe det. Det er sikkert også dyrt.

19 **Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?*

Ikke umiddelbart. -

20 **Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)*

Nej. Der kunne godt gemme sig noget. Jeg ville jo så måske nok kigge bagpå og se alle E numrene. Det var måske nok ret kunstigt.

21 **Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?*

Det er ikke noget der findes efter min mening. Det er ultrakunstigt, fordi jeg ikke kender det. Det er måske noget der lige er blevet opfundet.. noget nogen har fundet på, uden de behøvede det. Fødevareindustrien prøver hele tiden at finde på noget.

22 **Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)*

Det står da meget tydeligt. Jeg ved bare ikke hvad det er.

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 **Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet?*

Interessant?)

Det går overhovedet ikke igennem. Det burde stå bagpå. Jeg tænker "Hvad er stevia?" og vil gerne læse denne information.

24 **Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed).*

(Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)

Jeg kan sætte mig ind i at naturlægemidler er begrænsede når det handler om gavnlige påstande. Men ellers er det latterligt her, med neutral information.

25 **Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker*

-Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)

Så skal jeg jo passe på. Det ville være spændende at læse lidt mere om det på bagsiden. Jeg ville ikke bryde mig om at spise noget hvor det står. Men det er min mangel på viden.

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*

Nej. Jeg vil ikke købe noget med det informationsniveau jeg har nu. Det lyder smart at det er så meget sødere. Det er en naturlig version af andre substitutter. Det vil jo være sundere end sukker. Jeg skal bare lige vide om det smager ligeså godt som sukker, er så sundt, og så godt.

Interview 15

1 *Navn: -

2 *Alder: 26

3 *Køn: K

4 *Bopælsregion:

5 *Uddannelse/ beskæftigelse: Pædagog

6 *Social status + børn: Single

7 *Omtrentlig personlig indkomst efter skat: 250.000

8 *Hvilke sødestoffer kender du til?

Sukker, glukose, sirup, honning, sødetabletter

9 *Hvilke bruger du og hvorfor?

Honning bruger jeg i te, og i brød, og på morgenmad. Jeg bruger ikke så meget sukker.

10 *Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)

Sukker. Man skal ikke have for meget af det. Jeg bruger mindre end hvad der står i opskrifter. Light produkter. Man ved ikke hvad det gør ved kroppen. Er det kræftfremkaldende?

11 *Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?

Det smager godt. Det kunne være rart at det stoppede lysten til mere.

12 *Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:

Honning passer på begge dele. Det smager af mest, og man får stillet sit sukkerbehov.

13 *Hvor godt synes du de smager?

Det smager fint, men jeg er ikke afhængig af det. Når jeg først går i gang, kan jeg dog ikke holde mig fra det.

14 *Hvor naturlige synes du de er?

Det er ikke så naturligt. Det er bedst når det kommer fra frugt. Det er mere naturligt end kunstige sødemidler.

15 *Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)

Det kommer an på mængden. Alt er usundt hvis det bliver for meget. Honning er igen nok sundere. Sødemidler er sundere i en forstand, men igen har det måske bivirkninger.

16 *Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)

Jeg køber meget sjældent slik. Jeg har ikke behovet. Men er det der, så kan jeg som sagt ikke stoppe. Jeg spiser som regel mere frugt.

17 *Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)

Hygge.. Jeg arbejder i en børnehave, og ser at det er en fredagsting.

---Vis ND foran/bagpå.
(Ønsker at se bagsiden)

18 **Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)*
Umiddelbart virker det fint. Noget kommer fra en plante. Men jeg har aldrig hørt om det. Det er et sukkerfrit produkt, så det er jo sødet med noget..

19 **Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?*
Jeg kunne godt finde på at smage det. Det ser jo spændende ud.

20 **Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)*
Nej, man kender ikke til hvad der er i. Jeg ved ikke hvad stevia gør ved mig. Det ser sundt ud, men jeg er skeptisk.

21 **Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?*
Jeg vil gerne vide hvad det er. Umiddelbart skulle det være sundere.

22 **Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)*
Der står at det har noget med en plante at gøre. Mere ved jeg ikke.

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 **Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet? Interessant?)*
Ikke særligt godt.

24 **Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed). (Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)*
Det er dumt. Især når det er brugt så længe. Det søder jo også bedre.

25 **Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker -Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)*
Man skal have en masse fibre, så det er sundt. Men måske ikke for maven hvis man spiser for meget.

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*
Ja, hvis jeg fik mere at vide om det. Jeg vil ikke bare godtage det.

Interview 16

- 1 *Navn: -
2 *Alder: 25
3 *Køn: K
4 *Bopælsregion:
5 *Uddannelse/ beskæftigelse: Økonomistuderende
6 *Social status + børn: Single
7 *Omtrentlig personlig indkomst efter skat: 200.000

8 *Hvilke sødestoffer kender du til?
Sukker, honning, sirup

9 *Hvilke bruger du og hvorfor?
Jeg bruger helst honning. Jeg bruger sukker hvis det kræves i en opskrift.

10 *Er der ting du er varsom med? (smag, brug fx konsistens og varme, sundhed, sikkerhed...)
Sukker. Og light produkter køber jeg ikke. Jeg vil hellere spise sukker, bare ikke så meget.

11 *Hvilke egenskaber synes du er vigtige for et sødestof?
Det skal smage godt. Det ville være rart hvis man ikke blev afhængig af dem.

12 *Sammenlign sødestofferne ud fra før nævnte egenskaber:
Jeg bruger ikke så meget sukker, hvis jeg skal bruge noget bliver det honning. Sukker er det mest vanedannende.

13 *Hvor godt synes du de smager?
Jeg er ikke så glad for sirup. Jeg er heller ikke så glad for sukker, men måske fordi jeg ved hvad det gør ved mig.

14 *Hvor naturlige synes du de er?
Det er jo ikke så naturligt. Man tænker at honning jo må være lidt naturligt, men det er jo gået igennem en proces.

15 *Kan du fortælle mig hvor sunde du mener de er? (det må gerne munde ud i generel sundhed)
Sukker er jo ikke sundt. Hvis man dækker behovet med noget andet, er det bedre. Begrænset er måske ok.

16 *Hvorfor spiser/køber du slik? (smag, hygge, trang...)
Jeg spiser mest frugt. Men jeg køber altså chokolade. Det skal jeg bare have.

17 *Hvad forbinder du med slik? (følelser, forventninger, historisk aspekt, socialt aspekt)
Der er et socialt aspekt. Og det er meget dansk.

---Vis ND foran/bagpå.

(Ønsker at se bagsiden)

18 **Hvordan opfatter du produktet (ud fra emballagen)? (Signal, kvalitet, farver, smag)*

Jeg bliver tiltrukket af at det er et bedre produkt. Jeg er skeptisk over at der står at der ingen sukker er i. Jeg vil måske hellere købe noget med sukker og spise mindre. Der er ikke fokus på bivirkninger...

19 **Har du lyst til at købe produktet? (Hvornår) Hvorfor?*

Normalt spiser jeg ikke så meget den slags slik, jeg er mest til chokolade, men jeg kunne måske finde på at købe og smage det.

20 **Føler du at du ved hvad du får? (Mangel / for meget / forkert information)*

Ikke rigtigt. Jeg kender ikke planten. Hvad er det lige for et stof?

21 **Hvordan opfatter du det at produktet indeholder stevia?*

Det er måske et godt alternativ. Jeg har bare ikke hørt om det.

22 **Hvor god synes du formidlingen af steviaindholdet er. (Er du blevet klog på hvad stevia er?)*

Tjaa, jeg ved jo ikke hvad det er.

---Stevia er en plante fra Sydamerika der er blevet brugt i flere århundreder til at søde med. Dens sødestof er 300 gange så sødt som sukker og indeholder ingen kalorier. Smagen minder om sukker med en snert af lakrids. På grund af koncentrationen kan det ikke bruges helt ligesom sukker, men der kommer flere produkter med stevia på markedet de kommende år.

23 **Hvor godt synes du den information går igennem? (Skal der stå noget mere/ andet? Interessant?)*

Ikke specielt godt.

24 **Der er begrænsninger for hvad der må oplyses om stevia (fx naturlighed).*

(Er det et problem for dig, virker der vildledende, ændrer det på din lyst til at købe produktet? Ville konkrete anprisninger af fx naturlighed eller sundhed ændre på det?)

Jeg tænker bare at det er ærgerligt.

25 **Der kræves fibre for at bibeholde konsistensen når man bruger stevia i stedet for sukker*

-Der står "enjoy in moderation". Ønskes yderligere information? (Ville mere information holde dig fra at købe?)

Man vil måske helt naturligt komme til at spise mindre. Fibre mætter jo, så det kan være det giver sig selv. Men det er da et faresignal.

26 **Ville du overveje at købe andre produkter med stevia? Hvorfor (vigtigt)?*

Ikke før jeg ved mere om det. Men jeg vil nu også gerne lige smage det.