

**En undersökning av svenska folkets äggvanor
Del I**

Svenska Ägg
Mars 2010

**Om undersökningen**

Försäljningen av ägg i Sverige har ökat under de senaste åren. Under 2009 ökade försäljningen mycket kraftigt. Ökningen var hela 5 procent och den högsta på flera år. Med anledning av den kraftiga ökningen beslöt branschorganisationen Svenska Ägg att göra en kartläggning av svenska folkets äggvanor.

Undersökningen har genomförts av YouGov Sverige under perioden 5-9 februari 2010 på uppdrag av Svenska Ägg. Undersökningen har gjorts via en Internetpanel. Internetpanelen består av förrekryterade personer som vill delta i undersökningar från YouGov, en så kallad accesspanel.

**Urval:** Urvalsdragningen är baserat på ett representativt urval för kön,

ålder och region för Sverige. Inbjudan till undersökningen har skett via

e-post, frågorna har därefter besvarats online.

**Målgrupp:** Undersökningen är genomförd bland män och kvinnor i

Sverige i åldern 18-65 år som är helt eller minst huvudansvariga för inköp av livsmedel till hushållet.

**Omfattning:** Totalt har 1300 personer påbörjat undersökningen – utav

dessa är 1040 personer helt/huvudsakligt ansvariga för hushållets

inköp av livsmedel (målgruppen).

Delmålgruppen (de som äter ägg) består av 1024 personer.

**Sammanfattning**

* Var fjärde konsument, 23 procent, uppger att de äter mer ägg idag än för ett år sedan.
* Konsumtionsökningen är störst bland unga konsumenter. Bland dem i gruppen 18-29 år säger 30 procent att de ökat konsumtionen.
* Lägst är konsumtionsökningen bland lite äldre. Bland dem 50-65 år uppgav endast 17 procent att de ökat sin konsumtion.
* Av dem som ökat sin konsumtion svarade två av tre (65 procent) att de oftare äter ägg till frukost.
* 30 procent av dem som ökat sin konsumtion uppger att ägg passar in i den diet eller kosthållning man följer medan 15 procent uppgav att de äter brunch där ägg ingår.

Fråga 1. Hur har din konsumtion av ägg förändrats jämfört med för 1 år sedan?

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Bas | Kvinna | Man | 18-29 år | 30-39 år | 40-49 år | 50-65 år |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Bas | 1024 | 578 | 446 | 227 | 226 | 238 | 333 |
| Jag äter mer ägg idag | 23 % | 24 % | 22 % | 30 % | 25 % | 23 % | 17 % |
| Jag äter mindre ägg idag | 9 % | 11 % | 7 % | 10 % | 8 % | 11 % | 8 % |
| Jag äter ungefär lika mycket ägg idag som för 1 år sen | 68 % | 65 % | 70 % | 59 % | 67 % | 66 % | 75 % |
| Totalsumma | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % |

Fråga 2. På vilket sätt har du ökat din konsumtion av ägg jämfört med för 1 år sedan?

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Bas | Kvinna | Man | 18-29 år | 30-39 år | 40-49 år | 50-65 år |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Bas | 237 | 138 | 99 | 69 | 56 | 56 | 56 |
| Jag äter oftare ägg till frukost | 65 % | 68 % | 60 % | 62 % | 71 % | 61 % | 66 % |
| Jag äter oftare brunch där ägg ingår | 15 % | 15 % | 16 % | 22 % | 8 % | 10 % | 20 % |
| Jag använder mer ägg i min matlagning (lunch och/eller middag) | 32 % | 30 % | 34 % | 33 % | 33 % | 26 % | 35 % |
| Jag äter mer ägg eftersom ägg passar in i den diet eller kosthållning jag följer | 30 % | 32 % | 27 % | 20 % | 27 % | 39 % | 37 % |
| Ökat konsumtionen på annat sätt | 9 % | 7 % | 11 % | 8 % | 7 % | 12 % | 9 % |
| Totalsumma | 151 % | 153 % | 148 % | 145 % | 147 % | 147 % | 166 % |

Fråga 2. På vilket sätt har du ökat din konsumtion av ägg jämfört med för 1 år sedan?

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Bas | Norra Sverige | Norra mellersta Sverige | Stockholm | Södra mellersta Sverige | Skåne, Halland och Blekinge |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Bas | 237 | 38 | 35 | 54 | 71 | 38 |
| Jag äter oftare ägg till frukost |  | 51 % | 69 % | 71 % | 66 % | 62 % |
| Jag äter oftare brunch där ägg ingår |  | 19 % | 17 % | 20 % | 13 % | 10 % |
| Jag använder mer ägg i min matlagning (lunch och/eller middag) |  | 27 % | 35 % | 34 % | 30 % | 34 % |
| Jag äter mer ägg eftersom ägg passar in i den diet eller kosthållning jag följer |  | 38 % | 30 % | 30 % | 24 % | 34 % |
| Ökat konsumtionen på annat sätt |  | 12 % | 7 % | 9 % | 8 % | 9 % |
| Totalsumma |  | 147 % | 157 % | 164 % | 142 % | 148 % |