

GÖTEBORGS UNIVERSITET
Institutionen för hushållsvetenskap



Det nya nyckelhålet

Hur väl känner konsumenten till nyckelhålets förändring?

Sofie Axelsson
Sarah Hofberg

Examensarbete, 10 poäng
Kostekonomprogrammet, 120 p
Handledare: Ann Gleerup
Examinator: Helena Åberg
Datum: 2006-04-20



Titel: **Det nya nyckelhålet**
Hur väl känner konsumenten till nyckelhålets förändring?

Författare: Sofie Axelsson, Sarah Hofberg

Typ av arbete: Examensarbete, 10 poäng

Handledare: Ann Gleerup

Examinator: Helena Åberg

Program: Kostekonomprogrammet

Antal sidor: 28

Datum: 2006-04-20

Sammanfattning

Ohälsan i världen så som i Sverige är stor (Becker, 2002). Varje år dör flera personer av kostrelaterade sjukdomar så som hjärt- kärlsjukdom (Socialstyrelsen, 2001). Dåliga matvanor är en av de största påverkbara riskfaktorerna för flera kroniska sjukdomar (WHO, 2003). För att minska ohälsan har Livsmedelsverket och Folkhälsoinstitutet på uppdrag av regeringen tagit fram en handlingsplan för bättre matvanor och ökad fysisk aktivitet. I handlingsplanen finns en punkt som säger att vi bör öka konsumtionen av nyckelhålmärkta produkter (Livsmedelsverket & Folkhälsoinstitutet, 2005). Nyckelhålmärkningen är ett hjälpmedel som visa på bra val av livsmedel (Livsmedelsverket, 2005d). Den 1 juni 2005 genomgick nyckelhålet en förändring (Livsmedelsverket 2005d). Förändringen innebär bland annat att symbolen nu även tar hänsyn till socker- och salthalten i produkter och att naturligt fiberrika och magra produkter får märkas med symbolen (Livsmedelsverket, 2005d). Studies syfte var att undersöka vad konsumenten vet om nyckelhålet, med fokus på att det är ändrat från och med den 1 juni 2005. 20 stycken telefonintervjuer genomfördes med kvinnor och män i åldrarna 20-40 år. Resultatet visade att de personer som intervjuades i studien vet om att nyckelhålet är en symbol som förknippas med hälsa. De väljer nyckelhålmärkta produkter för att de är bättre, nyttigare och hälsosammare än produkter utan nyckelhål. Personerna hade svårt att beskriva vad märkningen innebär samt vilka produkter märkningen finns på och vilka produkter de köper som är nyckelhålmärkta, vanligaste produkterna som de dock angav att köper med nyckelhålet på är bröd, smörgåsmargarin och ost. Många kände till nyckelhålet i stort och då nyckelhålet nu funnits i ungefär 20 år kändes det märkligt att fler inte kunde svara mer utförligt. Det fanns ett stort intresse hos de personer som intervjuades att få information om förändringen av nyckelhålet eftersom få kände till att det skett en förändring. En jämförelse visade att det var fler som svarat att nyckelhålet står för mindre socker än som svarat att de kände till att nyckelhålmärkningen har genomgått en förändring. Redan när nyckelhålmärkningen bara fanns i tankarna i början av Norsjöprojektet år 1985 fanns det funderingar på att märkningen skulle innebära båda mindre fett, mer fiber, mindre salt och socker. Efter 20 år infördes även gränser för socker och salt. Det anser konsumenterna i den här studien som något mycket positivt.

Nyckelord: Hälsa, konsument, kost, livsmedel, livsmedelsmärkning, nyckelhål

INNEHÅLL

1 INLEDNING	3
2 BAKGRUND	4
2.1 HANDLINGSPLAN FÖR ÖKAD FYSISK AKTIVITET OCH BÄTTRE MATVANOR	4
2.2 STATENS LIVSMEDELSVERKS ” 5 KOSTRÅD 2005 ”	4
2.3 KOST OCH OHÄLSA.....	4
2.3.1 Kostrelaterade sjukdomar.....	6
2.4 HISTORIK NYCKELHÅLET.....	6
2.4.1 Norsjöprojektet.....	7
2.5 NYCKELHÅLET - ETT HJÄLPMEDEL FÖR KONSUMENTEN	9
2.5.1 Nya föreskrifter från 1 juni 2005.....	9
2.6 UNDERSÖKNINGAR	10
2.6.1 SNÖ- svenska näringsrekommendationerna översatta till livsmedel	10
2.6.2 Intervjuundersökning i Stockholm 1991.....	11
2.6.3 Befolkningens matvanor, kunskaper och attityder till mat och hälsa 1993.....	11
2.6.4 Delstudie till GOT- MONICA projektet	12
2.6.5 Undersökning i Eslövs kommun	12
2.6.6 Hushållens inköpsvanor 2003	12
2.7 KORT SAMMANFATTNING AV BAKGRUNDEN	12
3 SYFTE	14
3.1 FRÅGESTÄLLNINGAR.....	14
4 METOD	15
4.1 URVAL	15
4.2 INTERVJUER	15
4.3 BEARBETNING.....	16
4.4 METODDISKUSSION	16
5 RESULTAT	18
5.1 MEDVERKANDE	18
5.2. SYMBOLMÄRKNING PÅ LIVSMEDEL SOM FÖRKNIPPAS MED HÄLSA	18
5.3 VAD KONSUMENTERNA ANGAV ATT NYCKELHÅLSMÄRKNINGEN STÅR FÖR	18
5.4 TANKAR OM NYCKELHÅLSMÄRKNINGEN	19
5.5 NYCKELHÅLSMÄRKTA PRODUKTER SOM RESPONDENTERNA KÖPER	19
5.6 KÖPFREKVENNS AV NYCKELHÅLSMÄRKTA PRODUKTER	19
5.7 ANLEDNING TILL ATT VÄLJA NYCKELHÅLSMÄRKTA PRODUKTER	19
5.7.1 Anledningar till att inte välja nyckelhålsmärkta produkter.....	19
5.8 FÖRÄNDRINGEN AV NYCKELHÅLET.....	20
5.8.1 Tankar om förändringen av nyckelhålet.....	20
5.9 SYNPNKTER PÅ DET NYA NYCKELHÅLET.....	21
6 DISKUSSION	22
6.1 FAKTORER SOM KAN HA PÅVERKAT STUDIENS RESULTAT	22
6.2. SYMBOLMÄRKNING PÅ LIVSMEDEL SOM FÖRKNIPPAS MED HÄLSA	22
6.3 PRODUKTER SOM KÖPS MED NYCKELHÅLET PÅ.....	22
6.3.1 Vad nyckelhålsmärkningen står för.....	23
6.4 HÄLSA I TANKARNA HOS KONSUMENTEN NÄR DEN VÄLJER PRODUKTER.....	23
6.5 DET NYA NYCKELHÅLET	23
6.5.1 Synpunkter på det nya nyckelhålet	24
6.5.2 Information om det nya nyckelhålet	24
6.6 FÖRSLAG TILL FORTSATT FORSKNING	24
7 REFERENSER	25
8. B	

1 Inledning

Kosten har betydelse för vår hälsa och kan användas i preventivt syfte när det gäller uppkomsten av många välfärdssjukdomar (WHO, 2003).

Information om kost och hälsa når ofta de som redan är välinformerade. Det finns en ojämnlighet vad gäller hälsa och hårdast drabbade av ohälsa är socialt utsatta grupper (Svederberg, 1997).

Metabola syndromet, som enligt Folkhälsoinstitutet (2001) definieras som samtidig förekomst av insulinresistens, bukfetma, dyslipidemi och högt blodtryck, ökar som ett resultat av våra kost- och livsstilsvanor. Kostnaderna för samhället är stora för metabola syndromet och andra välfärdssjukdomar. Bra sammansatt kost i kombination med fysisk aktivitet kan förebygga det metabola syndromet (Folkhälsoinstitutet, 2001).

Nyckelhålet är ett hjälpmedel till att äta bättre genom att visa på bra val av livsmedel. Nyckelhålet, som det såg ut innan 1 juni år 2005, visade på fettsnåla och fiberrika alternativ inom sin livsmedelsgrupp. Mot bakgrund av ny forskning har nyckelhålet reviderats och från och med den 1 juni år 2005 gäller nya regler för nyckelhålmärkta produkter. Nyckelhålet används fortfarande på fettsnåla och fiberrika livsmedel. De nya reglerna innebär att naturligt magert kött, fisk och fågel, grönsaker och frukt får nyckelhålmärkas. Det har införts maxgränser för hur mycket socker och salt färdiga produkter får innehålla för att få märkas med nyckelhålet. Vissa produkter får inte längre nyckelhålmärkas, tex. lättglass. Nyckelhålet har genom förändringen blivit enklare att förstå. Men för att nyckelhålet ska kunna användas på rätt sätt måste det finnas kunskap hos konsumenterna om vad nyckelhålmärkningen innebär (Livsmedelsverket, 2005d).

Vi vill visa på kostens betydelse för hälsa/ohälsa och hur den enskilda individen kan göra bra livsmedelsval genom att välja nyckelhålmärkta livsmedel. Men för att kunna göra bra val behövs kunskap om varför det är bra att äta livsmedel med nyckelhålet på men framförallt kunskap om vad nyckelhålmärkningen står för.

2 Bakgrund

2.1 Handlingsplan för ökad fysisk aktivitet och bättre matvanor

Livsmedelsverket och Folkhälsoinstitutet har på uppdrag av regeringen tagit fram en handlingsplan för bättre matvanor och ökad fysisk aktivitet. Bakgrunden till rapporten är att dagens inaktivitet och matvanor orsakar ohälsa. Det finns tre mätbara mål för goda matvanor i handlingsplanen:

Ökad konsumtion av frukt och grönsaker.

Ökad konsumtion av nyckelhålmärkta livsmedel.

Minskad konsumtion av sötade drycker, godis, glass, snacks, bakverk och alkoholhaltig dryck (Livsmedelsverket & Folkhälsoinstitutet, 2005).

2.2 Statens Livsmedelsverks ” 5 kostråd 2005 ”

Statens Livsmedelsverk har utformat "5 kostråd 2005". De fem kostråden är de viktigaste förändringarna som svenska folket behöver göra för att äta hälsosammare. Förändringarna som behöver göras har Livsmedelverket bland annat identifierat utifrån SNÖ- de svenska näringsrekommendationerna (SNR) översatta till livsmedel (Livsmedelsverket, 2005a).

I SNÖ har näringsrekommendationerna översatts till livsmedel för att visa vad vi behöver äta sett i livsmedel för att uppfylla rekommendationerna. Enligt SNÖs slutsats bör områdena frukt, grönt och brödkonsumtion tas hänsyn till vid utformning av nya kostråd. Svenska folket äter för lite av de här livsmedlen sett i förhållande till SNR. Fettkonsumtionen är för hög och kvalitén på det fett som äts måste förbättras. Konsumtion av läsk, godis, snacks, bakverk eller liknande samt alkohol är även den för hög. Med hög energitäthet och låg näringstäthet är läsk, godis, snacks, bakverk och alkohol livsmedel vars konsumtion bör minskas (Livsmedelsverket, 2005b).

Kostråden som Livsmedelverket utformat och kallar ”5 kostråd 2005” innebär att kosten varje dag bör innehålla 500 gram frukt och grönsaker. Konsumtionen av bröd bör ökas och ökningen ska främst vara av fullkornsbröd. Tre gånger per vecka bör vi äta fisk. Användningen av flytande margarin och olja vid matlagning ska ökas. Vid val av livsmedel väljs med fördel nyckelhålmärkta livsmedel. Livsmedelsverket har utformat kostråden utifrån den senaste forskningen inom nutrition. Forskningen har jämförts med hur svenska folket äter idag och hur de bör äta enligt SNR (Livsmedelsverket, 2005a).

SNR ger riktlinjer för en bra kost och används för att planera kost, vara underlag för kostråd samt vara ett underlag för livsmedels- och folkhälsopolitik. Den senaste upplagan av SNR antogs i september år 2005. SNR kom på 1960- talet och föregångaren till SNR var de amerikanska näringsrekommendationerna (Svedin, 2005).

2.3 Kost och ohälsa

Dåliga matvanor är en av de största påverkbara riskfaktorerna för flera kroniska sjukdomar (WHO 2003) som exempelvis fetma (Becker, 2002b). Andra sjukdomar som kan kopplas till

kostfaktorer är hjärtinfarkt, diabetes, cancer i magsäcken och tjocktarm (Baltzer & Melinder, 2004) samt höga blodfetter som ger ökad risk för ischemisk hjärtsjukdom (Eriksson & Lindeberg, 2003).

Mat och matvanor påverkas av livsstil och levnadsvanor (Baltzer & Melinder, 2004). Det finns samband mellan övervikt, fetma och stort intag av livsmedel med mycket socker och fett. Det är lätt att överkonsumera livsmedel som innehåller mycket fett. Fett innehåller mycket energi i förhållande till volym och det är lätt att äta en stor volym innan mättnadskänslan kommer. Söta drycker kopplas till övervikt beroende på att det är svårare att känna mättnad från drycker än från fast föda. Det är lätt att dricka mycket sött utan att bli mätt. Andra faktorer bakom övervikt och fetma är låg konsumtion av fiber, frukt och grönsaker och lite fysisk aktivitet (WHO, 2003).

Andelen överviktiga ökar i Sverige liksom i de flesta andra i- länder. Övervikt håller på att utvecklas till ett stort folkhälsoproblem (Norbelie, 2003). För att förebygga övervikt är det viktigt att äta en bra kost med fullkornsprodukter, frukt, grönsaker och baljväxter samt att minska på fett och socker (Becker, 2002a).

Ett halvt kilo frukt och grönt om dagen minskar risken för hjärt- kärlsjukdom, övervikt och vissa cancerformer (Svedin, 2003). Fiber minskar risken för tumörer i mag- tarmkanalen samt hjärt- kärlsjukdom (Baltzer & Melinder, 2004). En kost rik på frukt, grönsaker och rotfrukter kan ge minskad risk för cancer, främst i mag- tarmkanalen och lungorna (Socialstyrelsen, 2001). Vid höga blodfetter är kosten en viktig del i behandlingen. Kostråden vid höga blodfetter är att äta mycket frukt, bär, grönsaker och rotfrukter, magert kött och fisk. Konsumtion av ost, grädde, feta desserter, hårda matfetter, feta kött- och charkprodukter, kaffebröd, snacks och godis minskas (Eriksson & Lindeberg, 2003). Anledningen till minskningen av mjölk, smör ost och kött är att det är livsmedel med hög fetthalt som ökar risken för hjärt- kärlsjukdom (Baltzer & Melinder, 2004).

Mättat fett och transfetter ökar risken för hjärt- kärlsjukdom. Omättat fett är ett hälsosammare fett än mättat och positiva effekter finns av att äta fet fisk. En hög saltkonsumtion är relaterad till högt blodtryck och därmed till ökad risk för hjärt- kärlsjukdom, medan frukt och grönsaker har visat sig ha skyddande effekt mot hjärt- kärlsjukdom (WHO, 2003).

Vid diabetes typ 2 är det en del i behandlingen att anpassas kosten så att mängden fett i kosten minskas och intaget av fiberrika livsmedel ökas. Ökningen sker bland annat genom kosten ändras så den innehåller mycket frukt och grönsaker. SNR- kosten rekommenderas till diabetiker. SNR- kosten är även bra för personer som har högt blodtryck, höga kolesterolvärden och hjärt- kärlsjukdom (Hjärt- och Lungfonden, 2001).

Ohälsa genom kost är inget nytt fenomen. Under medeltiden fanns osunda levnadsvanor i form av alkohol och fett. De osunda vanorna gav upphov till vällevnadssjukdomar som åderförkalkning och gikt. Gikt drabbade framförallt äldre män med god tillgång till mat och dryck, framförallt vin. Vid utgrävningarna från Dominikanermunkarnas gravplats i Åhus undersöktes 250 medeltida Åhusbor. Undersökningen visade att visade att fem män led av gikt. Åderförkalkning som förekom hos både kvinnor och män hade fem män och tre kvinnor (Benne Hjerpe, 2002).

2.3.1 Kostrelaterade sjukdomar

Metabola syndromet kallas en samtidig förekomst av insulinresistens, bukfetma, dyslipidemi och högt blodtryck (Folkhälsoinstitutet, 2001). Upphov till det metabola syndromet är kost- och livsstilsfaktorer (Abrahamsson et al, 2003). Antalet patienter som lider av metabola syndromet är idag fler än tidigare och ofta har de kraftig bukfetma (Karolinska Institutet, 2005). Bukfetman är en farlig fetma eftersom den ger upphov till större risker för det metabola syndromet än fett ansamling kring lår och stuss (Falkenberg & Rössner, 2003).

Övervikt och fetma har ökat kraftigt de senaste tjugo åren (Svedin, 2005). Fetma är en av våra vanliga folksjukdomar (Falkenberg & Rössner, 2003) och är en kronisk sjukdom som uppstår genom mat- och motionsvanor (Becker, 2002a). När energiintaget överstiger energiutgifterna uppstår fetma (Falkenberg & Rössner, 2003). En tredjedel av kvinnorna och hälften av männen i Sverige är feta eller överviktiga (Svedin, 2005) och ungefär 20 procent av barnen i tioårsåldern väger för mycket (Norbelie, 2003). The European Health Report 2005 fokuserar år 2005 på barns hälsa. Rapporten visar att ohälsa och ohälsosam livsstil under barndomen ger upphov till ohälsa som följer genom resten av livet. Extra kritisk är tiden från födseln upp till 5-6 års ålder. Genom att ohälsan följer genom livet ger det upphov till ohälsa även i nästa generation (The European Health Report, 2005).

Hjärt- kärlsjukdom är det största folkhälsoproblemet i Sverige (Folkhälsoinstitutet, 2001). Internationellt sett har Sverige hög dödlighet i hjärt- kärlsjukdomar (Socialstyrelsen, 2001). Sjukdomar i hjärtats kranskärl är den vanligaste dödsorsaken i Sverige (Karolinska Institutet 2005). De mest kända kostfaktorerna för att drabbas av hjärt- kärlsjukdom är höga blodfetter och högt blodtryck. Ett högt intag av fett, speciellt mättat, ger en ökad risk för att drabbas av hjärt- kärlsjukdom (Folkhälsoinstitutet, 2001). Den svenska sjukvården är världsledande inom hjärt- och kärlsjukvård och det bästa sättet för att minska förekomsten av hjärt- kärlsjukdom i Sverige är förebyggande arbete (Socialstyrelsen, 2001).

Cancer är den näst vanligaste dödsorsaken i Sverige. Vart tredje fall av cancer beror på tobaksvanor, matvanor eller solvanor (Socialstyrelsen, 2001).

Diabetes typ 2 blir allt vanligare i Sverige. För diabetes typ 2 betyder livsstilen mycket (Hjärt- och Lungfonden, 2001). Den största orsaken till diabetes typ 2 är för lite motion och fel kost. Förändrad kost och mer motion kan förhindra eller fördröja utbrottet av diabetes typ 2 (Brekke, 2004). Det sker en ökning av diabetes typ 2 i många länder där levnadsstandarden ökar. Övervikt, förhöjt blodtryck, förändring i blodfettnivåer och minskad insulinkänslighet hör till sjukdomsbilden vid diabetes typ 2 (Vetenskapsrådet, 2002). För många med diabetes typ 2 kan det räcka med att anpassa kosten för att må bättre och inte behöva medicineras. Viktnedgång ökar livslängden för personer med diabetes typ 2 (Hjärt- och Lungfonden, 2001).

2.4 Historik Nyckelhålet

Extremt hög dödlighet i hjärt- kärlsjukdomar på 1950-60 talet i Nordkarelen i Finland gjorde att Nordkarelen projektet startades (Baltzer & Melinder, 2004). Nordkarelenprojektet syfte var att sänka förekomsten av hjärt- kärlsjukdom. Sänkningen av hjärt- kärlsjukdom skulle ske med hjälp av en bra kost, sänkning av högt blodtryck och minskad rökning. Genom samarbete med livsmedelsproducenter som mejerier och bagerier ökade industrins motivation för att producera och marknadsföra produkter med lägre fetthalt. Dödligheten i hjärt- kärlsjukdomar

sjönk i Nordkarelen under åren 1969-1979 med 24 procent bland männen i åldern 35-64 år och med 51 procent bland kvinnorna i åldern 35-64 år (Spri, 1987).

2.4.1 Norsjöprojektet

Västerbottenprojektet inspirerades av Nordkarelenprojektet. Det startade i Sverige år 1985 och planerades att pågå till år 1994 (Spri, 1987). Västerbottenprojektet startades för att förebygga hjärt- kärlsjukdomar och diabetes. Dödligheten i dessa sjukdomar var i högre grad förekommande här än i övriga Sverige och av länets kommuner hade Norsjö den högsta dödligheten i hjärt- och kärlsjukdom bland män. Västerbottenprojektet omfattade år 1991 alla kommuner i länet men Norsjö kommun blev provyta med anledning av att de hade den högsta dödligheten i hjärt- kärlsjukdomar. I Norsjö gjordes särskilda insatser för att få erfarenheter som sedan skulle överföras till länets övriga kommuner (Karlsson, 1991). På 1970 - talet berodde 60 procent av dödsfallen i Norsjö på hjärt- och kärlsjukdomar (Laser Reuterswärd, 2005).

Norsjöprojektet gjordes inte som en kampanj utan som ett långsiktigt arbete. Ett delmål var att påverka människors kostvanor på ett positivt sätt med mottot att det är bättre att många ändrar sig lite än att några få ändrar sig helt. Projektet handlade om att göra konsumenterna uppmärksamma på sin hälsa bland annat genom information, årliga hälsokontroller och livsmedelsmärkning (Spri, 1987).

Många studier har kommit fram till ett samband mellan fetthinnehållet i kosten och uppkomsten av hjärt- kärlsjukdomar (Spri, 1987). I Norsjö började funderingarna på en märkning skulle vägleda konsumenterna till produkter med en lägre fetthalt. Invånarna i Norsjö fick vara med i studiegrupper och säga hur de ville bli hjälpta till bättre kostvanor. År 1983 föreslog Livsmedelskommitténs expertgrupp för kost- och hälsofrågor att ett system med någon form av symbolmärkning skulle provas för att på ett enkelt sätt ange fett- och fiberinnehåll i livsmedel. Fråga diskuterades av företrädare för den lokala handeln i Norsjö, Statens Livsmedelsverk, Västerbottens läns landsting, Umeå universitet (enheten för näringsforskning), primärvården i Norsjö och industrin. Syftet med märkningen var att underlätta för konsumenten att i köpögonblicket välja bra produkter ur näringssynpunkt (Spri, 1987; Brännström, 1987). Landstinget gjorde våren år 1985 en skriftlig förfrågan till Livsmedelsverket om det fanns någon möjlighet att få genomföra ett märkningsprojekt i Norsjö, där vissa livsmedel, som var intressanta ur hjärt- kärlsynpunkt med avseende på innehåll av fett, fiber och salt skulle få märkas (Karlsson, 1991).

Jordbruksdepartementet hade redan tidigare gett Livsmedelsverket i uppdrag att utreda möjligheten av och formerna för en symbolmärkning av livsmedel med anledning av samma syfte. Tack vare att handlare i Norsjö visade stort intresse kunde symbolmärkningen starta i Norsjö i april år 1987. Projektet pågick till och med augusti år 1989 (Spri, 1987; Brännström, 1987; Karlsson, 1991).

Norsjö tog hjälp av Livsmedelsverket i arbetet med att ta fram en märkning. Det visade sig att Livsmedelsverket tidigare diskuterat märkning av livsmedel med avseende på innehåll av fett, socker, salt och fiber. I diskussion mellan Livsmedelsverket och Norsjöprojektet bestämdes att hänsyn till sockerinnehållet i livsmedlen skulle ingå i märkningen i Norsjö. Tanken med

det var att Norsjöprojektet även var avsett för att förebygga övervikt och därmed den ökande risken för diabetes typ 2. Det slutgiltiga beslutet som togs var att Livsmedelsverket fastställde gränsvärden för hur stor andel fett och fiber som ett livsmedel fick innehålla för att få en symbol, men vid märkningen togs även hänsyn till innehåll av socker (Karlsson, 1991). Se bilaga A för produkter som fick en symbol i Norsjöprojektet.

I början fick symbolen bara sitta på hyllkanten men senare också på förpackningen. Information om symbolmärkningen fick konsumenterna genom massmedia, informationsblad och skyltar i butiken. Butikspersonal fick utbildning om den nya symbolen och dess innebörd för att kunna hjälpa kunderna i butiken (Karlsson, 1991).

Flera förslag om hur symbolen för märkningen skulle se ut diskuterades. Samtidigt som märkningen skulle visa konsumenterna vilka varor som innehöll lite fett och mycket fiber var tanken att livsmedelsindustrin skulle stimuleras att ta fram bättre och nyttigare mat. Med hjälp av konsulter och reklambyråer togs olika varianter av symboler fram. Förslagen diskuterades inom projektgruppen och resultatet blev ett rött flätat hjärta. Symbolen som valdes blev både logotype för projektet och den symbol som kom att användas som livsmedelsmärkning (Karlsson, 1991).

Projektet utvärderades genom intervjuer, enkätundersökningar och registrering av livsmedelskonsumtion. De flesta konsumenterna uppgav att symbolmärkningen innebar att de köpte mer fettsnåla och fiberrika livsmedel men ansåg att pris och smak vägt lika tungt som det flätade hjärtat vid köpögonblicket. I registreringen av livsmedel såg man att konsumtionen av produkter med låg fetthalt hade ökat. Det syntes inte lika tydligt på fiber sidan. Priset var det som i första hand styrde kunderna och inte innehållet av fett och fiber. Under projektets gång hade sortimentet av symbolmärkta livsmedel breddats (Karlsson, 1991).

De årliga hälsoundersökningarna i Norsjö visade att medelvärdet för kolesterol och blodtryck sänktes för varje år (Karlsson, 1991). Norsjöprojektet bidrog till att norsjöbornas blodtryck sänktes betydligt i jämförelse med övriga Sverige. Dödligheten i hjärtinfarkt sjönk med 36 procent i Norsjö jämfört med 1 procent i Västerbotten och Norrbottens län (Läkemedelsvärlden, 2005).

För att utvärdera Norsjöprojektet mättes bland annat skillnaden i förväntad medellivslängd mellan vissa år. Jämfört med resten av Sverige ligger Västerbotten högst upp på skalan (Laser Reuterswärd, 2005).

Livsmedelsverket beslutade om regler för en enhetlig symbolmärkning för hela landet (Karlsson, 1991). Livsmedelsverkets egen version av livsmedelsmärkning blev en grön prick med ett nyckelhål i mitten. Den nationella nyckelhålsmärkningen var född och den enhetliga symbolen antogs i mars år 1989. Det röda flätade hjärtat från Norsjö upphörde därmed i augusti samma år (Karlsson, 1991).

När nyckelhålet lanserades i hela Sverige år 1989 visade det på fettsnåla och fiberrika alternativ bland fabriksförpackade livsmedel (Svederberg, 1997).

2.5 Nyckelhålet - ett hjälpmedel för konsumenten

Nedan visas Livsmedelsverkets symbol det gröna nyckelhålet.



Figur 1. Nyckelhålet (Livsmedelsverket, 2005c).

Nyckelhålet kom till år 1989 för att underlätta för konsumenterna att hitta livsmedel som minskar risken för hjärt- kärlsjukdomar. När nyckelhålet lanserades användes det på produkter med låg fetthalt och/eller högt fiberinnehåll inom sin produktgrupp. Med symbolens hjälp kunde konsumenten hitta ett bättre alternativ inom en produktgrupp. Naturligt magra och nyttiga produkter som fisk, magert kött, frukt och grönsaker ansågs inte behöva märkas (Brugård Konde & Laser Reutesvärd, 2004). Under åren nyckelhålmärkningen funnits har ett stort utbud av livsmedel med lite fett och mycket fiber blivit tillgängliga på den svenska marknaden (Larsson, Lissner & Wilhelmsen, 1999).

Några av produkter med nyckelhålet på har visat sig ha ett högt innehåll av salt eller socker. Det enda livsmedel som hade sockergräns för att få nyckelhålmärkas var frukostflingor. För salt fanns inga gränser. Forskare har visat att socker och salt har betydelse för folkhälsan. Mot bakgrund av det gjorde Livsmedelsverket en översyn av nyckelhålet för att undersöka om även socker och salt kunde föras in i nyckelhålet. Andra livsmedelsgrupper som Livsmedelsverket undersökte om de kunde få nyckelhålmärkas var frukt, grönsaker, kött och fisk (Brugård Konde & Laser Reutesvärd, 2004).

Undersökningar har visat att många konsumenter uppfattar nyckelhålet som en signal att livsmedlet är nyttigt i största allmänhet (Brugård Konde & Laser Reutesvärd, 2004). Konsumenterna förstår inte alltid informationen på rätt sätt och misstolkar då helheten i budskapet. Många konsumenter känner till nyckelhålmärkningens innebörd i stort sett (Laser Reutersvärd et al. 2002). Med det nya nyckelhålet ville Livsmedelsverket göra ett bredare koncept som bättre stämmer överens med den gängse uppfattningen. Nya nyckelhålet stämmer bättre överens med SNR och Livsmedelsverkets övriga rekommendationer om vilka livsmedel vi bör välja för att äta hälsosamt. Det nya nyckelhålet innefattar även naturligt magra och fiberrika livsmedel (Brugård Konde & Laser Reutesvärd, 2004).

2.5.1 Nya föreskrifter från 1 juni 2005

Från den 1 juni år 2005 gäller nya föreskrifter om användning av nyckelhålet (Livsmedelsverket 2005d). De gamla reglerna får tillämpas fram till den 30 november år 2006 (Livsmedelverket, 2005e). Förändringar jämfört med tidigare regler är att vissa

produktgrupper fått skärpta villkor för fetthalt och kostfiberhalt och några produktgrupper fått nya krav vad gäller fettkvalité, innehåll av mättade fettsyror och transfettsyror, innehåll av sockerarter, mono- och disackarider och innehåll av salt. Portionsförpackad färdigmat och soppor har fått minimi- och maximivåer för energivärdet per portion. Nya livsmedel och produktgrupper som får nyckelhålmärkas är magert kött, all fisk, frukt/bär samt potatis, rotfrukter, ärtor, bönor och andra grönsaker, vegetabiliska produkter, pajer, piroger och pizzor, soppor. De oförpackade livsmedel som får märkas är fisk, frukt/bär samt potatis/rotfrukter/baljväxter och andra grönsaker. Produkter som inte längre får nyckelhålmärkas är skummjörkspulver, glass, sorbet, mesost, messmör och kex (Livsmedelsverket, 2005d).

Det nya nyckelhålet står för låg fetthalt, låg sockerhalt, låg salthalt samt högt fiberinnehåll. Med hjälp av nyckelhålet ska konsumenten enkelt kunna välja bra produkter som bidrar till ett hälsosammare liv (Brugård Konde & Laser Reutesvärd, 2004). För olika nyckelhålmärkta livsmedelsgrupper gäller olika villkor, men konsumenten ska inte behöva fundera närmare på vilka villkor som gäller (Livsmedelsverket, 2005e). För nya villkor se bilaga B.

2.6 Undersökningar

År 1989 genomfördes undersökning Hulk - Hushållens livsmedelsinköp och kostvanor. Under åren 1997-98 genomfördes Riksmaten - kostvanor och näringsintag i Sverige (Becker, 2002b). Kostundersökningarna Hulk och Riksmaten visar konsumtionen av olika livsmedel (Svedin, 2003).

Riksmaten visade att 80 procent av de tillfrågade tyckte det var viktigt med hälsosam mat och visste att nyckelhålet står för fettsnåla livsmedel. Att nyckelhålet även används på fiberrika livsmedel var det färre som visste (Becker, Enghardt & Robertson, 1994).

Det finns få undersökningar förutom Hulk- studien som omfattar båda könen. Undersökningar visar som regel att kostvanorna skiljer sig mellan könen. Kvinnor äter mer frukt och grönsaker än män medan männen äter mer matfett, bröd, kött, korv, mjölk och fil än kvinnorna (Becker, Enghardt & Robertson, 1994).

2.6.1 SNÖ- svenska näringsrekommendationerna översatta till livsmedel

Livsmedelsverket har översatt näringsrekommendationerna från NNR (1996) och SNR (1997) till livsmedel i SNÖ- rapporten. SNÖ- rapporten kom år 2003 och i den hade Livsmedelsverket har räknat ut vad Hans och Greta, en genomsnittsman och en genomsnittskvinna behöver äta under en månad för att följa SNR. Marianne Arnemo, kostinformatör på Livsmedelsverket, levde enligt SNÖ under en månad och hade till uppgift att kontrollera så alla recepten stämde och att maten såg bra ut på tallriken. Den färdiga portionen på tallriken skulle även stämma med tallriksmodellen. Marianne Arnemo uppger att hon mådde bra på kosten och att hon lättare höll vikten. Den största skillnaden som hon upplevde var att hon åt mer nyckelhålmärkta produkter (Svedin, 2003).

Menyerna som utarbetades i SNÖ- rapporten jämfördes med resultatet från undersökningarna Riksmaten och Hulk. SNÖ- rapporten visar hur svenska folket bör äta medan Riksmaten och Hulk visar hur svenska folket äter. Jämförelsen visade att konsumtionen av frukt, grönsaker och bröd är för låg. Fettkonsumtionen bör minskas och fettkvaliteten förbättras.

Konsumtionen av läsk, sötsaker, snacks, bakverk, glass samt alkohol bör minskas (Svedin, 2003).

2.6.2 Intervjuundersökning i Stockholm 1991

215 personer intervjuades varav 86 stycken var män och 129 stycken kvinnor. Intervjun handlade om matvanor med fokus på fett, fiber, nyckelhålet och TV-serien MATFRISK. Personerna som blev intervjuade fick se symbolen nyckelhålet och svara på vad de trodde den betydde. Det vanligaste svaret bland männen var att nyckelhålet står för lite fett. De flesta av kvinnorna visste att nyckelhålet stod för lite fett och mycket fiber. 30 procent av det totala antalet intervjuade svarade att nyckelhålet stod för lite fett, 15 procent svarade mycket fiber, 27 procent svarade lite fett och mycket fiber, 7 procent svarade nyttigt, 6 procent svarade miljö, 1 procent svarade annat och 13 procent svarade vet ej. Endast fyra personer, som alla var kvinnor, visste att nyckelhålet stod för det bästa alternativet i sin livsmedelsgrupp. En liten skillnad visade att yngre personer var mer medvetna om symbolen än äldre personer. 66 procent ansåg inte att symbolen medfört att de ändrat sina inköpsvanor medan 20 procent uppgav att symbolen har påverkat deras val av produkt. Något fler kvinnor än män svarade att symbolen ändrat deras val av produkt. Främst gällde det charkvaror, sedan bordsmargarin, ost och bröd (Enghardt, 1992).

2.6.3 Befolkningens matvanor, kunskaper och attityder till mat och hälsa 1993

År 1993 genomfördes en enkätundersökning om befolkningens matvanor, kunskaper om och attityder till mat och hälsa. Undersökningen genomfördes inom ramen för Livsmedelsverkets Kost & Hälsoprogram. Enkätundersökningen utfördes av Statistiska Centralbyrån och var en uppföljning till den studie som genomfördes år 1991, *Kunskaper och attityder till mat och hälsa*. Båda undersökningarna valde ut cirka 2400 personer i åldrarna 18-74 år. Svartsprocenten uppgick år 1991 till 77 procent och år 1993 till 82 procent. Undersökningen år 1993 visade att männen i större utsträckning hade börjat intressera sig för nyttigare mat jämfört med år 1991. Männen valde i undersökningen år 1993 oftare lättmjölk och lättmargarin. Fortfarande var det även i undersökningen år 1993 kvinnorna som åt mest grönsaker och var de som har bäst kunskaper om mat och hälsa. Knappt 70 procent av alla deltagande i studien år 1993 uppgav att nyckelhålet betydde fettsnålt, jämfört med 60 procent år 1991. En tredjedel svarade att det betydde fiberrikt. 30 procent svarade kalorifattigt och 10 procent miljövänligt. Fler kvinnor än män svarade att nyckelhålet stod för fettsnålt. 74 procent av kvinnorna och 65 procent av männen svarade att nyckelhålet stod för fettsnålt. Det var fler kvinnor än män som visste att nyckelhålet stod för fiberrikt. 40 procent av kvinnorna och 28 procent av männen svarade att nyckelhålet står för fiberrika livsmedel. Yngre personer kände något bättre till betydelsen än äldre i båda undersökningarna. Det var fler män än kvinnor som inte visste vad symbolen betydde år 1991, men det var ännu färre män som visste vad symbolen betydde år 1993. Av de som visste vad nyckelhålet betydde hade 40 procent fått information om symbolen genom TV, 28 procent från dagspressen och 25 procent i butik. Skillnaden här mellan 1991 och 1993 års undersökningar var liten. Som svar på frågan vad som inspirerat de till att handla mer nyckelhålmärkta livsmedel svarade 46 procent dagspress, 42 procent TV, 36 procent information i livsmedelsbutiker, 25 procent

veckotidningar/tidskrifter och 18 procent släkt och vänner. De som kände till betydelseerna fettsnål och fiberrik handlade oftare nyckelhålmärkta varor än de som inte alls kände till betydelseerna (Becker & Enghardt, 1994).

2.6.4 Delstudie till GOT- MONICA projektet

År 1995/96 genomfördes en delstudie till GOT-MONICA projektet (Gothenburg – Monitoring of trends and determinants in cardiovascular disease). Delstudien omfattade 732 stycken män och 859 stycken kvinnor i åldrarna 25- 64 år. 65 procent svarade att nyckelhålet stod för lite fett, mycket fiber, hälsosamt, bra eller rätt mat. 53 procent av männen och 76 procent av kvinnorna förstod meningen med symbolmärkningen nyckelhålet. Den yngre gruppen som bestod av personer i åldern 25- 44 år hade bättre kunskap om symbolen än den äldre gruppen 45- 64 år. Bland kvinnorna hade de med högst BMI mest kunskap om symbolen. Den skillnaden kunde inte ses bland männen (Larsson et al. 1999).

2.6.5 Undersökning i Eslövs kommun

År 2002 gjordes en undersökning i Eslövs kommun på 449 stycken personer i åldrarna 25- 64 år. 73 procent uppgav att nyckelhålmärkningen stod för fettsnålt. Yngre personer 25- 44 år kände bättre till vad nyckelhålmärkningen stod för än äldre personer 45- 64 år. 74 procent av de yngre visste att nyckelhålmärkningen står för fettsnålt och 71 procent av de äldre. 36 procent av de yngre visste att det står för fiberrikt mot 27 procent av de äldre. Kvinnor kände i högre utsträckning till vad nyckelhålmärkningen står för än män. 81 procent av kvinnorna respektive 62 procent av männen kände till att nyckelhålmärkningen står för fettsnålt. 33 procent av kvinnorna respektive 29 procent av männen kände till att det står för fiberrikt. Det var fler som visste att nyckelhålet står för fettsnålt än som visste att symbolen även står för fiberrikt. Kvinnor värdesätter att maten är hälsosam och nyttig i högre grad än män. Kvinnorna köper i högre utsträckning lättprodukter (låg fetthalt) och produkter som är rika på kostfiber. I Eslövsundersökningen framkom att god smak var det viktigaste, därefter hälsosamt och sist lågt pris vid val av livsmedel (Laser Reuterswärd, Svedberg, Asp & Svensson, 2002).

2.6.6 Hushållens inköpsvanor 2003

En intervjuundersökning genomförd av Statistiska Centralbyrån år 2003 handlade om hushållens inköpsvanor. Under hösten år 2003 ingick frågor om nyckelhålet och matvaneförändringar i de telefonintervjuer som genomfördes. Det var 550 hushåll som deltog i undersökningen. Respondenterna lämnade inte uppgifter om kön eller ålder utan svaret gällde för hushållet. Vanligtvis vet fler kvinnor än män vad nyckelhålet står för men det kan inte utläsas i den här undersökningen. Resultatet visade att de flesta, 37 procent, tror att nyckelhålet betyder fettsnålt. Bara 24 procent tror att nyckelhålet står för fiberrikt (Livsmedelsverket, 2005f).

2.7 Kort sammanfattning av bakgrunden

Regeringens handlingsplan för ökad fysisk aktivitet och bättre matvanor har tagits fram av Livsmedelsverket och Folkhälsoinstitutet för att minska Sveriges ohälsa. En av punkterna i handlingsplanen för att förbättra sina matvanor är att öka andelen nyckelhålmärkta livsmedel. Att öka andelen nyckelhålmärkta livsmedel finns även med som ett av de fem kostråden som Livsmedelsverket tagit fram och kallar ”5 kostråd 2005”. Genom att förbättra sina matvanor kan många sjukdomar som är relaterade till matvanor förhindras. Nyckelhålet togs från början

fram som ett hjälpmedel för att visa vägen till produkter med låg fetthalt och/eller hög fiberhalt. Undersökningar visade dock att konsumenter uppfattade nyckelhålssymbolen som en signal på att livsmedlet var nyttigt i största allmänhet. Den förändring som nyckelhålet genomgått innebär att det införts maxgränser för socker och salt i produkter som får nyckelhålmärkas. Naturligt magra och/eller fiberrika produkter får nu märkas med nyckelhål. Produkter som inte längre får märkas är skummjörkspulver, glass, sorbet, mesost, messmör och kex. Förändringen av nyckelhålet innebär att det nu stämmer bättre överens med den allmänna uppfattningen, att nyckelhålmärkta produkter är nyttiga i största allmänhet. De nya föreskrifterna för nyckelhålet började gälla den 1 juni år 2005. De gamla föreskrifterna gäller parallellt med de nya fram till den 30 november år 2006. Undersökningar genomförda på det gamla nyckelhålet visade att fler kvinnor än män visste vad nyckelhålet stod för. De yngre i undersökningsgrupperna hade bättre kunskap än de äldre om betydelsen. Undersökningar visade även att det var fler som kände till att nyckelhålet stod för mindre fett än som visste att det även stod för högt fiberinnehåll.

3 Syfte

Studiens syfte var att undersöka vad konsumenten vet om nyckelhålet med fokus på att det är ändrat från och med den 1 juni år 2005.

3.1 Frågeställningar

- Känner konsumenten till att nyckelhålet är en symbolmärkning på livsmedel som förknippas med hälsa?
- Vilka produkter köper konsumenten med nyckelhålet på?
- Tänker konsumenten på sin hälsa när de väljer produkter?
- Vad tycker konsumenten om det nya nyckelhålet?

4 Metod

4.1 Urval

Studien omfattade tjugo personer i åldern 20- 40 år från västra Sverige. Varav tio personer var kvinnor och tio var personer män. Valet av åldersgrupp gjordes med anledning av att tidigare undersökningar visat att yngre personer har bäst kännedom om nyckelhålet. Yngre personer är mer medvetna om nyckelhålet än äldre (Enghardt, 1992; Becker & Enghardt, 1994). I undersökningen GOT- Monica hade personer i åldern 25- 44 år bäst kännedom om nyckelhålet (Larson et al. 1999) detsamma gäller för Eslövundersökningen (Laser Reuterswärd et al 2002). Förhoppningen var att den gruppen som deltog i studien därmed skulle ha bättre kännedom om förändringen av nyckelhålet än en äldre grupp hade haft.

Respondenterna som deltog i studien var enligt Patel och Davidsson (1994) en tillgänglig grupp.

4.2 Intervjuer

Studien genomfördes med hjälp av telefonintervjuer. Intervjufrågorna var både kvalitativa och kvantitativa. Kvantitativ forskning används för att kunna ange frekvens. Kvalitativ forskning används för att upptäcka de intervjuades uppfattningar om någonting. De kvantitativa frågorna som ingick i studien gav information om respondenternas ålder, kön och om respondenten köper nyckelhålmärkta produkter. På frågan om de köper nyckelhålmärkta produkter kunde respondenterna svara ja eller nej vilket gör frågan kvantitativ. Kvalitativa frågor användes i studien för att få en djupare förståelse för respondenternas tankar om nyckelhålet. Följdfrågan varför respondenten köper nyckelhålmärkta produkter är exempel på en kvalitativ fråga (Patel & Davidsson, 1994). För intervjuunderlag se bilaga C.

Intervjuunderlaget har låg grad av strukturering om respondenterna kan svara med egna ord, vilket respondenterna i den här studien kunde. Graden av standardisering på intervjuunderlaget var hög eftersom samma frågor ställdes i samma följd till alla respondenter. Intervjufrågorna utformades så att de var enkla att förstå och inte var förutsättande. Varför användes som uppföljningsfråga, vilket är ett bra sätt att följa upp på (Patel & Davidsson, 1994).

Vid intervjuer bör test med frågorna göras på en representativ grupp för att se om frågorna ger de svar som önskas och fungerar på den grupp som ska intervjuas (Patel & Davidsson, 1994). Intervjufrågorna testades på två personer innan studien genomfördes. Frågorna gav inte tillräckliga svar på frågeställningarna. Ändringar av frågorna gjordes och efter ändringarna genomfördes ytterligare en testintervju. Den sista testintervjun visade att frågorna besvarade frågeställningarna.

Vid telefonintervjuerna förklarades för de tillfrågade personer vad syftet med undersökningen var, vilka vi själva var och hur insamlad data kommer användas och behandlas. De personuppgifter som efterfrågades var kön och ålder. Enligt Patel och Davidsson (1994) räknas de uppgifterna som att respondenten är anonym. De personer som intervjuades gav sitt samtycke och var medvetna om att de kunde välja att avsluta sitt deltagande när som helst. Samtycket var frivilligt och uttryckligt (Codex, 2005).

Under intervjuens gång dokumenterades respondentens svar för hand. Intervjuerna avslutades med en genomgång av intervjusvaren för att respondenten kunde se om de uppfattats rätt. Respondenten gavs möjlighet att komma med tillägg. Tiden för intervjuerna var cirka 20- 30 minuter beroende på hur utförligt respondenterna svarade.

4.3 Bearbetning

Efter avslutad intervju gick intervjusvaren igenom och dokumenterades mer i detalj och anteckningarna skrevs rent på dator. Forskaren som tolkar en text som i detta fall en noggrant utskrivna intervju, börjar med att först läsa hela intervjun och försöka förstå helheten av den. För att sedan läsa olika delar i texten var för sig, för att skaffa sig förståelse av dem. Analysen gick till så att svaren lästes igenom flertalet gånger. Efter ett antal genomläsningar började likheter och mönster ses i svaren. Varje fråga analyserades för sig. Alla svar till fråga ett samt frågan som var nummer ett skrevs med samma färg. Samma sak gjordes med alla kvalitativa frågor, som fick varsin färg. Frågorna och svaren skrevs ut på färgskrivare och klipptes isär. Sedan sattes frågan utanpå ett kuvert och svaren som hörde till frågan stoppades i kuvertet. Först analyserades svaren fråga för fråga och sedan analyserades svaren mot frågeställningarna.

Genom att analysera den insamlade informationen var målet att finna helhetsbilden och dess underliggande orsaker för att sedan välja ut situationer eller citat som redovisas i uppsatsen. Tolkning och analys kommer i viss mån ske samtidigt (Backman, 1998). I kvalitativ analys är det inte ”mer än” eller ”mindre än” det är frågan om, även om det kan ingå, utan om likartad och olikartad.

4.4 Metoddiskussion

Valet av en kvalitativ undersökning gjordes för att få djupare kunskap om hur väl konsumenterna kände till nyckelhålmärkningen och vad de tycker om den. För att förstå och tolka konsumenternas upplevelser var en kvalitativ metod lämplig då den till skillnad från en kvantitativ metod använder sig av verbala analysmetoder och handlar om att förstå människors upplevelser (Patel & Davidson, 1994). Det kvalitativa synsättet riktar intresset mot individen, och handlar om hur individen tolkar och formar sin verklighet. Backman (1998) anser att styrkan med kvalitativa metoder att de ger en helhetsbild av problemet, svagheten är att resultaten inte kan jämföras med andra liknande undersökningar. En intervju är flexibel (Bell, 2000) vilket gjorde att svar kunde fördjupas.

Telefonintervjuer valdes för att de är mindre tidskrävande än personliga intervjuer. Studien omfattar tjugo intervjuer och det hade tagit för lång tid att intervju alla personligen. En fördel med telefonintervjuer är att kunna upprepa och förtydliga våra frågor samt ställa följdfrågor. Något som inte är möjligt med en enkät. Respondenterna kunde inte påverkas av kroppsspråk eller miner (Andersson, 1992) vilket är positivt. Respondentens tonfall kunde ge svar som ett skriftligt svar inte hade bidragit med. Negativt med telefonintervjuer var att respondenternas kroppshållning, gester eller ögonrörelse inte kunde tolkas. Vårt tonläge kan ha påverkat respondenterna (Andersson, 1992; Patel & Davidson, 1994; Ryen, 2004).

Metoden som valdes för att bearbeta materialet fungerade bra. Den var dock tidskrävande. Analysen var svår att göra neutral. Med den kunskap vi har inom kostområdet upplevdes det svårt att analysera neutralt i frågor som rör kost. Ovana vid att analysera samt intervju påverkade hur mycket som fåtts ut av studien.

Vid en undersökning måste det som ska undersökas stämma överens med vad som sägs ska undersökas, det kallas validitet. Vetskapen om att det görs på ett tillförlitligt sätt är viktigt, att ha god reliabilitet. Vid intervjuer är undersökningens tillförlitlighet i stor grad relaterad till intervjuarens förmåga. Bedömningar görs när svar registreras. Olika typer av fel vid bedömningen kan inträffa (Patel & Davidsson, 1994).

5 Resultat

Avsnittet inleds med en redovisning av deltagarna i studien. Därefter redovisas svaren från telefonintervjuerna. Några citat från respondenterna har tagits med för att illustrera deras egna röster.

5.1 Medverkande

Det totala antalet medverkande i studien var tjugo. Studien hade ett externt bortfall på två personer som valde att inte medverka i studien.

5.2. Symbolmärkning på livsmedel som förknippas med hälsa

Den symbolmärkning på livsmedel som majoriteten av respondenterna förknippar med hälsa är nyckelhålmärkningen. Efter nyckelhålmärkningen är det märkningen Svanen som respondenterna förknippar med hälsa.

5.3 Vad konsumenterna angav att nyckelhålmärkningen står för

Det var svårt för de flesta av respondenter att svara på vad nyckelhålmärkningen står för. De kunde inte exakt säga vad nyckelhålmärkningen står för även om de hade en aning. Citatet nedan visar vad en välinformerad konsument svarade att den vet om märkningen.

Det är någon procentsats för kostfiber, men vet inte riktigt vilken. Står för att det är tillräckligt med fiber, mindre fett, mindre salt och socker. Är begränsad mängd socker och salt. Jag vet att det är någon procentgräns för hur mycket det får vara men vet inte vilken. (1)

De flesta av respondenter svarade ändå att nyckelhålmärkningen står för att produkten innehåller lite fett. Sockerinnehållet i produkter nämns ofta som något som nyckelhålet står för medan hög fiberhalt och mindre salt nämns mer sällan. Nedan redovisas vad en respondent svarat att nyckelhålet står för. Den respondentens svar är representativ för de som tror att nyckelhålmärkningen även inkluderar socker.

Nyttigare val, med tanke på socker och fett. (17)

Övrig och lite annorlunda svar som respondenterna svarade att nyckelhålet står för redovisas i citaten nedan:

Hur mycket fett och socker olika produkter innehåller, men den märkningen tar nog inte hänsyn till hur långsamma kolhydrater det är. (6)

Nyttigt, hälsosamt, mindre kalorier och mindre fett. (4)

5.4 Tankar om nyckelhålmärkningen

Det finns en positiv inställning till nyckelhålmärkningen, många tycker att det är en bra symbol som visar på nyttiga livsmedel eller bättre alternativ. Nedan redovisas några citat som representerar vad majoriteten har svarat:

Jättebra, jag kör ganska stenhårt på den, speciellt efter den ändrats. (1)

Det är toppen! (2)

Man kan få en bra hjälp på vägen för att hitta bättre eller nyttigare livsmedel. (12)

Bra, för då vet man vilka livsmedel som är nyttiga. (16)

5.5 Nyckelhålmärkta produkter som respondenterna köper

Respondenterna hade svårt att ge konkreta svar på vilka nyckelhålmärkta produkter som de köper. Många blev osäkra på vilka produkter de köper som är nyckelhålmärkta och vilka produkter som finns med nyckelhålmärkning på. Den vanligaste produkten som respondenterna angav att de köper med nyckelhål på är bröd, smörgåsmargarin och ost. Andra svar som kom upp var charkprodukter så som korv, och mejeriprodukter, där främst mjölk angavs, samt pasta, müsli/flingor och havregryn.

5.6 Köpfrekvens av nyckelhålmärkta produkter

De flesta respondenter letar efter produkter med nyckelhålmärkningen på när de handlar. Fler kvinnor än män letar aktivt efter märkningen på produkter. Vid val av två produkter där den ena har nyckelhål på sig väljer många produkten med märkning på.

5.7 Anledning till att välja nyckelhålmärkta produkter

Respondenterna väljer att äta nyckelhålmärkta produkter för att de är bättre, nyttigare och hälsosammare än produkter utan nyckelhål. De respondenter som köper nyckelhålmärkta produkter utan att leta efter det upplever att de har kunskap om vad som är nyttigt och vad de mår bra av. De produkter som de köper har ofta nyckelhål på sig utan att de letar efter det. Flera angav att de läser på förpackningarna också, utöver att leta efter nyckelhålmärkningen, då de upplever att nyckelhålmärkningen kan vara lurig ibland. Genom att läsa på förpackningen innehållsdeklaration och näringsdeklaration får de mer information. Andra anledningar till att välja nyckelhålmärkta produkter är att respondenten vill gå ner i vikt. En respondent hade varit hos dietist och där blivit rekommenderad att äta mer nyckelhålmärkta produkter.

5.7.1 Anledningar till att inte välja nyckelhålmärkta produkter

Den främsta anledningen till att inte köpa produkter med nyckelhålmärkningen på är helt enkelt att man inte tittar efter det när man handlar. Istället inhandlas de produkter man vill ha och som man tycker om. Respondenterna köper enligt egen utsago produkter som inte finns med nyckelhålmärkningen. Vid val av en produkt med nyckelhålet på och en utan tar de den utan. Genom att läsa på förpackningens förteckning av innehåll upplever många respondenter

som inte köper nyckelhålmärkta produkter att de får den information de vill ha istället för att titta efter nyckelhålet, som de upplever lurigt.

5.8 Förändringen av nyckelhålet

Kännedomen om att det skett en förändring av nyckelhålet är låg hos personerna i intervjuundersökningen. Intresset av att få information om förändringen som skett är däremot stor. Sättet respondenterna vill få information på är främst via mail eller utskick. Men även andra sätt nämns. Citaten nedan är några utvalda exempel på hur de respondenter som inte svarade mail eller utskick vill få information.

Ja, gärna något skriftligt som man får hemskickat. Det skall vara lätt att förstå och det är bra om man kan hänga upp informationen på väggen. (5)

Varför inte genom reklam på tv eller en etikett på varor med nyckelhålet på. (12)

Ja det är klart jag vill ha information. Gärna något som man känner igen så man lättare ta det till sig, tv- reklam kanske. (13)

Ja, via media. (11)

Ja tack, tell me please. (2)

De få respondenter som känner till förändringen har fått information genom utbildning, tv, tidning, radio eller internet.

5.8.1 Tankar om förändringen av nyckelhålet

Respondenter är positiva till förändringen av nyckelhålet. De tycker att det nya nyckelhålet verkar bra. Det är särskilt införandet av maxgränser för socker som upplevs positivt som citaten nedan visar.

Det låter som rätt väg. Men vad är maxgränsen för socker? Det mesta sockret är farligt. (20)

Det är väldigt bra att de även tar hänsyn till socker- och salthalterna och inte bara till fett i maten. Sockret och saltet är ju lika farligt det. Att det är naturligt magra produkter är bra då behöver de inte ersätta fett med någon annan produkt så att det ska smaka gott. (19)

Bra, för socker och salt äter vi för mycket av. Med vi menar jag samhället i stort. (8)

Jättebra, speciellt maxgränsen för socker. Jag tänker mycket på det speciellt när jag handlar bröd. Jag har hört att ett visst märke har mycket socker i sitt bröd. (5)

Bra, innan togs inte hänsyn till allt onyttigt, som socker. (3)

5.9 Synpunkter på det nya nyckelhålet

Fördelar med det nya nyckelhålet är som citaten under *Tankar om nyckelhålet* visar att det införts maxgränser för sockerinnehållet. Förändringen av nyckelhålet har även gjort att nyckelhålet nu känns mer trovärdigt och har blivit lättare att förstå. Citaten nedan är representativa för vad majoriteten tycker om det nya nyckelhålet.

Det nya har lite mer kraft (trovärdighet), att rätt produkter får nyckelhålmärkningen. (7)

Det är bra med en maxgräns med socker, är ju ofta onödigt mycket socker i många livsmedel. (2)

Fördel tycker jag är maxgräns för socker och att grönsaker också får märkas. Då blir det lättare att lära barn att äta rätt. Om man då säger till dem att de bara får köpa nyckelhålmärkta varor måste de ju köpa en banan istället för godis. (9)

Nackdelar som respondenterna upplever är få och inte många ser några nackdelar med det nya nyckelhålet över huvudtaget. En nackdel som en respondent nämner med det nya nyckelhålet är att den inte litar på märkningen för att den fortfarande känns missvisande. En annan nackdel som en annan respondenter ser med märkningen är att den fortfarande är svår att förstå. Respondenten tycker att både den gamla märkningen och den nya märkningen är krångliga.

6 Diskussion

Nedan redovisas metoddiskussion och sedan resultatdiskussion.

6.1 Faktorer som kan ha påverkat studiens resultat

Urvalet påverkade studien i och med att det var en tillgänglig grupp som deltog i studien. Vi valde att rikta in oss på åldersgruppen 20- 40 år vilket även det kan ha påverkat resultatet.

Tidsbegränsningen av uppsatsen gjorde att urvalet begränsades och studiens omfattning blev mindre än tanken var från början.

Hade mer vana vid att intervjua funnits hade troligtvis mer fåtts ut av intervjuerna. Några av frågorna i intervjuunderlaget som användes vid genomförandet av intervjuerna hade formulerats på ett annat sätt med facit i hand.

Resultatet skrevs rent och sparades därefter. Det var väldigt bra med tanke på att resultat och diskussion senare skrevs om en gång.

6.2. Symbolmärkning på livsmedel som förknippas med hälsa

Många visste att nyckelhålmärkningen är en symbol på livsmedel som förknippas med hälsa. Det är bra med tanke på att ohälsan i Sverige och övriga världen är stor (Becker, 2002a) och att vi bör öka konsumtionen av nyckelhålmärkta produkter (Livsmedelsverket & Folkhälsoinstitutet, 2005). Frukt och grönsaker är livsmedel vi bör äta mer av (Becker, 2002a) och från och med 1 juni år 2005 får även dessa produkter nyckelhålmärkas (Livsmedelsverket, 2005d). Det var inte förvånande att många svarade nyckelhålet som en symbolmärkning på livsmedel som förknippas med hälsa med tanke på att tidigare undersökningar tyder på samma sak (Laser- Reuterswärd, Svedberg, Asp & Svensson, 2002; Becker & Enghardt, 1994; Enghardt, 1992). Förvånade är däremot att respondenterna svarade att märkningen Svanen är en symbolmärkning på livsmedel som förknippas med hälsa. Om man tittar på tidigare undersökningar där respondenter svarat att nyckelhålet är en miljömärkning (Becker & Enghardt 1994; Enghardt 1992) är det inte förvånande att Svanmärkningen kom upp som ett svar i vår studie. Då dessa undersökningar gjordes för ett antal år sedan var antagandet att konsumenterna nu hade större kunskaper om olika symbolmärkningar. I vår studie finns en antydning till att det inte är så. Symboler kan vara en bra hjälp på vägen om man har kunskap om vad de betyder. Tyvärr saknas den kunskapen hos många och då formulerar de en egen innebörd av symbolen. Det kan bli väldigt fel som tidigare undersökningar visar där konsumenterna trots att nyckelhålmärkningen visat på att livsmedlet varit nyttigt i största allmänhet vilket inte stämde, det nyckelhålet visade på var hög fiberhalt och/eller låg fetthalt (Brugård Konde & Laser Reuteswärd, 2004).

6.3 Produkter som köps med nyckelhålet på

I undersökningen år 1991 som genomfördes i Stockholm förekom det att personer svarade att nyckelhålssymbolen hade påverkat deras val av livsmedel. Främst gällde det charkvaror, sedan bordsmargarin, ost och bröd (Enghardt, 1992). Produkter med nyckelhålet på som respondenterna i vår studie köper är främst bröd, smörgåsmargarin, och ost. En tendens syns att detta är de livsmedel där konsumenterna letar produkter med nyckelhål på. Respondenterna hade svårt att komma på vilka fler produkter de köper som är

nyckelhålmärkta. Många blev osäkra på vilka livsmedel symbolen sitter på. Många har sett nyckelhålet men inte uppmärksammar det så mycket. Respondenterna köper antingen få livsmedel som är nyckelhålmärkta eller så köper de nyckelhålmärkta livsmedel utan att tänka på det. Det är bra att de köper nyckelhålmärkt men om de gör det utan att tänka på det kan det bero på att de äter nyttigt och därför köper många produkter med nyckelhålet på eller så har de inte koll på det alls. Det är vardagsmaten som bör ändras för att bättre matvanor ska uppnås.

6.3.1 Vad nyckelhålmärkningen står för

Nyckelhålmärkningen upplevs som en bra symbol. Det är positiv men som frågan innan visade är det få som vet vad den innebär trots att de tycker det är en bra symbol. Nästan alla svarade nyckelhålmärkningen som symbolmärkning som förknippas med hälsa men när de kom till frågan vad märkningen innebär hade respondenterna svårare att svara. Då hälsa är något som pratas mycket om i samhället och då nyckelhålet nu funnits i ungefär 20 år känns det märkligt att fler inte kunde svara på frågan. Flest svar som kom upp var att nyckelhålet står för lite fett. Det var även den förväntningen vi hade på svaren då det gjordes en jämförelse med tidigare undersökningar (Laser Reuterswärd et al. 2002; Becker & Enghardt, 1994; Enghardt, 1992). Många svarade att nyckelhålet står för lite socker, vilket det gör nu i och med förändringen som skedde den 1 juni år 2005. Då en jämförelse gjordes med frågan om de kände till att märkningen genomgått en förändring uppmärksammades att det var fler som svarat att det står för mindre socker än som svarat att de kände till att nyckelhålmärkningen har genomgått en förändring. Det är förvånande för antingen har de trott att nyckelhålmärkningen står för lite socker fast att det inte har gjort det. Eller så har de uppmärksammat att nyckelhålet nu står för lite socker men inte uppmärksammat att en förändring har skett. Fler svarade att det står för lite socker än för hög fiberhalt. Det var förvånande att fler kände till att det står för lägre sockerhalt som bara gällt i några månader än att de kände till att det står för högre fiberhalt som det gjort sedan år 1989.

6.4 Hälsa i tankarna hos konsumenten när den väljer produkter

De respondenter som anser sig ha kunskap om vilka livsmedels som är nyttiga letar inte efter nyckelhålet när de handlar men många av de varor de köper, som de anser är nyttiga, har symbolen. De respondenter som letade efter varor med symbolen på gjorde det för att hitta nyttigare och hälsosammare livsmedel. Anledningen som vi ser till att de väljer nyckelhålmärkta livsmedel är att äta nyttigare, hälsosammare och må bra. Tanken med nyckelhålmärkta produkter är att visa vägen till nyttiga produkter och därmed minska risken för kostrelaterade sjukdomar.

Främsta anledningarna som anges är att man inte tittar efter det när man handlar, man köper det man tycker är godast. Undersökningen i Eslöv visade att god smak, hälsosamt och lågt pris är det konsumenterna tittar efter när de handlar (Laser Reuterswärd et al, 2002). Smaken betyder mycket för de respondenter som tillhör den här gruppen. Det är dock inget problem för de om varan har nyckelhålmärkning på sig. Vi drar slutsatsen att de köper det de tycker är godast men det behöver inte vara onyttiga varor för det.

6.5 Det nya nyckelhålet

Förändringen av nyckelhålet upplevs i vår studie som positiv. Redan när nyckelhålmärkningen bara fanns i tankarna i början av Norsjöprojektet år 1985 fanns det

funderingar på att märkningen skulle innebära båda mindre fett, mer fiber, mindre salt och socker (Karlsson, 1991). Efter 20 år infördes dessa gränser. Detta anser de konsumenter vi undersökt som något mycket positivt. Enligt *Handlingsplanen för ökad fysisk aktivitet och bättre matvanor* ska vi minska på konsumtionen av sockerrika produkter som söta drycker, godis, m.m (Livsmedelsverket & Folkhälsoinstitutet, 2005). Det är produkter som inte får nyckelhålmärkas men det är bra att konsumenterna tänker på innehållet av socker i olika livsmedel och tycker att maxgränsen är bra.

6.5.1 Synpunkter på det nya nyckelhålet

Majoriteten tyckte att en förändring av nyckelhålet gjorde det mer trovärdigt och lättare att förstå. Förändringen av nyckelhålet så att nyttiga produkter märks och onyttiga inte märks gör symbolen mer trovärdig och logisk. Speciellt en respondent påpekande att det nu är ett bättre pedagogiskt hjälpmedel för att förklara för barn vilka livsmedel som är nyttigare. Detta är tanken med nyckelhålet, att konsumenten enkelt skall kunna välja produkter som är bra för hälsan. Framst tänkte de andra respondenterna endast på sig själva under intervjuens gång.

Några respondenter tycker att det nya nyckelhålet upplevs som missvisande och är svårt att förstå. Undersökningar gjorda på det gamla nyckelhålet visar att konsumenterna uppfattar nyckelhålet som en signal på att livsmedlet är nyttigt i största allmänhet och inte bara gäller fett och fiberinnehållet. En av anledningarna till att förändra nyckelhålet var att innebörden av symbolen skulle stämma bättre överens med den allmänna uppfattningen av innebörden. Bristande kunskap hos allmänheten om vad nyckelhålmärkningen betyder tror vi är en stor anledning till att märkningen upplevs som missvisande.

6.5.2 Information om det nya nyckelhålet

Några få kände till att kriterierna för nyckelhålmärkningen hade ändrats, informationen hade de fått genom kockutbildning, tv, radio, tidning eller Internet. De flesta hade inte fått denna information eller tagit till sig den. Majoriteten ville bli informerade om förändringen av nyckelhålet och hade många bra idéer på hur de ville få information, främst genom mail eller utskick. I undersökningar som gjorda år 1991 och år 1993 hade de flesta fått information genom TV, tidning och i livsmedelsbutiker (Becker & Enghardt, 1994). Då många inte kände till de nya kriterierna och då många hade en önskan om att bli informerade ser vi det som ett av de första stegen att ta för att få konsumenter att äta mer nyckelhålmärkta produkter. För om konsumenterna inte har fått information eller tillräcklig information minskar meningen med en märkning. Konsumenterna måste också ta till sig informationen. Genom att titta på varifrån konsumenterna angivit att de fått information och på svaren hur de vill bli informerade finns exempel på bra informationskällor.

6.6 Förslag till fortsatt forskning

Det vore intressant med en stor undersökning där en jämförelse mellan kvinnor och män görs, då tidigare undersökningar visar att det skiljer sig i kunskaperna om innebörden av nyckelhålmärkningen hos kvinnorna och männen. Tidigare undersökningar visar att kvinnor i högre utsträckning än män vet vad symbolen nyckelhålet står för, men undersökningar visar även på att männen mer och mer börjar intressera sig för hälsosammare mat. Intressant skulle vara att undersöka om männen ökat jämfört med kvinnornas när det gäller det nya nyckelhålet eller om det fortfarande är flesta kvinnor som vet vad nyckelhålet innebär.

7 Referenser

- Abrahamsson, L. Andersson, I. Aschan- Åberg, K. Becker, W. Göranson, H. Hagren, B. Håglin, L. Jonsson, I. Jonsson, L. Nilsson, G. (2003). *Näringslära för högskolan*. Stockholm: Liber AB.
- Andersson, B-E. (1992). *Som man frågar får man svar – en introduktion i intervju- och enkätteknik*. Kristianstad: Rabén & Sjögren.
- Backman, J. (1998). *Rapporter och uppsatser*. Lund: Studentlitteratur.
- Baltzer, M. & Melinder, K. (2004). *Regionala matvanor och kostrelaterade dödsorsaker- hur traditioner påverkar matvanor och kostrelaterade sjukdomar*. Sandviken: Sandvikenstryckeri.
- Becker, W. (2002a). Mer motion och färre kalorier. *Vår Föda*, 54 (4), 4-6.
- Becker, W. (2002b). Vi äter mer frukt, grönt och pasta. *Vår Föda*, 54 (4), 11-13.
- Becker, W. & Enghardt, H. (1994). Matvanor och inställningar till mat och hälsareultat från enkätundersökningar. *Vår Föda*, 46 (3), 154-166.
- Becker, W, Enghardt, H. & Robertson, A- K. (1994). *Kostundersökningar i Sverige 1950-1990*. Uppsala: Wikströms Tryckeri AB.
- Bell, J. (2000). *Introduktion till forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur.
- Benne Hjerpe, A. (2002). Medeltidssvenskens benrester avslöjar osunda levnadsvanor. *Dagens Medicin*, (51/52).
- Brugård Konde, Å. & Laser Reutesvärd, A. (2004). Nyckelhålmärkning- snart även på frukt, grönt, kött och fisk?, *Vår Föda*, 56 (3), 11-12.
- Brännström, I. (1987). *Förebyggande hälsoarbete ett exempel i Norsjö* (Rapport nr 226) Stockholm: Spri Tryck.
- Cederquist, E. Dock, A- M. Hellerström, C. G, Kaj. & H. Wallenberg -Henriksson. (2002). *Diabetes-forskning, framstegen, framtiden*. Stockholm: Vetenskapsrådet.
- Codex. (2005). *Lag (2003:460) om etikprövning av forskning som avser människor* <http://www.notisum.se/rnp/SLS/LAG/20030460.HTM> (2005-11-12).
- Enghardt, H. (1992). *Matfrisk bland konsumenter* (Rapport 322:1992:11). Uppsala: Statens Livsmedelsverk.
- Eriksson, M. & Lindeberg, S. (2003). *Blodfettsrubbnings*. Uppsala: Almqvist & Wiksell tryckeri AB.
- Falkenberg, M. & Rössner, S. (2003). *Övervikt och fetma*. Uppsala: Almqvist & Wiksell tryckeri AB.

Folkhälsoinstitutet. (2005). *Handlingsplan för ökad fysisk aktivitet och bättre matvanor*.
http://www.fhi.se/templates/Page_____791.aspx (2005-09-17).

Hjärt-Lungfonden. (2001). Diabetes och hjärta- kärl. *Hjärt-Lungfondens kvartalsskrift*, (96) 1.

Karlsson, K- E. (1991). *Västerbottensprojektet – livsmedelsmärkning i Norsjö kommun* (Samhällsmedicinsk rapport nr 1/1991). Umeå: Landstingets kansli.

Karolinska Institutet. (2005). *Hjärta och kärl*.
<http://www.karolinska.se/templates/Page.aspx?id=35641> (2005-11-29).

Larsson I, Lissner L, Wilhelmsen L. (1991). The "Green Keyhole" revisited: Nutritional knowledge may influence food selection. *European Journal of clinical nutrition*, 53, 776-780.

Laser Reuterswärd, A. Svedberg, E. Asp, N. G. & Svensson, L. (2002). *Läser och förstår konsumenterna texter och symbolmärkning om näring och hälsa på livsmedelsförpackningarna*. Lund: Pedagogiska Institutionen.

Brugård Konde, Å. & Laser Reuterswärd, A. (2004). Nyckelhålmärkning- snart även på frukt, grönt, kött och fisk? *Vår Föda*, 56 (3), 12- 13.

Laser Reuterswärd, A. (2005). Byn som bytte livsstil- 20 år med Norsjöprojektet har ökat medellivslängden. *Vår Föda*, 57 (5), 36.

Livsmedelsverket. (2005a). *Livsmedelsverkets 5 kostråd 2005 – Bakgrund till de valda formuleringarna*. http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=11592(2005-11-10).

Livsmedelsverket. (2005b). Vetenskapen bakom 5 kostråd 2005.
http://www.slv.se/templates/SLV_Page_____11400.aspx (2005-09-18).

Livsmedelsverket. (2005c). *Nyckelhålet*.
http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=11290 (2005-11-15).

Livsmedelsverket. (2005d). *Skärpta regler för Nyckelhålet ger bättre val för konsumenten*.
http://www.slv.se/templates/SLV_NewsPage.aspx?id=11616 (2005-09-01).

Livsmedelsverket. (2005e). *Livsmedelsverkets föreskrifter och allmänna råd om användning av viss symbol (2005:9)*.http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=11622 (2005-11-15).

Livsmedelsverket. (2005f). *Matvaneförändringar och nyckelhålet – vad anser konsumenterna*. http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=12106 (2005-10-29).

Livsmedelsverket & Folkhälsoinstitutet. (2005). *Handlingsplan för goda matvanor och ökad fysisk aktivitet*. Stockholm: Statens Folkhälsoinstitut.

- Läkemedelsvärlden. (2005). *Hälsoarbete sänkte trycket*.
<http://www.lakemedelsvarlden.nu/article.asp?articleID=23&articleCategoryID=5&issueID=1>
(2005-09-13).
- Norbelie, B. (2003). Handlingsplan för bättre matvanor. *Vår Föda*, 55 (6), 32.
- Patel, R. & Davidsson, B. (1994). *Forskningsmetodikens grunder*. Lund: Studentlitteratur.
- Ryen, A. (2004). *Kvalitativ intervju- från vetenskapsteori till fältstudier*. Malmö: Liber AB.
- Socialstyrelsen. (2001). *Folkhälsorapport 2001*. Spånga: Socialstyrelsen.
- Spri. (1987). *Folkhälsoarbete i Norsjö kommun – befolkningsinriktat förebyggande arbetet mot hjärt- kärlsjukdom och diabetes i Västerbotten*. Stockholm: Spri Tryck.
- Svedberg, E. (1997). *Tänkande bakom val och användning av livsmedel – Faktorer som medverkar till eller utgör hinder för förändring av matvanor i hälsofrämjande riktning*. Lund: Studentlitteratur.
- Svedin, A - M. (2005). Fem enkla kostråd för dig som vill äta hälsosamt. *Vår Föda*, 57 (3), 40.
- Svedin, A-M. (2003). SNÖ- hjälper människor att förbättra sina kostvanor. *Vår Föda*, 55 (1), 10-12.
- Svedin, A- M. (2005). Svenska näringsrekommendationerna nästan en kopia av de nordiska. *Vår föda*, 57(5), 39.
- WHO. (2003). *Diet, nutrition and the prevention of chronic disease- Report of the joint WHO/FAO expert consultation*.
http://www.euro.who.int/hpr/NPH/docs/who_fao_expert_report.pdf (2006-02-25).
- WHO. (2005). *The European Health Report 2005*.
<http://www.euro.who.int/europeanhealthreport> (2006-02-25).

Bilaga A

Produkter som fick en symbol i Norsjöprojektet

- Lättmargarin med 40 % eller mindre.
- Mjölksprodukter med 0,5 % fett eller lägre innehållande mindre än 10 energiprocent socker eller högst 13 % totalsocker.
- Hårdost med 17 % fett eller lägre.
- Mjukost och färskost med 10 % fett eller lägre.
- Bröd och spannmålsprodukter, även frukostcerealier som uppfyller standarden för fullkorn eller innehåller minst 10 gram kostfiber per 100 gram färskvara. Produkterna får högst innehålla 10 energiprocent tillsatt socker eller högst 13 procent totalsocker och högst 30 energiprocent fett.
- Leverpastej och liknande produkter med högst 15% fett.
- Korv och smörgåsmat av kött med högst 18 % fett (Karlsson, 1991).

Bilaga B

Villkor för nyckelhålet från den 1 juni 2005

1. Mjök, skummjök och motsvarande produkter får innehålla högst 0,5 % fett.

2. Vegetabiliska produkter utan sötningsmedel, avsedda som alternativ till mjölk och skummjölk får högst innehålla 1,5 % mättade fettsyror och högst transfettsyror 0,3 %, socker får inte vara tillförda.
3. Yoghurt och liknande produkter utan sötningsmedel får högst innehålla 0,5 % fett och högst 9 % socker.
4. Fermenterade mjölkprodukter samt motsvarande helt eller delvis vegetabiliska produkter som inte omfattas av punkterna 1 – 3 får högst innehålla 5 % fett men inte socker eller salt. Produkterna får vara smaksatta och skall huvudsakligen vara avsedda för matlagning.
5. Produkter bestående av en blandning av enbart mjölk och grädde, avsedda som ett alternativ till grädde får högst innehålla 5 % fett
6. Helt eller delvis vegetabiliska produkter, avsedda att användas som ett alternativ till produkterna under punkt 4 får högst innehålla 5 % fett. Socker eller salt får inte vara tillförda.
7. Smältost samt motsvarande smaksatta produkter med högst 10 % fett, socker får inte vara tillförda och högst 1200 mg/100 g salt.
8. Färskost och motsvarande smaksatta produkter får högst innehålla 5 % fett, inget socker och högst 350 mg/100 g salt.
9. Övrig ost och margarinost samt motsvarande smaksatta produkter får högst innehålla 17% fett och högst 480 mg/100 g salt.
10. Matfett och matfetsblandningar som samt motsvarande smaksatta produkter får högst innehålla 41 % fett, mättade fettsyror och transfettsyror högst 33 % av den totala fett- och salthalten får högst vara 600 mg/100g.
11. Bredbara produkter som inte omfattas av punkterna 7-10, framställda av mjölk och/eller vegetabiliska oljor och fetter och/eller fiskolja, huvudsakligen avsedda som pålägg får högst innehålla 17 % fett, mättade fettsyror och transfettsyror högst 33 % av den totala fetthalten, socker får inte vara tillfört och salthalten får högst vara 600 mg/100g.
12. Kött som inte genomgått någon behandling av nötkreatur, svin, får, fjäderfä eller vilt får högst ha en fetthalt på 10 %.
13. Fisk som inte genomgått någon behandling.
14. a) Produkter som huvudsakligen framställts av kött lever eller blod av nötkreatur, svin, får, fjäderfä eller vilt eller av fisk eller skaldjur, och
b) kött-, fisk- och skaldjursliknande produkter helt baserade på vegetabilisk råvara, dock ej på spannmål, vilka är avsedda som alternativ till produkterna under a).
Produkterna under a) och b) får inte vara panerade men får innehålla sås eller spad fetthalten får högst vara högst 10 %.
15. Färdigrätter som per portion innehåller 1670-3140 kJ (400-750 kcal), minst 80 gram rotfrukter, baljväxter och andra grönsaker och/eller frukt och bär (exkl. potatis).
Högst 30 % av energivärdet får komma från fett, socker högst 3 % och högst 400 mg/100 g salt.
16. Matpajer, piroger och pizzor. Högst 30 % av energivärdet får komma från fett, socker högst 3 % och salt högst 600 mg/100g.
17. Soppor som per portion innehåller 835-1570 kJ (200-375 kcal), högst 30 % av energivärdet får komma från fett, tillfört socker högst 3 % och salt högst 400 mg/100 g.
18. Frukt och bär som inte genomgått någon bearbetning.
19. Potatis, rotfrukter, baljväxter och andra grönsaker som inte genomgått någon bearbetning; de får dock ha smaksatts med kryddor och blancherats. Tillfört socker får högst vara 1 % och salt högst 200 mg/100 g.
20. Mjukt bröd samt brödmixer där endast vatten och jäst skall tillföras med fetthalt högst 7 %, socker högst 10 %, natriumhalt högst 600 mg/100 g och kostfiber minst 4,5 g/1000 kJ(1,9 g/100 kcal).
21. Hårt bröd och skorpor med fetthalt högst 8 %, salthalt högst 600 mg/100 g och kostfiber minst 4,5 g/1000 kJ(1,9 g/100 kcal).
22. Pasta med kostfiber minst 4 g/1000 kJ (1,7 g/100 kcal).
23. Frukostflingor och müsli med fetthalt högst 7 % sockerarter högst 13 %, salt högst 500 mg/100 g samt minst 4,5 g/1000 kJ kostfiber (1,9 g/100 kcal).
24. Mjöl, flingor och gryn av spannmål med kostfiber minst 4,5 g/1000 kJ (1,9 g/100 kcal).
25. Gröt och grötpulver med fetthalt högst 5 %, salt högst 200 mg/100 g och kostfiber minst 4,5 g/1000 kJ (1,9 g/100 kcal).
26. Vällingpulver med fetthalt högst 10 % pulver och salt högst 500 mg/100 g.

(Livsmedelsverket, 2005d)

Bilaga C

Intervjuunderlag

Kön
Ålder

1. Kan du säga någon symbolmärkning på livsmedel som förknippas med hälsa?
2. Vad tycker du om nyckelhålsmärkningen?
3. Vad står nyckelhålsmärkningen för?
4. Köper du nyckelhålsmärkta produkter? kvantitativ
5. Om ja, vilka produkter köper du som är nyckelhålsmärkta?

6. Om nej, varför inte?

7. 1 juni 2005 skedde en förändring med nyckelhålet. Visste du om det?

8. Om ja, hur har du fått information?

9. Om nej, skulle du vilja få information och hur?

10. Nya nyckelhålet innebär att naturligt magra och fiberrika produkter som frukt och grönsaker, fisk och kött får märkas. Maxgränser för socker och salt i produkter har införts. Vad tycker du om det?

11. Vilka fördelar respektive nackdelar ser du med det nya nyckelhålet?