

## Plantebaserede drikke

Kantar TNS Rapport

Marts 2019



# Contents

1	Executive growth summary	3
2	Om undersøgelsen	8
3	Danskernes forståelse af og holdning til plantebaserede drikke	12
4	Relevans og købsinteresse	19
5	Forbrug af mejeriprodukter vs. plantebaserede produkter	30
6	Købsmotiver og barrierer	41

**1**

## **Executive growth summary**

# Summary (1/2)

## Holdning til Plantebaserede drikke i den brede befolkning:

- I den brede befolkning benævnes Plantebaserede drikke mest hyppigt som "Erstatning/alternativ" til mælk.
- Plantebaserede drikke som et alternativ til mælk, drives af to overordnede faktorer:
  - Opfattelsen af plantebaserede drikke som et allergivenligt/ laktosefrit alternativt.
  - Opfattelsen af plantebaserede drikke som sundt, helse, økologisk/ naturligt samt bæredygtigt/ miljøvenligt.
- Herudover opleves de plantebaserede drikke som moderigtige/ trendy produkter.
- Hovedparten mener at de plantebaserede drikke indeholder Vand, Næringsstoffer og Kostfibre.
- Blandt de næringsmæssige egenskaber hos Plantebaserede drikke, angives de følgende af flest:

<i>Plantebaserede drikke er et produkt....</i>	
der er naturligt laktosefrit	60%
der naturligt indeholder proteiner	52%
der naturligt indeholder vitaminer	51%
der naturligt indeholder fibre	50%
der har et lavt indhold af fedt/fedtstoffer	49%

Derudover er det værd at nævne at 35% angiver at produkterne "naturligt indeholder calcium".

# Summary (2/2)

## Købsinteresse til plantebaserede drikke

- 20% af befolkningen har købt (prøvet) plantebaserede drikke indenfor de sidste 6 måneder og 7-10% af befolkningen finder en eller flere af de præsenterede varianter (Havredrik, Mandeldrik, Risdrik, Soyadrik) relevante for husstanden.
- Købsintensionen (vil helt sikkert eller sandsynligvis købe) ligger på 9-13% for de viste varianter.
- Kategorien må således betegnes som niche i dag, men blandt de yngre (15-29 år) og i Hovedstaden er interesse og købsintention noget højere (Index 160).

## Købere af Plantebaserede drikke

- Købsmotiverne til at købe/ville købe Plantedrikke falder i 2 grupper
  - Aktivt tilvalg: baseret på smagspræferencer eller holdninger (sundhed, miljøvenlig, klimavenlig, økologi, veganer)
  - Allergivenlig/laktosefri/mælkefri, det vil sige en erstatning/ alternativ for de der ikke tåler komælk
- Den væsentligst grund til ikke at ville købe er: Produktet er for dyrt. Den store gruppe af befolkningen har således ikke grunde (fysiske eller holdningsmæssige), der retfærdiggør denne merpris.
- Forbrugsfrekvensen af Plantebaserede drikke er væsentligt lavere end for Komælk. Det mest frekvente forbrug af plantebaserede drikke ligger i de voksne aldersgrupper samt hos de større børn.

# Konklusion

Interessen for plantebaserede drikke beror på 2 strømme:

- Som erstatning for den mælk man ikke kan tåle
- Som sin egen kategori med egne kvaliteter: god smag, sundhed, god samvittighed, let at have med at gøre (holdbarhed/stuetemperatur).

Interesse og køb af kategorien er stadig begrænset på landsplan, men vi ser væsentlig højere penetration blandt de yngre forbrugere og forbrugerne i Hovedstaden. Kategorien kobles med en række attraktive kvaliteter og opfattes ydermere som moderne og Trendy. Da de forbrugere der har taget kategorien til sig (både mht. køb og holdningsmæssigt) er de forbrugere, der vil præge markedet fremover (jf. FutureView segmentering) må vi konkludere at kategorien af plantebaserede drikke har et ganske betydeligt vækstpotentiale.

**2**

**Om undersøgelsen**

# Undersøgelsesdesign

## Metode

- Online interviewing i Kantar TNS onlinepanel (Gallup Forum)

## Stikprøve- størrelse

- N=2000 interviews
  - (n=403 Købere af plantebaserede drikke)

## Målgruppe

- 15-64 årige – Repræsentative på køn, alder, region og uddannelse

## Interview længde

- Ca. 15 min.



**3**

**Danskernes forståelse af og holdning til plantebaserede drikke**

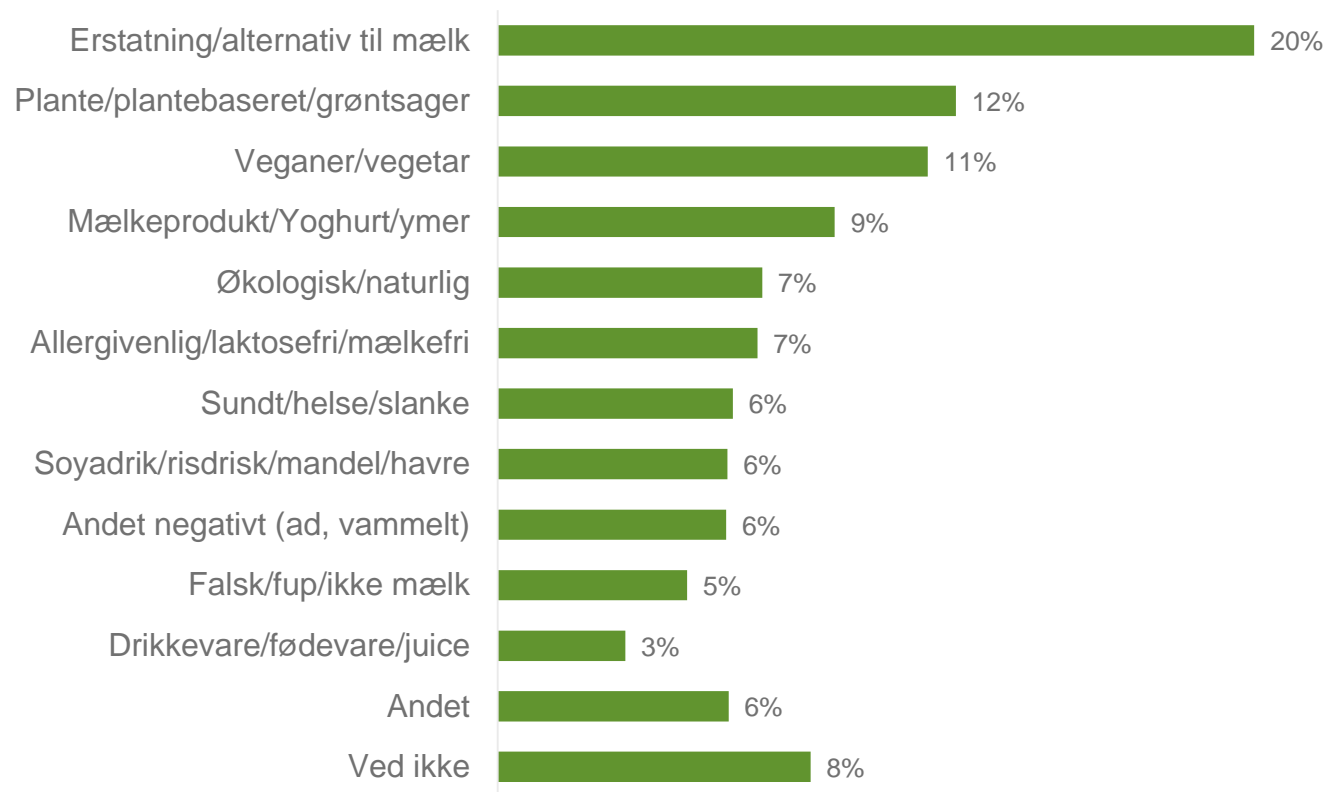
# Hvad kalder danskerne Plantebaserede drikke?



Q1. Hvad ville du kalde denne type af produkter?  
Base: Alle (n=2051)

# Hvad kalder danskerne plantebaserede drikke?

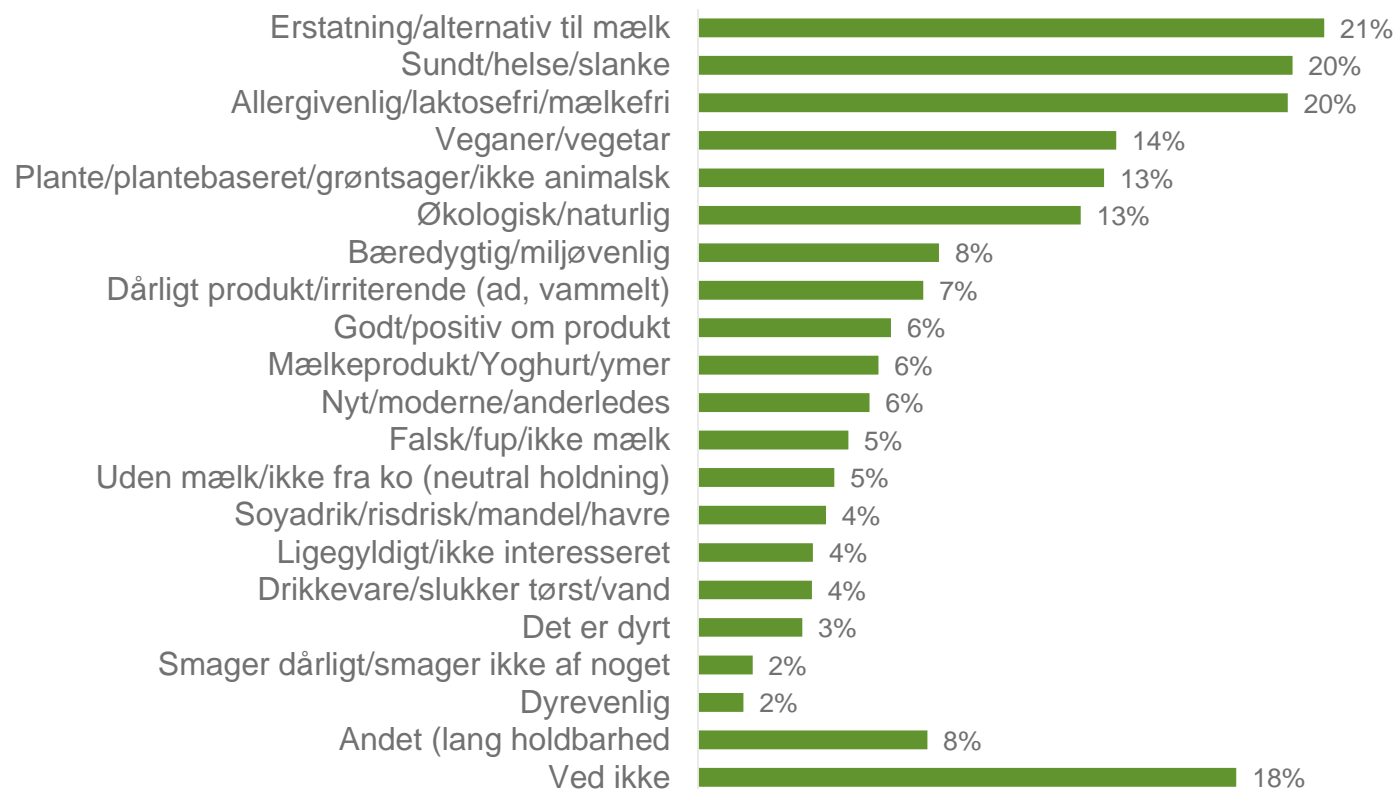
Som benævnelse af på kategorien er der især er fokus både på "Alternativ mælk" og derudover på det veganske.



Q1. Hvad ville du kalde denne type af produkter?  
Base: Alle (n=2051)

# Hvordan beskriver danskerne plantebaserede drikke?

Kategorien beskrives især med reference til "mælk". Derudover der fokus på Sundhed/Helse, Allergi-venlig og det plantebaserede. Hele 18% kan ikke beskrive produkttypen.

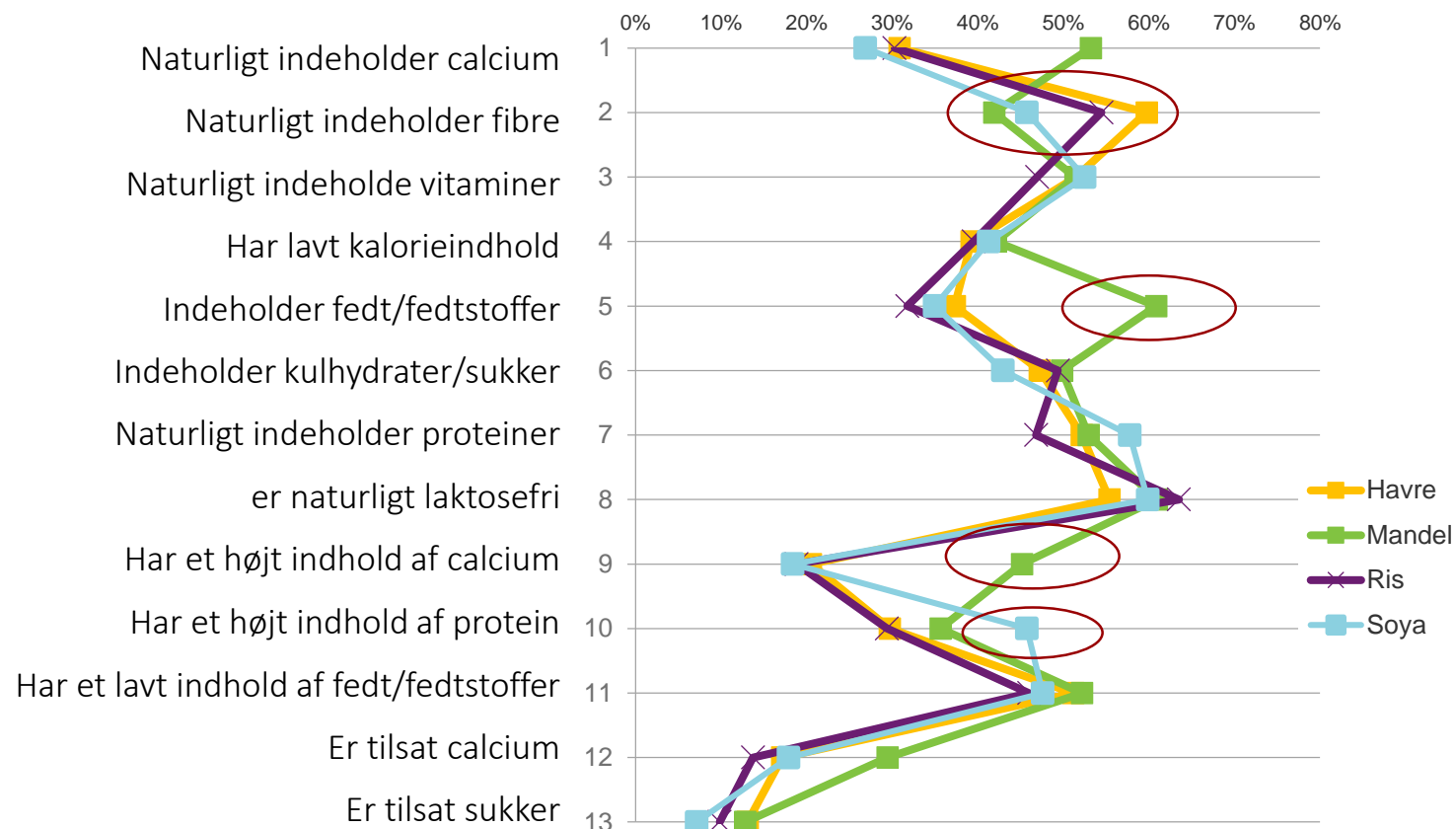


Q2. Hvis du skulle beskrive denne type af produkter til en anden person, der ikke kender til dem, hvilke egenskaber ville du bruge til at beskrive denne type af produkter?

Base: Alle (n=2051)

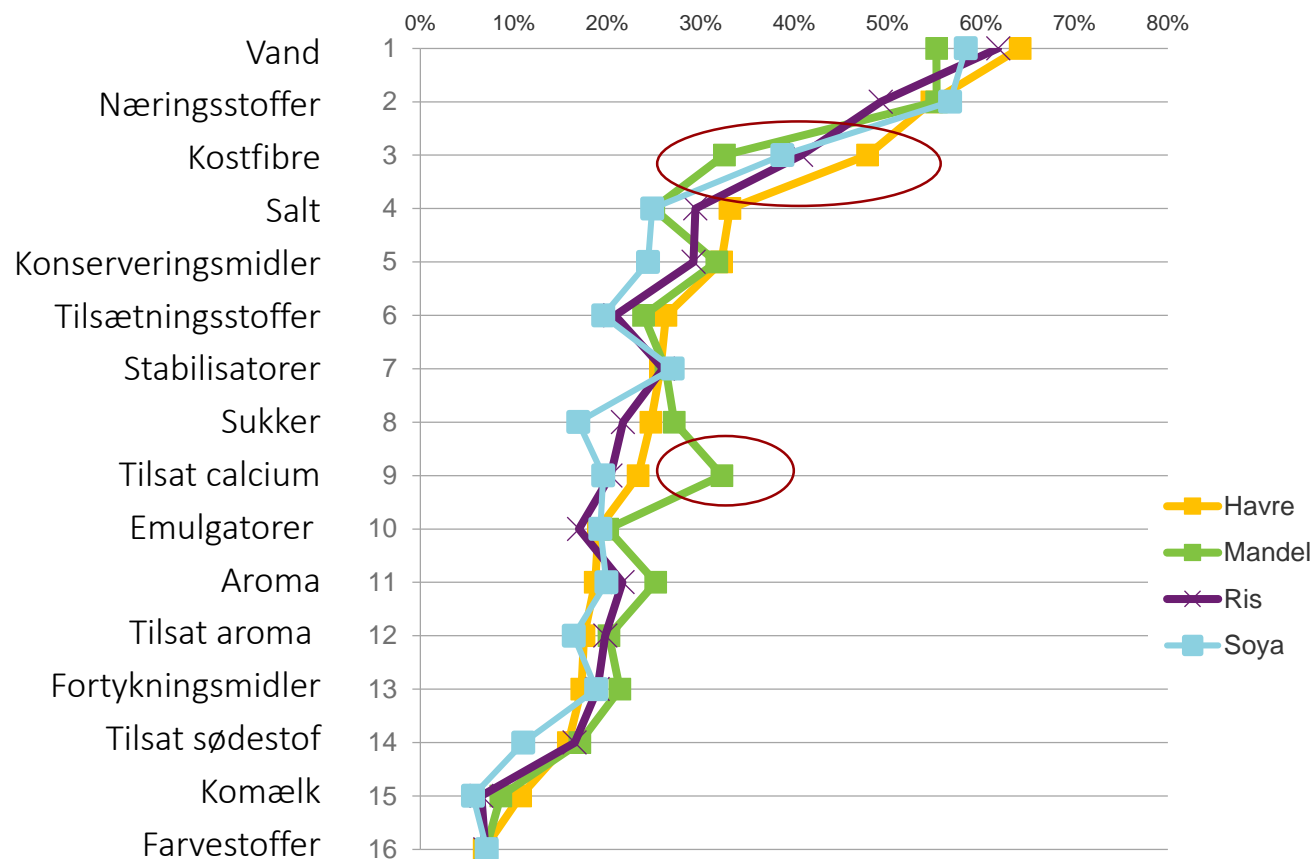
# Ernæringsmæssige egenskaber, der beskriver Plantebaserede drikke

Dette er et produkt der...



Q3. Her er en række næringsmæssige egenskaber, der kan beskrive denne type af produkt. Hvilke næringsmæssige egenskaber mener du beskriver denne type af produkt?  
 Base: Havredrik (n=514), Mandeldrik (n=526), Risdrik (n=510), Soyadrik (n=502)

# Ifølge danskerne indeholder Plantebaserede drikke disse ingredienser

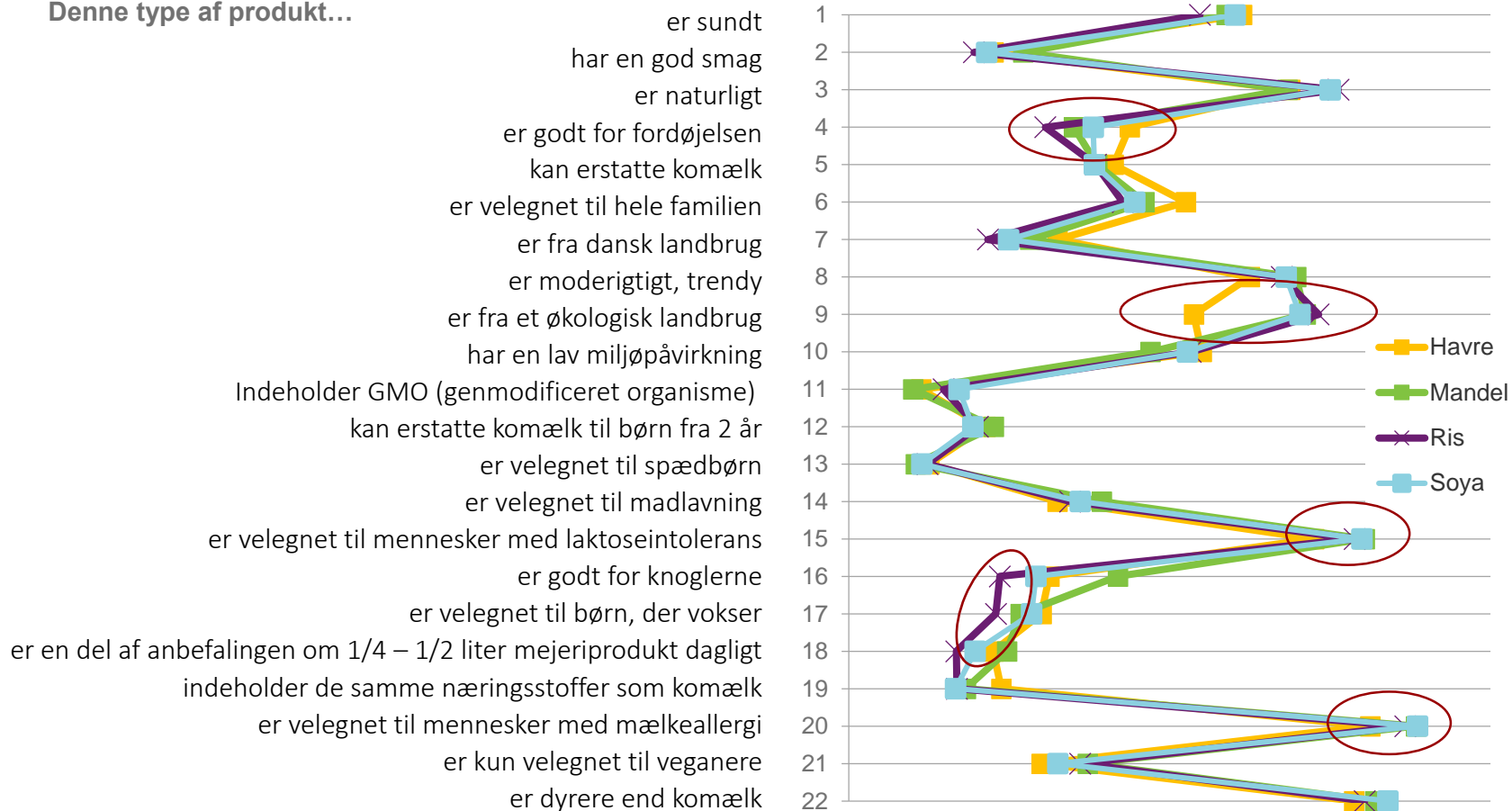


Q5. Hvilken/hvilke af de følgende ingredienser tror du denne type af produkt indeholder?  
 Base: Havredrik (n=514), Mandeldrik (n=526), Risdrik (n=510), Soyadrik (n=502)

# Holdninger til Plantebaserede drikke

(grafikken angiver procentandelen, der er helt enig eller enig i den pågældende holdning).

Denne type af produkt...



Q4. Her er en række sætninger, der kan siges om denne type af produkt. For hver af dem bedes du angive, om du er helt enig, enig, uenig eller helt uenig?

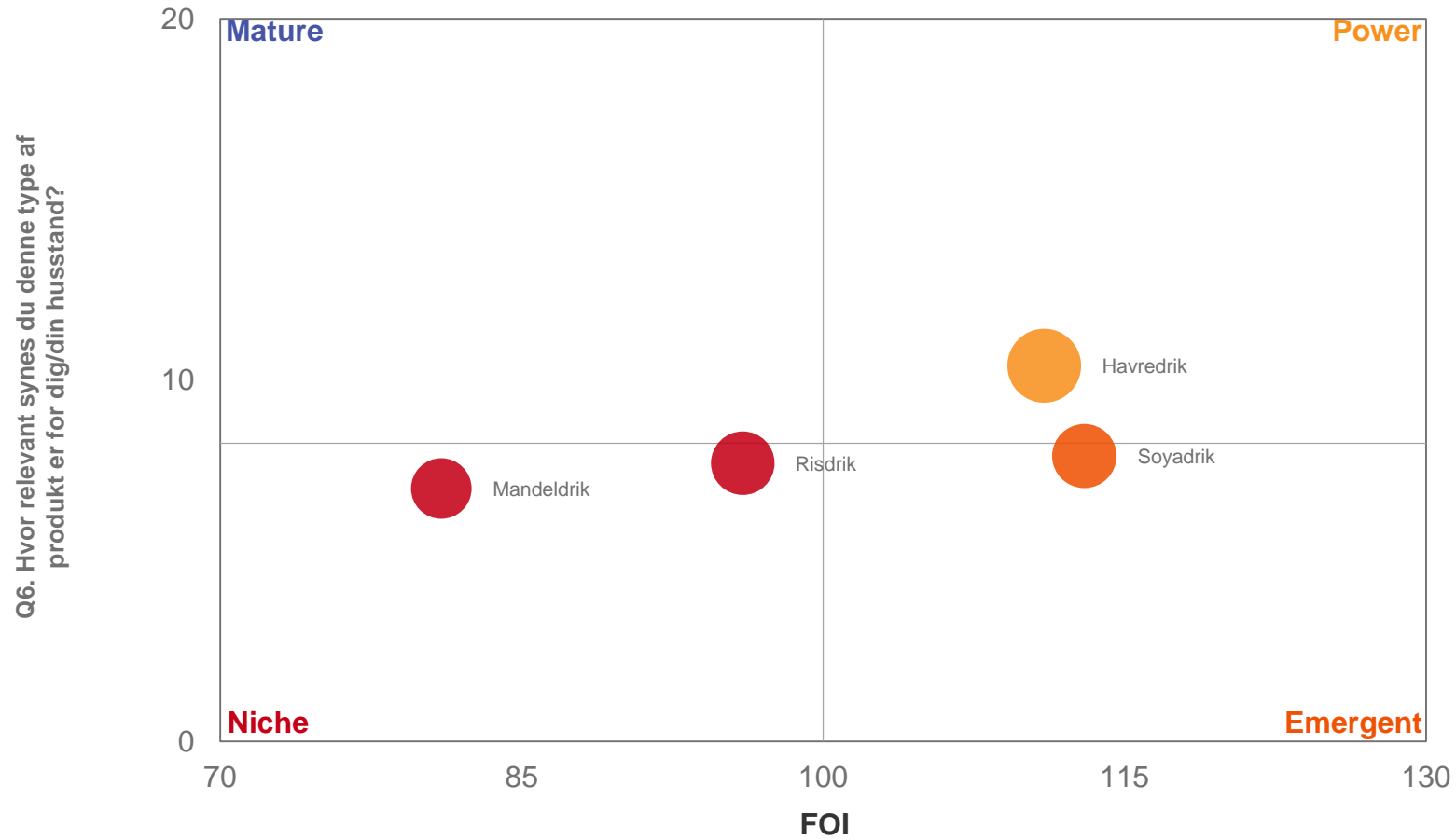
Base: Havredrik (n=514), Mandeldrik (n=526), Risdrik (n=510), Soyadrik (n=502)

**4**

## **Relevans og købsinteresse**



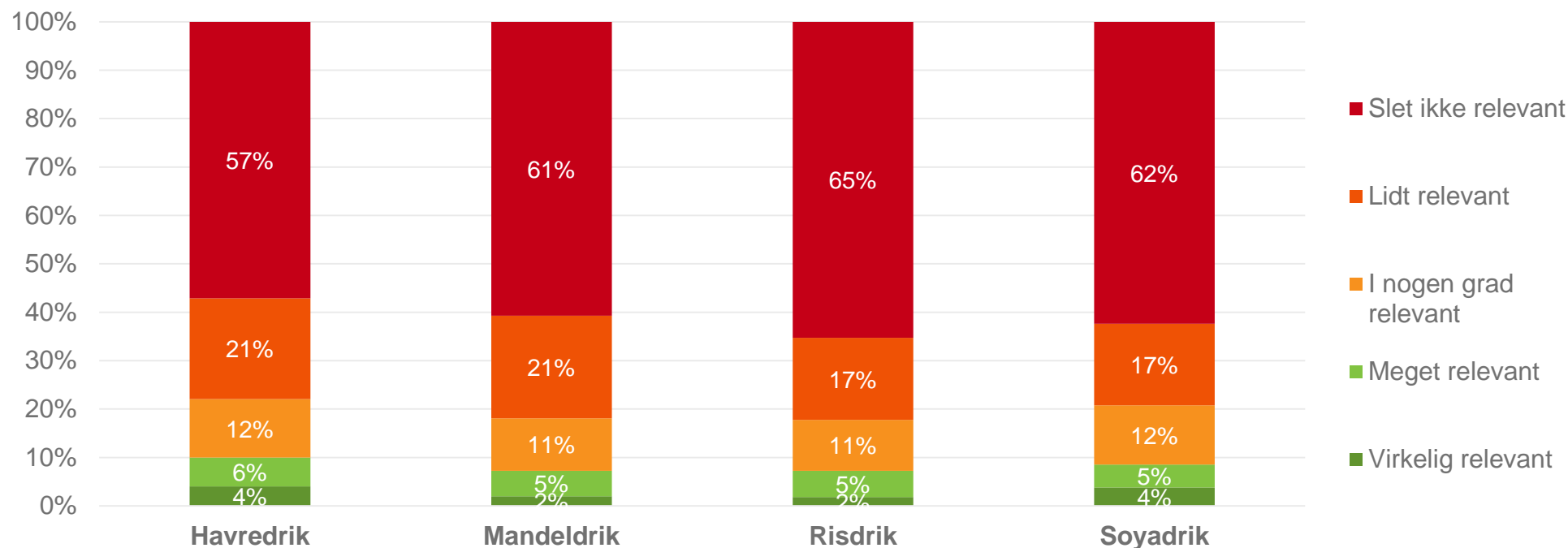
# Relevans (virkelig/meget relevant )



# Relevans

Kategorien har tydelig status af en niche-kategori. Kun 7-10% kan se relevansen heraf. Højest for Havredrik og lavest for Ris- og Mandeldrik. Det er især kvinder og det yngre segment (under 29 år) der finder produkterne relevant. Og så er det især på Sjælland/i Hovedstadsområdet det er relevant. I Hovedstadsområdet vurderes Havredrik og Mandeldrik som værende relevant (meget eller virkelig relevant) af væsentlig flere – hhv 15% og 14%.

Det er IKKE i særlig grad børnefamilier.



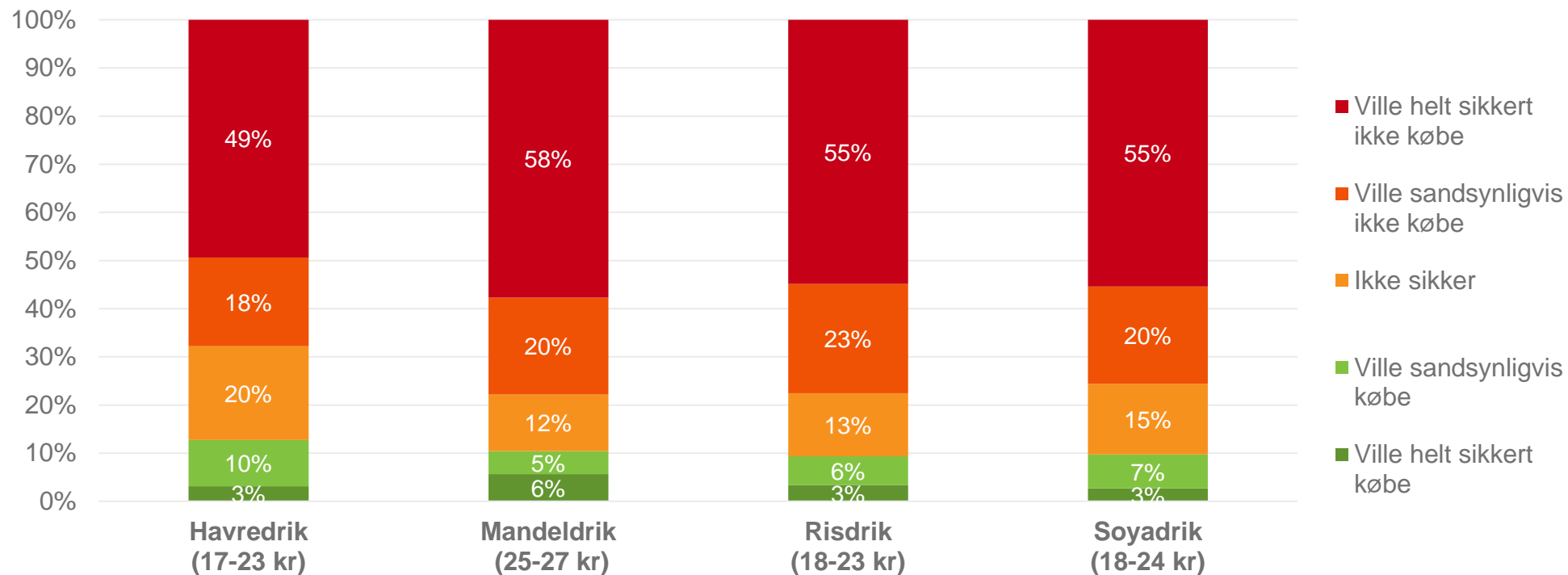
Q6. Hvor relevant synes du denne type af produkt er for dig/din husstand?  
Base: Havredrik (n=514), Mandeldrik (n=526), Risdrik (n=510), Soyadrik (n=502)

# Købsintention

Købsintentionen ligger, som forventeligt for en niche-kategori, ret lav: 10-13%.

Højest for Havredrik og lavest for Risdrik. Igen ser vi at det især er de unge der er interesserede.

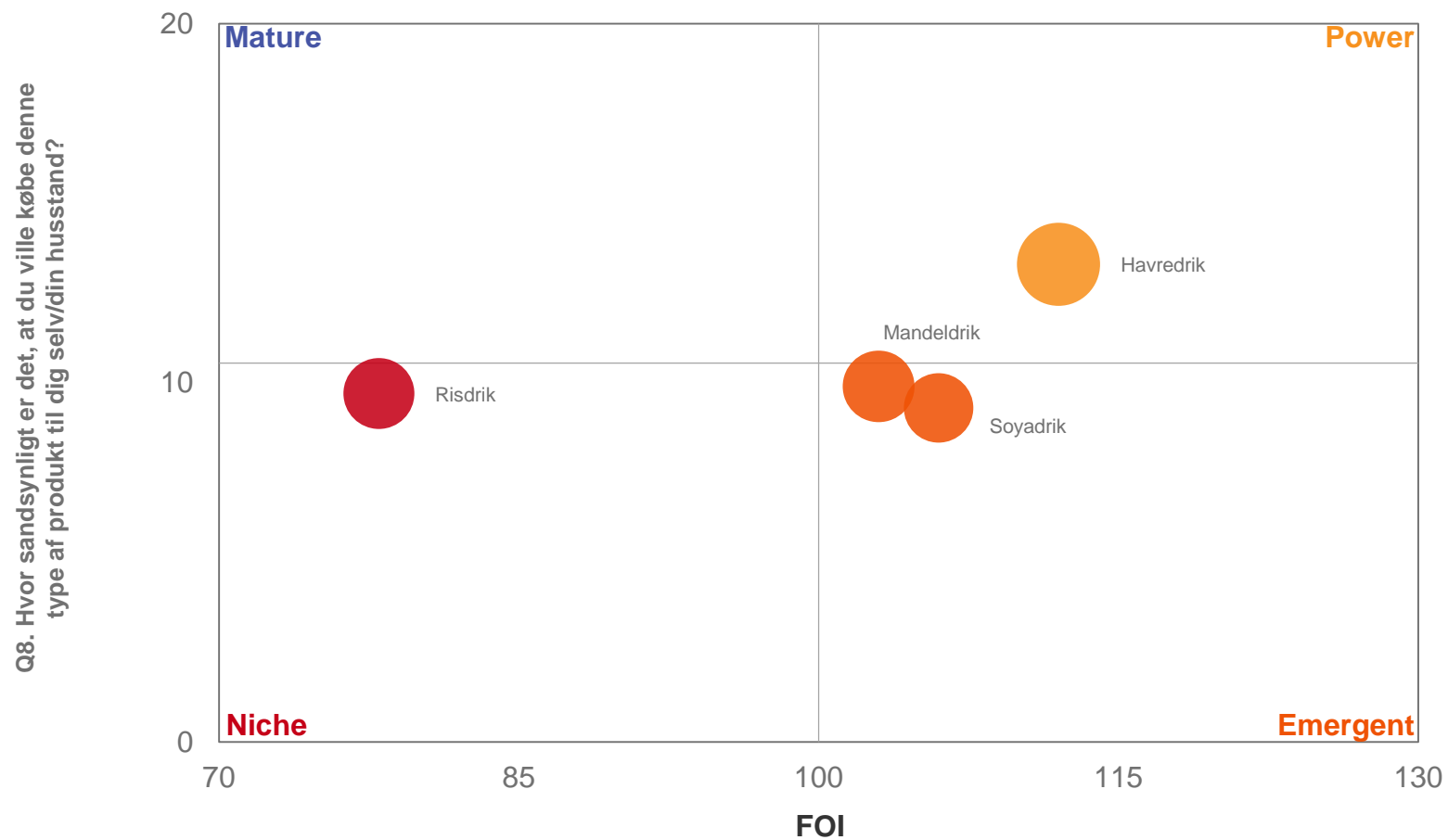
For Mandeldrik er Købssandsynligheden væsentlig større i Hovedstadsområdet (index 160 ift resten af landet).



Q8. Prisen på denne type af produkt er ca. xx kr. Hvor sandsynligt er det, at du ville købe denne type af produkt til dig selv/din husstand?

Base: Havredrik (n=514), Mandeldrik (n=526), Risdrik (n=510), Soyadrik (n=502)

# Købsintention (ville helt sikkert/sandsynligvis købe )



# Opsummering på Købsmotiver og Barrierer

## Top 5 Købsmotiver

1. Sundere
2. Allergi-venlig/laktosefri/mælkefri
3. Det smager godt.
4. Erstatning/alternativ til mælk.
5. Miljøvenlig\*

### Årsagerne til køb peger i retning af 2 segmenter:

- De, der ikke kan tåle komælk og vælger plantedrik som alternativ.
- Et tilvalg baseret på smagspræferencer eller holdninger.

\* Ud over miljøvenlig er der også en del der nævner Klimavenlig ”For dyrt” er langt den vigtigste årsag til fravalg. Man har ikke grunde (fysiske eller holdningsmæssige) der ansporer til at betale ekstra!

## Top 5 barrierer

1. Det er for dyrt.
2. Vil hellere have almindelig mælk/er tilfreds med..
3. Det er ikke noget for mig/kan ikke se behovet.
4. Det smager dårligt/Komælk smager bedre.
5. Kender det ikke endnu/har ikke prøvet.

### Forskelle i købsmotiver mellem de 4 produktvarianter:

**Risdrik:** Har som den eneste ”Smager godt” som væsentligste årsag til køb.

**Mandeldrik:** Her rangerer Økologi/naturlig meget højere end for de øvrige.

**Havredrik:** Allergi-venlig/laktosefri rangerer højt.

Q9. Af hvilke årsager vil du være villig til at købe denne type af produkt?

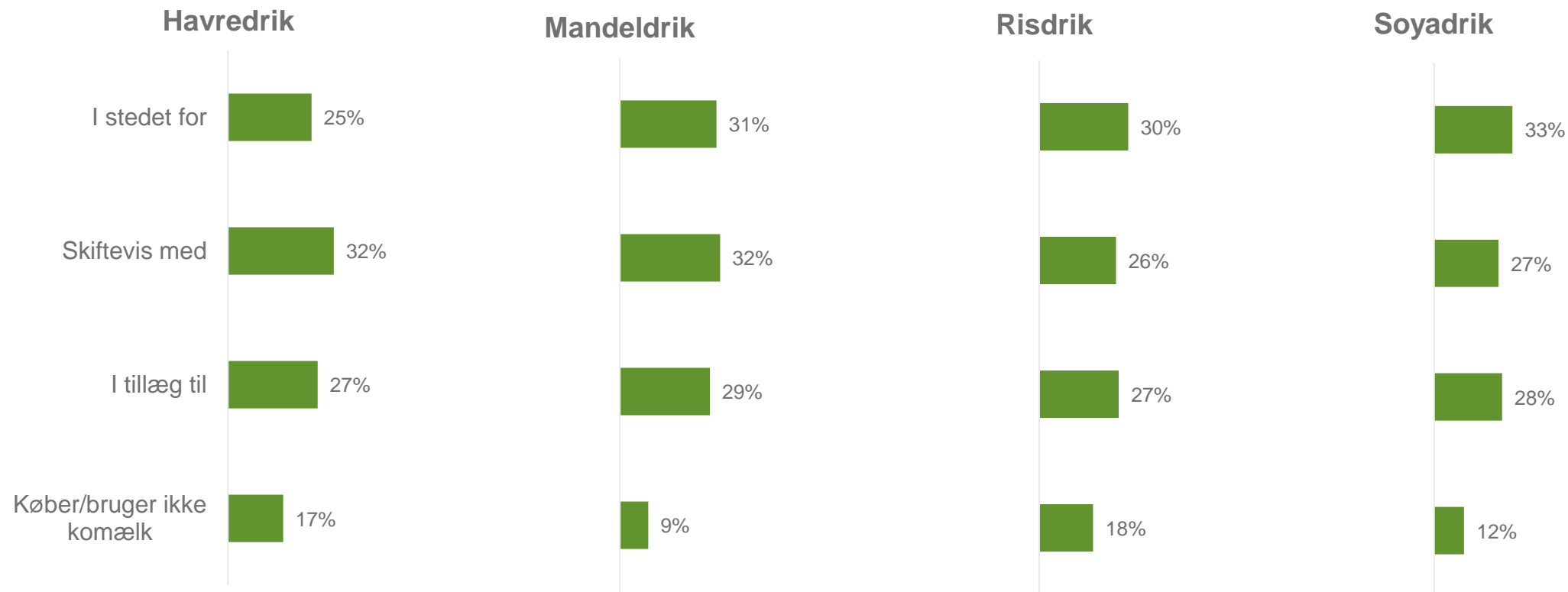
Q10. Af hvilke årsager vil du ikke være villig til at købe denne type af produkt?

Base: Ville helt sikkert/sandsynligvis købe (n=216), Angiver ikke købsinteresse (n=1834)

Motiver og Barrierer for de forskellige varianter fremgår sidst i dette afsnit.

# Behovsdækning – Købes produkttypen som supplement eller i stedet for Komælk

En del køber Plantedrik som supplement til Komælk og andre køber i stedet for. MEN svarene dækker over husstandens køb, så supplement kan dække over køb til forskellige familiemedlemmer.

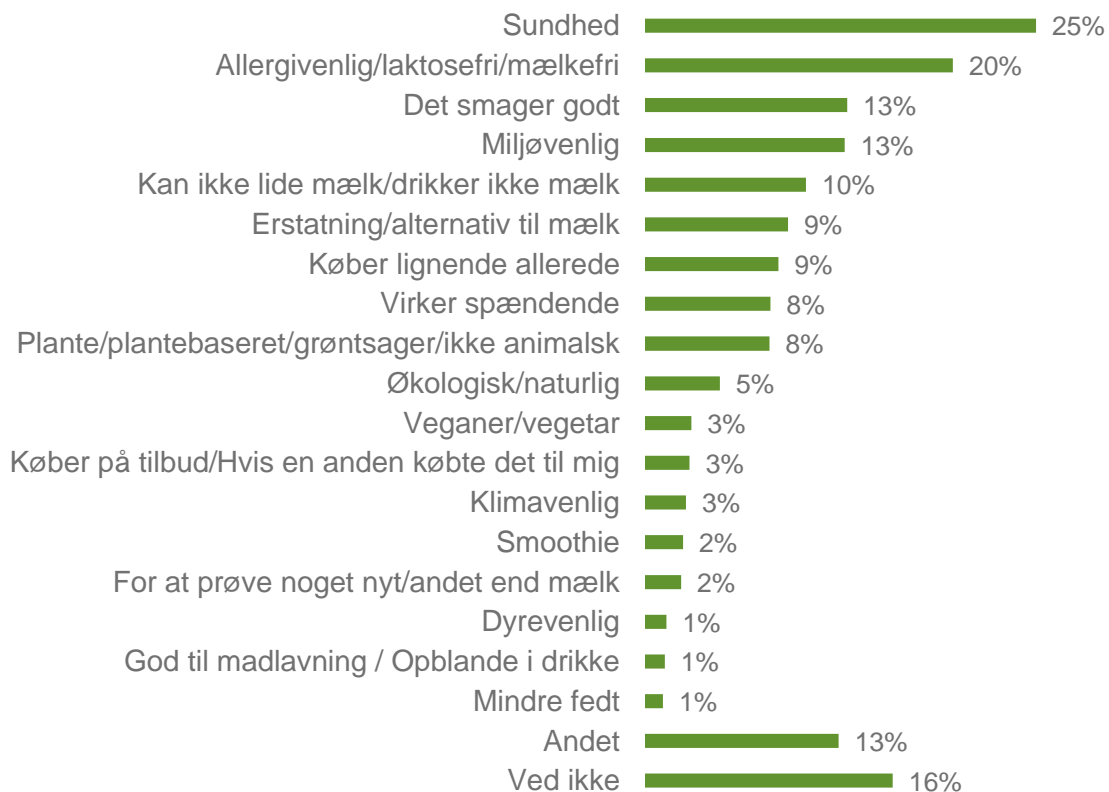


Q11. Ville du købe denne type af produkt i stedet for, skiftevis med eller i tillæg til komælk?

Base: Ville helt sikkert/sandsynligvis købe: Havredrik (n=65), Mandeldrik (n=55), Risdrik (n=47), Soyadrik (n=49),

# Købsmotiver og barrierer - Havredrik

## Motiver



## Barrierer



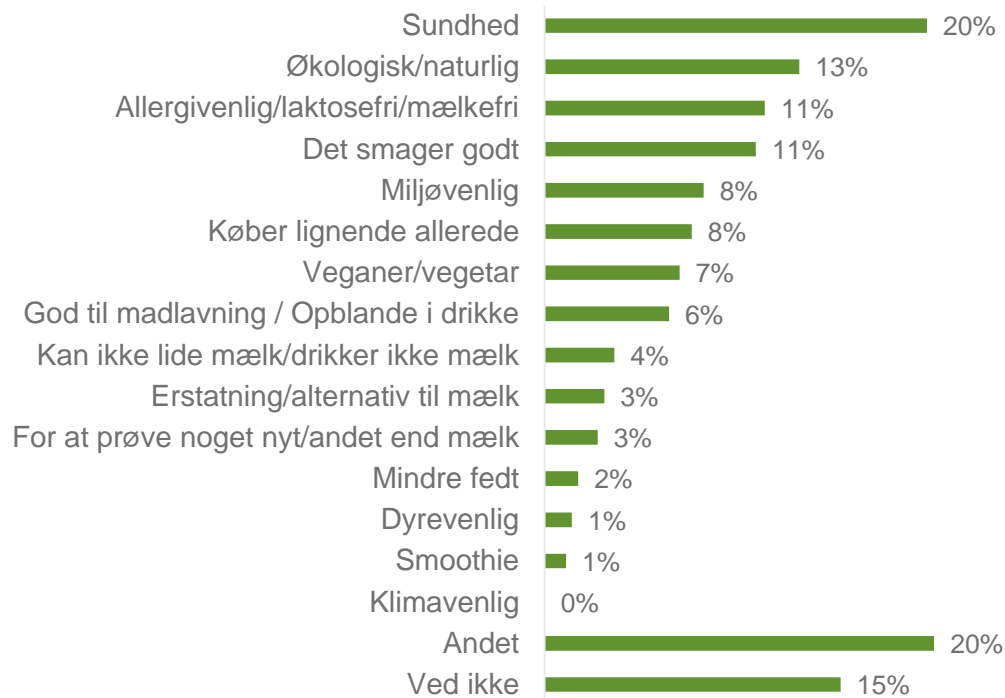
Q9. Af hvilke årsager vil du være villig til at købe denne type af produkt?

Q10. Af hvilke årsager vil du ikke være villig til at købe denne type af produkt?

Base: Ville helt sikkert/sandsynligvis købe havredrik (n=65), Angiver ikke købsinteresse (n=449)

# Købsmotiver og barrierer - Mandeldrik

## Motiver



## Barrierer



Q9. Af hvilke årsager vil du være villig til at købe denne type af produkt?

Q10. Af hvilke årsager vil du ikke være villig til at købe denne type af produkt?

Base: Ville helt sikkert/sandsynligvis købe Mandeldrik (n=55), Angiver ikke købsinteresse (n=471)



# Købsmotiver og barrierer - Risdrrik

## Motiver



## Barrierer



Q9. Af hvilke årsager vil du være villig til at købe denne type af produkt?

Q10. Af hvilke årsager vil du ikke være villig til at købe denne type af produkt?

Base: Ville helt sikkert/sandsynligvis købe Risdrrik (n=47), Angiver ikke købsinteresse (n=461)

# Købsmotiver og barrierer - Soyadrik

## Motiver



## Barrierer



Q9. Af hvilke årsager vil du være villig til at købe denne type af produkt?

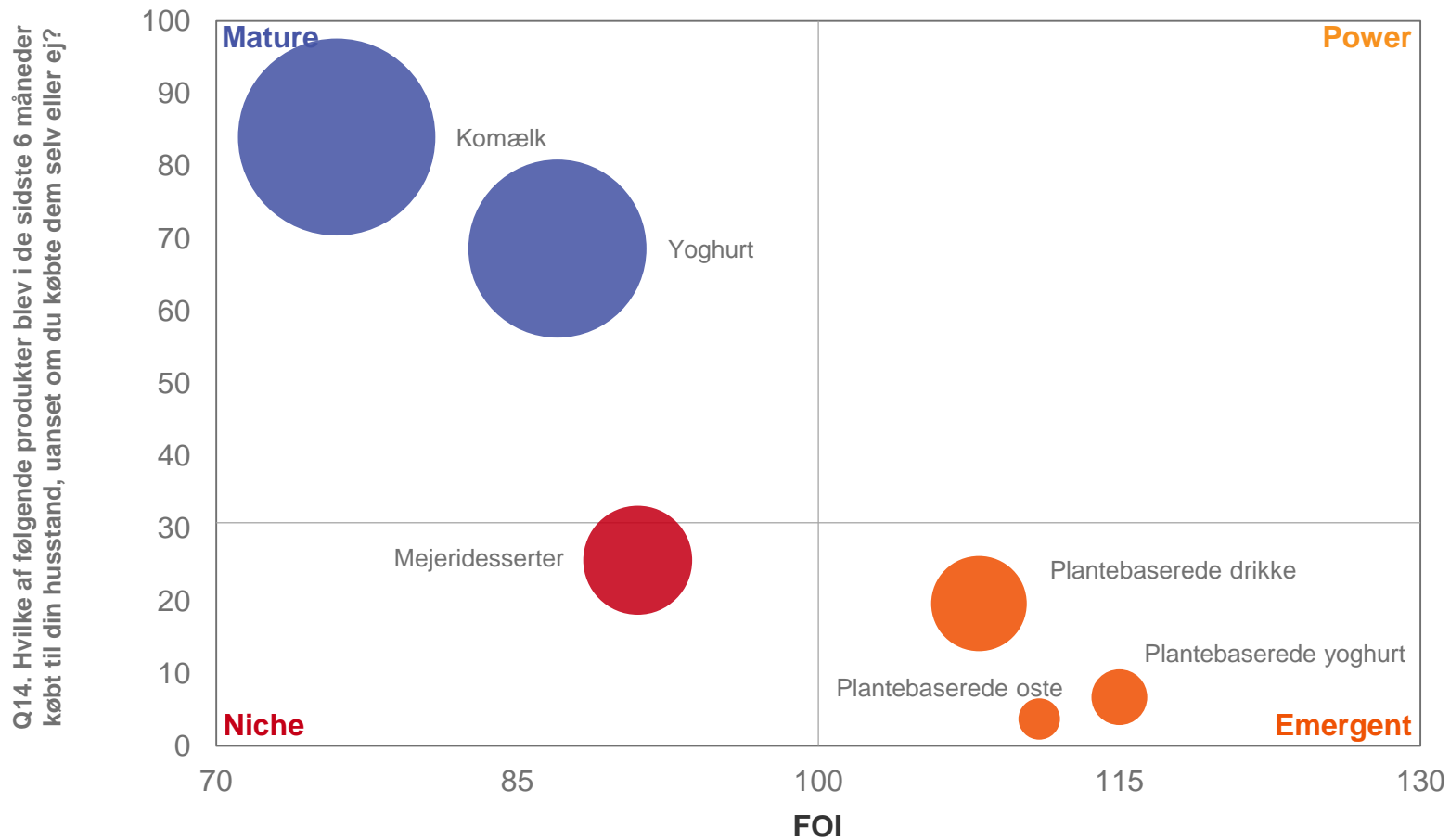
Q10. Af hvilke årsager vil du ikke være villig til at købe denne type af produkt?

Base: Ville helt sikkert/sandsynligvis købe Soyadrik (n=49), Angiver ikke købsinteresse (n=453)

**5**

**Forbrug af mejeriprodukter vs. plantebaserede produkter**

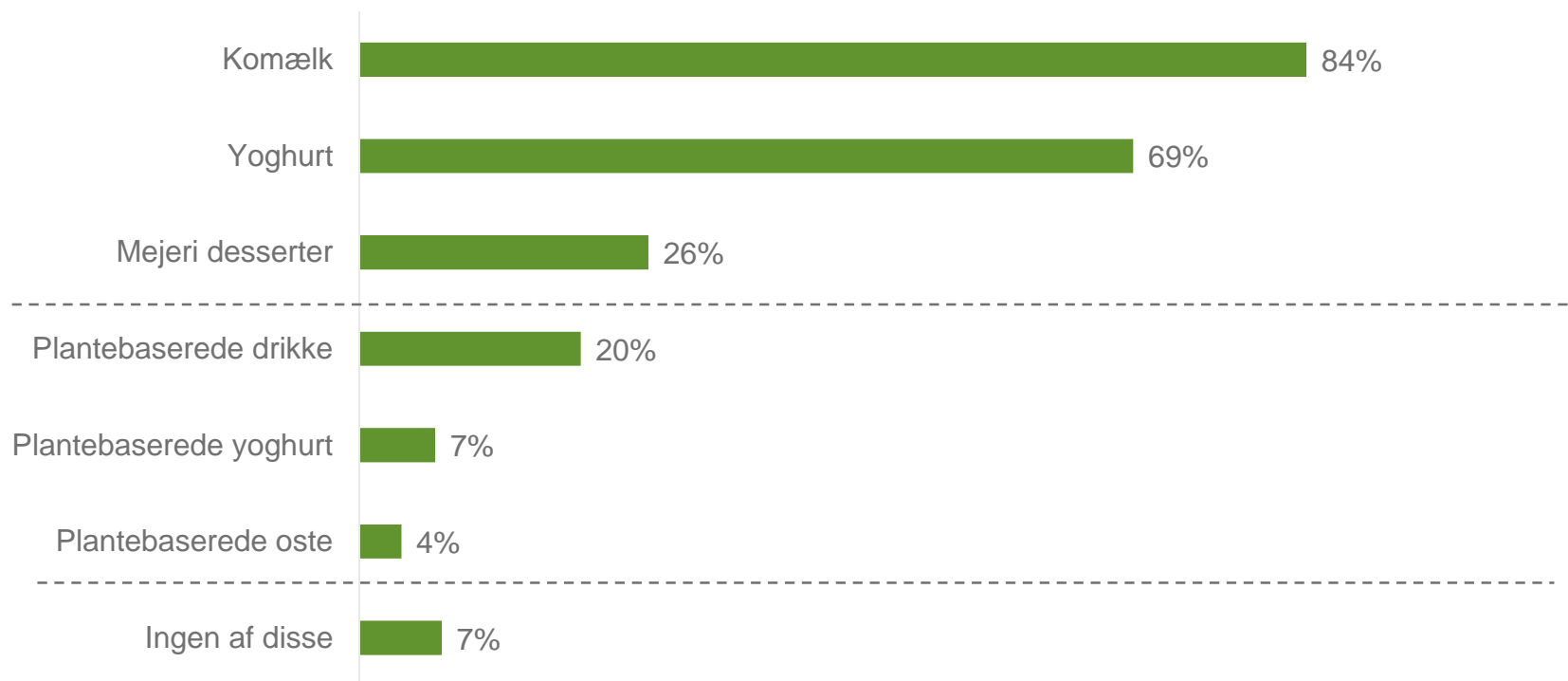
# Køb af mejeriprodukter vs. plantebaserede produkter



# Køb af mejeriprodukter vs. plantebaserede produkter

Traditionelle mejeriprodukter er i langt højere grad købt indenfor de sidste 6 måneder end Plantebaserede drikke. Der er dog 20% som angiver at husstanden har købt Plantebaserede drikke indenfor det sidste halve år.

Her er det værd at være opmærksom på at der ikke kun er målt på de 4 fremviste varianter, men via oplæsning hvor der er eksemplificeret vha. soyadrik, mandeldrik og kokosmælk (



Q14. Hvilke af følgende produkter blev i de sidste 6 måneder købt til din husstand, uanset om du købte dem selv eller ej?

Base: Alle (n=1722)

# Forbrugsfrekvens - Komælk

Det mest frekvente brug af komælk er blandt børn fra 3-15 år, og med forventning om større forbrug jo ældre børn, vil det største forbrug være blandt de større børn. Ca 2/3 af børn drikker mælk dagligt. Blandt forældrene er det reduceret til 57%.

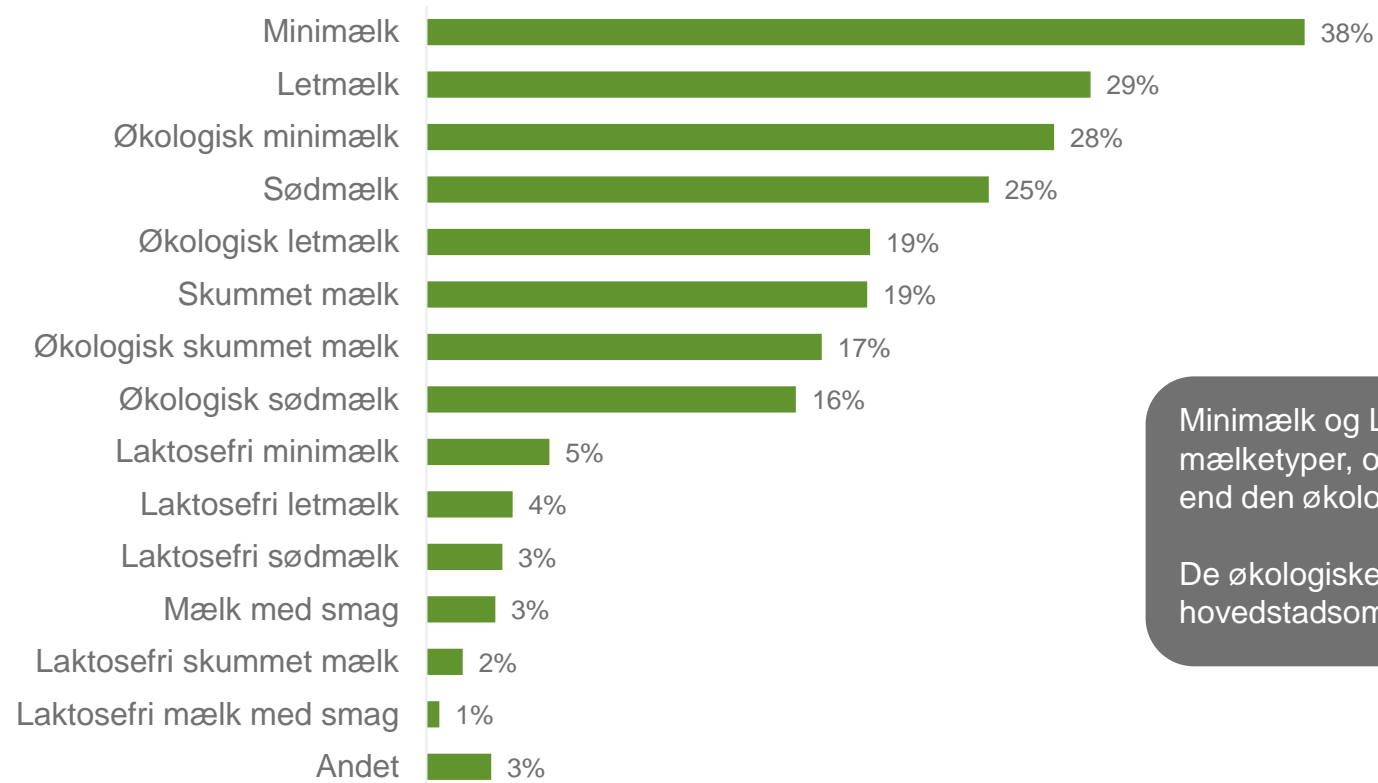


	Jeg selv	Partner/ ægtefælle	Børn på 19+ år	Børn i alderen 15 til 18 år	Børn i alderen 10 til 14 år	Børn i alderen 6 til 9 år	Børn i alderen 3 til 5 år	Børn under 3 år	Anden/Andre
Base	1722	907	170	199	210	165	89	85	268
Flere gange om dagen	26%	26%	31%	31%	43%	54%	46%	42%	22%
En gang om dagen	31%	31%	34%	31%	34%	27%	41%	12%	43%
Nogle gange om ugen	22%	20%	20%	22%	14%	15%	10%	8%	18%
En gang om ugen	6%	7%	3%	5%	4%	1%	0%	3%	4%
En gang om måneden	4%	4%	1%	2%	2%	1%	1%	0%	4%
En gang i kvartalet	2%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Sjældnere	4%	6%	7%	6%	2%	0%	0%	8%	6%
Aldrig	4%	5%	4%	4%	1%	1%	1%	27%	2%

Q16. Hvor ofte drikker/spiser hver husstandsmedlem komælk?  
Base: Købere af komælk (n=1722)

# Forbrug af komælk fordelt på varianter

(blandt købere af komælk)



Minimælk og Letmælk er klart de foretrukne mælketyper, og konventionel vælges af flere end den økologiske slags.

De økologiske produkter vælges især i hovedstadsområdet samt i Midtjylland.

Q17. Hvilke af følgende slags komælk er blevet brugt, i din husstand, de sidste 6 måneder?

Base: Købere af komælk (n=1722)

# Brugssituationer - Komælk

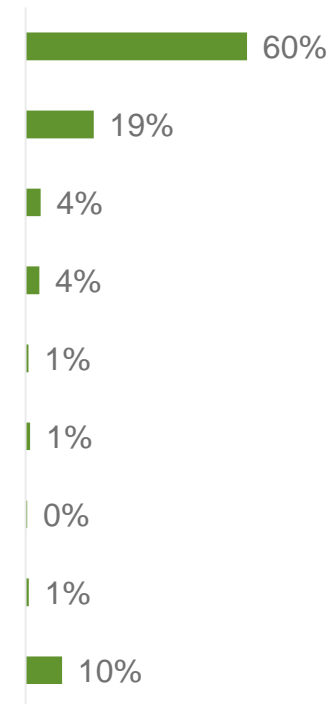
Komælk er på morgenbordet i langt de fleste husstande. Enten fordi det drikkes af glas eller spises på morgenmadsprodukter/bruges til grød



Alle situationer



Oftest

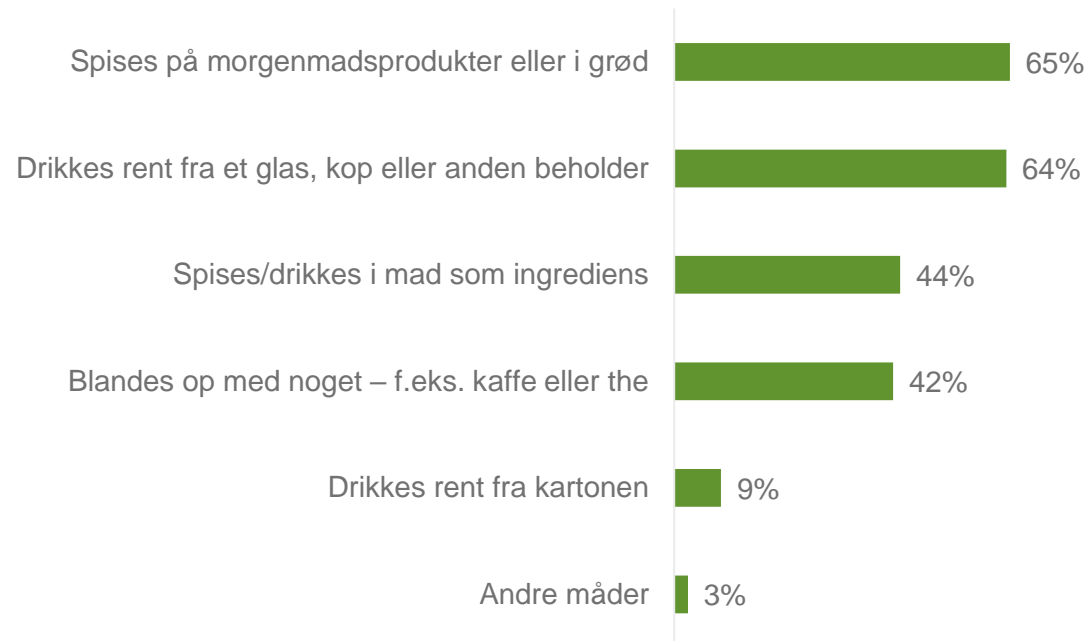


Q18a. I hvilke af disse situationer bruges komælk i din husstand?  
Base: Købere af komælk (n=1722)

Q18b. Og i hvilken af disse situationer bruges komælk oftest i din husstand?



# Hvordan bruges komælk?



Q19. Hvordan bruges komælk i din husstand?  
Base: Købere af komælk (n=1722)

# Forbrugsfrekvens – Plantebaserede drikke

Forbrugsmønsteret af Plantebaserede drikke ser noget anderledes ud end for komælk. Frekvens for brug er noget lavere, og derudover er kerne-forbrugsgrupperne de helt store børn samt den voksne selv.

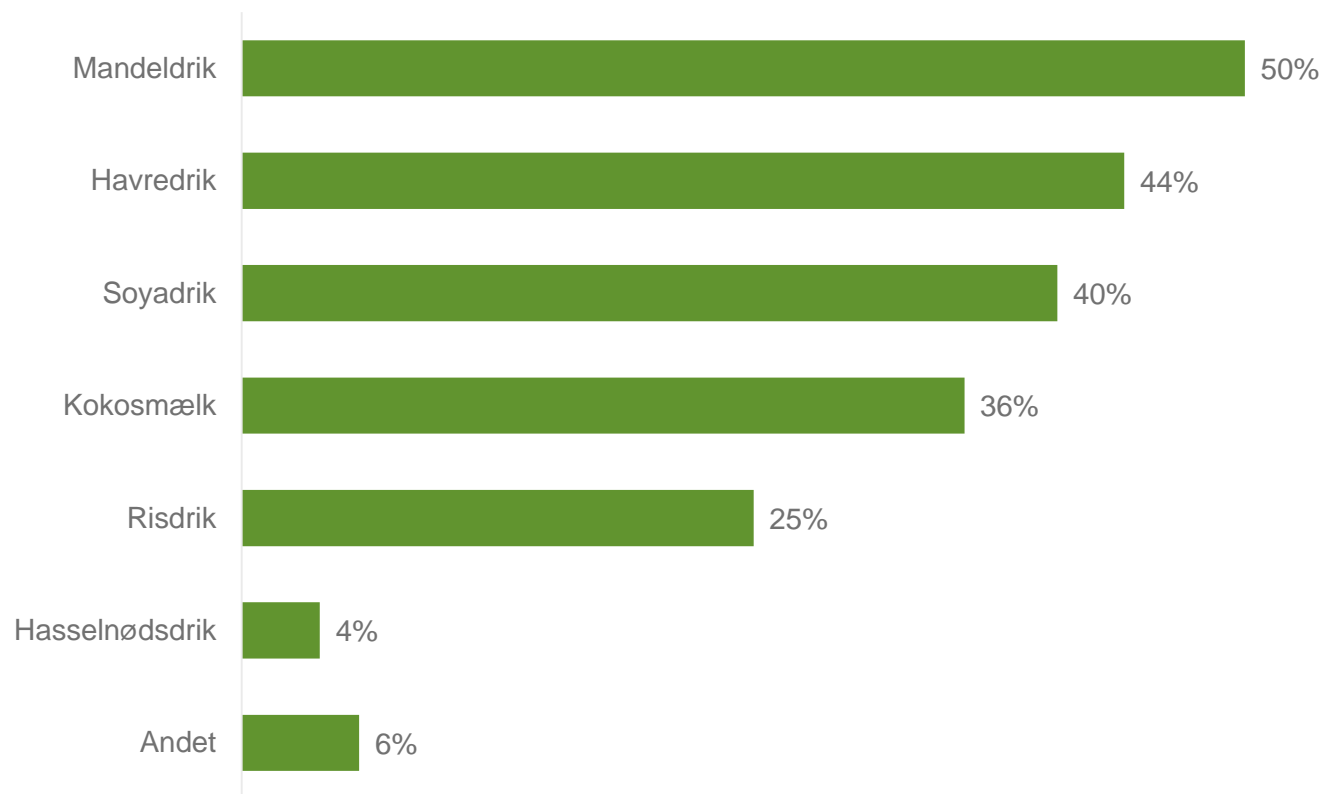
OBS: der er små baser på en del af nedbrydningerne.



	Jeg selv	Partner/ ægtefælle	Børn på 19+ år	Børn i alderen 15 til 18 år	Børn i alderen 10 til 14 år	Børn i alderen 6 til 9 år	Børn i alderen 3 til 5 år	Børn under 3 år	Anden/Andre
Base	403	211	44	48	54	28	23	26	85
Flere gange om dagen	8%	6%	12%	4%	3%	0%	6%	11%	4%
En gang om dagen	13%	5%	12%	21%	12%	10%	10%	6%	12%
Nogle gange om ugen	16%	14%	16%	24%	15%	3%	4%	8%	25%
En gang om ugen	9%	9%	13%	11%	0%	13%	19%	0%	4%
En gang om måneden	17%	17%	7%	7%	23%	18%	19%	6%	23%
En gang i kvartalet	10%	8%	5%	6%	11%	8%	4%	7%	3%
Sjældnere	15%	18%	18%	10%	12%	14%	18%	10%	15%
Aldrig	11%	22%	18%	16%	24%	33%	21%	52%	13%

Q20. Hvor ofte drikker/spiser hver husstandsmedlem plantebaserede drikke?  
Base: Købere af plantebaserede drikke (n=403)

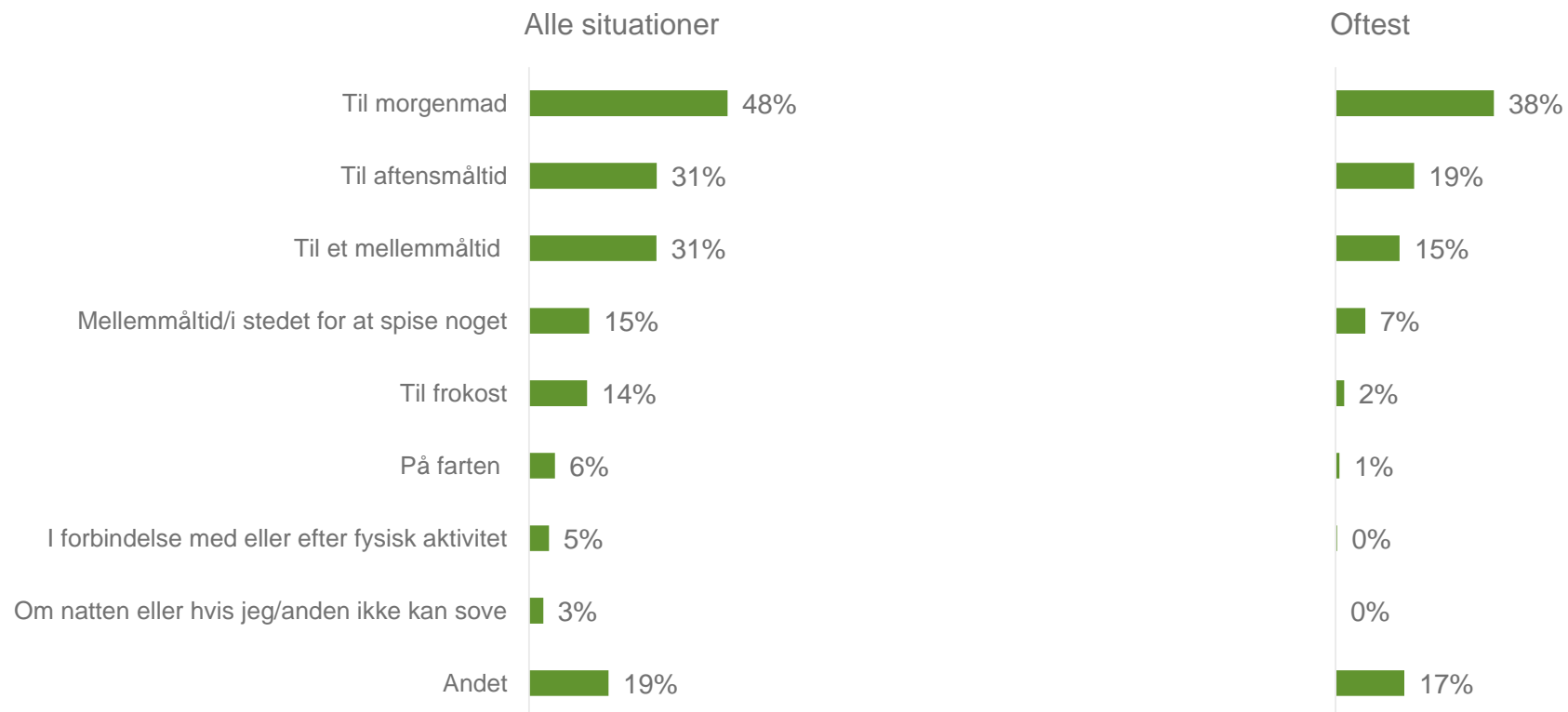
# Forbrug af plantebaserede drikke fordelt på varianter (blandt brugere af plantebaserede drikke)



Q21. Hvilke af følgende plantebaserede drikke er blevet brugt, i din husstand, de sidste 6 måneder?  
Base: Købere af plantebaserede drikke (n=403)

# Brugssituationer - Plantebaserede drikke

Brugssituationerne for Plantebaserede drikke ligner mønstret for Komælk: Det er på morgenbordet i langt de fleste husstande. Men for de Plantebaserede drikke fylder det mere til aftensmåltidet; som ingrediens i madlavningen.



Q22a. I hvilke af disse situationer bruges plantebaserede drikke i din husstand?

Q22b. Og i hvilken af disse situationer bruges plantebaserede drikke oftest i din husstand?

Base: Købere af plantebaserede drikke (n=403)

# Hvordan bruges plantebaserede drikke?



Q23. Hvordan bruges plantebaserede drikke i din husstand?  
Base: Købere af plantebaserede drikke (n=403)

**6**

## **Købsmotiver og barrierer**

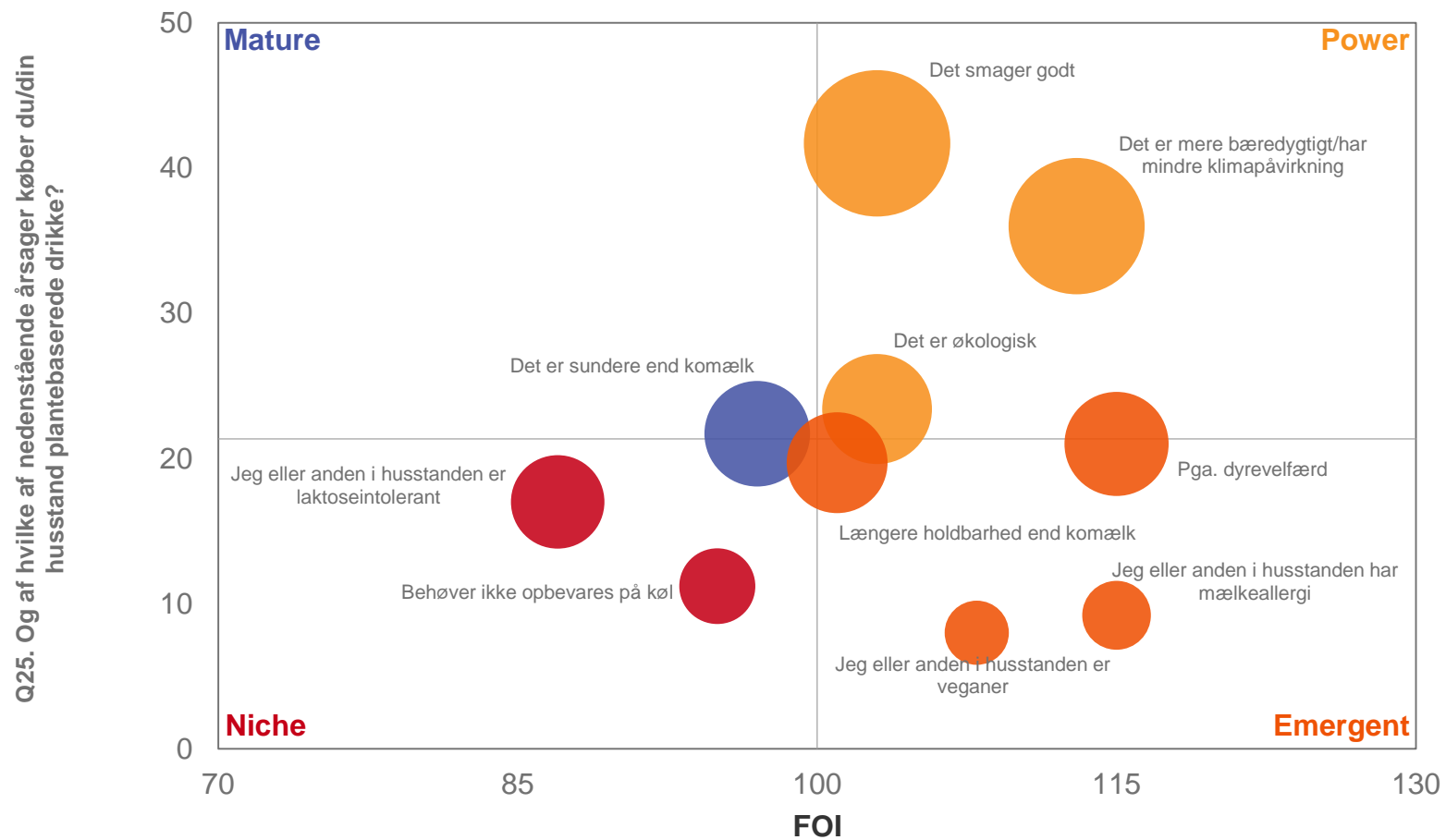
## Købsmotiver (åbne besvarelser)

A word cloud of purchase motivations for plant-based drinks. The most prominent words are 'God til madlavning / Opblande i drikke' and 'Det smager godt'. Other significant words include 'Allergivenlig/laktosefri/mælkefri', 'Sundere/mindre fedt', 'Bæredygtig/miljøvenlig/dyrevenlig', and 'For at prøve noget nyt/det er anderledes/spændende'. Smaller text includes 'Køber til andre/køber til gæster', 'Når det er på tilbud', 'Økologisk/naturlig', 'Veganer/vegetar', and 'Erstatning/alternativ til mælk'.

Køber til andre/køber til gæster  
Bæredygtig/miljøvenlig/dyrevenlig  
Allergivenlig/laktosefri/mælkefri Sundere/mindre fedt  
Når det er på tilbud Økologisk/naturlig Veganer/vegetar  
God til madlavning / Opblande i drikke  
For at prøve noget nyt/det er anderledes/spændende  
Det smager godt Plante/plantebaseret/grøntsager/ikke animalsk  
Erstatning/alternativ til mælk

Q24. Hvad er årsagen/årsagerne til, at du/din husstand køber plantebaserede drikke? Base: Købere af plantebaserede drikke (n=403)

# Købsmotiver – Valg mellem udvalgte dimensioner





# Købsmotiver – kvantificering (åbne besvarelser)

Som tidligere set fylder ”erstatning for mælk”, og holdning til dyr, miljø mv en del. Men derudover er der fokus på væsentlige produkt-fortræffeligheder: Smager godt og God til madlavning/opblande i drikke.



Q24. Hvad er årsagen/årsagerne til, at du/din husstand køber plantebaserede drikke? Base: Købere af plantebaserede drikke (n=403)

## Købsmotiver – Valg mellem udvalgte dimensioner.

Når der spørges direkte på forskellige årsager til køb, fremgår det at ”Smag” vægter højest tæt forfulgt af klima/bæredygtighed.

Laktoseintolerens og allergi kommer noget længere nede på listen

Praktiske forhold som Lang holdbarhed og Ingen behov for køl spiller også ind for en del.



Q25. Og af hvilke af nedenstående årsager køber du/din husstand plantebaserede drikke?

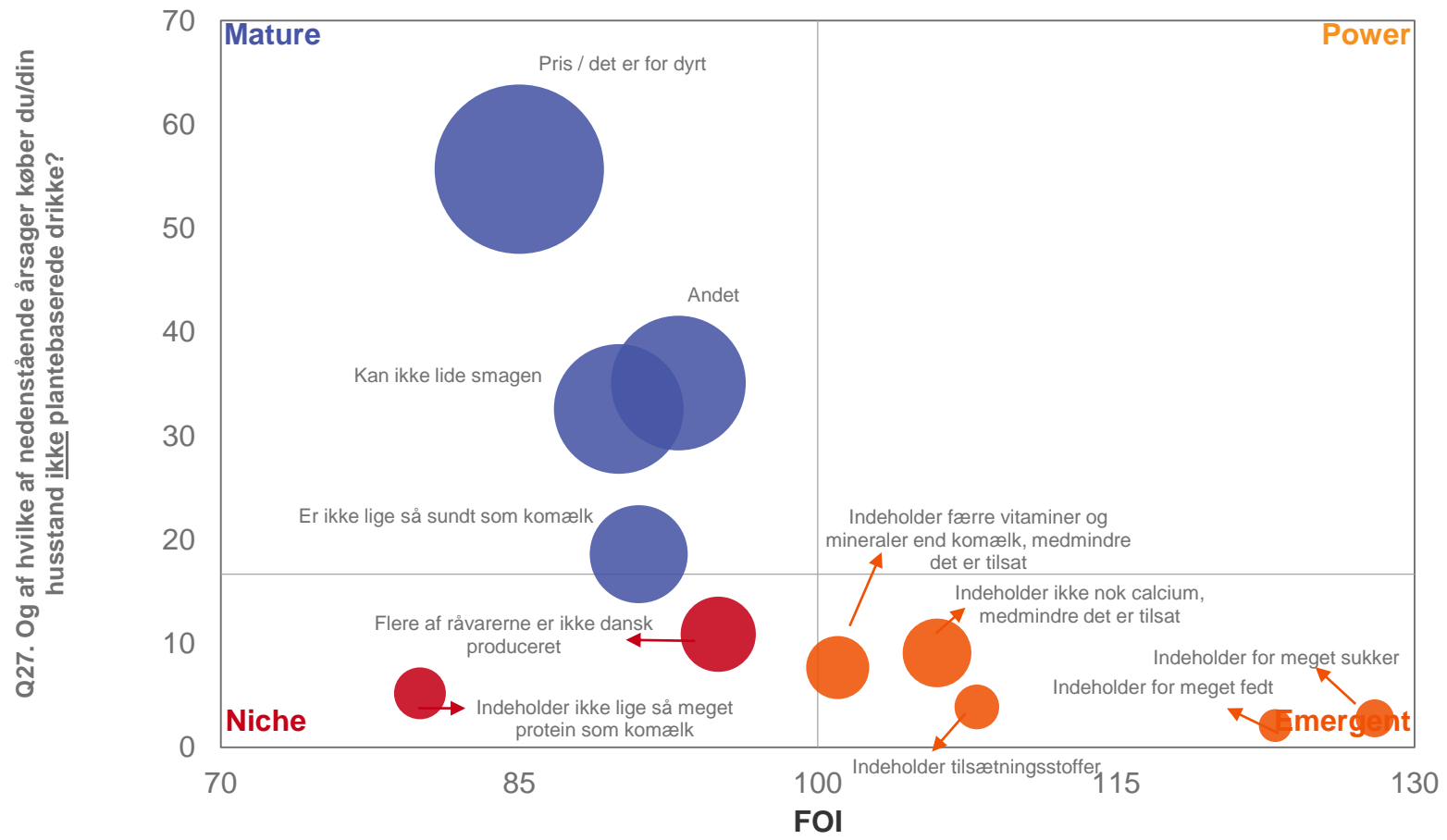
Base: Købere af plantebaserede drikke (n=403)

# Barrierer (åbne besvarelser)



Q26. Hvad er alle årsagerne til, at du/din husstand ikke køber plantebaserede drikke?  
Base: Køber ikke plantebaserede drikke (n=1648)

# Barrierer – Valg mellem udvalgte dimensioner



## Barrierer - kvantificering (åbne besvarelser)

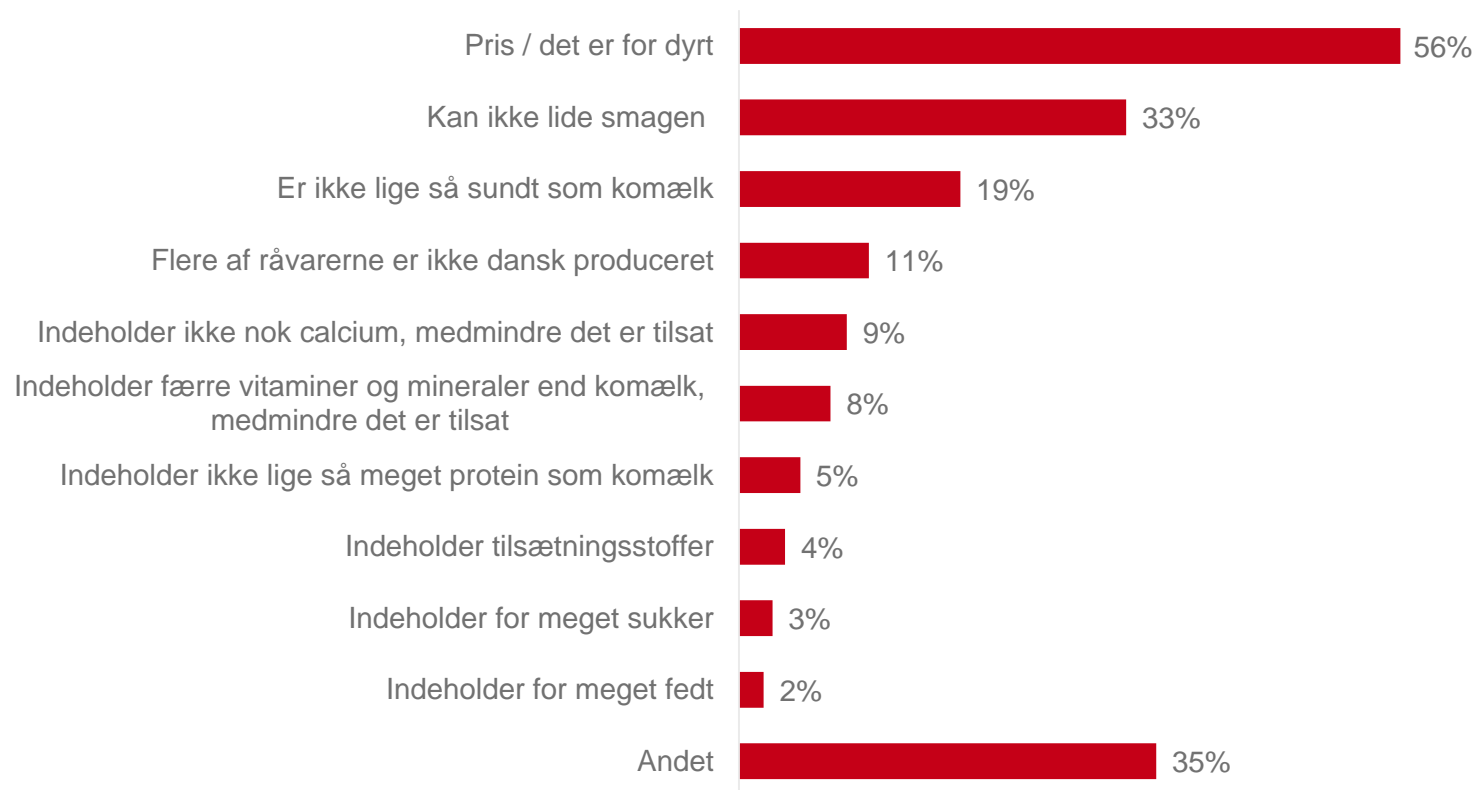
Argumenterne er primært koncentreret om prisen og manglende behov. De fleste finder ikke at produkterne kan bibringe dem mere en komælk; og derfor at man ikke villig til at betale den noget højere pris.



Q26. Hvad er alle årsagerne til, at du/din husstand ikke køber plantebaserede drikke?

Base: Køber ikke plantebaserede drikke (n=1648)

# Barrierer



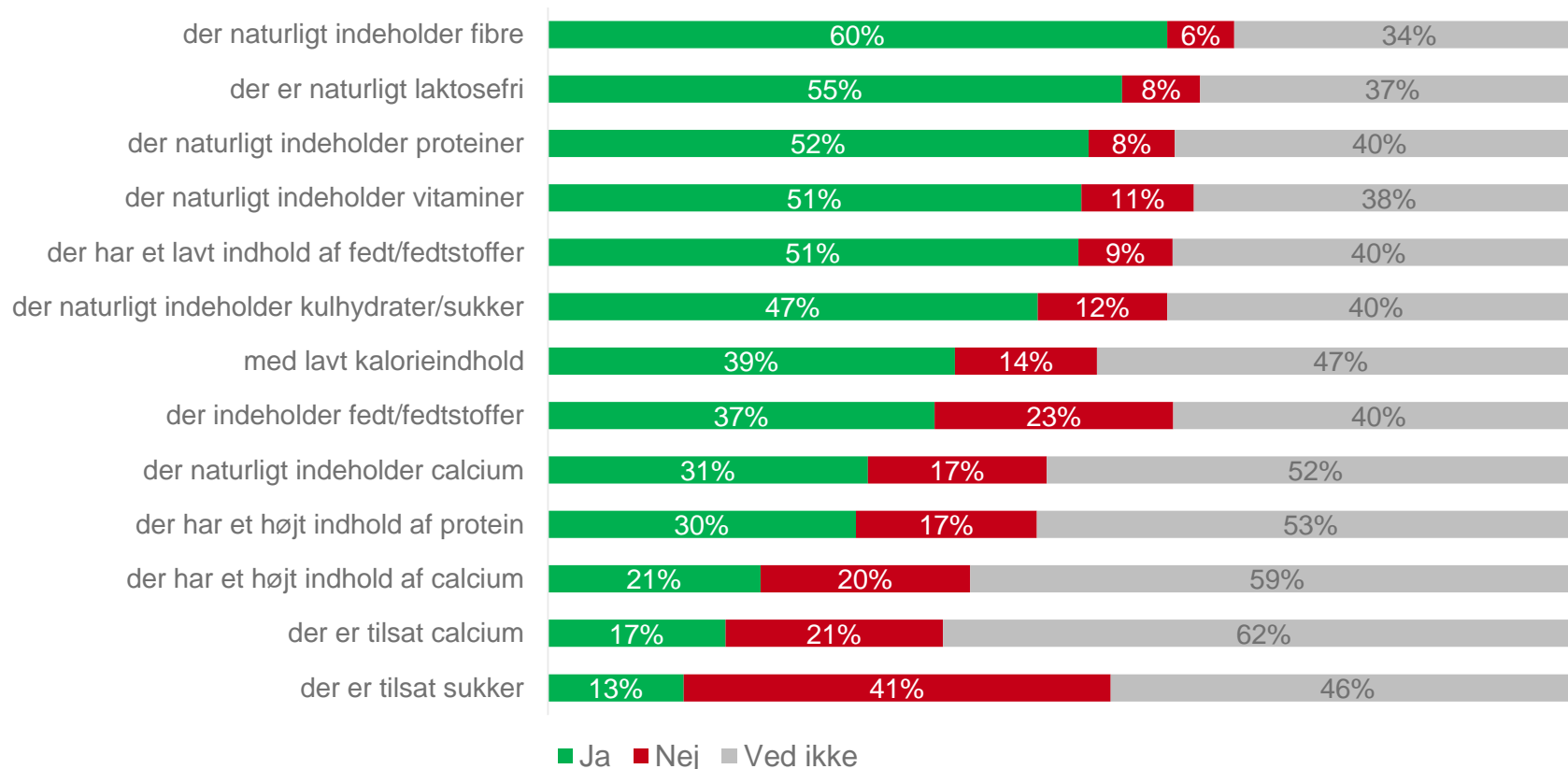
Q27. Og af hvilke af nedenstående årsager køber du/din husstand ikke plantebaserede drikke?  
Base: Køber ikke plantebaserede drikke (n=1648)

**6.1**

**Havredrik – detailoplysninger**

# Ernæringsmæssige egenskaber, der beskriver Havredrik ifølge danskerne

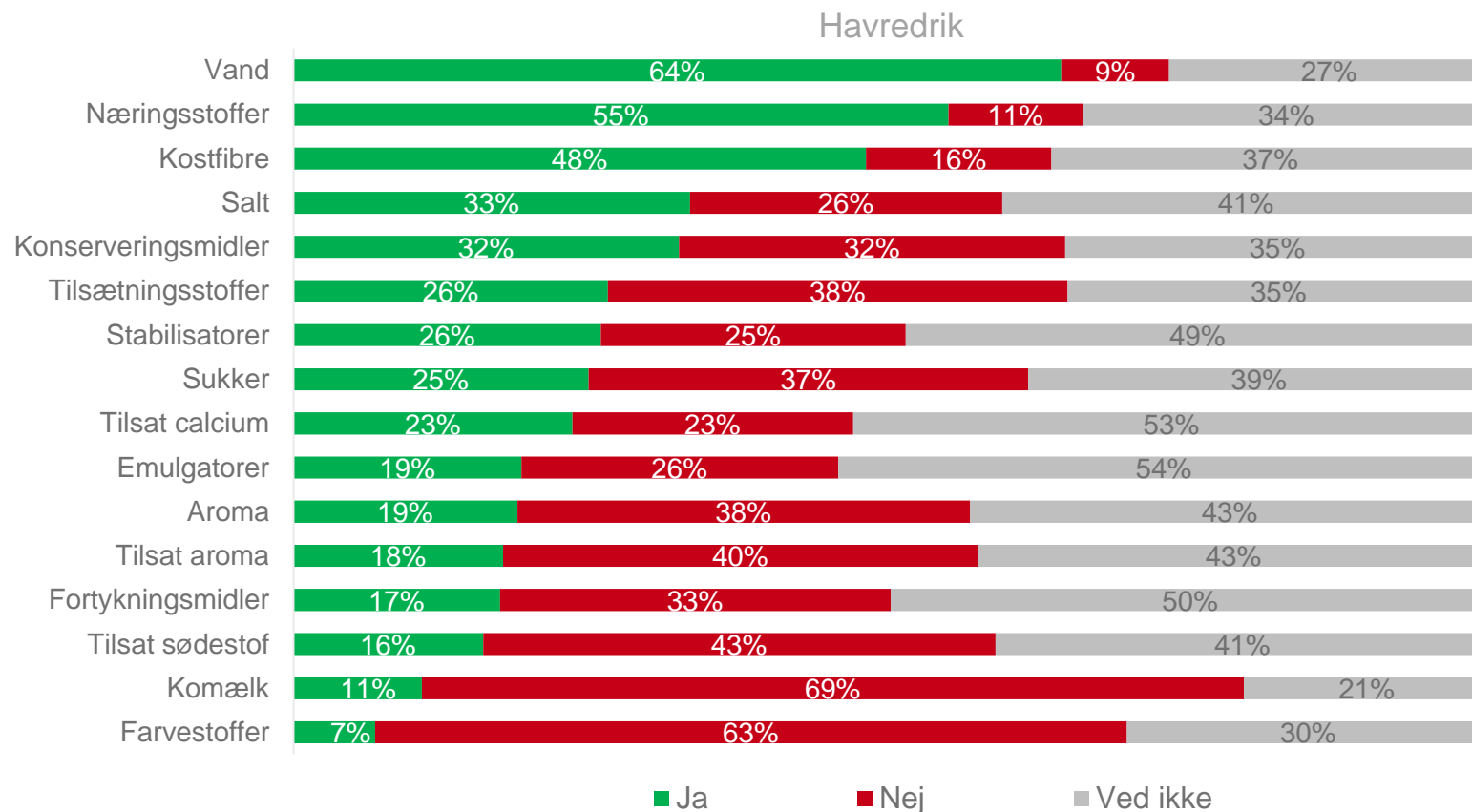
Dette er et produkt...



Q3. Her er en række næringsmæssige egenskaber, der kan beskrive denne type af produkt. Hvilke næringsmæssige egenskaber mener du beskriver denne type af produkt?  
Base: Havredrik (n=514)



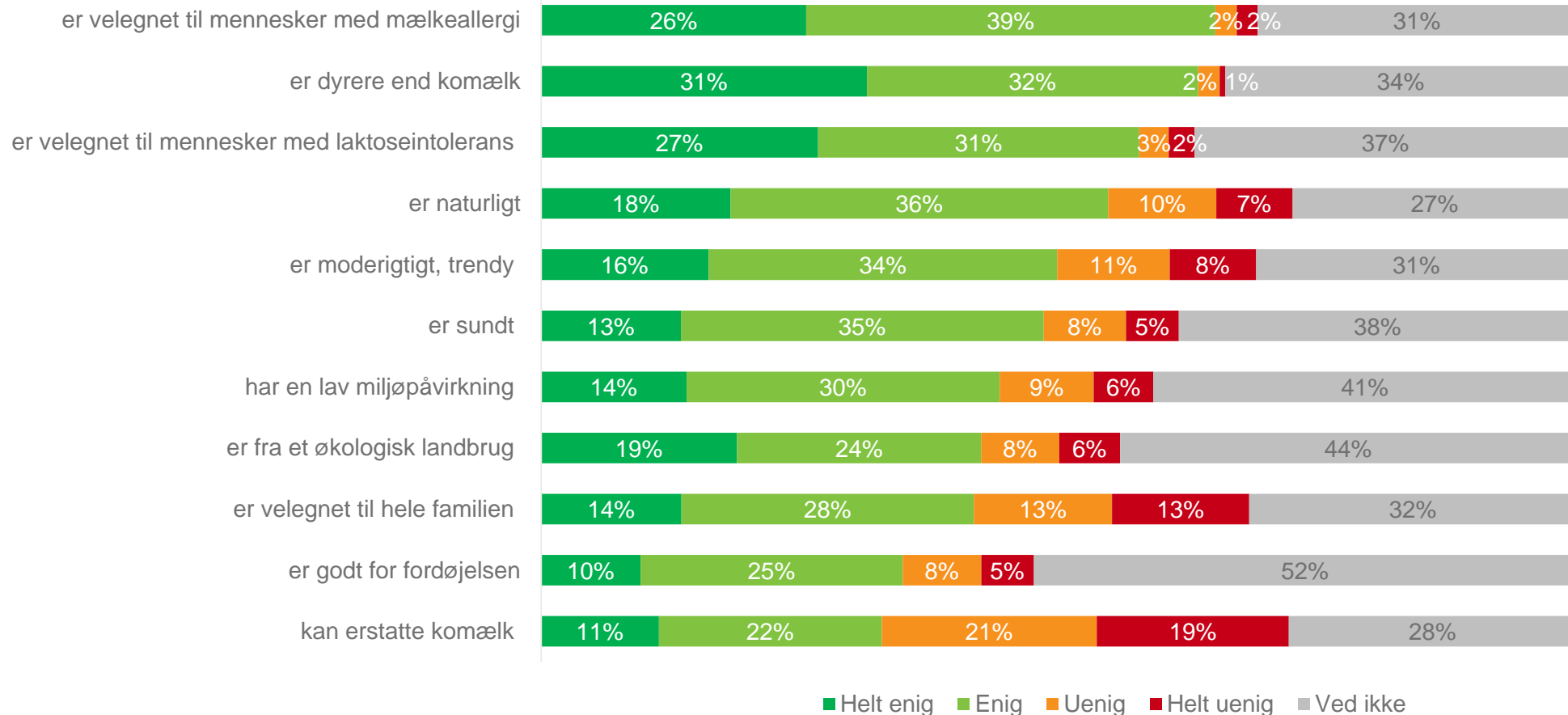
# Ifølge danskerne indeholder Havredrik disse ingredienser



Q5. Hvilken/hvilke af de følgende ingredienser tror du denne type af produkt indeholder?  
 Base: Havredrik (n=514)

# Holdninger til Havredrik

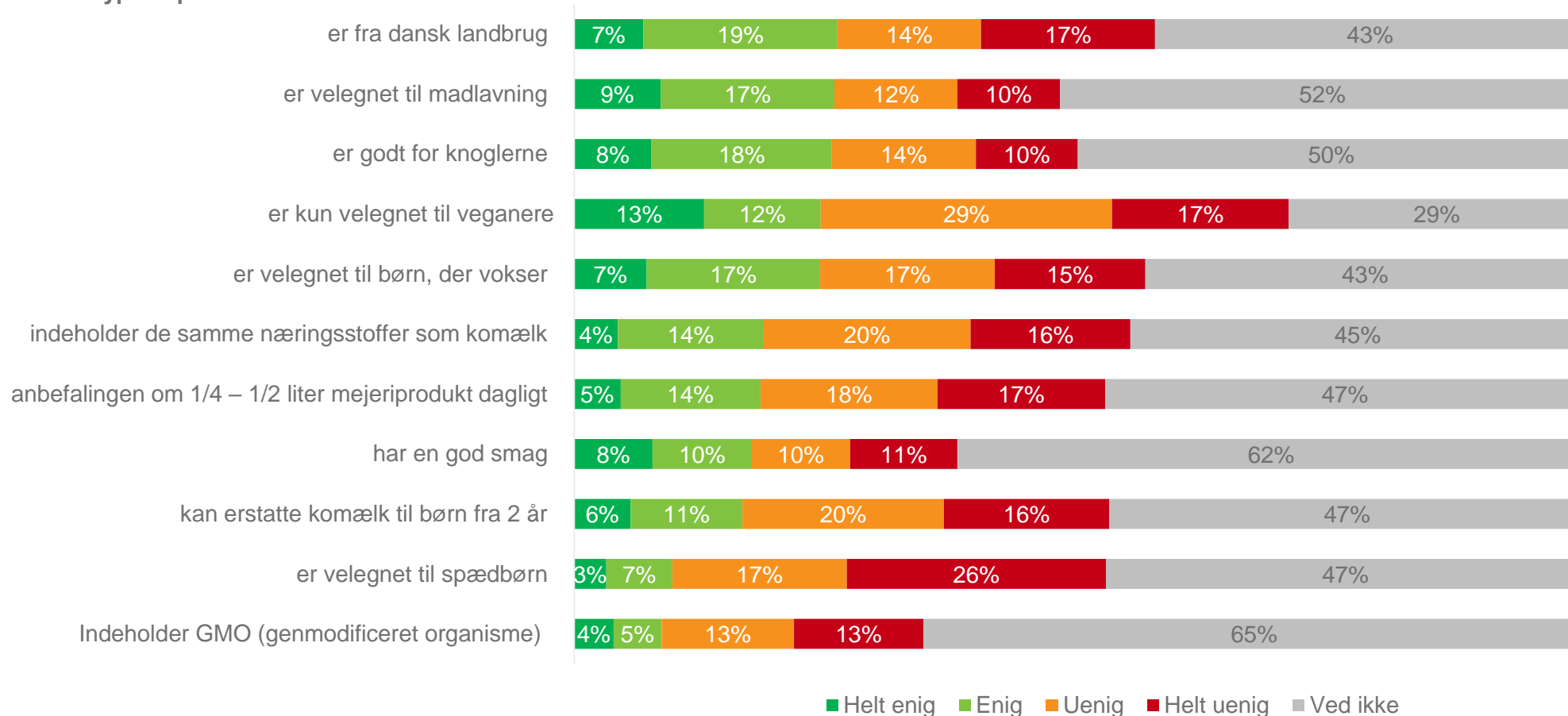
Denne type af produkt...



Q4. Her er en række sætninger, der kan siges om denne type af produkt. For hver af dem bedes du angive, om du er helt enig, enig, uenig eller helt uenig?  
 Base: Havredrik (n=514)

# Holdninger til Havredrik

Denne type af produkt...



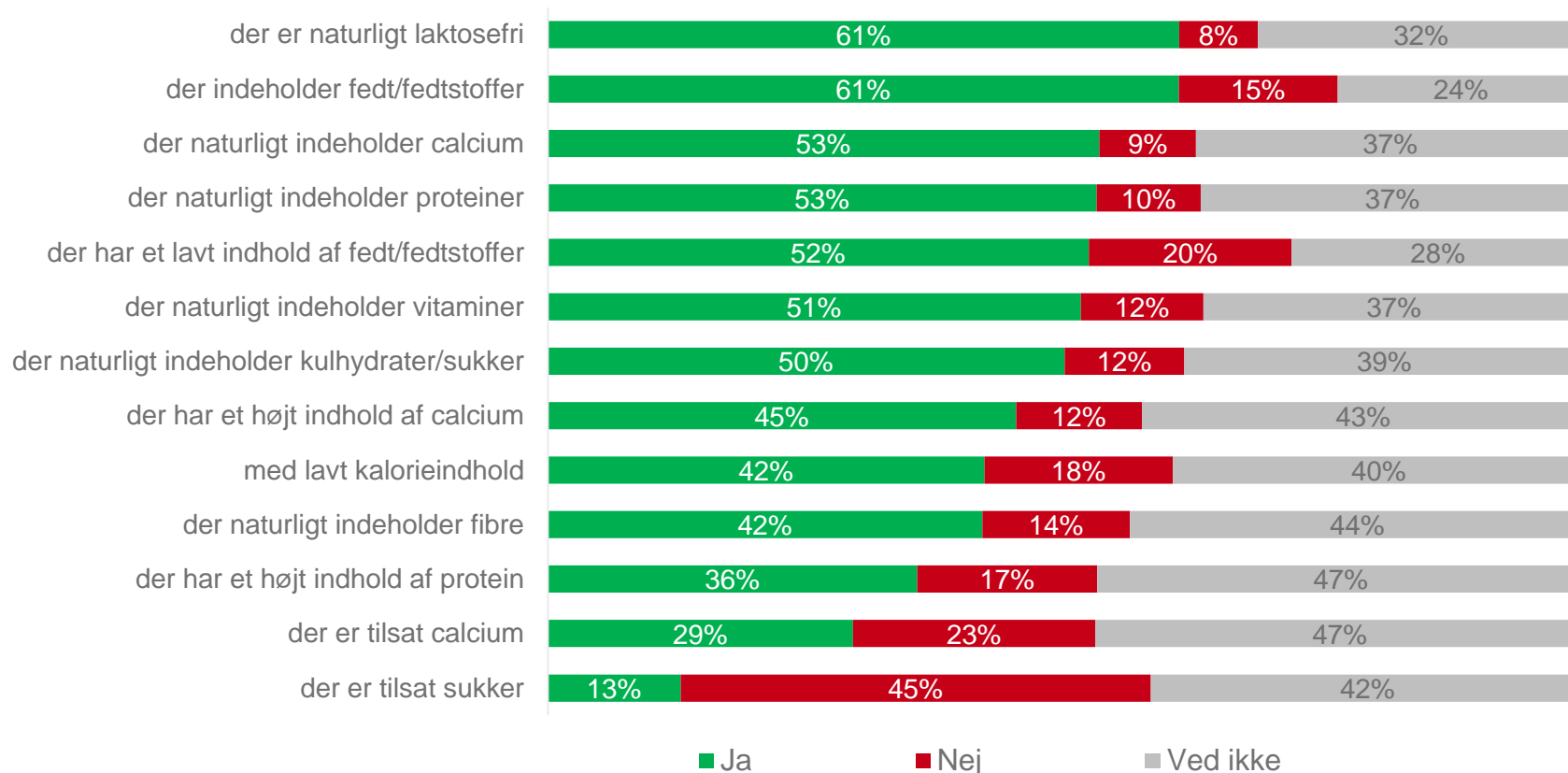
Q4. Her er en række sætninger, der kan siges om denne type af produkt. For hver af dem bedes du angive, om du er helt enig, enig, uenig eller helt uenig?  
 Base: Havredrik (n=514)

**6.2**

**Mandeldrik - detailoplysninger**

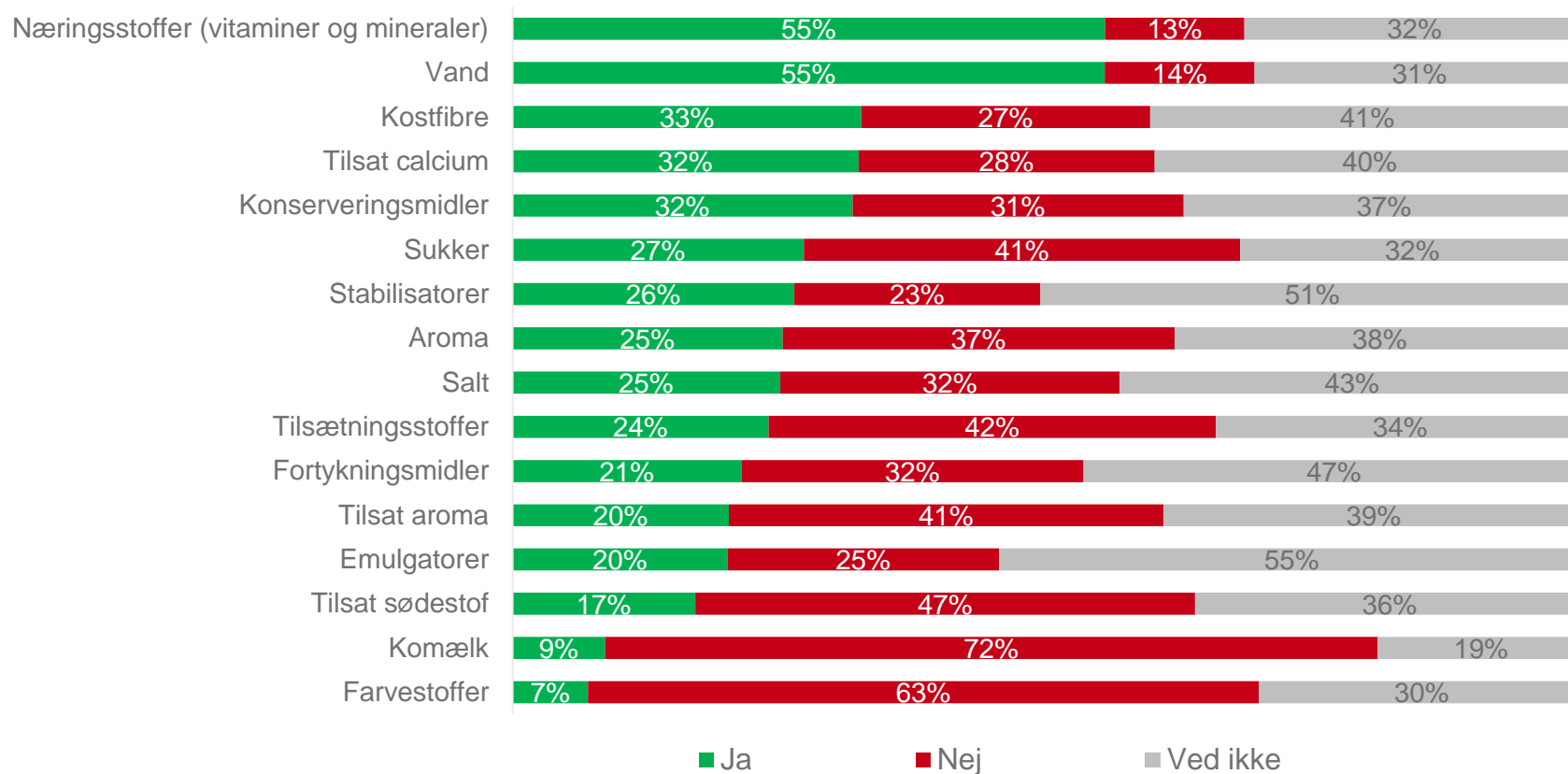
# Ernæringsmæssige egenskaber, der beskriver Mandeldrik ifølge danskerne

Dette er et produkt...



Q3. Her er en række næringsmæssige egenskaber, der kan beskrive denne type af produkt. Hvilke næringsmæssige egenskaber mener du beskriver denne type af produkt?  
Base: Mandeldrik (n=526)

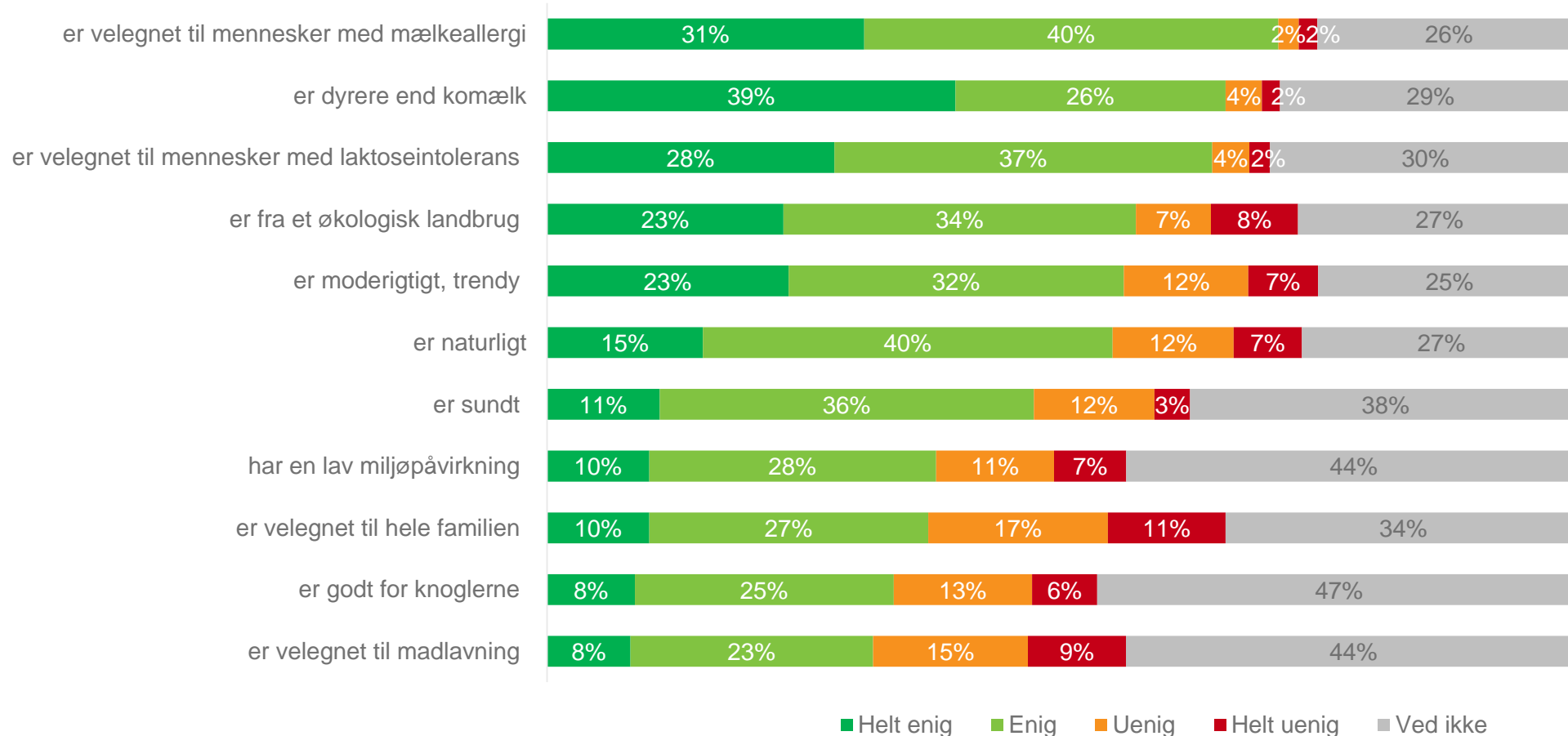
# Ifølge danskerne indeholder Mandeldrik disse ingredienser



Q5. Hvilken/hvilke af de følgende ingredienser tror du denne type af produkt indeholder?  
Base: Mandeldrik (n=526)

# Holdninger til Mandeldrik

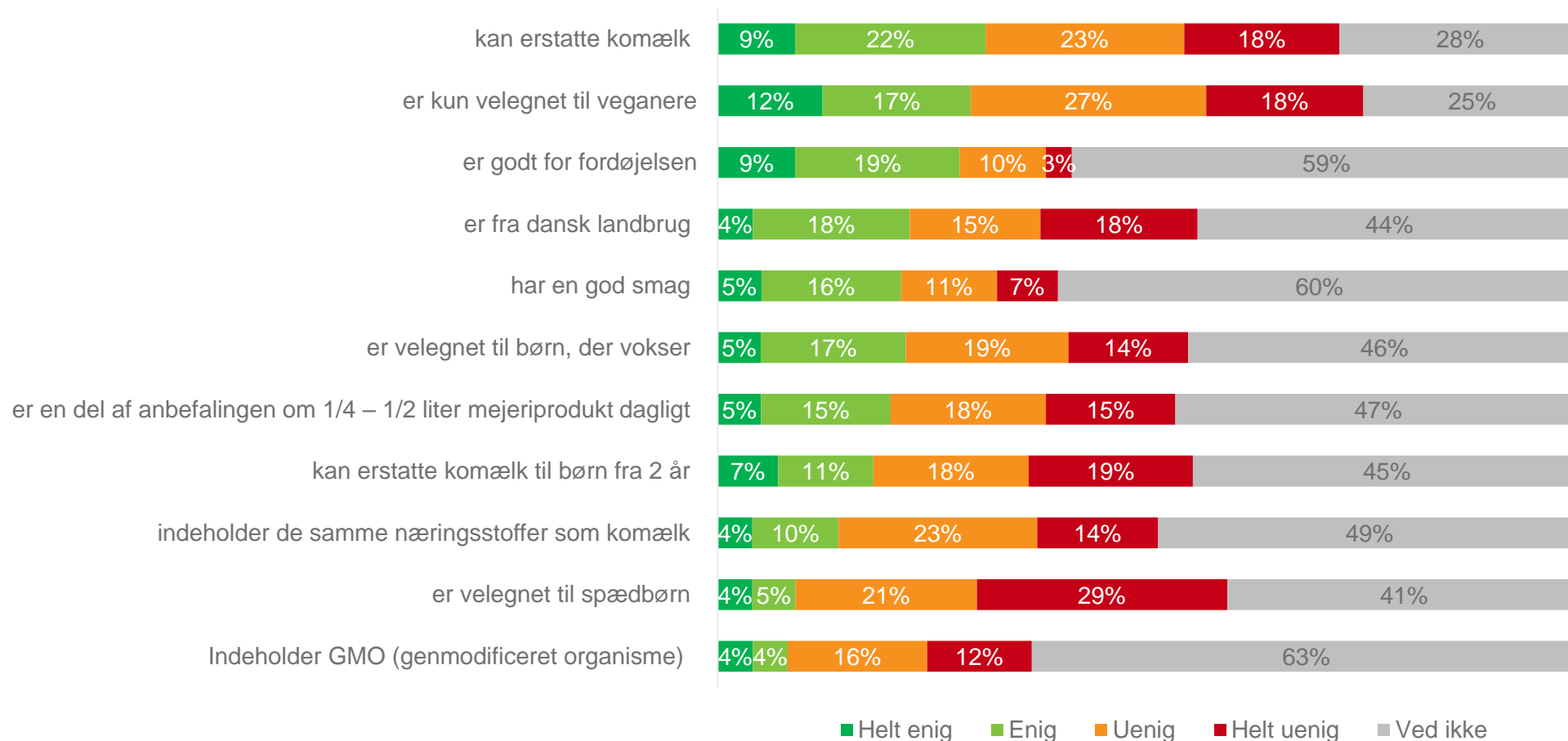
Denne type af produkt...



Q4. Her er en række sætninger, der kan siges om denne type af produkt. For hver af dem bedes du angive, om du er helt enig, enig, uenig eller helt uenig?  
Base: Mandeldrik (n=526)

# Holdninger til Mandeldrik

Denne type af produkt...



Q4. Her er en række sætninger, der kan siges om denne type af produkt. For hver af dem bedes du angive, om du er helt enig, enig, uenig eller helt uenig?  
Base: Mandeldrik (n=526)

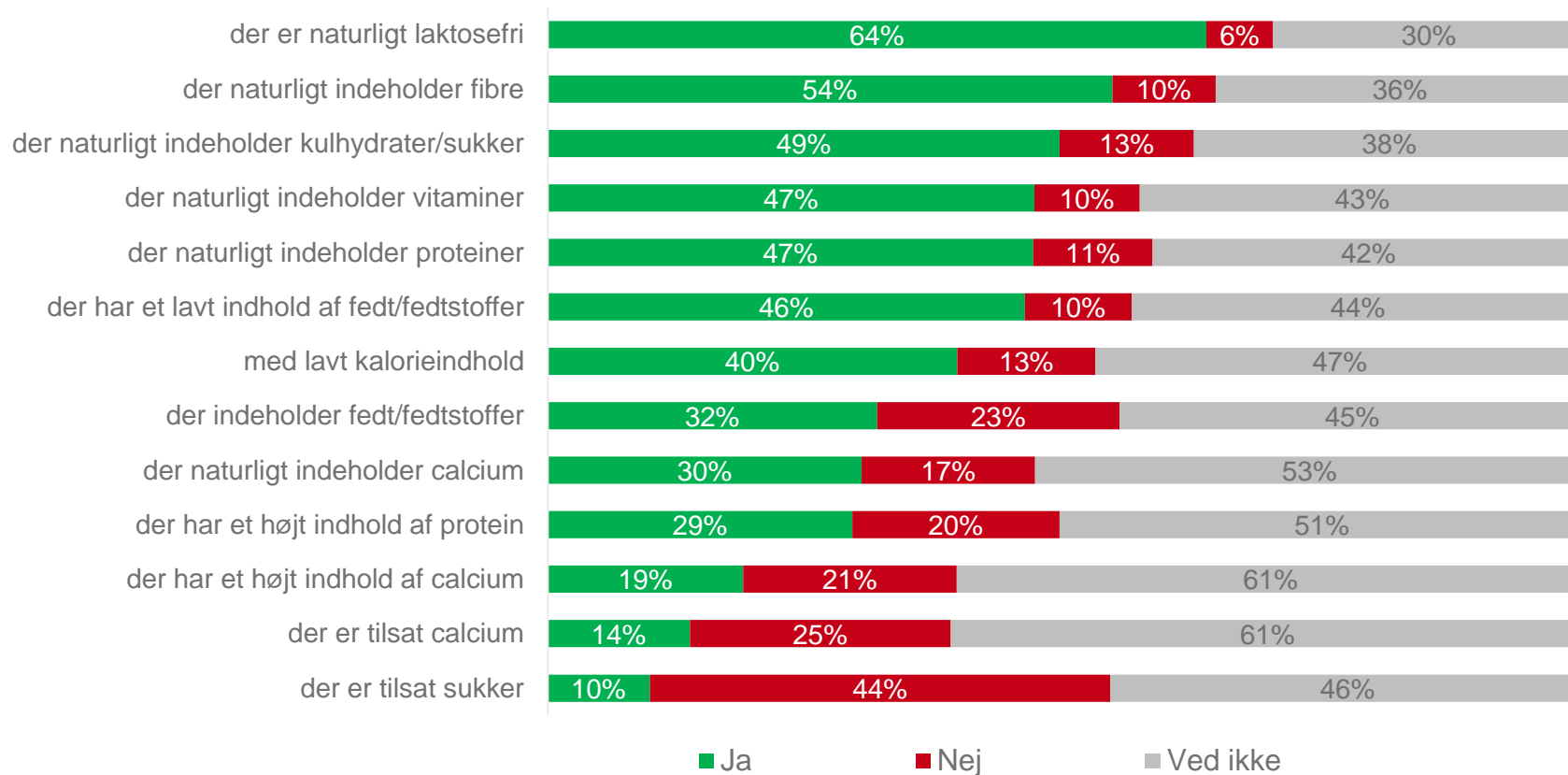


**6.3**

**Risdrik - detailoplysninger**

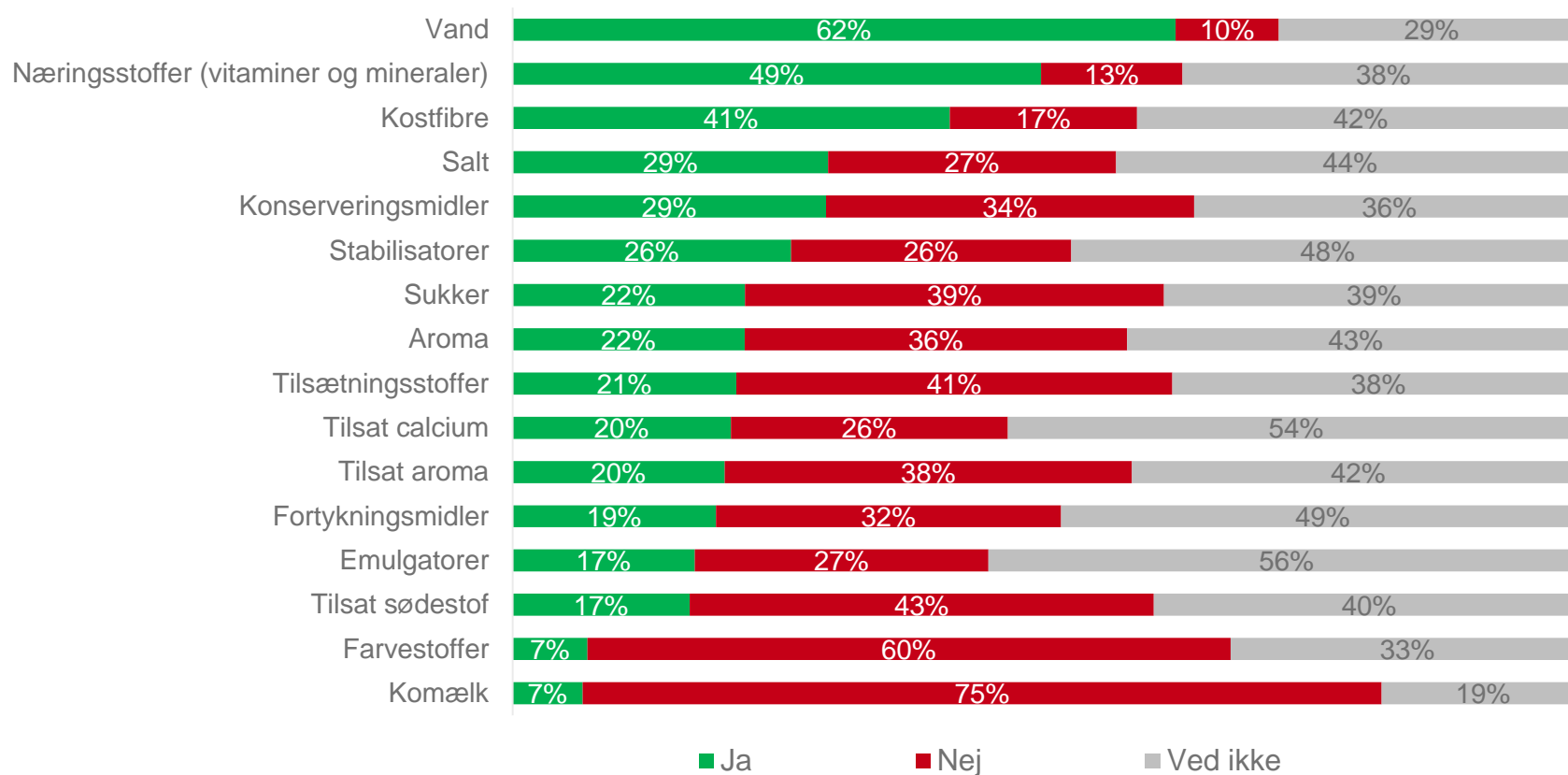
# Ernæringsmæssige egenskaber, der beskriver Risdrik ifølge danskerne

Dette er et produkt...



Q3. Her er en række næringsmæssige egenskaber, der kan beskrive denne type af produkt. Hvilke næringsmæssige egenskaber mener du beskriver denne type af produkt?  
Base: Risdrik (n=510)

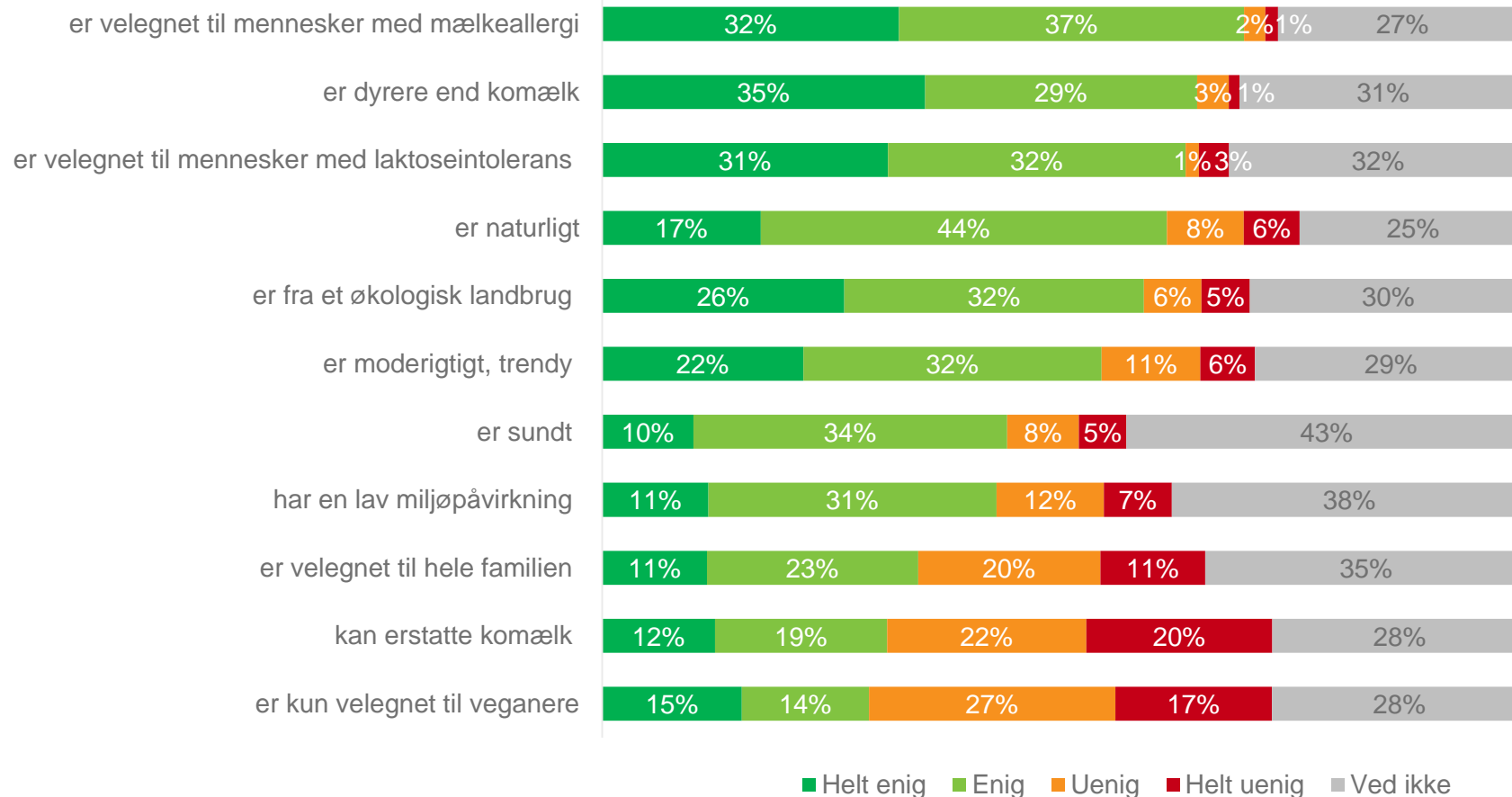
# Ifølge danskerne indeholder Risdrik disse ingredienser



Q5. Hvilken/hvilke af de følgende ingredienser tror du denne type af produkt indeholder?  
Base: Risdrik (n=510)

# Holdninger til Risdrik

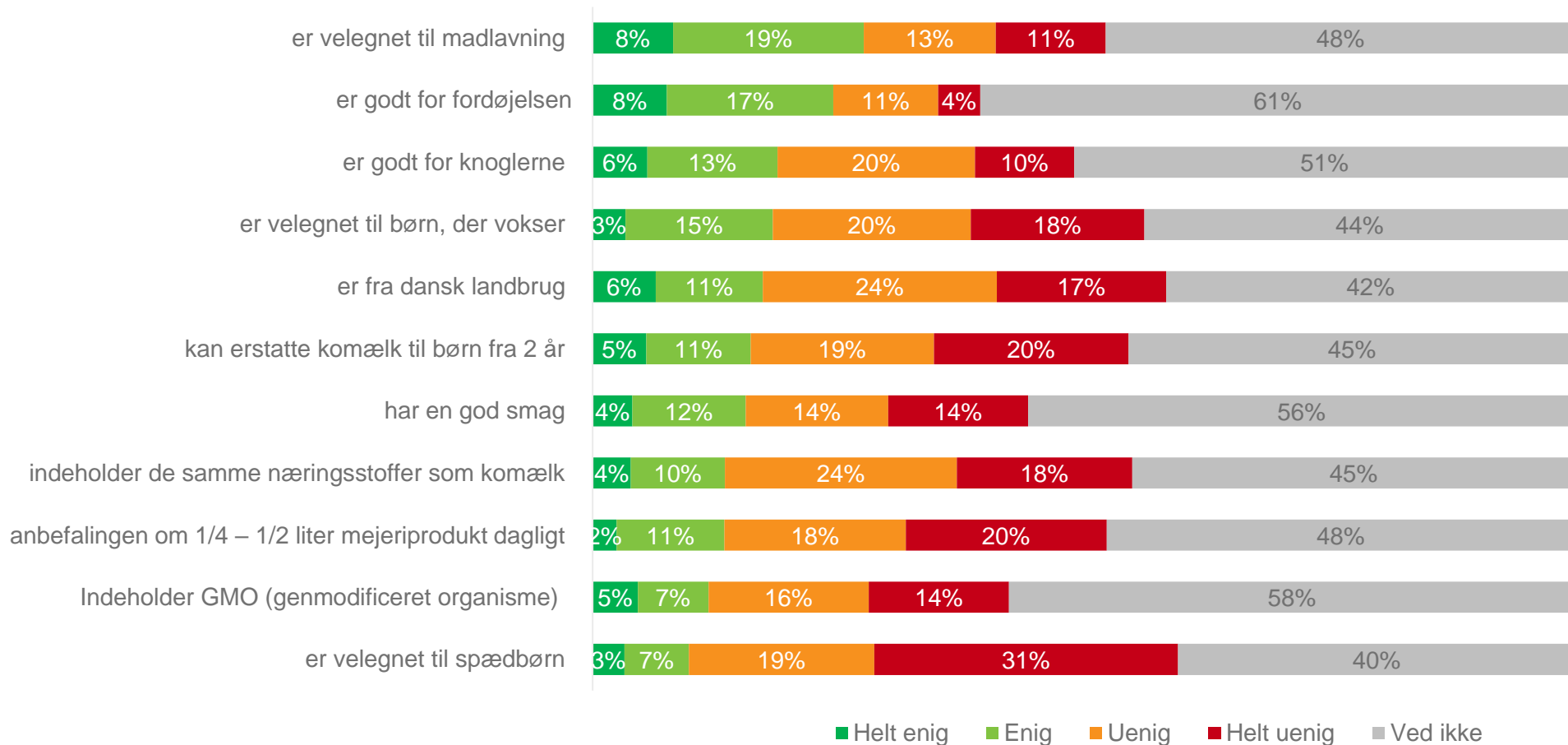
Denne type af produkt...



Q4. Her er en række sætninger, der kan siges om denne type af produkt. For hver af dem bedes du angive, om du er helt enig, enig, uenig eller helt uenig?  
Base: Risdrik (n=510)

# Holdninger til Risdrik

Denne type af produkt...



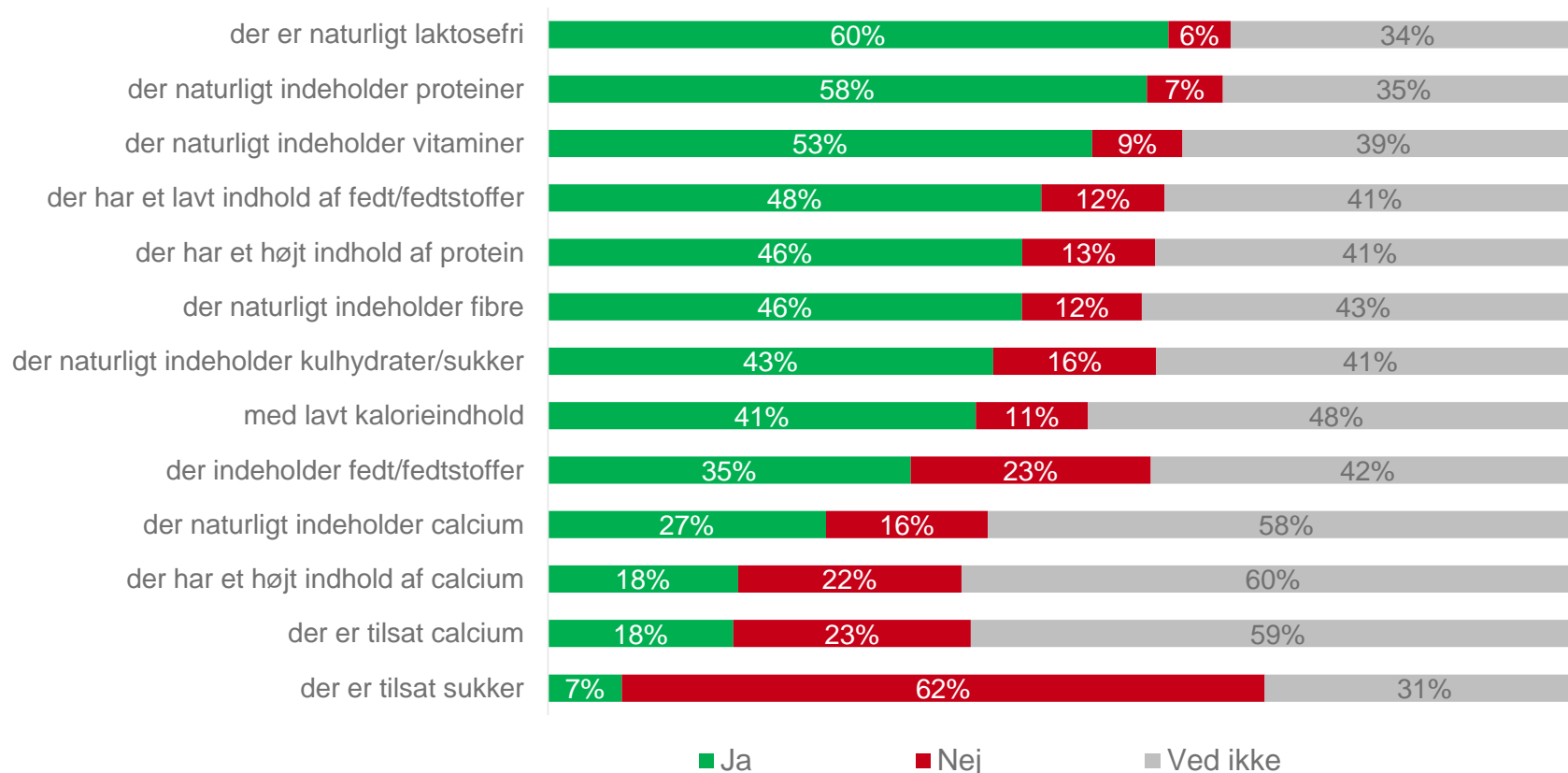
Q4. Her er en række sætninger, der kan siges om denne type af produkt. For hver af dem bedes du angive, om du er helt enig, enig, uenig eller helt uenig?  
Base: Risdrøm (n=510)

**6.4**

**Soyadrik - detailoplysninger**

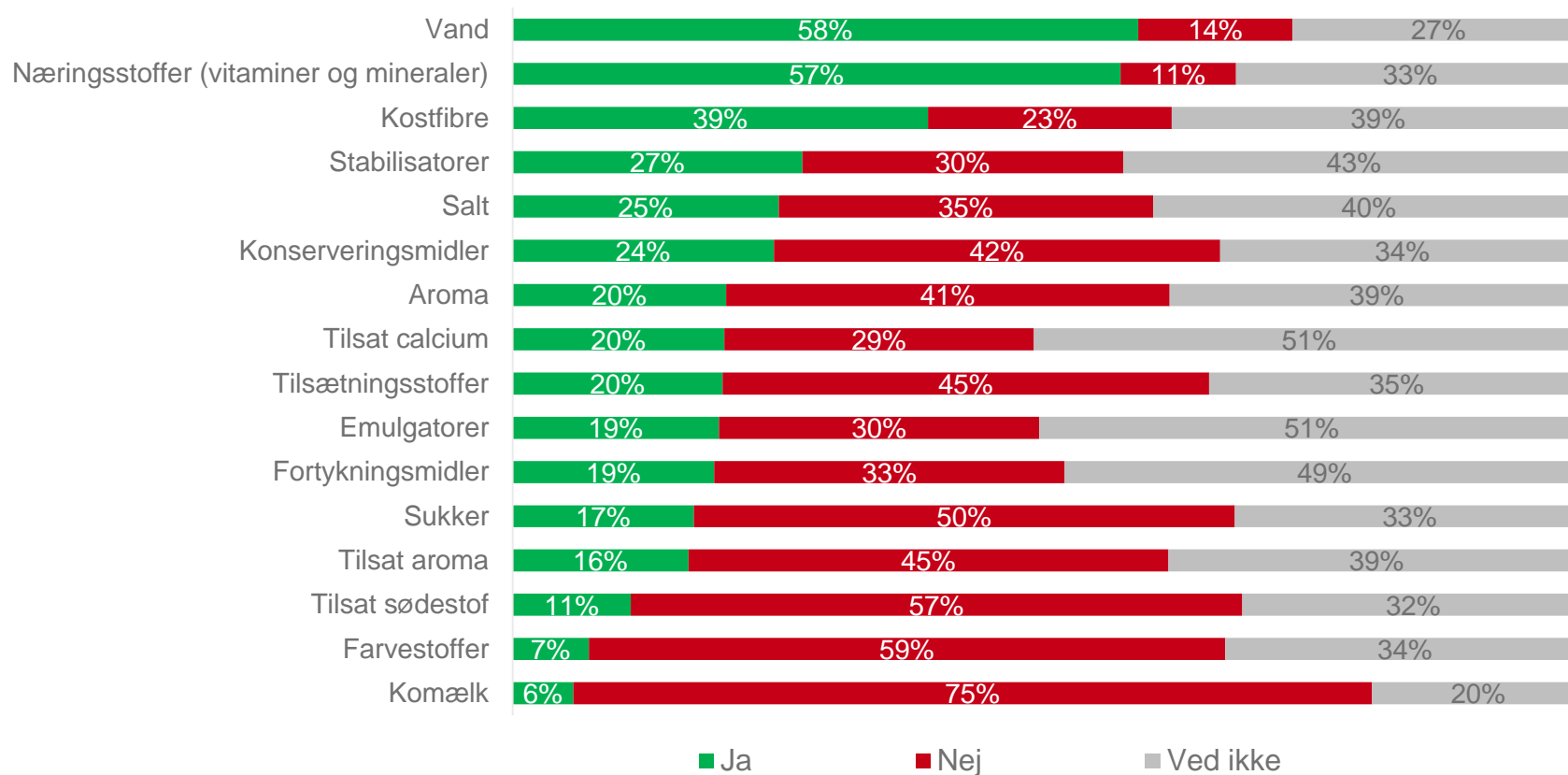
# Ernæringsmæssige egenskaber, der beskriver Soyadrik ifølge danskerne

Dette er et produkt...



Q3. Her er en række næringsmæssige egenskaber, der kan beskrive denne type af produkt. Hvilke næringsmæssige egenskaber mener du beskriver denne type af produkt?  
Base: Soyadrik (n=502)

# Ifølge danskerne indeholder Soyadrik disse ingredienser

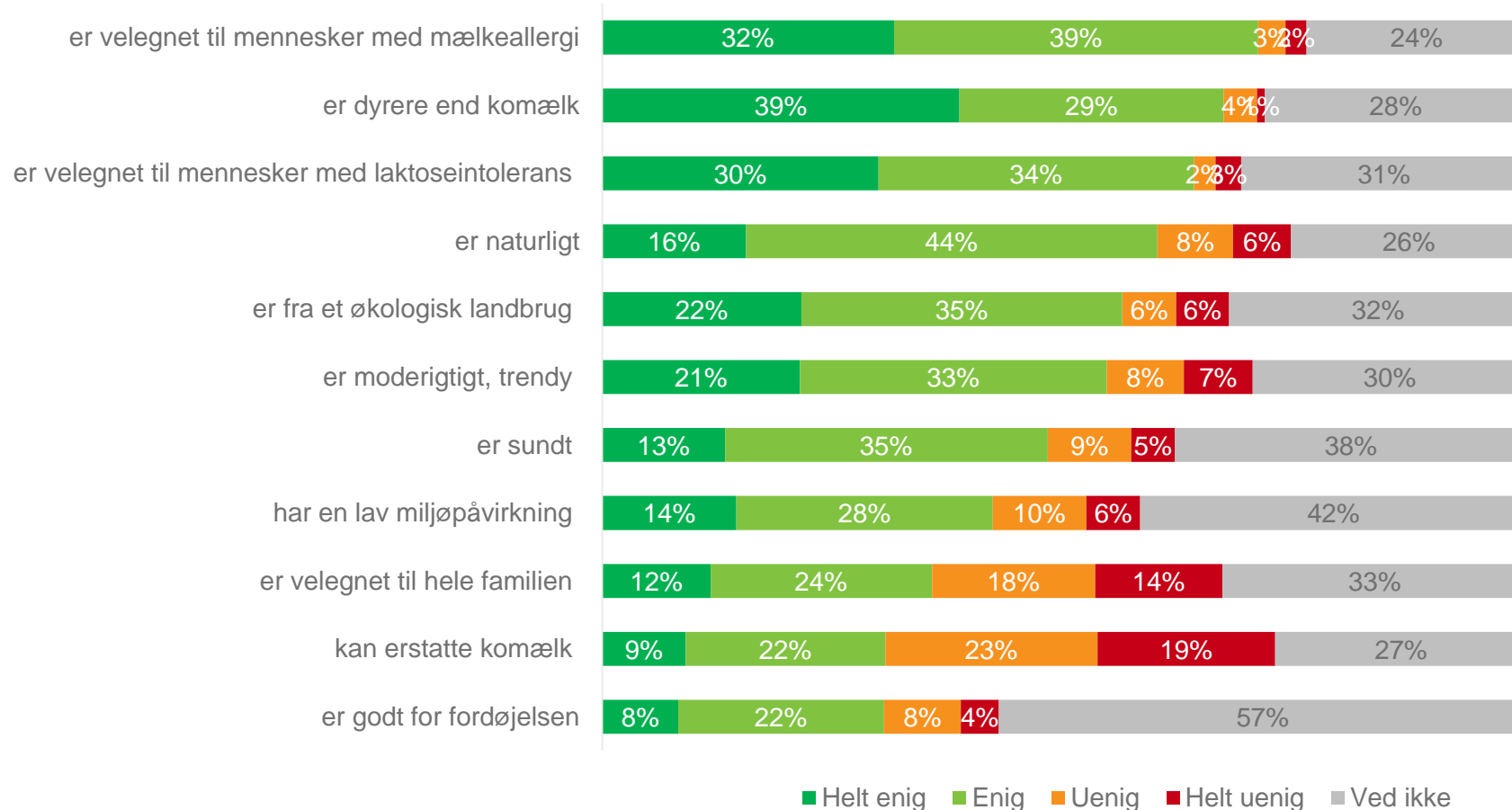


Q5. Hvilken/hvilke af de følgende ingredienser tror du denne type af produkt indeholder?  
Base: Soyadrik (n=502)



# Holdninger til Soyadrik

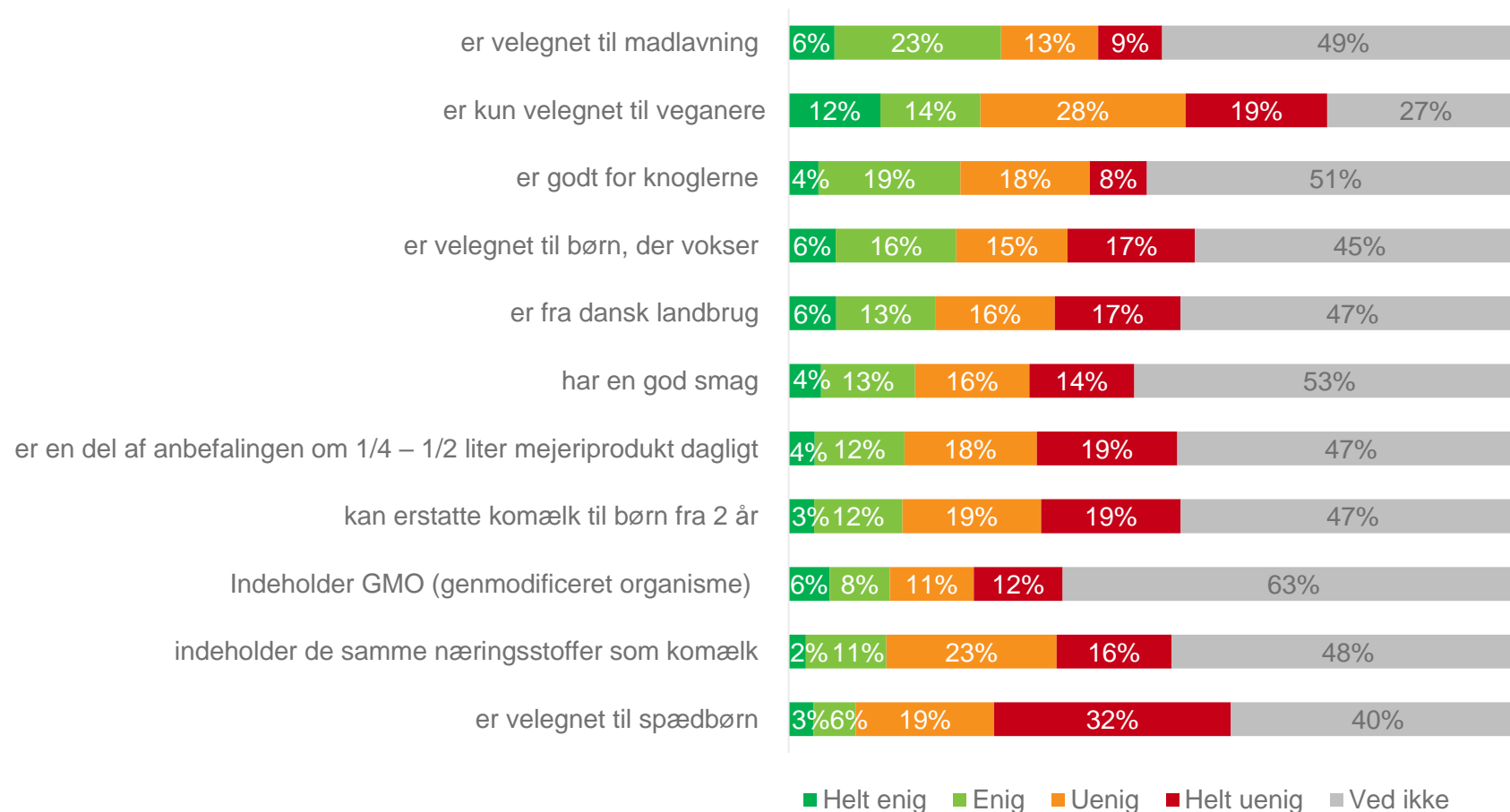
Denne type af produkt...



Q4. Her er en række sætninger, der kan siges om denne type af produkt. For hver af dem bedes du angive, om du er helt enig, enig, uenig eller helt uenig?  
 Base: Soyadrik (n=502)

# Holdninger til Soyadrik

Denne type af produkt...



Q4. Her er en række sætninger, der kan siges om denne type af produkt. For hver af dem bedes du angive, om du er helt enig, enig, uenig eller helt uenig?  
Base: Soyadrik (n=502)