



HelseDirektoratet



Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri  
Fødevarestyrelsen



Embætti  
landlæknis  
Directorate of Health



**YouGov**<sup>®</sup>  
What the world thinks

# Norræn rannsókn á saltneyslu – niðurstöður fyrir Ísland

*Íbúarannsókn gerð fyrir norrænar matvælastofnanir*

Júlí 2015

# Efnisyfirlit

<b>Bakgrunnur og markmið</b>	<b>bls. 3-5</b>
<b>Meginniðurstöður</b>	<b>bls. 6-10</b>
<b>Niðurstöður</b>	<b>bls. 11-47</b>
<i>Árangur kynningarherferðar</i>	<i>bls. 12-16</i>
<i>Mikilvægir þættir við matarinnkaup</i>	<i>bls. 17-18</i>
<i>Fylgst með innihaldi matvæla</i>	<i>bls. 19-32</i>
<i>Þekking á salti</i>	<i>bls. 33-40</i>
<i>Eigin hegðun í sambandi við saltneyslu</i>	<i>bls. 41-47</i>
<b>Um YouGov</b>	<b>bls. 48-50</b>

# Aðferð



# Aðferðarlýsing

## Bakgrunnur og markmið

Norrænar matvælastofnanir (Helsedirektoratet, Fødevarestyrelsen, Mattilsynet og Embætti landlæknis) létu gera samnorræna rannsókn til að komast að því hvað Norðurlandabúar vita um salt og neyslu þess.

Þessi skýrsla sýnir niðurstöðurnar fyrir Ísland.

## Aðferð

Rannsóknin var gerð á tímabilinu 4. júní – 3. júlí 2015 í gegnum netið þar sem notaður var álitsgjafahópur samstarfsaðila YouGov.

## Markhópur

Rannsóknin var gerð meðal Íslendinga á aldrinum 18-74 ára. Tekin voru viðtöl við 1.010 manns í þessum markhópi.

## Vigtun gagna og samsetning þeirra

Gögnin eru vigtuð með tilliti til kyns, aldurs og búsetu út frá tölum Hagstofunnar þannig að niðurstöðurnar eiga við um Íslendinga á aldrinum 18-74 ára.

## Birting niðurstaðna

Þegar niðurstöður rannsóknarinnar eru birtar opinberlega á ávallt að koma greinilega fram að YouGov sé heimildin. Þegar fréttatilkynningar eru gefnar út eiga þær að vera í samræmi við reglur ESOMAR og því á eftirfarandi texti að fylgja með:

*„Rannsóknin var unnin af greiningarfyrirtækinu YouGov sem á tímabilinu 4. júní – 3. júlí 2015 tók samtals 1.010 CAWI-viðtöl við Íslendinga á aldrinum 18-74 ára.“*

# Aðferðarlýsing

## Töflur og athugasemdir

Í niðurstöðukaflanum eru helstu niðurstöður fyrir hverja spurningu fyrir sig (þ.e.a.s. svör alls hópsins) sýndar með töflum.

Meginniðurstöðunni er lýst í texta þar sem einnig er bent á ýmiss atriði sem fram koma í töflunum og frávik milli einstakra hópa.

## Töflurnar

Svörin við einstökum spurningum voru flokkuð eftir bakgrunnsbreytum og þess vegna er hægt að sjá í töflunum svör mismunandi hópa við hverri spurningu.

## Marktæk frávik

Töluleg gögn í töflunum voru prófuð með tilliti til marktækni (marktæk frávik). Í töflunum er til staðar fjöldinn allur af marktækum frávikum, þ.e. hvernig mismunandi hópar svöruðu einstökum spurningum. Að frávik sé marktækt þýðir að svör eins hóps séu greinanlega öðruvísi en svör annars hóps eða allra annarra hópa.

## Chi<sup>2</sup>-prófun og T-prófun

Til að fá fram marktæk frávik milli mismunandi hópa voru gerðar tvenns konar tölfræðilegar prófanir, Chi<sup>2</sup>-prófun og T-prófun:

Chi<sup>2</sup>-prófun: Chi<sup>2</sup>-prófunin er sýnd í töflunum með annaðhvort '+' eða '-'. Ef '+' er í töflu þýðir það að niðurstaðan í viðkomandi dálki sé marktækt hærri en heildartalan. Ef '-' er í töflu þýðir það að niðurstaðan í viðkomandi dálki sé marktækt lægri en heildartalan. Miðað er við 95% vikbil.

T-prófun: T-prófunin er er sýnd í töflunum með prentstöfum. Ef prentókstafur kemur fyrir í töflu þýðir það að niðurstaðan í viðkomandi dálki sé marktækt ólík niðurstöðu þess dálks sem prenttafurninn vísar til. Í þessari prófun var einnig miðað við 95% vikbil.



# Meginniðurstöður



# Meginniðurstöður – mat á kynningarherferð

- 56% Íslendinga sáu umfjöllun um salt og of mikla saltnotkun í fjölmiðlum og samfélagsmiðlum að undanfögnu (**án hjálpar**).
- 24% Íslendinga mundu **með hjálp** eftir herferðinni.
- Vitneskjan um herferðina var aðallega úr dagblöðum (26%) og auglýsingum á Facebook (20%).
- Flestum finnst að herferðin hafa haft áhrif: „Kynningarherferðin fjallar um mikilvægt málefni“ (meðaltal 3,92) og „Boðskapur kynningarherferðarinnar er skýr og auðskiljanlegur“ (meðaltal 3,86). Svörin voru á skala 1-5 þar sem 1 þýðir á alls ekki við og 5 þýðir á við að mjög miklu leyti.

# Meginniðurstöður – vitneskja um saltneyslu

- Niðurstöðurnar frá 2014 og 2015 eru að mestu leyti eins. Þar sem marktækur munur er til staðar er hann jákvæður að því leyti að í rannsókninni 2015 höfðu Íslendingar meiri vitneskju um salt og veittu því meiri athygli hvernig þeir gætu dregið úr saltneyslu sinni. Líkt og í rannsókninni 2014 var Ísland 2015 það Norðurlandanna þar sem þekking íbúa á salti var mest og áhugi mestur á að draga úr saltneyslunni.
- Íslendingar eru mjög óöruggir á því hve mikilli daglegri saltneyslu mælt er með en hafa þó á tilfinningunni að hún eigi ekki að vera meiri en 5-6 grömm á dag. Óöryggið sést fyrst og fremst á því að 6 af 10 (57%) vita ekki hve mörgum grömmum af salti á dag mælt er með. Tæplega sjöundi hver (16%) veit að magnið, sem mælt er með, er 5-6 grömm á dag en næstum því eins margir (14%) giska á 3-4 grömm. Að Íslendingar hafa góða tilfinningu fyrir hámarks saltneyslu á dag sést á því að fáir giska á meira magn en mælt er með; 7-8 grömm (3%), 9-10 grömm (0,39%), 11-12 grömm (0%).
- Flestir telja að þeir neyti u.þ.b. þess daglega saltmagns sem mælt er með (27%). 3 af 10 telja að þeir neyti aðeins meira (23%) eða miklu meira (6%) af salti en mælt er með á dag. 1 af 5 telur saltneysluna aðeins minni (15%) eða miklu minni (7%) en mælt er með. Fimmti hver hefur ekki hugmynd um hvort hann neyti meira eða minna af salti en mælt er með, en 22% svara veit ekki.
- Íslendingar eru ekki í neinum vafa um að landsmenn neyti of mikils salts. 3 af 4 telja að landsmenn neyti aðeins meira (32%) eða miklu meira (43%) af salti en þau 5-6 grömm á dag sem mælt er með. Þeir telja jafnframt að aðeins 4% landsmanna neyti þess magns sem mælt er með. Mjög fáir, 2%, telja að venjulegur Íslendingur neyti aðeins minna (1%) eða miklu minna (1%) af salti en mælt er með.
- Íslendingar eru ekki í vafa um að bróðurpartur þess salts sem þeir neyta komi úr unnum matvælum. 3 af 4 telja að 40-100% af saltneyslu þeirra komi þaðan. Flestir telja að salt í unnum matvælum sé 60-80% af saltneyslu landsmanna (38%).



# Meginniðurstöður – hegðun í sambandi við salt

- 8 af 10 Íslendingum telja að megnið af því salti sem þeir nota komi úr unnum matvælum (81%). Um 1 af 15 telur að aðaluppsprettan sé salt sem notað er við matreiðslu eða við matarborðið (7%). Aðeins 1% telur að aðaluppsprettan sé salt sem sé náttúrulegt í matvælum.
- Við matarinnkaup leggja Íslendingar höfuðáherslu á verð (78%). Margir leggja einnig áherslu á bragð (60%) og næringarinnihald (59%). 1 af 8 leggur áherslu á fjölda hitaeyninga (12%) og 1 af 7 á að matvælin séu lífræn (14%). 16% leggja áherslu á að matvælin séu skráargatsmerkt sem er tvöföldun síðan 2014 (8%).
- Ef litið er á sambandið milli heilsufars og innihalds matvæla þá eru bakteríur (meðaltal 2,67) og salt (meðaltal 2,79) þau atriði sem fæstir Íslendingar huga að. Flestir fylgjast með sykri (meðaltal 3,55) og aukefnum (meðaltal 3,11).
- Samtals veita rúmlega 3 af 10 því mikla athygli (14%) eða mjög mikla athygli (11%) hve mikið af salti þeir neyta daglega. Flestir, eða tæplega 6 af 10, veita því athygli í nokkrum mæli (31%) eða lítilsháttar athygli (25%). 18% veita því enga athygli mikið af salti þeir neyta.
- Íslendingar vita vel að of mikil saltneysla getur haft neikvæð áhrif á heilsuna. Það vita samtals 8 af 10, og af þeim svara 23% mjög mikil, 55% svara í nokkrum mæli og 10% í minna mæli. Aðeins 3% telja að salt hafi engin neikvæð áhrif á heilsuna.
- Íslendingar eru ekki í vafa um að of mikil saltneysla geti aukið hættuna á of háum blóðþrýstingi (78%). Margir vita einnig að of mikil saltneysla eykur hættu á hjarta- og æðasjúkdómum (70%). 1 af 7 heldur að of mikið salt geti valdið krabbameini (14%), en nánast enginn heldur að það auki hættuna á beinþynningu (4%) eða astma (4%). 16% vita ekki hvaða sjúkdómum of mikil saltneysla eykur hættuna á.
- Mjög misjafnt er hve mikið menn reyna að draga úr saltneyslu sinni. Flestir gera þó lítið af því. Það sést á því að samtals 6 af 10 reyna aðeins stundum (25%), sjaldan (21%) eða aldrei (14%) að draga úr saltneyslu. Af hinum reyna tæplega 4 af 10 oft (23%) eða alltaf (15%) að minnka saltneysluna.

# Meginniðurstöður – hegðun í sambandi við salt

- Íslendingar eru mjög fúsir að draga úr saltneyslu ef þeir komast að raun um að þeir neyti of mikils salts. 8 af 10 segja líklegt (45%) eða mjög líklegt (36%) að þeir reyni að draga úr saltneyslu komist þeir að því að hún sé of mikil.
- Aðeins 1 af 20 telur það ólíklegt (3%) eða mjög ólíklegt (3%) að hægt sé að fá þá til að draga úr saltneyslunni.
- Íslendingar eru mjög hlyntir því að geta valið matvæli með minna saltinnihaldi en samsvarandi tegundir í sama vöruflokki. 6 af 10 segjast líklega (38%) eða örugglega (20%) velja svoleiðis vörur ef þeir geta. Við það bætist að 3 af 10 (31%) segjast kannski myndu velja saltskert matvæl í stað samsvarandi vöru sem ekki er saltskert. Samtals þýðir þetta að 9 af 10 hafa áhuga á þessum möguleika. Aðeins 1 af 20 myndu örugglega ekki (2%) eða líklega ekki (4%) velja saltskert matvæli.
- Að mati Íslendinga eru fimm aðferðir nokkurn veginn jafn góðar við að draga úr saltneyslu. Það er að salta minna við matargerð (56% – aukning um 3 prósentustig frá 2014), ekki salta matinn aukalega áður en hans er neytt (55% – sama og 2014), draga úr neyslu á mjög söltum matvælum (54% – lækkun um 5 prósentustig frá 2014), bragða á matnum áður en hann er saltaður (53%) og draga úr neyslu á mjög söltum matvælum (51% – lækkun um 4 prósentustig frá 2014).
- 1 af 6 Íslendingum leita að skráargatsmerktum vörum við innkaup (17%), en það er marktæk aukning frá 2014 þegar hlutfallið var 11%.
- Íslendingar eru sammála um að tvennt sé besta hjálpin við að draga úr saltneyslu. Það er að matvælaiðnaðurinn dragi úr saltmagni í vörum sínum (69% – aukning um 5 prósentustig frá 2014) og ef það væri auðveldara að sjá hve mikið salt er í matvælum (58% – sama og 2014). Tæpur helmingur bendir einnig á að Skráargatsmerkið geti hjálpað við að draga úr saltneyslu (48% – aukning um 4 prósentustig frá 2014). Sumir oska líka eftir fræðslu um önnur bragðaukandi efni (40%, aukning um 4 prósentustig frá 2014) og uppskriftum með minna af salti (32% – aukning um 4 prósentustig frá 2014).

# Niðurstöður



# Árangur kynningarherferðar



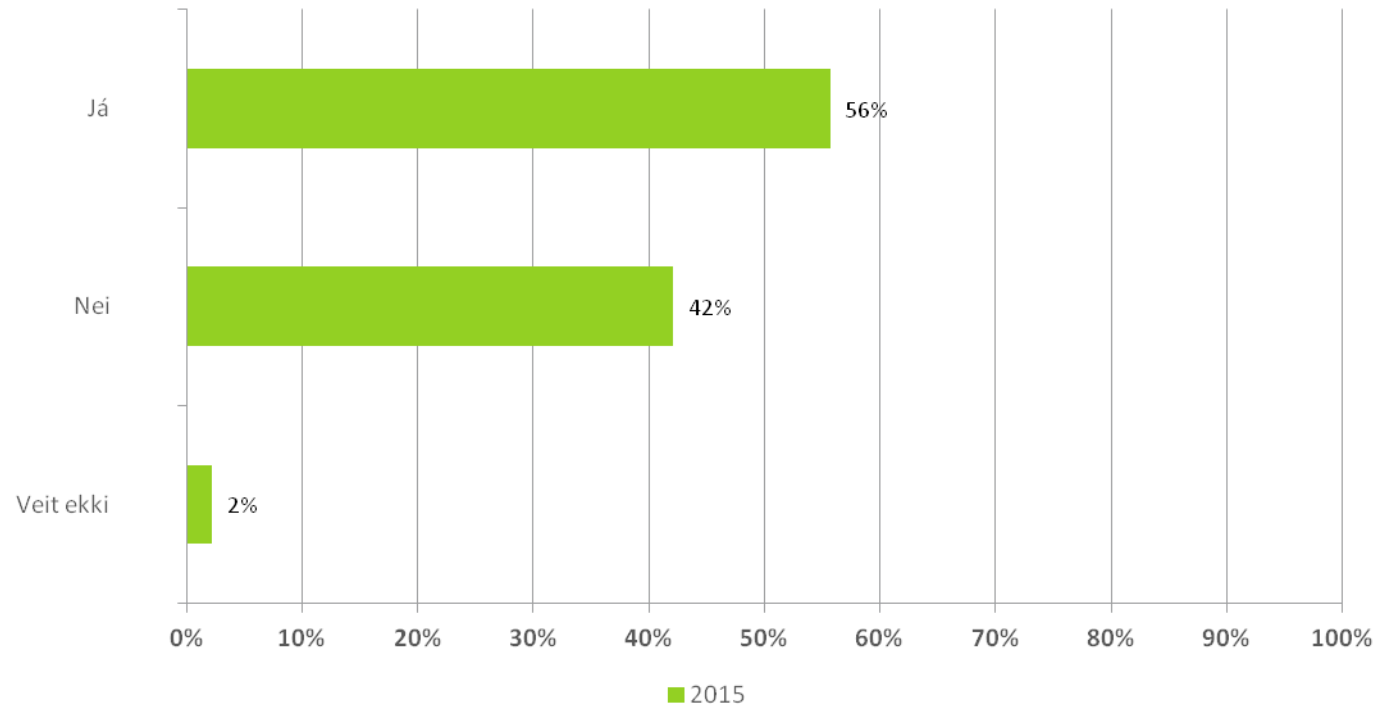
# Vitneskja um salt í fjölmiðlum og á samfélagsmiðlum



Sp. A Hefur þú séð eða heyrt minnst á salt og of mikla saltneyslu í fjölmiðlum eða á samfélagsmiðlum upp á síðkastið?

Grunnur: 2015 (1010)

Næstum 6 af 10 hafa séð eða heyrt minnst á salt og of mikla saltneyslu í fjölmiðlum eða samfélagsmiðlum að undanfögnu (56%).



Af aldurshópunum hafa marktækt flestir í hópnum 55-74 ára (79%) séð eða heyrt fjallað um salt í fjölmiðlum eða samfélagsmiðlum en marktækt færstir í aldurshópnum 18-34 ára (39%).

# Vitneskja með hjálp um herferðina



Sp. C Minnst þú að hafa séð þessar myndir eða annað úr þessari kynningarherferð? Smelltu á myndina til að sjá hana í stærri sniði.

Grunnur: 2015 (1010)

1 af 4 man eftir herferðinni í einhverjum mæli (24%).



Marktækt fleiri konur (31%) en karlar (17%) vita af kynningarherferðinni. Af aldurshópum muna marktækt fleiri á aldrinum 55-74 ára eftir herferðinni og marktækt færstir muna eftir henni í aldurshópnum 18-34 ára (17%).



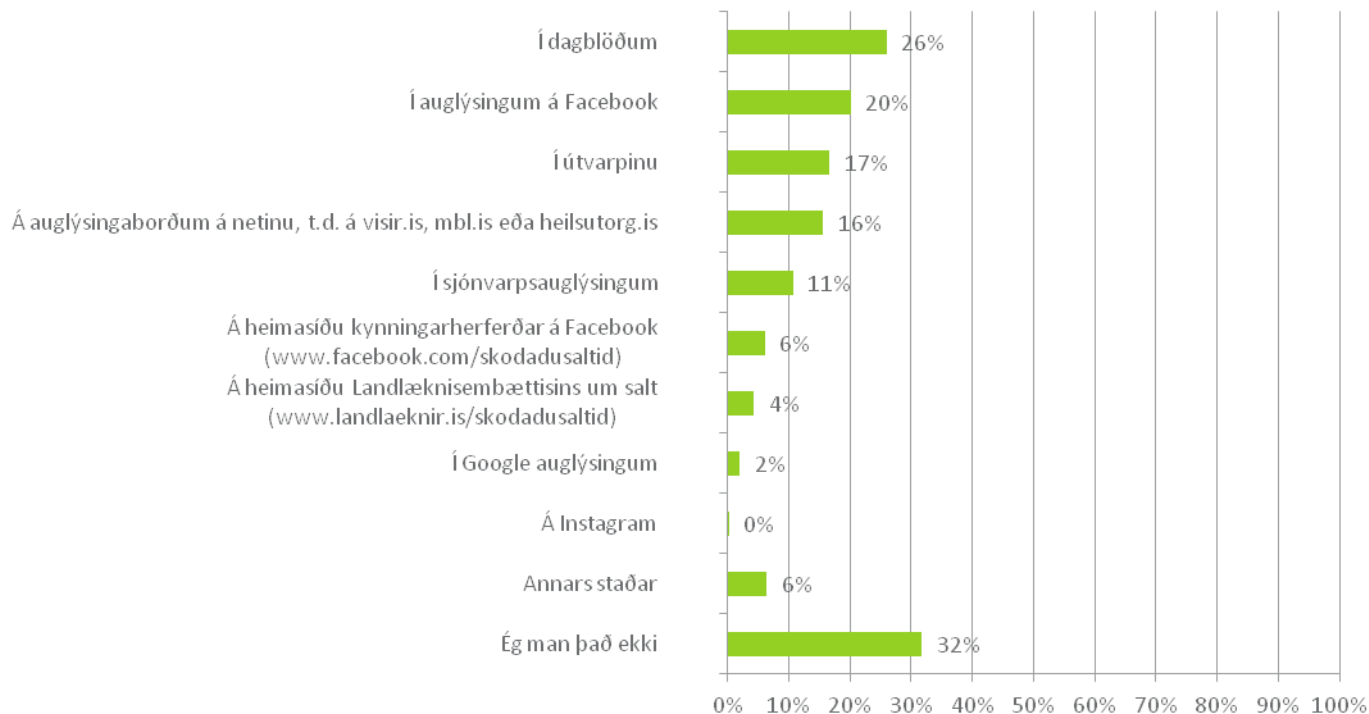
# Hvar var tekið eftir herferðina



Sp. D Hvar hefur þú séð eða heyrnt um kynningarherferðina „Skóðaðu saltið“ sem fjallar um saltneyslu og heilsufarsleg áhrif of mikillar saltneyslu? Þú getur merkt við fleiri en eitt svar.

Grunnur: Hefur séð kynningarherferðina eða hefur heyrnt um salt í fjölmiðlum (576)

Fjórði hver Íslendingur hefur séð fjallað um herferðina eða salt í dagblöðum (26%). Fimmti hver hefur séð augýsingar hennar á Facebook (20%).



Marktæki fleiri konur (27%) en karlar (12%) hafa séð auglýsingar herferðarinnar á Facebook.

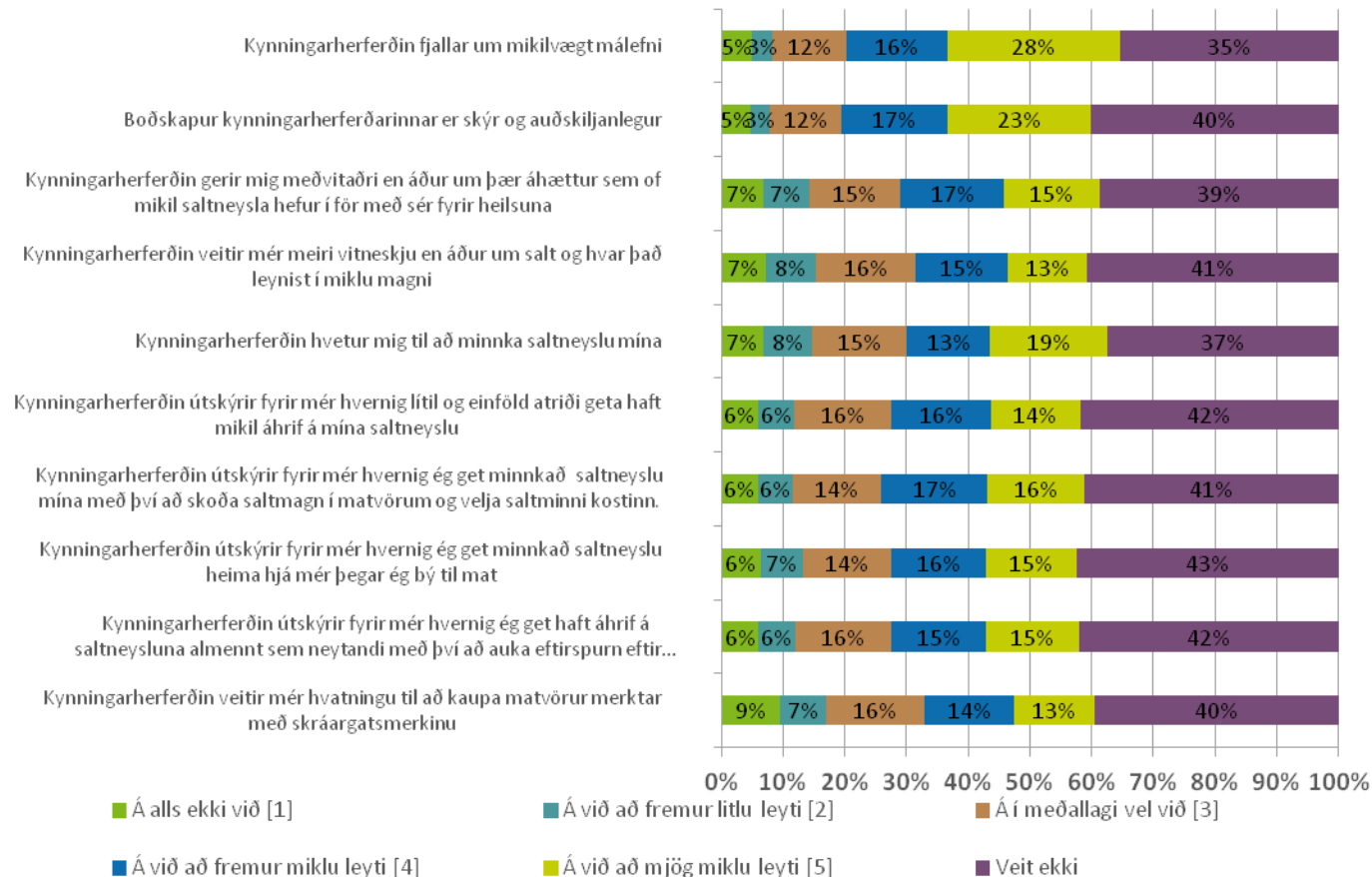
# Boðskapur herferðarinnar



Sp. F Í hversu miklum mæli finnst þér þessar staðhæfingar eiga við um kynningarherferðina?

Grunnur (1010)

Flestum finnst að herferðinni hafi tekist að hafa áhrif:  
 „Kynningarherferðin fjallar um mikilvægt málefni“ (meðaltal 3,92) og  
 „Boðskapur kynningarherferðarinnar er skýr og auðskiljanlegur“ (meðaltal 3,86). Svörin voru á skala 1-5 þar sem 1 þýðir á alls ekki við og 5 þýðir á við að mjög miklu leyti.



*Mikilvægir þættir við matarinnkaup*



# Mikilvægir þættir við matarinnkaup



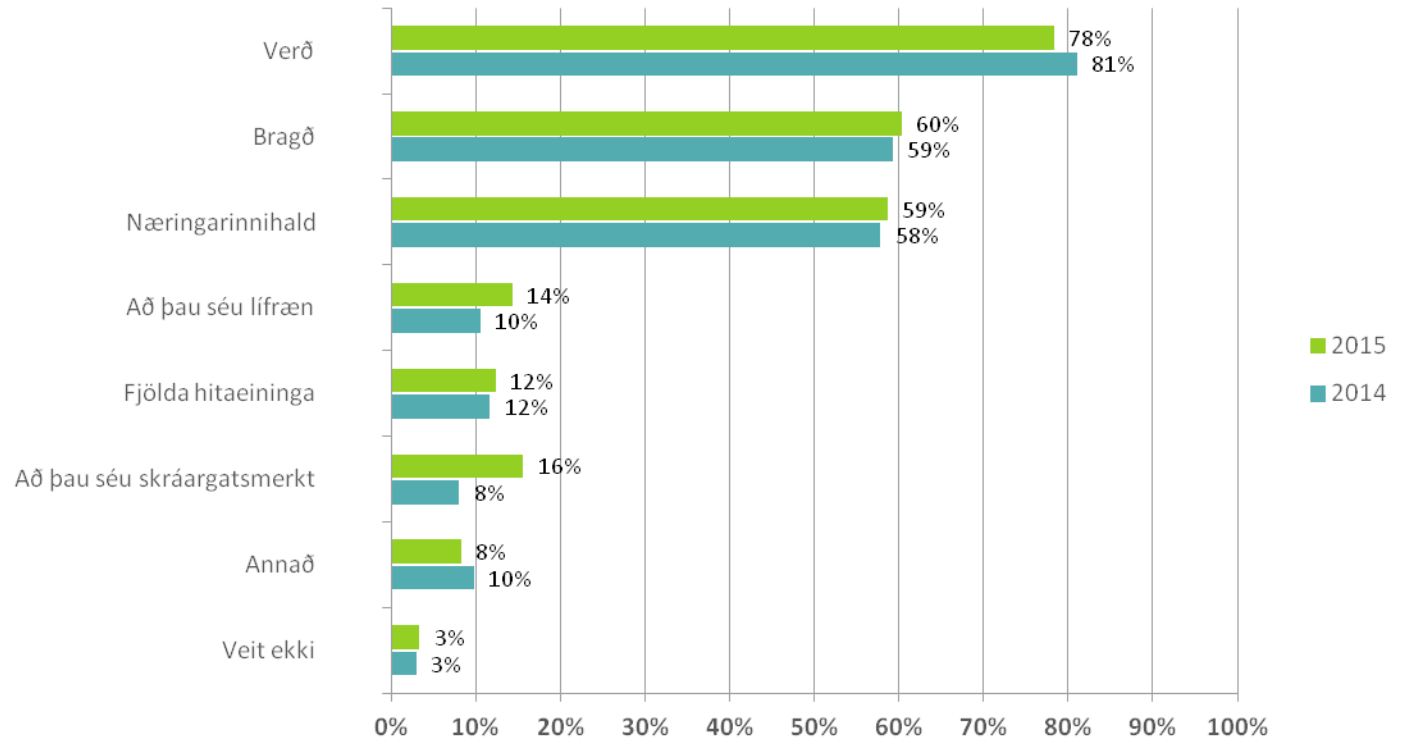
Sp.1 Hvað leggur þú áherslu á við innkaup á matvælum?

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Við matarinnkaup leggja Íslendingar höfuðáherslu á verð (78%). Þar á eftir kemur bragð (60%) og næringarinnihald (59%).

Einn af 8 leggur áherslu á fjölda hitaeininga (12%) og 1 af 7 að matvælin séu lífræn (14%).

16% leggja áherslu á að matvælin séu skráargatsmerkt sem er tvöföldun frá 2014 (8%).



Konur leggja marktækt meiri áherslu á **næringarinnihald** en karlar (konur 68%/karlar 49%) og **skráargatsmerkið** (konur 22%/karlar 9%). Hjá aldurshópnum hefur **verðið** (86%) og **bragðið** (70%) marktækt mesta þýðingu í hópnum 18-34 ára. Aldurshópurinn 55-74 ára leggur marktækt minni áherslu á verð (70%) og bragð (45%) en aðrir aldurshópar, en hann leggur einnig marktækt meiri áherslu á að matvæli séu lífræn (20%) en aðrir aldurshópar.

*Fylgst með innihaldi matvæla*



# Fylgst með innihaldi matvæla

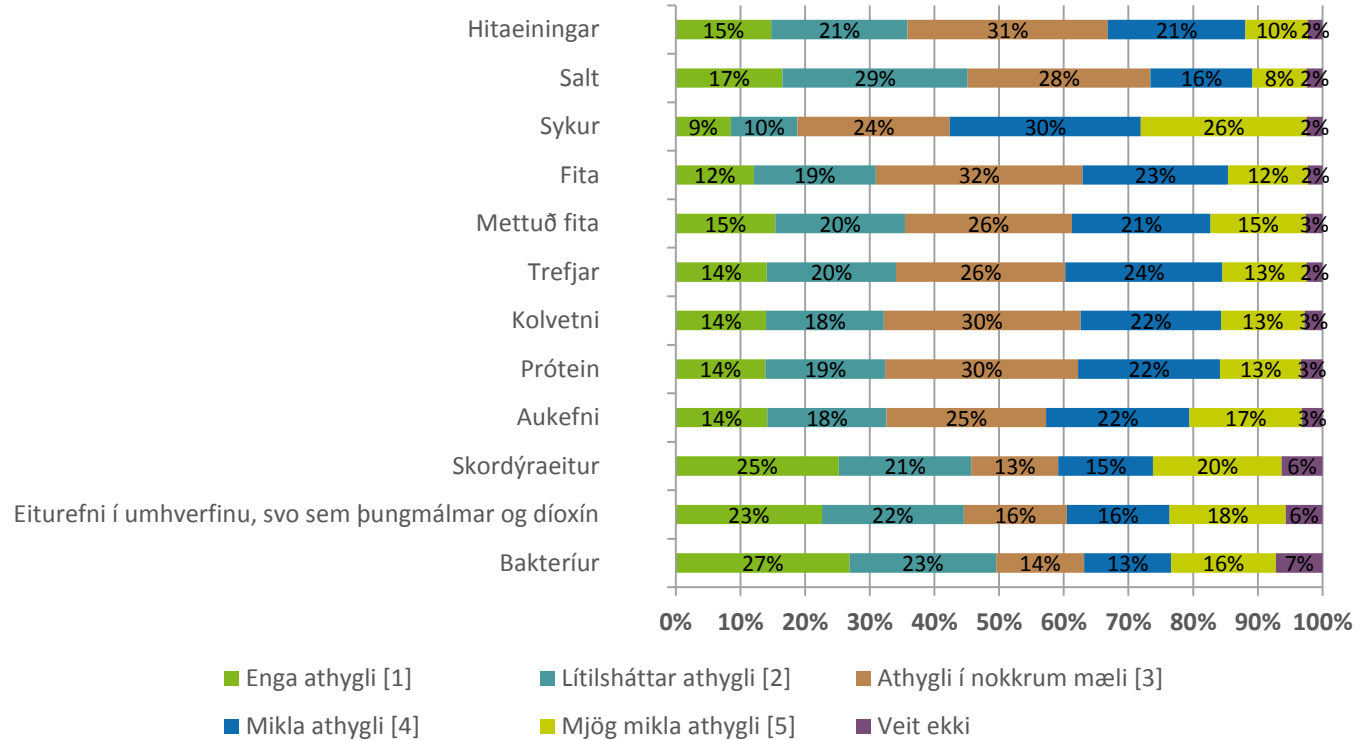


Sp. 2 Út frá heilsfarssjónarmiðum, hversu mikla athygli veitir þú eftirfarandi þáttum í þeim mat sem þú neytir?

Grunnur: (1010)

Til hliðar er samantekt á þeirri athygli sem Íslendingar veita ýmsum þáttum í matnum sem þeir neyta. Á næstu skyggnum er farið yfir hvern einstakan þátt fyrir sig.

Þegar meðaltöl eru borin saman sést að Íslendingar veita sykurinnihaldi matvæla mesta athygli (meðaltal 3,55) en bakteríum (meðaltal 2,67) og saltinnihaldi (meðaltal 2,70) minnsta athygli.





# Fylgst með innihaldi matvæla

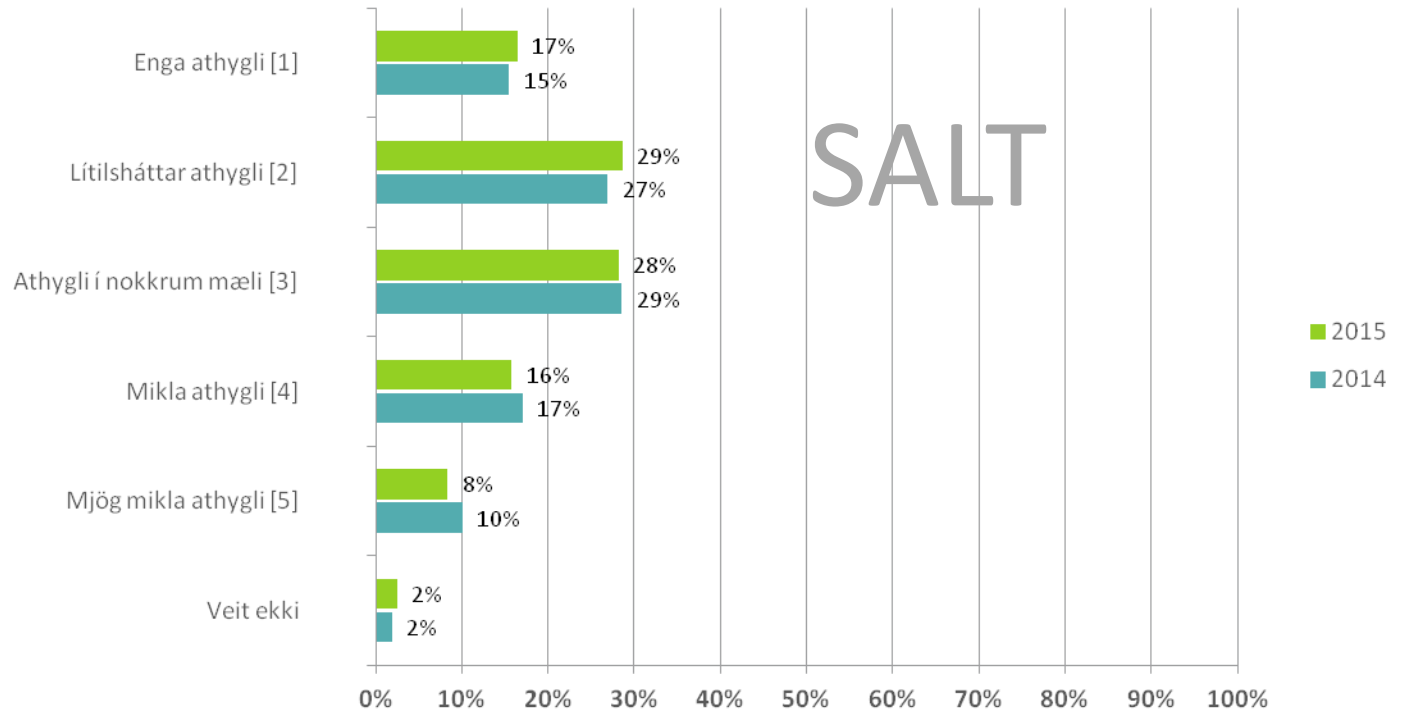


Sp. 2 Út frá heilsfarssjónarmiðum, hversu mikla athygli veitir þú eftirfarandi þáttum í þeim mat sem þú neytir? Salt.

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Íslendingar veita saltinnihaldi matar, sem þeir neyta, tiltölulega litla athygli. Samtals veitir um 1 af 4 saltneyslu sinni mikla (16%) eða mjög mikla (8%) athygli.

Flestir, eða yfir helmingur, veita saltneyslu sinni athygli í nokkrum mæli (28%) eða lítilsháttar athygli en sjöundi hver (17%) veitir saltinnihaldi matarins enga athygli.



Konur (toppbox 32%) fylgjast marktækt meira með saltneyslu sinni en karlar (toppbox 17%). Athyglin eykst með hækkandi aldri; 18-34 ára (toppbox 15%), 35-54 ára (toppbox 23%) og 55-74 ára (toppbox 38%). Tvöfalt fleiri af þeim sem tóku eftir herferðinni eða sáu fjallað um salt í miðlum fylgjast með saltneyslu sinni (toppbox 31%) samanborið við þá sem ekki tóku eftir herferðinni (toppbox 15%).

# Fylgst með innihaldi matvæla



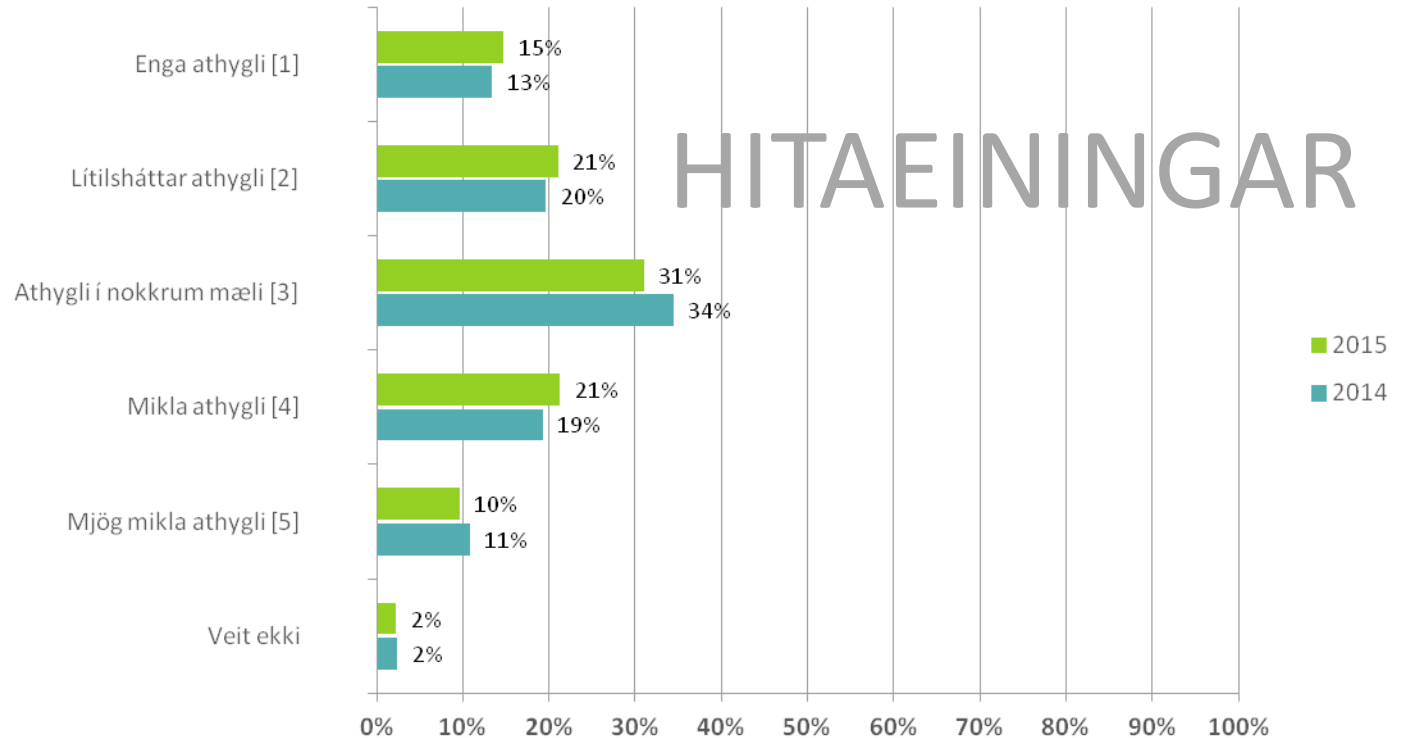
Sp. 2 Út frá heilsfarssjónarmiðum, hversu mikla athygli veitir þú eftirfarandi þáttum í þeim mat sem þú neytir? Hitaeiningar.

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Helmingur Íslendinga veitir í nokkrum mæli (31%) eða lítilsháttar (21%) athygli hitaeininga-fjölda þess matar sem þeir neyta.

3 af 10 veita hitaeininga-fjöldanum mikla (21%) eða mjög mikla (10%) athygli.

15% veita hitaeiningum í matnum, sem þeir neyta, enga athygli.



Karlar (botnbox 39%) fylgjast marktækt minna með hitaeiningum en konur (botnbox 33%). Aldur hefur einnig áhrif á hve mikið fylgst er með hitaeiningum. Hópurinn 18-34 ára veitir hitaeiningum minnsta athygli (botnbox 44%), en hópurinn 55-74 ára veitir þeim marktækt meiri athygli (toppbox 37%) en aðrir aldurshópar.

# Fylgst með innihaldi matvæla



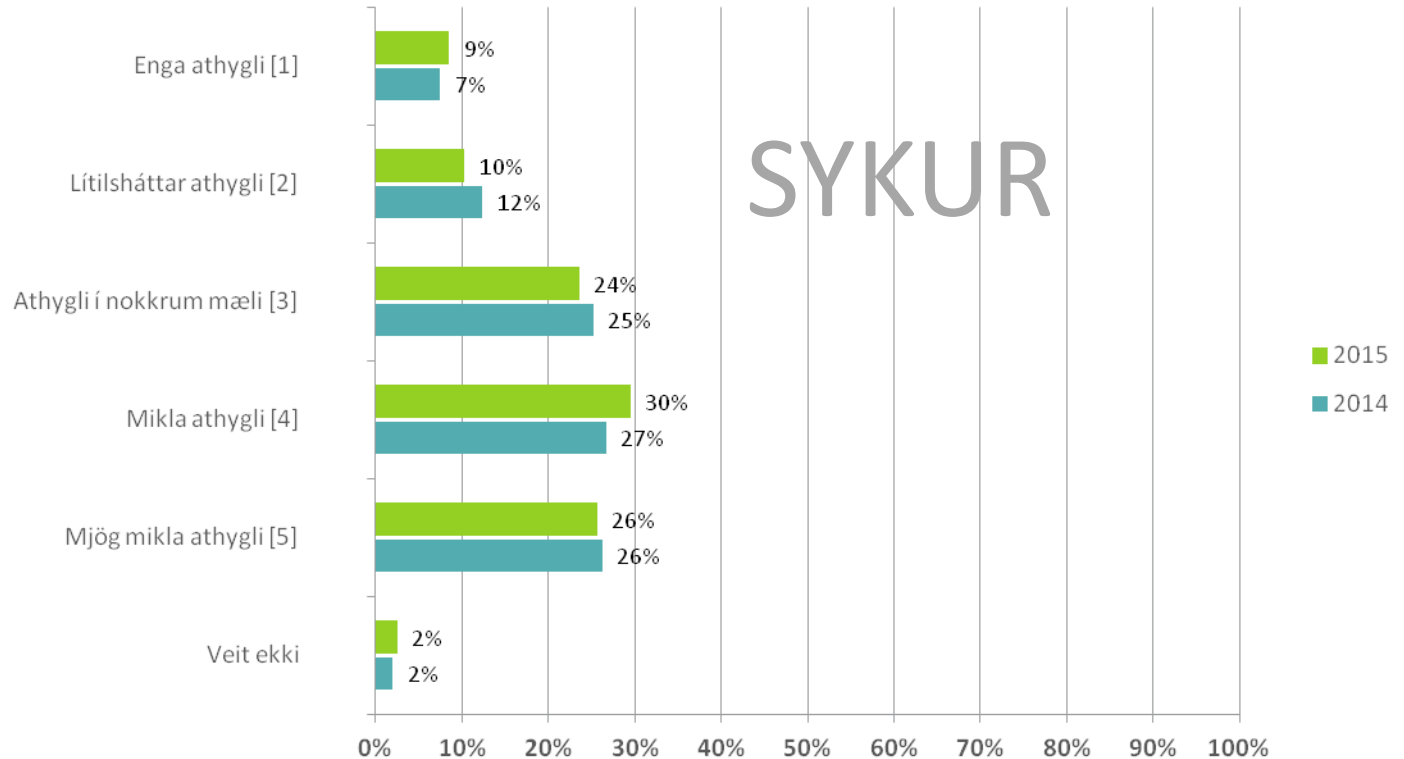
Sp. 2 Út frá heilsfarssjónarmiðum, hversu mikla athygli veitir þú eftirfarandi þáttum í þeim mat sem þú neytir? Sykur.

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Rúmur helmingur veitir sykurinnihaldi matar, sem hann neytir, mikla (30%) eða mjög mikla (26%) athygli.

Tæplega 4 af 10 veita sykri í mat, sem þeir neyta, í nokkrum mæli athygli (24%) eða lítilsháttar athygli (10%).

Um 1 af 10 (9%) veitir sykurinnihaldi matar enga athygli.



Konur (toppbox 64%) veita sykri í matvælum marktækt meiri athygli en karlar (toppbox 46%). Ef flokkað er eftir menntun fylgist fólk með grunnskólapróf, 10 ár eða minna (toppbox 39%) marktækt minna með sykurinnihaldi en þeir sem eru með meiri menntun, en fólk með háskólagráðu, fyrsta námsgráða (toppbox 61%) fylgst meira með sykurinnihaldi en fólk með aðra menntun.

# Fylgst með innihaldi matvæla



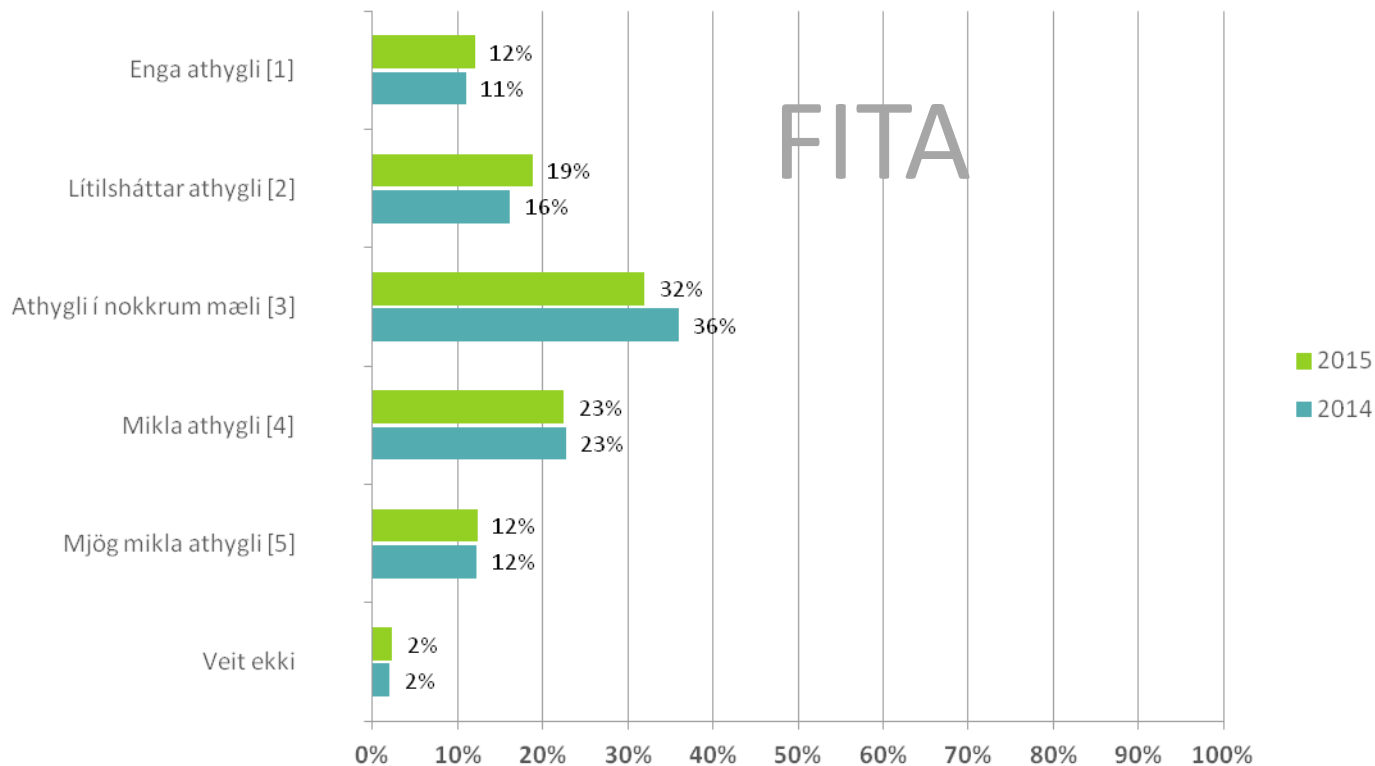
Sp. 2 Út frá heilsfarssjónarmiðum, hversu mikla athygli veitir þú eftirfarandi þáttum í þeim mat sem þú neytir? Fita.

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Helmingur Íslendinga fylgist með fituinnihaldi matar síns í nokkrum mæli (32%) eða lítilsháttar athygli (19%).

Samtals veitir um þriðji hver fituinnihaldi matar mikla (23%) eða mjög mikla (12%) athygli.

Tíundi hver Íslendingur (12%) veitir fituinnihaldi enga athygli.



Konur (toppbox 41%) fylgjast marktækt meira með fituinnihaldi en karlar (toppbox 29%). Athyglin eykst með hækkandi aldri; 18-34 ára (toppbox 29%), 35-54 ára (toppbox 37%) og 55-74 ára (toppbox 40%).

# Fylgst með innihaldi matvæla



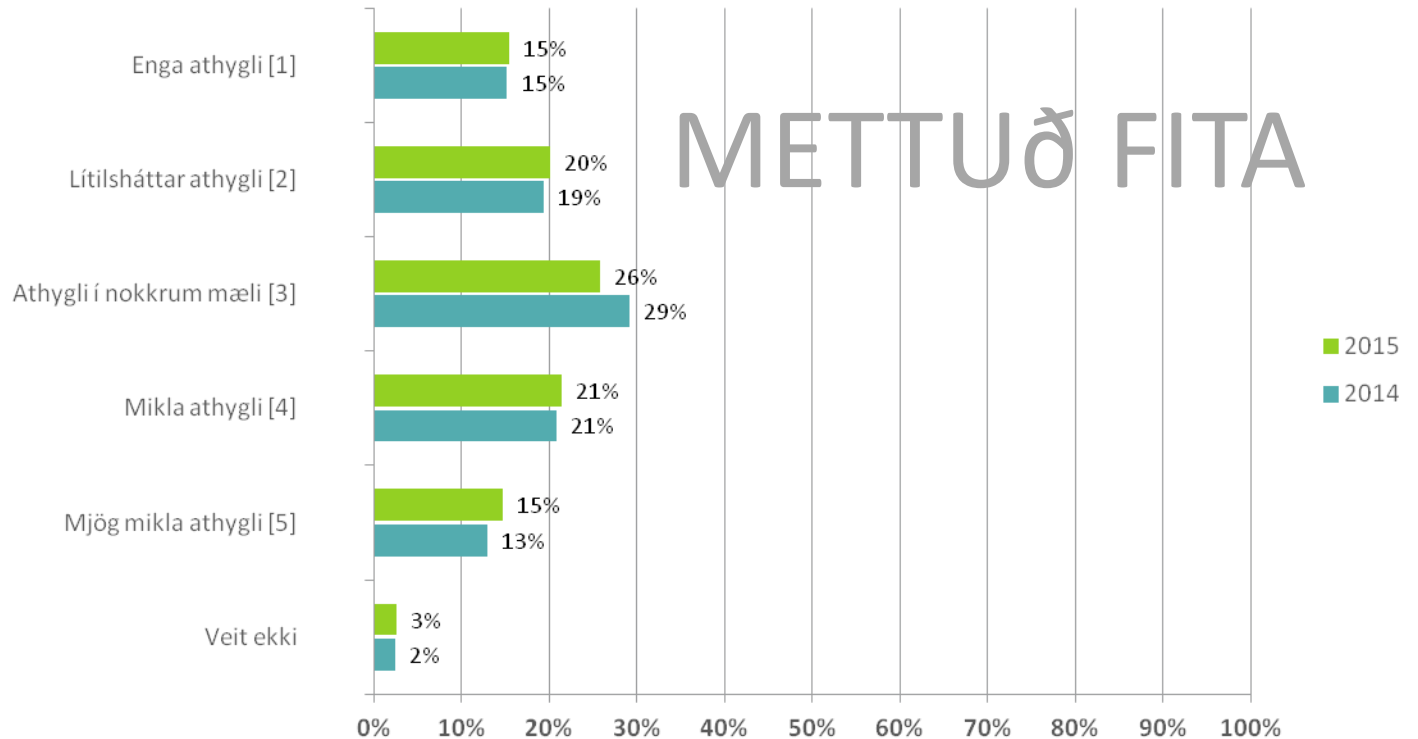
Sp. 2 Út frá heilsfarssjónarmiðum, hversu mikla athygli veitir þú eftirfarandi þáttum í þeim mat sem þú neytir? Mettuð fitu.

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Helmingur Íslendinga veitir mettaðri fitu í mat sínum athygli í nokkrum mæli (26%) eða lítilsháttar athygli (20%).

Rúmlega þriðji hver veitir mettaðri fitu í matnum mikla (21%) eða mjög mikla (15%) athygli.

Sjöundi hver (15%) veitir mettaðri fitu í matnum enga athygli.



Konur (toppbox 43%) veita mettaðri fitu marktækt meiri athygli en karlar (toppbox 29%). Athyglin eykst með hækkandi aldri; 18-34 ára (toppbox 26%), 35-54 ára (toppbox 39%) og 55-74 ára (toppbox 45%).

# Fylgst með innihaldi matvæla



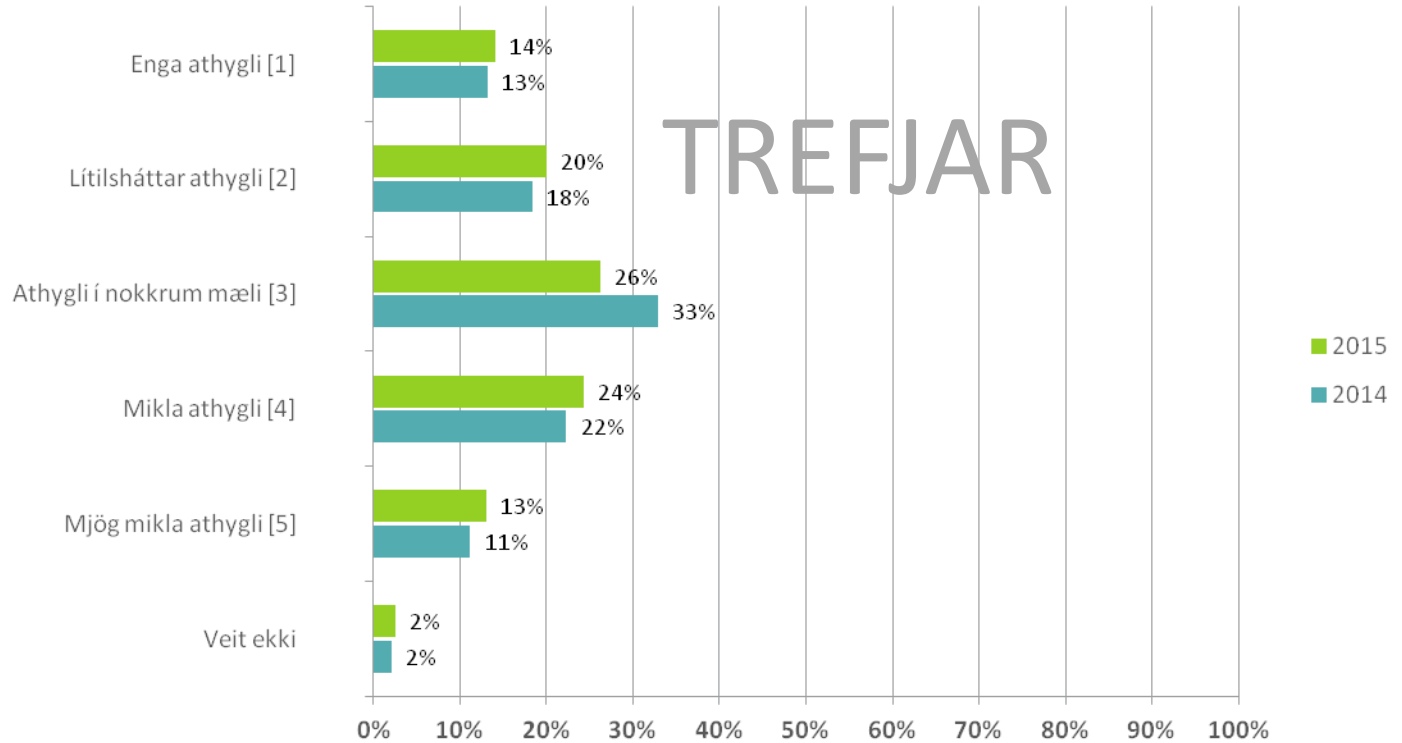
Sp. 2 Út frá heilsfarssjónarmiðum, hversu mikla athygli veitir þú eftirfarandi þáttum í þeim mat sem þú neytir? Trefjar.

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Tæpur helmingur veitir trefjainnihaldi matar síns athygli í nokkrum mæli (26%) eða lítilsháttar athygli (20%).

1 af 4 veitir trefjainnihaldi mikla (24%) eða mjög mikla (13%) athygli.

Sjöundi hver (14%) veitir trefjainnihaldi matar síns enga athygli.



Konur (toppbox 45%) veita trefjainnihaldi marktækt meiri athygli en karlar (toppbox 30%). Athyglin eykst með hækkandi aldri; 18-34 ára (toppbox 28%), 35-54 ára (toppbox 39%) og 55-74 ára (toppbox 46%).



# Fylgst með innihaldi matvæla



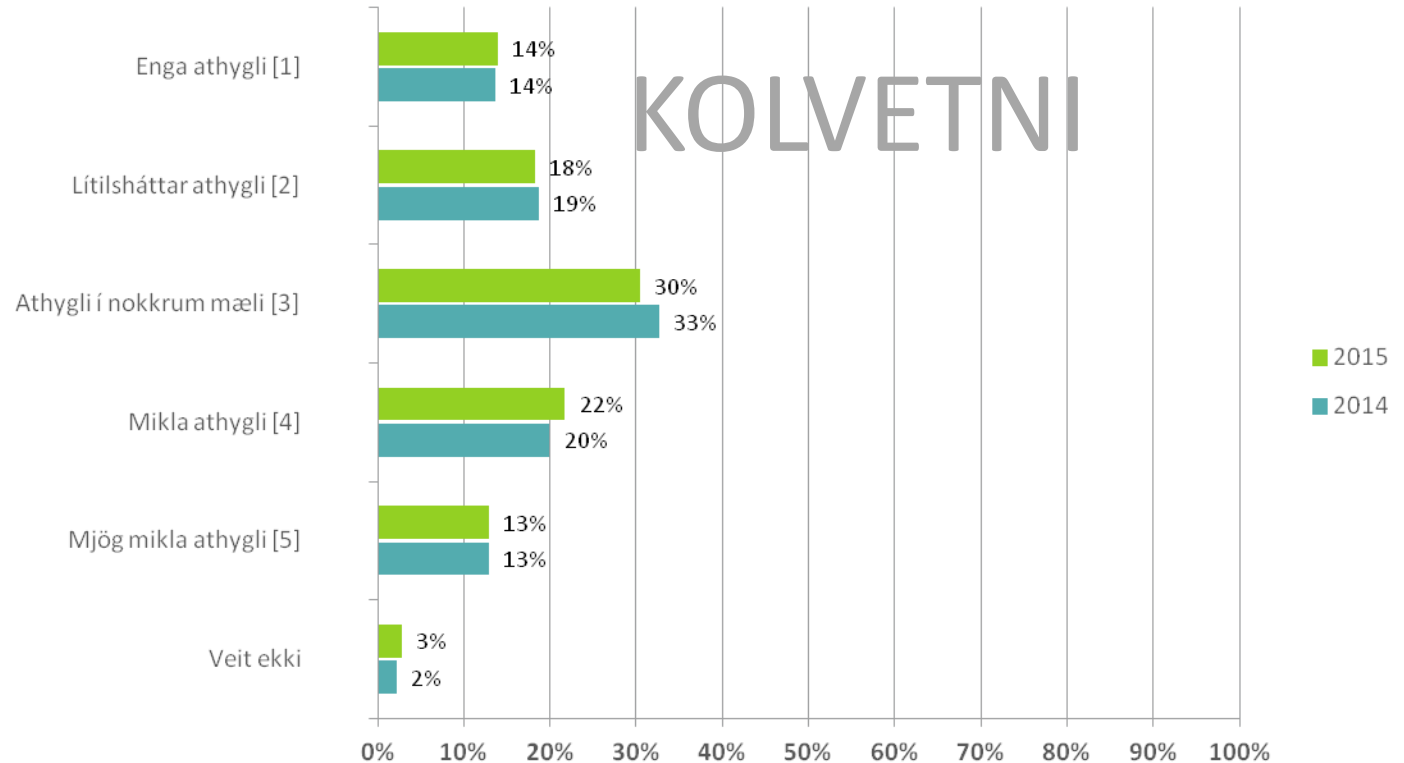
Sp. 2 Út frá heilsfarssjónarmiðum, hversu mikla athygli veitir þú eftirfarandi þáttum í þeim mat sem þú neytir? Kolvetni.

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Tæpur helmingur veitir kolvetnum í þeim mat, sem þeir neyta, athygli í nokkrum mæli (30%) eða lítilsháttar athygli (18%).

1 af 3 veitir kolvetnum í matnum mikla (22%) eða mjög mikla (13%) athygli.

Sjöundi hver (14%) veitir kolvetnum í matnum enga athygli.



Konur (toppbox 39%) veita kolvetnum marktækt meiri athygli en karlar (toppbox 30%).

# Fylgst með innihaldi matvæla



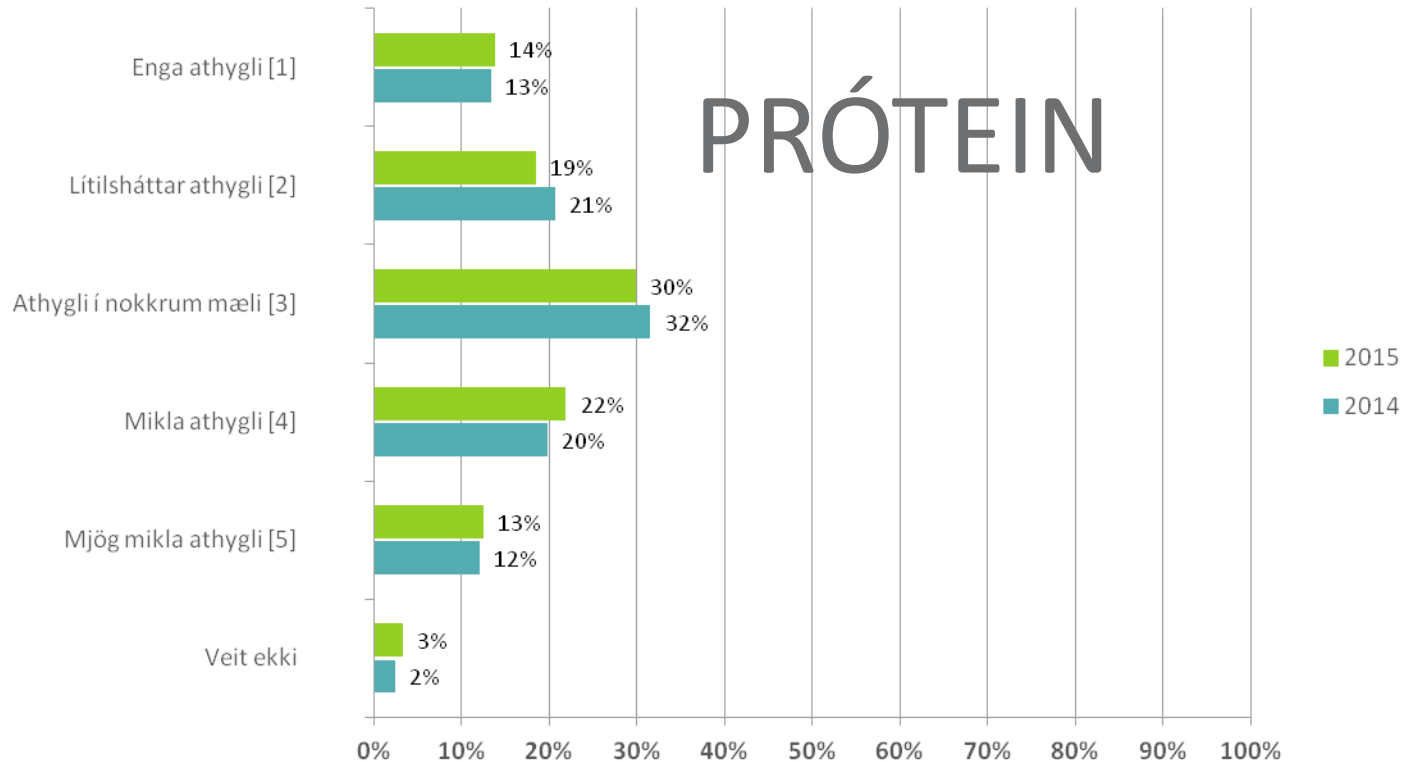
Sp. 2 Út frá heilsfarssjónarmiðum, hversu mikla athygli veitir þú eftirfarandi þáttum í þeim mat sem þú neytir? Prótein.

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Um helmingur Íslendinga veitir próteini í matnum athygli í nokkrum mæli (30%) eða lítilsháttar athygli (19%).

Rúmlega 1 af 3 veitir próteini í matnum mikla (22%) eða mjög mikla (13%) athygli.

Áttundi hver (14%) veitir próteini í matnum enga athygli.



Karlar (botnbox 36%) veita próteininnihaldi marktækt minni athygli en konur (botnbox 29%).

# Fylgst með innihaldi matvæla



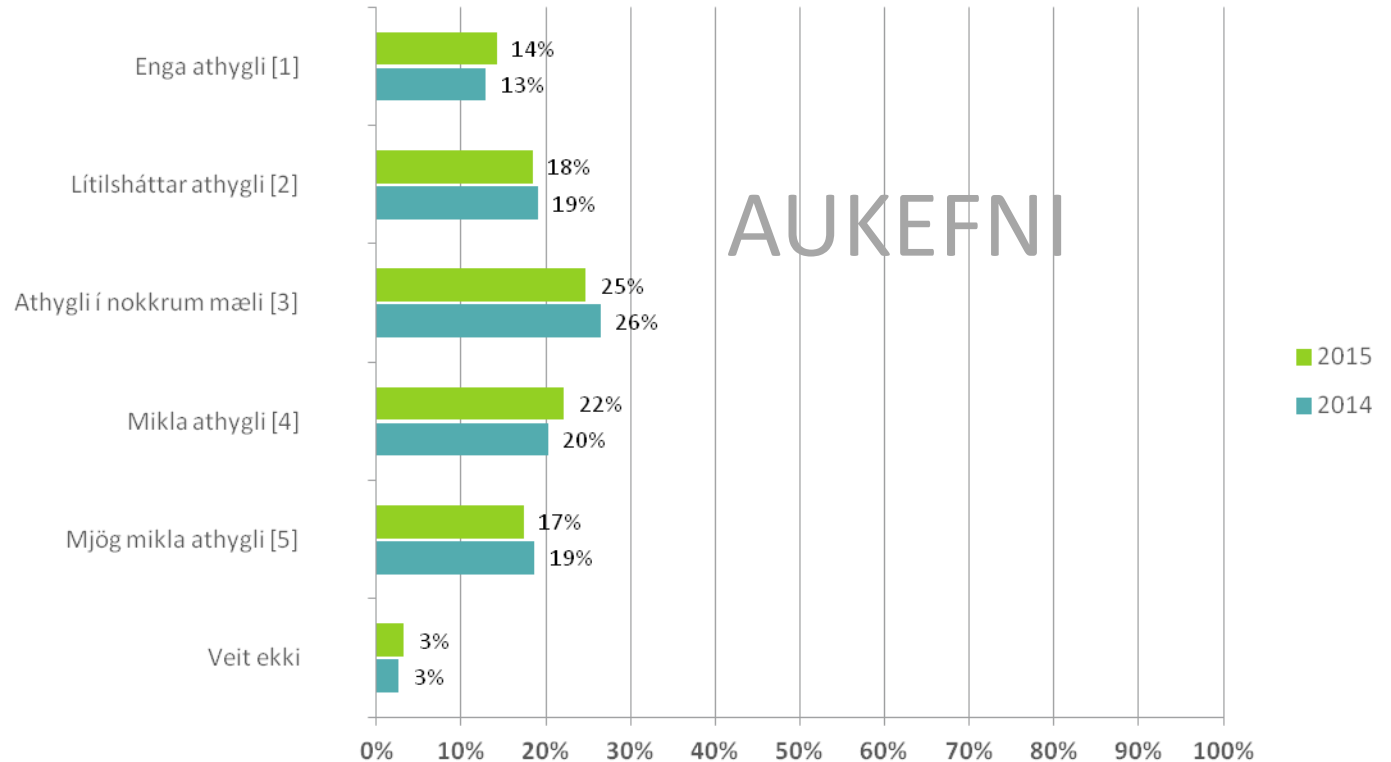
Sp. 2 Út frá heilsfarssjónarmiðum, hversu mikla athygli veitir þú eftirfarandi þáttum í þeim mat sem þú neytir? Aukefni.

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Tæplega helmingur Íslendinga veitir aukefnum í matnum, sem þeir neyta, athygli í nokkrum mæli (25%) eða lítilsháttar athygli (18%).

4 af 10 veita aukefnum mikla (22%) eða mjög mikla (17%) athygli.

Hver sjöundi (14%) veitir aukefnum í matnum enga athygli.



Konur (toppbox 49%) fylgjast marktækt meira með aukefnum en karlar (toppbox 30%). Af aldurshópunum fylgjast þeir yngstu 18-34 ára (toppbox 32%) minnst með aukefnum.

# Fylgst með innihaldi matvæla



Sp. 2 Út frá heilsfarssjónarmiðum, hversu mikla athygli veitir þú eftirfarandi þáttum í þeim mat sem þú neytir? Skordýraeitur.

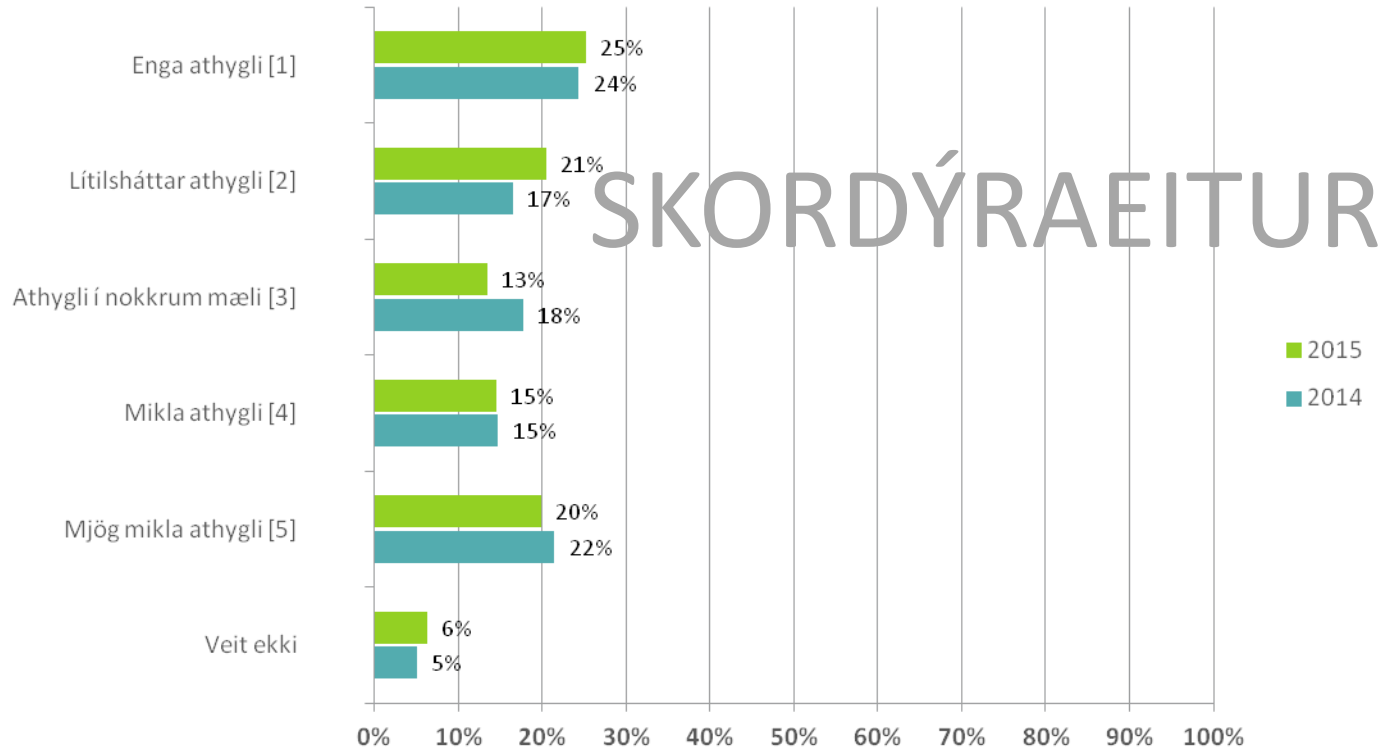
Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Íslendingar hafa mjög skiptar skoðanir á því hve mikla athygli þeir veita skordýraeitri í matnum sem þeir neyta.

Samtals veitir þriðji hver skordýraeitri í mat athygli í nokkrum mæli (13%) eða lítilsháttar athygli (21%).

Samtals veita 35% skordýraeitri mikla (15%) eða mjög mikla (20%) athygli.

25% veita skordýraeitri í matnum enga athygli.



Konur (toppbox 42%) veita skordýraeitri marktækt meiri athygli en karlar (toppbox 27%). Athyglin eykst með hækkandi aldri; 18-34 ára (toppbox 24%), 35-54 ára (toppbox 34%) og 55-74 ára (toppbox 49%).

# Fylgst með innihaldi matvæla



Sp. 2 Út frá heilsfarssjónarmiðum, hversu mikla athygli veitir þú eftirfarandi þáttum í þeim mat sem þú neytir? Eiturefni í umhverfinu, svo sem þungmálmur og díoxín.

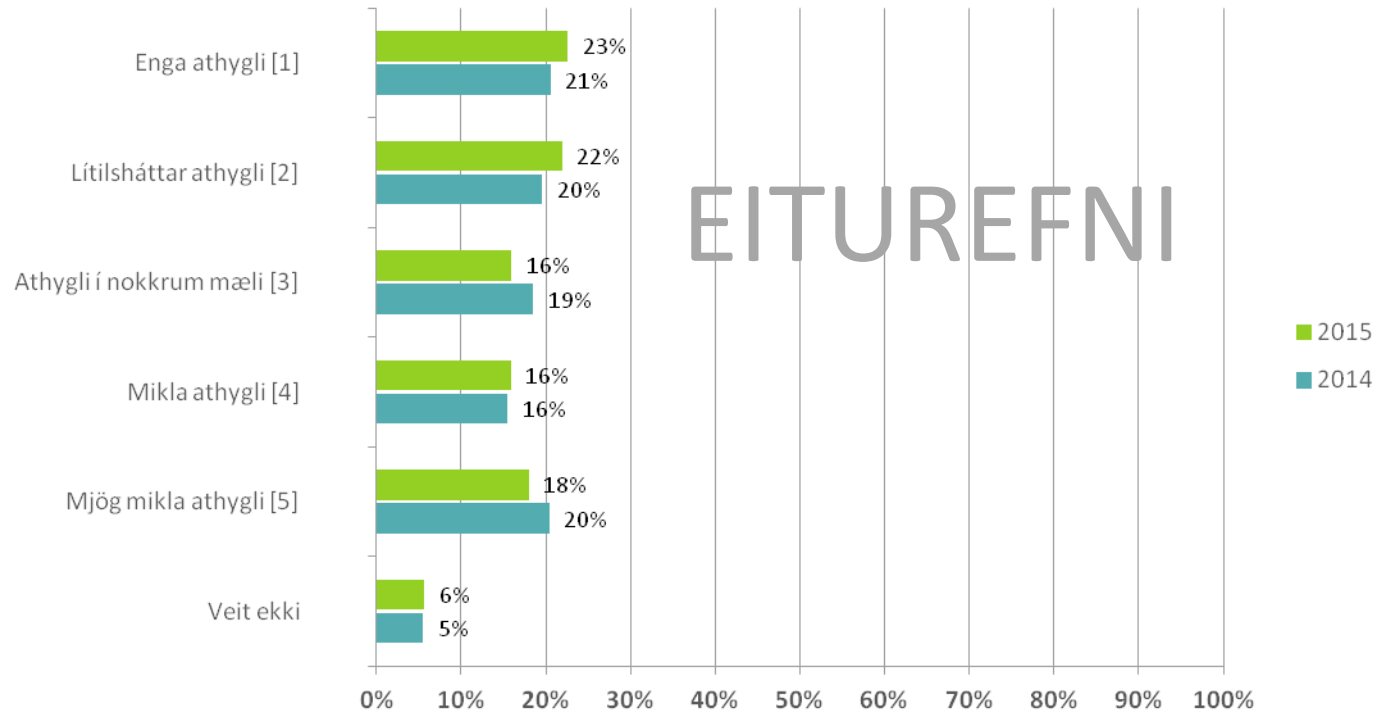
Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Íslendingar hafa mjög skiptar skoðanir á því hve mikla athygli þeir veita umhverfiseitri í matnum sem þeir neyta.

Samtals veita 38% umhverfiseitri í matnum athygli í nokkrum mæli (16%) eða lítilsháttar athygli (22%)

Samtals veitir þriðji hver umhverfiseitri í matnum mikla (16%) eða mjög mikla (18%) athygli.

21% veita umhverfiseitri í matnum enga athygli.



Konur (toppbox 40%) fylgjast marktækt meira með umhverfiseitri en karlar (toppbox 27%). Athyglin eykst með hækkandi aldri; 18-34 ára (toppbox 24%), 35-54 ára (toppbox 32%) og 55-74 ára (toppbox 50%).

# Fylgst með innihaldi matvæla



Sp. 2 Út frá heilsfarssjónarmiðum, hversu mikla athygli veitir þú eftirfarandi þáttum í þeim mat sem þú neytir? Bakteríur.

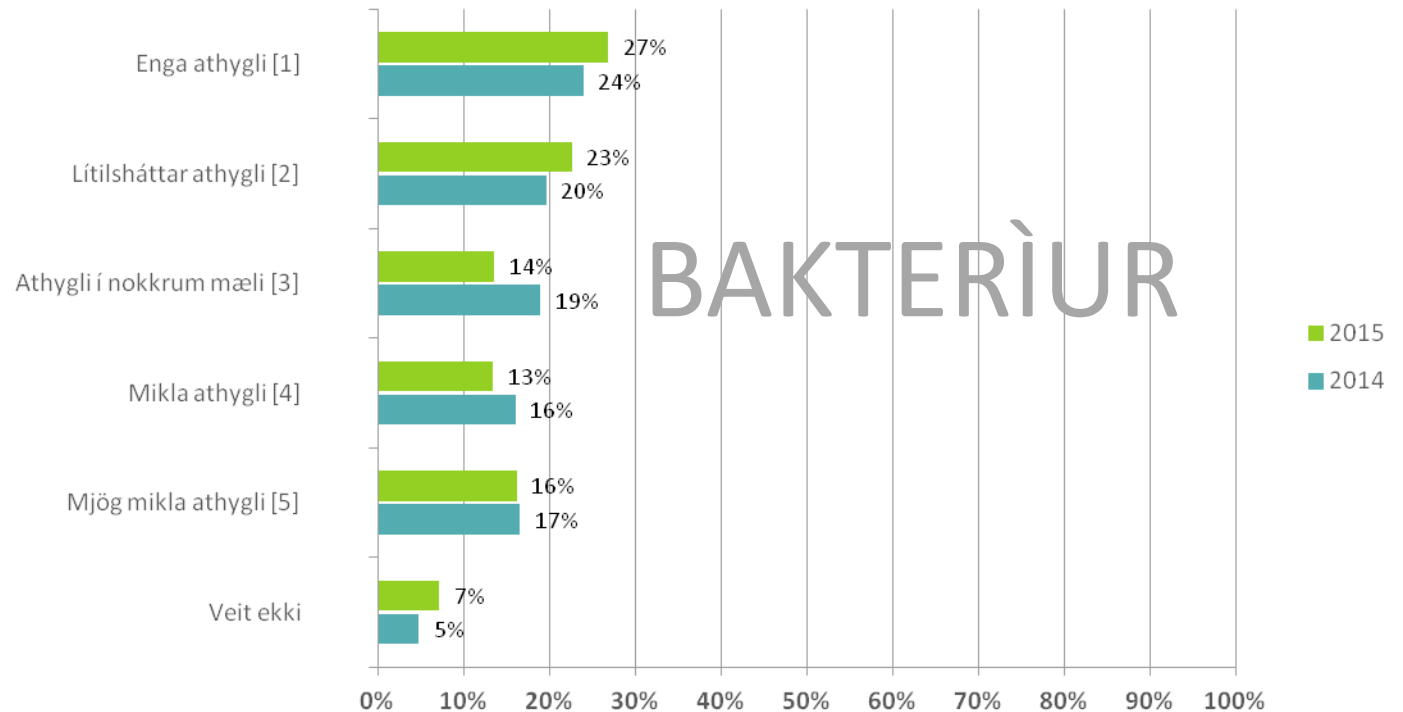
Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Íslendingar hafa mjög skiptar skoðanir á því hve mikla athygli þeir veita bakteríum í matnum, sem þeir neyta.

Samtals veita 37% bakteríum í matnum, sem þeir neyta, athygli í nokkrum mæli (14%) eða lítilsháttar athygli (23%).

Samtals veita 3 af 10 bakteríum í matnum mikla (13%) eða mjög mikla (16%) athygli.

27% veita bakteríum í matnum enga athygli.



Konur (toppbox 37%) fylgjast marktækt meira með bakteríum en karlar (toppbox 23%). Athyglin eykst með hækkandi aldri; 18-34 ára (toppbox 22%), 35-54 ára (toppbox 28%) og 55-74 ára (toppbox 43%).



*Pekking á salti*



# Vitneskja um ráðlagða saltneyslu á dag



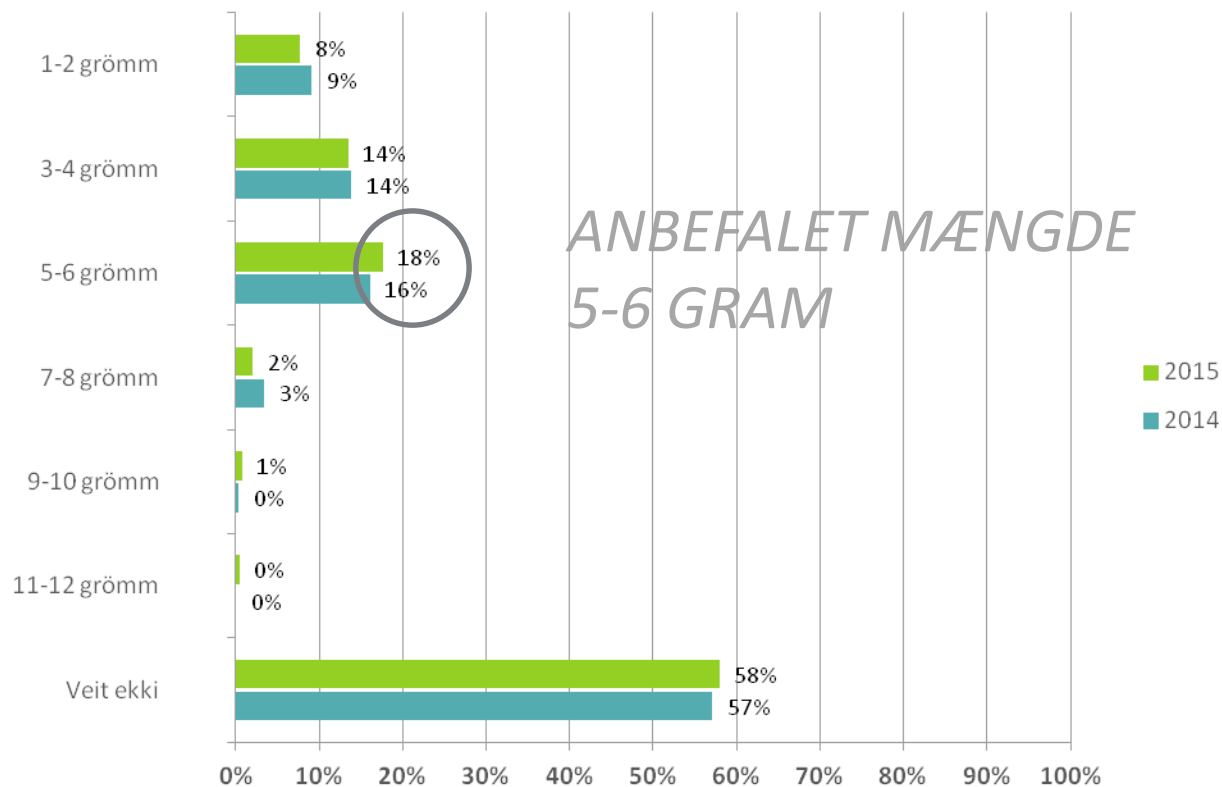
Sp. 4 Hvað ráðleggja yfirvöld að hámarksneyslan af salti sé á dag í grömmum talið?

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Íslendingar eru mjög óöruggir á því hve mikilli daglegri saltneyslu mælt er með en halda flestir að hún sé ekki meiri en 5-6 grömm á dag. Óöryggið sést fyrst og fremst á því að 6 af 10 (58%) vita ekki hve mörgum grömmum af salti á dag mælt er með.

Tæplega sjötti hver (18%) veit að magnið sem mælt er með er 5-6 grömm á dag en nokkuð færri (14%) giska á 3-4 grömm.

Að Íslendingar hafa góða tilfinningu fyrir hámarks saltneyslu á dag sést á því að fáir giska á meira magn en mælt er með; 7-8 grömm (2%), 9-10 grömm (1%), 11-12 grömm (0%).



Óöryggið um ráðlagða saltneyslu á dag, sem sést á fjölda þeirra sem svara „Veit ekki“, er marktækt meira hjá körlum (65%) en konum (52%). Konur (22%) svara einnig oftar 5-6 grömm en karlar (13%).



# Vitneskja um ráðlagða saltneyslu á dag

Sp. 5 Mælt er með því að hámarksneysla salts á dag sé 6 grömm. Heldur þú að þú neytir meira eða minna salts en yfirvöld mæla með?

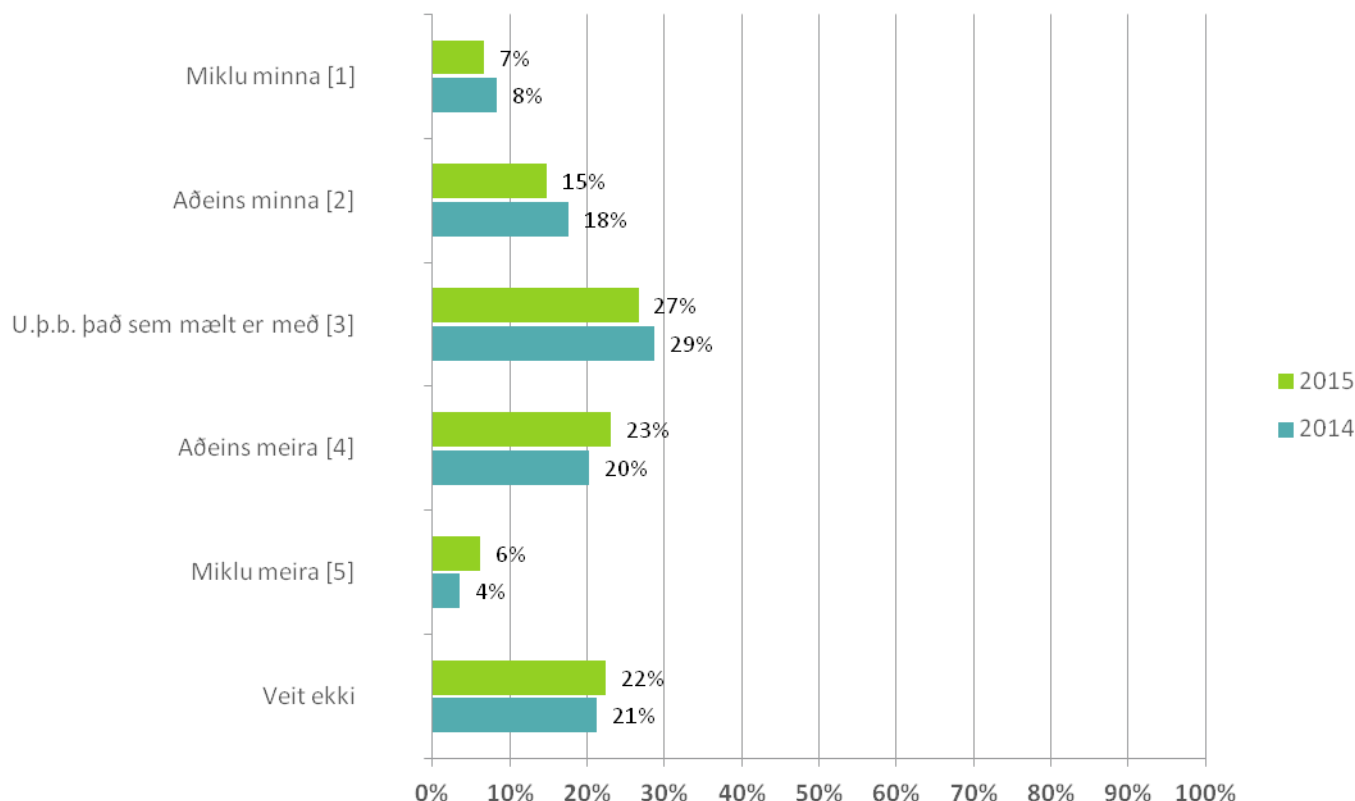
Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Flestir telja að þeir neyti u.þ.b. þess daglega saltmagns sem mælt er með (27%).

3 af 10 telja að þeir neyti aðeins meira (23%) eða miklu meira (6%) af salti en mælt er með á dag.

1 af 5 telja saltneysluna aðeins minni (15%) eða miklu minni (7%) en mælt er með.

Fimmti hver hefur ekki hugmynd um hvort hann neyti meira eða minna af salti en mælt er með þar sem 22% svara „Veit ekki“.



Karlar (toppbox 36%) og unga fólkið 18-34 ára (toppbox 34%) telja saltneyslu sína vera meiri en konur (toppbox 23%) og eldri hóparnir 35-54 ára (toppbox 27%) og 55-74 ára (toppbox 26%).

# Mat á saltneyslu Íslendinga miðað við ráðlagðan skammt

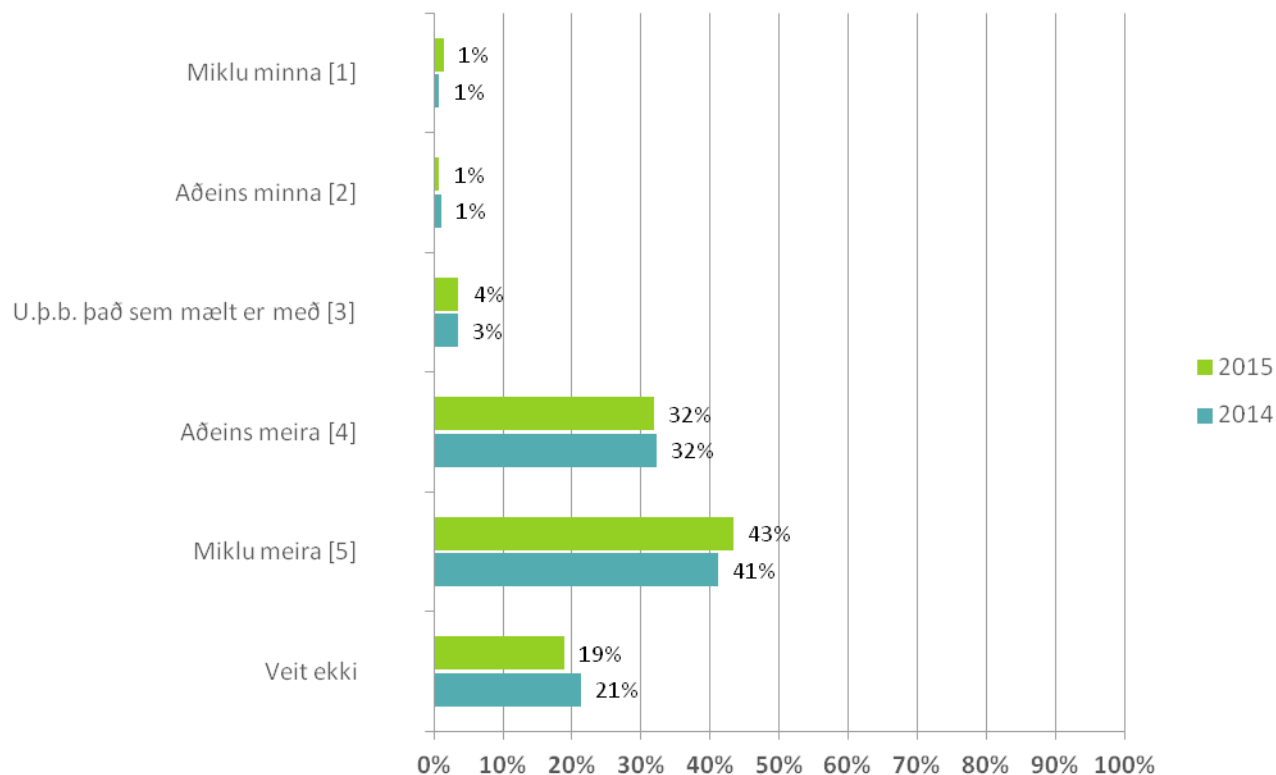


*Sp. 6 Telur þú að Íslendingar neyti meira eða minna salts en yfirvöld mæla með?*

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Íslendingar eru ekki í neinum vafa um að landmenn neyti of mikils salts. 3 af 4 telja að landsmenn neyti aðeins meira (32%) eða miklu meira (43%) af salti en þau 5-6 grómm á dag sem mælt er með. Þeir telja jafnframt að aðeins 4% landsmanna neyti þess magns sem mælt er með. Þetta stangast algjörlega á við að 27% neyta að eigin mati u.þ.b. þess saltmagns sem mælt er með og að aðeins 29% telja að þeir neyti aðeins/miklu meira af salti en mælt er með (sbr. fyrri skyggnu).

Mjög fáir (2%) halda að landsmenn neyti aðeins minna (1%) eða miklu minna (1%) af salti en mælt er með.



Marktækt fleiri konur (toppbox 79%) en karlar (toppbox 71%) telja að Íslendingar neyti aðeins meira/miklu meira af salti en yfirvöld mæla með. Hjá aldurshópunum telja fæstir í hópnum yfir 55 ára (toppbox 67%), að Íslendingar neyti aðeins meira/miklu meira af salti en mælt er með, en marktækt flestir í hópnum 18-34 árs (toppbox 81%) eru á þeirri skoðun.

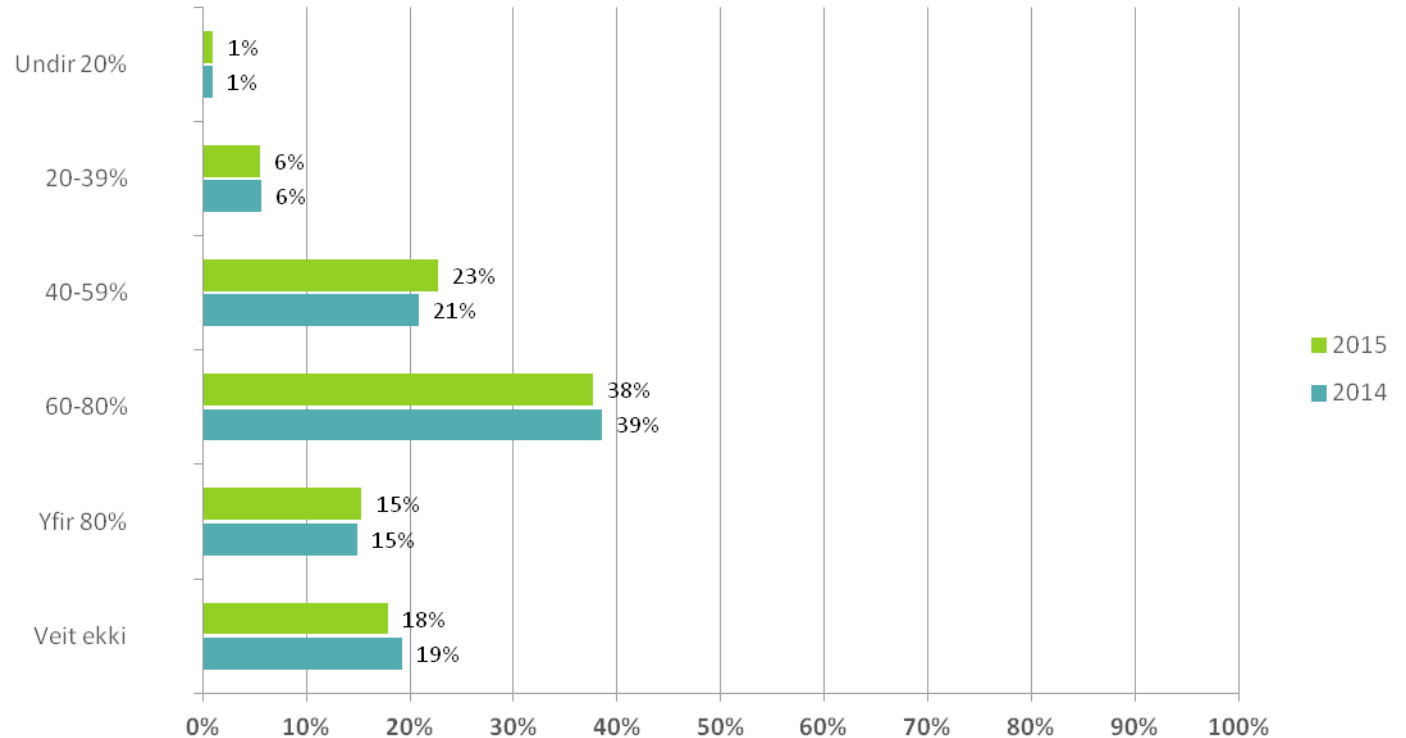
# Vitneskja um salt í unnum matvælum



Sp. 7 Hvað telur þú að stór hluti salts sem Íslendingar neyta komi úr unnum matvælum (t. d. unnum kjötvörum, osti, brauði, súpum, tilbúnum réttum eða morgunkorni)?

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Íslendingar eru ekki í vafa um að stærstur hluti þess salts sem þeir neyta, komi úr unnum matvælum. 3 af 4 telja að 40-100% af saltneyslu þeirra komi þaðan. Flestir (38%) telja að salt í unnum matvælum sé 60-80% af saltneyslu landsmanna.



Almennt séð eru svör mismunandi hópa mjög lík. Þó svara nokkuð fleiri karlar (21%) en konur (14%) þessari spurningu með „Veit ekki“.



# Vitneskja um aðaluppsprettu salts í matvælum

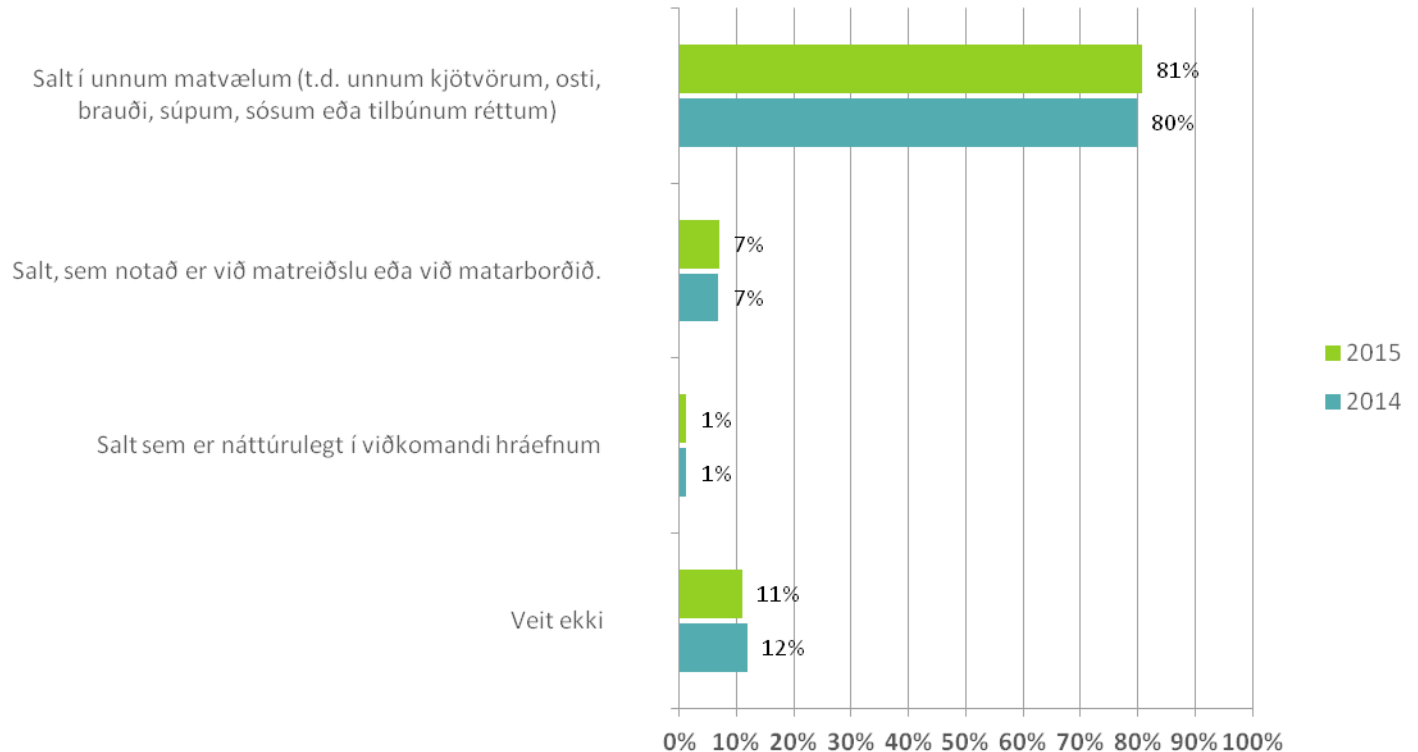
Sp. 8 Hvaðan heldur þú að mestur hluti salts í matvælum komi?

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

8 af 10 telja að salt í unnum matvælum sé meginhluti þess salts sem þeir neyta (81%).

Um 1 af 15 telur að aðaluppsprettan sé salt notað við matreiðslu eða við matarborðið (7%).

Aðeins 1% telur að aðaluppsprettan sé salt sem er náttúrulegt í viðkomandi hráefnum.



Fleiri konur (87%) svara „Salt í unnum matvælum“ en karlar (74%), en marktækt fleiri karlar (10%) svara „Salt sem notað er við matreiðslu eða við matarborðið“ en konur (4%). Því meiri menntun þeim mun fleiri svara „Salt í unnum matvælum“; grunnskólapróf, 10 ár eða minna (62%), starfsnám (73%), framhaldsskólapróf, verknám (76%), framhaldsskólapróf, bóknám (85%), háskólagráða, fyrsta námsgráðafrámhaldsnám í háskóla (87%).





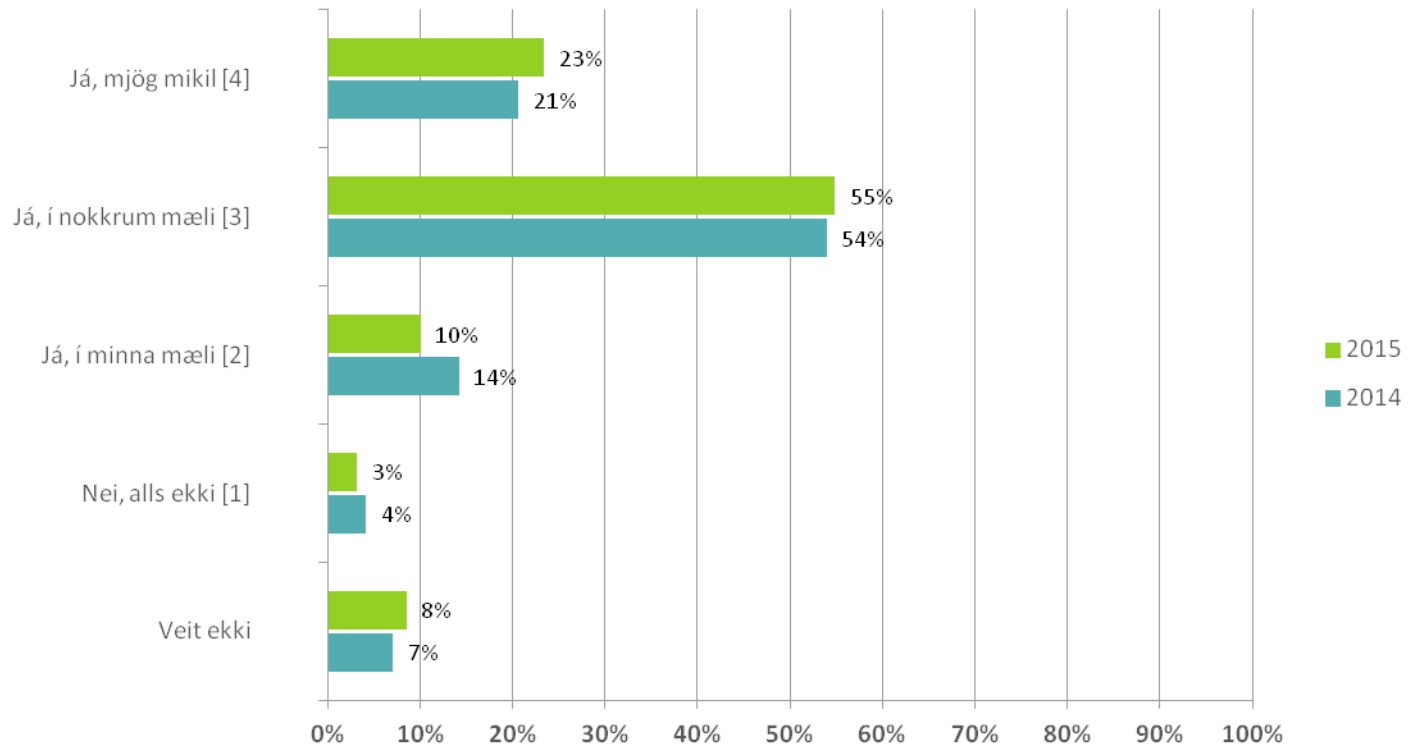
# Vitneskja um neikvæð áhrif of mikillar saltneyslu á heilsuna

Sp. 9 Telur þú að salt geti haft neikvæð áhrif á heilsuna?

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Íslendingar eru ekki í vafa um að of mikil saltneysla geti haft neikvæð áhrif á heilsuna. Samtals 8 af 10 vita þetta, 23% segja áhrifin mikil, 55% í nokkrum mæli og 10% í minna mæli.

Aðeins 3% svara að salt hafi alls ekki neikvæð áhrif á heilsuna.



Marktækt fleiri konur (NET já 93%) en karlar (NET já 84%) telja að of mikil saltneysla geti haft neikvæð áhrif á heilsuna. Því meiri sem menntunin er þeim mun betur veit fólk um að of mikil saltneysla getur haft áhrif á heilsuna; grunnskólapróf, 10 ár eða minna (NET Já 76%), starfsnám (NET Já 83%), framhaldsskólapróf, verknám (NET Já 85%), framhaldsskólapróf, bóknám (91%), háskólagráða, fyrsta námsgráða/framhaldsnám í háskóla (93%). Þeir sem fylgjast ekki með saltneyslu sinni (NET Já 70%) og þeir sem aldrei reyna að draga úr saltneyslunni (NET Já 66%) vita marktækt minna um neikvæð áhrif salts á heilsuna en þeir sem fylgjast með saltneyslu sinni í einhverjum mæli og á einn eða annan hátt reyna að draga úr henni.



# Vitneskja um áhættuþætti of mikillar saltneyslu

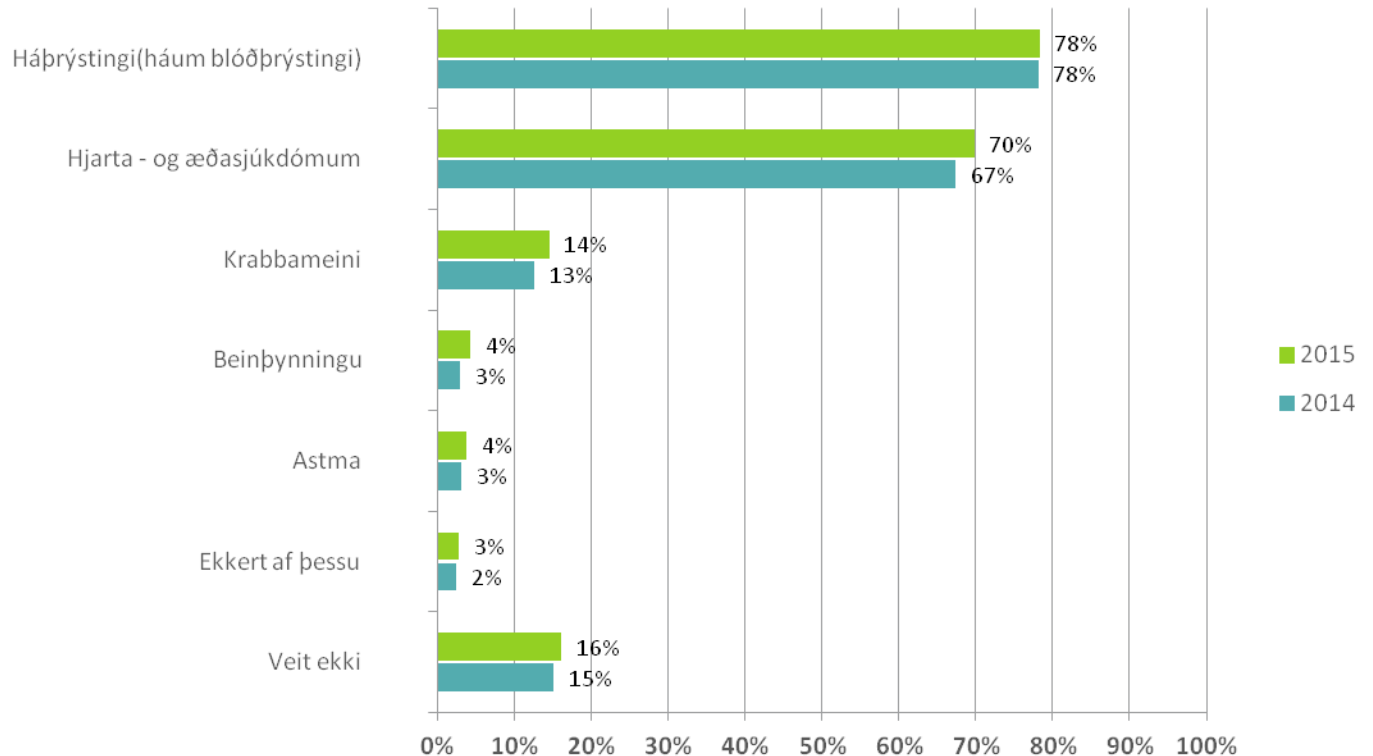
Sp. 10 Telur þú að of mikil saltneysla geti aukið hættu á? Merktu við allt sem við á:

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Íslendingar eru ekki í vafa um að of mikil saltneysla geti valdið aukinni hættu á of háum blóðþrýstingi (78%). Mjög margir vita einnig að of mikil saltneysla eykur hættu á hjarta- og æðasjúkdómum (70%).

1 af 7 telur að of mikið salt geti valdið krabbameini (14%), en nánast enginn að það auki hættu á beinþynningu (4%) eða astma (4%).

16% vita ekki hvaða sjúkdómum of mikil saltneysla eykur hættuna á.



Marktækt fleiri konur en karlar telja að of mikil saltneysla geti valdið of háum blóðþrýstingi (konur 86%/karlar 71%), hjarta- og æðasjúkdómum (konur 77%/karlar 63%), krabbameini (konur 19%/karlar 10%), beinþynningu (konur 6%/karlar 3%) og astma (konur 5%/karla 2%). Ef flokkað er eftir menntun vita marktækt færri með grunnskólapróf, 10 ár eða minna um hættuna á hjarta- og æðasjúkdómum (57%) og of háum blóðþrýstingi (46%) en flestir með háskólagráðu, fyrstu námsgráðu/framhaldsnám í háskóla vita um hættuna á hjarta- og æðasjúkdómum (85%) og of háum blóðþrýstingi (76%).

## *Hegðun í sambandi við saltneyslu*





# Fylgst með daglegri saltneyslu

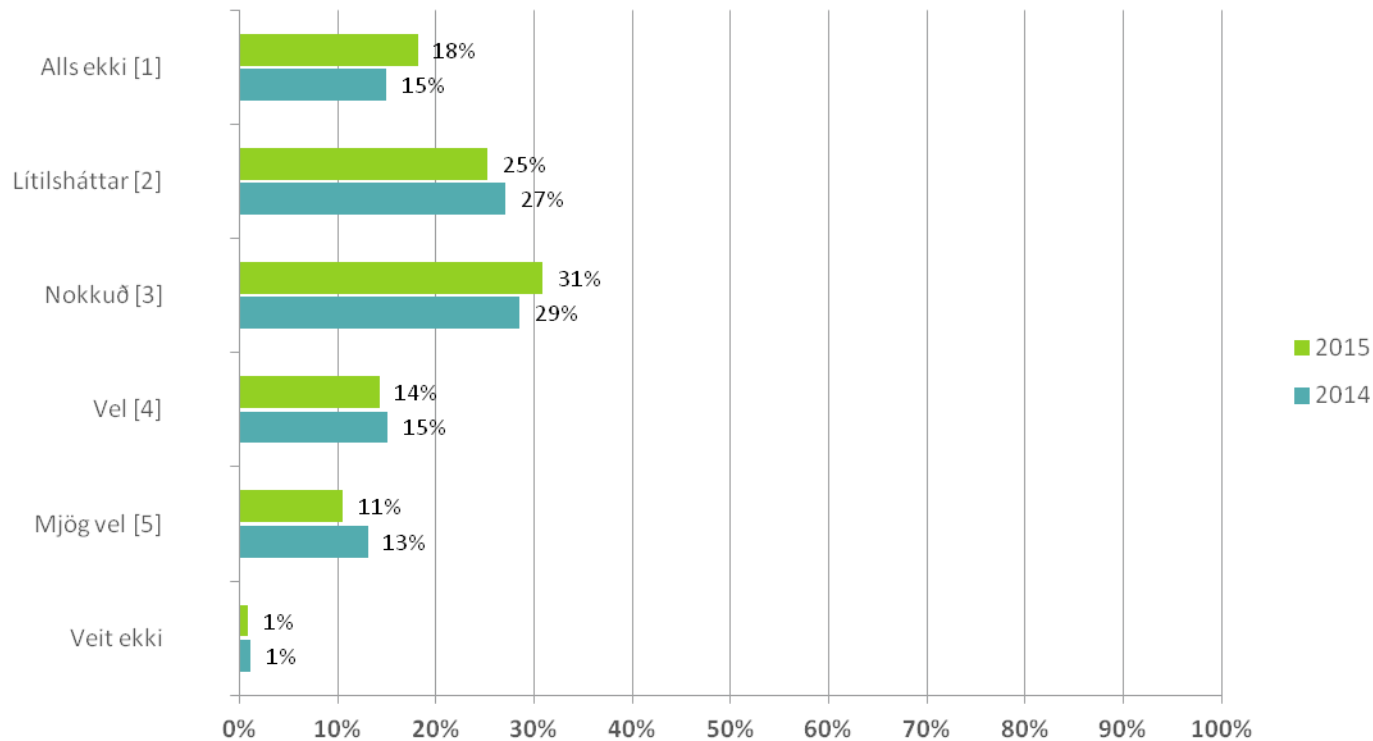
Sp. 3 Hversu meðvituð/-aður ert þú um daglega saltneyslu þína?

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Samtals veita rúmlega 3 af 10 því mikla athygli (14%) eða mjög mikla athygli (11%) hve mikils salts þeir neyta daglega.

Flestir, eða næstum 6 af 10, veita saltneyslu sinni athygli í nokkrum mæli (31%) eða lítilsháttar athygli (25%).

18% veita þessu enga athygli.



Konur (toppbox 31%) fylgjast marktækt meira með daglegri saltneyslu sinni en karlar (toppbox 18%). Athyglin eykst með hækkandi aldri; 18-34 ára (toppbox 11%), 35-54 ára (toppbox 28%) og 55-74 ára (toppbox 49%).



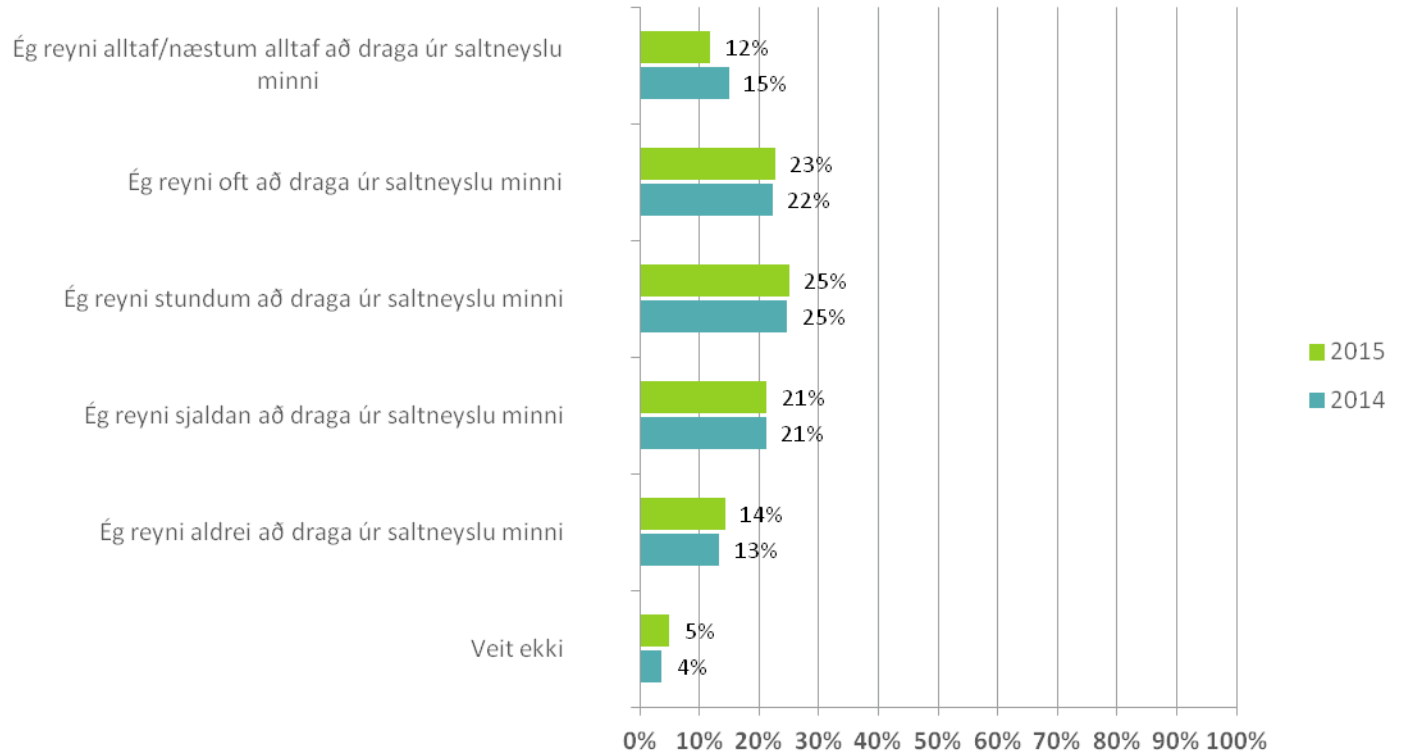
# Reynt að draga úr eigin saltneyslu

Sp. 11 Hvað af eftirfarandi á best við um þig?

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Mjög misjafnt er hve mikið Íslendingar reyna að draga úr saltneyslu sinni. Flestir gera þó lítið af því. Það sést á því að samtals 6 af 10 reyna aðeins stundum (25%), sjaldan (21%) eða aldrei (14%) að draga úr saltneyslu sinni.

Af hinum reyna tæplega 4 af 10 oft (23%) eða alltaf/næstum alltaf (12%) að draga úr saltneyslu



Konur reyna í maktækt meira mæli að draga úr saltneyslu sinni en karlar. Það sést á því að marktækt fleiri konur (18%) en karlar (5%) reyna **alltaf** að draga úr saltneyslunni og marktækt fleiri konur (28%) en karlar (18%) reyna það **oft**. Aldur skiptir hér miklu máli sem sést á því að því eldra sem fólk er þeim mun fleiri reyna alltaf eða oft að draga úr saltneyslunni.



# Aðferðir til að draga úr eigin saltneyslu

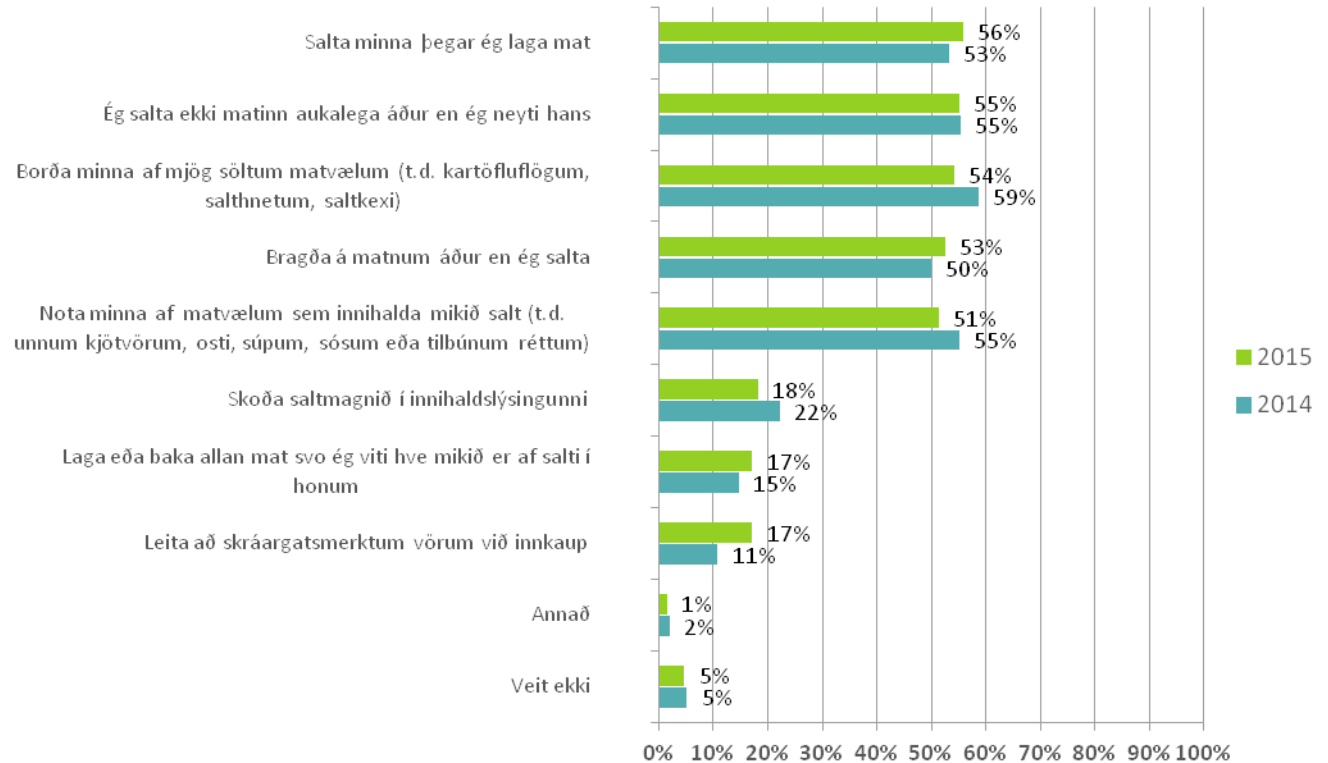
Sp. 12 Hvað gerir þú til að draga úr saltneyslu? Merktu við allt sem við á

Grunnur: Reyna að draga úr eigin saltneyslu: 2015 (815), 2014 (842)

Að mati Íslendinga eru fimm aðferðir nokkurn veginn jafn góðar við að draga úr saltneyslu. Það er að:

1. Salta minna þegar ég laga mat (56% - aukning um 3 %-stig frá 2014).
2. Ég salta ekki matinn aukalega áður en ég neyti hans (55% – sama og í 2014).
3. Borða minna af mjög söltum matvælum (t.d. kartöflufloögum, salthnetum, saltkexi) (54% – lækkun um 5 %-stig frá 2014).
4. Bragða á matnum áður en ég salta (53%).
5. Nota minna af matvælum sem innihalda mikið salt (t.d. unnum kjötvörum, osti, súpum, sósum eða tilbúnum réttum) (51% – lækkun um 4 %-stig frá 2014).

1 af 6 Íslendingum leita að skráargatsmerktum vörum við innkaup (17%), en það er marktæk aukning frá 2014 þegar hlutfallið var 11%.



Marktækt fleiri konur en karlar gera eftirfarandi til að draga úr salti í matnum:

- Salta minna þegar ég laga mat (konur 62%/karlar 48%)
- Ég salta ekki matinn aukalega áður en ég neyti hans (konur 62%/karlar 46%)
- Borða minna af mjög söltum matvælum (konur 61%/karlar 46%)
- Nota minna af matvælum sem innihalda mikið salt (konur 62%/karlar 39%)
- Laga eða baka allan mat svo ég viti hve mikið er af salti í honum (konur 24%/karlar 10%)
- Leita að skráargatsmerktum vörum við innkaup (konur 22%/karlar 11%)



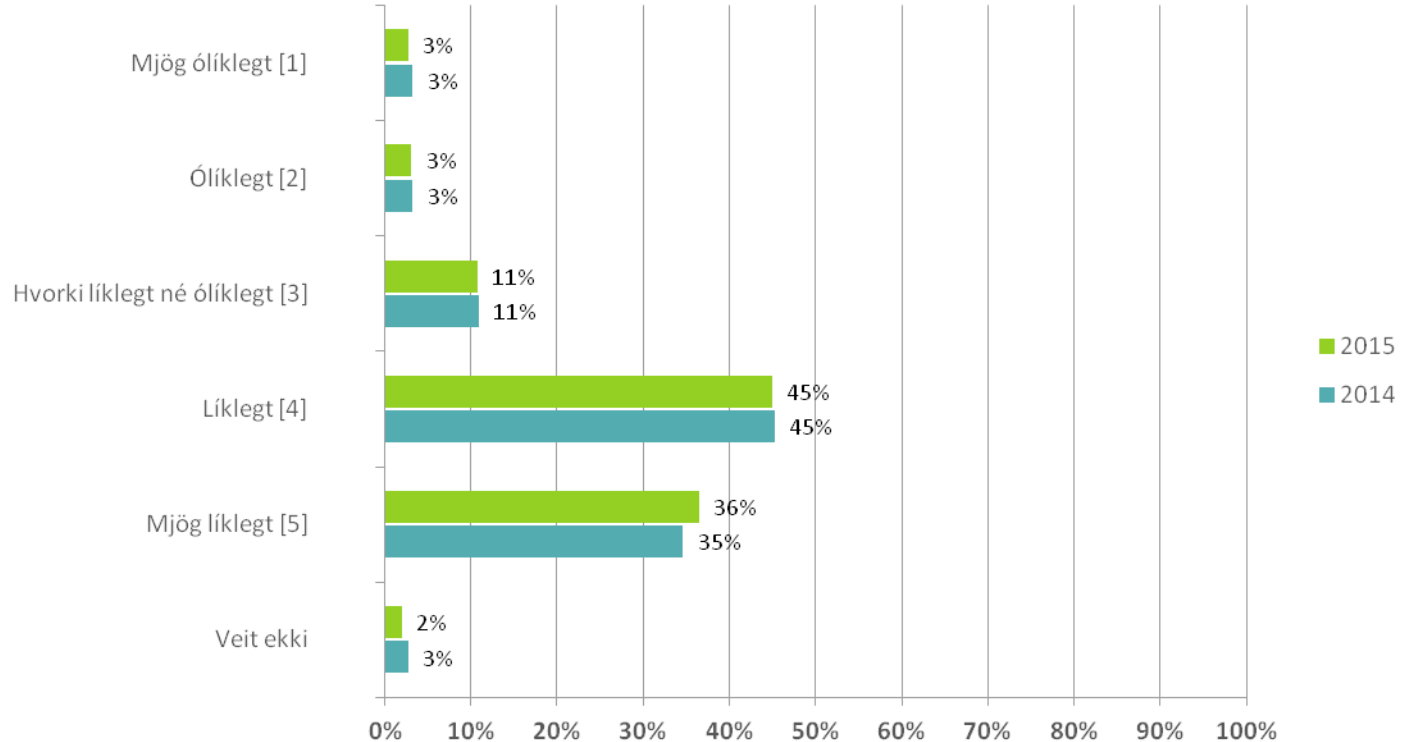
# Hvati til að draga úr eigin saltneyslu

*Sp.13 Ef þú fengir að vita að þú borðar of mikið salt hve líklegt er þá að þú myndir reyna að draga úr saltneyslunni?*

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Íslendingar eru mjög móttækilegir fyrir því að draga úr saltneyslu ef þeir fá að vita að þeir neyti of mikils salts. 8 af 10 segja líklegt (45%) eða mjög líklegt (36%) að þeir reyni að draga úr saltneyslu ef þeir komast að því hún sé of mikil.

Aðeins 1 af 20 segja ólíklegt (3%) eða mjög ólíklegt (3%) að hægt sé að fá þá til að draga úr saltneyslu sinni.



Íslenskar konur (toppbox 88%) eru marktækt móttækilegri fyrir því en karlar (toppbox 75%) að draga úr saltneyslu sinni ef þær komast að því að hún er of mikil. Hjá aldurshópnum er hópurinn 18-34 ára (toppbox 75%) marktækt ólíklegri til að draga úr saltneyslu. Auðveldara er að hafa áhrif á þá sem þegar fylgjast með saltneyslu sinni og þá sem gera eitthvað til að draga úr henni.





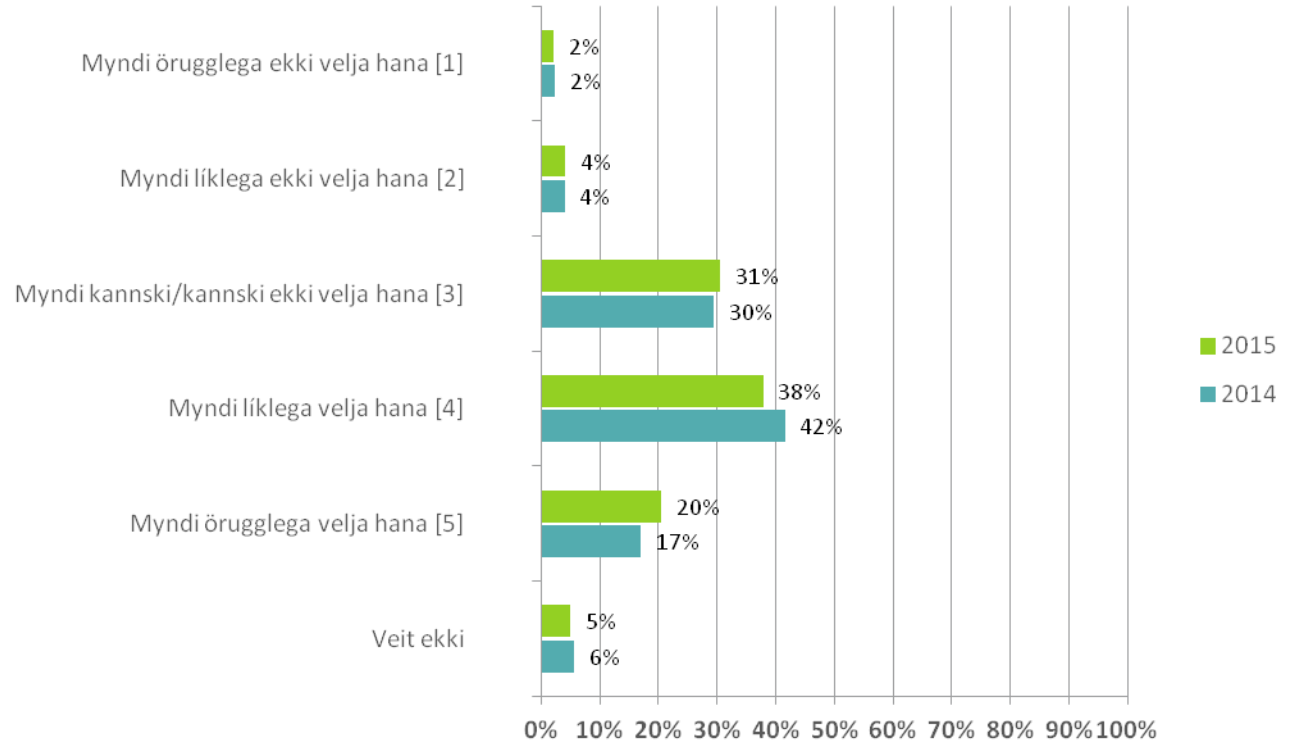
# Líkindi á því að velja saltskert matvæli

Sp. 14 Ef til væru matvæli, t. d. brauð eða álegg með minna saltinnihaldi en aðrar brauð- eða áleggstegundir, hve líklegt er þá að þú myndir velja þá vörutegund?

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Íslendingar er mjög hlynntir því að geta valið matvæli með minna saltinnihaldi en samsvarandi tegundir í sama vöruflokki. 6 af 10 segja líklegt (38%) eða öruggt (20%) að þeir velji saltskerta vöru ef þeir geti. Við það bætist að 3 af 10 (31%) segjast kannski myndu velja saltskert matvæli í stað samsvarandi vöru sem ekki er saltskert. Samtals hafa því 9 af 10 áhuga á þessum möguleika.

Aðeins 1 af 20 myndu örugglega ekki (2%) eða líklega ekki (4%) velja saltskerta vöru.



Samanborið við karla (toppbox 47%) eru marktækt meiri líkur á því að konur (toppbox 70%) velji matvæli með minna saltinnihaldi ef þær geta. Líkurnar á því eru marktækt meiri hjá þeim sem eru 55-74 ára (toppbox 65%) en marktækt minnst hjá þeim sem eru 18-34 ára (toppbox 51%). Líkurnar á því að fólk velji saltskert matvæli eru mestar hjá þeim sem þegar fylgjast nokkuð (toppbox 65%), vel (toppbox 73%) eða mjög vel (toppbox 78%) með daglegri saltneyslu sinni.

# Hugsanleg hjálp við að draga úr saltneyslu



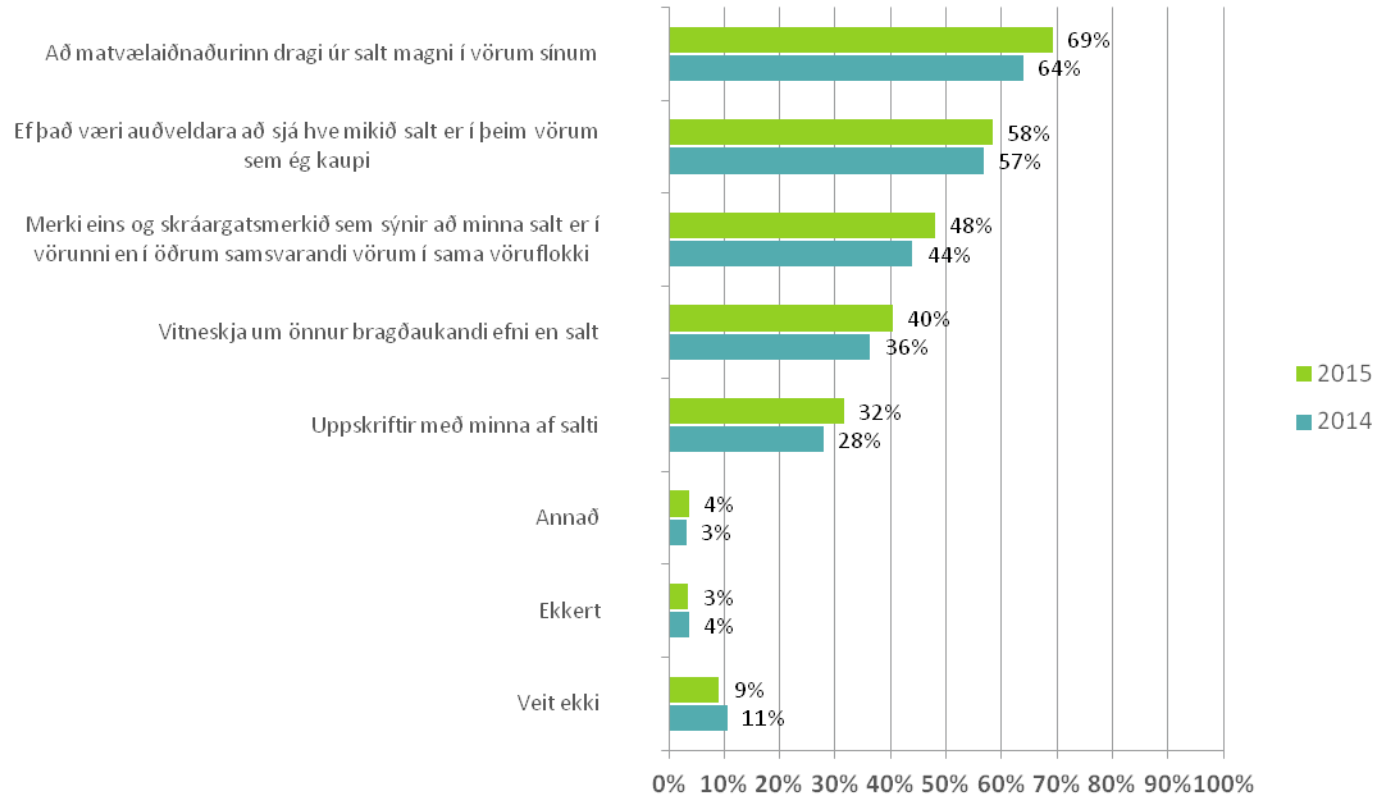
Sp. 15 Hvað gæti hjálpað þér við að borða saltminni mat? Merktu við allt sem við á

Grunnur: 2015 (1010), 2014 (1015)

Íslendingar eru sammála um tvennt sem sé besta hjálpin við að draga úr saltneyslu, þ.e. að matvælaíðnaðurinn dragi úr saltmagni í vörum sínum (69% – aukning um 5 %-stig frá 2014) og ef það væri auðveldara að sjá hve mikið salt er í þeim vörum sem ég kaupí (58% – sama og 2014).

Tæpur helmingur bendir einnig á að Skráargatsmerkið (48%) geti verið mikil hjálp við að draga úr saltneyslu – það er aukning um 4 %-stig frá 2014.

Sumir lýsa auk þess eftir vitneskju um önnur bragðaukandi efni (40% – aukning um 4%-stig frá 2014) og uppskriftir með minna af salti (32% – aukning um 4 %-stig frá 2014).



Konur eru marktækt móttækilegri fyrir öllum þeim aðgerðum sem hér eru nefndar til að draga úr saltneyslu.

# Um YouGov



# Hvað er YouGov?

- YouGov er greiningar- og ráðgjafarfyrtæki sem hefur verið í fararbroddi við að nota netið og upplýsingartækni við gagnaöflun fyrir markaðs- og hagsmunagreiningu.
- Sem dótturfélag kauphallarskráðu greiningarsamsteypunnar YouGov plc höfum við aðgang yfir 400 sérfræðingum og yfir 2,5 miljónum álitsgjafa vítt og breitt um heiminn.

## Nokkur atriði um YouGov:

- Snjallar og einfaldar lausnir til að fá fram réttan grundvöll fyrir ákvarðanatöku á réttum tíma með skilvirkum rannsóknum sem eru gerðar hratt og eru á hagstæðu verði.
- YouGov hefur gert netkannanir síðan árinu 2000.
- Við höfum gert um 15.000 netkannanir – fleiri en nokkurt annað fyrirtæki á Norðurlöndum.
- Við voru fyrst á Norðurlöndum til að gera nákvæmar, pólitískar skoðanakannanir á netinu.
- Við höfum 90 starfsmenn á skrifstofum okkar á Norðurlöndum (Kaupmannahöfn, Stokkhólmi, Malmö, Ósló, Helsingfors).
- Alþjóðleg umsvif með yfir 2,5 miljón álitsgjafa vítt og breitt um heiminn.



**YouGov**<sup>®</sup>  
What the world thinks



*We're a global market research company providing insights for brands across the world. Our sector experts help you understand your consumers, your industry and the wider world using custom research and through syndicated products built upon continuous streams of data.*

# Hafið samband við YouGov

## Marie Christiansen Krøyer

Research Team Manager  
YouGov Denmark

✉ [marie.kroyer@yougov.com](mailto:marie.kroyer@yougov.com)

☎ +45 2175 5051

☎ + 7027 2224

### YouGov Denmark A/S

Bryggervangen 55, 1  
2100 København Ø  
Tel: +45 7027 2224  
[www.yougov.dk](http://www.yougov.dk)

### YouGov Denmark A/S

Agtrupvej 51A, 1  
6000 Kolding  
T: +45 7027 2224  
[www.yougov.dk](http://www.yougov.dk)

### YouGov Sweden AB

Holländargatan 17 B  
111 60 Stockholm  
Tel: +46 8 41 00 58 10  
[www.yougov.se](http://www.yougov.se)

### YouGov Sweden AB

Västergatan 1  
211 21 Malmö  
Tel: +46 40 630 16 20  
[www.yougov.se](http://www.yougov.se)

### YouGov Norway AS

Møllergata 8  
0179 Oslo  
Tel: +47 22 42 32 00  
[www.yougov.no](http://www.yougov.no)

### YouGov Finland Oy

Myllypellontie 3 C 63  
00650 Helsinki  
Tel: +35 8 40 772 2651  
[www.yougov.fi](http://www.yougov.fi)

