



FORBRUGERNES HOLDNINGER TIL OG BRUG AF MÅLTIDSERSTATNINGSPRODUKTER

STINE MANGAARD SARRAF, KAMILLA KRAGELUND, ALICE GRØNHØJ, ULLA KIDMOSE OG LIISA LÄHTEENMÄKI

DCA RAPPORT NR. 142 · DECEMBER 2018



AARHUS
UNIVERSITET

DCA - NATIONALT CENTER
FOR FØDEVARER OG JORDBRUG



FORBRUGERNES HOLDNINGER TIL OG BRUG AF MÅLTIDSERSTATNINGSPRODUKTER

DCA RAPPORT NR. 142 · DECEMBER 2018



AARHUS
UNIVERSITET

DCA - NATIONALT CENTER FOR FØDEVARER OG JORDBRUG

Stine Mungaard Sarraf¹⁾, Kamilla Kragelund²⁾, Alice Grønhøj¹⁾, Ulla Kidmose²⁾ og
Liisa Lähteenmäki¹⁾

Aarhus Universitet

MAPP Centeret¹⁾
Fuglesangs Allé 4
8210 Aarhus V

Institut for Fødevarer (FOOD)²⁾
Kirstinebjergvej 10
5792 Årlev

FORBRUGERNES HOLDNINGER TIL OG BRUG AF MÅLTIDSERSTATNINGSPRODUKTER

Serietitel	DCA rapport
Nr.:	142
Forfattere:	Stine Mangaard Sarraf, Kamilla Kragelund, Alice Grønhøj, Ulla Kidmose og Liisa Lähteenmäki
Udgiver:	DCA - Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug, Blichers Allé 20, postboks 50, 8830 Tjele. Tlf. 8715 1248, e-mail: dca@au.dk, hjemmeside: www.dca.au.dk
Rekvirent:	Miljø- og Fødevareministeriet
Fagfælle-	
bedømt:	Klaus G. Grunert, Aarhus Universitet
Fotograf:	Forsidefoto: Colourbox
Tryk:	www.digisource.dk
Udgivelsesår:	2018
	Gengivelse er tilladt med kildeangivelse
ISBN:	Trykt version 978-87-93787-09-4. Elektronisk version 978-87-93787-10-0
ISSN:	2245-1684
Rapporterne kan hentes gratis på www.dca.au.dk	

Rapport

Rapporterne indeholder hovedsageligt afrapportering fra forskningsprojekter, oversigtsrapporter over faglige emner, vidensynteser, rapporter og redegørelser til myndigheder, tekniske afprøvninger, vejledninger osv.

Forord

Denne rapport er levering på en opgave stillet af Fødevarestyrelsen, som en del af "Aftale mellem Aarhus Universitet og Fødevareministeriet om udførelse af forskningsbaseret myndighedsbetjening m.v. ved Aarhus Universitet, DCA – Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug, 2018-2021."

Baggrunden for rapporten er et ønske fra Fødevarestyrelsen om at få større indsigt i, hvordan måltidserstatninger bruges af de danske forbrugere.

Forskere fra MAPP Centret, Institut for Virksomhedsøkonomi, Aarhus Universitet har gennemført projektet.

Niels Halberg

Direktør, DCA – Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug

Indholdsfortegnelse

1. Baggrund og formål	9
2. Metode	11
2.1 Spørgeskemaundersøgelse til den voksne del af befolkningen (16+)	11
2.2 Brugere, forbrug og motivation	12
2.2.1 Forbrugshyppighed og motivation for brug.....	12
2.2.2 Generelle holdninger til måltidserstatningsprodukter.....	12
2.2.3 Opfattelse af passende forbrug.....	13
2.2.4 Vægtstatus, sundhed og kropsbillede	13
2.2.5 Socio-demografi.....	13
2.2.6 Respondenterne	13
2.3 Spørgeskemaundersøgelse blandt 11-16 årige	13
3. Resultater.....	14
3.1 Brugere, forbrug og motivation blandt den voksne population (16+).....	14
3.1.1 Kendskab til måltidserstatningsprodukter	14
3.1.2 Antal brugere og ikke-brugere af måltidserstatningsprodukter	14
3.1.3 Vurdering af måltidserstatningsprodukternes smag	15
3.1.4 Karakteristik af brugere og ikke-brugere af måltidserstatningsprodukter.....	16
3.1.5 Hvor måltidserstatningsprodukterne bliver købt	16
3.1.6 Motivation – hovedårsag til brug af måltidserstatningsprodukter.....	16
3.1.7 Hyppighed i forbrug af måltidserstatningsprodukter	17
3.2 Holdninger til måltidserstatningsprodukter	19
3.2.1 Overordnet holdning	19
3.2.1.1 Fordele forbundet med måltidserstatningsprodukter	20
3.2.1.2 Ulemper forbundet med måltidserstatningsprodukter	20
3.2.2 Passende forbrug af måltidserstatningsprodukter	21
3.2.2.1 Erstatning af hovedmåltider	22
3.2.2.2 Erstatning af mellemmåltider.....	23
3.2.4 Hvem måltidserstatningsprodukterne er velegnede til	24

3.2.5 Måltidsmønstre.....	25
3.2.6 Vægtstatus og sundhed.....	26
3.2.6.1 Selvvurderet helbred, kosttilskud, BMI og styrketræning	26
3.2.6.2 Nuværende vs. ideal kropstørrelse.....	27
3.3 Måltidserstatningsprodukters appel til 12-16-årige og deres anvendelse	28
3.3.1 Kendskab, brugere, forbrug og motivation	28
3.3.2 Hvem køber måltidserstatningsprodukter	29
3.3.3 Motivation – hovedårsag til brug af måltidserstatningsprodukter.....	29
3.3.4 Karakteristik af brugere og ikke-brugere af måltidserstatningsprodukter.....	29
3.3.5 Opfattelse af at bruge måltidserstatningsprodukter i specifikke situationer.....	30
3.3.6 Vurdering af de fire opstillede situationer om forbrug af måltidserstatningsprodukter	31
3.3.7 Måltidsmønstre.....	33
3.3.8 Vægtstatus, sundhed og fysisk aktivitet.....	35
3.3.8.1 Tilfredshed med vægt	35
3.3.8.2 Tilfredshed med kropsudseende.....	36
3.3.8.3 Fysisk aktivitet.....	37
4. Konklusion og perspektivering.....	38
5. Referencer	41
6. Bilagsliste	42
Bilag 1: Tilladte mængder ved tilsætning af vitaminer og mineraler.....	43
Bilag 2: Spørgeskema 16+	44
Bilag 3: Spørgeskema 11-16 år.....	60
Bilag 4: Rensning og fordeling af data	68
Bilag 5: Socio-demografiske karakteristika.....	69
Bilag 6: Ekstra figurer	71
Bilag 7: Stunkards kropsbilledeskala for voksne (kvinder/mænd)	72
Bilag 8: Stunkards kropsbilledeskala for børn (piger/drenge).....	73

Resumé

Baggrund og formål

Et stigende antal produkter markedsføres som "måltidserstatninger" i Danmark. De fleste af disse produkter er målrettet forbrugere, der ønsker at tabe sig eller holde vægten. Måltidserstatninger er produkter, der kan erstatte et hovedmåltid, og producenterne kan tilsætte en række vitaminer og mineraler til disse produkter. I det overskridelse kan udgøre en sundhedsrisiko, anbefales det maksimalt at erstatte to hovedmåltider dagligt, hvilket skal fremgå af produktets mærkning, hvis produktet er markedsført til vægtstyring. Der mangler viden om forbruget af måltidserstatningsprodukter til brug for risikovurdering af tilsætningen af vitaminer og mineraler. Denne rapport er udarbejdet for Fødevarestyrelsen, som ønsker mere viden om forbruget af måltidserstatningsprodukter. Formålet er at afdække, hvilke aldersgrupper der bruger produkterne, hvorvidt anbefalingerne følges samt befolkningens holdninger til disse produkter.

Metode

Rapporten består af to webbaserede delundersøgelser: en spørgeskemaundersøgelse af et repræsentativt udsnit af den voksne danske befolkning over 16 år (N = 1110) og en spørgeskemaundersøgelse af en udvalgt målgruppe af 11-16 årige (N = 218). Respondenterne blev bedt om at besvare en række spørgsmål om deres kendskab til og kontinuerlige eller periodiske forbrug af måltidserstatningsprodukter, og om hvorvidt anbefalingerne om erstatning af maksimalt to daglige hovedmåltider følges. Desuden blev respondenterne spurgt om deres motivation og årsager til forbrug (fx vægtstyring), deres holdninger til produkterne, opfattelse af et passende forbrug, vægtstatus og kropsopfattelse samt socio-demografi. De 11-16 årige blev desuden bedt om at tage stilling til, hvorvidt en jævnaldrende og en 20 årig person burde bruge måltidserstatningsprodukter i fire givne scenarier, som var relateret til modelarbejde, præstation i forbindelse med skole/uddannelse, vægtbekymring og sportsaktiviteter. Data til undersøgelsen blandt voksne (16+) blev indsamlet af Userneeds i juni 2018 og til tillægsundersøgelsen (11-16 år) af Institut for Fødevarer (FOOD) i september 2018.

Resultater

Resultaterne fra undersøgelsen blandt voksne (16+) viste, at 18 til 48 procent havde kendskab til mindst et af måltidserstatningsprodukterne inden for de fire mest typiske kategorier (barer, drikkeklare shakes, pulvere og supper). Flest kendte til drikkeklare shakes (48 %) efterfulgt af barer (44 %) og pulvere (33 %) mens færrest kendte til supper (18 %). Forbruget var dog lavere; således brugte 18 procent af respondenterne en eller flere forskellige typer af måltidserstatningsprodukter lejlighedsvist eller hyppigt. Der var få (6 %), der brugte produkterne hyppigt som en del af deres normale kost, og knap en fjerdedel (24 %), der brugte dem i specifikke situationer fx til træning, 54 procent brugte produkterne periodisk, når der var behov for det, fx til vægtkontrol mens 8 procent brugte dem lejlighedsvist af praktiske grunde, eller hvis de havde lyst. Af de 37 respondenter, der havde et dagligt forbrug, brugte 32 produkterne en eller to gange om dagen, mens fem respondenter

anvendte produkterne tre eller flere gange om dagen, hvilket overstiger den anbefaling som produkterne til vægtstyring mærkes med. Samlet set havde over halvdelen (56 %) et lejlighedsvist forbrug, 25 procent havde et ugentligt forbrug og færrest (18 %) havde et dagligt forbrug af produkterne. Af dem, der havde et dagligt forbrug, brugte otte ud af 37 produkterne som en del af deres normale kost mens andre havde et daglig forbrug i perioder. Den overordnede holdning til måltidserstatningsprodukter var neutral, dvs. hverken positivt eller negativt ladet. Brugere af disse produkter var dog mere positivt indstillede over for dem.

De væsentligste motivationsfaktorer for brug af produkterne er vægtkontrol, styrketræning og convenience.

Brugere af måltidserstatningsprodukter adskiller sig statistisk signifikant fra ikke-brugere med hensyn til alder, uddannelse, børn og vægtmål samt styrketræning. Således var der flere brugere af produkterne blandt 16-45-årige, end der var blandt 46-65-årige eller ældre. Der var flere brugere med kort- eller mellemlang uddannelse (2-4 år) end med lang uddannelse (5 år eller mere). Desuden var der blandt brugerne flere, der havde børn, og der var markant flere, der styrketrænede.

Blandt den unge aldersgruppe af 11-16-årige, angav 68 ud af 218, at de spiste enten barer, drikkeklare shakes, pulvermix eller andre produkter. Kun én ud af de 21 brugere blandt de 11-13 årige, spiste dem på daglig basis mens der var ingen af de 47 brugere i alderen 14 til 16. Cirka halvdelen kunne komme i tanke om et produkt, men kun to piger i alderen 14 til 16 år kunne nævne et reelt måltidserstatningsprodukt mens ingen kunne nævne et reelt produkt blandt de 11 til 13 årige. Størstedelen af respondenterne i alderen 11 til 16 år kendte ikke til måltidserstatningsprodukter eller var forvirret over, hvad det var og derfor kan antallet af brugere kun betragtes som en indikation. Alligevel var der generelt en positiv indstilling til at bruge disse produkter i begge aldersgrupper samt både blandt brugere og ikke-brugere. Når respondenterne blev præsenteret for fire forskellige mulige scenarier om forbrug relateret til modelarbejde, præstation i forbindelse med skole/uddannelse, sportsaktiviteter og vægtbekymring, tenderede flertallet til at være positive over for måltidserstatningsprodukter og anbefalede brugen af disse produkter til målpersonen i scenariet, med undtagelse af scenariet om vægtbekymring. Således synes 42-80 procent af respondenterne, at personerne i de opstillede situationer, med undtagelse af situationen om vægtbekymring, skulle bruge produkterne. Dog så de mere produkterne som en nem løsning til at erstatte et hovedmåltid end til at bruge dem som et vægtstyringsredskab, idet kun 15-42 procent mente, at produkterne skulle bruges i situationen med vægtbekymring.

1. Baggrund og formål

Et stigende antal produkter markedsføres som "måltidserstatninger", dvs. produkter der kan erstatte et hovedmåltid, hvilket fremgår af produktets mærkning. Producenter har lov til at tilsætte en række vitaminer og mineraler til disse produkter. Der er udarbejdet nationale regler for hvilke mængder, der må tilsættes produkterne (BEK nr. 548 af 28/05/2018)¹. Af mærkningen fremgår, at det anbefales, at produkterne erstatter højest et til to hovedmåltider dagligt, da et højere forbrug kan være sundhedsskadeligt (se oversigt over tilladte mængder for tilsætning af vitaminer og mineraler i bilag 1).

Måltidserstatninger markedsføres ofte som produkter til vægtstyring, da der findes to godkendte sundhedsanprisninger i EU, der vedrører henholdsvis vægtkontrol og vægttab ved brug af måltidserstatninger² i en energireduceret kost. Virksomheder kan bruge disse godkendte sundhedsanprisninger i markedsføringen af deres måltidserstatningsprodukter, hvis de overholder en række krav til sammensætning og mærkning. Ifølge König et al. (2008) indikerer flere studier, at måltidserstatningsregimer er associeret med hurtigt vægttab og nedsættelse af metaboliske risikofaktorer. Deres studie bestod af en seks-ugers livsstilsintervention, hvor deltagerne enten fik et måltidserstatningsregime (erstatning af to daglige hovedmåltider) eller en lav-kalorie diæt. Måltidsregime- gruppen opnåede en yderligere forbedring af deres metaboliske risikoprofil herunder bl.a. fald i kropsvægt og fedtmasse. König et al. (2014) fandt ligeledes, at deltagere, der fik et måltidsregime opnåede samme effekt på blodglukoseniveau som deltagerne, der fik en lav-kalorie diæt, mens effekten på andre faktorer som BMI og insulinniveau var større i måltidsregime-gruppen. I et australsk studie fandt Noakes et al. (2004), at deltagere, der som i ovennævnte studie fik to måltidserstatningsprodukter dagligt, opnåede samme effekt som ved et konventionelt vægttabsprogram, men at førstnævnte gruppe havde bedre kompliance og oplevede det mere bekvemt sammenlignet med den anden gruppe.

I et schweizisk studie fandt Hartmann et al. (2016), at personer med stort kendskab til en afbalanceret kostsammensætning angav en øget sandsynlighed for at indtage måltidserstatninger. Ifølge Hartmann et al. kan dette skyldes, at disse produkter ofte markedsføres som sunde muligheder, ofte beriget med vitaminer, mineraler, fibre og sunde fedtsyrer og derfor appellerer til ernæringsbevidste forbrugere. Omvendt reducerer måltidserstatninger kompleksiteten af fødevarevalg, idet det ikke er nødvendigt at tage stilling til portionsstørrelse og kalorieindhold, hvilket kan virke tiltrækkende for individer med restriktiv spiseadfærd, men muligvis også for personer med begrænset viden om ernæring.

Ifølge Hartmann et al. (2016) tror forbrugerne, at måltidserstatninger er en hurtig og nem vej til vægttab, selvom flere studier tyder på, at forbrugere af måltidserstatninger kompenserer for lavere energiindtag ved at spise flere kalorier og større portioner ved næste måltid og derved udligner effekten af måltidserstatninger (Heymsfield et al., 2003). Omvendt peger Hartmann et al. (2016) dog også på, at måltidserstatninger med fordel kan anvendes af personer, der regelmæssigt overspiser, til at kompensere for overspisning og

¹ Bekendtgørelse om tilsætning af vitaminer og mineraler til fødevarer.

² Kommissionens forordning (EU) Nr. 432/2012 af 16. maj 2012 om fastlæggelse af en liste over andre tilladte sundhedsanprisninger af fødevarer end dem, der henviser til en reduceret risiko for sygdom og til børns udvikling og sundhed.

opretholde diætmål. Den eksisterende viden er baseret på studier, der med et snævert fokus har undersøgt brug af måltidserstatninger på udvalgte målgrupper i forbindelse med vægtregulering.

Måltidserstatningsprodukter er hovedsageligt blevet undersøgt i forhold til deres evne til at understøtte vægtstyring og til at regulere spiseadfærd, men kun meget få studier har set på forbrugernes opfattelse af produkterne, eller hvad der motiverer dem til at bruge dem. Man har fundet ud af, at produkterne er effektive i forbindelse med vægtstyring, men vi ved ikke, hvorfor forbrugerne køber dem: er det kun et spørgsmål om vægt, eller er der også andre grunde? Det øgede antal måltidserstatningsprodukter på det danske marked og den potentielle sundhedsrisiko ved overdrevet forbrug af disse produkter giver anledning til ønsket om bedre at forstå forbrugernes holdninger til og opfattelse af måltidserstatningsprodukter.

Der mangler viden om forbruget af måltidserstatningsprodukter i befolkningen herunder hvilke aldersgrupper, der indtager disse produkter og hvor hyppigt, samt hvorvidt forbrugerne følger de anbefalinger, der er angivet på mærkningen. Miljø- og Fødevareministeriet (MFVM) har via Nationalt Center for Fødevarer (DCA) bedt MAPP Centret ved Aarhus Universitet om at undersøge forbrugernes forbrugsmønster. Formålet med denne undersøgelse er derfor at afdække forbruget af måltidserstatninger, hyppigheden i forbrug (kontinuerligt eller periodisk) i forskellige aldersgrupper, og om forbrugerne følger mærkningens anbefalinger samt øvrigt samtidigt indtag af vitamin- og mineralpræparater (kosttilskud). Desuden afdækkes hovedårsager til forbrug af produkterne.

I forbindelse med udarbejdelsen af denne rapport gennemførtes først en spørgeskemaundersøgelse blandt den voksne del af befolkningen (16+), som beskrives i det følgende. Det undersøgelsesspørgsmål, der blev forsøgt besvaret, var følgende: Hvordan ser forbruget af produkter markedsført som måltidserstatninger ud i befolkningen generelt.

Derefter blev der gennemført en spørgeskemaundersøgelse med convenience sampling blandt 11-16 årige med særligt fokus på, hvor attraktive den unge målgruppe finder måltidserstatningsprodukter.

2. Metode

2.1 Spørgeskemaundersøgelse til den voksne del af befolkningen (16+)

Undersøgelsen blandt voksne (16+) blev gennemført som en online spørgeskemaundersøgelse, hvor et repræsentativt udsnit af den danske befolkning (N = 1110) blev bedt om at besvare en række spørgsmål om forbrug af produkter markedsført som måltidserstatninger, og om anbefalingerne om erstatning af maksimalt to daglige hovedmåltider følges. Desuden blev respondenterne spurgt om motivation og årsager til forbrug (fx vægtstyring), generelle holdninger til produkterne, opfattelse af et passende forbrug, vægtstatus og kropsopfattelse samt socio-demografiske faktorer. Data blev indsamlet af Userneeds i juni 2018. Begge spørgeskemaer blev sat op i Qualtrics, hvor de blev pilot-testet internt og herefter justeret. Spørgeskemaet til undersøgelsen blandt voksne (16+) fremgår af bilag 2, og spørgeskemaet til den unge målgruppe (11-16 årige) fremgår af bilag 3.

Data er indsamlet med fokus på repræsentativitet med hensyn til køn, alder, region og uddannelse. Se køns-, alders- regions- og uddannelsesfordeling af respondenterne i bilag 4.

Respondenter mellem 16-18 år fik en kortere udgave af spørgeskemaet, som udelukkende fokuserede på personligt forbrug og holdninger. Spørgsmål vedrørende husstandens forbrug blev således ikke medtaget, da det blev anset for usandsynligt, at unge respondenter har kendskab til husholdningens indkøb.

Respondenterne blev bedt om at besvare spørgsmål under følgende overskrifter:

- Kendskab til og brug af måltidserstatningsprodukter
- Forbrugshyppighed
- Motivation til brug
- Holdninger (overbevisninger)
- Opfattelse af passende forbrug
- Brug af vitamin- og mineralpræparater
- Vægtstatus, sundhed og kropsbillede
- Socio-demografi

Spørgeskemaet var overordnet inddelt i to: første del omhandlede brugere og forbrug af måltidserstatningsprodukter herunder motivation; anden del omhandlede respondenternes generelle holdning til måltidserstatningsprodukter, deres spisemåder og måltidsmønstre samt deres kropsopfattelse.

For at undgå misforståelser blev konkrete eksempler på eksisterende måltidserstatningsprodukter inden for de fire produktkategorier (barer, drikkeklare shakes, pulvere og supper) nævnt.

Spørgeskemaet blev indledt med følgende definition på måltidserstatningsprodukter: *Måltidserstatninger er produkter markedsført som en erstatning for et måltid, hvilket fremgår af produktets mærkning.*

2.2 Brugere, forbrug og motivation

De første spørgsmål drejede sig om respondenternes kendskab og forbrug af forskellige måltidserstatningsprodukter i fire produktkategorier (barer, drikkeklare shakes/smoothies, pulvere og supper). Inden for hver af de nævnte produktkategorier, blev kendskabet vurderet ud fra 1) ikke at kende en af typerne af produkterne, 2) at kende en type af produkterne uden at have smagt det/dem, 3) at have smagt en eller flere af produkttyperne, men ikke brugt det/dem, til 4) at bruge et eller flere af produkterne lejlighedsvist eller 5) at bruge et eller flere af produkterne hyppigt. De sidste to kategorier blev kombineret og defineret som brugere, da den hyppige kategori kun blev rapporteret af 36 respondenter. Derudover blev respondenterne spurgt, om de kendte andre måltidserstatningsprodukter end de nævnte samt hvor godt de kunne lide de produkter, de havde smagt, på en skala fra 1 (kan rigtig godt lide dem) til 5 (kan slet ikke lide dem). Derudover blev der spurgt ind til, om andre i husstanden brugte nogen af produkterne, og for dem, der brugte mindst ét af produkterne, blev de bedt om at vælge en ud af fire beskrivelser af forbrug (hyppigt vs. periodisk), der betegnede deres forbrug bedst.

2.2.1 Forbrugshyppighed og motivation for brug

I afsnittet om forbrugshyppighed blev respondenterne bedt om at svare på spørgsmål om, hvor ofte de brugte produkterne, og hvor de købte dem. Desuden blev de 16-17 årige spurgt, om det var dem selv, der købte produkterne. Respondenterne blev også spurgt, om hovedårsagen til deres brug af måltidserstatninger, og de blev bedt om at vælge en ud af syv mulige årsager (fx hjælp til vægtstyring, nemt og bekvemt, sikre tilstrækkelig mængde næringsstoffer); disse var udvalgt på baggrund af tidligere forskning (Hartmann et al., 2016, Heymsfield et al., 2003).

2.2.2 Generelle holdninger til måltidserstatningsprodukter

Respondenternes holdning til at anvende måltidserstatningsprodukter blev målt på en 7-punkt skala fra 1 (mindst favorabel) til 7 (mest favorabel) med seks forskellige udsagn. Desuden blev respondenterne bedt om at tage stilling til en række udsagn, opdelt i ulemper og fordele, ved disse produkter. Disse udsagn blev ligeledes målt på en 7-punkt skala fra 1 (helt uenig) til 7 (helt enig).

Et samlet gennemsnit af respondenternes score for de seks udsagn blev brugt som en overordnet holdning til måltidserstatningsprodukter i videre analyser. Cronbachs alpha, der indikerer, hvor pålideligt skalaen måler det, den dækker, var 0,94, hvilket indikerer en god intern konsistens, som berettigede en sammenlægning til et mål for en overordnet holdning.

På samme måde blev der beregnet to gennemsnit over respondenternes angivne score ud fra de individuelle udsagn relateret til henholdsvis fordele og ulemper. Et af de oprindelige fem udsagn "Sunde valg til børns madpakker" blev udeladt af det samlede gennemsnit, fordi den interne konsistens faldt. Cronbachs alpha var 0,71 for både fordele og ulemper, hvilket indikerer en tilstrækkelig intern konsistens.

2.2.3 Opfattelse af passende forbrug

Her blev respondenterne spurgt om deres opfattelse af et passende forbrug (regelmæssigt eller lejlighedsvist) på en 7-punkt skala fra 1 (slet ikke passende) til 7 (meget passende). Desuden blev de bedt om at angive, hvor ofte de mente man, højest, burde bruge måltidserstatningsprodukter som henholdsvis mellem- og hovedmåltider. Til sidst blev der spurgt ind til, hvilke personer, de mente, disse produkter var velegnede til.

2.2.4 Vægtstatus, sundhed og kropsbillede

Respondenterne blev her spurgt om deres vægt og højde samt tilfredshed med egen vægt på en 7-punkt skala fra 1 (meget utilfreds) til 7 (meget tilfreds). Desuden blev respondenterne bedt om at vælge en ud af ni mulige figurer (opdelt i mænd/kvinder) til at visualisere først deres nuværende vægt og dernæst deres ideale vægt (Stunkard's rating scale) (Stunkard et al., 1983).

2.2.5 Socio-demografi

Til sidst blev der spurgt ind til deres baggrund. De socio-demografiske spørgsmål dækker region, størrelsen på byen de var bosat i, højest gennemførte uddannelse, årlige indkomst, samlivsstatus, børn og helbredsstatus, indtag af kosttilskud og om de styrketrænede.

2.2.6 Respondenterne

Stikprøven bestod af 1.195 spørgeskemaibesvarelser, hvoraf 1110 var valide. Respondenter, der havde besvaret spørgeskemaet urealistisk hurtigt (mindre end 5 minutter), eller som havde ensartede svar hele vejen igennem, blev ekskluderet, da det tyder på, at de ikke har læst spørgeskemaet og ikke svaret reelt på spørgsmålene. De 1110 respondenter består af 566 kvinder (51 %) og 544 mænd (49 %).

Alle demografiske karakteristika for respondenterne fremgår af bilag 5.

2.3 Spørgeskemaundersøgelse blandt 11-16 årige

Som supplement til undersøgelsen blandt voksne (16+) blev der gennemført en undersøgelse med convenience sampling, blandt en specifik målgruppe af 11-16 årige (N = 218). Rekrutteringen skete på forskellige skoler i Jylland og på Fyn.

Spørgeskemaet til de 11-16 årige adskilte sig fra den udgave, den voksne del af befolkningen fik. Fokus for denne undersøgelse var rettet mod, hvor attraktive den unge gruppe fandt produkterne. Der blev ligeledes spurgt ind til kendskab til og forbrug af produkterne, motivation, generelle holdninger, spisevaner, vægtstatus, sundhed og kropsbillede. Derudover blev hver respondent præsenteret for to scenarier: et scenarie med en jævnaldrende og et andet med en 20-årig, hvor de blev bedt om at tage stilling til, om det var en god idé for en person af deres køn at bruge måltidserstatninger i de specifikke situationer. Der var fire forskellige typer af scenarier: 1) forbrug i relation til sportsaktiviteter, 2) modelarbejde, 3) vægtbekymring og 4) præstation i forbindelse med skole/uddannelse. De to scenarier præsenteret for en respondent var altid forskellige baseret på afbalanceret design.

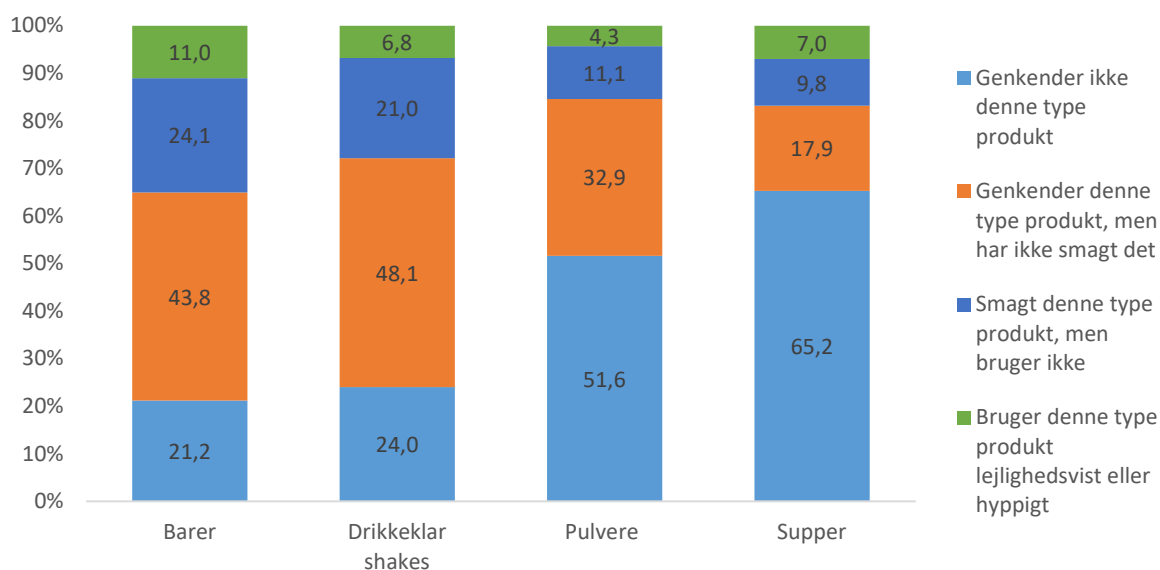
3. Resultater

3.1 Brugere, forbrug og motivation blandt den voksne population (16+)

Første del af rapporten handler om brugere og deres forbrug af måltidserstatningsprodukter.

3.1.1 Kendskab til måltidserstatningsprodukter

De fleste af respondenterne kendte ikke til måltidserstatningsprodukter. Supper og pulvere var mindst kendt, mens barer og drikkeklare shakes var de produkter, som flest kendte til. Kun et mindretal angav reelt at bruge dem (Figur 1).



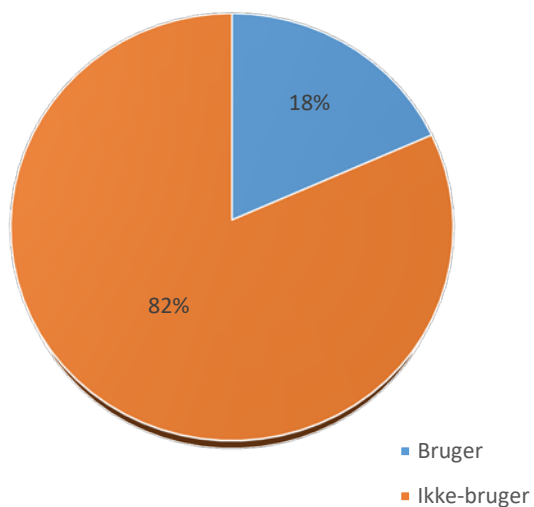
Figur 1: Kendskab til måltidserstatningsprodukter. N = 1110.

Respondenterne blev spurgt, om de havde brugt andre typer af måltidserstatningsprodukter. Få respondenter angav andre typer af produkter, hvoraf kun enkelte var reelle måltidserstatningsprodukter, som fx Noka- og Herbalife bar, Nutrilett-pastaretter samt Nupo-pandekagemix. Ellers blev forskellige proteinpulvere- og barer, Yum Yum- og Knorr-nudler samt McDonald's nævnt. Respondenter, der ikke nævnte reelle måltidserstatningsprodukter, blev ikke defineret som brugere.

3.1.2 Antal brugere og ikke-brugere af måltidserstatningsprodukter

Respondenter, der svarede, at de havde brugt mindst et af måltidserstatningsprodukterne inden for de fire kategorier: barer, drikkeklare shakes/smoothies, pulvere og supper, blev defineret som brugere.

204 respondenter angav, at de brugte mindst et af produkterne, lejlighedsvist eller hyppigt, svarende til knap en femtedel, som dermed blev defineret som brugere (Figur 2).



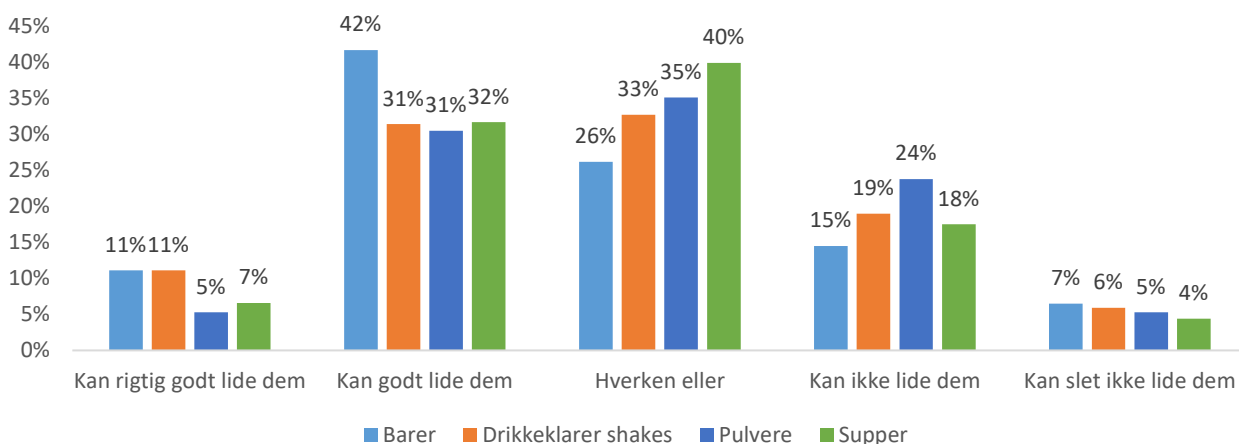
Figur 2: Brugere og ikke-brugere af måltidserstatningsprodukter. N = 1110.

Mere end halvdelen af brugerne brugte et af produkterne (61 %), en fjerdedel to af produkterne (24 %) mens få brugte tre af produkterne (10 %) eller fire af produkterne (5 %) inden for de fire nævnte produktkategorier.

Ti procent af alle respondenterne angav, at andre i husholdningen brugte forskellige barer, 8 procent drikkeklare shakes/smoothies, 4 procent pulvere, 6 procent supper, og 4 procent angav, at de brugte andre produkter inden for andre end de nævnte produktkategorier. Af andre produkter, blev der ikke nævnt reelle måltidserstatningsprodukter.

3.1.3 Vurdering af måltidserstatningsprodukternes smag

Mere end halvdelen af brugerne angav, at de enten "rigtig godt" eller "godt" kunne lide barer, efterfulgt af drikkeklare shakes/smoothies; for supper var det knap halvdelen og pulvere godt en tredjedel. Godt en tredjedel kunne enten "ikke lide" eller "slet ikke lide" pulvere, efterfulgt af godt en fjerdedel, der ikke eller slet ikke kunne lide drikkeklare shakes/smoothies, og for supper og barer var det knap en fjerdedel. Barer var det produkt flest angav at kunne lide og pulvere var det produkt færrest kunne lide (Figur 3).



Figur 3: Hvor godt kan brugerne lide/ikke lide produkterne i de fire kategorier. N = 204.

3.1.4 Karakteristik af brugere og ikke-brugere af måltidserstatningsprodukter

Brugere og ikke-brugere af måltidserstatningsprodukter adskilte sig ikke statistisk signifikant med hensyn til køn, region, bystørrelse, indkomst og samlivsstatus (χ^2 : $p > 0,05$).

Der er statistisk signifikant forskel på brugere og ikke-brugere i relation til alder (χ^2 : $p < 0,05$), hvor der er flere brugere i de unge aldersgrupper 16-17 år, 18-24 år og 25-35 år samt 36-45 år. Der er lidt færre, der bruger produkterne blandt den midaldrende aldersgruppe, 46-55 år, mens der er noget færre i den ældre gruppe af 56-65 årige og derover (Bilag 5).

Uddannelsesniveau adskiller sig ligeledes statistisk signifikant mellem brugere og ikke-brugere (χ^2 : $p < 0,05$); blandt brugere er flere med kort- eller mellemlang videregående uddannelse (2-4 år) end blandt ikke-brugere. Dog er der lidt færre brugere med en lang videregående uddannelse (5 år eller mere inkl. Ph.d.) i forhold til ikke-brugere. Det at have børn ser også ud til at have en betydning (χ^2 : $p < 0,05$): flere brugere har børn end ikke-brugere (Bilag 5).

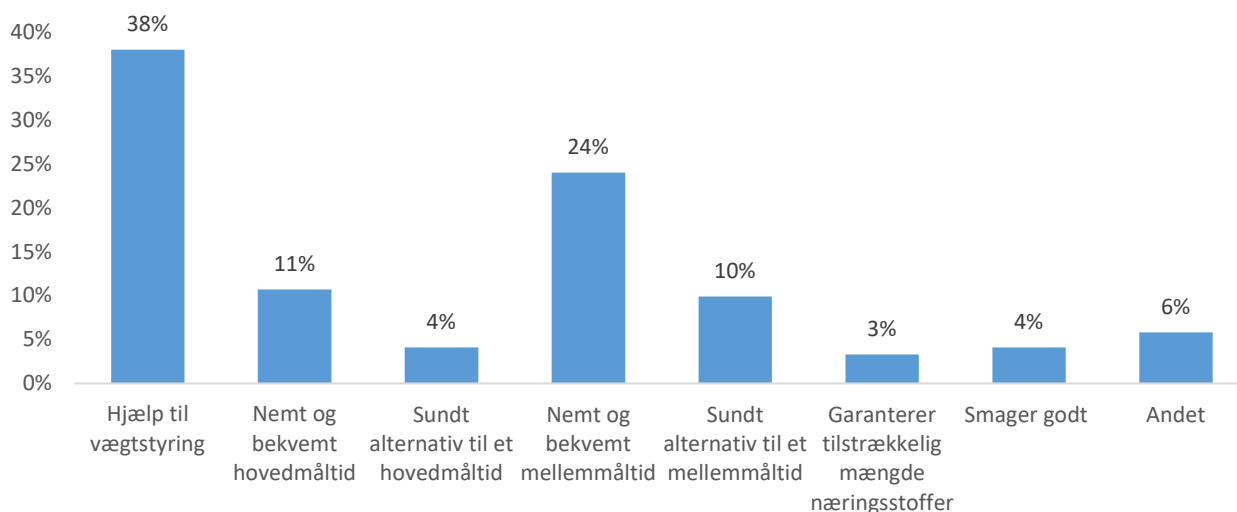
3.1.5 Hvor måltidserstatningsprodukterne bliver købt

Måltidserstatningsprodukter bliver mest købt i supermarkeder (67 %) efterfulgt af internettet (17 %), fitness-centre (6 %), kiosker (3 %) eller købmænd (3 %). Under kategorien "andet" (5 %) blev forskellige konkrete webshops nævnt, men ikke andre end de nævnte kategorier.

Blandt de 16-17 årige brugere angav 57 procent, at det var en anden i husstanden, der købte produkterne for dem.

3.1.6 Motivation – hovedårsag til brug af måltidserstatningsprodukter

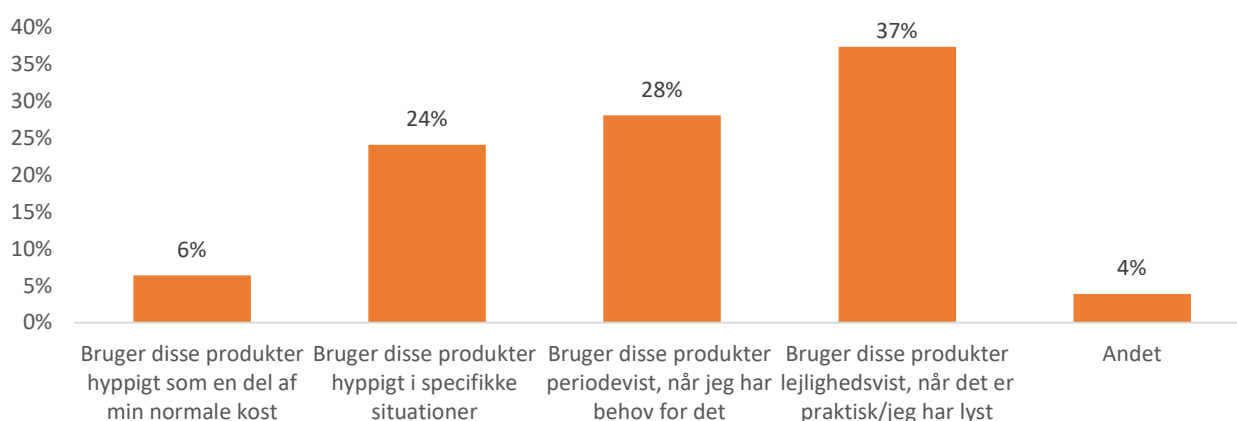
Flest af brugerne angav vægtstyring som hovedårsag til brug af måltidserstatningsprodukter, efterfulgt af bekvemmelighed forbundet med at bruge produkterne som mellemmåltid og som hovedmåltid, eller at det var et sundt alternativ til et mellemmåltid (Figur 4).



Figur 4: Hovedårsag til brug af måltidserstatningsprodukter. N = 121.

3.1.7 Hyppighed i forbrug af måltidserstatningsprodukter

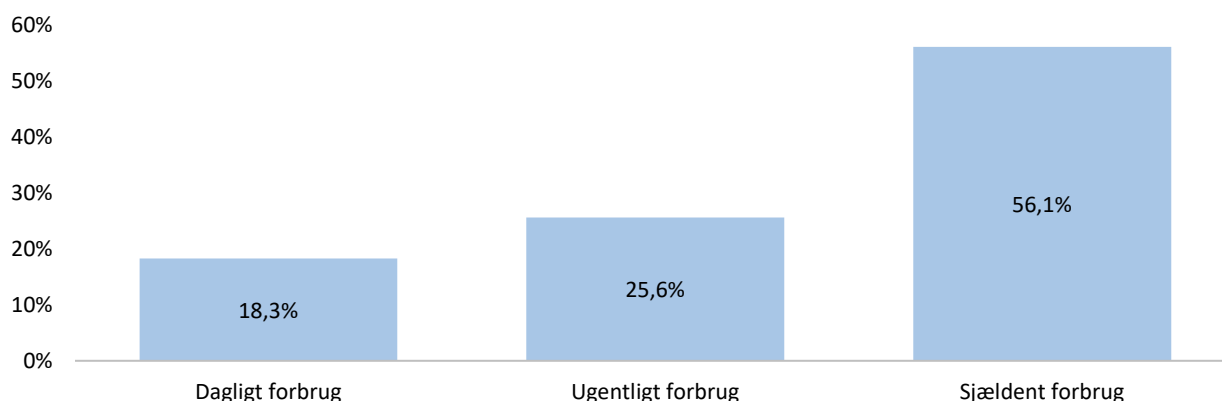
Flest af brugerne angav, at de brugte produkterne lejlighedsvist, når det var praktisk, eller de havde lyst. Periodevist forbrug og brug i specifikke situationer var lige almindelige, men kun få af brugerne angav, at de brugte dem som en del af deres normale kost (Figur 5).



Figur 5: Hyppighed i forbrug. N = 204.

De fleste brugere af måltidserstatningsprodukter (dækker både dem med et kontinuerligt og et periodisk forbrug) brugte produkterne mindre end én gang om måneden, og kun få brugte produkterne tre eller flere gange om dagen (Tabel 1). Således periodiske brugeres daglige anvendelse begrænset til de perioder, hvor de bruger disse produkter.

Når kategorierne reduceres til dagligt, ugentligt og sjældent forbrug havde mere end halvdelen af brugerne et sjældent forbrug, en fjerdedel havde et ugentligt forbrug og knap en femtedel havde et dagligt forbrug (Figur 6).



Figur 6: Hvor ofte bruges produkterne. N = 204.

Dagligt forbrug = 3 eller flere gange om dagen og 1-2 gange om dagen.

Ugentligt forbrug = 2-3 gange om ugen eller mere og en gang om ugen.

Sjældent forbrug = 2-3 gange om måneden, en gang om måneden og mindre end en gang om måneden.

Brug af produkterne som en del af den normale kost er ikke almindeligt. Af de brugere, der angav, at de brugte produkterne som end del af deres normale kost (N = 13), havde én respondent et dagligt forbrug på tre eller flere produkter om dagen, og syv respondenter havde et forbrug på et til to produkter om dagen.

Af dem, der havde et periodevist forbrug og angav, at de brugte produkterne, når der var behov for det (fx til vægtkontrol) (N = 57), havde tre brugere et dagligt forbrug på tre eller flere produkter dagligt, og 17 havde et forbrug på et til to produkter om dagen. Af dem, som angav, at de brugte produkterne hyppigt i specifikke situationer (fx i træningscenter, på rejser, hvis et måltid springes over, osv.) (N = 49), havde godt ti procent et dagligt forbrug, hvor alle brugte produkterne et til to gange om dagen (N = 6). Der var dermed ingen af disse, der brugte produkterne tre eller flere gange dagligt. Ud af dem, der angav, at de brugte produkterne lejlighedsvist, når det var praktisk eller de havde lyst (N = 76), havde knap fem procent et dagligt forbrug, og én af disse angav at bruge produkterne tre eller flere gange om dagen. De resterende brugere, der havde angivet andet som årsag (N = 9), havde alle et sjældent forbrug. Der var således ingen af disse, der havde et dagligt eller ugentligt forbrug (Tabel 1).

Samlet set rapporterede fem ud af de 204 brugere at bruge måltidserstatningsprodukter over de anbefalede en til to om dagen, og kun én af disse brugte produkterne som en del af deres normale kost.

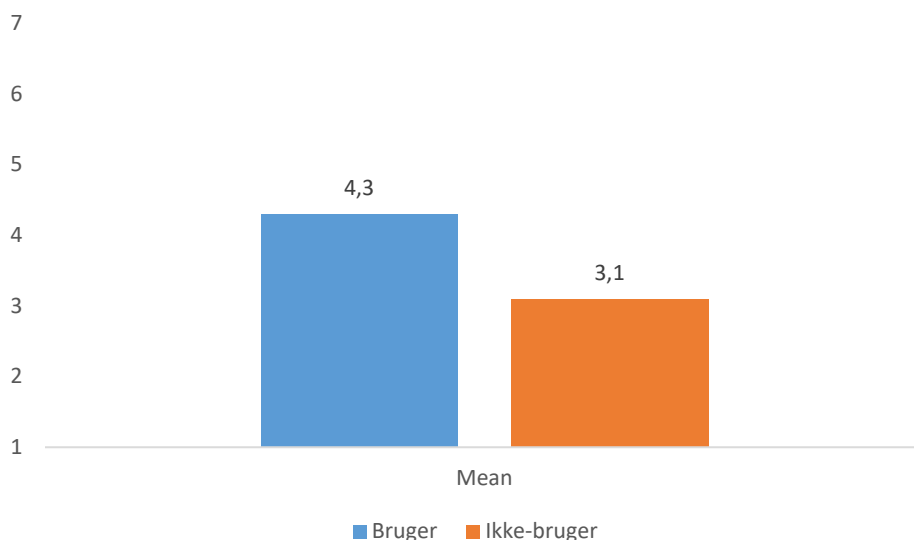
Hvilken af følgende beskrivelse betegner bedst dit forbrug	Hvor ofte bruger du dette/disse produkter		
	Dagligt forbrug N = 37	Ugentligt forbrug N = 52	Sjældent forbrug N = 115
Bruger hyppigt som en del af min normale kost N = 13	8	3	2
Bruger hyppigt i specifikke situationer N = 49	6	21	22
Bruger periodevist, når jeg har behov for det N = 57	20	16	21
Bruger, når det er praktisk/jeg har lyst N = 76	3	12	61
Andet N = 9	0	0	9

Tabel 1: Hvilken beskrivelse betegner bedst dit forbrug vs. hvor ofte bruger du produkterne. N = 204.

3.2 Holdninger til måltidserstatningsprodukter

3.2.1 Overordnet holdning

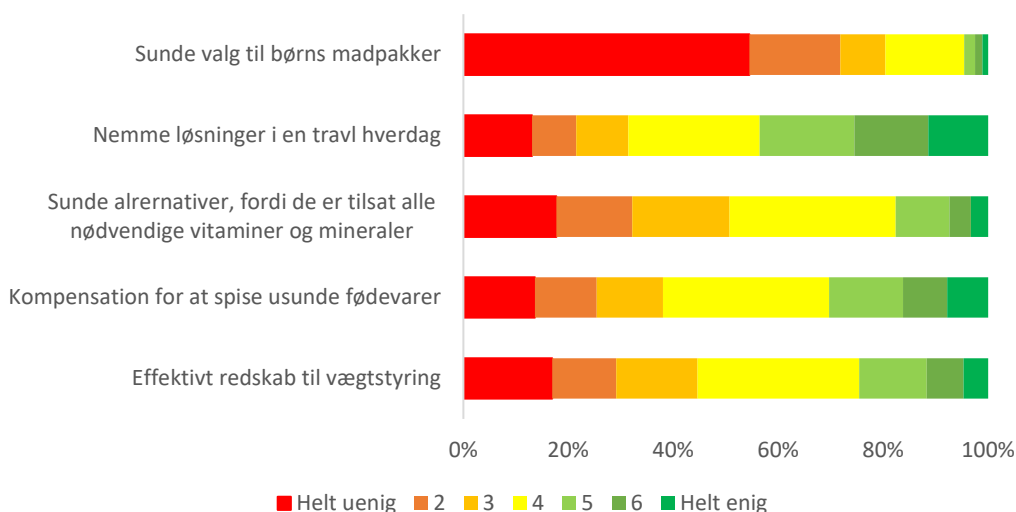
Den overordnede holdning (gennemsnit beregnet ud fra de seks udsagn) til at anvende måltidserstatningsprodukter var mere positiv for brugere end for ikke-brugere. Det højere samlede gennemsnit blandt brugere indikerer, at de var mere positive over for brugen af produkterne i forhold til ikke-brugere. Der er statistisk signifikant forskel på brugere og ikke-brugere (t-test: $p < 0,05$) (Figur 7). Meget få respondenter havde en positiv holdning til måltidserstatningsprodukter; samlet set havde 12 procent blandt alle respondenter en gennemsnitlig score på 5 eller derover (Se ekstra figurer med svar på individuelle udsagn i bilag 6).



Figur 7: Overordnet holdning, beregnet ud fra samlet gennemsnit af respondenternes angivne score for de seks udsagn (dårlig idé/god idé, uhensigtsmæssigt/hensigtsmæssigt, ufornuftligt/fornuftigt, usympatisk/sympatisk, risikabelt/sikkert, skadeligt/gavnligt), på en 7-punkt skala fra 1 (mindst favorable mening) til 7 (mest favorable mening). N = 1073. Statistisk signifikans er testet ved hjælp af t-test. Der var statistisk signifikant forskel på brugere og ikke-brugere (t-test: $p < 0,05$). Standard deviation (SD) = 1,37 for brugere og 1,25 for ikke-brugere.

3.2.1.1 Fordele forbundet med måltidserstatningsprodukter

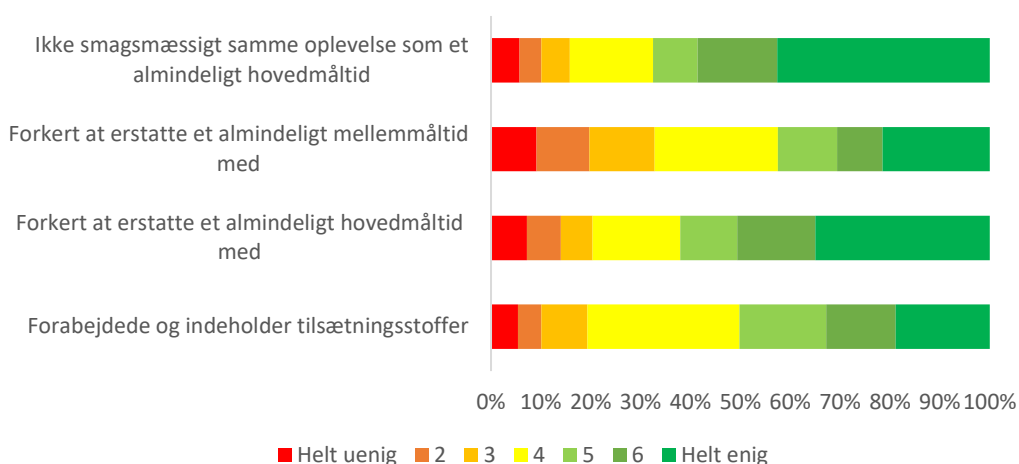
Blandt alle respondenter svarede færrest, at de er enige i at måltidserstatningsprodukter er sunde valg til børns madpakker. Flest respondenter er enige i, at måltidserstatningsprodukter er nemme løsninger i en travl hverdag (Figur 8).



Figur 8: Holdning - Fordele forbundet med måltidserstatningsprodukter angivet i procent samlet for brugere og ikke-brugere, på en 7-punkt skala fra 1 (Helt enig) til 7 (Helt uenig). N = 1110.

3.2.1.2 Ulemper forbundet med måltidserstatningsprodukter

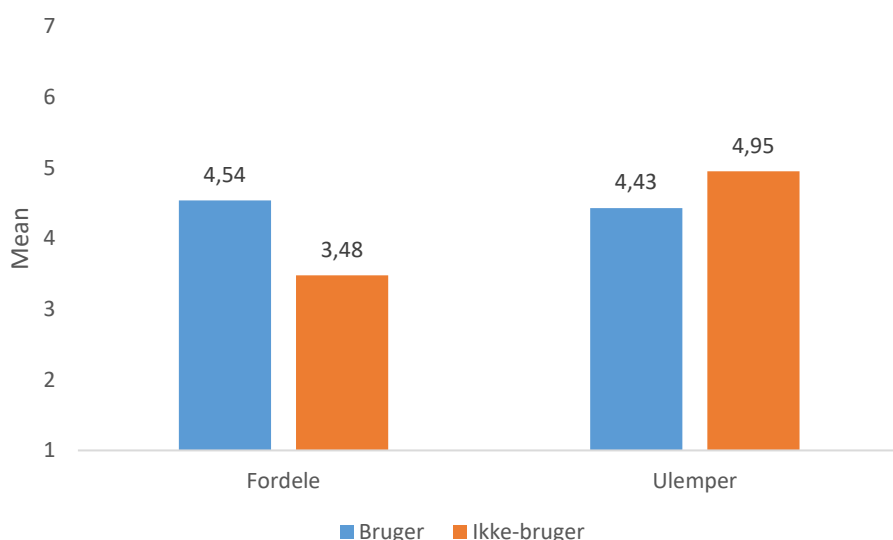
De fleste respondenter betragtede måltidserstatningsprodukter som værende forarbejdede fødevarer, som ikke gav samme smagsoplevelse som almindelige måltider. At erstatte hovedmåltider med måltidserstatningsprodukter anså de fleste som forkert, mens det at erstatte mellemmåltider blev set mere positivt på (Figur 9).



Figur 9: Holdning - Ulemper forbundet med måltidserstatningsprodukter angivet i procent samlet for brugere og ikke-brugere, på en 7-punkt skala fra 1 (mindst favorable mening) til 7 (mest favorable mening). N = 1110.

Brugere var mere enige i fordelene forbundet med brug af måltidserstatningsprodukter og mindre med mulige ulemper end ikke-brugere. Den gennemsnitlige forskel var statistisk signifikant for både fordele og ulemper (t-test: $P < 0,05$).

Brugere og ikke-brugere adskilte sig med hensyn til den overordnede holdning i relation til fordele og ulemper. Brugere og ikke-brugere var enige om, at måltidserstatningsprodukter ikke er sunde valg til børns madpakker. Med hensyn til ulemper er brugere og ikke-brugere enige om, at måltidserstatningsprodukter ikke smager så godt som almindelige måltider, og at måltidserstatningsprodukter indeholder mange tilsætningsstoffer (Figur 10).



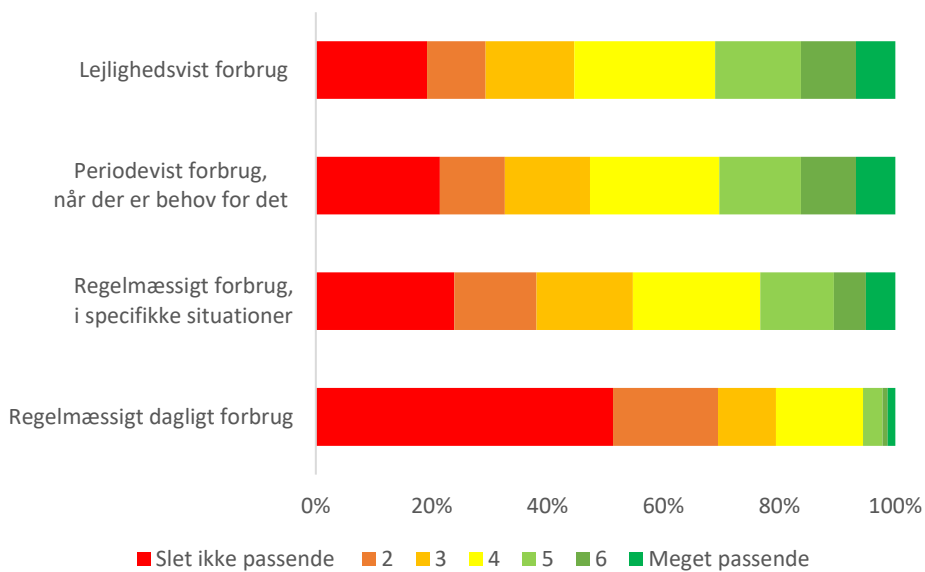
Figur 10: Overordnede holdninger til markedsføring af måltidserstatningsprodukter – Fordele/ulemper, på en 7-punkt skala fra 1 (helt uenig) til 7 (helt enig). Angivet i gennemsnit for brugere og ikke-brugere, $N = 1110$. Statistisk signifikans testet ved hjælp af t-test. Der var statistisk signifikant forskel på brugere og ikke-brugere med hensyn til fordele og ulemper (t-test: $P < 0,05$).

Fordele: Effektivt redskab til vægtstyring, kompensation for at spise usunde fødevarer, sunde alternativer, fordi de er tilsat nødvendige vitaminer/mineraler og nemme løsninger i en travl hverdag. SD (Fordele) = 1,11 for brugere og 1,19 for ikke-brugere.

Ulemper: Forarbejdede og indeholder tilsætningsstoffer, forkert at erstatte et almindeligt hovedmåltid med, forkert at erstatte et almindeligt mellemmåltid med og ikke smagsmæssigt samme oplevelse som et almindeligt måltid. SD (Ulemper) = 1,15 for brugere og 1,36 for ikke-brugere.

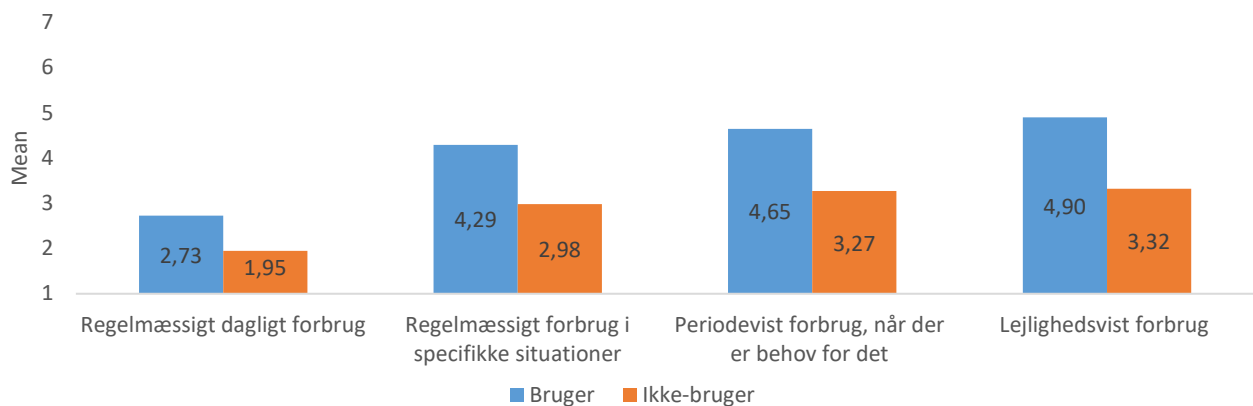
3.2.2 Passende forbrug af måltidserstatningsprodukter

Størstedelen af respondenterne mener, at et periodevist eller lejlighedsvist forbrug af måltidserstatningsprodukter er mest passende. Færrest oplever således et dagligt forbrug som passende (Figur 11).



Figur 11: Opfattelse af passende forbrug. Angivet i procent på en 7-punkt skala fra 1 (slet ikke passende) til 7 (meget passende). N = 1110.

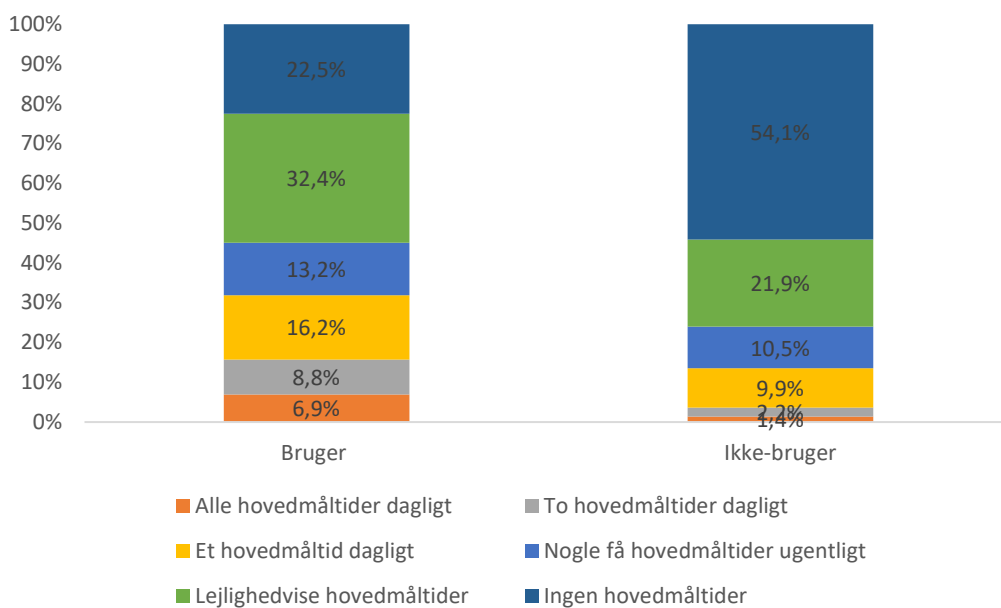
Samlet set er holdningen til, hvor passende det er at bruge måltidserstatningsprodukter, neutral, dvs. hverken positiv eller negativ, blandt brugerne, og opleves negativ blandt ikke-brugere. Regelmæssig dagligt forbrug blev set som mest upassende, mens lejlighedsvist og periodisk forbrug fik højere score, men selv brugere vurderede ikke anvendelsen som meget passende. Der var statistisk signifikant forskel på brugere og ikke-brugere (t-test: $p < 0,05$) mellem alle fire udsagn (Figur 12).



Figur 12: Opfattelse af passende forbrug. Angivet i gennemsnit for brugere og ikke-brugere på en 7-punkt skala fra 1 (slet ikke passende) til 7 (meget passende). N = 1110. Statistisk signifikans er testet ved hjælp af t-test.

3.2.2.1 Erstatning af hovedmåltider

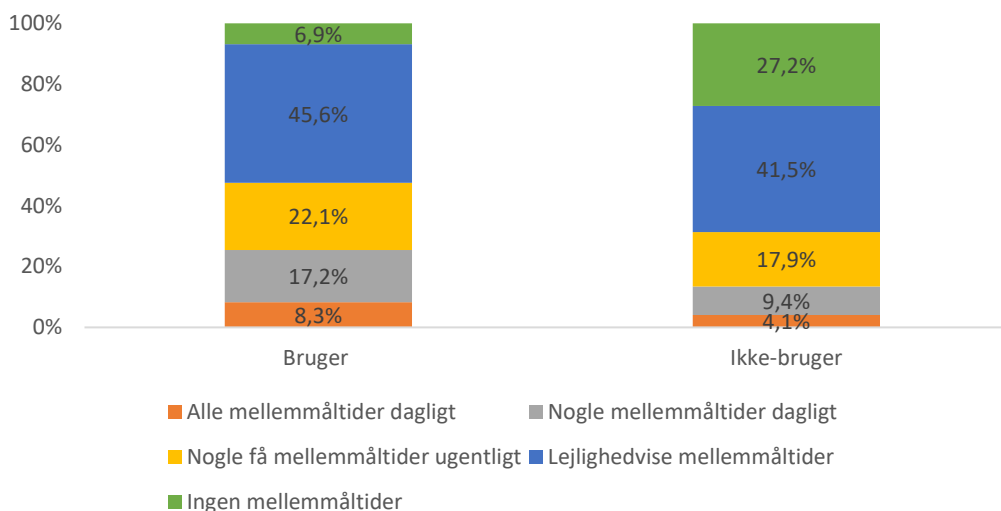
Blandt brugerne kan flere hovedmåltider erstattes end blandt ikke-brugere men de fleste mener, at lejlighedsvis snarere end alle hovedmåltider bør erstattes af måltidserstatningsprodukter. Der var statistisk signifikant forskel på brugere og ikke-brugere (χ^2 : $p < 0,05$) (Figur 13).



Figur 13: Opfattelse af hvor ofte man højest bør forbruge måltidserstatningsprodukter som hovedmåltid. Angivet i procent for brugere og ikke-brugere. N = 1110. Statistisk signifikans testet ved hjælp af χ^2 test.

3.2.2.2 Erstatning af mellemmåltider

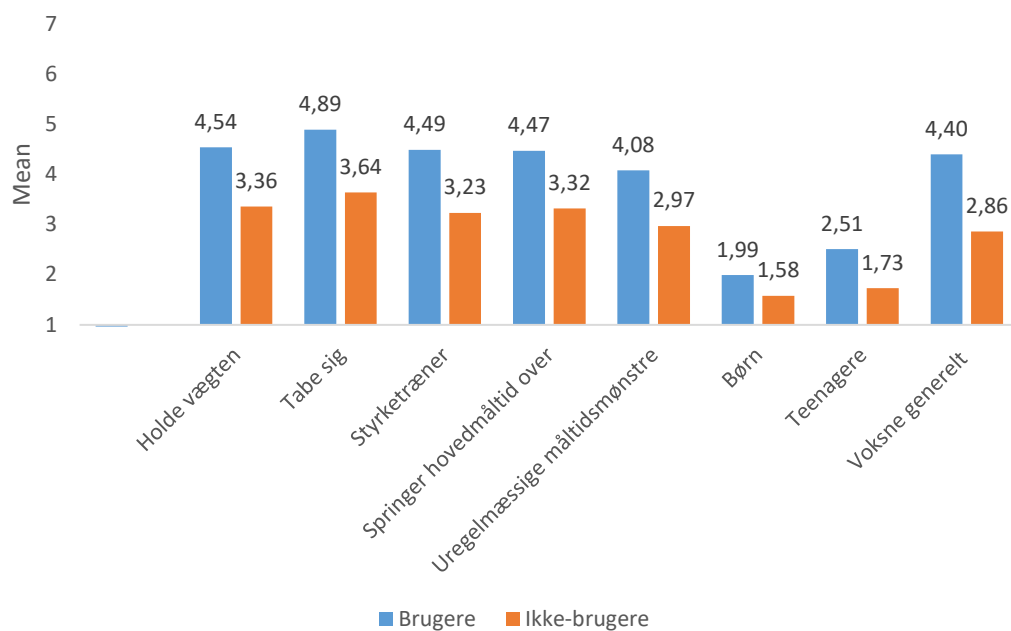
Tilsvarende for mellemmåltider mente flere blandt brugere, at alle eller nogle mellemmåltider dagligt kunne erstattes af et måltidserstatningsprodukt. Det samme gjaldt for ugentlige eller lejlighedsvis mellemmåltider. Kun få brugere mente, at ingen mellemmåltider kunne erstattes. Det samme gjaldt for mere end en fjerdedel af ikke-brugerne. Der var statistisk signifikant forskel på brugere og ikke-brugere (χ^2 : $p < 0,05$) (Figur 14).



Figur 14: Opfattelse af, hvor ofte man højest bør forbruge måltidserstatningsprodukter, som mellemmåltid. Angivet i procent for brugere og ikke-brugere. N = 1110. Statistisk signifikans testet ved hjælp af χ^2 test.

3.2.4 Hvem måltidserstatningsprodukterne er velegnede til

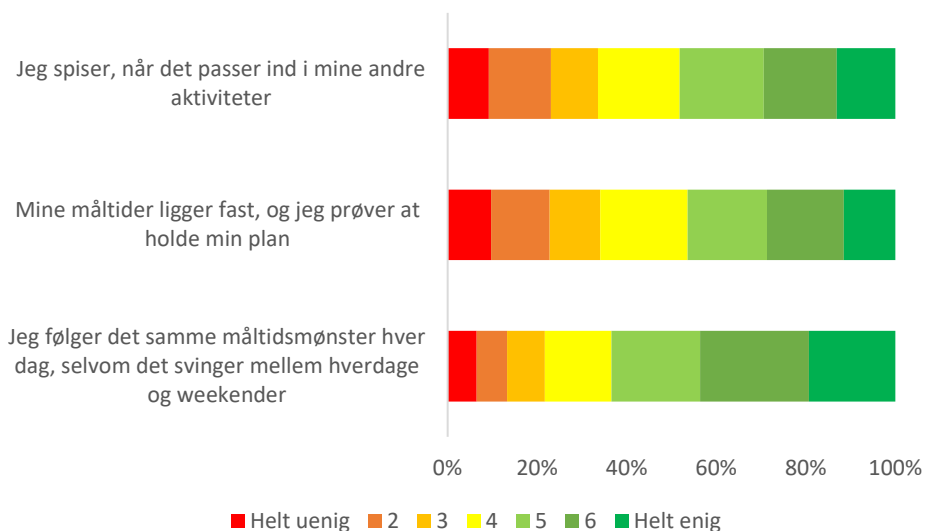
Respondenterne finder produkterne mest hensigtsmæssige for dem, der ønsker at tabe sig eller opretholde vægten, dem, der springer måltider over eller har uregelmæssigt måltidsmønster og styrketræner. Produkterne blev ikke set som passende for børn eller teenagere. Den gennemsnitlige vurderede egnethed, var lavere for ikke-brugere end for brugere. Der var statistisk signifikant forskel (χ^2 : $p < 0,05$) på brugere og ikke-brugere mellem alle udsagn (Figur 15).



Figur 15: Hvilke personer mener respondenterne, produkterne er velegnede til. Angivet i gennemsnit for brugere og ikke-brugere på en 7-punkt skala fra 1 (slet ikke passende) til 7 (meget passende). $N = 1110$. Statistisk signifikans testet ved hjælp af χ^2 test.

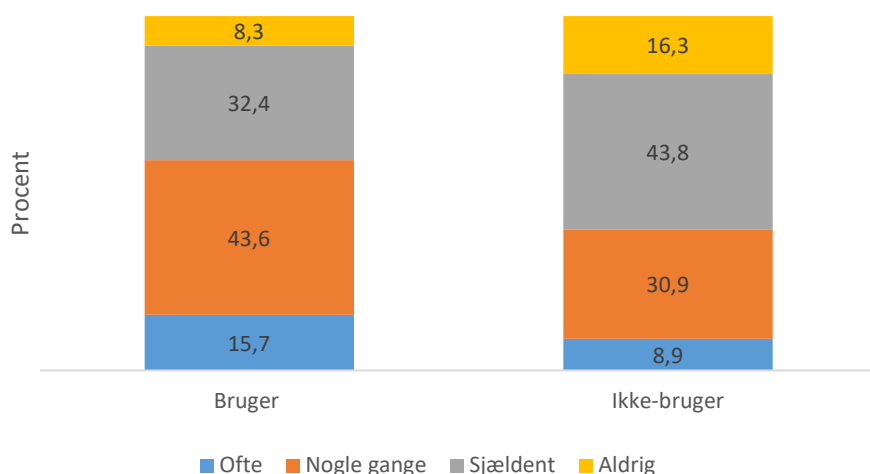
3.2.5 Måltidsmønstre

Der var flest respondenter, der angav, at samme måltidsmønster blev fulgt i hverdagene, men at det afveg i weekenderne; 40 procent er også enige om, at de spiser, når det passer sammen med deres andre aktiviteter. Der er ingen forskel mellem brugere og ikke-brugere (Figur 16).



Figur 16: Hvordan vil du beskrive dine måltidsmønstre. Angivet i procent på en 7-punkt skala fra 1 (helt uenig) til 7 (helt enig). N = 1110.

Brugere springer oftere et måltid over end ikke-brugere. Tilsvarende var der færre, der sjældent eller aldrig springer et måltid over blandt brugere. Der var statistisk signifikant forskel (χ^2 : $p < 0,05$) på brugere og ikke-brugere (Figur 17).



Figur 17: Hvor ofte respondenterne springer et måltid over. Angivet i procent for brugere og ikke-brugere. N = 1110. Statistisk signifikans testet ved hjælp af χ^2 test.

3.2.6 Vægtstatus og sundhed

3.2.6.1 Selvvurderet helbred, kosttilskud, BMI og styrketræning

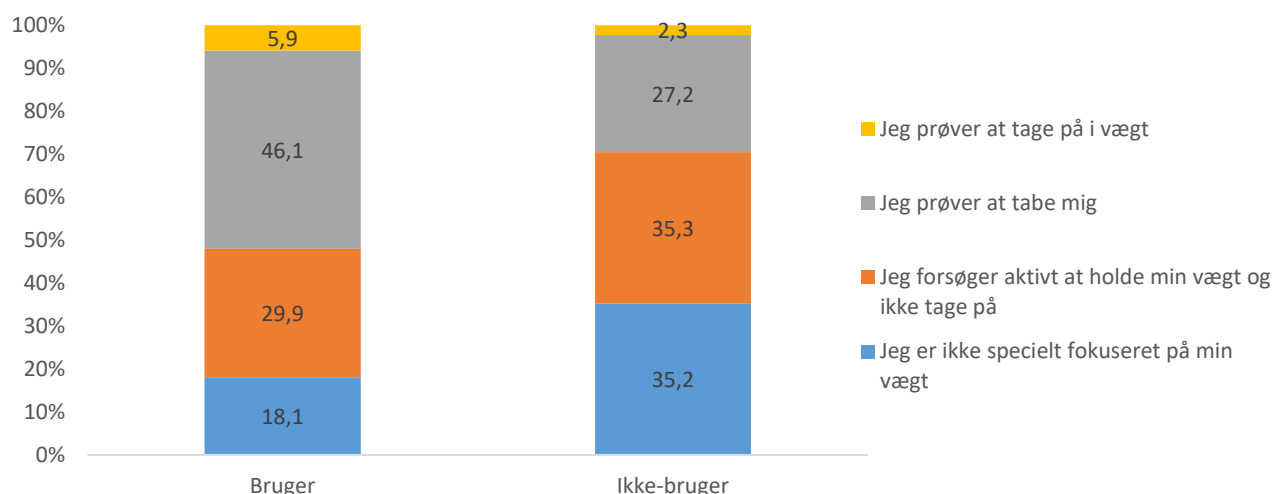
Brugere og ikke-brugere af måltidserstatningsprodukter adskilte sig statistisk signifikant med hensyn til styrketræning (χ^2 : $p < 0,05$), hvor op imod dobbelt så mange styrketræner blandt brugere. Brugere og ikke-brugere adskilte sig ikke statistisk signifikant med hensyn til helbredsstatus, BMI eller brug af kosttilskud (χ^2 : $p > 0,05$) (Tabel 2).

Karakteristik af brugere og ikke-brugere – livsstilsfaktorer					
	Brugere		Ikke-brugere		P-værdi*
	N	%	N	%	
Helbredsstatus					
Fremragende	11	5,4	61	6,7	0,336
Vældigt godt	75	36,8	295	32,6	
Godt	79	38,7	377	41,6	
Mindre godt	27	13,2	142	15,7	
Dårligt	11	5,4	29	3,2	
Kosttilskud					
Ja	106	52,0	449	49,6	0,536
Nej	98	48,0	457	50,4	
Typer af kosttilskud**					
Multivitamin	70	34	282	31,1	0,806
Vitaminer og mineraler	53	26	214	23,6	
Fiskeolie	23	11	108	11,9	
Urteekstrakter	6	3	27	3,0	
Andet	8	4	39	4,3	
BMI					
Under 18,5	10	5	27	3,0	0,202
18,5-25	84	41,2	345	38,1	
25,1-30	61	29,9	332	36,6	
Over 30	49	24,0	202	22,3	
Styrketræning					
Ja	79	38,7	181	20,0	<0,001
Nej	125	61,3	721	79,6	

Tabel 2: Karakteristik af brugere og ikke-brugere på udvalgte livsstilsfaktorer. Statistisk signifikans testet ved hjælp af χ^2 test. Statistisk signifikant forskel på brugere og ikke-brugere med hensyn til styrketræning (χ^2 : $p < 0,05$). Der var ikke statistisk signifikant forskel på brugere og ikke-brugere med hensyn til helbredsstatus, BMI eller brug af kosttilskud (χ^2 : $p > 0,05$).

**Det var her muligt at angive mere end ét svar.

Brugere var i lidt højere grad tilfredse med deres vægt i forhold til ikke-brugere (4,0 vs 3,6 ud af 7; χ^2 : $p < 0,05$). Blandt brugere var der flere, der angav, at de prøvede at tabe sig end blandt ikke-brugere, men ikke-brugergruppen havde flere respondenter, der ikke var specielt fokuseret på vægten. Der var statistisk signifikant forskel på brugere og ikke-brugere (χ^2 : $p < 0,05$) (Figur 18).

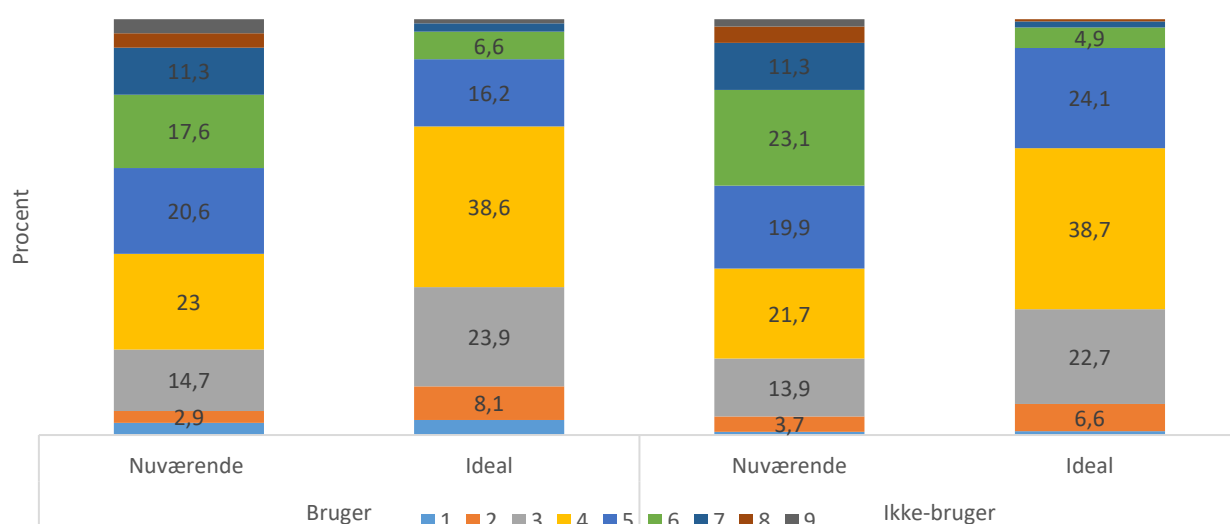


Figur 18: Respondenternes fokus på egen vægt. Angivet i procent for brugere og ikke-brugere. N = 1110. Der var statistisk signifikant forskel på brugere og ikke-brugere (χ^2 : $p < 0,05$).

3.2.6.2 Nuværende vs. ideal kropstørrelse

Stunkards kropsbilledskala, som blev brugt til at få respondenterne til at visualisere deres nuværende vægt over for deres ønskede (ideal) kropstørrelse, går fra 1 "undervægtig" til 9 "overvægtig", hvor normalvægt ligger et sted her imellem, dvs. 4 til 5 på skalaen. Skalaen (1-9) for kvinder og mænd fremgår af bilag 7.

De fleste respondenter vurderede, at de var lidt eller moderat overvægtige, mens den ideelle vægt blev klassificeret som normal i kategorier, der ikke repræsenterer ekstrem tyndhed (Figur 19). Den ideelle vægt blev set rimelig realistisk både blandt brugere og ikke-brugere. Der var ingen statistisk signifikant forskel mellem grupperne (t-test: $p > 0,05$).



Figur 19: Respondenternes oplevelse af deres nuværende vs. ideal kropstørrelse angivet på en visuel skala med figurer af 9 forskellige kropstørrelser fra 1 (undervægtig) til 9 (overvægtig). Angivet i procent, for mænd og kvinder samlet, opdelt i brugere og ikke-brugere. N = 1104 for "nuværende kropstørrelse", N = 1047 for "ideal kropstørrelse". Statistisk signifikans testet ved hjælp af t-test. Der var ingen statistisk signifikant forskel mellem grupperne (t-test: $p > 0,05$).

3.3 Måltidserstatningsprodukters appel til 12-16-årige og deres anvendelse

Denne del omhandler resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen blandt de 11-16 årige.

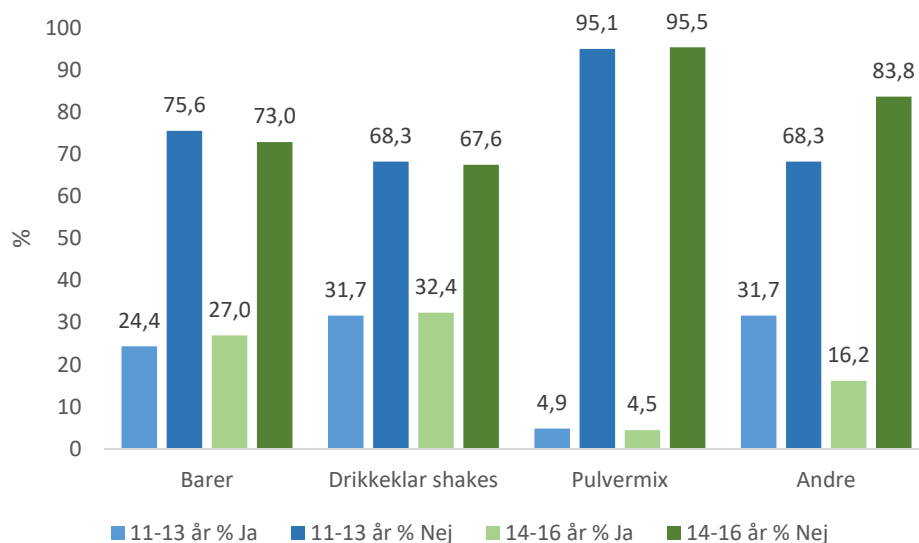
3.3.1 Kendskab, brugere, forbrug og motivation

Til spørgsmålet om, hvorvidt respondenterne kunne komme i tanke om et produkt (navn og/eller mærke), der sælges som en erstatning for et måltid, svarede knap 40 procent af de 11-13 årige og knap 60 procent af de 14-16 årige, at det kunne de godt; henholdsvis knap 20 og 30 procent heraf angav, at de også kunne nævne et produkt. Ved det efterfølgende spørgsmål, hvor de skulle nævne et produkt, ses det, at kun to piger i alderen 14-16 år kunne nævne et reelt måltidserstatningsprodukt, mens størstedelen af de andre nævner fx proteinbarer/shakes, müslibarer, smoothies, osv.

Respondenterne fik efterfølgende forevist en række billeder af tilfældigt udvalgte måltidserstatningsprodukter som eksempler og spurgt om deres kendskab til produkterne. 61 procent i alderen 11-13 år og knap 75 procent af de 14-16 årige svarer, at de kender denne type produkter. Billedeksemplerne på pulvermix, drikkeklare shakes og barer kan ses herunder.



Knap 25 procent af de 11-13 årige og 27 procent af de 14-16 årige angav, at de spiser barer, mens det er omkring 32 procent for begge aldersgrupper, når det gælder drikkeklare shakes. Kun under 5 procent angav at spise pulvermix, mens 31 procent af de 11-13 årige og 16 procent af de 14-16 årige spiser "andre", hvilket der ikke blev spurgt yderligere ind til. Det ses altså, at drikkeklare shakes er mest anvendt, mens pulvermix er mindst populær (Figur 20).



Figur 20: Hvor ofte spiser respondenterne hhv. barer, drikkeklare shakes, pulvermix og andre. Y-aksen viser % og x-aksen er opdelt efter hhv. aldersgruppe 11-13 år og 14-16 år samt Ja og Nej. N (11-13 år) = 41, N (14-16 år) = 111.

På samme måde som i undersøgelsen blandt voksne (16+), blev dem som angav at de brugte mindst et måltidserstatningsprodukt, kategoriseret som brugere. Dog var kendskabet til disse produkter begrænset, og det er derfor svært at vide, hvor mange der faktisk brugte reelle måltidserstatningsprodukter.

I aldersgruppen 11-13 år var der i alt 21 brugere af måltidserstatningsprodukter. Kun en ud af de 21 spiser produkterne på daglig basis, otte ud af de 21 spiser dem på ugentlig basis, mens de restende 12 brugere spiser dem sjældnere. I aldersgruppen 14-16 år var der i alt 47 brugere, hvoraf ingen af dem spiser produkterne på daglig basis, og ni ud af de 47 spiser dem på ugentlig basis, mens de resterende 38 spiser dem sjældnere.

3.3.2 Hvem køber måltidserstatningsprodukter

I aldersgruppen 11-13 år svarer to ud af 18 brugere, at de selv køber produkterne, mens 16 ud af 18 svarer, at en anden køber dem til dem. I aldersgruppen 14-16 år svarer 11 ud af 46 brugere, at de køber dem selv, og 35 ud af 46 svarer, at en anden køber dem for dem.

3.3.3 Motivation – hovedårsag til brug af måltidserstatningsprodukter

Størstedelen af brugerne (N = 68) beskriver, at de bruger produkterne, fordi det er nemt og hurtigt, at det smager godt og giver god mæthed, samt at det er nemt at have med på farten fx som et mellemmåltid. Kun en enkelt af brugerne angiver, at hun bruger produkterne fordi, at hun gerne vil tabe sig.

3.3.4 Karakteristik af brugere og ikke-brugere af måltidserstatningsprodukter

Det fremgår af tabel 3, at over 60 procent af brugerne er piger, og knap 70 procent af alle brugere er i alderen 14-16 år. Yderligere ses det, at mere end halvdelen af både brugere og ikke-brugere ikke ved, om deres forældre vil acceptere, at de spiser produkterne, samt at 31 procent af brugere har accept fra deres forældre samt at 30 procent af ikke-brugerne ikke må spise dem for deres forældre. Der er udelukkende statistisk signifikant forskel på brugere og ikke-brugere med hensyn til accept fra forældre ($p > 0,05$).

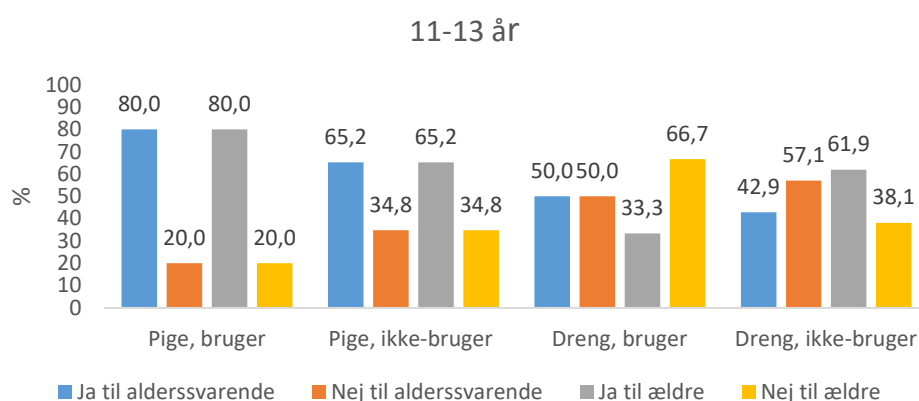
Karakteristika	Brugere		Ikke-brugere		P-værdi*
	N	%	N	%	
	68	100	150	100	
Køn					
Pige	41	60,3	77	51,3	0,219
Dreng	27	39,7	73	48,7	
Alder					
11-13 år	21	30,9	46	30,7	0,974
14-16 år	47	69,1	104	69,3	
Accept fra forældre					
Ja	21	30,9	15	10	0,001
Nej	6	8,8	45	30	
Ved ikke	41	60,3	90	60	

Tabel 3: Karakteristik af brugere og ikke-brugere i forhold til fordeling af køn og alder.

3.3.5 Opfattelse af at bruge måltidserstatningsprodukter i specifikke situationer

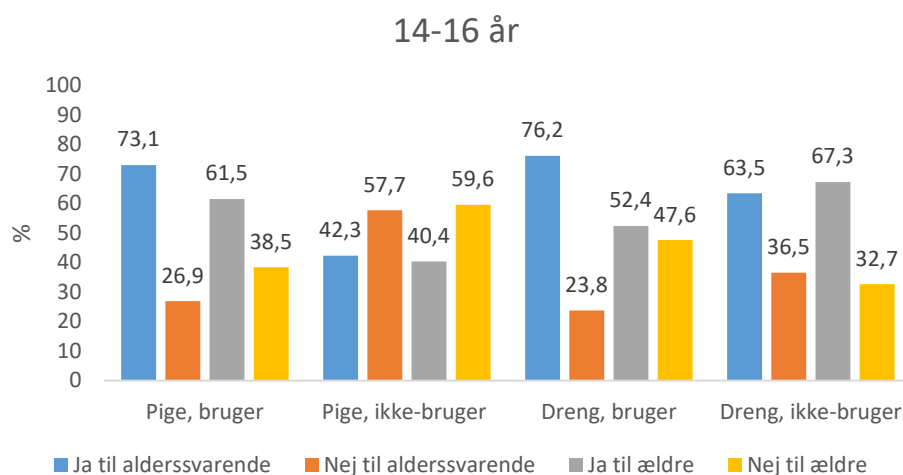
Respondenterne blev bedt om at tage stilling til nogle opstillede situationer omkring en person, der arbejder som model i sin fritid, en person som går til sport, en person som bekymrer sig om sin vægt og en person, som er meget ambitiøs med sin skole/uddannelse. Respondenterne blev præsenteret for to forskellige situationer, som omhandlede henholdsvis en jævnaldrende person og en 20-årig, som begge var af samme køn som respondenterne, som i en given situation overvejer at spise et måltidserstatningsprodukt. Respondenterne skulle derefter svare på, hvorvidt de syntes, at personen på deres egen alder samt den 20-årige skulle bruge måltidserstatningsproduktet eller lade være.

Blandt de 11-13 årige var pigerne – både brugere og ikke-brugere – meget positivt indstillede over for brugen af måltidserstatningsprodukter, både til en jævnaldrende og til en ældre, 20-årig pige. For drengene ses der en blandet indstilling til produkterne, og det er svært at se et mønster. Der er ikke statistiske signifikante forskelle mellem brugere og ikke-brugeres svar vedrørende personen på deres egen alder og den ældre person ($p > 0,05$) (Figur 21).



Figur 21: Skal han eller hun bruge måltidserstatningsprodukter? Aldersgruppe 11-13 år. Opdelt i dreng/pige samt bruger og ikke-bruger. Y-aksen angiver, hvor mange procent, der svarer hhv. ja eller nej til den jævnaldrende eller den 20-årige. $N(\text{pige, bruger}) = 15$, $N(\text{pige, ikke-bruger}) = 23$, $N(\text{dreng, bruger}) = 6$ og $N(\text{dreng, ikke-bruger}) = 21$.

Blandt de 14-16 årige piger, angiver størstedelen af brugerne, at både den jævnaldrende og den ældre, 20-årige person skal bruge måltidserstatningsprodukter, mens det omvendte gør sig gældende for ikke-brugerne, hvor mere end halvdelen ikke mener, at den jævnaldrende og den 20-årige skal bruge måltidserstatningsprodukter i den givne situation. Dog er omkring 40 procent af ikke-brugerne blandt pigerne positive over for brugen af måltidserstatningsprodukter. For drengenes vedkommende ses det, at de overordnet er positivt indstillede over for brugen af måltidserstatningsprodukter, uafhængigt af deres egen brugerstatus samt af alderen på personen i de stillede situationer. Der er statistisk signifikant forskel mellem gruppernes svar til den jævnaldrende og den ældre (χ^2 : $p < 0,05$) (Figur 22).



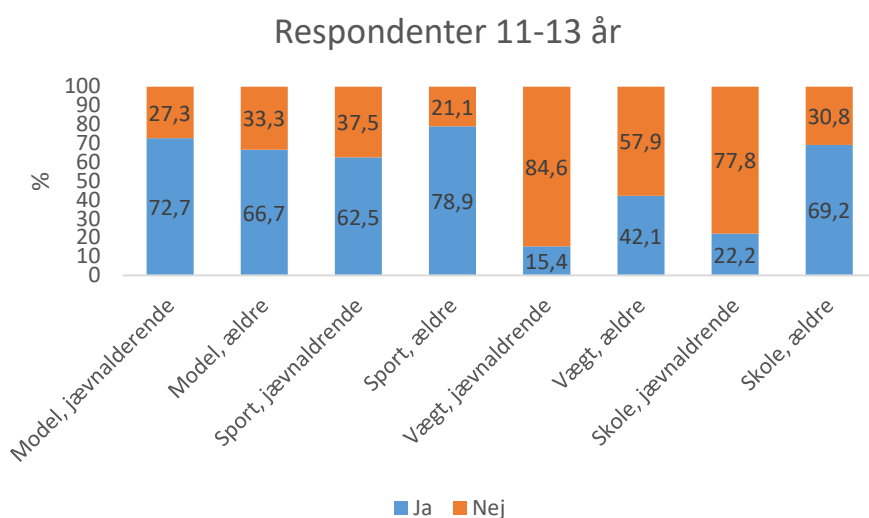
Figur 22: Skal han eller hun bruge måltidserstatningsprodukter? Aldersgruppe 14-16 år. Opdelt i dreng/pige samt bruger og ikke-bruger. Y-aksen angiver, hvor mange procent, der svarer hhv. ja eller nej til den aldersvarende eller den 20 årige. $N(\text{pige, bruger}) = 26$, $N(\text{pige, ikke-bruger}) = 52$, $N(\text{dreng, bruger}) = 21$ og $N(\text{dreng, ikke-bruger}) = 52$.

3.3.6 Vurdering af de fire opstillede situationer om forbrug af måltidserstatningsprodukter

I det følgende er det udspecificeret, hvad henholdsvis piger og drenge i alderen 11-13 år og 14-16 år svarede til de enkelte scenarier. Respondenterne blev, som nævnt, bedt om at tage stilling til, hvorvidt en jævnaldrende

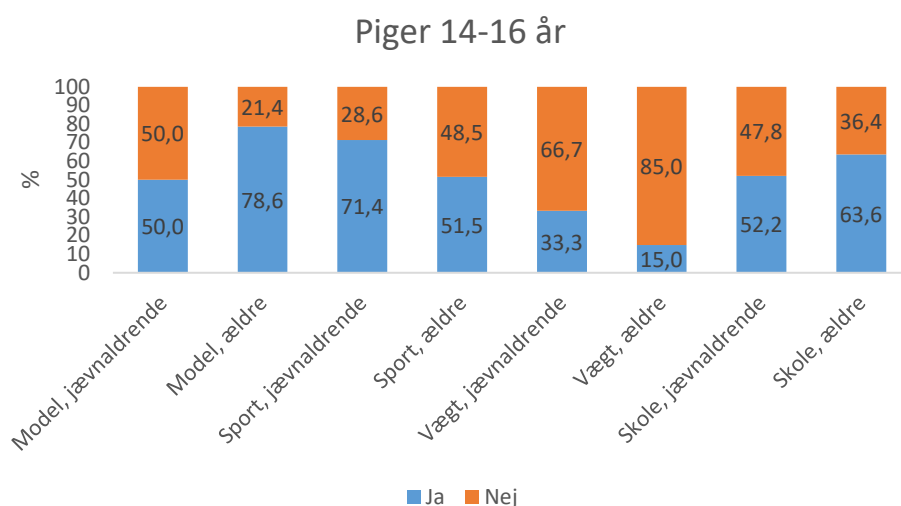
person og en 20-årig i de givne situationer, de blev præsenteret for, skulle bruge et måltidserstatningsprodukt eller ej.

På grund af et lille antal af respondenter, er pigers og drenge svar kombineret i aldersgruppen 11-13 år. Størstedelen af respondenterne i alderen 11-13 år mener, at i hovedparten af de opstillede situationer og for både den jævnaldrende og den ældre er det en god idé at spise et måltidserstatningsprodukt – dog med undtagelse af situationen med den jævnaldrende, ambitiøse skoleelev samt både den jævnaldrende og den ældre person, der er optaget af sin vægt; her mente under halvdelen og helt ned til 15 procent, at personen skal spise et måltidserstatningsprodukt (Figur 23).



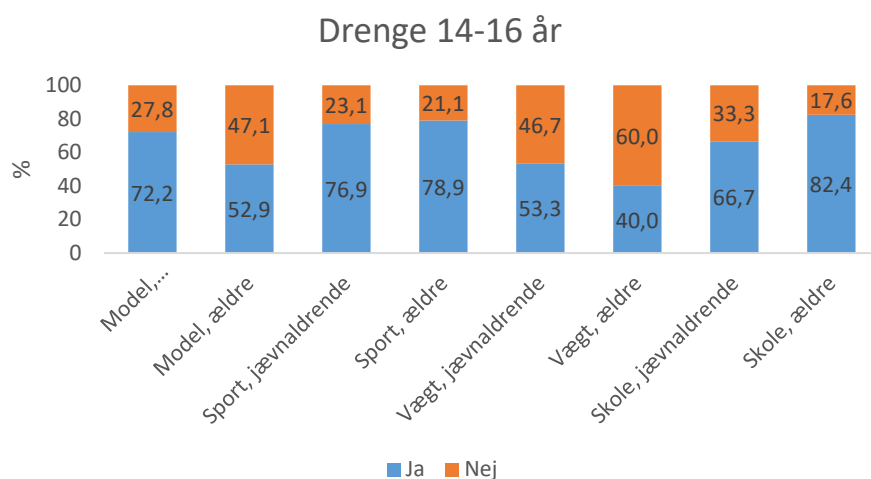
Figur 23: Besvarelser fra respondenterne i alderen 11-13 år til de fire forskellige situationer. På x-aksen ses de fire situationer fordelt på jævnaldrende og ældre, og på y-aksen ses andelen, der har svaret hhv. ja eller nej til brug af måltidserstatningsprodukter. N (model jævnaldrende) = 22, N (model ældre) = 15, N (sport jævnaldrende) = 16, N (sport ældre) = 19, N (vægt jævnaldrende) = 13, N (vægt ældre) = 19, N (skole jævnaldrende) = 9 og N (skole ældre) = 13.

Hovedparten af pigerne i alderen 14-16 år mener, at den jævnaldrende pige, der går til sport samt at den ældre, 20-årige pige, der arbejder som model, gerne må spise måltidserstatningsprodukter, mens henholdsvis 67 og 85 procent af pigerne ikke mener, at den jævnaldrende pige og den ældre pige, der begge er optaget af deres vægt, skal spise måltidserstatningsprodukter (Figur 24).



Figur 24: Besvarelser fra piger 14-16 år til de fire forskellige situationer. På x-aksen ses de fire situationer fordelt på jævnaldrende og ældre og på y-aksen ses andelen, der har svaret hhv. ja eller nej til brug af måltidserstatningsprodukter. $N(\text{model jævnaldrende}) = 16$, $N(\text{model ældre}) = 14$, $N(\text{sport jævnaldrende}) = 21$, $N(\text{sport ældre}) = 33$, $N(\text{vægt jævnaldrende}) = 23$, $N(\text{vægt ældre}) = 11$, $N(\text{skole jævnaldrende}) = 18$ og $N(\text{skole ældre}) = 20$.

Over halvdelen af drengene i alderen 14-16 år mener, at både den jævnaldrende og den ældre person skal spise måltidserstatningsprodukter i alle situationerne, undtagen den ældre dreng, der er optaget af sin vægt, hvor 60 procent af drengene mener, at han ikke skal spise produktet (Figur 25).

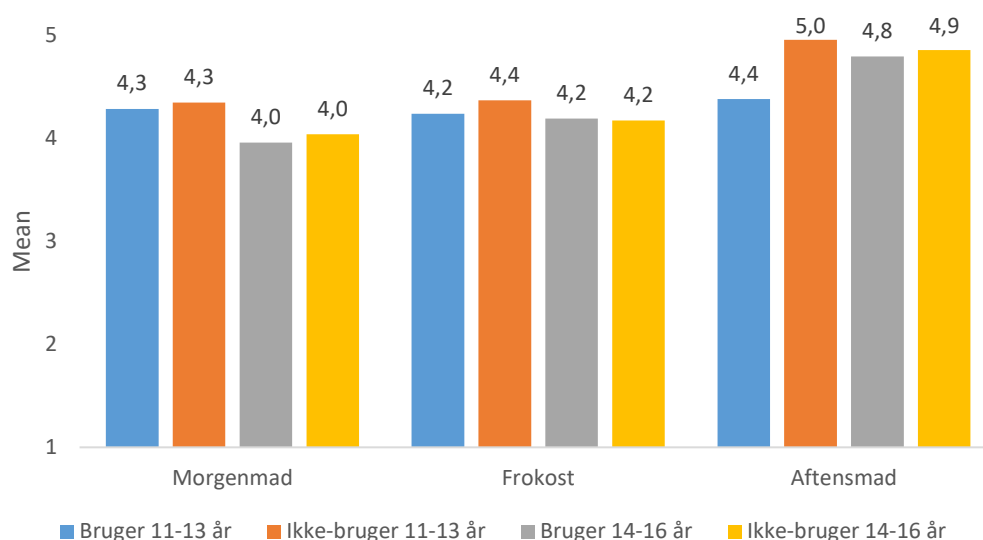


Figur 25: Besvarelser fra drenge 14-16 år til de fire forskellige situationer. På x-aksen ses de fire situationer fordelt på jævnaldrende og ældre og på y-aksen ses andelen, der har svaret hhv. ja eller nej til brug af måltidserstatningsprodukter. $N(\text{model jævnaldrende}) = 18$, $N(\text{model ældre}) = 17$, $N(\text{sport jævnaldrende}) = 13$, $N(\text{sport ældre}) = 19$, $N(\text{vægt jævnaldrende}) = 15$, $N(\text{vægt ældre}) = 20$, $N(\text{skole jævnaldrende}) = 27$ og $N(\text{skole ældre}) = 17$.

3.3.7 Måltidsmønstre

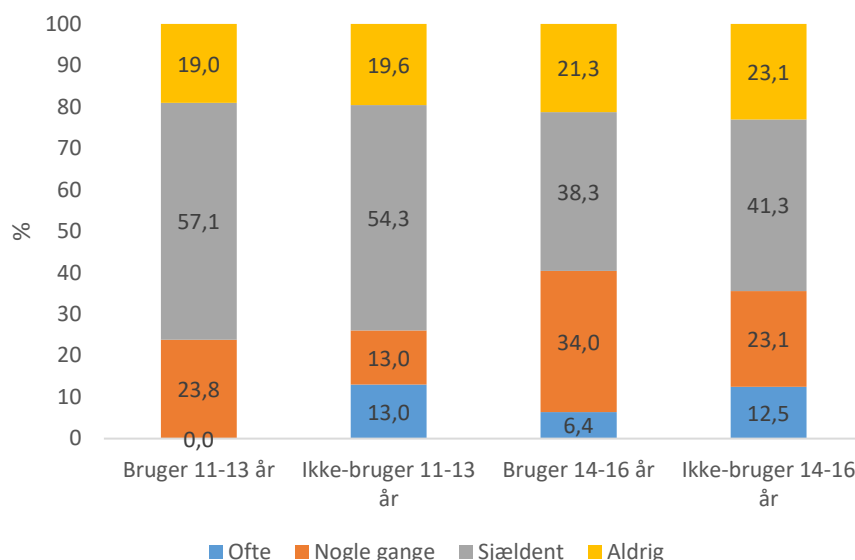
Alle respondenterne, uafhængig af alder og brugerstatus, spiser gennemsnitligt morgenmad, frokost og aftensmad mere end fem til seks gange om ugen. Kun ved aftensmåltidet ses en mindre, dog statistisk signifikant forskel mellem brugere og ikke-brugere, hvor ikke-brugere på 11-13 år og ikke-brugere på 14-16

år i højere grad har angivet at spise aftensmad hver aften sammenlignet med brugere på 11-13 år (anova: $p < 0,05$) (Figur 26).



Figur 26: Hvor ofte spiser respondenterne morgenmad, frokost og aftensmad. Skalaen på y-aksen går fra 1) Aldrig, 2) 1-2 dage om ugen, 3) 3-4 dage om ugen, 4) 5-6 dage om ugen til 5) Hver dag. X-aksen er opdelt i brugere og ikke-brugere samt aldersgrupper 11-13 år og 14-16 år. N (brugere 11-13 år) = 21, N (ikke-brugere 11-13 år) = 46, N (brugere 14-16 år) = 47 og N (ikke-brugere 14-16 år) = 104.

Kun et mindretal af respondenterne springer et måltid over. Det kunne se ud til, at ikke-brugere springer et måltid over oftere end brugere, men forskellen var ikke statistisk signifikant mellem grupperne (χ^2 : $p > 0,05$) (Figur 27).

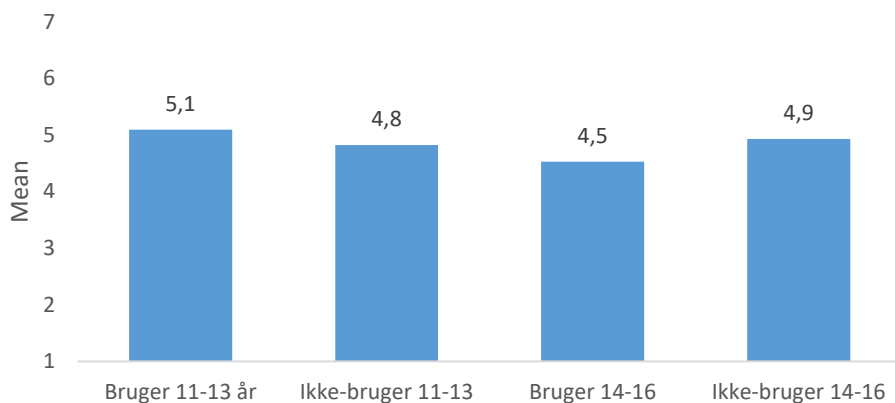


Figur 27: Hvor ofte respondenterne springer et måltid over. Angivet i procent for hhv. brugere 11-13 år, ikke-brugere 11-13 år, brugere 14-16 år og ikke-brugere 14-16 år. N (brugere 11-13 år) = 21, N (ikke-brugere 11-13 år) = 46, N (brugere 14-16 år) = 47 og N (ikke-brugere 14-16 år) = 104.

3.3.8 Vægtstatus, sundhed og fysisk aktivitet

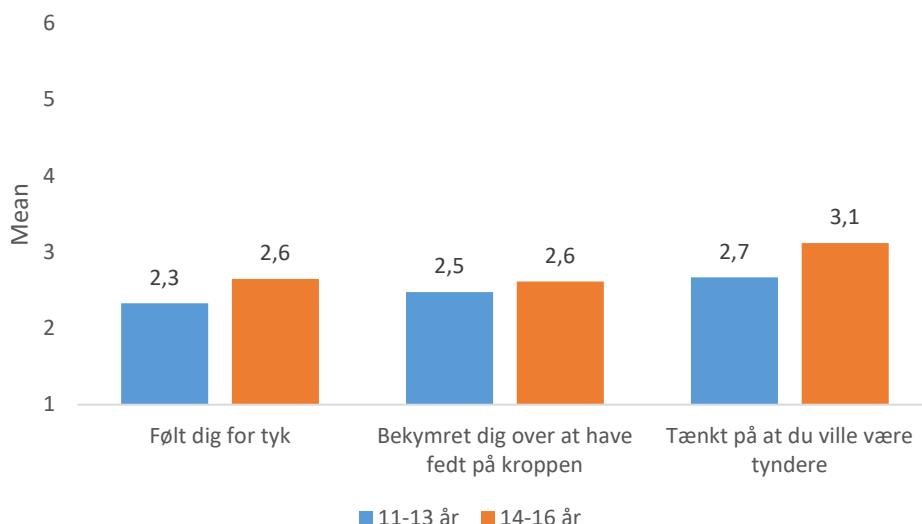
3.3.8.1 Tilfredshed med vægt

Figur 28 viser, hvor tilfredse respondenterne er med deres vægt. Det ses, at tilfredsheden med vægten er over middel både blandt brugere og ikke-brugere samt i begge aldersgrupper. Der er dog ingen statistisk signifikant forskel mellem dem (t-test: $p > 0,05$).



Figur 28: Hvor tilfreds er du med din vægt? Y-aksen viser middelværdier på en skala fra 1) Meget utilfreds til 7) Meget tilfreds. X-aksen er opdelt i bruger og ikke-bruger samt aldersgrupper 11-13 år og 14-16 år. N (bruger 11-13 år) = 21, N (ikke-bruger 11-13 år) = 46, N (bruger 14-16 år) = 47 og N (ikke-bruger 14-16 år) = 104.

Bekymringer om at føle sig for tyk, at have fedt på kroppen og gerne ville tabe sig, er i gennemsnit lav. Der er en tendens til, at bekymringerne stiger med alderen, men der er ingen statistisk signifikant forskel mellem de to aldersgrupper (t-test: $p > 0,05$) (Figur 29).

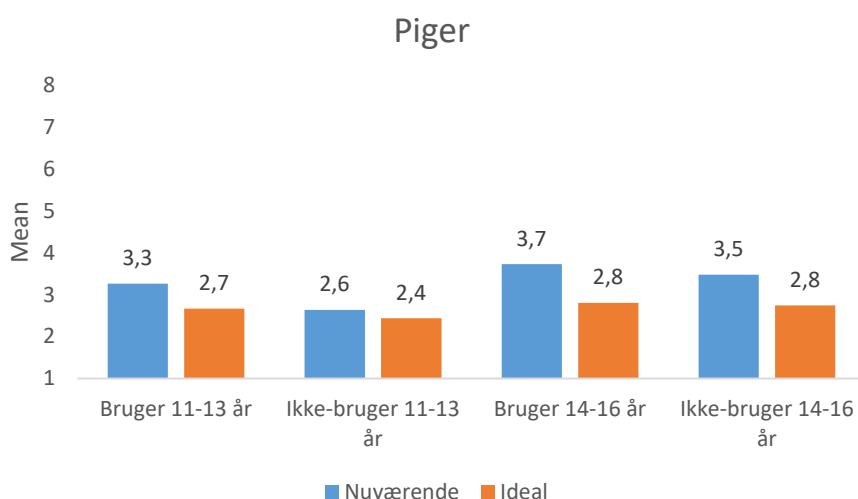


Figur 29: Inden for det seneste år, hvor ofte har du så følt dig for tyk, bekymret dig over at have fedt på kroppen og tænkt på, at du ville være tyndere. Y-aksen viser middelværdier på en skala fra 1) Aldrig til 6) Altid. N (11-13 år) = 67 og N (14-16 år) = 151.

3.3.8.2 Tilfredshed med kropsudseende

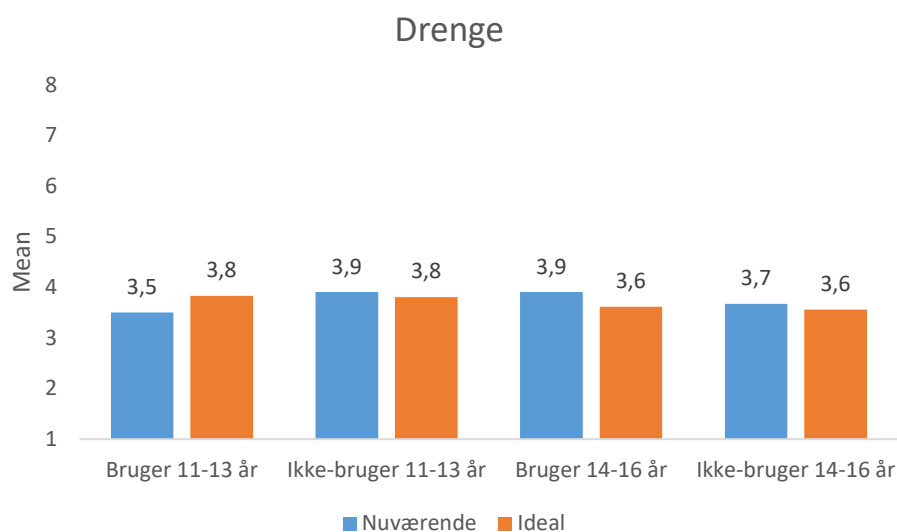
Resultaterne viste, at der ikke var statistisk signifikant forskel på, hvor glade brugere og ikke-brugere havde været for deres krops udseende gennem det sidste år. Ved opdeling efter alder viste resultaterne, at de 11-13 årige i gennemsnit ligger på 2,6, mens de 14-16 årige ligger på 2,7 på en skala fra 1 (virkelig glad) til 5 (slet ikke glad) (χ^2 : $p>0,05$).

Respondenterne blev bedt om at visualisere deres nuværende kropsstørrelse over for deres idealkropsstørrelse på en skala fra 1 (undervægtig) til 8 (overvægtig). Resultaterne for pigerne, som fremgår af figur 29, viste, at alle grupperne angav deres idealkropsstørrelse som værende tyndere end deres nuværende kropsstørrelse. Idealet blev vurderet som tynd normalvægt. Der er statistisk signifikant forskel på brugere og ikke-brugere mellem nuværende og ideal kropsstørrelse (t-test: $p>0,05$). Skalaen (1-8) for piger og drenge fremgår af bilag 8.



Figur 29: Respondenternes oplevelse af deres nuværende vs. idealkropsstørrelse angivet på en visuel skala med figurer af ni forskellige kropsstørrelser fra 1) Undervægtig til 8) Overvægtig. Angivet som middelværdier opdelt efter brugere og ikke-brugere samt 11-13 år og 14-16 år. N (bruger 11-13 år) = 15, N (ikke-bruger 11-13 år) = 25, N (bruger 14-16 år) = 26 og N (ikke-bruger 14-16 år) = 52.

Blandt drengene angav brugere på 11-13 år, at deres nuværende kropsstørrelse er en smule mindre end deres idealkropsstørrelse, mens de resterende angav, at deres nuværende kropsstørrelse er en smule større end deres idealkropsstørrelse. Der er ikke statistisk signifikant forskel mellem brugere og ikke-brugere (t-test: $p>0,05$) (Figur 30).



Figur 30: Respondenternes oplevelse af deres nuværende vs. idealkropsstørrelse angivet på en visuel skala med figurer af ni forskellige kropstørrelser fra 1) Undervægtig til 8) Overvægtig. Angivet som middelværdier opdelt efter brugere og ikke-brugere samt 11-13 år og 14-16 år. N (bruger 11-13 år) = 6, N (ikke-bruger 11-13 år) = 21, N (bruger 14-16 år) = 21 og N (ikke-bruger 14-16 år) = 52.

3.3.8.3 Fysisk aktivitet

Respondenterne angav på en skala fra 1 (mere end 7 gange om ugen) til 6 (sjældnere end 1 gang om ugen), hvor ofte på en uge, de var aktive i mindst 30 minutter. Resultaterne viste, at der ikke var statistisk signifikant forskel mellem brugere og ikke brugere (t-test: $p > 0,05$). De 11-13 årige svarede i gennemsnit 3,1, mens de 14-16 årige svarede 3,2, hvilket svarer til lidt over fire til fem gange om ugen.

Til spørgsmålet om respondenternes fysiske form blev svarene givet på en skala fra 1 (fremragende) til 5 (dårlig). Her var heller ikke statistisk signifikant forskel mellem brugere og ikke-brugere (t-test: $p > 0,05$). De 11-13 årige svarede i gennemsnit 2,8, mens de 14-16 årige svarede 2,9. Dette svarer til, at de mener, at deres fysiske form er "god".

4. Konklusion og perspektivering

Langt størstedelen af respondenterne over 16 år kendte mindst en af de fire typer af måltidserstatningsprodukter, der blev anvendt som eksempler i undersøgelsen, men kun 18 procent rapporterede at anvende disse produkter. For det meste var forbruget begrænset til én type produkt og kendetegnet ved at være enten lejlighedsvist eller periodisk. Kun meget få brugte måltidserstatningsprodukter som en del af deres normale kost. For størstedelen af brugerne er brugsfrekvensen på mindre end én gang om ugen. Nogle bruger disse produkter dagligt, men kun fem ud af 204 brugere rapporterede et forbrug på mere end de anbefalede to produkter om dagen. Tallet er for lavt til at estimere reelle forekomster i befolkningen, men indikerer, at kun få har et forbrug over det der anbefales i mærkningen.

Meget få forskelle kunne findes ved sammenligning af den socio-demografiske baggrund for brugere og ikke-brugere. Blandt de unge (16-35 årige) respondenter, dem med kortere uddannelse og dem med børn, var brugen mere almindelig end blandt de øvrige aldersgrupper (grupperne: 36-45, 46-55, 56-65 og over 65 år), respondenter med længere uddannelse eller dem uden børn i husstanden. De yngre aldersgrupper (16-35 år), ser ud til at bruge måltidserstatningsprodukter oftere, hvilket kan indikere et øget forbrug af disse produkter i fremtiden, da vægtbekymringer sandsynligvis vil stige med alderen og måltidserstatningsprodukter kan være en nem løsning til vægtstyring.

Baseret på svarene fra holdningsspørgsmålene, fremkom de generelle holdninger til produkterne i bedste fald at være neutrale, selv blandt brugerne. Brugere oplevede i gennemsnit fordelene mere positivt end ikke-brugere, men i begge grupper blev måltidserstatningsprodukter ikke set som egnede til børns madpakker eller til børn og teenagere generelt. De blev primært set som praktiske muligheder/løsninger i en travl hverdag og som produkter, der kan kompensere for usund spisning, men der er ingen stærk holdning til brugen af disse produkter i befolkningen. Selv dem, der bruger produkterne, er forbeholdne over for dem og gav neutrale snarere end positive svar, når der blev spurgt til fordele ved produkterne og de anerkendte også ulemperne.

Et interessant fund var, at måltidserstatningsprodukterne mere blev betragtet som hensigtsmæssige til at erstatte mellemmåltider end hovedmåltider. Dette kan være bekymrende, hvis brugen af disse produkter bliver hyppigere i fremtiden, da de ikke ses som noget, der erstatter et hovedmåltid, men i stedet kan bruges som en snack/mellemmåltid, og derved ses de ikke som større bidragsydere til det daglige energi- og næringsstofindtag. Da måltidserstatningsprodukterne ofte er beriget for at give tilstrækkelig mængde af næringsstoffer og har et energiindhold, der skal dække en større andel af den daglige (omend energireducerede) kost, kan det skabe en risiko i spiseadfærd, som forbrugere ikke fuldt ud erkender. At disse produkter også ses som praktiske og nemme løsninger til et måltid i en travl hverdag, kan øge denne risiko yderligere.

Som set i tidligere undersøgelser (fx Hartman et al., 2016) er vægtstyring hovedmotivationen for brug af måltidserstatningsprodukter, idet disse produkter tilbyder en hurtig og nem løsning og har vist sig at understøtte vægttab (König et al., 2014). En af de stærkeste sammenhænge i baggrundsfaktorerne og brugerstatus var vægttabsmål: Blandt brugerne var andelen af respondenter med vægttabsmål højere end blandt ikke-brugere. På samme måde var oplevelsen af eget nuværende kropsbillede længere fra det ideale kropsbillede.

Der var imidlertid ingen forskel mellem BMI-kategorierne, så vægten i sig selv ser ikke ud til at drive interessen for måltidserstatningsprodukter; man behøver også motivation for at tabe sig eller aktivt holde sin vægt.

Tilsvarende blev måltidserstatningsprodukter set som egnede til personer der styrketræner. Det tyder på, at der blandt personer med vægttabsmål og styrketrænere kan være vigtige målgrupper, hvis der er behov for at advare mod forbrug, der overstiger det anbefalede maksimum om erstatning af to hovedmåltider dagligt. At springe måltider over var mere almindeligt blandt brugere end ikke-brugere, hvilket understøtter bekvemmelighedsfaktoren som motivation for brug. Bekvemmeligheden kan være af stor betydning i disse grupper med selvvalgte særlige kostbehov.

Da de unge aldersgrupper rapporterede at bruge måltidserstatningsprodukter oftere i den anden del af undersøgelsen, var vi interesserede i, hvor attraktive disse produkter var for unge forbrugere, nemlig de 11-16-årige. Selv om stikprøvestørrelsen var lille og ikke havde en stor geografisk spredning, viste resultaterne, at den yngre aldersgruppe mellem 11 og 13 år ikke rigtig forstod begrebet "måltidserstatning", men stadig var relativt positive over for ideen om at erstatte måltider, især piger. Den ældre aldersgruppe på 14 til 16 år var positive over for erstatning af måltider; blandt piger afspejlede deres rapporterede brug, at de var mere positive end ikke-brugere. Blandt drenge var både brugere og ikke-brugere positive. Selvom unge aldersgrupper var positive over for måltidserstatningsprodukter, anbefalede de ikke brugen af disse produkter i det opstillede scenarie om vægtbetyrninger.

På baggrund af respondenternes svar til de opstillede situationer kan det konkluderes, at der generelt er en positiv indstilling til at bruge disse produkter, men mere med henblik på at bruge dem som en nem løsning til at erstatte et måltid end til at bruge dem som et vægtstyringsredskab. Resultaterne fra denne undersøgelse skal dog stadig holdes op mod, at det ikke med sikkerhed kan siges, at respondenterne er fuldstændig klar over, hvad måltidserstatningsprodukter indbefatter og vil sandsynligvis afspejle svaret i relation til konceptet om at erstatte måltider mere end eksisterende produktmuligheder.

Det er værd at nævne, at der sandsynligvis kan være tale om en overrepræsentation af brugere i undersøgelsen blandt voksne. Det kan ikke udelukkes, at de respondenter, der har svaret, at de bruger måltidserstatningsprodukter, ikke er klar over, hvad et måltidserstatningsprodukt indbefatter. Af de produkter, respondenterne nævnte, da de fik mulighed for at nævne andre produkter, var det kun få, der var reelle måltidserstatningsprodukter. Det kunne derfor tyde på, at ikke alle var helt klar over, hvad begrebet måltidserstatningsprodukter dækker. Måltidserstatningsprodukter kan variere i energiindhold. Nogle er målrettede vægtstyring mens andre giver normal mængde energi. Desuden bliver mange produkter brugt til at erstatte måltider, uden at være deciderede måltidserstatningsprodukter. Især blandt de unge (11-16 årige) respondenter blev måltidserstatningsprodukter forstået bredt, og resultaterne afspejler mere accepten og tiltrækningen af måltidserstatningskonceptet end det faktiske brug eller holdninger til eksisterende produkter. Selvom der er en række mærkningskrav til måltidserstatningsprodukter markedsført til vægtstyring bruger forbrugere muligvis ikke samme kategorisering af disse produkter som myndighederne. Det kan også være at forbrugerne ikke er opmærksomme på produktinformationen og sundhedsanprisningerne.

Samlet set var der ikke stor entusiasme over for måltidserstatningsprodukter i den generelle befolkning over 16 år. Særlige grupper, der kan være af interesse, er den yngre del af befolkningen, lavt uddannede, børnefamilier og personer der styrketræner. Hovedsageligt bruges produkterne lejlighedsvist, og vægttab ser ud til at være hovedmotivet for brug af produkterne, men også andre motivationsfaktorer, som at de er nemme og bekvemme at bruge og opleves som sunde alternativer til almindelige måltider, spiller ind.

I takt med at et stigende antal måltidserstatningsprodukter markedsføres, er det muligt at forbruget vil stige, især hvis de yngre generationer har en mere positiv tilgang til dem. Det vil være væsentligt at sikre klar og tydelig mærkning af produkterne og holde øje med forbruget, især i grupper med størst forbrug, som personer med mål relateret til vægttab eller muskelopbygning.

5. Referencer

- Hartmann, C., Keller, C., & Siegrist, M. (2016). Compensatory beliefs, nutrition knowledge and eating styles of users and non-users of meal replacement products. *Appetite*, 105, 775-781.
doi:10.1016/j.appet.2016.07.013
- Heymsfield, S. B., Van Mierlo, C. A. J., Van Der Knaap, H. C. M., Heo, M., & Frier, H. I. (2003). Weight management using a meal replacement strategy: Meta and pooling analysis from six studies. *International Journal of Obesity*, 27(5), 537-549. doi:10.1038/sj.ijo.0802258
- König, D., Deibert, P., Frey, I., Landmann, U & Berg, A. (2008). Effect of meal replacement on metabolic risk factors in overweight and obese subjects *Nutrition & Metabolism* (Ann Nutr Metab 2008;52:74-78).
doi:10.1159/000119416
- König, D., Kookhan, S., Schaffner, D., Deibert, P., & Berg, A. (2014). A meal replacement regimen improves blood glucose levels in prediabetic healthy individuals with impaired fasting glucose *Nutrition*(Nutrition 30 (2014) 1306-1309).
- Noakes, M., Foster, P. R., Keogh, J. B., & Clifton, P. M. (2004). Meal replacements are as effective as structured weight-loss diets for treating obesity in adults with features of metabolic syndrome. *Journal of Nutrition*, Volume 134(Issue 8, August 2004), 1894-1899.
- Stunkard, A. J., Sorensen, T., & Schulsinger, T. (1983). Use of the Danish adoption register for the study of obesity and thinness. *Research publications - Associations for Research in Nervous and Mental Disease*(60, 115-120).

6. Bilagsliste

Bilag 1: Tilladte mængder for tilsætning af vitaminer og mineraler

Bilag 2: Spørgeskema 16+

Bilag 3: Spørgeskema 11-16 år

Bilag 4: Rensning af data og fordeling af data

Bilag 5: Socio-demografiske karakteristika

Bilag 6: Ekstra figurer

Bilag 7: Stunkards kropsbilledeskala for voksne (kvinder/mænd)

Bilag 8: Stunkards kropsbilledeskala for børn (piger/drenge)

Bilag 1: Tilladte mængder ved tilsætning af vitaminer og mineraler

Maksimalt indhold pr. måltid		
Produkter markedsført som en erstatning for 1-2 hovedmåltider, således at dette fremgår af produktets mærkning, herunder måltidserstatninger til vægtkontrol	Vitamin A	442 µg
	Vitamin D	2,5 µg
	Vitamin E	28 mg
	Vitamin K	34 µg
	Vitamin C	74,6 mg
	Niacin	8,8 mg
	Vitamin B6	0,9 mg
	Folsyre	175 µg
	Kalium	908 mg
	Calcium	458 mg
	Phosphor	507 mg
	Magnesium	154 mg
	Jern	11 mg
	Zink	5,3 mg
	Kobber	0,7 mg
	Mangan	1,0 mg
	Selen	41 µg
	Jod	100 µg

Tabel 1.1: Oversigt over tilladte mængder ved tilsætning af vitaminer og mineraler for produkter markedsført som en erstatning for et hovedmåltid. NB: Tilladte mængder gældende ved rapportens udarbejdelse.

Brug af "Måltidserstatningsprodukter"

Introduktion

Kære deltager.

Velkommen til denne undersøgelse om forbrug af produkter markedsført som "måltidserstatninger", som udføres for Miljø- og Fødevareministeriet af Aarhus Universitet. Undersøgelsen tager ca. 15 minutter at gennemføre.

OBS! Når undersøgelsen er i gang kan du ikke trykke på "tilbage-knappen" i din browser-menu.

Vi glæder os til at høre din mening.

Skulle du have spørgsmål til undersøgelsen, er du velkommen til at kontakte:
Stine Cecilie Mangaard Sarraf på scms@mgmt.au.dk
På forhånd tak for din deltagelse.

Med venlig hilsen

MAPP Centret,

Aarhus Universitet

Køn, alder og hushold

Hvad er dit køn?

☐ Kvinde (1)

☐ Mand (2)

Hvad er din alder?

▼ 15 (1) ... 95 (87)

Hvor mange voksne (over 18 år) bor der samlet set i din hushold?

☐ 1 (1)

☐ 2 (2)

☐ 3 (3)

☐ 4 eller flere (4)

Kendskab til brug af måltidserstatningsprodukter

Måltidserstatninger er produkter markedsført som en erstatning for et måltid, hvilket fremgår af produktets mærkning.

De første spørgsmål handler om dit kendskab til og forbrug af forskellige typer af måltidserstatningsprodukter.

Hvad er dit kendskab til følgende type af måltidserstatningsprodukter...

Barer (Fx Nupo one meal bar, Nutrilett smart meal bar, Allévo one meal bar, Myprotein bar)?

- ☐ Jeg genkender ikke denne type produkt (1)
- ☐ Jeg genkender denne type produkt, men jeg har ikke smagt det (2)
- ☐ Jeg har smagt denne type produkt, men jeg bruger det ikke (3)
- ☐ Jeg bruger denne type produkt lejlighedsvist (4)
- ☐ Jeg bruger denne type produkt hyppigt (5)

Drikkeklare shakes/smoothies (Fx Nupo one meal shake, Nutrilett smart meal shake)?

- ☐ Jeg genkender ikke denne type produkt (1)
- ☐ Jeg genkender denne type produkt, men jeg har ikke smagt det (2)
- ☐ Jeg har smagt denne type produkt, men jeg bruger det ikke (3)
- ☐ Jeg bruger denne type produkt lejlighedsvist (4)
- ☐ Jeg bruger denne type produkt hyppigt (5)

Pulvere (Fx pulvermix fra Herbalife, Shape, Figuactive)?

- ☐ Jeg genkender ikke denne type produkt (1)
- ☐ Jeg genkender denne type produkt, men jeg har ikke smagt det (2)
- ☐ Jeg har smagt denne type produkt, men jeg bruger det ikke (3)
- ☐ Jeg bruger denne type produkt lejlighedsvist (4)
- ☐ Jeg bruger denne type produkt hyppigt (5)

Supper (Fx Figuactive færdiglavet suppe)?

- ☐ Jeg genkender ikke denne type produkt (1)
- ☐ Jeg genkender denne type produkt, men jeg har ikke smagt det (2)
- ☐ Jeg har smagt denne type produkt, men jeg bruger det ikke (3)
- ☐ Jeg bruger denne type produkt lejlighedsvist (4)
- ☐ Jeg bruger denne type produkt hyppigt (5)

Er der andre typer af måltidserstatningsprodukter du har brugt?

- ☐ Ja (1)
- ☐ Nej (2)

Angiv venligst hvilken/hvilke typer af måltidserstatninger du har brugt...

Hvor godt kan du lide dette/disse måltidserstatningsprodukter?

	Kan rigtig godt lide dem (1)	Kan godt lide dem (2)	Hverken eller (3)	Kan ikke lide dem (4)	Kan slet ikke lide dem (5)
Barer (fx Nupo one meal bar, Nutrilett smart meal bar, Allévo one meal bar, Myprotein bar) (1)	☐	☐	☐	☐	☐
Drikkeklare shakes/smoothies (fx Nupo one meal shake, Nutrilett smart meal shake) (2)	☐	☐	☐	☐	☐
Pulvere (fx Herbalife pulver, Shape pulver, Figuactive pulver) (3)	☐	☐	☐	☐	☐
Supper (fx Figuactive suppe) (4)	☐	☐	☐	☐	☐

Bruger andre i husstanden et eller flere af følgende måltidserstatningsprodukter?

	Ja (1)	Nej (2)	Ved ikke (3)
Barer (fx Nupo one meal bar, Nutrilett smart meal bar, Allévo one meal bar, Myprotein bar) (1)	☐	☐	☐
Drikkeklare shakes/smoothies (fx Nupo one meal shake, Nutrilett smart meal shake) (2)	☐	☐	☐
Pulvere (fx Herbalife pulver, Shape pulver, Figuactive pulver) (3)	☐	☐	☐
Supper (fx Figuactive suppe) (4)	☐	☐	☐
Andre produkter (5)	☐	☐	☐

Angiv venligst hvilke/hvilket...

Hvilken af følgende beskrivelser betegner bedst dit forbrug af måltidserstatningsprodukter?

- ☐ Jeg bruger disse produkter hyppigt som en del af min normale kost (1)
- ☐ Jeg bruger hyppigt disse produkter i specifikke situationer (fx i træningscenter, er ude at rejse, springer måltider over pga. arbejdsforpligtelser osv.) (2)
- ☐ Jeg bruger disse produkter periodevist, når jeg har behov for det (fx vægtkontrol) (3)
- ☐ Jeg bruger disse produkter lejlighedsvist, når det er praktisk/jeg har lyst (4)
- ☐ Andet (5)

Angiv venligst hvad...

Hyppighed i forbrug - ofte eller periodisk

De næste spørgsmål handler om hvor tit produkterne bliver brugt og hvor de bliver købt. Hvor ofte bruger du dette/disse produkter?

Hvis du bruger produkterne periodisk, skal du tænke over hvor hyppigt i disse perioder.

- ☐ 3 eller flere gange om dagen (1)
- ☐ 1-2 gange om dagen (2)
- ☐ 2-3 gange om ugen eller mere (3)
- ☐ En gang om uge (4)
- ☐ 2-3 gange om måneden (5)
- ☐ En gang om måneden (6)
- ☐ Mindre end en gang om måneden (7)

Hvor bliver dette/disse produkter købt?

- ☐ Supermarkeder (1)
- ☐ Lokal købmand (2)
- ☐ Kiosker (fx 7/11 eller tankstationer) (3)
- ☐ Fitnesscentre (4)
- ☐ Internetbutikker (5)
- ☐ Andet (6)

Angiv venligst hvor...

Hvem bliver dette/disse produkter købt til? (vælg gerne flere)

- ☐ Til mig selv (1)
- ☐ En anden voksen i husstanden (også børn på eller over 18 år) (2)
- ☐ Børn på 16 til 17 år (3)
- ☐ Børn under 16 år (4)

Køber du selv dette/disse produkter?

- ☐ Ja, det gør jeg selv (1)
- ☐ Nej, de købes i min husstand (2)
- ☐ Nej, en anden køber dem (3)

Hvor ofte køber du eller andre i husstanden disse produkter?

- ☐ 2-3 gange om ugen eller mere (1)
- ☐ En gang om uge (2)
- ☐ 2-3 gange om måneden (3)
- ☐ En gang om måneden (4)
- ☐ Mindre end en gang om måneden (5)

Motivation til brug

Det næste spørgsmål handler om din motivation for brug af måltidserstatningsprodukter
Hvad er hovedårsagen til, at du bruger disse produkter?

- ☐ Hjælp til vægtstyring (1)
- ☐ Nem og bekvem løsning til et hovedmåltid (2)
- ☐ Sundt alternativ til et hovedmåltid (3)
- ☐ Som et nemt og bekvemt mellemmåltid (4)
- ☐ Som et sundt mellemmåltid (5)
- ☐ Garanterer tilstrækkelig mængde af næringsstoffer (6)
- ☐ De smager godt (7)
- ☐ Andet (8)

Angiv venligst hvad...

Holdninger (overbevisninger)

De næste spørgsmål handler om din holdning til måltidserstatningsprodukter
Hvad er din holdning til at spise/ anvende måltidserstatningsprodukter?

Angiv venligst din mening på skalaen nedenfor, hvor 1 svarer til din mindst favorable mening og 7 til din mest favorable mening.

Det er generelt...

	1	2	3	4	5	6	7	
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
en dårlig idé	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	en god idé
uhensigtsmæssigt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	hensigtsmæssigt
ufornuftigt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	fornuftigt
en usympatisk idé	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	en sympatisk idé
risikabelt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	sikkert
skadeligt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	gavnligt

Når du tænker på produkter markedsført som måltidserstatninger, hvad er så din holdning til følgende udsagn?

	Helt uenig 1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	Helt enig 7 (7)
forarbejdede og indeholder tilsætningsstoffer (1)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
forkert at erstatte et almindeligt hovedmåltid med (2)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
forkert at erstatte et mellemmåltid med (3)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ikke smagsmæssigt samme oplevelse som et almindeligt hovedmåltid (4)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
et effektivt redskab til vægtstyring (5)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
en kompensation for at spise usunde fødevarer (6)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
sunde alternativer, fordi de er tilsat alle nødvendige vitaminer og mineraler (7)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
nemme løsninger i en travl hverdag (8)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
sunde valg til børns madpakker (9)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Angiv venligst hvor enig du er i følgende udsagn, på en skala fra 1 (helt uenig) til 7 (helt enig).

Måltidserstatninger er...

Opfattelse af et passende forbrug

De følgende spørgsmål handler om hvad du opfatter som et passende forbrug af måltidserstatningsprodukter
Hvordan vil du beskrive et passende forbrug?

Angiv venligst hvor passende du synes følgende udsagn er, på en skala fra 1 (slet ikke passende) til 7 (meget passende)

	Slet ikke passende 1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	Meget passende 7 (7)
Regelmæssigt dagligt forbrug (1)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Regelmæssigt forbrug i specifikke situationer (2)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Periodevist forbrug, når der er behov for det (fx vægtkontrol) (3)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Lejlighedsvist forbrug (4)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Hvad er din opfattelse af, hvor ofte man højst bør forbruge disse produkter som hovedmåltider?

De kan erstatte...

- ☐ alle daglige hovedmåltider (1)
- ☐ to hovedmåltider dagligt (2)
- ☐ et hovedmåltid daglig (3)
- ☐ nogle få hovedmåltider om ugen (4)
- ☐ lejlighedsvis hovedmåltider (5)
- ☐ ingen hovedmåltider (6)

Hvad er din opfattelse af, hvor ofte man højst burde forbruge disse produkter som mellemmåltider?

De kan erstatte...

- ☐ alle mellemmåltider dagligt (1)
- ☐ nogle mellemmåltider dagligt (2)
- ☐ nogle mellemmåltider om ugen (3)
- ☐ lejlighedsvis mellemmåltider (4)
- ☐ ingen mellemmåltider (5)

Hvem mener du, at disse produkter er velegnede til?

Angiv venligst hvor passende du synes følgende udsagn er, på en skala fra 1 (slet ikke passende) til 7 (meget passende)

	Slet ikke passende 1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	Meget passende 7 (7)
Personer, der forsøger at holde vægten (1)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Personer, der forsøger at tabe sig (2)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Personer, der styrketræner (3)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Personer, der ofte springer et almindeligt hovedmåltid over på grund af travlhed, rejse, møder osv. (4)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Personer, der har uregelmæssige måltidsmønstre (5)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Børn (6)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Teenagere (7)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Voksne generelt (8)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Er der andre produkterne vil være velegnede til?

☐

Ja (1)

☐

Nej (2)

Angiv venligst hvem...

Spisemåder

De næste spørgsmål handler om dine måltidsmønstre og din relation til mad

Angiv venligst, hvor enig du er i følgende udsagn, på en skala fra 1 (helt uenig) til 7 (helt enig)

Hvordan vil du beskrive dine måltidsmønstre?

	Helt uenig 1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	Helt enig 7 (7)
Jeg følger det samme måltidsmønster hver dag, selv om det måske svinger mellem hverdage og weekender (1)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mine måltider ligger fast, og jeg prøver at holde min plan (2)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg spiser, når det passer ind i mine andre aktiviteter (arbejde, fritidsinteresser, etc.) (3)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Et mellemmåltid er hvilken som helst mad eller drikkevarer (kaffe, te og vand tæller ikke med), som er blevet spist/drukket mellem hovedmåltiderne (fx imellem morgenmad og frokost).

Hvis du tænker på dine vanlige hoved- og mellemmåltider per uge, hvor ofte spiser du:

	Aldrig (1)	1-2 dage om ugen (2)	3-4 dage om ugen (3)	5-6 dage om ugen (4)	Hver dag (5)
Morgenmad (den mad du spiser lige når du står op eller inden for 1 ½ time efter du er stået op) (1)	☐	☐	☐	☐	☐
Mellemmåltid mellem morgenmad og frokost (2)	☐	☐	☐	☐	☐
Frokost (et måltid midt på dagen) (3)	☐	☐	☐	☐	☐
Mellemmåltid mellem frokost og aftensmad (4)	☐	☐	☐	☐	☐
Aftensmad (et måltid om aftenen) (5)	☐	☐	☐	☐	☐
Mellemmåltid efter aftensmad (6)	☐	☐	☐	☐	☐

Springer du nogle gange et måltid over, fordi du er optaget på arbejde, pga. hobbyer eller hjemmeaktiviteter?

- ☐ Ofte (1)
- ☐ Nogle gange (2)
- ☐ Sjældent (3)
- ☐ Aldrig (4)

Hvor usandt eller sandt synes du de følgende udsagn er?

Angiv venligst på en skala fra 1 (helt klart usandt) til 4 (helt klart sandt)

	Helt klart usandt (1)	Overvejende usandt (2)	Overvejende sandt (3)	Helt klart sandt (4)
Når jeg føler angst, begynder jeg at spise (1)	☐	☐	☐	☐
Nogle gange, når jeg er kommet i gang med at spise, kan jeg slet ikke holde op igen (2)	☐	☐	☐	☐
At være sammen med nogen, der spiser, gør mig ofte sulten nok til, at jeg selv begynder at spise (3)	☐	☐	☐	☐
Når jeg er trist, overspiser jeg ofte (4)	☐	☐	☐	☐
Når jeg ser noget rigtigt lækkert mad, bliver jeg så sulten, at jeg må spise det med det samme (5)	☐	☐	☐	☐
Når jeg føler mig ensom, trøster jeg mig ved at spise (6)	☐	☐	☐	☐
Jeg holder mig bevidst tilbage ved måltider for ikke at tage på i vægt (7)	☐	☐	☐	☐
Jeg er altid sulten nok til at kunne spise (8)	☐	☐	☐	☐

Hvilket af følgende udsagn beskriver dig bedst?

- ☐ Jeg spiser altid, hvad jeg vil, når jeg vil (1)
 - ☐ Jeg spiser som regel, hvad jeg vil, når jeg vil (2)
 - ☐ Jeg spiser ofte, hvad jeg vil, når jeg vil (3)
 - ☐ Jeg begrænser ofte mit indtag af mad, men giver tit efter (4)
 - ☐ Jeg begrænser som regel mit indtag af mad, og det er sjældent, at jeg giver efter (5)
 - ☐ Jeg indskrænker altid mit indtag af mad og giver aldrig efter (6)
-

Vægtstatus, sundhed & kropsbillede

De næste spørgsmål handler om din sundhed og kropsbillede

Hvad vejer du? (kg)

▼ 45 eller mindre (1) ... 190 eller mere (312)

Hvor høj er du? (cm)

▼ 130 (1) ... 210 (86)

Angiv venligst, hvor tilfreds du er, på en skala fra 1 (meget utilfreds) til 7 (meget tilfreds)

Hvor tilfreds er du med din vægt?

- ☐ Meget utilfreds 1 (1)
- ☐ 2 (2)
- ☐ 3 (3)
- ☐ 4 (4)
- ☐ 5 (5)
- ☐ 6 (6)
- ☐ Meget tilfreds 7 (7)

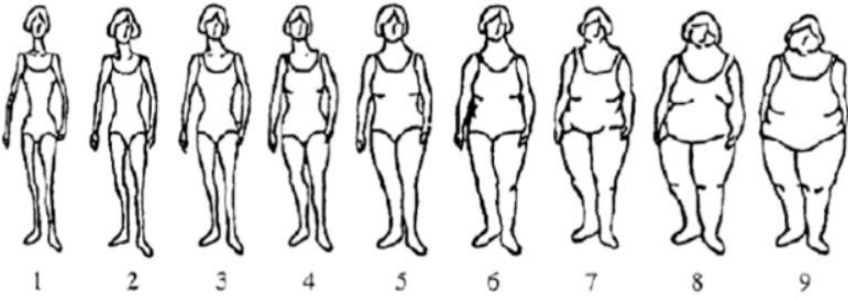
Hvilket af følgende udsagn beskriver dig bedst på nuværende tidspunkt?

- ☐ Jeg er ikke specielt fokuseret på min vægt (1)
- ☐ Jeg forsøger aktivt at holde min vægt og ikke tage på (2)
- ☐ Jeg prøver at tabe mig (3)
- ☐ Jeg prøver at tage på i vægt (4)

Er der andre i husstanden, som gerne vil tabe sig?

- ☐ Ja (1)
- ☐ Nej (2)
- ☐ Ved ikke (3)

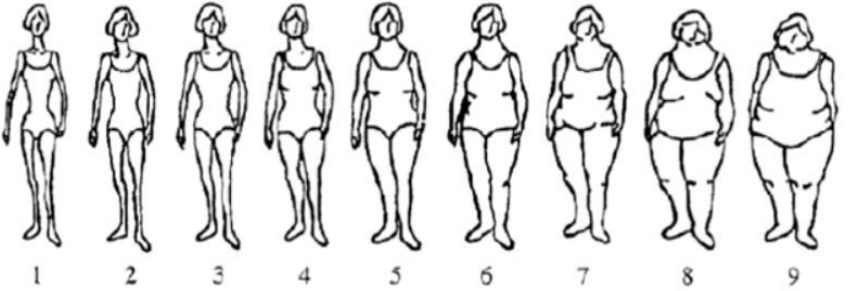
Se venligst på billederne og afgør så... (Kvinder)



hvilken af disse figurer passer
bedst på din nuværende
kropsstørrelse (1)

☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

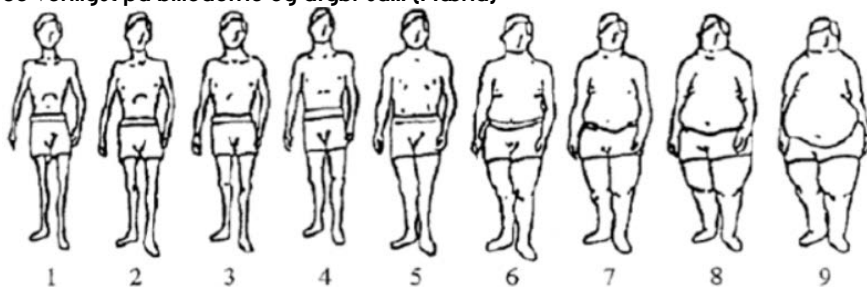
Se venligst på billederne og afgør så... (Kvinder)



hvilken af disse figurer passer
bedst på din ideal-
kropsstørrelse (1)

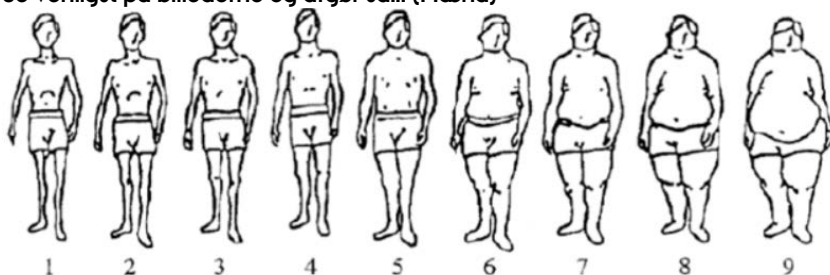
1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	8 (8)	9 (9)
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Se venligst på billederne og afgør så... (Mænd)



	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	8 (8)	9 (9)
hvilken af disse figurer passer bedst på din nuværende kropsstørrelse (1)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Se venligst på billederne og afgør så... (Mænd)



	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	8 (8)	9 (9)
hvilken af disse figurer passer bedst på din ideal-kropsstørrelse (1)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Socio-demografi

Den sidste del handler om din baggrund

Hvilken region bor du i?

- ☐ Nordjylland (1)
- ☐ Midtjylland (2)
- ☐ Syddanmark (3)
- ☐ Sjælland (4)
- ☐ Hovedstaden (inkl. Bornholm) (5)
- ☐ Jeg bor i udlandet (6)
- ☐ Ved ikke (7)

Bor du...

- ☐ i Hovedstaden (1)
- ☐ i en stor by (over 100.000 indbyggere: Aarhus, Odense, Aalborg) (2)
- ☐ i en stor provinsby (20.000-100.000 indbyggere fx Esbjerg, Randers, Vejle, Hjørring, Sønderborg) (3)
- ☐ i en mindre provinsby (1.000-20.000 indbyggere fx Skanderborg, Ikast, Nakskov, Rønde) (4)
- ☐ i en landsby (fx 50-1.000 indbyggere) (5)
- ☐ på landet/ikke i en by (6)

Hvad er din højeste gennemførte uddannelse?

- ☐ Folkeskole (1)
- ☐ Gymnasial uddannelse (herunder HH, HTX og HF) (2)
- ☐ Erhvervsuddannelse (3)
- ☐ Kort videregående uddannelse 2-3 år (4)
- ☐ Mellemlang videregående uddannelse 3-4 år (5)
- ☐ Lang videregående uddannelse 5 år eller mere (6)
- ☐ Forskeruddannelse (Ph.d.) (7)
- ☐ Andet (8)

Angiv venligst hvad...

Hvad er din årlige indkomst før skat?

- ☐ Under 300.000 kr. (1)
- ☐ 300.000-599.999 kr. (2)
- ☐ Over 600.000 kr. (3)
- ☐ Ønsker ikke at oplyse (4)

Hvad er din samlivsstatus?

- ☐ Gift/samlevende (1)
- ☐ Enlig (2)
- ☐ Fraskilt/enke/enkemand (3)
- ☐ Andet (4)
- ☐ Ønsker ikke at oplyse (5)

Angiv venligst hvad...

Har du børn i din husholdning?

- ☐ Ja (1)
- ☐ Nej (2)

Hvor mange?

- ☐ Under 18 år (1) _____
- ☐ På eller over 18 år (2) _____

Hvordan synes du, at dit helbred er alt i alt?

- ☐ Fremragende (1)
- ☐ Vældigt godt (2)
- ☐ Godt (3)
- ☐ Mindre godt (4)
- ☐ Dårligt (5)

Tager du nogen former for kosttilskud fx en multivitamin- eller mineraltilskud?

- ☐ Ja (1)
- ☐ Nej (2)

Angiv venligst hvad og hvor ofte...

Styrketræner du?

- ☐ Ja (1)
- ☐ Nej (2)

Angiv venligst hvor ofte...

Mange tak for din deltagelse!

Bilag 3: Spørgeskema 11-16 år

Brug af "Måltidserstatningsprodukter" 11-16 årige

Introduktion

Kære deltager.

Velkommen til denne undersøgelse om forbrug af produkter markedsført som "Måltidserstatninger", som udføres for Miljø- og Fødevarerministeriet af Aarhus Universitet.

Spørgeskemaet tager ca. 10 minutter at svare på.

OBS! Når spørgeskemaet er i gang kan du ikke trykke på "tilbage-knappen" i din browser-menu.

Vi glæder os til at høre din mening.

Har du spørgsmål til undersøgelsen, er du velkommen til at kontakte:

Stine Cecilie Møgaard Sarraf på scms@mgmt.au.dk

På forhånd tak for din deltagelse.

Med venlig hilsen

MAPP Centret og FOOD Aarhus Universitet

Køn og alder

Hvad er dit køn?

☐

Pige (1)

☐

Dreng (2)

Hvad er din alder?

▼ 11 år (1) ... 16 år (6)

Kendskab til og brug af Måltidserstatningsprodukter

Måltidserstatninger er produkter som sælges som en erstatning for et hovedmåltid. Dette kan læses på produktets emballage. Idéen er, at et enkelt produkt kan erstatte et helt måltid, som fx aftensmad eller frokost.

Kan du komme i tanke om nogle produkter, der sælges som en erstatning for et måltid?

☐

Ja (1)

☐

Ja, men husker ikke hvilket/hvilke (2)

☐

Nej (3)

☐

Ved ikke (4)

Skriv hvilket/hvilke her

Disse er alle eksempler på måltidserstatningsprodukter: Barer, drikkeklare shakes/smoothies og pulvermix, som blandes op med vand.

Kender du én eller flere af disse typer af produkter?

- ☐ Jeg kender denne type produkter (1)
- ☐ Jeg kender ikke denne type produkter (2)

Spiser du...

	Ja (1)	Nej (2)
Barer (fx Nupo one meal bar, Nutrilett smart meal bar, Shape diet meal bar) (1)	☐	☐
Drikkeklare shakes/smoothies (fx Nupo one meal shake, Nutrilett smart meal shake, Shape diet milk shake) (2)	☐	☐
Pulvermix (fx Shape eller Noka pulvermix) (3)	☐	☐
Andre måltidserstatningsprodukter (4)	☐	☐

Hyppighed i forbrug - ofte eller periodisk

Hvor ofte spiser du dette/disse produkter?

Hvis du spiser produkterne i perioder, skal du tænke over hvor ofte i disse perioder.

- ☐ Mindre end en gang om måneden (1)
- ☐ En gang om måneden (2)
- ☐ 2-3 gange om måneden (3)
- ☐ En gang om ugen (4)
- ☐ 2-3 gange om ugen (5)
- ☐ 1-2 gange om dagen eller mere (6)

Hvem køber måltidserstatningsprodukterne?

- ☐ Det gør jeg selv (1)
- ☐ En anden køber dem for mig (2)

Motivation til brug

Hvorfor bruger du disse produkter?

Skriv her

Hvor godt kan du lide disse produkter?

Angiv, hvor godt du kan lide disse produkter, på en skala fra 1 (kan overhovedet ikke lide) til 7 (kan ekstremt godt lide).

	Kan overhovedet ikke lide (1)	Kan slet ikke lide (2)	Kan ikke lide (3)	Kan hverken lide eller ikke lide (4)	Kan lide (5)	Kan lide meget (6)	Kan ekstremt godt lide (7)	Ved ikke (8)
Barer (fx Nupo one meal bar, Nutrilett smart meal bar, Shape diet meal bar) (1)	0	0	0	0	0	0	0	0
Drikkeklare shakes/smoothies (fx Nupo one meal shake, Nutrilett smart meal shake, Shape diet milk shake) (2)	0	0	0	0	0	0	0	0
Pulvermix (fx Shape eller Noka pulvermix) (3)	0	0	0	0	0	0	0	0

Beskrivelse

Alle respondenter fik to forskellige historier hver, en for en jævnaldrende person af samme køn og en for en 20 årig person af samme køn.

Holdninger (overbevisninger) Intro drenge/piger 11-16 år

På de næste sider beskriver vi to forskellige situationer, hvor en dreng/pige overvejer at spise et måltidserstatningsprodukt.

Forestil dig, at du var i samme situation som drengen/pigen, og angiv hvilket råd du ville give ham/hende.

Skal han/hun bruge måltidserstatningsproduktet, eller lade være?

Forestil dig følgende situation:

Holdninger – Historie 1 til drenge/piger 11/12/13/14/15/16/20 år

Anders/Mette på 11/12/13/14/15/16/20 år spiller håndbold i den lokale sportsklub. Ofte starter dagens træning med styrketræning lige efter undervisningen, og Anders/Mette er nødt til at løbe efter bussen for at nå det. Det er vigtigt for Anders/Mette at komme til tiden, for ellers bliver hans/hendes træningsmakker sur. Men fordi Anders/Mette kommer for sent hjem til aftensmad, har han/hun overvejet at spise en måltidserstatningssmoothie i bussen på vej til træning. Synes du det er noget han/hun skal gøre?

☐ Ja (1)

☐ Nej (2)

Holdninger – Historie 2 til drenge/piger 11/12/13/14/15/16/20 år

Lars/Louise på 11/12/13/14/15/16/20 år, er ambitiøs og står tidligt op om morgenen, for at læse. Han/hun er ofte så optaget af læsningen, at han/hun glemmer tiden og må skynde sig ud af døren uden morgenmad for at nå frem til undervisningens start. En måde at nå at få morgenmad på, kunne være at spise en måltidserstatningsbar, fordi den kan spises på vejen.

Synes du det er noget han/hun skal gøre?

☐ Ja (1)

☐ Nej (2)

Holdninger – Historie 3 til drenge/piger 11/12/13/14/15/16/20 år

Sidste år startede Anton/Astrid på 11/12/13/14/15/16/20 år som model, da hans/hendes ældre bror fandt en annonce, hvor et bureau søgte unge modeller. Lige for tiden får han/hun taget billeder et par gange om ugen og tit går en stor del af Antons/Astrids aften med det. Det betyder, at han/hun ikke har tid til at spise aftensmad. Anton/Astrid har overvejet at spise en måltidserstatningssmoothie i en pause i stedet for.

Synes du det er noget han/hun skal gøre?

- ☐ Ja (1)
- ☐ Nej (2)

Holdninger – Historie 4 til drenge/piger 11/12/13/14/15/16/20 år

Søren/Mia på 11/12/13/14/15/16/20 år er meget optaget af sin vægt. Derfor gør han/hun også meget ud af at holde styr på indholdet af kalorier i de måltider og mellemmåltider, han/hun spiser, i løbet af dagen. Han/hun har tænkt på, at man jo kunne springe et måltid over en gang i mellem og i stedet spise en måltidserstatningssshake eller pulver- suppe, fordi det virker som en nem måde at holde kontrol med kalorieindtaget.

Synes du det er noget han/hun skal gøre?

- ☐ Ja (1)
- ☐ Nej (2)
- ☐

Holdninger (overbevisninger) Brug

Spiser dine nærmeste venner nogle gange måltidserstatningsprodukter i stedet for et måltid?

- ☐ Ja (1)
- ☐ Nej (2)
- ☐ Ved ikke (3)

Spiser dine forældre nogle gange måltidserstatningsprodukter i stedet for et måltid?

- ☐ Ja (1)
- ☐ Nej (2)
- ☐ Ved ikke (3)

Hvis du tænker på dig selv, hvad mener du så om at spise måltidserstatningsprodukter?

Angiv din mening på 7-trin skalaerne nedenfor, hvor 1 svarer til din mindst positive mening og 7 til din mest positive mening.

Det er...

	1	2	3	4	5	6	7	
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
en dårlig idé	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	en god idé
ufornuftigt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	fornuftigt
skadeligt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	gavnligt

Mine forældre vil synes, at det er i orden, hvis jeg brugte måltidserstatningsprodukter...

- ☐ Ja (1)
- ☐ Nej (2)
- ☐ Ved ikke (3)

Spisemåder

Hvis du tænker på dine hoved- og mellemmåltider i en almindelig uge, hvor ofte spiser du:

	Aldrig (1)	1-2 dage om ugen (2)	3-4 dage om ugen (3)	5-6 dage om ugen (4)	Hver dag (5)
Morgenmad (den mad du spiser lige når du står op eller indenfor 1 ½ time efter du er stået op) (1)	☐	☐	☐	☐	☐
Frokost (et måltid midt på dagen) (3)	☐	☐	☐	☐	☐
Aftensmad (et måltid om aftenen) (5)	☐	☐	☐	☐	☐

Springer du nogle gange et måltid over, fordi du ikke har tid eller er optaget af andre ting, fx sportsaktiviteter/hobber?

- ☐ Ofte (1)
- ☐ Nogle gange (2)
- ☐ Sjældent (3)
- ☐ Aldrig (4)
- ☐

Vægtstatus, sundhed & kropsbillede

Hvad vejer du ca.? (kg)

▼ 25 eller mindre (1) ... Ved ikke (77)

Hvor høj er du? (cm)

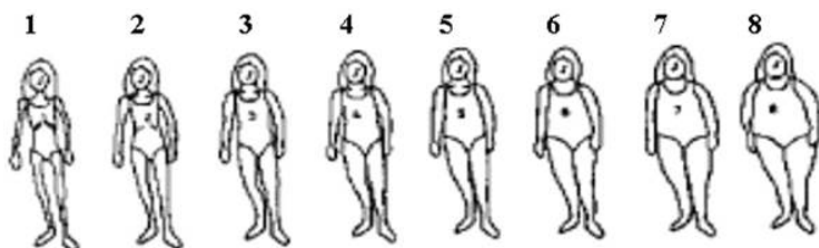
▼ 130 eller mindre (1) ... Ved ikke (87)

Hvor tilfreds er du med din vægt?

Angiv, hvor tilfreds du er, på en skala fra 1 (meget utilfreds) til 7 (meget tilfreds)

- ☐ Meget utilfreds (1)
- ☐ 2 (2)
- ☐ 3 (3)
- ☐ 4 (4)
- ☐ 5 (5)
- ☐ 6 (6)
- ☐ Meget tilfreds (7)

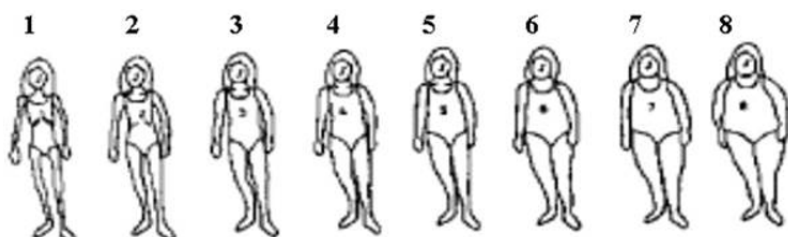
Hvilket af disse billeder minder mest om din kropsstørrelse?



Klik på boksen under billederne og vælg det tal, der svarer til dit valg.

▼ 1 (1) ... 8 (8)

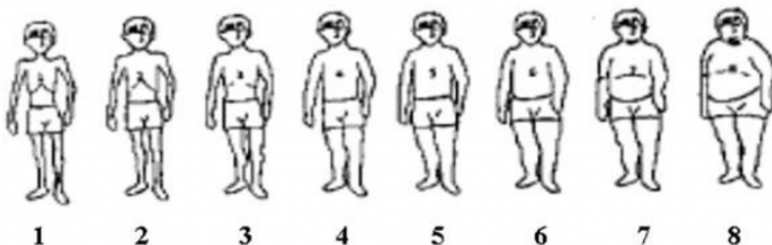
Tænk nu på hvilken kropstørrelse du helst vil have:



Klik på boksen under billederne og vælg det tal, der svarer til dit valg.

▼ 1 (1) ... 8

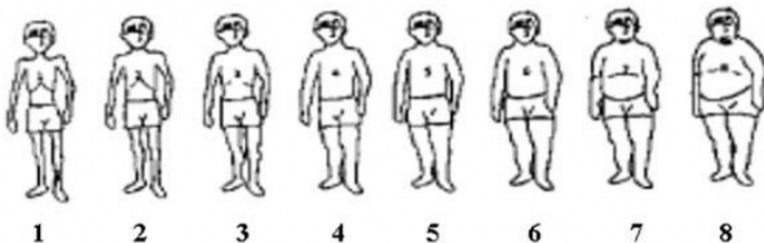
Hvilket af disse billeder minder mest om din kropsstørrelse?



Klik på boksen under billederne og vælg det tal, der svarer til dit valg.

▼ 1 (1) ... 8 (8)

Tænk nu på hvilken kropstørrelse du helst vil have:



Klik på boksen under billederne og vælg det tal, der svarer til dit valg.

▼ 1 (1) ... 8 (8)

Inden for det sidste år, hvor ofte har du så...

Angiv, hvor ofte du har haft følgende oplevelser, på en skala fra 1 (aldrig) til 5 (altid)

	Aldrig (1)	2 (2)	3 (4)	4 (5)	Altid (6)
følt dig for tyk? (1)	☐	☐	☐	☐	☐
bekymret dig over at have fedt på kroppen? (2)	☐	☐	☐	☐	☐
tænkt på at du ville være tyndere? (3)	☐	☐	☐	☐	☐

Inden for det sidste år, hvor glad har du så været for din krops udseende?

Angiv, hvor glad du har været, på en skala fra "virkelig glad" til "slet ikke glad"

- ☐ Virkelig glad (1)
- ☐ Meget glad (2)
- ☐ Nogenlunde glad (3)
- ☐ Lidt glad (4)
- ☐ Slet ikke glad (5)
- ☐

Socio-demografi**Hvordan synes du din fysiske form er?**

- ☐ Fremragende (1)
- ☐ Vældig god (2)
- ☐ God (3)
- ☐ Mindre god (4)
- ☐ Dårlig (5)

Hvor ofte er du fysisk aktiv mindst 30 minutter per gang?

- ☐ Mere end 7 gange om ugen (1)
- ☐ 6-7 gange om ugen (2)
- ☐ 4-5 gange om ugen (3)
- ☐ 2-3 gange om ugen (4)
- ☐ 1 gang om ugen (5)
- ☐ Sjældnere end 1 gang per uge (6)

Mange tak for din deltagelse!

Bilag 4: Rensning og fordeling af data

Datasættet blev tjekket for missing values. Respondenter, der ikke havde gennemført hele spørgeskemaet, blev slettet.

Der er indsamlet 1305 besvarelser, hvoraf 1195 har besvaret hele spørgeskemaet. De 110 respondenter, der ikke havde besvaret det hele, blev slettet.

Ved hjælp af variablen `duration_in_seconds` blev det dernæst undersøgt, hvor lang tid respondenterne brugte på at besvare spørgeskemaet. De respondenter, der havde brugt mindre end fem minutter på at gennemføre spørgeskemaet, eller som havde svaret det samme hele vejen igennem, blev slettet.

Det betød, at yderligere 85 respondenter, som enten havde en urealistisk lav svartid eller meget ensartede svar, blev slettet.

Den totale stikprøve endte derefter med at være på 1110.

Nedenstående tabel viser respondenternes køns-, alders- og regionsfordeling. Dette stemmer overens med landsgennemsnittet, og på disse parametre kan stikprøven derfor betragtes som et repræsentativt udsnit af befolkningen.

	Region hovedstaden		Region Sjælland		Region Syddanmark		Region Midtjylland		Region Nordjylland	
	Mænd	Kvinder	Mænd	Kvinder	Mænd	Kvinder	Mænd	Kvinder	Mænd	Kvinder
16-34 år	3,15 %	4,50 %	1,62 %	1,89 %	2,07 %	2,88 %	2,88 %	3,60 %	1,26 %	1,44 %
35-49 år	4,50 %	5,23 %	2,25 %	1,89 %	3,60 %	3,42 %	2,88 %	2,97 %	1,62 %	0,81 %
50-70 år	6,67 %	5,32 %	3,15 %	4,14 %	5,68 %	4,95 %	5,59 %	5,59 %	2,07 %	2,16 %

Respondenternes køns-, alders- og regionsfordeling.

Tabellen herunder viser uddannelsesfordelingen for respondenterne; den afviger en smule fra landsgennemsnittet, hvad angår lang uddannelse, mens de andre kategorier er tilsvarende landsgennemsnittet.

Landsgennemsnittet for korte uddannelser (folkeskole) ligger på 20-25 procent. I denne undersøgelse angav 20 procent af respondenterne folkeskole som højest afsluttede uddannelse. Der er en overrepræsentation af respondenter med en mellemlang uddannelse (herunder almen gymnasium, erhvervsgymnasium og erhvervsuddannelse) som deres højeste afsluttede uddannelse, nemlig 47 procent, hvor landsgennemsnittet ligger på 45-50 procent. I relation til dette er der færre respondenter i kategorien lang uddannelse (herunder kort, mellem og lang videregående uddannelse samt forsker) i denne undersøgelse, nemlig 33 procent, og denne kategori afviger derfor en smule fra landsgennemsnittet, som ligger lidt lavere, nemlig på 25-30 procent.

	Folkeskole	STX/HHX/ HTX/HF	Erhvervs- uddannelse	Kort 3-4 år	Mellem 3-4 år	Lang 5 år eller mere	Forsker- uddannelse (Ph.d.)	Andet
16-34 år	5,05 %	7,03 %	3,24 %	1,17 %	5,32 %	3,24 %	0,18 %	0,09 %
35-49 år	4,14 %	3,87 %	11,71 %	2,25 %	4,86 %	2,07 %	0,27 %	0,09 %
50-70 år	10,81 %	2,70 %	18,47 %	4,68 %	5,77 %	2,79 %	0,18 %	0,00 %

Uddannelsesfordeling af respondenterne.

Bilag 5: Socio-demografiske karakteristika

Karakteristik af brugere og ikke-brugere - Socio-demografiske faktorer					
	Brugere		Ikke-brugere		P-værdi
	N	%	N	%	
Antal	204	100	906	100	
Køn					
Kvinde	112	54,9	454	50,1	0,217
Mand	92	45,1	452	49,9	
Alder					
16-17 år	7	3,4	15	1,7	0,001
18-24 år	18	8,8	61	6,7	
25-35 år	55	27,0	136	15,0	
36-45 år	38	18,6	146	16,1	
46-55 år	38	18,6	171	18,9	
56-65 år	32	15,7	236	26,0	
65+ år	16	7,8	141	15,6	
Region					
Nordjylland	24	11,8	80	8,8	0,269
Midtjylland	45	22,1	216	23,8	
Syddanmark	35	17,2	216	23,8	
Sjælland	32	15,7	134	14,8	
Hovedstaden (inkl. Bornholm)	67	32,8	259	28,6	
Ved ikke	0	0,0	1	0,1	
Indbyggertal					
Hovedstaden	40	19,6	173	19,1	0,271
Stor by (over 100.000 indbyggere fx Aarhus, Odense, Aalborg)	33	16,2	137	15,1	
Stor provinsby (20.000-100.000 indbyggere fx Esbjerg, Randers, Vejle, Hjørring, Sønderborg)	44	21,6	191	21,1	
Mindre provinsby (1.000-20.000 indbyggere fx Skanderborg, Ikast, Nakskov, Rønde)	56	27,5	206	22,7	
Landsby (50-1.000 indbyggere)	22	10,8	117	12,9	
Landet/ ikke i en by	9	4,4	80	8,8	

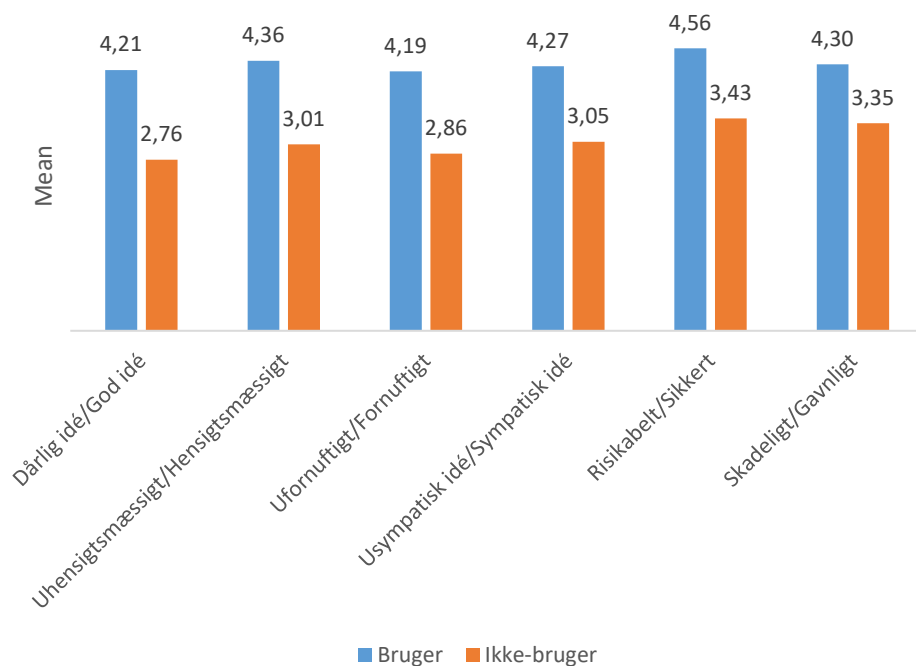
Bilag 5: Socio-demografiske karakteristika (fortsat)

Uddannelse					
Folkeskole	39	19,1	183	20,2	0,025
Gymnasial uddannelse (herunder HHX, HTX og HF)	23	11,3	128	14,1	
Erhvervsuddannelse	62	30,4	309	34,1	
Kort videregående uddannelse 2-3 år	22	10,8	68	7,5	
Mellemlang videregående uddannelse 3-4 år	39	19,1	138	15,2	
Lang videregående uddannelse 5 år eller mere (inkl. Ph.d.)	17	8,3	80	8,8	
Andet	2	1,0	0	0,0	
Indkomst					
Under 300.000 kr.	80	39,2	363	40,1	0,733
300.000-599.999 kr.	77	37,7	319	35,2	
Over 600.000 kr.	12	5,9	72	7,9	
Ønsker ikke at oplyse	35	17,2	152	16,8	
Samlivsstatus					
Gift/samlevende	110	53,9	541	59,7	0,177
Enlig	73	35,8	256	28,3	
Fraskilt/enke/enkemand	17	8,3	96	10,6	
Andet	1	0,5	4	0,4	
Ønsker ikke at oplyse	3	1,5	6	0,7	
Børn					
Ja	73	35,8	261	28,8	0,047
Nej	130	63,7	643	71,0	

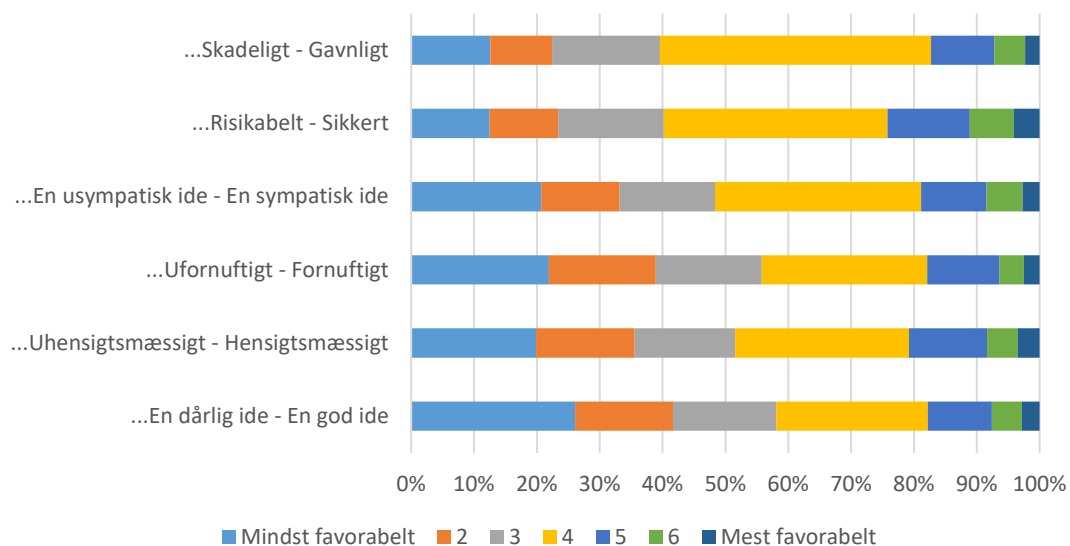
Karakteristik af brugere og ikke-brugere af måltidserstatningsprodukter på udvalgte socio-demografiske faktorer.

Statistisk signifikans er testet ved hjælp af χ^2 test.

Bilag 6: Ekstra figurer

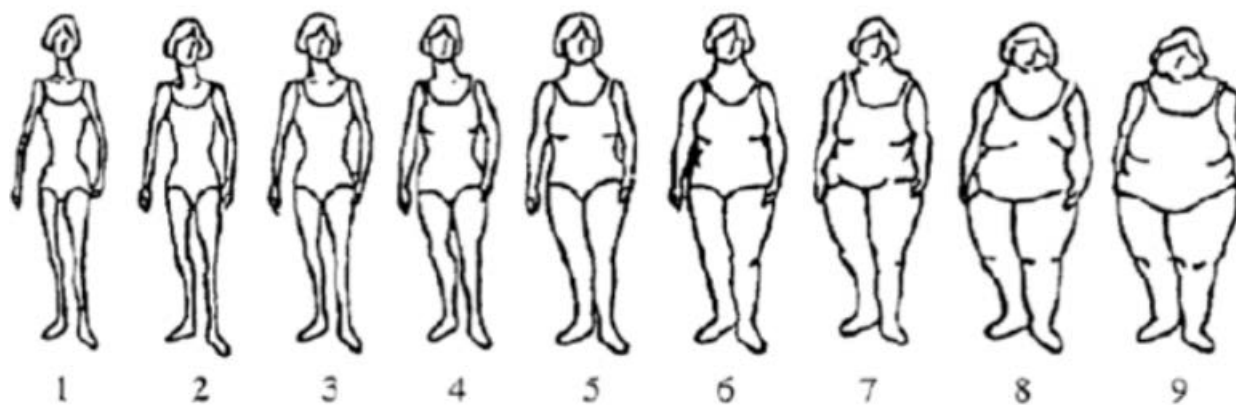


Figur 6.1: Holdning til at anvende måltidserstatningsprodukter angivet i gennemsnit for brugere og ikke-brugere, på en 7-punkt skala fra 1 (mindst favorable mening) til 7 (mest favorable mening). N = 1073. Statistisk signifikans er testet ved hjælp af t-test.

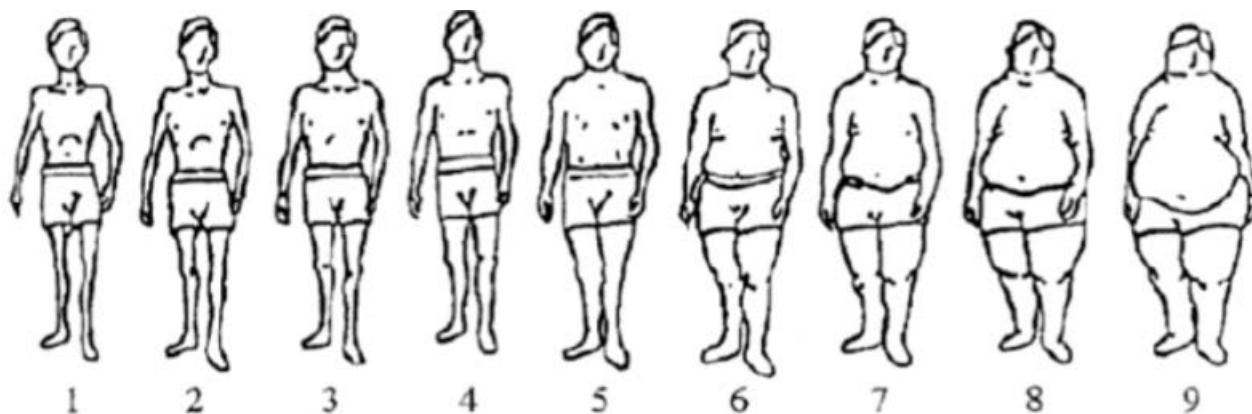


Figur 6.2: Holdning til at anvende måltidserstatningsprodukter angivet i procent samlet for brugere og ikke-brugere, på en 7-punkt skala fra 1 (mindst favorable mening) til 7 (mest favorable mening). N = 1.073.

Bilag 7: Stunkards kropsbilledeskala for voksne (kvinder/mænd)

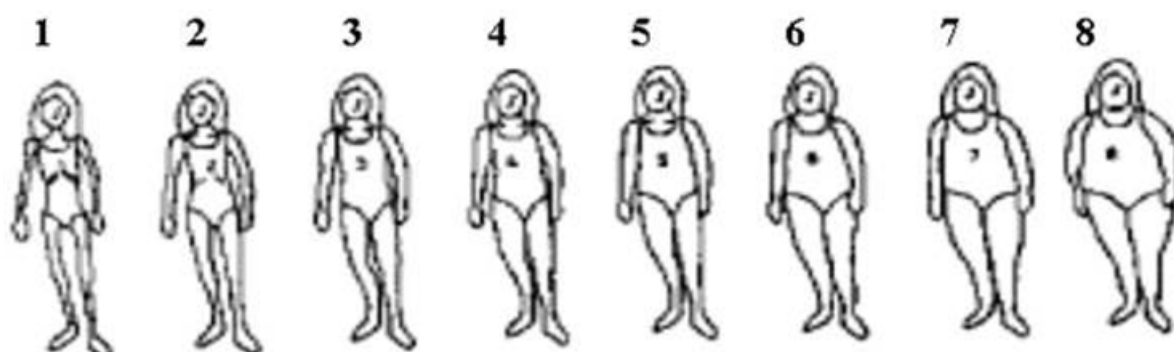


Stunkards kropsbilledeskala (1-9) for kvinder.

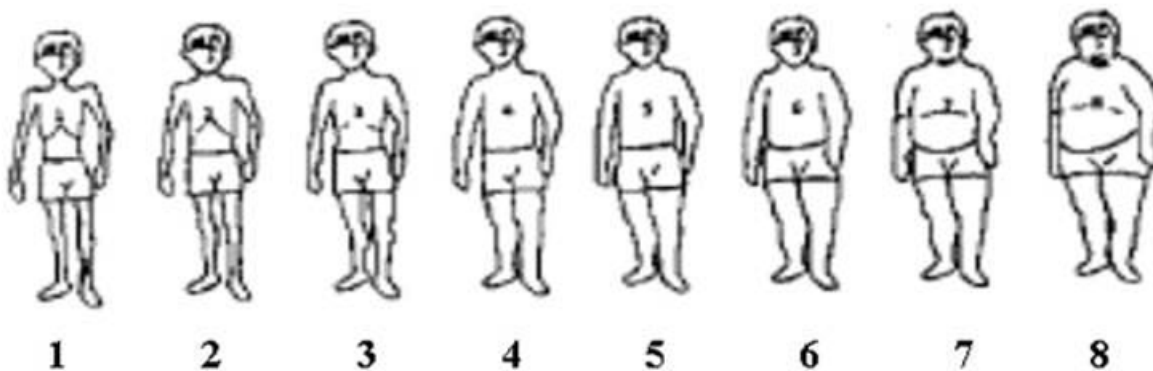


Stunkards kropsbilledeskala (1-9) for mænd.

Bilag 8: Stunkards kropsbilledeskala for børn (piger/drenge)



Stunkards kropsbilledeskala (1-8) for piger.



Stunkard's kropsbilledeskala (1-8) for drenge.

DCA - Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug er den faglige indgang til jordbrugs- og fødevareforskningen ved Aarhus Universitet (AU). Centrets hovedopgaver er videnudveksling, rådgivning og interaktion med myndigheder, organisationer og erhvervsvirksomheder.

Centret koordinerer videnudveksling og rådgivning ved de institutter, som har fødevarer og jordbrug, som hovedområde eller et meget betydende delområde:

Institut for Husdyrvidenskab
Institut for Fødevarer
Institut for Agroøkologi
Institut for Ingeniørvidenskab
Institut for Molekylærbiologi og Genetik

Herudover har DCA mulighed for at inddrage andre enheder ved AU, som har forskning af relevans for fagområdet.

RESUME

Et stigende antal produkter markedsføres som "måltidserstatninger" i Danmark. De fleste af disse produkter er målrettet forbrugere, der ønsker at tabe sig eller holde vægten. Måltidserstatninger er produkter, der kan erstatte et hovedmåltid, og producenterne kan tilsætte en række vitaminer og mineraler til disse produkter. Idet overskridelse kan udgøre en sundhedsrisiko, anbefales det maksimalt at erstatte to hovedmåltider dagligt, hvilket skal fremgå af produktets mærkning, hvis produktet er markedsført til vægtstyring. Denne rapport er baseret på resultaterne fra to spørgeskemaundersøgelser; den ene undersøgelse er gennemført blandt 1110 voksne forbrugere i juni 2018 og den anden blandt 218 11-16 årige i september 2018. Formålet er at undersøge, hvilke aldersgrupper der bruger måltidserstatningsprodukter, hvorvidt anbefalingerne følges samt forbrugernes holdninger til disse produkter og motivation og årsager til forbrug. Undersøgelserne er foretaget i fælleskab af MAPP Centre – Research in Value Creation in the Food Sector og Institut for Fødevarer (FOOD).