

# ALLMÄNHETENS INSTÄLLNING TILL ENERGIDRYCK

Kontakt: Cecilia Anneling  
Kontakt på Novus: Helena Björck  
Datum: 20 februari 2026



# BAKGRUND OCH GENOMFÖRANDE

## BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av Svensk Dagligvaruhandel. Syftet med undersökningen är att kartlägga den svenska allmänhetens inställning till energidrycker.

## RESULTAT

Resultaten levereras i en diagramrapport. Markerade signifikanta skillnader i rapporten (kön, ålder, utbildning och region) är i jämförelse mot totalen. *En signifikant skillnad innebär att ett värde i en undergrupp, t.ex. kön, avviker från totalvärdet i så stor utsträckning att det inte kan ses som slumpmässigt.*

Resultatet är efterstratifierat, dvs. i efterhand viktat mot kända populationstal i syfte att korrigera eventuella skevheter i stickprovet jämfört med målpopulationen.

## GENOMFÖRANDE

Antal genomförda intervjuer: 1058

Fältperiod 12 - 18 februari 2026

Undersökningen är genomförd via webb-intervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade Sverigepanel, vilket garanterar representativa resultat. Detta innebär att resultaten är generaliserbara till den aktuella målpopulationen.

## MÅLGRUPP

Svenska allmänheten



Ålder:  
18-84 år

## FELMARGINAL

Felmarginalen är ett mått på osäkerheten i en skattning av en parameter. Felmarginalens storlek beror på andelen som svarar samt antalet intervjuer som har genomförts. Nedan ses exempel på felmarginaler vid olika utfall i undersökningen:

Vid 1 000 intervjuer:  
Vid utfall 20/80: +/- 2,5%  
Vid utfall 50/50: +/- 3,1%



# KORT SAMMANFATTNING

- Nära åtta av tio (78%) har en negativ inställning till energidryck – unga mer positiva
- Var femte (20%) dricker energidryck minst en gång i månaden
- Nära varannan (45%) tror att det finns en lagstadgad åldersgräns för energidryck
- Drygt tre av fyra (77%) vill införa en lagstadgad åldersgräns för energidryck i Sverige
- Nära hälften (46%) anser att 18 år är en rimlig åldersgräns för köp av energidryck
- Varannan (50%) anser att föräldrar främst bär ansvaret för ungas konsumtion av energidryck under 18 år

# RESULTAT



# Nära åtta av tio har en negativ inställning till energidryck – unga mer positiva

**FRÅGA:** Vilken är din allmänna inställning till energidrycker? (Med energidrycker menas kolsyrade, söta läskedrycker med höga halter av uppiggande ämnen, främst koffein (ofta >15 mg/100 ml), taurin, guarana och B-vitaminer.)

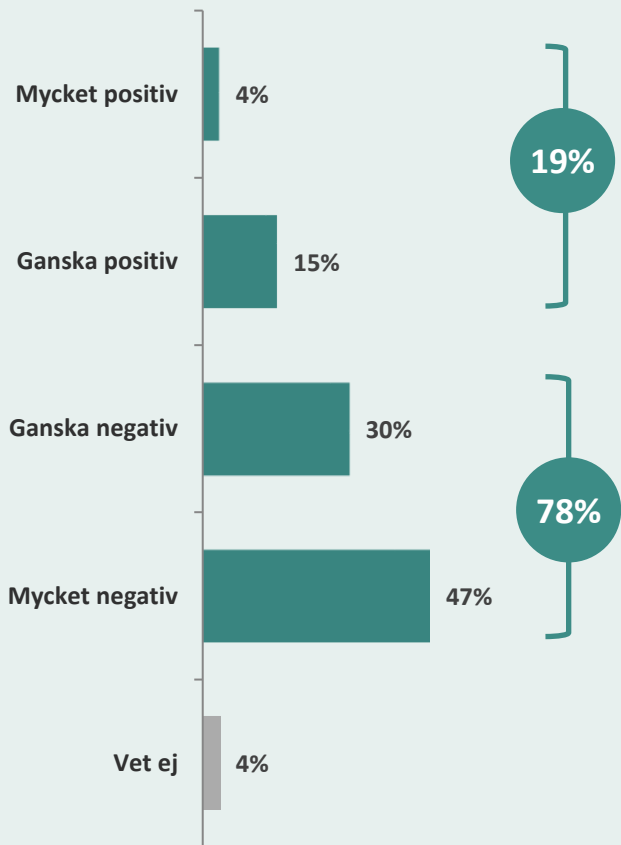
**Signifikanta skillnader mot totalen.** Följande undergrupper svarar i högre grad:

## Positiv (19%)

- Ålder - 18-34 år (37%), 35-49 år (25%)
- Man - 18-34 år (42%), 35-49 år (31%)
- Kvinna - 18-34 år (33%)
- Region - Norra (26%)
- Dricker energidryck minst en gång i månaden (77%)

## Negativ (78%)

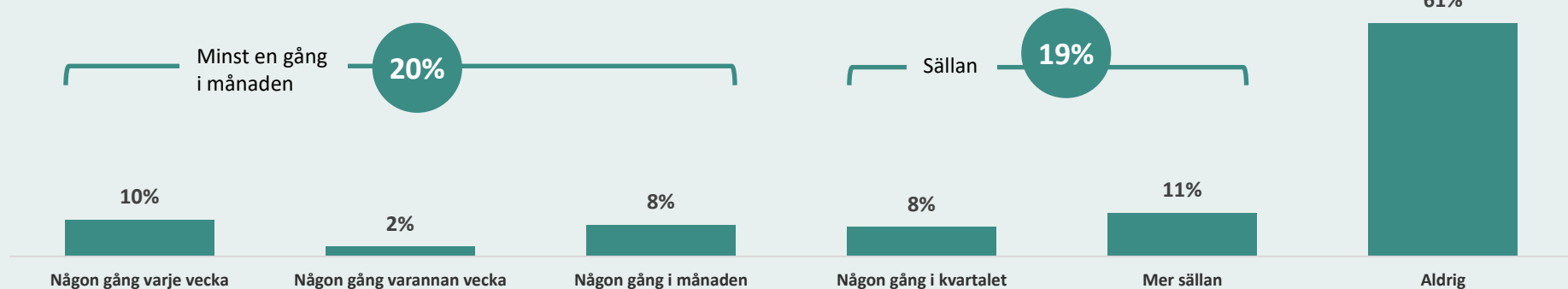
- Ålder - 50-64 år (90%), 65-84 år (90%)
- Man - 50-64 år (89%), 65-84 år (88%)
- Kvinna - 50-64 år (91%), 65-84 år (92%)
- Dricker aldrig energidryck (96%)



BAS: Totalt (n=1058)

# Var femte dricker energidryck minst en gång i månaden

FRÅGA: Hur ofta dricker du energidrycker?



BAS: Totalt (n=1058)

## Signifikanta skillnader mot totalen.

Följande undergrupper svarar i högre grad:

### Minst en gång i månaden (20%)

- Ålder - 18-34 år (48%)
- Man - 18-34 år (46%), 35-49 år (27%)
- Kvinna - 18-34 år (50%)
- Hushållsinkomst - <299k (35%)

- Region - Norra (32%)
- Positiv till energidryck (81%)

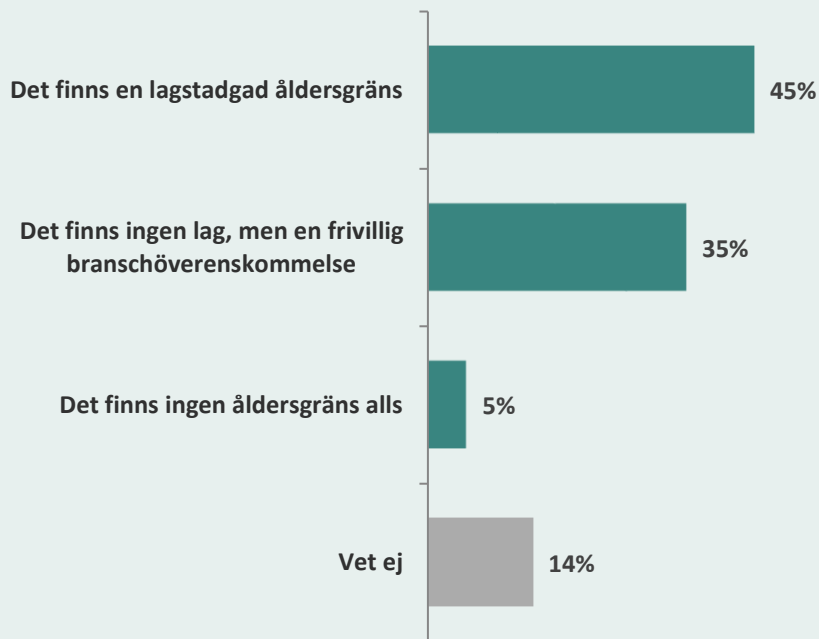
### Sällan (19%)

- Kön - Man (26%)

- Ålder - 18-34 år (25%)
- Man - 18-34 år (33%)\*, 35-49 år (28%)
- Ort - Storstäder och storstadsnära kommuner (27%)
- Region - Stockholm (25%)

# Nära varannan tror att det finns en lagstadgad åldersgräns för energidryck

FRÅGA: Vilket av följande stämmer bäst in på din bild av åldersgräns för köp av energidryck i Sverige?



BAS: Totalt (n=1058)

**Signifikanta skillnader mot totalen.** Följande undergrupper svarar i högre grad:

## Det finns en lagstadgad åldersgräns (45%)

- Kön - Kvinna (50%)
- Ålder - 35-49 år (51%)
- Kvinna - 50-64 år (61%)
- Ort - Storstäder och storstadsnära kommuner (50%)

## Det finns ingen lag, men en frivillig branschöverenskommelse (35%)

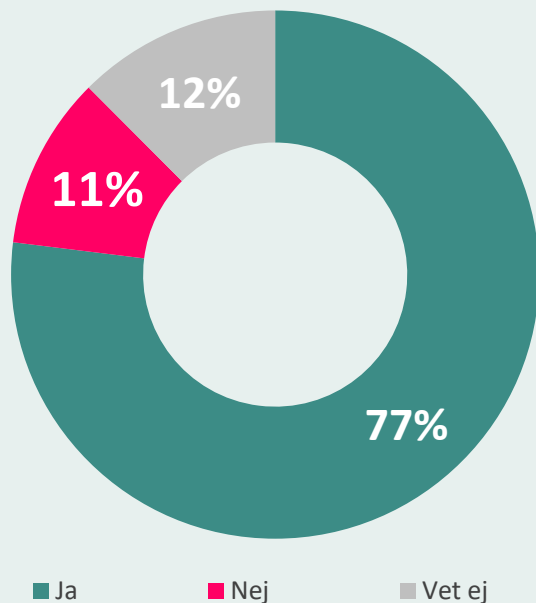
- Ålder - 18-34 år (46%)
- Man - 18-34 år (45%)
- Kvinna - 18-34 år (47%)
- Ort - Större städer och kommuner nära större stad (41%)
- Region - Norra (42%)
- Positiv till energidryck (53%)
- Dricker energidryck minst en gång i månaden (56%)

## Det finns ingen åldersgräns alls (5%)

- Ålder - 65-84 år (15%)
- Man - 65-84 år (16%)
- Kvinna - 65-84 år (14%)
- Hushållsinkomst - 500k-799k (13%)

# Drygt tre av fyra vill införa en lagstadgad åldersgräns för energidryck i Sverige

FRÅGA: I Sverige finns det ingen lagstadgad åldersgräns för att köpa energidrycker. Tycker du att det bör finnas en lagstadgad åldersgräns för köp av energidryck?



\* Låg bas, tolkas med försiktighet

BAS: Totalt (n=1058)

## Signifikanta skillnader mot totalen.

Följande undergrupper svarar i högre grad:

### Ja (77%)

- Kön - Kvinna (85%)
- Ålder - 35-49 år (82%)
- Kvinna - 35-49 år (94%), 50-64 år (85%)
- Hushållsinkomst - -299k (83%)

### Nej (11%)

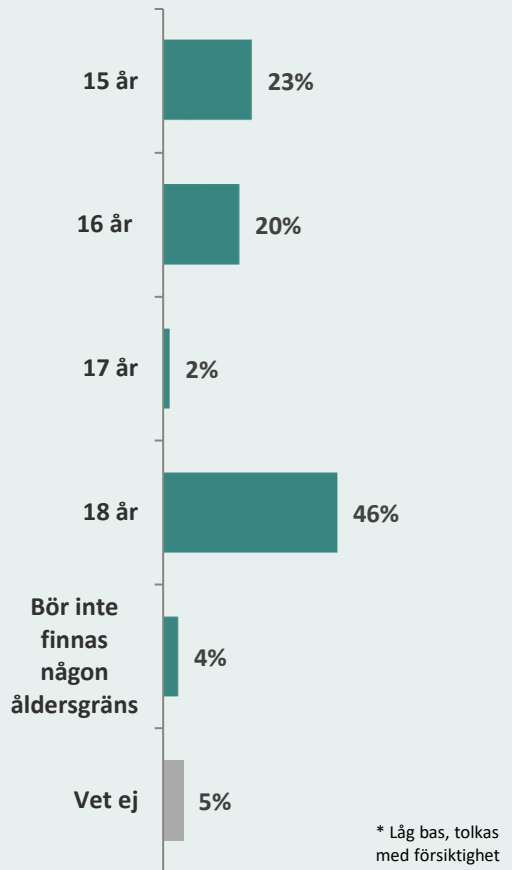
- Kön - Man (18%)
- Man - 18-34 år (23%), 35-49 år (17%), 50-64 år (16%)
- Positiv till energidryck (28%)
- Dricker energidryck minst en gång i månaden (20%)

### Vet ej (12%)

- Region - Stockholm (20%)

# Nära hälften anser att 18 år är en rimlig åldersgräns för köp av energidryck

FRÅGA: Om det införs en åldersgräns för köp av energidryck – vilken ålder tycker du i så fall är rimlig?



BAS: Totalt (n=1058)

## Signifikanta skillnader mot totalen.

Följande undergrupper svarar i högre grad:

### 15 år (23%)

- Ålder - 18-34 år (40%)
- Man - 18-34 år (43%)
- Kvinna - 18-34 år (36%)
- Positiv till energidryck (41%)
- Dricker energidryck minst en gång i månaden (42%)

### 16 år (20%)

- Kvinna - 18-34 år (29%)
- Positiv till energidryck (27%)
- Dricker energidryck minst en gång i månaden (25%)

### 18 år (46%)

- Ålder - 35-49 år (54%)
- Ålder - 50-64 år (53%)
- Kvinna - 35-49 år (64%), 50-64 år (58%)
- Negativ till energidryck (51%)
- Dricker aldrig energidryck (55%)

### Bör inte finnas någon åldersgräns (4%)

- Man - 50-64 år (10%)

# Varannan anser att föräldrar främst bär ansvaret för ungas konsumtion av energidryck under 18 år

FRÅGA: Vem, om någon, tycker du främst bör ta ansvar för att barn och unga inte konsumerar energidryck under 18 år?

Signifikanta skillnader mot totalen. Följande undergrupper svarar i högre grad:

## Föräldrar (50%)

- Ålder - 65-84 år (60%)
- Man - 65-84 år (60%)
- Kvinna - 65-84 år (60%)
- Region - Norra (65%)

## Butiker (10%)

- Man - 18-34 år (19%)

## Energidrycksföretaget (4%)

- Kvinna - 18-34 år (11%)

## Politiker som stiftar lagar (9%)

- Region - Östra (14%)

## Alla delar ansvar (21%)

- Kvinna - 18-34 år (27%), 35-49 år (31%), 50-64 år (29%)

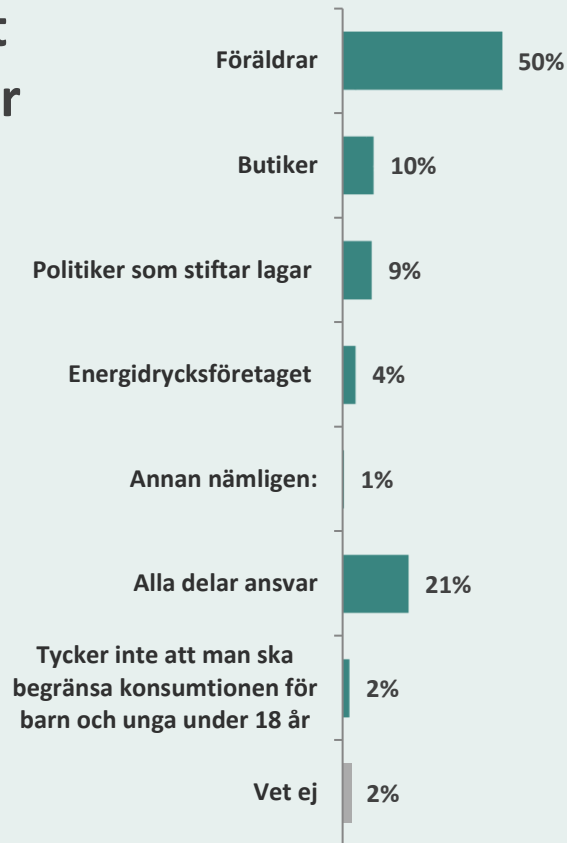
## Tycker inte att man ska begränsa konsumtionen för barn och unga under 18 år (2%)

- Man - 18-34 år (10%)\*

## Vet ej (2%)

- Man - 65-84 år (8%)

\* Låg bas, tolkas med försiktighet



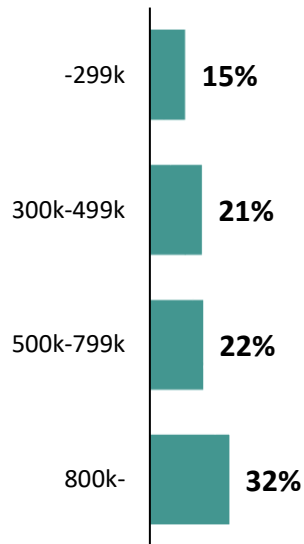
BAS: Totalt (n=1058)

# BAKGRUND

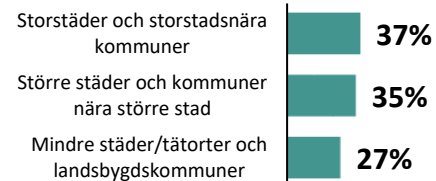
## KÖN



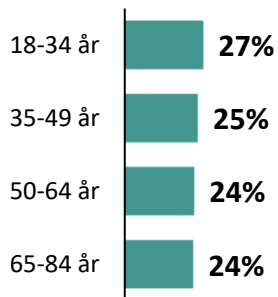
## HUSHÅLLSINKOMST



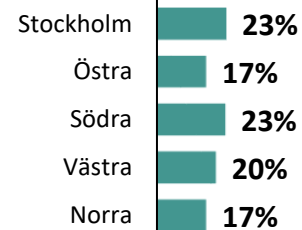
## ORT



## ÅLDER



## REGION



BAS: Totalt (n=1058)

# KONTAKT NOVUS



# VI PÅ NOVUS ÄLSKAR FRÅGOR

## Kontakter på Novus

Senior Advisor

Helena Björck

E-post: [helena.bjorck@novus.se](mailto:helena.bjorck@novus.se)

# PUBLICERINGSREGLER



Resultat från undersökningar som har initierats och bekostats av uppdragsgivare får inte lämnas vidare till annan part utan uppdragsgivarens tillstånd.

Rapporten är i första hand avsedd för uppdragsgivarens interna bruk och eventuella samarbetspartners. Uppdragsgivaren får publicera eller återge delar av materialet externt, under eget ansvar, förutsatt att Novus anges som källa och att publiceringen inte strider mot lag, sekretessavtal eller tredje parts rättigheter.

Vid extern publicering ansvarar uppdragsgivaren för att presentationen av resultaten inte är vilseledande. Novus ansvarar för undersökningens genomförande, metod och redovisade resultat i levererat underlag, men inte för uppdragsgivarens externa tolkningar eller formuleringar.

Novus granskar eller godkänner inte publiceringsmaterial i förväg. På uppdragsgivarens begäran kan Novus dock, mot ersättning, granska uppdragsgivarens externa kommunikation avseende undersökningen före publicering.

Om Novus uppmärksammas på felaktiga eller vilseledande påståenden förbehåller sig Novus rätten att begära rättelse och/eller offentligt klargöra vad undersökningen visar. Om korrigeringsbehöver görs till följd av uppdragsgivarens publicering eller kommunikation förbehåller sig Novus rätten att debitera uppdragsgivaren för nedlagd tid och eventuella kostnader.

# BEGREPPSFÖRKLARING

I Novus rapporter redovisar vi ofta skillnader mellan olika värden, något vi kallar för statistiskt säkerställda skillnader, statistiska signifikanser eller att något "inte är inom felmarginalen".

## Konfidensgrad

Novus standard är 95% konfidensgrad, vilket innebär att det sanna värdet för populationen med 95% sannolikhet ligger inom det intervall som ges av stickprovets värde +/- felmarginalen. Att använda 95% konfidensgrad motsvarar en signifikansnivå på 5%.

## Vad är en felmarginal?

Felmarginalen är ett mått på osäkerheten i en skattning av en parameter. Exempelvis blir felmarginalen vid ett stickprov på 1000 individer, på 5% signifikansnivå, för följande utfall:  
20/80: +/- **2,5%**  
50/50: +/- **3,1%**

## Är det statistiskt säkerställt?

Om en skillnad är större än felmarginalen är skillnaden statistiskt säkerställd. En statistiskt säkerställd skillnad mellan två olika värden innebär att det är en skillnad som troligen inte enbart kan förklaras av slumpen. Det som är säkerställt är således att det finns en skillnad, inte själva storleken.

# KORT OM NOVUS

## KOMMUNGRUPPSINDELNING

I rapporten redovisas signifikanta skillnader för tre huvudgrupper av kommuner; storstäder och storstadsnära kommuner, större städer och kommuner nära större stad samt mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner. Novus använder SKR:s kommungruppsindelning från 2023.

### A. STORSTÄDER OCH STORSTADSNÄRA KOMMUNER

- A1. Storstäder - kommuner med minst 200 000 invånare i den största tätorten.
- A2. Pendlingskommun nära storstad – kommuner med minst 40% utpendling till arbete i en storstad eller storstadsnära kommun.




### B. STÖRRE STÄDER OCH KOMMUNER NÄRA STÖRRE STAD

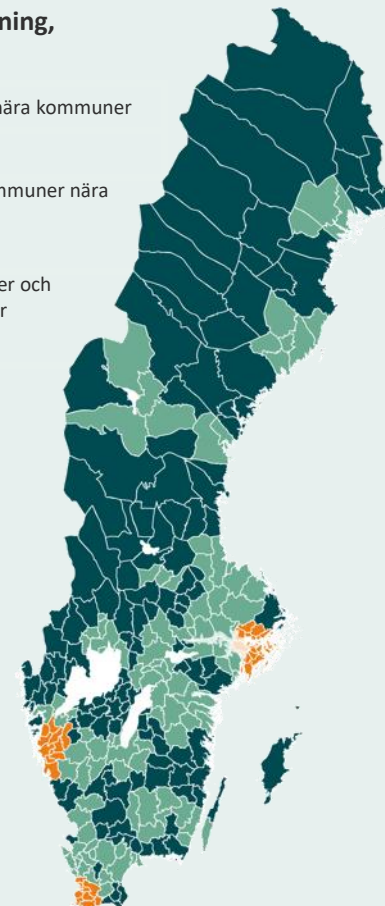
- B3. Större stad - kommuner med minst 50 000 invånare varav minst 40 000 invånare i den största tätorten.
- B4. Pendlingskommun nära större stad - kommuner med minst 40% utpendling till arbete i en större stad.
- B5. Lågpendlingskommun nära större stad – kommuner med mindre än 40% utpendling till arbete i en större stad.

### C. MINDRE STÄDER/TÄTORTER OCH LANDSBYGDSKOMMUNER

- C6. Mindre stad/tätort - kommuner med minst 15 000 men mindre än 40 000 invånare i den största tätorten.
- C7. Pendlingskommun nära mindre stad/tätort - kommuner med minst 30% ut- eller inpendling till mindre ort.
- C8. Landsbygdskommun - kommuner med mindre än 15 000 invånare i den största tätorten, lågt pendlingsmönster (mindre än 30%).
- C9. Landsbygdskommun med besöksnäring - landsbygdskommun med minst två kriterier för besöksnäring, det vill säga antal gästnätter, omsättning inom detaljhandel/ hotell/ restaurang i förhållande till invånarantalet.

### Kommungruppsindelning, huvudgrupper

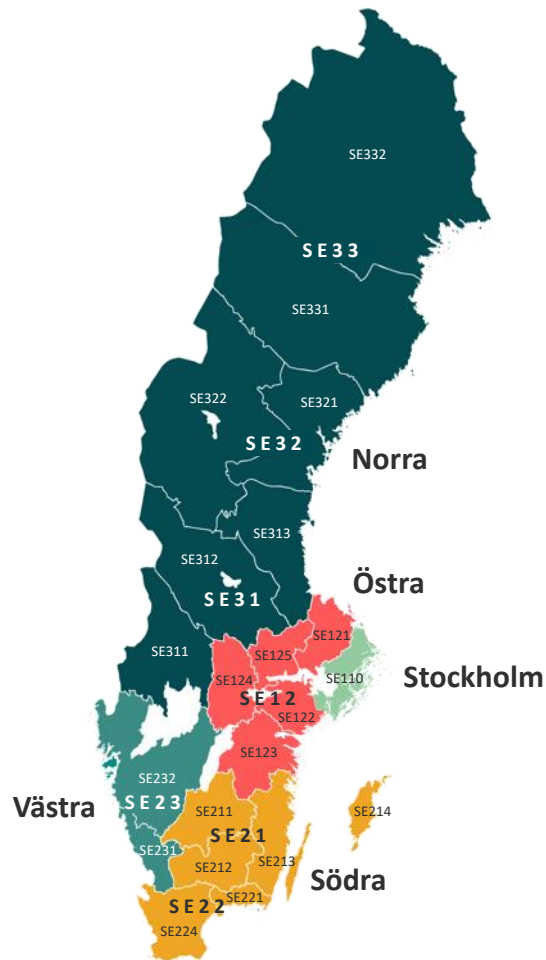
-  Storstäder och stadsnära kommuner
-  Större städer och kommuner nära större stad
-  Mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner



# NOVUS SVERIGEPANEL : STANDARD FÖR REGIONER

Fr.o.m 1 januari 2023

5 regioner	Andel
<b>Stockholm</b> SE11 Stockholm	<b>23,2%</b>
<b>Östra</b> SE12 Östra Mellansverige	<b>16,7%</b>
<b>Södra</b> SE22 Sydsverige SE21 Småland med öarna	<b>23,2%</b>
<b>Västra</b> SE23 Västsverige	<b>20,0%</b>
<b>Norra</b> SE32 Mellersta Norrland SE33 Övre Norrland SE31 Norra Mellansverige	<b>16,9%</b>



# KORT OM NOVUS SVERIGEPANEL

Novus Sverigepanel består av ungefär 60 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–84 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälpas genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet viktsas.

Vi vårdar vår panel väl genom så kallad panelmanagement. Det innebär bland annat att vi ser till att man inte kan delta i för många undersökningar under en kort period, inte heller i flera liknande undersökningar. Vi har också ett system för belöningar till panelen.

Fråga gärna efter mer information kring vårt panelmanagement!

## Undersökningsgenomförande

Ett urval ur panelen dras. Dessa får en inbjudan till undersökningen via e-post. Inbjudan innehåller information om hur lång tid undersökningen tar att besvara, sista svarsdatum samt en länk som man klickar på för att komma till frågeformuläret. Man kan besvara alla frågor på en gång alternativt göra paus och gå tillbaka till frågeformuläret vid ett senare tillfälle.

När datainsamlingen är klar påbörjas databearbetningen. Därefter produceras tabeller och en rapport sammanställs.



# KORT OM KVALITET I WEBBPANELER

**Novus Sverigepanel håller hög kvalitet. Vi genomför kontinuerligt kvalitetskontroller och valideringar av både panelen och de svar som paneldeltagarna ger.**

I jämförande studier har vi konstaterat att panelmedlemmarna i Novus panel ägnar tillräckligt med tid på sig för att svara på frågor noggrant och att det också finns en logik i svaren (exempel: om man tycker om både glass och choklad, då tycker man också om chokladglass). I andra paneler, bl.a. de som är självrekryterade ser vi inte denna logik i samma utsträckning.

En öppen panel stimulerar även proffstyckare som är ute efter att påverka och/eller respondenter som främst prioriterar belöning. Undersökningsföretagen ska mäta, inte påverka.

Novus panelmedlemmar besvarar i genomsnitt 12 undersökningar per år, vilket är betydligt färre undersökningar än i många andra paneler. Novus använder även karantänsregler så en panelmedlem som lärt sig något i en tidigare undersökning inte sedan får en uppföljande undersökning i samma ämne.

**Några viktiga checkpoints när man genomför webbundersökningar i paneler:**

- Panelen ska vara slumpmässigt rekryterad för att kunna leverera resultat som är riksrepresentativa
- Undersökningsföretaget ska för varje enskild undersökning bjuda in ett slumpmässigt urval.
- Panelmedlemmarna ska inte få för många undersökningar eller liknande undersökningar.
- Panelen ska skötas med ett bra panelmanagement avseende panelsupport, belöningar, validering av svar osv.
- Tid för fältarbetet (genomförandet av intervjuer) ska alltid redovisas och helst innehålla både vardagar och helgdagar.