

Opinionsfrågor om kycklingar 2026

Kontakt: Jenny Löf

Kontakt på Novus: Cecilia Dahlheim

Datum: 20 februari 2026



BAKGRUND OCH GENOMFÖRANDE

BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av Djurens rätt. Syftet med undersökningen var att undersöka allmänhetens attityder och beteende när det gäller kycklingar som föds upp för livsmedelsproduktion i Sverige. Resultaten ska användas som underlag för att informera och påverka beslutsfattare i dessa frågor.

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%



RESULTAT

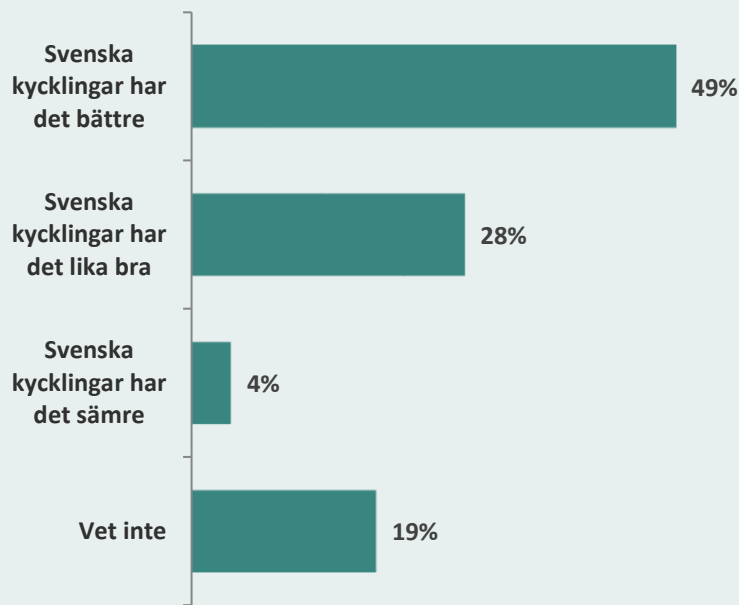


KORT SAMMANFATTNING

- Hälften av respondenterna (49%) tror att svenska kycklingar har det bättre jämfört med kycklingarna i andra europeiska länder.
- Tillit för Guldfågeln (68%), Kronfågel (67%) och Svensk Fågel (64%) ligger på ungefär samma nivå – Atria har lägst tillit (36%).
- Hälften (49%) instämmer helt i att svensk kyckling är massproducerad, två av fem (42%) vet ej ifall det är smärtsamma slaktningsmetoder eller ej.
- Nära sju av tio (68%) har smaken som främsta anledning till varför de äter kyckling, nära hälften (46%) för att det är nyttigt.
- Ungefär hälften skulle minska/sluta äta kyckling ifall det påverkade deras hälsa negativt (50%), priset ökade kraftigt (49%) eller ifall de tappade förtroendet för kycklingproducenter (45%).
- Tre av fyra (75%) tycker att kycklingbranschen i Sverige bör ställa om till mer långsamväxande kycklingar.

Hälften av respondenterna tror att svenska kycklingar har det bättre jämfört med kycklingarna i andra europeiska länder

FRÅGA: Tror du att svenska kycklingar som föds upp för kycklingproduktion har det bättre eller sämre än kycklingar från andra europeiska länder?



BAS: Totalt (n=1058)

Signifikanta skillnader mot totalen.

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Svenska kycklingar har det bättre (49%)

- Kön - Man (54%)
- Ålder - 18-34 år (62%)
- Sektor - Privat (55%)
- Region - Södra (55%)

Svenska kycklingar har det lika bra (28%)

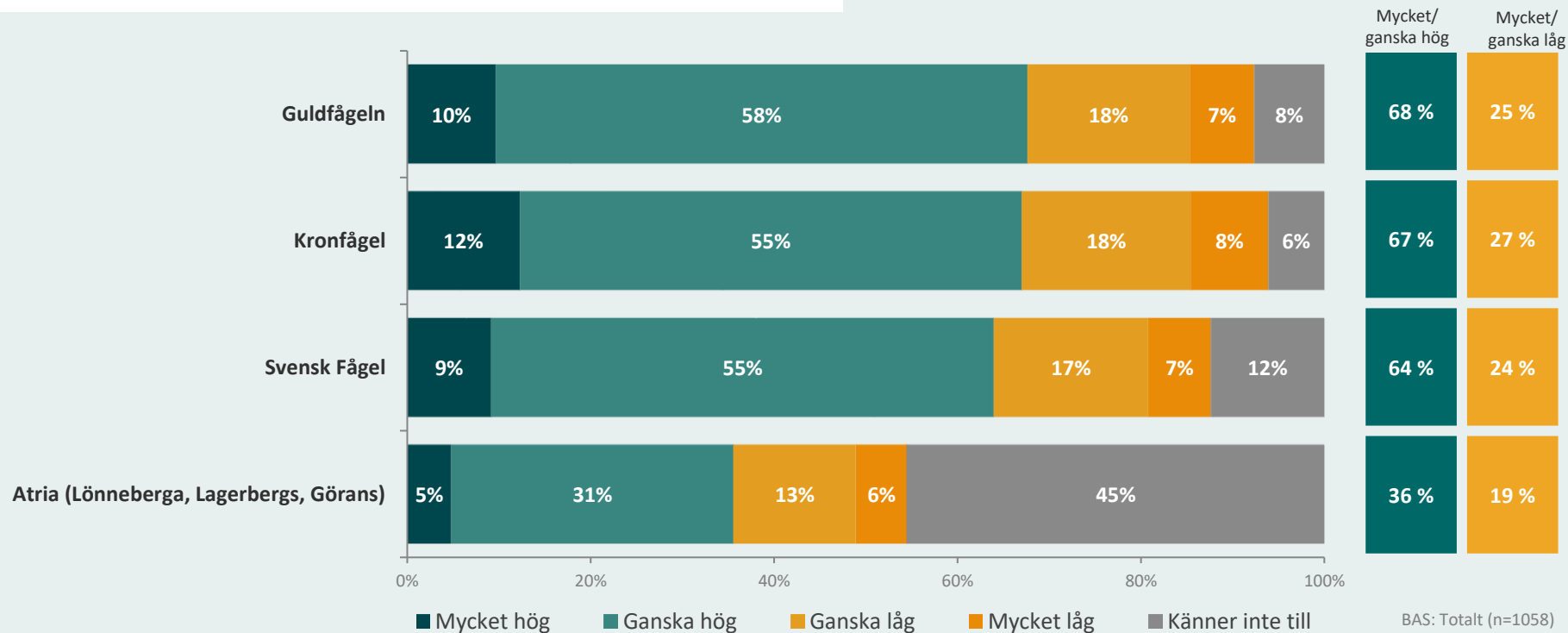
- Ålder - 35-49 år (33%)
- Kvinna - 35-49 år (36%)
- Sysselsättning - Tjänsteman (34%)
- Hushållsinkomst - 500k-799k (34%)
- Region - Stockholm (37%)

Vet inte (19%)

- Ålder - 65-84 år (24%)
- Kvinna - 65-84 år (26%)
- Sysselsättning - Arbetare (24%)
- Sysselsättning - Pensionär (25%)

Tillit för Guldfågeln, Kronfågel och Svensk Fågel på ungefär samma nivå – Atria har lägst tillit

FRÅGA: Hur hög eller låg tillit har du till följande aktörer när det gäller kycklinguppfödning?



Tillit för Guldfågeln, Kronfågel och Svensk Fågel på ungefär samma nivå – Atria har lägst tillit

FRÅGA: Hur hög eller låg tillit har du till följande aktörer när det gäller kycklinguppfödning?

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

Guldfågeln - Mycket/ganska hög (68%)

- Ålder - 18-34 år (73%)
- Man - 35-49 år (75%)
- Utbildning - Gymnasium eller lägre (73%)
- Sektor - Privat (75%)

Guldfågeln - Mycket/ganska låg (25%)

- Kvinna - 35-49 år (35%)
- Utbildning - Universitet/högskola (34%)
- Sektor - Offentlig (31%)

Kronfågel - Mycket/ganska hög (67%)

- Ålder - 18-34 år (74%)
- Man - 35-49 år (76%)
- Sektor - Privat (74%)

Kronfågel - Mycket/ganska låg (27%)

- Ålder - 35-49 år (32%)
- Kvinna - 35-49 år (41%)
- Utbildning - Universitet/högskola (35%)

Svensk Fågel – Mycket/ganska hög (64%)

- Ålder - 18-34 år (72%)
- Man - 35-49 år (72%)
- Har hemmaboende barn i hushållet (70%)
- Sektor - Privat (72%)

Svensk Fågel - Mycket/ganska låg (24%)

- Kvinna - 35-49 år (35%)
- Utbildning - Universitet/högskola (31%)
- Sektor - Offentlig (29%)

Atria (Lönneberga, Lagerbergs, Görans) - Mycket/ganska hög (36%)

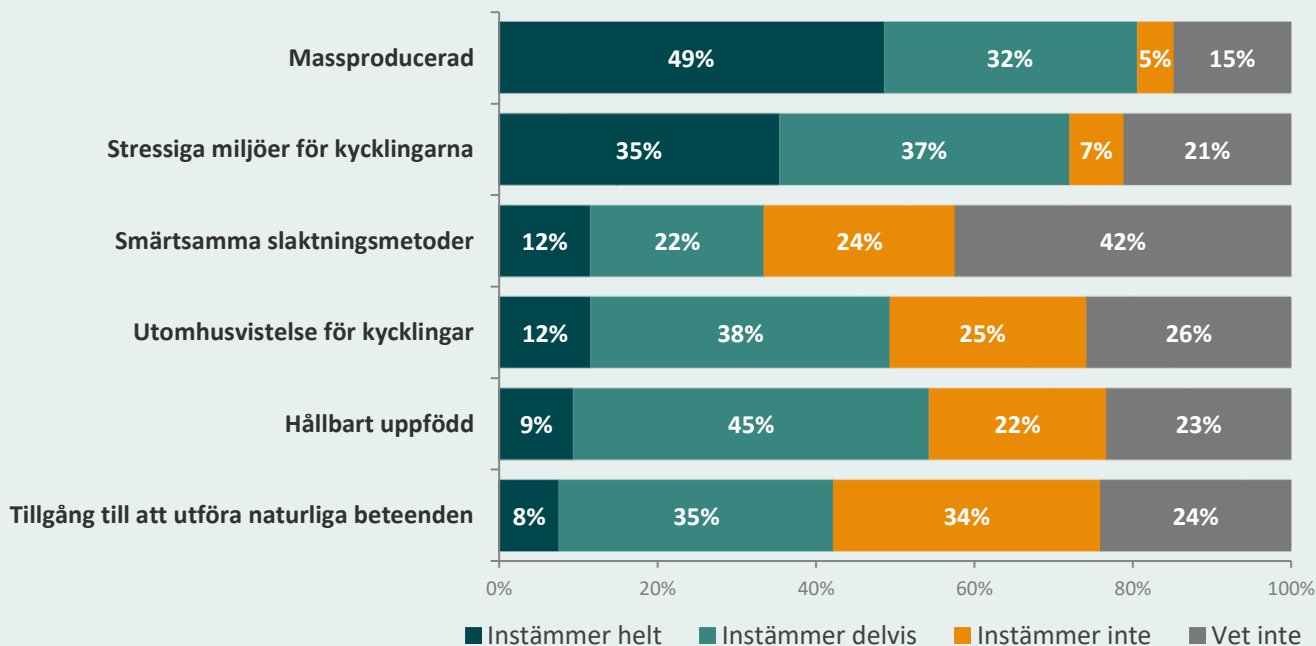
- Ålder - 35-49 år (41%)
- Sysselsättning - Tjänsteman (42%)
- Sektor - Privat (41%)
- Region - Stockholm (43%)

Atria (Lönneberga, Lagerbergs, Görans) - Mycket/ganska låg (19%)

- Kvinna - 35-49 år (26%)
- Sektor - Offentlig (27%)
- Hushållsinkomst - 300k-499k (24%)

Hälften instämmer helt i att svensk kyckling är massproducerad, två av fem vet ej ifall det är smärtsamma slaktningsmetoder eller ej

FRÅGA: I vilken utsträckning instämmer du i följande påståenden om svensk kyckling?



BAS: Totalt (n=1058)

Signifikanta skillnader mot totalen.

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Massproducerad - Instämmer helt (49%)

- Ålder - 35-49 år (54%)
- Kvinna - 18-34 år (56%)
- Utbildning - Universitet/högskola (55%)
- Sektor - Offentlig (55%)
- Hushållsinkomst - 500k-799k (56%)
- Ort - Större städer och kommuner nära större stad (56%)

Massproducerad - Instämmer delvis (32%)

- Hushållsinkomst - -299k (45%)
- Region - Västra (38%)

Stressiga miljöer för kycklingarna - Instämmer helt (35%)

- Kön - Kvinna (42%)
- Kvinna - 18-34 år (44%)
- Region - Östra (43%)

Stressiga miljöer för kycklingarna - Instämmer delvis (37%)

- Region - Västra (46%)

Smärtsamma slaktningsmetoder - Vet inte (42%)

- Kvinna - 35-49 år (51%)
- Kvinna - 65-84 år (52%)

Tillgång till att utföra naturliga beteenden - Instämmer inte (34%)

- Ålder - 35-49 år (40%)
- Kvinna - 18-34 år (43%)
- Hushållsinkomst - 500k-799k (41%)

Nära sju av tio har smaken som främsta anledning till varför de äter kyckling, nära hälften att det är nyttigt

FRÅGA: Om du äter kyckling, vad är främsta anledningarna till att du gör det? *Max 3 svar*

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

Gott (68%)

- Ålder - 35-49 år (74%)
- Man - 35-49 år (78%)

Nyttigt (46%)

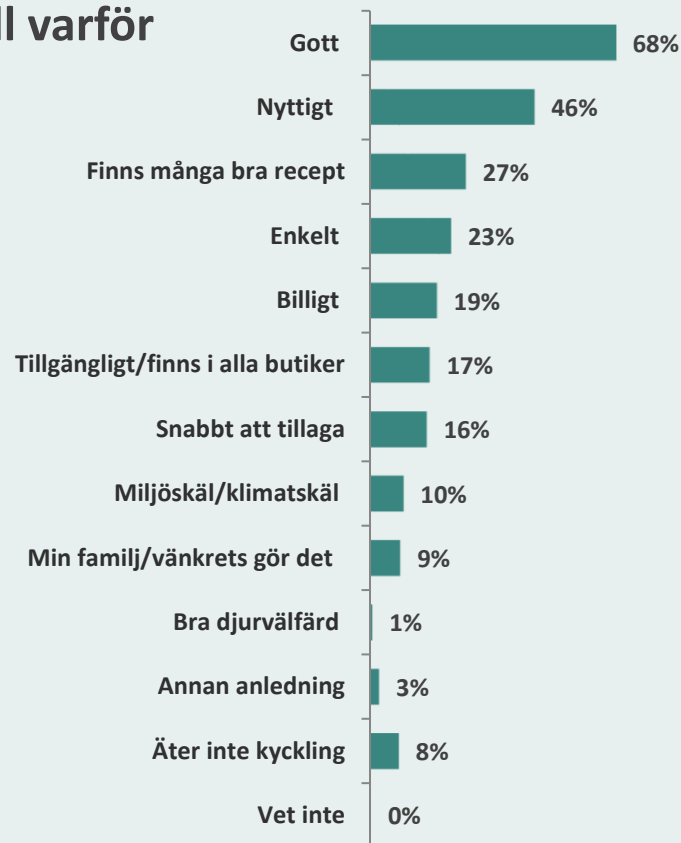
- Ålder - 35-49 år (56%)
- Man - 35-49 år (62%)
- Sysselsättning - Tjänsteman (57%)
- Har hemmaboende barn i hushållet (53%)
- Sektor - Privat (56%)
- Hushållsinkomst - 800k- (51%)
- Region - Stockholm (51%)

Finns många bra recept (27%)

- Ålder - 18-34 år (32%)
- Region - Norra (36%)

Äter inte kyckling (8%)

- Kvinna - 18-34 år (15%)
- Sektor - Offentlig (14%)



BAS: Totalt (n=1058)

Ungefär hälften skulle minska/sluta äta kyckling ifall det påverkade deras hälsa negativt, priset ökade kraftigt eller ifall de tappade förtroendet för kycklingproducenter

FRÅGA: Vilka av följande skäl, om något, skulle kunna få dig att minska eller sluta äta kyckling? *Flera svarsalternativ är möjliga*

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

Om det kan påverka min hälsa negativt (50%)

- Ålder - 18-34 år (56%)

Om priset ökar kraftigt (49%)

- Ålder - 18-34 år (65%)
- Ålder - 35-49 år (57%)
- Man - 35-49 år (58%)
- Sysselsättning - Arbetare (57%)
- Har hemmaboende barn i hushållet (56%)

Om jag får veta att kycklingar far illa (38%)

- Kön - Kvinna (43%)
- Ålder - 50-64 år (47%)
- Ålder - 65-84 år (50%)
- Man - 65-84 år (48%)
- Kvinna - 50-64 år (56%)
- Kvinna - 65-84 år (51%)
- Utbildning - Universitet/högskola (43%)
- Sysselsättning - Pensionär (51%)
- Sektor - Offentlig (46%)
- Region - Västra (46%)

Om jag tappar förtroendet för kycklingproducenter (45%)

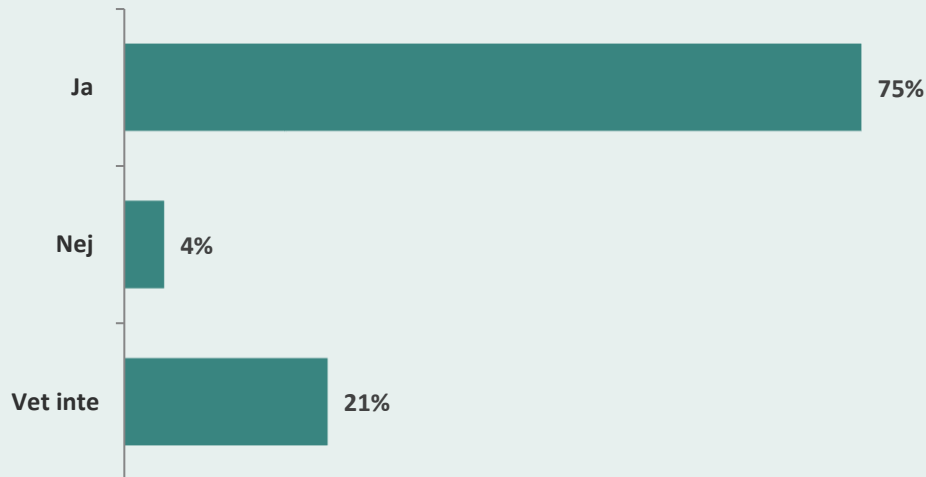
- Kön - Kvinna (53%)
- Ålder - 65-84 år (52%)
- Kvinna - 50-64 år (62%)
- Sektor - Offentlig (53%)



BAS: De som äter kyckling (n=971)

Tre av fyra tycker att kycklingbranschen i Sverige bör ställa om till mer långsamväxande kycklingar

FRÅGA: Vissa kycklingraser har avlats för att växa snabbt och har en tillväxt på över 60 gram per dag. Europeiska myndigheten för livsmedelssäkerhet (EFSA) rekommenderar att tillväxten hos slaktkycklingar bör begränsas till maximalt 50 gram per dag, med hänsyn till djurens välfärd. Tycker du att kycklingbranschen i Sverige borde ställa om till mer långsamväxande kycklingar med en tillväxt på maximalt 50 gram per dag?



BAS: Totalt (n=1058)

Signifikanta skillnader mot totalen.

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Ja (75%)

- Kön - Kvinna (82%)
- Kvinna - 35-49 år (90%)
- Sektor - Offentlig (82%)

Nej (4%)

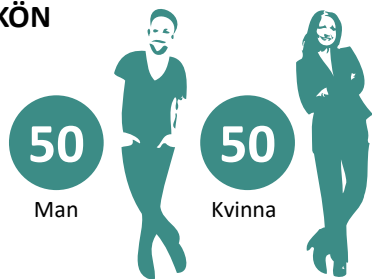
- Man - 35-49 år (13%)

Vet inte (21%)

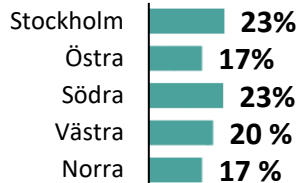
- Ålder - 18-34 år (28%)
- Sektor - Privat (26%)

BAKGRUND

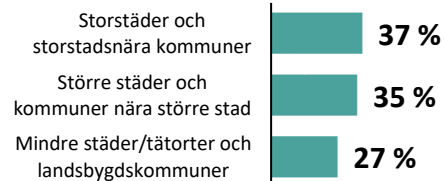
KÖN



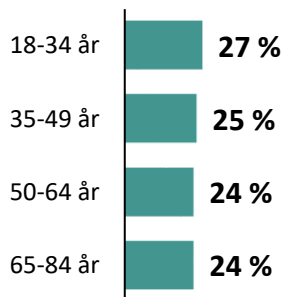
REGION



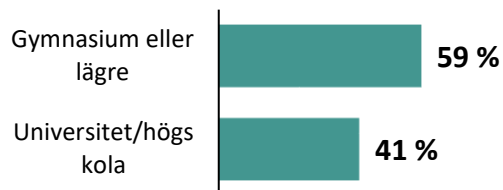
ORT



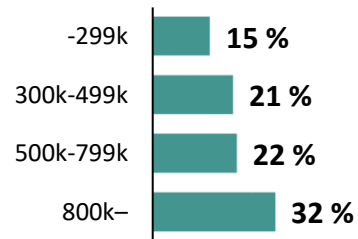
ÅLDER



UTBILDNING



HUSHÅLLSINKOMST



BAS: Totalt (n=1058)

KONTAKT NOVUS



VI PÅ NOVUS ÄLSKAR FRÅGOR

Kontakter på Novus

Senior Client Advisor

Cecilia Dahlheim

Mobil: +46 709 957 013

E-post: cecilia.dahlheim@novus.se

OM NOVUS UNDERSÖKNINGAR



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.



**Novus är via moderbolaget
Gallup Nordic Sveriges
representant för Gallup
International.**



NOVUS



GALLUP

Sveavägen 59, 113 59 Stockholm

Tel +46 (0)8 128 196 00

Mail: info@novus.se

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

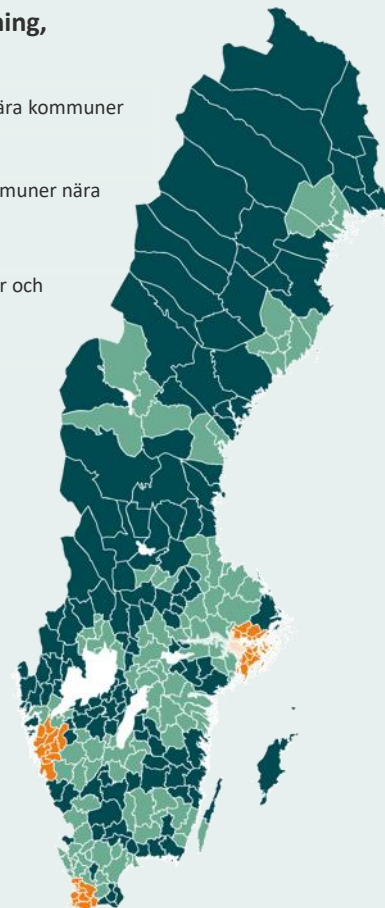
- B3. Större stad - kommuner med minst 50 000 invånare varav minst 40 000 invånare i den största tätorten.
- B4. Pendlingskommun nära större stad - kommuner med minst 40% utpendling till arbete i en större stad.
- B5. Lågpendlingskommun nära större stad – kommuner med mindre än 40% utpendling till arbete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

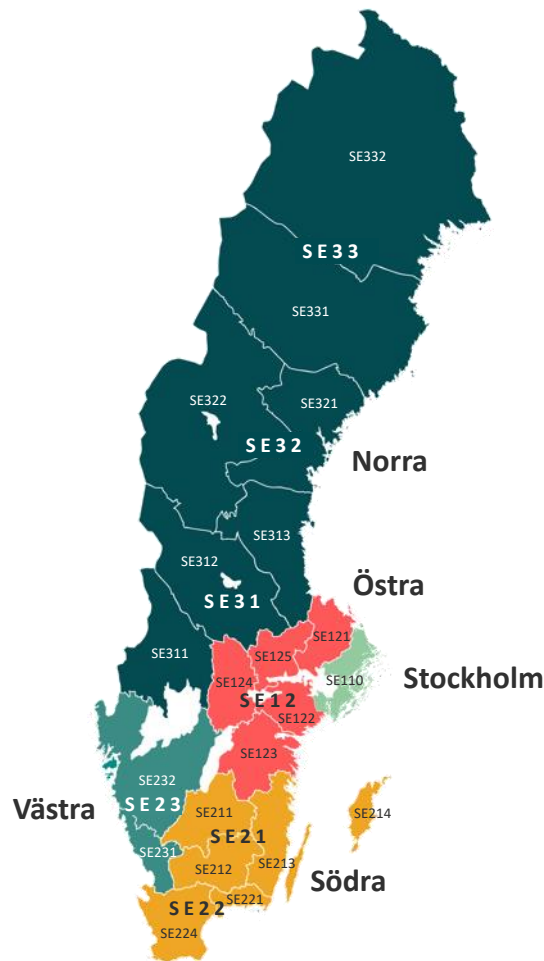
-  Storstäder och stadsnära kommuner
-  Större städer och kommuner nära större stad
-  Mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner



NOVUS SVERIGEPANEL – STANDARD FÖR REGIONER

Fr.o.m 1 januari 2023

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



KORT OM NOVUS SVERIGEPANEL

Novus Sverigepanel består av ungefär 50 000 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 vikts.

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.