

sundhed

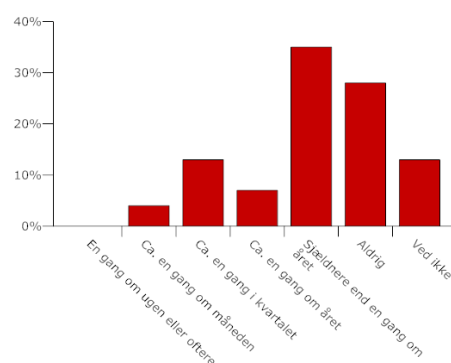
Vi skifter sjældent tandpasta-mærke

Hver fjerde husstand skifter aldrig tandpastamærke, hver anden vil gerne vide mere om de kemikalier, der findes i for eksempel tandpasta – særligt kvinder og folk med en længere uddannelse bag sig.

Hver fjerde husstand skifter aldrig tandpastamærke

Vi er loyale mod tandpasta-mærket

Mere end hver fjerde husstand (28 pct.) skifter aldrig tandpastamærke, mens hver tredje husstand (35 pct.) skifter sjældnere end en gang om året. En ud af fire (24 pct.) skifter en gang om året eller oftere.



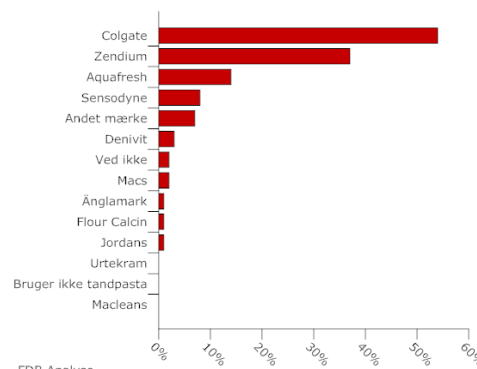
FDB Analyse

"Hvor ofte skifter din husstand tandpastamærke?" Hver fjerde skifter en gang om året eller oftere. Kilde: FDB Analyse

De mest brugte tandpasta-mærker

Colgate bruges i flest hjem

Top tre over de mest brugte tandpastamærker i Danmark for tiden er Colgate, som mere end hver anden husstand bruger (54 pct.), Zendium, som hver tredje husstand bruger (37 pct.) og Aquafresh, som 14 pct. bruger. Det er også de tre mærker, som flest husstande har brugt inden for det seneste år.



FDB Analyse

"Hvilket Tandpasta mærke eller mærker bruger din husstand for tiden?" Det er de store, kendte mærker, der børstes med i de fleste hjem. Kilde: FDB Analyse

Vidste du at

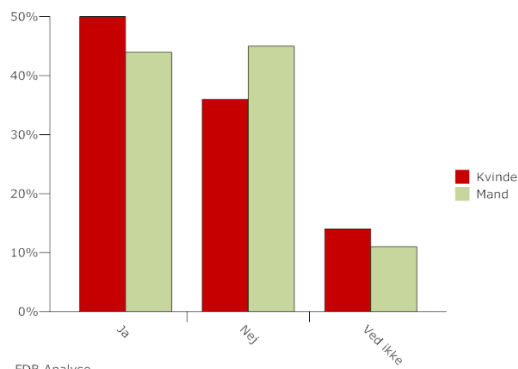
Tandpasta, som vi kender den på tubeform i dag, blev opfundet i 1892 af den amerikanske tandlæge Washington Sheffield. Hidtil havde man købt tandpasta eller tandpulver i dåser (kilde: wikipedia.org)



Kvinder vil vide mere om kemi end mænd

Hver anden vil gerne vide mere om kemi

Knap hver anden dansker (47 pct.) er interesseret i at bruge et kvarter på at få mere at vide om kemikalier i tandpasta, shampoo, creme og lignende. Særligt kvinderne er videbegærlige, når det drejer sig om kemikalier i plejeprodukter, end mænd. Mens 45 pct. af mændene svarer, at de ikke er interesseret i at bruge 15 minutter på at lære mere, gælder det samme for kun hver tredje kvinde (36 pct.).



"Vil du – på et tidspunkt, du selv vælger – være interesseret i at bruge 15 minutter på at få mere at vide om kemikalier i tandpasta, shampoo, creme m.v.?" Flere mænd end kvinder svarer nej. Kilde: FDB Analyse

De fleste vil have konkret viden om kemikalier

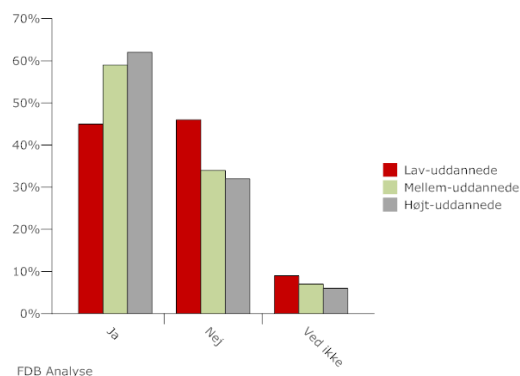
Det vil vi gerne vide

De fleste af dem, der gerne vil bruge tid på at få mere at vide om kemikalier, er mest interesseret i viden om konkrete produkter, f.eks. info om specifikke problematiske stoffer og produkter. Lidt færre synes, det er interessant at kunne slå indholdsstoffer op selv, ligesom mere generel viden om kemikalier i plejeprodukter interesserer lidt færre.

Kvinder tillægger mærkningsordninger større betydning

Mærkets betydning

Mere end hver anden svarer, at mærkningsordninger som Svanemærket, allergimærket og lignende betyder noget for deres valg af shampoo, creme og lignende. To ud af fem svarer, at det ikke betyder noget. Den mest afgørende faktor for, om mærkningsordningerne har betydning for ens valg af shampoo og lignende, er uddannelsesniveaulet. Mens seks ud af ti af de mellem- (59 pct.) og højtuddannede (62 pct.) svarer, at det har betydning, gælder det samme for 45 pct. af dem med en kort uddannelse.



"Betyder mærkningsordninger (Svanemærke, allergimærke m.v.) noget for dit valg af shampoo, creme o. lign.?" Jo længere uddannelse, jo mere spiller mærkningsordninger ind på vores valg af for eksempel shampoo. Kilde: FDB Analyse

Fakta og yderligere oplysninger

1.001 respondenter deltog i undersøgelsen, der blev gennemført i uge 44, 2011. Respondenterne er vægtet på køn, alder og geografi, og resultaterne kan betragtes som repræsentative for den danske befolkning 15-74 år.