

Westander 2019 - webbpanel februari

	Kön		Ålder				Ålder - Man				Ålder - Kvinna				
	Total	Man	Kvinna	18-29	30-49	50-64	65-79	18-29	30-49	50-64	65-79	18-29	30-49	50-64	65-79
Varumärkesstrategi 1. Hur viktigt är det för dig som konsument att de varumärken du väljer visar samhällsengagemang, till exempel genom att ta ställning i en aktuell samhällsfråga?															
Antal intervjuer -----	1000	492	508	211	329	247	213	91	163	119	119	120	166	128	94
Vägt bastal -----	1000	506	494	209	346	245	200	108	177	124	97	101	169	121	102
Mycket viktigt -----	7	7	7	8	7	6	7	9	7	4	7	7	8	7	6
Ganska viktigt -----	41	35-	48+	43	36-	44	45	32	29	36	46+	54	44	51	44
Inte särskilt viktigt -----	38	41+	34-	35	45+	33	34	44	47	38	31-	25-	42+	28	37
Inte alls viktigt -----	11	16+	6-	10	10	14	11	14	15	20	15	7	5	8	6
Tveksam, vet ej -----	3	1-	5+	4	1	4	4	1	2	2	1	7	1-	5	7
TOTALT % -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Top box -----	48	41-	55+	51	44	49	52	41	36	40	53+	61	52	59	50
Low box -----	49	57+	40-	45	55+	47	45	58	63	58	46-	31-	47+	36	43
TOTALT % -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Westander 2019 - webbpanel februari

Total	Region								
	Norra Sverige	Norra mellansverige	Östra mellansverige	Stockholm-sområdet	Väst-sverige	Göteborgs-området	Småland och öarna	Syd-sverige	Malmö-området

Varumärkesstrategi 1. Hur viktigt är det för dig som konsument att de varumärken du väljer visar samhällsengagemang, till exempel genom att ta ställning i en aktuell samhällsfråga?

Antal intervjuer -----	1000	105	90	184	216	88	83	85	83	66
Vägt bastal -----	1000	97	85	182	223	82	100	85	81	64
Mycket viktigt -----	7	6	12	6	6	5	13+	5	9	--
Ganska viktigt -----	41	45	45	35	41	49	44	42	33	42
Inte särskilt viktigt -----	38	31	30	43	38	38	36	36	39	45
Inte alls viktigt -----	11	14	7	11	12	6	7	12	19+	11
Tveksam, vet ej -----	3	4	6	4	2	2	-	5	1	2
TOTALT % -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Top box -----	48	51	57	41-	47	54	58	46	42	42
Low box -----	49	45	37-	54	50	44	42	49	58	56
TOTALT % -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Westander 2019 - webbpanel februari

Vilket parti skulle du rösta på om det var val idag?

Total	LIBE- RALER- NA MODE- RATER- NA	(Folk- par- tiet)	CEN- TER- PAR- TIET	KRIST- DEMOK- RATER- NA	SO- CIAL- DEMOK- RATER- NA	MILJÖ- PAR- TIET	VÄN- STER- PAR- TIET	SVERI- GEDE- MOKRA- TERNA	Annat parti	Borger ligt m+fp +c+kd	Socia lis- tiskt s+v+mp
-------	--	-------------------------	------------------------------	----------------------------------	--	------------------------	-------------------------------	------------------------------------	----------------	---------------------------------	----------------------------------

Varumärkesstrategi 1. Hur viktigt är det för dig som konsument att de varumärken du väljer visar samhällsengagemang, till exempel genom att ta ställning i en aktuell samhällsfråga?

Antal intervjuer -----	1000											
Vägt bastal -----	1000											
Mycket viktigt -----	7	4	4	10	1-	12+	10	11+	1-	16	5-	11+
Ganska viktigt -----	41	32-	49	55+	32	49+	68+	61+	22-	34	39-	54+
Inte särskilt viktigt -----	38	49+	34	25-	49	33	21-	20-	51+	27	42+	28-
Inte alls viktigt -----	11	13	8	6	19	3-	--	4-	24+	21	12+	3-
Tveksam, vet ej -----	3	2	4	4	-	4	1	3	2	3	2	4
TOTALT % -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Top box -----	48	37-	53	65+	33-	61+	78+	72+	23-	49	44-	66+
Low box -----	49	61+	43	31-	67+	35-	21-	25-	75+	48	54+	31-
TOTALT % -----	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100