

Axellus Oy:n Sana-sol-vitamiinitutkimus:

Jopa puolet suomalaista syö vitamiini- ja kivennäisainevalmisteita

Suomalaisista 60 prosenttia syö vitamiineja ja kivennäisaineita pysyäkseen terveenä. Erityisesti pääkaupunkiseudulla korostuu terveenä pysymisen tärkeys. Toiseksi yleisimpänä käytön syynä mainitaan sairauksien ennaltaehkäisy. Nuoret puolestaan syövät vitamiineja ja kivennäisaineita erityisesti yksipuolisen ruokavalionsa tueksi.

Taloustutkimuksen Axellus Oy:lle tekemän Sana-sol-vitamiinitutkimuksen mukaan vitamiinit ja kivennäisaineet maistuvat suomalaisille: 80 prosenttia vastanneista on niitä joskus käyttänyt. Noin puolet eli 54 % käytti vitamiineja ja kivennäisaineita vastaushetkellä tammikuussa 2010. Yleisimmin käytetään monivitamiinivalmisteita. Naiset käyttävät erityisesti kalsiumia ja D-vitamiinia ja miehet C-vitamiinia. Nuoret naiset käyttävät rautalisää enemmän kuin muut ikäryhmät. Suurin vitamiineja ja kivennäisaineita käyttävä ryhmä on yli 50-vuotiaat naiset. Naiset myös ostavat tavallisimmin kotitalouden vitamiinit ja kivennäisaineet.

*– Vitamiinien ja kivennäisaineiden käytössä korostui terveenä pysyminen. Sairauksien ennaltaehkäisyn käytön syynä mainitsivat erityisesti vanhemmat vastaajat. Vitamiineja ja kivennäisaineita käytetään myös pimeänä vuodenaikana ja väsymystä vastaan. Nuorilla ja opiskelijoilla käytön syitä olivat ruokavalion yksipuolisuus, väsymys sekä epäterveelliset elämäntavat, Taloustutkimus Oy:n tutkimuspäällikkö **Johanna Kuosmanen** toteaa.*

Kaupungeissa käytetään vitamiineja ja kivennäisaineita enemmän kuin maalla

Vitamiinien ja kivennäisaineiden käytössä on eroja myös asuinalueen mukaan. Kaupungeissa käytetään vitamiini ja kivennäisainevalmisteita enemmän kuin maaseudulla. Monivitamiinit ja C-vitamiini ovat pääkaupunkiseutulaisten suosiossa. Rautalisää käyttävät opiskelijat ja kalsiumvalmisteita erityisesti eläkkeellä olevat naiset.

Apteekki pitää pintansa perinteisenä vitamiinien ja kivennäisaineiden ostopaikkana. Sieltä vitamiinivastonsa tavallisimmin täydentää 60 prosenttia vastanneista. Apteekissa asioidaan henkilökunnan ammattitaidon ja tuttuuden vuoksi. Miehet ostavat naisia useammin vitamiinit ja kivennäisaineet päi-

vittäistavarakaupasta. Sen etuna pidetään edullisuutta ja helppoutta. Sen sijaan internetistä, verkostomarkkinoinnin kautta ja postimyynnistä vitamiineja ja kivennäisaineita tilaa vain 7 % suomalaisista.

Tietoa vitamiineista ja kivennäisaineista haetaan eniten apteekin henkilökunnalta, tuote-esitteistä ja internetistä. Erityisesti naiset hakevat tietoa myös terveysalan lehdistä, aikakauslehdistä ja terveydenhoitohenkilöstöltä.

Sana-sol tunnetaan maustaan

Sana-sol-tuotteiden käyttäjistä 64 prosenttia valitsee tuotteen sen hyvän maun vuoksi. 46 % piti tärkeänä myös sitä, että tuote on helppo nauttia ja se sopii koko perheelle. Ladyvita-tuote kiinnostaa kokeiluhaluista (31 %). Ladyvita-tuotteiden käyttäjät arvostavat sen monipuolisuutta ja koostumusta. Ginseng-valmiste Gerimaxin käyttäjistä 44 % nimesi laadukkuuden ja tehokkuuden käytön syiksi. 35 prosenttia piti tärkeänä tuotteen helppokäyttöisyyttä ja käyttökokemuksia.

Taloustutkimus toteutti Axellus Oy:lle Sana-sol-vitamiinitutkimuksen internetpaneelina, johon vastasi yhteensä 1488 15–79-vuotiasta. Naisia ja miehiä oli vastaajissa yhtä paljon. Tutkimusnäyte muodostettiin suomalaisia internetinkäyttäjiä edustavasti sukupuolen, iän ja asuinpaikan mukaan.

Lisätietoja:

Tutkimuspäällikkö Johanna Kuosmanen, Taloustutkimus Oy, johanna.kuosmanen@taloustutkimus.fi, puh. 0400 710 102.

PR- ja viestintäpäällikkö Susanna Nikko, susanna.nikko@axellus.fi, puh. 050 5517 118

*Axellus on Pohjoismaiden johtava terveystuotteiden valmistaja ja markkinoija, jonka tunnetuimmat tuotemerkit Suomessa ovat Möller, Nutrilett, **Ladyvita**, **Sana-sol**, **Gerimax**, Antisalt ja Litozin. Axellus Oy:n liikevaihto on noin 17 milj. euroa ja yritys työllistää 20 henkilöä (2009). Axellus on osa norjalaista Orkla-konsernia. www.axellus.fi.*