



De danske børnefamilier vil gerne spare tid og gør derfor brug af convenience-løsninger

Juni 2025

De danske børnefamilier vil gerne spare tid og gør derfor brug af convenience-løsninger

I Danmark bor der børn i ca. hver fjerde familie. Antallet af børnefamilier er let stigende, dog ikke på grund af flere børn, men på grund af flere typer af familieformer (tal fra Danmarks Statistik, maj 2025). Børnefamilierne er en interessant målgruppe, da de skiller sig ud på mange punkter fra gennemsnittet og fra husstande uden børn. Landbrug & Fødevarer sætter i denne analyse fokus på netop disse forskelle og dykker ned i børnefamiliernes måltidsvaner, madadfærd og holdninger.

De vigtigste indsigter er:

- Den danske børnefamilie består primært af 1 barn (45 pct.), 2 børn (43 pct.) og 3 eller flere børn (12 pct.). Familierne bor oftere end gennemsnittet i byer med mindre end 100.000 indbyggere, og således bor færre børnefamilier i de største danske byer. Forældrene er oftest 30-49 år, og de tjener lidt flere penge end gennemsnittet. Børnefamilier bruger desuden 40 pct. mere på dagligvarer end husstande uden børn.
- Kød, brød, ost og pasta hitter hos børnefamilierne, når vi kigger detaljeret på aftensmaden. Især kød er populært, hvor 47 pct. af børnefamilierne svarer, at kød indgik i aftensmaden i går, modsat gennemsnittet, som ligger på 40 pct. Kartofler er på aftenmadstallerkenen i hver fjerde børnefamilie, men generelt sjældnere end i andre husstande.
- Børnefamilierne spiser hovedsageligt ved spisebordet, faktisk betydeligt oftere end andre husstande. Samtidig svarer de, at de ikke nær så ofte spiser foran fjernsynet eller i sofaen.
- Udtryk, der hyppigere bruges om børnefamiliernes aftensmad er "Noget for alle", "Børnevenligt" og "Løfter stemningen". Der er således et stort behov for, at børnene bliver imødekommet i deres præferencer, og at stemningen er god for alle ved måltidet.
- Kigger vi videre på børnefamiliernes aftensmad, består den oftere af færdiglavede komponenter såsom en færdiglavet pizzadej, tærtedej eller sovs. Generelt gør børnefamilierne oftere brug af convenience-løsninger, og man kan som fødevareproducent med fordel sætte fokus på netop disse produkter, hvis man har børnefamilierne som målgruppe.
- Der opleves stor tidsmangel ude i børnefamilierne, og her skiller de sig markant ud fra andre husstande. Børnefamilierne oplever, at de ikke har tid nok til alt det, de gerne vil nå og ikke tid nok til især madlavningen. Her hjælper helt eller delvist færdiglavede løsninger. Børnefamilierne svarer således, at de gør brug af helt eller delvist færdiglavede retter for at spare tid, så de i stedet kan lave andre praktiske ting eller hygge sammen.
- Børnefamilierne vil generelt gerne spise mindre kød og flere grøntsager. Dette giver de udtryk for betydeligt oftere end andre husstande.

Børnefamilierne er en vigtig og unik målgruppe

Landbrug & Fødevarer sætter i denne analyse fokus på børnefamilien som en vigtig målgruppe for fødevareproducenterne. Analysen er baseret på en online forbrugerundersøgelse gennemført af Voxmeter for Landbrug & Fødevarer. Data er indsamlet over 9 gange i 2023, 2024 og 2025 og tæller i alt 9.000 forbrugere hvoraf 2.494 er børnefamilier. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Derudover bygger analysen på indkøbsdata fra Kauza, et husholdningspanel baseret på 13.000 repræsentativt udvalgte husstande. Se flere detaljer om undersøgelsen nederst i denne analyserapport.

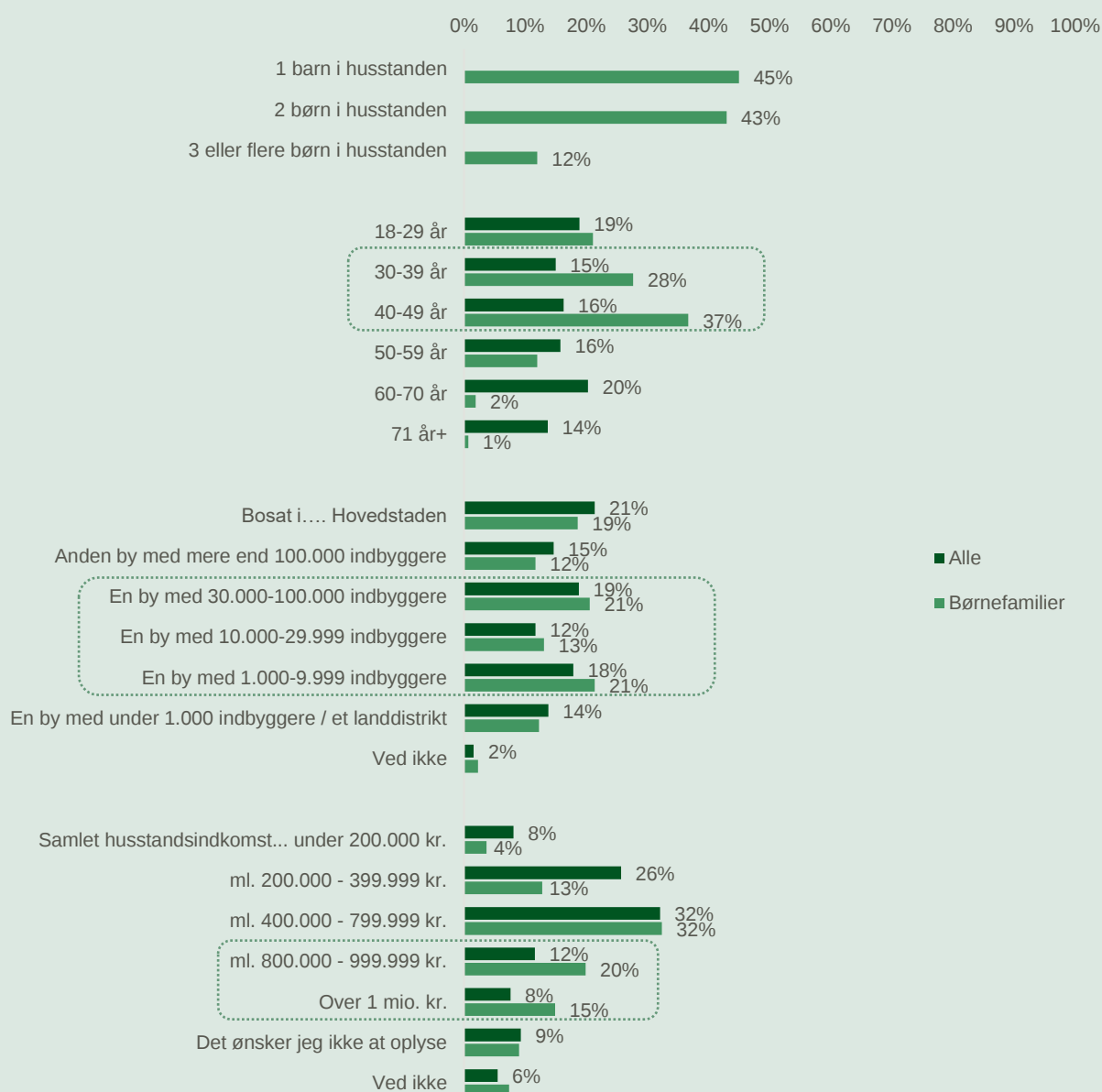
Madkulturen og børns ernæring og spisevaner fylder meget hos børnefamilierne, og især aftensmaden er kulturelt bærende og samler familien, skaber nærvær, sammenhold og madglæde. De fleste børn bor med begge deres forældre, men andelen er faldende, og vi ser flere typer af familieformer, hvor f.eks. børnene bor med en enlig mor eller far. Dette ændrer dog ikke på de forskellige udfordringer, som børnefamilien møder i en travl hverdag, hvor alle ender skal mødes.

Forældre vil deres børn det allerbedste, men de oplever udfordringer i forhold til især manglende tid og til de forskellige behov, der skal tilgodeses med børn. Børn har forskellige præferencer og ønsker til maden, som også nemt kan ændre sig fra dag til dag. Det kan være svært at få enderne til at mødes i nutidens børnefamilie, så hvordan kan fødevareproducenterne hjælpe dem, så vores børn bliver mætte, glade og får sund og velsmagende mad? Mad, der også er hurtig, praktisk og let at lave, og som efterlader tid til hygge, kvalitet og nærvær i familien?

Børnefamilien består oftest af 1 eller 2 børn, bor i de mindre byer og tjener lidt flere penge end gennemsnittet

Overordnet set er der flest børnefamilier med 1 barn (45 pct.), dernæst 2 børn (43 pct.) og dernæst 3 eller flere børn (12 pct.). Der bor børnefamilier i alle regioner i Danmark, og kigger vi nærmere på, hvilke byer de bor i, er det oftere end gennemsnittet byer med mindre end 100.000 indbyggere. Forældrenes alder er, ikke overraskende, oftest mellem 30-39 år og 40-49 år. Den samlede husstandsindkomst ligger oftere i den højere ende af skalaen, og børnefamilierne har således lidt flere penge mellem hænderne pr. husstand end gennemsnittet.

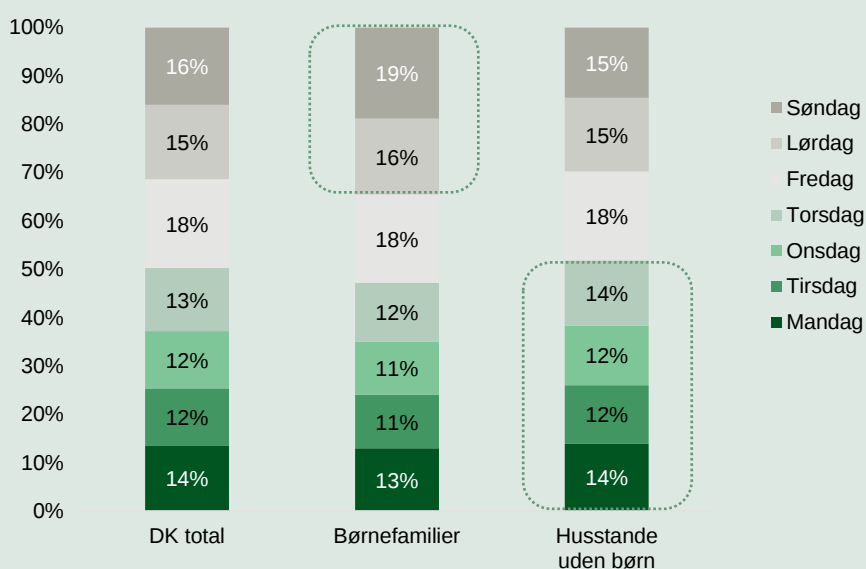
Figur 1. Demografiske kendetegn for børnefamilierne i Landbrug & Fødevarers undersøgelse om madkultur og måltidsvaner



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, 2023-2025 n=9.000, heraf børnefamilier n=2.494. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Firkanter markerer signifikant forskel, hvor børnefamilierne skiller sig ud (95% sandsynlighed).

Kigger vi på indkøbsdata fra Kauza, ser vi, at børnefamilier bruger relativt mange penge drevet af både flere varer og også oftere end husstande uden børn. Børnefamilier bruger således 40 pct. mere på dagligvarer end husstande uden børn. Dette kan ses i brugte kroner pr. tur i supermarkedet, hvor børnefamilier i gennemsnit bruger 208 kr. pr. tur, og husstande uden børn i gennemsnit bruger 166 kr. pr. tur. Desuden er børnefamilierne mere frekvente, når de handler dagligvarer, og handler således i gennemsnit 230 gange pr. år vs. 205 gange pr. år for husstande uden børn. Indkøbskurvstørrelsen er også 25 pct. større hos børnefamilierne, som køber 12.9 varer pr. kurv vs. husstande uden børn, som i gennemsnit køber 9,9 varer pr. kurv (kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer, maj 2025). Når børnefamilierne handler, så er søndag den største dag, som udgør 19 pct., hvorimod fredag er den største handledag for DK total.

Figur 2: Værdi i procent af dagligvarehandlen fordelt på ugens syv dage

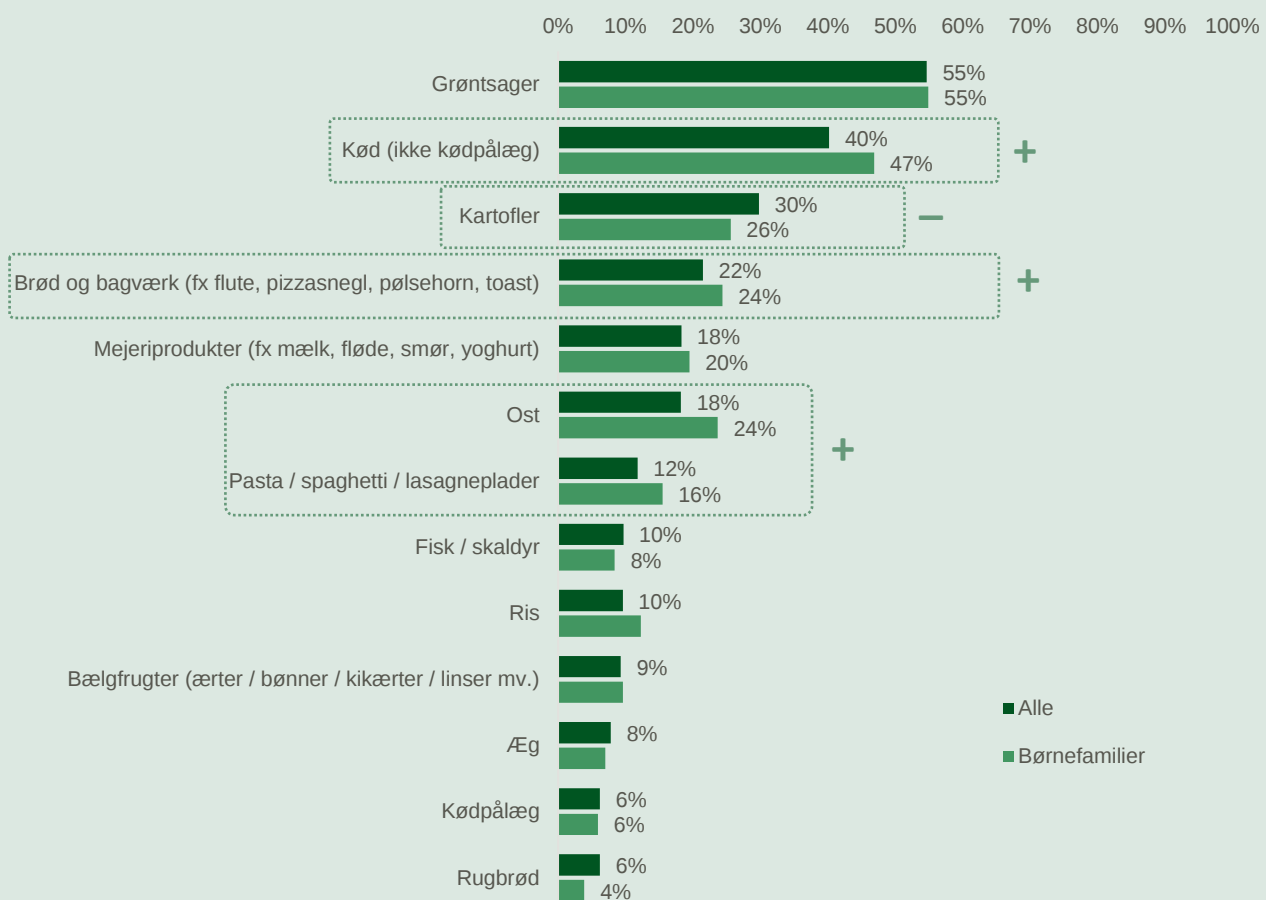


Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer, maj 2025. DK total = 5.000 husstande, deraf n=1.337 børnefamilier og n=3.663 husstande uden børn

Kød, brød, ost og pasta hitter mere hos børnefamilierne end hos andre

Kigger vi detaljeret ind i, hvilke specifikke fødevarer, børnefamilierne spiser til aftensmad, svarer over halvdelen (55 pct.), at de fik grøntsager til aftensmaden i går. Det er det samme som resten af befolkningen. Den store forskel ligger især på indtag af kød, hvor børnefamilierne spiser betydeligt mere end gennemsnittet. Derudover, spiser de også oftere brød, ost og pasta, som er velkendte, trygge og hjemlige fødevarer ved aftensmadsbordet hos børnefamilierne. Ca. hver fjerde børnefamilie havde kartofler på tallerkenen i går, dette er dog betydeligt mindre end danskerne generelt, hvor vi fra andre analyser ved, at specielt husstande med ældre personer over 60 år spiser flere kartofler end andre.

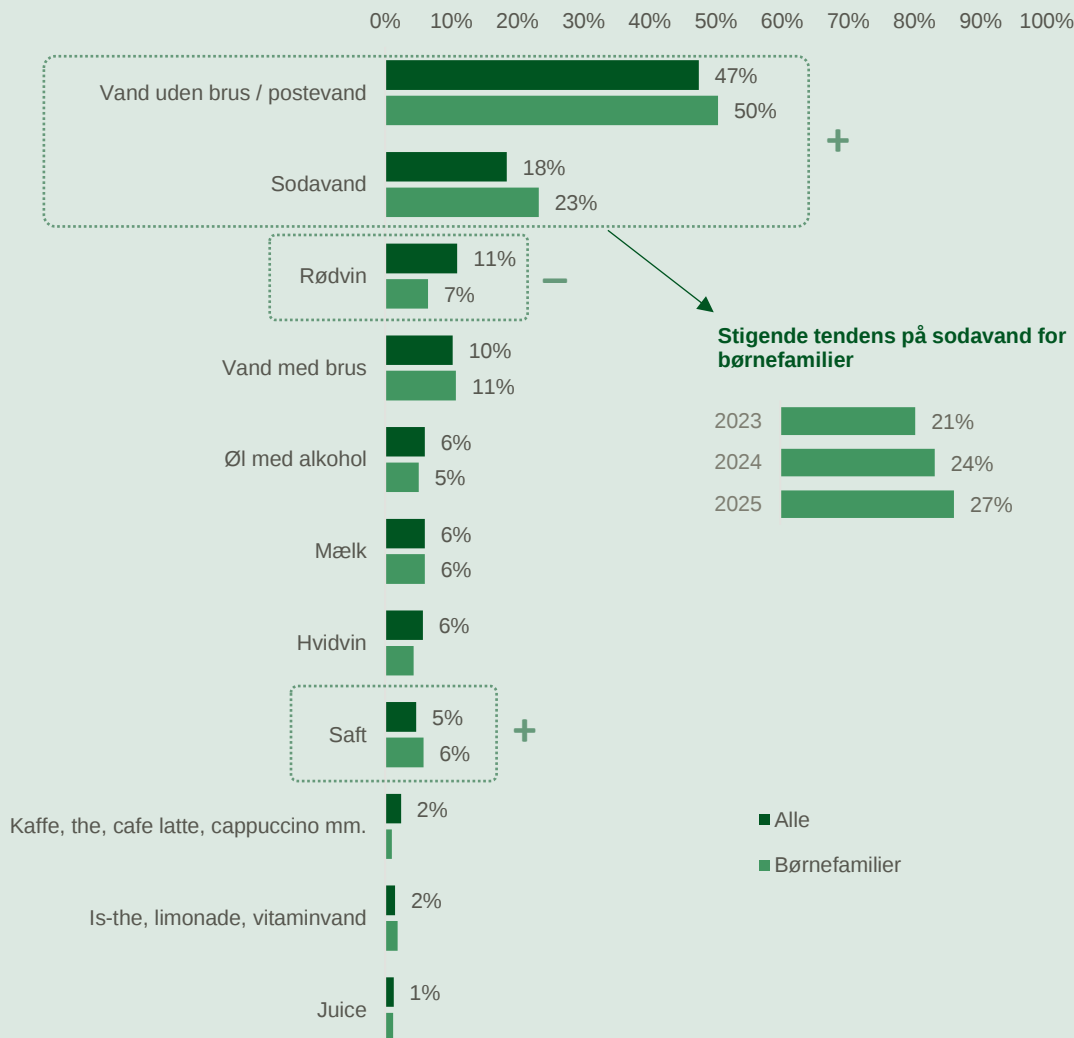
Figur 3: Hvilke af disse fødevarer indgik i din aftensmad i går? Du kan vælge flere svar. Top-13 svar vist her.



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, 2023-2025 n=8.524 (fik aftensmad), heraf børnefamilier n=2.374. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Mulighed for at vælge flere svar. Firkanter markerer signifikant forskel, hvor børnefamilierne skiller sig ud (95% sandsynlighed).

Børnefamilierne drikker oftere postevand og sodavand til aftensmaden. Netop indtag af sodavand er steget hos børnefamilierne siden 2021 (fra 21 pct. i 2021 til 27 pct. i 2025).

Figur 4: Hvilke drikkevarer drak du i går til din aftensmad. Du kan vælge flere svar.
Top-11 svar vist her.

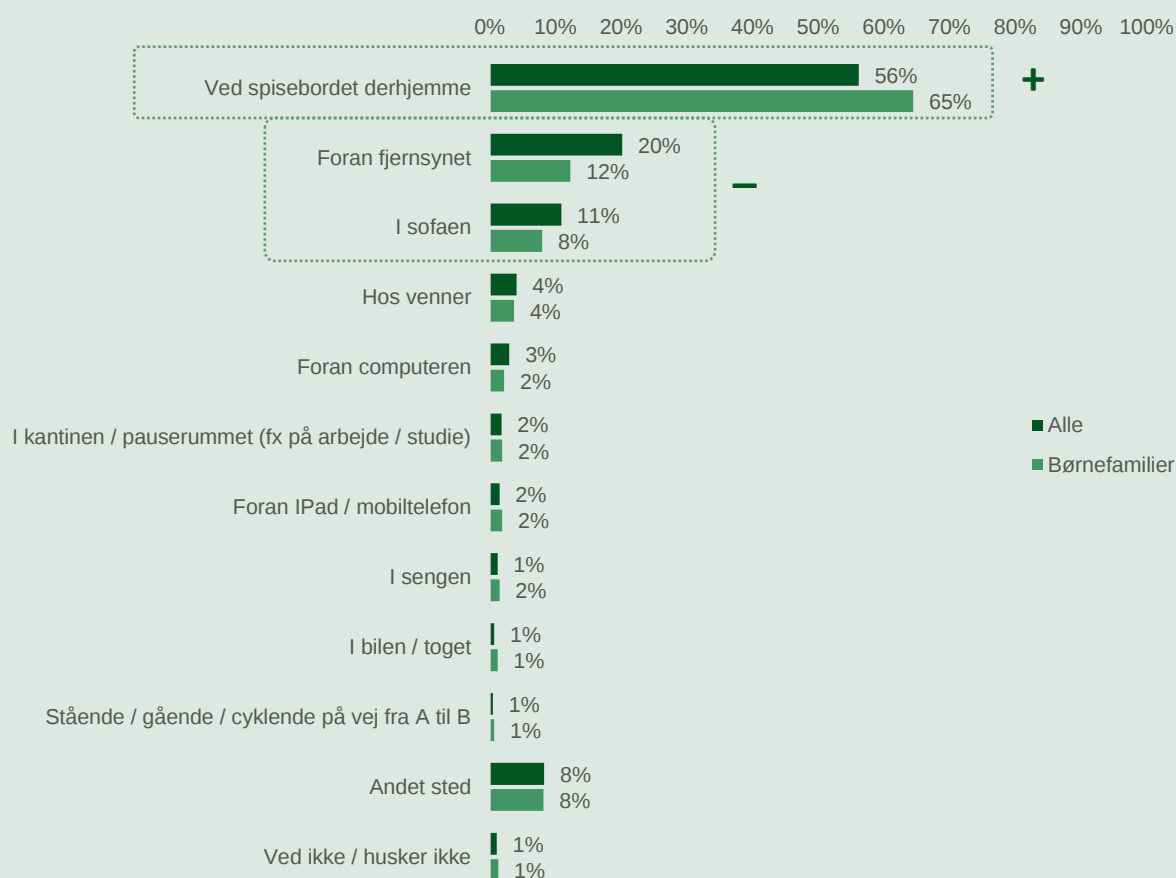


Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, 2023-2025 n=8.524 (fik aftensmad), heraf børnefamilier n=2.374. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Mulighed for at vælge flere svar. Firkanter markerer signifikant forskel, hvor børnefamilierne skiller sig ud (95% sandsynlighed).

Børnefamilierne spiser primært ved spisebordet

Spørger vi ind til, hvordan aftensmaden bliver indtaget, ser vi en signifikant forskel hos børnefamilierne, som hovedsageligt spiser ved spisebordet derhjemme. Hele 65 pct. af børnefamilierne svarer netop dette, hvor det 'kun' er 56 pct. for alle danskere. Derved viser data, at netop dette prioriteres hjemme hos børnefamilierne; det at sidde samlet og mødes om aftensmaden ved spisebordet. Aftensmåltidet indtages derimod ikke nær så ofte foran fjernsynet eller i sofaen, som i andre danske husstande.

Figur 5: Hvilke af nedenstående beskriver, hvordan du spiste din aftensmad i går?
Du kan vælge flere svar



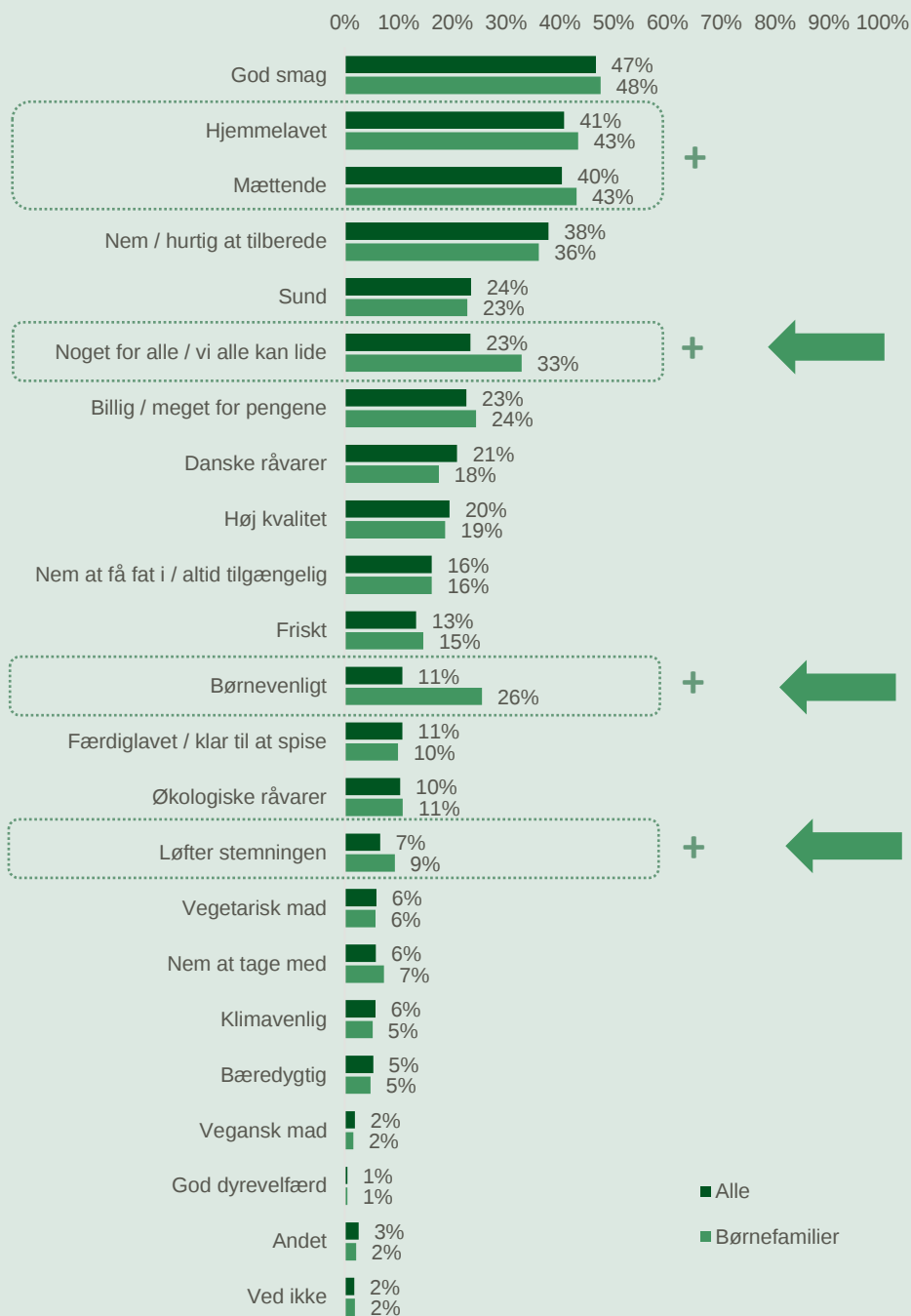
Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, 2023-2025 n=8.524 (fik aftensmad), heraf børnefamilier n=2.374. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Mulighed for at vælge flere svar. Firkanter markerer signifikant forskel, hvor børnefamilierne skiller sig ud (95% sandsynlighed).

Aftensmaden må gerne være ”Noget for alle” og ”Børnevenligt”

Kigger vi nærmere på specifikke ord og beskrivelser omkring børnefamiliernes aftensmad, så beskriver 48 pct. deres aftensmad i går som et måltid med ”God smag”, hvilket ikke afviger fra den brede befolkning. 43 pct. svarer henholdsvis ”Hjemmelavet” og ”Mættende”, som er beskrivelser børnefamilierne bruger signifikant oftere end andre husstande om aftensmaden.

Børnefamilierne skiller sig også i særdeleshed ud på svarmulighederne ”Noget for alle”, ”Børnevenligt” og ”Løfter stemningen”, hvor hele 33 pct. (vs. 23 pct.) beskriver deres aftensmåltid som noget for alle, og som alle skal kunne lide. Dette resonerer med, at i børnefamilier er der mange at tage hensyn til og mange forskelligartede behov at tilgodese i forhold til valg af aftensmad. Det er vigtigt, at alle bliver imødekommet, og at aftensmåltidet er en god stund for alle.

Figur 6: Hvordan vil du beskrive din aftensmad i går?

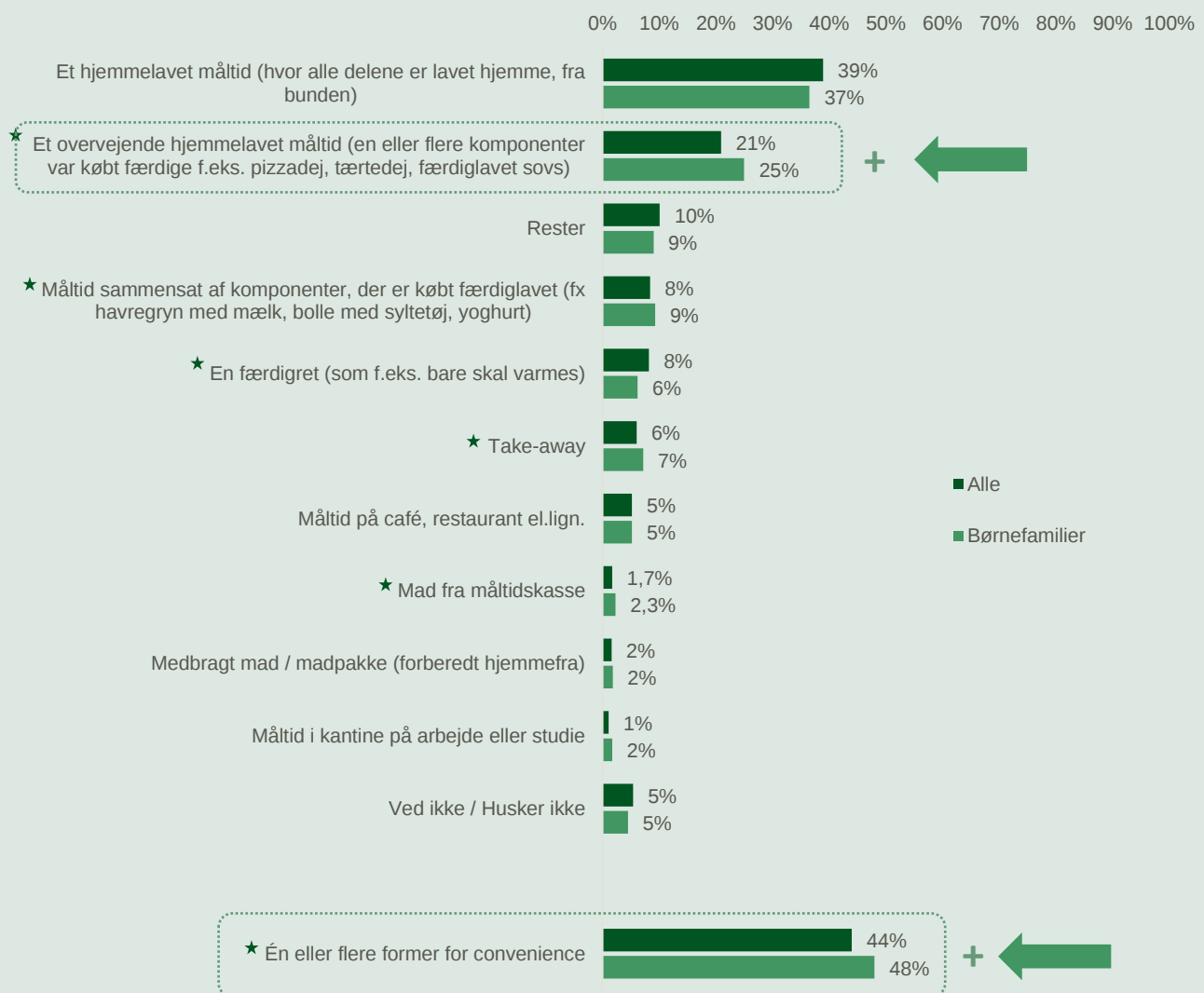


Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, 2023-2025 n=8.524 (fik aftensmad), heraf børnefamilier n=2.374. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Mulighed for at vælge flere svar. Firkanter markerer signifikant forskel, hvor børnefamilierne skiller sig ud (95% sandsynlighed).

Børnefamilierne spiser oftere et aftensmadsmåltid sammensat af færdiglavede komponenter som f.eks. pizzadejen eller den færdiglavede sovs

Når vi spørger børnefamilierne, hvordan de vil beskrive deres aftensmad i går, svarer størstedelen (37 pct.), at det var et hjemmelavet måltid, hvor alle dele er lavet hjemme, fra bunden. Der hvor børnefamilierne dog skiller sig betydeligt ud fra gennemsnittet (25 pct. vs. 21 pct.) ligger i brugen af færdiglavede komponenter, som er populære tilvalg til aftensmaden. Samlet set gør børnefamilierne oftere brug af convenience-produkter såsom den færdiglavede pizzadej, den færdigsnittede, skyllede salat klar-til-brug og/eller den færdiglavede tomatsovs. Disse produkter gør tilberedningen kortere og madlavningen lettere, men samtidig kan måltidet sammensættes efter eget ønske på en hjemmelavet facon. Puljes alle svarmuligheder, der indeholder convenience-elementer, ser vi også, at børnefamilierne generelt gør mere brug af disse løsninger end andre husstande (48 pct. vs. 44 pct.).

Figur 7: Hvordan vil du beskrive din aftensmad i går?

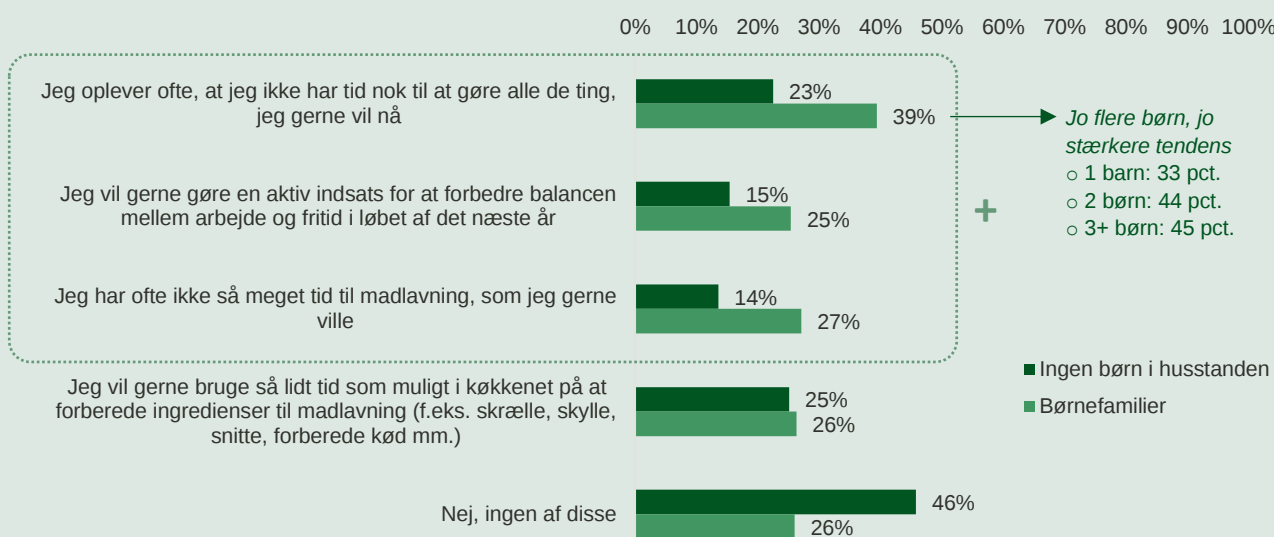


Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer år 2023-2025 n= 8.524 (fik aftensmad), heraf børnefamilier n=2.374. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Mulighed for at vælge flere svar. Firkanter markerer signifikant forskel, hvor børnefamilierne skiller sig ud (95% sandsynlighed). Grøn stjerne markerer de svarmuligheder, der indgår i sammenstillingen for convenience. Procenter er afrundede.

Tid er en udfordring for børnefamilierne

Der opleves tidsmangel ude i børnefamilierne. 39 pct. af børnefamilierne oplever således ofte, at de ikke har tid nok til at gøre alle de ting, de gerne vil nå. Den andel er signifikant større end hos husstande uden børn (23 pct.). Desuden ses det, at jo flere børn der er i husstanden, jo større er tendensen og dermed forskellen fra husstande uden børn. Hver fjerde børnefamilie vil gerne gøre en aktiv indsats for at forbedre balancen mellem arbejde og fritid, og ca. hver fjerde børnefamilie giver udtryk for, at de ofte ikke har så meget tid til madlavning, som de ville ønske. Dette er betydeligt mere end husstande uden børn.

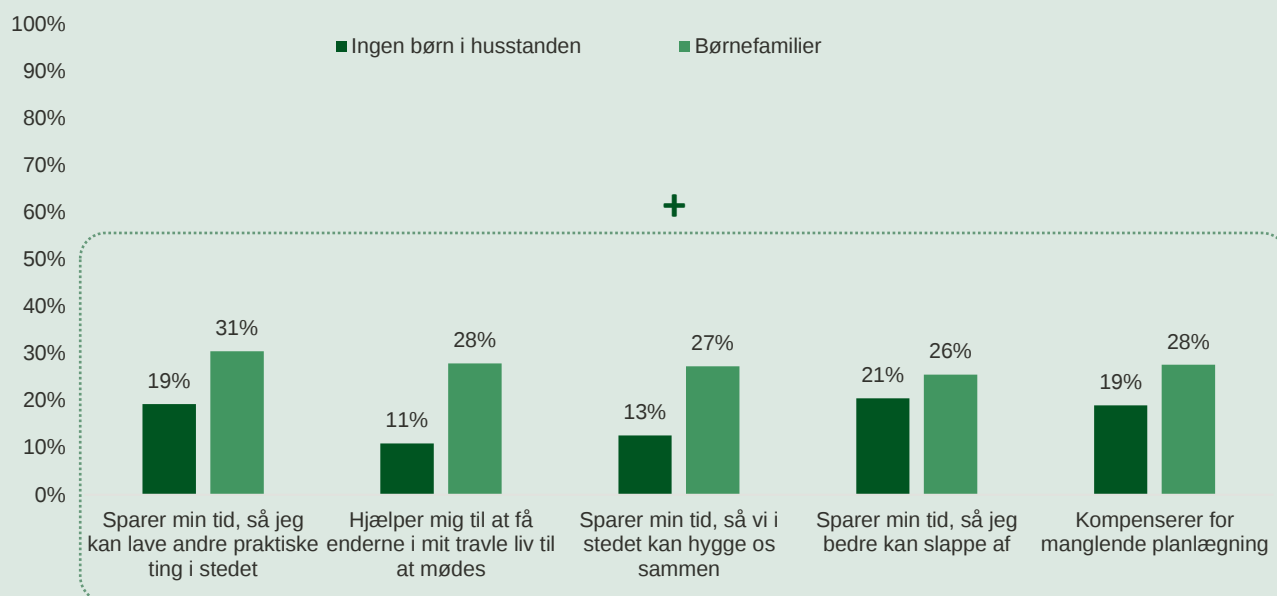
Figur 8: Her ser du nogle udsagn, som andre har sagt. Er der nogle af disse, der beskriver dig eller som er du enig i? Du kan vælge flere svar.



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer år 2023-2025 n=9000, heraf børnefamilier n=2494, ingen børn i husstanden n=6506. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge. Undersøgelserne er nationalt repræsentative på køn, alder, region og uddannelse. Firkanter markerer signifikant forskel, hvor børnefamilierne skiller sig ud (95% sandsynlighed).

For at imødekomme denne oplevelse af tidspres i dagligdagen, udtrykker børnefamilierne, at helt eller delvist færdiglavede retter kan hjælpe. Omtrent en tredjedel af børnefamilierne svarer således, at de gør brug af færdiglavede retter for at spare tid, så de i stedet kan lave andre praktiske ting eller i stedet hygge sammen. Her skiller børnefamilierne sig i særdeleshed ud fra husstande uden børn, og vigtigheden af, at enderne mødes i en travl hverdag hos børnefamilien, kommer tydeligt til udtryk netop her. Det ses desuden, at jo flere børn man har, jo større er tendensen og dermed forskellen fra husstande uden børn.

Figur 7: Andre har sagt følgende om det at købe helt eller delvist færdiglavede retter – er der nogle af udsagnene, der gør sig gældende for dig? Top-5 signifikante forskelle vist her.

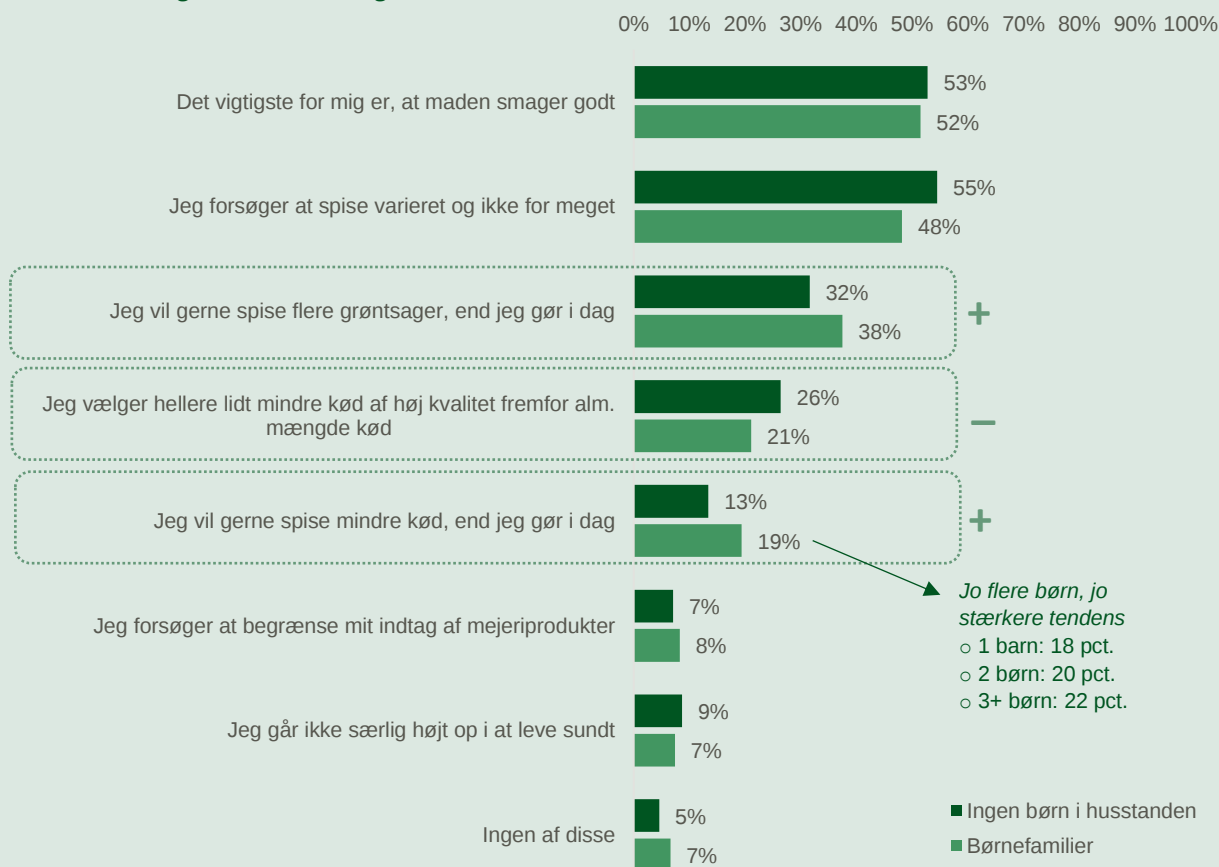


Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer år 2023-2025 n=9000, heraf børnefamilier n=2494, ingen børn i husstanden n=6506. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge. Top-5 signifikante forskelle vist her (95% sandsynlighed). Undersøgelserne er nationalt repræsentative på køn, alder, region og uddannelse.

Børnefamilierne vil gerne spise mindre kød og flere grøntsager generelt

Selvom børnefamilierne oftere spiser kød end andre husstande (jf. figur 3), så giver de også udtryk for, at de ønsker at spise mindre kød generelt. Faktisk så udtrykker 19 pct. af børnefamilierne dette ønske, versus kun 13 pct. husstande uden børn. Hver fjerde husstand uden børn tilkendegiver, at de hellere vælger lidt mindre kød af høj kvalitet fremfor alm. mængde kød. Det samme gælder hver femte børnefamilie. Her ser vi derfor en forskel i valg og brug af kød, hvor kvantitet lidt oftere har betydning for børnefamilien. En yderligere forskel, ser vi også i et ønske om at spise flere grøntsager generelt hos børnefamilierne, hvor 38 pct. (vs. 32 pct.) gerne vil spise mere grønt, end de gør i dag.

Figur 10: Her ser du nogle udsagn, som andre har sagt. Er der nogle af disse, der beskriver dig eller som du er enig i? Du kan vælge flere svar.



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer år 2023-2025 n=9000, heraf børnefamilier n=2494, ingen børn i husstanden n=6506. Undersøgelserne er nationalt repræsentative på køn, alder, region og uddannelse. Firkanter markerer signifikant forskel, hvor børnefamilierne skiller sig ud (95% sandsynlighed).

Opsummering og konklusion

Børnefamilierne er en interessant og unik målgruppe, da de på mange punkter skiller sig ud fra gennemsnittet og fra husstande uden børn. Landbrug & Fødevarer sætter i denne analyse fokus på netop disse forskelle og dykker ned i børnefamilierne måltidsvaner, madadfærd og holdninger.

Der bor børn i ca. hver fjerde familie i Danmark, hvoraf 45 pct. har 1 barn, 43 pct. 2 børn og 12 pct. har 3 eller flere børn. Fødevarer, der er populære til aftensmaden hos børnefamilierne, er især kød, brød, ost og pasta, som kan ses som velkendte og trygge fødevarer for børn. Der drikkes postevand, sodavand og saft oftere hos børnefamilierne end hos andre husstande, og netop indtaget af sodavand er stigende (2023: 21 pct., 2024: 24 pct., 2025: 27 pct.). Hos børnefamilierne er det vigtigt, at aftensmaden tilgodeser alle, dvs. at alle kan lide maden, at det er børnevenligt, men også at det løfter stemningen, så alle har en god oplevelse ved spisebordet.

Forældre vil deres børn det allerbedste, men de oplever, at tid er en mangelvare i dagligdagen, og især tid til madlavningen er sparsom. For at spare tid, gør børnefamilierne oftere end andre brug af convenience-løsninger som f.eks. den færdiglavede pizzadej, snittede/skyllede salatblandinger eller kombi-produkter af f.eks. fersk hakket kød med skårede grøntsager klar til panden. Faktisk er børnefamilierne en meget relevant målgruppe for netop helt eller delvist færdiglavede retter, som kan være en stor hjælp for dem i en presset hverdag.

Fødevarebranchen kan derfor med fordel kigge mod børnefamilierne som en specifik målgruppe til convenience-produkter. Der er et stort behov for mættende, velsmagende løsninger, som stadig kan bidrage til oplevelsen af et hjemmelavet måltid. Yderligere er der et stort behov for lette, hurtige og praktiske løsninger, som er børnevenlige og som tilgodeser manges behov. For fremtiden ønsker børnefamilierne generelt at spise mindre kød og flere grøntsager, og dette kan fødevarebranchen med fordel være med til at facilitere i udvalget af produkter, især convenience-produkter.

I børnefamilier er der mange at tage hensyn til og mange forskelligartede behov at tilgodesee i forhold til valg af aftensmad. Det er vigtigt, at alle bliver imødekommet, og at aftensmåltidet er en god stund for alle. Vores børn skal blive mætte og glade, og maden må gerne være hurtig og let at tilberede, så der efterlades tid til hygge og nærvær.

Om analysen

Analysen er baseret på en online spørgeskemaundersøgelse gennemført af Voxmeter for Landbrug & Fødevarer blandt danskere i aldersgruppen 18-80 år. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

- Undersøgelsen er gennemført fire gange i 2023, fire gange i 2024 hhv. februar, maj, september og november, samt én gang i 2025 i februar, alle gange med samme spørgeskema. I hver af de ni bølger er interviewene fordelt hen over ugen, så der både er gennemført interview på hverdage og i weekenden.
- I alt tæller analysen 9.000 besvarelser, hvoraf 2.494 er børnefamilier, defineret som husstande med hjemmeboende børn under 18 år. Analysen kigger på, hvor denne gruppe skiller sig ud fra gennemsnittet og fra husstande uden børn.
- Deltagerne er alle medlemmer af Voxmeters forbrugerpanel og bliver her inviteret til en undersøgelse om mad og drikke. Deltagerne får ikke af vide, at Voxmeter gennemfører undersøgelsen på vegne af Landbrug & Fødevarer.
- Analysen suppleres med indkøbsdata fra Kauza, et husholdningspanel baseret på 13.000 repræsentativt udvalgte husstande. Indkøbsdata trækkes passivt gennem app'en Whatlbuy, og dækker 95 pct. af den danske dagligvarehandel.

Billedet på forsiden er fra pexels.com.