

Snacks og mellemmåltider er en etableret del af madkulturen

13. november 2022

Snacks og mellemmåltider er en etableret del af madkulturen

Landbrug & Fødevarer sætter i denne analyse fokus på danskernes brug af mellemmåltider og snacks. De vigtigste indsigter er:

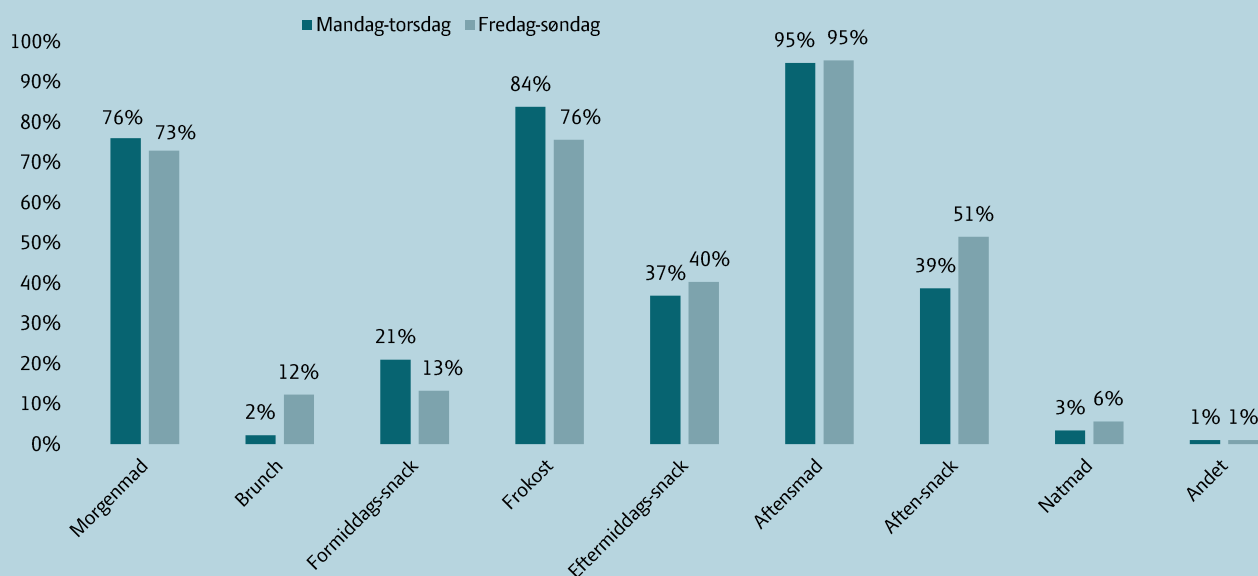
- Selvom hovedmåltiderne dominerer den danske madkultur, så er snacks og mellemmåltider en integreret del af dagligdagen for en del forbrugere. Formiddagssnacken spises oftere på en hverdag, mens det især er i weekenden, at danskerne spiser en aftensnack.
- Mellemmåltider spises ofte derhjemme, hvor mange godt kan lide at have et lager af forskellige mellemmåltider eller snacks parat, hvis sulten eller lysten opstår spontant. I udviklingen af nye snacks og mellemmåltider kan det være en god idé at tage muligheden for opbevaring i længere tid med i betragtning. Dagligvarebutikker og supermarkeder er her en vigtig kanal, da størstedelen af de færdiglavede snacks og mellemmåltider købes i supermarkedet, formentlig i forbindelse med de daglige indkøb af fødevarer.
- Favoritsnacken hos danskerne er frisk frugt og bær, og den resterende del af Top-5 af de mest spiste kategorier består af mindre sunde snacks/mellemmåltider som chokolade og slik, chips og salte nødder, kager og is. Dette illustrerer, at snacks/mellemmåltider kan være både til den sunde og til den mere usunde side og tilfredsstille både en lille sult eller en lækkersult. For nogle forbrugere kan mellemmåltider/snacks også være drikke. 33 pct. har drukket en fyldig drik (fx smoothie eller café latte) inden for de seneste 3 måneder.
- Knap hver tredje mener, at snacks ofte er usunde, og 17 pct. får ofte dårlig samvittighed, når de spiser snacks. Dette understreger potentialet for at udvikle flere snacks og mellemmåltider med en sund profil. Droppes ét eller flere hovedmåltider, er der behov for snacks og mellemmåltider, der er både velsmagende men også sunde og mættende. Der er derfor potentiale i at arbejde med oplevelsen af sundhed i mellemmåltider/snacks, og samtidig gøre det synligt for forbrugerne, at produktet er sundt.
- Det er tilsyneladende især kvinder og yngre danskere, der har en løsere måltidsstruktur uden faste, vanepregede måltider, og denne gruppe er i højere grad styret af, hvornår man er sulten, og hvad dagen ellers bringer. Kvinder og yngre danskere spiser oftere mellemmåltider og snacks og har et bredere repertoire. Knap hver fjerde dansker mellem 18-25 år mener endda, at de spiser flere snacks nu end for et år siden. Unge er derfor en oplagt målgruppe, når der skal udvikles nye snack- og mellemmåltids-koncepter.
- Blandt L&F segmenterne er det markant oftere Madspecialister og Grøntentusiaster, der spiser mellemmåltider og snacks. Alder kan formentlig spille ind her, da begge segmenter har en lidt yngre aldersprofil. I udviklingen af nye snack-produkter og den efterfølgende markedsføring, kan man med fordel skæve til disse segmenters værdier og behov.
- Sidst, men ikke mindst, kan der være muligheder i at kigge mere på udviklingen af snacks, der købes og nydes på farten. Blot hver femte kvinde og hver fjerde blandt yngre finder det nemt at finde snacks på farten. Dette peger på muligheder for produktudvikling af prisattraktive, mættende, håndholdte snacks, der kan nydes også uden for hjemmet.

Mange danskere spiser ikke kun tre hovedmåltider

Hovedmåltiderne morgenmad, frokost og aftensmad har længe domineret danskernes madkultur og faciliteret en opdeling af hverdagen for mange forbrugere. Fra tidligere undersøgelser ved vi dog, at måltiderne blandt mange forbrugere suppleres eller måske nogle gange endda erstattes af mellemmåltider og snacks, som kan betegnes som et mindre, lettere måltid, der spises mellem hovedmåltiderne. I denne analyse sætter vi fokus på danskernes adfærd og holdninger, når det gælder snacks og mellemmåltider. Analysen tager udgangspunkt i en befolkningsundersøgelse gennemført af Epinion for Landbrug & Fødevarer i juni 2022 blandt 1003 danskere.

Til at give et overblik over danskernes forskellige måltider i dagligdagen, har undersøgelsen først spurgt ind til, hvilke måltider og mellemmåltider, som bliver spist på en gennemsnitlig dag. Her ser vi, at hovedmåltiderne ikke så overraskende fortsat er det, som flest danskere spiser hver dag, hvoraf aftensmaden udgør det mest udbredte måltid med hele 95 pct. af danskerne, der svarer, at de spiser aftensmad både hverdag og weekend. Efter aftensmaden er frokosten det måltid, som flest spiser, dog oftest i hverdagene mandag-torsdag. Her er det 84 pct., der svarer, at de typisk spiser frokost, mens det falder til 76 pct. i weekenden. Syv ud af ti spiser morgenmad, her ses der ikke en signifikant forskel på hverdag og weekend. Omvendt er et måltid som 'brunch' mere udbredt i weekenderne, hvor det er 12 pct., der spiser dette måltid, mens det mandag-torsdag er blot 2 pct. Formentlig kan dette være med til at forklare, hvorfor færre spiser frokost i weekenden.

Figur 1. Spg. Prøv at tænke på en gennemsnitlig dag. Hvilke måltider og mellemmåltider spiser du?



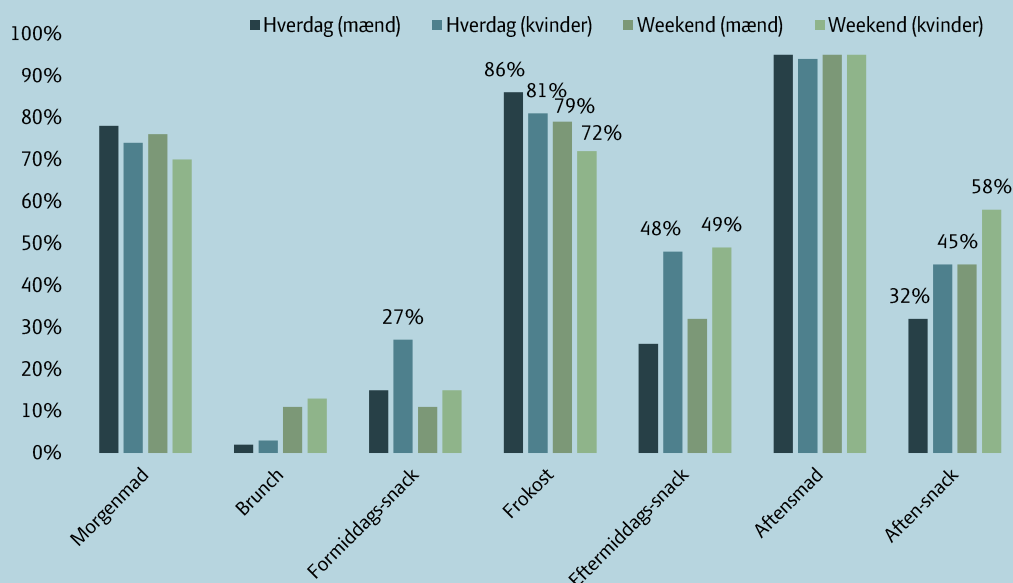
Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer, juni 2022 n=1003. "Hverdag", er mandag-torsdag, "Weekend" er fredag-søndag. Mulighed for flere svar.

Ser vi nærmere på de forskellige snacks/mellemmåltider, man kan spise i løbet af en dag, ser vi, at formiddags-snacken synes at være mere udbredt i hverdagene (mandag-torsdag), mens aften-snacken til gengæld er langt mere udbredt i weekenderne (fredag-søndag). For sidstnævnte er det 39 pct., der spiser en aften-snack i hverdagen, mens det er hele 51 pct., der spiser et mellemmåltid om aftenen i weekenden. Overordnet set synes behovet for snacks dog at vokse i løbet af dagen, idet eftermiddags-snacken og aften-snacken er langt mere udbredt end formiddags-snacken.

Kvinder og yngre danskere spiser flere snacks

Ser vi nærmere på, hvem der spiser de forskellige typer måltider i løbet af dagen, ser vi tydelige demografiske forskelle mellem mænd og kvinders adfærd ift. hvor udbredt mellemmåltider er. Det er fx markant oftere en kvinde, der spiser en formiddags-snack i hverdagen. Både eftermiddag og aften er det ligeledes markant oftere en kvinde, der spiser et mellemmåltid eller en snack. I weekenden er det hele 58 pct. blandt kvinder, der spiser en aften-snack, mens det til sammenligning er 45 pct. blandt mænd.

Figur 2. Spg: Prøv at tænke på en gennemsnitlig dag. Hvilke måltider og mellemmåltider spiser du?



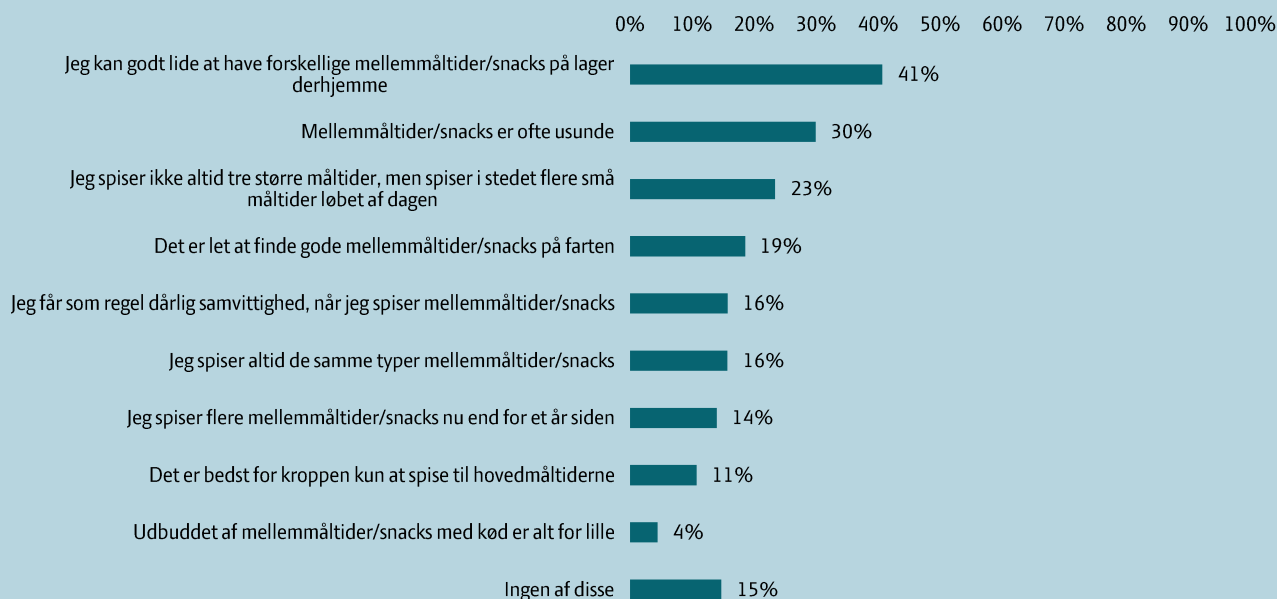
Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer, juni 2022, base = 1003, heraf mænd n=479 og kvinder n=524, undersøgelsen er repræsentativ for danske befolkning på køn, alder, region og uddannelse. Mulighed for flere svar.

Ser vi herefter nærmere på de forskellige aldersgrupper, kan vi se tydelige forskelle på yngre og ældre danskernes måltidsvaner. Især yngre danskere spiser nemlig snacks og mellemmåltider, ofte på bekostning af et hovedmåltid som fx morgenmaden, både når det gælder hverdag og weekend. I hverdagen er det fx kun 69 pct. blandt 18-25-årige, der spiser morgenmad, mens det så til gengæld er 37 pct., der spiser en formiddags-snack. Til sammenligning er det hele 89 pct. blandt 65-80-årige, der spiser morgenmad, mens det er kun 5 pct., der spiser en formiddags-snack. Samme billede ser vi for eftermiddags- og aften-snacken, hvor det markant oftere er yngre danskere, der spiser dette på en gennemsnitlig dag.

Snacks og mellemmåltider kan være både tilfældelige og planlagte

Snacks og mellemmåltider kan være både planlagte og impulsive, hvilket vi ser ved, at 41 pct. af deltagerne godt kan lide at have forskellige snacks eller mellemmåltider på lager derhjemme, til når den lille sult eller lækkersult opstår. Dette gør sig især gældende for kvinder i undersøgelsen, hvor 47 pct. erklærer sig enige i dette udsagn, imens dette kun angår 34 pct. af mændene. Det ses også, at yngre danskere mellem 18-34 år godt kan lide at have forskellige snacks på lager sammenlignet med ældre aldersgrupper.

Figur 4. Spg: Nedenfor ser du en række udsagn, som andre har udtalt om mellemmåltider eller snacks. Hvilke af disse er du enig i? Du kan vælge så mange, du vil.



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer, juni 2022, n=1003 repræsentativt på køn, alder, region og uddannelse. Mulighed for flere svar.

Næsten hver fjerde deltager spiser ikke altid tre større måltider, men i stedet flere små måltider i løbet af dagen. Dette understreger behovet for sunde snacks og mellemmåltider, der er nemt tilgængelige. Droppes ét eller flere hovedmåltider, er der netop behov for snacks og mellemmåltider, der er både velsmagende, men også sunde og mættende. Ser vi nærmere efter, ser vi, at det især er kvinder og yngre danskere, der svarer dette. Konkret er det 27 pct. blandt kvinder, mens det til sammenligning er 17 pct. blandt mænd. Endnu tydeligere forskel ser vi mellem aldersgrupperne. Det er hele 32 pct. blandt de 18-25-årige, der ikke altid spiser tre hovedmåltider men i stedet flere små måltider, hvilket er markant flere end de 65-80-årige, hvor det til sammenligning er blot 11 pct., der giver udtryk for det samme.

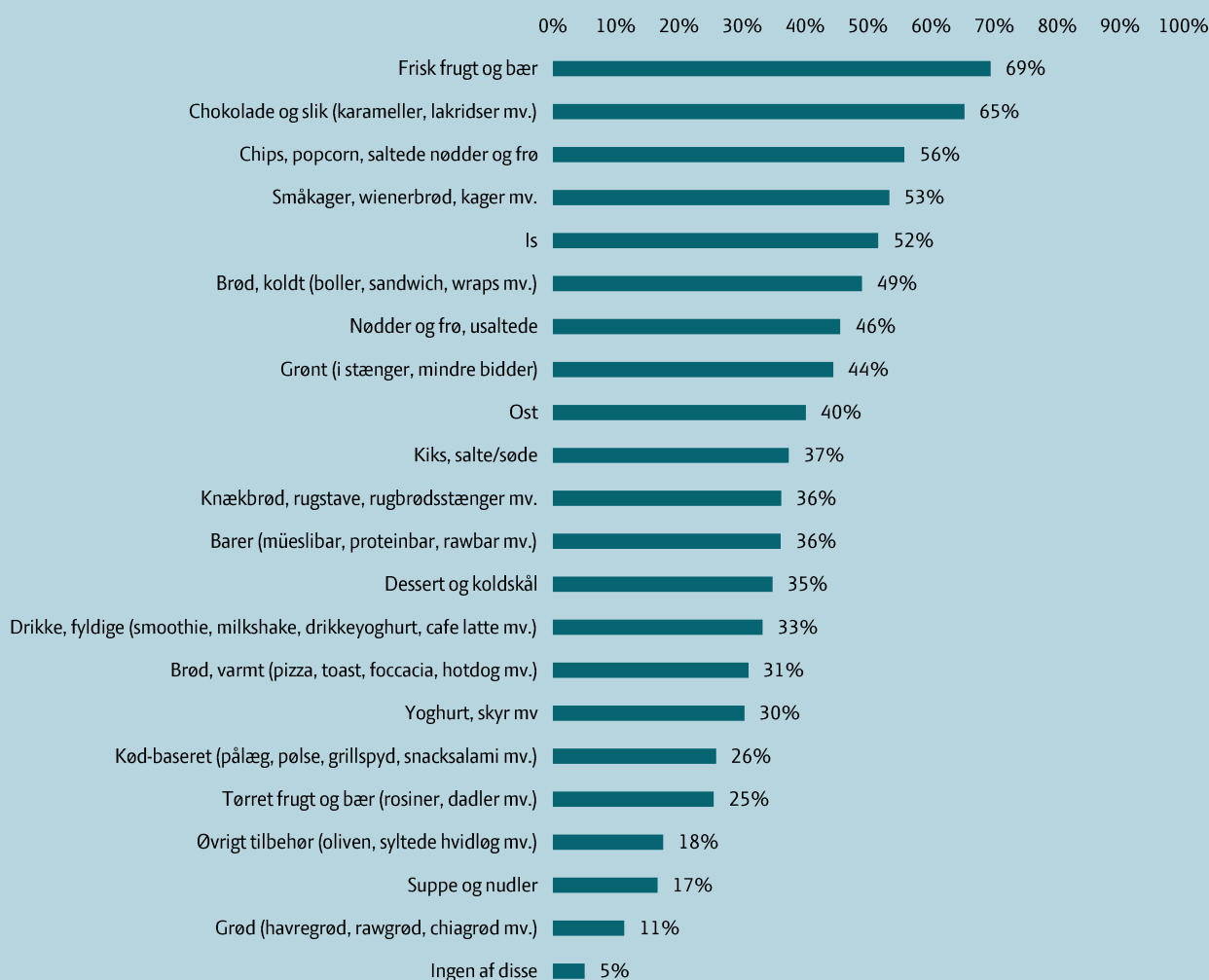
Tre ud af 10 deltagere udtrykker, at snacks eller mellemmåltider ofte er usunde, hvilket stemmer fint overens med at slik og chokolade, chips, kager og is er at finde i Top-5 over de mest spiste snack-kategorier. Ovenikøbet er det 16 pct., der som regel får dårlig samvittighed, når de spiser snacks. Særlig kvinder giver udtryk for at kunne få dårlig samvittighed, når man spiser et mellemmåltid eller en snack. Her er det 20 pct., mens det er 11 pct. blandt mænd, der som regel får dårlig samvittighed. Dette peger på behovet for snacks og mellemmåltider med en sund profil, og at der er potentiale i at arbejde med oplevelsen af sundhed og synliggøre for forbrugerne, at produktet er sundt.

Fra tidligere undersøgelser om danskernes måltidsvaner ved vi, at især frokostsituationen er kommet under pres, idet færre spiser frokost både hverdag og weekend i forhold til tidligere. I en hverdag med mange aktiviteter kan en løsere måltidsstruktur med flere mellemmåltider frem for faste hovedmåltider som morgenmad og frokost være dét, der får det til at hænge sammen. Noget tyder på, at det er særligt de unge, der spiser flere mellemmåltider – evt. på bekostning af hovedmåltider som morgenmad og frokost – end de har gjort tidligere. Hvor det i gennemsnit er 14 pct. blandt danskerne, der efter egen opfattelse spiser flere snacks og mellemmåltider nu end for et år siden, er det blandt de 18-25-årige hele 23 pct., der svarer dette.

Hvad spiser danskerne som snack/mellemmåltid?

Når vi ser nærmere på, hvilke typer snacks og mellemmåltider, som danskerne har spist på det seneste, ser vi, at både sunde og usunde varianter ligger i toppen af listen. Øverst på listen finder vi frisk frugt og bær, hvilket 69 pct. har spist inden for de seneste tre måneder. På Top-5 er der dog også en del mindre sunde varianter af snacks og mellemmåltider. Frisk frugt og bær er nemlig skarpt efterfulgt af kategorien 'chokolade og slik', hvilket 65 pct. svarer, at de har spist inden for de seneste tre måneder. Herefter kommer kategorierne; 'chips, popcorn, saltede nødder og frø', 'småkager, wienerbrød, kager mv.' og 'is', som mere end halvdelen af danskerne har spist en eller flere gange i løbet af de seneste tre måneder. Dette illustrerer, at snacks og mellemmåltider for mange kan være både til den sunde og til den mere usunde side og tilfredsstille både en lille sult eller en lækkersult.

Figur 5. Spg: Herunder er en liste med forskellige typer mellemmåltider eller snacks. For hver type bedes du angive, om du har spist eller drukket det som mellemmåltid eller snack inden for de seneste tre måneder?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer, juni 2022, base = 1003. Mulighed for flere svar.

For nogle danskere kan snacks og mellemmåltider også være drikke såsom smoothies, milkshakes eller cafe latte. Det er 33 pct. af deltagerne, der har drukket en fyldig drik som snack inden for de seneste tre måneder. Det er desuden værd at bemærke, at undersøgelsen blev foretaget i juni, og at det kan have haft indflydelse på, at 'is' ligger i Top-5.

Når det tilsyneladende især er kvinder og yngre danskere, der har en løsere måltidsstruktur styret af, hvornår man er sulten, samt hvad dagen bringer, er det ikke så overraskende, at disse grupperinger har et meget bredere repertoire af snacks. For mange forskellige snack-kategorier er det markant oftere kvinder og yngre danskere, der har spist dette inden for de seneste tre måneder. Den eneste form for mellemmåltid eller snack, som mænd oftere end kvinder har spist, er kødbaserede snacks som pålæg, snackpølser og grillspyd mm. Her er det 32 pct. blandt mænd, der har spist dette som mellemmåltid eller snack inden for de seneste tre måneder, mens det samme gælder 20 pct. blandt kvinder.

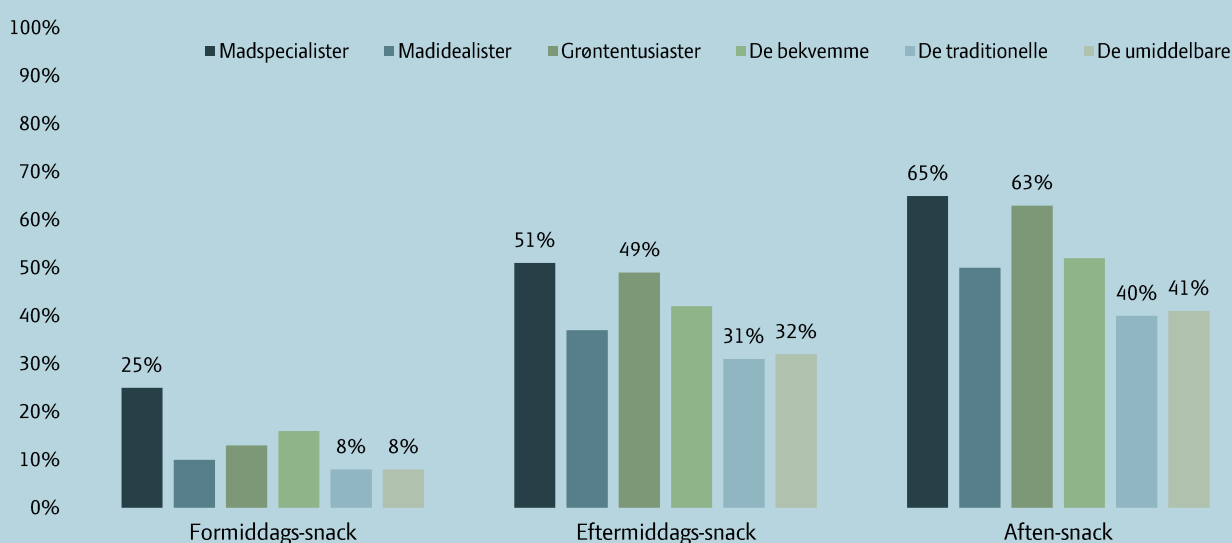
Lignende billede ser vi, når vi kigger på aldersgrupperne. Her er ost den eneste kategori, som 65-80-årige oftere har spist som snack inden for de seneste måneder. Konkret er det 43 pct. blandt 65-80-årige, mens det er blot 30 pct. blandt 18-25-årige. For yderligere detaljer, se side 11 for en opgørelse over top-10 oftest nævnte snack-kategorier for demografiske grupperinger.

'Madspecialister' og 'Grøntentusiaster' spiser oftere snacks

Blandt Landbrug & Fødevarers seks forbrugersegmenter er det særligt Madspecialister og Grøntentusiaster, som spiser snacks eller mellemmåltider sammenlignet med de andre segmenter. Skal man som producent udvikle en ny snack eller mellemmåltid, kan man derfor overveje at fokusere på netop disse segmenters behov og værdier.

Det ses tydeligst i weekenden, hvor omkring halvdelen af Madspecialister og Grøntentusiaster, spiser en eftermiddags-snack, og næsten 2 ud af 3 fra hver af de to segmenter spiser en aften-snack. Derudover spiser hver fjerde af Madspecialisterne formiddags-snack i weekenden, hvilket er betydelig flere end i de andre segmenter. Der er flere yngre danskere i segmenterne Madspecialister og Grøntentusiaster, hvilket formentlig kan være med til at forklare, hvorfor særligt disse to segmenter spiser mange snacks og mellemmåltider. Omvendt spiser segmenterne De traditionelle og De umiddelbare færre snacks end andre segmenter, idet blot 8 pct. spiser en formiddags-snack, knap hver tredje spiser en eftermiddags-snack og omkring 40 pct. spiser en aften-snack.

Figur 3: Spg. "Prøv at tænke på en gennemsnitlig dag. Hvilke måltider og mellemmåltider spiser du?" Weekend (fredag-søndag), udvalgte svar, hvor der er forskel på de seks segmenter:



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer, juni 2022, base = 1003 heraf er n for Madspecialister = 103, n for Madidealister = 121, n for Grøntentusiaster = 196, n for De bekvemme = 260, n for De traditionelle = 127 og n for De umiddelbare = 196. Mulighed for flere svar.

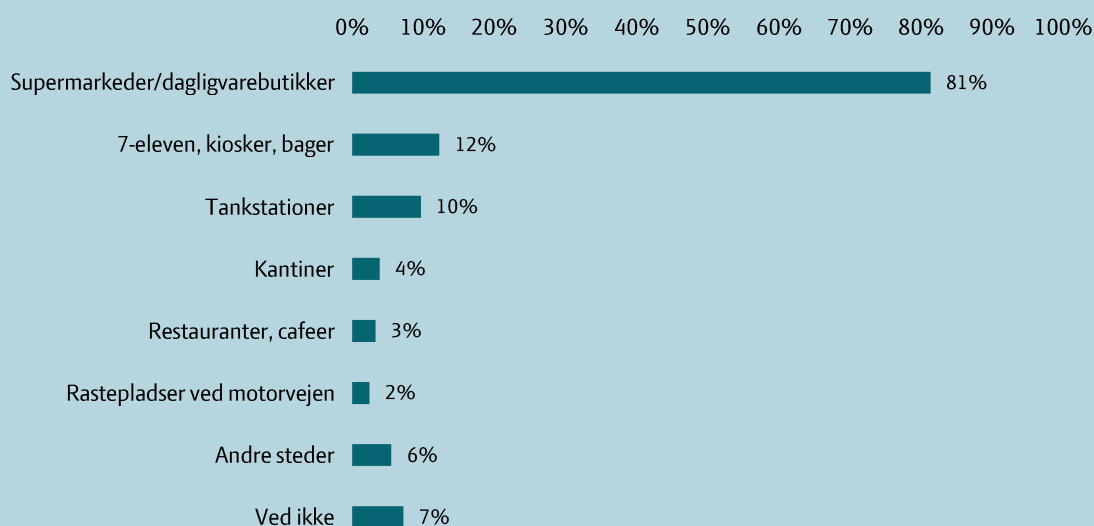
Det samme mønster gør sig gældende i hverdagen. Her spiser én ud af tre Madspecialister en formiddags-snack, hvilket er markant mere end andre segmenter. Til sammenligning spiser fx kun 12 pct. af De traditionelle en formiddags-snack på hverdage. 45 pct. blandt Madspecialister og 47 pct. blandt Grøntentusiaster spiser snacks og mellemmåltider om eftermiddagen, hvilket igen er langt flere end i de andre grupper. Alle segmenter spiser generelt færre snacks på hverdagsaftener sammenlignet med weekendaftener, men det er omtrent halvdelen blandt Madspecialister og Grøntentusiaster, der nyder en snack eller et mellemmåltid om aftenen mandag til torsdag.

Madspecialister og Grøntentusiaster har begge en lidt yngre gennemsnitsalder, og er samtidig to segmenter, man lidt oftere finder i større byer. De to segmenter adskiller sig dog værdimæssigt ved at Madspecialister er en gruppe forbrugere, der er meget interesseret i mad og madlavning, hvor smag, madoplevelser og god kvalitet er essentielt. De går ofte ud og spiser, søger gastronomiske oplevelser og er storforbrugere af måltidskasser, hvor man her bliver udfordret med spændende, ny og velsmagende mad. Grøntentusiaster er en gruppe forbrugere, der er meget bæredygtighedsfokuserede. De laver jævnligt vegetarisk og plantebaseret mad, og har en stor interesse for samfund og klima. For denne type forbruger er det også ofte vigtigt, at maden er økologisk og/eller med god dyrevelfærd. Se side 12 for en opgørelse over de forskellige segmenters top-10 over hyppigst nævnte snack-kategorier.

Færdiglavede snacks og mellemmåltider købes oftest i supermarkedet

Når danskerne spiser snacks og mellemmåltider kan det være både impulsivt eller planlagt på forhånd. Det kan være den faste ostemad til eftermiddagskaffen, eller en pludselig lyst eller lækkerisult, eller hvis man falder over et godt tilbud. Det kan også være en del af forklaringen på, hvorfor mange foretrækker at have snacks og mellemmåltider på lager, til når sulten eller lækkerisulten opstår. Indkøbet af færdiglavede snacks og mellemmåltider sker oftest i forbindelse med besøg i supermarkeder eller dagligvarebutikker, formentlig i forbindelse med indkøb af dagligvarer generelt. Konkret er det hele 81 pct., der svarer, at de typisk køber færdiglavede mellemmåltider eller snacks i supermarkeder eller dagligvarebutikker, mens 12 pct. køber dem i kiosker eller hos bageren, og 10 pct. køber dem på tankstationer.

Figur 6: Hvis du tænker på færdiglavede mellemmåltider eller snacks. Hvor køber du typisk dine mellemmåltider eller snacks?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer, juni 2022, n=954 (har spist minimum én kategori på listen inden for de seneste 3 måneder). Mulighed for flere svar.

De yngre deltagere under 35 år køber oftere end andre snacks og mellemmåltider fra 7-eleven, kiosker og hos bageren. Og specifikt for aldersgruppen 26-34 år er det hele 18 pct., der svarer, at de typisk køber snacks eller mellemmåltider på tanken, hvilket er betydeligt flere end blandt andre aldersgrupper.

Opsummering og anbefalinger til videreudvikling af snack-kategorien

Hovedmåltiderne er fortsat de mest udbredte blandt danskerne, men mange danskere spiser også én eller flere mellemmåltider eller snacks i løbet af en typisk dag. Generelt synes behovet for snacks og mellemmåltider at stige i løbet af dagen, idet eftermiddags-snacken og aften-snacken er langt mere udbredt end formiddags-snacken. Der er samtidig nogle forskelle på hverdag og weekend, når det gælder snacks og mellemmåltider. Formiddagens-snacken spises typisk i hverdagen, mens aften-snacken især er udbredt i weekenden. Det er især kvinder og yngre danskere, der spiser snacks og mellemmåltider, og blandt 18-25-årige er det sågar hele 23. pct., der selv mener, at de spiser flere snacks og mellemmåltider nu end for et år siden. Landbrug & Fødevarers segmenter Madspecialister og Grøntentusiaster spiser også mange snack og mellemmåltider. Disse forskellige forbrugergrupperinger er derfor oplagte målgrupper for udviklingen af nye snacks og mellemmåltider.

Mellemmåltider og snacks spises ofte derhjemme, når man slapper af, og mange godt kan lide at have et lager af forskellige mellemmåltider/snacks parat, hvis sulten eller lækkersulten opstår. Man kan næsten sige, at de på denne måde planlægger at kunne være spontane, når (lækker)sulten melder sig. Top-5 over de mest populære mellemmåltider/snacks, som deltagerne har spist i løbet af de seneste tre måneder, er: 1) frisk frugt og bær 2) chokolade og slik, 3) chips, popcorn og salte nødder, 4) småkager og kager og 5) is. Dette illustrerer, at mellemmåltider/snacks kan være både sunde og mindre sunde samt tilfredsstillende en lille sult eller en lækkersult. Fyldige drikke kan for nogle forbrugere også fungere som et mellemmåltid eller en snack, så som kaffeholdige drikke, smoothies eller drikkeyoghurt.

Det er for nogle forbrugere, særligt kvinder, forbundet med dårlig samvittighed at spise et mellemmåltid eller en snack, og 30 pct. af deltagerne mener, at snacks ofte er usunde. Droppes ét eller flere hovedmåltider, er der behov for snacks og mellemmåltider, der er både velsmagende men også sunde og mættende. Der er derfor potentiale i at arbejde med oplevelsen af sundhed i mellemmåltider/snacks, og samtidig gøre det synligt for forbrugerne, at produktet er sundt. Idet mange forbrugere også kan lide at have mellemmåltider og snacks på lager, vil en yderligere mulighed være at fokusere på et mellemmåltid eller en snack, som både er sundt og har mulighed for at blive opbevaret i en længere periode. Sidst men ikke mindst kan der være muligheder i at kigge mere på udviklingen af snacks, der købes og nydes på farten. Blot hver femte kvinder og hver fjerde blandt yngre finder det nemt at finde snacks på farten. Dette peger det på muligheder for produktudvikling af prisattraktive, mættende, håndholdte snacks, der kan nydes også uden for hjemmet.

Om analysen

Analysen om danskernes brug af snacks og mellemmåltider baserer sig på 1.003 interviews med et repræsentativt udsnit af den danske befolkning vejet på alder, køn, region og uddannelse. Undersøgelsen er gennemført af Epinion for Landbrug & Fødevarer i juni 2022.

I analysen refereres til Landbrug & Fødevarers segmentanalyse, der er udarbejdet på baggrund af interviews og data fra Kantar Gallup. I analysen indgår besvarelser fra i alt 7.638 danske forbrugere helt ned til 12-årsalderen. På baggrund af forbrugernes svar på en lang række vigtige fødevarerrelaterede spørgsmål har Kantar Gallup udarbejdet seks forbrugersegmenter. Disse seks segmenter adskiller sig fra hinanden på en række punkter, når det kommer til deres tilgang til indkøb, madlavning og den mad, der spises, men også på deres medieforbrug, sundhedsfokus og fritidsinteresser. Omvendt er der også steder, hvor de forskellige segmenter overlapper og er ens på tværs af forbrugerne. Tre af seks segmenter er meget interesserede i fødevarer, men på forskellige måder. For de tre resterende segmenter er der andre ting i fokus end fødevarer.

De seks segmenter kan skitseres således:

- **Madspecialister:** En gruppe af forbrugere, som er meget interesseret i fødevarer og madlavning. For dem er smag og madoplevelser af stor betydning. De går ofte ud og spiser og søger også ofte gastronomiske oplevelser.
- **Madidealister:** Deres primære fokus er hvordan maden er produceret. De er samfundsbevidste og ansvarlige, prioriterer økologi, danskproduceret og engagerer sig i deres nærmiljø. Der er en større repræsentation af forbrugere i de ældre aldersgrupper.
- **Grøntentusiaster:** En gruppe forbrugere, der især er drevet af fokus på den plantebaserede mad, men er overordnet set meget bæredygtighedsfokuserede. Deres grønne fokus inkluderer også køb i genbrugsbutikker og loppemarkeder og en stor interesse for klimaet. Når grøntentusiasterne køber kød, går de især efter det dyrevelfærdsmærkede. Grøntentusiaster er karakteriseret ved at være lidt yngre i gennemsnit og oftere bosat i større byer.
- **De bekvemme:** Forbrugere i dette segment er særligt underholdningssøgende. De interesserer sig især for musik, film og anden underholdning. I forhold til fødevarer, så er de karakteriseret ved at være meget som den gennemsnitlige dansker, og de bruger gennemsnitlig tid på mad i hverdagen. De spiser sjældent vegetarisk, veganske eller plantebaserede retter.
- **De traditionelle:** En gruppe, der går meget op i sundhed og ernæring, og de er særligt glade for at købe lokalt- og danskproducerede fødevarer. De er interesserede i klimaspørgsmål og miljøvenlige produkter. Aldersmæssigt er de en smule ældre end gennemsnittet.
- **De umiddelbare:** Er det segment, som udviser den mindste interesse for alt, der vedrører mad og madlavning, madkvalitet, sundhed, slankemad, motion, samt klima og bæredygtighed. De foretrækker enkel, traditionel mad og fastfood. Der er ofte tale om unge mænd, men segmentet findes i alle aldersgrupper.

Billedet på forsiden er fra pexels.com, fotograf Sarah Chai.

Appendiks 1: Snack top-10 for forskellige demografiske grupperinger

Spist inden for de seneste tre måneder:

Kvinder (n=524)

1. Frisk frugt og bær
2. Chokolade og slik (karameller, lakridser mv.)
3. Chips, popcorn, saltede nødder og frø
4. Småkager, wienerbrød, kager mv.
5. Is
6. Brød, koldt (boller, sandwich, wraps mv.)
7. Nødder og frø, usaltede
8. Grønt (i stænger, mindre bidder)
9. Barer (müeslibar, proteinbar, rawbar mv.)
10. Ost

18-25 år (n=151)

1. Frisk frugt og bær
2. Chokolade og slik (karameller, lakridser mv.)
3. Chips, popcorn, saltede nødder og frø
4. Is
5. Barer (müeslibar, proteinbar, rawbar mv.)
6. Småkager, wienerbrød, kager mv.
7. Brød, koldt (boller, sandwich, wraps mv.)
8. Grønt (i stænger, mindre bidder)
9. Drikke, fyldige (smoothie, milkshake, drikkeyoghurt, cafe latte mv.)
10. Kiks, salte/søde

35-49 år (n=226)

1. Chokolade og slik (karameller, lakridser mv.)
2. Frisk frugt og bær
3. Chips, popcorn, saltede nødder og frø
4. Småkager, wienerbrød, kager mv.
5. Brød, koldt (boller, sandwich, wraps mv.)
6. Grønt (i stænger, mindre bidder)
7. Is
8. Nødder og frø, usaltede
9. Barer (müeslibar, proteinbar, rawbar mv.)
10. Ost

65-80 år (n=211)

1. Frisk frugt og bær
2. Chokolade og slik (karameller, lakridser mv.)
3. Ost
4. Is
5. Småkager, wienerbrød, kager mv.
6. Nødder og frø, usaltede
7. Brød, koldt (boller, sandwich, wraps mv.)
8. Chips, popcorn, saltede nødder og frø
9. Grønt (i stænger, mindre bidder)
10. Knækbrød, rugstave, rugbrødsstænger mv.

Mænd (n=479)

1. Frisk frugt og bær
2. Chokolade og slik (karameller, lakridser mv.)
3. Chips, popcorn, saltede nødder og frø
4. Småkager, wienerbrød, kager mv.
5. Is
6. Brød, koldt (boller, sandwich, wraps mv.)
7. Nødder og frø, usaltede
8. Grønt (i stænger, mindre bidder)
9. Ost
10. Kiks, salte/søde

26-34 år (n=139)

1. Chokolade og slik (karameller, lakridser mv.)
2. Frisk frugt og bær
3. Chips, popcorn, saltede nødder og frø
4. Småkager, wienerbrød, kager mv.
5. Brød, koldt (boller, sandwich, wraps mv.)
6. Is
7. Grønt (i stænger, mindre bidder)
8. Nødder og frø, usaltede
9. Kiks, salte/søde
10. Barer (müeslibar, proteinbar, rawbar mv.)

50-64 år (n=276)

1. Frisk frugt og bær
2. Chokolade og slik (karameller, lakridser mv.)
3. Chips, popcorn, saltede nødder og frø
4. Is
5. Småkager, wienerbrød, kager mv.
6. Nødder og frø, usaltede
7. Brød, koldt (boller, sandwich, wraps mv.)
8. Ost
9. Knækbrød, rugstave, rugbrødsstænger mv.
10. Grønt (i stænger, mindre bidder)

Appendiks 2: Snack top-10 for L&F Segmenter

Spist inden for de seneste tre måneder:

Madspecialister (n=103)

1. Frisk frugt og bær
2. Chokolade og slik (karameller, lakridser mv.)
3. Chips, popcorn, saltede nødder og frø
4. Småkager, wienerbrød, kager mv.
5. Brød, koldt (boller, sandwich, wraps mv.)
6. Is
7. Grønt (i stænger, mindre bidder)
8. Nødder og frø, usaltede
9. Knækbrød, rugstave, rugbrødsstænger mv.
10. Barer (müeslibar, proteinbar, rawbar mv.)

Grøntentusiaster (n=196)

1. Frisk frugt og bær
2. Chokolade og slik (karameller, lakridser mv.)
3. Nødder og frø, usaltede
4. Chips, popcorn, saltede nødder og frø
5. Grønt (i stænger, mindre bidder)
6. Småkager, wienerbrød, kager mv.
7. Is
8. Brød, koldt (boller, sandwich, wraps mv.)
9. Ost
10. Kiks, salte/søde

De traditionelle (n=127)

1. Frisk frugt og bær
2. Chokolade og slik (karameller, lakridser mv.)
3. Chips, popcorn, saltede nødder og frø
4. Småkager, wienerbrød, kager mv.
5. Is
6. Brød, koldt (boller, sandwich, wraps mv.)
7. Ost
8. Kiks, salte /søde
9. Nødder og frø, usaltede
10. Knækbrød, rugstave, rugbrødsstænger mv.

Madidealister (n=121)

1. Frisk frugt og bær
2. Chokolade og slik (karameller, lakridser mv.)
3. Nødder og frø, usaltede
4. Chips, popcorn, saltede nødder og frø
5. Grønt (i stænger, mindre bidder)
6. Småkager, wienerbrød, kager mv.
7. Is
8. Brød, koldt (boller, sandwich, wraps mv.)
9. Ost
10. Barer (müeslibar, proteinbar, rawbar mv.)

De bekvemme (n=250)

1. Frisk frugt og bær
2. Chokolade og slik (karameller, lakridser mv.)
3. Chips, popcorn, saltede nødder og frø
4. Småkager, wienerbrød, kager mv.
5. Is
6. Brød, koldt (boller, sandwich, wraps mv.)
7. Grønt (i stænger, mindre bidder)
8. Nødder og frø, usaltede
9. Barer (müeslibar, proteinbar, rawbar mv.)
10. Dessert og koldskål

De umiddelbare (n=196)

1. Chokolade og slik (karameller, lakridser mv.)
2. Frisk frugt og bær
3. Brød, koldt (boller, sandwich, wraps mv.)
4. Chips, popcorn, saltede nødder og frø
5. Småkager, wienerbrød, kager mv.
6. Is
7. Ost
8. Nødder og frø, usaltede
9. Dessert og koldskål
10. Brød, varmt (pizza, toast, foccacia, hotdog mv.)