



Danskernes morgenmad beskrives som nem og hurtig, mættende samt velsmagende

22. februar 2024

Danskernes morgenmad beskrives som nem og hurtig, mættende samt velsmagende

Landbrug & Fødevarer sætter i denne analyse fokus på danskernes morgenmad. Vi har i en ny undersøgelse spurgt, hvad danskerne spiser til morgenmad, hvilke fødevarer der er populære, og hvordan man beskriver sin morgenmad.

De vigtigste indsigter er:

- *15 pct. af de danske forbrugere spiser ikke morgenmad. Tendensen er særligt udbredt blandt de yngre, hvor ca. en femtedel springer morgenmaden over.*
- *Morgenmaden beskrives hovedsageligt som et måltid sammensat af forskellige færdiglavede komponenter, som for eksempel havregryn med mælk, eller brød med toppings som ost eller syltetøj.*
- *Det varierer, hvad der ligger på tallerkenen, men der er visse tendenser. De mest populære fødevarer til morgenmaden er brød, smør, ost og yoghurt. Morgenmaden i hverdagen består oftere af havregrød og grød samt nødder og kerner, mens der i weekenden i højere grad spises brød med forskellige typer af toppings. Ost, brød, mælk, smør, yoghurt og havregryn er de mest populære fødevarer til morgenmaden.*
- *Varme drikke som forskellige typer af kaffe og te drikkes af seks ud af ti danskere til morgenmaden.*
- *Grøntsager, kød samt kødpålæg indgår sjældent i morgenmaden. Blandt dem, der spiser kødpålæg til morgenmad, er det hamburgerryg, leverpostej, rullepølse, spegepølse samt salami, der oftest bliver spist.*
- *Morgenmaden spises i højere grad alene til hverdag, mens den oftere spises sammen med familie eller børn i weekenden.*
- *Når danskerne skal beskrive deres morgenmad med forskellige tillægsord, bliver det fremhævet, at den er nem og hurtig at tilberede, men også at den er mættende og velsmagende.*

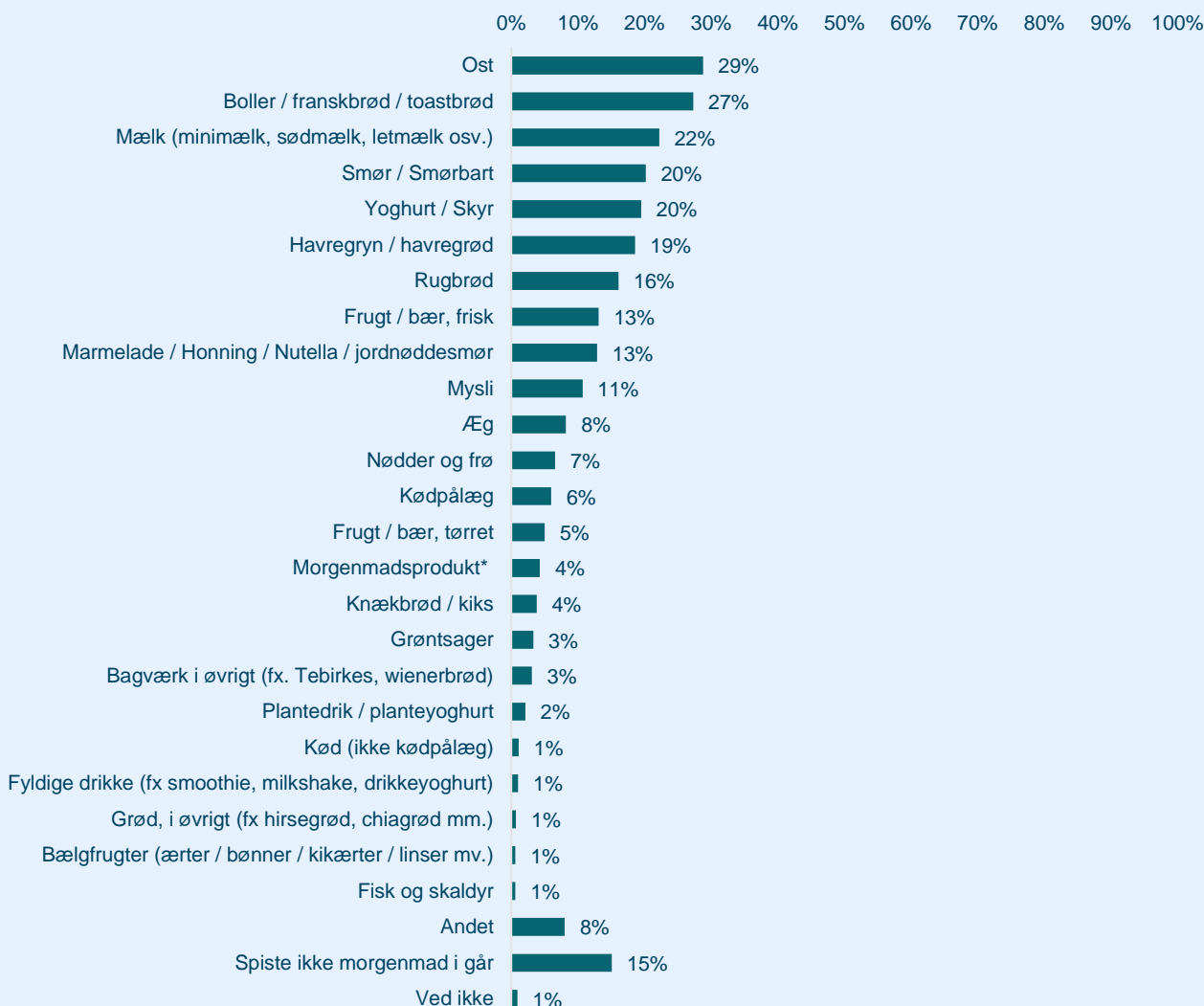
Morgenmaden varierer, men brød, smør, ost og yoghurt er blandt de mest populære fødevarer

Denne markedsanalyse kigger nærmere på morgenmadssituationen i 2023 med brug af data fra Landbrug & Fødevarers undersøgelse om madvaner og holdninger til fødevarer og forbrug generelt, gennemført af Voxmeter for Landbrug & Fødevarer. Denne analyse er baseret på data indsamlet i februar og august måned 2023. I undersøgelsen har 2000 danskere i alderen 18-80 år deltaget, og deltagerne er her blevet spurgt om, hvad de spiste dagen før til morgenmad. Data er indsamlet løbende hen over alle ugens syv dage, hvorfor morgenmad til både hverdag og weekend er inkluderet.

I gennemsnit angiver 84 pct. af danskerne, at de spiste morgenmad dagen før, mens 15 pct. svarer, at de ikke spiste morgenmad. Danskernes morgenmad varierer, men der er visse tendenser. De mest populære fødevarer til morgenmaden er brød, smør, ost og yoghurt, hvilket spises af omtrent en fjerdedel. Også havregryn er populært og spises af 19 pct. af danskerne til morgenmad. Rugbrødet spises af 16 pct. af danskerne, mens klassiske morgenmadsprodukter som for eksempel Cornflakes, Havrefras og Cocopops kun spises af 4 pct. af danskerne.

Grøntsager og bælgfrugter er generelt ikke populære fødevarer til morgenmaden, men blandt de mest populære grøntsager findes agurk, tomat samt peberfrugt. Samme billede ser vi med kød, hvor kun 1 pct. af forbrugerne angiver at spise kød til morgenmad, som ikke er kødpålæg. Når kød spises til morgenmad, er det hovedsageligt grisekød.

Figur 1: Hvilke af disse fødevarer indgik i din morgenmad i går? Svarmuligheder med 1 pct. eller mere vist:



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, februar og august 2023 n=2000. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Mulighed for at vælge flere svar. *Svarmuligheden Morgenmadsprodukt er forkortet i grafen. I undersøgelsen lød svarmuligheden "Morgenmadsprodukt (Cornflakes, Havrefras, Cocopops, ymerdrys etc.)".

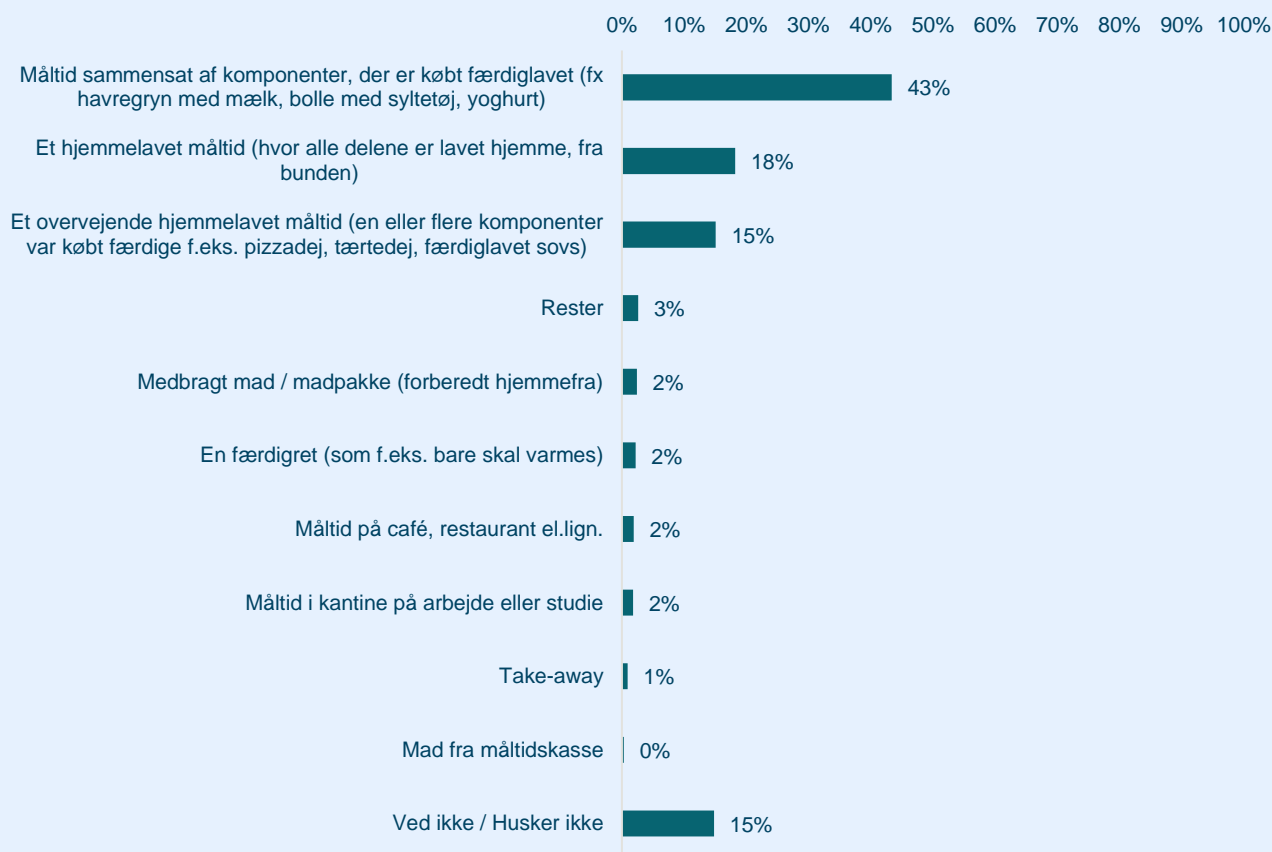
Der ses forskel på morgenmad spist til hverdag og weekend. Morgenmaden i hverdagen består oftere af havregrød eller anden type grød samt nødder og kerner, mens der i weekenden i højere grad spises brød med forskellige typer af toppings.

Et nærmere kig på forskelle i demografi afslører, at kvinder oftere end mænd angiver at have spist frugt og bær, yoghurt, ost, grøntsager samt nødder og frø, mens kødpålæg oftere spises af mænd til morgenmad. Det er i højere grad de yngre forbrugere, som ikke spiser morgenmad; helt konkret er det 19 pct. blandt de 18-29-årige samt 23 pct. blandt de 30-39-årige. Der er yderligere forskelle mellem forbrugerne, når vi ser på alder. Det ældre segment spiser oftere brød og rugbrød til morgenmad, med dertilhørende toppings som ost samt marmelade, honning, Nutella eller jodnøddesmør. Omvendt spiser de yngre danskere i lidt højere grad bælgfrugter til morgenmad.

Morgenmaden er oftest et måltid sammensat af færdiglavede komponenter

Når danskerne beskriver deres morgenmad, er den ofte sammensat af færdiglavede komponenter, som for eksempel havregryn med mælk eller bolle med syltetøj osv. Omtrent en femtedel beskriver morgenmaden som værende hjemmelavet med alle elementer lavet fra bunden.

Figur 2: Hvordan vil du beskrive din morgenmad i går?



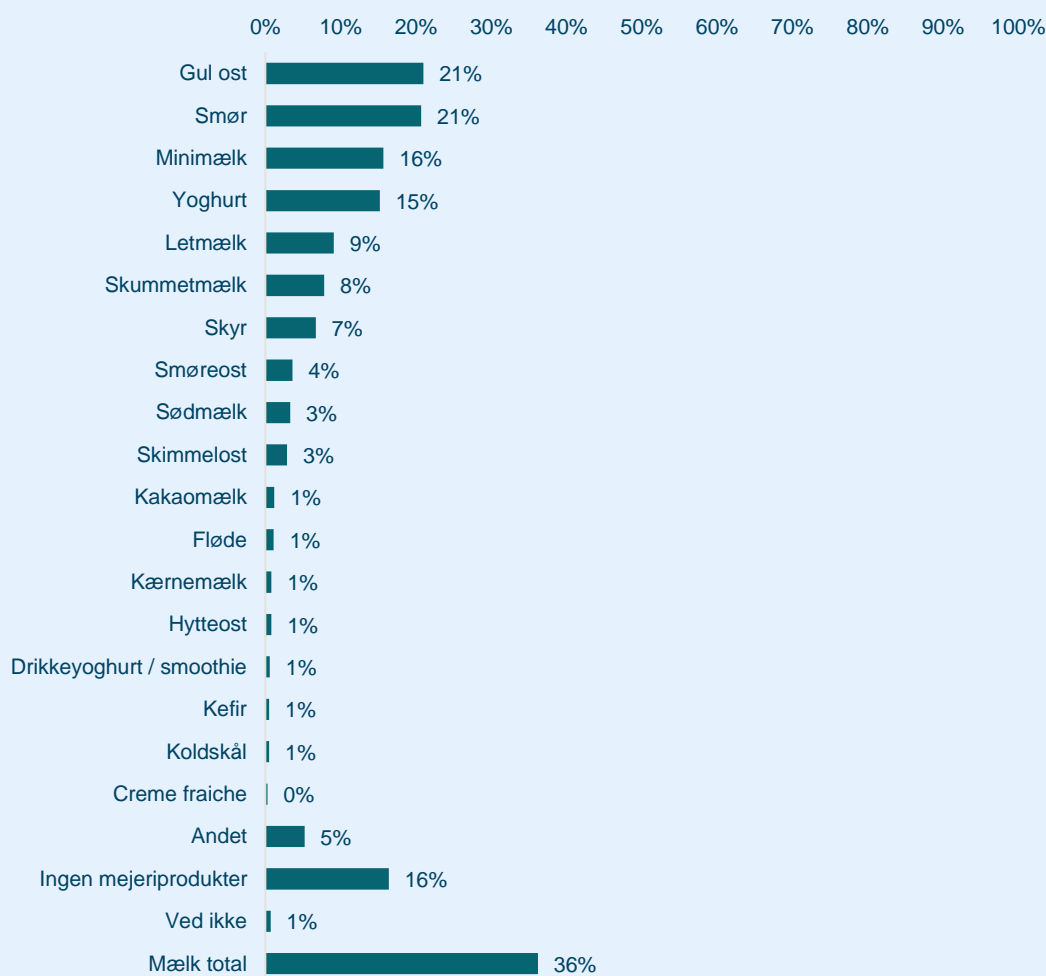
Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, februar og august 2023 n=1698. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Mulighed for at vælge flere svar.

Gul ost, smør og yoghurt er de mest populære mejeriprodukter til morgenmad

Gul ost, smør, mælk og yoghurt er de mest spiste mejeriprodukter til morgenmad. Nærmere bestemt fik 21 pct. gul ost og/eller smør til morgenmad. Yoghurt blev spist af 15 pct, mens mælk som en samlet kategori indgik i morgenmaden for omtrent en tredjedel af de danske forbrugere. For 16 pct. af danskerne indgik et mejeriprodukt ikke i morgenmaden dagen før.

Smør og ost spises oftere i weekenden, mens minimælk er mest populært i hverdagene.

Figur 3: Hvilke mejeriprodukter indgik i din morgenmad i går?:



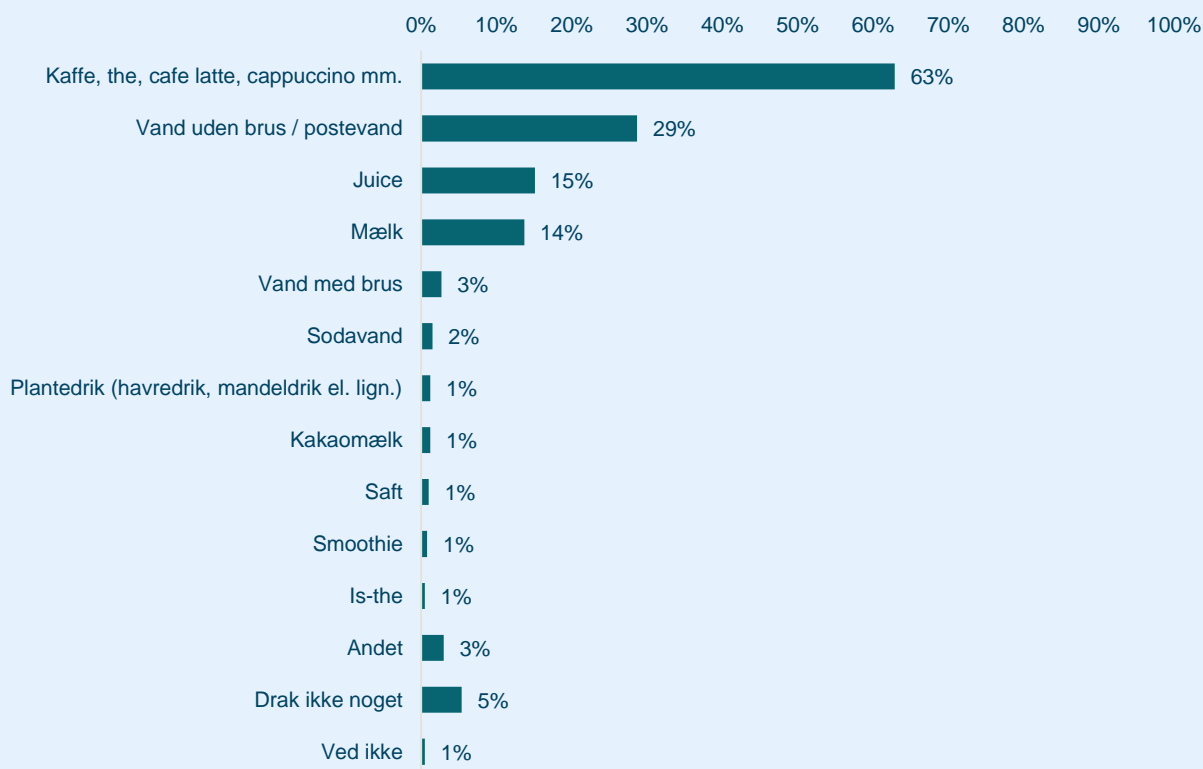
Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, februar og august 2023 n=1698. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Mulighed for at vælge flere svar. Mælk total er udregnet som summen af besvarelser, hvor der er minimum én type mælk.

Et nærmere kig på forskelle i demografi afslører, at mænd oftere end kvinder angiver at have fået mælk til morgenmad, mens kvinder i højere grad angiver ikke at have spist mejeriprodukter til morgenmad. Mælk indtages især af de 40-49-årige, hvor 45 pct. angiver, at mælk indgik i morgenmaden. De 71+ årige spiser i højre grad ost, yoghurt, smør samt sødmælk til morgenmad.

Kaffe og te er populært til morgenmad

Kaffe og te indgår i seks ud af ti danskeres morgenmad. Omtrent en tredjedel drikker vand til morgenmaden, og dette er efterfulgt af juice (15 pct.) og mælk (14 pct.). Vand med brus er en drikkevarer, der indtages lidt oftere i weekenden.

Figur 4: Hvilke drikkevarer drak du til din morgenmad i går? Drikkevarer hvor min. 1 pct. har svaret er vist.

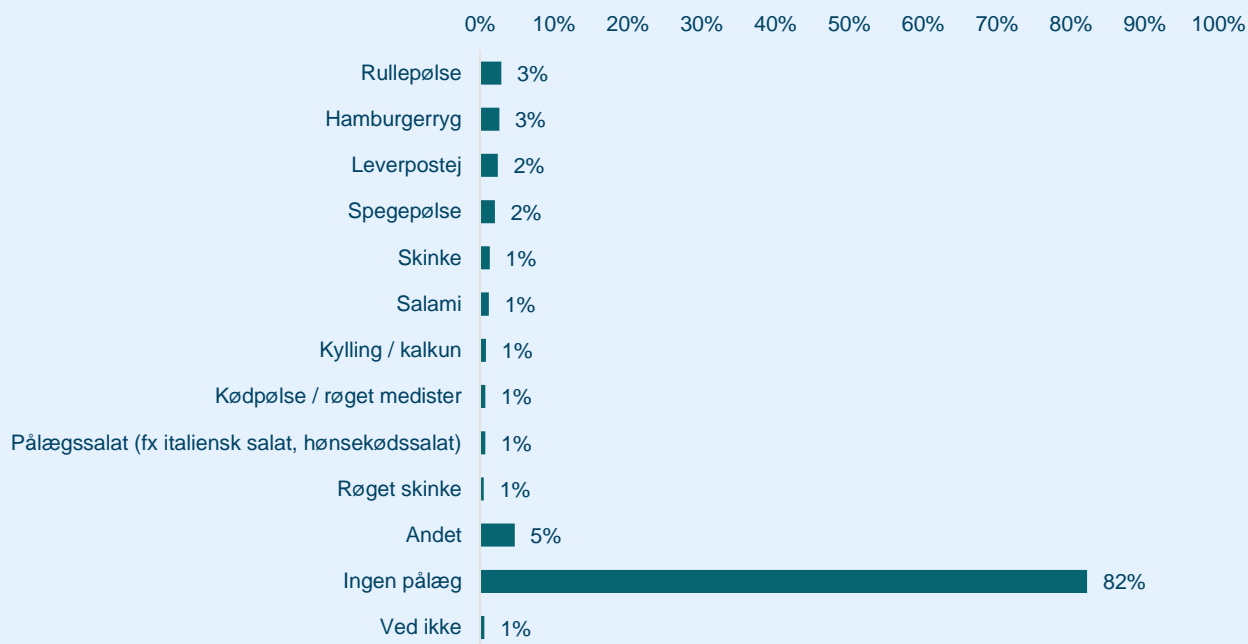


Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, februar og august 2023 n=1698. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Mulighed for at vælge flere svar.

Kvinder drikker i højere grad end mænd kaffe, te samt postevand til morgenmaden. Omvendt drikker mænd i højere grad mælk til morgenmaden. Mænd er også mere tilbøjelige til ikke at drikke noget til morgenmaden. Der er yderligere forskelle mellem yngre og ældre forbrugere. Kaffe og te er især populært blandt de ældre forbrugere; helt konkret bliver det drukket af otte ud af ti blandt de 71+ årige til morgenmaden. Juice bliver også i højere grad drukket af denne målgruppe. Hvor de ældre især drikker kaffe og te, så drikker de yngre forbrugere i højere grad vand med brus til morgenmaden.

Ser vi til sidst nærmere på kødpålæg, indgår dette sjældent i morgenmaden. Der er dog tendens til, at det indgår lidt oftere i hverdage sammenlignet med weekendene. I gennemsnit hen over ugen er det 6 pct., der angiver at have fået en form for kødpålæg til morgenmad. Spørger vi ind til typer af pålæg, er det oftest rullepølse, hamburgerryg, leverpostej samt spegepølse, der bliver spist.

Figur 5: Hvilke pålægstyper indgik i din morgenmad i går? Pålægstyper hvor min. 1 pct. har svaret er vist.



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, februar og august 2023 n=1698. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Mulighed for at vælge flere svar.

Ser vi nærmere efter, ser vi, at mænd er lidt mere tilbøjelige til at spise kødpålæg til morgenmad, end kvinder er. Det er især rullepølse, hamburgerryg, spegepølse, salami og pålægssalater, der nævnes lidt oftere af mænd.

Morgenmaden skal ofte gå hurtigt – især i hverdagen

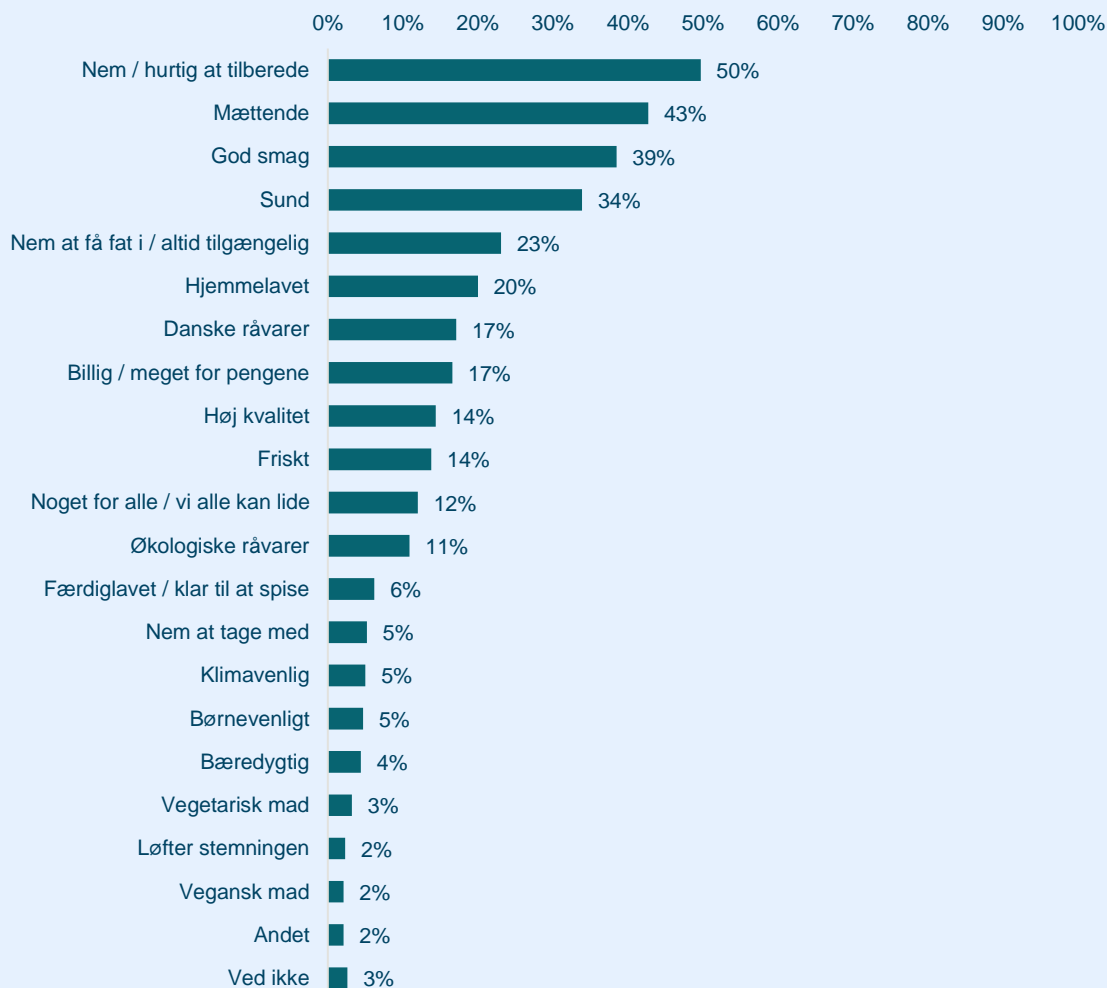
Hvordan beskriver danskerne så den morgenmad, som de fik dagen før? Kendetegnet ved morgenmaden er, at den er nem/hurtig at tilberede, og helt konkret bruger 82 pct. af danskerne da også mindre en 15 minutter på at tilberede morgenmaden fra råvarerne tages ud af skabet til det færdige måltid står klart. 11 pct. angiver at have brugt mellem 15-30 minutter på morgenmaden i går. Dette gælder især i weekenden, hvor 13 pct. angiver at bruge mellem 15-30 minutter, hvilket kun gælder blandt 9 pct. i hverdagene.

Morgenmaden spises oftest derhjemme ved spisebordet, både når det gælder hverdag og weekend. I gennemsnit angiver 63 pct. at have spist deres morgenmad dagen før ved spisebordet derhjemme, mens 12 pct. spiste morgenmaden foran fjernsynet og 9 pct. spiste den i sofaen. 2 pct. spiste morgenmad i bilen eller toget, og 3 pct. indtog deres morgenmad dagen før i kantinen eller pauserummet på arbejdet. I hverdagene spises morgenmaden i højere grad alene, mens den oftere spises med familie eller børn i weekenden.

Morgenmaden bliver karakteriseret som nem, mættende og velsmagende

Morgenmaden beskrives også i høj grad som værende mættende, med god smag. Derudover er der et fokus på sundhed samt ønsket om, at morgenmaden skal være let tilgængelig og nem at få fat i. Hverdagsmorgenmaden er især kendetegnet ved, at den skal være nem og hurtig at tilberede samt sund.

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



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, februar og august 2023 n=1698. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Mulighed for at vælge flere svar.

Der er forskelle mellem, hvilke ord forbrugerne bruger til at beskrive deres morgenmad dagen før. De yngre beskriver oftere deres morgenmad som 'billig / meget for pengene', mens de 40-49-årige oftere end andre beskriver morgenmaden som 'børnevenlig', 'god smag' og 'noget for alle / som vi alle kan lide'. Der er samtidig enkelte forskelle mellem mænds og kvinders beskrivelser af deres morgenmad. Mænd beskriver oftere deres morgenmad som 'billig', 'færdiglavet' og med 'danske råvarer', mens kvinder oftere beskriver morgenmaden som 'økologisk' og 'nem / hurtig at tilberede'.

Om analysen

Undersøgelsen om danskernes morgenmad er gennemført af Voxmeter for Landbrug & Fødevarer. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse og er blevet gennemført to gange i 2023, henholdsvis i februar og august måned. I hver bølge deltager 1000 danskere mellem 18-80 år. I alt har 2000 personer deltaget i undersøgelsen om morgenmad.

Billeder på forsiden er fra pexels.com fotograf; Rivaud