



Analyse af væksten i convenience-løsninger

Undersøgelse af danskernes forbrug af convenience-løsninger

September 2024



Landbrug & Fødevarer



Analyse af væksten i convenience-løsninger

Landbrug & Fødevarer sætter i denne analyse fokus på danskernes forbrug af convenience-løsninger, herunder færdigretter, måltidskasser og delvist færdiglavede måltidskomponenter, som oplever en stigende popularitet.

De vigtigste indsigter er:

- Danskerne oplever en hektisk hverdag, hvor tiden er blevet en knap ressource. Convenience-løsninger tilbyder en nem og hurtig måde at få mad på bordet og har i stigende grad oplevet popularitet.*
- Især måltider med færdiglavede komponenter, som for eksempel færdiglavet pizzadej, snittet salat eller den færdiglavede sovs, er blevet populære blandt børnefamilier. Foruden at give forbrugeren en hjælpende hånd i en presset hverdag, er de stadig med til at give følelsen af et hjemmelavet måltid.*
- Flere forbrugere ønsker en bedre balance mellem arbejde og fritid, samt at have tid til at nå alt det, de gerne vil nå. Helt eller delvist færdiglavede måltider giver mulighed for at spare tid på madlavning og dermed frigøre tid til familieaktiviteter og fritidsinteresser.*

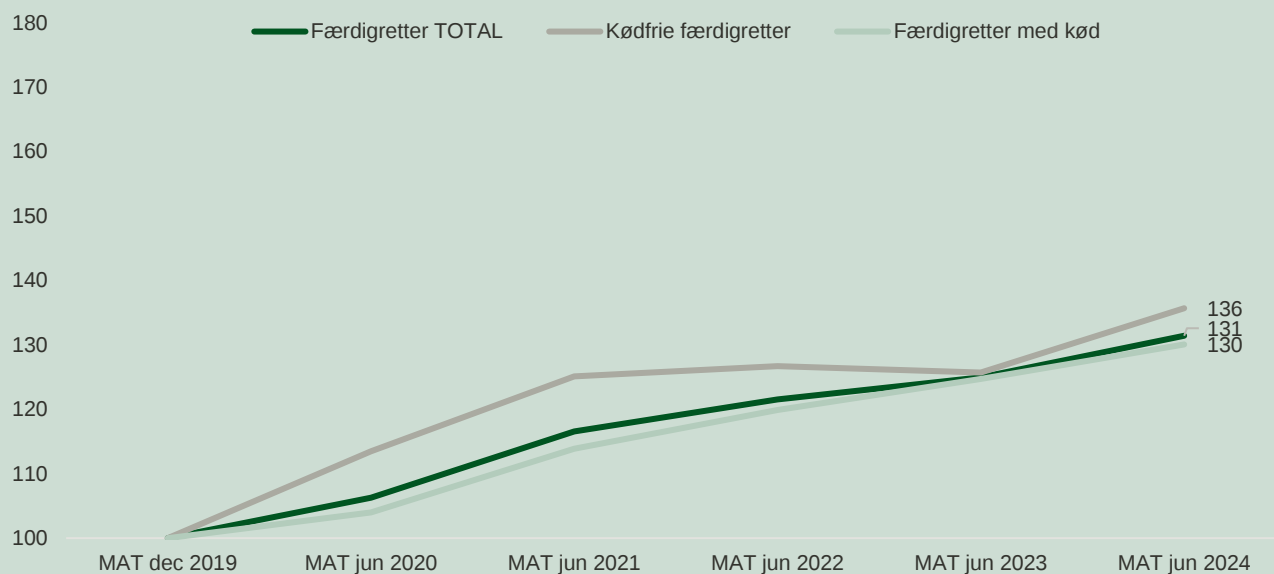
Convenience-løsninger har på få år oplevet vækst

Gennem de seneste mange år har forskellige former for convenience-løsninger oplevet stigende popularitet, og er nu blevet en fast del af mange danskeres madkultur. Især de færdiglavede madkomponenter, som for eksempel den snittede salat, den færdiglavede sovs og pizzadej har sneget sig ind i de danske køkkener og er blevet en legitim hjælp i dagligdagen, mens de på samme tid giver følelsen af et hjemmelavet måltid. Hjulpne løsninger gør livet lettere for forbrugerne og frigør tid til andre gøremål end indkøb eller madlavning.

I denne analyse ser vi nærmere på udviklingen og giver nogle bud på, hvorfor forskellige former for hjulpne løsninger er blevet så populære. Analysen er baseret på flere datakilder, bl.a. Landbrug & Fødevarers madtracker-undersøgelser gennemført af Voxmeter blandt danskere i aldersgruppen 18-80 år. Derudover bygger analysen på data fra Kauza, et husholdningspanel baseret på 10.000 repræsentativt udvalgte husstande.

Ser vi først på data fra Kauza, er færdigretterne vækstet hen over de seneste år. De danske forbrugere har fra 2019 og frem til 2024 handlet 31 pct. flere færdigretter; herunder 30 pct. flere færdigretter med kød, og 36 pct. flere færdigretter uden kød.

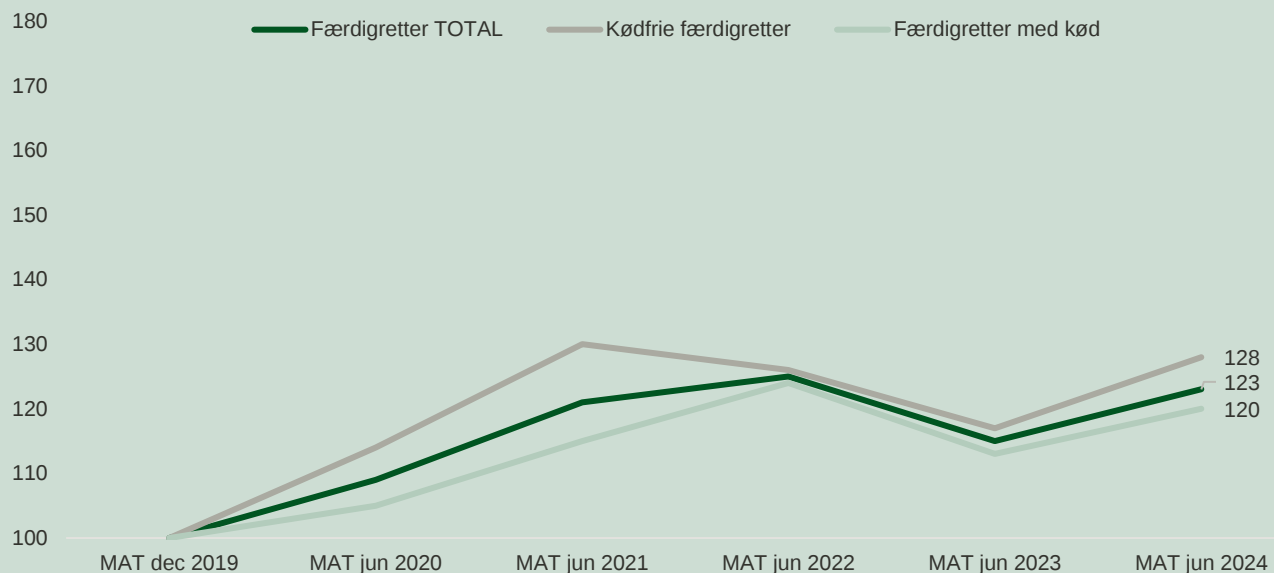
Figur 1: Udvikling i værdi, DK total, Index, MAT Dec 2019=100



Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer, juni 2024.

Målt på volumen har færdigretterne også oplevet en vækst siden december 2019. Denne vækst har dog ikke været lineær, og der var et fald i 2023. Det må antages, af faldet i 2023 skyldes inflationskrisen, og at den personlige økonomi blev prioriteret anderledes.

Figur 2: Udvikling i volumen, DK total, Index, MAT Dec 2019=100



Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer, juni 2024.

Convenience-løsninger er blevet en del af mange forbrugeres aftensmad

Når danskerne beskriver gårsdagens aftensmad, siger 39 pct. at måltidet var helt hjemmelavet, med alle dele lavet fra bunden. Dernæst beskrives aftensmaden blandt 21 pct. som et overvejende hjemmelavet måltid med en eller flere færdiglavede komponenter, som fx en pizzadel eller sovs. Dernæst fik 10 pct. af danskerne rester. De 'klassiske' færdigretter, som bare skal varmes, udgjorde samlet 8 pct. af de danske aftensmåltider. Endnu 8 pct. bestod af måltider kun bestående af færdiglavede komponenter, mens 6 pct. var take-away. 5 pct. spiste aftensmaden ude på café, restaurant eller lignende. Vi ser samtidig, at 2 pct. angiver, at de spiste mad fra en måltidskasse dagen før.

Ser vi på de svarmuligheder, der indeholder elementer af convenience, nemlig den delvist hjemmelavede aftensmad med brug af én eller flere færdiglavede komponenter, færdigretter, take-away og måltidskasser, havde hele 44 pct. af de danske aftensmads måltider dagen før i større eller mindre grad en form for convenience over sig.

Figur 3: Hvordan vil du beskrive din aftensmad i går? Du kan vælge flere svar



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, august 2023, november 2023, februar 2024 og maj 2024 n=3790 (blandt dem der spiste aftensmad). Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmuligheder. I sammenlægningen af svarmuligheder, der indeholder convenience, tæller hver respondent kun med én gang, hvis de har angivet flere svar.

Ser vi nærmere på forskelle mellem husstande med og uden hjemmeboende børn, bruger familier med børn i højere grad de færdiglavede madkomponenter i deres aftensmad. Hver fjerde børnefamilie beskriver aftensmaden dagen før som værende overvejende hjemmelavet med en eller

flere færdiglavede komponenter, mens det gør sig gældende for 19 pct. blandt husstande uden børn. Ser vi samlet på hele convenience kategorien, som inkluderer færdiglavede komponenter, færdigretter, take-away og måltidskasser, havde næsten hvert andet måltid (49 pct.) en grad af convenience over sig blandt børnefamilierne. Dykker vi imidlertid specifikt ned i, hvem der fik en færdigret til aftensmad, ser billedet dog interessant nok lidt anderledes ud. Her er det i overvejende grad husstande uden børn, der har fået en færdigret til aftensmad dagen før.

De helt eller delvist færdiglavede måltider klarer madlavningen de dage, hvor tid og lysten ikke er til det

Dykket der ned i årsagerne til, at forbrugerne køber helt eller delvist færdiglavede retter, er den mest fremtrædende grund, at det 'klarer madlavningen de dage, hvor jeg ikke selv gider'. 35 pct. af respondenterne er enige i, at det at købe helt eller delvist færdiglavede måltider hjælper med at håndtere madlavningen på de dage, hvor lysten til at lave mad ikke er der.

Dernæst kommer, at det sparer min tid, så jeg kan lave andre praktiske ting i stedet (22 pct.), efterfulgt af, at det sparer min tid, så jeg bedre kan slappe af (21 pct.). 'At spare tid' virker derfor til at være en væsentlig begrundelse, enten for at man så kan lave andre praktiske ting eller bruge tiden på noget, man har mere lyst til – fx samvær med familien.

Figur 4. Andre har sagt følgende om det at købe helt eller delvist færdiglavede retter – er der nogle af dem, som du er enig i? Helt / delvist færdiglavet mad...



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, august 2023, november 2023, februar 2024 og maj 2024 n=4000. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmuligheder, undtagen "Ingen" og "Ved ikke".

Der tegner sig her et billede af, at de helt eller delvist færdiglavede retter giver de danske forbrugere mulighed for at fokusere på andre ting, såsom praktiske gøremål eller afslapning. Uanset om det er

for at frigøre tid eller kompensere for manglende planlægning, er forskellige former for hjælpne løsninger blevet en pålidelig ressource til både bekvemmelighed for mange og en frigørelse af tid, som man oplever at have for lidt af.

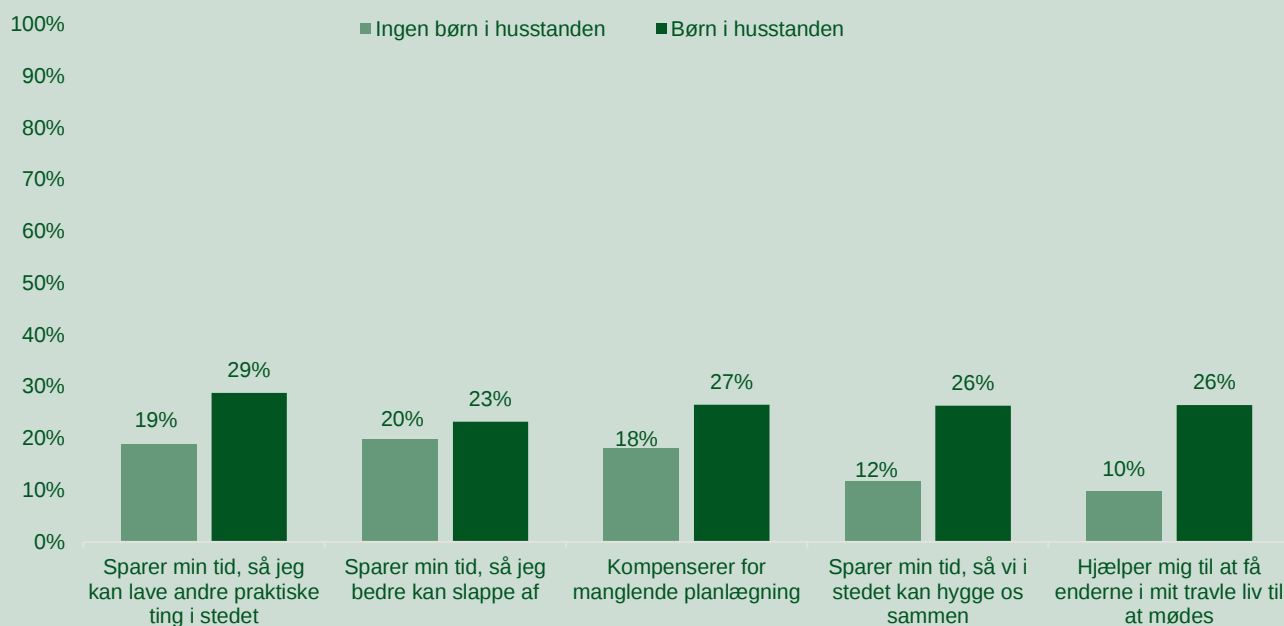
Den helt eller delvist færdiglavede mad hjælper især de travle børnefamilier

Ser vi nærmere på forskellige begrundelser blandt husstande med og uden børn, giver børnefamilierne især udtryk for, at de helt eller delvist færdiglavede retter hjælper med at spare tid.

29 pct. af børnefamilier angiver, at helt eller delvist færdiglavede retter sparer tid, så andre praktiske ting kan klares i stedet. Dernæst hjælper disse måltider især børnefamilierne med at kompensere for manglende planlægning. Convenience-løsninger hjælper i høj grad også med at spare tid, så der i stedet kan hygges, samt med at få enderne til at mødes i et travlt liv.

Samlet set viser undersøgelsen derfor, at køb af de helt eller delvist færdiglavede retter er en væsentlig hjælp blandt børnefamilier. Det hjælper dem i højere grad end husstande uden børn med at håndtere travlhed, spare tid til både praktiske gøremål, samt afslapning og hygge.

Figur 5: 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

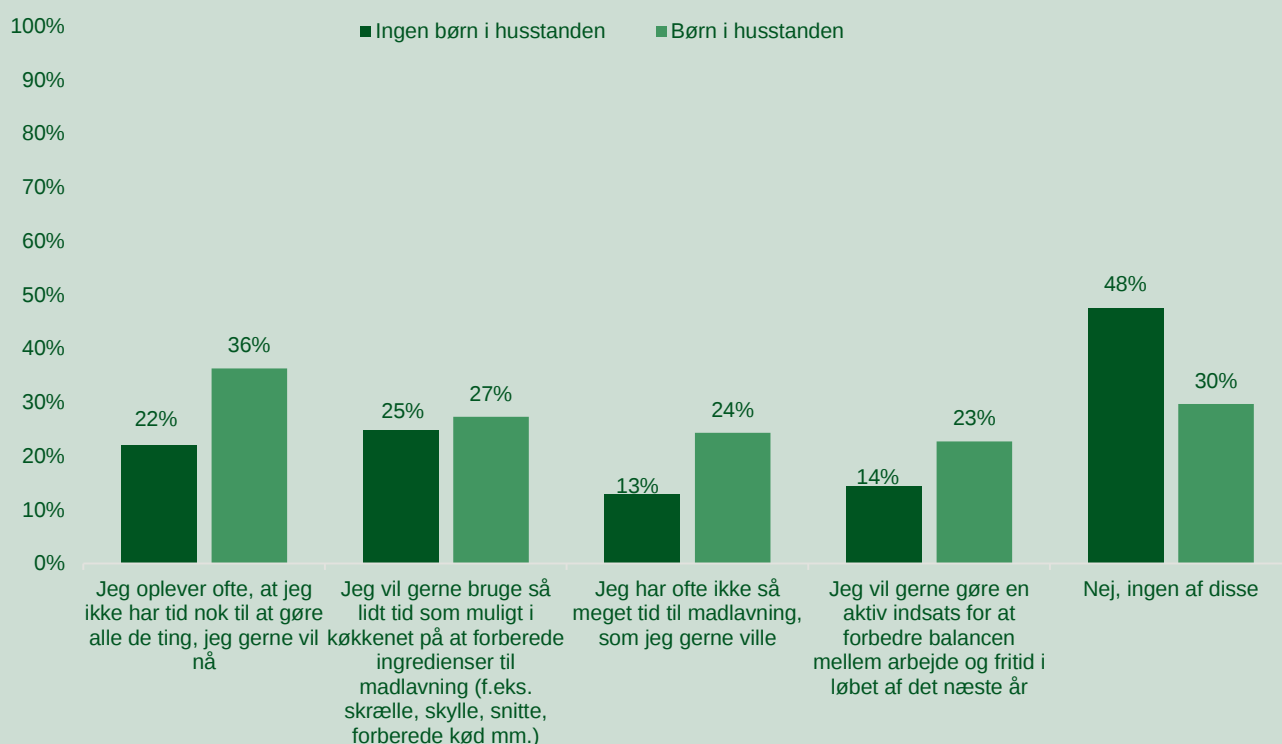


Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, august 2023, november 2023, februar 2024 og maj 2024 n=4000, børn i husstanden n=1141, ingen børn i husstanden n=2859. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmuligheder, undtagen "Ingen" og "Ved ikke".

Børnefamilier oplever oftere, at de ikke har tid nok

Netop tid er en udfordring for de danske børnefamilier. Hvor 22 pct. af danskerne uden børn, ikke føler de har tid nok til at gøre alle de ting, de gerne vil nå, er det mere udtalt blandt familier med børn, hvor hele 36 pct. oplever dette. 13 pct. af danskerne uden børn føler, at de ofte ikke har så meget tid til madlavning, som de gerne ville, mens det gælder hver fjerde blandt dem med børn. Der ses desuden også en forskel i ønsket om at gøre en aktiv indsats for at forbedre balancen mellem arbejde og fritid over det næste år. Mens dette gælder for 14 pct. blandt danskerne uden børn, gælder det igen næsten en ud af fire blandt familier med børn.

Figur 7: 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, august 2023, november 2023, februar 2024 og maj 2024 n=4000. børn i husstanden n=1141, ingen børn i husstanden n=2859. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse

Måltider med brug af convenience beskrives i mindre grad som sunde og af høj kvalitet sammenlignet med 'helt' hjemmelavede måltider

Spændende er det så at kigge lidt mere ned i, hvordan danskerne beskriver deres aftensmad dagen før, med beskrivende ord som fx mættende, god smag, nemt og hurtigt. Her ser vi nemlig forskelle på, hvordan danskerne beskriver deres aftensmad alt efter, om maden er angivet til at være 'hjemmelavet fra bunden', eller om den er 'delvist hjemmelavet' eller 'en færdigret'.

Karakteristik af det hjemmelavede måltid lavet fra bunden:

Ser vi først på beskrivelsen af det hjemmelavede måltid, beskrives det ikke overraskende som 'hjemmelavet' (66 pct.). Dernæst kommer, at det har en 'god smag' (56 pct.), og at det er 'mættende' (47 pct.). Det hjemmelavede måltid beskrives også i højere grad som 'sundt' (33 pct.), et måltid af 'høj kvalitet' samt bestående af 'danske råvarer' (hhv. 29 pct. og 33 pct.).

Karakteristik af delvist hjemmelavede måltider med brug af færdiglavede komponenter:

Ser vi dernæst på beskrivelser af måltidet med én eller flere færdiglavede komponenter, er 'god smag' på førstepladsen, mens 'hjemmelavet' er på andenpladsen, på trods af at der i disse måltider er blevet brugt færdiglavede komponenter. Dernæst beskrives det som 'mættende', 'noget for alle', samt 'billigt'. 'Børnevenligt' er et ord, der oftere bliver brugt til at beskrive denne type måltid, hvilket stemmer godt overens med, at det særligt er blandt børnefamilier, at netop denne type måltid har stået på bordet dagen før.

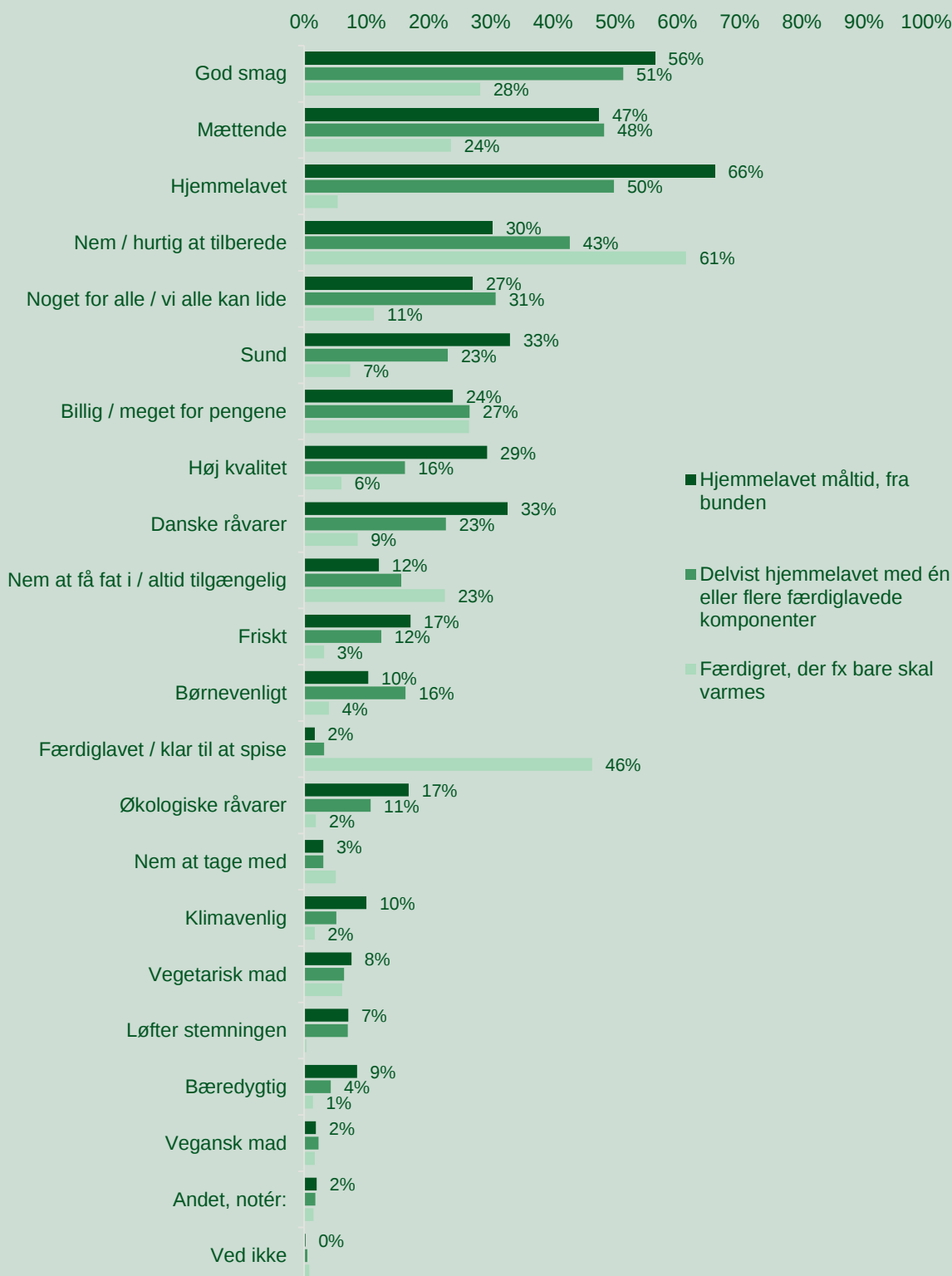
I store træk bliver det færdiglavede måltid samt måltider med færdiglavede komponenter dog beskrevet på samme måde. Forbrugernes besvarelser indikerer dermed, at måltiderne med de færdiglavede komponenter i mange danskeres øjne er blevet en god løsning, som bibeholder følelsen af hjemmelavet mad, men omvendt har den fordel, at det er nemt og hurtigt at tilberede. Der, hvor beskrivelsen af de to måltidstyper imidlertid adskiller sig, er at de delvist hjemmelavede måltider i mindre grad end det helt hjemmelavede måltid bliver betragtet som 'sundt', 'høj kvalitet' og med 'danske råvarer' eller 'økologiske råvarer'.

Færdigretten

Dykker vi ned i den sidste kategori, færdigretterne, kommer disse derimod til udtryk på en helt anden måde. Blandt forbrugere, der fik en færdigret dagen før, beskrives aftensmaden ikke overraskende som 'nemt og hurtigt at tilberede' (61 pct.), at det var 'færdiglavet og klar til at spise' (46 pct.), samt 'nemt at få fat i' (23 pct.). Dette er med til at understrege, at færdigretter købes, da det er nemt og hurtigt, og sparer forbrugeren tiden brugt på madlavning, der så kan bruges på andre ting i stedet.

Dog bliver der måske også samtidig gået på kompromis med andre ting. Aftensmad, der er blevet angivet som værende en færdigret, bliver nemlig ikke i lige så høj grad beskrevet som med 'god smag', af 'høj kvalitet', 'frisk', 'sund', 'dansk', 'økologisk' eller noget, der 'løfter stemningen'. Overordnet set tyder noget derfor på, at færdigretterne ikke bliver anskuet med samme positive parametre som hjemmelavede eller delvist hjemmelavede måltider. Der kunne ligge et uforløst potentiale i at løfte færdigretterne op på et niveau, så de i højere grad bliver betragtet som sunde og velsmagende, noget som mange forbrugere efterspørger. Ved at løfte sundheden kan færdigretter potentielt blive betragtet som endnu mere lødige og legitime at anvende for de tidspressede danskere.

Figur 6: Hvordan vil du beskrive din aftensmad i går? Du kan vælge flere svar. Beskrivelser for måltider angivet som hhv. 'et hjemmelavet måltid', 'delvist hjemmelavet med færdiglavede komponenter' samt 'en færdigret':



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, august 2023, november 2023, februar 2024 og maj 2024 n=4000. Hjemmelavet n=1488, komponenter n=799, færdigret n=314. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse

Konklusion

Convenience-løsninger såsom færdigretter og færdiglavede madkomponenter har oplevet markant vækst de seneste år og er blevet en fast del af mange danskeres madkultur. En tendens der kan tilskrives en mere hektisk hverdag, hvor forbrugerne ønsker hurtige og velsmagende måltidsløsninger.

Det er især de færdiglavede komponenter, som vinder indpas blandt de danske børnefamilier. Måltider, hvor der gøres brug af én eller flere færdiglavede komponenter, beskrives stadig som hjemmelavede, velsmagende, mættende og noget, familien kan lide. De er derfor blevet en legitim hjælp i dagligdagen, mens de på samme tid giver følelsen af, at man selv har lavet maden og sat sit præg på den. Børnefamilier oplever oftere end andre at være pressede på tid i hverdagen. De færdiglavede måltidskomponenter hjælper her med at spare tid og lette madlavningen på travle dage, hvilket især appellerer netop til familier, der ønsker at frigøre tid til andre aktiviteter.

Færdigretterne, derimod, nyder ikke samme opfattelse af god smag, kvalitet og sundhed som delvist hjemmelavede måltider. Der kunne derfor ligge et uforløst potentiale i at arbejde med færdigretternes sammensætning og brug af planteråvarer, så de i højere grad bliver betragtet som sunde, mættende og velsmagende, noget som mange forbrugere efterspørger. Ved at løfte sundheden kan færdigretter potentielt blive betragtet som endnu mere lødige og legitime at anvende for de tidspressede danskere.

I og med at væksten i convenience forventes at fortsætte yderligere, kan producenter og detailhandlen med fordel fokusere på at udvikle og markedsføre flere sundere og velsmagende convenience-løsninger, som kan appellere til forbrugernes ønske om både bekvemmelighed og kvalitet. Ved at tilbyde produkter, der kombinerer nem tilberedning med god smag og høj næringsværdi og råvarer af høj kvalitet, kan virksomheder imødekomme behovet hos de tidspressede danskere, samtidig med at de styrker markedet for convenience-løsninger.

Om analysen

Analysen er baseret på flere datakilder, herunder fire befolkningsundersøgelser gennemført af Voxmeter for Landbrug & Fødevarer blandt danskere i aldersgruppen 18-80 år. I alt har 4000 danskere deltaget i månederne august 2023, november 2023, februar 2024 og maj 2024. Undersøgelserne er repræsentative på køn, alder, region og uddannelse.

Derudover bygger analysen på data fra Kauza, et husholdningspanel baseret på 10.000 repræsentativt udvalgte husstande.

Billedet på forsiden er fra pexels.com, fundet hos profilen: Monstera Production