

# Analyse af danskernes frokost anno 2024

Danskernes frokost beskrives som nem og hurtig at  
tilberede, velsmagende og mættende

December 2024

# Analyse af danskernes frokost anno 2024 - Danskernes frokost beskrives som nem og hurtig at tilberede, velsmagende og mættende

Denne markedsanalyse kigger nærmere på frokostsituationen anno 2024 med brug af data fra Landbrug & Fødevarers undersøgelse om madvaner og holdninger til fødevarer. Hvordan beskrives frokosten, hvilke råvarer kommer på bordet og hvordan spises frokosten blandt danskerne?

*De vigtigste indsigter er:*

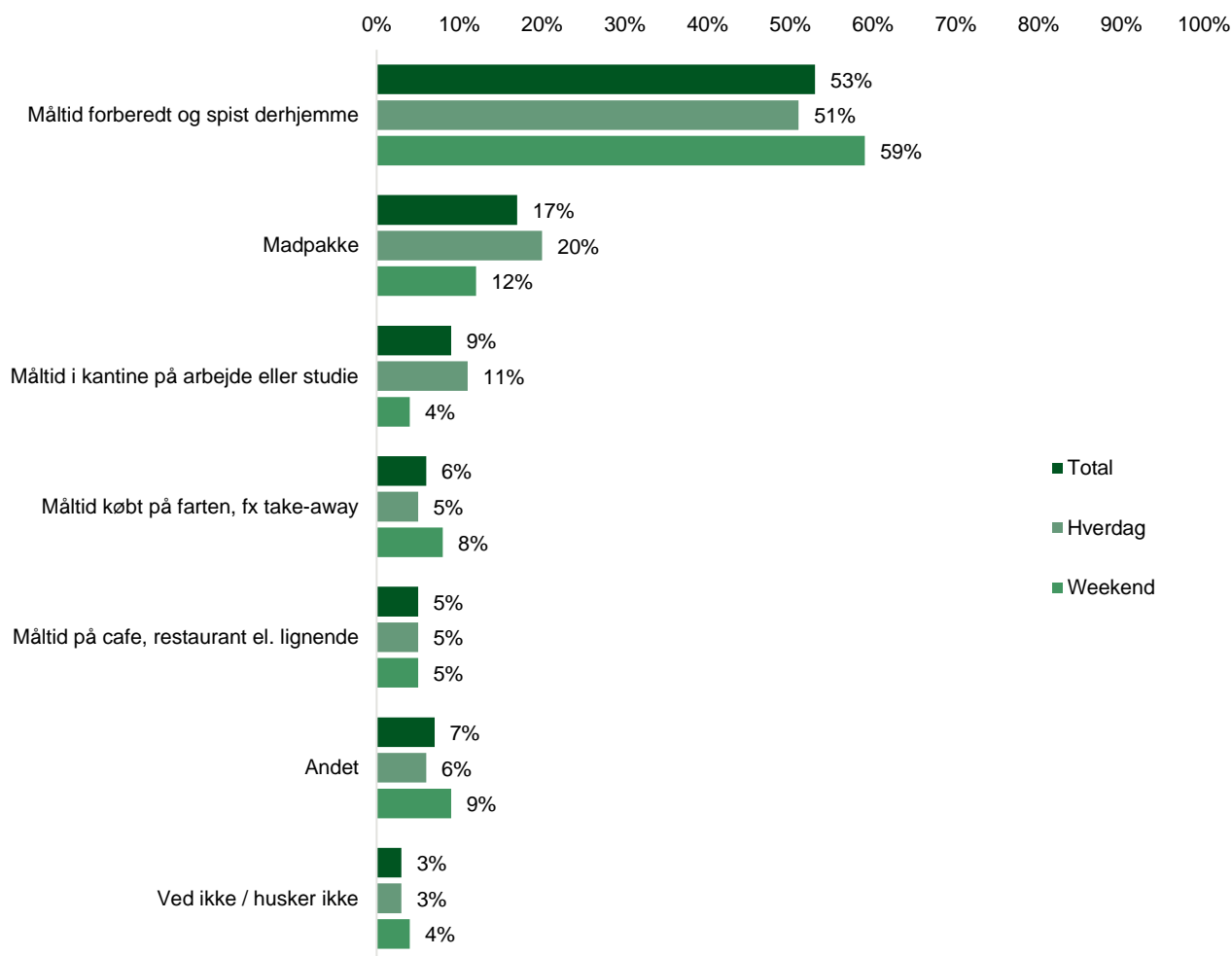
- *Otte ud af ti danskere fik frokost i går. Blandt dem der fik frokost, angiver halvdelen af den var forberedt og spist derhjemme. 17 pct. fik en madpakke, mens hver tiende spiste i en kantine på arbejde eller skole.*
- *Det, som flest danskere svarer, har stået på bordet til frokosten dagen før, er rugbrød, grøntsager og kødpålæg. Især de ældre forbrugere spiser rugbrød med kødpålæg til frokost. Blandt de mest spiste grøntsager til frokost er tomater, agurker, løg, peberfrugt, gulerødder samt salat. Til frokosten bliver der i høj grad drukket vand.*
- *Kødpålægget har en stabil udvikling i dansk detail. De mest populære pålægstyper er leverpostej, fiskepålæg samt spegepølse, dog bliver pålæg generelt oftere spist af de ældre forbrugere end de yngre.*
- *Frokosten beskrives som nem og hurtig at tilberede, med god smag samt mættende. Yngre forbrugere beskriver oftere frokosten som billig, nem at få i og let at tage med, mens ældre forbrugere i højere grad beskriver frokosten som velsmagende og lavet af danske råvarer.*

## Otte ud af ti har spist frokost

Denne markedsanalyse kigger nærmere på danskernes frokostsituationen anno 2024. To gange årligt gennemfører Voxmeter for Landbrug & Fødevarer en undersøgelse blandt 1.000 repræsentative danskere mellem 18-80 år. Her bliver deltagerne spurgt ind til, hvad de spiste til frokost dagen forinden. Hver undersøgelse kører over to uger, så både hverdag og weekend bliver dækket i dataindsamlingen. I alt har 2.000 danskere deltaget i maj 2024, samt november 2024.

79 pct. af danskerne fik frokost i går, mens hver femte sprang frokosten over. Blandt dem, der spiste frokost, angiver halvdelen, at måltidet var forberedt samt spist derhjemme. I gennemsnit fik 17 pct. en traditionel madpakke til frokost, mens hver tiende fik et måltid i en kantine. Derudover købte 6 pct. deres frokost 'på farten', og 7 pct. spiste på en cafe eller restaurant.

Figur 1: Hvordan vil du primært beskrive din frokost i går?:



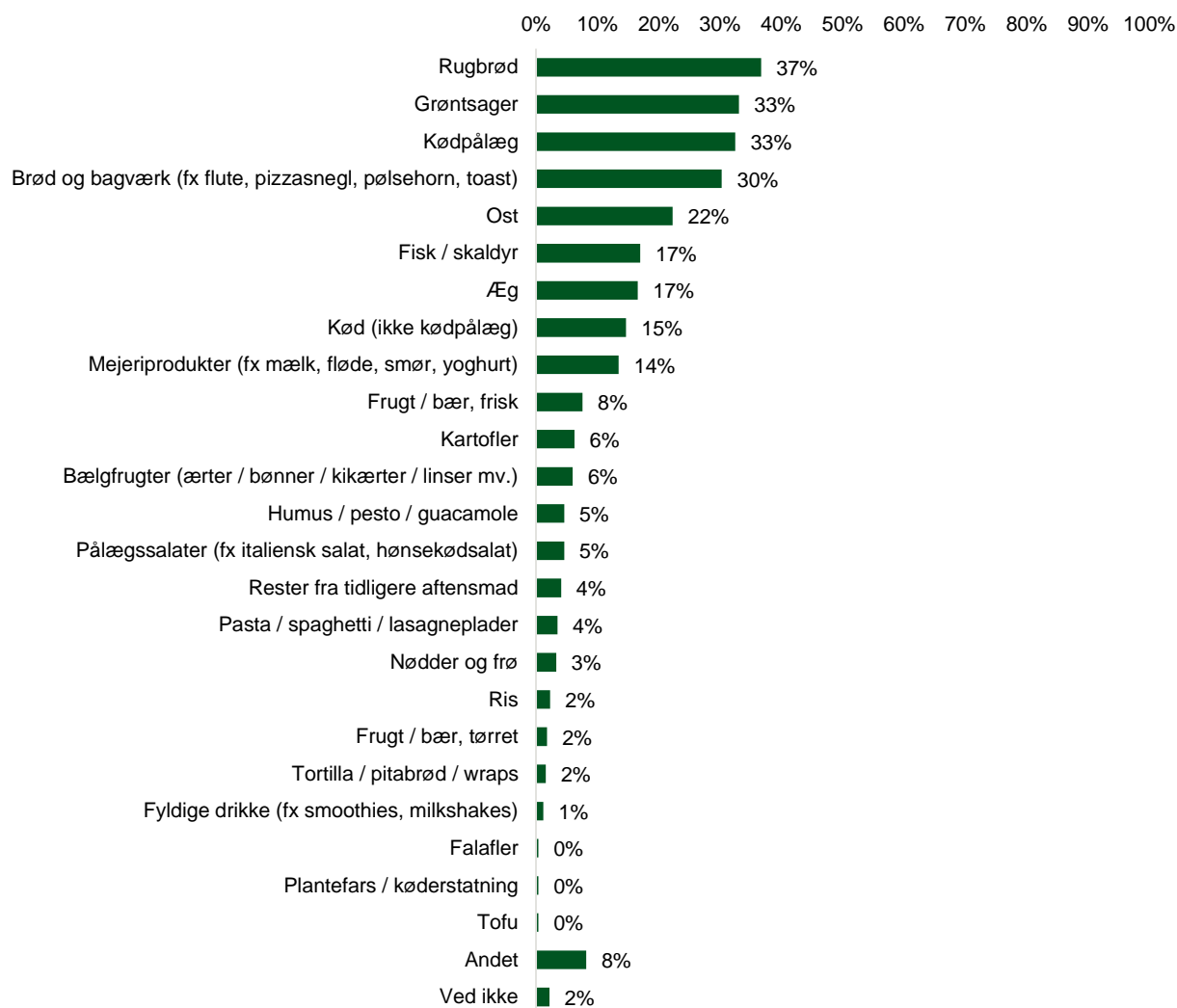
Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer 2024 n=1588 (blandt dem der fik frokost i går). Heraf hverdag n=1147 weekend n=441. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse.

Ikke overraskende er der forskelle på hverdage og weekender. Madpakken er mere udbredt i hverdagene, hvor hver femte forbruger, der spiste frokost, havde en madpakke med, mens det kun gælder 12 pct. i weekenderne. I weekenderne bliver frokosten, ikke så overraskende, i højere grad forberedt og spist derhjemme, men også et måltid købt på farten er mere udbredt i weekenderne.

## Frokosten består oftest af rugbrød, grøntsager samt kødpålæg

Hvad består danskernes frokost så typisk af? Her ser vi, at rugbrød er den mest populære fødevarer til frokost. 37 pct. af de danske forbrugere har fået rugbrød til frokost, mens 33 pct. har fået grøntsager samt kødpålæg. Brød og bagværk, ost, fisk/skaldyr samt æg er ligeledes ofte noget der hører frokosten til, og dette er noget, som hhv. 30 pct., 22 pct., 17 pct. og 17 pct. har fået til frokost dagen før. Længere nede på listen kan vi se, at 4 pct. har fået rester fra aftensmaden til frokost.

Figur 2: Hvilke af disse fødevarer indgik i din frokost i går?

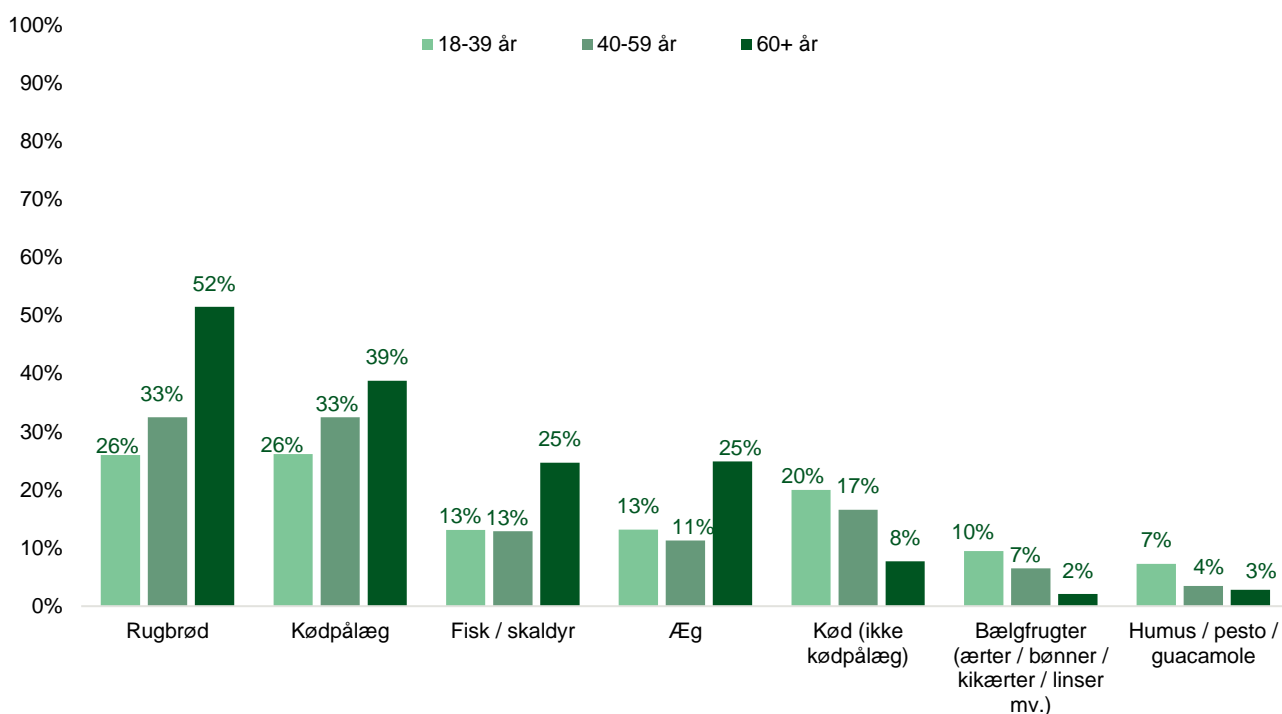


Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer 2024 n=1588 (blandt dem der fik frokost i går). Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse.

I hverdage består frokosten i højere grad af grøntsager, bælgfrugter samt nødder og frø, mens der i weekenden spises mere æg.

Et nærmere kig på forskelle i demografi afslører, at kvinder oftere end mænd angiver at have spist grøntsager og humus til frokost, mens kødpålæg, brød og bagværk samt pålægssalater, oftere spises af mænd. Yderligere forskelle kan ses på alder. Rugbrød er særdeles populært blandt de ældre forbrugere over 60 år, hvor mere end hver anden angiver at have spist rugbrød til frokost dagen før. Det er ligeledes oftere blandt de ældste deltagere i undersøgelsen, at kødpålæg, fisk/skaldyr samt æg bliver spist. Omvendt er det oftere de yngre forbrugere, der har fået kød (som ikke er kødpålæg), bælgfrugter og spreads som humus/ pesto og guacamole til frokost dagen før.

**Figur 3: Hvilke af disse fødevarer indgik i din frokost i går? Udvalgte svarmuligheder vist, hvor der er signifikante forskelle på aldersgrupper**

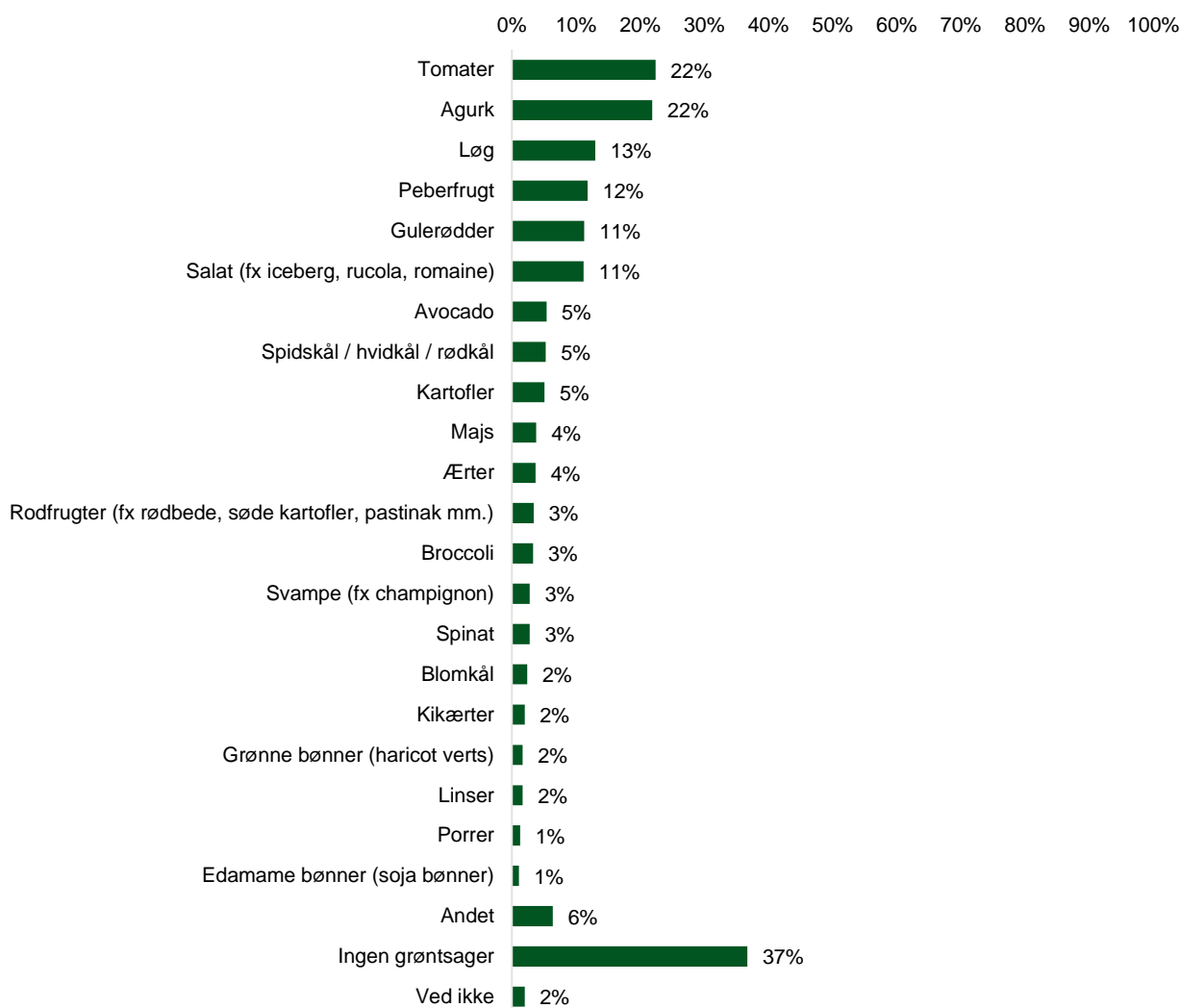


Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer 2024 n=1588 (blandt dem der fik frokost i går), heraf 18-39 år n=543, 40-59 år n=506, 60+ år n=539. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

## Tomater og agurker er en favorit til frokost

Spørger vi mere specifikt ind til, om der indgik grøntsager og bælgrugter i frokosten, ser vi, at grøntsager spiller en vigtig rolle i mange danskeres frokost. Seks ud af ti forbrugere kan huske, at de fik mindst én grøntsag eller bælgrugt som en del af deres frokost dagen før. De grøntsager og bælgrugter, der oftest går igen, er tomater, agurk, løg, peberfrugt, gulerødder samt salat og er de mest populære valg, når danskerne vælger deres frokost,

**Figur 4: Hvilke grøntsager og bælgfrugter indgik i din frokost i går?**



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer 2024 n=1588 (blandt dem der fik frokost i går). Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse.

Ser vi på forskelle mellem aldersgrupper, spises tomater hyppigere blandt de ældre danskere over 60 år, mens de 40-59-årige i højere grad vælger gulerødder, peberfrugt, salat og majs til frokost. Blomkål og linser er derimod mere populære valg blandt de 18-39-årige.

Når det kommer til mejeriprodukter, er det ikke overraskende, at smør er den mest nævnte ingrediens blandt deltagerne. Den gule ost følger efter som en af de hyppigst indtagne mejeriprodukter til frokost.

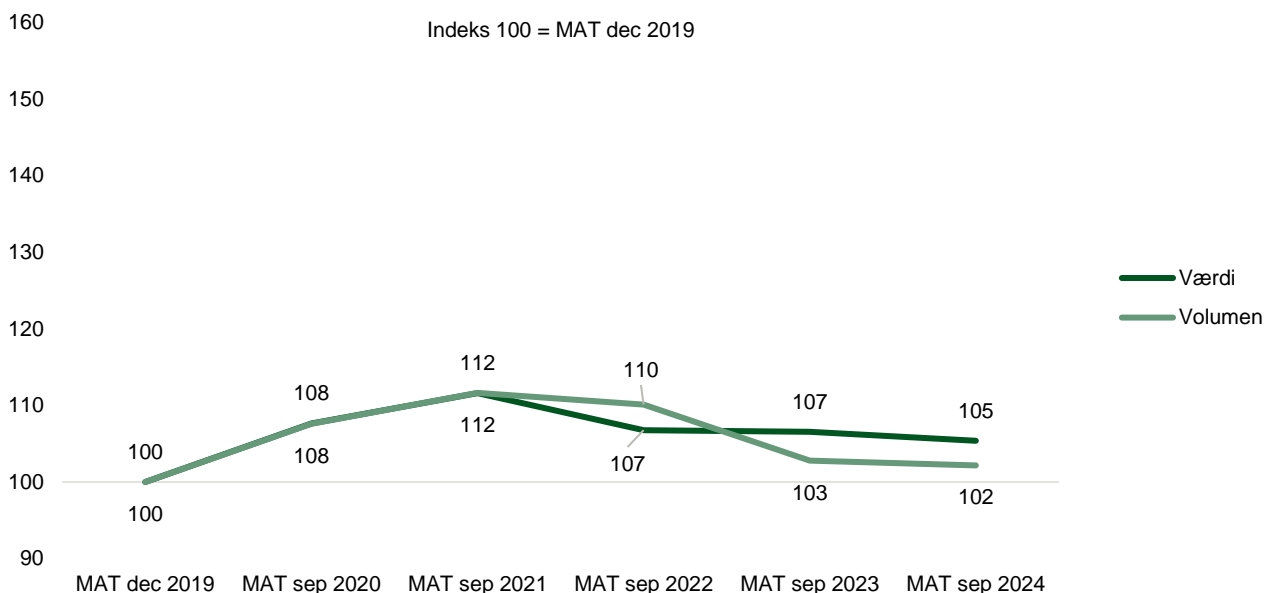
Når det drejer sig om drikkevarer, er vand uden brus det klart mest populære valg til frokosten, det er mere end halvdelen af deltagerne, der vælger dette. 14 pct. angiver, at de fik sodavand, mens 10 pct. drak kaffe eller vand med brus til frokosten.

## Stabil udvikling i kødpålæg i dansk detail

Ser vi samlet på de danskere, der enten har fået kødpålæg eller kød til frokosten, angiver 46 pct. af forbrugerne, at de har fået kød i en eller anden form til frokost dagen før. Blandt de mest populære kødtyper til frokost er grisekød på førstepladsen, efterfulgt af fisk, kylling og oksekød.

Dykker vi ned i Kauza-panelet, der tracker udviklingen på dagligvaremarkedet, kan vi se, at kødpålæg har haft en stabil vækst både i værdi og volumen siden 2019. Der er også et tydeligt opsving i kødpålægget under corona-nedlukningen, hvor frokosten i høj grad blev indtaget hjemmefra.

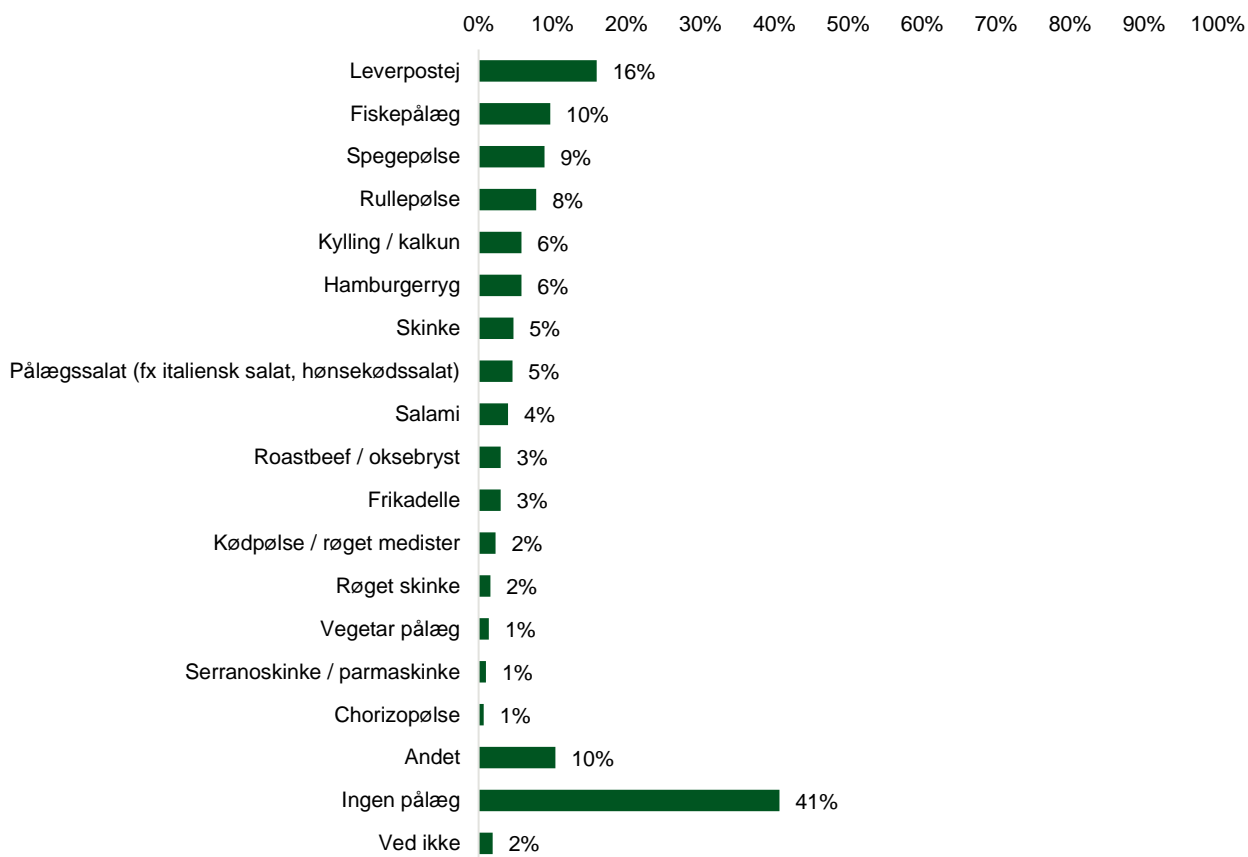
**Figur 5: Kauza. Udvikling i kødpålæg. Indeks 100 = MAT dec 2019**



Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer, Sep 2024

Et nærmere kig på de pålægstyper, der især bliver spist, viser, at leverpostejnen topper listen som den mest populære pålægstype. Fiskepålæg og spegepølse følger efter som de næstmest foretrukne, mens rullepølse og kylling/kalkun også er blandt de hyppigt valgte pålægstyper. Længere nede på listen finder vi hamburgerryg, skinke og pålægssalater som italiensk salat eller hønsesalat. I bunden af listen finder vi de mindre populære typer som vegetarpålæg, serranoskinke og chorizopølse.

**Figur 6: Hvilke pålægstyper indgik i din frokost i går?**



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer 2024 n=1588 (blandt dem der fik frokost i går). Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse.

Der er flere forskelle blandt aldersgrupperne. Ældre forbrugere over 60 år spiser generelt mere pålæg til frokost end de andre aldersgrupper. Leverpostej er den mest populære type pålæg blandt denne gruppe og rullepølse spises også i højere grad blandt de 60+ årige. Derudover vælger de ældre oftere fiskepålæg, pålægssalater samt roastbeef/oksebryst.

De yngre forbrugere mellem 18-39 år spiser generelt ikke lige så ofte kødpålæg som de andre grupper. Dog spises chorizopølse i en lidt højere grad blandt de yngre.

### **Nem og hurtig at tilberede er det vigtigste, når frokosten skal på bordet**

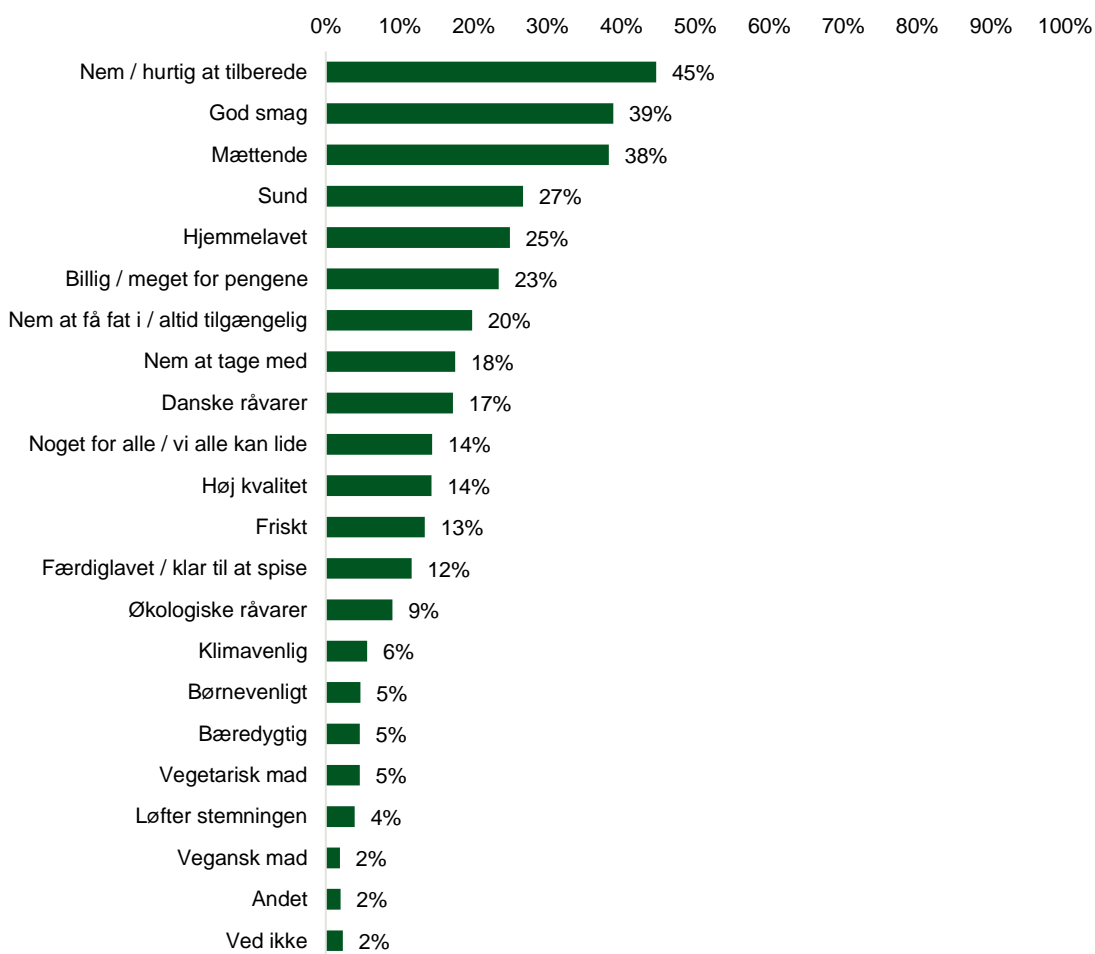
Hvordan beskriver danskerne den frokost, som de fik at spise dagen før? Ser vi nærmere på, hvordan frokosten beskrives, bliver den oftest karakteriseret ved at være nem og hurtig at tilberede, velsmagende samt mættende.

Omtrent hver fjerde forbruger beskriver den som sund samt hjemmelavet, og omtrent hver femte angiver, at den er nem at tage med. At frokosten er nem at tage med, beskriver i højere grad hverdagsfrokosten. Mens 19 pct. beskriver frokosten sådan i hverdagene, gælder det kun 13 pct. i weekenderne.

Der er et relativt stort fokus på, at frokosten består af danske råvarer, men omvendt et mindre fokus på at den er klimavenlig og bæredygtig.

Når frokosten beskrives som en madpakke, bliver den, ikke overraskende, i højere grad beskrevet som nem og hurtig at tilberede, nem at tage med, samt billig /meget for pengene

**Figur 7: Hvordan vil du beskrive din frokost i går?**

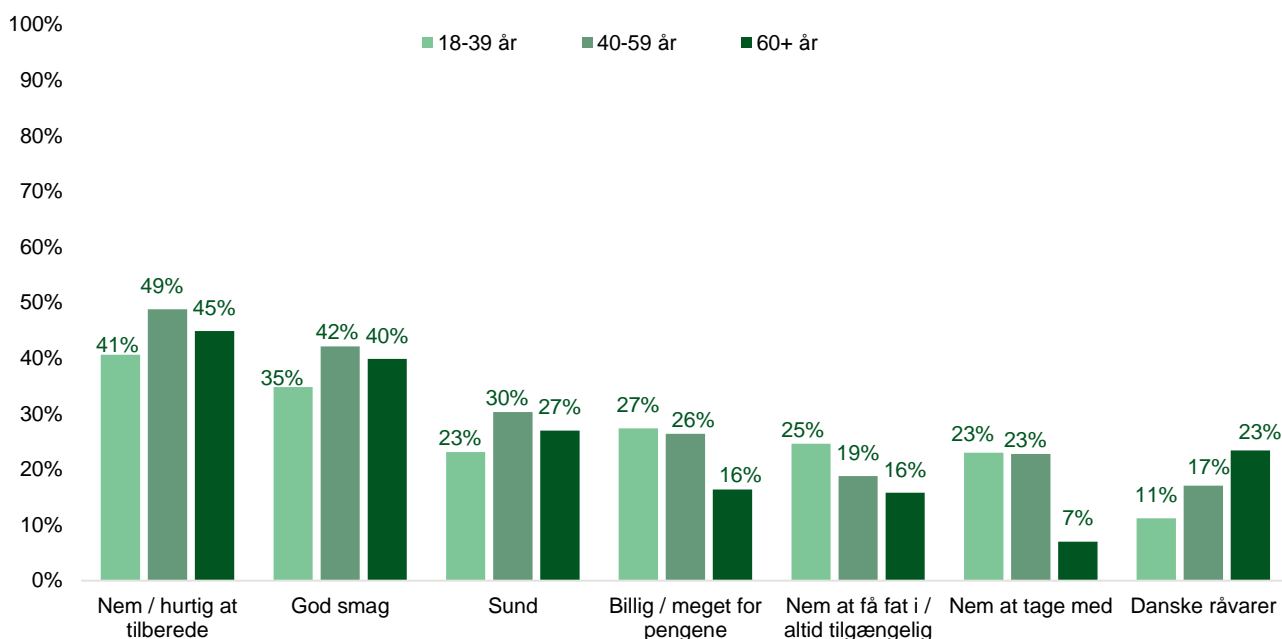


Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer 2024 n=1588 (blandt dem der fik frokost i går). Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse.

Ser vi nærmere på forskelle mellem mænd og kvinder i deres beskrivelser af frokosten, træder forskellige beskrivelser af frokosten frem. Kvinder beskriver oftere frokosten som sund, nem og hurtig at tage med, samt vegetarisk. Mænd, derimod, fremhæver i højere grad, at frokosten løfter stemningen.

Ser vi derimod på forskelle mellem aldersgrupper, viser det sig, at yngre forbrugere oftere beskriver frokosten som værende billig, nem at få fat i og let at tage med. Ældre forbrugere fremhæver i højere grad, at frokosten har god smag og at den består af danske råvarer. For gruppen af 40-59-årige er det særligt vigtigt, at frokosten er nem og hurtig at tilberede, velsmagende samt sund.

**Figur 8: Hvordan vil du beskrive din frokost i går? Udvalgte svarmuligheder vist, hvor der er signifikante forskelle på aldersgrupper**



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer 2024 n=1588 (blandt dem der fik frokost i går), heraf 18-39 år n=543, 40-59 år n=506, 60+ år n=539. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

## Opsummering: Frokosten består af klassisk danske madvaner som rugbrød, grøntsager og kødpålæg

Otte ud af ti danske forbrugere spiste frokost dagen før. Madpakker udgør 17 pct. af alle frokostmåltider, mens hovedparten fik et måltid, der var tilberedt derhjemme. Frokosten beskrives generelt som nem og hurtig at tilberede, velsmagende og mættende.

Frokostens indhold afspejler traditionelle danske madvaner, hvor rugbrød, grøntsager og kødpålæg er de mest populære valg, mens forskellige former for spreads som humus, pesto og guacamole samt bælgfrugter i højere grad bliver spist af de yngre. Når det gælder, hvilke grøntsager og bælgfrugter der indgår i frokosten, er tomater, agurk, løg, peberfrugt, gulerødder samt salat blandt favoritterne.

Blandt mejeriprodukterne kommer smør og gul ost på bordet til frokost. Når det kommer til drikkevarer, er vand uden brus det klare førstevalg blandt forbrugerne. Dog drikkes også sodavand, kaffe og vand med brus i mindre omfang.

Kødpålæg har set en stabil udvikling, når det kommer til salget i dagligvarebutikkerne, og ved et nærmere kig på de pålægstyper, der i høj grad bliver spist, finder vi leverpostej, fiskepålæg samt spegepølse.

## Om analysen

Analysen er baseret på data indsamlet Voxmeter for Landbrug & Fødevarer blandt danskere i aldersgruppen 18-80 år. Dataindsamlingen er gennemført to gange i 2024 med samme spørgeskema, hhv. maj og november måned. Eftersom man kun kan deltage én gang pr. år, har alt i alt 2.000 danskere deltaget hen over året. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

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. I hver af de to bølger er interviewene fordelt hen over ugen, der er både gennemført interview på hverdage og i weekenden.

Kauza data baseret på n=10.000 husstande, repræsentative for den danske befolkning. Kauza måler danskernes indkøb af en lang række forskellige fødevarekategorier.

Billedet på forsiden er fra [www.pexels.com](http://www.pexels.com) fotograf: Lune Lovegood