

Pris, dyrevelfærd og dansk oprindelse styrer valget, når danskerne køber æg

Markedsanalyse om køb og brug af æg

Januar 2026

Pris, dyrevelfærd og dansk oprindelse styrer valget, når danskerne køber æg

I samarbejde med Danske Æg har Landbrug & Fødevarer udarbejdet denne analyse, som sætter fokus på danskernes køb og anvendelse af æg. Analysen bygger på en befolkningsundersøgelse gennemført af Norstat i november 2025 blandt 2.008 repræsentativt udvalgte danskere. Undervejs sammenlignes resultaterne med tidligere undersøgelser om æg-forbrug fra 2024, 2023 og 2022.

De vigtigste indsigter er:

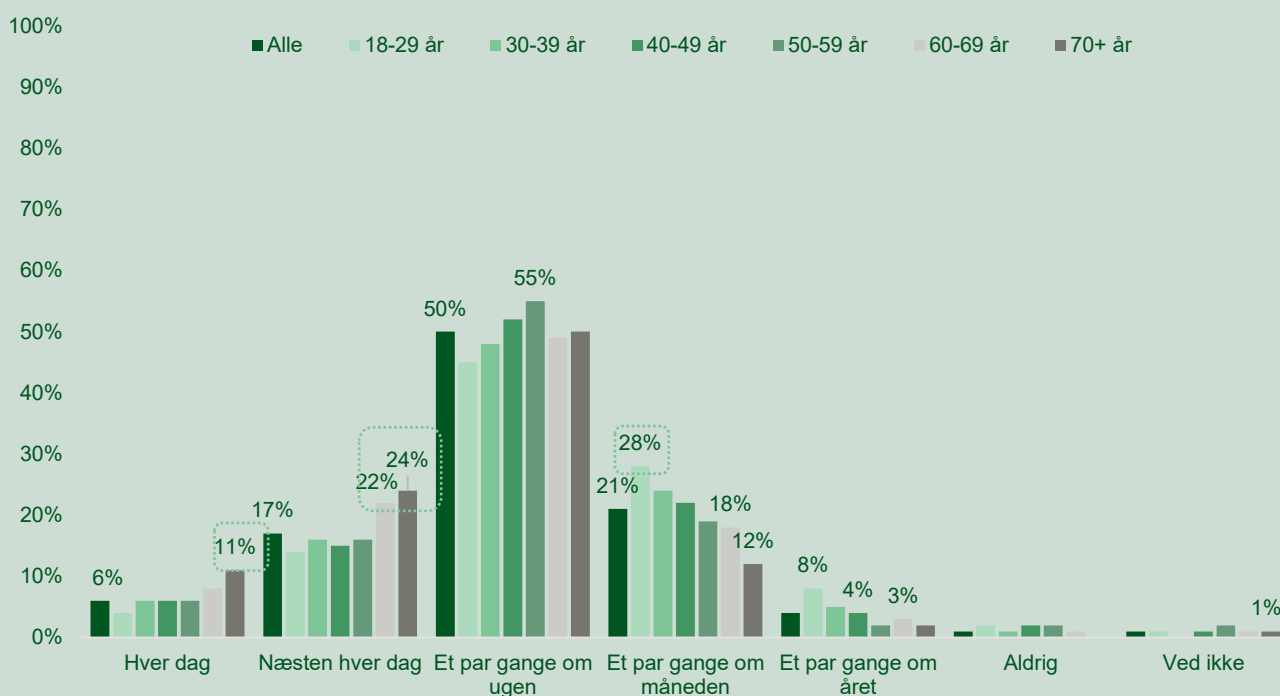
- **Æg er en fast del af danskernes hverdag:** Tre ud af fire danskere spiser æg mere end én gang om ugen, og gennemsnittet ligger på omkring fire æg pr. uge. Ældre spiser oftere æg end unge, og børnefamilier med større børn har et særligt højt forbrug. De mest populære måder at spise æg på er spejlæg, blødkogte og hårdkogte æg, rørag, omelet og æg på rugbrød.
- **Sundhed og protein er centrale budskaber:** Størstedelen af danskerne forbinder æg med sundhed, især på grund af det høje proteinindhold og den gode mæthed. Æg ses som en naturlig og nærende del af kosten, men der er stadig nogle, der forbinder æg med forhøjet kolesterol og usikkerhed om sundhed.
- **Pris, dyrevelfærd og dansk oprindelse styrer valget:** Danskerne vægter pris højest ved køb af æg, efterfulgt af dyrevelfærd og dansk oprindelse. Økologi og friskhed har også betydning, mens smag spiller en mindre rolle. Yngre prioriterer pris markant mere end ældre, som vægter dansk oprindelse og pris lige højt.
- **Skrabeæg og økologiske æg - nu side om side i indkøbskurven:** 31 pct. køber typisk økologiske æg, og nu gælder det samme for skrabeæg. I 2025 deler skrabeæg førstepladsen med økologiske æg, hvilket viser, at skrabeæg har vundet indpas det seneste år. Den stigende interesse kan pege på en vis prisfølsomhed i en tid med højere fødevarepriser.
- **Potentiale for øget forbrug – især blandt unge og studerende:** Selvom de fleste forventer at spise samme antal æg fremover, ønsker hver sjette at spise flere. Det gælder især unge og studerende, som prioriterer nemhed og fleksibilitet. Her er der mulighed for at inspirere med convenience-produkter og små portionspakker, ev. som et mellemmåltid på farten.
- **Klimavenlighed og madspild er underkommunikeret:** Mange danskere er usikre på ægs klimaaftryk og rolle i at kunne reducere madspild. Kun en mindre del opfatter æg som klimavenlige, og halvdelen ved ikke, at æg kan hjælpe med at mindske madspild. Her er der potentiale for mere oplysning og kommunikation.
- **Segmenter og værdier giver mulighed for målrettet kommunikation:** Forbrugsmønstre og værdier varierer: Ældre og kvinder prioriterer dansk oprindelse og dyrevelfærd, unge og børnefamilier vægter pris og nemhed. Analysen peger på, at producenter og detailkæder kan styrke ægs position gennem målrettede kampagner og sortimenter, der taler til de forskellige segmenters behov.

4 æg om ugen er standard for mange danskere

Landbrug & Fødevarer har igen i år, i samarbejde med Danske Æg, undersøgt danskernes holdning til og brug af æg. Halvdelen af danskerne spiser æg et par gange om ugen, mens knap hver fjerde spiser æg dagligt eller næsten dagligt. Omvendt nøjes 21 pct. med et par gange om måneden. Tallene understreger æggets stærke position i hverdagsmaden - 3 ud af 4 danskere spiser æg mere end én gang om ugen.

Ældre danskere spiser æg oftere end yngre. Blandt de 70+ årige spiser hele 35 pct. æg hver dag eller næsten hver dag, mens det kun gælder 18 pct. af de 18-29-årige. Omvendt er der langt flere i aldersgruppen 18-29 år, som kun spiser æg et par gange om måneden sammenlignet med gennemsnittet. Bemærk, at undersøgelsen i 2025 er udvidet til at omfatte danskere over 70 år – en vigtig målgruppe med højt æg-forbrug, hvilket giver et mere retvisende billede af samfundet.

Figur 1: Hvor ofte spiser du æg? Fordelt på alder



Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Norstat, november 2025 n=2.008, heraf 18-29 år n=408, 30-39 år n=345, 40-49 år n=312, 50-59 år n=353 og 60-69 år n=312, 71+ år n=278. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region. NB: I 2025 har vi udvidet aldersgruppen fra 18-70 år til at være 18-80 år. Der er i 2025 n=278 deltagere, der er over 70 år – svarende til 14 pct. ud af totalen på n=2.008.

Når danskerne selv vurderer deres ugentlige æg-forbrug, svarer 33 pct., at de spiser op til to æg om ugen. Disse kalder vi i analysen 'light users'. 42 pct. ligger på tre til fem æg, kaldet 'medium users', mens 23 pct. spiser mindst seks æg om ugen – i analysen kaldet 'heavy users'. I gennemsnit spiser danskerne 4,1 æg om ugen – præcis det samme som sidste år.

Kigger vi nærmere ned i segmenter, ser vi, at heavy users - dem der spiser 6+ æg i ugen - i højere grad består af børnefamilier med børn ml. 13-17 år, men også de forbrugere, som lægger vægt på

'ingen kemi', 'GMO frit' og 'naturlige ingredienser', når de handler dagligvarer generelt. Dette fortæller os noget om, at æg kan positioneres som et naturligt valg, en sund og ren hverdagsløsning, gerne målrettet børnefamilier.

Light users - dem der spiser 0-2 æg i ugen - består i højere grad af de 18-29-årige, af 1-personers husstande, men også af de forbrugere, som lægger vægt på 'nemt at anvende' og 'let tilgængeligt' ved købt af dagligvarer generelt. Hvis man vil ramme denne målgruppe, kan man med fordel fokusere på nemhed og tilgængelighed, f.eks. gennem små portionspakker og fleksible løsninger.

Når danskerne bliver spurgt, om de spiser flere eller færre æg end for et år siden, svarer størstedelen (70 pct.), at forbruget er uændret. 13 pct. spiser flere æg, mens 14 pct. spiser færre. Dem, der spiser flere æg, er typisk heavy users, men også kvinder, unge mellem 18-29 år og studerende. Omvendt er dem, der spiser færre æg, i højere grad light users - og overraskende nok også unge og studerende. Gruppen 18-29 år er altså polariseret: nogle øger forbruget, andre reducerer det. Det kunne fortælle noget om, at unge er mere påvirkelige og åbne for at ændre adfærd eller prøve nyt, mens ældre forbrugere er mere stabile og mindre påvirkelige.

Figur 2: Vil du mene, at du selv spiser flere eller færre æg nu i forhold til for et år siden, eller er det uændret?

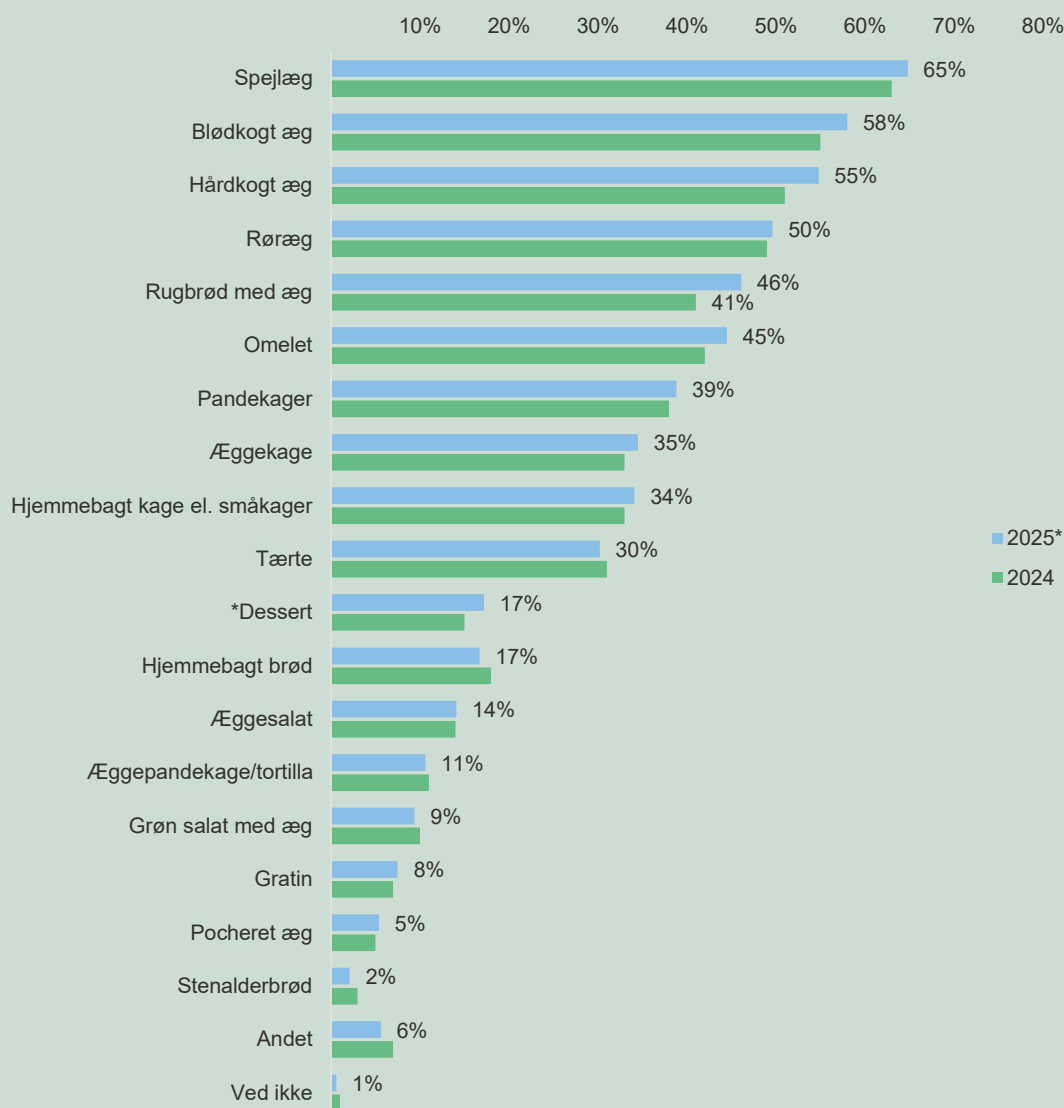


Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Norstat, november 2025 n=2.008. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region.

Æg-klassikerne holder stand: Spejlæg og blødkogt æg er favoritter

Danskerne bruger æg på klassisk vis – og det har været uændret i mange år. De mest populære retter er spejlæg, blødkogte og hårdkogte æg, røræg, æg på rugbrød samt omelet. Sammenlignet med undersøgelsen fra november 2024 er der i år en lille stigning i brugen af æg på rugbrød samt hårdkogte æg. Dette kan dog skyldes, at vi i 2025 har udvidet aldersgruppen til at inkludere danskere over 70 år, som i andre undersøgelser er kendte for at være glade for det gode rugbrød med pålæg. Ellers er der ingen ændringer, hvilket understreger æggets faste plads i hverdagsmaden i danske hjem.

Figur 3: På hvilken måde bruges æg typisk hjemme hos dig/jer?



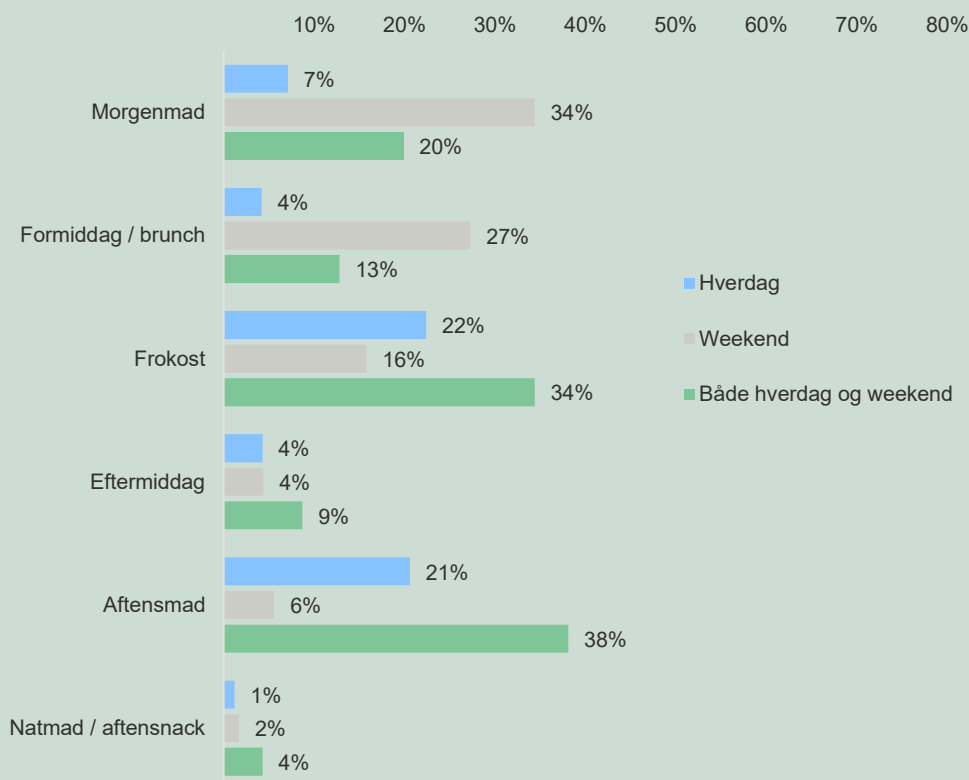
Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Norstat, november 2025 n=1.982 (spiser æg). *Dessert er forkortet i grafen. Svarmuligheden lyder "Dessert (f.eks. hjemmelavet is, chokolademousse, citronfromage)". *I 2025 har vi udvidet aldersgruppen fra 18-70 år til at være 18-80 år, hvilket gør sammenligning med tidligere år indikativ. Der er i 2025 n=278 deltagere, der er over 70 år – svarende til 14 pct. ud af totalen på n=2.008. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region.

Undersøgelsen viser tydelige forskelle i, hvilke retter med æg forskellige forbrugergrupper foretrækker. For dem, der spiser æg hver dag, er det især det blødkogte æg, der hitter - hele 71 pct. vælger denne klassiker, og det samme gælder i 2-personers husstande, hvor 62 pct. foretrækker blødkogt. Hos børnefamilier med små børn 0-6 år er billedet anderledes: her er æg oftere en ingrediens i tærter, røræg og pandekager, som henholdsvis 43, 63 og 67 pct. af familierne vælger. Der er også regionale forskelle: I Region Hovedstaden spises æggesalat oftere end i resten af landet, mens æggecake er populær i Syddanmark. Nordjyderne bruger gerne æg i hjemmebagte kager og småkager.

Mænd og kvinder spiser æg lige ofte, men kvinder anvender æg mere til røræg, rugbrød med æg, hjemmebag og pandekager. Alderen spiller også en rolle: Unge mellem 18-29 år spiser markant mere røræg end gennemsnittet, men spiser sjældnere klassiske æg-retter som blødkogte og hårdkogte æg, æggecake og gratin. Hos de 50+ årige er det blødkogte æg favoritten, mens pandekager og hjemmebag hitter hos dem mellem 30-49 år - sandsynligvis noget, der nydes sammen med hele familien – også evt. børn i husstanden.

Æg til morgenmad og brunch er typisk forbeholdt weekenden, mens det er langt mindre udbredt i hverdagen. Til frokost spises æg både på hverdage og i weekenden, dette gør sig ligeledes gældende for æg til aftensmad – om end få mener, at æg til aftensmad er forbeholdt weekenden. Sammenlignet med tidligere år tegner der sig det samme mønster – uagtet aldersudvidelsen i 2025 - hvilket understreger æggets alsidighed og faste rolle i både morgenmad, frokost og aftensmad.

Figur 4: Prøv at tænke tilbage på de seneste 10 æg du har spist. Hvornår spiste du dem?



Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Norstat, november 2025 n=1.982 (spiser æg). Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region. Det var desuden muligt at svare "Spiste ikke æg på dette tidspunkt", så det samlet set summer til 100% for hvert tidspunkt.

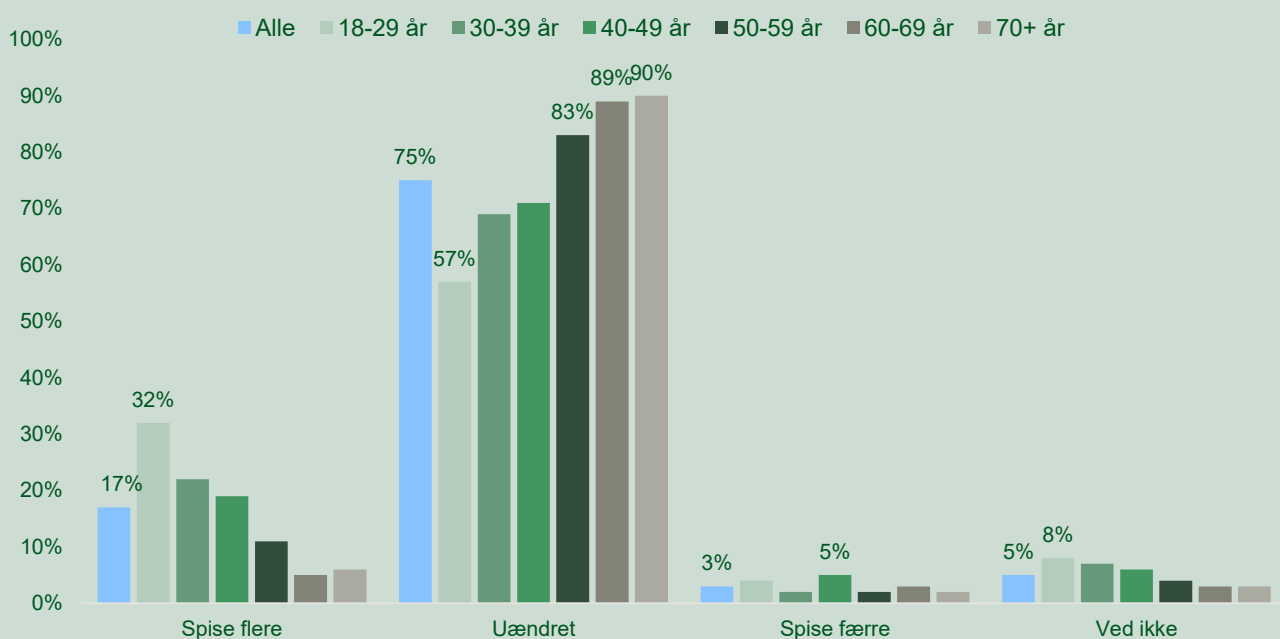
Potentialet for øget æg-forbrug

Danskerne blev også spurgt, hvor mange æg, de mener, er passende at spise om ugen ud fra et sundheds- eller ernæringsmæssigt perspektiv. Her er deltagerne ikke helt enige – f.eks. angiver 19 pct. at 7 æg er det ideelle antal, 14 pct. angiver 4 æg, mens 6 pct. angiver 10 æg som passende indtag pr. uge. I gennemsnit vurderer danskerne, at 5,9 æg om ugen er passende. Det er interessant, fordi det ligger højere end det faktiske gennemsnitlige forbrug på 4,1 æg om ugen. Denne forskel kan pege på et uforløst potentiale: Forbrugerne ser æg som en sund og naturlig del af kosten og er åbne for at spise flere, end de gør i dag. Det giver producenterne en mulighed for at inspirere til øget brug af æg.

I 2025 blev undersøgelsen udvidet med et nyt spørgsmål: Om danskerne i fremtiden ønsker at spise flere, færre eller det samme antal æg som i dag. Dette giver værdifuld indsigt i, hvilke målgrupper der har potentiale for øget æg-forbrug - og dermed hvor producenter kan sætte ind med inspiration og kommunikation for at påvirke adfærden.

Tre ud af fire danskere forventer at spise det samme antal æg i fremtiden. Det gælder især dem, der allerede har et højt forbrug – de 70+-årige (90 pct.), dem der spiser æg 'hver dag' (90 pct.) og heavy users (79 pct.). Men der er et interessant potentiale: 17 pct. ønsker at spise flere æg fremover. Hvem er de? Først og fremmest er det studerende, hvor hele 33 pct. ønsker at øge forbruget. Det gælder også i højere grad de unge (32 pct.) samt dem, der spiser æg 'et par gange om ugen' (23 pct.). Fælles for denne gruppe er, at de prioriterer nemhed – 23 pct. lægger vægt på, at dagligvarer skal være 'nemme at anvende'. Det peger på en klar mulighed for at inspirere med enkle løsninger og convenience-produkter.

Figur 5: Ønsker du i fremtiden at spise flere eller færre æg i forhold til nu, eller er det det samme?
Fordelt på alder. Jeg ønsker at...



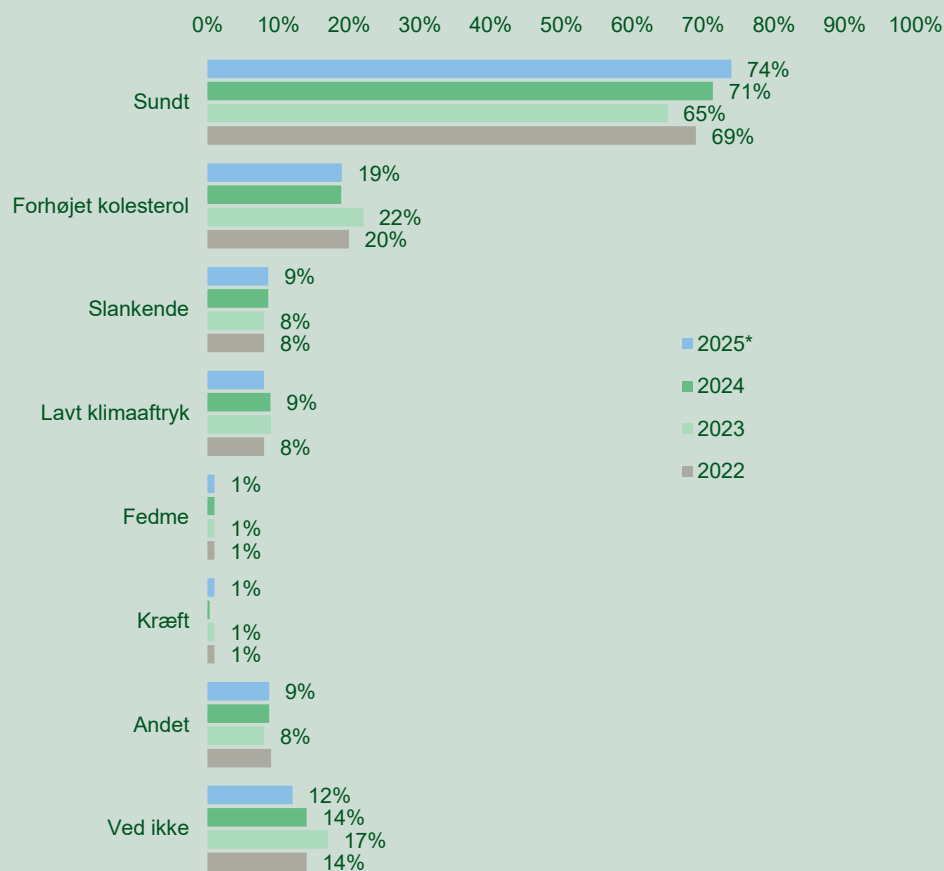
Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Norstat, november 2025 n=2.008, heraf 18-29 år n=408, 30-39 år n=345, 40-49 år n=312, 50-59 år n=353, 60-69 år n=312, 70+ år n=278. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region.

Æg opfattes i høj grad som sundt

En stor del af danskerne forbinder æg med sundhed – i 2025 gælder det 74 pct. af de adspurgte. Det er en markant stigning fra 65 pct. i 2023 og lidt højere end 71 pct. i 2024. Denne ændring skyldes sandsynligvis udvidelsen af aldersgruppen, hvor især de ældste deltagere opfatter æg positivt og derfor trækker gennemsnittet op. Udvidelsen giver dog samtidig et mere retvisende billede af befolkningen og holdninger deriblandt.

Omkring en femtedel af forbrugerne associerer fortsat æg med forhøjet kolesterol, hvilket har været stort set uændret gennem de seneste fire år. Udsagn som "slankende" og "lavt klimaaftryk" genkendes af cirka 9 pct. af forbrugerne, en stabil andel på tværs af målingerne.

Figur 6: Hvilke af følgende udsagn knytter du sammen med æg?



Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Norstat, november 2025 n=2.008, november 2024 n=1.205, november 2023 n=1.515 og november 2022 n=1.034. *I 2025 har vi udvidet aldersgruppen fra 18-70 år til at være 18-80 år, hvilket gør sammenligning med tidligere år indikativ. Der er i 2025 n=278 deltagere, der er over 70 år – svarende til 14 pct. ud af totalen på n=2.008. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region.

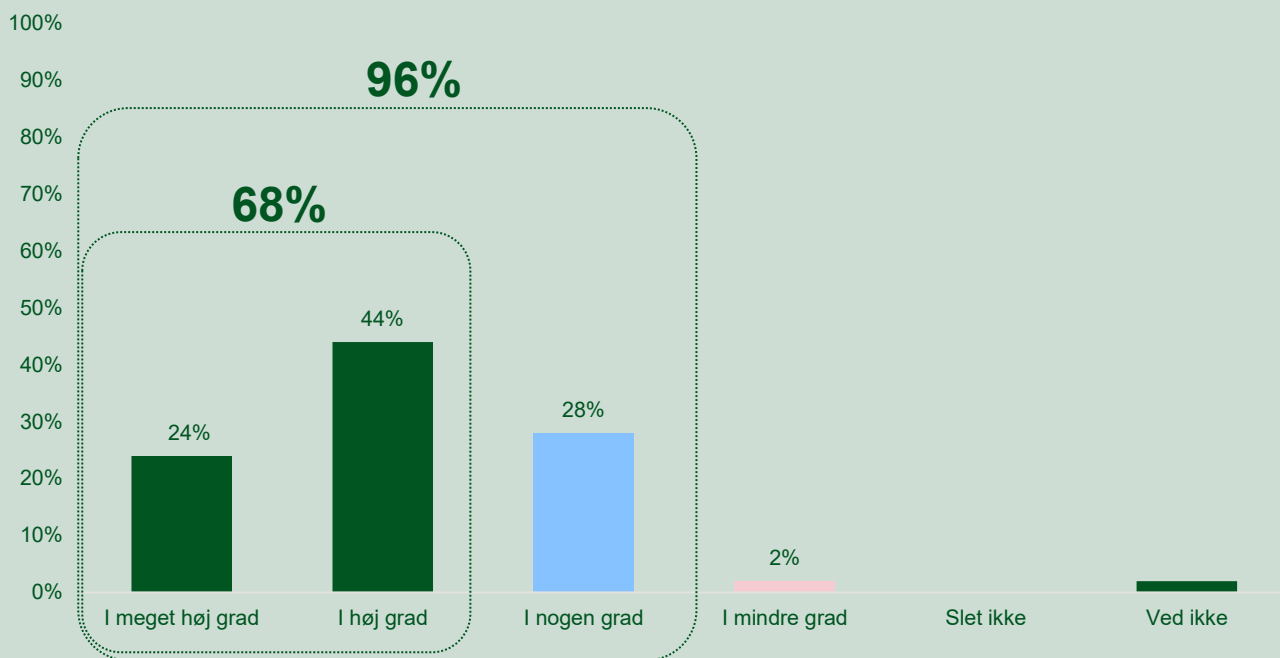
Mænd og kvinder har forskellige opfattelser af æg. Flere mænd end kvinder forbinder æg med et lavt klimaaftryk og med forhøjet kolesterol, mens kvinder i højere grad ser æg som sundt og/eller slankende. Opfattelsen varierer også med alder: Kun 13 pct. af de 18-29-årige forbinder æg med forhøjet kolesterol, mens det gælder hver fjerde blandt de 50-69-årige. Til gengæld ser både de yngste og de ældste æg som sundt – hele 81 pct. af de 18-29-årige og 77 pct. af de 70-80-årige. At

undersøgelsen i 2025 blev udvidet til at omfatte forbrugere over 70 år, kan derfor, som nævnt, have bidraget til den stigende andel, der vurderer æg som sundt.

Interessant nok forbinder light users - dem, der spiser 0-2 æg om ugen - langt sjældnere æg med sundhed end både medium users (3-5 æg om ugen) og heavy users (6+ æg om ugen). For 'sundt' svarer henholdsvis 69 pct., 77 pct. og 83 pct. i de tre grupper. Light users angiver til gengæld markant oftere 'ved ikke', hvilket indikerer et potentiale for oplysning og inspiration.

Gradbøjer man sundheden, så mener 7 ud 10 danskere, at æg er sunde 'i meget høj grad' eller 'høj grad'. Det er især heavy users, som angiver 'i meget høj grad'. Inkluderer man 'i nogen grad', kommer vi op på 96 pct. af befolkningen, som opfatter æg som sunde. Kun 2 pct. angiver 'i mindre grad'.

Figur 7: I hvor høj grad opfatter du æg som sunde?

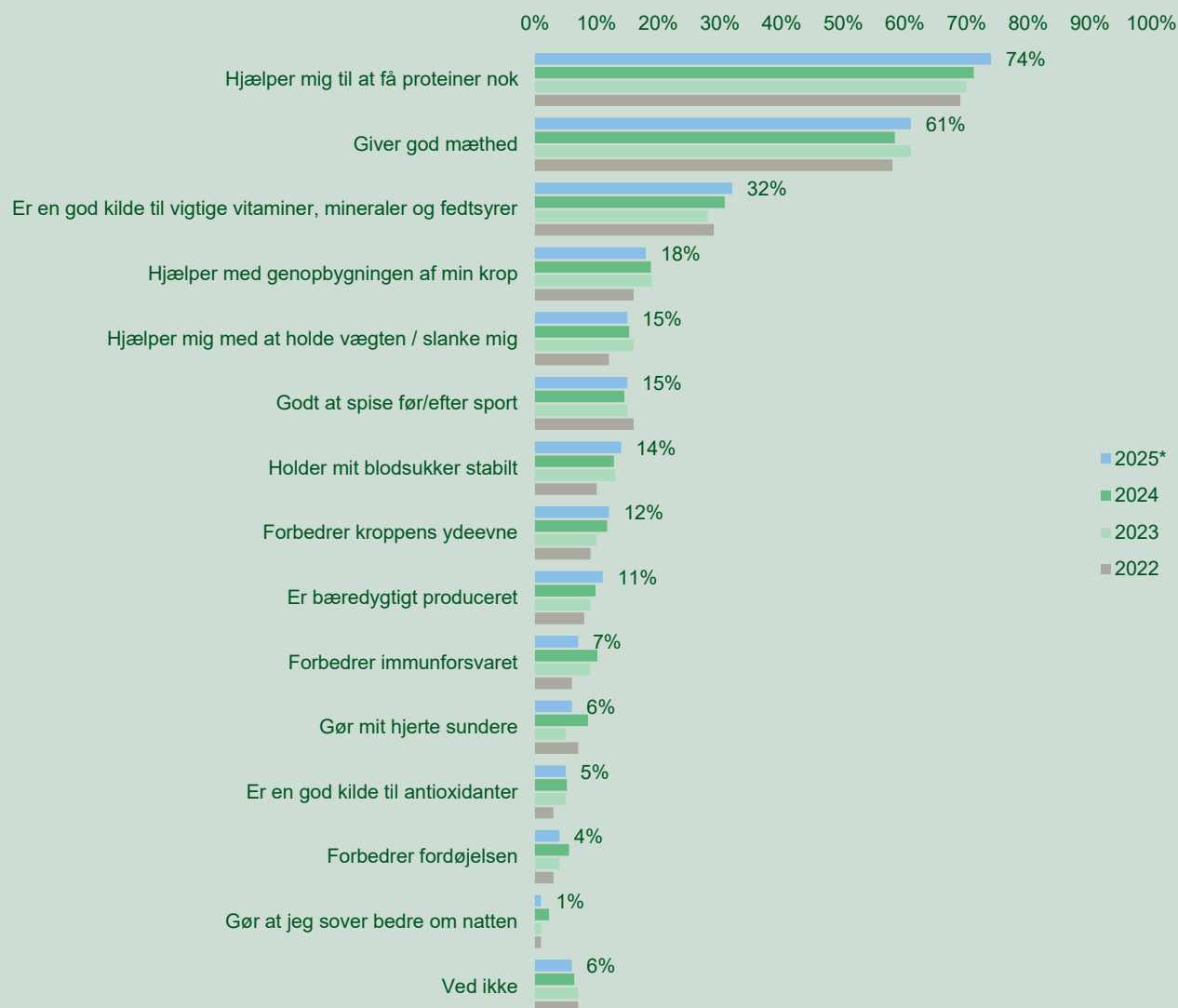


Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Norstat, november 2025 n=2.008. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region.

Protein og mæthed: Nøglen til æggets sundhedsfordel

74 pct. af dem, der ser æg som sunde i høj eller meget høj grad, fremhæver protein som hovedårsag, 61 pct. peger på mæthed, og 32 pct. nævner vitaminer og mineraler. Flere end tidligere mener, at æg sikrer tilstrækkeligt protein – især yngre, mens de 70+-årige trækker gennemsnittet ned, så stigningen skyldes således ikke aldersudvidelsen i dette års undersøgelse. Rangordenen af disse sundhedsopfattelser ligger stort set på linje med resultaterne fra tidligere års undersøgelser.

Figur 8: Kan du uddybe, hvad der i dine øjne gør, at æg er sunde? Vælg gerne flere svar.



Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Norstat, november 2025 n=1.355, november 2024 n=779, november 2023 n=924, november 2022 n=660 (angiver, at æg er sunde i høj eller meget høj grad). *I 2025 har vi udvidet aldersgruppen fra 18-70 år til at være 18-80 år, hvilket gør sammenligning med tidligere år indikativ. Der er i 2025 n=278 deltagere, der er over 70 år – svarende til 14 pct. ud af totalen på n=2.008, heraf n=187, der angiver, at æg er sunde i høj eller meget høj grad, svarende til 14 pct. ud af totalen for dette spørgsmål på n=1.355. Undersøgelserne er repræsentative på køn, alder og region.

Kvinder fremhæver i højere grad protein og mæthed som centrale faktorer, men også vægtkontrol og stabilt blodsukker spiller en rolle i deres opfattelse af æg som sunde. Mænd, derimod, nævner oftere, at æg hjælper med kroppens genopbygning, forbedrer ydeevnen og styrker immunforsvaret. De yngste, 18-29-årige, lægger, som nævnt, især vægt på protein, men ser også æg som et godt valg før eller efter sport, mens de ældste, 70+, i højere grad fremhæver bæredygtig produktion. For dem midt i livet, 40-59-årige, er stabilt blodsukker og vægtkontrol oftere i fokus end hos andre aldersgrupper.

Blandt de danskere, der kun i nogen eller mindre grad opfatter æg som sunde (30 pct.), nævner halvdelen bekymring for forhøjet kolesterol som årsag - en opfattelse, der især ses blandt mænd i alderen 50-59 år. Derudover peger knap hver femte ud af de 30 pct. på risikoen for salmonella, mens lidt over hver tiende nævner hjerte-kar-sygdomme eller et højt fedtindhold som årsag. Samtidig svarer hver fjerde i denne gruppe 'ved ikke', hvilket tyder på, at mange er usikre på, hvorfor de vurderer æg som mindre sunde.

Alsidighed, højt proteinindhold samt sundhed og næring er centrale budskaber for æg

Landbrug & Fødevarer har gennem flere år undersøgt danskernes brug af og holdninger til æg. De nyeste resultater viser, at æg fortsat opfattes som alsidige, en god kilde til protein og en nem, hurtig løsning til måltider. Disse opfattelser er meget udbredte - over ni ud af ti danskere erklærer sig enige eller overvejende enige i disse udsagn. I 2025-undersøgelsen ser vi desuden samme høje tilslutning til et nyt udsagn: "Æg er en sund og nærende fødevare". Disse fire temaer tegner et klart billede af, hvad der er de mest centrale budskaber, når vi taler om æg: alsidighed, sundhed, næring og bekvemmelighed.

Der er samtidig et stort potentiale for at styrke kommunikationen på andre områder. Halvdelen af danskerne svarer "ved ikke" til udsagnet "Æg er en fødevare med lavt klimaaftryk", hvilket tyder på, at mange mangler viden om netop dette. Ser vi på udviklingen over de seneste fire år, er enigheden om, at æg har et lavt klimaaftryk, faldet. I 2025 er det kun 41 pct., der er enige eller overvejende enige - det laveste niveau til dato og markant lavere end i 2024, hvor tallet var 48 pct. Ændringen skyldes ikke aldersudvidelsen, da netop de 70+ årige trækker gennemsnittet op på enighed på dette udsagn om klima. Så uden dem, ville tallet sandsynligvis være endnu lavere. Det understreger et oplagt behov for at kommunikere ægs positive rolle i forhold til klima og bæredygtighed, især til de yngre forbrugere.

For ja – æg er en klimavenlig kilde til animalsk protein. Sammenlignet med andre proteinkilder som kød og mejeriprodukter har æg et lavt klimaaftryk. Produktionen af æg udleder betydeligt mindre CO₂ pr. kilo end okse-, svine- og kyllingekød samt fisk, skaldyr og ost¹. Æg kombinerer således høj ernæringsværdi med lav klimapåvirkning, hvilket gør dem til et godt valg i en bæredygtig kost.

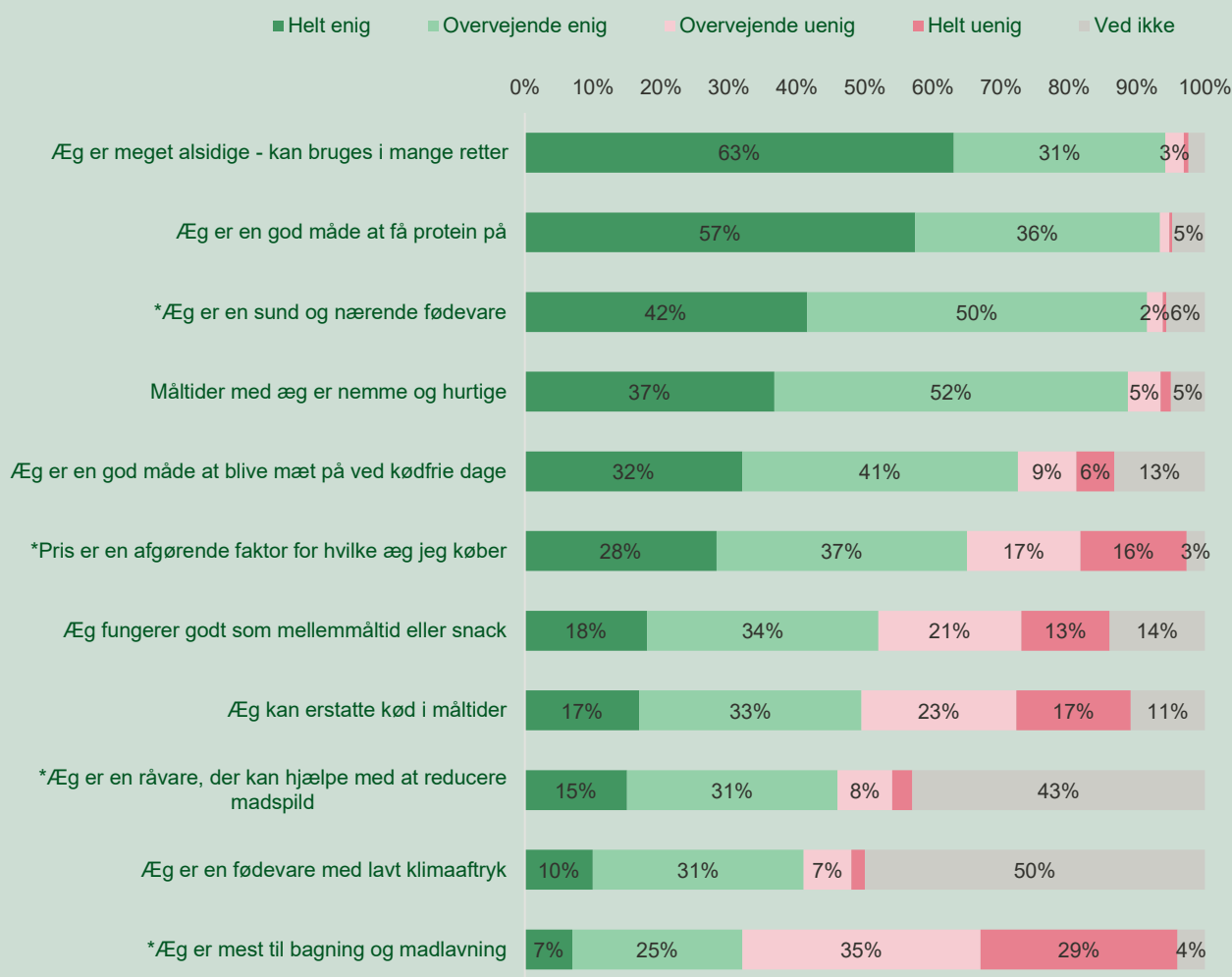
Et andet område med stort potentiale ser vi via det nye udsagn: "Æg er en råvare, der kan hjælpe med at reducere madspild". Her svarer hele 43 pct., at de ikke ved det. Madspild er et populært emne for tiden og drager stor fokus i mediebilledet også. Æg er en af de mest alsidige fødevarer - det ved danskerne - og det kan derfor også spille en vigtig rolle i kampen mod madspild - det ved mange således ikke. Æg har lang holdbarhed og er perfekte til at inddrage andre rester i fleksible retter – såkaldte "madspildsretter". Derudover kan mere oplysning om korrekt opbevaring og datomærkning gøre en stor forskel. Kort sagt: Æg kan både forlænge levetiden for andre råvarer og hjælpe med at mindske madspild i hverdagen.

Et tredje område med potentiale handler om æg som mellemmåltid eller snack. Her erklærer 51 pct. sig enige eller overvejende enige, men samtidig erklærer 34 pct. sig uenige eller overvejende uenige.

¹ [Æg og klima. Danske Æg, dec. 2025](#)

Derudover svarer 14 pct., at de ikke ved det. Det indikerer, at der med fordel kan sættes mere fokus på æg som et nemt, sundt og fleksibelt mellemmåltid.

Figur 9: Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn om æg?

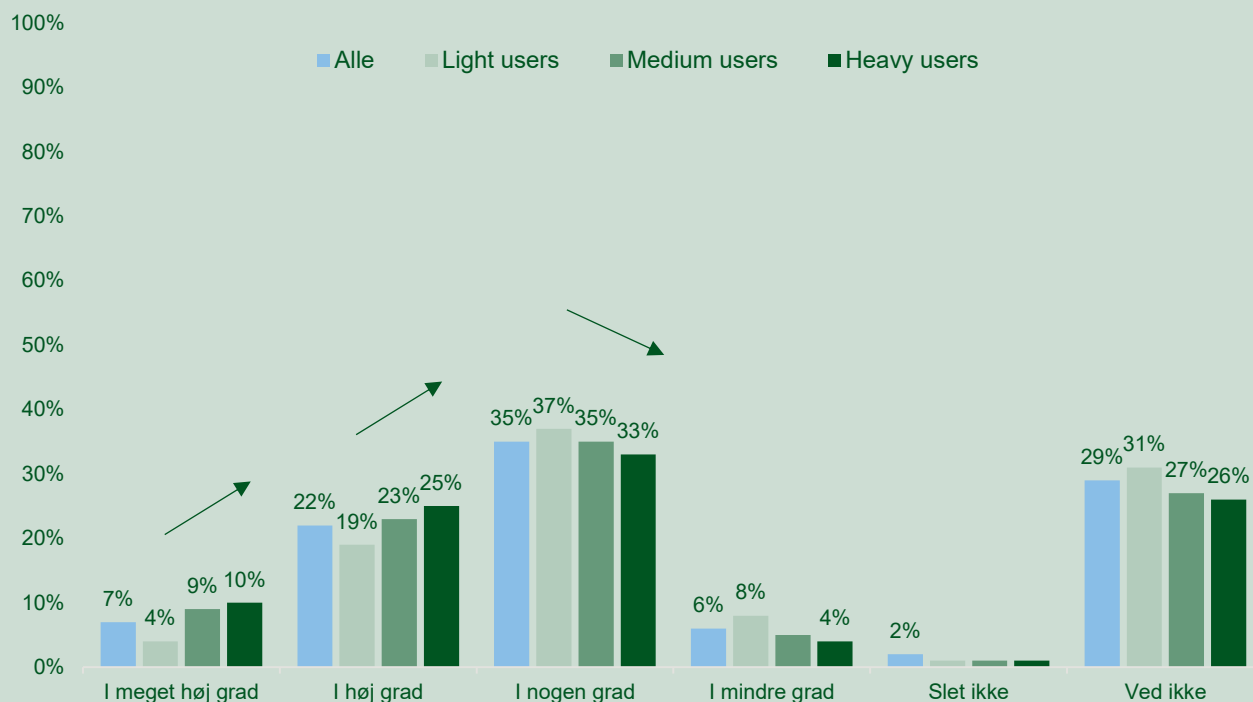


Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Norstat, november 2025 n=2.008. Sorteret efter 'helt enig'. * Nye udsagn tilføjet i 2025. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region.

Direkte adspurgt til ægs klimavenlighed, vurderer 29 pct., at æg er klimavenlige i høj eller meget høj grad, mens 35 pct. mener, at de er klimavenlige i nogen grad. Kun 8 pct. mener derimod, at æg slet ikke er klimavenlige eller kun i mindre grad. Samtidig svarer ca. hver tredje dansker (29 pct.) "ved ikke" til spørgsmålet, hvilket igen indikerer, at der mangler information om ægs klimaaftryk.

Danskere mellem 50-59 år svarer oftest "ved ikke", hvilket tyder på, at en oplysningskampagne med fordel kan målrettes denne aldersgruppe. De 70+ -årige nævnere oftere 'i høj grad' (28 pct.), og de 18-29-årige nævner oftere 'i mindre grad' (9 pct.). Der ses ingen forskel mellem mænd og kvinder. Den største variation findes dog i opdelingen mellem light-, medium- og heavy-users: Jo flere æg man spiser, desto mere klimavenlige opfatter man dem. Jo færre æg man spiser, desto større er videns-hullet.

Figur 10: I hvilken grad opfatter du æg som klimavenlige? Fordelt på light/medium/heavy users



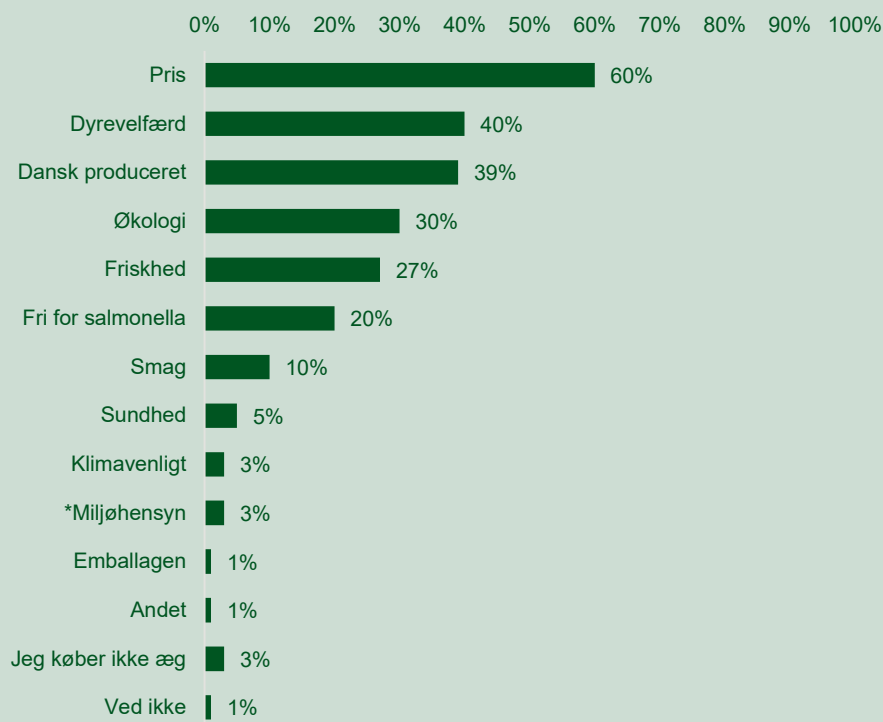
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer november 2025 n=2.008, heraf light users (0-2 æg pr. uge) n=657, medium users (3-5 æg pr. uge) n=828, heavy users (6+ æg pr. uge) n=451. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region.

Æg i indkøbskurven: Pris, dyrevelfærd og dansk oprindelse vejer tungest

Undersøgelsen har ligeledes spurgt ind til, hvad man særligt kigger efter og prioriterer, når man køber æg. I prioriteret rækkefølge, svarer 6 ud af 10 danskere, at pris har størst betydning, dernæst svarer 4 ud af 10, at dyrevelfærd vægter højt, efterfulgt af dansk producerede æg på en tæt tredjeplads. 30 pct. vægter økologi og 27 pct. vægter friskhed, når de køber æg. Smag er ikke særlig vigtigt ved køb af æg; kun 10 pct. vægter netop det, når de handler æg.

Bemærk: I 2025 blev dette spørgsmål ændret fra at være enkeltvalg til flervalg. Tidligere kunne man således kun vælge ét svar, mens man nu kan vælge flere. Det giver en mere nuanceret indsigt, da et enkeltvalgsspørgsmål begrænser hver respondent til ét svar, mens flervalg giver mulighed for at angive flere relevante præferencer. Resultatet er et mere realistisk billede af adfærd og valg - især når emnet ikke er eksklusivt. Og det er det sjældent, når vi står i supermarkedet.

Figur 11: Hvad har størst betydning for dit valg, når du køber æg? Vælg max. 3 svar



Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Norstat, november 2025 n=2.008. Respondenterne har i gennemsnit valgt 2,4 svar på dette spørgsmål. *Det fulde svar er "Miljøhensyn i forbindelse med produktionen". Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region. NB: i 2025 er dette spørgsmål blevet ændret fra at være 'kun et svar' til at være 'vælg max 3 svar'.

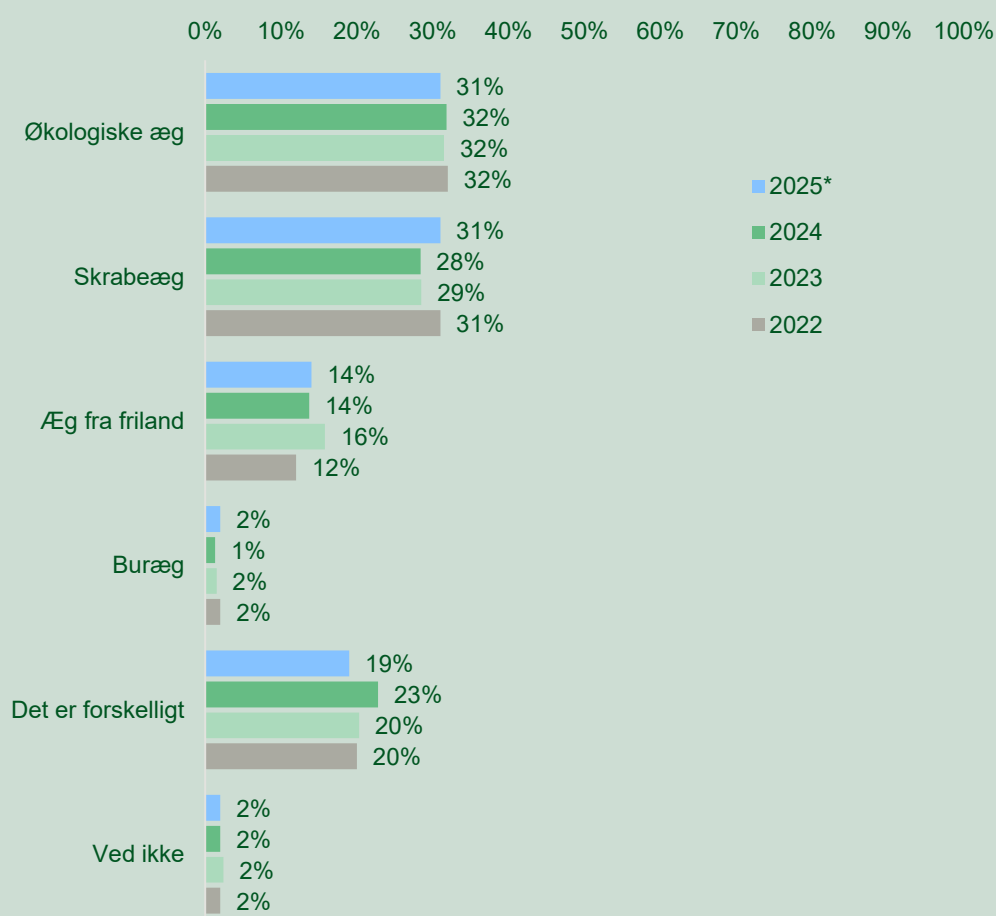
Ser vi på målingerne fra 2022, 2023 og 2024, ligger pris fortsat på førstepladsen, mens dyrevelfærd fastholder andenpladsen. Det bemærkelsesværdige i 2025 er, at økologi er rykket ned fra tredje- til fjerdepladsen, overhalet af dansk produceret, som nu indtager tredjepladsen. Hvad kan være årsagen?

Vi ved fra generelle valgkriterier for dagligvarer, at dansk produceret ofte rangerer højere end økologi, så det afspejler samfundet bedre. Den nye aldersgruppe 70+ prioriterer i høj grad dansk produceret, og det kan også have bidraget til stigningen. Samtidig er spørgsmålet i 2025 ændret til et flervalgsspørgsmål, hvilket giver mulighed for at vælge flere "nice-to-have" emner. Her fremstår dansk produceret som et oplagt valg efter pris og dyrevelfærd. Er økologi mindre vigtig end før? Det er svært at sige med sikkerhed om økologi taber betydning i forhold til lokal produktion, men andelen, der køber økologiske æg er i hvert fald ikke blevet mindre (se næste figur 12).

Når vi ser nærmere på forskelle mellem forbrugersegmenter, bliver mønstrene tydelige. De 18-34-årige lægger langt større vægt på prisen ved køb af æg - hele 73 pct. angiver, at pris har størst betydning. Hos de mere modne forbrugere, 51-80 år, er billedet anderledes: Her er dansk produceret den vigtigste faktor med 51 pct., tæt fulgt af pris med 50 pct. Kønsforskelle er også markante. Kvinder prioriterer dyrevelfærd i langt højere grad end mænd (48 pct. mod 32 pct.), og økologi spiller ligeledes en større rolle for kvinder. Børnefamilier vægter pris og økologi højere end husstande uden børn - mens sidstnævnte til gengæld lægger større vægt på dansk produceret.

Økologi ligger, som nævnt, på en fjerdeplads ved køb af æg, med 30 pct. tilslutning, hvilket stemmer godt overens med, at 31 pct. typisk køber økologiske æg. I 2025 deler skrabeæg førstepladsen med økologiske æg, hvilket viser, at skrabeæg har vundet indpas det seneste år. Aldersudvidelsen op til 80 år forklarer ikke ændringen, da denne gruppe ikke er overrepræsenteret på skrabeæg - faktisk trækker de økologiske æg op i gennemsnittet. 14 pct. køber typisk æg fra friland, mens 19 pct. svarer "det er forskelligt". Sammenlignet med året før er der nu færre, der ikke lægger sig fast på en bestemt type. At flere nu køber skrabeæg, kan indikere en vis prisfølsomhed i disse tider med stigende fødevarepriser.

Figur 12: Når du køber æg (i æggebakke), hvilken type æg køber du da typisk?



Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Norstat, november 2025 n=1.943, 2024 n=1.171, 2023 n=1.465 og 2022 n=999 (dem, der køber æg). Undersøgelserne er repræsentative på køn, alder og region. * I 2025 udvider vi aldersgruppen fra 18-70 år til 18-80 år. Det betyder, at forskelle med tidligere undersøgelser skal ses som indikative, da aldersgruppen nu er bredere end tidligere.

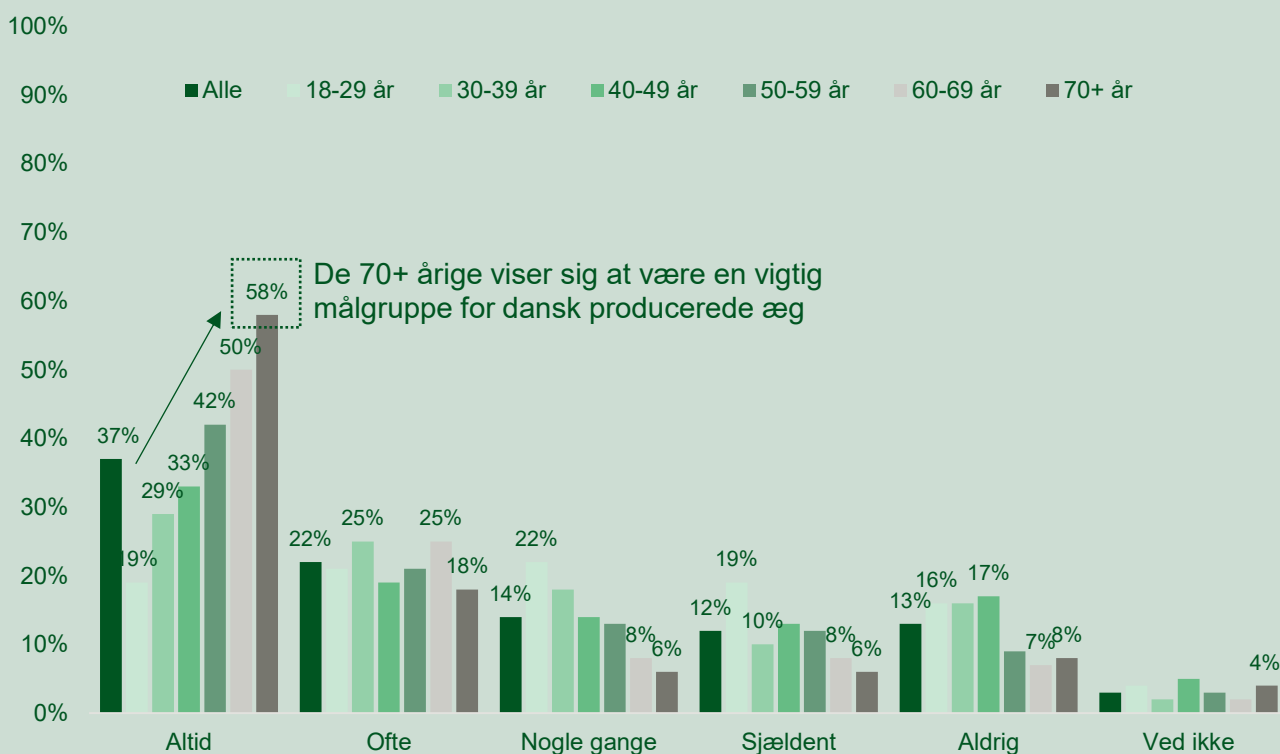
Mænd køber oftere skrabeæg (34 pct.), og kvinder køber oftere økologiske æg (35 pct.) samt æg fra friland (16 pct.). De 18-29-årige købere oftere skrabeæg (36 pct.), hvilket resonerer med at de vægter pris ekstra højt også. De 70+-årige er det segment, der oftest køber økologiske æg (36 pct.), mens det kun er 24 pct. blandt de yngre. Forbrugere i Region Hovedstaden køber oftere økologiske æg, mens forbrugere i Region Sjælland og Syddanmark oftere køber skrabeæg. Nordjyderne svarer oftere, at det er forskelligt, hvad de køber af æg.

Der er dog store forskelle på, hvor mange æg danskerne køber. Blandt danskere, der køber æg, har flest (20 pct.) købt 10 æg inden for de seneste uger, mens 13 pct. har købt hhv. 12 og 20 æg. Dette stemmer godt overens med pakkestørrelser på æg. 14 pct. har købt flere end 24 æg, og vi kan se at især er børnefamilier, husstande med 4+ personer, heavy users, samt dem med højere husstandsindkomster. 13 pct. svarer, at de har købt ingen eller næsten ingen æg inden for de seneste to uger.

Danskproducerede æg hitter hos seniorerne – især hos dem over 70 år

Blandt dem, der køber æg, svarer 59 pct., at de 'altid' eller 'ofte' kigger efter, om æggene er produceret i Danmark, mens 25 pct. 'sjældent' eller 'aldrig' gør det. Tendensen er særlig tydelig i Region Nordjylland og Region Midtjylland, hvor 42 pct. altid tjekker for dansk produktion, mens andelen er lavere i Region Hovedstaden (31 pct.). Kvinder er også mere opmærksomme på danskproducerede æg end mænd – 40 pct. kigger 'altid' efter det – og det samme gælder de ældre aldersgrupper. Faktisk viser tallene, at jo ældre man er, desto oftere har man øje for dansk produktion. Her topper de 70+ årige med hele 58 pct., som altid tjekker oprindelsen. Det gør denne gruppe til en særligt vigtig målgruppe for danskproducerede æg.

Figur 13: Hvor ofte kigger du efter, om de æg, du køber, er danske?



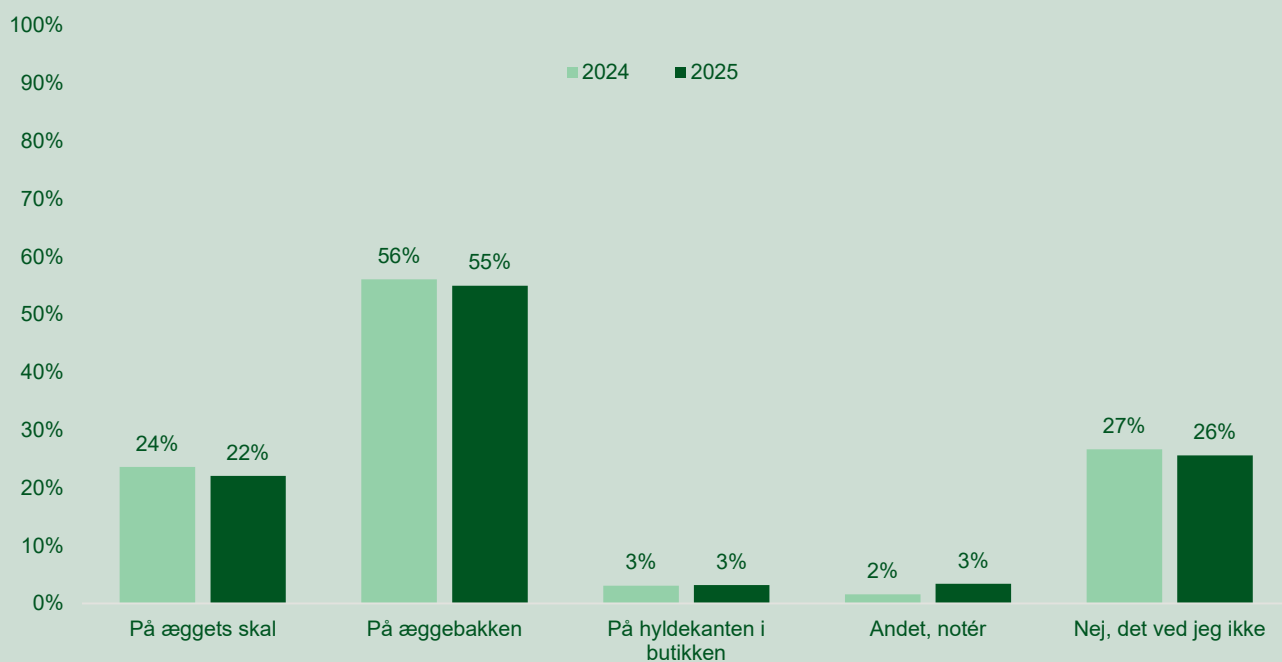
Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Norstat, november 2025 n=1.943 (dem, der køber æg), heraf 18-29 år n=392, 30-39 år n=336, 40-49 år n=301, 50-59 år n=342 og 60-69 år n=305, 71+ år n=268. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region. NB: I 2025 har vi udvidet aldersgruppen fra 18-70 år til at være 18-80 år. Der er i 2025 n=278 deltagere, der er over 70 år – svarende til 14 pct. ud af totalen på n=2.008.

En tilsvarende tendens ses, når forbrugerne bliver spurgt til vigtigheden af, at æggene er produceret i Danmark. Hele 67 pct. vurderer, at det er enten 'vigtigt' eller 'meget vigtigt'. Bag gennemsnittet gemmer sig dog en tydelig aldersforskel: Jo ældre deltagerne er, desto oftere vurderes det som 'meget vigtigt', at æggene er danskproducerede. Blandt de 18-29-årige er det kun 14 pct., der finder dette 'meget vigtigt', mens andelen stiger til 48 pct. blandt danskere over 70 år (data ikke vist her).

Forbrugerne orienterer sig typisk på æggebakken eller direkte på æggets skal for at se, om æggene er danske. Over halvdelen (55 pct.) mener, at man med sikkerhed kan aflæse oprindelsen på æggebakken. Denne opfattelse er især udbredt blandt 30-39-årige (62 pct.), personer bosat i Region Hovedstaden (59 pct.) samt børnefamilier med små børn (59 pct.). Det er også i højere grad dem, der er mere tilbøjelige til at vægte 'klima' (64 pct.), 'dyrevelfærd' (66 pct.) og 'lokalt' (66 pct.) ved indkøb af dagligvarer. Bemærkelsesværdigt er det dog, at hele 26 pct. af æg-købere ikke ved, hvor de kan se, om ægget er danskproduceret. Det er typisk de 18-29-årige (31 pct.), light users (31 pct.) samt dem, der lægger vægt på 'pris', som svarer 'ved ikke'.

Man kan bruge denne indsigt til at styrke kommunikationen om oprindelse ved tydeligt at fremhæve 'danskproduceret' både på æggebakken og æggets skal - og samtidig målrette information til de grupper, der er mest usikre, f.eks. yngre forbrugere og prisfokuserede købere.

Figur 14: Ved du, hvor man med sikkerhed kan se, om ægget er dansk produceret?



Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Norstat, november 2024 n=1.171, november 2025 n=1.943 (dem, der køber æg), heraf bosat i Hovedstaden n=435, børnefamilier m børn 0-6 år n=224, 30-39-årige n=336, lægger vægt på klima n=306, dyrevelfærd n=572, lokalt n=409, pris n=1.278, light users n=627, 18-29-årige n=392. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder og region

Opsummering og konklusion

Æg er en fast del af danskernes hverdag. Analysen viser, at tre ud af fire danskere spiser æg mere end én gang om ugen, og gennemsnittet ligger på 4,1 æg pr. uge. De klassiske æggeretter dominerer; Spejlæg, blødkogte og hårdkogte æg, røræg og omelet er de mest populære retter. Forbrugsmønstrene varierer med alder, husstandstype og også med værdier som "naturlighed" vs. "nemhed". Ældre danskere spiser æg oftere end yngre, og børnefamilier med større børn har et særligt højt forbrug.

Æg-forbruget er stabilt, men der er plads til vækst. Tre ud af fire danskere forventer at spise samme antal æg fremover, især dem med et højt forbrug i dag: nemlig de 70+-årige og dem, der spiser æg dagligt. Men der gemmer sig et spændende potentiale: 17 pct. ønsker at spise flere æg i fremtiden. Hvem er de? Først og fremmest studerende - hele 33 pct. ønsker at øge forbruget. Også blandt de unge generelt er interessen høj. Fælles for denne gruppe er fokus på nemhed: 23 pct. prioriterer, at dagligvarer skal være 'lette at anvende'. Det åbner en klar mulighed for at inspirere med enkle løsninger og convenience-produkter. Det kunne f.eks. være igennem æg som mellemmåltid eller snack på farten i mindre portionspakker til de unge og studerende, der prioriterer nemhed og fleksibilitet på vej fra A til B.

For æg er sundhed og protein centrale budskaber. 74 pct. af danskerne forbinder æg med sundhed, og især proteinindhold og mæthed fremhæves som fordele. Der er dog stadig en mindre gruppe, der forbinder æg med kolesterol samt usikkerhed omkring æg og sundhed. I kommunikationen om æg kan det anbefales at lægge vægt på æg som sunde, mættende og nærende. Det er nemlig noget, som ni ud af ti danskere er enige i.

I indkøbssituationen, styrer pris, dyrevelfærd og dansk oprindelse valget. Pris er den vigtigste faktor med 60 pct tilslutning, efterfulgt af dyrevelfærd og danskproducerede æg. Økologi og friskhed spiller også en rolle, mens smag synes mindre vigtig i købsituationen. Generelt ses en tendens til, at ældre danskere prioriterer dansk oprindelse og dyrevelfærd højere end yngre danskere. Ligeledes ses tendens til, at kvinder prioriterer dansk produktion og dyrevelfærd højere end mænd. Ældre forbrugere og kvinder er derfor oplagte målgrupper for æg produceret i Danmark.

Resultaterne viser også, at ægs klimavenlighed muligvis er underkommunikeret. Kun 41 pct. opfatter æg som klimavenlige, og der ligger derfor et stort potentiale for at styrke kommunikationen om dette emne. Ligeledes kan der ligge et uudnyttet potentiale i at italesætte æggets rolle ift. at undgå madspild. Halvdelen af danskerne ved ikke, om æg kan være med til at reducere husstandens madspild. Æggets evne til at binde mange andre ingredienser sammen i fx en omelet eller tærte kunne ellers potentielt være med til at 'redde resterne' i mange husstande, så man undgår at smide mad ud, der kunne være spist. I det perspektiv kan æg være madspilds-helten til de trængte husstande, der gerne vil undgå madspild, men måske kæmper med at finde de rette løsninger på udfordringen.

Forbrugsmønstre og værdier varierer mellem segmenter, hvilket giver mulighed for målrettet kommunikation. Analysen kan hjælpe producenter og detailkæder til at styrke ægs position gennem kampagner og sortimenter, der matcher de enkelte segmenters behov.

Om analysen

Landbrug & Fødevarer gennemfører hvert år i november måned en befolkningsundersøgelse om danskernes holdninger til æg. Undersøgelsen gennemføres for Danske Æg.

Årets undersøgelse er gennemført af Norstat for Landbrug & Fødevarer i november måned 2025. I undersøgelsen deltog 2.008 danskere i alderen 18-80 år, hvoraf 1.943 af deltagerne køber æg. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder og region. Undervejs i analysen medtages fund fra tidligere undersøgelser, ligeledes gennemført af Norstat for Landbrug & Fødevarer i 2022, 2023 og 2024 for Danske Æg. Disse undersøgelser er blandt danskere ml. 18-70 år, nationalt repræsentative på køn, alder og region.

I 2025 er undersøgelsesdesign og metode revideret en smule og indbefatter:

- Udvidelse af aldersgruppen fra 18-70 år til 18-80 år, hvilket afspejler samfundet bedre, og de 70+ årige viser sig at være en vigtig målgruppe for æg.
- Udvidelse af stikprøven fra 1.205 deltagere i 2024 til 2.008 deltagere i 2025. Dette giver lavere konfidensintervaller, dvs. vi får mere præcise estimater og selv små procentafvigelser kan betyde signifikans. Vi får samtidig bedre mulighed for statistiske sammenligninger af undergrupper, da basestørrelserne bliver større for hver gruppe.
- Spørgeskema er blevet revurderet, og enkelte nye relevante spørgsmål og udsagn om æg er tilføjet.

I undersøgelsen refereres til artiklen "Er æg klimavenlige?", fra Danske Ægs hjemmeside: [Er æg klimavenlige — Danske Æg](#)

Billedet på forsiden er fra pexels.com, fotograf Djaheda Richers.