



Kurveanalyse grisekød

Hvad følger med i indkøbskurven, når vi køber grisekød, og hvem er forbrugerne af grisekød?

Ernæring & Forbrugeranalyse
December 2025

Kurveanalyse grisekød

Landbrug & Fødevarer sætter i denne analyse fokus på grisekød - især indkøb af hakket gris med forskellige fedtprocenter og de varer, der følger med i kurven. Vi ser også nærmere på, hvem der oftest spiser grisekød, og hvordan de beskriver deres madvaner. Analysen er baseret på indkøbsdata fra Kauza samt undersøgelser gennemført af Voxmeter for Landbrug & Fødevarer i 2025 blandt 3.000 repræsentativt udvalgte danskere.

De vigtigste indsigter er:

- Grisekød er populært: 86 pct. af danske husstande har købt grisekød det seneste år, 72 pct. har købt fersk hakket grisekød, og 79 pct. har købt ferske udskæringer. Prisen er steget fra 78 til 82 kr. pr. kg fra 3. kvartal 2024 til 3. kvartal 2025 (5 pct. stigning). Volumen er ikke fulgt med, og den gennemsnitlige pakningsstørrelse er blevet en anelse mindre.
- Hakket grisekød med lav fedtprocent (4-7%) har den højeste kilopris, mens 13+% er billigst, hvilket kan give et prismæssigt incitament til at vælge det federe kød. Alle husstandstyper køber grisekød, men især ældre 2-personers husstande uden børn står for 38 pct. af markedsværdien. Unge husstande u. børn køber mindre grisekød og har kun 10 pct. af markedet for grisekød.
- Hakket grisekød med højt fedtindhold (13+%) købes især af børnefamilier, som udgør 42 pct. af salget i denne kategori. Til sammenligning står de kun for 25 pct. og 32 pct. af salget af hakket grisekød med lavere fedtindhold (4-7% og 8-12%). Ældre husstande køber mindre af det fede hakkede grisekød, hvilket tyder på en lavere prisfølsomhed.
- Grisekød købes oftest som en del af store indkøb, og grisekød trækker især grøntsager, mælk, frugt, pålæg og ost med i indkøbskurven. Når man sammenligner indkøbskurvene for hakket grisekød med forskellig fedtprocent, ses det at kurve med 13+% fedt oftere indeholder smør, dressing, snacks og færdigretter - altså flere sukker- og fedtholdige varer.
- Tre ud af ti danskere spiser grisekød til aftensmad, hvilket gør det til den mest populære kødtype. Det er især mænd, personer over 60 år og husstande uden børn, der spiser gris til aftensmad. De bor ofte i mindre byer, har oftere en erhvervsuddannelse, er typisk fuldtidsansatte eller pensionister og har som regel en årlig indkomst mellem 400.000 og 800.000 kr.
- Når grisekød er på aftensmadstallerkenen, serveres der oftere kartofler og brød til, mens pasta sjældnere indgår i måltidet. Når grisekød er på menuen, opfattes aftensmaden oftere som let og hurtig at lave, økonomisk fordelagtig og baseret på danske råvarer. Til gengæld vurderes den sjældnere som sund.
- Halvdelen af danskerne (52 pct.) spiser grisekød ugentligt, og 7 pct. gør det 4-7 gange om ugen. Gris vælges især, fordi det er velegnet til hverdagsmad, smager godt, er alsidigt og dansk.
- Grisekødsforbrugere lægger i højere grad vægt på, at maden smager godt, sammenlignet med befolkningen generelt. De forsøger også oftere at undgå madspild og foretrækker danskproduceret mad. Til gengæld bekymrer de sig mindre om klima og dyrevelfærd.
- Samlet set kan analysens indsigter bruges til at styrke grisekødets position, optimere sortiment og markedsføring samt gøre dialogen med forbrugerne i detailhandlen og fødevarerindustrien mere målrettet og værdiskabende.

Baggrund og formål

Salget af fersk kød i detailhandlen har, især efter fødevarepriserne er steget, fået stor opmærksomhed. Kød bidrager med vigtige næringsstoffer, smag og tekstur i en varieret og balanceret kost. Kødet er fortsat driver for indkøbskurven. Det er derfor interessant at finde ud af, hvad der følger med i indkøbskurven. I denne undersøgelse bruger vi grisekød som case, med et fokus på fedtprocentens rolle.

Internationale indkøbsstudier fra bl.a. UK^{1*} indikerer, at den samlede kostkvalitet i indkøbskurven i gennemsnit er en anelse højere i indkøbskurve, der indeholder kød, end i indkøbskurve generelt. I en dansk kontekst er Nøglehulsmærket en central markør for sundere valg - bl.a. med en fedtgrænse på højst 10 pct. for kød. Samtidig udgør De officielle Kostråd og den grønne omstilling rammen for forbrugeranbefalinger: et gennemsnitligt kødindtag på højst 350 gram tilberedt kød ugentligt, valg af kødtyper med lavere klimaaftryk, samt overvejende at vælge de mere magre udskæringer.

Undersøgelsen skal:

- Kortlægge hvilke husstande, der køber hvilke typer grisekød. Vi kigger på hakket grisekød med henholdsvis 4-7%, 8-12% og 13+% fedtindhold, samt udskæringer af grisekød heriblandt de fede udskæringer, som indebærer bryst og ribbenssteg.
- Belyse og kvantificere indkøbskurven, der indeholder grisekød; hvilke kategorier købes typisk sammen med denne kødtype i danske indkøbskurve?
- Profilere forbrugeren af grisekød anno 2025; hvem er det, der oftest spiser grisekød, hvordan beskriver de deres mad, og hvilke prioriteringer har de ift. smag, madspild, klima og produktion?

Analysens resultater kan bidrage med vigtige indsigter for ernærings- og sundhedsprofessionelle samt for kød- og detailbranchen til deres forståelse af forbrugernes valg.

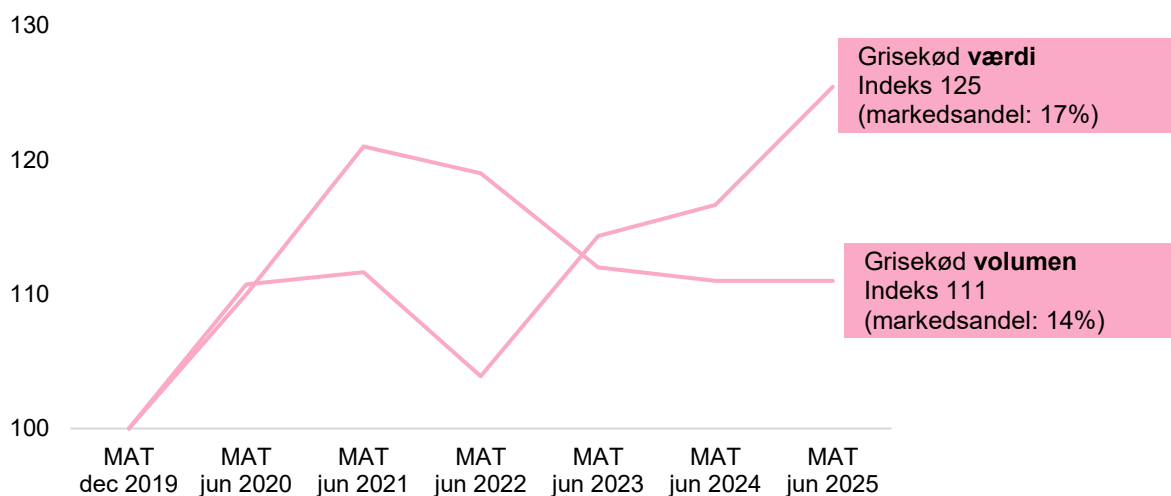
Grisekødets udvikling i dagligvarehandlen

Grisekød er populært i de danske husstande. 86 pct. af alle danske husstande har købt grisekød det seneste år (fersk + frost). 72 pct. af alle danske husstande har købt fersk hakket grisekød det seneste år, og 79 pct. af alle danske husstande har købt ferske udskæringer af grisekød.

Siden 2019 har værdien i grisekød-kategorien haft en positiv udvikling, primært drevet af øget volumen fra 2019 til 2021. De seneste år - efter covid - er volumen dog faldet eller stagneret. Værdien vokser, fordi købene sker oftere - men pakkerne er mindre, og den samlede volumen er stort set uændret her i MAT juni 2025.

¹ [Shopping baskets with red meat are more likely to contain fruits and vegetables | AHDB](#)

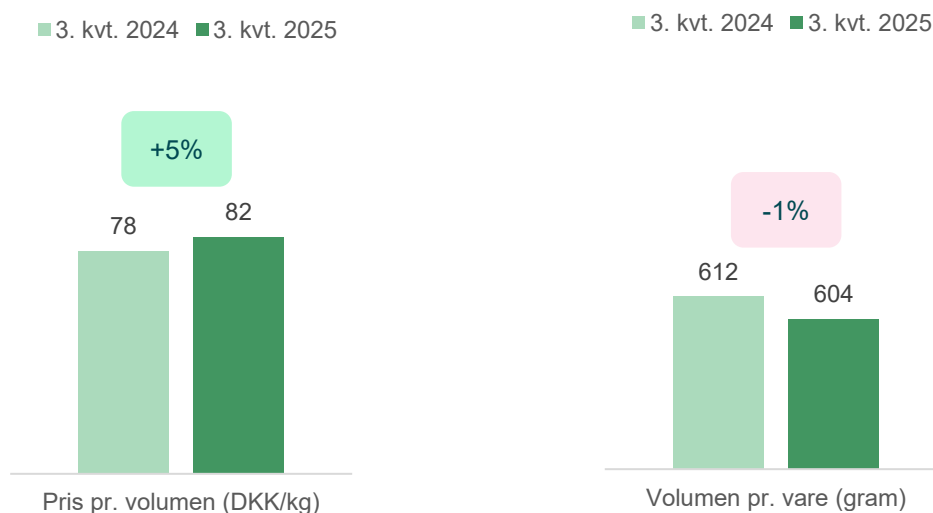
Figur 1: Udvikling i værdi og volumen for grisekød. Indeks 100 = *MAT dec. 2019



Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer, oktober 2025. *MAT = moving annual total = gennemsnit af de seneste 12 mdr.

Prisen for grisekød er steget fra 78 kr. til 82 kr. pr. kg fra 3. kvartal i 2024 til 3. kvartal i 2025, dvs. en 5 pct. stigning. Volumen er ikke fulgt med, og den gennemsnitlige pakningsstørrelse er faktisk blevet en smule mindre.

Figur 2: Pris pr. volumen samt volumen pr. varer for grisekød, 3. kvartal 2024 vs. 3. kvartal 2025



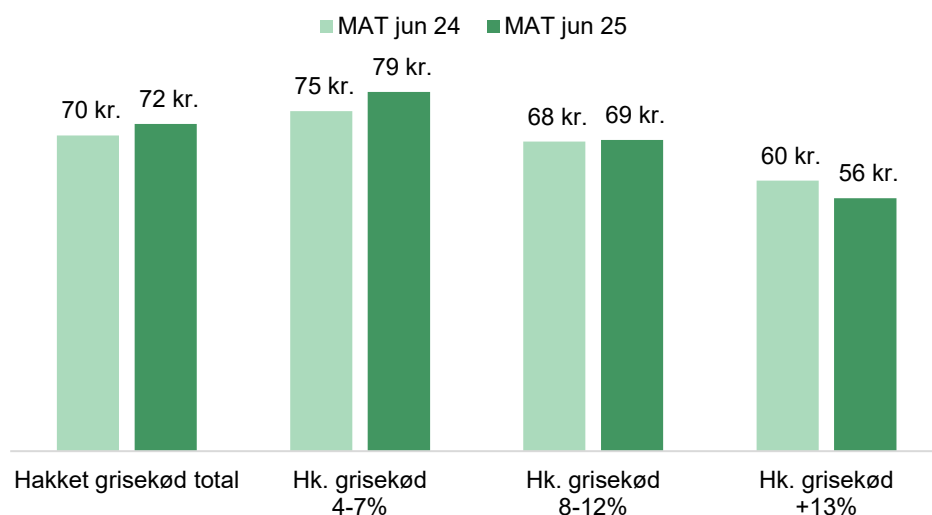
Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer, oktober 2025.

Høj fedtprocent i hakket grisekød er billigst og købes især af børnefamilierne

Det har været muligt at identificere 52 pct. af værdien i hakket grisekød med fedtprocenter. Dermed er 48 pct. af det hakkede grisekød ukendt ift. fedtprocent. Ud af det samlede salg på hakket grisekød kommer 35 pct. af værdien fra grisekød med en fedtprocent på 8-12%; den største andel ift. de øvrige fedtprocenter, som ligger på 13 pct. for hakket grisekød 4-7% fedtindhold, og 4 pct. for hakket grisekød 13+% fedtindhold.

Den højeste pris pr. kg. ligger i de lave fedtprocenter, og det billigste hakkede grisekød er på 13+%. Dermed kan der være et prismæssigt incitament til at købe ind i grisekød med højere fedtprocenter. Desuden ses det, at prisen for hakket gris 4-7% er steget i pris siden sidste år, mens hakket gris 13+% er faldet i pris.

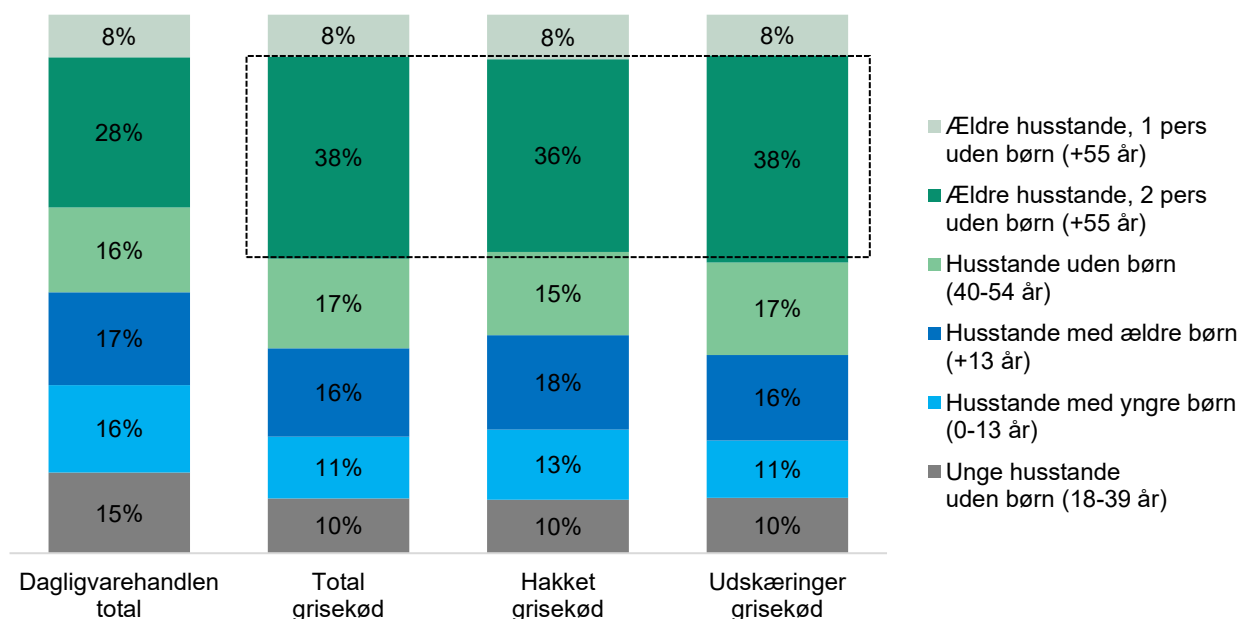
Figur 3: Pris pr. kg (kr.) for de forskellige fedtprocenter i hakket grisekød



Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer, oktober 2025. MAT = moving annual total – gennemsnit for de seneste 12 mdr.

Kigger vi på, hvilke husstande, der køber grisekød, ser vi at alle slags husstande køber grisekød, hvilket også resonerer med den høje penetration på 86 pct., som nævnt tidligere. Og med høje penetrationer på både totalt grisekød, samt hakket og udskæringer (72 pct. og 79 pct. af alle danske husstande), er det ikke overraskende at shopperne af disse typer er stort set ens. Det største segment for grisekød generelt er de ældre (55+ år) 2 personers husstande uden børn, som tager 38 pct. af markedsværdien på grisekød og det er relativt mere end en gennemsnitlig husstand (28 pct.). De unge husstande uden børn køber i mindre grad grisekød med en 10 pct. markedsandel på grisekød mod en 15 pct. markedsandel i dagligvarehandlen generelt.

**Figur 4: Værdiandel for grisekød total, hakket grisekød og udskæringer total fordelt på husstande.
*MAT juni 2025**

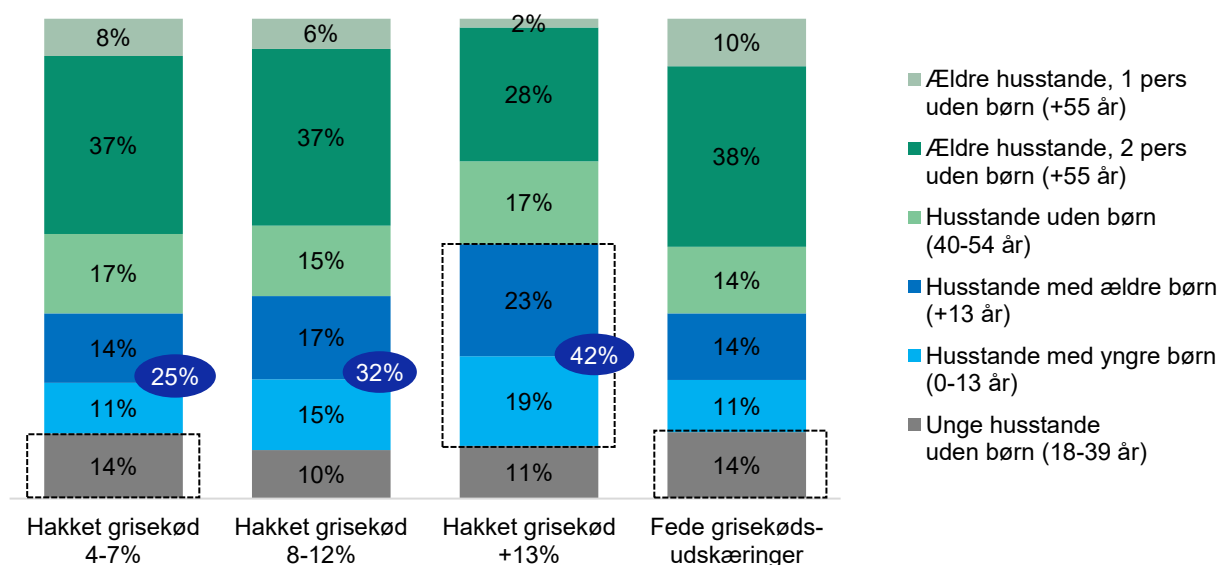


Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer, oktober 2025. *MAT = moving annual total.

Hakket grisekød med høje fedtprocenter købes i høj grad af børnefamilierne - et segment, som måske er ekstra presset af prisstigninger. Husstande med både ældre og yngre børn udgør således tilsammen 42 pct. for hakket grisekød 13+%, hvorimod de kun udgør hhv. 25 pct. og 32 pct. på 4-7% og 8-12% fedtindhold. De ældre husstande køber mindre af det 13+% hakket grisekød, og indikerer måske, at de ikke er så prisfølsomt et segment. Overraskende, så viser tallene også, at de unge husstande uden børn køber mest ind på det lave fedtindhold 4-7%. Dette kan indikere, at trods de også er et prisfølsomt segment, så er der andre ting der trumfer, måske et sundhedsmotiv?

I de fede udskæringer, som indebærer ribbenssteg og bryst, ser vi, at de ældre husstande er på banen i lige så høj grad som ved udskæringer total og grisekød total. Her har fedtindholdet eller pris altså ikke indvirkning på købene. Det er overraskende at se, at de unge husstande her køber mere ind i de fede udskæringer end i udskæringer total, hvor de i det hakkede kød køber ind i de lave fedtprocenter. Måske vælger de unge husstande oftere de fede udskæringer til større måltider, fordi fede udskæringer giver smag og værdi for pengene, mens de samtidig foretrækker magert hakket grisekød i hverdagen for at leve op til sundheds- og bekvemmelighedskrav?

Figur 5: Værdiandel for hakket grisekød 4-7%, 8-12%, 13+% samt fede udskæringer fordelt på husstande. *MAT juni 2025

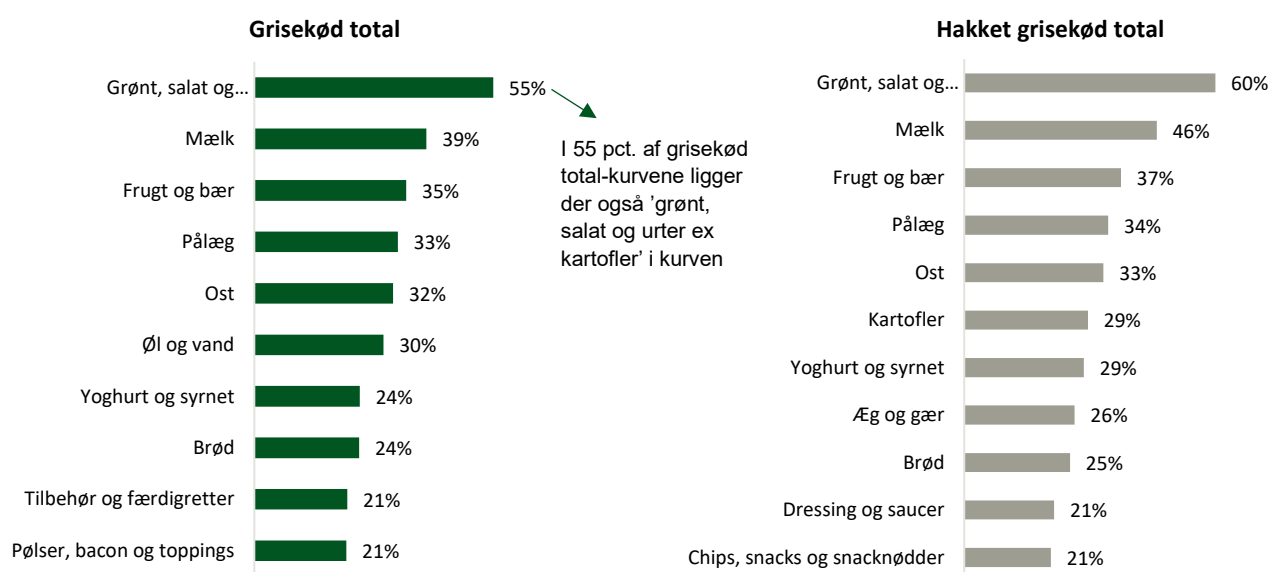


Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer, oktober 2025. *MAT = moving annual total. Fede udskæringer indebærer ribbenssteg og bryst.

Indkøbskurvene med grisekød

Grisekød er en af de kategorier, som typisk handles på de såkaldte store shopping-missioner, dvs. at når vi handler grisekød er der oftest mere end 13 varer i kurven. Grisekød handles således sjældent alene, og der er derfor et stort sammenspil mellem grisekød og andre kategorier. Ser vi på sammensætningen af en indkøbskurv, når der er grisekød i, ser vi at grisekød primært trækker grønt med ned i kurven efterfulgt af mælk, frugt & bær samt pålæg og ost.

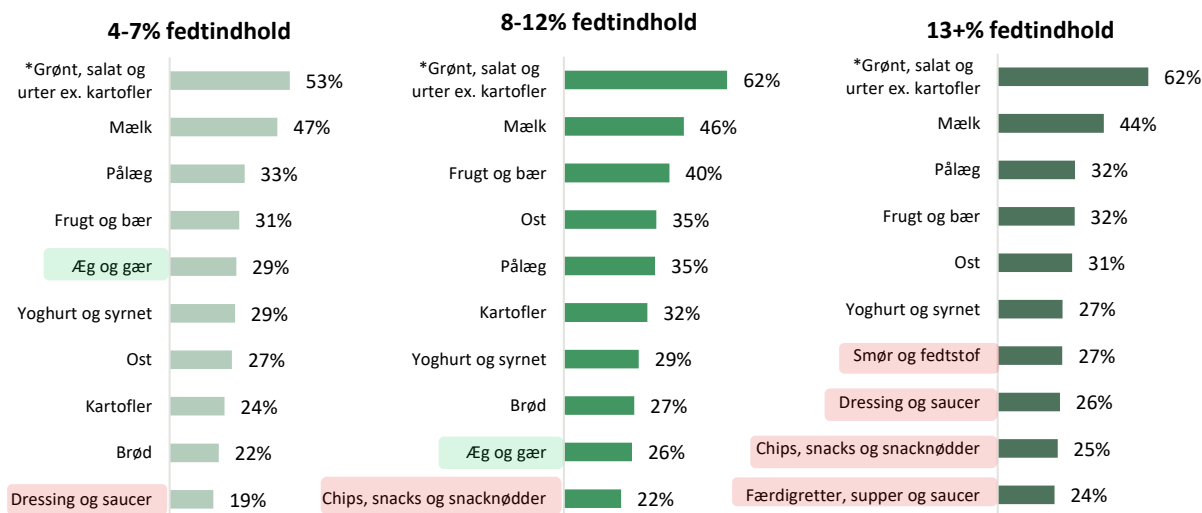
Figur 6: Andel af grisekød total samt hakket grisekød total kurve, som også indeholder anden kategori



Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer, oktober 2025.

Sammenligner vi kurvene på de forskellige fedtprocenter for hakket grisekød, ser vi de største forskelle, når vi kigger på top-11 kategorier, der følger med. Det ses tydeligt, at i de høje fedtprocentkurve, følger der andre kategorier med. Bl.a. dukker 'smør og fedtstof' op her, samt 'dressing og saucer', 'chips, snacks og snacknødder' og 'færdigretter, supper og saucer'. De samme kategorier ser vi ikke i lige så høj grad i 8-12% kurverne og i 4-7% kurverne. Vi ser altså, at der følger flere af de sukker- og fedtholdige kategorier med i 13+% kurvene, som er de fødevarer vi generelt anbefales at spise mindre af. Ydermere, er æg og gær især fremtrædende i de lavfedtprocentkurve og slet ikke til stede i de højfedtprocentkurve.

Figur 6: Andel af hakket grisekøds-kurve, som også indeholder anden kategori



Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer, oktober 2025.

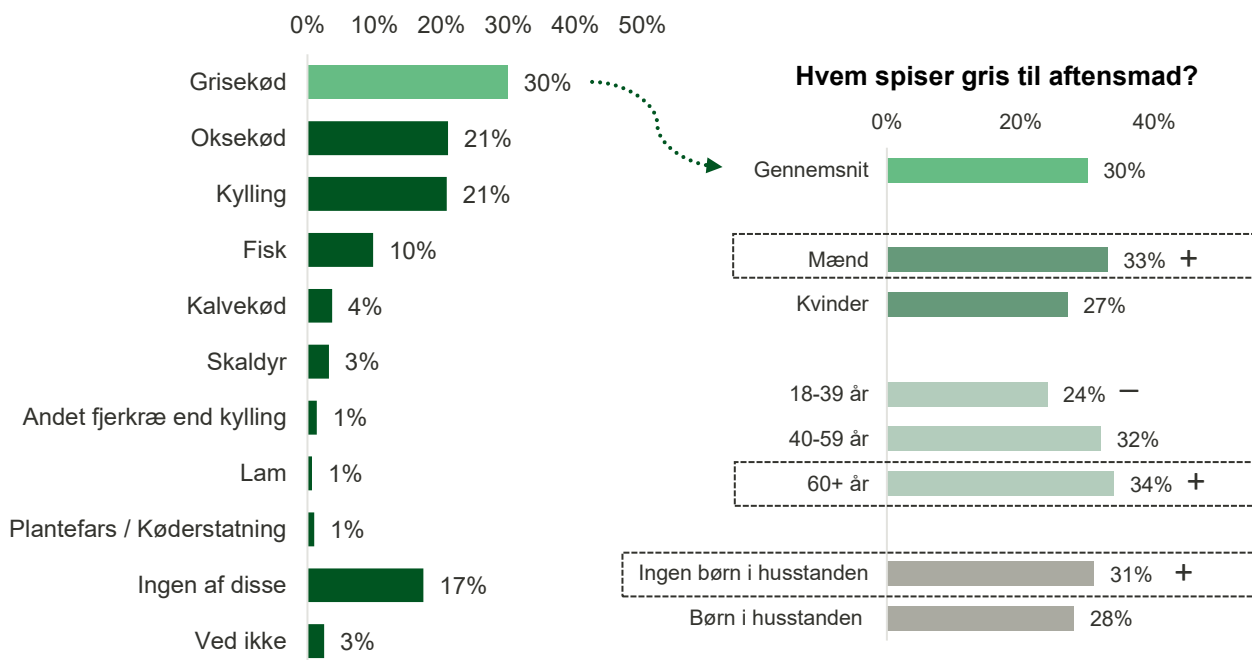
Forskellene mellem udskæringer total og fede udskæringer er ikke nær så stor som ved hakket grisekød med forskellige fedtprocenter. Som det eneste, der springer i øjnene, ser vi, at i de fede udskæringer-kurve, fremtræder kategorien 'chips snack, og snacknødder' inden for top-10 andre kategorier, mens denne kategori ikke fremtræder i udskæringer total-kurvene (data ikke vist her).

Grisekød dominerer middagsbordet - især hos 60+ mænd uden børn hjemme

Tre ud af ti danskere har grisekød på aftensmadstallerkenen. Det er den kødtype flest danskere indtager, efterfulgt af oksekød og kylling, som to ud af ti danskere spiser til aftensmad. Blandt dem der får gris til aftensmad, spiser 26 pct. kødet skært, det kunne f.eks. være som koteletter, griseværbrad eller flæsketeg. 23 pct. spiser forarbejdet grisekød (f.eks. pølser) og 18 pct. får hakket grisekød. Til frokost er det 28 pct. der spiser grisekød, men her er det primært som pålæg i form af især leverpostej, spegepølse og hamburgerryg.

Kigger vi nærmere på, *hvem* der spiser gris til aftensmad, er det i højere grad mænd, i højere grad de 60+ årige samt husstande uden børn. Det stemmer godt overens med de husstande, som tager den største markedsandel for grisekød (jf. figur 4 med indkøbsdata).

Figur 7: Indgik noget af nedenstående i din aftensmad i går?



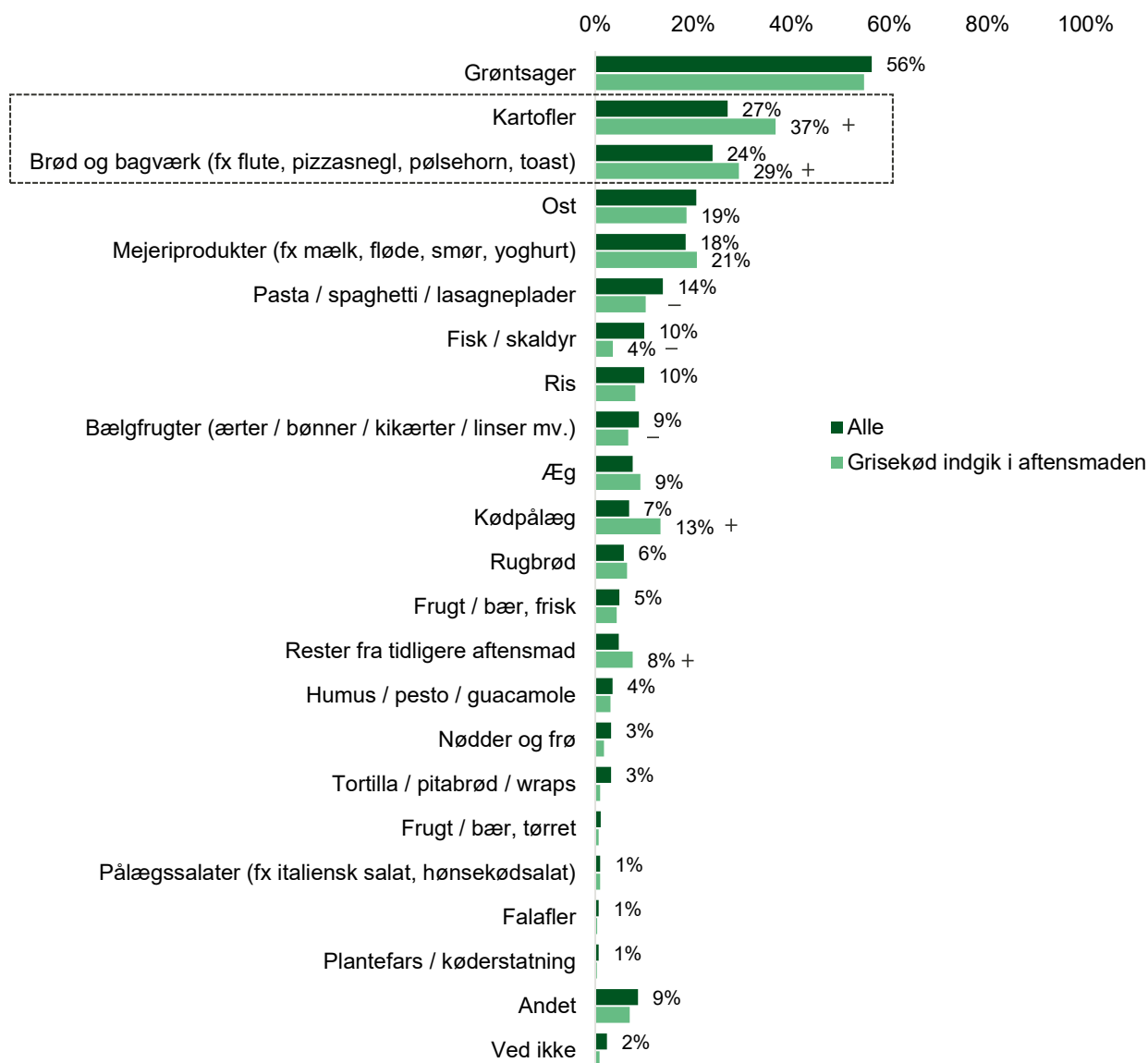
Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Voxmeter, Q1-Q3 2025, n=2.869 (fik aftensmad dagen før). Mænd n=1.408, kvinder n=1.461, 18-39 år n=247, 40-59 år n=288, 60+ år n=323., ingen børn i husstanden n=2.054, børn i husstanden n=815. +/- markerer signifikant forskel med 95% sandsynlighed. Undersøgelserne er nationalt repræsentative på køn, alder, region og uddannelse.

Dykker vi mere ned i specifikke segmentgrupper, ser vi, at dem, der spiser grisekød, også er dem, der mestendels bor i de mindre byer; de har oftere en erhvervsuddannelse; de er gerne fuldtidsansat eller pensionist med en årlig indkomst oftest ml. 400.000 – 800.000 kr.

Kartofler er en af grisekødets bedste følgesvende på tallerkenen

Når grisekød er på aftenmadstallerken, følger grøntsager i lige så høj grad med som hos gennemsnittet. Der, hvor gris skiller sig ud, er i kombinationen med især kartofler, som i højere grad end gennemsnittet indgår sammen med gris til aftensmad. Derudover ser vi, at også brød i højere grad spises sammen med gris. Omvendt er det ikke nær så ofte, at pasta spises sammen med gris, i hvert fald sjældnere end gennemsnittet.

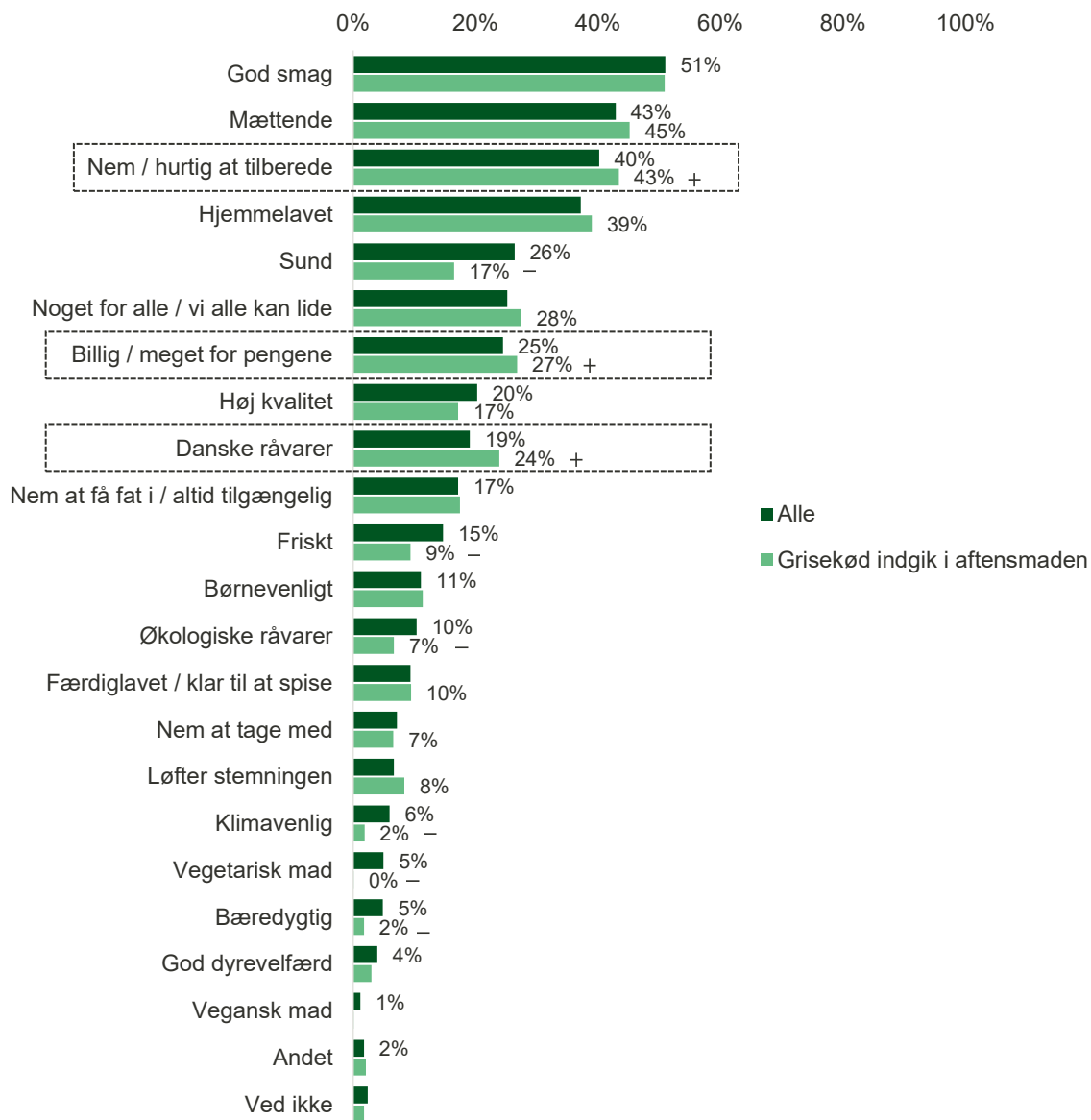
Figur 8: Hvilke af disse fødevarer indgik i din aftensmad i går?



Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Voxmeter, Q1-Q3 2025, n=2.869 (fik aftensmad dagen før), n=858 (grisekød indgik i aftensmaden). +/- markerer signifikant forskel med 95% sandsynlighed.

Når grisekød indgår i menuen, opfattes aftensmaden oftere som let og hurtig at tilberede, økonomisk fordelagtig og baseret på danske råvarer. Den opfattes dog i mindre grad som sund. Desuden opfattes aftensmad med gris lige så mættende og det smager lige så godt som andre aftensmadsmåltider.

Figur 9: Hvordan vil du beskrive din aftensmad i går?



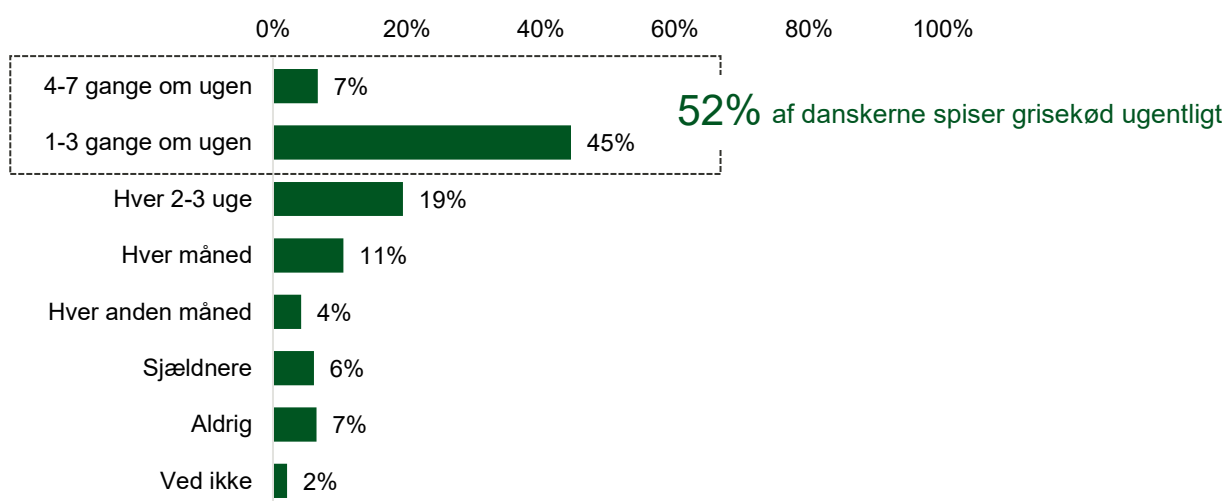
Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Voxmeter, Q1-Q3 2025, n=2.869 (fik aftensmad dagen før), n=858 (grisekød indgik i aftensmaden). +/- markerer signifikant forskel med 95% sandsynlighed.

For hver anden dansker er grisekød en ugentlig favorit

Adspurgte generelt til, hvor ofte man spiser grisekød, svarer halvdelen af danskerne, 52 pct., at det gør de ugentligt, hvoraf 7 pct. spiser grisekød 4-7 gange om ugen. Til sammenligning, så spiser 62 pct. af danskerne kylling ugentligt, og 47 pct. spiser oksekød ugentligt.

Blandt de 52 pct., der spiser grisekød ugentligt vælges grisekødet primært, fordi det er velegnet til hverdagsmad, det smager godt, det er anvendeligt i mange retter og fordi det er dansk (data ikke vist her).

Figur 10: Hvor ofte spiser du følgende? Grisekød



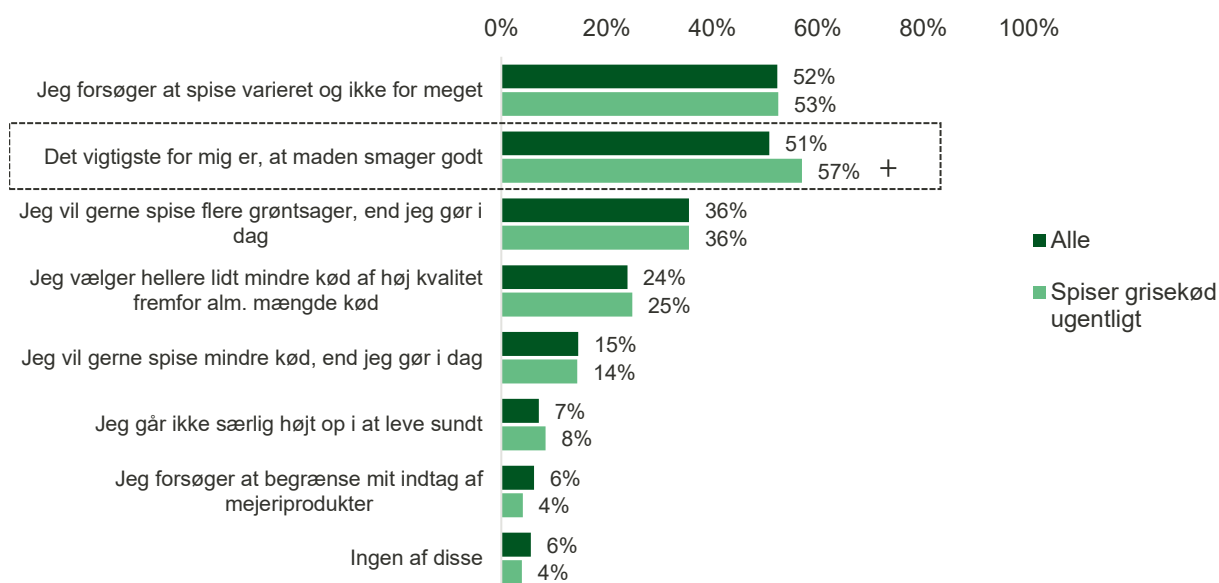
Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Voxmeter, Q1-Q3 2025, n=3.000.

Smag er et yderst vigtigt parameter for grisekøds-forbrugeren

Sammenligner man grisekødsforbrugeren på nogle forskellige parametre op imod den gængse befolkning, ser vi, at dem, der spiser grisekød ugentligt, i højere grad er enige i udsagnet "*det vigtigste for mig er, at maden smager godt*". Smag er således en yderst vigtig parameter for grisekødsforbrugeren, mens de ligner befolkningen på de andre tilspurgte udsagn om f.eks. varieret kost eller ønske om at spise flere grøntsager.

For at bibeholde både smag og imødekomme ønske om mere grønt, kan det anbefales i detail at fokusere på sameksponering, hakket grisekød og convenience grønt, som hjælper forbrugeren til at få endnu mere grønt ned i kurven. Hakket grisekød er nemt at tilføje grøntsager til, f.eks. i frikadellefarsen, og kan hjælpe til at fremme sunde valg, til at få kødet til at række længere og tapper derved også ind i prisfølsomheden.

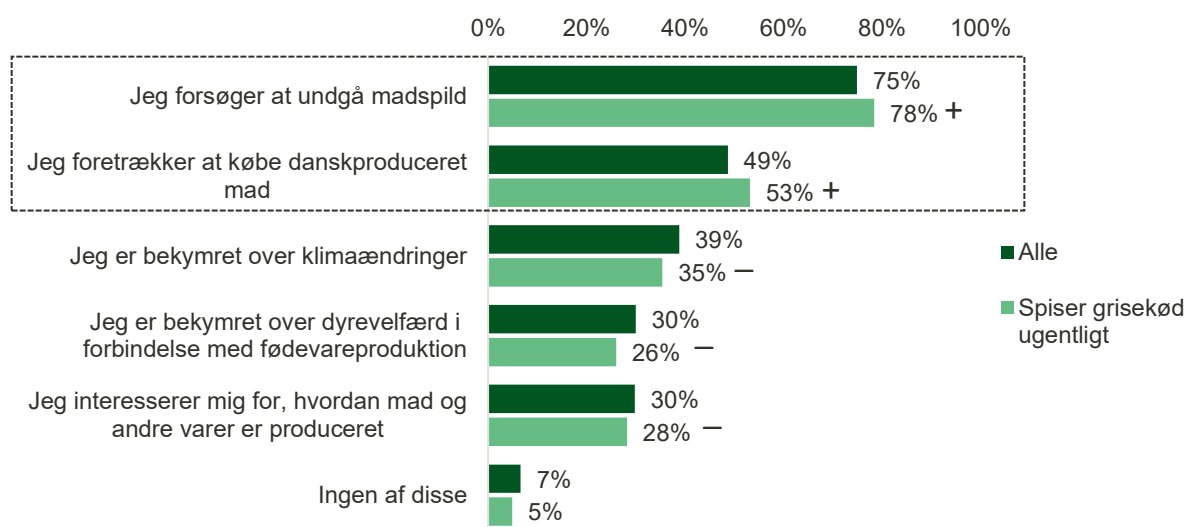
Figur 11: Her ser du nogle udsagn, som andre har sagt. Er der nogle af disse, der beskriver dig eller som er du enig i? Du kan vælge flere svar.



Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Voxmeter, Q1-Q3 2025, n=3.000. Spiser grisekød ugentligt n=1.538. +/- markerer signifikant forskel med 95% sandsynlighed.

Ydermere, ser vi, at grisekødsforbrugeren i højere grad end befolkningen forsøger at undgå madspild, og foretrækker også i højere grad at købe danskproduceret mad. Omvendt, så udtrykker grisekødsforbrugeren i mindre grad bekymring om klima og dyrevelfærd.

Figur 12: 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: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data leveret af Voxmeter, Q1-Q3 2025, n=3.000. Spiser grisekød ugentligt n=1.538. +/- markerer signifikant forskel med 95% sandsynlighed.

Opsummering, konklusion og anbefaling

Analysen viser, at grisekød fortsat spiller en central rolle i danskernes indkøb og måltider. Hele 86 pct. af de danske husstande har købt grisekød det seneste år, og 72 pct. har købt fersk hakket grisekød, hvilket vidner om grisekødets brede appel. Hakket grisekød med høj fedtprocent (13% eller mere) er det billigste valg og købes især af børnefamilier, som er mere prisfølsomme. Omvendt vælger unge husstande uden børn oftere magert hakket grisekød (4-7%), hvilket kan hænge sammen med et ønske om sundere alternativer.

Når der købes grisekød, følger der typisk grøntsager, mælk, frugt, pålæg og ost med i indkøbskurven. Ved køb af grisekød med høj fedtprocent ses der desuden flere sukker- og fedtholdige varer som smør, dressing og snacks, mens det magre kød i mindre grad følges af disse.

Grisekød er den mest spiste kødtype til aftensmad i Danmark, især blandt mænd, ældre og husstande uden børn. Kartoffler og brød er hyppige følgesvende, mens pasta sjældent indgår sammen med grisekød. For grisekødsforbrugeren er smag et yderst vigtigt parameter, men også hensyn til madspild og præference for danskproduceret mad er i høj kurs. Klima og dyrevelfærd fylder mindre i denne gruppe.

Analysen dokumenterer, at grisekød har en stærk position i dansk detailhandel, men at forbrugernes valg påvirkes af pris, sundhed, og segmenttilhørsforhold. For fødevareproducenter og detailkæder har vi følgende forslag:

- **Segmenteret markedsføring:** Tilpas kommunikation og sortiment til forskellige husstandstyper - f.eks. prisfokus til børnefamilier og sundhedsprofil til unge husstande uden børn. Fremhæv budskaber om nemt, hurtigt, dansk og værdifuldt frem for sundhed som primær driver, mens magre varianter kan bære sundhedsvinklen i storbyen.
- **Produktudvikling:** Udvikl produkter, der matcher forbrugernes prioriteringer, f.eks. magre udskæringer til sundhedsbevidste og smagfulde, økonomiske løsninger til prisfølsomme segmenter. Fokuser på sameksponering af hakket grisekød og convenience-grønt, evt. en form for kombi-hak i selve pakken; for at bevare smagen, øge grøntindtaget og understøtte sundere, prisbevidste valg.
- **Kurveoptimering:** Kurvindsigten muliggør relevant krydssalg (grønt følger altid med; smør/snacks følger især højere fedtprocenter). Fremhæv initiativer, der adresserer madspild og dansk produktion, da disse værdier vægtes højt blandt grisekødsforbrugere. Det kan f.eks. aktiveres via oprindelsesmærkning, genlykkelige pakker og portionsstørrelser. Tilsammen øger det både relevans og kurveværdi.

Samlet set kan analysens indsigter bruges til at styrke positioneringen af grisekød, optimere sortiment og markedsføring, samt understøtte en mere målrettet og værdiskabende dialog med forbrugerne i detailhandlen og fødevareindustrien.

Om analysen

Kortlægningen om kurveanalysen af grisekød samt grisekødsforbrugeren er baseret på hhv. indkøbsdata fra Kauza samt forbrugerdata indsamlet af Voxmeter for Landbrug & Fødevarer.

- Kauza indkøbsdata: Data er fra MAT juni 2025 = de seneste 12 mdr. Data indsamles via app'en 'Whatlbuy', som trækker digitale kvitteringer. Data er baseret på stregkodeinformation. Data er nationalt repræsentativ for husstande i Danmark og dækker 95 pct. af den danske dagligvarehandel. Kauzas panel indeholder 13.000+ danske husstande.
- Forbrugerdata: Data er indsamlet af Voxmeter som webbaserede spørgeskemaundersøgelser i februar, maj og august 2025 blandt 3.000 unikke danskere ml. 18-80 år. Hver undersøgelse indebærer 1.000 respondenter. Data er repræsentativt på køn, alder, region og uddannelse ud fra tal fra Danmarks statistik.
- Analyse af data er foretaget af Landbrug & Fødevarer. Undersøgelsen er en del af projektet "Grisekød i en Bæredygtig Kost", der er støttet af Svineafgiftsfonden.
- Billedet på forsiden er AI genereret