



Nyt marked i fokus - Australien

November 2025

Landbrug & Fødevarer



Nyt marked i fokus - Australien

Vi kigger mod nye horisonter: Mange af fødevareklyngens produkter eksporteres til lande både i og uden for Europa. Landbrug & Fødevarer sætter derfor løbende fokus på madkultur, holdninger og adfærd blandt forbrugere i andre lande end Danmark for at hjælpe fødevareproducenter med at tilrettelægge produktudvikling og markedsføring. I denne analyse rettes blikket mod forbrugere og madkultur i Australien – et nyt marked, vi ikke tidligere har undersøgt. Dynata og Wilke har på vegne af Landbrug & Fødevarer gennemført en undersøgelse blandt australske forbrugere i juli 2025. I analysen sammenligner vi med resultater fra undersøgelser i Italien, Tyskland, England, Sverige og Danmark i 2024 og 2025.

De vigtigste indsigter er:

- Aftensmaden i Australien består typisk af kylling, ris, grøntsager, salat, oksekød og pasta, hvor løg og gulerødder er blandt de mest populære grøntsager. Kylling er den klart mest spiste kødtype - 67 pct. spiser det ugentligt - efterfulgt af oksekød med 51 pct. Kun én ud af ti australiere undlader at spise kød til aftensmad.
- Halvdelen af australierne spiser kød dagligt, mænd mere end kvinder. For 41 pct. af australierne styrer både kød og grøntsager måltidsplanlægningen, mens 35 pct. lader kødet bestemme menuen.
- 20 pct. af australierne svarer, at de spiser mindre kød end for to år siden, primært på grund af pris. Sundhed er den næst vigtigste årsag, mens bæredygtighed og dyrevelfærd rangerer lavere. Australien skiller sig ud med et markant lavere fokus på reduktion af kødforbrug og en højere andel, der spiser mere kød, sammenlignet med andre undersøgte markeder.
- Stigende fødevarepriser er australiernes største bekymring, efterfulgt af krig og miljøforurening. Kvinder bekymrer sig generelt mere end mænd, og bekymringen stiger med alderen.
- Halvdelen af australske forbrugere er begyndt at lave mere hjemmelavet mad i forhold til tidligere og forsøger i højere grad at undgå madspild. Derudover spiser 47 pct. sundere, 46 pct. sparer på vandet, og lige så mange køber flere fødevarer på tilbud. Tendenserne peger på en udvikling, hvor sundhed og økonomi får stadig større betydning for adfærd.
- Australiere er mest positive over for australsk mad, men mad fra New Zealand vurderes også positivt. Der er begrænset kendskab til danske fødevarer og deres kvalitet.
- Hver anden australier er enig i, at 'at spise kød er en del af et sundt og godt liv' og at de 'spiser sundt det meste af tiden'. Bekymring for madspild ligger på tredjepladsen. Bekymring for klimaforandringer er ikke i top-5 for australske forbrugere.
- Direkte adspurgt viser halvdelen af australske forbrugere interesse for klima og bæredygtighed, mens mange kun har begrænset fokus. Økologiske fødevarer deler også vandene – 42 pct. værdsætter dem, mens en stor del ikke tillægger dem betydning.
- Samlet set fremstår Australien som en madkultur, hvor kød og sundhed er centrale elementer, og hvor pris har stor betydning. Klima og bæredygtighed spiller en mindre rolle i forbruget af fødevarer – dog med større vægt blandt yngre forbrugere end ældre.

Det typiske australske aftensmåltid - en balance mellem kød og grøntsager

Australien repræsenterer et nyt og relativt uudnyttet marked for dansk eksport. Med forskellige handelsudfordringer og begrænsninger på afsætningen til bl.a. det amerikanske marked, er der behov for at tænke i nye vækstmuligheder. Australien fremstår som et attraktivt alternativ med en stærk økonomi, høj købekraft og en forbrugerkultur, der efterspørger kvalitetsprodukter - områder hvor danske virksomheder har en klar styrkeposition.

I en nyligt gennemført undersøgelse foretaget i samarbejde med Dynata og Kantar stiller Landbrug & Fødevarer skarpt på de australske forbrugere, for at kortlægge deres adfærd, både når det kommer til fødevarer, men også inden for emner som dyrevelfærd, klima og bæredygtighed.

Først et kig på, hvordan aftensmaden ser ud for de australske forbrugere. Her er Australierne alsidige. Adspurgte til, hvad man fik at spise aftenen inden, ser vi, at de mest almindelige retter/fødevarer var kylling, ris, salat, oksekød og pasta. Australsk aftensmad er gerne en blanding af klassiske britiske retter, italienske favoritter og lokale specialiteter - ofte med et twist fra grillen. 7 pct. spiste ikke aftensmad dagen før.

Figur 1: Try to think back to yesterday. What did you have for dinner?

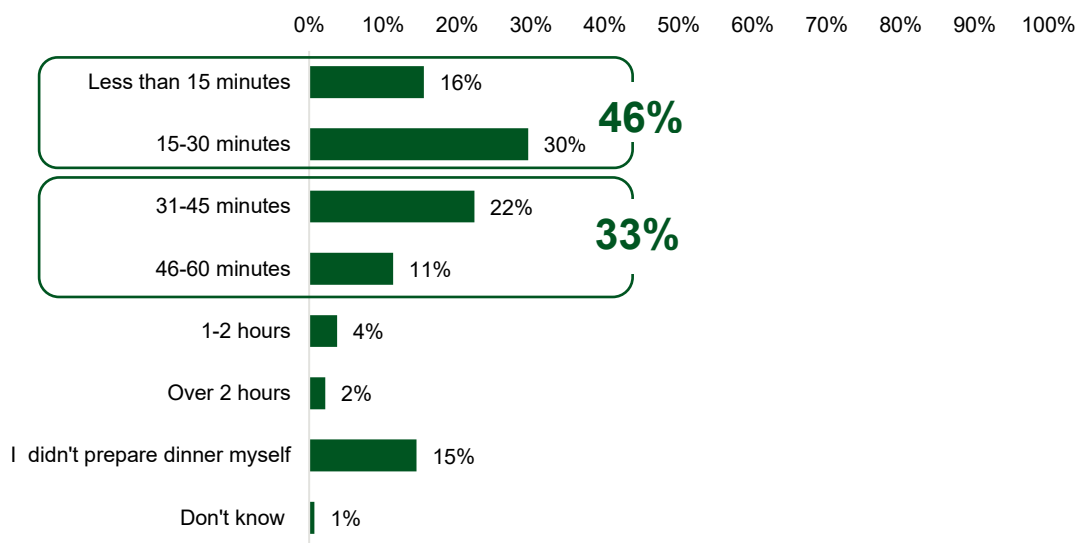


Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=4.023. Åbne svar i ordsky, hvor oftere nævnte ord er forstørret.

Langt de fleste australske forbrugere spiser aftensmad hjemme (88 pct.) og sammen med deres partner (50 pct.). Én ud af tre australske forbrugere spiste deres aftensmad alene (30 pct.). Australske forbrugere bruger generelt længere tid på aftensmad end i flere europæiske lande. 46 pct. tilberedte deres aftensmåltid på højst 30 minutter dagen før, heraf 16 pct., der brugte under 15

minutter. Til sammenligning ligger andelen, der brugte under 30 minutter på aftensmaden dagen før, på 67 pct. i Italien, 51 pct. i Tyskland og 50 pct. i Danmark. Australien skiller sig dermed ud ved, at flere prioriterer mere tid til madlavning – 33 pct. bruger mellem en halv og en hel time. Dette indikerer et marked, hvor convenience er vigtig, men hvor der også er plads til produkter, der understøtter kvalitet og variation i måltidet.

Figur 2: How long did you spend cooking dinner yesterday? How long did it take from the time you started to prepare ingredients until it was ready to eat?



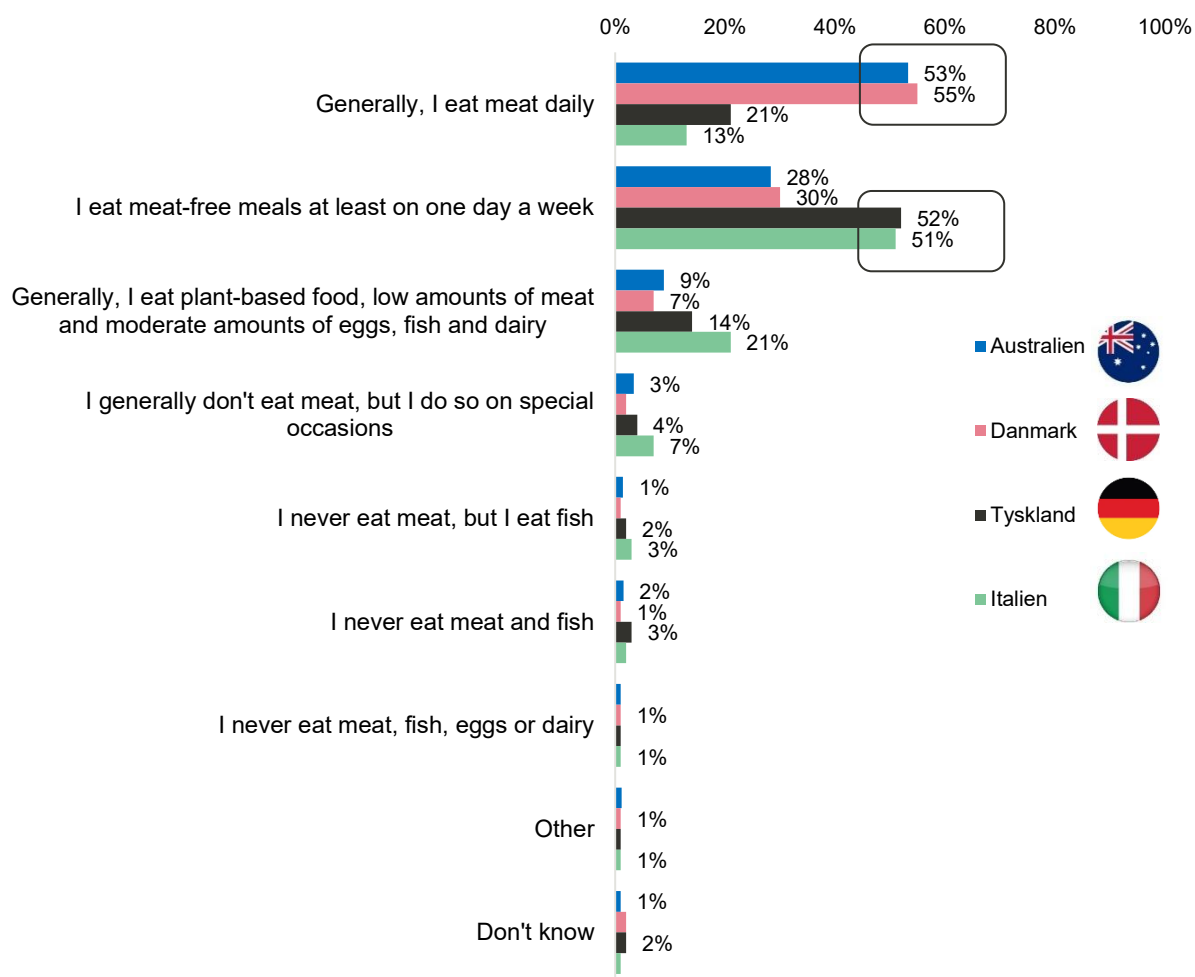
Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=3.691 (fik aftensmad dagen før)

Flertallet spiser kød dagligt – her ligner danskere og australiere hinanden

Halvdelen af australierne angiver, at de spiser kød hver dag – mænd oftere end kvinder. Knap hver tredje spiser kødfrie måltider mindst en dag om ugen, og hver tiende spiser planterigt med lave mængder af kød.

Når vi sammenligner tallene, bliver det tydeligt, at Australien og Danmark minder meget om hinanden, når det gælder kødforbrug. I begge lande angiver omkring halvdelen af forbrugerne, at de som hovedregel spiser kød hver dag. Det viser, at dagligt kødindtag er en fast del af måltidsvanerne i både Danmark og Australien. Til gengæld ser vi en anden tendens i f.eks. Tyskland og Italien, hvor forbrugerne oftere vælger kødfrie måltider. Denne forskel understreger, hvordan kulturelle præferencer påvirker spisevanerne på tværs af landegrænser.

Figur 3: Which of the following descriptions best fit you when thinking about your eating habits in general?

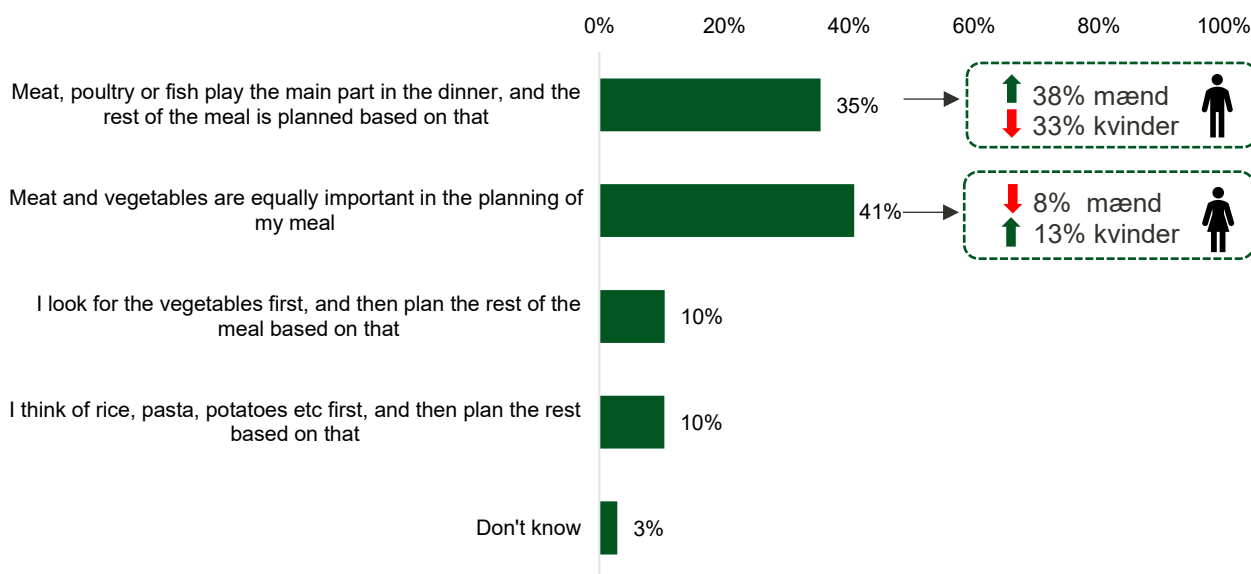


Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, Australien: Data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=4.023. Danmark: Data fra Voxmeter Q1-Q4 2025 n=4.000. Tyskland: Data fra Wilke og Kantar, maj 2025 n=3.005. Italien: Data fra Wilke og Kantar, juli 2025 n=2.006. Undersøgelserne er nationalt repræsentative på køn, alder, region og uddannelse. Spørgsmålet er blevet spurgt på de respektive landesprog.

Planlægningen af aftensmaden styres af både kød og grønt

41 pct. af australierne planlægger som udgangspunkt deres aftensmad med *både* kød og grøntsager. For 35 pct. er kødet den klare hovedrolle, mens 10 pct. tager udgangspunkt i grøntsager, og yderligere 10 pct. lader ris, pasta eller kartofler styre menuen.

Figur 4: Which of the following statements do you most agree with when thinking about what to have for dinner?



Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=4.023.

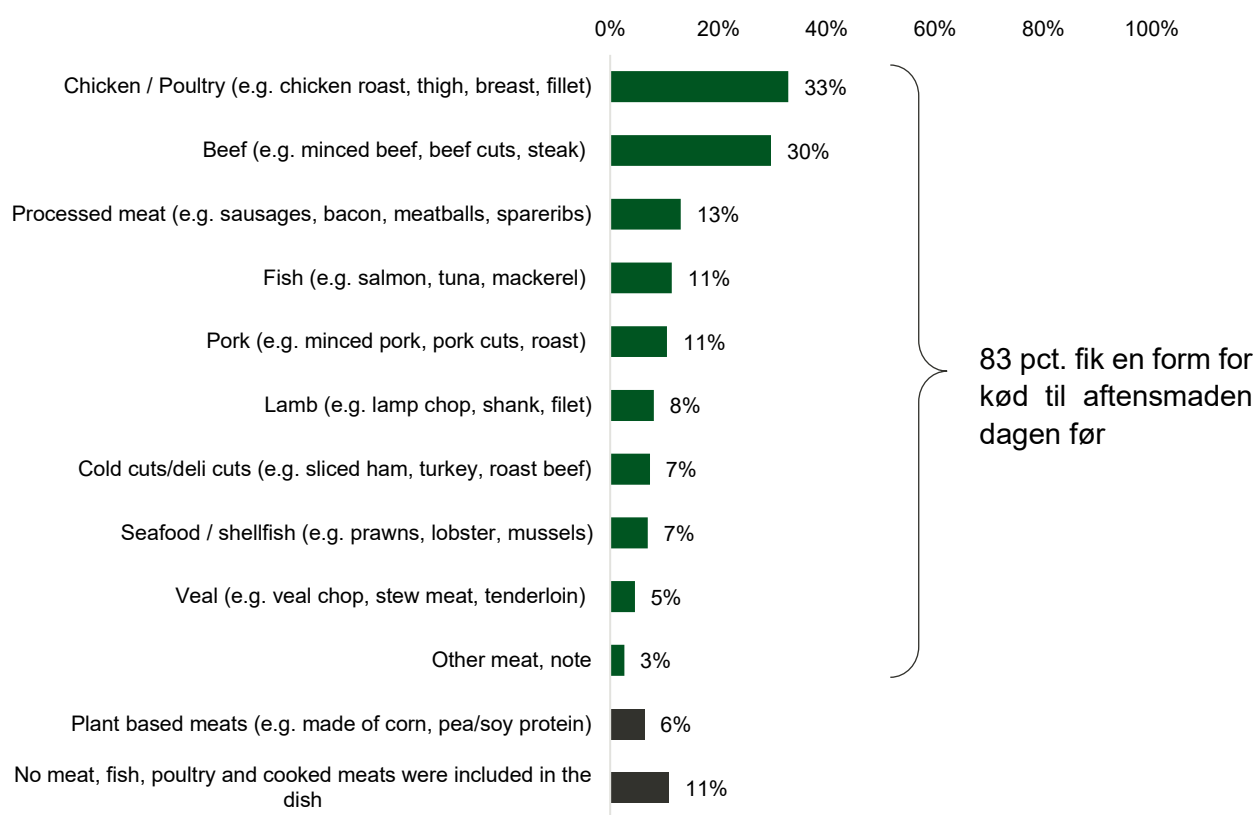
Mænd orienterer sig oftere mod kødet (38 pct.), mens kvinder i højere grad end mænd planlægger ud fra det grønne (13 pct.). Aldersforskelle spiller også ind - næsten halvdelen af de 70-80-årige vælger både kød og grønt som udgangspunkt, mens de yngste, 18-29-årige, oftere end andre grupper, planlægger ud fra ris og pasta (17 pct.).

Australien ligger på linje med mange europæiske lande, når det gælder planlægning af måltider med grøntsager som udgangspunkt, som nævnt 10 pct. i Tyskland er det 13 pct., i England 10 pct., i Sverige og Danmark 8 pct., der lader det grønne styre aftensmaden. Italien skiller sig dog ud – her planlægger hele 23 pct. af forbrugerne deres aftensmad med grøntsager i centrum.

Kylling og oksekød topper listen over kødtyper

83 pct. af de australske forbrugere havde kød som en del af aftensmåltidet dagen før. Kylling var mest populært – hver tredje havde kylling på tallerkenen – efterfulgt af oksekød og derefter forarbejdet kød. Kun 11 pct. spiste hverken kød eller fisk, og blandt disse var kvinder overrepræsenteret (14 pct.). Australien er dermed blandt de markeder med færrest forbrugere, der undlod kød eller fisk til aftensmad. Til sammenligning var andelen 20 pct. i Tyskland, 17 pct. i England, Sverige og Danmark, og hele 32 pct. i Italien. Det understreger, at kød spiller en markant rolle i den australske madkultur sammenlignet med europæiske markeder, og at der er en stærk tradition for kød til aftensmåltidet.

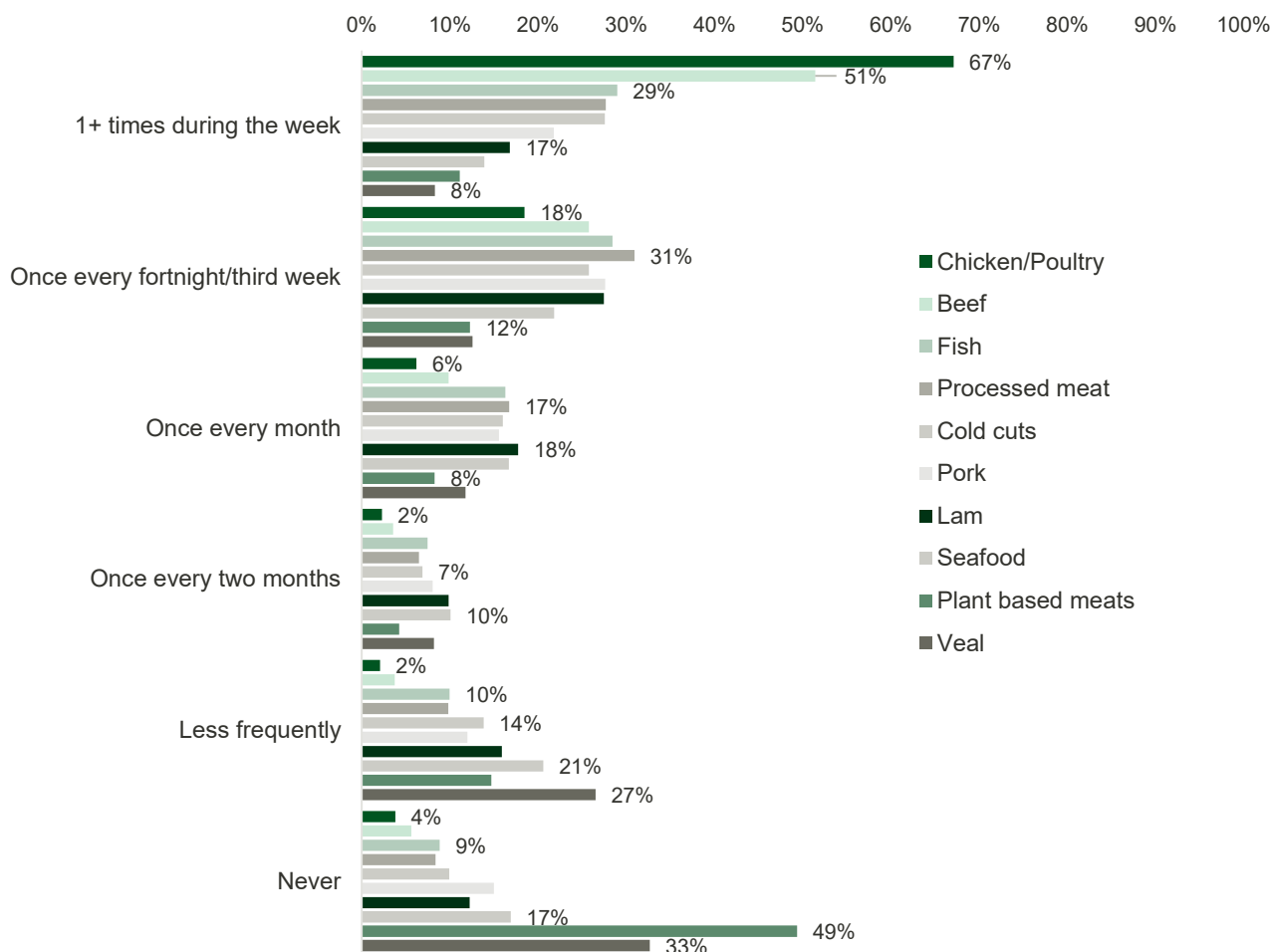
Figur 5: Were any of the following included in your dinner yesterday?



Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=3.691 (fik aftensmad dagen før).

Når der ses på, hvor ofte kød og fisk indgår i kosten generelt, er kylling og oksekød de klart mest foretrukne valg. Dernæst følger fisk, forarbejdet kød og pålæg. Hele 67 pct. spiser kylling mindst én gang om ugen, mens 51 pct. har oksekød på menuen ugentligt, og 29 pct. spiser fisk hver uge. Forarbejdet kød og grisekød indgår typisk hver anden eller tredje uge, mens kalvekød spises væsentligt sjældnere end de øvrige kødtyper.

Figur 6: How often do you eat the following types of meat?

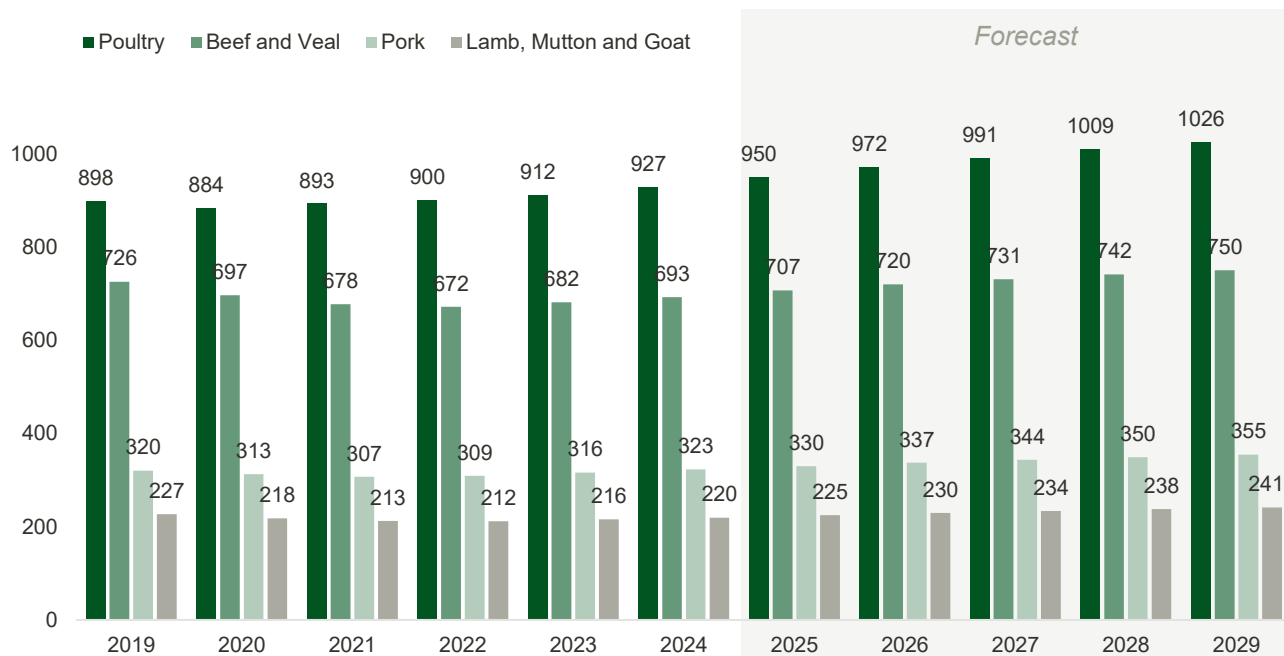


Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=4.023.

Kvinder spiser oftere kylling, mens både mænd og kvinder i lige høj grad angiver, at de spiser oksekød ugentligt. Mænd har derimod en tendens til at spise mere fisk og skaldyr men også oftere forarbejdet kød og pålæg. Oksekød spises på tværs af alle aldersgrupper, men når det gælder kylling, er det især personer over 50 år, der spiser det, mens det er mindre udbredt blandt dem under 40 år. Fisk er ligeledes mest populært blandt ældre forbrugere og omvendt mindst populært hos dem under 50 år. Til gengæld spiser yngre forbrugere oftere plantebaseret kød - f.eks. er det 19 pct. af de 30-39-årige, der ugentligt spiser plantebaseret kød, mens det omvendt kun er 4 pct. blandt de 60-80-årige. Blandt forarbejdede kødprodukter er pølser og bacon de mest anvendte i madlavning (data ikke vist her).

Ifølge Euromonitor International, er fjerkræ og oksekød også de mest *købte* kødtyper i Australien, hvilket stemmer overens med resultaterne for de mest konsumerede kødtyper. Både fjerkræ og oksekød samt det samlede salg i volumen forventes at stige i prognoseperioden frem til 2029.

Figur 7: Euromonitor International: Sales of Meat in Australia, Total Volume - '000 tonnes - 2010-2029

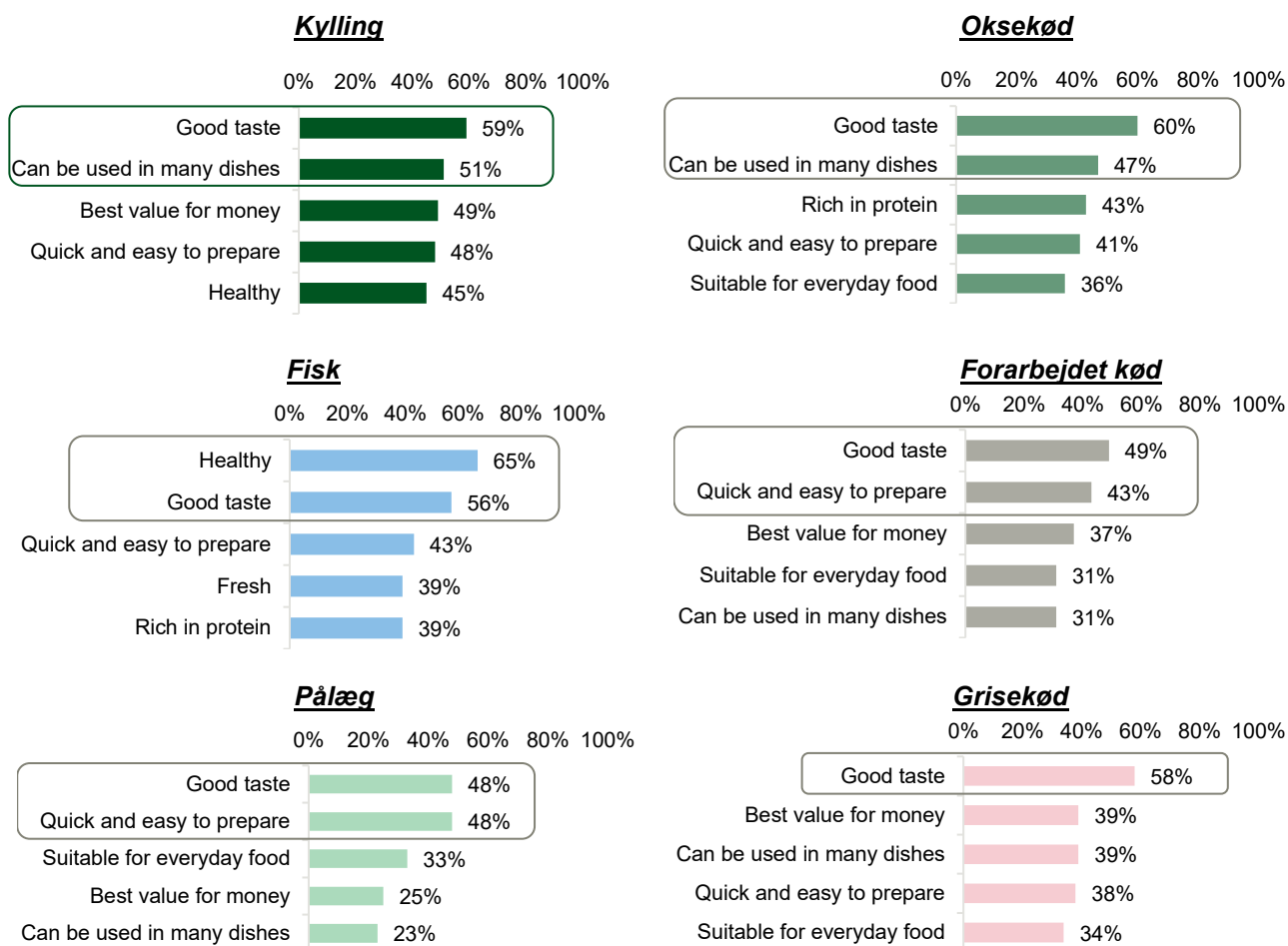


Kilde: Euromonitor International. Meat in Australia, country report, December 2024.

Især smag og alsidighed driver valget af kød

Når australske forbrugere forklarer, hvorfor de vælger bestemte kødtyper, går to kriterier igen: god smag og alsidighed – at kødet kan bruges i mange retter. Smag er den primære begrundelse for oksekød (60 pct.), tæt fulgt af kylling (59 pct.) og grisekød (58 pct.). Kylling, som er den mest spiste kødtype, vælges desuden for sin alsidighed og fordi det giver god værdi for pengene. Fisk foretrækkes for sine sundhedsfordele, den gode smag og fordi det er nemt og hurtigt at tilberede. Et højt proteinindhold ligger i top-5 for både fisk og oksekød, men ikke for de øvrige kødtyper. “Mest værdi for pengene” er derimod i top-5 for kylling, forarbejdet kød, pålæg og grisekød.

Figur 7: What are the reasons for your choice of [X] for dinner? Top-5

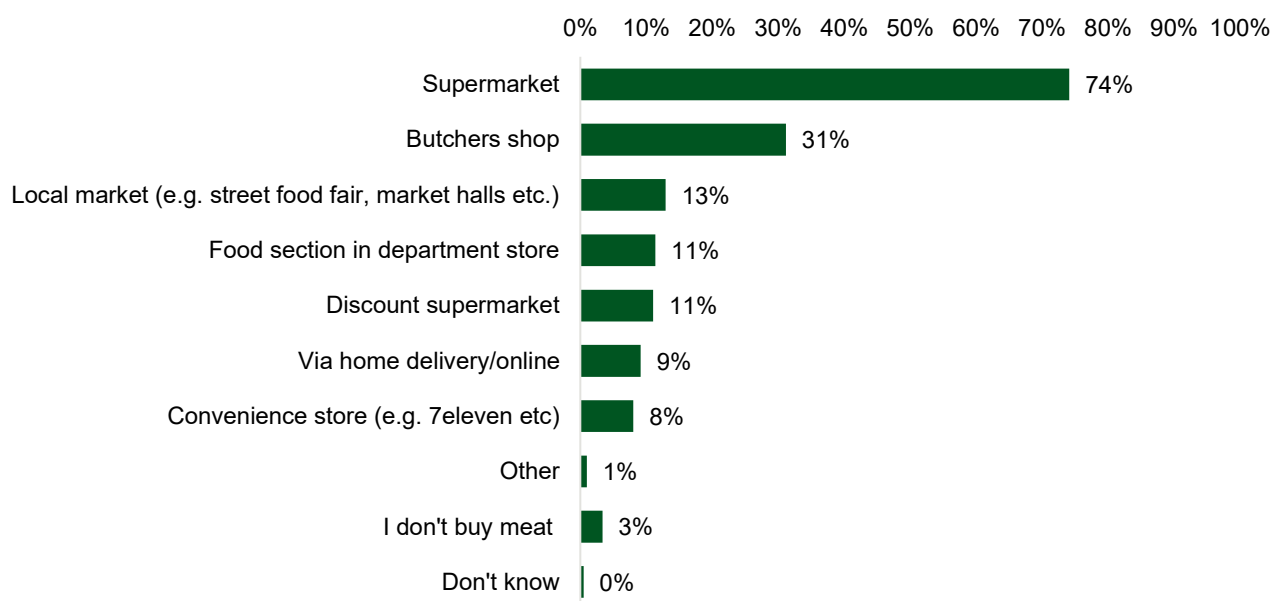


Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025. Kylling n=2.700, oksekød n=2.069, fisk n=1.166, forarbejdet kød n=1.113, pålæg n=1.109, grisekød n=876. (spiser det 1+ gange om ugen). Top-5 udsagn vist her.

Supermarkedet er førstevalg, men slagteren tiltrækker hver tredje australier

De fleste australske forbrugere køber primært deres kød i et supermarked (74 pct.), men omkring hver tredje køber også kød fra en slagterforretning. 13 pct. angiver lokale markeder, 11 pct. angiver madafdelingen i stormagasiner, og 11 pct. angiver discountsupermarked. Forbrugere under 40 år køber i mindre grad deres kød i supermarked sammenlignet med dem over 50 år. Til gengæld køber de oftere deres kød i discountsupermarked eller online. Det er dog, også for de yngre, supermarkedet, hvor flest køber deres kød generelt set.

Figur 8: Where do you mostly buy meat?

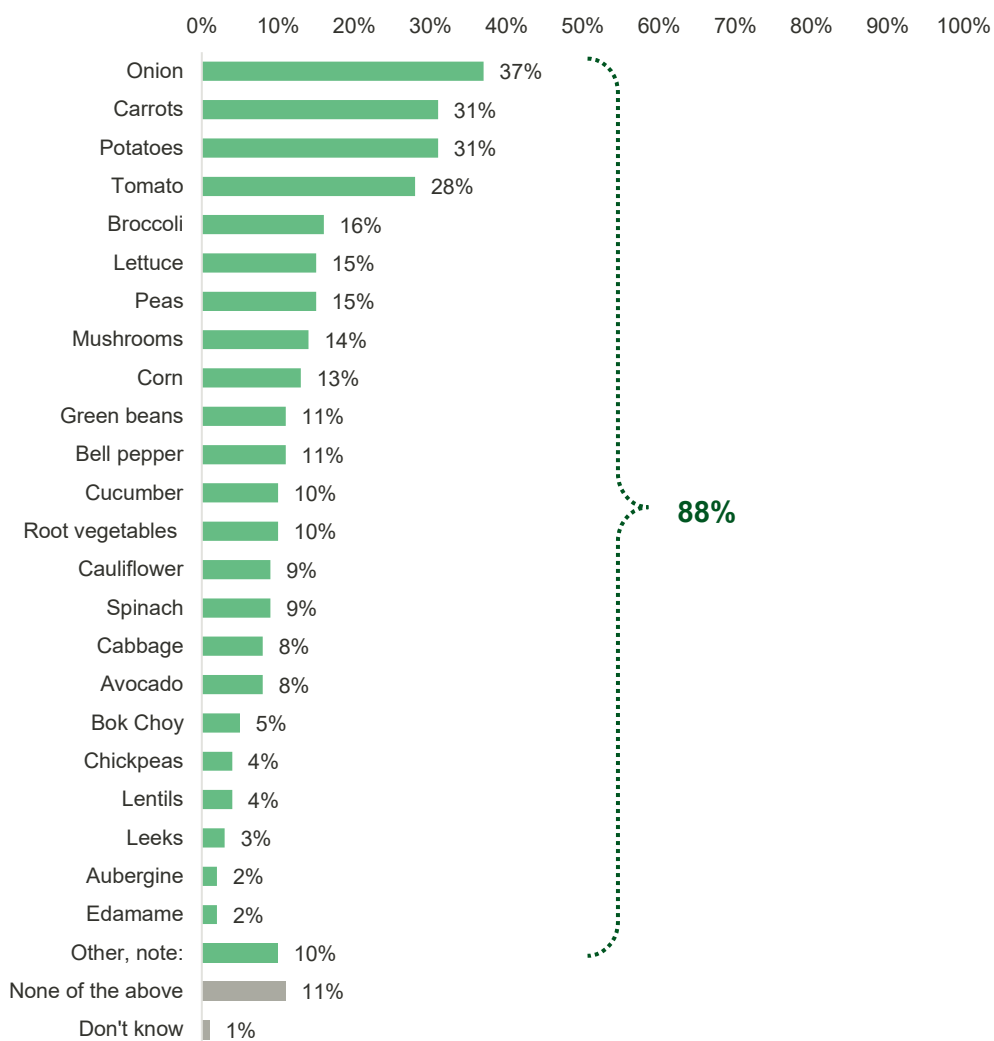


Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025, n=4.023. Mulighed for flere svar. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

Løg topper grøntsagsuniverset

Blandt de forbrugere, der fik aftensmad dagen før, indgik der grøntsager i måltidet hos 88 pct. af deltagerne. Særligt løg var populært, hvor knap 4 ud af 10 havde netop løget med i maden aftenen inden. Derefter følger gulerødder, kartofler og tomat. Især kartofler og gulerødder spise i højere grad af dem over 60 år, hvorimod agurk og tomat oftere ses på tallerkenen hos australier under 40 år. I svarmuligheden 'other' blev grøntsagen 'pumpkin' (græskar) nævnt ofte i de åbne svar. Sammenlignet med andre markeder ser vi, at grøntsager indgår i aftensmåltidet hos 84 pct. af forbrugerne i Sverige, 89 pct. i England, 81 pct. i Tyskland og 85 pct. i Italien. Australien ligger dermed på niveau med de øvrige lande.

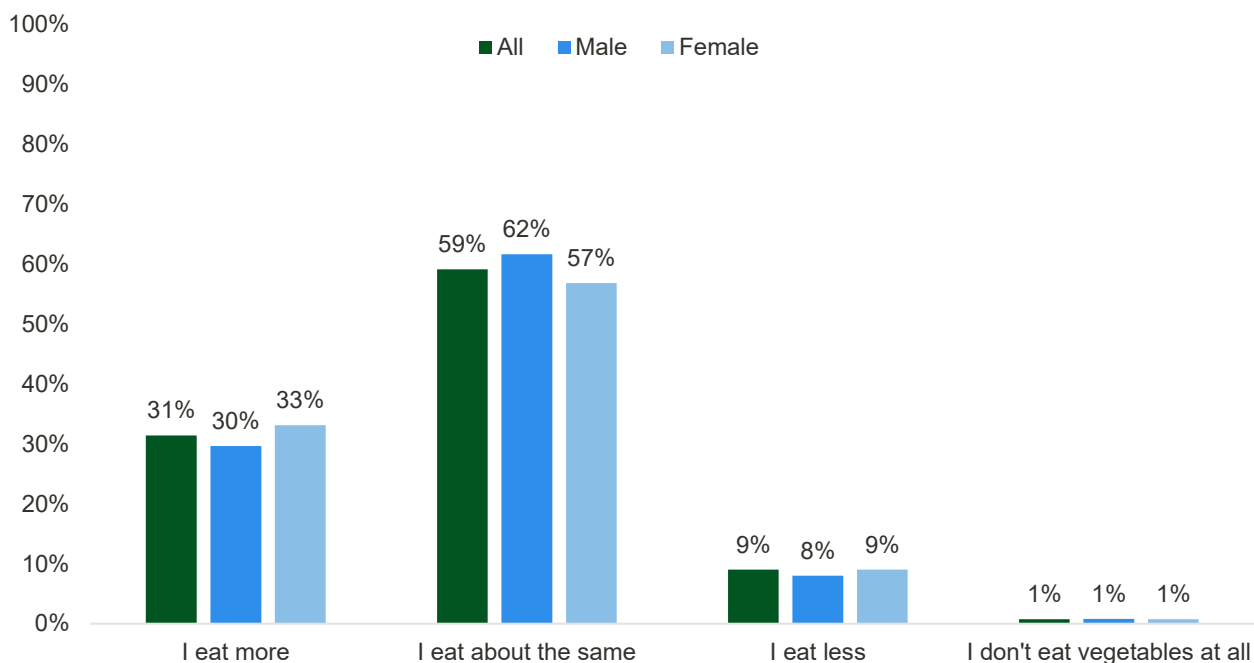
Figur 9: Were any of the following included in your dinner yesterday?



Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=3.691 (fik aftensmad dagen før).

31 pct. af de australske forbrugere angiver, at de spiser flere grøntsager nu end for to år siden. Sammenlignet med andre markeder, angiver 27 pct. forbrugerne i Sverige, 35 pct. i England og 42 pct. i Italien, at de spiser flere grøntsager end for to år siden. Langt størstedelen (59 pct.) rapporterer dog et uændret indtag af grøntsager. Det er i lidt højere grad kvinder (33 pct.) fremfor mænd (30 pct.), der har øget deres grøntsagsindtag i Australien.

Figur 10: Would you say that nowadays you eat more vegetables or less vegetables than 2 years ago?



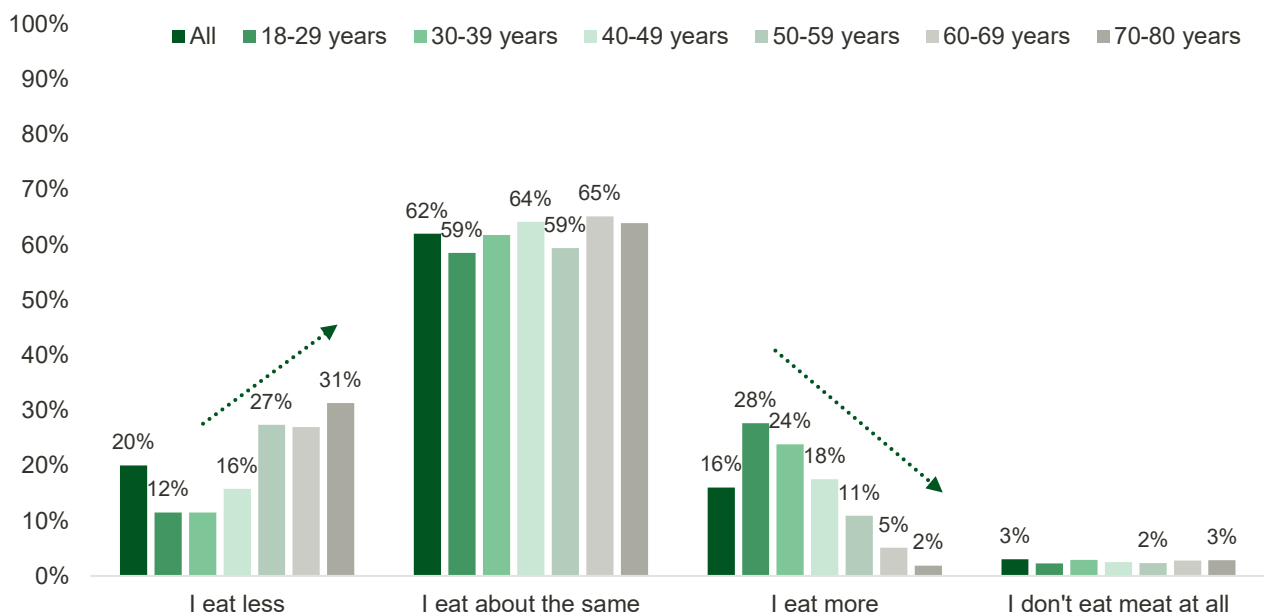
Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=2.006, heraf mænd n=1-942, kvinder n=2.081.

Små ændringer i kødforbrug - flertallet spiser som før

Undersøgelsen har også spurgt de australske forbrugere, om de efter egen opfattelse har øget eller reduceret deres kødindtag de seneste to år. Resultatet viser, at 20 pct. mener, at de spiser mindre kød nu end for to år siden. 16 pct. angiver, at de spiser mere kød, mens 62 pct. vurderer, at deres forbrug er uændret.

Kigger vi nærmere på forskellig demografiske segmenter, ser vi, at det i højere grad er kvinder (42 pct.) fremfor mænd (37 pct.), der har reduceret deres kødforbrug. Vi ser også, at tallet stiger med alderen. Flere forbrugere over 50 år har således reduceret deres kødforbrug end forbrugere under 40 år, der ikke har reduceret deres kødforbrug i samme omfang (f.eks. 18-29-årige: 12 pct.). Interessant, så ses den omvendte tendens på om man har spist *mere* kød. Det har de yngre aldersgrupper i højere grad end de ældre. F.eks. spiser hver fjerde 18-29-årig mere kød nu end for to år siden.

Figur 11: Would you say that you eat more or less meat today than 2 years ago?



Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=4.023. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

Blandt dem, der angiver, at de spiser mindre kød eller slet ikke spiser kød, er den absolut primære grund relateret til penge. 48 pct. angiver således, at kød er *"too expensive"*. Derefter følger grunde relateret til personlig sundhed, f.eks. angiver 32 pct. *"It's healthier not to eat meat/as much meat"* og 28 pct. angiver: *"It's better for my body"*. Svarmuligheder relateret til bæredygtighed og dyrevelfærd nævnes på 5. og 6. pladsen (graf ikke vist her).

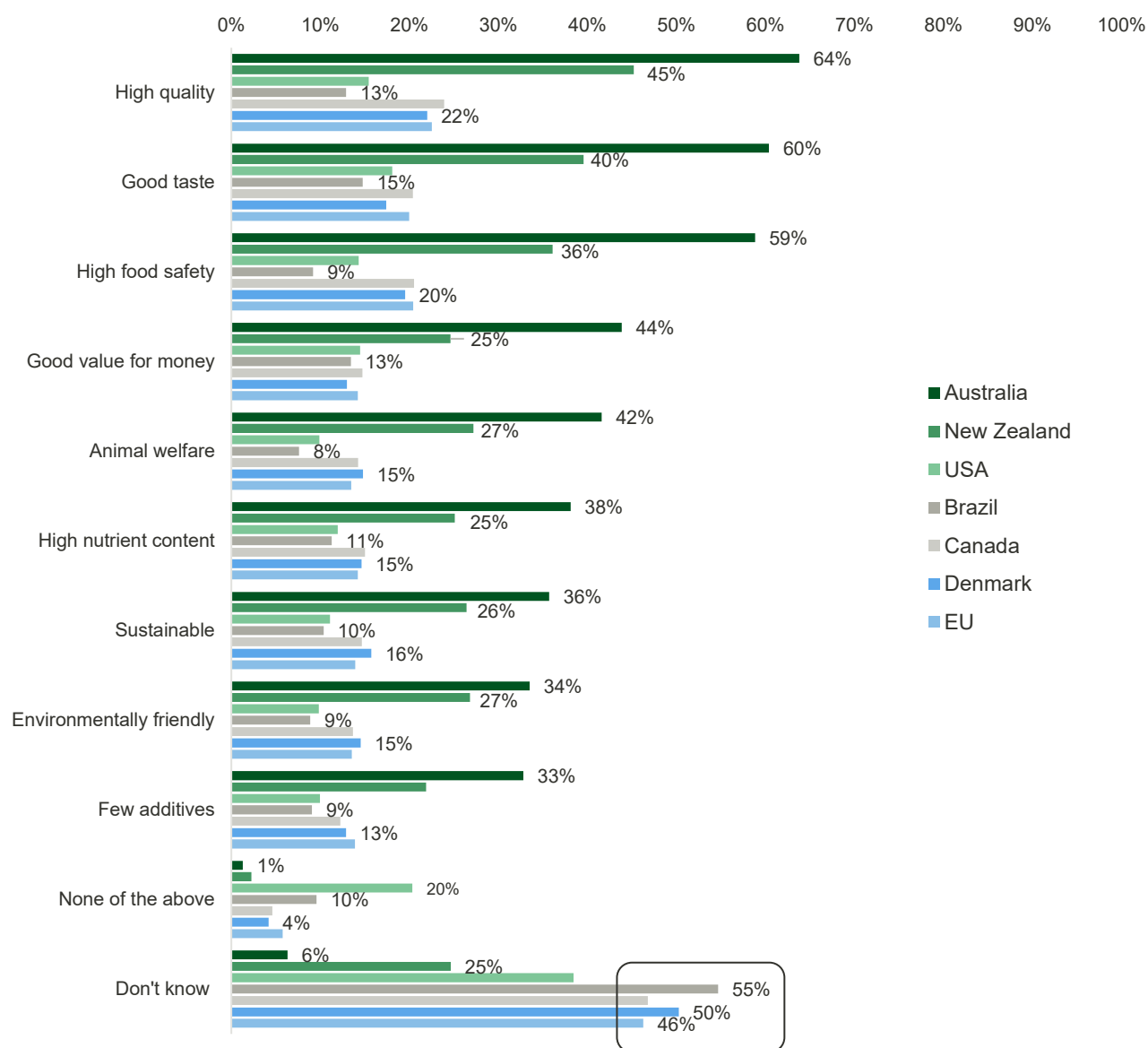
Australien skiller sig ud med et markant lavere fokus på reduktion af kødforbrug og en højere andel, der spiser mere kød, sammenlignet med de undersøgte europæiske markeder. Både Italien, Tyskland og Danmark har større andele, der har reduceret deres kødforbrug, hhv. 39 pct, 38 pct. og 34 pct. mod Australiens 20 pct. Omvendt spiser 16 pct. mere kød i Australien, mens dette tal er 7 pct. i Italien, 5 pct. i Tyskland og 4 pct. i Danmark.

Fødevarer fra hjemlandet scorer højest

Australske forbrugere har generelt en meget positiv opfattelse af australske fødevarer, men også fødevarer fra New Zealand vurderes højt. Når australierne beskriver, hvad der kendetegner fødevarer produceret i Australien, fremhæves især høj kvalitet (64 pct.) og god smag (60 pct.). Sammenlignet med fødevarer fra USA, Brasilien, Canada, Danmark og EU vurderes australske produkter som de bedste på alle parametre. USA skiller sig ud ved at have den højeste andel, der svarer 'ingen af disse', hvilket kan indikere lavere interesse, svagere tilknytning, lavere præference og/eller en generelt mindre positiv holdning til amerikanske fødevarer.

Danske fødevarer opnår mellem 13 og 22 pct. på de forskellige parametre. Mange forbrugere har svært ved at vurdere fødevarer fra andre lande – især fra Danmark, hvor hele 50 pct. svarer 'ved ikke'. Det betyder, at halvdelen af de australske forbrugere ikke kan karakterisere danske fødevarer, hvilket peger på et betydeligt potentiale for øget kendskab og styrket dansk eksport til Australien.

Figur 12: What characterizes food produced in each of the following regions or countries?

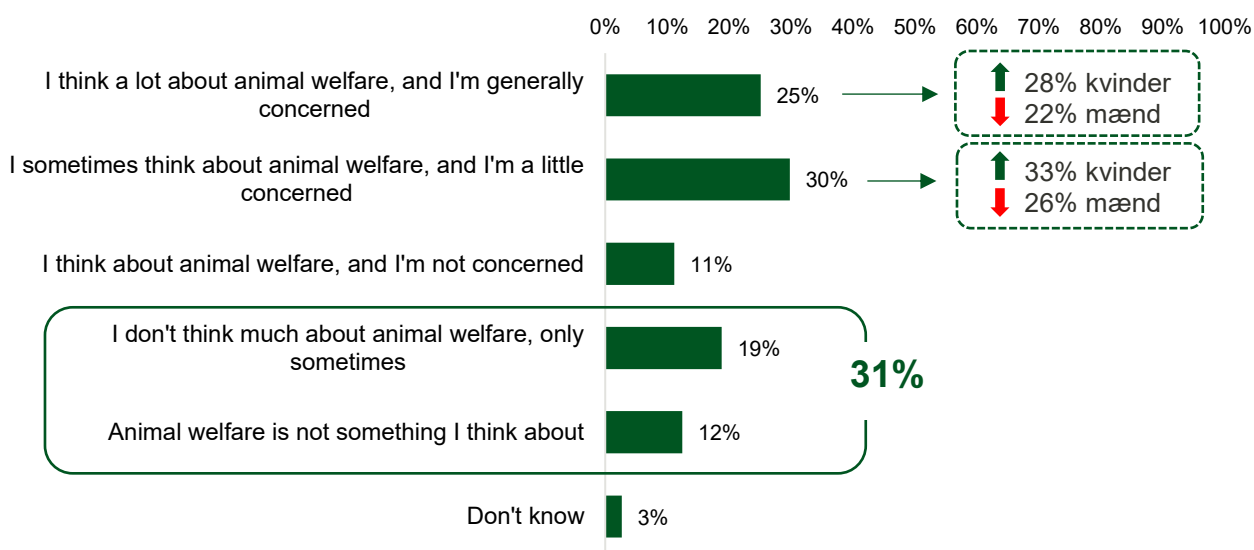


Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=4.023. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

Forskelle i holdningen til dyrevelfærd

Vi ser et blandet billede, når det gælder dyrevelfærd. 1 ud af 4 australiere (25 pct.) tænker meget på dyrevelfærd, og 30 pct. tænker nogle gange på dyrevelfærd. Der er samtidig 1 ud af 3 (31 pct.), der slet ikke eller kun i ringe grad tænker på dyrevelfærd. Det er især kvinder, der bekymrer sig om dyrevelfærd, mens mænd tænker mindre over det.

Figur 13: The following statements may describe different attitudes to animal welfare. Which of the following statements best describes your attitude to animal welfare?



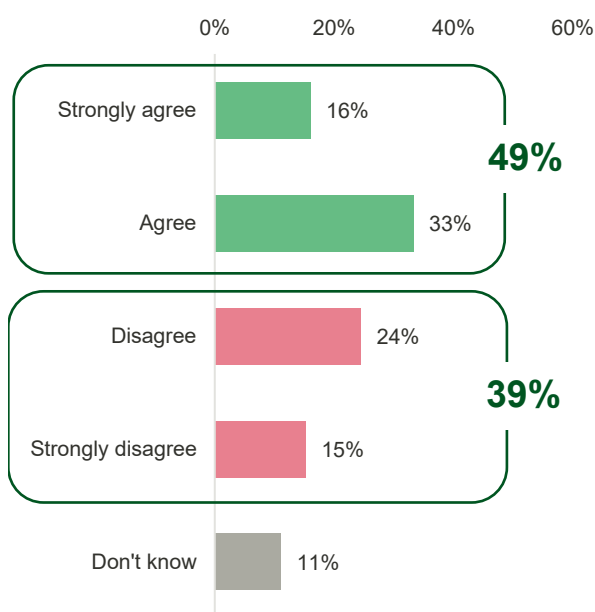
Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=4.023.

Adspurgte til, om forbrugeren tænker over dyrevelfærd ved køb af specifikke fødevarer, udtrykker de fleste australiere (ca. 60 pct.) ingen eller kun begrænset bekymring i forhold til specifikke fødevarer, som f.eks. mælkeprodukter, oksekød, grisekød, æg og fisk. Dog giver ca. hver tredje udtryk for stor eller meget stor omtanke for dyrevelfærd - især for æg (37 pct.), fjerkræ (33 pct.) og oksekød (32 pct.). Så selvom de fleste australiere kun har begrænset fokus på dyrevelfærd ved køb af fødevarer, viser bekymringen for især æg, fjerkræ og oksekød, at emnet stadig spiller en væsentlig rolle for en betydelig del af forbrugerne.

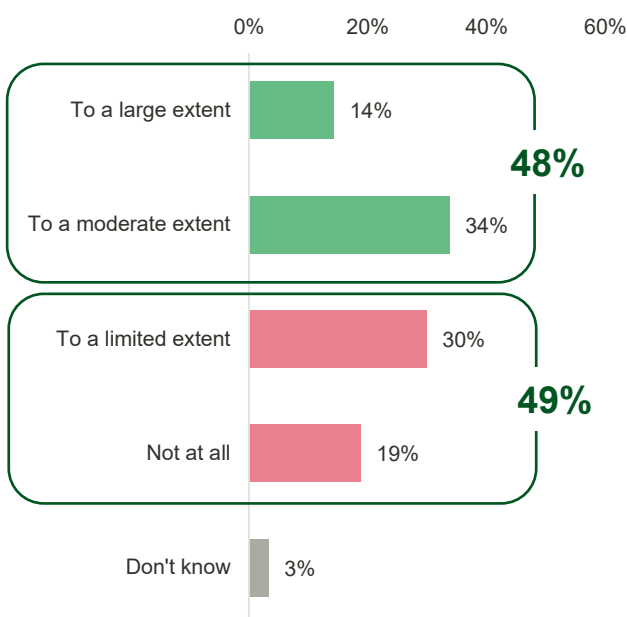
Klima og bæredygtighed: De yngre viser interesse, de ældre ikke nær så meget

Australske forbrugere er delte i synet på klimavenlig mad: Halvdelen angiver stigende interesse, mens fire ud af ti ikke gør. Det er især forbrugere under 50 år, der viser interesse, mens de ældre i højere grad er uengagerede. Det samme mønster ses ved omtanke for bæredygtighed i forbindelse med køb af mad og drikke: Omtrent halvdelen tænker over det i moderat eller høj grad, mens den anden halvdel kun i ringe grad eller slet ikke. Igen er det primært de yngre forbrugere, der har fokus på bæredygtighed.

Figur 14: How much do you agree or disagree with the following statements? – I am becoming more and more interested in eating climate-friendly food



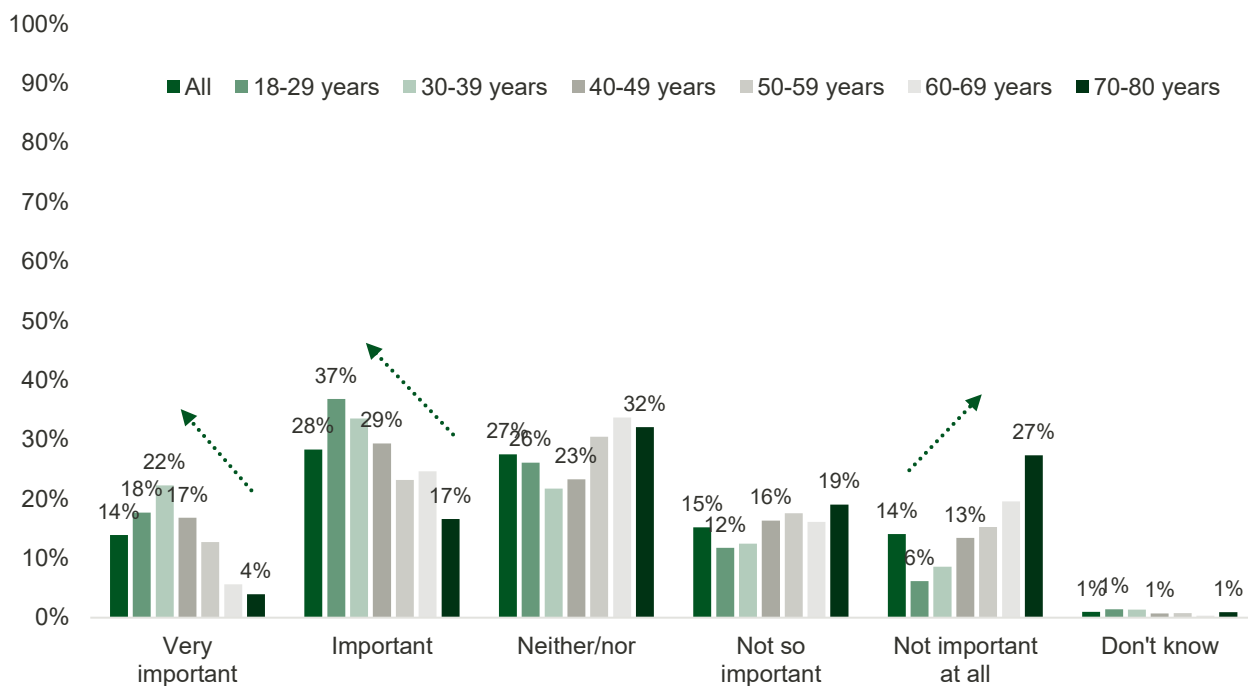
Figur 15: To what extent do you consider sustainability when buying food and drinks?



Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=4.023.

Adspurgte til økologi og vigtigheden af, at ens mad er økologisk produceret, svarer 4 ud af 10, at det er meget vigtigt/vigtigt, mens 3 ud af 10 svarer at det ikke er særlig vigtigt eller slet ikke vigtigt. Jo yngre man er, jo vigtige synes man økologi er.

Figur 16: How important is it to you that your food is produced organically?

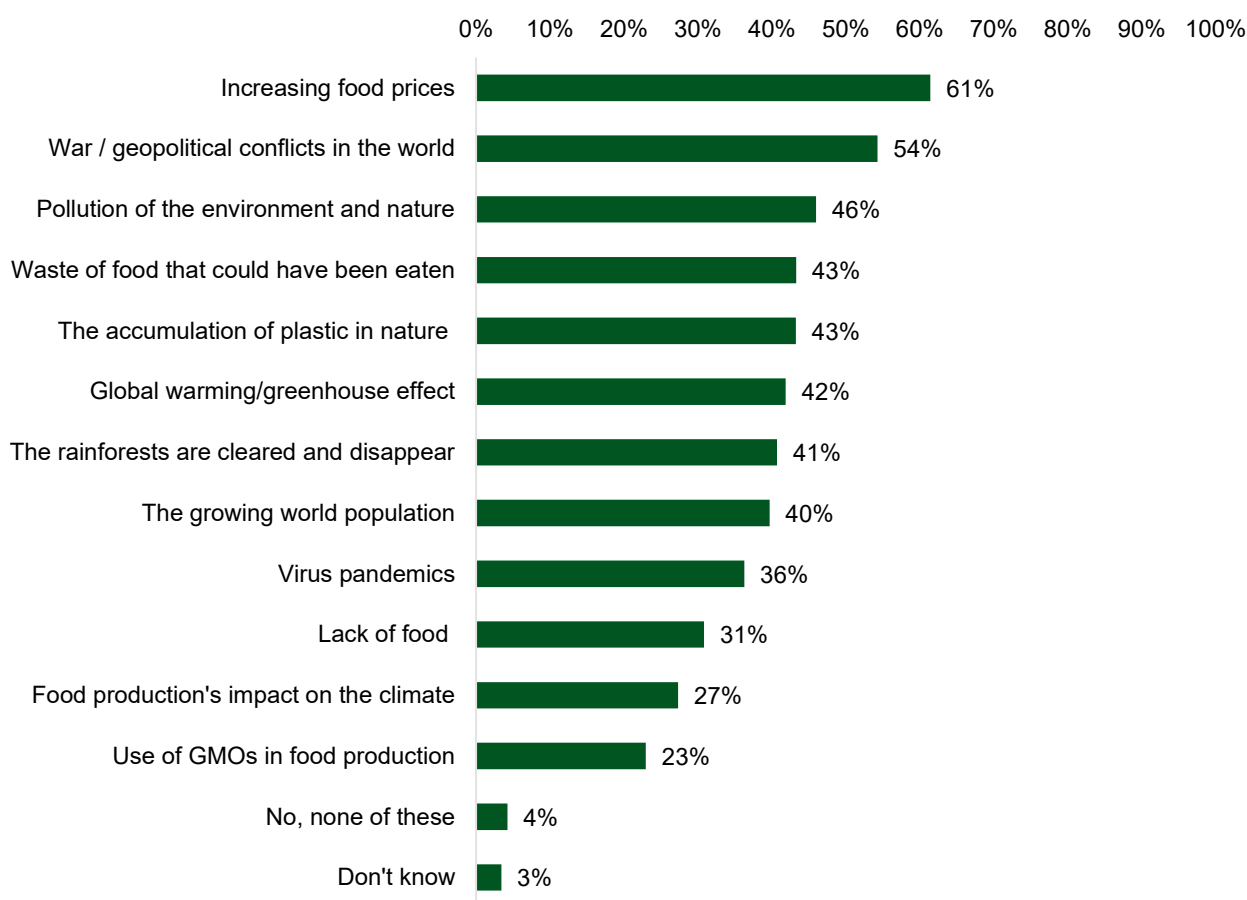


Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=4.023.

Seks ud af ti australske forbrugere er bekymrede over stigende fødevarepriser

Når det kommer til, hvilke udfordringer verden kan stå over for de næste 10-15 år, så er hele 61 pct. af de australske forbrugere bekymrede for stigende fødevarepriser. Derudover er omkring halvdelen bekymrede for krig og geopolitiske konflikter samt forurening af miljø og natur. Generelt stiger bekymringen med alderen på alle parametre. F.eks. er 79 pct. af dem mellem 70-80 år bekymrede for krig, mens det 'kun' er 39 pct. blandt dem mellem 30-39 år. Flere kvinder end mænd tenderer også til at være bekymrede for fremtidige udfordringer.

Figur 17: Some would argue that the world may face the following challenges for the next 10-15 years. Are there any of these that you are particularly concerned about?

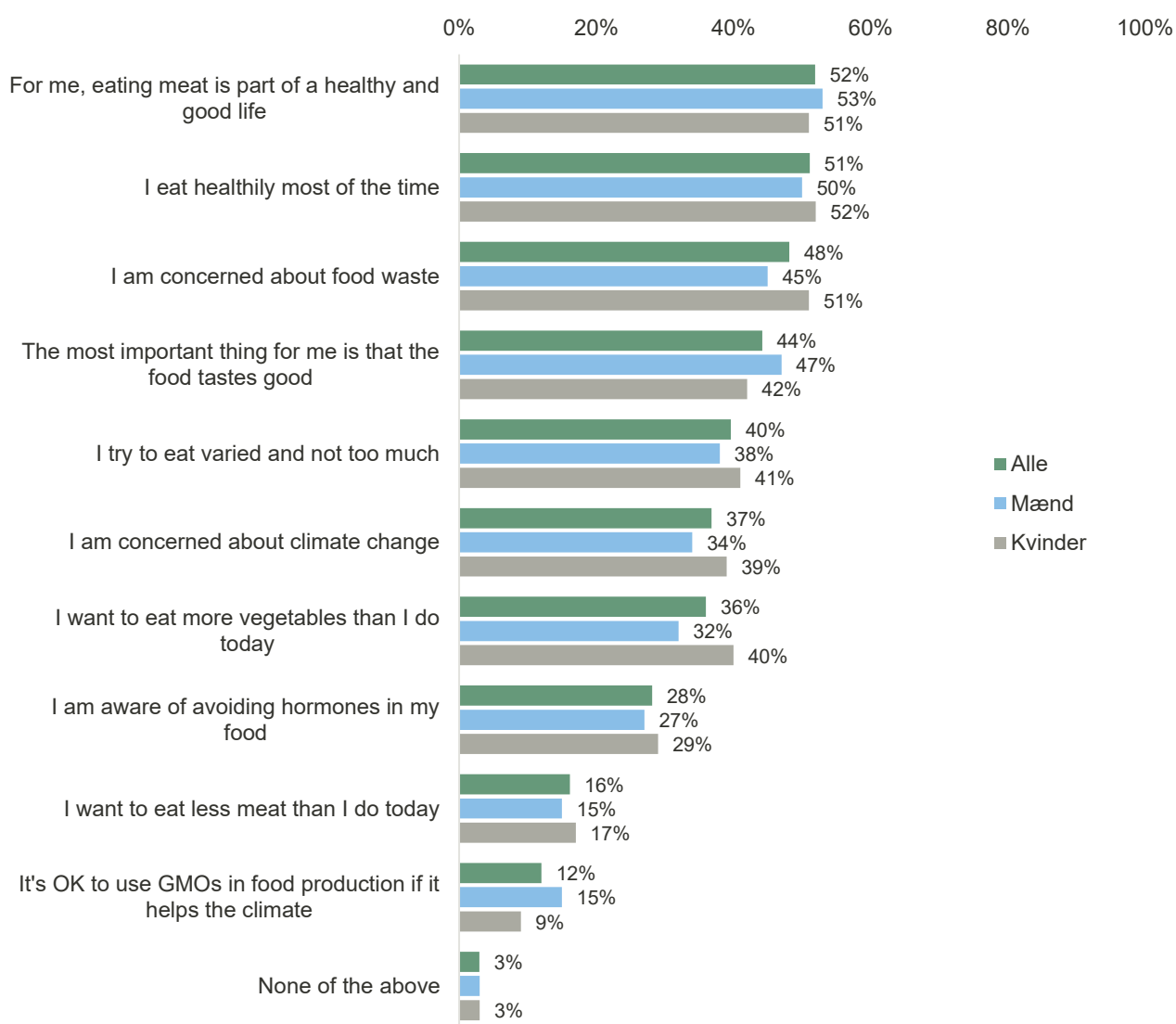


Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=4.023.

Australierne mener, at det at spise kød er en del af et sundt og godt liv

Hver anden australier mener, at det at spise kød er en del af et sundt og godt liv, og at de spiser sundt det meste af tiden. Bekymring for madspild ligger på tredjepladsen. Bekymring for klimaforandringer er ikke blandt de fem største bekymringer for australske forbrugere. Både mænd og kvinder nævner kød og sundhed lige ofte. Mænd nævner oftere vigtigheden af god smag, mens kvinder oftere udtrykker bekymring for madspild samt klimaforandringer.

Figur 18: Which of these statements describe you or do you agree with?

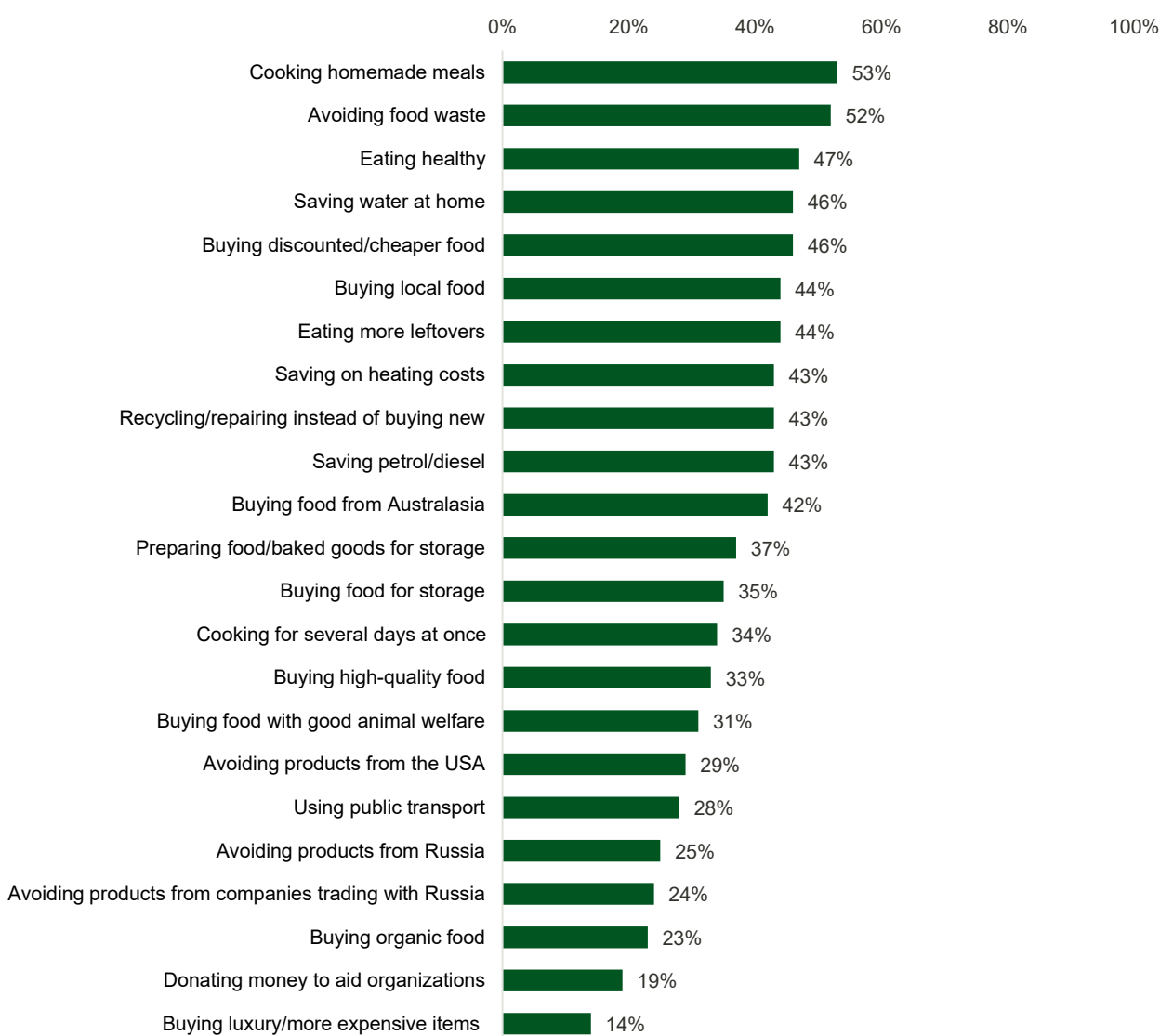


Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=4.023, heraf mænd n=1.942, kvinder n=2.081.

Mange Australiere laver mere hjemmelavet mad nu end tidligere

Adspurgte til, om man på det seneste har ændret adfærd på forskellige aktiviteter, nævner halvdelen af de australske forbrugere at de laver mere hjemmelavet mad nu end tidligere, samt at de også har mere fokus på at undgå madspild. Det er de to største adfærdsændringer hos forbrugerne. Samtidig spiser 47 pct. sundere, 46 pct. sparer mere på vandet derhjemme og 46 pct. køber flere fødevarer på tilbud. Disse tendenser peger på en ændring i forbrugeradfærden, hvor især sundhed og økonomi kan spille en stadig større rolle.

Figur 19: Thinking about your behavior recently, have you been doing any of the following activities more or less than usual, or is it about the same as usual? Her vises kun svarmuligheden 'det gør jeg mere' på tværs af alle udsagn



Kilde: Analyse foretaget af Landbrug & Fødevarer, data fra Wilke og Dynata, juli 2025 n=4.023. Her vises kun svarmuligheden 'det gør jeg mere' på tværs af alle udsagn. Andre svarmuligheder inkluderede 'ingen ændring', 'det gør jeg mindre' og 'ved ikke'.

Opsummering og konklusion

Australien fremstår i analysen som et marked med stor interesse for kvalitetsfødevarer og en stærk madkultur, hvor kød spiller en central rolle i aftensmåltidet. Kød indtager således en central plads i australiernes aftensmad - 83 pct. havde kød på tallerkenen dagen før, især kylling og oksekød, mens kun 11 pct. undlod kød eller fisk. Smag og alsidighed er de vigtigste grunde til valg af kød, og australske forbrugere bruger generelt længere tid på madlavning end i flere europæiske lande, hvilket åbner muligheder for kvalitetsprodukter.

Halvdelen af australierne spiser kød dagligt, men der er også en voksende gruppe, især blandt yngre, der vælger plantebaserede alternativer. Planlægningen af aftensmaden tager ofte udgangspunkt i både kød og grøntsager, hvilket afspejler en balanceret tilgang. Sammenlignet med europæiske markeder er der færre australiere, der har reduceret deres kødforbrug de seneste to år, og flere har øget det. Dem, der har reduceret forbruget har gjort det primært på grund af pris og sundhed, mens bæredygtighed og dyrevelfærd spiller en mindre rolle.

Australske forbrugere har stor tillid til egne fødevarer og vurderer australske produkter højt på kvalitet og smag. Kendskabet til danske fødevarer er dog lavt; halvdelen kan ikke karakterisere dem. Det peger på et stort potentiale for øget branding og markedsføring. Bekymringer om stigende fødevarepriser, krig og miljøforurening fylder hos mange, især blandt ældre og kvinder, mens klimaforandringer ikke er blandt de største bekymringer.

Australien er et attraktivt og relativt uudnyttet eksportmarked for danske fødevareproducenter. Landets fokus på kvalitet, lokale produkter og variation i madkulturen matcher danske styrker. Det anbefales at øge synligheden og kendskabet til danske fødevarer for at udnytte det eksisterende potentiale. En målrettet indsats kan hjælpe danske virksomheder med at opnå en stærkere position på et marked, der rummer langsigtet vækstmulighed.

Om analysen

Analysen er baseret på online interview udført af Dynata i Australien med projektledelse af Wilke Research for Landbrug & Fødevarer i juli 2025. I undersøgelsen deltog 4.023 repræsentativt udvalgte australske forbrugere i alderen 18-80 år. Undersøgelsen er en del af en større kortlægning af forbrugeradfærd i en række lande, som er relevante for Landbrug & Fødevarers arbejde og medlemmer.

Analysen inddrager undervejs resultater fra tilsvarende befolkningsundersøgelser i andre markeder: Sverige (2024, n=1.000), England (2024, n=2.002), Tyskland (2025, n=3.005) og Italien (2025, n=2.006). Data er indsamlet af Wilke og Kantar i de respektive lande på vegne af Landbrug & Fødevarer. Derudover indgår data fra en dansk befolkningsundersøgelse, indsamlet af Voxmeter i 2025 (n=4.000).

Billedet på forsiden er fra www.pixabay.com fotograf: Pen Ash.