

Forbrugernes madkultur

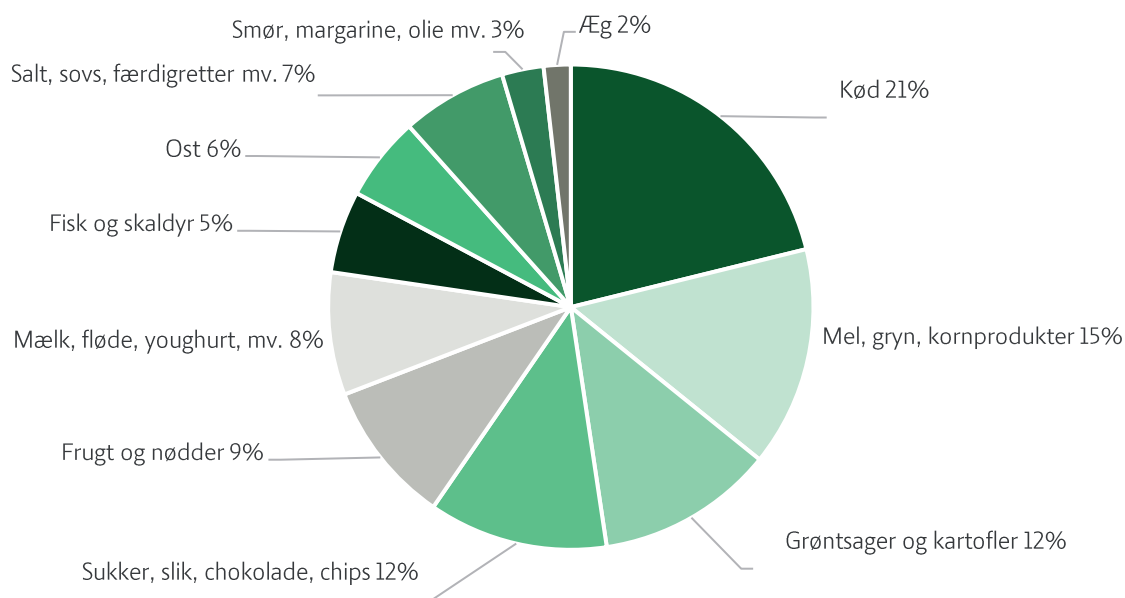
Danskerne bruger omkring en tiendedel af deres disponible indkomst på fødevarer. Når der købes ind, er det især god smag, pris og kvalitet, der bliver kigget efter, mens hver tredje prioriterer, at det er danskproduceret og hver fjerde kigger på, om det er økologisk. Den seneste tids prisstigninger har dog presset danskernes økonomiske råderum og skabt større fokus på de gode tilbud. Samtidig er danskerne blevet mere opmærksomme på at undgå madspild.

Danskerne bruger ca. 10 pct. af deres indkomst på fødevarer

Før i tiden anvendte danskerne en større del af deres indkomst på indkøb af fødevarer, men i de senere år har niveauet stabiliseret sig på omkring 10 pct. af det samlede forbrug. Udviklingen hænger sammen med en øget købekraft, hvor befolkningen har fået en større disponibel indkomst, og i stigende grad benytter indkomsten på andre ting end fødevarer. En gennemsnitlig dansk husstand brugte 39.037 kr. på mad i 2020, svarende til et månedligt madbudget på 3.253 kr. Forbruget på mad har ligget relativt konstant de seneste 20 år, når der korrigeres for den generelle prisudvikling. En femtedel af danskernes madbudget bruges på kød, 15 pct. går til mel, kornprodukter og gryn, 12 pct. af budgettet går til sukker, slik, chips og chokolade og 11,8 pct. bliver brugt på grøntsager og kartofler.

Figur 4.1
Varegruppernes andel af husstandens fødevarerforbrug, 2020

Pct.



Anm.: En gennemsnitlig husstands forbrug på fødevarer og ikke-alkoholiske drikkevarer var i 2020 39.037 kr. (løbende priser). Figuren angiver en kategorisering af de enkelte varegrupper og deres andel af den gennemsnitlige husstands forbrug.
Kilde: Danmarks Statistik, tabel FU02.

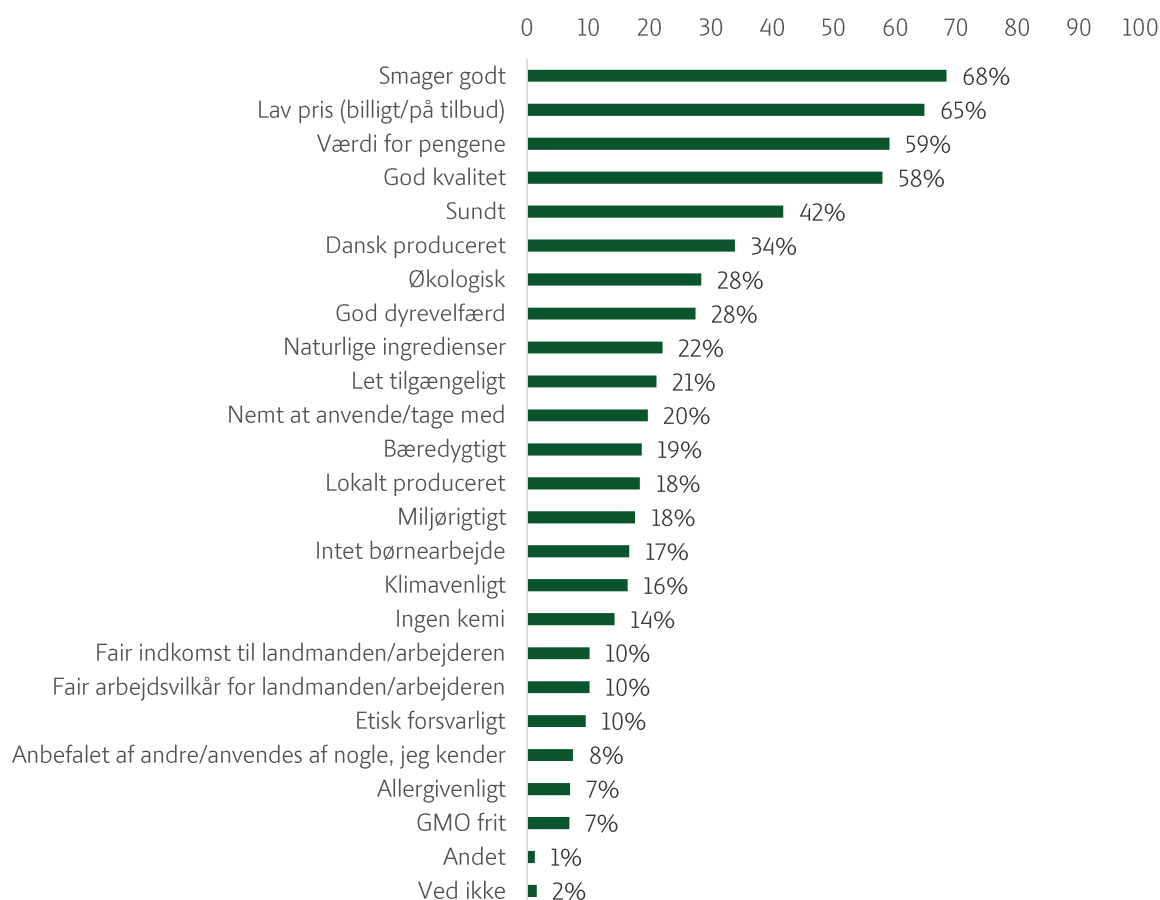
God smag, værdi for pengene og god kvalitet topper listen

Når danskerne handler dagligvarer, er det især faktorer som god smag, lav pris, værdi for pengene og god kvalitet som danskerne lægger vægt på, viser tal fra Norstat for Landbrug & Fødevarer 2022. På femtepladsen finder vi kriteriet *sundt*, som 42 pct. lægger vægt på, når de køber ind, og lidt mere end hver fjerde kigger efter økologi og god dyrevelfærd i indkøbssituationen. Faktorer som *bæredygtigt*, *miljørigtigt* og *klimavenligt* får i denne sammenhæng tilslutning af henholdsvis 19, 18 og 16 pct. og er således mindre prioriteret hos flertallet, når de optræder på lige fod med mange andre indkøbskriterier, der kan have betydning for forbrugerne i dagligdagen.

Figur 4.2

Hvilke af disse emner lægger du vægt på, når du køber dagligvarer?

Pct.



Anm.: n = 1.005. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Der har i besvarelsen været mulighed for at vælge flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne (undtagen "Andet" og "Ved ikke", som har været placeret nederst i hver visning). Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, maj 2022.

Hver tredje dansker lægger vægt på, om en vare er danskproduceret, når de handler ind, hvilket giver kriteriet en sjetteplads. Det er oftere danskere over 50 år, der kigger efter, at varen er danskproduceret, og 55 pct. af de 51-70-årige bestræber sig på at købe dansk. Samtidig lægger over halvdelen blandt danskere bosiddende i landdistrikter vægt på, at varer er produceret i Danmark, mens det samme kun gælder 38 pct. bosat i hovedstaden. Dette kan indikere, at forbrugere, der er bosiddende i de

områder, hvor fødevarerproduktionen foregår, er mere opmærksomme på fødevarerproduktionens betydning for lokalområdet, når de handler ind.

Stabilisering i omsætningen af økologisk mad og drikke

Detailomsætningen af økologiske fødevarer ligger i 2021 på 16 mia. kr., viser tal fra Danmarks Statistik, hvilket er en stabilisering ift. året før. Stabiliseringen af salget sker efter en kraftig vækst de foregående år, hvor omsætningen af økologiske varer i Danmark er steget med 8 mia. kr. på seks år. Danskerne køber især økologisk frugt og grøntsager, og der blev i alt omsat for 6 mia. kr. i denne kategori i 2021, hvilket er en tredobling siden 2015 målt i løbende priser. Bananer er den mest solgte økologiske vare i frugt- og grøntafdelingen. Efter frugt og grønt ligger økologiske mejeriprodukter som mælk, ost og æg med en omsætning på 3,9 mia. kr. næst på listen over kategorier, der omsættes mest af blandt økologiske varer. Af økologisk kød blev der omsat mest okse- og kalvekød til en værdi af 349 mio. kr. i 2021.

I Landbrug & Fødevarers undersøgelse blandt forbrugerne i maj 2022 er det hver tredje, der svarer, at de ofte eller altid køber økologi. Ligeledes svarer en tredjedel, at de køber økologi "nogle gange". Dette er samme andele som året før, og understreger, at økologien har stabiliseret sig som vigtig for mange forbrugere. Der er flere årsager til, at danskerne køber økologi. Som den hyppigst nævnte grund er det at undgå rester af sprøjtemidler i frugt og grønt. Dernæst kommer det at skåne miljø og drikkevand og at bidrage til øget dyrevelfærd.

Hovedmåltider er mest udbredte, men der suppleres med mellemmåltider og snacks

Aftensmaden er fortsat det mest spiste måltid hos danskerne. 95 pct. spiser aftensmad til hverdag og i weekenden. Fire ud af fem spiser aftensmåltidet derhjemme, enten alene eller i selskab med partner og børn, og 10 pct. spiser hos venner eller familie. Spørger vi forbrugerne, hvad de fik at spise dagen før, fik to ud af tre danskere et hjemmelavet eller overvejende hjemmelavet aftensmåltid. Forbrugernes efterspørgsel efter nemme løsninger til aftensmaden er dog stigende, og der findes nu mange forskellige muligheder på markedet, som kan opfylde behovet for hurtig, nem og velsmagende kvalitetsmad. Tid og overskud er nogle af de faktorer, der har stor betydning for, om vi køber helt eller delvist færdiglavet mad. 8 pct. svarer, at de dagen før fik en færdigret til aftensmad og ligeledes svarer 8 pct. at de fik take-away. Begge dele er særligt populært blandt danskere, der bor alene, evt. med hjemmeboende børn, og den demografiske udvikling med en stigning i antallet af single-husstande kan altså være en del af forklaringen på den stigende efterspørgsel på færdigretter.

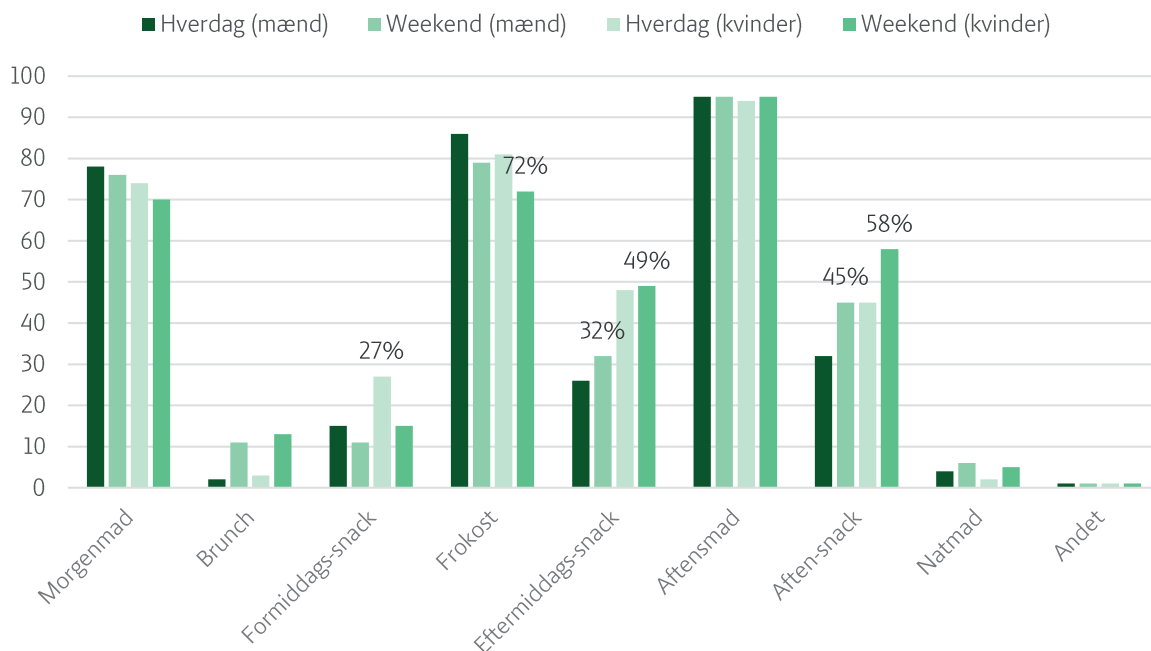
Frokosten har de seneste år gennemgået nogle forandringer, ikke mindst på baggrund af COVID-19 pandemien, hvor mange danskere har været henvist til at arbejde hjemmefra i flere perioder. Gennem de seneste to år er det nemlig blot 15 pct., der dagen før har spist en madpakke eller medbragt mad til frokost, mens størstedelen har spist deres frokost derhjemme. Rugbrød er fortsat den mest populære type mad til frokost, uanset om den spises derhjemme, på arbejdet eller på studiet. 49 pct. af danskerne har fået rugbrød til frokost, mens 35 pct. har fået kødpålæg, der tit hører til en rugbrøds- og 31 pct. har fået grøntsager. Hver femte har desuden fået ost og æg til frokost dagen før, hvilket ligeledes er noget, der ofte spises på rugbrød.

Mens 84 pct. af danskerne i gennemsnit spiser frokost i hverdagen, springer hver fjerde måltidet over i weekenden og spiser i stedet brunch eller flere mellemmåltider i løbet af dagen. Der er her forskel på mænds og kvinders måltidsvaner. Det er oftere kvinder, der springer frokosten over og i stedet spiser et eller flere mellemmåltider. I weekenden er det fx kun syv ud af ti kvinder, der spiser frokost, mens det blandt kvinderne er hele 49 pct., der spiser en eftermiddags- og 58 pct., der spiser en aftensnack.

Figur 4.3

Prøv at tænke på en gennemsnitlig dag. Hvilke måltider og mellemmåltider spiser du?

Pct.



Anm.: n=1003, heraf mænd n=517 og kvinder n=500. "Hverdag", er mandag-torsdag, "Weekend" er fredag-søndag.
Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer, juni 2022.

I top fem over danskernes favoritsnacks ligger frisk frugt og bær, chokolade og slik, kager, chips og salte nødder samt koldt brød, såsom boller og sandwich. Dette understreger, at snacks og mellemmåltider både kan være til den sunde og til den mere usunde side. Danskerne vælger oftest mellemmåltider ud fra den gode smag, og at snacken stiller lækkersulten. Samtidig skal mellemmåltidet være nemt, hurtigt og ofte også mættende.

Inflation og højere priser på fødevarer forstærker fokus på de gode tilbud, men også ønsket om at undgå madspild

I kølvandet på COVID-19 pandemien og den efterfølgende krig i Ukraine, er råvarepriser og forsyningskæder blevet presset, hvilket forårsager en stigning i priser på fødevarer. Det er noget, som forbrugerne mærker, og som er med til at fremme fokus på at undgå overforbrug og spild.

Ønsket om en bæredygtig fødevarereproduktion, samt at man som forbruger er ansvarlig og bevidst om sit forbrug, har efterhånden etableret sig som en vigtig megatrend blandt forbrugerne. Denne trend forventes at fortsætte med at være dominerende de næste ti år frem. Det har indflydelse på alle forbrugskategorier, bl.a. bliver der især i den vestlige verden kigget kritisk på det, der ligger på tallerkenen med fokus på at spise mere grønt og mindre kød. Der er samtidig et større fokus på at undgå plastik, overforbrug, spild og forurening, samt at købe mere ansvarligt.

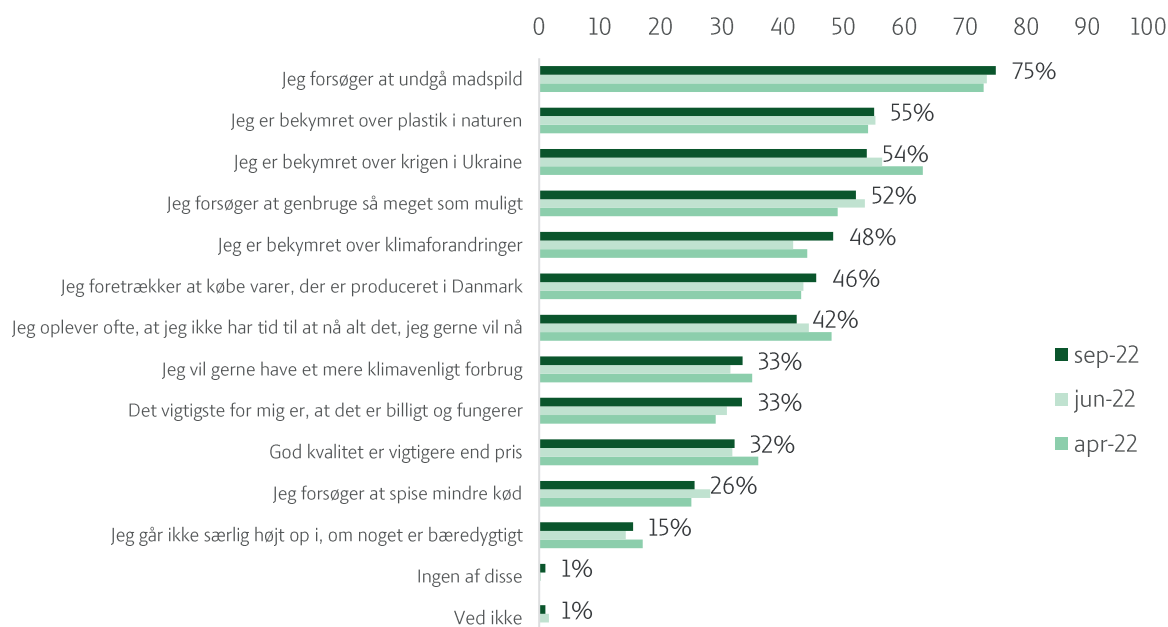
Inden for fødevarerområdet er spild af mad, der kunne have været spist, en udfordring for forbrugere såvel som virksomheder. FN's fødevarer og landbrugsorganisation (FAO) estimerer, at godt en tredjedel af den globale fødevarereproduktion bliver ødelagt eller går til spilde hvert år. I udviklingslande sker dette spild oftest i fødevarereproduktionen,

mens 40 pct. af spildet i Europa og Nordamerika sker hos forbrugerne. Madspild forårsager også spild af vigtige og sparsomme ressourcer såsom vand, jordbrug, arbejdstimer og energi, og bidrager til klimaforandringer. Ifølge FAO bidrager madspild årligt til et CO₂-udslip på 8% af det menneskeskabte udslip til drivhuseffekten. For hvert kilo mad, der er produceret, bliver 4,5 kg CO₂ frigjort i atmosfæren.

Fokus på at undgå madspild er kun blevet yderligere forstærket af de stigende fødevarerpriser, der har tvunget mange forbrugere til at tage deres indkøb og forbrug af forskellige forbrugskategorier op til kritisk overvejelse. I september 2022 har 3 ud af 4 danskere fortsat fokus på at undgå madspild, mens 52 pct. tilstræber sig på at genbruge så meget som muligt og dermed udgå unødvendigt forbrug. Samtidig udtrykker omtrent halvdelen af danskerne bekymring for plastik i naturen, klimaforandringer og krig i Ukraine.

Figur 4.4
Nedenfor ser du nogle udsagn, som andre har sagt. Er der nogle af dem, som beskriver dig eller som du er enig i?

Pct.



Anm.: n=1006, juni 2022 n=1050 og september n=1011. Undersøgelsen er repræsentativ for den danske befolkning på parametrene køn, alder, region og uddannelse.

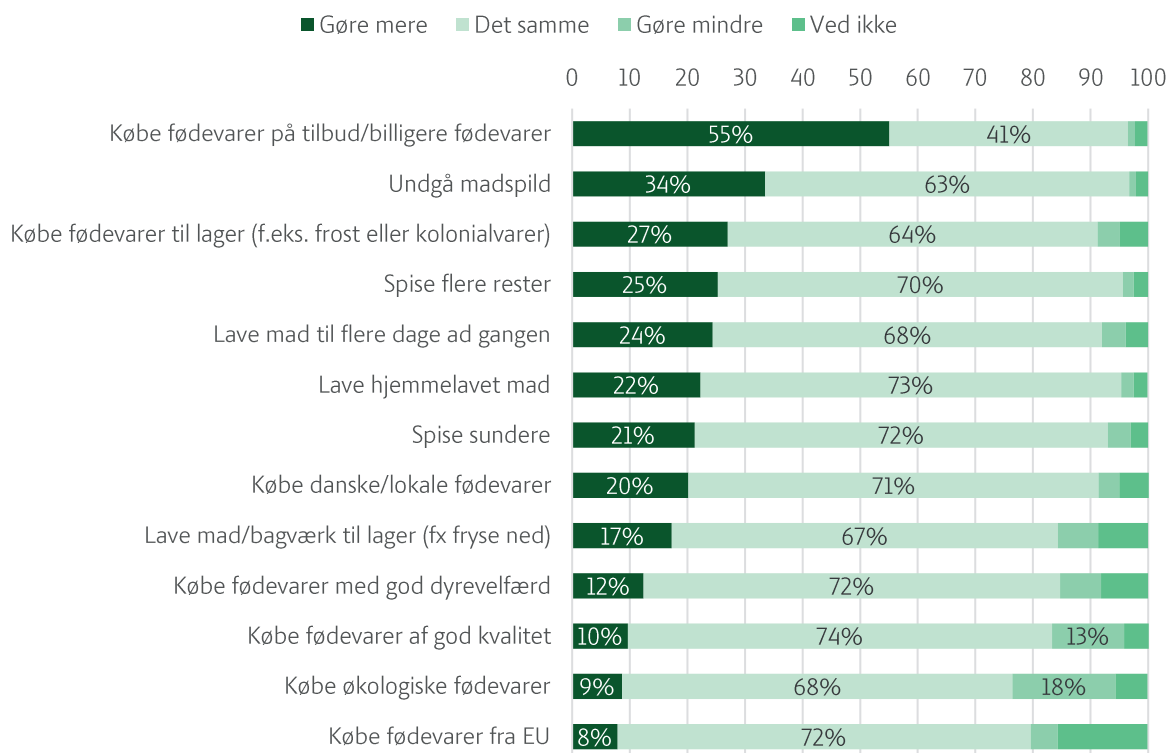
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, april 2022.

Det øgede fokus på et kloget brug af ressourcer ses bl.a. ved, at halvdelen af danskerne i september 2022 svarer, at de er begyndt at købe flere fødevarer på tilbud eller billigere varer, mens hver tredje har fået mere fokus på at undgå madspild. 27 pct. er begyndt at købe flere fødevarer til lager, og hver fjerde er begyndt at spise flere rester. På denne måde har den seneste tids pres på danskernes pengepung været med til at skabe en større bevidsthed om forbrug og spild.

Figur 4.5

Er der nogle af nedenstående, som du her på det seneste er begyndt at gøre mere eller mindre af, eller er det samme som sædvanligt?

Pct.



Anm.: Spørgsmålet vedrører handlinger med fokus på fødevarer. n=1011. Undersøgelsen er repræsentativ for den danske befolkning på parametrene køn, alder, region og uddannelse.

Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer, september 2022.