

12. marts 2020

Den færdiglavede mad vinder indpas

Per Vesterbæk	peve@lf.dk	3339 4677
Nina Preus	npre@lf.dk	3339 4674
Cecilia Logo-Koefoed	celk@lf.dk	3339 4376

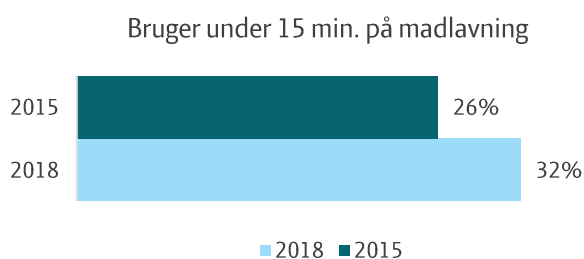
Landbrug & Fødevarer har undersøgt danskernes brug af og tanker omkring færdigretter (helt eller delvist færdiglavede retter). Hvilke udfordringer løser færdigretter? I hvilken anledning tilvælges færdigretter? Og hvad er danskernes samlede indtryk af færdigretter? Læs med her.

- *Tid og især prioritering af, hvordan vi bruger vores tid, er den primære årsag til, at den helt eller delvist færdiglavede mad tilvælges. Det skyldes, at forbrugerne fravælger at lave maden fra bunden i en travl hverdag, samt ønsker at bruge tiden på andet end madlavning.*
- *Færdigmaden er populær blandt alle segmenter, men det er især blandt de unge forbrugere, samt børnefamilier, at den er en stor hjælp i en travl tid. Disse forbrugere får i mindre grad planlagt deres måltider og vil desuden hellere bruge deres tid på andet end madlavning.*
- *Det helt færdige eller delvist færdige måltid er ikke et tabu, men derimod er forbrugerne samlet set tilfredse med både smag, pris og sundhed i færdigmaden.*

Tid er en vigtig driver ved køb af færdigretter

I dag bruger danskerne i mindre grad tid på husarbejde og madlavning. Madkulturens undersøgelse¹ fra 2018 fortæller, at der på 3 år er kommet flere danskere, som bruger mindre end 15 minutter på at lave mad.

Figur 1: Bruger under 15 minutter på madlavning

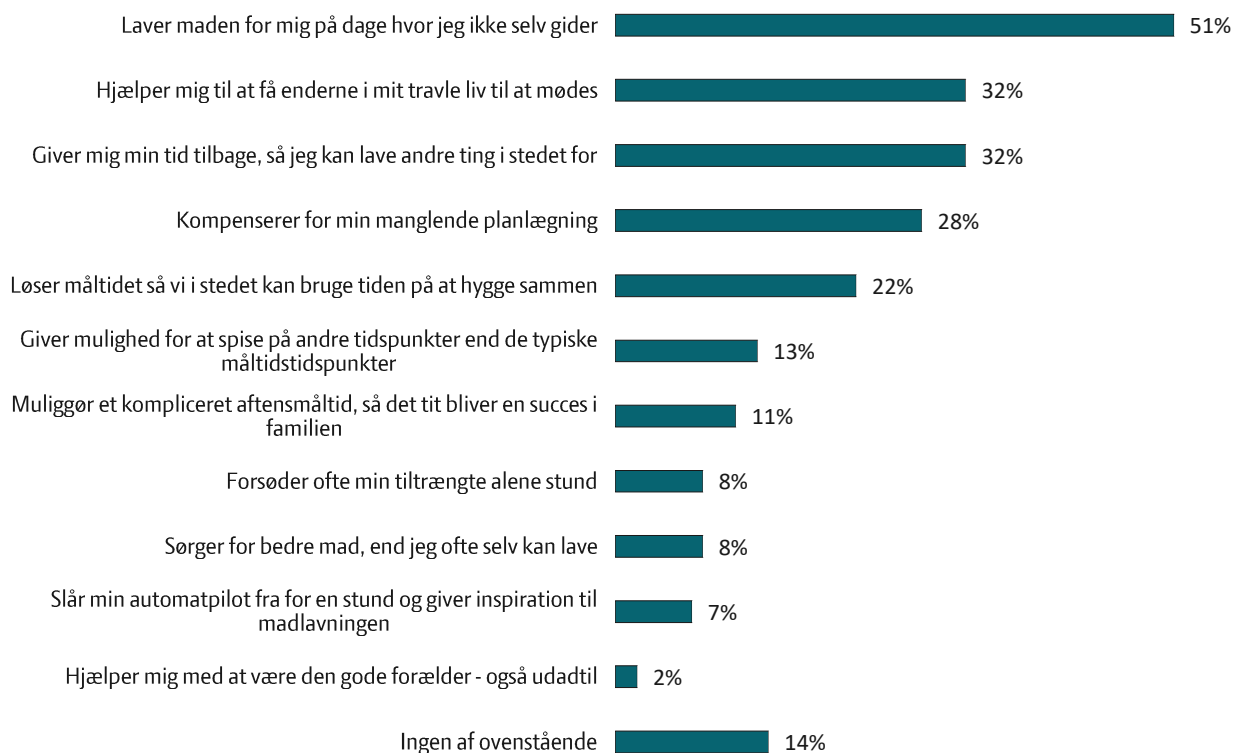


Kilde: Landbrug & Fødevarer pba. Madkulturen

Og hvis madplanen ikke holder, dagen forløber anderledes end planlagt eller man bare ikke har lyst til at lave mad, så er færdigretter (helt eller delvist færdiglavede retter) en god løsning. Halvdelen af forbrugerne begrundede deres køb med, at den færdiglavede mad er en stor hjælp, når de ikke selv gider at lave mad.

¹ Madkulturen: Madkultur18. <https://www.madkulturen.dk/viden/madkultur18/>

Figur 2: Spørgsmål: Andre har sagt følgende om det at købe helt eller delvist færdiglavede retter – er der nogle af udsagnene, der gør sig gældende for dig?



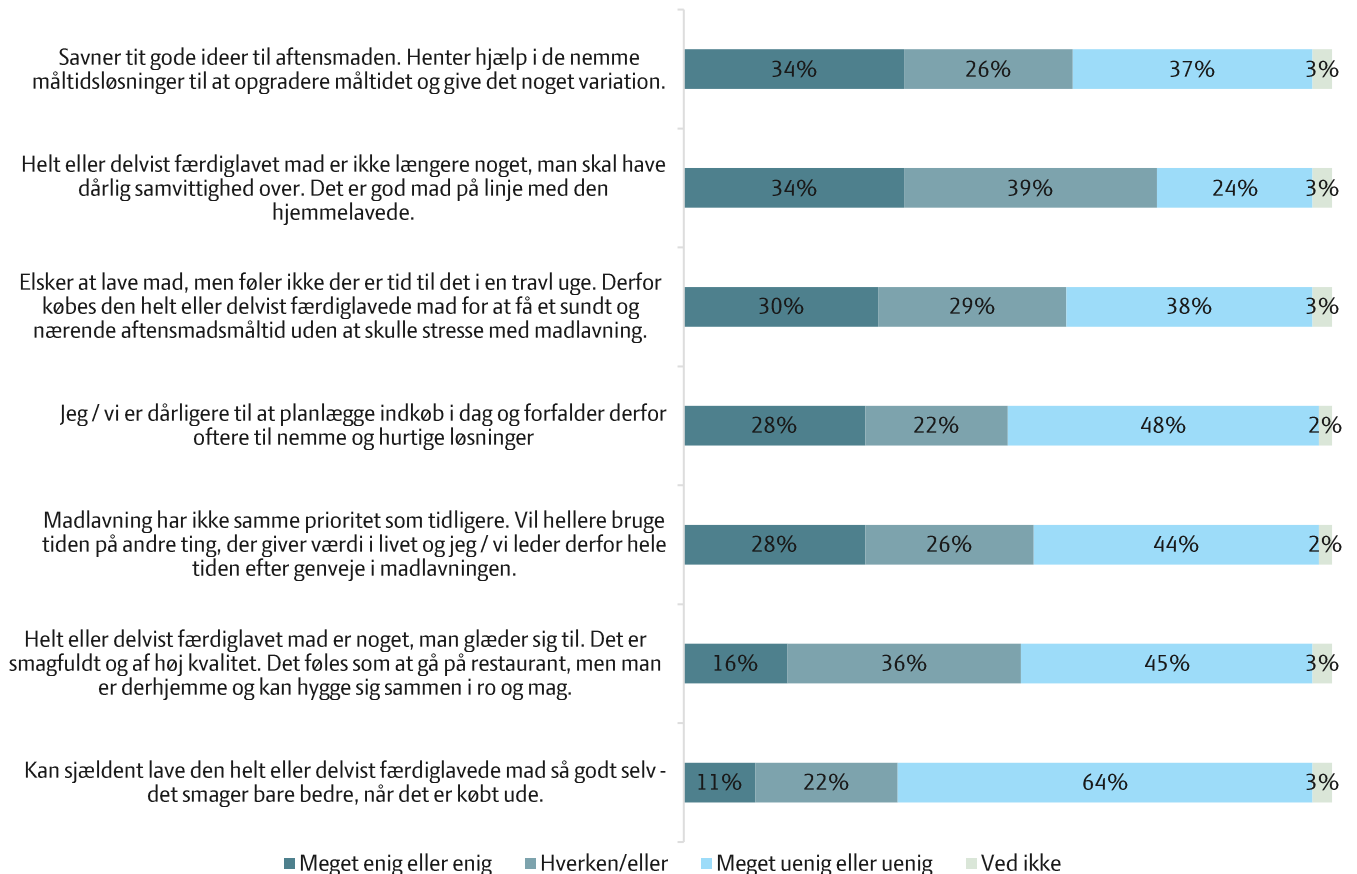
Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer, base n=1032

Udover "laver maden for mig på dage, hvor jeg ikke selv gider" kan flest forbrugere identificere sig med de udsagn, der omhandler begrebet "tid". Muligheden for at kunne bruge tiden anderledes, er en væsentlig driver i forhold til køb af den færdiglavede mad. Det er især børnefamilierne, der oplever, at færdigretter er en hjælp til at få 'enderne til at mødes', samt muliggør at tiden kan bruges på andet.

Færdigretter spises med god samvittighed

Forud for det kvantitative studie har Landbrug & Fødevarer udført et kvalitativt studie, hvor nedenstående hypoteser om færdigretter er fundet. Disse hypoteser er testet kvantitativt, hvor det fremgår, at den helt eller delvist færdiglavede mad er en god inspirationskilde til aftensmåltidet, og ikke længere giver dårlig samvittighed. Dog mener mange forbrugere ikke, at den helt eller delvist færdiglavede mad smager bedre, end de selv ville kunne lave den.

Figur 3: Spørgsmål: Nedenfor ser du en række udsagn, som andre har udtalt omkring helt eller delvist færdiglavet mad. Du bedes markere, hvorvidt du er enig eller uenig i udsagnene.



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer, base n=98-338. Forbrugere, der har angivet, at de har købt minimum én færdigret/komponent indenfor de seneste 14 dage. 5 pkt. skala gående fra: "Meget enig" til "Meget uenig". I grafik vises Top2 (meget eller lidt enig) andele.

Ser vi nærmere på svarfordelingen, er der aldersgrupperne imellem forskelle på, hvilke udsagn de erklærer sig hhv. enige og uenige i. De 18-29-årige er den aldersgruppe, der er mest enige i, at de er dårligere til at planlægge indkøb og derfor oftere forfalder til nemme og hurtige løsninger. Også flere blandt de unge kan identificere sig med udsagnet "kan sjældent lave den helt eller delvist færdiglavede mad så godt selv - det smager bare bedre, når det er købt ude". De 30-39-årige savner i højere grad ideer til aftensmaden, og henter hjælp i måltidsløsninger, og mangler tid til at lave maden fra bunden. De sikrer sig derved et sundt og nærende aftensmåltid, ved at købe helt eller delvist færdiglavet mad. Disse udsagn er de 60-70-årige modsat mere eller mindre uenige i. Overordnet set ser det samtidig ud til, at forbrugerne med alderen bliver bedre til at planlægge måltider, og ikke i samme grad forklarer købet af den færdiglavede mad med "Jeg/vi er dårligere til at planlægge indkøb i dag og forfalder derfor oftere til nemme og hurtige løsninger."

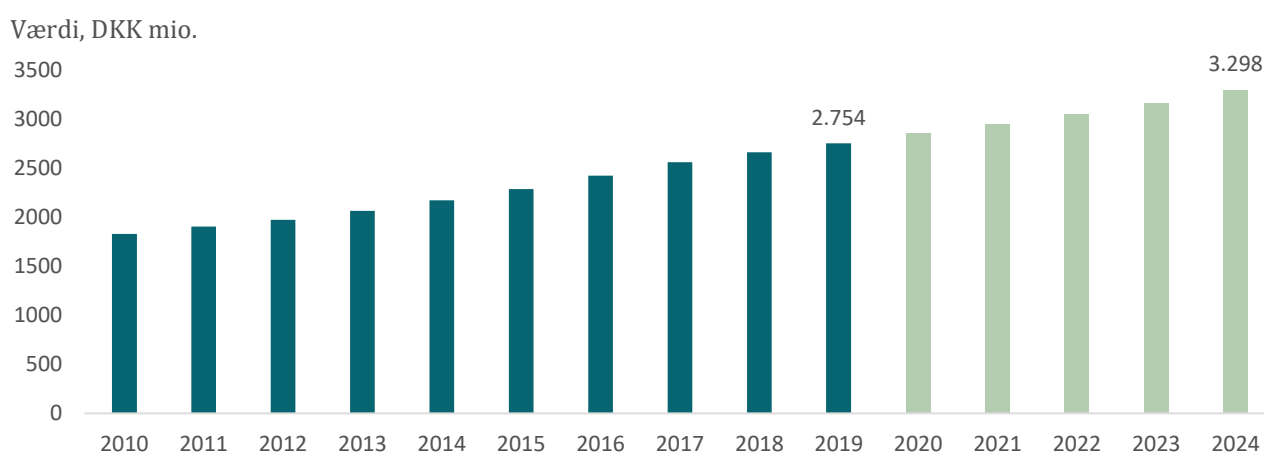
Forbrugere i alderen 30-49 år med børn er i højere grad end deres jævnaldrende uden børn, enige i udsagnet "Elsker at lave mad, men føler ikke der er tid til det i en travl uge. Derfor købes helt eller delvist færdiglavet mad for at få et sundt og nærende aftensmåltid, uden at skulle stresse med madlavning."

Også regionerne imellem er der forskelle. Forbrugerne bosat i Region Hovedstaden adskiller sig fra gennemsnittet på flere udsagn. De er i højere grad enige i, at manglende ideer til madlavningen, og dårlig planlægning af indkøb foranlediger indkøb af den helt eller delvist færdiglavede mad.

Færdigretter glider stille og roligt ind i dagligdagen

Andelen af helt eller delvist færdiglavede mad, som købes i supermarkeder og andre indkøbssteder, har været stigende gennem de sidste mange år². Og ifølge Euromonitor vil denne udvikling fortsætte.

Figur 4: Salg af færdigretter, detail værdi, DKK mio.



Kilde: Landbrug & Fødevarer pba Euromonitor Country Report "Ready Meals in Denmark", 2019. 2020-2024 er Euromonitors forecast

Analysevirkomheden GfK anslår ligeledes en vækst i færdigretter. Set over de seneste fire år har GfK kunne registrere næsten en fordobling i værdi.³

Men selvom tallene fra Euromonitor og GfK viser en vækst, så er det ikke alle forbrugere, der oplever, at de køber mere færdiglavede mad. Dette kan måske indikere, at færdigretter glider stille og roligt ind i dagligdagen.

Men hvad er årsagen til, at danskerne køber mere helt eller delvist færdiglavede mad i dag end for 1 år siden? Størstedelen af forbrugerne angiver, at det i store træk skyldes manglende tid til selv at lave maden. Men det store udvalg af gode løsninger, som let kan tilgås, har samtidig også en stor betydning for et øget forbrug.

² Euromonitor: Ready Meals in Denmark, 2019

³ GfK Consumerscan

Figur 5: Spørgsmål: Hvorfor køber du mere helt eller delvist færdiglavet mad i dag end for 1 år siden?

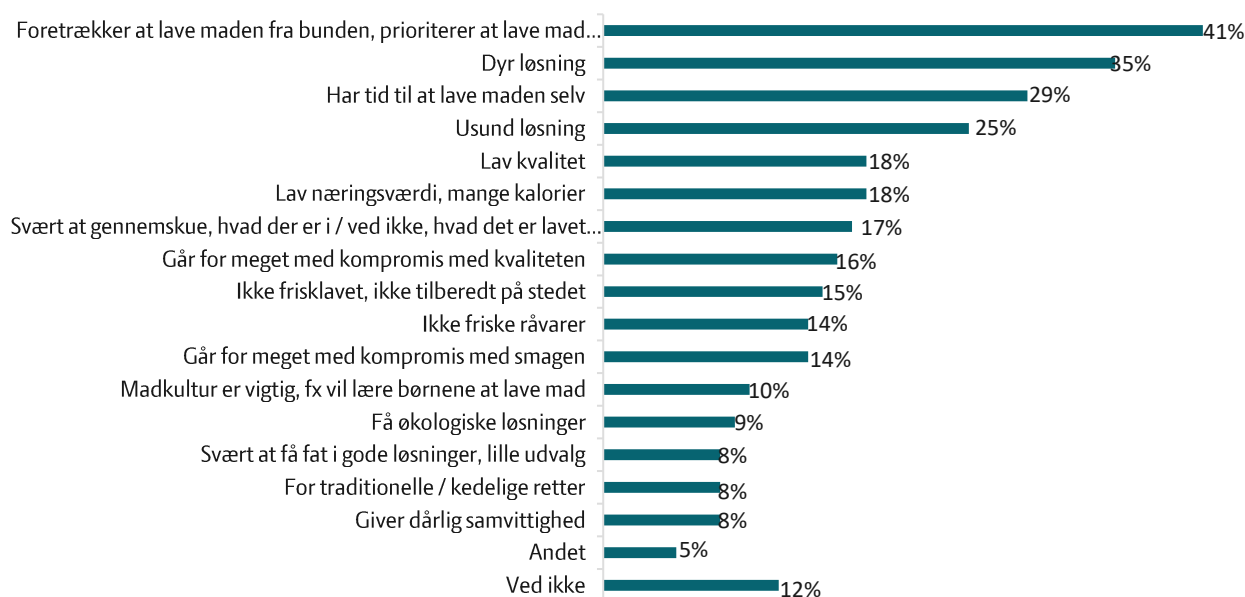


Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer, base n=243. Forbrugere, der har angivet, at de har købt minimum én færdigret/komponent indenfor de seneste 14 dage.

Ser vi nærmere på svarfordelingen, er det især forbrugere bosat i Region Hovedstaden, som ikke har tid til at lave maden selv, og hvor det er let at få fat i gode løsninger. Konkret er der tale om 54 pct. i Region Hovedstaden, som ikke har tiden til at lave maden. Sammenlignet med Region Nordjylland, hvor svarprocenten for udsagnet er 30 pct. (det laveste på tværs af regionerne), er der en forskel på 24 procentpoint.

Blandt de forbrugere, som køber mindre helt eller delvist færdiglavet mad end for et år siden, nævnes primært ønsket om at lave maden helt selv samt tiden til at lave den. Desuden oplever disse forbrugere i højere grad, at maden er en dyr løsning.

Figur 6: Spørgsmål: Hvorfor køber du ikke mere helt eller delvist færdiglavet mad i dag end for 1 år siden?



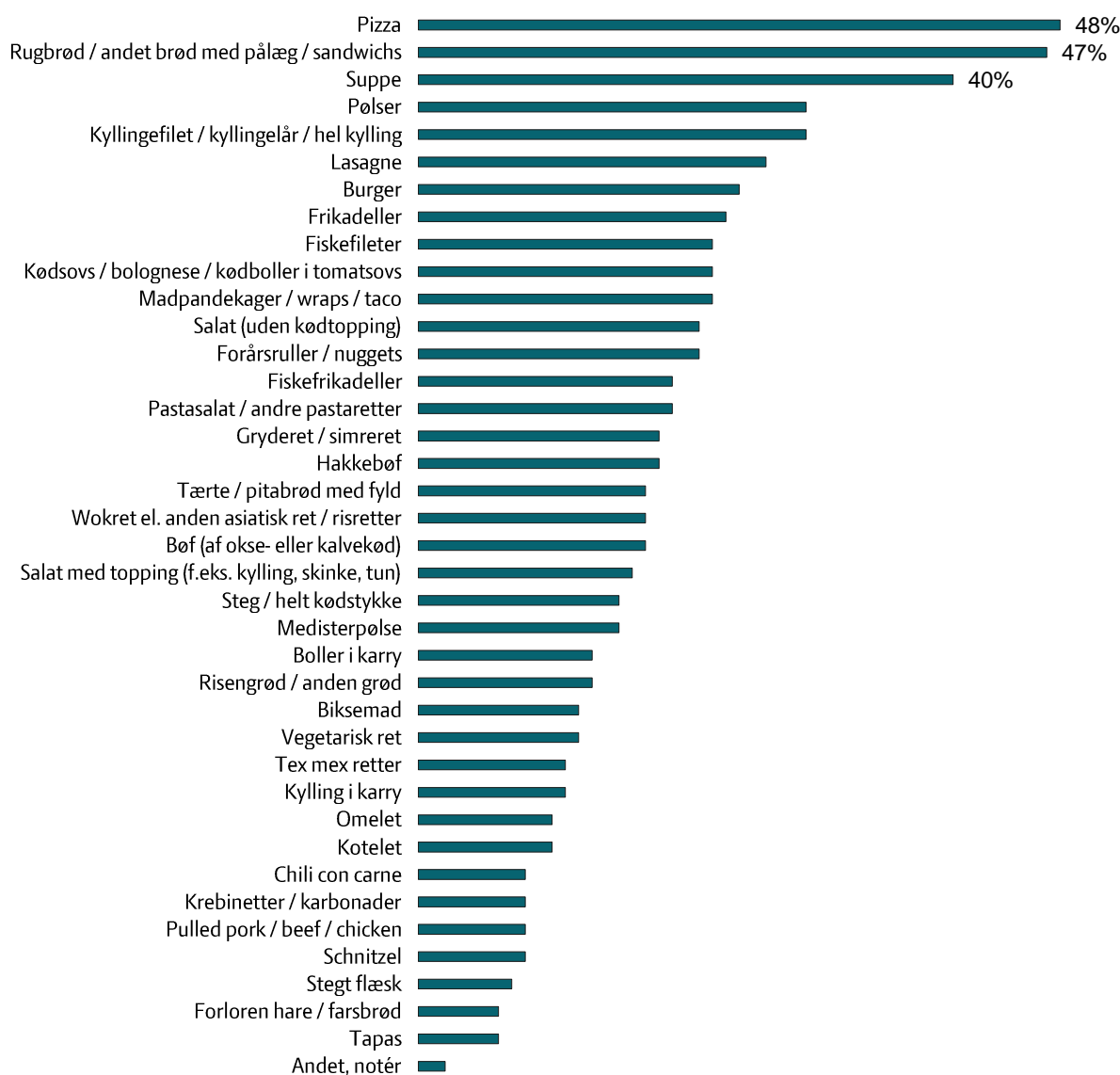
Epinion for Landbrug & Fødevarer, base n=237. Forbrugere, der har angivet, at de har købt minimum én færdigret/komponent indenfor de seneste 14 dage.

Det er særligt forbrugerne i Region Nordjylland, der forklarer fravalget af færdigretter pga. prisen. Derimod er det i højere grad forbrugerne i Region Sjælland, der foretrækker at lave maden selv og også angiver at have tiden til det. Hele 41 pct. danskere bosat i Region Sjælland angiver, at de har tiden til at tilberede maden selv, mens det for Region Hovedstaden kun forholder sig sådan for 23 pct.

Pizza og rugbrød er de mest populære retter

Det er især pizza og rugbrød, som forbrugerne spiser, når de spiser helt eller delvist færdiglavet mad. Hver anden har indenfor de seneste to måneder spist én af de to retter.

Figur 7: Spørgsmål: Herunder ser du forskellige retter, som man kan overveje at spise til aftensmad. Hvilke af disse retter har du spist indenfor de sidste 2 måneder som helt eller delvist færdiglavede retter? Vi tænker alene på retter, som enten ingen tilberedelse kræver eller kun kræver delvis tilberedelse (ikke take-away).



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1032. De 44 respondenter, der har svaret at de ikke spiste nogen af retterne, er ikke inkluderet i tabellen. Forbrugere, der har angivet, at de har købt minimum én færdigret/komponent indenfor de seneste 14 dage.

Ser vi nærmere på svarfordelingen, er det især forbrugere under 50 år, der har spist pizza indenfor de seneste to måneder. For rugbrød gælder, at det i højere grad er kvinderne, der angiver at have spist det. Konkret har 51 pct. kvinder spist rugbrød/sandwich, mens det kun gælder for 43 pct. mænd – en forskel på 8 procentpoint.

Over en fjerdedel af den færdigkøbte mad indgår som en ingrediens i et varmt måltid, som forbrugeren selv står for at tilberede. Det kan f. eks. være pizzadej, som forbrugeren har købt, men selv tilberedt. Næsten hver femte forbruger beskriver den færdigkøbte mad som en frossen ret, som skal varmes.

Figur 8: Spørgsmål: Hvordan vil du beskrive retten <indsæt seneste spiste helt eller delvist færdiglavede retter>?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1811. Forbrugere, der har angivet, at de har købt minimum én færdigret/komponent indenfor de seneste 14 dage.

I størstedelen af de færdigkøbte retter er fokus på kød

Den færdigkøbte mad indeholder i langt de fleste tilfælde kød eller er købt med det hensende, at der skal indgå kød i det samlede måltid. I 74 pct. af alle måltider indgår der kød, hvor i 57 pct. af tilfældene er måltidet sammensat på baggrund af kødet. I de resterende 17 pct. indgår der også kød, men med et mindre fokus.

74% ... af alle helt eller delvist færdiglavede retter indeholder kød

Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=959.

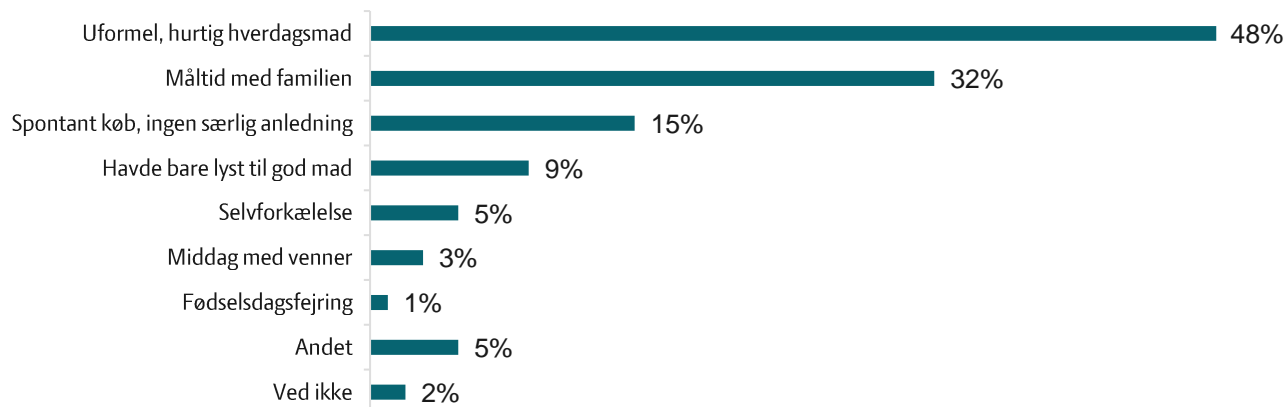
På tværs af måltidstyperne er kød en gennemgående komponent. Dog, for den kølede tilberedte ret, som skal varmes, samt færdigretten, som kan spises uden yderligere tilberedning, fremgår det, at 11 pct. har sprunget kødet over. Også i den frosne ret, som skal varmes, er der 10 pct., som spiser måltidet uden kød. Den måltidstype, hvor kød oftest er i fokus, er det varme måltid, hvor mindst én ingrediens er færdiglavet. Det kød, som oftest indgår i retterne, er særligt okse og svinekød.

Færdigretter er til uformel, hurtig hverdagsmad

Spørger vi danskerne, hvilken anledning der bedst beskriver, hvorfor de spiste en ret bestående af helt eller delvist færdiglavede mad, svarer hver anden forbruger, at de indtog retten som led i en uformel, hurtig

hverdagsmad. Det understreger, at danskerne især tyr til helt eller delvist færdiglavede retter for at få en hjælpende hånd i den travle hverdag.

Figur 10: Spørgsmål: Hvilke af nedenstående beskriver bedst den konkrete anledning, hvor du spiste retten <indsæt seneste spiste helt eller delvist færdiglavede ret>?

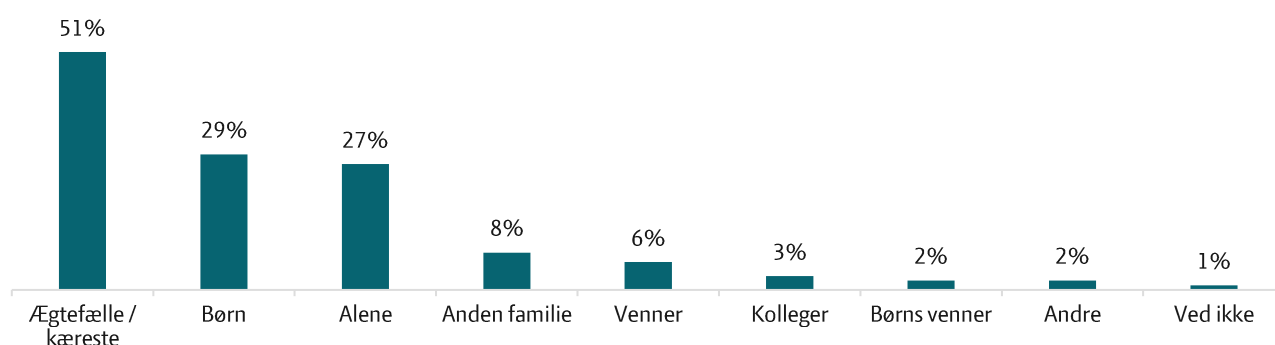


Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1032. Forbrugere, der har angivet, at de har købt minimum én færdigret/komponent indenfor de seneste 14 dage.

Ser vi nærmere på svarfordelingen er det især forbrugere uden hjemmeboende børn, som er mere tilbøjelige til at købe den færdiglavede mad som et spontant køb til uformel hurtig hverdagsmad. Børnefamilierne indtager derimod oftest måltidet sammen med familien.

Når forbrugerne spiser et aftensmåltid bestående af helt eller delvist færdiglavede mad, er det i halvdelen af tilfældene indtaget med ægtefællen/kæresten. Ved knap hvert tredje måltid har der også været børn med omkring retten.

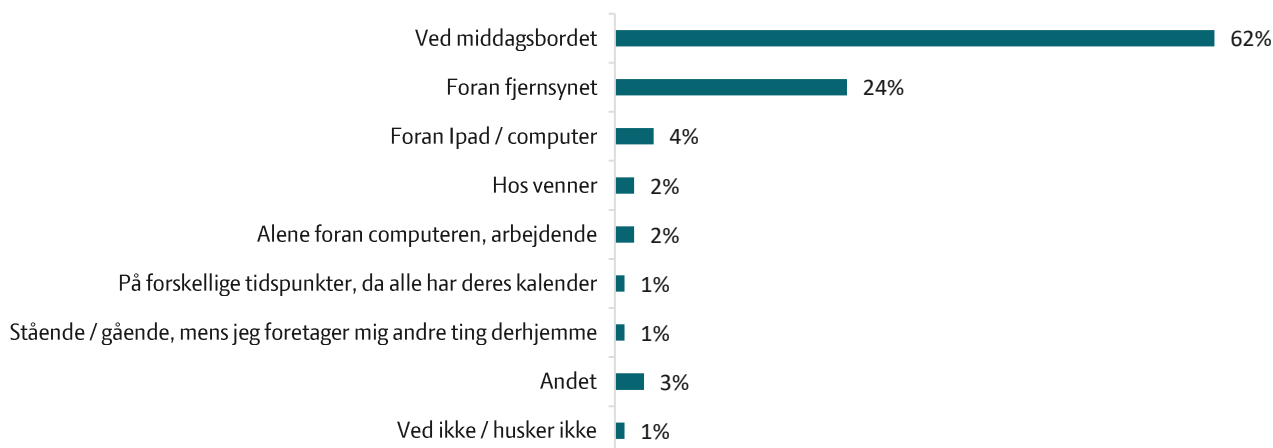
Figur 11: Spørgsmål: Hvem spiste du sammen med da du spiste retten <indsæt senest spiste helt eller delvist færdiglavede ret>?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1032. Forbrugere, der har angivet, at de har købt minimum én færdigret/komponent indenfor de seneste 14 dage.

I lidt over en fjerdedel af tilfældene spises retten alene. Desuden spises der oftere foran fjernsynet, når danskerne er alene.

Figur 12: Spørgsmål: Hvor spiste du måltidet/retten <indsæt senest spiste helt eller delvist færdiglavede ret>?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1032. Forbrugere, der har angivet, at de har købt minimum én færdigret/komponent indenfor de seneste 14 dage.

Konkret er der tale om 43 pct., som spiser foran fjernsynet, når de er alene. Kun i meget sjældne tilfælde - konkret 8 pct. - spises der foran fjernsynet med børn. I 2 ud af 3 tilfælde indtages den helt eller delvist færdiglavede mad ved middagsbordet, hvilket oftere foregår med ægtefælle, anden familie eller børn.

Middagsbordet er det absolut mest samlende sted, når alle former for helt eller delvist færdiglavede mad indtages. I 70 pct. af tilfældene indtages et varmt måltid, hvor mindst en ingrediens er færdiglavede ved middagsbordet. Det forholder sig kun sådan i 49 pct. af tilfældene, når danskerne spiser en sammensat ret, som mangler tilberedning. Denne ret spises i knap en tredjedel af tilfældene foran fjernsynet. Det samme gør sig gældende for den frosne ret, som skal varmes i ovnen/på komfuret.

Færdigretter er hurtige, praktiske og tidsbesparende løsninger

Når danskerne køber færdigretter, er det en hjælpende hånd de dage, hvor de ikke selv vil eller har tiden til at lave aftensmad. Derfor er det ikke overraskende, at det hovedsageligt er i hverdagene, at den helt eller delvist færdiglavede mad indtages.

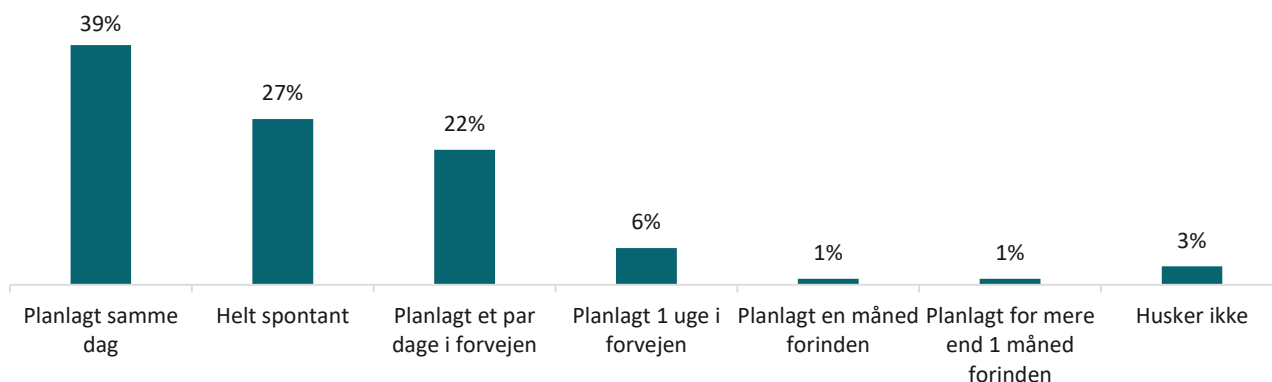
73% ... af den delt eller delvist færdiglavede mad indtages i hverdagene (mandag-torsdag)

Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1032. Forbrugere, der har angivet, at de har købt minimum én færdigret/komponent indenfor de seneste 14 dage.

Det gælder for alle forbrugergrupper, at det hovedsageligt er hverdagene, hvor den helt eller delvist færdiglavede mad indtages.

Ser vi på, hvornår forbrugerne planlagde måltidet, er det i de fleste tilfælde planlagt samme dag eller helt spontant foran køledisken.

Figur 13: Spørgsmål: Hvor lang tid i forvejen var måltidet planlagt?

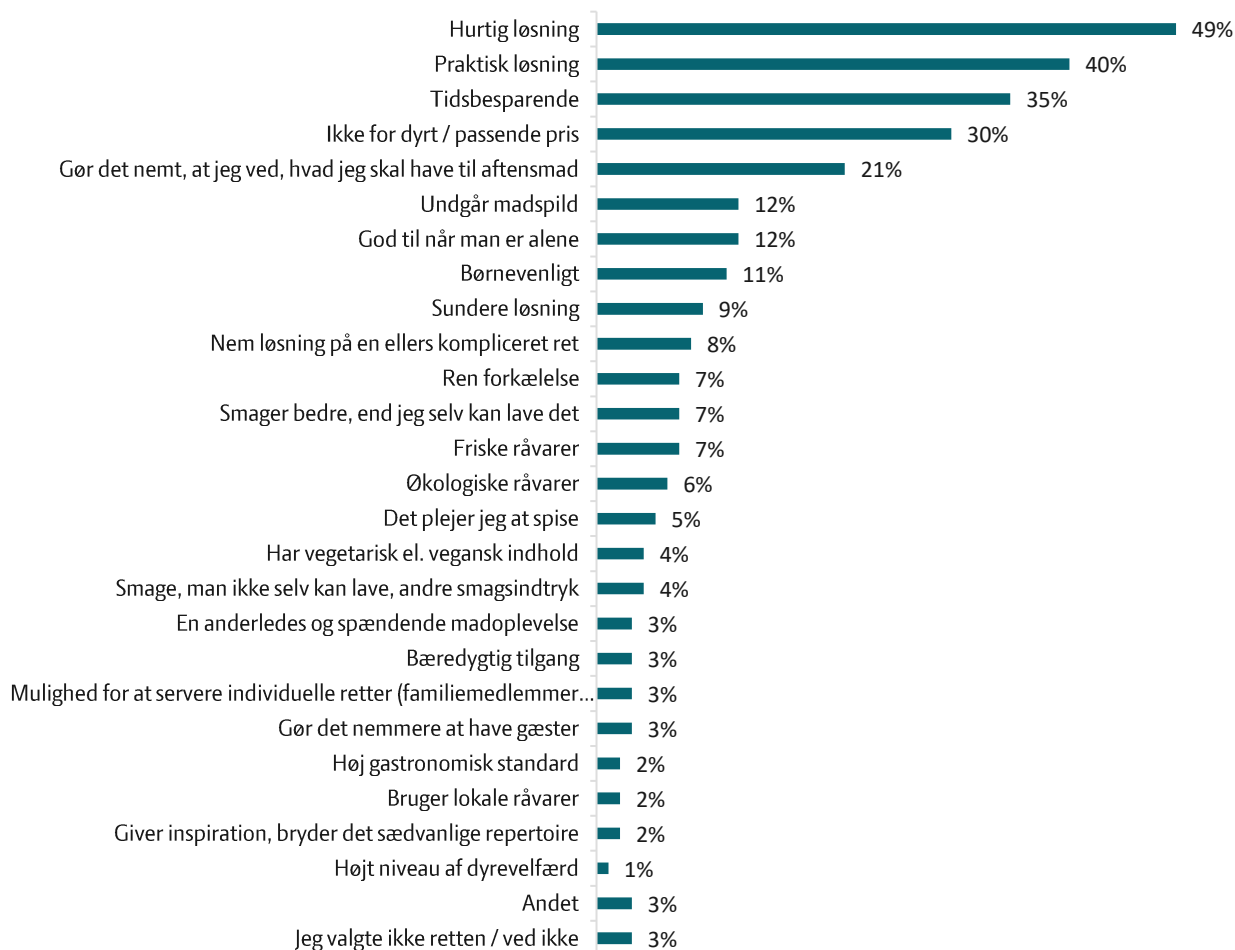


Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1032. Forbrugere, der har angivet, at de har købt minimum én færdigret/komponent indenfor de seneste 14 dage.

Af de forskellige færdigretsmåltider, er det især færdigretten, der ingen tilberedning kræver, som planlægges spontant eller samme dag. Det varme måltid med en færdiglavede ingrediens er oftere planlagt et par dage i forvejen, men samlet set er alle typer af måltider mere eller mindre spontane.

Spørger vi forbrugerne om årsagerne til at vælge netop den helt eller delvist færdiglavede mad, svarer halvdelen, at retterne er en hurtig løsning. Desuden er det en praktisk, tidsbesparende og ikke for dyr løsning.

Figur 14: Spørgsmål: Hvad var årsagen til, at du valgte netop denne type måltid? Du kan vælge så mange grunde du vil.



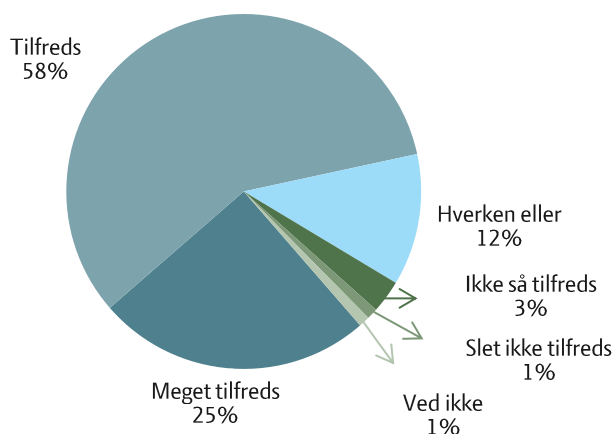
Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1032. Forbrugere, der har angivet, at de har købt minimum én færdigret/komponent indenfor de seneste 14 dage.

Og når danskerne står i supermarkederne og vælger typen af helt eller delvist færdiglavede retter, så er det i halvdelen af tilfældene i en discountkæde. Sammen med supermarkederne er det over 70 pct. af retterne, der købes via de to kanaler. Det er særligt den yngste målgruppe (18–29 år), som har købt den helt eller delvist færdiglavede ret i én af discountkæderne. De ældre har i højere grad benyttet sig af supermarkederne.

Danskerne er tilfredse med smagsoplevelsen

Selvom over halvdelen af danskerne er uenige i, at maden smager bedre, når den er købt ude, så udtrykker 8 ud af 10 forbrugere en høj grad af tilfredshed med smagsoplevelsen af den færdiglavede mad. Samlet set er det kun 4 pct., der ikke er tilfredse.

Figur 15: Spørgsmål: Hvor tilfreds er du med smagsoplevelsen af måltidet <indsæt senest spiste helt eller delvist færdiglavede ret>?

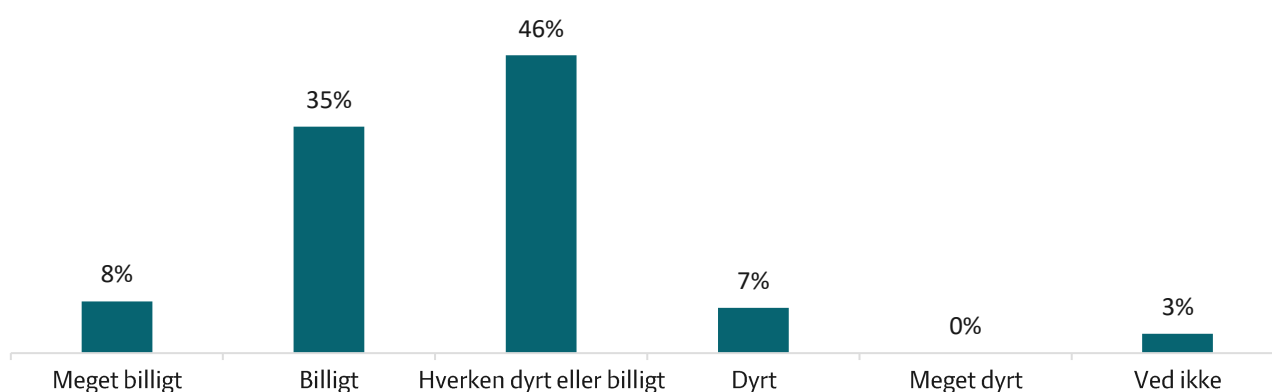


Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1032. Forbrugere, der har angivet, at de har købt minimum én færdigret/komponent indenfor de seneste 14 dage.

I alt har 83 pct. af forbrugerne angivet, at de enten er *meget tilfredse* eller *tilfredse* med smagen af deres valgte måltid. Af færdigretsmåltiderne er det det varme måltid, hvor en ingrediens er færdiglavede, som scorer en lidt højere tilfredshed blandt forbrugerne. Men generelt ses en stor tilfredshed med smagsoplevelserne af måltiderne.

Når det kommer til prisen, oplever forbrugerne oftest helt eller delvist færdiglavede mad som hverken dyr eller billig eller decideret billig.

Figur 16: Spørgsmål: Hvordan var din oplevelse af prisniveauet for måltidet <indsæt senest spiste helt eller delvist færdiglavede ret>?



Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1032. Forbrugere, der har angivet, at de har købt minimum én færdigret/komponent indenfor de seneste 14 dage.

Det er i højere grad de yngre forbrugere, som oplever måltiderne som billigere. Konkret er der 50 pct. af forbrugerne i alderen 18–29 år som anser prisniveauet for måltiderne som *meget billigt* og *billigt*. De unges

perspektiv kan dog være influeret af, at de i højere grad end de ældre har købt deres måltid i én af discountkæderne.

Ser vi nærmere på typer af færdigretsmåltider, fremgår det, at de forbrugere, der har indtaget en frossen ret, var mere tilbøjelige til at finde måltidet billigt. Dog er der ingen af måltiderne, som opfattes som decideret dyre af ret mange.

Også hvis vi ser nærmere på sundhedsaspektet i helt eller delvist færdiglavede retter, så har de fleste danskere generelt en positiv holdning til graden af sundhed. Konkret vurderer 44 pct. af danskerne måltidet til at være sundt.

44% ... vurderer et helt eller delvist færdiglavedt måltid til at være sundt

Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1032. Forbrugere, der har angivet, at de har købt minimum én færdigret/komponent indenfor de seneste 14 dage.

Hver tredje oplever hverken, at måltidet er sundt eller usundt, og kun 18 pct. anser måltidet for usundt.

Der ses desuden en sammenhæng mellem tilfredsheden med måltidet og den oplevede sundhed. Jo mere usundt, desto større utilfredshed. Det kolde måltid er det måltid, der opleves sundest samlet set. Omvendt er den færdige ret, der kan spises uden yderligere tilberedning det måltid, som vurderes mest usundt blandt de forskellige måltider. Overordnet set vurderes alle måltider dog til at være overvejende sunde. Det kolde måltid scorer højest på både sundhed og smag, hvorimod det varme måltid smager bedre, men til gengæld opleves mindre sundt. Fælles for alle typer af måltider gælder, at de scorer over 70 pct. på tilfredshed med smag.

Færdigretter er mere eller mindre ubevidst blevet hverdagskost

Den helt eller delvist færdiglavede mad vinder indpas blandt de danske forbrugere. Maden er blevet populær blandt alle typer af forbrugere, som oplever, at den er et godt og sundt alternativ til den helt hjemmelavede mad. Altoverskyggende er tid som begreb den primære årsag til, at den helt eller delvist færdiglavede mad tilvælges. Især er det blandt de unge forbrugere, samt børnefamilierne, at færdigmaden er en stor hjælp i en travl tid. Færdigmad er ikke et tabu, men kan derimod erstatte det helt hjemmelavede måltid, når tiden er knap. Samlet set er forbrugerne tilfredse med smagen, prisen og sundheden på helt eller delvist færdiglavedt mad.

Tal fra Euromonitor afrapporterer, at der er en tydelig fremgang i færdigretter, men forbrugerne i denne undersøgelse har dog ikke selv en opfattelse af, at deres forbrug er steget. De, der har købt mere færdigmad indenfor det seneste år, nævner som årsag, at de har mindre tid til madlavning samt at tilgængeligheden er let. Når forbrugerne ikke selv mener, at forbruget af færdigmad er steget, kan det blandt andet skyldes, at vi ikke længere er opmærksomme på, hvor ofte det indgår i vores måltider. Overordnet set tyder det på, at færdigretter glider stille og roligt ind i hverdagen, fordi det er blevet en mere udbredt løsning i en travl hverdag.

Om analysen

Analysen er baseret på data indsamlet af Epinion for Landbrug & Fødevarer i november måned 2019. I undersøgelsen deltog 1.032 repræsentativt udvalgte danskere i alderen 18-70 år. Analysen er udarbejdet af afdelingen Markedsanalyse, Forbrugerøkonomi & Statistik ved Landbrug & Fødevarer.