

25. januar 2021

Måltidskasser i fokus

- *Måltidskasser giver målgruppen inspiration og variation til aftensmåltidet. Det er især funktionalitet og bekvemmelighed som målgruppen finder fordelagtigt ved måltidskasser*
- *Målgruppens betalingsvillighed stiger hvis den indeholder danske råvarer og støtter lokale råvarer*
- *Barrierer for fortsat brug af måltidskasser centrerer sig oftest omkring prisen; hvis prisen bliver for høj, eller hvis prisen ikke afspejler kvaliteten af råvarerne*

Knap 2 pct. af aftensmåltider består af mad fra en måltidskasse

Andelen af aftensmåltider, som indeholder mad fra en måltidskasse, er 1,9 pct. ifølge en analyse af Madkulturen fra 2019¹. Efter Coronas indtog i Danmark er dette tal steget², men vil dog fortsat udgøre en forholdsvis lav andel af de samlede aftensmåltider, som danskerne indtager. For at skabe en detaljeret og informativ analyse om måltidskasser, har Landbrug & Fødevarer foretaget en målgruppeanalyse, hvor danskerne, som deltager i undersøgelsen, er blevet screenet på, hvorvidt de har oplevelser med måltidskasser. Svarpersonerne er blevet stillet spørgsmål alt afhængigt af, om de tidligere har haft en måltidskasse, pt. allerede har en ordning eller overvejer at få en måltidskasse. I denne analyse vil der derfor henvises til "målgruppen" og "måltidskasse-målgruppen", som betegner en samlet målgruppe af danskere, som har måltidskasser "inde på livet".

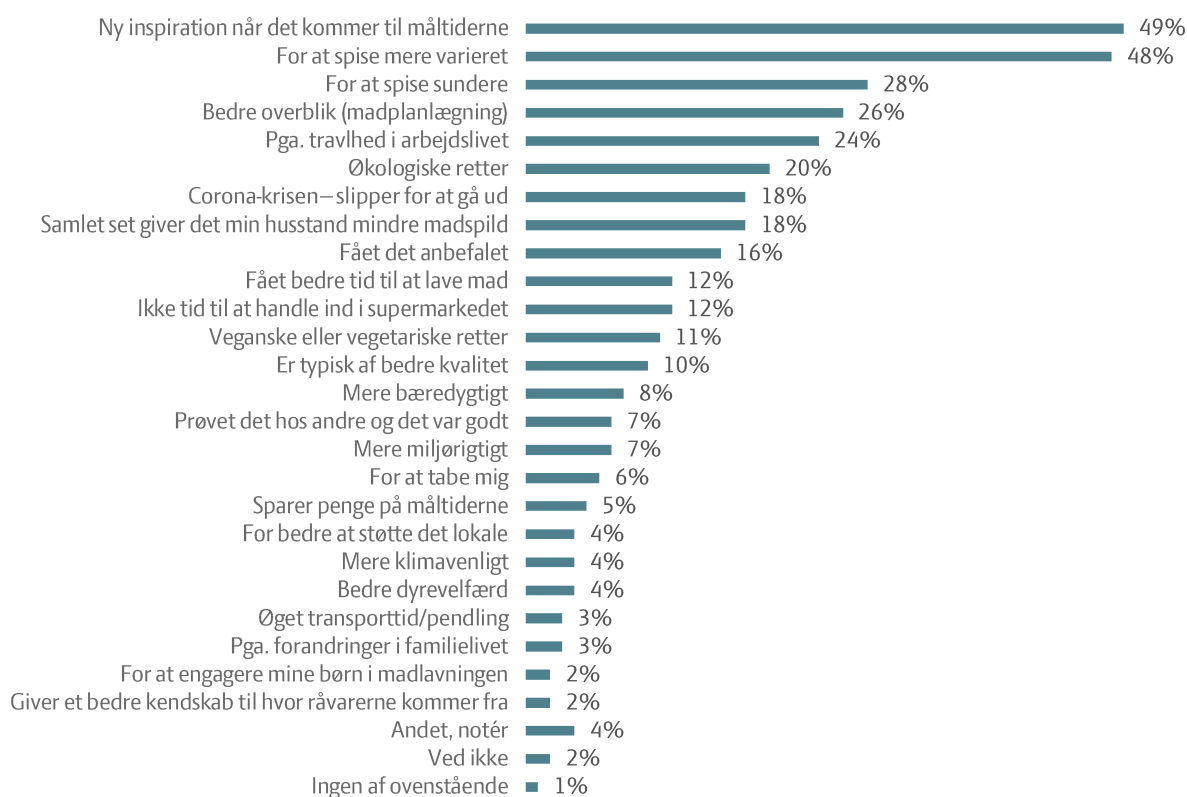
Måltidskasser forsyner målgruppen med inspiration og variation

Når målgruppen vil købe måltidskasser, hviler beslutningsgrundlaget for halvdelen af målgruppen oftest på, at få ny inspiration til måltiderne samt få mulighed for at spise mere varieret. En fjerdedel vil desuden købe måltidskasser for at spise sundere, få bedre overblik over madplanlægningen samt fordi, de oplever travlhed i arbejdslivet.

¹ <https://www.madkulturen.dk/wp-content/uploads/2019/12/MADKULTUR19.pdf>

² <https://www.fdi.dk/analyser/fdih-e-handelsanalyser/fdih-manedsanalyser-2020/juni-dagligvarer-pa-nettet-nyder-godt-af-corona>

Figur 1: Spørgsmål: Hvorfor købte/køber/overvejer du/I måltidskasser?



Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2020. Base n=503

De, som på nuværende tidspunkt køber måltidskasser regelmæssigt, vil signifikant oftere købe måltidskasser pga. muligheden for at spise mere varieret, for at få økologiske retter, fordi måltidskasser reducerer madspildet i husstanden og fordi måltiderne fra en måltidskasse typisk er af bedre kvalitet.

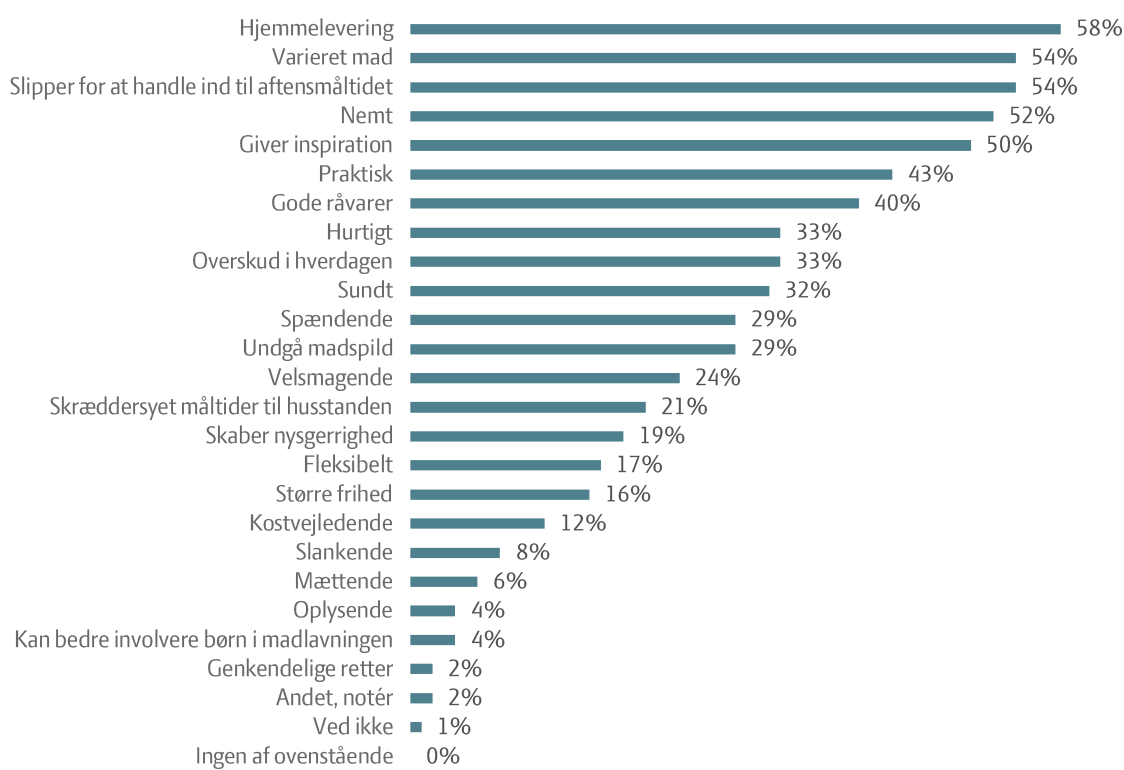
Beslutningsgrundlaget blandt de, som overvejer at købe måltidskasser indenfor den nærmeste fremtid, hviler i signifikant højere grad på, at de har fået det anbefalet, for bedre at støtte det lokale samt pga. corona-krisen.

Funktionalitet og bekvemmelighed er måltidskassens største styrker

En måltidskasse defineres som: en udbragt kasse med varer, der udgør ingredienserne til en række aftensmåltider, beskrevet i medfølgende opskrifter³. Og netop udbringningen er den største fordel ved at bruge måltidskasser ifølge målgruppen. Det er især måltidskassers funktionalitet såsom hjemmelivering og at slippe for at handle ind til aftensmåltidet, sideløbende med varieret mad, der vejer tungt på vægtskålen, når målgruppen gør op, hvad fordelene ved måltidskasser er.

³ <https://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=m%C3%A5ltidskasse>

Figur 2: Spørgsmål: Hvad er efter din mening fordelene ved at bruge måltidskasser?



Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2020. Base n=503

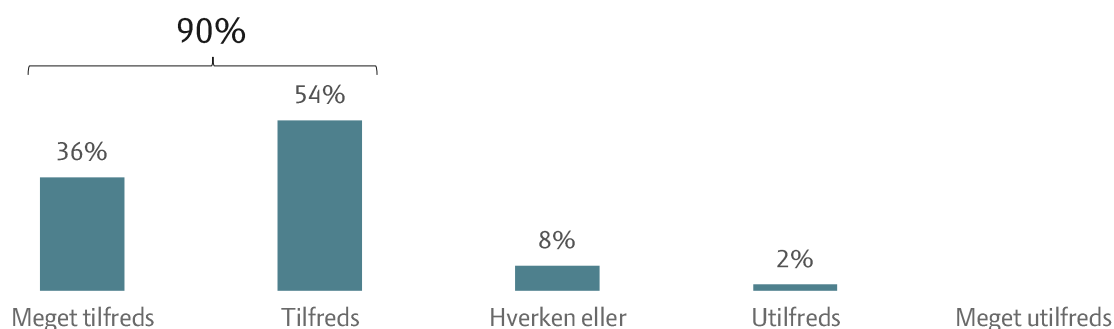
På tværs af aldersgrupperne ses der signifikante forskelle, især mellem den yngste og ældste del af målgruppen. Den yngste del af målgruppen i alderen 18-25 år mener i højere grad, at fordelene ved at bruge måltidskasser, er at gøre dagligdagen mere bekvem. De tilslutter sig oftere fordele som 'slippe for at handle ind til aftenmåltidet', 'nemt', 'praktisk', 'hurtigt', 'overskud i hverdagen', 'fleksibelt' og 'større frihed'. Den ældre del af målgruppen i alderen 71+ år, prioriterer derimod i større omfang de gode råvarer.

Tilfredsheden med måltidskasser er generelt høj

Måltidskasse-målgruppen er blevet spurgt, hvordan de vil vurdere den mad, de selv laver derhjemme i forhold til mad fra en måltidskasse, når det kommer til kvalitet, sundhed, smag, mæthed og værdi for pengene. Generelt ses der en lidt større præference for den hjemmelavede mad, men indenfor kriteriet sundhed mener målgruppen, at hjemmelavet mad og mad fra en måltidskasse er ca. lige sundt.

Men selvom mad fra en måltidskasse ikke helt kan måle sig med den hjemmelavede mad, så er størstedelen af de, som har modtaget en måltidskasse indenfor den sidste måned, tilfredse med kassen. Konkret er 90 pct. af de adspurgte i målgruppen tilfredse, hvor 36 pct. er meget tilfredse.

Figur 3: Spørgsmål: Hvor tilfreds var du alt i alt med [måltidskassen]?



Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2020. Base n= 138. De, der har modtaget en måltidskasse fra en udbyder indenfor den seneste måned

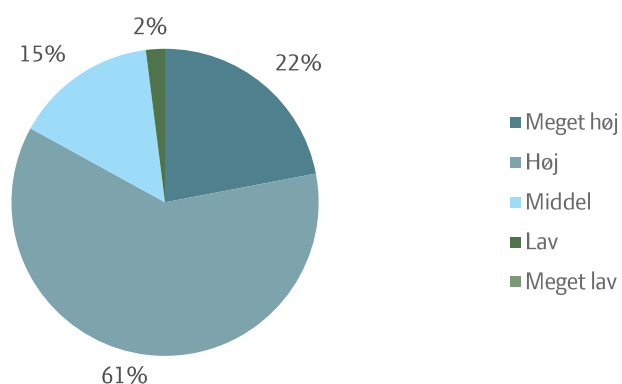
Også når det kommer til kvaliteten af råvarerne, er der en høj brugertilfredshed. Mere end 8 ud af 10 af de, der indenfor den seneste måned har modtaget en måltidskasse, mener, at råvarerne i måltidskassen er af meget høj eller høj kvalitet. Af disse er der 23 pct. som mener, at råvarerne er af meget høj kvalitet og 59 pct., som finder dem af høj kvalitet. Kun 1 pct. af de adspurgte i målgruppen finder kvaliteten lav.

83% ... vurderer at kvaliteten af råvarerne i måltidskassen er meget høj eller høj

Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2020. Base n=138. De, der har modtaget en måltidskasse fra en udbyder indenfor den seneste måned

Også når det kommer til smagsoplevelsen er målgruppen tilfreds. Over en femtedel mener, at smagsoplevelsen af måltidet fra måltidskassen var på et meget højt niveau og 61 pct. vurderer den som høj. Kun 2 pct. betegner smagsoplevelsen som værende på et lavt niveau.

Figur 4: Spørgsmål: Hvordan vil du samlet set vurdere smagsoplevelsen fra måltidskassen.

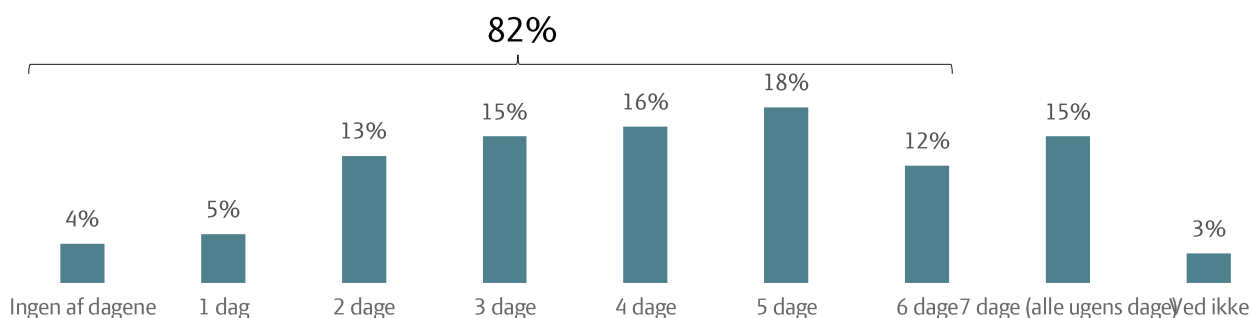


Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2020. Base n=138. De, der har modtaget en måltidskasse fra en udbyder indenfor den seneste måned

Lidt flere i måltidskasse-målgruppen identificerer sig som flexitar og vegetar

Forbrugerne i måltidskasse-målgruppen definerer sig i højere grad som vegetarer og flexitarer end blandt danskerne generelt. Konkret er der 4 pct. vegetarer og 11 pct. flexitarer blandt målgruppen, mens der generelt i den danske befolkning er ca. 2 pct. vegetarer og ca. 7 pct. flexitarer ifølge en undersøgelse af Landbrug & Fødevarer i oktober 2020. Dette vidner om en lidt mere flexitarisk tilgang til måltiderne i denne måltidskasse-målgruppe.

Figur 5: Spørgsmål: Forestil dig, at du har købt en måltidskasse til alle ugens 7 dage med aftensmad i kassen. Hvor mange dage om ugen skal din måltidskasse så gerne indeholde kød/fisk?

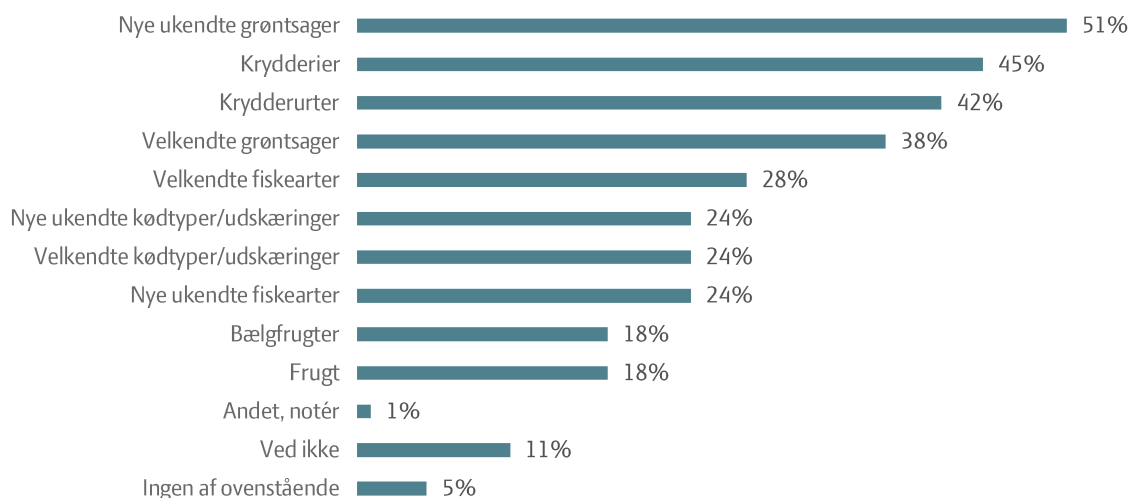


Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2020. Base n= 503

I de måltidskasser, som skal indeholde kød/fisk, er der størst præference for kylling og fisk med hhv. 67 pct. og 61 pct. (blandt de, som ønsker kød/fisk i deres måltidskasse). Oksekød skal indgå i knap hver anden måltidskasse. Hver femte mener, at typen af kød/fisk afhænger af kassen og retten.

Grøntsager – både ukendte og velkendte – og krydderier og krydderurter er især med til at skabe den gode måltidskasseoplevelse. Også fisk og kød kan være til at skabe den gode måltidskasseoplevelse, mens bælgrugter og frugter nævnes knap så ofte.

Figur 6: Spørgsmål: Er der nogle bestemte typer af råvarer, som især er med til at skabe den gode måltidskasseoplevelse?

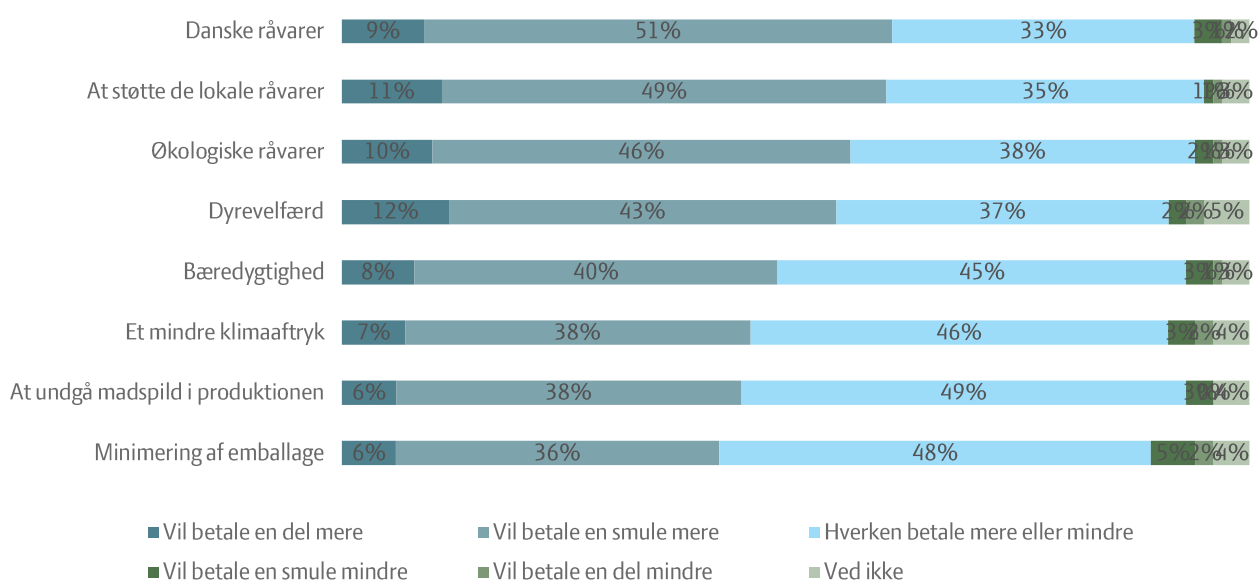


Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2020. Base n= 503

Højere betalingsvillighed, hvis råvarerne er lokale og danske

Når de, der for nylig har modtaget en måltidskasse, skal beskrive den, så forbinder de den oftest med friske råvarer, sund mad, økologiske råvarer samt råvarer af høj kvalitet. Og netop råvarer er også noget, som målgruppen er villig til at betale mere for. Konkret, hvis råvarerne i måltidskassen er danske eller støtter de lokale råvarer, så har målgruppen en højere betalingsvillighed. Økologiske råvarer og dyrevelfærd er også kvaliteter, som en del er villige til at betale mere for. Modsat, så skaber minimering af emballage og at undgå madspild i produktionen ikke en lige så stor betalingsvillighed blandt målgruppen.

Figur 7: Spørgsmål: Er der nogle bestemte typer af råvarer, som især er med til at skabe den gode måltidskasseoplevelse?

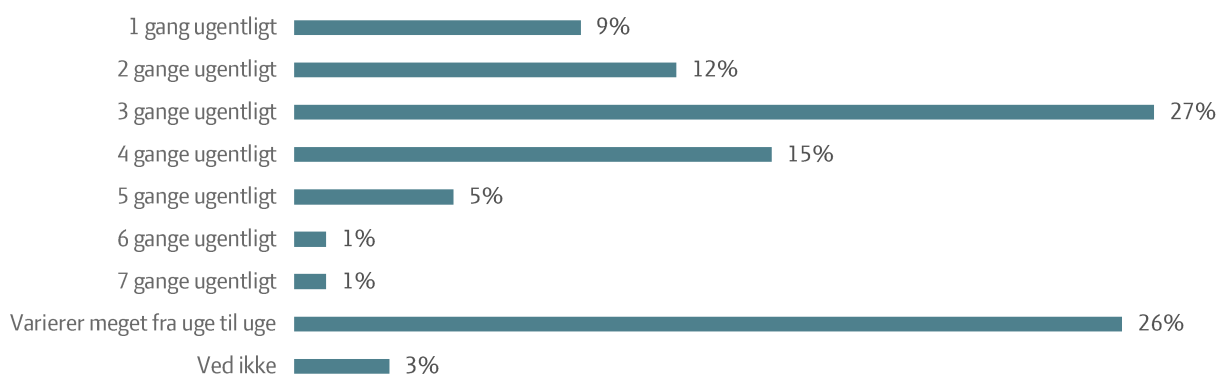


Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2020. Base n= 503. Sorteret efter "vil betale en del mere + vil betale en smule mere"

Måltider fra måltidskasser er oftest en hverdagsspise

Blandt de, der køber måltidskasser regelmæssigt, er det mest udbredt at spise et måltid fra en måltidskasse ca. 3 gange ugentligt. Konkret spiser 27 pct. mad fra en måltidskasse 3 gange om ugen, mens det for 26 pct. varierer meget fra uge til uge.

Figur 8: Spørgsmål: Hvor ofte spiser du et måltid fra en måltidskasse i en almindelig uge?

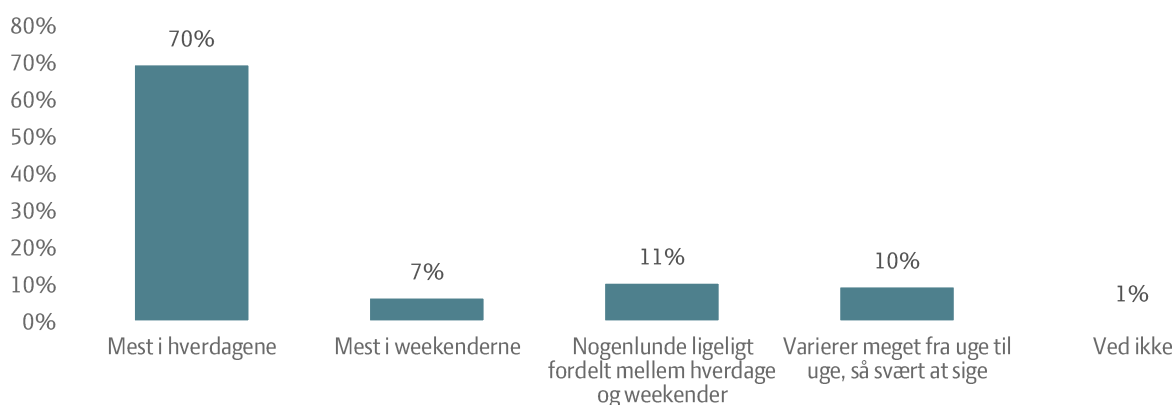


Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2020. Base n= 162. De som pt. køber måltidskasser regelmæssigt eller med jævne mellemrum

Ser man nærmere på, hvornår målgruppen senest har tilberedt et måltid fra en måltidskasse, så har de, som på nuværende tidspunkt køber måltidskasser, i større udstrækning tilberedt et måltid fra kassen gennem den seneste uge. Konkret har 44 pct. tilberedt et måltid fra en kasse i går, mens 27 pct. har tilberedt indenfor de seneste 3 dage.

Typisk er måltider fra en måltidskasse en hverdagsspise. 7 ud af 10 af de som køber måltidskasser regelmæssigt, spiser i overvejende grad måltiderne i hverdagene.

Figur 9: Spørgsmål: På hvilke tidspunkter af ugen spiser du typisk måltider fra en måltidskasse?



Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2020. Base n= 162. De som pt. køber måltidskasser regelmæssigt eller med jævne mellemrum

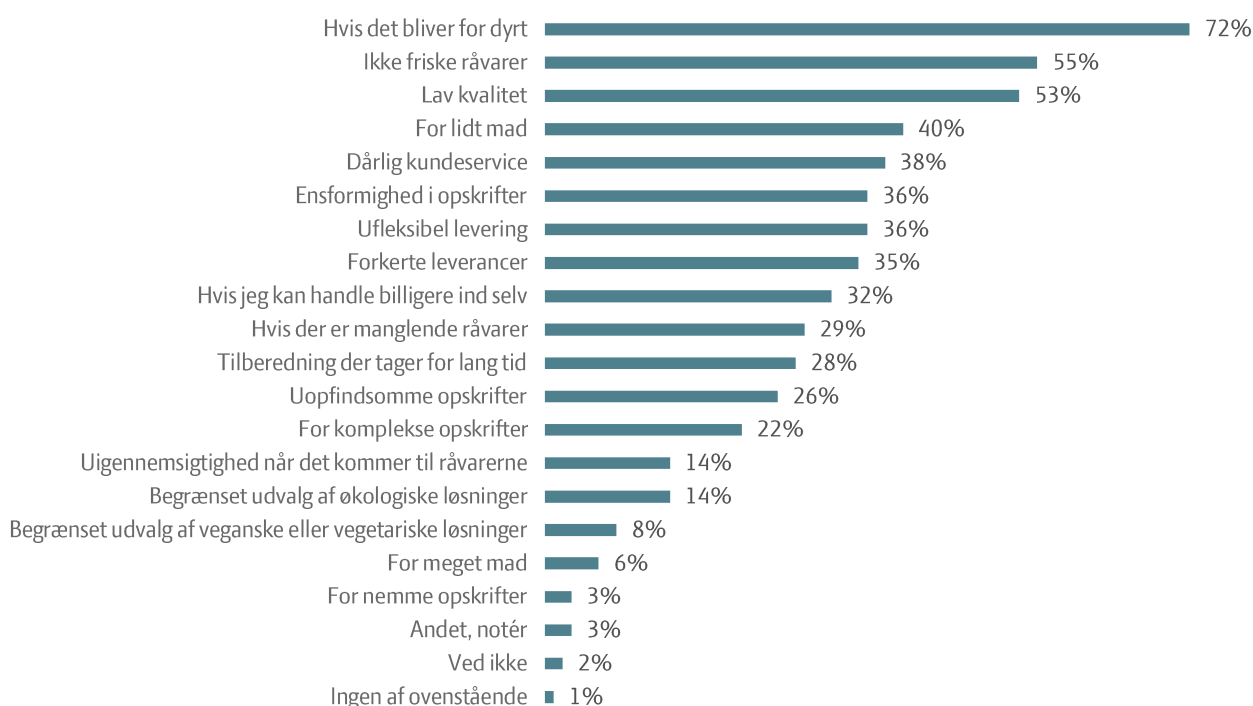
Når målgruppen spiser et måltid fra en måltidskasse, er det oftest i selskab med ægtefællen/kæresten. Hele 81 pct. af de, som regelmæssigt køber måltidskasser, spiser sammen med ægtefællen/kæresten. 27 pct. spiser sammen med deres børn, mens 17 pct. spiser et måltid fra en måltidskasse alene. Det er i større omfang kvinder, som spiser måltider fra en måltidskasse alene, mens mænd oftere spiser med ægtefællen/kæresten.

Pris og kvalitet er de væsentligste barrierer for fortsat brug af måltidskasser

Det er mest udbredt blandt de, der på nuværende tidspunkt køber måltidskasser, at købe dem for højst en uge ad gangen. Konkret udgør de, der højst køber en uge ad gangen, 35 pct., mens 19 pct. køber for højst en måned. 13 pct. køber i 12 måneder eller mere.

Det, der kan gøre, at man helt overvejer at stoppe med at købe måltidskasser, centrerer sig oftest omkring prisen. At råvarerne og kvaliteten ikke lever op til målgruppens forventninger, har også en indflydelse på, om man eventuelt stopper med at købe måltidskasser.

Figur 10: Spørgsmål: Hvad kunne få dig til at stoppe med at købe måltidskasser? (uanset om du køber eller ikke køber måltidskasser)

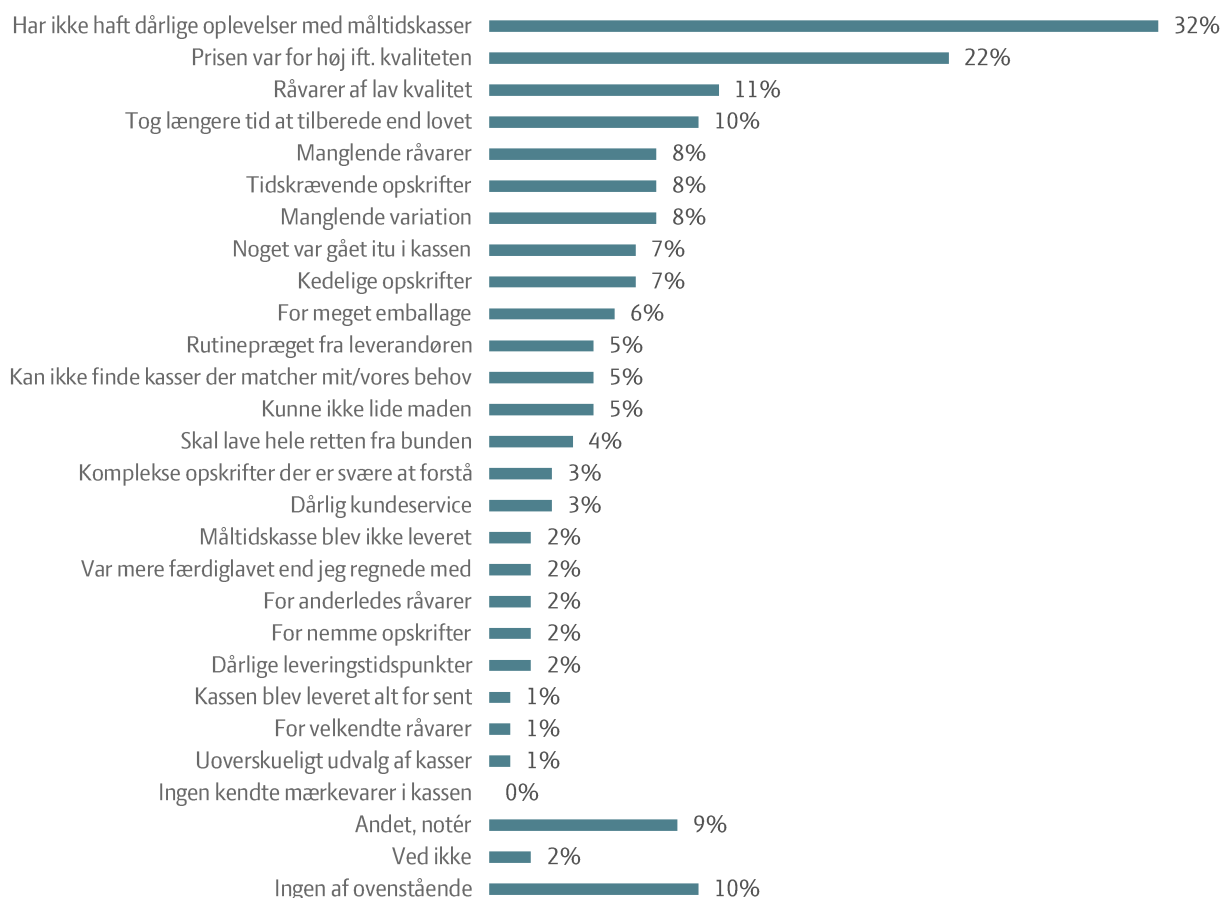


Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2020. Base n= 503

Også de medfølgende opskrifter i måltidskassen har en betydning for, hvorvidt målgruppen stopper med at købe kasserne. 36 pct. vil stoppe med at købe måltidskasser, hvis der er ensformighed i opskrifterne, 26 pct., hvis det er uopfindsomme opskrifter og 22 pct., hvis opskrifterne er for komplicerede.

Blandt de, der enten har eller har haft måltidskasser, så er det hver tredje, som ikke har haft nogen dårlig oplevelse med måltidskasser. Den oftest fremkommende dårlige oplevelse er, når prisen er for høj i forhold til kvaliteten af måltidskassen. Dernæst følger at hver tiende har oplevet af modtage råvarer af lav kvalitet i kassen.

Figur 11: Spørgsmål: Har du haft nogle dårlige oplevelser med måltidskasser? Hvis ja, hvad skete der?



Norstat for Landbrug & Fødevarer, november 2020. Base n= 332. De, der køber/har købt måltidskasser

Den mængde tid, som lægges i at tilberede måltidet, har også en indflydelse på, om målgruppen har haft dårlige oplevelser. 10 pct. har haft en dårlig oplevelse, fordi måltidet tog længere tid at tilberede end lovet, og 8 pct. fordi det var tidskrævende opskrifter.

Om analysen

Målgruppeanalysen er baseret på data indsamlet af Norstat for Landbrug & Fødevarer i oktober måned 2020. I undersøgelsen deltog 503 danskere i alderen 18-80 år, som er blevet screenet på, hvorvidt de har oplevelser med måltidskasser. Undersøgelsen er en såkaldt målgruppeundersøgelse, og derfor er den ikke national repræsentativ. De demografiske inddelinger i analysen skal derfor hverken ses som noget generelt for Danmark eller en generel opfattelse i befolkningen.

Analysen er udarbejdet af afdelingen Markedsanalyse, Forbrugerøkonomi & Statistik ved Landbrug & Fødevarer.