# Tal om mad

## Madindeks 2016

MADINDEKS
MADKULTUREN

**Madindeks** er Madkulturens årlige undersøgelse af den madkulturelle udvikling i Danmark.

madkulturen.dk

**Rapporten er skrevet af:**

Naja Buono Stamer, analysekonsulent
Gry Skrædderdal Jakobsen, videnskonsulent
Gry Nynne Thorsen, studentermedhjælper

# Forord

Madkulturen er sat i verden for at give danskerne mod på bedre mad. Vi giver børn og unge mod på at udfolde sig i køkkenet, madtalenter mod på en karriere i fødevarebranchen, og det offentlige og fødevareindustrien giver vi mod på at udvikle bedre mad og måltider. Vi arbejder for at omsætte viden om danskernes mad og måltider til projekter og aktiviteter med ét mål: Bedre mad til alle.

I det arbejde er Madindeks en vigtig brik. Det er her, vi pejler os ind på den madkulturelle udvikling i Danmark. Målet er at bibringe solid viden om danskernes madkultur til gavn for praktikere, professionelle, meningsdannere og beslutningstagere inden for feltet. Madindeks undersøger centrale temaer for madkulturen i Danmark: madlavning, råvarer og fællesskaber med henblik på at kunne følge udviklingen af disse over tid. I Madindeks 2016 er der fokus på råvarer. Gennem en spørgeskemaundersøgelse undersøger vi, hvad det egentlig er for fødevarer, der indgår i danskernes aftensmåltider, og hvilke værdier og holdninger danskerne knytter hertil.

**Hvorfor tal om mad?**

Madindeks skal give en bredere forståelse til alle dem, der arbejder med madkultur i Danmark, og er et oplæg til at diskutere, hvordan vi når den brede befolkning med indsatser, som styrker madkulturen. Dette arbejde handler ikke kun om, at maden skal være mere velsmagende. Det handler om at løse nogle af de store udfordringer i samfundet: En bedre madkultur er essentiel for Danmarks fremtidige velfærd og velstand. En bedre madkultur skal øge forretningspotentialet for hele fødevareerhvervet. Og en bedre madkultur skal øge befolkningssundheden.

Der er nok at tage fat på, og tal gør det ikke alene. Vi takker de samarbejdspartnere, som har bidraget med faglig sparring på undersøgelsen, og glæder os til de samarbejder, som vi vil sætte i gang med disse tal i ryggen.

God læselyst!

**Judith Kyst**

Direktør, Madkulturen

# Indholdsfortegnelse

**Madindeks 2016** - Kort og godt ..... **6**
Tema for Madindeks 2016: Råvarer ..... 6
Hovedresultater ..... 7
Perspektiver: Smagen sidder i oplevelsen ..... 9

**Kapitel 1** - Danskernes engagement i råvarer og mad ..... **11**
Danskernes interesse for råvarer ..... 11
Madambassadører spreder begejstring for mad ..... 13
Deltager danskerne i madevents? ..... 16
Opsamling ..... 17

**Kapitel 2** - Danskernes aftensmad og hvor den kommer fra ..... **19**
Ingredienser i danskernes aftensmåltid ..... 20
Fisk og skaldyr i aftensmåltidet ..... 21
Aftensmåltider med brød ..... 22
Rester og datovarer i aftensmåltidet ..... 26
Danskernes tilfredshed med deres aftensmåltider ..... 28
Alternative kanaler for fødevarer ..... 30
Opsamling ..... 32

**Kapitel 3** - Convenience i madlavningen ..... **33**
Hjemmelavet mad og convenience i aftensmåltidet ..... 35
Brugen af convenience i madlavningen ..... 37
Mad tilberedt hjemme med convenience? ..... 39
'Nem' og 'færdiglavet' convenience i aftensmaden ..... 40
Kompetencer i køkkenet og convenience: Resultater fra Kvalitetsindeks 2016 ..... 44
Tilfredshed med maden og convenience ..... 46
Forskelle i brugen af convenience-varer ..... 48
Opsamling ..... 50

**Kapitel 4** - Danskernes forståelse af lokale fødevarer ..... **51**
Lokale fødevarer er et vidt begreb ..... 51
Hvad er lokale fødevarer for de danske forbrugere? ..... 53
Danskernes forventninger til lokale fødevarer ..... 55
Danskernes tre gode grunde til at købe lokale fødevarer ..... 56
Forskellige opfattelser af lokale fødevarer på tværs af Danmark ..... 59

Råvarebevidste forbrugere stiller større krav til lokale fødevarer ..... 62
Opsamling ..... 63

**Kapitel 5** - Danskernes forbrug af lokale fødevarer ..... **64**
Egnsbestemte fødevarer og varer fra nærområdet ..... 64
Lokale fødevarer i danskernes aftensmåltider ..... 67
Hvor ofte køber danskerne lokale fødevarer, og hvor køber de dem? ..... 70
Hvilke lokale fødevarer køber danskerne? ..... 73
Hvad påvirker om danskerne køber lokale fødevarer? ..... 74
Barrierer for at købe lokale fødevarer ..... 79
Opsamling ..... 82

**Kapitel 6** - Dyrkning, sankning og mad fra naturen ..... **83**
Mad af egen produktion ..... 84
Hvem skaffer selv råvarer fra naturen og egenproduktion? ..... 90
Det er lysten, der driver dyrkningen ..... 93
Opsamling ..... 94

**Kapitel 7** - Mad i sæson ..... **95**
Sæson – hvad er det? ..... 95
Få danskere spiser årstidsspecifikke retter ..... 97
Et ud af fem aftensmåltider afspejler i høj grad efterårssæsonens råvarer ..... 99
Danskernes opfattelse af efterårets råvarer ..... 100
Hvilken mad afspejler især sæsonens råvarer? ..... 102
Råvareinteresserede spiser flere råvarer i sæson ..... 104
Opsamling ..... 105

**Om undersøgelsen** - Metode, data og analyse ..... **106**
Danskernes middagstallerkener som udgangspunkt for analysen ..... 106
Datagrundlag for Madindeks 2016 ..... 107
Principper for analyse ..... 110
Kvalitetssikring ..... 110

# Madindeks 2016
# - Kort og godt

Madindeks undersøger mad- og måltidskultur i den brede danske befolkning. Madindeks udkom første gang i 2014 og er siden udviklet i samarbejde med en række partnere. Analyserne tager udgangspunkt i de handlinger omkring mad og måltider, som præger dagligdagen i Danmark. Vi undersøger også de værdier og holdninger som danskerne knytter til mad.

Temaet for Madindeks 2016 er danskernes vaner og holdninger i forbindelse med råvarer. Vi sætter fokus på en række forhold, der knytter sig til opfattelsen og brugen af råvarer herunder brug af convenience i maden, lokale fødevarer og danskernes dyrkning af egne råvarer.

Madindeks 2016 består af Madkulturens egen kvantitative analyse af, hvad over 2000 danskere spiser til aftensmad to uger i september/oktober 2016. Resultaterne heraf er præsenteret i denne rapport. I tilknytning til Madindeks gennemfører MAPP Centeret ved Aarhus Universitet en større forskningsbaseret undersøgelse, der fokuserer på danske forbrugeres efterspørgsel på kvalitetsfødevarer, deres madlavningskompetencer og brug af convenience. Denne udgives i rapporten Kvalitetsindeks 2016.

## Tema for Madindeks 2016: Råvarer

Hvor Madindeks i 2015 satte fokus på madlavningen, zoomer Madindeks 2016 ind på, hvad der bliver lavet mad af i dagens Danmark, med temaet råvarer. Det gør vi, fordi vi opfatter det som en krumtap i madkulturen, hvordan danskerne tænker, taler og handler omkring de råvarer, de laver mad af. Samtidig er det ikke entydigt, hvad vi forstår ved råvarer, ikke mindst i kraft af det stadigt stigende udbud af convenience-produkter, som, på mange forskellige måder, hjælper til i den daglige madlavning. Man kan sige, at råvarer er det ene yderpunkt, som efterfølges af en række gradueringer af convenience-produkter. Derfor er undersøgelsens pointer om convenience en central del af analysen.

Udover opmærksomheden på grænsefladerne mellem råvarer og convenience belyser Madindeks 2016 temaet yderligere ved at undersøge, hvilken rolle andre emner, vi forbinder med råvarer, spiller anno 2016. Det er f.eks. sæson. Vi har ønsket at undersøge, hvilken rolle sæson spiller for danskernes valg af råvarer og retter, og i det hele taget at få en grundlæggende forståelse af, hvad danske forbrugere forstår ved sæson. På samme måde har lokale fødevarer været et særligt interesseområde. Her er vi igen gået grundlæggende til værks ved at bede danskerne om at definere begrebet samt undersøge deres praksis. I forbindelse med lokale fødevarer er også nysgerrigheden overfor alternative kanaler til råvarer opstået. Herunder også forbrugernes egen dyrkning, jagt og sankning.

Madindeks 2016 giver således svar på, hvor mange der går op i råvarer, og om danskerne er tilfredse med kvaliteten af de råvarer, de bruger i maden. Spiller sæson en rolle for råvarevalg og menu? Hvad er lokale fødevarer for danskerne, og er det noget, de bruger i maden?

# Hovedresultater

### Mad er mere end mæthed

Cirka halvdelen af danskerne er interesserede i råvarer i bred forstand. En mindre gruppe udlever denne interesse ved at deltage i madfestivaler, og nogen agerer 'madambassadører' ved at anbefale andre særlige fødevarer, restauranter, producenter osv. Andelen af madambassadører i befolkningen (ca. 15 %) ligger på samme niveau som f.eks. Storbritannien og USA – milevidt fra sydeuropæiske lande.

Andelen af danskere, der er interesserede i råvarer, varierer ikke på tværs af landsdelene. På trods af de store byers – og især hovedstadens – mange restauranter, specialbutikker og et stort udvalg af f.eks. økologiske varer, er byerne ikke det eneste arnested for madinteresserede i Danmark. I stedet er det især uddannelse og alder, der har sammenhæng med engagementet i råvarer og mad. Dem med længere uddannelse er mere interesserede i, hvor deres råvarer kommer fra, og det er i denne gruppe, der er flere madambassadører, og flere der deltager i f.eks. madfestivaler. Blandt dem med kortere uddannelse er der generelt mindre interesse for maden og deltagelse i madrelaterede aktiviteter.

Aftensmaden er for langt de fleste danskere hovedmåltidet. Det er det måltid, flest gør sig umage med. Det afspejler sig i vurderingen af aftensmaden. Ni ud af ti danskere er tilfredse eller meget tilfredse med smagen og måltidet generelt. Færre synes dog, at kvaliteten af deres råvarer er helt i top, men det er altså ikke afgørende for, om et måltid betragtes som godt.

### Convenience – fra nemt til nødvendigt

Halvdelen af de aftensmåltider, som danskerne tilberedte i private hjem en dag i september 2016, indeholdt en eller anden form for convenience. Brugen af convenience-produkter er altså udbredt i alle dele af landet og alle samfundslag.

Analysen tegner et billede af, at der er nogle convenience-produkter, som gør det nemmere at lave hjemmelavet aftensmad f.eks. de frosne grøntsager, kød og konserves mv. (de 'nemme convenience-produkter'), mens der er andre, der gør det nemmere at lade være ('de færdiglavede convenience-produkter').

Selvom de nemme convenience-produkter er bearbejdede i nogen grad, ser de ud til at være blevet accepteret i danskernes køkken på en måde, som gør dem til varer, der, efter danskernes opfattelse, sagtens kan indgå i et måltid lavet fra bunden.

De færdiglavede convenience-produkter kompenserer ofte for manglende køkkenfærdigheder, og vi ser en sammenhæng mellem lavt niveau af madlavningskompetencer og en positiv indstilling over for convenience. Samtidig tyder resultaterne på at brugen af færdiglavede convenience-produkter skaber en selvforstærkende effekt, hvor det bliver mindre og mindre appellerende at indkøbe råvarer og lave et helt og aldeles hjemmelavet måltid, jo mere man bruger dem.

Det at lave et hjemmelavet måltid handler, for den brede danske befolkning, i højere grad om selve processen og oplevelsen med at tilberede forskellige ingredienser, og i mindre grad om selve de råvarer der indgår i måltidet. Når der tilberedes mad i de danske køkkener er der mange hensyn i spil som f.eks. om familien kan lide maden, om der er madspild, om det smager som det plejer, og om det er nemt at tilberede. Råvarer kommer således ofte i anden række, med mindre man har et nært forhold til dem, som f.eks. at de er hjemmedyrkede, eller man selv har hentet dem hos en lokal producent.

**Høje forbrugerforventninger til lokale fødevarer**

Et af de områder, hvor der er potentiale for et mere nært forhold til råvarerne, er lokale fødevarer. Danskerne har høje forventninger til lokale fødevarer. De er generelt enige om, at lokale fødevarer er karakteriseret ved at have høj kvalitet, kort transporttid, være friskere end andre varer, at de skal være dyrket/produceret i forbrugerens nærområde og have en ekstraordinært god smag.

Danskerne oplever begrebet 'lokale fødevarer' som relevant i en dansk sammenhæng, men mange er ofte i tvivl om, hvornår noget er en lokal fødevare. Det kan både skyldes manglende mærkninger og oplysning på fødevarerne, men også uklarhed om hvad det overhovedet betyder, at noget er lokalt. Danskerne forventer i højere grad, at lokale fødevarer er produceret tæt på, hvor de bor, end at det er noget, der er specifikt for en egn eller region, der ligger i den anden ende af landet.

Danskernes forventninger til lokale varer kan overordnet samles i tre værdier, der knytter sig til lokale fødevarer: højere kulinarisk kvalitet, mere etisk produktion og tydelig oprindelse et sted i Danmark. Det kan være et bestemt sted med egnsspecialiteter, men det kan også være et sted, der bare er i forbrugerens geografiske nærhed. Disse forskellige værdier er differentieret regionalt, men også alder, køn og uddannelse påvirker, om man syntes at den ene eller den anden værdi er mere vigtig. Hovedstaden adskiller sig tydeligt fra resten af landet, idet lokale fødevarer her generelt synes at være mindre vedkommende og derfor er behæftet med mindre stærke forventninger.

**Forbruget af lokale fødevarer er forskelligt i by og provins**

Lokale fødevarer kan opdeles i to typer – de egnsbestemte og dem der er produceret i forbrugerens nærområde – og der knytter sig forskellige forbrugsmønstre til disse to typer fødevarer.

Hvert femte aftensmåltid tilberedt hjemme indeholder lokale fødevarer, ifølge dem der har spist maden. Og forbruget af lokal mad er ikke et storbyfænomen - faktisk snarere tværtimod. Der tegner sig i analysen et billede af en landbefolkning, som udover at tillægge lokale fødevarer stor værdi, også har et større forbrug af lokale fødevarer – det omfatter både fødevarer produceret i deres eget nærområde og egnsbestemte specialiteter.

De lokale fødevarer, der oftest indgår i aftensmåltiderne hos bybefolkningen, er primært egnsbestemte fødevarer og i mindre grad fødevarer produceret i nærområdet. Det hænger i høj grad sammen med, hvordan byboere ofte opfatter deres nærområde som begrænset til bymiljøet, de bor i, altså moderne byer, hvor der ikke er direkte berøring med fødevareproduktion. Det ser vi blandt andet ved, at man på landet oftere køber lokale fødevarer ved vej- og gårdsalg eller direkte hos producenten, hvorimod det i byerne oftere er i specialforretninger.

En tredjedel af danskerne køber lokal mad hver uge. Forbruget er størst uden for hovedstaden og er især høj i det Nord- og Vestjyske og på Sjælland og øerne. Jo stærkere værdier forbrugerne har omkring lokale fødevarer, jo mere sandsynligt er det, at de køber dem. Andre forhold som f.eks. alder, om man bor i byen eller på landet og indkomst har dog også en stærk sammenhæng med, om man køber lokale varer.

Det forhold, der har størst sammenhæng med at købe lokale fødevarer, er dog, om man er interesseret i råvarer og i at vide, hvor de kommer fra. Der er i gennemsnit dobbelt så mange, der køber lokale fødevarer ugentligt blandt de råvareinteresserede end blandt ikke-råvareinteresserede, selvom vi kontrollerer for andre forhold. Netop derfor er tydelig oprindelse og gennemskuelig produktion vigtig i salget af lokale fødevarer.

**Danskerne har stadig fingrene i jorden**

Der er et flertal af danskerne, der er glade for at dyrke deres egne råvarer – både i det små med grønt i vindueskarmen og i større stil med grøntsager og frugt i haven. Mere end hver tredje (36 %) har inden for det seneste år dyrket egen køkkenhave, og to ud af fem (43 %) har dyrket grøntsager eller krydderurter i krukker, vindueskarme eller på terrasser. Det at samle mad i naturen og jage og fiske til husbehov, er noget som en mindre gruppe af danskere over hele landet praktiserer.

Undersøgelsen viser desuden, at når der bruges hjemmedyrkede råvarer i madlavningen, oplever danskerne en større tilfredshed med både smag, råvarekvalitet og måltidet som helhed.

**Sæson fylder ikke meget på danskernes tallerkener**

Når vi ser nærmere på, hvilke ingredienser danskerne spiser, der især er kendetegnende for sæsonen i september, er det tydeligt, at sæson er et begreb, der kan være svært at arbejde med i madkulturen anno 2016. Det er ikke de ikoniske sensommerråvarer som vildt, kantareller eller majs, der fylder mest på tallerkenerne i september, hvor undersøgelsen er lavet, men kartofler, gulerødder, porrer, løg og æbler, der kan opbevares i lang tid, og som derfor er tilgængelige det meste af året.

To tredjedele af danskerne mener, at det aftensmåltid, de spiste dagen før, kunne serveres året rundt. Kun hver femte synes, at deres aftensmad i høj grad afspejler sæsonens råvarer. Hvis man ønsker, at danskerne skal spise mere mad i sæson og flere råvarer, der afspejler sæsonen, så er det vigtigt at tage højde for de kulinariske praksisser, der knytter sig til at spise mad i sæson. Her er det tydeligt, at den hjemmelavede mad og de aftensmåltider der karakteriseres som tilhørende en dansk madtradition i højere grad afspejler sæson end andre kulinariske retninger og det mere convenience-prægede køkken. At spise mad i sæson kræver således, at danskerne selv går i køkkenet, men også at de lærer en måde at få sæsonen ind i de andre kulinariske traditioner, som de i stadig stigende grad tager til sig.

# Perspektiver: Smagen sidder i oplevelsen

Hvad siger Madindeks 2016 så om den danske madkultur og om danskernes forhold til råvarer? Samlet set giver analysen indtryk af en madkultur, hvor råvarer i sig selv ikke har hovedopmærksomheden. Analysen viser, at forholdet til råvarerne og en vurdering af dem som høj kvalitet, især påvirkes af nærhed og af selve oplevelsen omkring måltidet. Det, som danskerne især værdsætter, er nærhed til den, der dyrker og sælger råvarerne, eller det at vide, at råvarerne er fra egen have, eller fra et sted der ligger lige i nærheden af, hvor man bor.

Det er altså ikke nødvendigvis gennem de råvarer, danskerne køber i supermarkeder og laver mad med, at de får skabt et forhold til maden. Selv blandt dem **der siger, at de går meget op i råvarer,** spises der f.eks. ikke i særlig høj grad efter sæson. Sæson er i langt højere grad noget danskerne får ind ved selv at dyrke grøntsager, frugt, bær og krydderurter i haven eller i vindueskarmen.

Selvom der indgår forarbejdede produkter i maden, påvirker det ikke i stor stil danskernes vurdering af smagen af maden og deres tilfredshed med måltidet. Det er heller ikke det, der i højst grad påvirker vurderingen af kvaliteten af råvarerne i aftensmaden. Bare det at maden er tilberedt derhjemme – også selvom det er med råvarer, der er halv- og/eller helfabrikata – er nok til, at danskerne er overvejende positive over måltidet. Overordnet set er danskerne altså godt tilfredse med deres aftensmåltider – også selvom de ikke vurderer kvaliteten af de råvarer, de bruger, til at være af højeste kvalitet.

For danskerne sidder smagen og kvaliteten altså i høj grad i oplevelsen og ikke i selve råvaren: Den sidder i oplevelsen af måltidet, i oplevelsen af, at det er en råvare, man har et forhold til. Ikke fordi den er den bedste, men fordi den er vedkommende, er fra egen have eller fra en specialbutik, hvor man har en relation, til den der sælger.

Det betyder ikke, at alle danskere opsøger disse alternative kilder til fødevarer. Langt fra. Det er kun en mindre gruppe, der rent faktisk køber ind i specialbutikker, madmarkeder eller selv er ude og samle og dyrke maden. Det interessante er dog netop, at på tværs af Danmark mener danskerne, at måltidet bare smager bedre, når man selv har gravet sellerien op – eller når man kender historien bag og føler en relation til producenten.

# Kapitel 1
# - Danskernes engagement i råvarer og mad

Danmark er et landbrugsland, som leverer fødevarer globalt under velkendte varemærker, og den danske fødevareeksport bidrager i betydelig grad til landets bruttonationalprodukt. Men hvordan er danskernes eget forhold til råvarer? En snart 20 år gammel analyse beskriver danskerne som værende mere optagede af spisning og drikning end af mad og drikke. Eller sagt på en anden måde; danskerne var optagede af at spise og drikke sammen, men de var mindre interesserede i, hvad der blev serveret[1]. Dette års Madindeks sætter fokus på råvarer og lægger ud med en undersøgelse af, om danskerne overhovedet er interesserede i råvarer.

I dette kapitel tager vi temperaturen på danskernes engagement i råvarer. Det gør vi ved at undersøge interessen for, hvor deres råvarer kommer fra, hvor mange i Danmark der er såkaldte 'madambassadører' dvs. giver hinanden anbefalinger på madområdet, og i hvilken grad danskerne deltager i madevents og madfestivaler. Det er eksempler på måder at dyrke og udleve et engagement i råvarer.

## Danskernes interesse for råvarer

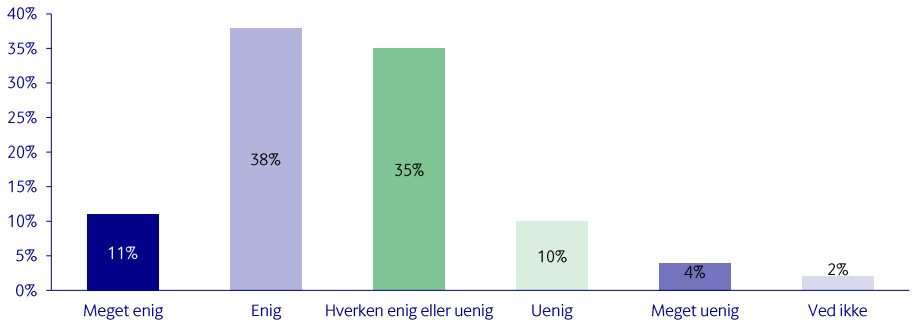
Da råvarer er temaet for dette Madindeks, sætter vi fokus på danskernes forhold til råvarer ved at undersøge, hvor vigtigt det er for dem at vide, hvor deres råvarer kommer fra. Det afspejler en interesse i råvarer og er en måde at måle, hvor meget danskerne, efter deres eget udsagn, prioriterer råvarer. Om det afspejler sig i danskernes vaner ift. forbrug af råvarer og deres madlavningspraksis undersøges flere steder i denne rapport.

### Halvdelen af danskerne finder det vigtigt at vide, hvor deres råvarer kommer fra

I alt er 49 % af danskerne enige eller meget enige i, at det er vigtigt for dem at vide, hvor deres råvarer kommer fra. Der er altså en udbredt interesse for råvarer hos danskerne. Kun 14 % er ikke interesserede i, hvor råvarerne kommer fra. Der er dog en stor gruppe (35 %), som hverken er interesserede eller ej.

[1] Richard Jenkins m.fl. 1998 Tidsskrift for Antropologi (39).

Figur 1
**Råvareinteresse**
"Hvor enig eller uenig er du i udsagnet: 'Det er vigtigt for mig at vide, hvor mine råvarer kommer fra'?"




Kilde: Madindeks 2016.

**Kvinder og personer med lang uddannelse og høj indkomst er mere interesserede i råvarer**

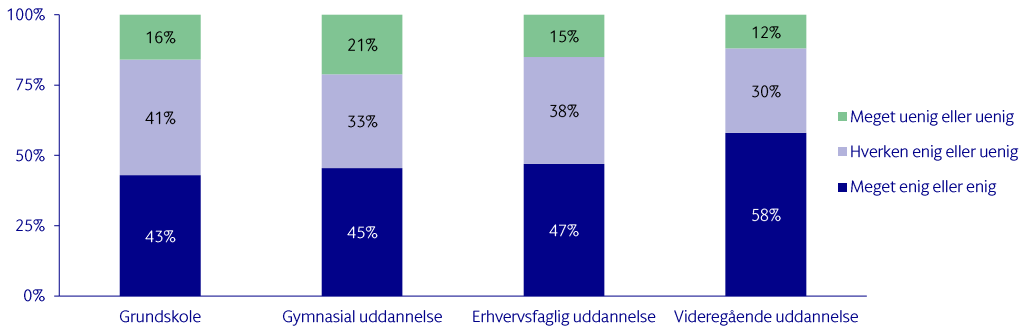
Kvinder er lidt mere interesserede i deres råvarer, end mænd er. Hos kvinderne er det 52 %, der i høj eller meget høj grad går op i at vide, hvor deres råvarer kommer fra, mod 48 % hos mændene. Det kan hænge sammen med, at der er flere kvinder end mænd, der har hovedansvaret eller dele af ansvaret for husholdningen, herunder indkøb og madlavning. I denne undersøgelse svarer 60 % af kvinderne, at de har hovedansvaret for indkøb mod kun 32 % hos mændene.

Dem med en videregående uddannelse er mere interesserede i råvarer, mens dem, der har afsluttet en grundskole- eller gymnasial uddannelse er mindst interesserede. Samme mønster ses hos dem med høj indkomst. De er også mere interesserede i at vide, hvor deres råvarer kommer fra.

I forhold til alder er resultaterne ikke så tydelige. Dog går den yngste gruppe mellem 18 og 25 år meget mindre op i råvarer. I denne gruppe er der hele 25 %, der er uenig eller meget uenig i, at det er vigtigt for dem at vide, hvor deres råvarer kommer fra.

Samlet set er der ikke store forskelle i råvareinteressen på tværs af landsdelene eller mellem by og land. Tendensen går i retning af, at forbrugere på landet, især i Nordjylland og på Sjælland, har en lidt større interesse for råvarer, men forskellene kan skyldes statistisk usikkerhed. Dette er interessant, set i lyset af de mange debatter om, hvordan den danske mad- og madlavningskultur er centreret omkring de større byer.

Figur 2
**Råvareinteresse og uddannelse**
"Hvor enig eller uenig er du i udsagnet: 'Det er vigtigt for mig at vide, hvor mine råvarer kommer fra'?"




Kilde: Madindeks 2016.

# Madambassadører spreder begejstring for mad

At være engageret i mad handler ikke kun om at have interesse for råvarer. Det handler også om at have så stærke holdninger til og erfaringer med mad, madlavning og fødevarer, at man taler med andre om gode måder at lave mad på, den bedste måde at dyrke og producere fødevarer på, eller hvad der er et godt sted at gå ud at spise. Inspireret af internationale undersøgelser rummer nærværende analyse derfor også en undersøgelse af andelen af madambassadører i Danmark. Madambassadørerne er en gruppe af forbrugere, der ikke bare er interesserede i mad men er så engagerede, at de er frontløbere på madområdet. Madambassadører er interessante, fordi de bærer viden, begejstring og kritisk bevidsthed videre i befolkningen, og dermed bidrager de til at påvirke almindelige danske forbrugeres forhold til mad. Madambassadører er også interessante for professionelle aktører, såsom fødevarevirksomheder eller eventarrangører, fordi deres personlige anbefaling af et udvalgt produkt kan omsættes til fremtidig vækst. Denne gruppe er interessant i arbejdet med mad og måltider, fordi den har størst sandsynlighed for aktivt at udbrede kendskabet til nye råvarer og ny mad. Det er denne gruppe, der kan være med til at bære nye initiativer fra nichemarkedet og ind i mainstreamforbruget.

### Hver syvende dansker er madambassadør

En mindre gruppe på 15 % af danskerne er det, der kan kaldes 'madambassadører'. En madambassadør er en person, der inden for den seneste uge har givet minimum to forskellige typer madanbefalinger til deres familie, venner, kollegaer eller lignende. Det svarer nogenlunde til andelen af madambassadører i Storbritannien (14 %) og USA (17 %). Italien er det land, hvor flest er engagerede i mad, idet hele 43 % kan klassificeres som madambassadører[2]. Det er oftest anbefalinger om at prøve noget bestemt mad eller prøve en bestemt restaurant, som danskerne giver videre.

[2] https://www.ketchum.com/special-report/food-2020-food-evangelist

# 15 %

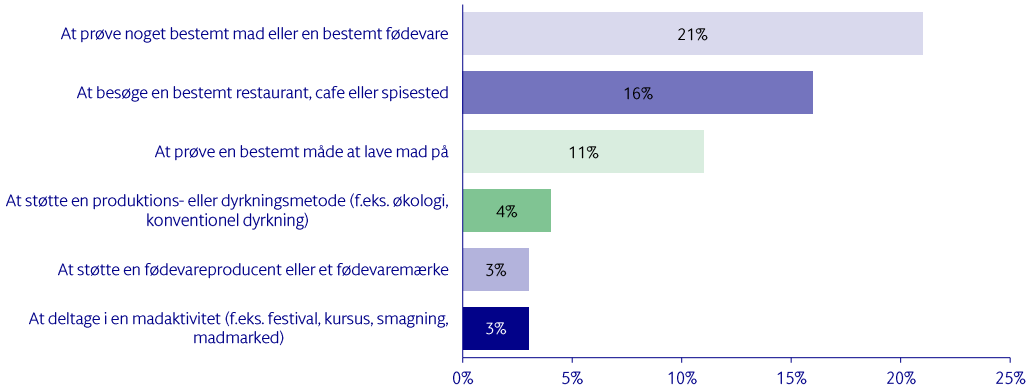
af danskerne er madambassadører – de har inden for den seneste uge givet to eller flere anbefalinger om mad og fødevarer til andre.

Kilde: Madindeks 2016

MADINDEKS
MADKULTUREN

For næsten to tredjedele af alle danskerne (64 %) er mad, fødevarer, spiseoplevelser osv. dog ikke noget, de i stor stil taler med deres venner og familie om. De er ikke engagerede i mad på den måde, at de anbefaler en bestemt slags mad eller en bestemt måde at lave mad på til andre på ugentlig basis.

Figur 3
**Anbefalinger af fødevarer og madlavning**
"Har du indenfor den seneste uge anbefalet andre, f.eks. familie, venner, eller kollegaer nogle af de følgende ting?"




Kilde: Madindeks 2016.

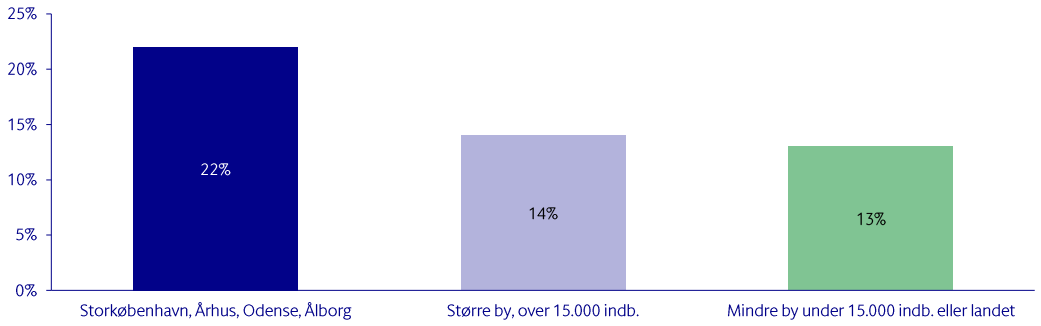
Der er især to forhold, der karakteriserer de danske madambassadører; der er flere af dem i den yngre del af befolkningen, og de har en længere uddannelse. Hver femte i aldersgruppen 18-25 år er madambassadør. Desuden er der flere madambassadører blandt dem med videregående uddannelse (21 %). Køn, indkomst, om man har børn, og hvor i landet man bor, påvirker ikke, om man er madambassadør.

### I de større byer anbefales spisesteder i højere grad

Blandt de aktiviteter, som kendetegner madambassadørerne, er det især i storbyerne, der bliver givet anbefalinger til, hvor man kan gå ud at spise. Her har 22 % inden for den seneste uge anbefalet andre at prøve en bestemt restaurant, café eller spisested. Da der i de større byer findes flest muligheder for udespisning, og der hele tiden åbner nye spisesteder, er dette resultat ikke overraskende.

Det er dog interessant, at undersøgelsen viser, at der ikke er nogen forskelle mellem land og by eller mellem landsdelene, når det kommer til andre typer anbefalinger. Det er altså ikke sådan, at hvis man bor tættere på det sted, hvor maden dyrkes og produceres, at man har en stærkere holdning til mad og er mere tilbøjelig til at anbefale bestemte produktions- og dyrkningsmetoder.

Figur 4
**Anbefalinger af spisesteder og urbanitet**
Andele, der indenfor den seneste uge har anbefalet andre at prøve en bestemt restaurant, café eller spisested.




Kilde: Madindeks 2016.

# Deltager danskerne i madevents?

En anden måde at dyrke sin interesse for råvarer kunne være at besøge en af de mange madfestivaler, som dukker op i mange danske byer i disse år. Nogle er store og veletablerede som f.eks. FOOD festival i Århus eller Copenhagen Cooking & Food Festival i København. Der findes også andre velbesøgte men mindre kendte madfestivaler som f.eks. Sydhavsøernes Frugtfestival eller Odense Tartelet Festival. Der er dog sparsomt med viden om, hvor udbredt deltagelsen i disse madfestivaler er, og hvem der bliver tiltrukket af disse festivaler.

Deltagelse i madfestivaler og madevents er interessant at undersøge som ét blandt flere udtryk for danskernes madengagement. I nærværende analyse har vi undersøgt omfanget af deltagelse i madfestivaler i sommeren 2016, ved at spørge om man har besøgt en madfestival eller anden større madevent inden for de seneste tre måneder dvs. fra ca. midt i juni til midt i september.

**11 %**
**af danskerne har besøgt en madfestival i sommeren 2016.**

**55 %**
**har ikke besøgt en madfestival i sommeren 2016 men ville gerne.**

**35 %**
**har ikke besøgt en madfestival i sommeren 2016 og kunne heller ikke tænke sig det.**

### Hver tiende dansker har besøgt en madfestival i sommeren 2016

Hver tiende dansker har deltaget i en madfestival eller anden større madevent i sommeren 2016. Samtidig er der rigtig mange danskere, som gerne vil deltage i en madfestival men som ikke har gjort det. Det afspejler, at mad, fødevarer og madlavning er blevet en del af fritidskulturen. Det er noget, man kan have som hobby, og der findes fællesskaber, hvor interessen kan dyrkes sammen med ligesindede. For lokalområderne kan madfestivaler bidrage til oplevelsesbaseret vækst, og det ser altså ud til, at potentialet er endnu større, idet mere end halvdelen godt kunne tænke sig at deltage i et lignende arrangement.

### Østjyderne går oftest på madfestival

Deltagelsen i madfestivaler og madevents er størst i Vestdanmark, hvis vi ser bort fra Nordjylland, hvor kun 6 % har deltaget i en madfestival i sommeren 2016. Østjyderne har den største andel (14 %), der har deltaget i en madfestival, og der er også mange (51 %), der ikke har deltaget, men som er interesserede i at deltage i en madfestival. Det er ikke overraskende set i lyset af, at FOOD festival i Aarhus på bare fem år er blevet en af Danmarks største madevents med ca. 30.000 gæster.

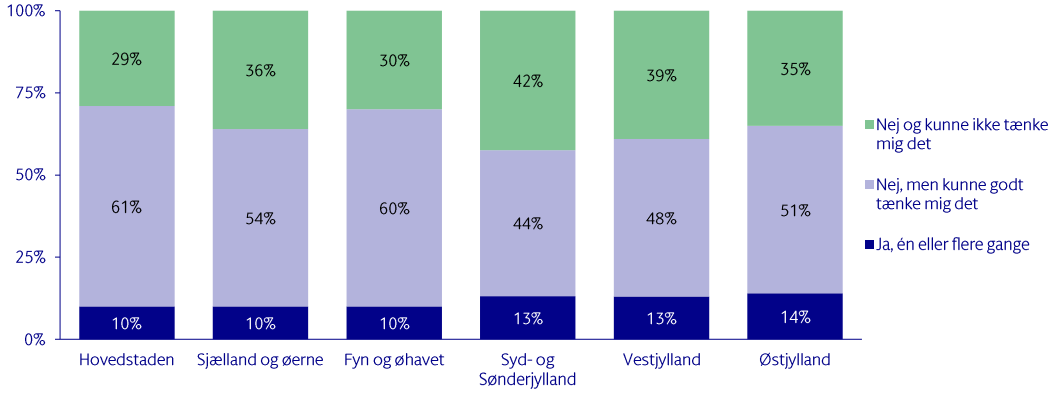
Hvis vi kun ser på interessen for madfestivaler, er det især hovedstaden og Fyn, der skiller sig ud. Her er de laveste andele (29% og 30 %), der overhovedet ikke har lyst til at deltage i madfestivaler og madevents. Begge disse landsdele har også store madevents. I København er blandt andet Copenhagen Cooking & Food Festival, og på Fyn tiltrækker Kulinarisk Sydfyn i stort antal folk fra lokalområdet[3].

### Mænd og kortuddannede er mindst interesserede i madfestivaler

Analyser viser også, at der er flere kvinder (60 %) end mænd (49 %), der er interesserede i at besøge en madfestival. Der er dog kun lidt flere kvinder (12 %) end mænd (10 %), der rent faktisk har deltaget i en madfestival.

Både deltagelse i og interesse for madfestivaler hænger sammen med uddannelsesniveauet. Kun 5 % af de danskere, der har grundskole som højeste uddannelsesniveau har deltaget i en madfestival, mod 18 % blandt dem, der har en videregående uddannelse. Blandt kortuddannede ser vi også den største andel (47 %), der slet ikke er interesseret i at deltage i madfestivaler.

Figur 5
**Deltagelse og interesse for madevents fordelt på landsdele**
"Har du inden for de seneste tre måneder deltaget i en madfestival eller anden større madevent?"




Kilde: Madindeks 2016.

# Opsamling

Dette kapitel har vist, at cirka halvdelen af danskerne er interesserede i råvarer i bred forstand. Det har vi undersøgt ved dels at bede om danskernes egen vurdering af deres interesse for råvarer, dels at se på

[3] Kulinarisk Sydfyn 2016: Referat af generalforsamling. http://kulinarisksydfyn.dk/referat-af-generalforsamlingen-2016/

nogle af de ting danskernes rent faktisk gør, som kan afspejle dette engagement. Her er det eksemplificeret ved deltagelse i madfestivaler og det at give anbefalinger på madområdet videre til andre, mens de øvrige kapitler i rapporten undersøger andre tilgange til interesser i råvarer, som f.eks. lokale fødevarer, råvarer i sæson, brugen af convenience mv.

Selve interessen for råvarer varierer ikke på tværs af landsdelene. På trods af de store byers, og især hovedstadens, mange restauranter, specialbutikker og et stort udvalg af f.eks. økologiske varer, er de ikke omdrejningspunktet for madinteresserede i Danmark. I stedet er det især uddannelse og alder, der har betydning for engagementet i råvarer og mad. Dem med længere uddannelse er mere interesserede i, hvor deres råvarer kommer fra, og det er i denne gruppe, der er flere madambassadører, og flere der deltager i madfestivaler. Blandt dem med kortere uddannelse, er der generelt mindre interesse for maden og deltagelse i madrelaterede aktiviteter.

Alder betyder især noget for, hvordan interessen i råvarerne udleves. De unge er mere aktive i f.eks. at give andre anbefalinger ift. mad og madlavning, men samtidig er de helt overordnet ikke så optagede af, hvor råvarerne kommer fra, som de øvrige aldersgrupper.

# Kapitel 2
# - Danskernes aftensmad og hvor den kommer fra

Dette kapitel undersøger bredt råvarerne i danskernes aftensmåltid ved at se på, hvilke slags ingredienser der indgår i aftensmaden, herunder restemad og datovarer, hvor råvarerne kommer fra, og om danskerne selv synes, råvarerne har en høj kvalitet, og om de er tilfredse med måltidet og smagen.

Udgangspunktet for analyserne af danskernes madkultur i Madindeks er den mad, der ligger på danskernes tallerken til aftensmad. Aftensmåltidet er det sociale måltid, hvor familien samles, venner mødes, og gæster inviteres på besøg for at dele et måltid mad. Aftensmåltidet er der, hvor danskerne har bedst tid og gør sig umage med madlavningen, og det er dagens hovedmåltid for de fleste. 80 % angiver i dette års undersøgelse, at deres aftensmåltid dagen før var deres hovedmåltid.

Temaet for Madindeks 2015 var danskernes kompetencer, vaner og praksis i forbindelse med madlavning. Her blev aftensmåltidets indhold undersøgt med fokus på; de retter danskerne spiser, madens kulinariske tradition, og hvordan danskerne laver mad. Med dette års fokus på råvarer, dykker vi dybere ned i aftensmåltidet og supplerer sidste års resultater.

Vi ser bredt på de ingredienser, der indgår i aftensmaden og fokuserer derefter på fisk og brød i aftensmåltidet. Det er to fødevarer, der har væsentlig betydning for madens sundhed, og som samtidig hænger sammen med danskernes færdigheder i køkkenet på hver deres måde. Kvalitetsindeks 2015 fra MAPP Centret ved Aarhus Universitet viste, at danskerne i mindre grad har kompetencer ift. at bruge fisk i madlavning. Madindeks 2015 viste, at den mest populære ret at spise til aftensmad var rugbrødsmadder – en nem spise der kræver få færdigheder i køkkenet. Vi ser derfor på nogle af de sociale og regionale forskelle, der er på indholdet af fisk og brød i aftensmaden.

Madspild har været et voksende politisk tema inden for mad- og fødevaredebatten gennem de seneste år. Dette kapitel vil derfor også runde dette emne ved at se på, i hvor høj grad rester og datovarer indgår som råvarer i danskernes aftensmåltider.

Vi undersøger desuden, hvor råvarerne i maden kommer fra, når den ikke kommer fra detailhandlen. Vi sætter her fokus på mad fra alternative salgskanaler såsom online supermarkeder, fødevarefællesskaber og specialforretninger.

Til sidst ser vi på danskernes madkultur ved at undersøge danskernes tilfredshed med deres aftensmåltider. Det gør vi ved at se nærmere på flere centrale aspekter såsom smag og råvarekvalitet. Dette er centrale analyser, da vi herigennem får et tilfredshedsmål for, hvordan det står til med den danske madkultur.

# Ingredienser i danskernes aftensmåltid

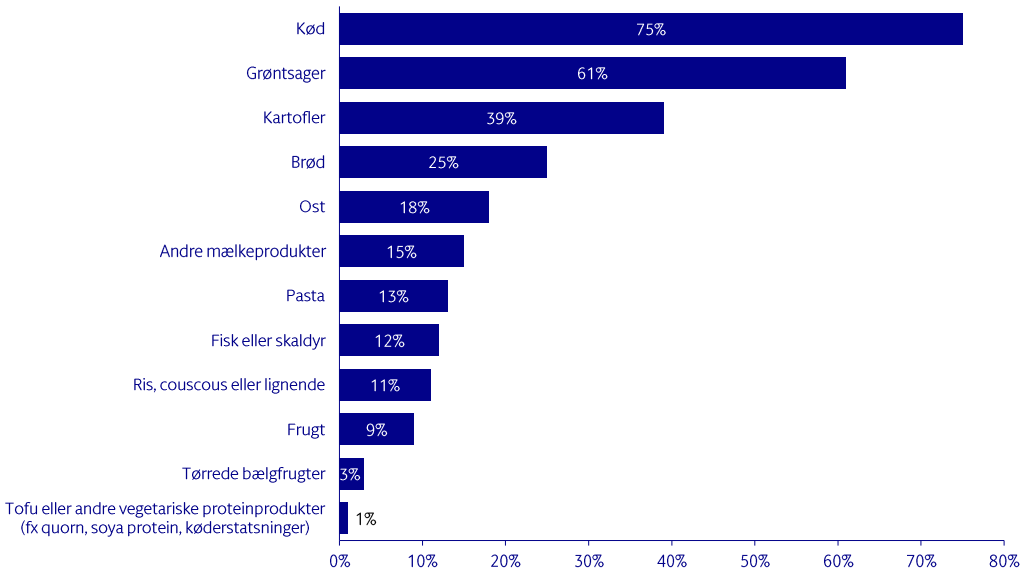
Ved at se på de ingredienser, der indgår i aftensmåltidet, kan vi følge udviklingen i danskernes madkultur. I dette års undersøgelse har vi spurgt mere detaljeret til nogle af ingredienskategorierne. Eksempelvis har vi opdelt den aggregerede "kulhydrater udover kartofler" - i kategorierne: rugbrød; lyst og andet brød; pasta; ris, couscous og lignende. Desuden har vi spurgt til nogle af de fødevarer, der er mere nicheprægede, men som kan være interessante at følge en udvikling på, som f.eks. køderstatninger i form af tofu, quorn osv. På den måde bygger vi videre på resultater fra Madindeks 2015. Der er ikke så store forandringer fra 2015 til 2016 mellem de overordnede produktkategorier, at vi vil analysere på udviklingen. I stedet dykker vi ned i et par interessante kategorier som brød og frisk

**De fleste måltider indeholder kød, grøntsager og kartofler**

Det gennemsnitlige danske aftensmåltid består at tre hovedingredienser: kød, grøntsager og kartofler. Alternativer til kød såsom bælgfrugter, tofu og andre proteinprodukter er meget begrænsede i danskernes aftensmåltid.

Madindeks 2015 viste, at danskernes spiser lidt færre kartofler ift. andre kulhydrater. Når vi i år har splittet de andre kulhydrater ud i pasta, brød, ris og lignende, er det tydeligt, at kartofler stadig spiller en stor rolle i danskernes madkultur. To ud af fem danskere spiser kartofler til aftensmad på en given dag i ugen, og det er flere end hver af de andre former for kulhydrater.

Figur 6
Ingredienser i danskernes aftensmad
Andele af aftensmåltider med følgende ingredienser.




Kilde: Madindeks 2016.

# Fisk og skaldyr i aftensmåltidet

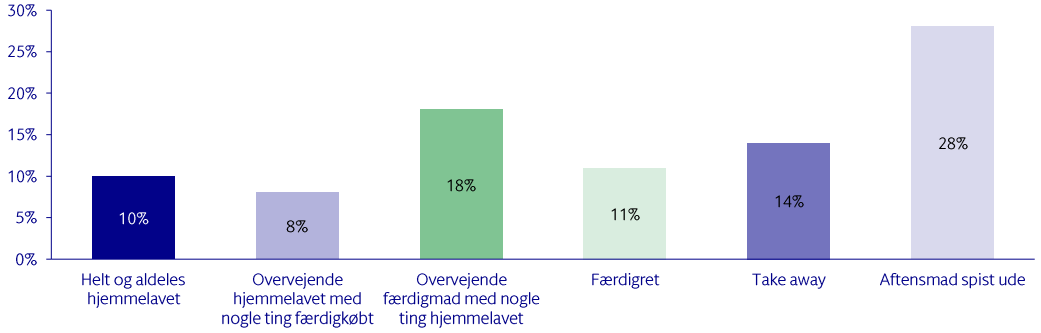
Fødevarestyrelsens kostråd anbefaler, at vi spiser fisk mindst to gange om ugen. Studier af danskernes kostvaner har dog vist, at få lever op til denne anbefaling[4]. Dette billede bekræftes af tallene i denne rapport. Hvis danskerne faktisk spiste fisk to gange om ugen, ville det svare til, at 29 % af danskerne spiste fisk til aftensmåltidet på en given dag. Vi ser i årets Madindeks, at det kun er 12 %, der har spist fisk på en given dag.

### Fisk tilbereder vi i mindre grad selv

Fisk er i højere grad noget danskerne spiser, når de spiser ude, eller når de laver mad, de selv karakteriserer som overvejende færdigmad, hvor nogle af elementerne er hjemmelavede. Danskernes køber sig i højere grad til fisk ved at få andre til at tilberede fisken som f.eks. på restaurant eller gennem convenience-løsninger. Det kan f.eks. være fiskefars eller frosne panerede fiskefileter. Hele 28 % har spist fisk eller skaldyr til aftensmad, når de har spist ude. Fisk er altså en spise, der hører til bestemte begivenheder, hvor man gerne ofrer penge, som f.eks. når man spiser ude. Når man spiser ude er valget af mad samtidig langt mere frit, idet der ikke skal tages hensyn til, om resten af familien kan lide maden. Der står det mere frit for at vælge netop det, man har lyst til, og her spiller fisk altså en større rolle.

MAPP's Kvalitetsindeks 2015 viste, at relativt færre danskere inden for det seneste år havde fileteret en fisk sammenlignet med eksempelvis andelen, der havde parteret en kylling. At arbejde med fisk i køkkenet er altså en madlavningskompetence, der ikke er særlig udbredt. Disse resultater siger ikke noget om, hvorvidt danskerne overhovedet kan lide fisk, og om det er en tilgængelig råvare. Det peger bare på, at danskerne ikke er særlig sikre på, hvordan fisk skal tilberedes, og at de derfor vender sig mod de løsninger, der kompenserer for manglen på færdigheder, såsom at vælge fisk som færdigmad eller spise fisk ude på restauranter.

Figur 7
**Fisk i aftensmåltidet og tilberedningsprofil**
Andele af aftensmåltider med fisk eller skaldyr inden for forskellige tilberedningsprofiler




Kilde: Madindeks 2016.

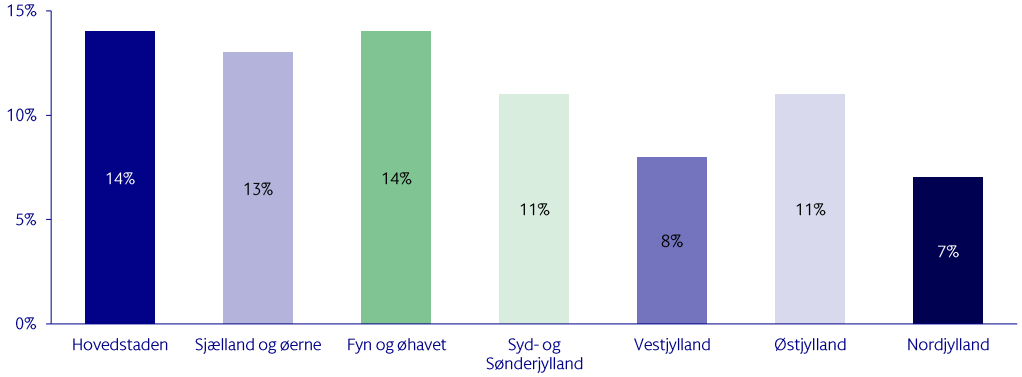
[4] Pedersen et al 2015: Danskernes kostvaner 2011-2013. DTU Fødevareinstituttet.

**I Nordjylland og Vestjylland spiser man mindre fisk**

I Nord- og Vestjylland er der færre, der spiser fisk i forbindelse med aftensmaden. Her indgår fisk kun i henholdsvis 8 og 7 % af aftensmåltiderne. Dette kan umiddelbart være overraskende, da disse to landsdele i høj grad forbindes med fiskerierhvervet. Om man i disse regioner i stedet spiser fisk i forbindelse med frokosten, kan analysen ikke sige noget om. Analyser i Madindeks 2015 viste, at det at spise fisk hænger sammen med høj indkomst, høj alder og høj uddannelse. En analyse, der tager højde for disse sociale faktorer, viser, at disse kan forklare nogle af forskellene mellem landsdelene især ift. Vestjylland. Nordjyderne spiser dog stadig mindre fisk og skaldyr, selvom der tages højde for disse forskelle.

Der kan således være behov for at sætte fokus på de råvarer, der findes i nærområdet, især i disse regioner. Samtidig viser analyserne af fisk og skaldyr i måltidet, at der, på trods af oplysningskampagner og kostråd, er behov for at sætte fisk og skaldyr på den madkulturelle dagsorden. En styrkelse af danskernes køkkenkompetencer vil sandsynligvis kunne understøtte brugen af fisk i madlavningen.

Figur 8
Fisk i aftensmåltidet på tværs af landsdele
Andele af aftensmåltider, der indeholder fisk eller skaldyr.




Kilde: Madindeks 2016.

# Aftensmåltider med brød

Brød har en helt speciel plads i danskernes madkultur. Selvom det ikke har samme kulturelle status som f.eks. kød og grøntsager, så er f.eks. rugbrødsmadder noget, der i høj grad betegner det danske madfælleskab[5]. Det satte Madindeks 2015 fokus på, idet analyser af de retter, danskerne spiser til aftensmad, viste, at rugbrød med pålæg var den enkeltstående ret, som flest danskere spiser til aftensmad. At spise brød kan give mulighed for et hurtigt aftensmåltid, der kræver få ressourcer i form af tid og køkkenkompetencer. Kvalitetsindeks 2015 viste samtidig, at de fleste danskere kan bage brød eller boller. Alligevel benytter rigtig mange sig af supermarkedernes industrielt fremstillede brød eller bagerbrød.

[5] Jakobsen 2012: "Brød i Danmark" i Holm og Kristensen (red): Mad, mennesker og måltider.

Der indgår rugbrød, lyst brød eller andet brød i hvert fjerde måltid. Generelt er det en råvare, der i lavere grad indgår i de helt og aldeles hjemmelavede måltider.

**8 %**

**af danskernes aftensmåltider indeholder rugbrød.**

**18 %**

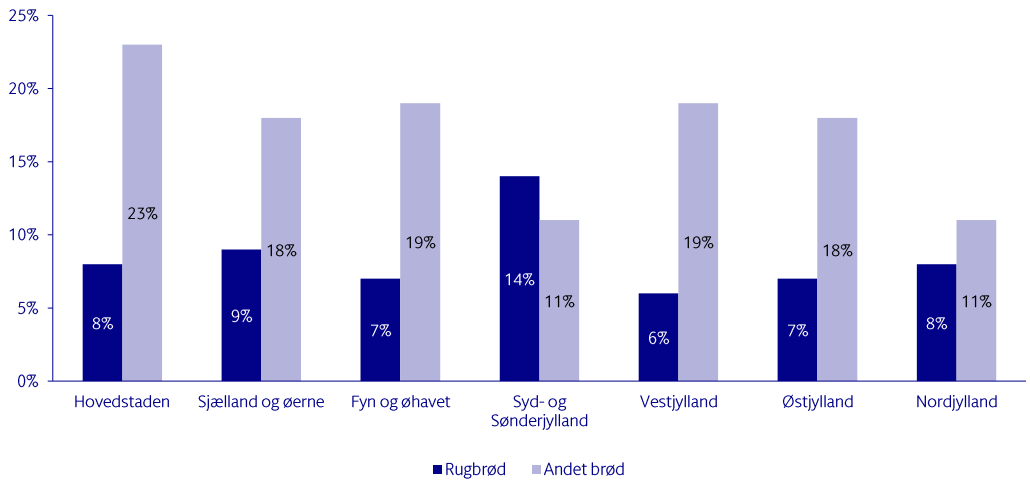
**af danskernes aftensmåltider indeholder andet brød f.eks. lyst brød eller pitabrød.**

Madindeks 2015 viste, at 6,4 % af danskerne spiser rugbrød med pålæg, hvilket hænger godt sammen med, at 8 % af aftensmåltiderne indeholder rugbrød. Rugbrød udmærker sig netop ved at navngive en ret. Når der indgår rugbrød, er det for det meste i form af rugbrød med pålæg. Anderledes er det med lyst brød og andre former for brød som f.eks. pitabrød. Madindeks 2015 viste, at ca. 6 % spiser sandwich eller burgere til aftensmad, mens lyst brød, pitabrød etc. indgår næsten i hvert femte. måltid. Det er noget, der indgår som en komponent blandt flere andre komponenter i de danske aftensmåltider. Analysen understreger, at rugbrød og andet brød fungerer på forskellig måde i måltidet.

### I Syd- og Sønderjylland spises mest rugbrød, i hovedstaden spises mest lyst brød

Brugen af de forskellige slags brød i aftensmaden er ikke den samme på tværs af landet. Syd- og sønderjyderne spiser mest rugbrød. Det lyse brød er især populært i hovedstaden.

Figur 9
Brød i aftensmaden på tværs af landsdele
Andele af aftensmåltider



Kilde: Madindeks 2016.

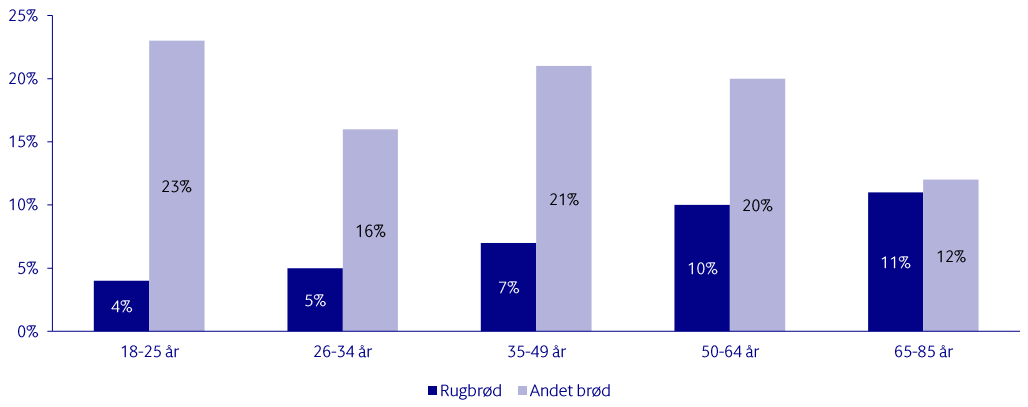
**Ældre spiser mere rugbrød, yngre spiser mere lyst brød**

Jo ældre man er, jo større er sandsynligheden for, at man spiser rugbrød til aftensmad. I den ældste generation spises der lige meget rugbrød som andet brød.

Man kunne ellers forvente en større del af de yngre spiste rugbrød til aftensmad, da vi ved fra Kvalitetsindeks 2015, at de yngre har færre madlavningskompetencer. Samtidig kan rugbrødsmadder være en billig og hurtig måltidsløsning, hvilket er en prioritet for de unge, der f.eks. ikke bruger lang tid på madlavningen, sådan som Madindeks 2015 viste. Tallene viser dog her, at det er de yngste grupper, der spiser mindst rugbrød. De unge finder andre måder at få et hurtigt og billigt måltid mad, som f.eks. ved at spise andre slags brød såsom lyst brød, wraps, pitabrød osv.

Det illustrerer, hvordan madkulturen ændrer sig over tid. Mange i den ældre generation er vokset op med, at rugbrødet var det daglige brød, og at det hvide brød kun hørte specielle lejligheder til. Det er radikalt anderledes for den yngre generation, hvor rugbrødet måske spises til frokost men stort set ikke har en plads på middagsbordet.

Figur 10
**Brød i aftensmaden på tværs af alder**
Andele af aftensmåltider.




Kilde: Madindeks 2016.

# 63 %

af danskerne er enige i udsagnet ”Når jeg laver mad efter en opskrift, justerer jeg efter, hvilke ingredienser jeg har i forvejen.”

Kilde: Madindeks 2016

MADINDEKS
MADKULTUREN

# Rester og datovarer i aftensmåltidet

Madspild har gennem de seneste par år fået mere politisk opmærksomhed. Samlet smider vi i Danmark hvert år over 700.000 ton mad ud, som kunne være spist.[6] Datovarer er et af de nyere tiltag, som detailhandlen har indført for at mindske madspild. Det er varer der sælges (tæt) på sidste salgsdato. Man kan dog også aktivt mindske madspild i hjemmet ved at gøre brug af rester fra tidligere måltider eller justere madlavningen, efter ingredienser man har i forvejen. Det er noget danskerne er opmærksomme på i den forstand, at næsten to tredjedele af danskerne justerer i opskrifter, når de laver mad, alt efter hvad de har i forvejen. Vi dykker yderligere ned i dette område ved at se på danskernes brug af datovarer og rester i madlavningen.

Der er selvfølgelig væsensforskel på de to praksisser. Brug af datovarer relaterer sig til en købssituation i et supermarked, hvor brug af rester i måltidet mere relaterer til selve madlavningssituationen i køkkenet. De kan dog tilsammen supplere med viden om, hvilke måltidspraksisser der knytter sig til det at spise restemad og datovarer, og som derved kan understøtte et begrænset madspild.

### Danskerne spiser gerne rester med nær familie men ikke med gæster

Danskerne spiser gerne rester til aftensmad, især når de spiser med den nærmeste familie i form af deres partner eller børn. Der er signifikant færre aftensmåltider, der indeholder rester, når danskerne spiser med deres øvrige familie, gæster, venner eller lignende. Rester er dermed knyttet til den nære familie derhjemme og er i mindre grad noget, danskerne serverer, når andre er på besøg. Det illustrerer, at rester har en lavere status end frisklavet mad og serveres ikke så ofte i særlige måltidssituationer, såsom når man har gæster.

**14%**

**af aftensmåltiderne tilberedt i private hjem indeholder rester f.eks. fra frokost eller aftensmaden dagen før.**

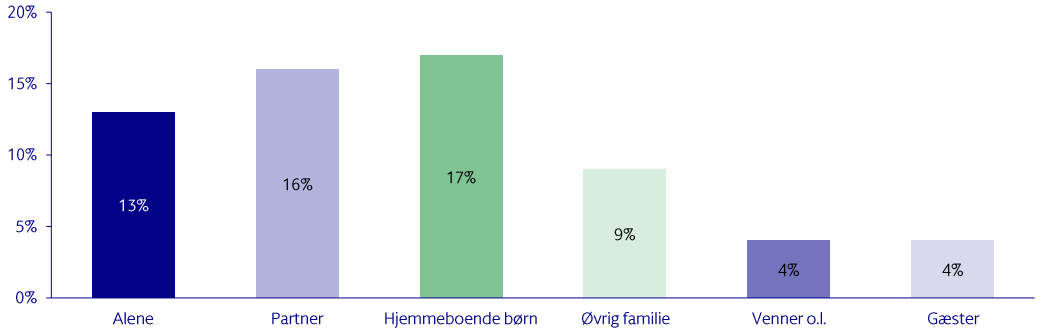
Der er ikke forskel på, om man spiser rester eller ej, hvis man spiser alene. Det er overraskende, da det at lave mad til flere dage ad gangen kan være en måde at servere varm hjemmelavet mad, med en mindre indsats, da der kun skal afsættes tid og ressourcer én gang.

Yderligere viser undersøgelsen, at der ikke er forskel på, om man spiser rester i hverdagen eller weekenden. Man kunne forestille sig, at måltidssituationerne i weekenden i højere grad ville bære præg af tid og frisklavede måltider, men tallene viser, at den samme andel måltider i weekenden som i hverdagen indeholder rester.

---

[6] Miljøministeriet, Regeringens Strategi for affaldsforebyggelse "Danmark uden affald II" – tal fra 2015 fundet på http://www.stopspildafmad.dk/madspildital.html d. 15/12/16.

Figur 11
**Rester i aftensmåltidet og hvem man spiser med**
Andel af aftensmåltider tilberedt i private hjem med rester af tilberedt mad.




Kilde: Madindeks 2016.

### Især yngre bruger datovarer

Hver tiende aftensmåltid indeholder datovarer. Det er især de yngre mellem 18 og 34 år, hvis måltider indeholder datovarer. Dette resultat understøttes ligeledes af tal fra en undersøgelse foretaget af TNS Gallup for Stop Spild af Mad, hvor det ses, at de yngre respondenter angiver at købe datovarer oftere[7].

**10 %**

**af aftensmåltiderne tilberedt i private hjem indeholder 'datovarer'.**

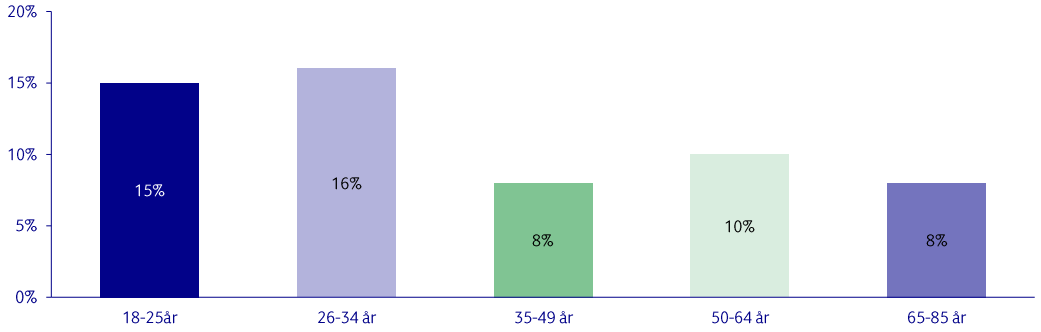
Sammenhæng mellem alder og datovarer ses selv på tværs af indkomstgrupper. Der er dermed ikke blot på grund af, at de har færre penge, at de unge tyer til datovarerne. At denne forholdsvis nye form for mad og indkøbspraksis er noget de yngre grupper af danskere har taget til sig, vidner om, at der her er potentiale for, at det kan vokse i takt med, at de bliver ældre, stifter familie og kommer til at bruger flere penge på mad og husholdning.

Der er ikke de samme tydelige mønstre i, hvem man spiser datovarer sammen med som ved restemad. Interessant nok viser undersøgelsen, at der er lige så mange, der spiser datovarer, som har gæster, som dem der ikke har gæster. Danskerne er således ikke blege for at servere datovarer i de mere særlige måltidssituationer. Dette tyder på, at datovarerne ikke har samme andenrangs status som restemad og kan understøtte udbredelsen af denne madpraksis.

---

[7] Eksterne tal fra TNS Gallup for Stop Splid Af Mad: http://www.tns-gallup.dk/work/gaf/ugensgallup/tekst/62555_stop_spild_af_madv2.pdf.

Figur 12
Datovarer
Andele af måltider der indeholder datovarer.




Kilde: Madindeks 2016.

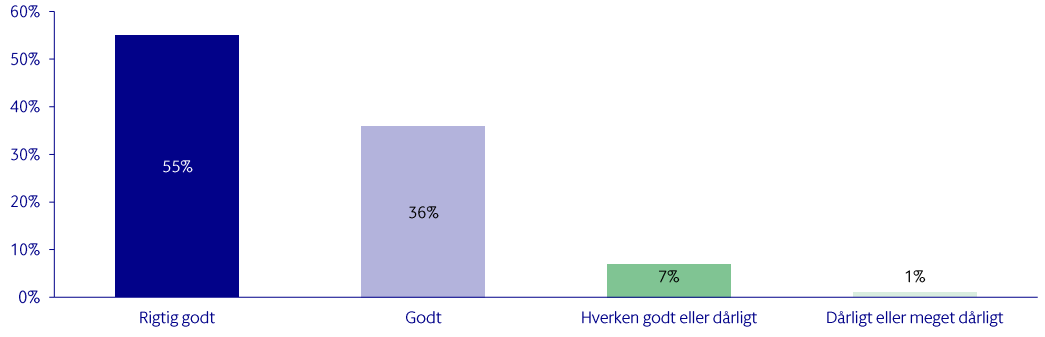
# Danskernes tilfredshed med deres aftensmåltider

Tidligere undersøgelser, som f.eks. Kvalitetsindeks 2015, har vist, at danskerne generelt er tilfredse med kvaliteten i den mad, de spiser, og med de fødevarer, de køber til deres egne måltider. Her ser vi nærmere på tilfredsheden med de konkrete aftensmåltider, danskerne har spist. Derved kan vi undersøge, hvordan forskellige forhold, f.eks. det at bruge convenience eller hjemmedyrkede råvarer i maden, påvirker tilfredsheden. Her præsenteres danskernes generelle vurdering af råvarekvalitet, smag og tilfredshed med måltidet generelt.

### Danskerne synes, at deres mad smager godt

Madindeks 2015 viste, at smagen er den komponent af aftensmåltidet, som danskerne er mest enige om er vigtig, for at måltidet er godt. Hele 83 % mener, at det, at maden smager godt, i høj grad er vigtigt for, at et aftensmåltid er godt. Smagen er i denne analyse også det, som danskerne vurderer mest positiv i deres måltid. Over halvdelen af danskerne syntes, at deres aftensmåltid dagen før smagte *rigtig godt,* og over en tredjedel syntes den smagte godt. At maden skal smage godt afspejler sig altså i, at danskerne også prioriterer at spise måltider, de selv synes smager godt. At smag er så stærk en parameter for, hvordan vi vurderer et måltid, betyder selvfølgelig også, at det kan være meget svært at sige, at man har spist noget, man ikke kan lide, eller som ikke smagte godt. På den måde kan det forstås, at i tilfælde af, at maden smager dårligt, er der en social og kulturel forventning om, at man så ikke spiser det.

Figur 13
Danskernes vurdering af smagen i deres aftensmåltider
"Hvor godt eller dårligt smagte det aftensmåltid, du spiste i går?"

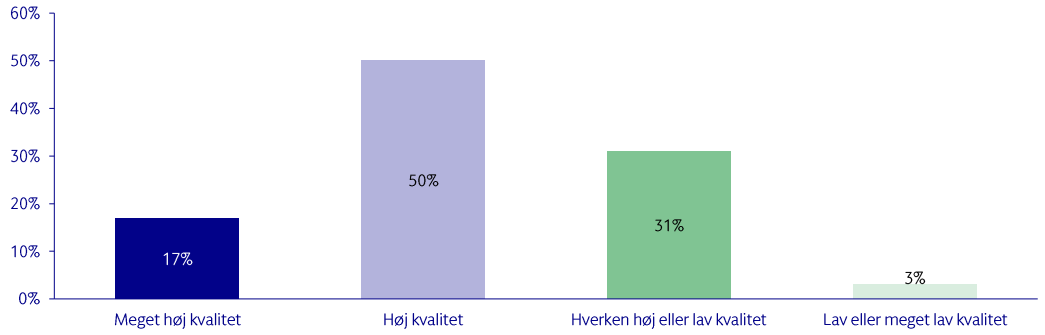



Kilde: Madindeks 2016.

### Råvarerne er af høj – men ikke meget høj – kvalitet

I alt vurderer to tredjedele af danskerne kvaliteten i deres måltider til at være høj eller meget høj. Dette er selvfølgelig en subjektiv vurdering og afspejler ikke nogle objektive kvalitetskriterier. Det viser dog, at danskernes selv vurderer, at der er rum til at rykke mad- og madlavningskulturen i retning af råvarer af højere kvalitet.

Figur 14
Vurdering af råvarernes kvalitet i aftensmåltidet
"Hvordan vil du vurdere kvaliteten af de råvarer, der blev benyttet i det aftensmåltid, du spiste i går?"

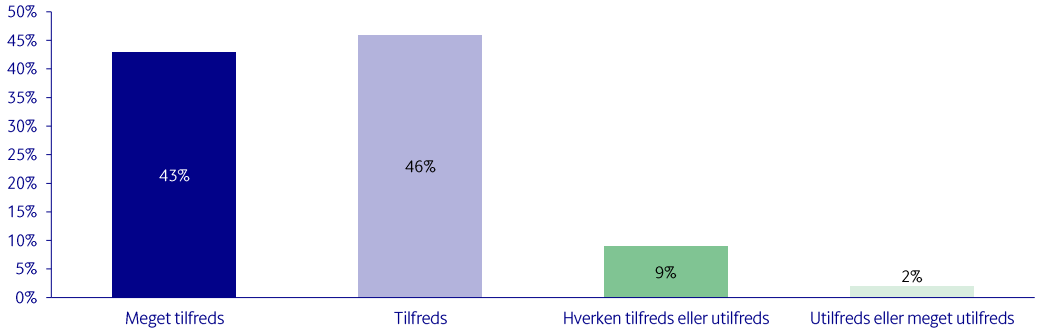



Kilde: Madindeks 2016.

### Næsten alle danskere er tilfredse eller meget tilfredse med deres aftensmåltid

Også den generelle vurdering af aftensmåltidet, hvor der både tages hensyn til madens smag, udseende, sundhed og råvarekvalitet ligger højt. Ni ud af ti (89 %) er tilfredse eller meget tilfredse, og kun 2 % er utilfredse eller meget utilfredse med deres aftensmåltid.

Figur 15
**Tilfredshed med aftensmåltidet**
"Hvor tilfreds var du med det aftensmåltid, du spiste i går? Her tænkes både på madens smag, udseende, sundhed og råvarernes kvalitet."




Kilde: Madindeks 2016.

Tilsammen viser disse analyser, at når man beder danskerne om subjektivt at vurdere deres aftensmåltider, vurderer de den meget positivt. De er tilfredse og synes selv, at maden smager godt. Det står i kontrast til mange af de udfordringer, vi ved, der er på mad og måltidsområdet. Det gælder både manglende kompetencer ift. madlavning, den udbredte brug af forarbejdede varer og sundhedsproblematikker. Generelt er danskerne dog kendte for at vurdere forhold angående deres eget liv meget positivt. Således udråbes danskerne ofte til verdens lykkeligste folk på trods af, at Danmark samtidig har en meget høj andel af folk ramt af f.eks. stress og depression.

Det mest interessante her er derfor heller ikke det absolutte tilfredshedsniveau, men at se på hvad der kan rykke ved danskernes vurdering af deres aftensmåltider. Vi går i dybden med, hvordan forskellige forhold påvirker tilfredsheden med måltidet og vurderingen af madens smag og kvalitet i de forskellige kapitler gennem rapporten.

# Alternative kanaler for fødevarer

At undersøge danskernes aftensmad ved at se på råvarer handler ikke kun om, hvilke råvarer der spises, men også hvor de kommer fra – altså hvilke salgskanaler de går igennem fra jord til bord. Langt det meste salg af fødevarer anno 2016 foregår i detailhandlens supermarkeder, discountforretninger, købmandsbutikker osv. Industrialisering og globalisering af fødevareproduktionen har resulteret i et fødevaresystem, der giver mulighed for bugnende supermarkeder med friske eksotiske råvarer hver dag, året rundt. Dette har også effektiviseret indkøbssituationen, så vi kan få det meste i kun én butik, og ikke behøver at gå i mange forskellige specialforretninger.

At benytte sig af alternative salgskanaler såsom online supermarkeder eller mad- og måltidskasser kan være drevet af praktiske grunde, da det for nogen er en nemmere og en ressourcebesparende måde at købe ind på. For andre er det mere af ideologiske eller gastronomiske grunde. Udviklingen af fødevaresystemet med supermarkeder betyder, at det reelt er ganske få mennesker i de få store detailkæder, som beslutter kvalitet, leverancevilkår og pris på det standardiserede udbud af fødevarer. At benytte alternative salgskanaler kan derfor rumme en kritik af dette system fra både forbrugere og producenter, som ønsker adgang til råvarer af andre typer og kvaliteter, end de der er tilgængelige i detailhandlen.

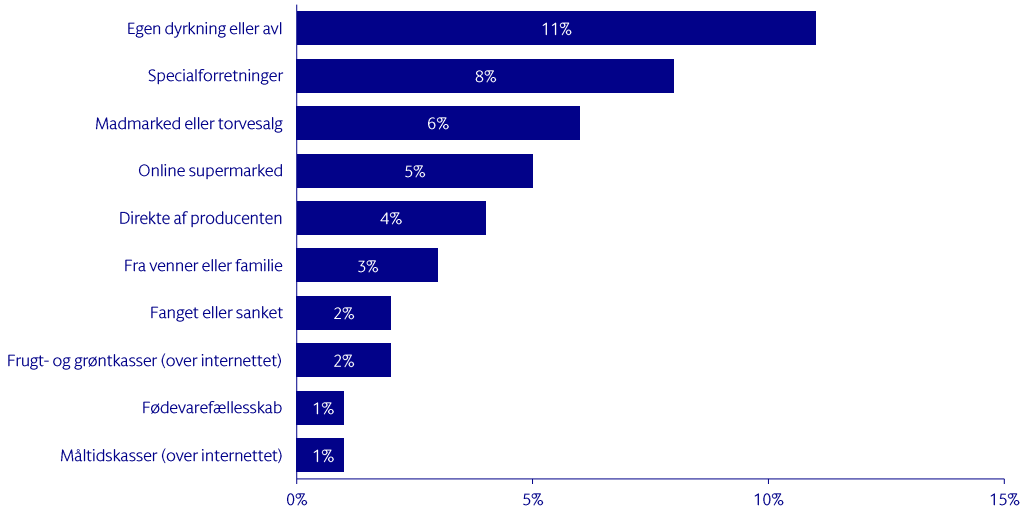
I det næste undersøger vi derfor, hvor danskernes råvarer kommer fra, når de ikke kommer fra detailhandlen. Der findes få tal, der samlet viser, hvor udbredte disse alternative salgskanaler er, da de er spredt på mange forskellige former for salg. Som en del af Madindeks' formål med at monitorere den danske madkultur, vil vi dog følge udviklingen af danskernes brug af de alternative salgskanaler. Her gives et billede af status anno 2016.

### Mad fra alternative kanaler er begrænset

Ser vi på det brede forbrug i Danmark, fylder de alternative måder at købe fødevarer på ikke meget i madlavningen. I alt købes der mad gennem alternative salgskanaler til 21 % af de danske aftensmåltider, der er tilberedt i private hjem. Det er dog fordelt på en række forskellige salgskanaler såsom specialforretninger, madmarkeder og online supermarkeder. Analyserne kan ikke sige noget om, hvor stor en del af maden, der kommer fra disse steder og den økonomiske værdi af salget gennem alternative fødevarekanaler. Det er mere udbredelsen (eller begrænsningen heraf) af en indkøbspraksis, der involverer det at gå andre steder hen end i supermarkedet for at købe fødevarer, som disse tal peger på.

Den mest populære alternative fødevarekanal er specialforretninger som f.eks. slagter, fiskehandel, grønthandler eller delikatessebutik. Dernæst følger madmarkeder og online handel. Selvom handlen med måltids-, frugt- og grøntkasser og fødevarefællesskaber er i vækst, er det stadig meget få danskere (1-2 %), som rent faktisk laver mad med varer herfra.

Figur 16
**Alternative salgskanaler for fødevarer**
Andele af aftensmåltider tilberedt i private hjem, der indeholder varer fra alternative salgskanaler.




Kilde: Madindeks 2016.

### Mad fra alternative salgskanaler er af højere kvalitet og smager bedre

De alternative salgskanaler er også interessante, fordi de, der har spist aftensmad med råvarer fra specialforretninger eller købt direkte af producenten, i højere grad er tilfredse med deres aftensmåltid. De mener også, at råvarekvaliteten i måltidet er højere, og at maden smager rigtig godt. Det bekræfter, at mad

fra alternative salgskanaler ofte handler om, at man her kan få en bedre kvalitet i råvarerne. Den direkte kontakt der kan være mellem fagpersoner i specialforretninger, producent og forbrugerne – enten fysisk på madmarkedet eller gennem f.eks. specialbutikker på nettet, hvor man får mere direkte viden og indblik i produkterne – kan også spille en rolle i at tilføje måltidet noget ekstra og højne madglæden.

# Opsamling

Aftensmaden er for langt de fleste danskere hovedmåltidet. Det er det måltid, flest gør sig umage med. Det afspejler sig i vurderingen af aftensmaden. Ni ud af ti danskere er tilfredse eller meget tilfredse med smagen og måltidet generelt. Lidt færre synes dog, at kvaliteten af deres råvarer er helt i top, så der er rum til forbedring.

Undersøgelsen viste, at danskernes tre favoritingredienser er kød, grøntsager og kartofler. Derudover viste tallene, at danskerne generelt spiser lidt fisk. Der viser sig beviser for, at danskerne i lavere grad har kompetencerne til at lave fisk, da fisk i højere grad indgår i mad, der enten er spist ude eller overvejende færdigkøbt. I forhold til Danmarks lange kyststrækning kan det virke overraskende, at vi i mindre grad spiser fisk.

Kulhydrater udover kartofler fyldte en del i analyserne i Madindeks 2015. I nærværende analyse har vi set nærmere på forskellige typer brød. Disse analyser giver indblik i en madkultur, der adskiller sig noget mellem de forskellige generationer. De ældste spiser oftest aftensmad med rugbrød, hvorimod de yngre spiser andre slags brød. Det er altså ikke de unge med lavere indtægtskilder og dårligere madlavningskompetencer, der primært erstatter den varme aftensmad med rugbrødsmadder. De spiser andre måltider, som f.eks. sandwich, pitabrød osv., når de skal have nemme og billige aftensmåltider.

Kapitlet viser, at danskerne har taget madpraksisser til sig, der kan mindske madspild såsom at bruge datovarer i aftensmåltidet eller rester fra andre måltider. Restemad er mere udbredt end datovarer. Det udmærker sig ved at være noget, man i højere grad spiser med den nære familie. Datovarer serverer danskerne dog gerne for gæster.

# Kapitel 3
# - Convenience i madlavningen

Dette kapitel handler om brugen af convenience i madlavningen. Årets Madindeks sætter fokus på råvarer, men hvad er det egentligt? Helt enkelt kunne man sige, at råvarer er uforarbejdede fødevarer, men forarbejdning kan tage mange former og indgå i mange forskellige madlavningspraksisser. Vi undersøger derfor, hvordan danskerne opfatter forholdet mellem det hjemmelavede måltid og brugen af forskellige convenience-produkter. Det er relevant at se på, fordi convenience-mad og -færdigretter ofte har et så højt indhold af bl.a. fedt, sukker og salt, at de gør måltidet usundt. Fødevarestyrelsen anbefaler derfor, at man begrænser eller i hvert fald tænker over, hvor ofte man serverer færdigretter for at holde saltindholdet i kosten nede.[8]

### Hvad betyder convenience?

Convenience er et samlende begreb for fødevarer, der er blevet forarbejdet i større eller mindre grad, så de gør det nemmere for forbrugeren at sætte et måltid mad på bordet.

Convenience er varer, hvor en del af tilberedningen er flyttet fra forbrugerens køkken og ind i et industrielt køkken. Convenience er ikke nogen ny opfindelse, men det er en kategori, der er i rivende udvikling, idet der i disse år kommer mange nye produkter på markedet.

Nogle produkter er fulde måltidsløsninger i form af færdigretter, der bare skal varmes. Andre produkter gør madlavningen lidt lettere ved f.eks. at spare tid for den, der laver mad, som f.eks. færdigsnittet grønt eller færdiglavet sovs. De gør, at færre kompetencer er nødvendige i madlavningen.

Vi har i denne undersøgelse spurgt danskerne, om der indgår en række convenience-produkter i deres måltider. Vi ser derfor på, hvordan brugen af disse hænger sammen med forskellige mad og måltidspraksisser og tilfredsheden med måltidet.

Resultaterne bygger desuden også på viden fra Kvalitetsindeks 2016 udgivet af MAPP Centret ved Aarhus Universitet. Her indgår både et kvalitativt og et kvantitativt studie af danskernes opfattelse og definition af convenience og hjemmelavet mad.

Dette er den første måling i Madindeks' regi, der ser på danskernes brug og opfattelse af convenience. Formålet er, at Madindeks efterhånden kan følge udviklingen i, hvad danskerne opfatter som acceptable

[8] http://altomkost.dk/publikationer/publikation/pub/hent-fil/publication/de-officielle-kostraad/

genveje i madlavningen, og hvad de absolut ikke er med på at købe færdiglavet. Med andre ord; hvor går grænsen mellem det hjemmelavede, convenience og færdigmad – og flytter den sig?

**Convenience reducerer indsatsen i madlavningen**

Det er vanskeligt at lave en definition af convenience, der alene tager udgangspunkt i karakteristika ved fødevarerne. Man må se på, hvilken type indsats der reduceres, når man bruger den konkrete convenience-vare. Er det tid, der spares? Er det fysisk indsats? Eller måske mental energi? Her kan man både tænke indkøb og madlavningen med[9]. Brugen af dybfrosset kød eller grønsager på dåse kan f.eks. mindske tidsforbruget på indkøb, da disse fødevarer kan opbevares i lang tid i hjemmet.

Samtidig skal convenience ses i forhold til den person, der skal tilberede maden, den sociale sammenhæng personen indgår i og ikke mindst de kulturelle normer og værdier, som konstant forhandles i forhold til convenience. Hvad forbrugere opfatter som convenience, skal med andre ord ses i forhold til, hvad den person, der skal lave maden, opfatter som realistisk selv at tilberede. Desuden skal det ses i forhold til, hvad der er sandsynligt at få succes med blandt dem, der skal spise maden, og endelig hvad der er socialt og kulturelt acceptabelt at gøre.

**Forbrugerens kompetencehorisont sætter rammen for convenience**

Hvilken mad, der er realistisk selv at lave, varierer fra person til person. Her spiller kompetenceniveau og adgang til råvarer i høj grad ind. Kompetence kommer primært til udtryk som evnen eller mangel på samme til selv at fremstille en ret, som kan konkurrere med det færdiglavede produkt. Dette kobles ofte med pris, således at det opfattes som billigere at købe færdigproducerede varer, fordi der er mindre spild og mindre tilovers. Man køber kun lige det, der er brug for, når man køber en færdigproduceret fødevare.

Ud fra den kvalitative del af MAPP's undersøgelse tegner der sig et billede af en selvforstærkende effekt, hvor forarbejdede produkter skubber råvarerne ud. Et øget forbrug af convenience fører til, at det opleves som dyrt og besværligt at lave en ret af uforarbejdede råvarer, fordi man kun har et begrænset basislager af råvarer, krydderier osv. i husholdningen, når man ofte benytter convenience.

**Convenience og det socialt acceptable måltid**

Hvad angår den sociale sammenhæng, spiller convenience en rolle i forhold til at sikre genkendelighed og dermed succes i måltidssituationen. Det kan f.eks. være krydderiblandingen, som giver samme smag hver gang. Dermed er det også sandsynligt, at maden vil blive modtaget på samme måde hver gang af dem, der skal spise den. Det minimerer risikoen for at fejle, for den der skal lave maden.

I forhold til hvad der er socialt og kulturelt acceptabelt, peger MAPP's undersøgelse på en uenighed blandt respondenterne om, hvornår man med rimelighed kan prioritere tid til at lave mad fra bunden med en begrænset brug af convenience. Nogle mener, at man skal bruge tiden på sine børn i stedet for at bruge lang tid poå at lave mad. Andre mene,r at et dagligt brug af færdigretter er udtryk for manglende omsorg. En sådan løbende ændring i, hvordan sociale og kulturelle værdier skifter, og hvordan tiden prioriteres i hjemmene, kommer blandt andet til udtryk i opfattelsen af, hvad der er råvarer, og hvad der ikke er. I MAPP's

[9] MAPP, Kvalitetsindeks 2016

undersøgelse peges der på, at "de færdigretter, der tidligere er blevet introduceret, og som er blevet opfattet som "nemme løsninger", i dag opfattes som helt nødvendige basisvarer".[10]

**Convenience-kategorien forandrer sig**

Det er vigtigt at understrege, at opfattelsen af hvad der er råvarer, og hvad der er convenience, ikke nødvendigvis betyder, at vi entydigt accepterer stadigt flere færdigvarer i madlavningen. Grænserne for, hvad der er acceptabelt at købe helt eller delvist færdigproduceret, kan over tid rykke sig til begge sider. Her spiller alt fra supermarkedernes udbud til oplysningskampagner og aktiviteter, der giver danskerne flere færdigheder i køkkenet, en rolle.

Samlet set viser MAPP's undersøgelse, at det ikke er enkelt for de danske forbrugere at afgøre, om en fødevare er et convenience-produkt eller ej. Der er mange forskellige former for produkter og måltidsløsninger, der indgår i danskernes daglige madlavning, og som har til formål at gøre det nemmere at sætte et måltid mad på bordet hver aften. Om maden bliver mere eller mindre hjemmelavet ved, at man bruger disse produkter, afhænger af selve de madlavningspraksisser, der knytter sig til det enkelte måltid.

# Hjemmelavet mad og convenience i aftensmåltidet

Vi starter analysen med at se på, hvilken tilberedningsprofil danskernes aftensmåltider har. Det vil sige, i hvor høj grad maden er hjemmelavet eller købt færdiglavet.

Respondenterne i undersøgelsen blev bedt om at angive, hvor hjemmelavet eller færdigkøbt, de syntes, deres aftensmåltid dagen før var ud fra seks kategorier:

1. **Helt og aldeles hjemmelavet** (mad lavet derhjemme, hvor det hele er lavet fra bunden)
2. **Overvejende hjemmelavet med nogle ting færdigkøbt** (f.eks. steg med kartofler og færdigkøbt sovs eller tærte lavet med færdigkøbt tærtedej)
3. **Overvejende færdigmad med nogle ting hjemmelavet** (f.eks. færdigkøbt suppe med hjemmelavet brød)
4. **Færdigret** (købt mad der yderligere skal tilberedes/varmes, f.eks. frossen lasagne eller frysesuppe)
5. **Takeaway** (købt mad der ikke skal tilberedes yderligere, f.eks. pizza fra pizzeria, sandwich eller burger)
6. **Mad spist ude** (mad lavet professionelt, f.eks. fra restaurant, fastfoodsted, kantine eller cafe)

De færreste convenience-produkter vil kunne erstatte et helt måltid, med undtagelse af nogle færdigretter der sælges som en samlet måltidsløsning. Derfor vil mange convenience-produkter indgå i tilberedningen af aftensmaden sammen med en række andre og mindre forarbejdede fødevarer. Det er reflekteret i svarkategorierne ved, at der er to kategorier (2.+3.), der indeholder en kombination af noget hjemmelavet og færdigkøbt.

Dette spørgsmål og svarkategorier er en gentagelse af et spørgsmål fra Madindeks 2015, og derved er det muligt at følge en mulig udvikling i danskernes vaner ift. at tilberede mad fra bunden og brug af convenience i madlavning.

[10] Kvalitetsindeks 2016, MAPP.

**Det danske convenience-marked under forandring?**

Det danske marked for færdigretter er i markant udvikling. Hvor danskerne i en årrække har holdt igen med convenience-produkter i sammenligning med vores europæiske naboer[11], ser det ifølge andre undersøgelser ud til, at salget af convenience-produkter er på vej opad i Danmark. Ifølge salgstal fra Coop er salget af convenience-produkter steget med 26 % fra fjerde kvartal 2013 til fjerde kvartal 2015[12]. Dette tal dækker både over færdigretter men også over andre varer som f.eks. færdigsnittet salat eller sovs, der gør madlavningen lettere. Desuden sendte flere store kendte fødevarebrands en række nye – og hovedsageligt fra køl – færdigretter på markedet i foråret i 2016. Det har gjort, at Coop har øget salget af færdigretter med 60 % i første halvår af 2016.[13]

**Ingen ændringer i andelen der laver hjemmelavet mad fra 2015 til 2016**

Når vi sammenligner tal fra Madindeks 2015 med tallene fra 2016, er det mest bemærkelsesværdige, at tilberedningsprofilen på danskernes aftensmad nærmest er uændret. Der er kun sket en minimal stigning i andelen, der spiser færdigretter fra 5 % i 2015 til 6 % i 2016.

Der er stadig en overvægt der, efter eget udsagn, hovedsageligt spiser hjemmelavet mad til aftensmad. 55 % angiver, at de spiser aftensmad, hvor alt er lavet fra bunden, og 20% spiser aftensmad, der er overvejende hjemmelavet, hvor noget af det dog er færdigkøbt. Yderligere 8 % spiser mad, der er overvejende færdigkøbt, hvor noget dog er hjemmelavet. Det vil sige, at i alt spiser 83 % af danskerne aftensmad, der (i en eller anden grad) er tilberedt hjemme i private hjem. Senere i dette kapitel undersøger vi nærmere, hvilke convenience-produkter, der indgår, når danskerne laver mad derhjemme.

Der er sket et lille fald i andelen, der spiser ude. På en given aften i september 2016 spiser 5 % af danskerne ude mod 8 % i september 2015. Udviklingen i den mad, der går under kategorien 'overvejende færdiglavet med nogle ting hjemmelavet', går i modsat retning. Denne kategori er gået fra 5 % i 2015 til 8 % i 2016.

Overordnet set viser disse resultater, at selvom markedet for færdigretter i 2016 er under markant udvikling, påvirker det ikke i stor stil om danskerne, efter eget udsagn, laver hjemmelavet mad. Der er samlet set lidt flere danskere, der spiser mad med færdigkøbte elementer eller deciderede færdigretter i 2016. Den hjemmelavede mad er dog ikke for nedadgående.

Dog kan der være ændringer indenfor måltider, der indeholder delelementer, som er convenience og inden for andre former for måltider såsom udespisning. De nye ferske færdigretter og måltidsløsninger erstatter muligvis andre slags forarbejdede fødevarer, som f.eks. frosne færdigretter eller forarbejdede konservesprodukter. De erstatter muligvis også noget af udespisningen f.eks. på fastfoodsteder, hvor der er sket et lille fald fra 2015 til 2016. Med andre ord erstatter de nye convenience-produkter ikke i særlig høj grad den hjemmelavede mad men andre produkter og måltidsløsninger indenfor samme kategori.

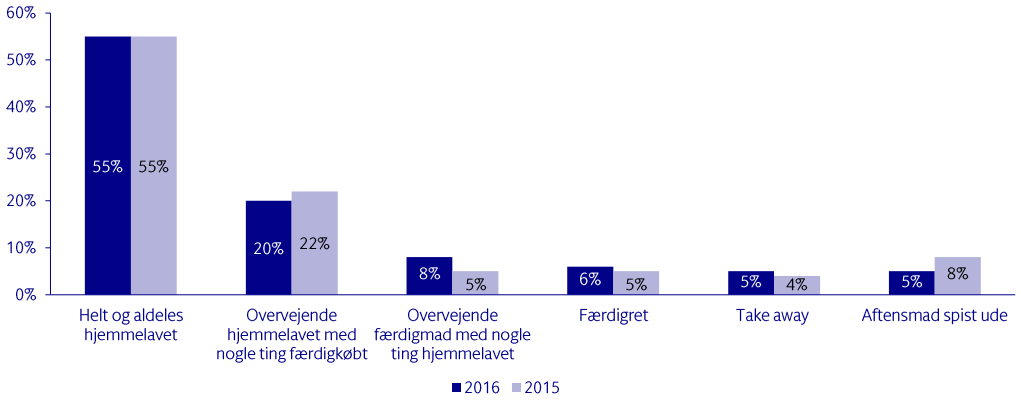
---

[11] Klaus Grunert: "Conveniencemad" i Holm og Kristensen 2012: Mad, mennesker og måltider. 2. udgave. Munksgaard.

[12] Coop: "Danskernes madvaner 2016". https://om.coop.dk/Upload/om.coop.dk/Publikationer/analyser/Danskernes%20Madvaner%202016_Coop%20Analyse.pdf

[13] DI Business 23.09.2016 "Sund færdigmad hitter hos forbrugerne".

Figur 17
**Madens tilberedningsprofil**
"Hvordan vil du beskrive aftensmaden, du spiste i går?"




Kilde: Madindeks 2016 og 2015.
Note: Antal observationer i 2016: N=2004. Antal observationer i 2015: N=2339.

# Brugen af convenience i madlavningen

Et af de afgørende spørgsmål i forhold til at definere convenience er, om man kan sige, at et måltid er hjemmelavet, når man bruger et antal forarbejdede fødevarer. Der er en række fødevarer, som mange ikke ville drømme om at lave selv i en almindelig dansk husholdning, mens der er andre pre-fabrikerede fødevarer, som det er mindre socialt acceptabelt at bruge i hjemmelavet mad. Kan man f.eks. sige, at måltidet er hjemmelavet, hvis det indeholder flåede tomater fra dåse? Eller hvad med kød der er købt tilberedt?

For at undersøge dette ser vi på, om danskerne bruger en række convenience-produkter i deres madlavning, og i hvor høj grad de opfatter deres mad som hjemmelavet, når den indeholder mere eller mindre forarbejdede fødevarer.

### 'Måltider tilberedt i private hjem'

De måltider, vi i undersøgelsen kalder 'måltider tilberedt i private hjem', er måltider, som respondenterne selv har klassificeret som enten:

- Helt og aldeles hjemmelavede
- Overvejende hjemmelavet med nogle ting færdigkøbt
- Overvejende færdigkøbt med nogle ting hjemmelavet

Nogle af disse måltider vil have en stor andel af convenience, og andre vil kun have meget lidt. Fælles for dem er dog, at de indeholder mad, der skulle tilberedes, hvilket har involveret tid, ressourcer og færdigheder hos den, der har lavet maden.

### Mange forskellige convenience-produkter

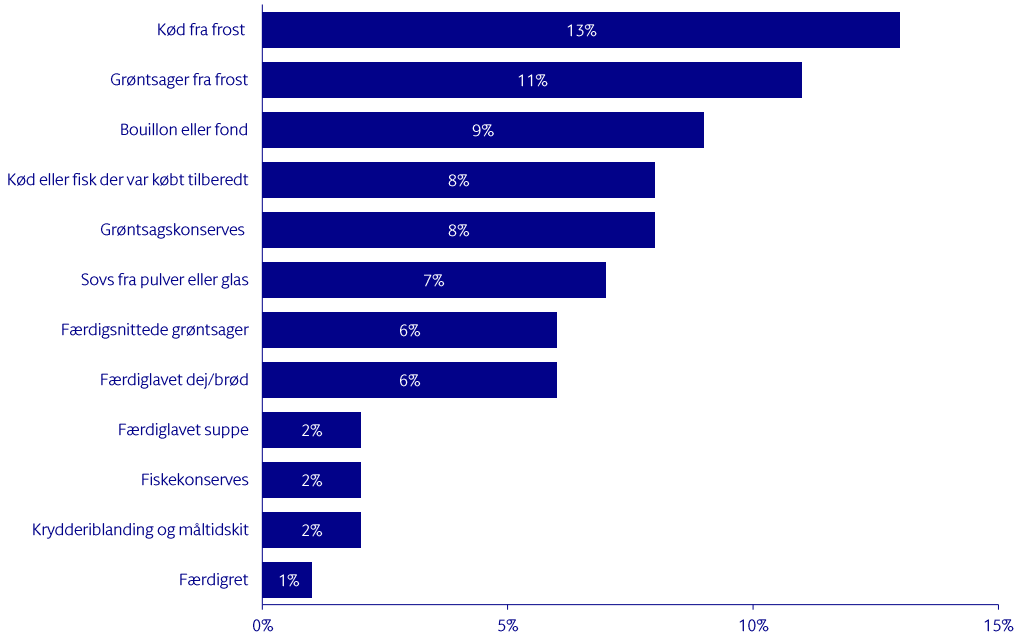
Listen af convenience-produkter, som respondenterne blev præsenteret for i undersøgelsen, er valgt med henblik på at dække et bredt spektrum af nogle meget forarbejdede produkter som f.eks. færdiglavet suppe og nogle mindre forarbejdede produkter som f.eks. frosne grøntsager. Listen er ikke udtømmende for de mange forskellige slags convenience-produkter, der findes, og som kan være med til at gøre madlavningen nemmere, men den dækker bredt forskellige produktkategorier inden for convenience.

### Frosne grøntsager og frossent kød er de mest udbredte produkter i madlavningen

I alt indeholder 51 % af alle måltiderne tilberedt i private hjem et af de convenience-produkter, vi har spurgt til i denne undersøgelse. Af de undersøgte produkter er frossent kød og frosne grøntsager de mest populære at bruge i madlavningen derhjemme. Også brugen af færdigkøbt bouillon eller fond er udbredt. Det er ca. hvert tiende aftensmåltid tilberedt derhjemme, der indeholder denne slags fødevarer.

At kun 1 % har brugt en færdigret i madlavningen er et udtryk for, at de fleste, der bruger færdigretter, også karakteriserer deres aftensmåltid som færdigretter på vores tilberedningsskala (se Figur 17) og ikke f.eks. som overvejende færdigmad med nogle ting færdigkøbt. I alt indeholder 51 % af alle måltiderne tilberedt i private hjem minimum en af de fødevareprodukter, der er nævnt i Figur 18.

Figur 18
Brugen af convenience-produkter i madlavningen
"Indgik nogle af de følgende former for fødevarer i den aftensmad, du spiste i går?"




Kilde: Madindeks 2016.
Note: Andele beregnet på baggrund af aftensmåltider tilberedt i private hjem.

# Mad tilberedt hjemme med convenience?

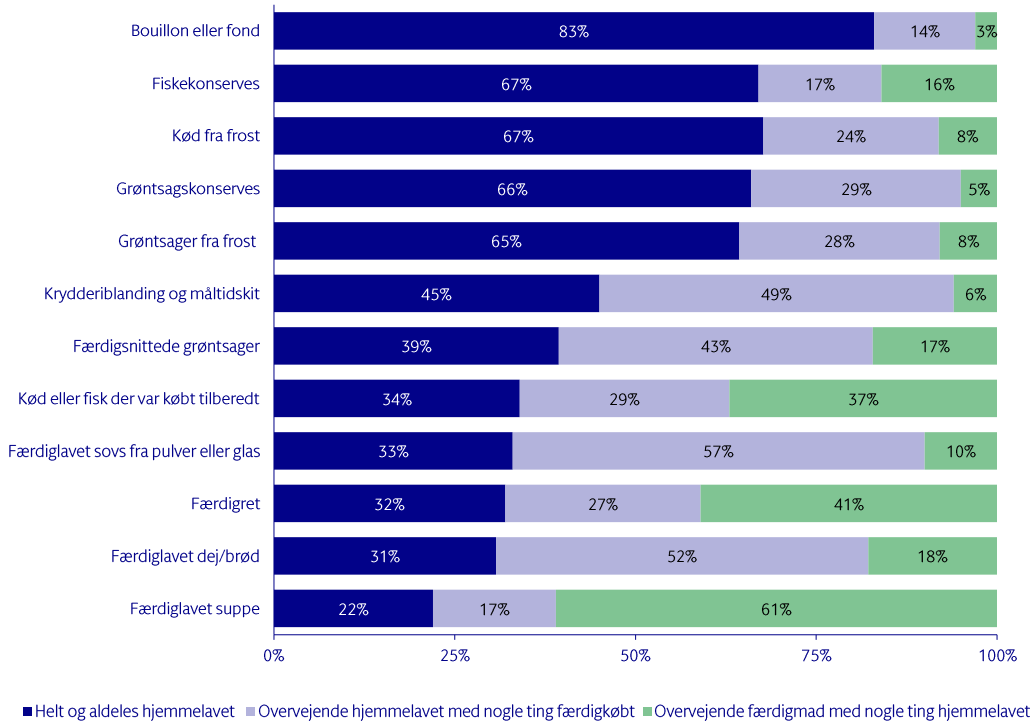
For at finde ud af om der er nogle produkter, som danskerne mener, slet ikke kan indgå i et hjemmelavet måltid, undersøger vi de måltider, der indeholder hver af de undersøgte convenience-produkter. Vi sammenholder det med, hvordan respondenterne har karakteriseret måltidets tilberedningsprofil, altså hvor hjemmelavet, de mener, det er.

Med andre ord undersøger vi, om der er nogle produkter, der får vægten til at tippe, så måltidet ikke kan være helt og aldeles hjemmelavet men i stedet defineres som overvejende hjemmelavet eller overvejende færdigmad. Denne analyse siger altså ikke kun noget om danskernes opfattelse af convenience på det abstrakte plan, men ser på hvordan det rent faktisk praktiseres i madlavningen, da der tages udgangspunkt i de konkrete måltider, respondenterne har tilberedt.

### Bouillon, konserves og frosne fødevarer bruges gerne i den hjemmelavede aftensmad

Der en række af de undersøgte produkter med et convenience-element, der primært indgår i den helt og aldeles hjemmelavede mad. Det er f.eks. færdigkøbt bouillon eller fond, fiskekonserves, kød og grønt fra frost. De måltider, hvor disse produkter indgår, kategoriseres af over to tredjedele som helt og aldeles hjemmelavede måltider.

Figur 19
**Opfattelsen af om maden er hjemmelavet og brugen af convenience-produkter**
Andele, der har brugt produktet i madlavningen og madens tilberedningsprofil.




Kilde: Madindeks 2016.

I den anden ende af skalaen er det tydeligt, at der er nogle convenience-produkter, der ifølge danskernes opfattelse og i deres konkrete madlavningspraksis i mindre grad hører til i den hjemmelavede mad. Det gælder især for produkter med højere forarbejdningsgrad som f.eks. kød eller fisk, der er købt færdigtilberedt, færdiglavet sovs og supper eller færdiglavet dej. I måltider hvor disse færdiglavede convenience-varer indgår, kategoriserer de fleste deres mad som overvejende hjemmelavet eller overvejende færdigkøbt.

Det er dog interessant, at brugen af disse færdiglavede varer i madlavningen ikke får danskerne til at mene, at maden så slet ikke er hjemmelavet. Der er stadig ca. en tredjedel af danskernes, der kalder maden helt og aldeles hjemmelavet, selvom de har brugt disse produkter i madlavningen.

Der er nogle produkter, der har en mere blandet status og som både kan indgå i de helt og aldeles hjemmelavede måltider, men også i det som danskerne opfatter som mere færdigkøbt. F.eks. krydderiblandinger og måltidskit og færdigsnittede grøntsager. Når færdigsnittede grøntsager indgår i madlavningen, kalder 39 % af respondenterne måltidet for helt og aldeles hjemmelavet, 43 % beskriver det som overvejende hjemmelavet, og 17 % som overvejende færdigmad. Derved ligger snittede grøntsager tættere på andre mere forarbejdede fødevarer såsom kød, der er købt færdigtilberedt, når man ser på, hvilke måltidpraksisser dette produkt indgår i.

Denne analyse er et øjebliksbillede af, hvordan danskernes bruger og opfatter convenience anno 2016. Men udviklingen i hvordan disse nye convenience-produkter optages i danskernes madlavningspraksis kan være interessant at følge over tid. Færdigsnittede grøntsager er et interessant eksempel på, hvordan nogle produkter måske starter med at blive opfattet som convenience, og som noget der ikke hører til i et hjemmelavet måltid men som siden kan blive opfattet og brugt anderledes i madlavningen.

# 'Nem' og 'færdiglavet' convenience i aftensmaden

## Hvad er 'nemme' og 'færdiglavede' convenience-produkter?

På baggrund af analysen af danskernes madlavningspraksis og opfattelse af, hvor hjemmelavet maden er, når der bruges produkter med convenience-elementer, har vi opdelt convenience-produkterne i to grupper; 'nemme' og 'færdiglavede' convenience-produkter.

### Færdiglavet convenience-produkter:

De 'færdiglavede convenience-produkter' er produkter, der har en høj forarbejdningsgrad. Her rykkes arbejdsindsatsen i høj grad ud af forbrugerens køkken og ind i industriens køkkener. Produkterne kompenserer i højere grad for manglende færdigheder og/eller tid i køkkenet

Det er: kød eller fisk der var købt færdigtilberedt; færdiglavet sovs; krydderiblandinger og måltidskit; færdiglavet suppe; færdiglavet dej/brød; færdigretter. Når disse indgår i madlavningen, opfattes det oftest af danskerne som overvejende hjemmelavet eller overvejende færdigkøbt og i mindre grad som helt og aldeles hjemmelavet.

### Nemme convenience-produkter:

De 'nemme convenience-produkter' er convenience, der kompenserer for tid og fysisk indsats ved at gøre det nemmere for forbrugeren at opbevare og tilberede maden.

Det er kød fra frost; grøntsager fra frost; grøntsager fra dåse; fiskekonserves; færdigsnittede grøntsager; bouillon og fond. Når de indgår i madlavningen, er det oftest i den helt og aldeles hjemmelavede mad. De understøtter således, at danskerne selv laver mad.

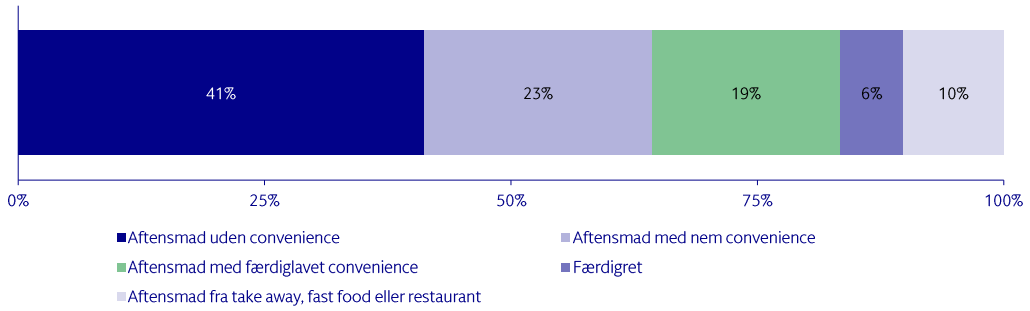
**Hver fjerde spiser aftensmad med færdiglavet convenience eller færdigret**

42 % af danskerne spiser aftensmad tilberedt derhjemme, hvor der er brugt nem eller færdiglavet convenience.

Det hjemmelavede aftensmåltid uden nogle af de her undersøgte convenience-produkter er det mest udbredte. 41 % af alle danskere har spist et aftensmåltid, der ikke indeholder hverken nem eller færdiglavet convenience.

Ser vi på fordelingen af alle danskernes måltider med hensyn til brugen af convenience, viser den samlede analyse, at ca. hver fjerde dansker (23%) spiser aftensmad tilberedt hjemme med nem convenience i, og hver femte spiser aftensmad, hvor der er brugt færdiglavet convenience i tilberedningen. Dertil kommer de 6 %, der har spist en færdigret. I alt er det altså 25 % af danskerne, der spiser aftensmad med færdiglavet convenience inklusiv færdigretter.

Figur 20
Convenience-produkter i maden
Andele af danskernes aftensmåltider




Kilde: Madindeks 2016

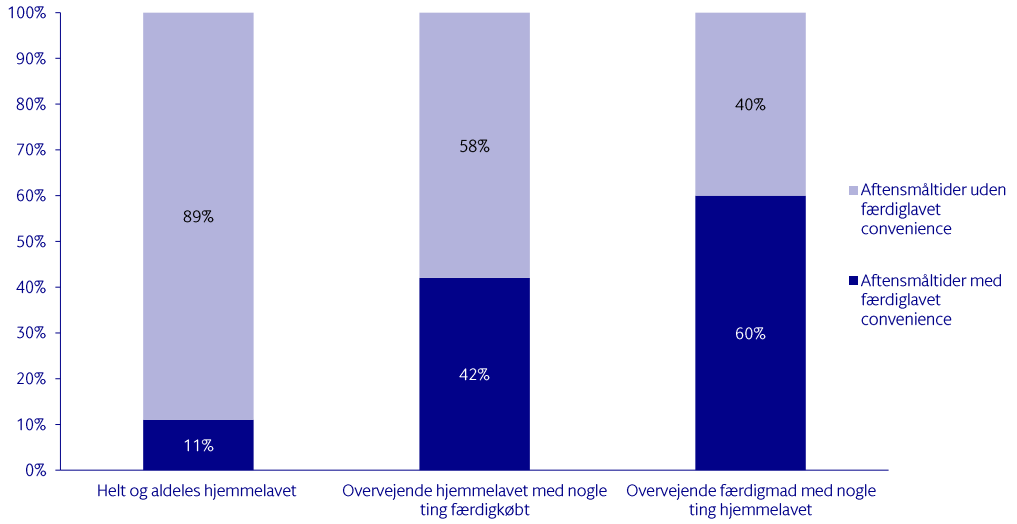
**Færdiglavet convenience bruges sjældent i helt og aldeles hjemmelavet mad**

Hvert tiende aftensmåltid som respondenterne har kategoriseret som "helt og aldeles hjemmelavet" indeholder minimum en af de undersøgte færdiglavede convenience-produkter. Det vil sige, at det hører mere til sjældenhederne i den mad, danskerne kategoriserer som helt og aldeles hjemmelavet mad, men er ikke helt udelukket. Brugen af disse færdiglavede convenience-produkter udgør således grænsen for, om danskerne anno 2016 opfatter, at maden er helt hjemmelavet eller ej.

Analysen viser, at de tilberedningsprofiler på maden, som respondenterne i undersøgelsen bliver bedt om subjektivt at vurdere deres mad ud fra, således er i god overensstemmelse med mere objektive kriterier for, om maden er tilberedt fra bunden.

I 41% af alle de aftensmåltider, danskerne kategoriserer som 'overvejende færdigmad med nogle ting hjemmelavet', indgår der ikke nogle af de færdiglavede convenience-produkter, som vi har undersøgt her. Det er altså andre forhold eller andre former for fødevarer som f.eks. brugen af rester, der gør, at danskernes opfatter disse måltider som overvejende færdigmad.

Figur 21
**Færdiglavet convenience i aftensmaden**
Andelen af aftensmåltider med færdiglavet convenience-produkter inden for forskellige tilberedningsprofiler

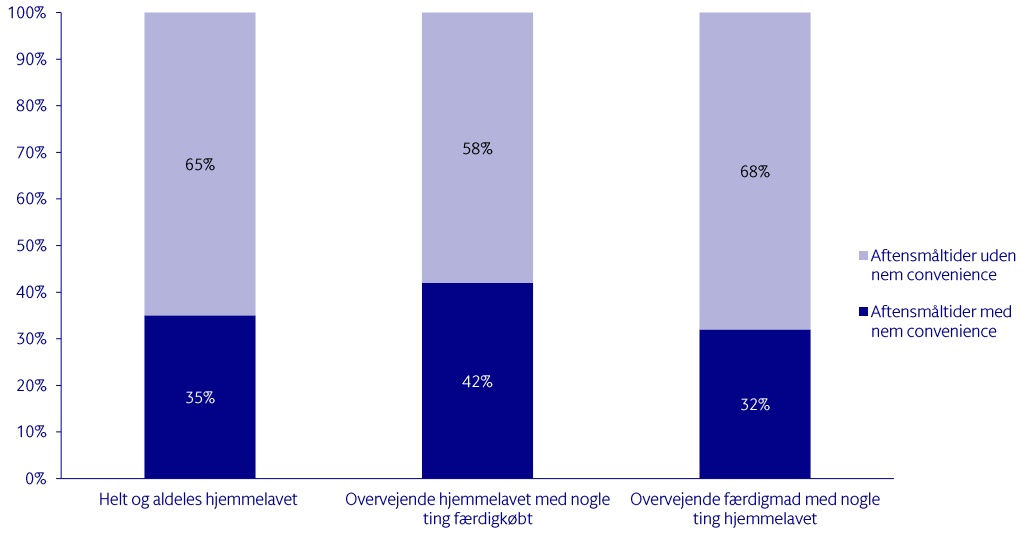



Kilde: Madindeks 2016

### En tredjedel af de hjemmelavede måltider indeholder nemme convenience-produkter

I over en tredjedel af de aftensmåltider, der vurderes som helt eller aldeles hjemmelavede af danskerne, indgår det, vi har kaldt 'nemme' convenience-produkter. Det vil sige, at for danskerne ændrer brugen af disse produkter ikke ved, at det er et hjemmelavet måltid. Det er med andre ord convenience-produkter, som kan understøtte, at danskerne laver mad derhjemme. Disse produkter er både acceptable og ofte nødvendige i danskernes madlavning som f.eks. en bouillonterning eller frosne varer, når danskernes skal lave helt og aldeles hjemmelavet mad.

Figur 22
**Nem convenience i aftensmaden**
Andelen af aftensmåltider med nem convenience inden for forskellige tilberedningsprofiler




Kilde: Madindeks 2016

**Kød købt færdigtilberedt hører ikke til i det hjemmelavede måltid**

En del af MAPP's analyse i Kvalitetsindeks 2016 peger på, at kødet spiller en speciel rolle, når aftensmaden skal vurderes som hjemmelavet eller ej. Analysen her bekræfter dette. I de måltider, der angives som værende 'overvejende færdigmad med nogle ting hjemmelavet', er det hele 33 %, der indeholder kød eller fisk, der var købt tilberedt. Kun 4 % af de helt og aldeles hjemmelavede måltider indeholder dette.

I de måltider, som beskrives som 'overvejende hjemmelavet med nogle ting færdigkøbt', indgår der især convenience-produkter, der kan give et element til retten, som det ellers kan være svært at lave eller som kræver tid og ressourcer. Det kan f.eks. være sovs fra glas eller pulver men også færdiglavet dej eller brød. Disse elementer udgør kun dele af et måltid, og hoveddelen kan altså være lavet af råvarer.

Tabel 1
**Top 5 over convenience-produkter i overvejende hjemmelavede og overvejende færdigkøbte måltider**

| Overvejende hjemmelavet | | Overvejende færdigmad | |
|---|---|---|---|
| Sovs fra pulver eller glas | 17 % | Kød eller fisk, der var købt tilberedt | 33 % |
| Kød fra frost | 13 % | Færdigsnittede grøntsager | 11 % |
| Færdiglavet dej/brød | 12 % | Kød fra frost | 11 % |
| Grøntsager fra frost | 12 % | Færdiglavet suppe | 10 % |
| Kød eller fisk, der var købt tilberedt | 10 % | Færdiglavet dej/brød | 10 % |

# Kompetencer i køkkenet og convenience: Resultater fra Kvalitetsindeks 2016

Forholdet mellem de færdigheder i et køkken, som forbrugeren har, og brugen af convenience har MAPP Centret ved Aarhus Universitet undersøgt nærmere i Kvalitetsindeks 2016. MAPP har også undersøgt, hvordan de forskellige komponenter i et måltid spiller sammen i opfattelsen af, hvor hjemmelavet et måltid er. Her følger et resume af nogle af resultaterne.

### Den socialt acceptable convenience afhænger af, om mange kan lave det selv

MAPP afprøvede forbrugernes vurdering af grænsen for, hvornår et måltid er hjemmelavet, og hvornår det ikke var, ved at bede respondenterne vurdere, hvor hjemmelavet, de syntes, tre forskellige retter var. I undersøgelsen blev respondenterne stillet overfor forskellige udgaver af samme ret, hvor der var ændret på, hvilket element af retten, der var købt færdigtilberedt. De tre retter var 1. frikadeller med kartoffelbåde og sovs, f.eks. brun sovs; 2. fiskefilet, med kartoffelbåde og sovs, f.eks. persillesovs og 3. marineret kød med kartoffelbåde og sovs f.eks. bearnaisesovs.

Her fandt de, at det var kødet eller fisken, der var afgørende for, om respondenten opfattede retten som hjemmelavet eller ej. Undersøgelsen viste, at det især var vigtigt for respondenternes vurdering af, om retten var hjemmelavet, at farsen i frikadelleretten var rørt af dem selv. Det var mindre vigtigt, om de selv havde paneret fisken eller marineret kødet.

MAPP's analyse viser, at vigtigheden af, at de forskellige elementer er hjemmelavet herunder især kødet, hænger sammen med, hvordan respondenterne normalvis laver mad. Ca. tre fjerdedele (72,4 %) af respondenterne rører altid selv fars til frikadellerne, mens kun ca. en fjerdedel altid selv panerer fisk (26,6 %), og en fjerdedel selv laver marinade til kød (23,6 %). De komponenter i måltidet, som mange evner og plejer at lave selv, forventes altså i højere grad at være lavet fra bunden, hvis måltidet skal være hjemmelavet.

Dette peger på, at convenience er noget, som defineres i forhold til vores sociale og kulturelle sammenhæng. Hvis forbrugerne er enige om, at marinade er detailslagterens eller industriens opgave, spiller det tilsyneladende en mindre rolle, at kødet er købt færdigmarineret, ift. om måltidet opfattes som hjemmelavet.

### Færre madlavningskompetencer giver en positiv indstilling til convenience

MAPP's undersøgelse peger generelt også på en sammenhæng mellem forbrugerens kompetencer i et køkken, og hvor danskernes grænser går for, hvad der er hjemmelavet. MAPP måler danskernes madlavningskompetencer gennem en længere række spørgsmål om: hvilke retter med forskellig sværhedsgrad respondenterne har erfaringer med; viden om opbevaring, fødevaresikkerhed, sundhed og smag; og generelt håndelag i et køkken. Se Kvalitetsindeks 2015 og 2016 for forklaring af måling af madlavningskompetencer.

Tabel 2 viser udvalgte resultater fra Kvalitetsindeks 2016 (Tabel 4 i Kvalitetsindeks 2014). Respondenterne er, på baggrund af MAPP's måling af deres færdigheder i et køkken, blevet opdelt i tre grupper med hhv. lavt, medium eller højt niveau af madlavningskompetencer. Her er det vist, hvordan respondenter med de forskellige niveauer forholder sig til spørgsmål angående convenience i madlavningen.

Resultaterne understøtter hypotesen om en sammenhæng mellem forbrugernes madlavningskompetencer og opfattelsen af convenience. Gruppen af respondenter med et lavt kompetenceniveau scorer højere på en række udsagn relateret til brugen af convenience-produkter. Eksempelvis er det vigtigere for dem, at maden, de køber, er nem at tilberede end dem med et højere kompetenceniveau. De føler sig også i højere grad udfordret af madlavningen efter en travl dag og ønsker at tænke så lidt som muligt over tilberedningen af måltidet. Samtidig oplever de, at brug af færdigretter giver dem mulighed for at servere mad, som de ikke selv ved, hvordan man laver. Convenience efterspørges altså direkte som en kompensation for manglende færdigheder i køkkenet hos dem med et lavt madlavningskompetenceniveau. Hos denne gruppe ligger altså et ønske om at reducere både fysisk og mental energi i forbindelse med madlavning. Dette ønske er langt mindre udpræget for dem med et højere kompetenceniveau.

En anden interessant pointe fra disse resultater er, at for dem med et lavt madlavningskompetenceniveau er det en barriere at lave mad fra bunden, at de oplever at smide mange råvarer ud efterfølgende, samt at de skal købe mange nye ingredienser ind.

Dette resultat understøttes af de kvalitative interviews, MAPP har gennemført, der påpeger, at brugen af convenience kan bevirke, at køkkenets basislager minimeres, ligesom villigheden til at købe råvarer bliver begrænset, da overskydende varer ikke finder anvendelse efterfølgende og derfor opfattes som spild. Dermed bliver måltider tilberedt af uforarbejdede råvarer potentielt også mindre konkurrencedygtige i forhold til prisen på et færdigkøbt måltid. Med andre ord bliver det mindre og mindre appellerende at indkøbe råvarer og lave et helt og aldeles hjemmelavet måltid, jo mere færdiglavet convenience man allerede bruger i madlavningen.

Tabel 2
**Madlavningskompetencer og holdning til convenience, resultater fra Kvalitetsindeks 2016**

| | Forbrugerens madlavningskompetenceniveau | | | |
|---|---|---|---|---|
| **"Hvor enig eller uenig er du i disse udsagn?" 1 er meget uenig; 7 er meget enig** | Lavt | Middel | Højt | Gn.snit score |
| Når jeg køber mad er det vigtigt, at den er nem at tilberede | 4,90 | 4,51 | 3,72 | 4,38 |
| Efter en travl dag magter jeg ikke at stå i køkkenet | 4,63 | 4,06 | 3,14 | 3,94 |
| Jo mindre jeg behøver at tænke over tilberedningen af et måltid, jo bedre | 4,63 | 3,99 | 2,82 | 3,81 |
| Færdigretter (og dinnerkits) giver mig mulighed for at servere mad, som jeg ikke selv ved, hvordan man laver | 3,70 | 3,10 | 2,46 | 3,09 |
| Når jeg laver mad fra bunden, resulterer det ofte i, at jeg smider en masse råvarer ud, fordi jeg ikke får dem brugt | 3,63 | 3,13 | 2,24 | 3 |
| Jeg laver sjældent mad fra bunden, fordi jeg skal købe alt for mange ingredienser ind | 3,69 | 2,67 | 1,85 | 2,74 |

# Tilfredshed med maden og convenience

Hvorvidt convenience er af det gode eller af det onde, er der delte meninger om. På den ene side frigør brugen af convenience tid, der kan anvendes på andre ting, som er vigtige for os. I Madindeks 2015 så vi, at ca. 40 % bruger mere end 30 minutter på at lave mad, når maden er helt og aldeles hjemmelavet, hvorimod det kun var ca. 20 % af de overvejende hjemmelavede måltider, der har taget mere end 30 minutter at lave. Overvejende færdigmad kan for en stor dels vedkommende (68 %) tilberedes på under 15 minutter[14]. Vi sparer altså tid, når vi bruger convenience-produkter. På den anden side er der bekymring for convenience-produkternes sundhedsmæssige kvalitet og hvordan brugen heraf påvirker danskernes madlavningsfærdigheder. Men hvordan påvirker brugen af convenience tilfredsheden med aftensmaden?

### De nemme convenience-produkter påvirker ikke tilfredshed med måltidet og smagen

Om der er brugt de nemme convenience-produkter (frosne grøntsager osv.) i madlavningen påvirker ikke danskernes tilfredshed med deres måltid, og om de syntes, det smagte godt. Det påvirker dog opfattelsen af råvarernes kvalitet negativt, således at man vurderer dem som lavere, hvis der var nemme convenience-produkter i. Andelen der mener, råvarerne havde meget høj kvalitet, daler fra 23 % blandt dem, der har spist aftensmad uden convenience-produkter, til 15 % blandt dem, der har spist aftensmad med nemme convenience-produkter.

### Færdiglavet convenience påvirker smag, råvarekvalitet og tilfredshed negativt

Brugen af færdiglavet convenience og færdigretter har en negativ indflydelse på danskernes opfattelse af både smag og råvarekvalitet og oplevelse af tilfredshed med måltidet. På alle disse tre parametre vurderes måltidet mere negativt, hvis maden indeholder færdiglavede convenience-produkter og/eller færdigretter. Langt de fleste er stadig positive, over for den mad de spiser, men der er færre, som vurderer måltidets smag og kvalitet ekstra højt.

Når nogle af respondenterne i MAPP's undersøgelse anfører, at der også er convenience-produkter, som er bedre, end det de selv kan lave, ser det altså ud til at være undtagelsen snarere end reglen[15]. I hvert fald er det ikke det billede, der tegner sig, når vi ser på tal fra Madindeks 2016?, der sammenholder måltider, som indeholder convenience, med tilfredshed med måltidet.

### Mad udefra smager ikke så godt som den hjemmelavede

Generelt vurderes mad der kommer udefra mindre positivt, end den mad der er tilberedt hjemme. Mad udefra rummer her både takeaway, fastfood og mad fra restaurant/cafe. Det er en bred kategori, der dækker alt fra McDonald's til gourmet og fine dining. Stadig er det dog bemærkelsesværdigt, at analyserne her peger på, at det ikke er for den gode smag eller for at få et mere tilfredsstillende måltid, at danskerne benytter sig af at spise ude.

Man kunne forestille sig, at det i høj grad handler om, at når man selv har været med til at lave maden, synes man, at den smager bedre. Det er dog ikke tilfældet. Analyser viser, at der stort set ikke er forskel i vurderingen af smagen i de måltider, der er tilberedt i private hjem, uanset om respondenten selv har stået

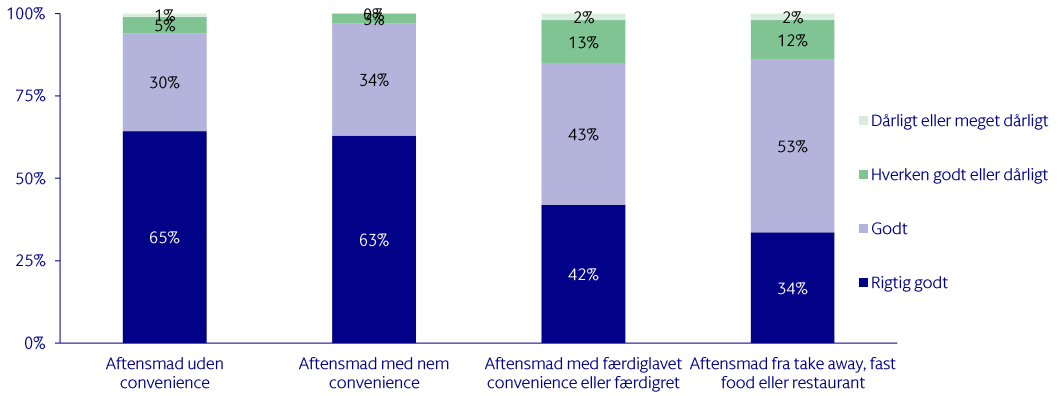
---

[14] Madindeks 2015

[15] Kvalitetsindeks 2015

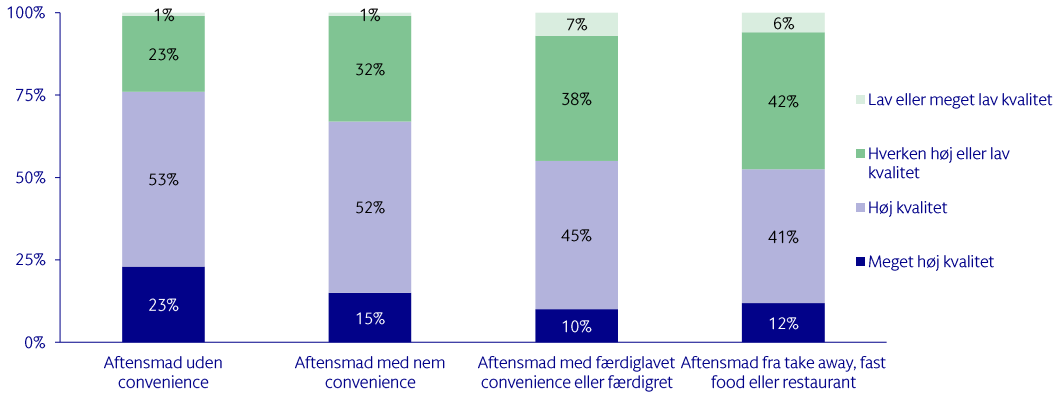
for madlavningen (59 % syntes maden smagte rigtig godt) eller ikke har været med til at lave maden (62 % syntes maden smagte rigtig godt).

Figur 23
**Vurdering af smag og convenience i aftensmaden**
"Hvor godt eller dårligt smagte det aftensmåltid, du spiste i går?"



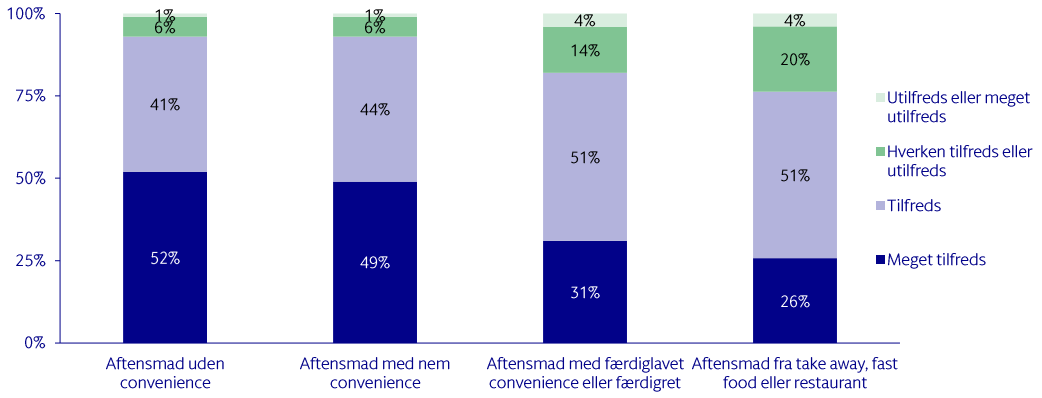

Kilde: Madindeks 2016

Figur 24
**Kvaliteten af råvarerne og convenience i aftensmaden**
"Hvordan vil du vurdere kvaliteten af de råvarer, der blev benyttet i det aftensmåltid, du spiste i går?"




Kilde: Madindeks 2016

Figur 25
**Tilfredshed med hele måltidet og convenience i aftensmaden**
"Hvor tilfreds var du med det aftensmåltid, du spiste i går?"




Kilde: Madindeks 2016

# Forskelle i brugen af convenience-varer

Dykker vi ned i, hvem der bruger de forskellige convenience-produkter, er der ikke store forskelle på tværs af sociale kategorier og måltidspraksisser, når det gælder de nemme convenience-produkter såsom frosne varer og konserves. Det bekræfter billedet af, at det er noget alle bruger uafhængigt af måltidet, og om det er hverdag eller weekend osv. Når det gælder brugen af de færdiglavede convenience-varer, er der dog nogle forskelle ift., hvilken kulinarisk tradition måltidet afspejler, og alder på den der laver maden.

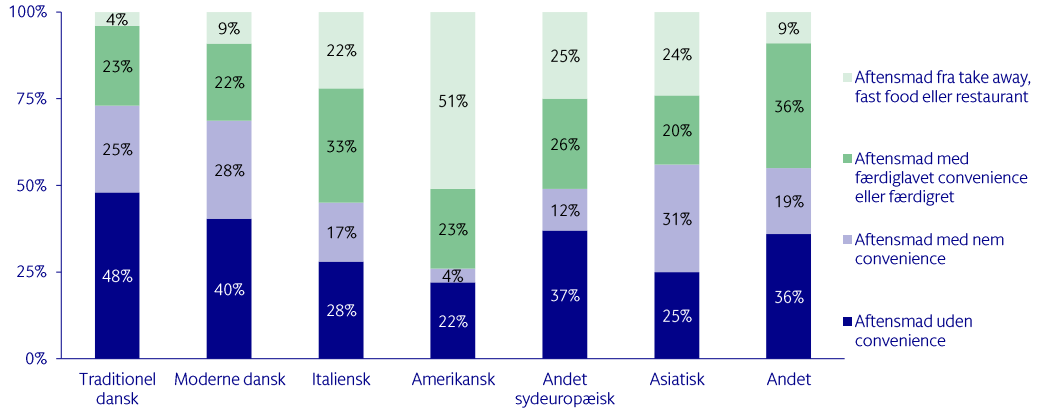
### Mindre færdiglavet convenience i den moderne og traditionelle danske mad

Når danskerne skal lave måltider, der, efter respondenternes eget udsagn, bygger på en dansk kulinarisk tradition, bruger de mindre færdiglavet convenience end ved mad med andre kulinariske traditioner. Inden for det italienske og især det amerikanske køkken er brugen af færdiglavede fødevarer og færdigretter derimod høj.

Det understøtter de tidligere pointer om, at nogle danskere kompenserer for manglende madlavningskompetencer f.eks. udi det globale køkken ved at bruge færdiglavet convenience. Det kan f.eks. være færdiglavede pizzabunde, lasagne-kits eller burgerboller.

Danskernes interesse og smag for andre kulinariske traditioner bliver næppe mindre i fremtiden, og derfor kan der på sigt være en udfordring i, at der i højere grad bruges forarbejdede varer, når der laves mad fra disse køkkener. Et løft af danskernes kompetencer i køkkenet kunne med fordel sættes ind i forbindelse med disse former for kulinarisk praksis, hvis man ønsker at reducere brugen af de færdiglavede convenience-produkter.

Figur 26
**Madens kulinariske profil og brugen af convenience i madlavningen**
Andele beregnet af aftensmåltider tilberedt i private hjem inklusiv færdigretter



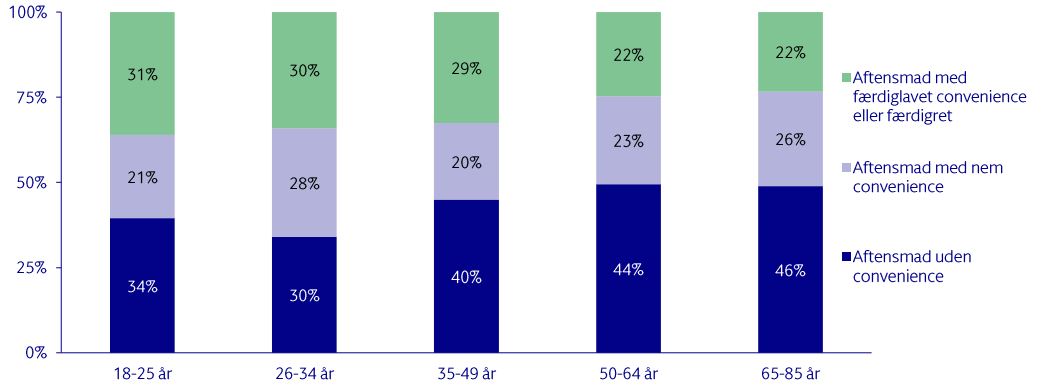

Kilde: Madindeks 2016

**De yngste bruger oftest færdiglavet convenience-produkter**

Jo ældre man er, jo mindre er sandsynligheden for, at man har brugt et færdiglavet convenience-produkt i madlavningen. Kvalitetsindeks 2015 viste, at alder er en af de faktorer, der kraftigst differentierer danskernes madlavningskompetencer. Det vil sige, at det, der bedst forudsiger, hvor god man er til at lave mad, er ens alder. Derfor er det heller ikke overraskende, at de yngre i højere grad tyer til produkter, der kan kompensere for de kompetencer og den indsats, tilberedning af måltider kræver.

En anden forklaring er dog også, at de yngste oftere spiser alene, hvilket vi så i Madindeks 2015, og at alene-måltider ofte har lavere prioritet og skal gå hurtigere end andre. Også dette faktum understøtter brugen af convenience, som oftere benyttes ved måltider, vi spiser alene, idet 29 % af dem, der spiser alene, bruger færdiglavet convenience varer i måltidet, mod 22 % af dem der spiser sammen med andre.

Figur 27
**Alder og brugen af convenience i madlavningen**
Andele af aftensmåltider tilberedt i private hjem inklusiv færdigretter



Kilde: Madindeks 2016

# Opsamling

Halvdelen af de aftensmåltider, som danskerne tilbereder hjemme i private hjem en dag i september 2016, indeholdt en eller anden form for convenience.

Analysen af danskernes definition af convenience viser, at det som forventet ikke er så entydigt, hvad der er et hjemmelavet måltid tilberedt med råvarer, og hvornår convenience i mere eller mindre færdiglavede måltider får balancen til at tippe, så måltidet defineres som færdigkøbt.

Der tegner sig et billede af, at der er nogle convenience-produkter, som gør det nemmere at lave hjemmelavet aftensmad f.eks. de frosne grøntsager, kød og konserves mv. (de 'nemme convenience-produkter'), mens der er andre, der gør det nemmere at lade være ('de færdiglavede convenience-produkter'). Selvom de nemme convenience-produkter er bearbejdede i nogen grad, ser de ud til at være blevet accepteret i danskernes køkken på en måde, som gør dem til varer, der, efter danskernes opfattelse, kan indgå i et måltid lavet fra bunden.

I takt med at der udbydes flere convenience-produkter, hvor råvaren bearbejdes men ikke nødvendigvis forarbejdes, bliver det interessant at følge, om disse bliver mere accepterede og almindelige i den hjemmelavede mad i fremtiden. Det er en udvikling, der kan sige noget om, hvordan vores madkultur udvikler sig.

Brugen af convenience er altså udbredt i alle dele af landet og alle samfundslag. Selvom danskerne i stor stil benytter convenience, er det ikke nødvendigvis udtryk for, at de oplever dem som værende på niveau med uforarbejdede råvarer. Når vi ser på danskernes egen vurdering af deres aftensmåltid, viser det sig, at de oplever, at råvarekvaliteten daler, når de anvender de 'nemme convenience-produkter' i madlavningen. De oplever også et mindre fald i madglæden, når måltidet indeholder færdiglavede conveneince-produkter. Da opleves måltidet som mindre tilfredsstillende, og smagen vurderes heller ikke lige så positivt som andre måltider. Dog er langt de fleste stadig positive overfor både smag og kvalitet, og er udbredt tilfredse med deres måltid, selvom de bruger færdiglavet convenience.

Brugen af 'færdiglavet convenience-produkter' er størst blandt de yngste og dem, der spiser mad fra andre kulinariske traditioner end den danske. Her ser det ud til, at produkterne kompenserer for manglende madlavningskompetencer. Det ser også ud til, at dette skaber en selvforstærkende effekt, hvor det bliver mindre og mindre appellerende at indkøbe råvarer og lave et helt og aldeles hjemmelavet måltid, jo mere 'færdiglavet convenience' man bruger. Som vi så, er der en sammenhæng mellem lavt niveau af madlavningskompetence og en positiv indstilling over for convenience, hvilket styrker argumentet om en selvforstærkende effekt.

# Kapitel 4
# - Danskernes forståelse af lokale fødevarer

Interessen for at spise lokale fødevarer er blomstret op de seneste 10-15 år – ikke mindst takket være udviklingen i det gastronomiske felt i Danmark. Det Nye Nordiske Køkkens internationale anerkendelse og inspiration fra sydeuropæiske madkulturtraditioner for stedbunden kvalitetsproduktion – de såkaldte terroir-produkter – har givet en tro på, at de nordiske lande også kan frembringe unikke råvarer af høj kvalitet.

Som en del af dette års fokus på råvarer sætter vi udover sæson, convenience og dyrkning mm. også fokus på lokale fødevarer. Målet i dette kapitel er at undersøge danske forbrugeres forskellige opfattelser af lokale fødevarer. Vi undersøger, hvilke karakteristika danskerne associerer med begrebet lokale fødevarer, og hvilke forventninger de har til lokale fødevarer. Derefter ser vi på regionale forskelle i de værdier og karakteristika, der forbindes med lokale fødevarer. I det efterfølgende kapitel ser vi på forbruget af lokale fødevarer og barrierer for forbrug.

## Lokale fødevarer er et vidt begreb

Begrebet 'lokale fødevarer' er i Danmark ikke statsautoriseret ligesom i f.eks. Frankrig, hvor der findes mærkningsordninger for varer, der er produceret i bestemte regioner og efter bestemte metoder. Lokale fødevarer er i stedet et begreb, som kan fortolkes på mange måder, og som vi skal se i det følgende, knytter danskerne en række forskellige værdier til dette.

Nogle varer markedsføres på at være fra en bestemt egn, en bestemt tradition eller et håndværk. Med andre ord afspejler disse fødevarer en bestemt regions identitet og særegne måde at dyrke jorden og producere fødevarer på. Andre lokale varer udmærker sig ved at være "fra gården længere nede ad vejen" – altså ved at være produceret i nærområdet, hvor de sælges. Lokale fødevarer handler således om at gøre distancen mellem producent og forbruger kortere men også om at bibeholde traditioner, håndværk, smagsoplevelser etc.

Lokale fødevarer er interessante at undersøge i et madkulturelt perspektiv, fordi de refererer til argumenter og forestillinger om det nære, som f.eks. at det er bedst og tryggest at købe fødevarer fra den lokale producent, som man har tillid til. Men også fordi der kan ligge en mere abstrakt kritik af industrielt fremstillede fødevarer, som er produkter af et højkomplekst, globaliseret fødevaresystem. Her kan lokale fødevarer muligvis være et alternativ, der bringer mening, kvalitet og etik ind i maden for den enkelte forbruger.

**Danskerne vil gerne betale for lokale fødevarer**

Tidligere undersøgelser af lokale fødevarer peger på en positiv indstilling og rimelig høj betalingsvillighed overfor lokale fødevarer hos forbrugerne.

Kvalitetsindeks 2015 fra MAPP viste, at danske forbrugere i gennemsnit er villige til at betale 15 % ekstra for varer fra små lokale producenter. En gruppe på 34 % af forbrugerne vil gerne betale minimum 25 % ekstra for varer produceret af små lokale producenter. Betalingsvilligheden for lokale fødevarer er på højde med, hvad forbrugerne i gennemsnit vil betale ekstra for økologi, og at varen er dansk. Betalingsvilligheden for dyrevelfærd er dog endnu højere. Danskerne vil i gennemsnit betale 20 % ekstra for god dyrevelfærd.

I en analyse lavet af Forbrugerrådet Tænk i 2014[16] angiver tre ud af fire (76 %) danskere, at de i høj eller meget høj grad ville købe flere egnsbestemte fødevarer fra små producenter, hvis tilgængeligheden blev bedre. Samtidig svarer to ud af tre (67 %) danskere, der køber lokale fødevarer, at de gør det for at støtte de lokale producenter, og 48 % gør det, fordi de gerne vil vide, hvor produktet kommer fra.

Erhvervsøkonomiske forskere ved Roskilde Universitet har i et projekt om Grønne Regionale Madoplevelser (GRO) udarbejdet en kvalitativ analyse, der undersøger opfattelsen af lokal mad hos udvalgte fødevareaktører, herunder producenter, distributører og salgssteder.[17] Undersøgelsen opsamler aktørernes syn på lokal mad således:

- Den fysiske afstand mellem produktion og forbruger skal være kort
- Fokus på egnstypiske og sæsonbestemte råvarer
- Intet mellemled. Den direkte relation mellem producent og forbruger foretrækkes
- Sporbarhed, synlighed og historiefortælling
- Kort transportvej, som skåner miljøet
- Dyrevelfærd prioriteres højt
- Kvalitet bliver ofte prioriteret højt hos producenter, men det er ikke en selvfølge, at lokal mad har god kvalitet
- Smagen er fyldig, frisk og giver større mæthedsfornemmelse [18]

Resultaterne fra GRO-undersøgelsen understreger, hvor svært det er at afgrænse og definere lokale fødevarer, da forskellige aktører i fødevaresystemet har forskellige interesser og opfattelser, der knytter sig til deres eget virke. Derfor er det interessant at undersøge forbrugernes perspektiv og holdninger til lokale fødevarer for at skabe afklaring om, hvilke af de mange mulige karakteristika ved lokale fødevarer, de finder vigtigst.

**Lokal mad har historiske rødder[19]**

En årsag til de mange forskellige forventninger til lokale fødevarer kan være, at begrebet med sin uklarhed bliver en kanal for mange dagsordner, som alle har fødevarer og fødevareproduktion som omdrejningspunkt, og som nu igen får en stemme.

---

[16] https://taenk.dk/om-os/presserum/danskerne-vil-have-lokal-mad-paa-bordet

[17] Roskilde Universitet. Lokal Mad nu og i fremtiden – en markedsanalyse med fokus på Region Sjælland. Link:http://regionalemadoplevelser.dk/wp-content/uploads/95002_GRO_Markedsunders%C3%83%C2%B8gelse_210x210_v5_WEB.pdf

[18] Roskilde Universitet. Lokal Mad nu og i fremtiden, s. 13

[19] http://tidslinje.samvirke.dk/

Allerede i starten af 1900-tallet blev "Foreningen Køb Dansk" etableret. Parolen blev støvet af igen i midten af 70'erne, hvor Danmarks medlemskab af EF blev en realitet. Da toldmuren faldt steg en bekymring i befolkningen for at tabe arbejdspladser, og derfor var det at købe danske varer nært forbundet med at fastholde og skabe arbejdspladser. Det er altså ikke nyt at tænke det som en værdi, at noget produceres i lokalområdet, idet det simpelthen også er en måde at støtte sit lokalsamfund.

Fokus på lokale fødevarers gastronomiske kvaliteter blev introduceret i 1980'erne. Her blev "det nye køkken" (nouvelle cuisine) introduceret til den danske gastronomiske arena. Det blev også kaldet "torvekøkkenet", fordi dette køkken var baseret på friske råvarer i sæson, som man kunne gå på markedet og købe hver dag. Efterspørgslen på lokale fødevarer blev – stærkt inspireret af fransk gastronomi – dermed også begrundet i kulinarisk kvalitet, friskhed og smag; værdier som vi også finder i danskernes definition anno 2016.

Politiske og etiske spørgsmål blev for alvor en del af fødevareforbruget i 1990'erne, hvor vi så en opblomstring af det, der er blevet kaldt "den politisk bevidste forbruger". Med det blev fødevareforbrug også rammesat som en handling med potentiale til at skabe forandring i verden på både lokalt og globalt plan. Her var fokus især på fravalg af producenter eller fødevarer produceret i lande, som politisk var i modvind pga. af krige, kritisable arbejdsvilkår eller lignende. Den politiske bevidsthed træder også frem i nutidens danske forbrugeres definition af lokale fødevarer, om end det ikke er de værdier, flest lægger vægt på. Den politiske bevidsthed kredser her om dyrevelfærd, bæredygtighed og økologi.

I starten af det nye årtusinde tog tingene en ny drejning med etablering af den verdensberømte restaurant NOMA og efterfølgende den programerklæring, som blev kaldt " Manifestet for Ny Nordisk Mad". Her var gastronomi stadig omdrejningspunktet, men en række argumenter for at anvende nordiske råvarer blev yderligere bragt i spil: sundhed, klimabevidsthed, dyrevelfærd, håndværk osv. Hermed blev både politiske dagsordner, samfundsudfordringer og gastronomi flettet tæt sammen, og fødevarer blev placeret som et omdrejningspunkt for at skabe en bedre fremtid.

Som geografen Doreen Massey[20] foreslår, kan man sige, at det lokale er blevet en slags "helle" fra moderniteten. I forhold til mad er lokale fødevarer en slags helle fra eller oprør mod det enormt komplekse fødevaresystem. Set i det lys er det interessant at undersøge, hvilke af disse mange forestillinger om det 'lokale', som danskerne har taget til sig.

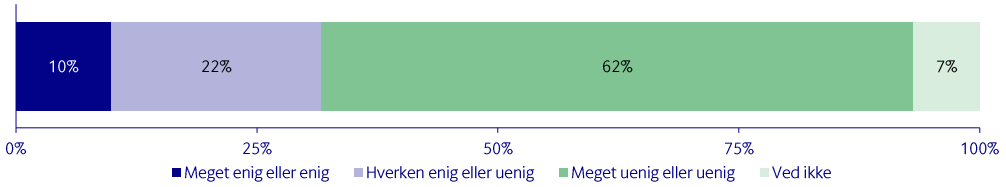
# Hvad er lokale fødevarer for de danske forbrugere?

### Lokale danske fødevarer

Man kan sætte spørgsmålstegn ved, om det overhovedet giver mening at tale om lokale fødevarer i et forholdsvis lille land som Danmark, der blot har et areal på ca. 43.000 km$^2$ – til sammenligning dækker Sverige et areal, der er otte gange større. De danske forbrugere mener dog, at selvom Danmark er et lille land, så giver begrebet lokale fødevarer mening. Hele 62 % er uenige eller meget uenige i udsagnet "Danmark er for lille et land til, at det giver mening at tale om lokale danske fødevarer". Kun 10 % er enige eller meget enige i udsagnet.

[20]Doreen Massey (2005) "For Space" London: SAGE.

Figur 28
Lokale danske fødevarer
"Danmark er for lille et land til, at det giver mening at tale om lokale danske fødevarer"



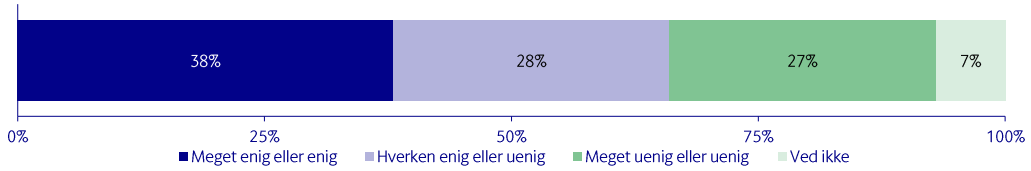

Kilde: Madindeks 2016.

**Mange er i tvivl om, hvilke fødevarer der er lokale**

Selvom danskerne generelt mener, at man godt kan tale om lokale fødevarer i Danmark, er der omvendt stor usikkerhed forbundet med, hvad lokale fødevarer er. Hele 38 % svarer, at de ofte er i tvivl om, hvilke fødevarer der er lokale. Det kan f.eks. skyldes manglende mærkning og stedsangivelse på f.eks. fødevarer i detailhandlen. Det kan altså være svært for danske forbrugere at afgøre, om den pose gulerødder, de står med i hånden, har en lokal oprindelse, og hvilket sted den er fra. Her er der behov for, at forbrugerne kan få mere detaljerede oplysning om de produkter, de køber; hvor er produktet dyrket og/eller produceret?

Dette resultat kan også skyldes uklarhed om, hvad begrebet lokale fødevarer egentligt dækker over, når detailhandel, netbutikker og vejboder forsøger at sælge fødevarer, der markedsføres som 'lokale'. Derfor har vi i det næste undersøgt danskernes forventninger til lokale fødevarer.

Figur 29
Tvivl om hvilke fødevarer der er lokale
"Jeg er ofte i tvivl om hvilke fødevarer der er lokale"




Kilde: Madindeks 2016.

# Danskernes forventninger til lokale fødevarer

I undersøgelsen spørger vi forbrugerne, hvad de mener, der karakteriserer lokale fødevarer. Det blev i spørgsmålet understreget, at der ikke er rigtige og forkerte svar, men at vi blot ønskede at høre deres mening.

### Høj kvalitet og kort transporttid

Høj kulinarisk kvalitet og nærhed er det, danskerne i størst grad associerer med lokale fødevarer. Når de skal vælge fra en længere række af udsagn om, hvad der karakteriserer lokale fødevarer, svarer 63 %, at de mener, at høj kvalitet karakteriserer lokale fødevarer. Kort transporttid er også vigtig for mange forbrugere. 60 % svarer, at de forbinder lokale fødevarer med varer, hvor transporttiden, mellem det sted hvor den dyrkes/produceres, og der hvor den sælges, er kort. Andre forhold som danskerne i høj grad forbinder med lokale fødevarer er, at varen er frisk, at den er produceret i forbrugerens eget nærområde, og at varen smager ekstraordinært godt.

### Lokale varer er ikke kun egnsbestemte fødevarer

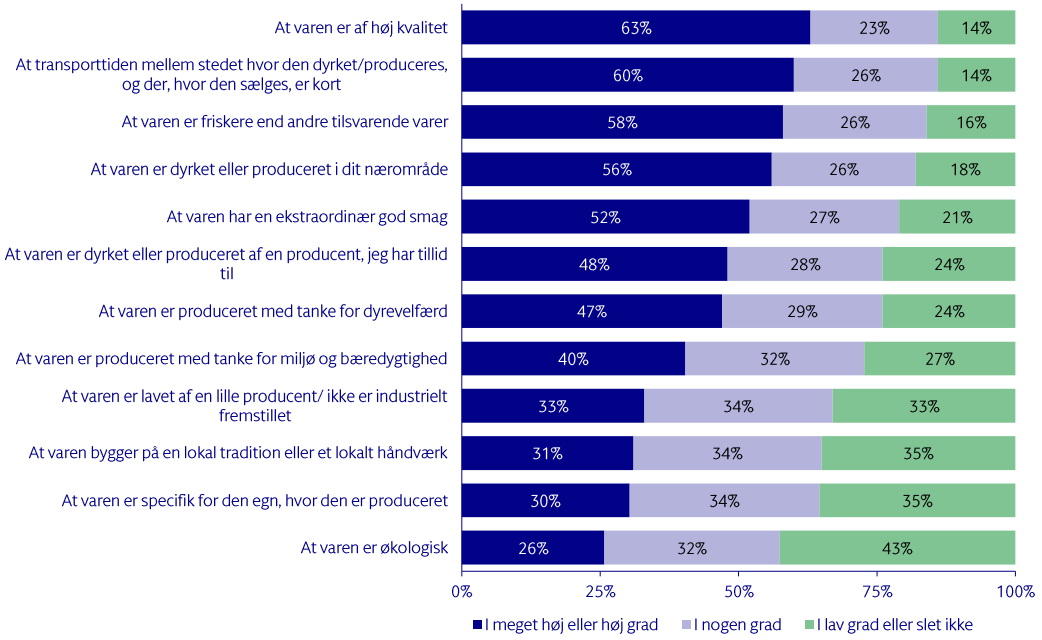
Forhold, der knytter sig til det egnsbestemte og lokale håndværk og traditioner, fylder mindre i danskernes opfattelse af lokale fødevarer sammenlignet med den gastronomiske kvalitet i varen og den geografiske nærhed mellem producent og forbruger. Lokale fødevarer opfattes altså i højere grad noget, der er fra tæt på der hvor man bor og handler – de skal være fra 'lige her'. Og det er mindre grad egnsspecifikke eller regionale specialiteter i danskernes øjne. Kun 30 % af forbrugerne i undersøgelsen angiver, at de i høj eller meget høj grad associerer en lokal fødevare med, at varen specifikt er fra den egn, hvor den produceres/dyrkes – som f.eks. en specialitet som marsklam.

Også det at varen laves af en lille producent og ikke er industrielt fremstillet, fylder generelt mindre hos de danske forbrugere. Man kan sige, at når man ser på den brede danske befolkning, så trumfer høj kvalitet, og det at varen er dyrket eller produceret tæt på forbrugeren, den værdi, de tillægger det, at den kommer fra en lille producent eller er specifik for egnen. Danskerne er med andre ord mere optagede af, at varen er fra deres eget lokalsamfund eller tæt derpå, end at den er unik for et eller andet mere fjernt sted i Danmark.

### Danskerne forestiller sig bedre dyrevelfærd i lokale fødevarer

De mere etiske forhold som f.eks. bedre dyrevelfærd er i varierende grad noget danskerne forbinder med lokale fødevarer. 47 % svarer, at de i høj eller meget høj grad forbinder lokale fødevarer med varer, der er produceret med tanke for dyrevelfærd. Dog er det kun 26 %, der forbinder økologi med lokale fødevarer.

Figur 30
**Egenskaber ved lokale fødevarer**
"I hvor høj grad mener du, at følgende ting karakteriserer lokale fødevarer?"




Kilde: Madindeks 2016.

# Danskernes tre gode grunde til at købe lokale fødevarer

Forbrugerne knytter altså mange forskellige og meget positive forventninger til lokale fødevarer – skal de lokale varer så leve op til alt dette? I dette afsnit har vi lavet en mere avanceret analyse af besvarelserne[21] for at undersøge, om der er nogle af forventningerne til lokale fødevarer, der som regel "følges ad". Således udkrystalliseres de mange forventninger og forestillinger om lokale fødevarer i nogle færre, underliggende værdier ift., hvad lokale fødevarer er.

Analysen viser, at danskernes definition af lokale fødevarer rummer overordnet set tre grupper af værdier knyttet til lokale fødevarer. Disse værdier udelukker ikke hinanden. Som forbruger kan man altså tilslutte sig en eller flere af disse værdier, når man forbruger lokale fødevarer. Man kunne også kalde det tre gode grunde til at købe lokale fødevarer: Kvalitet, etik og oprindelse.

Tabel 3 beskriver de tre faktorer, og hvilke danske forbrugere, der især finder de tre forskellige værdier ift. lokale fødevarer vigtige.

[21] I en faktoranalyse samles spørgsmålene i Figur 30 til nogle underlæggende skalaer også kaldet faktorer. Denne tager udgangspunkt i den måde respondenterne i undersøgelsen rent faktisk har svaret på spørgsmålene i Figur 30 og samler de spørgsmål, der passer sammen i et antal faktorer. Disse faktorer er altså ikke præbestemt, før data er indsamlet, men tolkes ud af svarene.

### Kvalitet

Den første faktor handler om kvalitet og dækker over forestillinger om, at lokale fødevarer har højere kvalitet, en bedre smag og er friskere end andre varer. Hertil hører også, at varen er dyrket/fremstillet af en producent, som forbrugeren har tillid til. Med andre ord er der her fokus på de lokale fødevarers gastronomiske kvaliteter, som kommer til udtryk i smag, friskhed og en generelt høj kvalitet.

"Tillid til producenten" er også vigtig og kan fortolkes som en ærlighed i forhold til dyrkningsforhold og varens indhold – forhold som man kan kalde troskvaliteter[22], altså kvaliteter som man ikke selv har mulighed for at berigtige, men som man må stole på er i orden. For værdien om kvalitet er det ikke nødvendigvis afgørende om producenten er stor eller lille, blot tilliden er intakt.

Denne forståelse trækker tråde tilbage til den gastronomiske strømning, som ovenfor er beskrevet som "torvekøkkenet", hvor kokken hver dag kunne gå på torvet og udsøge de ypperligste og friskeste råvarer og måske også få en snak med producenten. Denne gruppe af værdier beskriver nogle af de høje forventninger, forbrugerne har til lokale varers objektive kvaliteter samt visse troskvaliteter.

### Etik

Den anden faktor dækker over de mere etiske problemstillinger, der kan være i forhold til fødevarer. Til denne værdi knytter sig høje forventninger til de lokale fødevarers hensyntagen til miljørigtig og bæredygtig produktion, bedre dyrevelfærd og økologi. Her trækkes en tråd tilbage til den politisk bevidste forbruger, som ønsker at skabe samfundsforandringer med sit forbrug eller som minimum at give udtryk for sit politiske eller moralske standpunkt. Denne forventning til at forbrugere tager politisk stilling er også blevet kaldt 'madborgerskab'.[23]

I værdien omkring etik ligger muligvis noget af den kritik af det komplekse, moderne fødevaresystem, og her kan det lokale udgøre en form for 'helle', som nogen forbinder med meningsfuldhed, ordentlighed, tillid og gennemskuelighed.

### Oprindelse

Den tredje faktor handler om det, at lokale fødevarer skal være knyttet til et bestemt sted. De skal have lokale geografiske og kulturelle rødder. De skal have en tydelig oprindelse og ophav, enten i det område hvor forbrugeren selv bor eller i et andet bestemt sted i Danmark. Til dette hører, at varen er specifik for en bestemt egn, at den bygger på en lokal tradition eller et lokalt håndværk. Det kan også høre til denne værdi, at varen er produceret geografisk tæt på forbrugeren. Med andre ord rummer værdien om oprindelse både fødevarer, som er knyttet til det sted, hvor forbrugeren bor og handler, og lokale fødevarer, som er egnsspecialiteter, og som dermed afspejler lokale traditioner, madkultur og natur. Det væsentlige er her, at de har en tydelig oprindelse.

Med til værdien om oprindelse hører også en forestilling om, at lokale fødevarer ikke er industrielt fremstillet, men er lavet af en lille producent. Igen handler det om, at der skal være "nogen", der har lavet produktet, så det har rødder og kan spores. Der er en gennemskuelig produktion, hvor forbrugeren ved, hvem der er ophav til produktet.

---

[22] Trine Mørk, George Tsalis og Tino Bech-Larsen. Kvalitetsindeks 2014, s. 9. DCA rapport 56.

[23] Bente Halkier (2014) Madborgerskab? Når videnskab møder hverdagspraksis, Tidsskriftet Politik 17 (2).

Tabel 3
Værdier om lokale fødevarer

| Faktor | Kvalitet | Etik | Oprindelse |
|---|---|---|---|
| **Karakteristika ved lokale fødevarer**<br>Rangeret efter hvilken karakteristika der betyder mest inden for værdien | 1. Høj kvalitet<br>2. Ekstraordinær god smag<br>3. Friskere end andre varer<br>4. Tillid til producent | 1. Produceret med tanke for miljø og bæredygtighed<br>2. Produceret med tanke for dyrevelfærd<br>3. Økologisk | 1. Egnsspecifik<br>2. Lokal tradition eller håndværk<br>3. Dyrket/produceret i nærområdet<br>4. Lille producent/ikke industrielt fremstillet |
| **Hvem finder især disse værdier vigtig i forhold til lokale fødevarer?** | • Personer i Nordjylland, Vestjylland og Syd- og Sønderjylland<br>• Ældre personer, over 50 år<br>• Personer med erhvervsfaglig uddannelse<br>• Personer med børn | • Personer i Nordjylland, Sjælland og øerne og Syd- og Sønderjylland<br>• Yngre personer, under 50 år<br>• Kvinder | • Sjælland og øerne, Fyn og øhavet, Syd- og Sønderjylland Nordjylland<br>• Personer med videregående uddannelse eller gymnasial uddannelse<br>• Kvinder<br>• Personer med lav husstandsindkomst (under 300.000kr) |

# Forskellige opfattelser af lokale fødevarer på tværs af Danmark

Nogle områder i Danmark har velkendte egnsbestemte varer som f.eks. Sønderjylland med kålpølser og sønderjysk spegepølse. Andre steder som f.eks. i hovedstadsområdet er der kun meget begrænset lokal produktion. Derfor er det oplagt at undersøge, om danskerne i forskellige landsdele opfatter lokale fødevarer forskelligt.

Analysen viser, at der ikke er markant forskel på danskernes opfattelse af, hvad lokale fødevarer er, om end der er nuancer mellem, hvad regionerne lægger mest vægt på.

**Provinsen har stærkere værdier i forhold til de lokale fødevarer end de store byer**

Den største forskel mellem regionerne ses mellem hovedstadsområdet og de øvrige regioner. Nordjyderne udmærker sig dog ved i særlig høj grad at have positive værdier knyttet til lokale fødevarer, hvilket står i modsætning til storbyboerne i hovedstadsområdet, der er mindre optaget af lokale fødevarer.

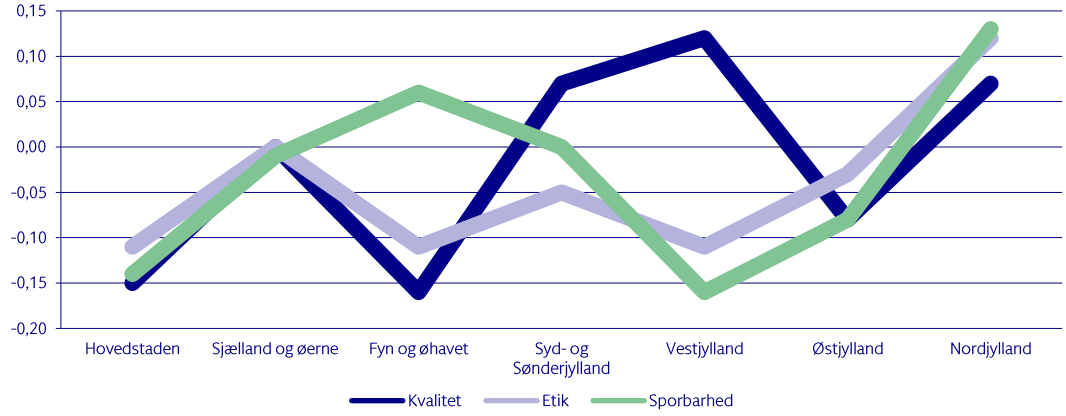
Ser man på landsdelenes gennemsnitlige score på de tre værdier, ses det tydeligt, at hovedstadsområdet ligger under gennemsnittet på alle værdierne, hvor Nordjylland ligger over gennemsnittet. Nordjyderne har generelt højere forventninger til værdier omkring lokale fødevarer end beboerne i København og omegn. Det kan hænge sammen med, at der ikke nogen nævneværdig produktion af lokale fødevarer i eller tæt på de store byer især København. Som næste kapitel viser, er mulighederne for at gøre sig erfaringer med at købe lokale fødevarer her, ifølge de danske forbrugere, mere begrænset.

Nøglen til at øge salget af lokale varer i storbyerne ligger derved ikke alene i at fortælle den gode historie om den lille producent med det unikke produkt. Der kan være behov for en mere tværgående indsats, der skaber viden og relation til de spisekamre, der ligger i storbyernes nærhed, men som de måske ikke kender på andre måder end fra udsigten i motorvejskøen.

Interessant nok viser det sig også, at fynboerne udmærker sig ved at have stærke værdier knyttet til oprindelsen af lokale fødevarer. En stor del af dansk frugt og grønt produceres netop på Fyn. Det etiske og den gastronomiske kvalitet er derimod mindre fremtrædende i fynboernes holdninger til lokale fødevarer.

Hos forbrugere i Syd- og Sønderjylland og Vestjylland er den gastronomiske kvalitet herunder smag og friskhed det vigtigste ved lokale fødevarer. For sønderjyderne er oprindelse også en vigtig værdi ved lokale fødevarer, hvorimod det ligger helt i bund hos vestjyderne.

Figur 31
**Regionale forskelle i værdier knyttet til lokale fødevarer**
Gennemsnitlig score på tre værdifaktorer for lokale fødevarer for hver landsdel




Kilde: Madindeks 2016.

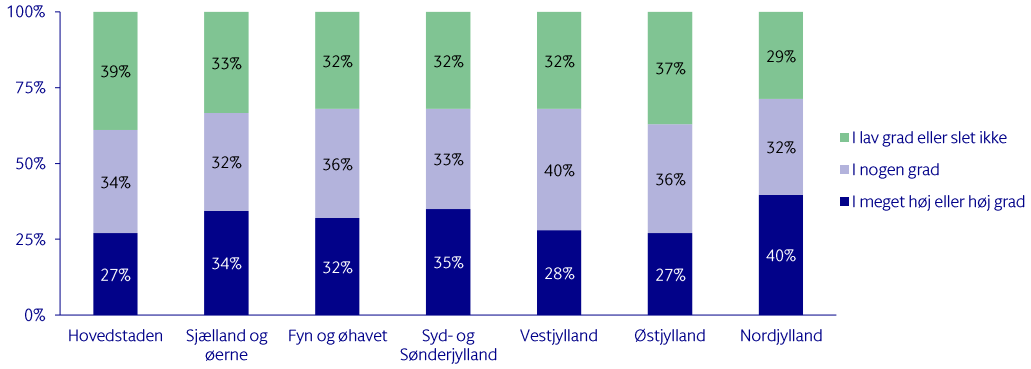
Note: Figuren viser den gennemsnitlige score på hver af de tre værdier for hver landsdel. Standardafvigelsen er 1 på alle faktorerne og landsgennemsnittet er lig 0. For beskrivelse af værdierne se s. tabel 3.

**Det egnsbestemte og den gode smag er vigtig i Nordjylland, Syd- og Sønderjylland og på Sjælland**

Zoomer vi endnu længere ind og sammenligner regionernes besvarelser, når det gælder enkelte karakteristika ved lokale fødevarer, er der generelt bred enighed om vigtigheden af en lang række af de undersøgte karakteristika på tværs af landsdele. Den uenighed, som fremgår mellem landsdele knytter sig især til, hvor vigtigt de egnsbestemte og de lokale traditioner er for, at en fødevare kan kaldes lokal. Forbrugere i Syd- og Sønderjylland, Nordjylland og til dels Sjælland forbinder i højere grad lokale fødevarer med noget egnsbestemt og lokale traditioner.

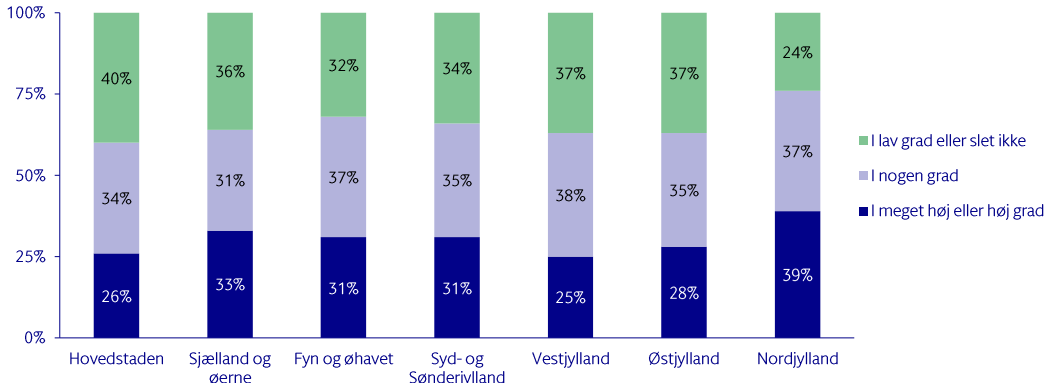
Disse tre områder udmærker sig også i højere grad end andre steder ved at forvente, at lokale fødevarer har en ekstraordinært god smag.

Figur 32
**Lokale fødevarer karakteriseres ved, "at varen bygger på en lokal tradition eller et lokalt håndværk"**
Andele fordelt på landsdele



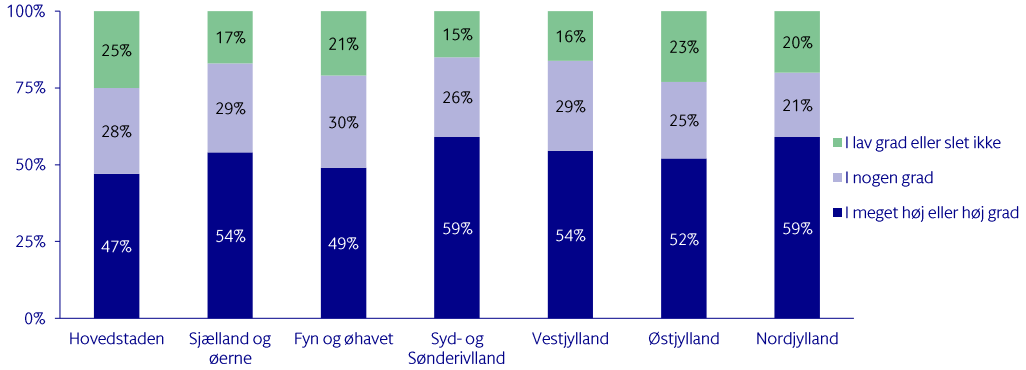

Kilde: Madindeks 2016.

Figur 33
**En lokal vare karakteriseres ved, "at varen er specifik for den egn, hvor den produceres"**
Andele fordelt på landsdele




Kilde: Madindeks 2016.

Figur 34
**En lokal vare karakteriseres ved, "at varen har ekstraordinært god smag"**
Andele fordelt på landsdele




Kilde: Madindeks 2016.

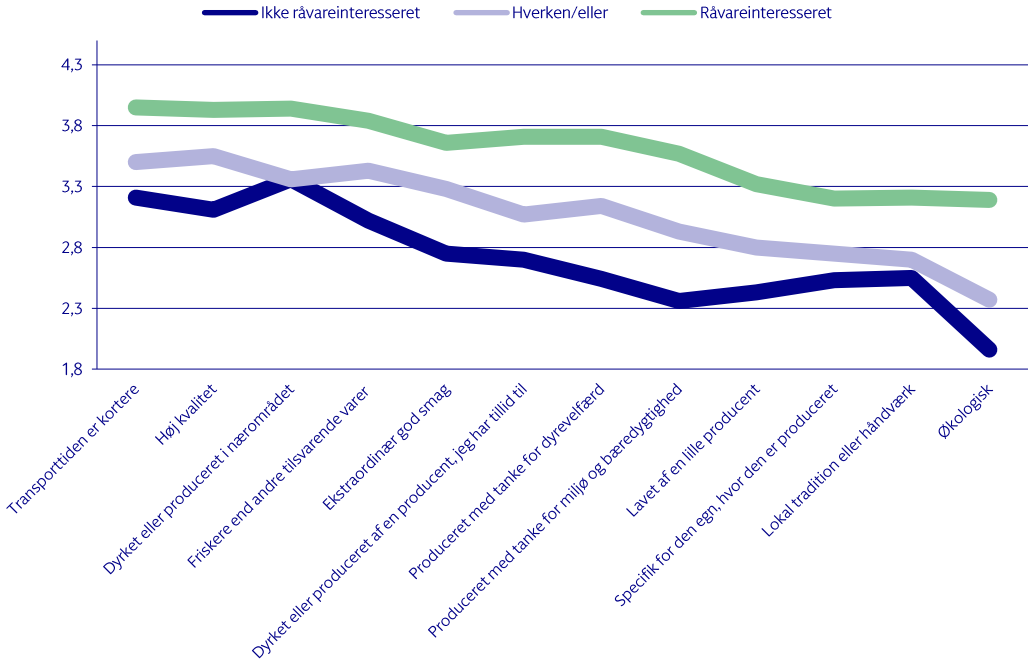
# Råvarebevidste forbrugere stiller større krav til lokale fødevarer

Forbrugere, der går op i at vide, hvor deres råvarer kommer fra, har generelt flere forventninger til, hvad en lokale fødevare er. De råvarebevidste forbrugere udgør i denne undersøgelse 50 % af forbrugerne (se kapitel 1). Det er netop de mest kvalitetsbevidste forbrugere, der går op i råvarerne, og som også er villige til at betale ekstra for varer, der er fra små lokale producenter (jf. Kvalitetsindeks 2015).

Tallene i nærværende analyse viser, at disse forbrugere har høje og differentierede forventninger til lokale fødevarer. Det kan betyde, at det f.eks. kan være svært for lokale fødevareproducenter at leve op til disse forestillinger om lokale fødevarer. Producenterne kan derfor komme til at skuffe nogle af de forbrugere, som er mest villige til at betale ekstra for de lokale fødevarer.

De forbrugere, der går mindre op i at vide, hvor deres råvarer kommer fra, forbinder primært lokale varer med varer dyrket i forbrugerens eget nærområde, og at transporttiden for varen er kort. Hvis man ønsker at styrke salget af lokale fødevarer i disse grupper, kan det derved være de vigtigste forhold ved lokale fødevarer at fremhæve. Herudover ser det ud til, at de kan mobiliseres af høj dyrevelfærd og brug af lokale håndværkstraditioner.

Figur 35
**Interesse for råvarer og opfattelser af lokale fødevarer**
Gennemsnitlig score på spørgsmål om hvad der karakteriserer lokale fødevarer (1= meget uenig; 5=meget enig).




Kilde: Madindeks 2016.

# Opsamling

Kapitlet viser overordnet, at danskerne har høje forventninger til lokale fødevarer. De er generelt enige om, at lokale fødevarer er karakteriseret ved at have høj kvalitet, kort transporttid, være friskere end andre varer, at de skal være dyrket/produceret i forbrugerens nærområde og have en ekstraordinært god smag.

Danskerne oplever begrebet 'lokale fødevarer' som relevant i en dansk sammenhæng, men mange er ofte i tvivl om, hvornår noget er en lokal fødevare. Det kan både skyldes manglende oplysninger på varen eller manglende skiltning i butikken. Det kan også skyldes, at lokale fødevarer som begreb dækker over mange forskellige forventninger.

Når vi beder danskerne definere lokale fødevarer ud fra en lang række af udsagn, har de generelt høje ønsker, krav og forventninger til lokale fødevarer. Dette kan være et resultat af forbrugernes positive erfaringer, hvilket er grund til optimisme i forhold til at øge forbruget af lokale fødevarer. Som nævnt i indledningen til dette kapitel peger de mange udsagn dog også i lidt forskellige retninger, og det kan derfor også hænge sammen med, at lokale fødevarer stadig er et marked, der er under opbygning. Der kan altså være brug for at oplyse og uddanne de danske forbrugere på dette område. Det giver også anledning til at overveje, om begrebet lokale fødevarer for forbrugeren er blevet løsningen på alle onder – en forventning som det selvsagt kan være meget vanskeligt at indfri.

Danskerne knytter overordnet set tre forskellige værdier til de lokale fødevarer: højere kulinarisk kvalitet, mere etisk produktion og tydelig oprindelse et sted i Danmark. Det kan være et bestemt sted med egnsspecialiteter, men det kan også være et sted, der bare er i forbrugerens geografiske nærhed. Disse forskellige værdier er differentieret regionalt, men også alder, køn og uddannelse påvirker, om man abonnerer mere på den ene eller anden værdi.

Analysen peger på, at den mest markante forskel på regionsplan går fra nord til sydøst, hvor Nordjylland udgør den ene pol med en meget positiv forventning til lokale fødevarer på de fleste parametre og særligt ift. smag, håndværk og egnsbestemte produkter, og hvor hovedstaden udgør modpolen, idet lokale fødevarer her generelt synes at være mindre vedkommende og derfor behæftet med mindre stærke forventninger.

# Kapitel 5
# - Danskernes forbrug af lokale fødevarer

Dette kapitel handler om, hvorvidt danskerne rent faktisk bruger lokale fødevarer i madlavningen. Lokale fødevarer er blevet mere og mere tilgængelige for danske forbrugere. Både på de mange madmarkeder, der løber af stablen henover sommer og høst men også i et stigende omfang på hylderne i dagligvarehandlen. Salg af lokale fødevarer udgør dog stadig en niche i det samlede fødevareforbrug, men alligevel er det interessant at undersøge, fordi dette salg peger på en strømning, som har præget debatten omkring madkultur i Danmark i 00'erne og 10'erne.

Madindeks' fokus på den brede befolkning giver mulighed for at lave et "reality-tjek" – eller sagt med andre ord – at stikke fingeren i jorden og se, om snakken om lokal mad er gået fra tanke til handling. Disse analyser giver indsigt i et forbrugsområde, der ikke er særlig godt belyst, da en del lokale fødevarer sælges uden om de gængse kanaler og derfor ikke er medtaget i salgsdata og -statistikker i dagligvarehandlen. Analysen her giver derved et samlet overblik over forbruget baseret på de måltider, forbrugerne selv har beskrevet, samt deres egen vurdering af deres forbrug af lokale fødevarer.

Vi undersøger forbruget af lokale fødevarer på to måder. Dels ved at spørge, om der indgår lokale fødevarer i den aftensmad, som danskerne spiser. Dels ved at spørge hvor ofte, hvor og hvilke slags lokale fødevarer, danskerne køber. Desuden undersøger vi også, hvilke barrierer der for at købe lokale varer såsom pris og tilgængelighed.

## Egnsbestemte fødevarer og varer fra nærområdet

For at kunne undersøge det konkrete forbrug af lokale fødevarer i aftensmaden har vi i undersøgelsen spurgt til to forskellige slags af lokale fødevarer – dem der er geografisk lokale for respondenten, og dem der er er specielle for en bestemt egn i Danmark, som dog ikke nødvendigvis er den egn, hvor forbrugeren bor.

Baseret på denne inddeling og på analysen af de forskellige værdier og egenskaber ved lokale fødevarer som danske forbrugere forventer, har vi lavet en generel definition af lokale fødevarer, der peger på to overordnede typer – fødevarer med geografisk nærhed og egnsbestemte fødevarer.

### Fødevarer med geografisk nærhed

Den første gruppe består af danskernes lokale fødevarer som fødevarer, der er dyrket tæt på, hvor forbrugeren bor, køber og konsumerer varen. Vi kalder disse for 'fødevarer med geografisk nærhed', fordi disse varer muligvis kun er "lokale fødevarer" for dem, som opholder sig i nærheden af dem. De kan ikke i alle tilfælde "rejse" til et andet område af Danmark og stadig blive betragtet som lokale fødevarer. Det kan f.eks. være jordbær fra den lokale avler eller kød fra dyr, der er opdrættet i nærområdet.

### Egnsbestemte fødevarer

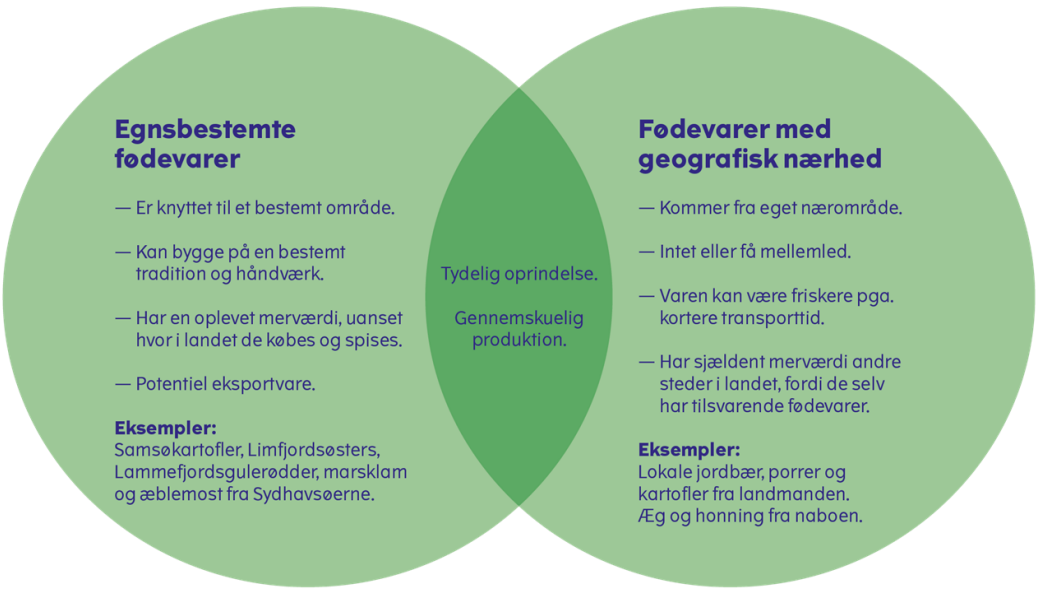
I den anden gruppe ligger fødevarer, som er knyttet til et bestemt sted i Danmark. Vi kalder dem 'egnsbestemte fødevarer', fordi de udtrykker en bestemt egns unikke natur- og kulturlandskab. De kan være specialiteter, men det kan også være mere dagligdagsvarer, der får en høj kvalitet i relation til dette bestemte sted de dyrkes/produceres. Disse varer kan være lokale danske varer, uanset hvor i Danmark (eller verden) de købes og konsumeres. Et eksempel kunne være Samsøkartofler eller marsklam.

### Tydelig oprindelse og gennemskuelig produktion

Fælles for de to typer af lokale fødevarer er, at de skal have en tydelig oprindelse og produktionen skal være gennemskuelig. Det skal være tydeligt, hvor og af hvem fødevaren er produceret.

Figur 36

**To typer lokale fødevarer**
Betegnelsen lokale fødevarer anvendes og forstås ofte forskelligt.
I Madindeks 2016 inddeles lokale fødevarer i to typer.




Kilde: Madindeks 2016

# 20 %

af de aftens-
måltider, der er
tilberedt i private
hjem, indeholder
lokale fødevarer.

Kilde: Madindeks 2016

MADINDEKS
MADKULTUREN

# Lokale fødevarer i danskernes aftensmåltider

Undersøgelsen viser ikke noget om, i hvilken mængde og på hvilken måde, danskerne spiser lokale fødevarer. Den fortæller dog noget om, i hvilket omfang lokale fødevarer overhovedet ligger på middagstallerkenerne i danske hjem.

### Hvert femte aftensmåltid tilberedt hjemme indeholder lokale fødevarer

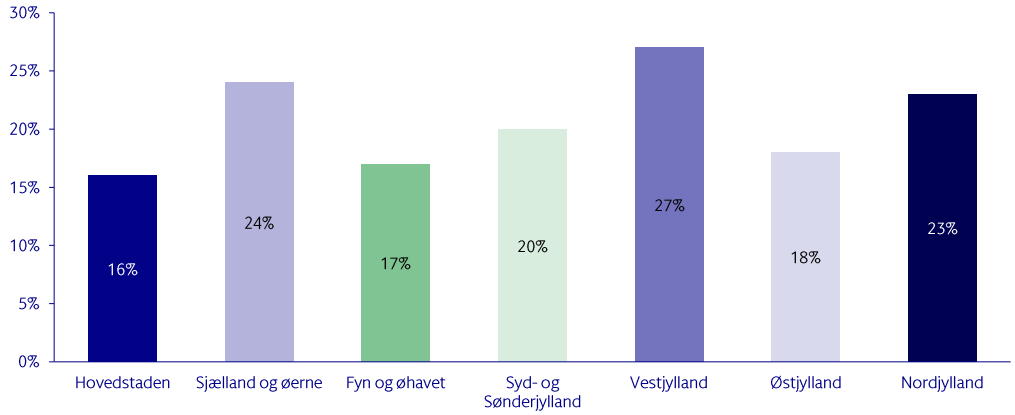
20 % af aftensmåltiderne lavet hjemme indeholder lokale fødevarer ifølge danskerne selv. Enten egnsbestemte eller fra det geografiske nærområde.

En nærmere analyse af aftensmåltidet med fokus på de to definitioner af lokale fødevarer viser, at 10 % af måltiderne lavet hjemme indeholder varer fra forbrugerens eget nærområde. 11 % af måltiderne tilberedt i private hjem indeholder fødevarer produceret i en bestemt egn af Danmark. Et måltid kan godt indeholde begge slags fødevarer, men det er der kun få måltider, der gør.

### Lokale fødevarer bruges oftere i madlavningen i provinsen

Der er en klar tendens til, at lokale fødevarer – enten fra nærområdet eller egnsspecifikke varer – bruges mere i madlavningen i provinsen som f.eks. Vestjylland, Nordjylland og på Sjælland.

Figur 37
**Regionale forskelle i brugen af lokale fødevarer i aftensmåltidet**
Andele af aftensmåltider tilberedt i private hjem med enten egnsbestemte varer eller varer fra nærområdet.




Kilde: Madindeks 2016.

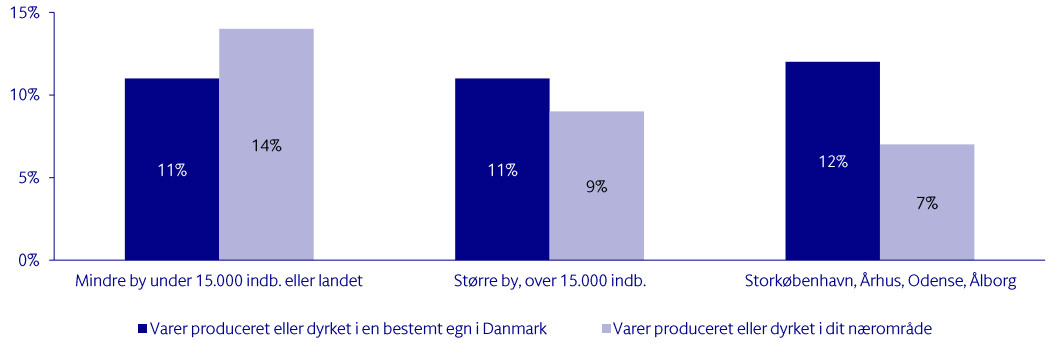
### Storbyerne: færre varer fra nærområdet

Forskellene i brugen af lokale fødevarer handler om brugen af fødevarer fra nærområdet. Her er de store forskelle mellem storbyerne og landet og ikke mellem de forskellige landsdele. Jo længere ude på landet man bor, jo større er sandsynligheden for at have brugt lokale fødevarer i madlavningen produceret eller dyrket i eget nærområde. I mindre byer og på landet indgår lokale fødevarer fra nærområdet i 14 % af måltiderne tilberedt i private hjem. I storbyerne er det halvt så mange. Her er der er kun lokale varer fra nærområdet på 7 % af tallerkenerne.

### Alle spiser egnsbestemte varer

Der er ikke de samme regionale forskelle og heller ikke forskelle mellem land og by, når vi ser på egnsbestemte fødevarer. Der spises egnsbestemte danske fødevarer i lige høj grad i byerne som på landet. Dette understøtter den definition af egnsbestemte fødevarer, vi har lavet, som værende fødevarer eller endda specialiteter der opleves som værdifulde udover den egn, hvor de bliver produceret.

Figur 38
Lokale varer og urbanitet
Andele af aftensmåltider tilberedt i private hjem, der indeholder lokale varer




Kilde: Madindeks 2016.

# 32 %

af danskerne
køber lokale
fødevarer
ugentligt eller
oftere.

Kilde: Madindeks 2016

MADINDEKS
MADKULTUREN

# Hvor ofte køber danskerne lokale fødevarer, og hvor køber de dem?

I det følgende undersøger vi, hvor ofte danskerne køber lokale fødevarer. I disse spørgsmål blev det understreget overfor respondenten, at svaret skal tage udgangspunkt i den måde, han eller hun selv forstår og definerer lokale fødevarer. Det kan altså være både egnsbestemte specialiteter, fødevarer fra nærområdet eller en kombination af disse.

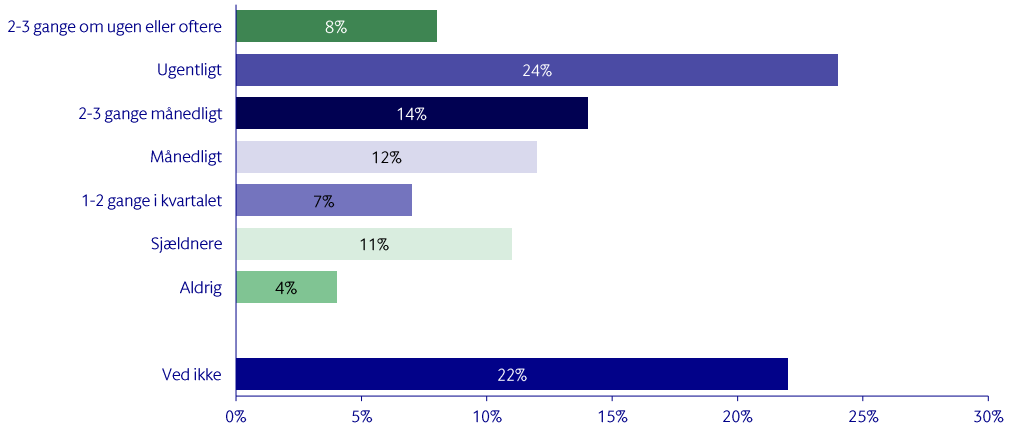
### En tredjedel køber lokale fødevarer hver uge

En stor del af danskerne har erfaring med at købe lokale fødevarer. 32 % af danskerne køber lokale varer ugentligt eller oftere. Kun 15 % køber lokale fødevarer sjældnere end en til to gange i kvartalet. Der er dog også 22 %, der ikke ved, hvor ofte de køber lokale fødevarer. Tvivlen kan både skyldes uklarhed om, hvad lokale fødevarer er, eller det at der er mange fødevarer i detailhandelen, hvor oprindelsen ikke fremgår. Dermed er det svært for forbrugeren at afgøre, om det er en lokal fødevare eller ej.

Hvis vi sammenligner disse tal med en analyse af Forbrugerrådet Tænk fra 2014, tyder det på, at der er sket en udvikling de sidste par år. I Tænks analyse angiver 20 % af deltagerne, at de en til to gange om ugen køber danske fødevarer, hvor det fremgår af indpakningen, at den er produceret i en bestemt egn i Danmark. Samtidig angiver 32 %, at de ikke ved det.

Selvom det kan være svært at sammenligne to undersøgelser, tyder det på, at der er flere, der køber lokale fødevarer end for blot to år siden. Det peger ligeledes på, at de seneste års fokus på lokale fødevarer i medier og i detailhandlen har gjort flere forbrugere opmærksomme på lokale varer, og at usikkerheden, om hvilke fødevarer der er lokale, er en smule reduceret.

Figur 39
Danskernes køb af lokale varer
"Hvor ofte køber du varer, som du vil definere som lokale fødevarer?"




Kilde: Madindeks 2016.

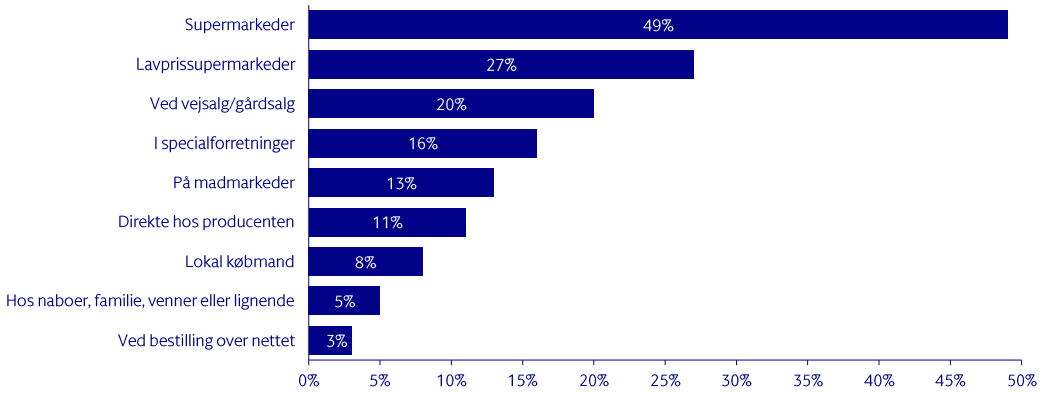
**Forbrugere i hele landet køber lokale fødevarer i detailhandelen**

Danskerne køber hovedsageligt deres lokale fødevarer i detailhandlen. Halvdelen af danskerne køber lokale fødevarer i supermarkeder (49 %) som f.eks. SuperBrugsen eller Føtex, og lidt mere end hver fjerde dansker køber lokale fødevarer i lavprissupermarkeder (27 %) såsom Netto eller Rema 1000. Der er ikke forskel på, om man køber lokale fødevarer i detailhandlen eller ej, afhængigt af om man bor i byen eller på landet.

Udover salg gennem detailhandlen er salg fra lokale gårde eller vejboder den næsthyppigste afsætningskanal for lokale fødevarer. Salg over nettet er derimod ikke slået igennem. Kun 4 % af forbrugerne køber lokale fødevarer ved bestilling over nettet.

Heller ikke lokale købmænd har fået tag om markedet for lokale fødevarer. Kun 8 % køber lokale fødevarer hos deres lokale købmænd (dog 12 % blandt dem som bor på landet). Det kunne pege på et muligt udviklingspotentiale, da lokale købmænd på samme måde som lokale fødevareproducenter kan være en del af lokalmiljøet på en anden måde end de store producenter og detailkæder.

Figur 40
Salgssteder for lokale fødevarer
"Hvor køber du lokale fødevarer?" Andel af danskere der køber lokale fødevarer ved salgsstedet mindst en gang i kvartalet.



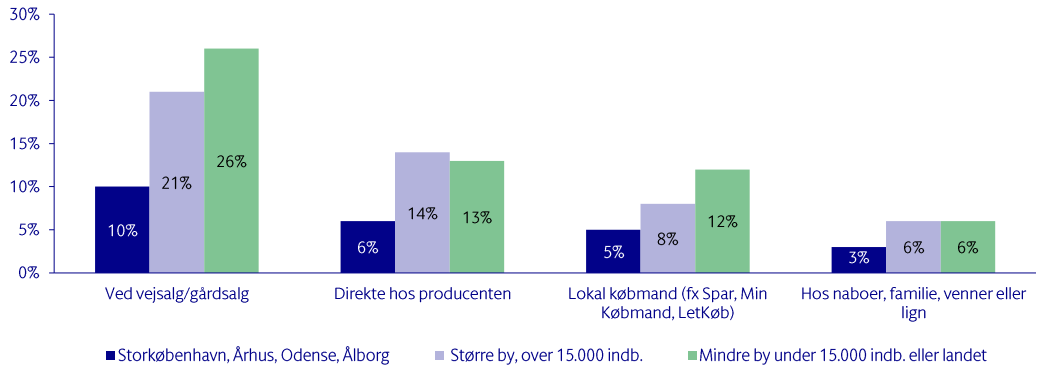

Kilde: Madindeks 2016.

**På landet købes lokale fødevarer oftere direkte af dem, der dyrker og producerer**

Ser man på forskellene mellem land og by, i forhold til hvor forbrugerne køber lokale fødevarer, er det tydeligt, at der er kortere fra producent til forbruger på landet og i de mindre byer. På landet købes lokale fødevarer oftere ved vej- eller gårdsalg, direkte af producenten eller direkte hos naboer og familie. Det er steder, hvor der ofte ikke er et mellemled mellem den, der har dyrket eller produceret varen, og den der køber den. Her kan der måske både være en god handel at gøre, og samtidig kan det bidrage til tilliden til producenten[24].

[24] Marilyn Strathern 2012, Eating (and feeding). Cambridge Anthropology 30(2):1-14

Figur 41
Urbanitetsforskelle i lokale fødevarekanaler
"Hvor køber du lokale fødevarer?"

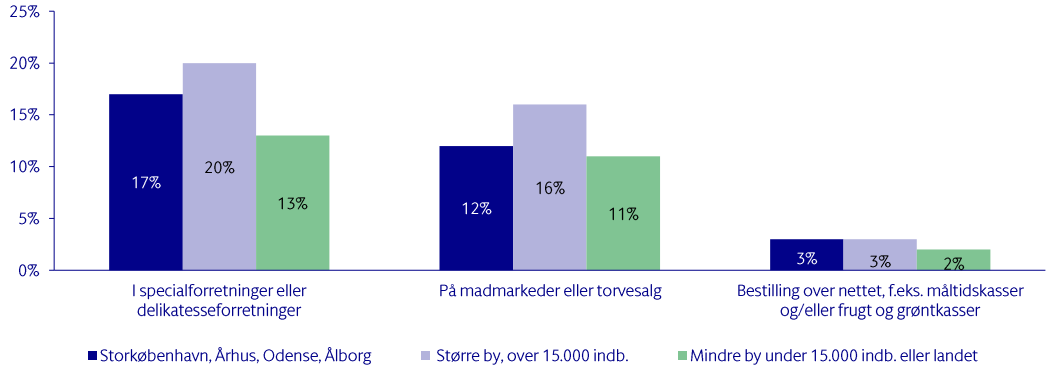



Kilde: Madindeks 2016

## Byboere får lokale fødevarer i specialforretninger og på madmarkeder

Forbruget af lokale fødevarer ser anderledes ud i byerne end på landet. I byerne er det, udover i detailhandlen, i specialforretninger og på madmarkeder eller torvesalg, forbrugerne oftest køber lokale fødevarer. Der er også flere i byerne end på landet, der bestiller lokale fødevarer over nettet.

Figur 42
Urbanitetsforskelle i lokale fødevarekanaler
"Hvor køber du lokale fødevarer?"




Kilde: Madindeks 2016

# Hvilke lokale fødevarer køber danskerne?

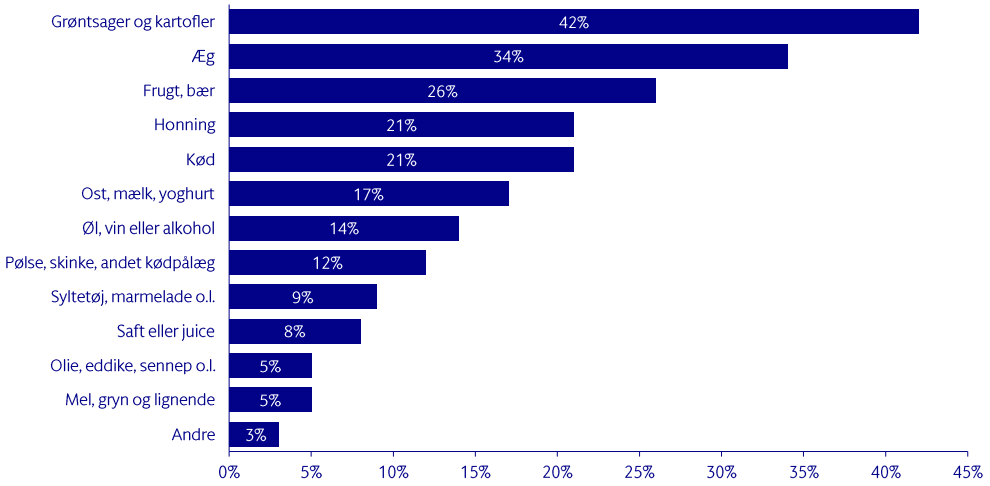
Men hvad er det egentlig forbrugerne køber, når de køber lokale fødevarer? Er det værtindegaver eller råvarer til den daglige madlavning? Vi har spurgt til, om respondenten de seneste tre måneder har købt lokale fødevarer inden for en række varekategorier. Vi kan altså ikke sige noget om mængde eller omsætning for disse varekategorier men give et indblik i karakteren af forbruget og efterspørgslen hos forbrugerne.

### Friske lokale fødevarer er mest populære

Grøntsager er uden tvivl den mest populære lokale fødevare. Hele 42 % af danskerne har købt lokale grøntsager eller kartofler inden for de seneste tre måneder. Generelt er det især friske varer, som danskerne køber, når de køber lokale fødevarer. Udover grøntsager køber de f.eks. æg, frugt og mælkeprodukter. Af kolonialvarer er honning populært, det ses ved, at 21 % har købt lokal honning inden for de sidste tre måneder. Derimod er det under 9 % af danskerne, der har købt andre kolonialvarer såsom syltetøj, saft, mel og olie og eddiker.

Disse resultater skal ses i lyset af, at undersøgelsen er gennemført i slutningen af september/start oktober, hvor det er højsæson for dansk frugt og grønt. Man kunne forestille sig, at tørvarer er mere efterspurgt på andre tidspunkter af året som f.eks. syltede rødbeder om vinteren.

Figur 43
Hvilke lokale fødevarer køber danskerne?
"Har du inden for de seneste tre måneder købt en lokal fødevare indenfor følgende kategorier?"




Kilde: Madindeks 2016.

# Hvad påvirker om danskerne køber lokale fødevarer?

Nu har vi set nærmere på danskernes forbrugsmønster, når det gælder lokale fødevarer. Men hvilke forhold har størst indflydelse på, hvordan dette mønster er? Det har vi undersøgt ved hjælpe af en logistisk regressionsanalyse, hvor vi har undersøgt, hvilke sociale og holdningsmæssige forhold der påvirker sandsynligheden for at købe lokale varer minimum en gang ugentligt.

Både værdier ift. lokale fødevarer, holdninger til mad og madlavning og sociale forskelle indvirker på, om danskerne køber lokale fødevarer. Analysen viser overordnet, at de, der har størst sandsynlighed for at købe lokale fødevarer, er:

- **Personer der har stærke værdier ift. lokale fødevarer:** Jo højere man scorer på hver af de tre værdifaktorer (oprindelse, kvalitet og etik), jo mere tilbøjelig er man til at købe lokale fødevarer.
- **Mænd:** 36 % af mændene mod 28 % af kvinderne køber lokale fødevarer mindst én gang ugentligt.
- **Personer med indkomst over 600.000 kr.:** Af dem med høj indkomst køber 39 % lokale fødevarer mindst én gang ugentligt.
- **Ældre personer:** Jo ældre, jo større er sandsynligheden for at købe lokale fødevarer ugentligt.
- **Personer der bor på landet eller byer med mindre end 15.000 indbyggere:** Jo længere ud på landet, jo flere køber lokale fødevarer ugentligt.
- **Personer der finder det vigtigt at vide, hvor deres råvarer kommer fra:** Der er i gennemsnit 21 % flere, der køber lokale fødevarer ugentligt blandt dem der synes, det er vigtigt at vide, hvor deres råvarer kommer fra, end blandt dem der ikke synes, det er vigtigt.
- **Personer der er meget interesserede i madlavning:** Der er i gennemsnit 9% flere, der køber lokale fødevarer ugentligt blandt madlavningsinteresserede end blandt dem, der ikke interesserer sig for madlavning.
- **Personer der har dyrket grønt eller frugt inden for det sidste år:** 38 % af disse køber lokale fødevarer mindst én gang ugentligt.

Resultaterne er præsenteret i detaljer i Tabel 4. Efter tabellen er de vigtigste sammenhænge også illustreret ved hjælp af figurer. I noten under tabellen fremgår en vejledning til, hvordan tabellen læses.

Tabel 4
Logistisk regression af køb af lokale fødevarer mindst én gang om ugen

| | Koefficient | St. afv. | P-værdi | Marginal effekt |
|---|---|---|---|---|
| **Værdier i forhold til lokale fødevarer** | | | | |
| Kvalitet | 0,14* | (0,057) | 0,012 | 2,7 % |
| Etik | 0,20** | (0,056) | <0,001 | 3,7% |
| Oprindelse | 0,13* | (0,054) | 0,015 | 2,5% |
| **Køn** | | | | |
| Mand | Ref. | | | |
| Kvinde | -0,32** | (0,11) | 0,004 | -6,0% |
| **Husstandsindkomst** | | | | |
| Under 300.000kr | Ref. | | | |
| 300.000-599.999kr | -0,028 | (0,15) | 0,85 | -0,5% |
| Over 600.000kr | 0,45** | (0,16) | 0,004 | 8,8% |
| Ønsker ikke at svare | -0,044 | (0,17) | 0,79 | -0,8% |
| **Alder** | | | | |
| 18-25 år | Ref. | | | |
| 26-34 år | -0,014 | (0,26) | 0,96 | -0,22% |
| 35-49 år | 0,43* | (0,20) | 0,034 | 7,6 % |
| 50-64 år | 0,55** | (0,20) | 0,007 | 9,7 % |
| 65-85 år | 0,94** | (0,20) | <0,001 | 18,0 % |
| **Urbanitet** | | | | |
| Storkøbenhavn, Aarhus, Odense, Aalborg | Ref. | | | |
| Større by, over 15.000 indbyggere | 0,26 | (0,14) | 0,063 | 4,7 % |
| Mindre by under 15.000 indbyggere eller landet | 0,44** | (0,13) | <0,001 | 8,2 % |
| **"Det er vigtigt for mig at vide, hvor mine råvarer kommer fra"** | | | | |
| Meget enig eller enig | Ref. | | | |
| Hverken enig eller uenig | -0,71** | (0,12) | <0,001 | -14,0% |
| Meget uenig eller uenig | -1,14** | (0,21) | <0,001 | -21,0 % |
| **"Jeg interesserer mig for madlavning"** | | | | |
| Meget enig eller enig | Ref. | | | |
| Hverken enig eller uenig | 0,051 | (0,13) | 0,70 | 0,98 % |
| Meget uenig eller uenig | -0,49** | (0,19) | <0,001 | -8,8 % |
| **Dyrket** | | | | |
| Dyrket frugt/grønt sidste 12 måneder | 0,27* | (0,11) | 0,018 | 5,0 % |
| **Konstant** | -1,25** | (0,23) | <0,001 | |
| **Antal observationer** | 2040 | | | |

Note: ** p<0.01, * p<0.05. Marginal effekter fortolkes som ændringer i sandsynligheden for at købe lokale fødevarer minimum en gang om ugen, hvis referencepersonen ændrer de specifikke karakteristika fra 0 til 1, og hvis alt andet holdes lige. Ved udregning af marginale effekter er de andre forklarende variable sat til deres gennemsnit. Sandsynligheden for at referencepersonen køber lokale fødevarer mindst én gang ugentligt = 47,8 %. Uddannelse er ikke signifikant og er derfor ikke taget med i modellen.
Landsdele er udeladt, fordi denne variable korrelerer for tæt med urbanitet. Den sidste kolonne, marginal effekt, viser den gennemsnitlige forskel i sandsynligheden for at købe lokale fødevarer mindst én gang om ugen, hvis alt andet holdes lige. F.eks. viser den nederste række (dyrket), at der blandt de personer, der har dyrket frugt eller grønt inden for det seneste år, i gennemsnit er 5 % flere, der køber lokale fødevarer ugentligt.

**Stærke værdier ift. lokale fødevarer hænger sammen med hyppigere køb**

De tre værdier oprindelse, kvalitet og etik, som karakteriserer danskernes definition af lokale fødevarer, har alle en positiv sammenhæng med at købe lokale fødevarer. Det vil sige, at jo stærkere man forbinder lokale fødevarer med at have en tydelig oprindelse (i form af egnsbestemte specialiteter eller fødevarer produceret i ens nærområde mm.) med kulinarisk kvalitet (generel høj kvalitet, god smag og friskhed) og med etik (god dyrevelfærd, bæredygtighed mv.), jo oftere køber man lokale fødevarer.

Det understøtter, at vi i det foregående kapitel sagde, at man kan oversætte værdierne til tre gode grunde til at købe lokale varer. Det handler muligvis om at de forbrugere som forestiller sig mange positive karakteristika ved lokale fødevarer, bliver motiveret til også at købe flere lokale fødevarer. Samtidig kan det også være omvendt. Forestillingerne ikke barer motiverer til køb, men sammenhængen kan muligvis skyldes at en større erfaring med lokale varer faktisk bekræfter de høje forventninger.

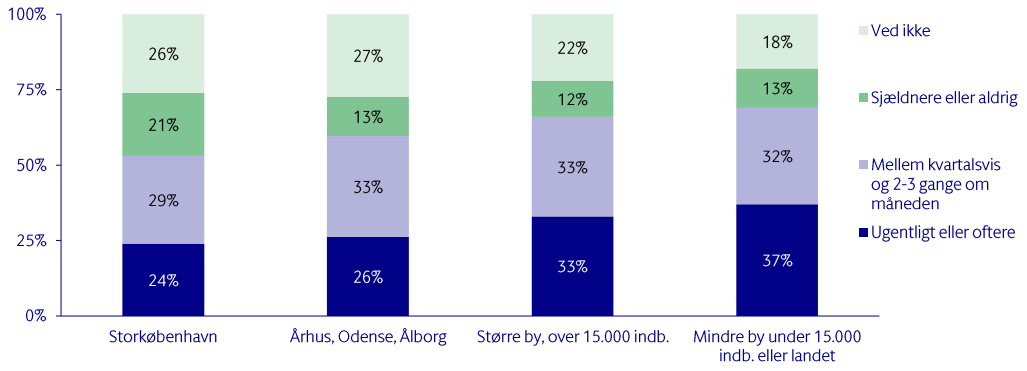
Når nu vi kalder det 'lokale fødevarer', skulle man måske tro, at det især var sådan, at man finder værdien 'oprindelse' særlig vigtig, der hænger sammen med køb. Det er faktisk ikke tilfældet. I stedet er det værdien omkring etik, som har en lidt stærkere sammenhæng med køb af lokale fødevarer end de to andre værdier. Personer, der i høj grad forbinder etiske forhold med lokale fødevarer, køber altså lidt oftere lokale fødevarer. Det tyder på, at lokale fødevarer især opfylder et behov hos de forbrugere, for hvem de etiske dimensioner af fødevareproduktion som f.eks. dyrevelfærd og bæredygtighed er ekstra vigtige. Der er altså her potentiale for at nå en gruppe kritiske og bevidste forbrugere ved særligt at oplyse forbrugerne om de etiske forhold ved de lokale produkter.

Samlet viser analysen dog, at forbrugernes værdier i forhold til lokale fødevarer ikke er lige så afgørende som andre forhold. Høj alder, høj indkomst, at man bor på landet eller generelt har en stor interesse for, hvor ens råvarer kommer fra, er eksempler på forhold der i høj grad spiller ind på ens forbrug af lokale fødevarer. Det skal vi se nærmere på nu.

**Folk på landet køber oftest lokale fødevarer**

Analysen viser, at der er en sammenhæng mellem, hvor stor en by man bor i og sandsynligheden for at købe lokale fødevarer mindst én gang om ugen. Jo større by man bor i, jo mindre er sandsynligheden for at købe lokale fødevarer ugentligt. I hovedstaden er det kun 24 %, der køber lokale fødevarer mindst én gang om ugen, i mindre byer og på landet er det 37 %.

Figur 44
**Urbanitetsforskelle i hvor ofte man køber lokale varer**
"Hvor ofte køber du varer, som du vil definere som lokale fødevarer?"



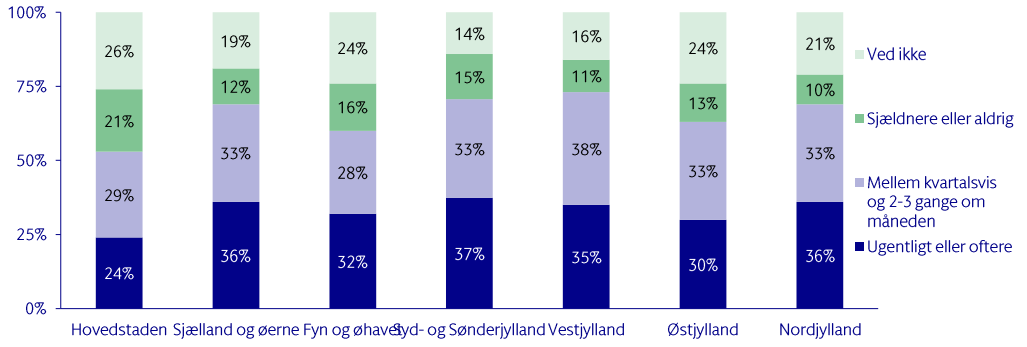

Kilde: Madindeks 2016.

### Sønderjyder, nordjyder og sjællændere køber oftere lokale fødevarer

Ser vi på forskellene mellem landsdelene, ses det tydeligt, hvordan hovedstadsområdet halter efter resten af landet, når det gælder køb af lokale fødevarer. De højeste andele af personer, der køber lokale fødevarer ugentligt findes i Syd-og Sønderjylland, på Sjælland/øerne og i Nordjylland.

Disse resultater understøtter analyserne af hvem, der bruger lokale fødevarer i madlavningen. Også forbrugernes egne generelle vurderinger af, hvor ofte de køber lokale fødevarer, viser, at lokale fødevarer ikke bare er et forbrugsfænomen for den dem der bor i storbyerne. Det er i høj grad blandt danskerne i provinsen, at forbruget finder sted.

Figur 45
**Regionale forskelle i hvor ofte man køber lokale fødevarer**
"Hvor ofte køber du varer, som du vil definere som lokale fødevarer?"



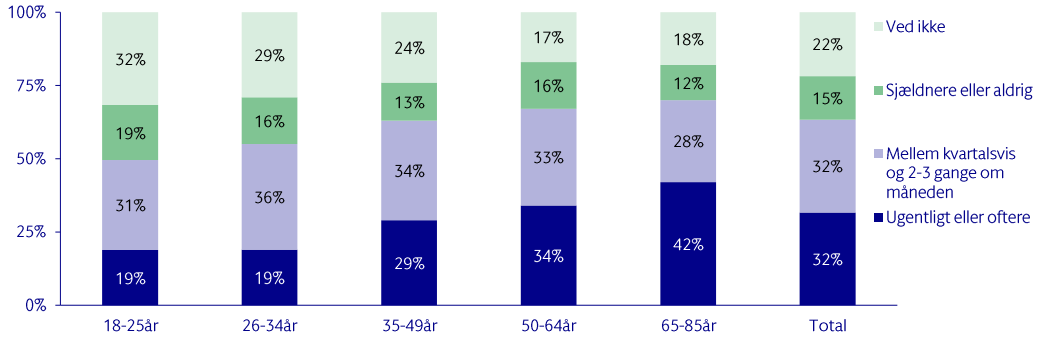

Kilde: Madindeks 2016.

### Jo ældre, jo oftere køber man lokale fødevarer

Udover forskellene mellem landsdelene viser det sig også, at alder spiller en stor rolle for forbruget af lokale fødevarer. Der er en langt større gruppe af ældre, der køber lokale fødevarer ugentligt, end yngre. 19 %

blandt de yngste (18-25 år) og 42 % blandt de ældste (65-85 år) køber lokale fødevarer ugentligt. Her spiller det selvfølgelig en rolle, at ældre danskere oftere laver hjemmelavet mad end de yngre.

Figur 46
**Aldersforskelle i hvor ofte man køber lokale fødevarer**
"Hvor ofte køber du varer, som du vil definere som lokale fødevarer?"

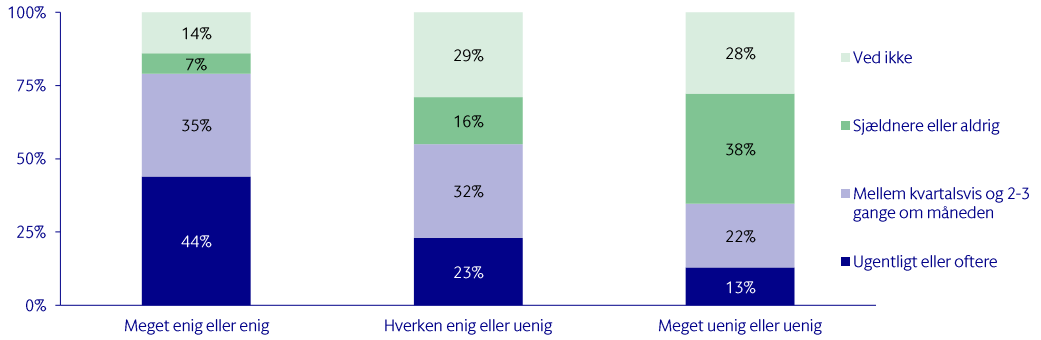



Kilde: Madindeks 2016.

**Danskere med engagement i råvarer og madlavning køber oftere lokale fødevarer**

Det hører også med til analysen, at engagement i råvarer og i madlavning får danskerne til oftere at købe lokale fødevarer. I Madindeks 2015 så vi, at interesse for mad fører til hyppigere deltagelse i madlavning og en sundere ingredienssammensætning. Dette års analyse viser yderligere, at der er langt flere, som køber lokale fødevarer ugentligt blandt dem, der går op i deres råvarer og er interesserede i madlavning. Men også det at dyrke sine egne grøntsager, frugter eller krydderurter hænger sammen med lyst til at købe lokale fødevarer (tal ikke vist). Sagt med andre ord, viser engagementet i maden sig i praksis på flere måder både ved køb af f.eks. lokale råvarer, som mange danskere forestiller sig har højere kvalitet og smag, og ved selv at dyrke råvarer.

Figur 47
**Forskelle i råvareinteresse i hvor ofte man køber lokale varer**
Andele fordelt på (u)enighed med udsagnet "Det er vigtigt for mig at vide, hvor mine råvarer kommer fra"




Kilde: Madindeks 2016

### Madambassadører køber oftere lokale varer

Når vi undersøger den gruppe mennesker, som vi tidligere kaldte madambassadører (kapitel 1), ses en tydelig kobling til, hvor ofte man køber lokale varer. De, der taler om og anbefaler mad, produkter og tilberedningsformer, køber meget oftere lokale varer. Her ser vi, at hver anden madambassadør (50 %) køber lokale varer ugentligt eller oftere. Blandt dem der ikke er madambassadører, er det tilsvarende kun 28 %, der køber lokale varer ugentligt eller oftere.

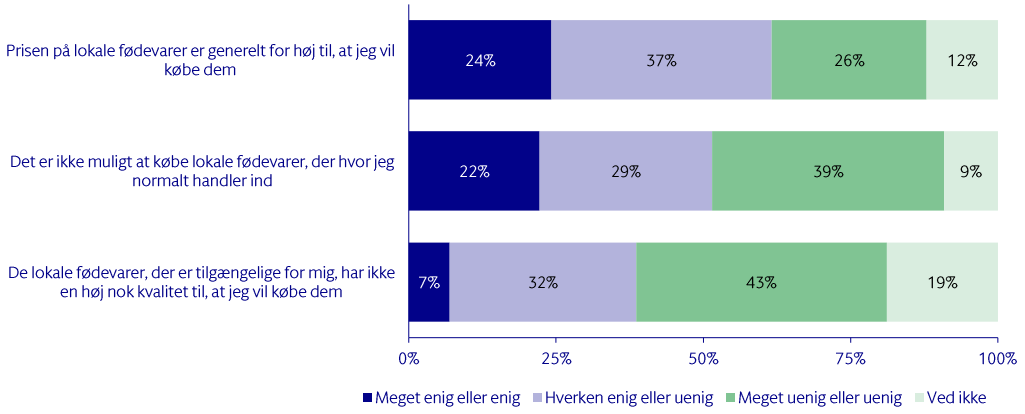
**50 %**

**af madambassadørerne køber lokale fødevarer ugentligt eller oftere.**

## Barrierer for at købe lokale fødevarer

Afslutningsvis vil vi nu gennemgå de barrierer for at købe lokale fødevarer, som vi kan se i undersøgelsen. Generelt er der tilfredshed med kvaliteten af de lokale fødevarer, men de tre vigtigste barrierer for at købe dem er: uklarhed om hvad der er lokale fødevarer, prisen på de lokale varer og tilgængeligheden.

Figur 48
Holdninger til lokale fødevarer
"Hvor enig eller uenig er du i disse udsagn?"




Kilde: Madindeks 2016.

### Tvivl om lokale fødevarer i byerne

En af de vigtigste udfordringer for markedet for lokale fødevarer er, at mange danske forbrugere er i tvivl om, hvilke fødevarer der er lokale. Det viste vi indledningsvist i kapitel 4. I lyset af de tal og analyser lagt frem her af hvor og hvilken slags lokale fødevarer, dem i byen køber, er det ikke overraskende, at en noget større

andel af dem, der bor i storbyerne København, Aarhus, Odense og Aalborg, oftere oplever ikke at kunne gennemskue, om bestemte fødevarer er lokale varer. Når man på landet og i de mindre byer oftere køber lokale fødevarer ved gård- og vejsalg, direkte hos producenten eller hos en lokal købmand, er der potentielt en mere direkte kontakt til producenten, og usikkerheden om varerne og deres oprindelse kan muligvis reduceres.

**45 %**

**af dem der bor i de fire største byer er ofte i tvivl om, hvilke fødevarer der er lokale.**

**39 %**

**af dem der bor i byer med over 15.000 indbyggere er ofte i tvivl om, hvilke fødevarer der er lokale.**

**31 %**

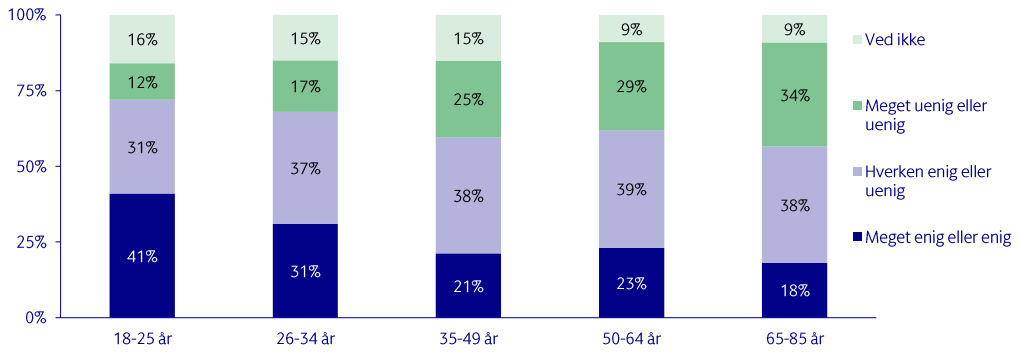
**af dem der bor i byer med under 15.000 indbyggere eller på landet er ofte i tvivl om, hvilke fødevarer der lokale.**

### Prisen på lokale fødevarer er en barriere for unge

En fjerdedel af den danske befolkning synes, at prisen på lokale fødevarer er for høj til, at de vil købe dem. Der er dog samtidig en fjerdedel, der ikke synes, at prisen er et problem. Ældre danskere synes i mindre grad, at prisen er for høj på lokale fødevarer. Det er helt op til 49 % af den yngste gruppe (18-25 år), der synes, at prisen er for høj, hvorimod det kun er 20 % af de ældste.

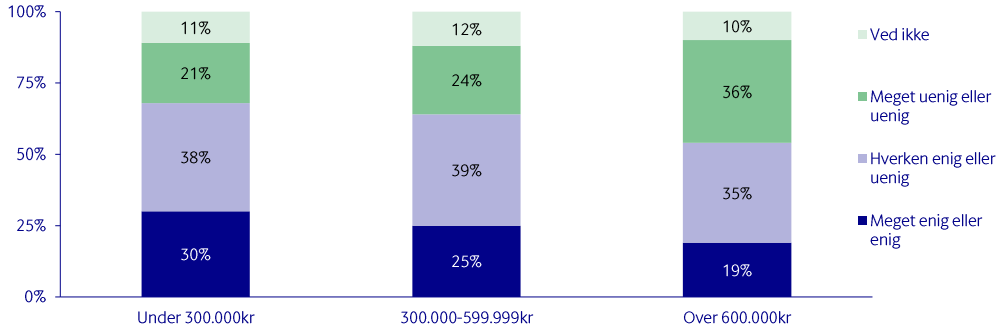
Det hænger sandsynligvis sammen med, at de yngste også har mindre økonomisk formåen. Det fremgår tydeligt, at jo højere indkomst man har, jo mindre opleves prisen som en barriere. Der er dog stadig en femtedel af dem med husstandsindkomst over 600.000 kr, der synes, at prisen er en barriere for at købe lokale fødevarer.

Figur 49
Pris som barriere og alder
"Prisen på lokale fødevarer er generelt for høj til, at jeg vil købe dem"




Kilde: Madindeks 2016.

Figur 50
**Pris som barriere og indkomst**
"Prisen på lokale fødevarer er generelt for høj til, at jeg vil købe dem"

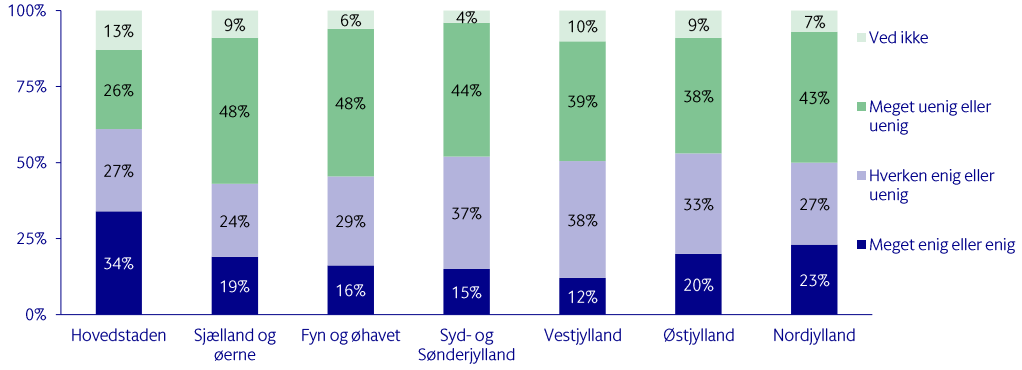



Kilde: Madindeks 2016.

## Tilgængelighed er en barriere i hovedstaden

Tilgængeligheden af lokale varer er især en barriere i hovedstaden. Hele 39 % af dem, der bor i hovedstadsområdet er meget enige eller enige i udsagnet: "Det er ikke muligt at købe lokale fødevarer, der hvor jeg normalt handler ind". Det tyder på, at der er et behov for at skabe billige og tilgængelige købsmuligheder af lokale varer, for dem der bor i hovedstaden. Den bedste tilgængelighed findes i Vest-og Sønderjylland og på Fyn.

Figur 51
**Tilgængelighed som barriere på tværs af landet**
"Det er ikke muligt at købe lokale fødevarer, der hvor jeg normalt handler ind."




Kilde: Madindeks 2016.

# Opsamling

Analysen viser, at opdelingen i lokale fødevarer i to typer – de egnsbestemte og dem der er produceret i forbrugerens nærområde – er meningsfuld, fordi der knytter sig forskellige forbrugsmønstre til disse to typer fødevarer.

Hvert femte aftensmåltid tilberedt hjemme indeholder lokale fødevarer, ifølge dem der har spist maden. Og forbruget af lokal mad er ikke et storbyfænomen - faktisk snarere tværtimod. Der tegner sig i analysen et billede af en landbefolkning, som udover at tillægge lokale fødevarer stor værdi, også har et større forbrug af lokale fødevarer – det omfatter både fødevarer produceret i deres eget nærområde og egnsbestemte specialiteter.

At de lokale fødevarer, der oftest indgår i aftensmåltiderne hos bybefolkningen, primært er egnsbestemte fødevarer og i mindre grad fødevarer produceret i nærområdet, er ikke trivielt men interessant, i forhold til at forstå hvad lokale fødevarer er. Det hænger i høj grad sammen med, hvordan beboere i byen ofte opfatter deres nærområde som begrænset til bymiljøet, de bor i. Der tænkes sjældent på det produktions- og landbrugslandskab, som omkranser byerne. Det kan både være på grund af manglende viden om, hvor der bliver dyrket lokale fødevarer i byernes opland, og fordi der mangler konkrete og direkte afsætningskanaler, hvor forbrugeren i byen får adgang til disse lokale fødevarer ligesom på landet. Her ser vi altså tegn på det som Carolyn Steel har kaldt 'sultne byer'[25]. Altså byer som det moderne samfund har skabt, hvor der ikke er direkte berøring med fødevareproduktion. Det ser vi blandt andet ved, at man på landet oftere køber lokale fødevarer ved vej- og gårdsalg eller direkte hos producenten, hvorimod det i byerne oftere er i specialforretninger.

En tredjedel af danskerne køber lokal mad hver uge. Forbruget er størst uden for hovedstaden og er især høj i det Nord- og Vestjyske og på Sjælland og øerne. Jo stærkere værdier forbrugerne har omkring lokale fødevarer, jo mere sandsynligt er det, at de køber dem. Andre forhold som f.eks. alder, om man bor i byen eller på landet og indkomst har en dog en større betydning end værdierne for, om man køber lokale varer.

Det forhold, der har størst sammenhæng med at købe lokale fødevarer, er dog, om man er interesseret i råvarer og i at vide, hvor de kommer fra. Der er i gennemsnit dobbelt så mange, der køber lokale fødevarer ugentligt blandt de råvareinteresserede end blandt ikke-råvareinteresserede, selvom vi kontrollerer for andre forhold. Netop derfor er tydelig oprindelse og gennemskuelig produktion vigtig i salget af lokale fødevarer.

Der er få forskelle mellem land og by, når det gælder, hvilke lokale fødevarer der købes. Forbruget er ret ens på de store produktgrupper i vores måltider som grøntsager, frugt, bær og kød. Ser man på de mindre produktgrupper, kommer der nogle forskelle frem. På landet og i provinsbyerne køber man i højere grad lokale varer som æg, honning, ost og mælk i forhold til de store byer. I hovedstaden er der et højere forbrug af lokalproduceret øl, vin og alkohol og saft/juice end på landet.

Det som danskerne i højeste grad forbinder med lokale fødevarer er høj kvalitet, som sidste kapitel viste. Og på det punkt er de ikke skuffede. Kun få oplever, at kvaliteten er for dårlig. Til gengæld er pris en barriere for ca. hver fjerde, og det samme er tilgængeligheden af lokale fødevarer især i de store byer. Over en tredjedel af dem der er bosat i hovedstaden oplever, at de ikke kan få lokale varer, der hvor de normalt handler ind.

---

[25] Carolyn Steel (2013) "Hungry City. How Food Shapes Our Lives". Vintage.

# Kapitel 6
# - Dyrkning, sankning og mad fra naturen

For 100 år siden var det ikke unormalt at være selvforsynende i et vist omfang, når det kom til fødevarer. Det er i dag stort set utænkeligt. De fleste danskere svinger i dag forbi den nærmeste dagligvarebutik efter arbejde for at klare indkøbene. Der er sket en vareliggørelse af maden, som betyder, at råvarer er varer der købes i en butik i stedet for at være resultatet af egen produktion. Det har betydet, at måden vi forholder os til mad og den viden og kompetence, der bliver sat i spil ift. at sætte mad på bordet, har ændret sig markant. Fra at kunne vurdere hvornår frugten er moden til plukning, og hvornår gåsen skal slagtes, er det blevet vigtigt at kunne afkode en holdbarhedsmærkning, vide noget om dyrevelfærd, produktionsetik og meget andet. Dette fokusskifte har medført en bekymring for, om forbrugernes "maddannelse" svækkes, når de ikke selv har berøring med den primære produktion, og som vi så i kapitlet om convenience, også i mange tilfælde har begrænset berøring med tilberedning af maden.

Maddannelse og hvad det indebærer, debatteres livligt blandt madprofessionelle. Et bud på en definition er, at maddannelse er "En livslang proces der kvalificerer vores kompetencer mht. mad (valg af mad, viden om mad og evne til at lave mad), så vi kan tilgå mad på en kritisk, reflekteret og bevidst måde"[26].

### Viden og færdigheder inkluderet i maddannelse[27]

- Omfattende viden om mad og landbrug, oprindelse, sæson, produktion, distribution, forbrug, håndtering af affald, indvirkning på sundhed, miljø og sociale forhold for individ og samfund.
- Evnen til at arbejde med mad i praksis og madens økologiske grundlag (inklusiv dyrkning og/eller tilberedning af maden).
- At kunne bruge viden om ernæring, hygiejne og miljøbelastning når man sammensætter et måltid. At vide hvilke muligheder der er for at gøre madvalg og fødevaresystemet mere bæredygtigt.

---

[26] S. Andersen og L. Holm (2013): Litteraturstudie for Fødevarestyrelsen "Hvilken betydning har daginstitutioners madkultur og måltidspædagogik?" Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet.

27 Dyg, P. M., Mikkelsen, B. E., & Wistoft, K. (2014). Fostering Food Literacy and Food Citizenship through Farm-School Cooperation and beyond: Theoretical perspectives and case studies on farm-school cooperation and food and agriculture education. Aalborg Universitet.

Kendskab til landbrug, sæson, og det selv at være i stand til at dyrke mad kan indgå i en konkretisering af begrebet. Det handler om individets egne evner til at tage del i og bidrage til en positiv udvikling af fødevaresystemet.

Hvor vi før så på råvarer med afsæt i definition og forbrug af convenience, sætter vi nu fokus på den anden ende af skalaen. Her er det ikke blot et spørgsmål om at starte madlavningen med en bunke grøntsager med jord og skræl, som er købt i supermarkedet eller hos en producent. Her starter madlavningen med en tur i haven, i skoven eller måske sågar ved huggeblokken bag hønsehuset. I et maddannelses perspektiv er det interessant at undersøge, hvad det betyder for forståelsen af maden og tilfredsheden med det færdige måltid at have været involveret i andre led i processen hen mod det færdige måltid. Derfor sætter vi fokus på de led, der kommer før indkøb i supermarkedet f.eks. såning, dyrkning, pasning, fodring osv.

Bevægelsen omkring det nye nordiske køkken har i høj grad sat indsamling af mad fra naturen på maddagsordenen igen. Men dyrkning, sankning og jagt bygger også på en lang tradition i Danmark for landbrug og husmandsbrug, jagt osv. Herudover er der rig tradition for havebrug og dyrkning i både kolonihaver, nyttehaver og i stigende grad også byhaver og skolehaver, hvor man kan praktisere dyrkning til eget brug.

Der mangler dog viden om, hvorvidt danskerne stadig dyrker, avler, sanker og jager til eget forbrug, eller om det er forbeholdt nogle få, som er meget engagerede i råvarer og madlavning. I dette kapitel undersøger vi derfor, hvor mange danskere der selv har fingrene i jorden og dyrker, avler eller samler mad fra naturen. Er egenproduktion til eget forbrug stadig en del af den danske madkultur? Eller kommer vores råvarer og fødevarer kun fra supermarkedet? Til sidst ser vi på, hvad råvareinteresse betyder for, om man dyrker eller ej, og hvad hjemmedyrkede råvarer betyder for oplevelsen af madens smag, kvalitet og tilfredshed med måltidet.

# Mad af egen produktion

**11 %**

**af danskerne bruger hjemmedyrkede råvarer, når de laver aftensmad på en given dag i september.**

**2 %**

**af danskerne bruger hjemmedyrkede råvarer, når de laver aftensmad på en given dag i september.**

### Hver tiende bruger fødevarer fra egen dyrkning i aftensmåltidet

Når vi spørger danskerne til det aftensmåltid, de spiste dagen før, svarer 11 %, at der indgik råvarer, de selv havde dyrket, mens 2 % havde lavet mad som indeholdt råvarer, der var fanget eller sanket i naturen. Til sammenligning viser analyserne i kapitel 2, at der indgår mad købt på madmarked i 6 % af alle måltiderne.

Det er altså stadigvæk rigtig mange danskere, som spiser mad af egen produktion i de daglige måltider. Selvom disse tal ikke siger noget om, hvor stor en andel af måltidet det drejer sig om, peger det på en

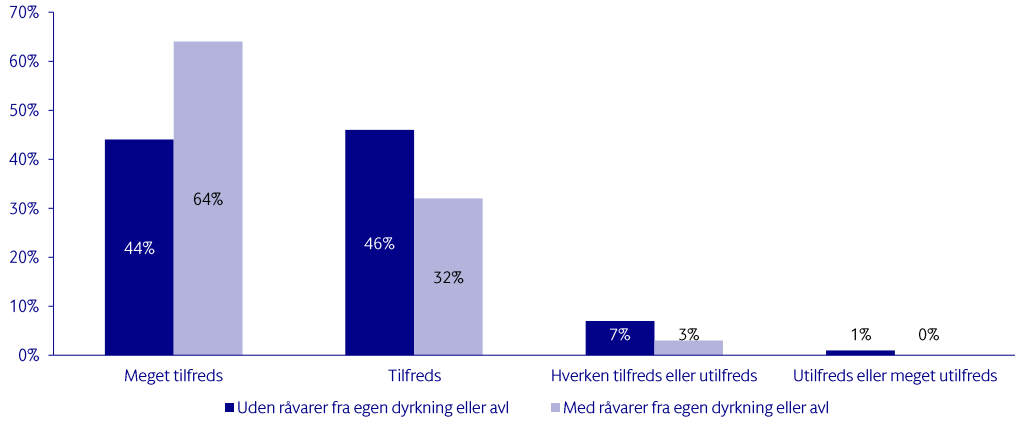
interesse og førstehåndskendskab til råvarer i sin mest uforarbejdede form blandt danskerne, som kan udgøre en referenceramme for at vurdere og diskutere råvarekvalitet, produktionsformer osv.

I det følgende vil vi se nærmere på, hvordan danskernes praksis er omkring dyrkning, avl, sankning og jagt, for at forstå hvad disse tal dækker over, og vi vil se nærmere på, hvem det er, der dyrker denne interesse.

**Hjemmedyrkede råvarer giver madglæde**

Der er en generel større tilfredshed med aftensmåltidet som helhed, hvis hjemmedyrkede råvarer har indgået i aftensmaden, også når vi spørger specifikt til aftensmåltidets råvarekvalitet og smag. Med andre ord ser det ud til, at det selv at producere sine råvarer – udover at det bidrager til maddannelse – også giver øget madglæde.

Figur 52
**Hjemmedyrkede råvarer og tilfredshed med måltidet**
"Hvor tilfreds var du med det aftensmåltid, du spiste i går? Her tænkes både på madens smag, udseende, sundhed og råvarernes kvalitet."

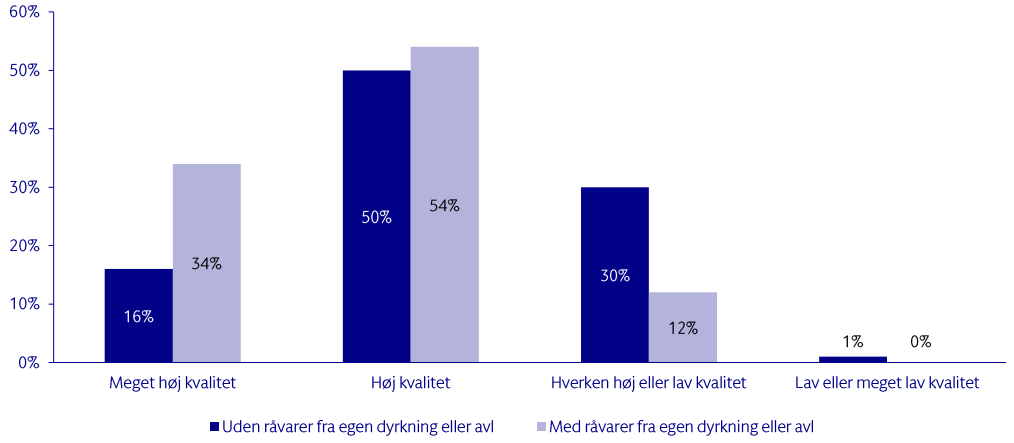



Kilde: Madindeks 2016
Note: Andele beregnet på baggrund af aftensmåltider tilberedt i private hjem.

Generelt vurderer folk med egne hjemmedyrkede råvarer på tallerkenen, at deres aftensmåltids råvarekvalitet er høj. Sammenlignet med folk der ikke spiser råvarer, de selv har produceret, angiver signifikant flere, at råvarekvaliteten var "meget høj". Hver tredje med hjemmedyrkede råvarer på tallerkenen vurderer kvaliteten til at være meget høj. Blandt dem, der ikke spiser nogle selvproducerede fødevarer, er dette knap hver sjette.

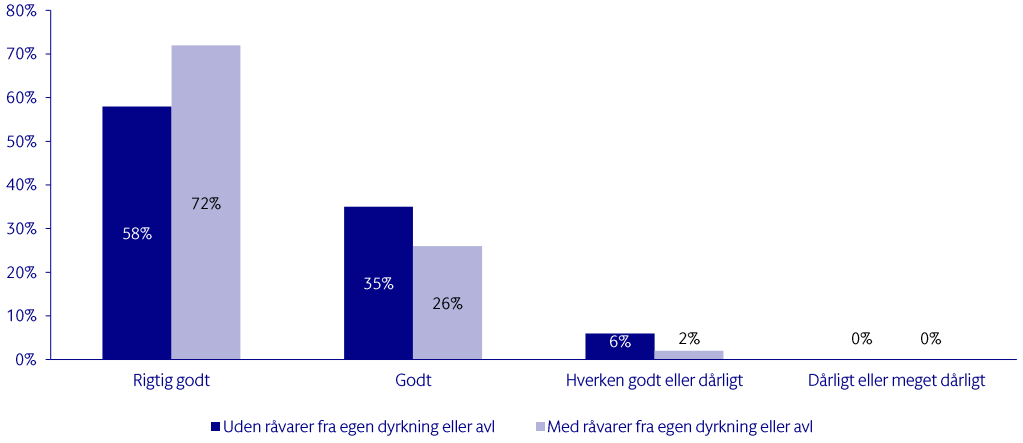
Danskere, der har haft hjemmedyrkede råvarer på tallerkenen, vurderer også smagen af deres aftensmåltid til at være bedre end øvrige. Dette kan skyldes flere ting. En ting er, at hjemmedyrkede råvarer har kortest vej fra jord til bord. Her er ingen transporttid, som råvarerne skal overleve, så de høstes akkurat, når de er modnet. Dette giver ofte råvaren mere smag. En anden faktor, der kan spille ind i vurderingen, er den involvering i råvaren, som de, der spiser den, har. Det, at man har fulgt råvaren fra frø til plante og til høst, kan skabe en relation og bidrage til en særlig værdsættelse af råvaren, som også kan komme til udtryk i oplevelsen af smagen.

Figur 53
**Hjemmedyrkede råvarer og råvarekvalitet**
"Hvordan vil du vurdere kvaliteten af de råvarer, der blev benyttet i det aftensmåltid, du spiste i går?"




Kilde: Madindeks 2016
Note: Andele beregnet på baggrund af aftensmåltider tilberedt i private hjem.

Figur 54
**Hjemmedyrkede råvarer og smag**
"Hvor godt eller dårligt smagte det aftensmåltid, du spiste i går?"




Kilde: Madindeks 2016
Note: Andele beregnet på baggrund af aftensmåltider tilberedt i private hjem

# 36 %

af danskerne har dyrket grøntsager i køkkenhave eller drivhus inden for det seneste år.

Kilde: Madindeks 2016

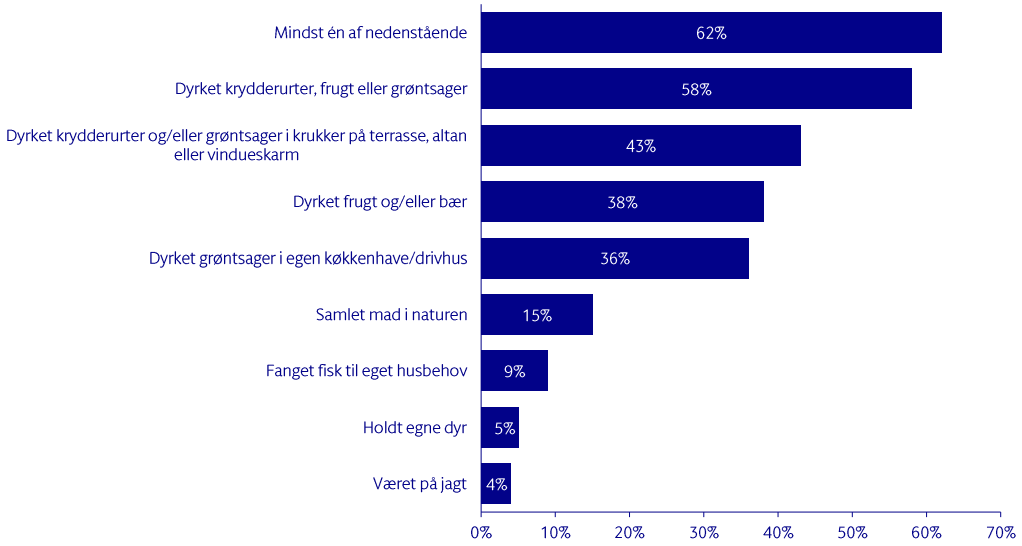
MADINDEKS
MADKULTUREN

### Over en tredjedel af danskerne har dyrket køkkenhave det seneste år

Køkkenhave, dyrkning af frugt og bær og det at producere sine egne friske krydderurter er i høj grad en del af madkulturen i Danmark. Mere end hver anden dansker har i en eller anden grad haft fingrene i jorden og produceret råvarer til eget forbrug – det dækker alt fra en rosmarinplante i vinduet, et æbletræ i haven eller en hel mark med hjemmedyrkede kartofler. 58 % af danskerne har inden for det seneste år dyrket enten grøntsager, frugt, bær eller krydderurter på den ene eller anden måde.

Flest (43 %) har dyrket i krukker på terrasse eller i vindueskarme. Det skyldes sandsynligvis, at de fleste har mulighed for at dyrke på denne måde, hvorimod det ikke er alle, der har mulighed for at have en køkkenhave. Det er dog stadig hver tredje dansker, der har dyrket grøntsager i egen køkkenhave eller drivhus inden for det seneste år – en dyrkningsform som lægger op til at dække en lidt større del af husstandens forbrug.

Figur 55
Dyrkning, avl, sankning og jagt
"Har du inden for det seneste år gjort nogle af følgende ting?"




Kilde: Madindeks 2016.

### Danskerne producerer i mindre grad kød til eget forbrug

Det ser anderledes ud med avl af dyr. Kødet spiller en stor rolle i danskernes madvaner. Madindeks 2015 viste blandt andet, at der indgik kød som hovedbestanddel i 41 % af måltiderne, og i 8 % af måltiderne indgik fisk som hovedbestanddel af måltidet. En analyse gennemført af Landbrug & Fødevarer viser yderligere, at 51 % af danskerne vælger kødet, før de vælger tilbehøret til aftensmaden[28].

[28] Landbrug & Fødevarer (2016). Makrotrends blandt danskerne anno 2016.

# 14%

**af danskerne har enten holdt egne dyr, været på jagt eller fanget fisk til husbehov inden for det seneste år.**

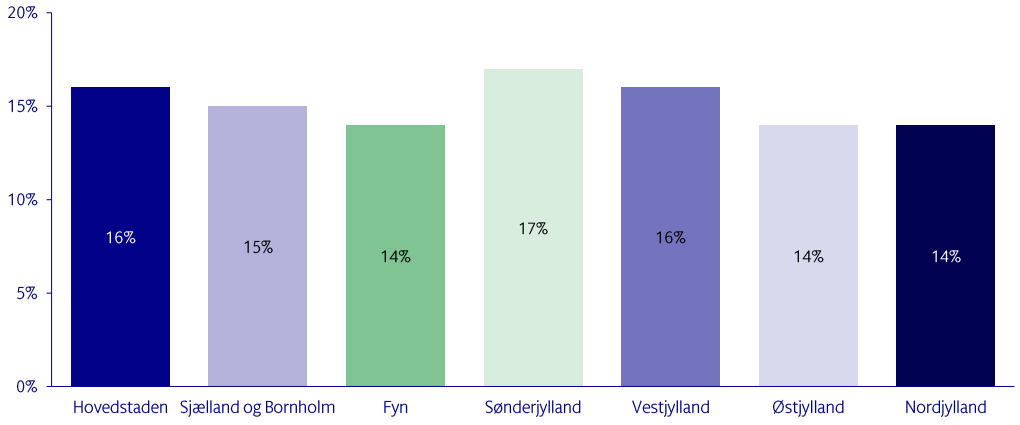
På trods af danskernes stærke forhold til kød viser tallene i denne undersøgelse, at danskerne i mindre grad har et direkte forhold til de dyr, de spiser. Hver syvende dansker har det seneste år deltaget i aktiviteter, der bidrager med kød til deres husholdning som f.eks. at avle og holde egne dyr eller fange og jage dem i naturen. At holde egne dyr er en mere krævende og udfordrende måde at producere egne fødevarer på end f.eks. at have gulerødder i haven. Både tidsmæssigt og økonomisk skal der investeres mere i at skaffe sit eget kød eller egne fisk. Disse tal er med til at tegne et generelt billede af, at der er langt fra jord til bord, når det gælder kød og fisk. De færreste har haft direkte kontakt med det dyr, de spiser.

**Der samles mad i naturen i hele Danmark**

At samle mad i naturen er noget, der sker i hele Danmark. Der er ikke væsentlige forskelle, alt efter hvor i landet man bor, og om man bor på landet eller i byen.

For nogle er det en tradition, at man går i skoven og samler svampe om efteråret. For andre er det sommerens hindbær- og brombærkrat, der trækker. Med det nye nordiske køkken er der sat ekstra fokus på de mange andre former for grøntsager, urter, frugt og bær, som den danske natur byder på. Samtidig har det også vist, at der er mulighed for at samle mad i naturen – også tæt på og endda i byer, parker osv. Det er således interessant, at det at samle mad i naturen ikke er begrænset af hverken urbanitet eller geografiske forskelle.

Figur 56
Sankning i Danmark
"Har du inden for det seneste år samlet mad i naturen f.eks. svampe eller vilde bær?"




Kilde: Madindeks 2016

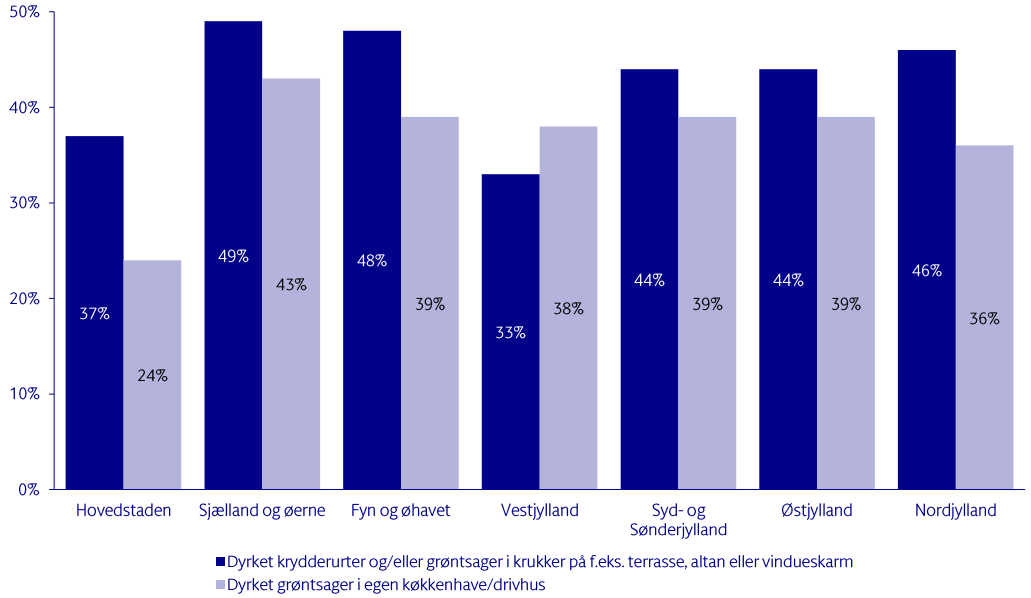
# Hvem skaffer selv råvarer fra naturen og egenproduktion?

Her undersøger vi, om der er forskel på, hvem der dyrker, sanker eller lignende i forhold til landsdel, køn, indkomst, alder, og om der er børn i husstanden, for at undersøge nærmere om denne aktivitet er begrænset til en bestemt gruppe i befolkningen, eller som er et bredere fænomen.

### Grøntsagsdyrkning er populært i hele landet

Der ser ikke ud til at være meget store forskelle på, hvor i Danmark man dyrker grøntsager og krydderurter til eget brug. Hovedstaden scorer lavere end de øvrige landsdele, hvilket giver god mening, da mange byboere har begrænset adgang til dykningsarealer. Landbefolkningen på Sjælland og øerne er topscorere og fører altså i højst grad traditionen videre. Det er interessant, at områder af Danmark som ligger i den tunge ende, når vi taler om ulighed i sundhed, her udviser interesse og engagement i dyrkning af sunde råvarer som grøntsager.

Figur 57
Dyrkning
Andele der inden for det seneste år har dyrket i køkkenhave eller vindueskarm.



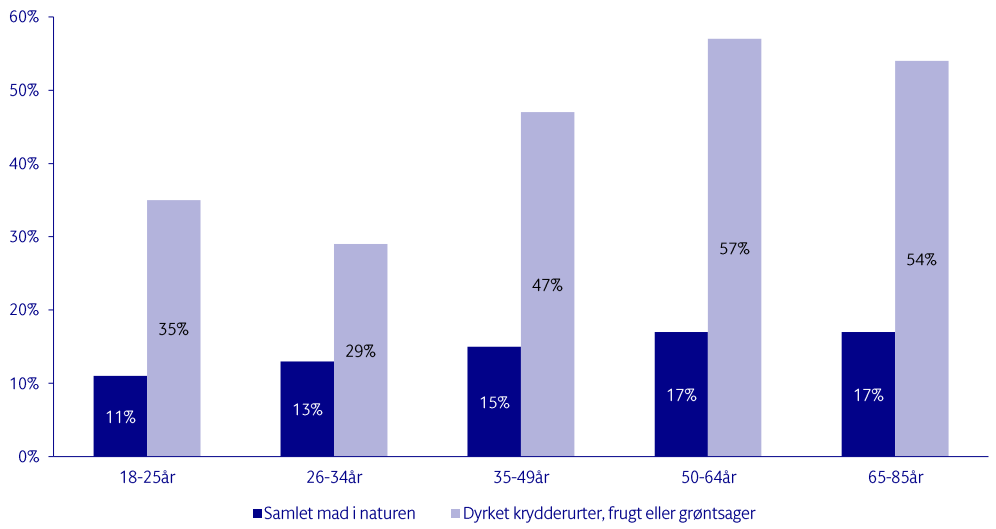

Kilde: Madindeks 2016

### Ældre dyrker og sanker mere

De ældre generationer dyrker i højere grad deres egen frugt og grønt. De er også mere tilbøjelige til at samle mad i naturen. De allerflittigste til at dyrke og sanke er de 50-64-årige, hvilket måske kan skyldes, at de har bedre mulighed for at prioritere tid til at dyrke mv. Samtidig kræver det både tid og kompetencer at anvende de hjemmedyrkede råvarer, rense fisk og slagte dyr. I Kvalitetsindeks 2015 så vi, at denne

aldersgruppe i højere grad end øvrige generationer havde madlavningsfærdigheder, så de vil måske i højere grad være på hjemmebane i forhold til at anvende råvarerne, mens denne facet af maddannelsen hos yngre generationer er lidt mere udfordrende. Samtidig har den midaldrende generation måske mere tradition for disse aktiviteter end andre.

Figur 58
**Dyrkning, mad fra naturen og alder**
Andele af danskere der har samlet mad i naturen eller dyrket selv.




Kilde: Madindeks 2016

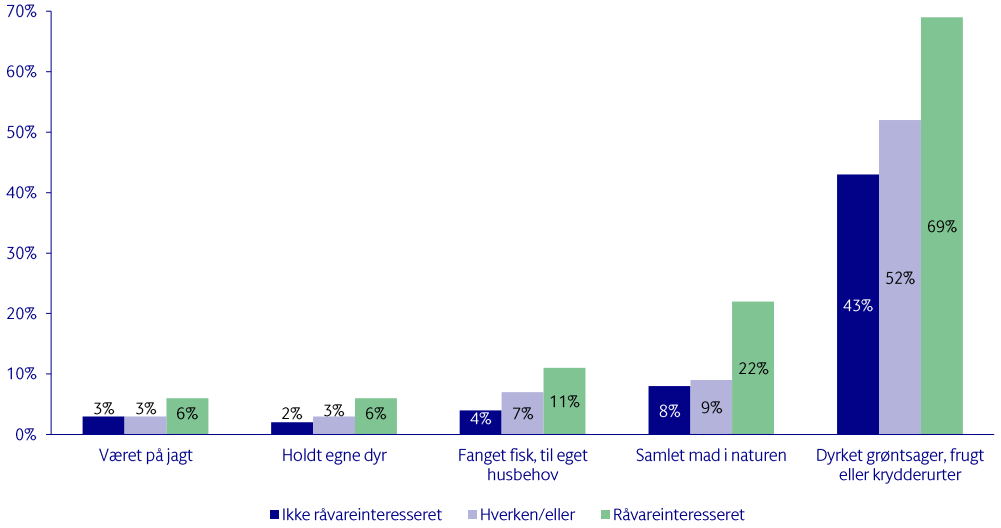
**Folk med højere indkomst dyrker i højere grad**

Forskellene mellem hvem der dyrker frugt og grønt, viser sig i stedet blandt andet i forhold til husstandsindkomst. Jo højere husstandsindkomst, jo mere er man tilbøjelig til at dyrke grøntsager, frugt og friske krydderurter. Vi ser, at 67 % af dem med en husstandsindkomst på over 600.000 kr. årligt har dyrket grøntsager, frugt eller krydderurter i køkkenhave, krukke eller vindueskarm. Blandt dem med en husstandsindkomst på under 300.000 kr. årligt er det kun 49 %. Det kan også hænge sammen med, at dem med højere indkomst har større sandsynlighed for at bo i hus med have. Indkomst er til gengæld ikke noget, der har betydning for, om man sanker, fisker eller går på jagt, som der er en tendens til især er populært på Fyn (fiskeri, tal ikke vist) og i Syd- og Sønderjylland (jagt, tal ikke vist).

Man kunne forestille sig, at dem, der havde en lavere indkomst, i højere grad selv ville dyrke deres grøntsager for at spare penge. I USA er der en bevægelse som adresserer det, de kalder "food justice", altså fødevareretfærdighed, som netop involverer udsatte målgrupper i at dyrke grøntsager for at få adgang til sund og billig mad. Også i Danmark er der enkelte initiativer, som arbejder ud fra dette perspektiv. Tallene tyder dog på, at det ikke er den brede befolknings motivation at spare penge ved at dyrke selv, men at folk der dyrker deres egne råvarer i stedet samtidig dyrker deres fritidsinteresse. Det skal vi se lidt nærmere på nu.

**Råvareinteresse hænger sammen med dyrkning og sankning**

Figur 59
Dyrkning, mad fra naturen og råvareinteresse,
"Har du inden for det seneste år gjort nogle af følgende ting?"




Kilde: Madindeks 2016.

De danskere der i højere grad er interesserede i at vide, hvor deres råvarer kommer fra – her kaldet 'råvareinteresserede' forbrugere – er i højere grad involveret i aktiviteter, der har med selvforsyning at gøre. Det samme gælder madambassadørerne, som gerne anbefaler mad, spisesteder, produktionsformer mv. til andre (tal ikke vist). Knap tre ud af fire af de råvareinteresserede enten dyrker, sanker, fanger fisk eller holder egne dyr. Blandt de uinteresserede er det under halvdelen.

Tendensen kan skyldes, at råvareinteresserede begynder at producere sine egne grøntsager eller lignende pga. deres interesse, og at andre på grund af deres egen produktion af råvarer begynder at gå op i, hvor andre råvarer kommer fra. Der kan dermed forventes at være en gensidig forstærkende sammenhæng mellem interesse og praksis. I Madindeks 2015 så vi en sammenhæng mellem interesse i mad og deltagelse i madlavning – især blandt mænd. I nærværende analyse ser vi, at der også er en sammenhæng mellem, om man interesserer sig for madlavning, og om man dyrker, sanker, avler eller jager, idet 70 % af de madlavningsinteresserede i løbet af de sidste år har været ude i naturen og enten dyrke, sanke eller jage råvarer.

Det er dog også tankevækkende, at der blandt dem, der ikke er interesserede i råvarer, er mange der selv dyrker, sanker osv. Især når man kigger på anskaffelsen af kød gennem jagt, fisketure og egen avl, ses der ikke en direkte sammenhæng mellem at skaffe kød på bordet og interessere sig for madlavning. Her er der altså andre mekanismer på spil. Disse danskere er måske drevet af interesse for selve det at holde dyr, fiske, gå på jagt og dyrke jorden, mens det produkt, der kommer ud af det, er mere sekundært. Tradition, ønsket om selvforsyning, mulighed for at få billige råvarer eller slet og ret af glæden ved at færdes i naturen kan være andre mulige forklaringer.

**Madambassadører dyrker i højere grad**

Madambassadørerne har i langt højere grad fingrene i jorden, når det kommer til dyrkning. Madambassadørerne er dem, som i højere grad snakker om mad og anbefaler andre forskellige typer mad, produkter og tilberedningsformer (se kapitel 1). Når vi ser på denne gruppe, er det tre ud af fire (75 %), der inden for den seneste år enten har dyrket grøntsager, frugt eller krydderurter. Blandt dem, som ikke er madambassadører, er det tilsvarende kun ca. hver anden (55 %), der har dyrket inden for det seneste år. Hvad der motiverer engagement i dyrkningsaktiviteter, skal vi nu se lidt nærmere på.

**75 %**

**af madambassadørerne har inden for det seneste år dyrket, grøntsager, frugt eller krydderurter (i vindueskarm, køkkenhave eller lignende).**

**55 %**

**af dem, der ikke er madambassadører, har inden for det seneste år dyrket grøntsager, frugt eller krydderurter (i vindueskarm, køkkenhave eller lignende).**

# Det er lysten, der driver dyrkningen

**Børnefamilier: dyrkning er sjovt, giver os gode fødevarer og er lærerigt**

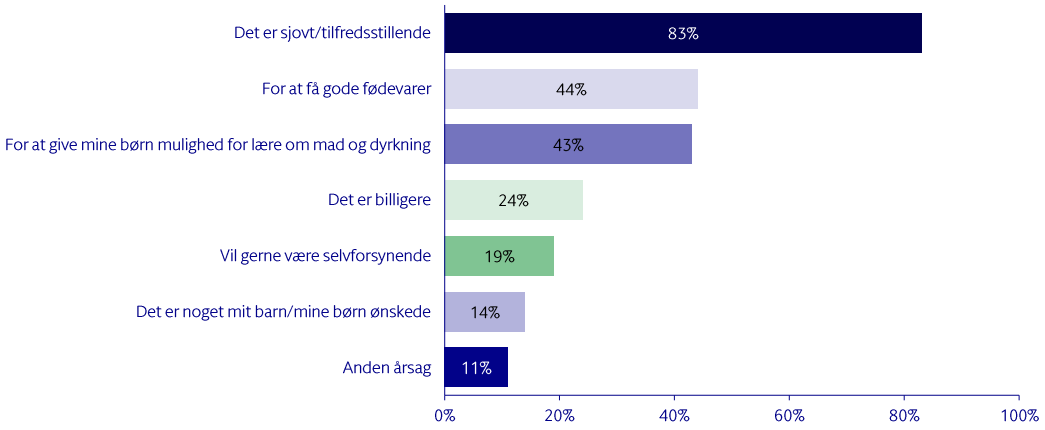
I Madindeks 2014 undersøgte vi, om familier med børn i skolealderen dyrkede egne råvarer. Det gjorde 55 % af dem (tal ikke vist her), hvilket bekræfter dette års resultat, der dog dækker hele befolkningen og ikke kun børnefamilier.

Når vi spurgte nærmere ind til, hvorfor de dyrkede råvarer, svarede 83 %, at de fandt det sjovt og tilfredsstillende. Dette bekræfter, at dyrkning i høj grad er en fritidsinteresse. Der er dog også andre vigtige grunde for børnefamilierne, som både fremhæver, at det er en mulighed for at få gode fødevarer (44 %), og 24 % opfatter det i tillæg til dette, at det giver adgang til billigere fødevarer. Så selvom interesse er dominerende, er økonomi ikke uvæsentligt.

I forhold til maddannelsen er det interessant, at 43 % af forældrene til børn i skolealderen, og som dyrker grøntsager, angiver som begrundelse, at det giver mulighed for at lære børnene om mad og dyrkning. Helt overordnet er involvering det bedste fundament for at skabe forståelse. Det viser f.eks. en evaluering af et skolehaveprojekt, som er gennemført af forskere fra Aarhus Universitet, hvor det konkluderes, at "der er evidens for, at undervisning med inddragelse af naturoplevelser, naturformidling, havearbejde og madlavning kan være med til at forbedre børns sundhedstilstand både mentalt og fysisk, forbedre deres sociale liv, [og] give dem faglig viden og forståelse for sammenhænge mellem naturen og mennesket"[29].

[29] Wistoft, K., Otte, C. R., Stovgaard, M., & Breiting, S. (2011). Haver til Maver. Et studie af engagement, skolehaver og naturformidling. Institut for Uddannelse og Pædagogik, Aarhus Universitet.

Figur 60
**Børnefamiliers motivation for at dyrke råvarer**
"Hvorfor dyrker du/I selv råvarer?" Andele af familier med børn i skolealderen




Kilde: Madindeks 2014

# Opsamling

Der er et flertal af danskerne, der er glade for at dyrke deres egne råvarer – både i det små med grønt i vindueskarmen og i større stil med grøntsager og frugt i haven. Mere end hver tredje (36 %) har inden for det seneste år dyrket egen køkkenhave, og to ud af fem (43 %) har dyrket grøntsager eller krydderurter i krukker, vindueskarme eller på terrasser. Danskerne skaffer i mindre grad selv kød på bordet. Kun 14 % har inden for det seneste år enten jaget, fanget fisk eller holdt dyr til husbehov.

På Sjælland og øerne spises der i højere grad hjemmedyrkede råvarer end i det øvrige Danmark. Derudover ses det, at det især er ældre og folk med høj husstandsindkomst, der dyrker deres egne råvarer. Det er dog også disse grupper, der oftest bor i hus og derved i højere grad har adgang til have og et sted at dyrke.

Undersøgelsen viser desuden, at interessen for, hvor ens råvarer kommer fra, hænger sammen med, hvorvidt man dyrker og sanker selv. Det viste sig, at de hjemmedyrkede råvarer gav danskerne en større tilfredshed med både smag, råvarekvalitet og måltidet som helhed.

# Kapitel 7
# - Mad i sæson

I dette kapitel undersøger vi danskernes forhold til råvarer ved at sætte fokus på mad i sæson. At undersøge om og hvordan danskerne spiser i sæson, er interessant i lyset af, at mange der arbejder med mad og måltider, inklusiv Madkulturen, opfordrer forbrugerne til at spise råvarer i sæson. Argumentet for at spise efter sæsonen er mange som f.eks. større kulinarisk kvalitet, miljøhensyn, større variation, billigere varer, friskere råvarer mv. At spise råvarer i sæson er især kommet på dagsordenen i de professionelle køkkener, hvor der kan være store summer at spare, ved at købe råvarer når de er i overflod, og prisen ofte er lavere[30].

I dette kapitel ser vi nærmere på om, og hvordan sæson praktiseres i de private danske køkkener. Vi undersøger, om danskerne selv mener, at deres aftensmåltider afspejler sæsonens råvarer. Vi undersøger, hvilke af de råvarer, danskerne spiser, som de mener er kendetegnende for efterårssæsonen. Og så ser vi nærmere på den mad og måltidspraksisser, der understøtter det at spise råvarer i sæson.

## Sæson – hvad er det?

Engang var det at spise råvarer i sæson ikke så meget en kulinarisk motiveret praksis, som det var en nødvendighed. Tilgængeligheden af råvarer i sæsonerne og hensyn til dyrkning og avl satte begrænsninger på udbuddet af varer. Hvornår skulle grisen slagtes for at undgå det dyre vinterfoder? Hvornår skulle kartoflerne og kålen op ad jorden for at undgå frostskader? Det var disse dyrkningspraksisser, der i høj grad afgjorde, hvornår råvarerne kom på bordet.

Men danskernes fødevareforsyning har ændret sig radikalt siden husmandskulturens tid. Med de mange forandringer er det blevet mere vanskeligt at aflæse sæsonernes skifte, i den mad danskerne spiser. Det er derfor blevet mere uklart, hvad der menes, når man taler om at spise råvarer i sæson.

### Mange råvarer er tilgængelige året rundt

Som udgangspunkt er det enkelt at spørge ind til, hvornår noget er i sæson. Det vigtige er at finde ud af, hvad der kan høstets nu og her, og hvad naturen byder på i form af råvarer, der kan fanges eller samles lige nu. Men vores fødevaresystem er langt fra indrettet på denne måde. De fleste danskere køber det meste af

---

[30] Se f.eks. Kloge Fødevareindkøb: http://xn--klogefdevareindkb-50bk.dk/vaerktoejskasse/lav-udbudsmateriale/saesonvejledning/.

Københavns Madhus: http://kbhmadhus.dk/media/953404/%C3%A5rets%20gang%20i%20det%20%C3%B8kologiske%20k%C3%B8kken.pdf.

deres mad i detailhandlen, og supermarkederne er i høj grad karakteriseret ved ensartethed og stabilitet for derved at kunne tilbyde forbrugeren det sammen det meste af året.

Men fødevareproduktionen har netop udviklet sig i retningen af at udvide tilgængeligheden af råvarer, så (næsten) alt er tilgængeligt (næsten) hvor som helst. Sæsonen på friland kan forlænges med drivhuse, og drivhussæsonen kan forlænges med kunstig opvarmning og belysning.

Et effektivt transportsystem og opbevaringsteknologiens udvikling har også givet adgang til import af fødevarer. Solen skinner altid et sted på kloden, og det giver mulighed for produktion af f.eks. tomater – så hvornår er det tomatsæson? Prisen på råvarer er ellers i nogen grad afhængig af sæsonen, fordi et stort udbud i sæsonen presser prisen ned. Den globale arbejdsdeling og forskelle i arbejdsvilkår gør dog, at pris er blevet en vanskelig indikator for sæson.

Endelig er der et kulturarvsperspektiv, som handler om at videreføre traditioner omkring højtidsmad og sæsonbetonede retter. Flæskesteg til jul, lam til påske og and mortensaften. Fødevaresystemet har dog for længst gjort råvarerne tilgængelige året rundt eller decideret vanskeliggjort den store efterspørgsel ved højtiderne. F.eks. er leverandører af fersk andekød udfordrede, fordi de allerfleste danskere næsten kun spiser and mortensaften, og det kan være svært at levere til en efterspørgsel, der er så koncentreret om et enkelt tidspunkt[31].

Man kan sige, at sæson i et eller andet omfang altid har handlet om tilgænglighed, og at det moderne fødevaresystem på den måde har opløst sæsoner. Dermed er begreber som lokal mad med sit fokus på mad produceret "her og nu", det, der kommer tættest på en opfattelse af sæson i traditionel forstand, ved netop at skabe et fødevarenetværk baseret på nærhed.

**Sæson som årstidens retter og årstidens råvarer**

Når vi i denne undersøgelse ser på danskernes opfattelse af sæson, er udfordringen, at der ikke er udviklet nogle objektive kriterier til at vurdere, om danskerne spiser råvarer i sæson eller ej. For at vende tilbage til tomaten, så kan en tomat, der blev spist i september, både være dyrket i et drivhus i baghaven eller i et land langt væk. Hvis den er dansk, er den ofte dyrket i drivhus og ikke på friland.

Derfor har vi bedt de deltagenede i undersøgelsen om selv at tage stilling til det aftensmåltid, som de har spist dagen før, med hensyn til sæson. Vi undersøger, om den ret, de fik til aftensmad dagen før, er noget, de ville servere året rundt, eller om det hører til den aktuelle sæson. Desuden undersøger vi, om de selv mener, at de råvarer, der indgik i aftensmåltidet dagen før, afspejler sæsonens råvarer, og i det tilfælde hvilke råvarer de ser som sæsonråvarer.

På den måde får vi et øjebliksbillede, som afspejler madvaner ift. at spise i sæson i Danmark anno 2016, og som er forankret i en bred befolknings dagligdag. Det er altså ikke et billede, som nødvendigvis matcher en kulinarisk orienteret sæsonkalender, der udpeger årstidens unikke råvarer, eller en klimabaseret sæsonkalender som kun medtager de råvarer, der er dyrket lokalt og på friland og dermed minimerer klimabelastningen.

[31] Bredden i sæson afspejles også i flere sæsonkalendere, som professionelle aktører som f.eks. aarstiderne.com (https://www.aarstiderne.com/Opskrifter/Saesonskema), Sæson for god smag (http://www.saeson-web.dk/frugt-groent/) og Kloge Fødevareindkøbs sæsonlister afspejler.

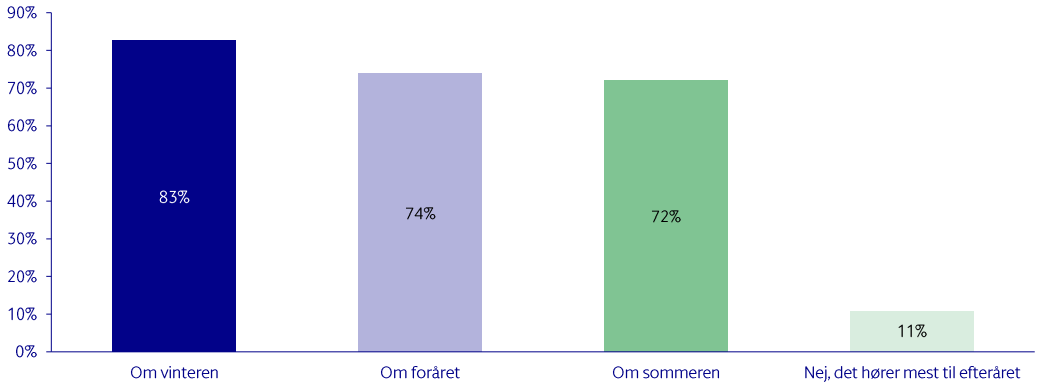
# Få danskere spiser årstidsspecifikke retter

Når danskerne sætter sig ved aftensbordet, er det ikke sæsonspecifikke retter, der oftest står på bordet. Kun 11 % svarer, at den ret, de spiste dagen før, er noget, der kun hører efteråret til, og som de ikke vil servere på andre årstider. Over 80 % ville servere den samme ret om vinteren, og omkring en tredjedel ville også servere retten om foråret eller om sommeren.

Det viser sig, at hele 66 % af danskerne mener, at den ret, de fik til aftensmad dagen før, kan serveres året rundt. Yderligere 13 % mener, at den kan serveres i tre ud af fire sæsoner. Det betyder, at en tredjedel af alle de retter, der spises til aftensmad i Danmark, ikke tilhører en specifik sæson, men er noget vi spiser året rundt.

Det er altså sigende for vores madkultur, at årstidsvariation er stærkt begrænset i de danske aftensmåltider. Analysen her understreger derved, at selvom vi i Danmark har stærke madtraditioner ift. til højtider såsom jul, nytårsaften og påske, er der ikke så stærke traditioner, ift. at spise retter der følger årstidernes skifte.

Figur 61
**Aftensmaden og årstiderne**
"Kunne du forestille dig at servere/spise det aftensmåltid, du spiste i går..."




Kilde: Madindeks 2016

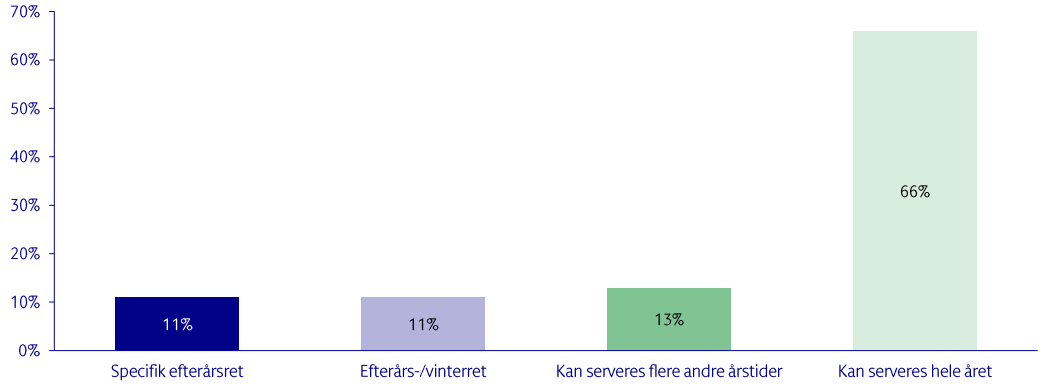
# 66 %

af danskerne spiser et aftensmåltid, de mener, kan serveres året rundt

Kilde: Madindeks 2016

MADINDEKS
MADKULTUREN

Figur 62
**Årstidsspecifikke retter**
Andele af aftensmåltider danskerne vil servere flere årstider.




Kilde: Madindeks 2016

# Et ud af fem aftensmåltider afspejler i høj grad efterårssæsonens råvarer

Danskernes aftensmåltider afspejler i begrænset omfang sæsonens råvarer. Når vi spørger danskerne, om de selv mener, at det, de spiste til aftensmad dagen før, afspejler sæsonens råvarer, er det kun 18 %, der siger i høj grad eller meget høj grad. 55 % siger, at deres aftensmåltid slet ikke eller i lav grad afspejler sæsonens råvarer.

Det behøver ikke betyde, at danskerne slet ikke spiser det, der er i sæson, men grundet den store tilgængelighed af meget frugt og grønt året rundt samt det store udvalg af frosne råvarer, kan det være svært at afgøre, om de råvarer, man benytter, afspejler netop den sæson, man befinder sig i.

**55 %**
**synes slet ikke eller i lav grad, at deres aftensmåltid afspejler sæsonens råvarer.**

**27 %**
**synes i nogen grad, at deres aftensmåltid afspejler sæsonens råvarer.**

**18 %**
**synes i høj eller meget høj grad, at deres aftensmåltid afspejler sæsonens råvarer.**

Man skal selvfølgelig se svarene i lyset af, at undersøgelsen er gennemført i uge 38-39, som er slutningen af september. På dette tidspunkt er udvalget af danske råvarer i sæson stort. Her er f.eks. en lang række grøntsager tilgængelige, som også er tilgængelige henover sommeren (f.eks. salat, tomater og gulerødder) og henover vinteren (f.eks. mange former for kål og porrer). Selvom danskerne spiser f.eks. grøntsager, som er i sæson her og nu, så opfatter de det ikke nødvendigvis som værende specifikt for den aktuelle sæson, da disse råvarer også kan være tilgængelige i andre sæsoner. Den pointe understøttes af analysen i det følgende om, hvilke råvarer fra aftensmaden danskernes synes er kendetegnende for sæsonen.

# Danskernes opfattelse af efterårets råvarer

De respondenter, der gav udtryk for, at deres aftensmåltid i et eller andet omfang afspejlede sæsonen, blev bedt om at skrive op til tre råvarer fra deres måltid, som især er kendetegnende for sæsonens råvarer. Tilsammen har respondenterne skrevet 1897 udsagn om råvarer, som kendetegner sæsonen i september. Disse udsagn har vi analyseret nærmere. Udsagnene er blevet sorteret og kodet manuelt med fokus på råvaren, sådan at enkelte udsagn, der beskriver en ret, er oversat til den relevante råvare. F.eks. er agurkesalat kodet som agurk. Udsagnene har vi optalt for at danne overblik over de mest hyppigt nævnte råvarer. De er herudover grupperet for at få indblik i f.eks. kål eller rodfrugter samlet.

Disse råvarebeskrivelser tager således udgangspunkt i det, respondenterne faktisk har spist. De er et udtryk for, hvordan danskerne praktiserer at spise i sæson snarere end en "ikonisk" sæsonbeskrivelse.

### Danskerne forbinder grøntsager med det sæsonbestemte

Når vi kigger på, hvilke råvarer danskerne fremhæver som værende i sæson i det konkrete måltid, er det i høj grad grøntsager, der bliver nævnt fremfor kød og fisk. Kød, fisk og "andet" udgør 10-15 % af de råvarer, de nævner, når vi beder dem om at beskrive, hvilke sæsonbestemte råvarer, der i det måltid, som de spiste dagen før. Til sammenligning er 85-90 % grøntsager. Derfor er kød ikke medtaget i den efterfølgende analyse.

At danskerne først og fremmest forbinder grøntsager med sæson er ikke så overraskende. Det er på mange måder et resultat af de forandringer i fødevaresystemet, beskrevet indledningsvis, som gør, at f.eks. sæsonen for forskellige slags kød næsten er udvisket, og som kun opretholdes af kulturelle traditioner som f.eks. lam til påske, and til mortensaften og flæskesteg til jul.

### Kartofler og gulerødder tegner efterårssæsonens råvarer

Kartofler og gulerødder nævnes hyppigst af danskerne som særligt kendetegnende for sæsonen i september. Det afspejler dels, at der bliver spist mange kartofler og gulerødder, men også – som flere nævner – at de måske nok er tilgængelige året rundt, men at de ikke af den grund betragtes som irrelevante for efterårssæsonen. Selvom de måske ikke er kulinariske ikoner for efteråret pga. muligheden for opbevaring, er de stadig særligt kendetegnende for sæsonen i efteråret.

Ser vi på de øvrige grøntsager på listen, tegner der sig et billede af et overlap mellem den sene sommersæson med tomater, salat, blomkål og broccoli, og efterårsgrøntsager som forskellige slags bladkål, porre, æble og rodfrugter. Det er altså de mest populære ingredienser, som danskerne fremhæver, når de skal udpege sæsonbetonede grøntsager, i de måltider, de i et eller andet omgang mener afspejler den aktuelle sæson. Historien melder ikke noget om, hvorvidt disse grøntsager var dyrket på friland i Danmark, og stort set alle disse råvarer er også tilgængelige året rundt i detailhandlen. Men i det store hele kan disse grøntsager siges at afspejle sæsonen, om end de ikke matcher de lister for sæsonernes kulinariske ikoner, man kan finde i diverse kogebøger.

Tabel 5
**Top 20 over danskernes brug af sæsonråvarer i september**
"Hvilke råvarer eller ingredienser i den aftensmad du spiste i går, mener du, er særligt kendetegnende for den nuværende sæson? Nævn op til tre forskellige råvarer/ingredienser."

| | Råvarer i de måltider som afspejler sæson | Antal udsagn | Procent af alle udsagn |
|---|---|---|---|
| 1. | Kartofler | 262 | 14 % |
| 2. | Gulerødder | 202 | 11% |
| 3. | Kål<br>(heraf 44 uspec., 39 spiskål, 33 hvidkål, 11 grønkål, 10 rosenkål, 2 savoykål) | 140 | 7% |
| 4. | Porrer | 98 | 5% |
| 5. | Tomater | 97 | 5% |
| 6. | Løg | 71 | 4% |
| 7. | Salat | 66 | 3% |
| 8. | Æble | 66 | 3% |
| 9. | Blomkål | 66 | 3% |
| 10. | Rodfrugter<br>(heraf 40 uspec., 38 selleri, 16 pastinak, 7 persillerod, 4 jordskokker) | 65 | 3% |
| 11. | Rødbeder | 55 | 3% |
| 12. | Agurk | 43 | 2% |
| 13. | Squash | 36 | 2% |
| 14. | Svampe<br>(heraf 17 uspec., 12 champignon, 4 kantarel) | 33 | 2% |
| 15. | Broccoli | 31 | 2% |
| 16. | Bønner | 31 | 2% |
| 17. | Peberfrugt | 27 | 1% |
| 18. | Grøntsager uspec. | 22 | 1% |
| 19. | Ærter | 21 | 1% |
| 20. | Majs | 17 | 1% |
| Top 20 i alt | | 1449 | 76 % |

**Sæson: det der kan høstes nu og her**

En del respondenter har knyttet ekstra beskrivende ord til de råvarer og ingredienser, de nævner som værende i sæson. Disse beskrivende ord giver et indblik i, hvordan respondenterne differentierer råvarer, som ikke nødvendigvis hører entydigt til efteråret, men som er tilgængelige året rundt på grund af f.eks. import og/eller lang opbevaringstid.

Mange af respondenterne lægger i beskrivelserne vægt på, at råvarerne er af egen avl enten fra drivhuset eller fra haven. At råvarerne er friske, nyhøstede eller nyopgravede knyttes også ofte på som ekstra beskrivelse af sæsonråvarerne. En respondent skriver f.eks. "Kartofler og grøntsager som alle blev høstet i haven i går". En anden nævner f.eks. squash, som en sæsonråvarer i retten, men skriver forklarende: "Squash er en sommergrøntsag, men (jeg har) stadig tilbage efter sommeren". Her er det afgørende, at squashen er tilgængelig lokalt, fordi vejret har tilladt stadig at høste squash ind i september. Hvis noget kan høstes lige nu og her, understreger det altså, at råvarerne hører til sæsonen.

At så mange nævner det hjemmedyrkede, skal ses i lyset af, at næsten to tredjedele af danskerne har køkkenhave eller dyrker grønt på terrasse eller altanen, sådan som kapitel 6 i denne undersøgelse viser.

Få nævner kød som kendetegnende for sæson, og kun ganske få nævner forskellige former for vildt som rådyr, edderfugle og lignende. En enkelt skriver "Kronvildt skudt i jagtsæsonen i år" og har altså inkluderet det samme element af "friskhed", som vi ser for grøntsagerne.

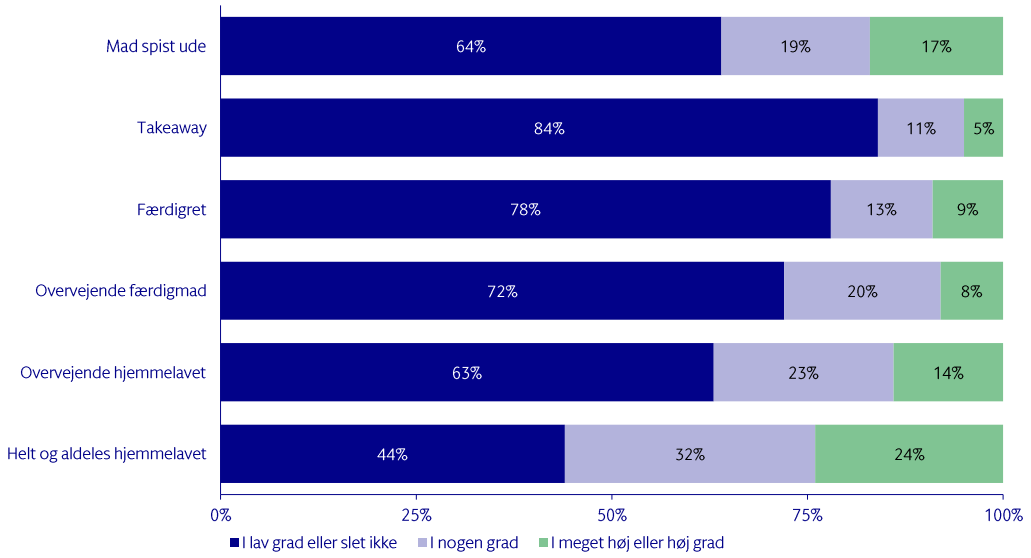
# Hvilken mad afspejler især sæsonens råvarer?

### Hjemmelavet mad tager mere højde for sæsonens råvarer

Hjemmelavede måltider afspejler i højere grad sæsonens råvarer end måltider, hvor der er brugt færdigprodukter, eller som er købt som færdigmad. Her er folk nødt til at tage stilling til de råvarer, de ønsker at bruge, og det gør, at der naturligt vil være et større fokus på, hvilke råvarer der er tilgængelige. Dog er det stadig en stor gruppe på 44 %, der har fået hjemmelavet mad, der mener, at maden kun i lav grad eller slet ikke afspejlede årstidens råvarer.

Blandt andelen, der angiver at have spist ude f.eks. på en restaurant, er der 17 % der svarer, at aftensmåltidet i høj eller meget høj grad afspejlede sæsonens råvarer. Det tyder på, at mad med råvarer i sæson er noget, som restauranter i høj grad profilerer sig på. Det kan være interessant at følge denne udvikling over tid, da det nye nordiske køkken har inspireret gastronomien til i høj grad at sætte fokus på, at maden skal laves på baggrund af de tilgængelig danske eller nordiske råvarer i sæsonen.

Figur 63
Råvarer i sæson og måltidets tilberedningsprofil
"I hvor høj grad synes du, at det aftensmåltid, du spiste i går, afspejler sæsonens råvarer?"




Kilde: Madindeks 2016

### Moderne og traditionel dansk mad afspejler i højere grad sæson

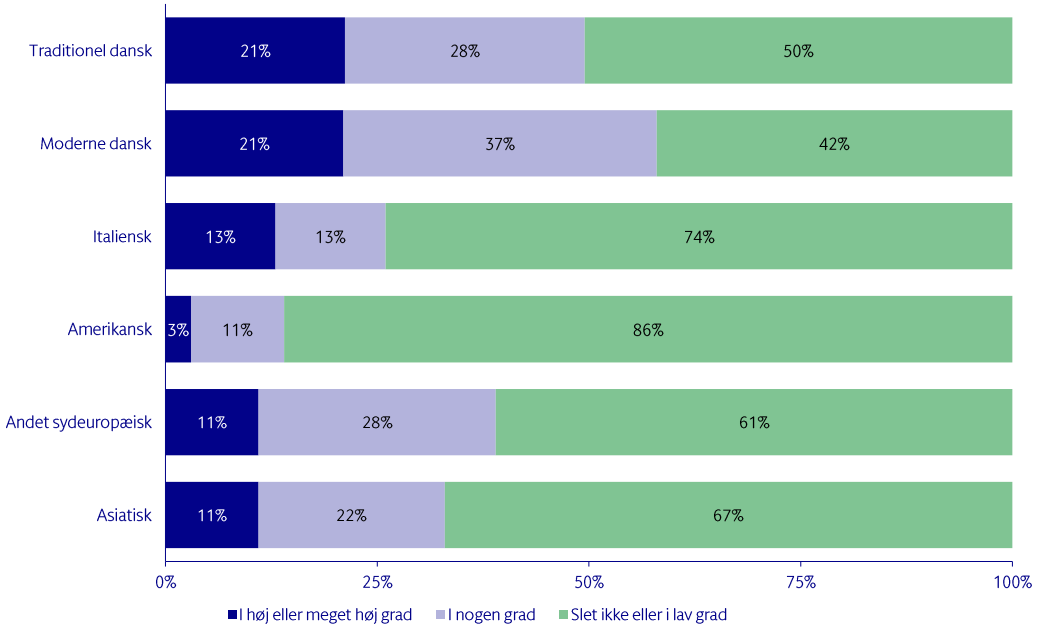
Den mad, der opfattes som enten moderne eller traditionel dansk, følger i højere grad sæsonens råvarer, sammenlignet med andre kulinariske retninger såsom italiensk eller amerikansk. Den moderne danske mad er karakteriseret ved at indeholde flere grøntsager end andre kulinariske profiler (se Madindeks 2015), og

det er derfor ikke overraskende, at den i højere grad følger årstidens udbud af råvarer. Madindeks 2015 viste ligeledes, at den kulinariske praksis, der knytter sig til det danske køkken, i højere grad er præget af, at maden er hjemmelavet. Derfor er det ikke så overraskende, at det er det danske køkken, der i højere grad afspejler sæson. Lignende resultater kommer frem, når man ser på, om danskerne opfatter deres aftensmåltid som specifikt for årstiden. Især det traditionelle danske køkken indeholder i højere grad retter, der er specifikke for efteråret eller en kombineret efterår-vintersæson.

Det mindst sæsonprægede aftensmåltid er det amerikanske, som ofte består f.eks. af takeaway eller fastfood. Her mener hele 86 %, at måltidet slet ikke eller i lav grad afspejlede sæsonen. Derudover scorer det italienske køkken med pizza og pasta også lavt, da hele 74 %, der spiste italiensk, slet ikke eller i lav grad mente, at måltidet afspejlede sæsonens råvarer.

Det er dog ikke kun fordi, den ikke-danske mad (italiensk, sydeuropæisk, asiatisk, amerikansk eller andet) er mindre hjemmelavet, at den i mindre grad afspejler sæsonen. En analyse (ikke vist her) af de måltider, der er helt og aldeles hjemmelavet, viser, at 53 % af de ikke-danske måltider ikke afspejler sæsonen. Til sammenligning er det kun 36 % af de hjemmelavede måltider fra det moderne danske køkken, der slet ikke afspejler sæsonen. Det kan netop være udtryk for, at det internationale køkken kræver specielle importerede råvarer, der ikke er tilgængelige i danske sæsonspecifikke udgaver.

Figur 64
**Råvarer i sæson og aftensmåltidets kulinariske profil**
"I hvor høj grad synes du, at det aftensmåltid, du spiste i går, afspejler sæsonens råvarer?"



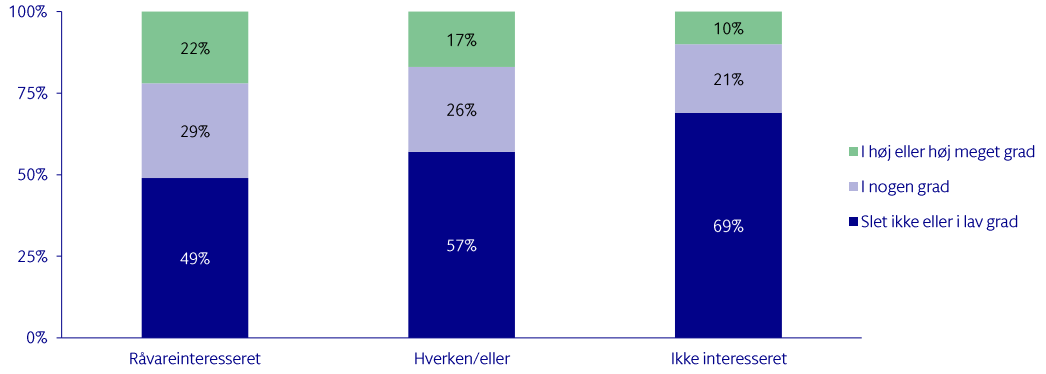

Kilde: Madindeks 2016

# Råvareinteresserede spiser flere råvarer i sæson

Folk med interesse for, hvor deres råvarer kommer fra, spiser i højere grad aftensmåltider, der afspejler sæsonens råvarer, sammenlignet med dem der ikke er interesseret i råvarer. Hvis man interesserer sig for, hvor ens råvarer kommer fra, er man mere opmærksom på, hvornår de forskellige råvarer er i sæson, og man kan mere bevidst gå efter at servere og spise det, der er i sæson. Samtidig er man måske mere tilbøjelig til at lade sig inspirere af professionelle, hvor sæson, som vi så ovenfor, spiller en større rolle.

Dog skal det nævnes, at det stadig er halvdelen af de råvareinteresserede, der spiser et aftensmåltid, der i lille eller ingen grad, afspejler sæsonens råvarer. Det er en konkret understregning af, at det at spise i sæson ikke er det mest fremtrædende parameter, når danskerne prioriterer måltider – heller ikke for dem der ellers er engageret i råvarerne og deres oprindelse.

Figur 65
**Råvareinteresse og råvarer i sæson**
"I hvor høj grad synes du, at det aftensmåltid, du spiste i går, afspejler sæsonens råvarer?"




Kilde: Madindeks 2016

### Madambassadørers måltider afspejler i højere grad sæsonen

Hvis vi kigger på den gruppe mennesker, vi har kaldt madambassadører (se kapitel 1), ser vi, at de i højere grad vurderer deres måltider til at afspejle sæsonen. Ligesom med interessen for råvarer kan dette hænge sammen med, at man ved mere om, hvilke råvarer der er i sæson.

**27 %**

**af madambassadørernes måltider afspejler i høj eller meget høj grad sæsonen.**

**18 %**

**af måltiderne spist af dem, der ikke er madambassadører, afspejler i høj eller meget høj grad sæsonen.**

# Opsamling

At spise i sæson udfordres af tilgængelighed af råvarer året rundt. Danskerne mener selv, at deres måltider ikke i særlig høj grad afspejler sæsonen. I hvert fald ikke i de to uger i september hvor undersøgelsen er lavet. To tredjedele af danskerne mener, at det aftensmåltid, de spiste dagen før, kunne serveres året rundt. Hver femte synes, at deres aftensmad i høj grad afspejler sæsonens råvarer. De kulinariske praksisser, der understøtter at spise retter og råvarer i sæson, er at spise hjemmelavet mad eller at spise ude. Desuden afspejler mad fra en dansk kulinarisk tradition – især moderne dansk mad – i højere grad sæsonen, ifølge danskernes egen vurdering.

Når vi ser nærmere på, hvilke ingredienser danskerne spiser, der især er kendetegnene for sæsonen i september, hvor undersøgelsen er lavet, er det dog tydeligt, at sæson er et begreb, der kan være svært at arbejde med. En stor del af de ingredienser og råvarer, som respondenterne i undersøgelsen nævner som karakteristiske for årstiden f.eks. kartofler, gulerødder, porrer, løg og æbler, kan opbevares i lang tid og er derfor tilgængelige det meste af året. Det er ikke de ikoniske sensommerråvarer som vildt, kantareller eller majs, der fylder mest på tallerkenerne. At de mest populære grøntsager er tilgængelige det meste af året, kan således være en af forklaringerne på, at danskerne selv mener, at deres måltider ikke i særlig høj grad afspejler sæsonen råvarer. Selvom kartofler og gulerødder i høj grad er i sæson i september, er det også noget, der spises det meste af året, og er derfor ikke noget, vi især forbinder med efteråret.

Hertil kommer, at det globaliserede verdenskøkken, som danskerne i stigende grad stifter bekendtskab med, er præget af en sæsonløshed – både på retniveau og på råvareniveau. De internationale kulinariske retninger er stadig præget af en højere grad af færdigmad og fastfood. Hvis man ønsker, at danskerne skal spise mere mad i sæson og flere råvarer, der afspejler sæsonen, så er det vigtigt at tage højde for de kulinariske praksisser, der knytter sig til at spise mad i sæson. Her er det tydeligt, at den hjemmelavede og danske mad i højere grad afspejler sæson end andre kulinariske retninger og det mere convenience-prægede køkken. At spise mad i sæson kræver således dels, at danskerne selv går i køkkenet, men også at de lærer en måde at få sæsonen ind i de andre kulinariske traditioner, som de i stadig stigende grad tager til sig.

# Om undersøgelsen
# - Metode, data og analyse

## Danskernes middagstallerkener som udgangspunkt for analysen

I Madindeks undersøger vi bredt danskernes madkultur, ved at se på den mad danskernes rent faktisk spiser, og de valg de i praksis tager i forhold til mad og måltider. Undersøgelsen tager derfor udgangspunkt i danskernes middagstallerken ved at stille spørgsmålet: "Hvad spiste du til aftensmad i går?". Det gør det muligt bredt at analysere på de konkrete danske aftensmåltider og måltidsvaner generelt. Derved får vi et øjebliksbillede af aftensmaden og de vaner og normer, der knytter sig hertil.

Det er kendt i forskningen omkring kost og ernæringsvaner, at mange har svært ved selv at vurdere og huske, hvor ofte de spiser den ene eller anden slags mad. Ved helt konkret at bede respondenterne beskrive deres aftensmad dagen før så detaljeret som muligt, kan respondenterne genkalde sig aftensmåltidet og bedre besvare undersøgelsens uddybende spørgsmål om aftensmåltidets indhold. Målet er at skabe bedre og mindre usikre resultater og højne undersøgelsens validitet.

### Aftensmåltidet er stadig danskernes hovedmåltid

Der er knyttet mange normer, forventninger og værdier til aftensmåltidet – både fordi det for mange danskere er dagens hovedmåltid, og fordi det er en social begivenhed. Her dyrker, styrker og udfordrer medlemmerne af husstanden relationer og værdier[32]. Aftensmåltidet er der, hvor familien samles, venner mødes, og gæster inviteres på besøg for at dele et måltid mad. Aftensmåltidet er der, hvor man har tid og gør sig umage. En væsentlig del af danskernes madkultur udleves således gennem aftensmåltidet.

**80%**

**af danskerne anser det, de spiste til aftensmad dagen før, som hovedmåltidet den dag.**

[32] Ekström, Jukka Gronow, Unna Kjærnes, Thomas Bøker Lund, Johanna Mäkelä og Mari Nica (2012). "The modernization of Nordic eating – Studying changes and stabilities in eating patterns". Anthropolpgy of food, S7.

Tidligere var frokosten det varme hovedmåltid, danskerne indtog omkring midt på dagen, hvorfor det blev kaldt middagsmad. Middagsmaden er dog med tiden i højere grad blevet synonym med aftensmaden, da det henviser til det varme hovedmåltid.

Når vi i undersøgelsen spørger respondenterne om, hvilket af de måltider, som de spiste dagen før, de anså som hovedmåltidet, svarer fire ud af fem, at det var aftensmåltidet.

Der er små forskelle mellem, hvilket måltid respondenterne vurderer som deres hovedmåltid, alt efter om der måles på en hverdag eller en weekenddag, men samlet set vurderer lige mange, at aftensmåltidet var hovedmåltidet i hverdagen som i weekenden. I hverdagen er der en lidt større andel, der vurderer deres frokostmåltid som hovedmåltidet (12 % i hverdagen mod 10 % i weekenden). Dette understøtter tanken om, at det varme frokostmåltid i f.eks. arbejdspladsernes kantiner i nogen grad udfordrer aftensmåltidet som dagens varme hovedmåltid. I weekenden derimod, er der lidt flere, hvis hovedmåltid enten var morgenmad/brunch (5 % i hverdagen mod 7 % i weekenden) eller natmad (2 % i hverdagen mod 4 % i weekenden).

# Datagrundlag for Madindeks 2016

Madindeks' tal og analyser bygger på en spørgeskemaundersøgelse med 2069 repræsentativt udvalgte danskere mellem 18 og 84 år. Dataindsamlingen er foretaget online af analysebureauet Epinion i perioden 27. september til 11. oktober 2016. Epinion har løbende foretaget repræsentativitetstjek og har efter dataindsamlingen foretaget en poststratifikation. Datasættets mindre skævheder er dermed blevet vejet på plads, så stikprøven er repræsentativ, når det kommer til baggrundsvariablene: alder, køn, uddannelse og landsdel. Spørgeskemaet er blevet udsendt drypvist for at sikre en jævn fordeling af besvarelser på tværs af ugens dage. Således er det sikret, at besvarelserne fordeler sig sådan, at både hverdag (mandag til torsdag) og weekend (fredag til søndag) isoleret set er repræsentative.

Spørgeskemaet blev besvaret af 2415 personer, hvoraf 212 i første omgang blev frasorteret på grund af bemærkelsesværdige outliers, ulogiske besvarelser, usandsynligt hurtige gennemførselstider og duplikater. I anden omgang blev yderligere 110 respondenter frasorteret, da de ikke havde svaret på centrale baggrundsspørgsmål. Derefter blev yderligere 24 respondenter fjernet, da de var under 18 år. Således består det endelige datasæt af 2069 respondenter, der ved vægtning er repræsentative for den danske befolkning i alderen 18 til 84 år. Vægtene for de enkelte respondenter ligger mellem 0,33 og 3, hvilket er indenfor det acceptable ved sådanne undersøgelser

### Tre procent spiste ikke aftensmad

De fleste af analyserne undersøger danskernes aftensmad ud fra respondenternes måltid dagen før. I undersøgelsen er det ikke alle, der har spist aftensmad dagen før, hvorfor antallet af respondenter i disse analyser ligger på 2004. De 3 %, der ikke har spist aftensmad, blev spurgt om, hvad grunden var. De fleste begrunder det med, at de ikke var sulte, eller at de havde for travlt og glemte at spise aftensmad.

### Opdeling af landsdele

Madindeks 2016's fokus på råvarer, brugen af lokale fødevarer og egen dyrkning har medført et særligt fokus på geografiske forskelle og forskelle på baggrund af urbanitet i danskernes forhold til mad og råvarer.

Især i lyset af fokusset på lokale fødevarer, hvor både kulinariske identiteter og særlige terroir- og jordbundsforhold gør sig gældende, er det en udfordring at afgøre, hvor mange dele Danmark skal opdeles i. Skal Bornholm måles for sig? Giver det mest mening at snakke om Midtjylland eller Øst- og Vestjylland? Og hvad med øsamfundene? Bør Læsø elle Møn være målt for sig med deres egne kulinariske produkter og identiteter?

Vores vurdering var, at de danske regioner er for store geografiske områder at analysere på. F.eks. indeholder Region Syd både Fyn og Sønderjylland. Derfor ønskede vi en mere finmasket geografisk opdeling. Samtidig skal der tages hensyn til, at der skal være et vist antal af respondenter i hver kategori for at kunne belyse væsentlige forskelle med statistiske analyser.

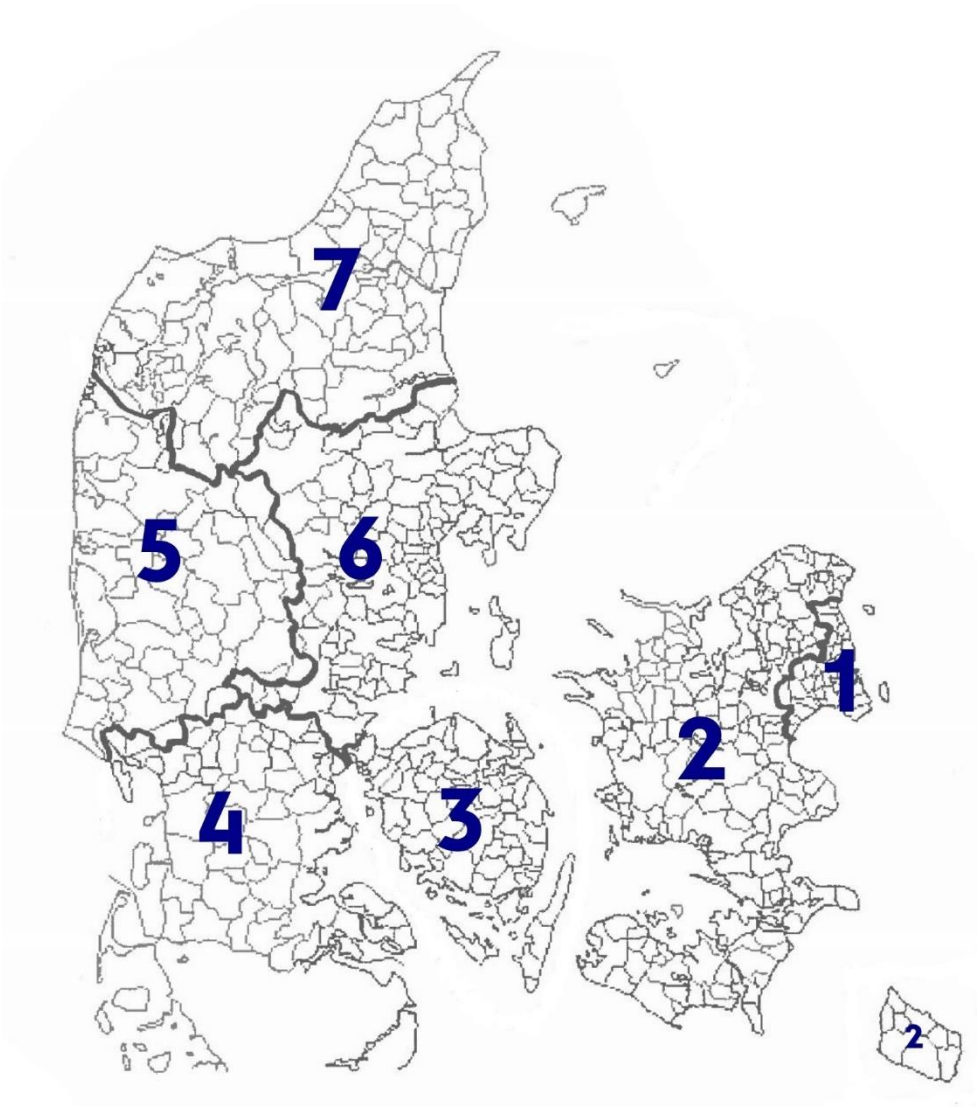
Vi har i denne rapport derfor inddelt landet i syv landsdele:

1. Hovedstaden (København og omegn), 24 %
2. Sjælland og øerne (herunder Bornholm, Lolland, Falster og Møn), 22 %
3. Fyn og øhavet (herunder det sydfynske øhav og Langeland), 10 %
4. Syd- og Sønderjylland (fra grænsen og op til Kolding og Esbjerg), 8 %
5. Vestjylland (fra Varde til Thyborøn, inkl. Herning og Ikast), 6 %
6. Østjylland (Fra Fredericia til Randers, inkl. Viborg), 19 %
7. Nordjylland (Fra Hobro til Skagen, inkl. Skive), 12 %

Opdelingen er udført af Epinion og afspejler den måde, Epinion normalt inddeler Danmark i landsdele. Nedenfor ses et kort, der illustrerer opdelingen af landsdele som en tekstboks, der forklarer hvilke postnumre, der er indeholdt i hver af de syv landsdele.

**Postnumre fordelt på landsdele**

1. Hovedstaden: 1050-2990
2. Sjælland og øerne: 3000-4990
3. Fyn og øhavet: 5000-5985
4. Syd- og Sønderjylland: 6000-6792
5. Vestjylland: 6800-6990; 7200-7680
6. Østjylland: 7000-7190; 8000-8990
7. Nordjylland: 7700-7990; 9000-9990



**Opdeling af urbanitet**

Udover regionale forskelle kunne man også forstille sig forskelle i madkulturen og forbrugsmønstrene, der knytter sig til, om man bor i de større byer eller på landet. Derfor har vi på baggrund af postnumre inddelt danskerne i tre kategorier alt efter urbanitetsgraden:

- Storkøbenhavn, Aarhus, Odense Aalborg (34%)
- Større by med over 15.000 indbyggere (26 %)
- By med mindre end 15.000 eller landet (40 %)

# Principper for analyse

Rapportens analytiske fokus har været at præsentere de vigtigste tal og sammenhænge til beskrivelse af centrale forhold ved danskernes madkultur og danskernes syn på råvarer. Disse tal er primært præsenteret i grafer, der illustrerer frekvens- eller krydstabeller. Tallene er fulgt op af forklaringer og fortolkninger, der sætter resultaterne ind i en større ramme.

Her er først og fremmest undersøgt sammenhænge mellem mad- og måltidspraksis og en række baggrundsvariable såsom køn, alder, uddannelse, indkomst, urbanitet og landsdel. Derudover er der undersøgt sammenhænge mellem praksis og måltidskontekst (med hvem spises, hvor spises, og spises der en hverdag eller weekend).

Desuden bruges to variable, der måler centrale madkulturelle dimensioner af maden hhv. dens kulinariske profil og dens tilberedningsprofil. Disse to variable blev udviklet i Madindeks 2015. Den kulinariske profil måler, hvilken kulinarisk tradition eller hvilket køkken, som respondenten mener, at det aftensmåltid, han eller hun spiste i går, i størst grad afspejler. Tilberedningsprofilen måler, hvor hjemmelavet respondenten mener, at maden er, eller om den er spist ude.

Analyser af sammenhængene mellem de forklarende baggrundsvariable og de forskellige variable, der måler holdninger og praksis ift. mad og råvarer, er foretaget med brug af statistiske tests og analysemetoder – heriblandt $\chi 2$-test, faktoranalyse, refleksiv indekskonstruktion og regressionsanalyse. For at undgå at præsentere spuriøse sammenhænge, er disse kontrolleret i en regressionsanalyse, hvor de relevante baggrundsvariable (f.eks. køn, alder, uddannelse og geografi) er medtaget. Ud fra et formidlingssynspunkt har vi valgt, dog med en enkelt undtagelse, ikke at præsentere disse regressionsanalyser men i stedet krydstabellerne.

Rapportens fremviste sammenhænge (krydstabeller) er signifikante ved et signifikansniveau på $\alpha \leq 0{,}05$, med mindre andet er angivet.

# Kvalitetssikring

Madkulturen ønsker at takke lektor Jesper Clement, Copenhagen Business School og professor Torben Hansen, Copenhagen Business School for faglige kommentarer til rapporten og dens resultater.

MADKULTUREN

bedre mad til alle

madkulturen.dk