

2. januar 2015

Axelborg, Axeltorv 3  
1609 København V

T +45 3339 4000 E [info@lf.dk](mailto:info@lf.dk)  
F +45 3339 4141 W [www.lf.dk](http://www.lf.dk)

## Fødevaretrends for år 2015

*Stigende efterspørgsel efter autentisk mad, sunde snacks og convenience-produkter er blot et par af de fødevaretrends, Landbrug & Fødevarer forventer at se i år 2015.*

### Interessen for fødevarer og sundhed stiger

Forbrugernes interesse for fødevarer og sundhed er stigende. Omtrent 14 pct. af danskerne er enige i udsagnene ”jeg gør mig umage med at planlægge min kost” og ”det vigtigste for mig er, at det er hurtigt og nem mad”. Imidlertid er det langt vigtigere for trendsætterne (også kaldet future shapers) at planlægge kosten, mens det slet ikke er vigtigt for trendsætterne, at maden er hurtig og nem. Selvom det på overfladen er to udsagn, der virker til at være lige vigtige for befolkningen, er der meget, der tyder på, at det er holdningen om at gøre sig umage for at planlægge sin kost, der bliver endnu vigtigere de kommende år. Det tyder dermed på, at interessen for fødevarer, ernæring og sundhed bliver vigtigere for fremtidens forbrugere.

**Figur 1**  
*Hvilke af disse udsagn beskriver din holdning til mad og drikke?*



Pct. af danskerne der er enige i udsagnet

Kilde: FO Index, TNS Gallup for Landbrug & Fødevarer, 2014

### Vi vil have rigtig mad...

Den stigende interesse for fødevarer og sundhed medfører, at forbrugerne ønsker autentisk mad på tallerkenen. Det kommer bl.a. til syne ved, at salget af smør er stigende. Ligeledes er der et ønske fra forbrugerne om at vide, hvad fødevarerne indeholder. Fødevarerne skal dermed være mindre forarbejdede og uden tilsætningsstoffer for den autentiske oplevelse. Det hænger sammen med, at flere forbrugere ikke føler, de er tæt på, hvor fødevarerne bliver produceret, og der søges derfor mod fødevarer, som ikke

opleves kommende fra en stordriftsproduktion, hvilket får forbrugerne til at søge mod økologiske produkter som alternativ til de konventionelle.

Fødevarerne imødekommer disse ønsker ved at være mere tydelige omkring, hvad fødevarerne indeholder – f.eks. ved at beskrive oprindelsen af enkelte ingredienser eller fødevareremærker. Det vil også påvirke fødevarernes emballagedesign, som i højere grad kommer til at udstråle bæredygtighed og naturlighed.

### **...men også convenience**

I en travl hverdag søger mange forbrugere mod lette måltidsløsninger til aftensmaden. På trods af en stigende tendens mod sund og autentisk mad, vil forbrugerne gerne have hjælp i en travl hverdag, hvilket især gælder børnefamilierne. Måltidsløsningerne omfatter alt fra måltidskasser til onlinehandel med dagligvarer, som kan gøre det nemt i en travl hverdag. Specielt onlinehandel med dagligvarer forventes stigende i fremtiden. Samtidig er forbrugerne ved at ændre syn på færdigretter, og det er nu mere acceptabelt at servere en færdigret end for blot 10 år siden. Det er dog en hårfin balance, da forbrugerne har oplevet en del færdigretter, som ikke lever op til kvalitetskravene. Fødevarerens virksomheder imødekommer dog forbrugernes ønsker ved at have lanceret færdigretter, hvor maden er af en vis kvalitet og blot skal varmes, ligesom retten nemt kan tilpasses den enkeltes smag.

Forbrugerne vil ligeledes have inspiration til madlavningen, hvorfor sameksponering af kød og grøntsager i højere grad forventes synligt det kommende år.

### **Vi spiser oftere, men mindre ad gangen**

Forbrugerne får mere og mere travlt, og det betyder, at en del måltider indtages på farten. Samtidig kommer forbrugerne fremadrettet til at spise oftere, men mindre måltider ad gangen, hvilket leder til introduktionen af nye snackprodukter, som i højere grad end tidligere tåntænkes specifikke brugssituationer (f.eks. morgenmadskiks, formiddagsyoghurt, eftermiddagsminisandwich).

Snacks har førhen været forbundet med at være usunde, men forbrugerne ønsker lødige, sunde snacks, som kan erstatte egentlige måltider. Først på dagen ønsker forbrugerne i højere grad sunde snacks, da snacks senere på dagen i højere grad er selvforkælende.

### **Frokosten bliver mere grøn og med fisk**

I takt med salget af rugbrød fortsat falder, og flere spiser frokost i en kantineordning, vil frokostmåltidet udvikle sig. Kravene til hverdagsfrokosten vil stige, og de spændende madoplevelser i højere grad blive prioriteret selv i madpakken.

Den traditionelle rugbrødsklapper, som i dag er den vigtigste bestanddel i hverdagsfrokosten, vil blive erstattet med specielt frugt og grønt og rester fra aftensmaden, hvilket er i overensstemmelse med det stigende fokus på madspild. Fisk og æg kommer også til at være gode alternativer til indholdet i den nuværende madpakke. Forbrugerne oplever bl.a. æg som værende spændende og ikke mindst en god kilde til protein, mineraler og vitaminer.

Fisk kommer ligeledes til at have en større rolle i madpakken.

Forbrugerne vil have rigtig mad, og det kommer også til udtryk i frokosten. Nogle forbrugere tilbereder derfor selv et stykke kød, som skæres op til pålæg til madpakken – på den måde ved de, hvad fødevarerne indeholder.



#### **Landbrug & Fødevarer**

Axeltorv 3  
1609 København V

T +45 3339 4000  
F +45 3339 4141

E [info@lf.dk](mailto:info@lf.dk)  
W [www.lf.dk](http://www.lf.dk)

#### **Yderligere kontakt**

Marianne Gregersen  
Ninna Aarfelt Andersen

3339 4677 mgr@lf.dk  
3339 4310 naa@lf.dk