

Analyse af hakket kød, fars og blandingsprodukter:

Hakket oksekød blandet med grønt er især populært hos børnefamilierne

Februar 2026

Hakket oksekød blandet med grønt er især populært hos børnefamilierne

Med støtte fra Kvægafgiftsfonden tager vi i denne analyse et kig på brugen af fars og blandingsprodukter, hvor fersk hakket kød er blandet med råvarer fra planteriget. Analysen er baseret på data fra Kauza¹ samt data fra Landbrug & Fødevarers undersøgelser af danskernes aftensmad i 2025. Undervejs i analysen kigger vi på udviklingen i forbrugerindkøb det seneste år, efter at forskellige nye typer blandingsprodukter blev lanceret på markedet i efteråret 2024. Vi kigger samtidig på en typisk køberprofil for de forskellige typer fars.

De vigtigste indsigter:

- Otte ud af ti aftensmadstallerkener havde kød eller fisk med i måltidet dagen før – noget der ligger stabilt i forhold til 2023 og 2024. Gris er her på førstepladsen med 29 pct. af aftensmåltiderne, mens 21 pct. fik oksekød og 20 pct. fik kylling.
- For grisekødet i aftensmaden er det typisk udskæringer eller kød, der har været bearbejdet på forhånd (fx bacon eller pølser). For kylling er det typisk en udskæring eller hel steg. Oksekødet er markant oftere hakket kød – over halvdelen af dem, der fik oksekød til aftensmad dagen før, fik det som hakket kød, mens 6 pct. fik hakket oksekød blandet med grønt.
- Seneste indkøbsdata fra Kauza viser, at hakket oksekød fortsat er den mest populære form for hakket kød. Til sammenligning er hakket kød blandet med råvarer fra planteriget stadig et relativt nyt produkt på markedet, men viser tegn på stigende udbredelse. Det seneste år har 17 pct. af danske husstande købt hakket oksekød med grønt minimum én gang, og blandt disse har hele 70 pct. købt produktet mere end én gang. Her kan hakket oksekød blandet med grønt således konkurrere med produkter som hakket kylling og hakket grisekød. Og det viser, at produktet har mødt behovene for nogle forbrugere og har potentiale til at tiltrække flere forbrugere.
- Prisen har sandsynligvis haft betydning for populariteten af hakket oksekød blandet med grønt. Hvor pris pr. kg. er steget betydeligt for hakket oksekød, holder hakket oksekød blandet med grønt en kilopris, der i højere grad matcher kiloprisen for hakket kylling, hakket kalv og hakket kalv. For mange forbrugere kan blandingen af hakket oksekød og grønt derfor både fungere som et grønnere valg, og men også som en økonomisk mere overkommelig måde at bevare hakket oksekød på middagsbordet.
- Husstande med ældre børn er den husstandstype med det højeste forbrug på hakket kød. Det er også den gruppe, der står for den største andel af værdien på hakket oksekød med grønt. Dette kan pege på, at netop disse husstande søger mere prisvenlige alternativer for stadig at kunne lave deres favoritter til aftensmad (fx burger, lasagne og spaghetti bolognese) uden at øge deres samlede udgifter på hakket kød.

¹ Kauza er en dansk konsulent- og datavirksomhed, som specialiserer sig i indkøbsdata fra et husstandspanel på 13.000+ danske husstande

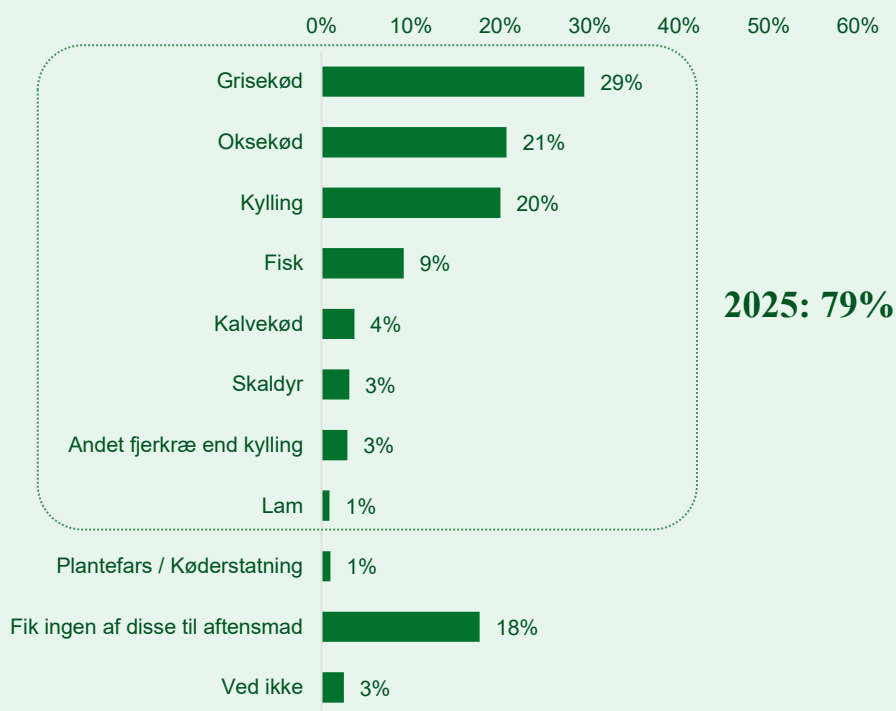
Der er fortsat kød eller fisk med i aftensmaden hos otte ud af ti forbrugere

Landbrug & Fødevarer har tidligere undersøgt forbrugernes holdninger til hakket kød blandet med råvarer fra planteriget. Her var konklusionen, at de forskellige blandingsprodukter har potentiale til at klare sig på markedet, såfremt vigtige faktorer som smag, tekstur og prispunkt opleves attraktivt. Vi konkluderede desuden, at man helst skulle undgå at kalde det et 'hybridprodukt', da det er et ord, der kan skabe afstand og utryghed. Kaldes det, hvad det er (fx hakket kylling og gulerødder), med enkle, forståelige og naturlige råvarer, kunne det have potentiale hos danskerne.²

På denne baggrund tager i vi denne analyse derfor et kig på brugen af fars og blandingsprodukter i danske hjem, samt hvordan forskellige typer blandingsprodukter har klaret sig på markedet det seneste år.

Kigger vi først på danskernes aftensmad, som den så ud i 2025, kan vi se, at der lå kød eller fisk på tallerkenen i otte ud af ti måltider. 29 pct. fik grisekød til aftensmad dagen før, mens 21 pct. fik oksekød og 20 pct. fik kylling. Længere nede på listen finder vi 4 pct., der fik kalvekød og 1 pct., der fik lam til aftensmad. Gennemsnittet på 79 pct. i 2025 flugter med gennemsnittet for både 2023 og 2024, hvor der begge år ligeledes var kød eller fisk med i aftensmåltidet hos 79 pct.

Figur 1: Indgik noget af nedenstående i din aftensmad i går?

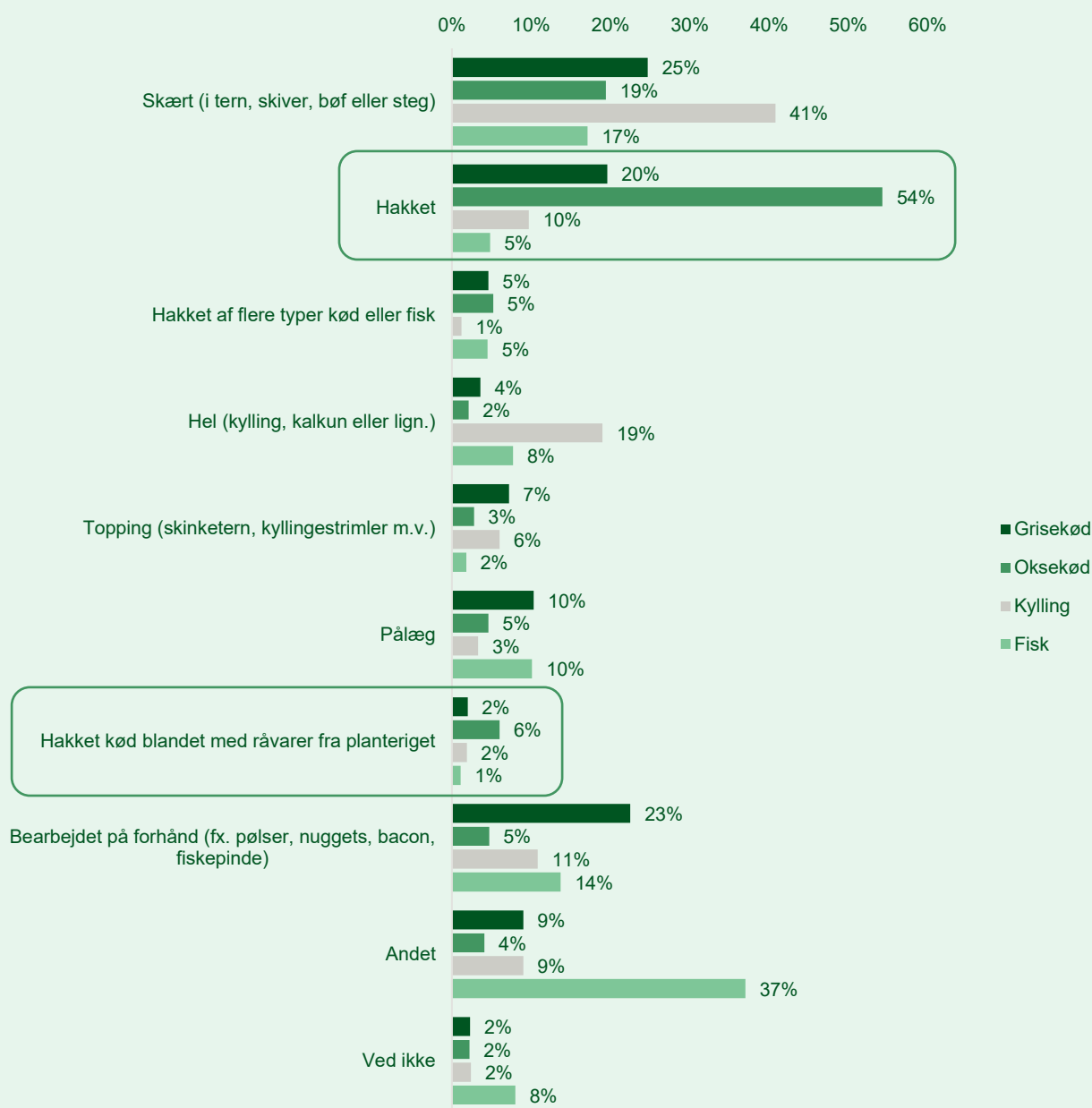


Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter 2025 n=3.825 (fik aftensmad dagen før). Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Mulighed for flere svar, bortset fra "Ingen" og "ved ikke". Procenter er afrundede.

² Se mere her: [Danskernes opfattelse af blandings- og hybridprodukter](#)

For grisekødet er det især enten skært kød eller noget, der har været bearbejdet på forhånd, som man får at spise til aftensmad. Kylling spises oftere som skært kød eller en hel steg. For oksekødet derimod, er det især det hakkede kød, der er populært. Flere end halvdelen, der har fået oksekød dagen før, beskriver det nemlig som 'hakked'. Vi ser samtidig, at 6 pct. blandt dem, der har fået oksekød til aftensmad, beskriver kødet som 'hakked kød blandet med råvarer fra planteriget'. Det bliver her tydeligt, at oksekødet står stærkest på fars, mens kylling og gris står stærkest på udkæringer samt noget, der er bearbejdet på forhånd.

Figur 2: Da du spiste >SVAR VALGT I FIGUR 1<, var det da...?
Svarfordelingen for de fire mest spiste kødtyper:



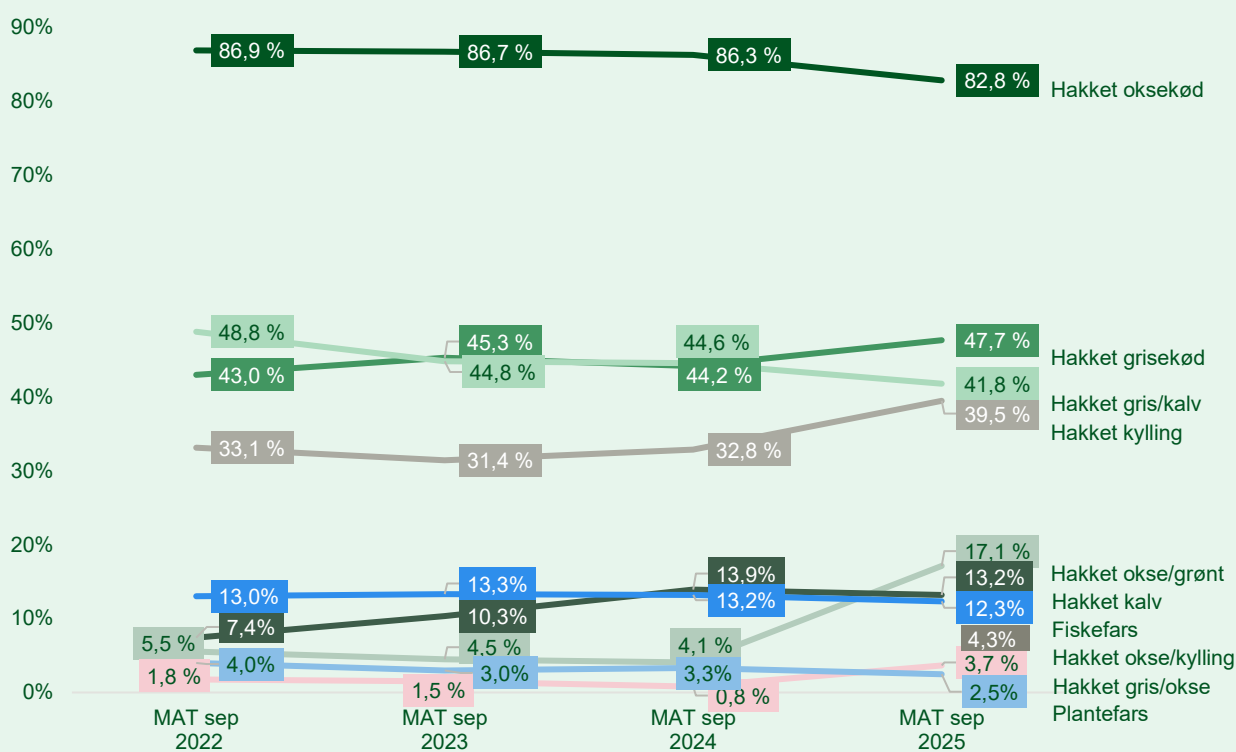
Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter 2025. Fik grisekød til aftensmad n=1.126, fik oksekød til aftensmad n=793, fik kylling til aftensmad n=766 og fik fisk til aftensmad n=352. De, der har svaret "Andet" for fisk, har bl.a. beskrevet deres fisk som "filet", "marineret sild", "rå fisk (i sushi)", "røget", "karrysild", "dåse tun", "fersk fisk på pande" og "indbagt laks".

17 pct. af de danske husstande har købt hakket oksekød blandet med planteråvarer i seneste periode

Ser vi herefter nærmere på indkøbsdata fra Kauza, kan vi se, at hakket oksekød fortsat er den langt mest populære type hakket kød sammenlignet med andre typer. Hele 82,8 pct. af alle danske husstande har købt hakket oksekød inden for de seneste 12 mdr., mens vi på andenpladsen finder hakket gris (47,7 pct.) og hakket kylling på tredjepladsen (39,5 pct.). For begge disse typer er der en stigning i andelen fra 2024 til 2025, mens der er et fald i andelen for hakket oksekød. Noget kan derfor tyde på, at hakket oksekød har tabt nogle shoppere i seneste periode, mens hakket gris og hakket kylling omvendt har rekrutteret nye shoppere.

For de forskellige blandingsprodukter er varianter med oksekød og grønt den mest populære, mens kombinationen med andre kødvarianter stadig købes af relativt få husstande. Penetrationen for hakket oksekød blandet med grønt er steget fra 4,1 pct. til 17,1 pct. i seneste periode. Det er en stigning på hele 317 pct.

Figur 3: Andelen af danske husstande, der har købt produktet min. én gang i perioden (=penetration), dagligvaremarkedet total, fersk hakket kød

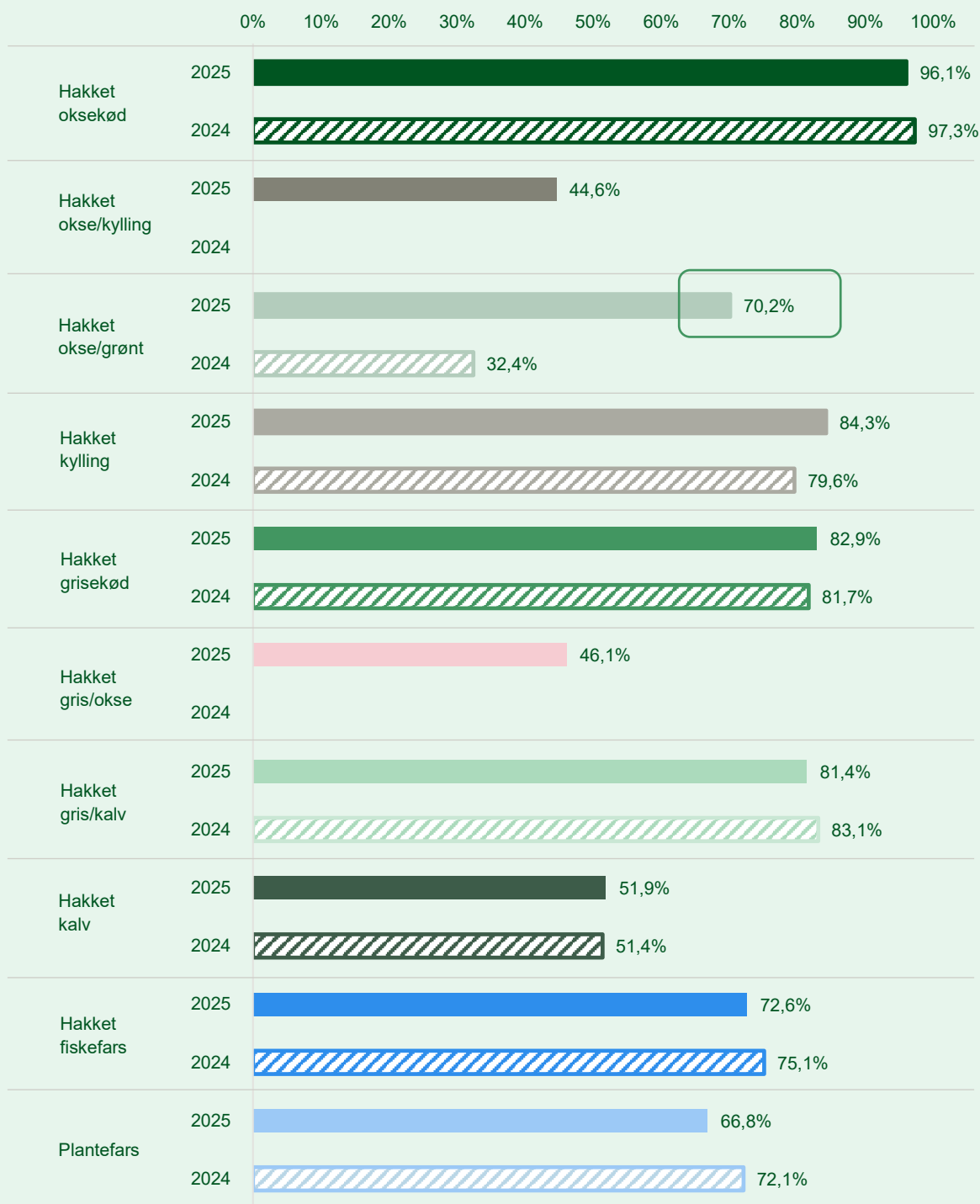


Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer november 2025. Husstandspanel på 13.000+ danskere. MAT er forkortelsen for "Moving Annual Total" og refererer til de foregående 12 måneder. For MAT sep-2025 er det således perioden okt-2024 til og med sep-2025.

Èt er dog, at man har givet produktet en chance en enkelt gang i løbet af det seneste år. Noget andet er, om man har været så glad for det, at man har købt det igen. Derfor er det også relevant at kigge på genkøbsgraden for de forskellige typer hakket kød. Her bliver det tydeligt, at varianten hakket oksekød og grønt formentlig har mødt behovet hos forbrugeren, der købte produktet. Det er nemlig

blevet købt mere end én gang hos hele 70 pct. Til sammenligning er det under halvdelen, der har købt varianterne hakket okse/kylling og hakket okse/gris mere end én gang.

Figur 4: Genkøbsgrad % (Andel af shoppere, der har købt mindst to gange i perioden), fersk hakket kød, MAT september, dagligvaremarkedet total

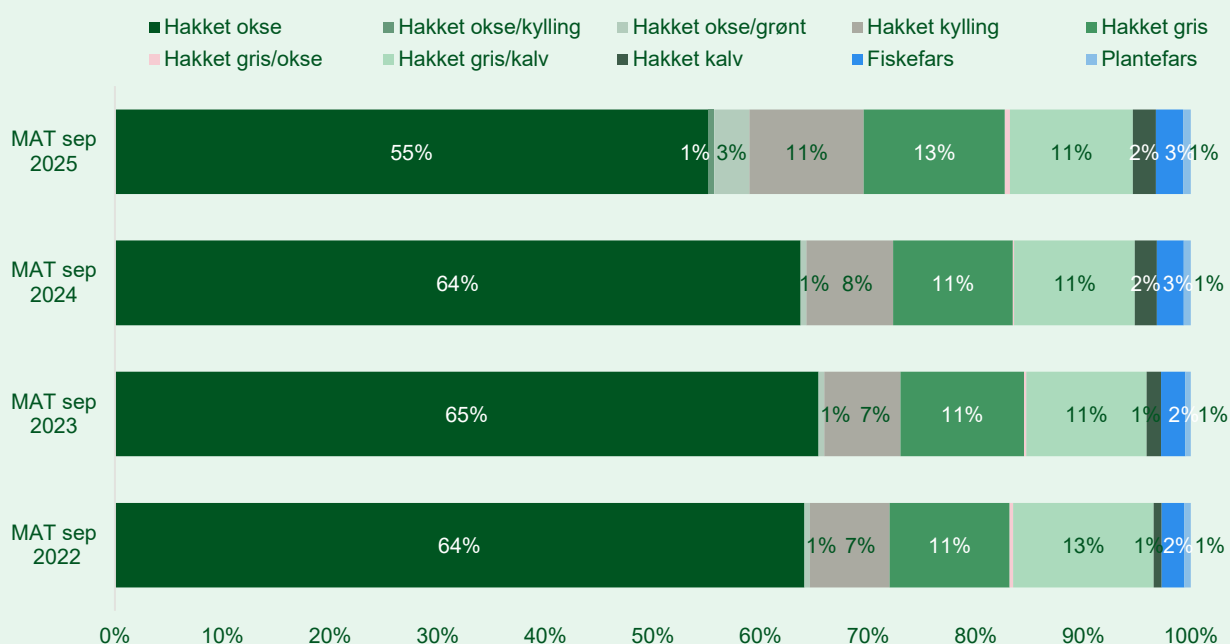


Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer november 2025. Husstandspanel på 13.000+ danskere. MAT er forkortelsen for "Moving Annual Total" og refererer til de foregående 12 måneder. Genkøbsgraden er 0 pct. i 2024 for hakket okse/kylling og hakket okse/gris, da disse produkter ikke var på markedet i denne periode.

Færre solgte pakker hakket oksekød – flere pakker af andre typer hakket kød

Ser vi herefter nærmere på udviklingen over tid, tegner der sig et billede af, at shoppernes forbrug på fersk hakket kød har bevæget sig lidt væk fra hakket oksekød i seneste periode. Målt på andelen af solgte varer er hakket oksekød fortsat langt den meste populære type hakket kød, men i nyeste periode er andre varianter af hakket kød begyndt at vinde terræn. Hakket oksekøds vareandel er faldet fra 64 pct. til 55 pct. Omvendt er hakket kylling vokset fra 8 pct. af vareandelen til nu 11 pct., hakket gris er vokset fra 11 pct. til 13 pct.

Figur 4: Andel (%) af solgte varer i fersk hakket kød, MAT september, dagligvaremarkedet total

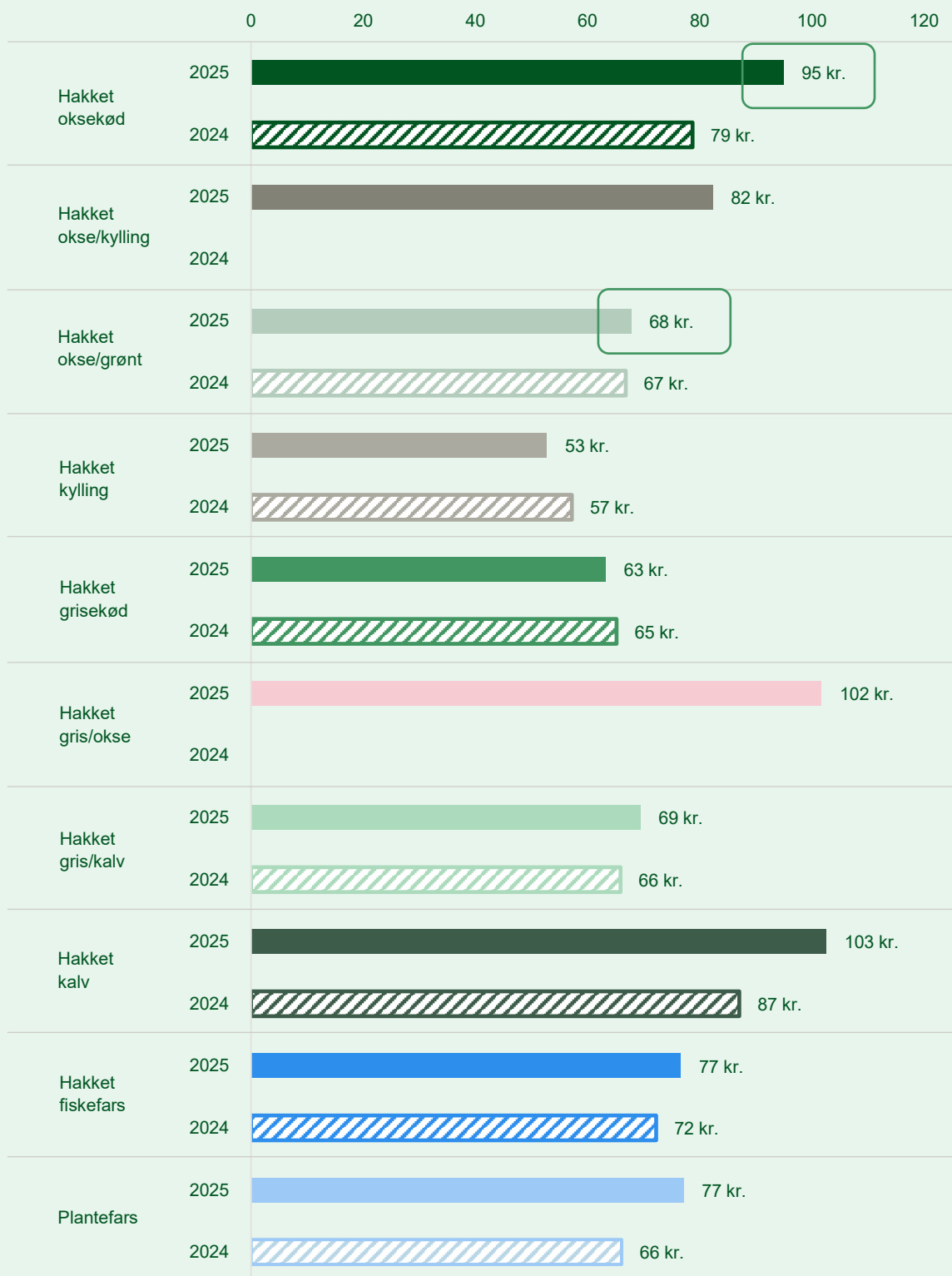


Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer november 2025. Husstandspanel på 13.000+ danskere. MAT er forkortelsen for "Moving Annual Total" og refererer til de foregående 12 måneder. Bemærk at vareandelen ikke fortæller noget om mængden af kød i pakken – kun antallet af vareforpackninger. Er pakkerne blevet større generelt, kan mængden, der sælges således være den samme, selvom vareandelen falder – og omvendt.

Prisen har sandsynligvis været medvirkende til hakket oksekød med grønts popularitet

I figur 4 ser vi også, at hakket oksekød blandet med grønt er vokset fra 1 til 3 pct. andel af totale solgte varer i fersk hakket kød. Der kan være flere årsager til dette, men de stigende priser bærer sandsynligvis noget af forklaringen. Ser vi nærmere på kiloprisen, er den steget betydeligt for hakket oksekød i seneste periode, mens hakket oksekød blandet med grønt holder en kilopris, der i højere grad matcher kiloprisen for hakket kylling, hakket kalv og hakket kalv. For mange forbrugere kan blandingen af oksekød og grønt måske derfor fungere som en økonomisk mere overkommelig måde at bevare hakket oksekød på middagsbordet.

Figur 5: Pris pr. kilo, fersk hakket kød MAT september, dagligvaremarkedet total

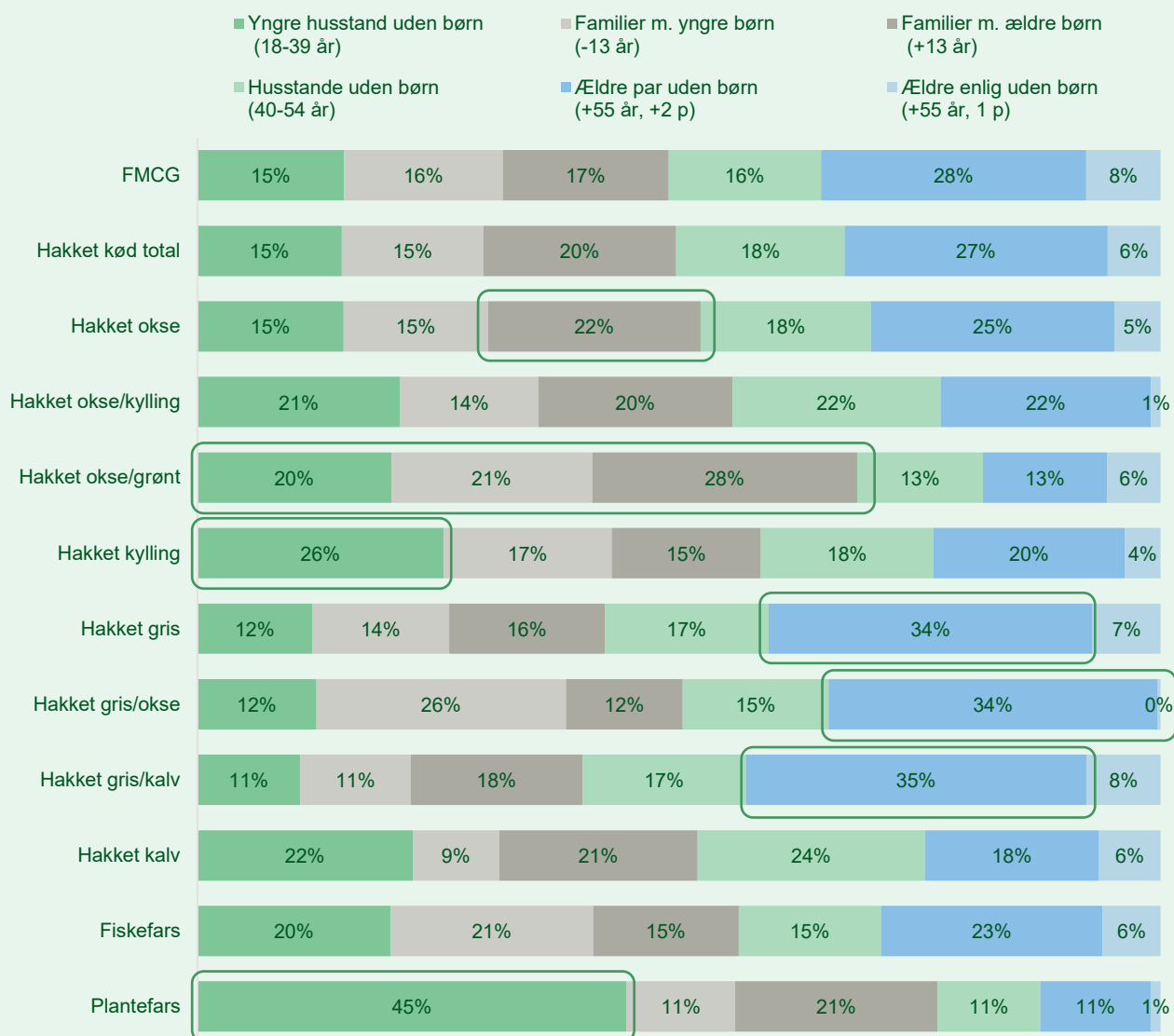


Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer november 2025. Husstandspanel på 13.000+ danskere. MAT er forkortelsen for "Moving Annual Total" og refererer til de foregående 12 måneder. For MAT sep-2025 er det således perioden okt-2024 til og med sep-2025. Kiloprisen er 0 kr. i 2024 for hakket okse/kylling og hakket okse/gris, da disse produkter ikke var på markedet i denne periode.

Hakket oksekød og grønt er særligt populært hos børnefamilierne

Ifølge Kauza sker forbruget på hakket oksekød med grønt især i husstande med ældre børn (+13 år), som også er den husstandstype, der har størst forbrug på fersk hakket kød generelt. Det er ligeledes her vi finder den største andel, der køber hakket oksekød. Omvendt er shopperprofilen på hakket gris i højere grad ældre par uden børn, mens en større andel af værdien på hakket kylling kommer fra yngre husstande uden børn. For plantefarsen er købeprofilen ligeledes markant oftere yngre husstande uden børn.

Figur 6. Værdiandel i procent for typer af fersk hakket kød fordelt på forskellige husstandstyper, MAT sep 2025, dagligvaremarkedet total



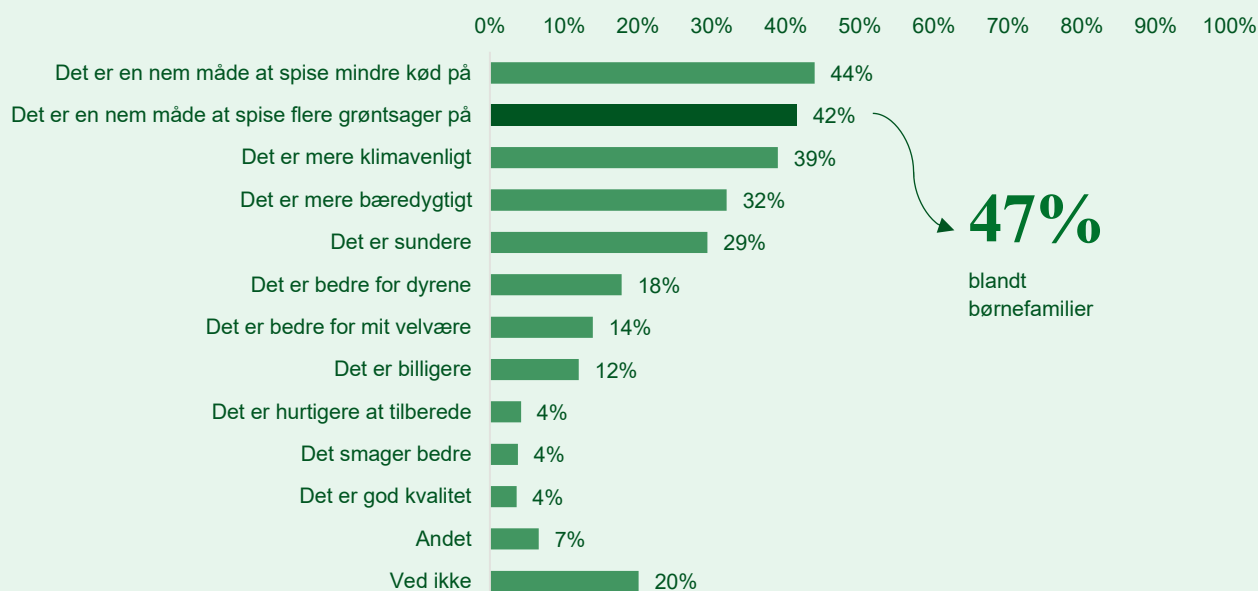
Kilde: Kauza for Landbrug & Fødevarer november 2025. Husstandspanel på 13.000+ danskere. MAT er forkortelsen for "Moving Annual Total" og refererer til de foregående 12 måneder. For MAT sep-2025 er det således perioden okt-2024 til og med sep-2025. FMCG er forkortelsen for Fast Moving Consumer Goods – dvs. alle dagligvarer.

Blandingsprodukter kan gøre det lettere at spise mindre kød og mere grønt

Tilbage i 2024 spurgte Landbrug & Fødevarer danskerne om deres holdninger til blandingsprodukter, dvs. fersk kød blandet med råvarer fra planteriget. På dette tidspunkt var fænomenet forholdsvis nyt og uprøvet, og en del danskere vidste ikke rigtig, hvad det var. Undervejs i undersøgelsen blev deltagerne bl.a. spurgt om, hvad de så som mulige fordele og ulemper ved at spise hakket kød blandet med råvarer fra planteriget som alternativ til rene kødprodukter.

Her mente 44 pct., at det er en nem måde at spise mindre kød på, mens 42 pct. mente, at det er en nem måde at spise flere grøntsager. Og lige netop fordelene ved at få flere grøntsager i maden på denne måde er noget, som især fremhæves af danskere med børn i husstanden. Børnefamilier er også den forbrugergruppe, der står for den største andel af værdien på både hakket kød og hakket oksekød blandet med grøntsager.

Figur 7: Hvilke af følgende fordele mener du især, der kan være ved at spise blandingsprodukter som alternativ til rene kødprodukter?



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, juni 2024. Base: 1200. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Se analysen her: [Danskernes opfattelse af blandings- og hybridprodukter](#)

Konklusion

Set i dette lys kan populariteten af hakket oksekød blandet med grøntsager formentlig forklares med, at det for nogle forbrugere både kan fungere som et grønnere valg, men også som en økonomisk mere overkommelig måde at bevare hakket oksekød på middagsbordet.

Prisen har været mere attraktiv og sammenlignelig med hakket gris og hakket kylling. Det faktum, at 70 pct. af brugerne har købt hakket okse/grønt mere end én gang viser, at produktet har mødt behovene og løst opgaven for nogle forbrugere. Det har samtidig potentiale til at tiltrække flere forbrugere, der søger prisvenlige alternativer for stadig at kunne lave deres favoritter med hakket oksekød til aftensmad.

Om analysen

Analysen af hakket kød og blandingsprodukter er støttet af Kvægafgiftsfonden og baseret på flere kilder:

- Undersøgelse om danskernes aftensmad gennemført i februar, maj, august og november 2025 af Voxmeter for Landbrug & Fødevarer. Deltagere er alle ml. 18-80 år og spørgeskemaet er det samme hver gang. Eftersom man kun kan deltage én gang pr. år, har 4000 danskere deltaget alt i alt hen over året. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.
- Undersøgelse om holdninger til blandingsprodukter gennemført af Voxmeter for Landbrug & Fødevarer i maj 2024 blandt 1.200 danskere ml. 18-80 år. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse. Se analysen her: <https://lf.dk/tal-og-analyser/forbrugere-og-trends/danskernes-opfattelse-af-blandings-og-hybridprodukter/>
- Kauza indkøbsdata fra MAT (moving annual total) september 2025 = de seneste 12 mdr. Kauza data indsamles via app'en 'WhatIbuy', som trækker digitale kvitteringer. Data er baseret på stregekodeinformation, og dækker 95 pct. af den danske dagligvarehandel. Kauzas panel indeholder 13.000+ danske husstande, nationalt repræsentativt for husstande i Danmark.

Billedet på forsiden er fra pexels.com, brugerprofil Alleksana nr. 5949922.