

4. september 2013

Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000 E info@lf.dk
F +45 3339 4141 W www.lf.dk

Kvinder drikker vand – de velstillede drikker vin

En ny undersøgelse fra Landbrug & Fødevarer viser, at danskernes foretrukne drikkevarer udover vand, er kaffe og mælk. Således drikker mere end hver anden dansker vand til deres måltider og mere end hver femte drikker kaffe eller mælk. Når det kommer til indtagelsen af mælk er det børnefamilierne, som fører an.

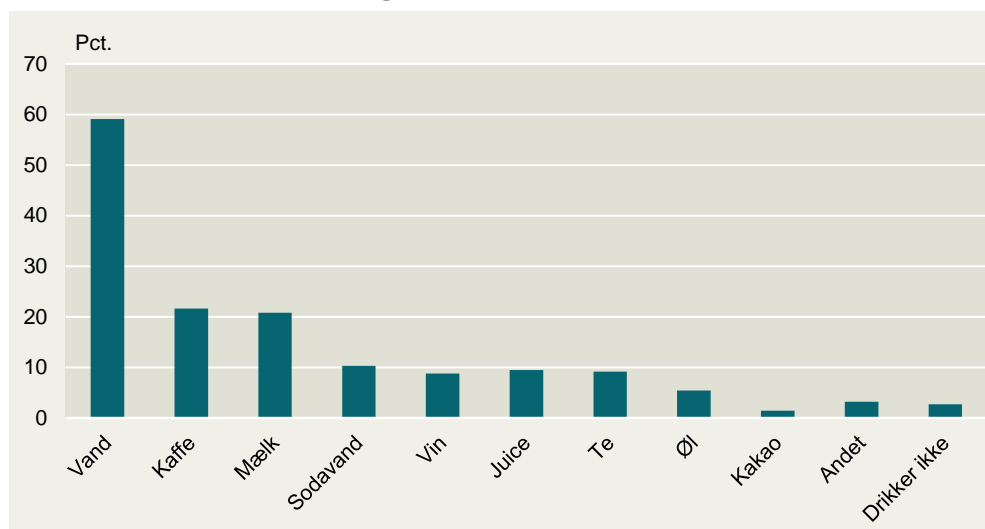
Highlights

- Vand er danskernes foretrukne tørstslukker. I gennemsnit drikker 57 pct. af de adspurgte vand til deres hovedmåltider. Herudover er det primært kaffe og mælk, som drikkes til især morgenmaden, men også til frokosten.
- De danske kvinder drikker mere vand end mændene set over de tre hovedmåltider. I gennemsnit har 9 pct.-point flere kvinder end mænd svaret, at de drikker vand til deres måltider.
- Danskerne foretrækker hovedsageligt kaffe til morgenmaden. Ca. 49 pct. af de adspurgte har svaret at de drikker kaffe til morgenmaden i hverdagene. I weekenden er dette tal oppe på 56 pct. Herudover er også mælk og juice populære morgenmadsdrikkevarer.
- Det er primært højindkomstgrupperne, som drikker vin til aftensmaden og modsat er det primært lavindkomstgrupperne, som drikker sodavand til deres aftensmåltider.

Vand, mælk og kaffe på de danske spiseborde

En ny undersøgelse lavet af Landbrug & Fødevarer kortlægger danskernes indtagelse af drikkevarer i forbindelse med de tre hovedmåltider. Af de adspurgte svarede i gennemsnit 57 pct., at de drikker vand til morgenmad, frokost og aftensmad til hverdag og i weekenden. For hhv. kaffe og mælk var dette tal 22 pct. og 21 pct.

Figur 1. Danskernes foretrukne valg af drikkevarer



Anm.: Da de adspurgte er givet muligheden for at svare mere end en drikkevarer er summen af procenter større end 100.

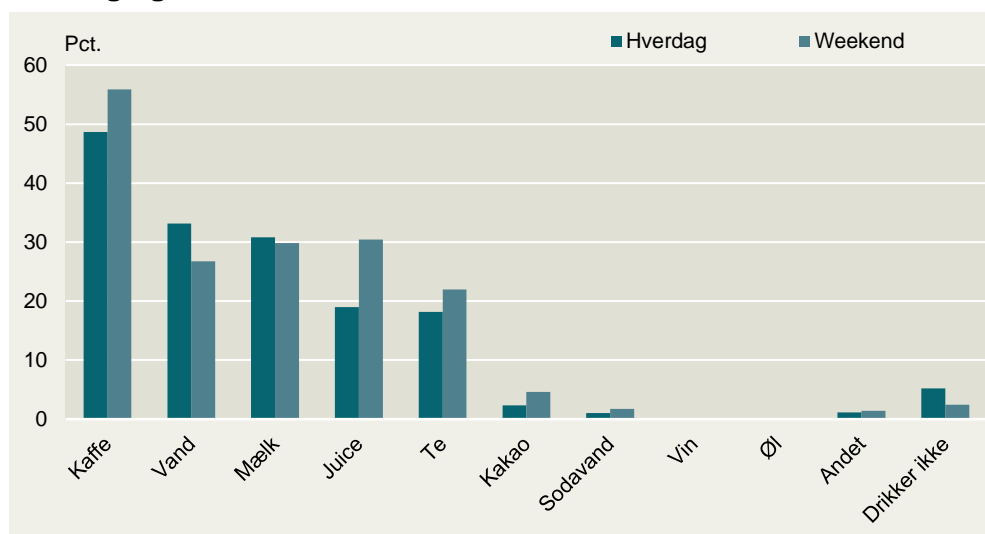
Kilde: Landbrug & Fødevarer

Kaffe og mælk i hverdagene...

Mælk og kaffe til morgenmaden

Danskernes foretrukne drikkevarer til morgenmåltidet er kaffe og mælk. I hverdagene drikker 49 pct. af de adspurgte kaffe til deres morgenmåltid. I weekender stiger dette til 56 pct. For mælk er antallet nogenlunde konstant i såvel hverdage som weekend. 31 pct. af de adspurgte drikker mælk til morgenmaden i hverdagene sammenlignet med 30 pct. i weekenden.

Figur 2. Indtagelse af drikkevarer i forbindelse med morgenmad fordelt på hverdag og weekend



Kilde: Landbrug & Fødevarer

... og juice i weekenden

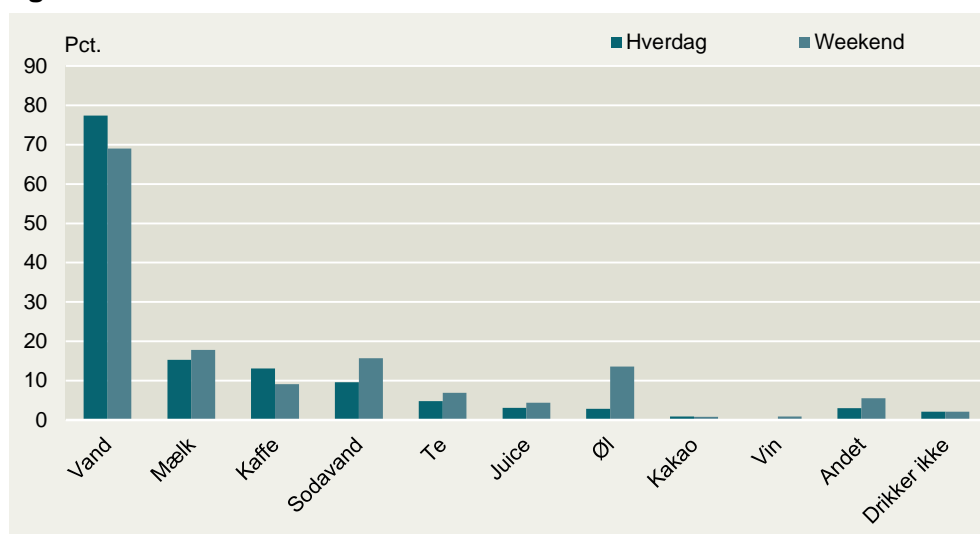
Herudover er vand også populært at slukke tørsten i til morgenmåltidet. 33 pct. af de adspurgte svarede at de drikker vand til morgenmaden i hverdagene. I weekenden falder dette til 27 pct. I weekenden er danskerne særligt glade for juice til morgenmaden og mere end 30 pct. af de adspurgte drikker juice til morgenmåltidet i weekenden. Dette er 11 pct.-point flere end i hverdagene.

Danskerne drikker vand til frokosten i hverdagene

Primært vand til frokosten

Fokuseres der på frokosten indtager danskerne hovedsageligt vand. 77 pct. af de adspurgte drikker vand til deres frokostmåltid i hverdagene. I weekendene falder dette til 69 pct. Herudover er det primært mælk som drikkes til frokosten. 15 pct. drikker mælk til frokosten i hverdagene. I weekenden stiger dette til ca. 18 pct.

Figur 3. Indtagelse af drikkevarer i forbindelse med frokost fordelt på hverdag og weekend



Kilde: Landbrug & Fødevarer

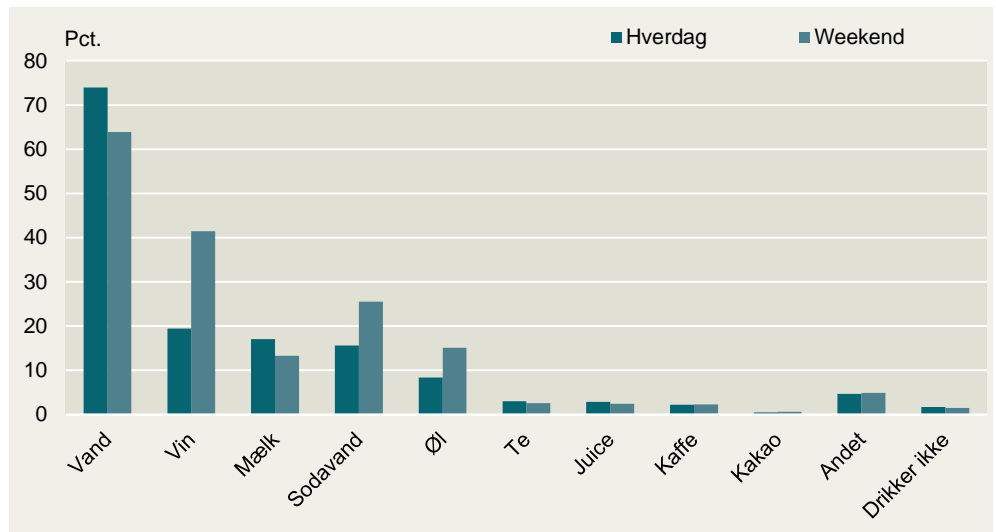
Der drikkes mere sodavand og øl til frokosten i weekendene

Generelt tyder det på at danskerne i weekenden ønsker lidt mere luksus og ca. 16 pct. af de adspurgte drikker sodavand til deres frokost i weekenden sammenlignet med mindre end 10 pct. i hverdagene. Ligeledes drikker ca. 14 pct. af de adspurgte øl til frokosten i weekenden sammenlignet med mindre end 3 pct. i hverdagene. I hverdage såvel som i weekenden er det den ældre generation som drikker øl. I hverdagene drikker ca. 6 pct. af de adspurgte mellem 50 og 70 år øl til frokost. I weekenden stiger dette til 20 pct.

Vin til middag i weekenden

Til aftensmaden er det igen vand, som er den foretrukne tørstslukker blandt danskerne. 74 pct. af de adspurgte drak vand til aftensmaden i hverdagene. Herudover er det primært vin og mælk, som drikkes til aftensmaden, hvor hhv. 20 pct. drikker vin og 17 pct. drikker mælk.

Figur 4. Indtagelse af drikkevarer i forbindelse med aftensmad fordelt på hverdag og weekend

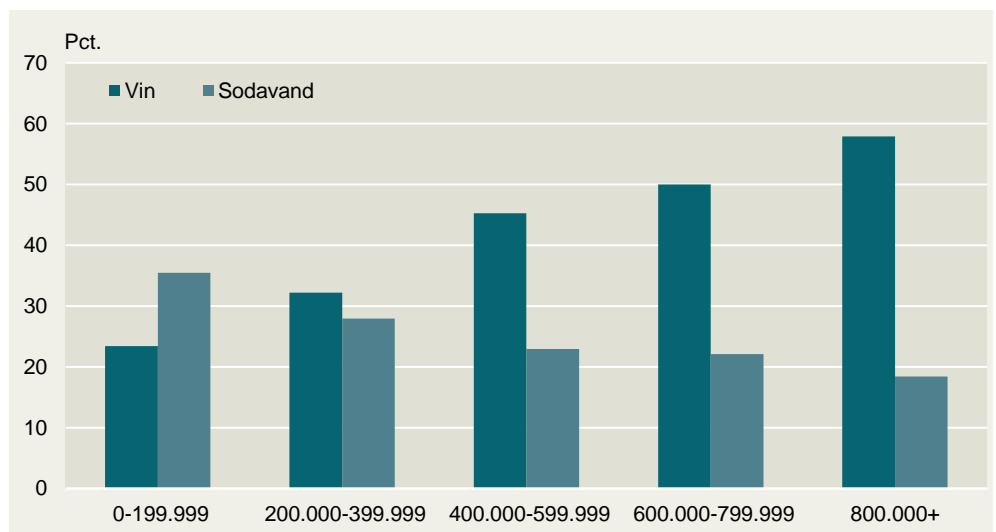


Kilde: Landbrug & Fødevarer

Flere end 40 pct. drikker vin til aftensmaden i weekenderne

I forbindelse med weekendens aftensmåltider ønsker danskerne igen mere luksus. 15 pct. af de adspurgte drikker øl til aftensmaden i weekenden og flere end 25 pct. drikker sodavand sammenlignet med ca. 15 pct. i hverdagene. Herudover drikker 41 pct. af de adspurgte vin til aftensmaden i weekenden.

Figur 5. Indtagelse af vin og sodavand til aftensmaden i weekenden fordelt på indkomstgrupper



Kilde: Landbrug & Fødevarer

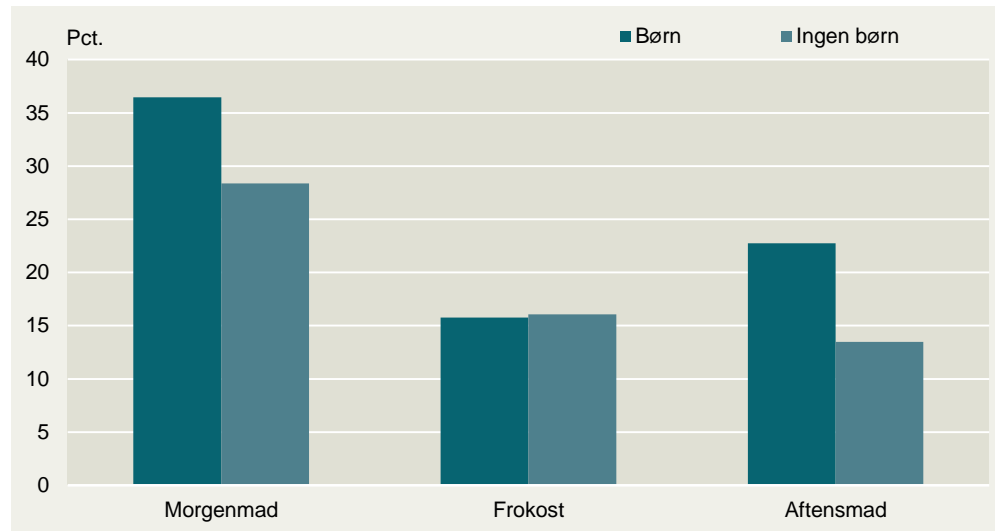
Det er især højindkomstgrupperne, som indtager vin til deres aftensmåltider. For øverste indkomstgruppe, som tjener mere end 800.000 om året drikker hhv. 25 pct. og 58 pct. vin til maden i hverdagene og i weekenden. Blandt de adspurgte er gennemsnittet på hhv. 20 pct. og 41 pct.

Vand populært blandt kvinderne – mælk blandt de unge

Mange unge drikker mælk

Blandt de adspurgte i undersøgelsen er det primært den yngste aldersgruppe på 18-34-årige som drikker mælk til deres hovedmåltider. Især til morgenmaden er den yngste aldersgruppe repræsenteret som de mest mælkedrikkende og 42 pct. af de 18-34-årige drikker mælk til morgenmaden, hvad enten det er hverdag eller weekend, hvilket er ca. 12 pct.-point højere end de 35-49-årige og ca. dobbelt så meget som de 50-70-årige.

Figur 6. **Indtagelse af mælk i hverdagene fordelt på adspurgte med og uden børn**



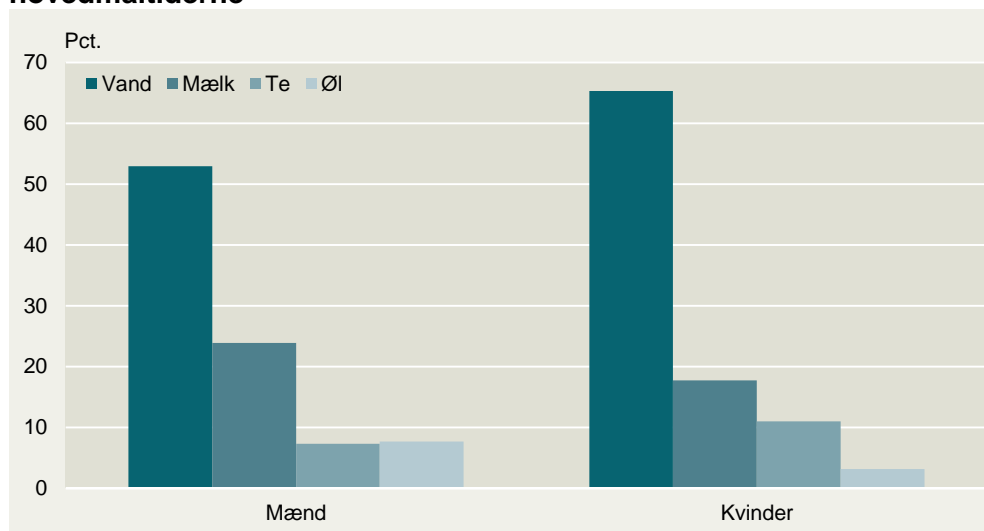
Kilde: Landbrug & Fødevarer

Anm.: Figuren viser et gennemsnit mellem hverdag og weekend baseret på adspurgte uden børn og en summering af adspurgte med 1, 2, 3 og 4 eller flere børn.

Mælk er også populært blandt børnefamilier

Blandt børnefamilier generelt er mælk populært. I gennemsnit drikker flere end 25 pct. af de adspurgte med børn mælk til deres måltider. For adspurgte uden børn er dette tal ca. 19 pct. Dette skal ses i lyset af, at de adspurgte med børn drak mindre mælk end de øvrige adspurgte til frokost i hverdagene, hvor man må formode at familierne ikke spiser sammen.

Figur 7. **Mænd og kvinders indtagelse af drikkevarer i forbindelse med hovedmåltiderne**



Kilde: Landbrug & Fødevarer

Kvinder drikker mere vand end mænd

Kønnene imellem er der også forskelle på drikkevanerne til de tre hovedmåltider. Kvinder er mere tilbøjelige til at drikke såvel vand som te til deres måltider. I gennemsnit er antallet af kvinder, som drikker vand til deres måltider 12 pct.-point større end mænd. For te er dette tal 4 pct.-point. Modsat er mændene mere tilbøjelige til at drikke mælk end kvinderne. I gennemsnit drikker ca. 24 pct. af mændene mælk til deres måltider. For kvinderne er dette tal 18 pct.

Mænd drikker mere øl

Også når det kommer til indtagelsen af øl er der forskel på kønnene. Her drikker mere end dobbelt så mange af de adspurgte mænd øl i forhold til de adspurgte kvinder. Ca. 8 pct. af mændene i undersøgelsen drak øl til et af de tre hovedmåltider. For kvinder drejede det sig om ca. 3 pct.

Metodeafsnit

Befolkningsundersøgelsen er baseret på en rundspørge foretaget af Userneeds blandt 1002 repræsentativt udvalgte danskere fra 15.-28. maj 2013.

Respondenterne har fået mulighed for at svare hvilke drikkevarer de indtager til de tre hovedmåltider i hhv. hverdage og weekender. Der er ingen begrænsning for antallet af svarmuligheder for den enkelte respondent.

Danskerne foretrukne valg af drikkevarer er udregnet ved at vægte summen af adspurgte som indtager den pågældende drikkevarer på hverdage og i weekender med hhv. 5 og 2 og derefter dele med antallet af måltider.



Landbrug & Fødevarer

Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000
F +45 3339 4141

E info@lf.dk
W www.lf.dk

Yderligere kontakt

Malika Buhr Pedersen
Alexander Kressner

3339 4030 mpe@lf.dk
3339 4497 axk@lf.dk