



Danskernes morgenmad er hurtig, nem, mættende og velsmagende

Marts 2025

20. marts 2025

Danskernes morgenmad er hurtig, nem, mættende og velsmagende

Denne analyse sætter fokus på danskernes morgenmad, hvilke fødevarer, der er populære, hvordan morgenmaden typisk spises samt hvilke ord, som danskerne bruger til at beskrive deres morgenmad.

De vigtigste indsigter er:

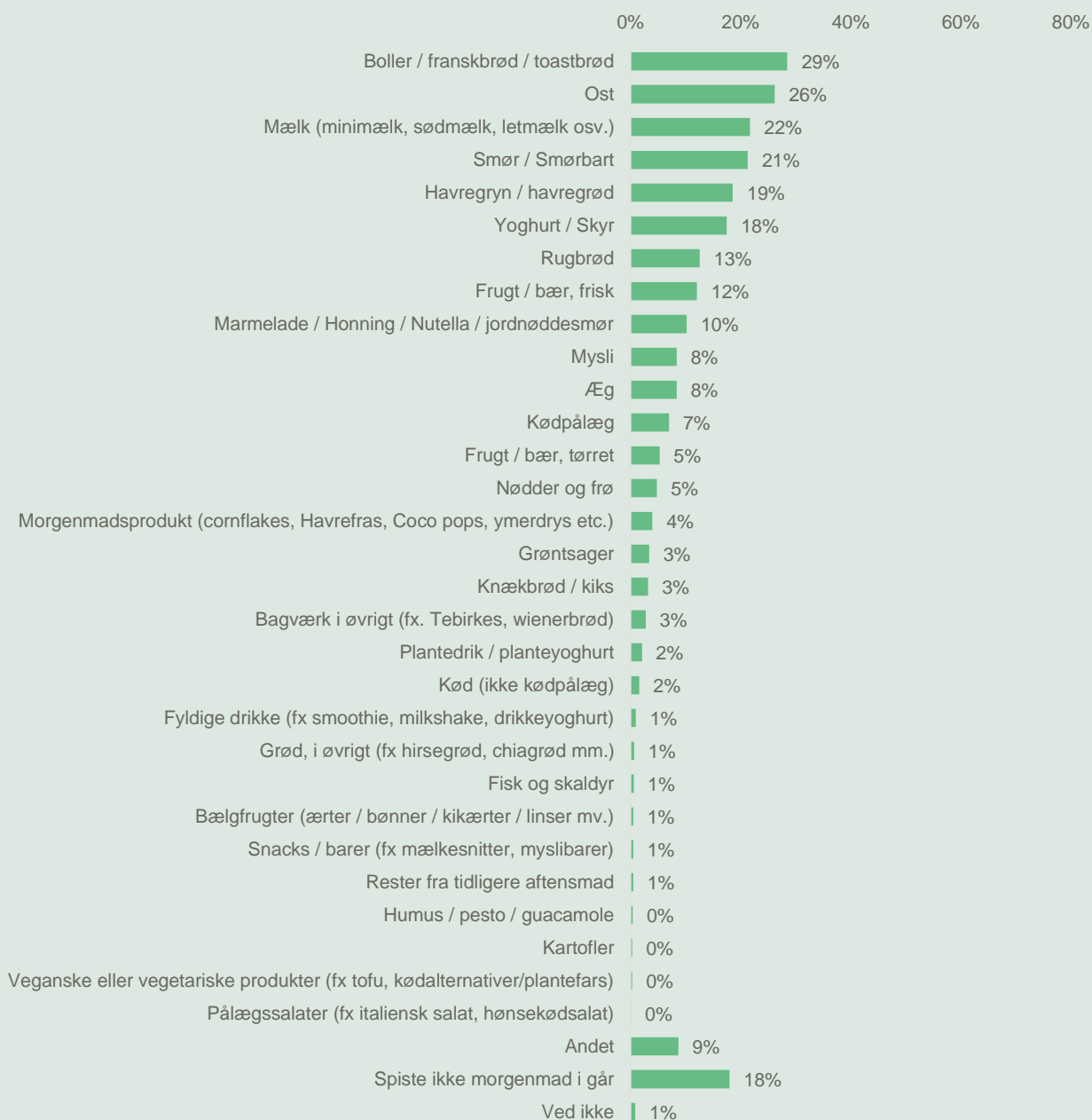
- Danskernes morgenmad varierer, men der er visse tendenser. Typisk består morgenmaden af brød eller boller, ost, mælk, smør, havregryn, grød, yoghurt eller skyr. Grøntsager, kød samt kødpålæg indgår sjældent i morgenmaden. Tendensen er dog, at jo yngre man er, jo oftere har man fået kød eller kødpålæg som en del af morgenmaden. Blandt dem der spiser kødpålæg til morgenmad, er det spegepølse, leverpostej, hamburgerryg, rullepølse eller skinke, der spises.
- 18 pct. af de danske forbrugere spiste ikke morgenmad dagen før. Tendensen er særligt udbredt blandt de yngre, hvor det er 22 pct., der sprang morgenmaden over i går.
- Kaffe eller te er populært til morgenmad, hvilket bliver drukket af hver anden i gennemsnit, især dog blandt 60+ årige, hvor kaffe/the-drikke bliver drukket som en del af morgenmaden hos tre ud af fire. I forhold til 2023 er det imidlertid markant færre, der har fået kaffe/the som en del af morgenmaden.
- Når danskerne beskriver deres morgenmad, karakteriseres den af knap halvdelen som et måltid sammensat af færdiglavede komponenter, som for eksempel havregryn med mælk eller bolle med syltetøj osv. Den tager typisk max 15 min. at klargøre.
- I weekenden beskrives den lidt oftere som hjemmelavet mad, og tager lidt oftere op til 30 minutter at tilberede. I weekenden spises den oftere med familie, ægtefælle/kæreste eller børn, hvor man oftere spiser morgenmaden alene i hverdagen.
- Morgenmaden bliver karakteriseret som nem, mættende og med god smag. Derudover er der et fokus på sundhed og at morgenmaden er let tilgængelig og nem at få fat i. De yngre forbrugere beskriver oftere deres morgenmad som billig, nem og hurtig, mens de ældre oftere beskriver den som sund og med danske råvarer.

Morgenmaden varierer, men brød, ost, mælk og smør og havregryn er populært

I 2024 har Landbrug & Fødevarer to gange i en nationalt repræsentativ undersøgelse spurgt danskerne, hvad de har fået at spise til morgenmad dagen før. I undersøgelsen har 2.000 danskere i alderen 18-80 år svaret på, hvad de fik at spise til morgenmad dagen før, og data er indsamlet løbende hen over alle ugens syv dage, hvorfor morgenmad til både hverdag og weekend er inkluderet.

I gennemsnit angiver 82 pct. af danskerne, at de spiste morgenmad dagen før, mens 18 pct. svarer, at de ikke spiste morgenmad. Dette er en lille stigning fra 2023, hvor 15 pct. ikke fik morgenmad. Tendensen er særligt udbredt blandt de yngre forbrugere i alderen 18-39 år, hvor 22 pct. sprang morgenmaden over dagen før. Blandt dem, der fik morgenmad dagen før, er de mest populære fødevarer brød og ost, som spises af omtrent hver fjerde forbruger. Dernæst kommer mælk og smør, som spises af hver femte forbruger. Også havregryn er populært og spises af 19 pct. af danskerne til morgenmad. Rugbrødet spises af 13 pct. af danskerne, mens klassiske morgenmadsprodukter som for eksempel Cornflakes, Havrefras og Cocopops kun spises af 4 pct. af danskerne.

Figur 1: Spg. Hvilke af disse fødevarer indgik i din morgenmad i går?



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer maj og november 2024, total n=2000. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne (undtagen "Andet", "Spiste ikke morgenmad" og "Ved ikke"). Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

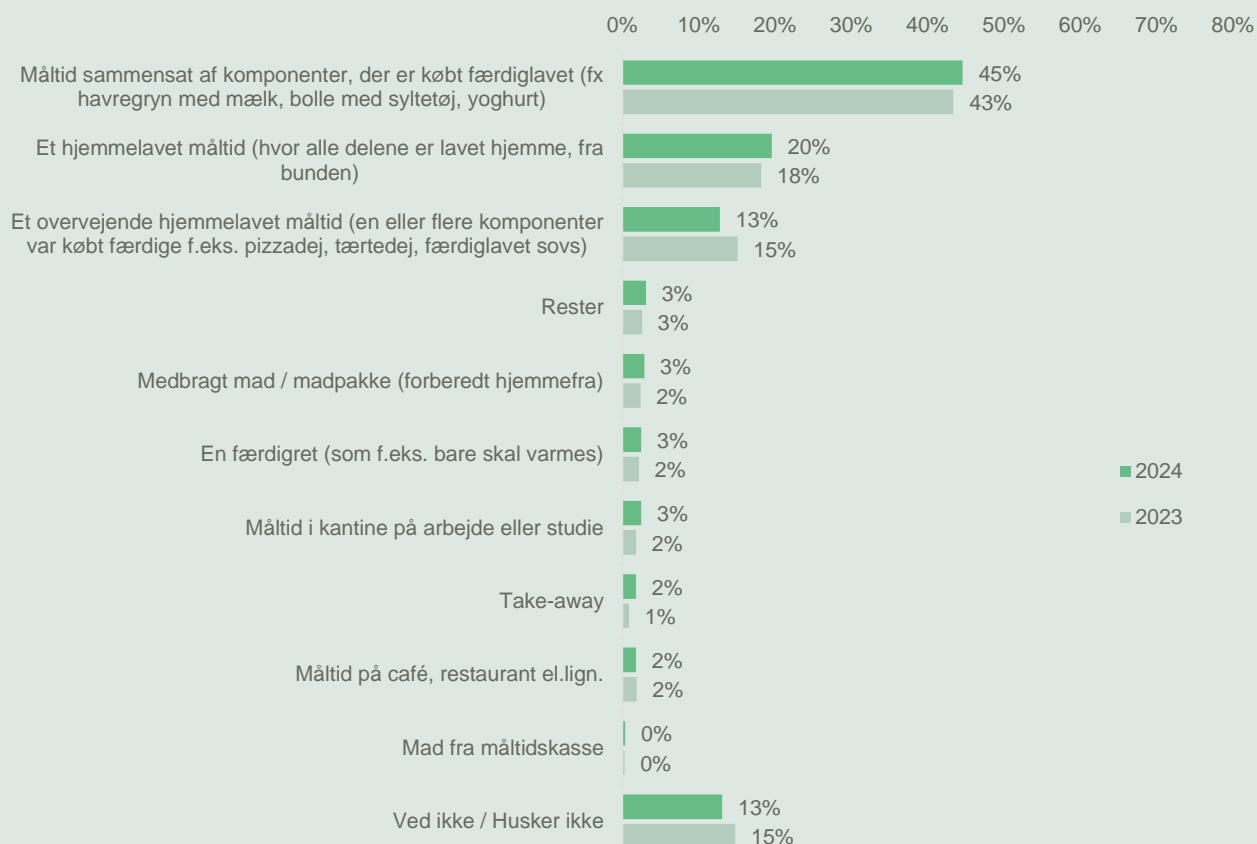
I forhold til samme undersøgelse i 2023, har lidt flere i år fået lyst brød som boller, franskbrød eller toastbrød til morgenmad eller kødpålæg til morgenmad, mens færre har fået ost, yoghurt, mysli, rugbrød eller sødt pålæg som marmelade eller honning til morgenmad. Ellers ses ikke mange forskelle på 2023 og 2024 bortset fra at lidt færre har fået morgenmad i 2024.

Et nærmere kig på forskelle i demografi afslører, at kvinder oftere end mænd angiver at have spist frugt og bær, nødder og frø, knækbrød samt plantedrikke mens kødpålæg og morgenmadsprodukter oftere spises af mænd til morgenmad. Der er yderligere forskelle mellem forbrugerne, når vi ser på alder. Det ældre segment spiser oftere rugbrød samt ost til morgenmad, med dertilhørende toppings som ost samt marmelade, honning, Nutella eller jodnøddesmør.

Morgenmaden er typisk et måltid sammensat af færdiglavede komponenter

Når danskerne beskriver deres morgenmad, er den ofte sammensat af færdiglavede komponenter, som for eksempel havregryn med mælk eller bolle med syltetøj osv. Omtrent en femtedel beskriver morgenmaden som værende hjemmelavet med alle elementer lavet fra bunden. Dette er samme tendens, som i 2023, bortset fra at lidt flere i 2024 beskriver morgenmaden som enten sammensat af færdiglavede komponenter eller hjemmelavet, mens lidt færre beskriver morgenmaden som overvejende hjemmelavet med én eller flere færdiglavede komponenter.

Figur 2: Spg. Hvordan vil du beskrive din morgenmad i går?

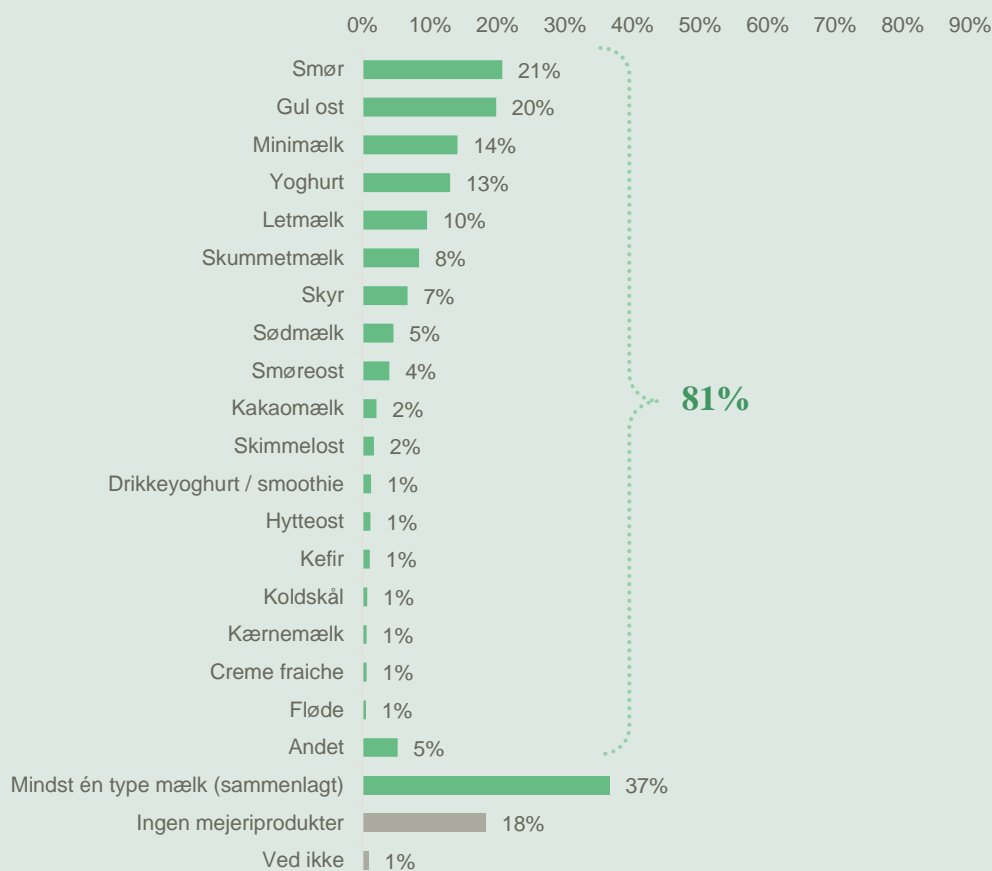


Voxmeter for Landbrug & Fødevarer maj og november 2024, total n=1640 og maj og november 2023 total n=1698 (fik morgenmad i går). Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne (undtagen "Ved ikke"). Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

Mejeriprodukter spiller en stor rolle i morgenmaden, mens kød og grønt ikke i samme grad er til stede i måltidet

Hvor vi ser, at frokost og aftensmad typisk domineres af kategorierne kød og grønt, mens mejeriprodukter typisk har rollen som tilbehør, ser det anderledes ud i morgenmadssituationen. Her er det hele 81 pct. af alle måltider, der har inkluderet minimum ét mejeriprodukt. Typisk er det mælk, smør, gul ost og yoghurt, som danskerne har med i deres morgenmad. Som samlet kategori er der én eller flere former for mælk i mere end en tredjedel af måltiderne. I hverdagen er det lidt oftere yoghurt, mens weekenden oftere inkluderer smør og gul ost.

Figur 3: Spg. Hvilke mejeriprodukter indgik i din morgenmad i går?

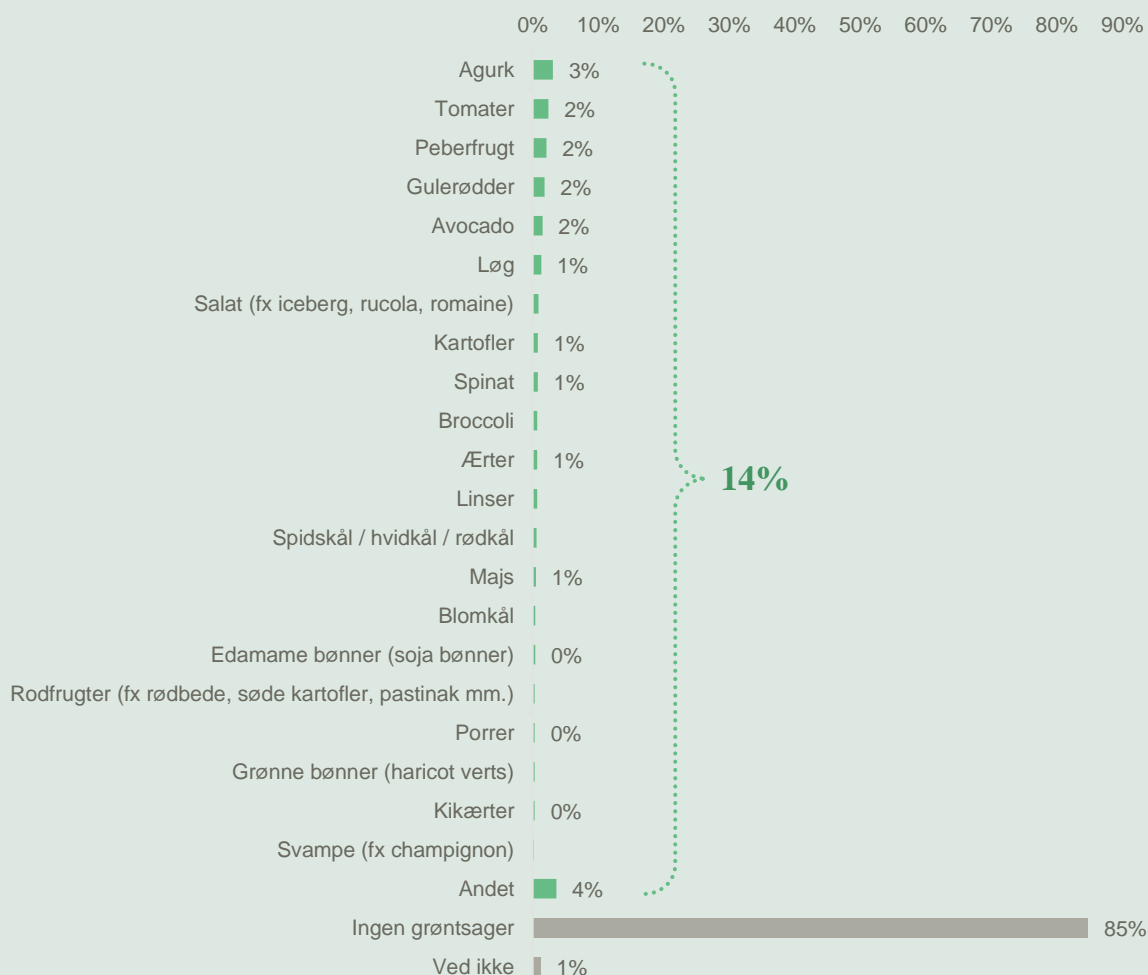


Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, maj og november 2024 n=1640. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne (undtagen "Andet", "Ingen" og "Ved ikke"). Mælk total er udregnet som summen af besvarelser, hvor der er minimum én type mælk. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse.

Et nærmere kig på forskelle i demografi afslører, at mænd oftere end kvinder angiver at have fået sødmælk til morgenmad, mens kvinder i højere grad angiver ikke at have spist mejeriprodukter til morgenmad. Vi ser samtidig, at produkter som gul ost og yoghurt oftere er en del af måltidet, jo ældre man er. Konkret har 12 pct. blandt 18-29-årige fået gul ost som en del af deres morgenmad i går, mens det samme gælder hele 31 pct. blandt 70+ årige. Og for yoghurt er det 9 pct. blandt 18-29-årige, der har fået dette til morgenmad, mens det blandt 70+ årige er 21 pct.

For grøntsager og bælgrugter ser det helt anderledes ud. I alt er det blot 14 pct., der har fået minimum én som en del af deres morgenmad i 2024. Her har det typisk været de gode gamle kendinge agurk, tomat og peberfrugt, der alle kan spises friske og fx som topping på brød og andet pålæg.

Figur 4: Spg. Hvilke grøntsager og bælgrugter indgik i din morgenmad i går?

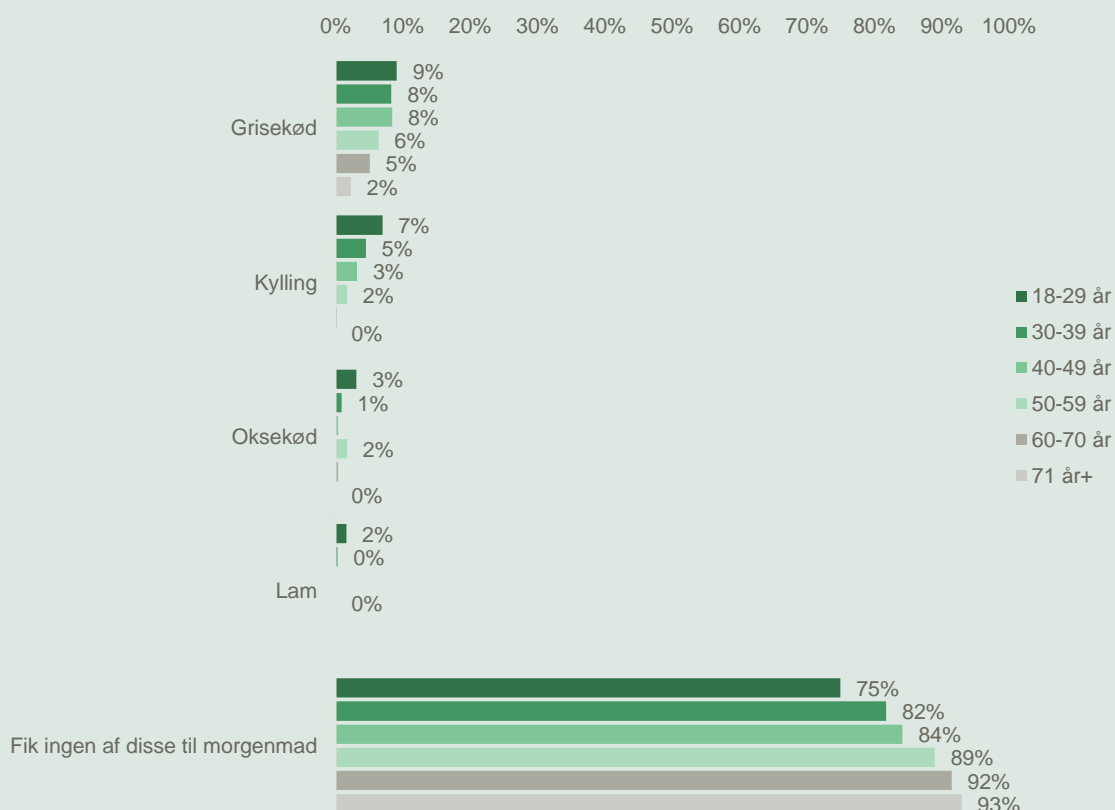


Voxmeter for Landbrug & Fødevarer maj og november 2024 n=1640 (fik morgenmad i går). Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne (undtagen "Andet", "Ingen grøntsager" og "Ved ikke"). Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

Det samme gælder forskellige former for kød, som var en del af måltidet hos 12 pct., her oftest enten grisekød (7 pct.) eller kylling (3 pct.). Ser vi nærmere efter, ser vi dog her en interessant forskel mellem yngre og ældre danskere, idet man oftere har fået én eller flere typer kød til morgenmad, jo yngre, man er.

Figur 5: Spg. Indgik noget af nedenstående i din morgenmad i går?

Udvalgte svarmuligheder, hvor der ses forskel på aldersgrupper:



Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer maj og november 2024 n=1640 (fik morgenmad i går), heraf 18-29 år n=315, 30-39 år n=234, 40-49 år n=238, 50-59 år n=258, 60-70 år n=357, 71+ år n=238. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne (undtagen "Andet", "Ingen" og "Ved ikke"). Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

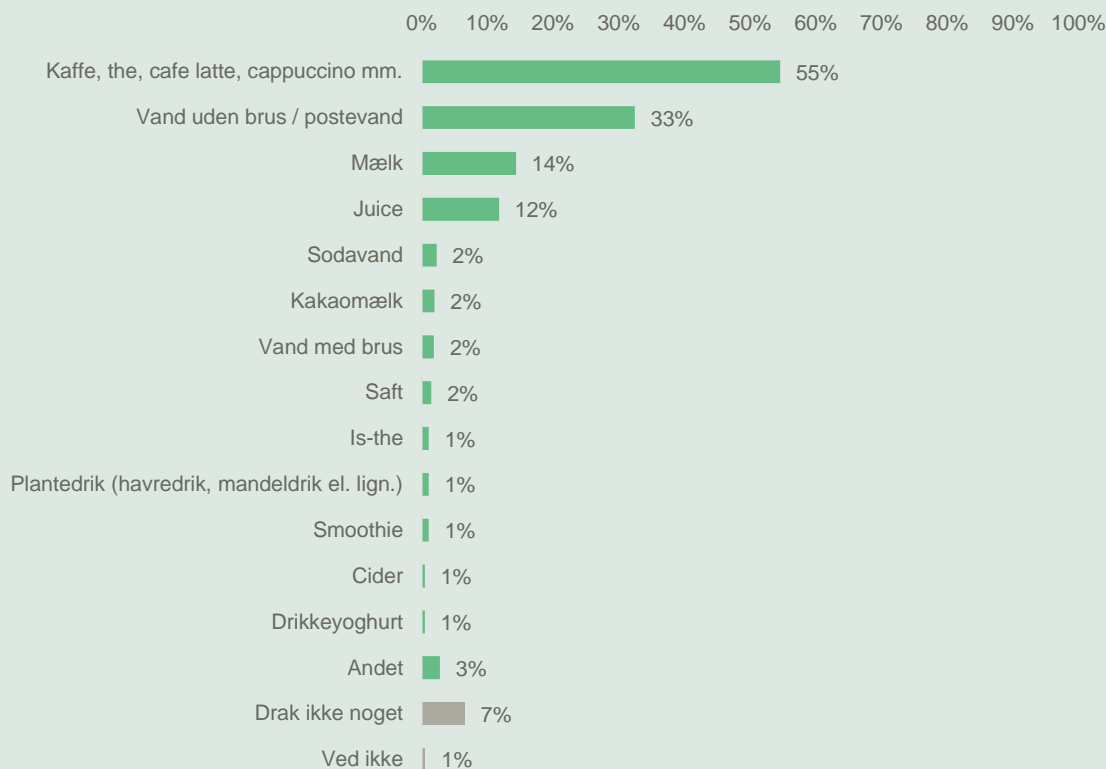
For pålægstyper er det 17 pct., der har fået dette til morgenmad, typisk enten spegepølse, leverpostej, hamburgerryg, skinke, rullepølse eller kylling/kalkun. Og også her ses der en tendens til, at jo yngre man er, jo oftere har der været en form for pålæg som en del af morgenmaden.

Kaffe og the er populært som del af morgenmaden, men det er færre end i 2023

Kaffe og te indgår i 55 pct. af danskernes morgenmad. En tredjedel drikker vand til morgenmaden, og dette er efterfulgt af mælk (14 pct.) og juice (12 pct.). Kvinder drikker i højere grad end mænd kaffe, te samt postevand til morgenmaden. Omvendt drikker mænd i højere grad juice og mælk til morgenmaden. Mænd er også mere tilbøjelige til ikke at drikke noget til morgenmaden. Der er yderligere forskelle mellem yngre og ældre forbrugere. Kaffe og te er især populært blandt de ældre forbrugere; helt konkret bliver det drukket af omkring otte ud af ti blandt de 60+ årige til morgenmaden. Juice bliver også i højere grad drukket af denne målgruppe. Hvor de ældre især drikker kaffe og te, så drikker de yngre forbrugere i højere grad postevand til morgenmaden.

Figur 6: Spg. Hvilke drikkevarer drak du til din morgenmad?

NB: Drikkevarer, hvor min. 1 pct. har svaret:



Voxmeter for Landbrug & Fødevarer maj og november 2024, total n=1640 (fik morgenmad i går). Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne (undtagen "Andet" og "Ved ikke"). Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

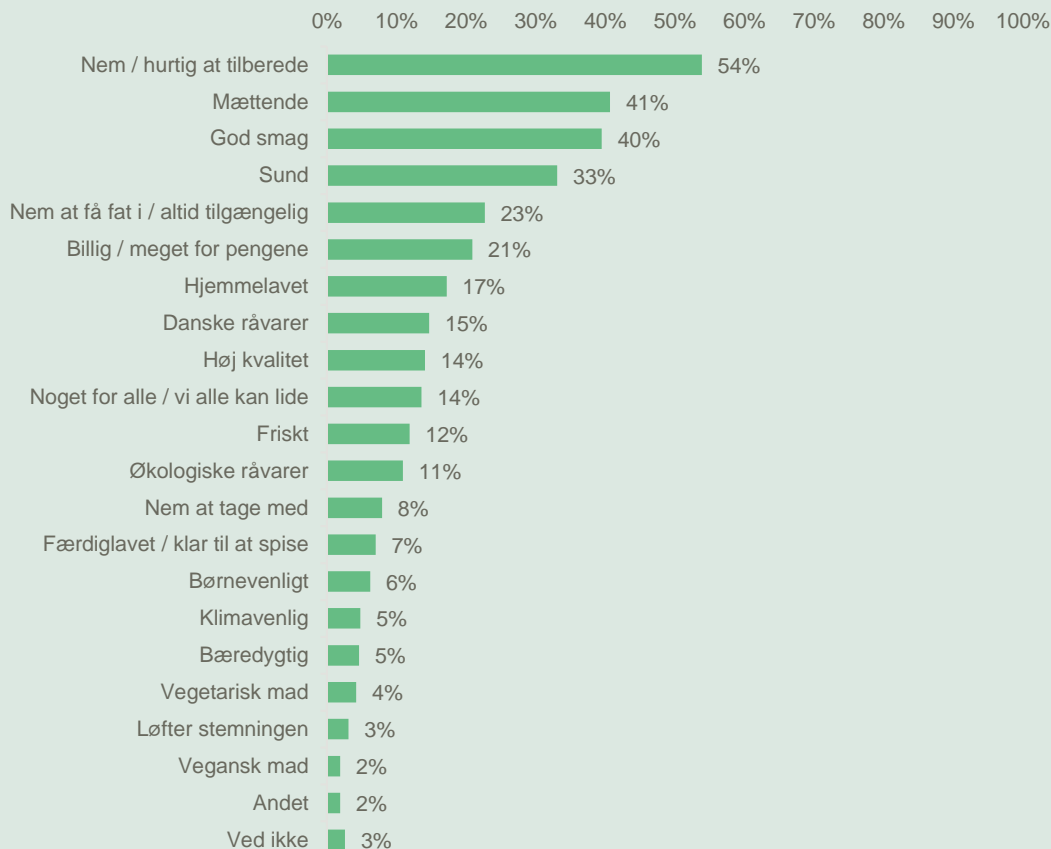
Selv om diverse kaffe- og the-drikke er klart det mest populære til morgenmad, så er det dog markant færre, der i 2024 har fået dette som en del af deres morgenmad. I 2023 var det nemlig hele 63 pct., der fik dette til morgenmad. Juice er en anden drikkevarer, hvor der ses en forskel. I 2023 fik 15 pct. dette til morgenmad, mens det i 2024 er faldet til 12 pct. Omvendt har flere i 2024 fået vand uden brus som en del af deres morgenmad. Dette er steget med 4 procentpoint fra 2023 til 2024.

Morgenmaden bliver karakteriseret som nem/hurtig at tilberede, mættende, velsmagende og sund

Hvordan beskriver danskerne så den morgenmad, som de fik dagen før? Kendetegnet ved morgenmaden er, at morgenmaden skal gå hurtigt, især i hverdagene. Når forbrugerne skal beskrive morgenmaden, bliver den beskrevet som nem og hurtig at tilberede, og helt konkret bruger 82 pct. af danskerne da også mindre en 15 minutter på at tilberede morgenmaden fra råvarerne tages ud af skabet til det færdige måltid står klart. 9 pct. angiver at have brugt mellem 15-30 minutter på morgenmaden i går. Dette gælder især i weekenden, hvor 12 pct. angiver at bruge mellem 15-30 minutter, hvilket kun gælder blandt 8 pct. i hverdagene.

Morgenmaden beskrives også i høj grad som mættende og med god smag. Derudover beskriver hver tredje deres morgenmad som sund, mens knap hver fjerde beskriver den som nem og tilgængelig.

Figur 7: Spg. Hvordan vil du beskrive din morgenmad i går?



Voxmeter for Landbrug & Fødevarer maj og november 2024, total n=1640 (fik morgenmad i går). Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne (undtagen "Andet" og "Ved ikke"). Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

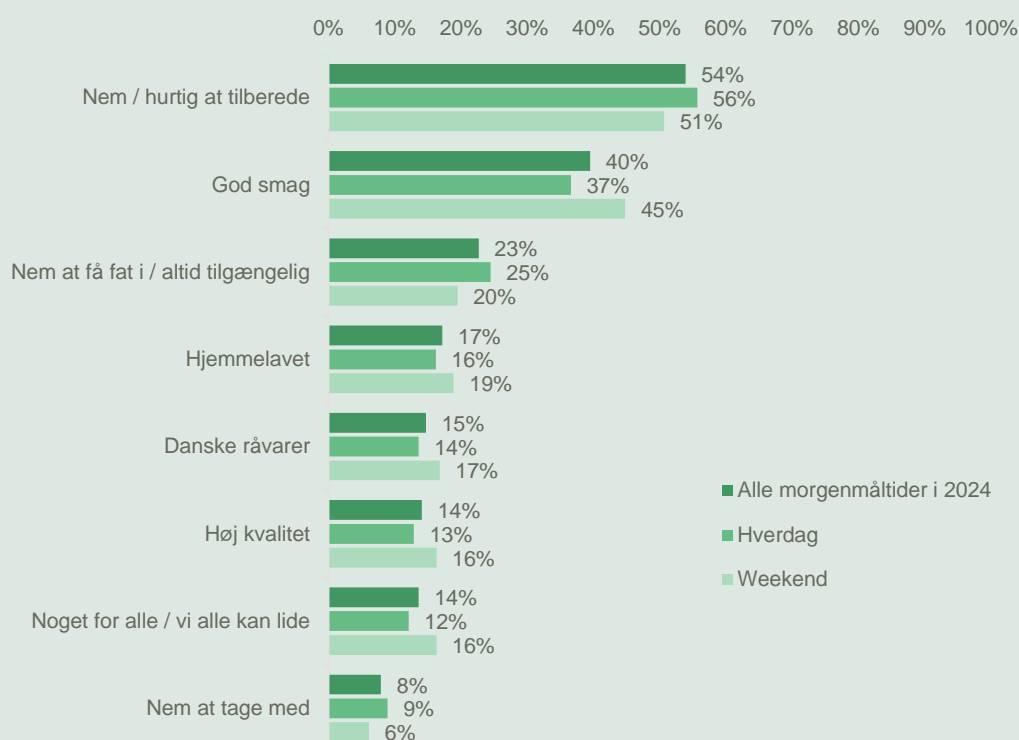
Der er forskelle på, hvilke ord forbrugerne bruger til at beskrive deres morgenmad dagen før. De yngre beskriver oftere deres morgenmad som nem at få fat i, nem at tage med samt færdiglavet. De 30-49-årige beskriver i højere grad morgenmaden som børnevenlig, mens de ældre forbrugere i højere grad beskriver den som sund og lavet med danske råvarer. At morgenmaden er velsmagende, bliver især angivet af de 60-70-årige.

Der er samtidig enkelte forskelle mellem mænd og kvinders beskrivelser af deres morgenmad. Kvinder beskriver oftere deres morgenmad som nem og hurtig at tilberede, hjemmelavet, økologisk, nem at tage med, klimavenlig samt vegetarisk.

Hverdagsmorgenmaden er især kendetegnet ved, at den skal være nem at få fat i samt nem at tage med, mens weekendmorgenmaden i højere grad bliver beskrevet som velsmagende, hjemmelavet, med danske råvarer, høj kvalitet og noget, som alle kan lide.

Figur 8: Spg. Hvordan vil du beskrive din morgenmad i går?

Udvalgte svarmuligheder, hvor der ses forskel på morgenmaden hverdag og weekend



Voxmeter for Landbrug & Fødevarer maj og november 2024, total n=1640 (fik morgenmad i går), heraf hverdag n=1063 og weekend n=577. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

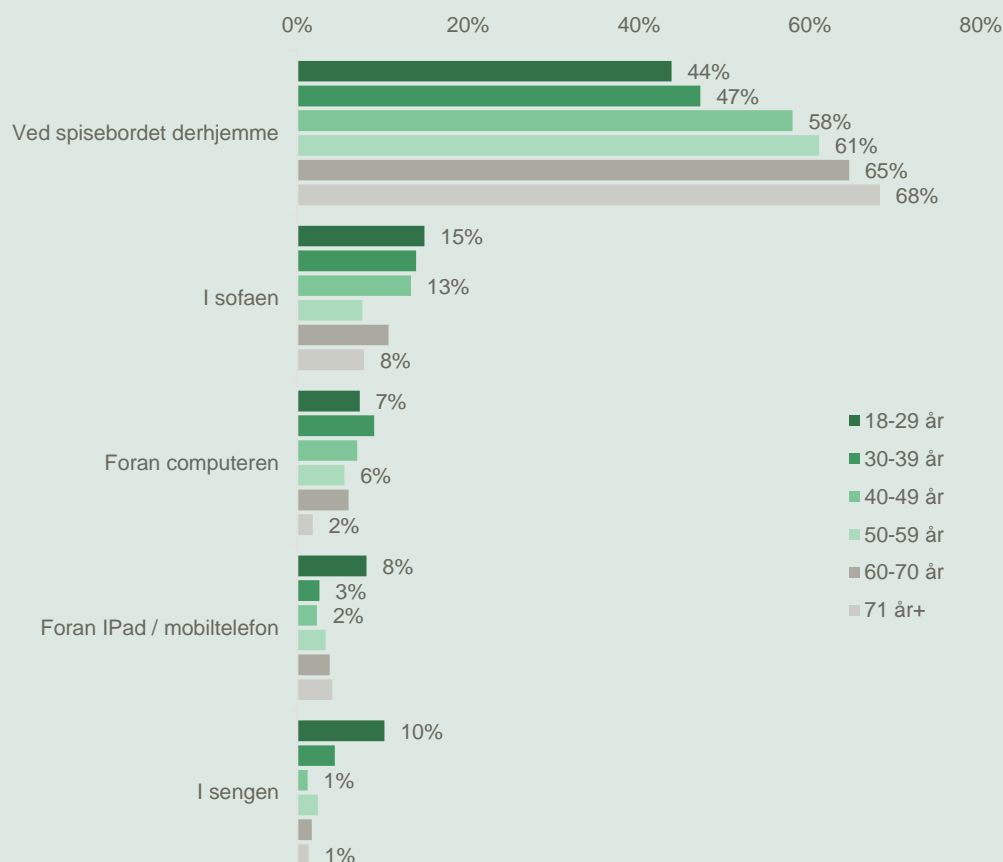
Morgenmaden spises typisk derhjemme ved spisebordet – men jo yngre man er, jo oftere spiser man den andre steder end ved spisebordet

Morgenmaden spises oftest derhjemme ved spisebordet, både når det gælder hverdag og weekend. I hverdagen har 57 pct. spist deres morgenmad dagen før ved spisebordet derhjemme, mens 13 pct. spiste morgenmaden foran fjernsynet og 11 pct. spiste den i sofaen. 2 pct. spiste morgenmad i bilen eller toget, og 3 pct. indtog deres morgenmad dagen før i kantinen eller pauserummet på arbejdet. I weekenden er det hele 62 pct., der har spist deres morgenmad ved spisebordet, mens færre til gengæld har spist den foran fjernsyn, computer eller iPad/mobiltelefon.

Ser vi et øjeblik tilbage på morgenmaden i 2023, er der i 2024 dog lidt færre end sidste år, der har spist deres morgenmad ved spisebordet derhjemme, mens der er lidt flere, der har spist den enten i sofaen, foran computer, iPad/mobiltelefon, i sengen eller stående/gående på vej fra ét sted til et andet.

Vi ser samtidig, at jo yngre man er, jo oftere har man dog spist sin morgenmad dagen før andre steder end ved spisebordet derhjemme – fx i sofaen, i sengen eller foran iPad/mobiltelefon.

Figur 9: Spg. Hvilke af nedenstående beskriver, hvordan du spiste din morgenmad i går?
 Udvalgte svarmuligheder, hvor der ses forskel på aldersgrupper

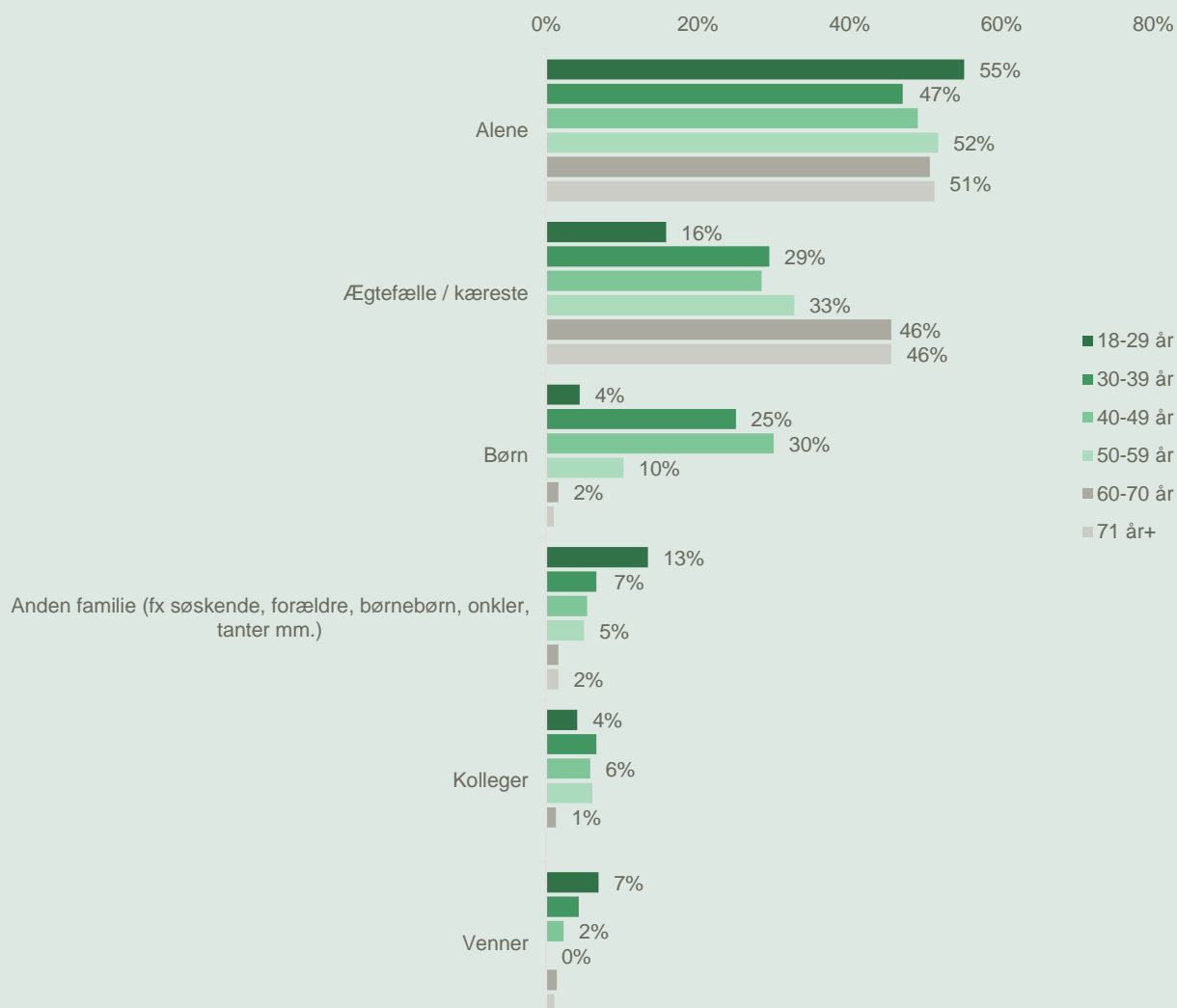


Voxmeter for Landbrug & Fødevarer maj og november 2024 n=1640 (fik morgenmad i går), heraf 18-29 år n=315, 30-39 år n=234, 40-49 år n=238, 50-59 år n=258, 60-70 år n=357, 71+ år n=238. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

Halvdelen har spist deres morgenmad dagen før alene, mens hver tredje har spist morgenmadsen sammen med en partner og 11 pct. har spist morgenmadsen sammen med børn. I hverdagene spises morgenmadsen i højere grad alene, mens den oftere spises med familie, ægtefælle/kæreste eller børn i weekenden.

Det er oftere danskere over 60 år, der spiser deres morgenmad sammen med en ægtefælle eller kæreste. For 60+ årige er det 46 pct., mens det er blot 16 pct. blandt de 18-29-årige. Yngre har så omvendt oftere end andre aldersgrupper spist deres morgenmad sammen med enten anden familie (fx søskende eller forældre) eller sammen med venner. Sidst men ikke mindst ser vi – nok ikke så overraskende – at det markant oftere er danskere mellem 30-49 år, der spiser deres morgenmad i selskab med børn. For 30-39-årige er det 25 pct., mens det for 40-49-årige er 30 pct., der har spist deres morgenmad i selskab med børn.

Figur 10: Spg. Hvem var du sammen med, da du spiste din morgenmad i går?
 Udvalgte svarmuligheder, hvor der ses forskel på aldersgrupper



Voxmeter for Landbrug & Fødevarer maj og november 2024 n=1640 (fik morgenmad i går), heraf 18-29 år n=315, 30-39 år n=234, 40-49 år n=238, 50-59 år n=258, 60-70 år n=357, 71+ år n=238. Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmulighederne. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

Om analysen

Undersøgelsen om danskernes morgenmad er gennemført af Voxmeter for Landbrug & Fødevarer. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse og er blevet gennemført to gange i 2025, henholdsvis i maj og november måned. I hver bølge deltager 1.000 danskere mellem 18-80 år. I alt har 2.000 personer deltaget i undersøgelsen om morgenmad, hvoraf 1.640 har fået morgenmad dagen før.

Billeder på forsiden er fra pexels.com, fotograf Valeria Boltneva.