

Webinar: Danskernes kostvaner

- fakta, paradokser og veje til at ændre forbrugeradfærd

Webinar fra Mejeriteknisk Selskab

24. juni 2026 - 10.00-12.00 - Microsoft Teams

Vi vil på webinarret give deltagerne et indblik i den seneste undersøgelse af danskernes kostvaner. Undersøgelsens konklusioner vil blive gennemgået og sammenholdt med diverse kostråd og anbefalinger ikke mindst forbrugernes egen opfattelse af succes med at følge anbefalingerne. På trods af massive kampagner over de senere år går udviklingen stadig den forkerte vej. Hvad kan der gøres for at opnå bedre effekt af de mange kampagner fra både myndigheder og andre interessenter, herunder også fødevarerbranchen. Dyrevelfærd, klima, miljøbelastning, resurseforbrug, madspild, og ikke mindst pris og kvalitet er nogle af nøgleordene, der kan/skal bruges i kommunikationen (pisk eller gulerod) for at forbedre kostvanerne hos de danske forbrugere.

Danskernes madvaner 2021-2024

DTU Fødevarerinstitutionen gennemfører de nationale undersøgelser af danskernes kost og fysiske aktivitet og seniorrådgiver Sisse Fagt har stået i spidsen for den seneste kostundersøgelse 2021-2024. Hun vil fortælle om de overordnede resultater blandt børn, unge og voksne og vise udviklingen de seneste 10 år. Sisse vil vise, hvordan danskerne spiser i forhold til kostrådene og hvorledes befolkningens opfattelse af egen madsundhed hænger sammen med de faktiske madvaner.

Seniorrådgiver Sisse Fagt
DTU Fødevarerinstitutionen

Vigtige forbruger- og fødevarer-trends

Der er mange gode intentioner og holdninger blandt forbrugerne, men også en praksis og en virkelighed, som kan se noget anderledes ud. Spørger vi forbrugerne, vil de gerne spise mere planterigt og ønsker sig miljø- og dyrevenlige fødevarer. Kigger vi i stedet på, hvad der vælges ved køledisken, og hvad der lå på tallerkenen dagen før, er det vanerne, et betydeligt prisfokus og de genkendelige valg, der præger adfærden. Og det kan være lidt svært for fødevarerbranchen at navigere i. For skal man producere til forbrugernes holdninger eller adfærd? Og hvem driver egentlig forandringen? Nina Preus fra Landbrug & Fødevarer har analyseret forbrugeradfærd og kigget i krystalkuglen for at se nærmere på forbrugernes fokus og prioriteringer de næste 5-7 år.

Chefkonsulent, Forbrugersociolog
Nina Preus
Landbrug & Fødevarer

Foodservice grossisterne og deres kunder kan i større grad spille en rolle for adfærdsændringer

Jan har arbejdet med afsætning i detail hos FDB/Coop, DLG Food og senest Dansk Cater A/S. Med mange års erfaring i salg af fødevarer, især friskvarer, har han været med siden de første økologiske initiativer i 1980'erne og udviklingen af stærke samarbejder i 1990'erne. Særligt samarbejdet med Thise Mejeri har haft betydning. I dag arbejder Jan med foodservice, som dækker forsyning til offentlige og private kantiner, restauranter, caféer samt kommuner og regioner. Gennem Dansk Cater, herunder AB Catering, BC Catering og INCO, leveres fødevarer til et marked, hvor faglighed og praksis hurtigt påvirker anvendelsen. Indlægget sætter fokus på forskellene mellem detail og foodservice. Der ses på, hvordan økologi, dyrevelfærd, biodiversitet og den grønne omstilling omsættes i professionelle køkkener, og hvad det betyder for blandt andet mejeriprodukter.

Development manager Jan Kristensen
Dansk Cater

