



Klar til indkøb:

Forældres perspektiv på
deres børns involvering i
indkøb og madlavning

Forbrugerrådet Tænk

Wilke, August 2021





Indledning

Undersøgelsens fokus er defineret som "hvorvidt forældrene oplever at deres børn i løbet af deres skoletid har ændret vaner og holdninger ifht. mad, hvad de vurderer som drivers for børnenes ændringer og hvilken betydning dette har haft for forældrenes madvaner".

Målgruppen i denne undersøgelse er forældre til børn i skolealderen (8-15 år).



Konklusioner – Klar til indkøb

1

Sund mad er i fokus, men det forsvinder, når der skal hygges

Forældre til børn i grundskolen taler med børnene om sund mad (86%), men angiver også, at når der skal hygges, nedprioriteres de sunde og klimavenlige madvaner (57%).

2

Barnet er involveret i indkøb og madlavning

75% af forældrene fortæller, at barnet ofte kommer med forslag til aftensmad og hos 62% hjælper barnet ind imellem til med madlavningen. Når det kommer til indkøb af madvarer, er barnet af og til med i følge 45% af forældrene. Hvis barnet er med ude at købe madvarer, så hjælper barnet med at hente madvarer.

3

Barnet får indflydelse på indkøb af madvarer ved at udtrykke sine ønsker

Barnet har som regel ikke direkte indflydelse på, hvad der købes, når barnet ikke har en maddag. Barnets indflydelse på indkøb af madvarer ses ofte ved, at barnet udtrykker sine ønsker ifht. mad. Hos 9 ud af 10 forældre har barnet indflydelse på aftensmaden.

4

Hvad familien kan lide har størst betydning for indkøb af madvarer

81% af forældrene fortæller, at hvad familien kan lide har størst betydning for indkøb af madvarer. Efter dette parameter er det vaner og praktiske forhold, der har størst betydning for indkøb af madvarer.

5

1 ud af 3 forældre har oplevet at barnet er kommet hjem fra skole og talt om mad og klima

37% af forældrene har oplevet, at deres barn er kommet hjem og talt om mad og klima, fordi de har lært om det i skolen. Blandt disse forældre er det 15%, der angiver, at det har stor betydning for madlavningen.



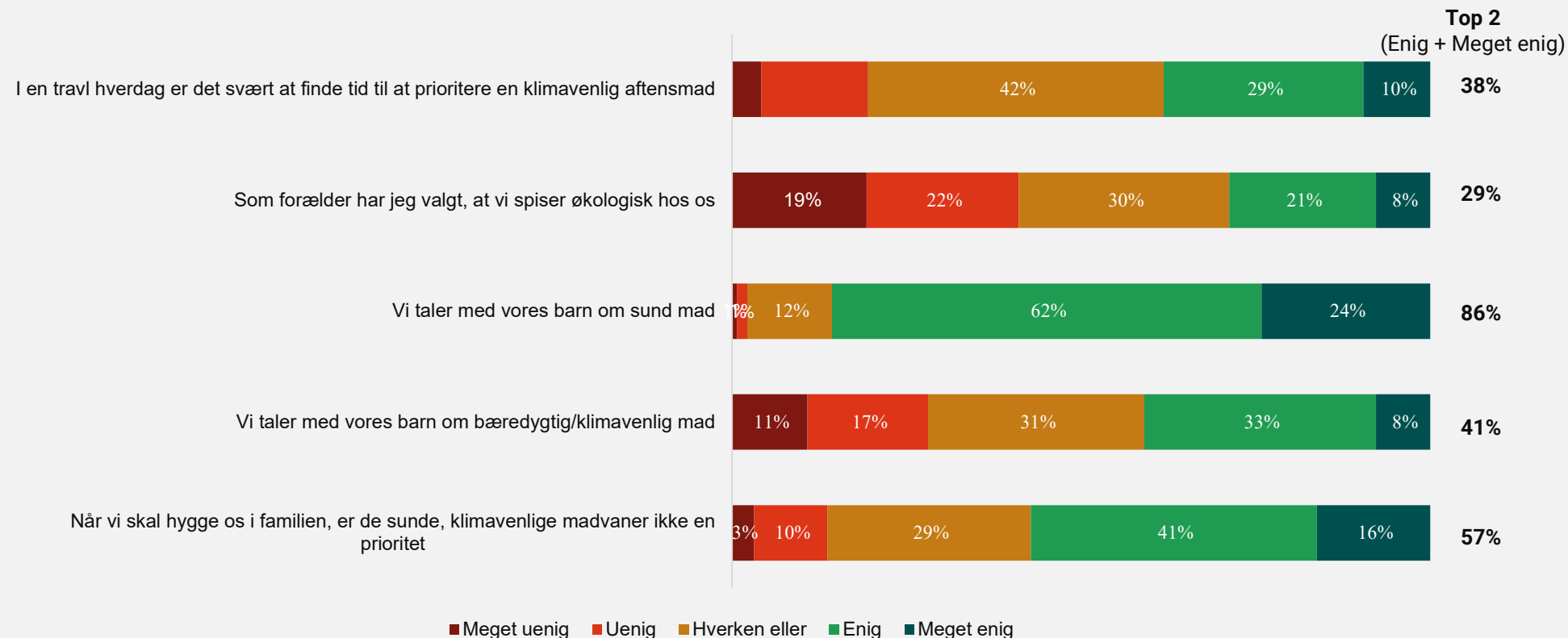
Resultater

Klar til indkøb



Forældre til børn i grundskolen taler med deres børn om sund mad, men når der skal hygges, nedprioriteres de sunde og klimavenlige vaner.

"Hvor enig eller uenig er du i de følgende udsagn?"



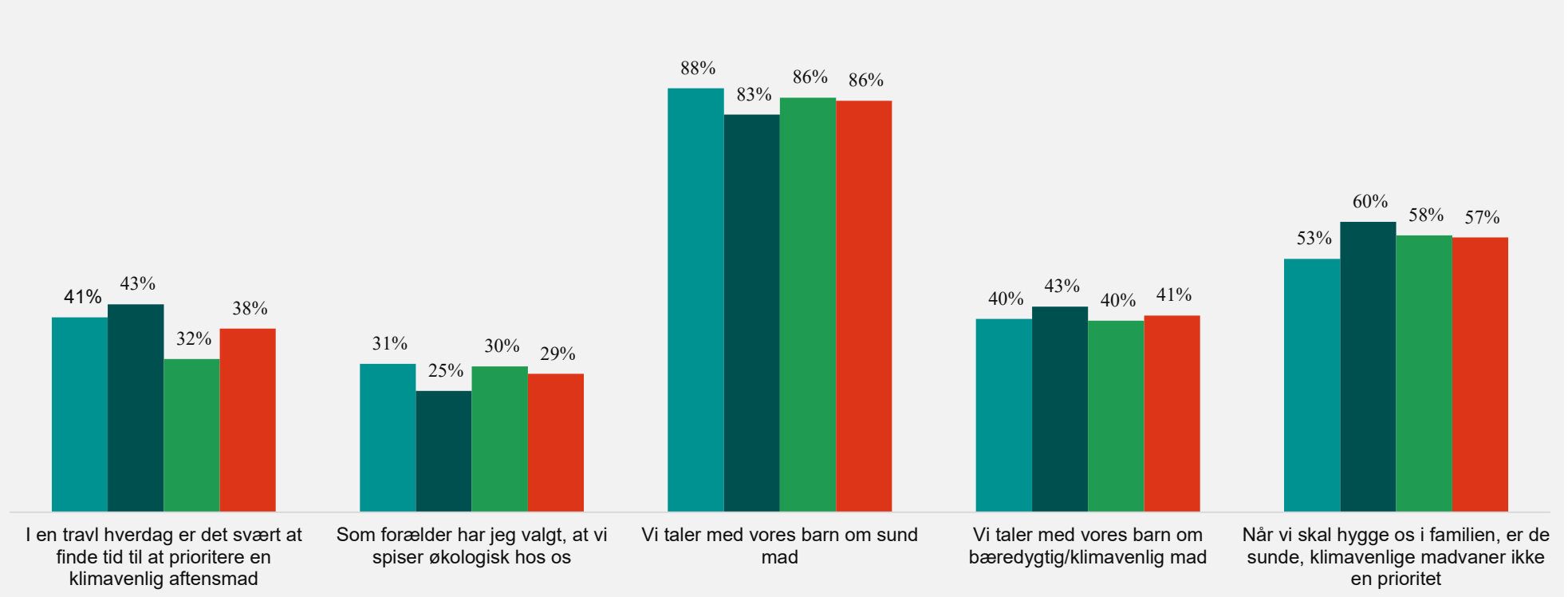
Note: procentsatser under 3% er fjernet fra grafen for at lette læsningen



I familier med ældre børn er de sunde, klimavenlige madvaner ikke en prioritet, når familien skal hygges.

" Hvor enig eller uenig er du i de følgende udsagn – Top 2 "Enig" + "Meget enig" krydset med barnets alder

■ 5-9 år ■ 10-12 år ■ 13-17 år ■ Total

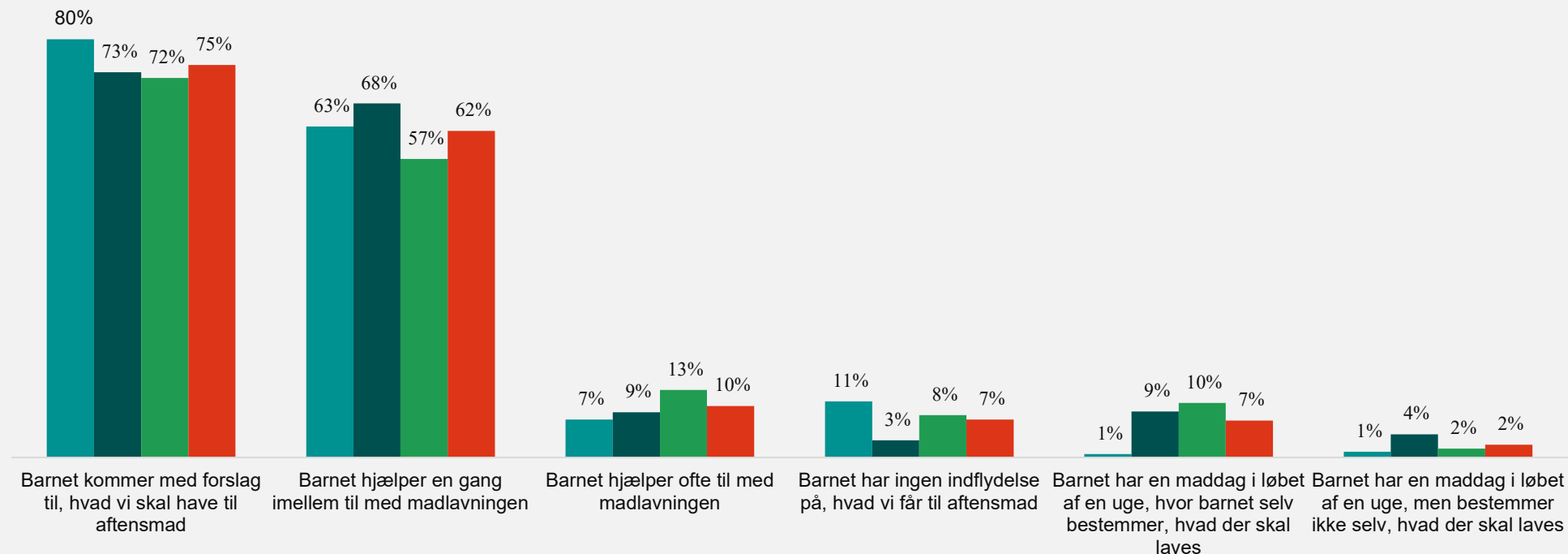


3 ud af 4 forældre oplever, at deres barn kommer med forslag til aftensmad.

Hertil oplever næsten 2 ud af 3 forældre, at barnet en gang imellem hjælper med madlavningen

"Hvilket udsagn passer bedst på dit barn i forhold til madlavning?" krydset med barnets alder

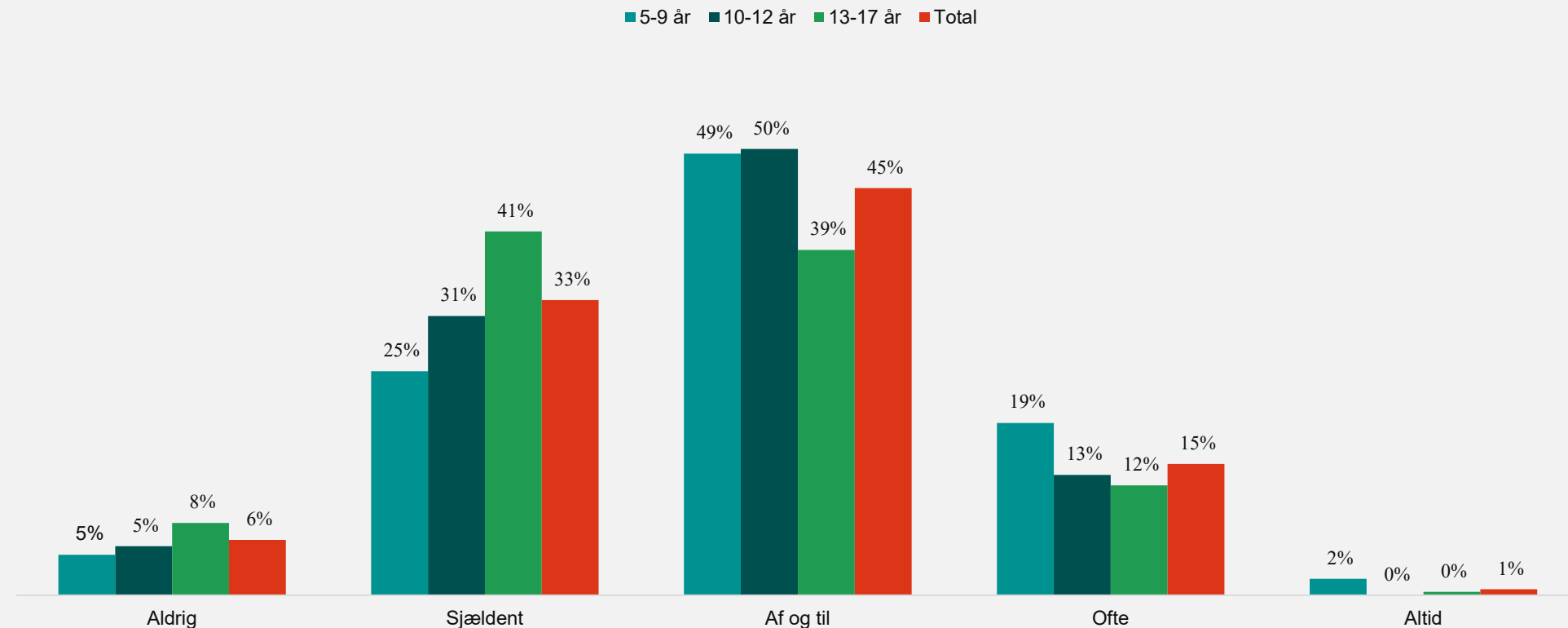
■ 5-9 år ■ 10-12 år ■ 13-17 år ■ Total



Hver sjette forælder har ofte eller altid barnet med, når der købes madvarer.

45% af forældrene har af og til barnet med, når der købes madvarer til husstanden

"Hvor ofte er dit barn med, når der købes madvarer til husstanden?" krydset med barnets alder



Spørgsmål: Q12. Hvor ofte er dit barn med, når der købes madvarer til husstanden? / base n = 506 5-9 år n = 136/ 10-12 år n = 173/ 13-17 år n = 197/

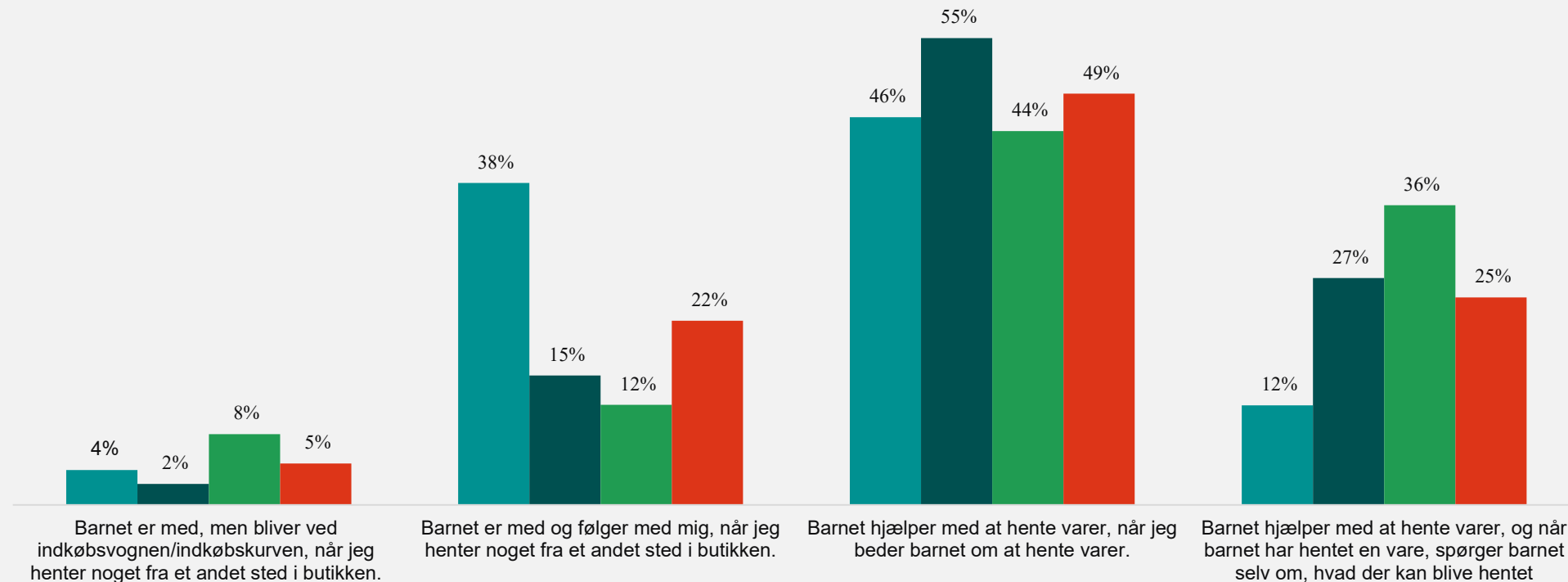


Når barnet er med ude på indkøb, hjælper barnet med at hente varer.

Jo ældre barnet er, desto mere hjælper barnet med at hente varer

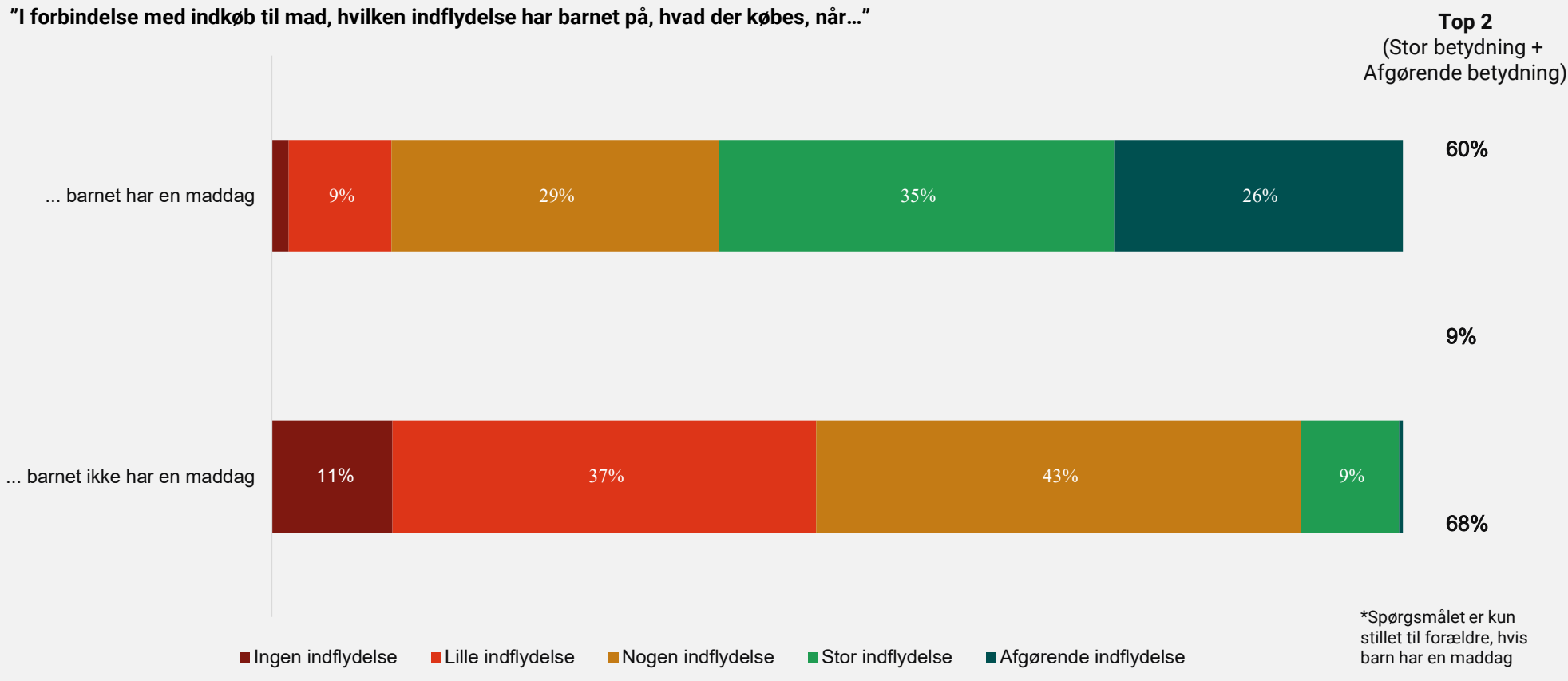
"Hvilken rolle spiller dit barn oftest, når barnet er med til at købe ind?" krydset med barnets alder

■ 5-9 år ■ 10-12 år ■ 13-17 år ■ Total



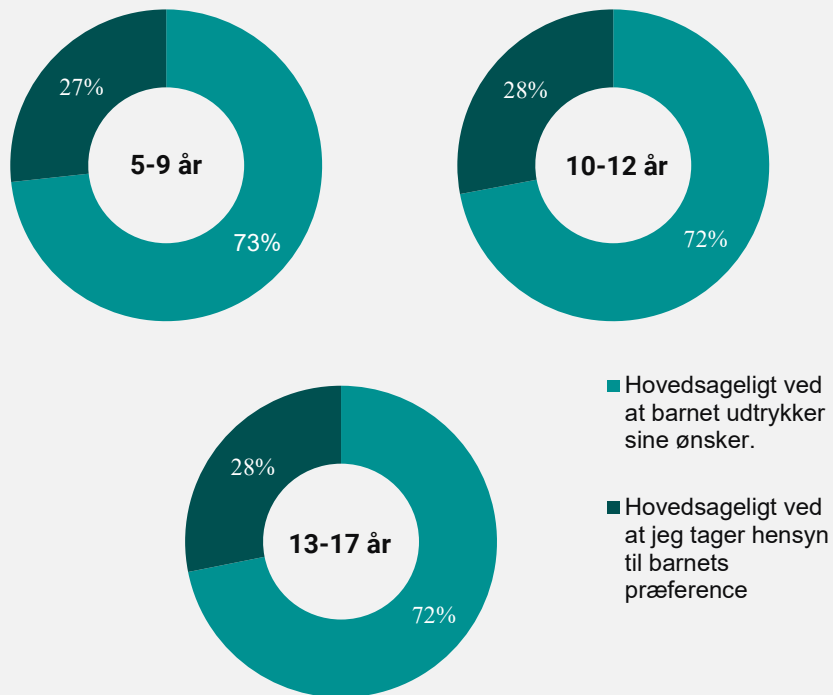
Som udgangspunkt har barnet ikke indflydelse på det mad, der købes, med mindre barnet har en maddag.

"I forbindelse med indkøb til mad, hvilken indflydelse har barnet på, hvad der købes, når..."

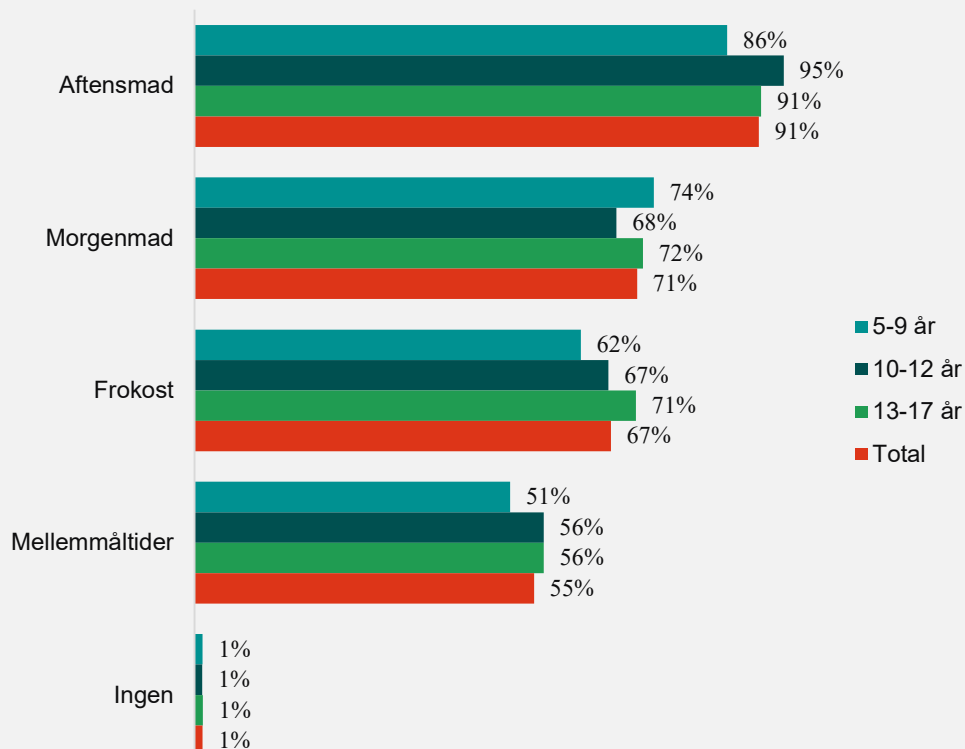


Barnet har oftest indflydelse på indkøb af madvarer ved at udtrykke sine ønsker – og aftensmaden er typisk det måltid, som barnet har indflydelse på.

”Når barnet ikke har en maddag, på hvilken måde har barnet oftest indflydelse på dine indkøb af madvarer?”



”Hvilke måltider har børnene medbestemmelse på?”

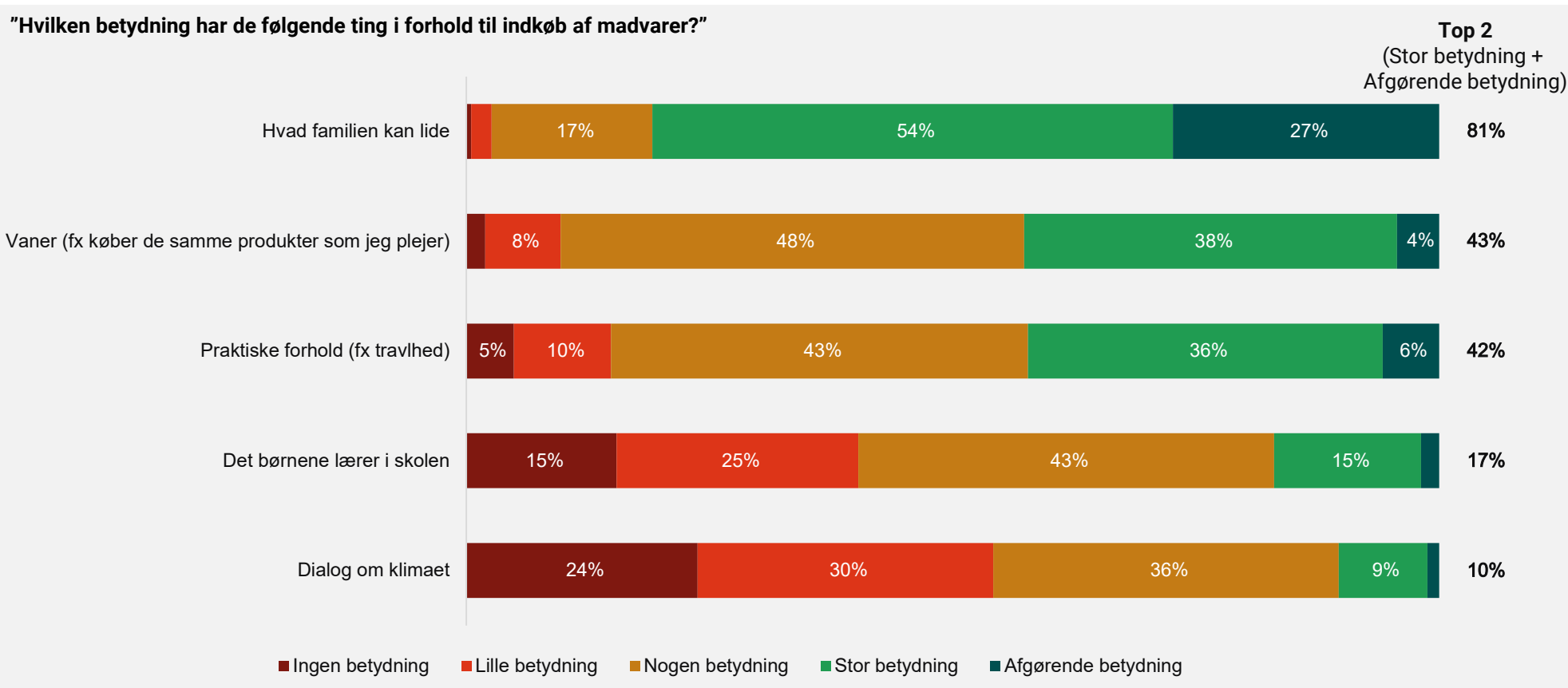


Spørgsmål: Q13B. Når barnet ikke har en maddag, på hvilken måde har barnet oftest indflydelse på dine indkøb af madvarer? / base n = 506 5-9 år n = 136/ 10-12 år n = 173/ 13-17 år n = 197/



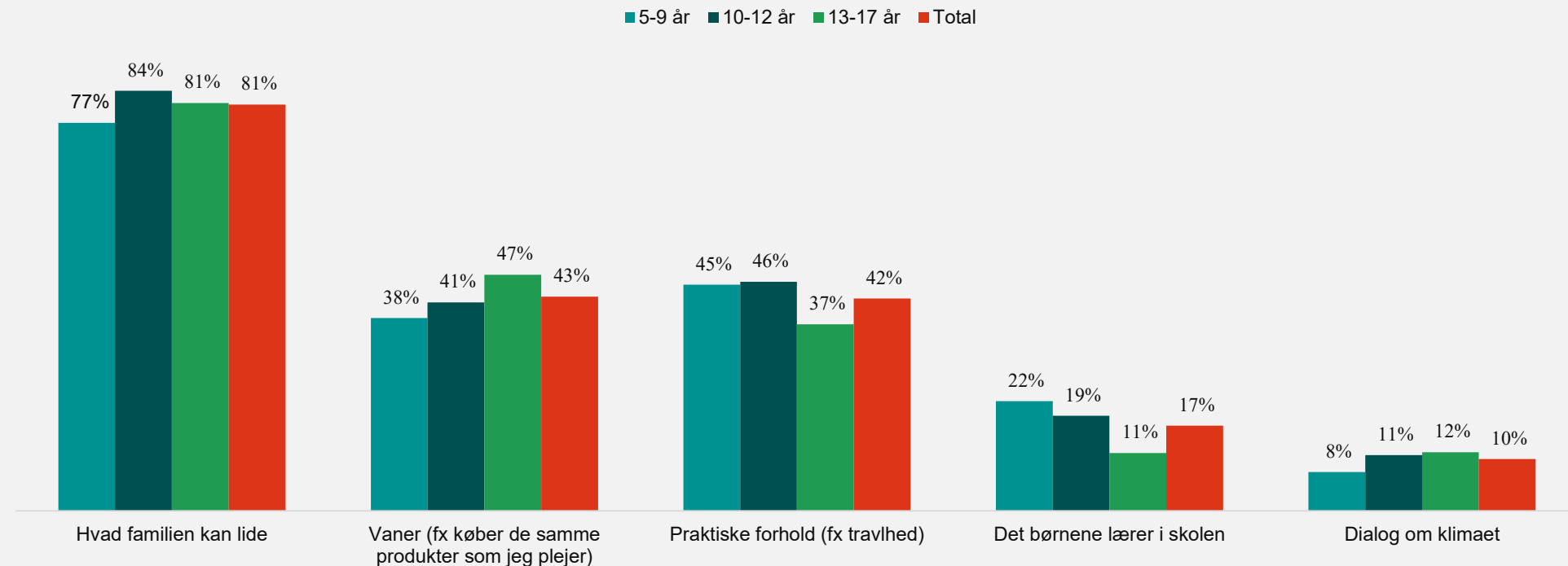
Hvad familien kan lide, har den største betydning for indkøb af madvarer.

Herefter er det vaner og praktiske forhold, der har betydning for indkøb af madvarer.



Jo ældre barnet er, jo mere fylder vaner og dialog om klimaet i forhold til indkøb af madvarer.

"Hvilken betydning har de følgende ting i forhold til indkøb af madvarer – Top 2:"Afgørende betydning + Stor betydning" krydset med barnets alder

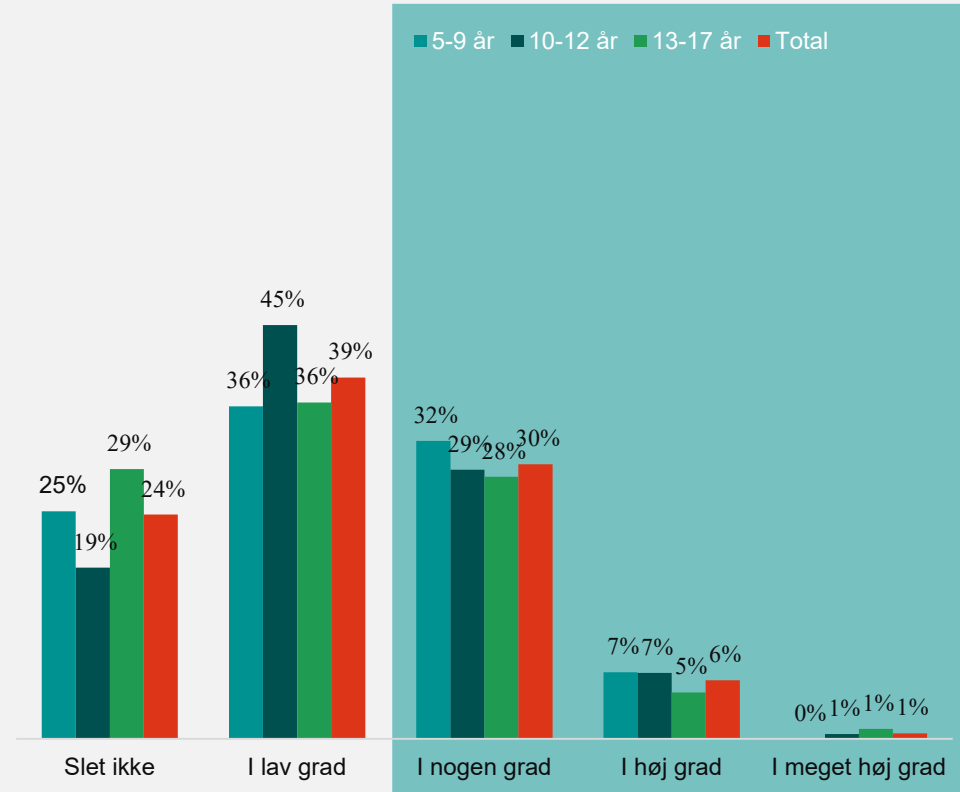


Spørgsmål: Q16. Hvilken betydning har de følgende ting i forhold til indkøb af madvarer - Afgørende betydning + Stor betydning / base n = 506 5-9 år n = 136/
10-12 år n = 173/ 13-17 år n = 197/

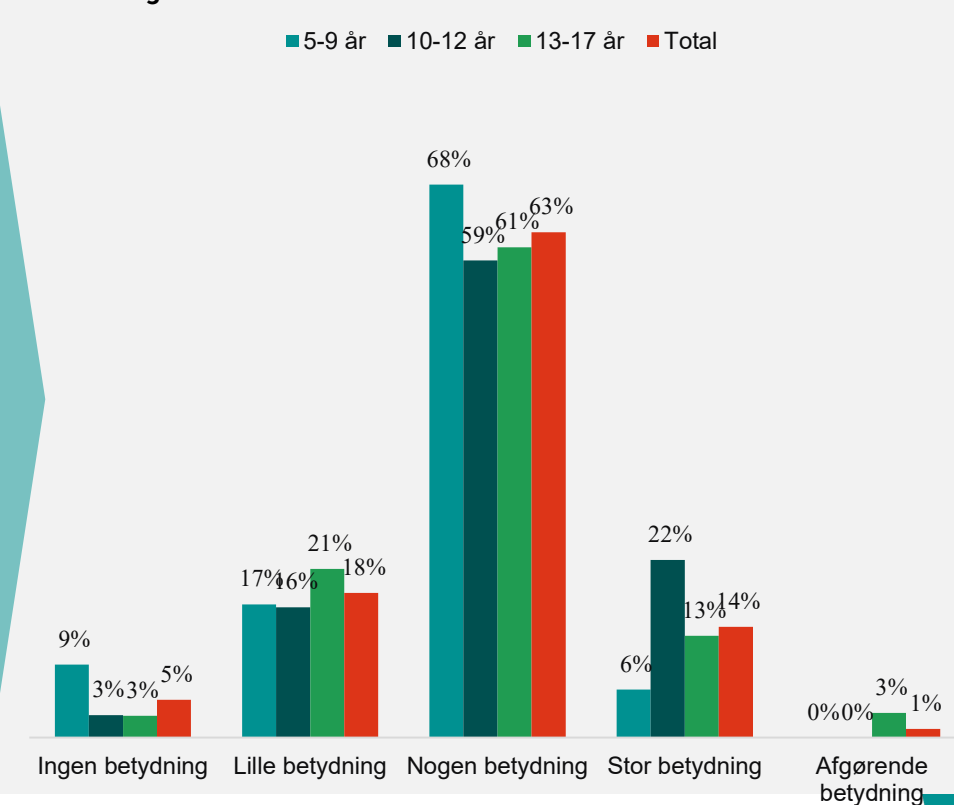


Lidt flere end 1 ud af 3 forældre oplever, at barnet taler om mad og klima, fordi de har lært om det i skolen. For 15% af disse forældre har det betydning for madlavningen.

"I hvilken grad oplever du, at dit barn kommer hjem og taler om mad og klima, fordi de har lært om det i skolen?"



"Hvilken betydning har det for jeres madlavning derhjemme, at jeres børn taler om klima og mad?"



Spørgsmål: Q17. I hvilken grad oplever du, at dit barn kommer hjem og taler om mad og klima, fordi de har lært om det i skolen? / base n = 506 5-9 år n = 136/ 10-12 år n = 173/ 13-17 år n = 197/



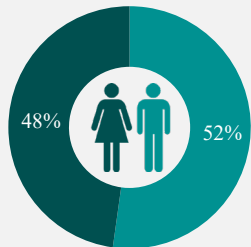
Demografi

Klar til indkøb

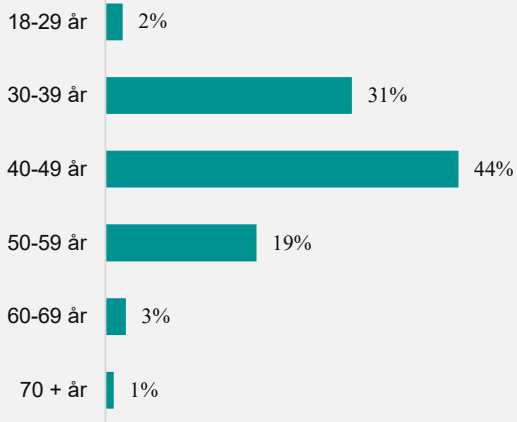


Demografi

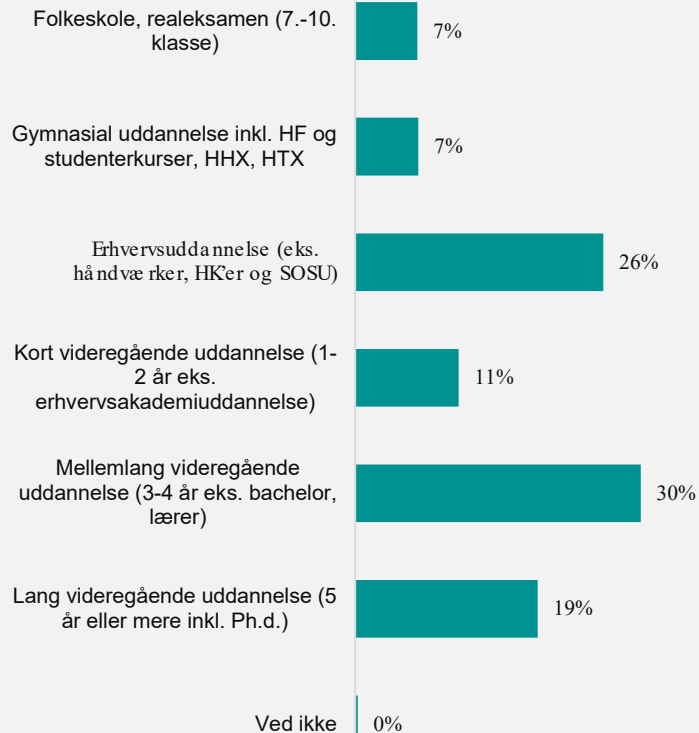
Køn



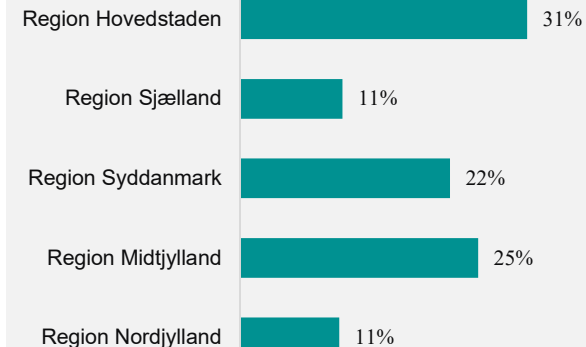
Aldersgrupper



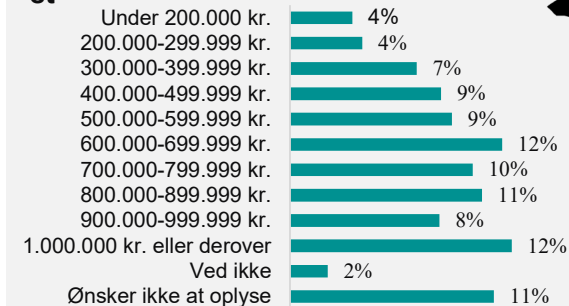
Uddannelse



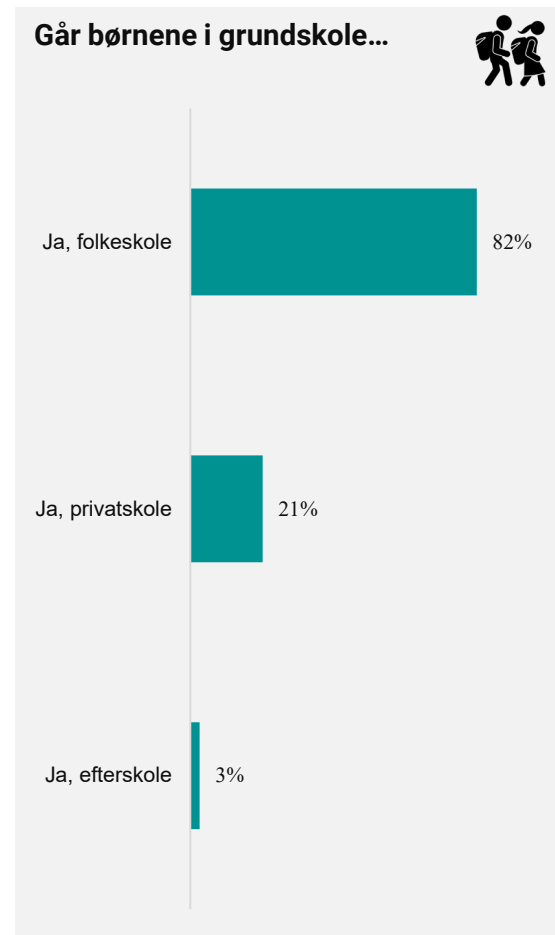
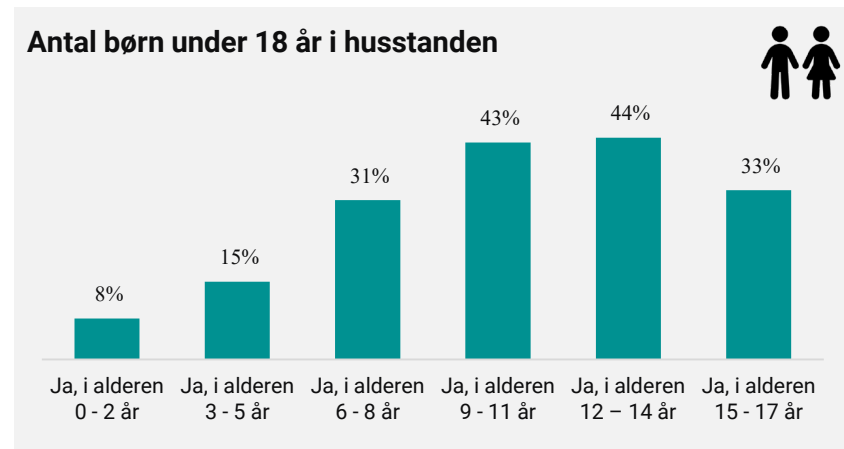
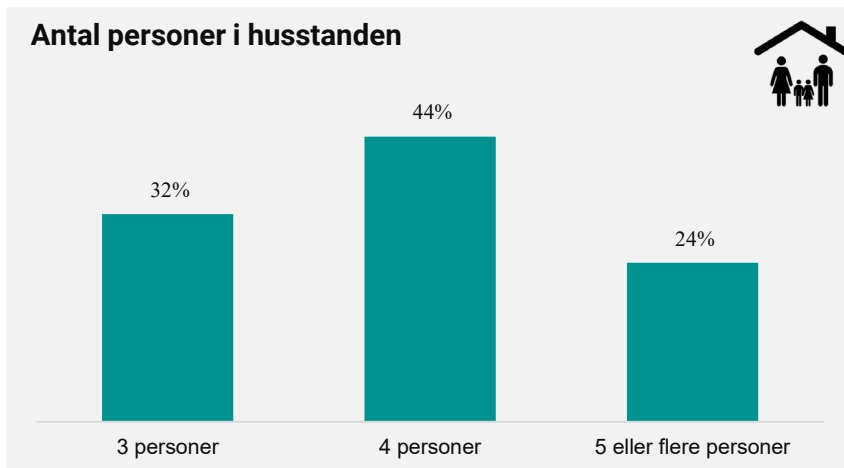
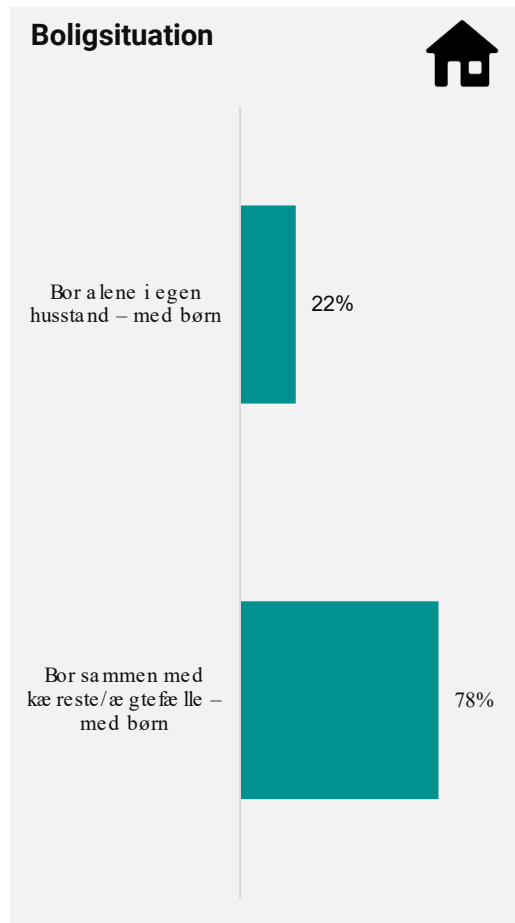
Bor i...



Husstandsindkomst



Demografi



Metode

SURVEY

Dataindsamlingsmetode

Undersøgelsen er gennemført som onlineinterview (CAWI).

Målgruppe

I undersøgelsen er der 4 forskellige målgrupper:

- Klar til indkøb (Har børn i grundskolen)

Antal gennemførte interviews

n

Klar til indkøb (Har børn i grundskolen)

506

Feltperiode

Interviewene er gennemført i perioden fra den 14. juni og frem til den 4. juli 2021

Vejning af data

Data er vejret brutto repræsentativt på køn, alder og region

