

En optælling af  
tilbud på usunde  
mad- og drikke-  
varer i danske  
tilbudsaviser



# Når tilbuds- aviserne frister



# Indhold

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Sammenfatning .....            | 3  |
| Indledning .....               | 4  |
| Baggrund .....                 | 4  |
| Metode .....                   | 6  |
| Definition af kategorier ..... | 7  |
| Resultater .....               | 8  |
| Diskussion .....               | 13 |
| Konklusion .....               | 14 |
| Referencer .....               | 15 |





# Sammenfatning

## Metode

For at undersøge, hvor meget tilbud for usunde mad- og drikkevarer fylder i de ugentlige tilbudsaviser, blev der indsamlet data fra otte landsdækkende dagligvarekæders tilbudsaviser over en periode på seks uger.

Tilbuddene blev optalt og kategoriseret ud fra tre foruddefinerede hovedkategorier: Usunde mad- og drikkevarer, takeaway/færdigretter samt øvrige fødevarer. Resultaterne er ikke repræsentative, men vurderes at give et retvisende billede af sammensætningen af tilbud i ugeaviserne.

## Baggrund

Andelen af den danske befolkning med overvægt er stigende, og hvis udviklingen forsætter vil mere end to ud af tre have overvægt i 2045. I gennemsnit udgør usunde fødevarer omkring 20 % af danskernes samlede energiindtag og er dermed langt over anbefalingen på maks. 4-6%.

En væsentlig medvirkende årsag til denne udvikling i overvægt kan tilskrives samfundsmæssige faktorer som tilgængelighed og massiv markedsføring af usunde mad- og drikkevarer.

Tilbudsaviser er en effektiv måde for producenter og dagligvarekæder at markedsføre og påvirke salget i butikkerne og kan således bidrage til et øget indtag af usunde mad- og drikkevarer.

## Resultater

Tilbud på usunde mad- og drikkevarer samt takeaway/færdigretter udgjorde i alt 37 % af de 5.063 tilbudsvarer i de 48 tilbudsaviser. Det svarer til, at danskerne i gennemsnit eksponeres 26 gange for usunde mad- og drikkevarer og 12 gange for takeaway/færdigretter hver gang, de læser en tilbudsavis.

## Konklusion

Optællingen er med til at belyse omfanget af tilbud for usunde mad- og drikkevarer, samt hvilke kategorier af usunde mad- og drikkevarer danskerne særligt eksponeres for i de ugentlige tilbudsaviser. I forhold til Fødevarestyrelsens anbefaling, at maks. 4-6 % af vores daglige energiindtag er fra de såkaldte tomme kalorier, står det i skærende kontrast, at 37 % af tilbuddene i ugeaviserne er for usunde fødevarer.

## Hvad skal der gøres?

Det vil være svært at lovgive om sammensætningen af fødevarer i tilbudsaviserne, men en mulighed kunne at være lade sig inspirere af England, hvor der fra oktober 2025 bliver indført forbud mod flerstykstilbud for en række definerede usunde mad- og drikkevarer. I Danmark anvendes prisreduktioner i højere grad end flerstykstilbud, så et sådant forbud bør derfor omfatte både prisreduktioner og flerstykstilbud på usunde mad- og drikkevarer, takeaway/færdigretter samt alkohol.



# Indledning

# 1

## Baggrund

Usunde fødevarer udgør mindst 17-22 % af det samlede energiindtag i en dansk gennemsnitskost. Anbefalingen lyder på maks. 4-6 %. Disse fødevarer er med til at øge risikoen for udvikling af overvægt (1). Andelen af danskere med overvægt er steget markant de senere år. I 2010 havde 46,7 % af den voksne befolkning overvægt, og i 2023 var andelen steget til 53 % (2,3). Hvis udviklingen forsætter vil mere end to ud af tre have overvægt i 2045, heraf næsten halvdelen svær overvægt (4).

Overvægt øger risikoen for mindst 15 kræfttyper, type 2-diabetes, hjerte-kar-sygdomme og en række andre sygdomme (5, 6). Udvikling af overvægt skyldes et komplekst samspil af forskellige miljømæssige og genetiske faktorer, men en væsentlig medvirkende årsag er de samfundsmæssige strukturer, som bl.a. omfatter tilgængelighed og massiv markedsføring af usunde fødevarer (7).

I Danmark udsender alle dagligvarekæder ugentlige tilbudsaviser i både fysisk og digital form. Danskerne

har ry for at være tilbudsjægere, og mange gør brug af tilbudsaviserne. I 2023 modtog ca. 80 % danskere tilbudsaviser, 36 % brugte aktivt de fysiske tilbudsaviser, og 34% brugte de digitale tilbudsaviser til at finde tilbud (8). Tilbuddene reflekterer til en vis grad salget i butikkerne og har således indflydelse på forbrugernes valg af dagligvarer (9).

I Danmark mangler der opmærksomhed på omfanget og betydningen af markedsføring af usunde mad- og drikkevarer i tilbudsaviserne.







## Formål

Formålet med denne undersøgelse er at undersøge, hvor stor andelen af tilbud på usunde fødevarer udgør i tilbudsaviserne og dermed bidrage til at kaste lys over en af de markedsføringsteknikker, der kan bidrage til et for højt indtag af usunde fødevarer.

## Usunde fødevarer

Næringsfattige og energitætte fødevarer som søde sager, søde drikke, takeaway/fastfood og salte snacks samt alkoholiske drikke, som har et højt indhold af energi, sukker eller salt, mættet fedt samt et lavt indhold af kostfiber og mikronæringsstoffer.





# 2 Metode

## Optælling af tilbud i forskellige tilbudsaviser

Optællingen foregik ved at tælle antal tilbud i tilbudsaviser fra otte landsdækkende dagligvarekæder fordelt på seks uger i 2024. Hvert enkelt tilbud blev noteret i et prædefineret skema.

Tilbudsaviserne blev indsamlet over tre perioder af to ugers varighed for at tage højde for sæson- og anledningsvariation som f.eks. sommerferie, skolestart, jul mm. Vi foretog derfor optællingen i seks uger (11 % af årets uger) fordelt over sommer og efterår over en periode på ca. seks måneder.

### Tilbudsaviser fra nedenstående kæder indgik i optællingen:

- Rema 1000
- Netto
- 365discount
- Lidl
- SuperBrugsen
- Meny
- Føtex
- Bilka

### Indsamlingsperioder:

Uge 24-25 (juni 2024)

Uge 36-37 (september 2024)

Uge 44-45 (oktober/november 2024)



Tilbuddene i de i alt 48 tilbuds-  
aviser blev optalt individuelt og  
registreret i et skema med tre  
foruddefinerede hovedkategorier  
(jf. bilag 1), svarende til DTU Føde-  
vareinstituttets definition (1):

- Usunde mad- og drikkevarer
- Takeaway og færdigretter
- Øvrige fødevarer

## De tre hovedkategorier blev inddelt i følgende underkategorier:

### Usunde mad- og drikkevarer (DTU Fødevareinstituttets definition (1))

- **Slik og chokolade** (lakrids, vingummi, bolsjer, skumslik, chokoladebarer, flødeboller, marcipan, konfekt)
- **Kager og kiks** (gærkager, form-/skærekage, wienerbrød, tørkage, romkugler, cookies/småkager, tærter, chokoladekiks, kagemix)
- **Snackbarer** ( müslibarer, mælkesnitter, energi- og proteinbarer)
- **Salte snacks** (chips, popcorn)
- **Søde drikke** – både light og sukkersødet (sodavand, saftevand, sports-/proteindrikke, energidrikke, søde te-/kakao-/kaffedrikke, juice)
- **Sukker**

### Takeaway og færdigretter

(Pizza, middagsretter, supper, sovse, pommes fritter, forårsruller, panerede ting klar til frituren/ovnen.)

### Øvrige fødevarer

- **Uforarbejdet kød** (køl og frost)
- **Forarbejdet kød** (køl og frost)
- **Fisk** (køl, frossen, konserver, fiskepålæg, forarbejdet)
- **Mejerivarer** (herunder æg og laktosefrie alternativer)
- **Frugt og grønt** (frisk, frossen, konserver)
- **Brød og cerealier** (brød, boller, mel, kerner, ris, pasta, morgenmadsprodukter, brød/bollemix, brøddej)
- **Kolonial** (sennep, honning, marmelade, krydderier, oliven, pesto, kaffe, te, rosiner, nødder mm.)
- **Bælgfrugter og plantefars**





# 3 Resultater

|                            | Rema 1000  | Netto      | 365dis-count | Lidl       | Super Brugsen | Meny       | Føtex      | Bilka      | I alt        |
|----------------------------|------------|------------|--------------|------------|---------------|------------|------------|------------|--------------|
| Usunde mad- og drikkevarer | 152<br>29% | 158<br>24% | 122<br>25%   | 188<br>32% | 116<br>19%    | 123<br>21% | 196<br>23% | 204<br>27% | 1.259<br>25% |
| Takeaway/ færdigretter     | 53<br>10%  | 59<br>9%   | 54<br>11%    | 80<br>14%  | 58<br>10%     | 73<br>12%  | 108<br>13% | 110<br>14% | 595<br>12%   |
| Subtotal                   | 205<br>39% | 217<br>33% | 176<br>37%   | 268<br>45% | 174<br>29%    | 196<br>33% | 304<br>35% | 314<br>41% | 1.854<br>37% |
| Øvrige fødevarer           | 319<br>61% | 442<br>67% | 306<br>63%   | 324<br>55% | 422<br>71%    | 391<br>67% | 553<br>65% | 452<br>59% | 3.209<br>63% |
| Varer i alt                | 524        | 659        | 482          | 592        | 596           | 587        | 857        | 766        | 5.063        |

Optælling af tilbud på usunde mad- og drikkevarer i de otte tilbudsaviser i de seks uger fremgår af ta-  
bellen nedenfor (tabel 1). Der blev i alt optalt 5.063 tilbud i aviserne. Heraf var der 1.259 tilbud for usunde  
mad- og drikkevarer samt 595 tilbud på takeaway og færdigretter, svarende til i alt 37 % af alle tilbud.  
Tilbud for usunde mad- og drikkevarer udgjorde i alt 25 % af det samlede antal tilbud (variation 19-32 %),







hvoraf tilbud for søde drikkevarer (se definition på side 7) var den hyppigste kategori med 8 % af tilbudene. Tilbud på takeaway og færdigretter udgjorde 12 % (variation 9-14 %).

Tre ud af fire discountkæder havde en højere andel af de to hovedkategorier end de egentlige supermarkeds-kæder. 63 % af tilbuddene i de optalte tilbudsaviser var for øvrige fødevarer (variation 59-71 %),

hvoraf kød og forarbejdet kød udgjorde hhv. 16 % og 7 % af det samlede antal tilbud.

Optællingen i tilbudsaviserne viser, at danskerne i gennemsnit eksponeres 26 gange for tilbud på usunde mad- og drikkevarer og 12 gange for tilbud på takeaway/færdigretter, når de kigger i en tilbudsavis.



|                            | Rema 1000 | Netto     | 365discount | Lidl      | Super Brugsen | Meny      | Føtex     | Bilka     | I alt      |
|----------------------------|-----------|-----------|-------------|-----------|---------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Usunde mad- og drikkevarer | 5<br>25%  | 1<br>5%   | 5<br>22%%   | 7<br>22%  | 6<br>29%      | 5<br>21%  | 2<br>8%   | 9<br>38%  | 40<br>21%  |
| Takeaway/ færdigretter     | 0<br>0%   | 2<br>9%   | 1<br>4%     | 4<br>13%  | 1<br>5%       | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 8<br>4%    |
| Subtotal                   | 5<br>25%  | 3<br>14%  | 6<br>26%    | 11<br>34% | 7<br>33%      | 5<br>21%  | 2<br>8%   | 9<br>38%  | 48<br>25%  |
| Øvrige fødevarer           | 15<br>75% | 19<br>86% | 17<br>74%   | 21<br>66% | 14<br>67%     | 19<br>79% | 22<br>92% | 15<br>63% | 142<br>75% |
| Varer i alt                | 20        | 22        | 23          | 32        | 21            | 24        | 24        | 24        | 190        |

Tabel 2: Antal og andel af forsidetilbud i de tre hovedkategorier i de 48 tilbudsaviser



## Tilbudsavisernes forside

Tilbud på forsiderne er ofte på varer, der sælges til en meget lav pris og i nogle tilfælde endda såkaldte "loss leadere". Det er produkter, der sælges under kostpris for at trække kunder ind i butikken, hvor det er hensigten at kunderne skal købe andre og mere profitable varer.

Det er en almindelig markedsføringsstrategi for at øge salg og kundestrøm. Vi har derfor også set på, hvilke varer der særligt præger tilbudsavisernes forsider.



Kategorimæssigt viser forsidetilbuddene en mere divers fordeling sammenlignet med optællingen af hele tilbudsavisen.

På forsiderne udgør tilbud på usunde mad- og drikkevarer 21 % og tilbud på takeaway/færdigretter 4% sammenlignet med hhv. 25 % og 12 % i hele tilbudsavisen (tabel 2). Variationen mellem dagligvarerne er mellem 8 % og 38 % og dermed større end variationen kæderne imellem for alle tilbud i aviserne.

Tilbud på sodavand er den hyppigste forsidevare i kategorien usunde mad- og drikkevarer med 10% af alle forside tilbud. Andre hyppige tilbudsvarer er kød og forarbejdet kød (30 %), mejerivarer (15 %) samt frugt og grønt (15 %), jf. bilag 2 for fordeling i underkategorier.







# Resultater inkl. alkohol

Udover tilbud på fødevarer er der mange tilbud på alkohol (øl, alkoholsodavand/-cider, shots, vin spiritus og færdigblandede drinks og 0 %-alkohol) i tilbudsaviserne. Andelen af disse tilbud er i gennemsnit 14 % med en variation på 7-21 % imellem kæderne. Dermed udgør tilbud på alkohol, usunde mad- og drikkevarer og takeaway/færdigretter næsten halvdelen (46 %) af alle tilbud i tilbudsaviserne.

|                            | Rema 1000  | Netto      | 365dis-count | Lidl       | Super Brugsen | Meny       | Føtex      | Bilka      | I alt        |
|----------------------------|------------|------------|--------------|------------|---------------|------------|------------|------------|--------------|
| Usunde mad- og drikkevarer | 152<br>26% | 158<br>22% | 122<br>22%   | 188<br>29% | 116<br>15%    | 123<br>16% | 196<br>19% | 204<br>22% | 1.259<br>21% |
| Takeaway/ færdigretter     | 53<br>9%   | 59<br>8%   | 54<br>10%    | 80<br>12%  | 58<br>8%      | 73<br>10%  | 108<br>10% | 110<br>12% | 595<br>10%   |
| Alkohol                    | 57<br>10%  | 50<br>7%   | 73<br>13%    | 50<br>8%   | 155<br>21%    | 166<br>22% | 178<br>17% | 146<br>16% | 854<br>14%   |
| Subtotal                   | 262<br>45% | 267<br>38% | 249<br>45%   | 318<br>50% | 329<br>44%    | 362<br>48% | 482<br>47% | 460<br>50% | 2.708<br>46% |
| Øvrige fødevarer           | 319<br>55% | 442<br>62% | 306<br>55%   | 324<br>50% | 422<br>56%    | 391<br>52% | 553<br>53% | 452<br>50% | 3.209<br>54% |
| Varer i alt                | 581        | 709        | 555          | 642        | 751           | 753        | 1035       | 912        | 5.917        |

Tabel 3: Antal og andel af tilbud på fødevarer i de tre hovedkategorier samt alkohol i de 48 tilbudsaviser.



## Diskussion

Resultaterne i denne optælling er ikke nødvendigvis repræsentative for alle årets 52 tilbudsaviser. Det gælder for alle dagligvarerne, at der er variation i andelen af tilbud i de tre hovedkategorier fra uge til uge (bilag 3). Det vurderes dog, at undersøgelsen giver et nogenlunde retvisende billede af sammensætningen af tilbud i tilbudsaviserne, fordi de optalte tilbudsaviser er fordelt over tre udvalgte perioder af hver to ugers varighed fordelt på et halvt år. Der er dermed forsøgt taget højde for sæson og anledningsvariation.

Antallet af tilbud for usunde mad- og drikkevarer afspejler langt fra den fordeling, som de officielle kostråd anbefaler. De officielle anbefalinger for de såkaldte "tomme kalorier" (råderummet) er på

maks. 4-6 % af det samlede energiindtag. Resultaterne fra denne optælling i tilbudsaviserne er altså fem gange højere, hvilket nogenlunde afspejler danskernes faktiske indtag. Dertil kommer, at en række fødevarer i kategorien øvrige fødevarer også kan være mere eller mindre usunde og evt. ultraforarbejdede, f.eks. forarbejdet kød, hvidt brød og pasta samt søde morgenmadssprodukter. Disse fødevarer bør vi spise i små/mindre mængder.

En undersøgelse fra Sverige viste, at ca. to tredjedele af varerne i tilbudsaviserne var kategoriseret som usunde (10). Den hyppigste kategori var søde drikkevarer, hvilket understøttes af fundene fra denne optælling. Undersøgelsen viste yderligere, at der var flere tilbud

for usunde mad- og drikkevarer i tilbudsaviser fra supermarkeder placeret i lavindkomstområder sammenlignet med mere velstillede områder. (10). Dette er ikke undersøgt i denne optælling, men der var flere tilbud for usunde mad- og drikkevarer i discountbutikkerne sammenlignet med de øvrige supermarkeder.

Det kan overvejes, om discountkæder i højere grad appellerer til forbrugere med lavere socioøkonomisk status og dermed bidrager til et usundt kostmønster som følge af den højere andel af tilbud på usunde mad- og drikkevarer i discountkæderne.







# Hvad skal dergøres

Efterspørgslen efter en given vare afhænger af prisen. Derfor betyder gode tilbud på usunde mad- og drikkevarer, takeaway/fastfood og alkohol noget for forbruget.

At forbyde pris- og mængdetilbud på disse kategorier vil derfor kunne ændre befolkningens købelyst og -evne. Det vil være svært at lovgive specifikt om sammensætningen af fødevaretilbuddene i ugeaviserne, men en mulighed er at bruge inspiration fra England, der fra oktober 2025 indfører forbud mod flerstykstilbud for en række definerede mad- og drikkevarer med et højt indhold af fedt, sukker og salt (11).

Danske tilbudsaviser har langt flere varer, som sælges til reduceret pris end som flerstykstilbud. Lovmæssige tiltag bør derfor omfatte både prisreduktion og flerstykstilbud for usunde fødevarer, takeaway/fastfood og alkohol.

## Konklusion

Denne optælling er med til at belyse omfanget af tilbud for usunde fødevarer og alkohol, samt hvilke tilbudskategorier danskerne særligt eksponeres for i de ugentlige tilbudsaviser.

25 % af tilbuddene var for usunde mad- og drikkevarer, mens takeaway og færdigretter udgjorde 12 % af det samlede antal tilbud eller i alt 37 %. Lægger vi tilbud på alkohol til, bliver andelen 46 %. Det står i skærende kontrast til Fødevarestyrelsens anbefaling, at maks. 4-6% af det daglige energiindtag udgøres af usunde fødevarer.

Omregnet til antal eksponeringer af usunde fødevarer per tilbudsavis, viser optællingen, at danskerne i gennemsnit eksponeres for usunde mad- og drikkevarer 26 gange, 12 gange for takeaway/færdigretter og 18 gange for alkohol hver gang, de læser en tilbudsavis.





# Referencer

1. Biltolft-Jensen, A. et al., 2021: Råderummet til tomme kalorier – og en ernæringsprofileringsmodel til at klassificere næringsfattige og energitætte fødevarer. [online]. Tilgængelig fra: <https://orbit.dtu.dk/en/publications/r%C3%A5derummet-til-tomme-kalorier-og-ern%C3%A6ringsprofileringsmodel-ti> - Lokaliseret d. 9. marts 2025
2. Sundhedsstyrelsen, 2011: Den Nationale Sundhedsprofil 2010 – Hvordan har du det? [online] Tilgængelig fra Den Nationale Sundhedsprofil 2010 - Sundhedsstyrelsen – Lokaliseret d. 9. marts 2025
3. Sundhedsstyrelsen: Den Nationale Sundhedsprofil 2023. Tilgængelig fra: [https://proxy.danskernessundhed.dk/SASVisualAnalyticsViewer/VisualAnalyticsViewer\\_guest.jsp?reportName=Overvaegt&reportPath=/Produktion/Danskernes\\_Sundhed/&reportViewOnly=true](https://proxy.danskernessundhed.dk/SASVisualAnalyticsViewer/VisualAnalyticsViewer_guest.jsp?reportName=Overvaegt&reportPath=/Produktion/Danskernes_Sundhed/&reportViewOnly=true) - Lokaliseret d. 9. marts 2025
4. Kræftens Bekæmpelse, 2020: Fremskrivning af overvægt i den danske befolkning frem til 2045. Tilgængelig fra: <https://www.cancer.dk/om-os/udgivelser-og-rapporter/2020-fremskrivning-af-overvaegt-i-den-danske-befolkning-frem-til-2045/> - Lokaliseret d. 9. marts 2025
5. Kræftens Bekæmpelse, 2023: Fakta om overvægt og kræft. Tilgængelig fra: <https://www.cancer.dk/forebyg-kraeft/overvaegt/fakta-overvaegt-og-kraeft/> - Lokaliseret d. 21. marts 2025
6. Nationalt Center for Overvægt, 2024: Om (svær) overvægt og følgesygdomme og -tilstande. Tilgængelig fra: <https://www.cancer.dk/forebyg-kraeft/overvaegt/fakta-overvaegt-og-kraeft/> - Lokaliseret d. 21. marts 2025
7. Sundhedsstyrelsen, 2024: Danskernes sundhed. Den Nationale Sundhedsprofil. Midtvejsundersøgelsen 2023 – centrale udfordringer. Version 1.0, Tilgængelig fra: <https://www.sst.dk/-/media/Udgivelser/2024/Sundhedsprofil/Sundhedsprofilen-midtvejsundersogelsen-2023.ashx> Lokaliseret d. 9. marts 2025
8. Dansk Erhverv, 2023: Hver tredje dansker bruger tilbudsaviser mere efter prisstigninger. Politik og analyser. Tilgængelig fra: <https://www.danskerhverv.dk/siteassets/mediafolder/dokumenter/01-analyser/analysenotater-2023/hver-tredje-dansker-bruger-tilbudsaviser-mere-efter-prisstigninger.pdf> - Lokaliseret d. 5. januar 2025
9. Cameron, A. J., Sayers, S. J., Sacks, G. og Thornton, L. E., 2015: Do the foods advertised in Australian supermarket catalogues reflect national dietary guidelines?. Health Promotion International, 32, 113-121. - Tilgængelig fra: Do the foods advertised in Australian supermarket catalogues reflect national dietary guidelines? | Health Promotion International | Oxford Academic – Lokaliseret d. 5. januar 2025
10. Mjöberg, M., Lissner, L. og Hunsberger, M., 2023: Supermarket promotions in Western Sweden are incompatible with Nordic dietary recommendations and differ by area-level socioeconomic index. BMC Public Health, 23, 795. - Tilgængelig fra: Supermarket promotions in Western Sweden are incompatible with Nordic dietary recommendations and differ by area-level socioeconomic index | BMC Public Health | Full Text – Lokaliseret d. 9. marts 2025
11. Ball, S., 2023: Promotion commotion: unravelling the HFSS legislation delays. KANTAR. - Tilgængelig fra: Promotion commotion: unravelling the HFSS legislation delays – Lokaliseret d. 21. marts 2025





Bilag 1: Antal og andel af tilbud i de tre hovedkategorier samt underkategorier i de 48 tilbudsaviser

Usunde fødevarer

|                           | Rema 1000  | Netto      | 365discount | Lidl       | Super Brugsen | Meny       | Føtex      | Bilka      | I alt        |
|---------------------------|------------|------------|-------------|------------|---------------|------------|------------|------------|--------------|
| Slik og chokolade         | 46<br>9%   | 33<br>5%   | 32<br>7%    | 50<br>8%   | 37<br>6%      | 37<br>6%   | 41<br>5%   | 52<br>7%   | 328<br>6%    |
| Kager, kiks og snackbarer | 37<br>7%   | 42<br>6%   | 20<br>4%    | 59<br>10%  | 14<br>2%      | 13<br>2%   | 46<br>5%   | 48<br>6%   | 279<br>6%    |
| Salte snacks              | 17<br>3%   | 16<br>2%   | 9<br>2%     | 19<br>3%   | 8<br>1%       | 14<br>2%   | 14<br>2%   | 23<br>3%   | 120<br>2%    |
| Søde drikke               | 36<br>7%   | 53<br>8%   | 45<br>9%    | 27<br>5%   | 43<br>7%      | 45<br>8%   | 76<br>9%   | 56<br>7%   | 381<br>8%    |
| Is og desserter           | 16<br>3%   | 14<br>2%   | 16<br>3%    | 32<br>5%   | 14<br>2%      | 14<br>2%   | 17<br>2%   | 23<br>3%   | 146<br>3%    |
| Diverse (løst sukker)     | 0<br>0%    | 0<br>0%    | 0<br>0%     | 1<br>0,2%  | 0<br>0%       | 0<br>0%    | 2<br>0,2%  | 2<br>0,3%  | 5<br>0,1%    |
| I alt                     | 152<br>29% | 158<br>24% | 122<br>25%  | 188<br>32% | 116<br>19%    | 123<br>21% | 196<br>23% | 204<br>27% | 1.259<br>25% |
| Takeaway/ færdigretter    | 53<br>10%  | 59<br>9%   | 54<br>11%   | 80<br>14%  | 58<br>10%     | 73<br>12%  | 108<br>13% | 110<br>14% | 595<br>12%   |



Øvrige fødevarer

|                                                 | Rema<br>1000 | Netto      | 365dis-<br>count | Lidl       | Super<br>Brugsen | Meny       | Føtex      | Bilka      | I alt        |
|-------------------------------------------------|--------------|------------|------------------|------------|------------------|------------|------------|------------|--------------|
| Uforarbejdet kød<br>(køl og frost)              | 81<br>51%    | 81<br>12%  | 56<br>12%        | 76<br>13%  | 112<br>19%       | 128<br>22% | 138<br>16% | 144<br>19% | 816<br>16%   |
| Forarbejdet kød                                 | 32<br>6%     | 53<br>8%   | 48<br>10%        | 41<br>7%   | 39<br>7%         | 30<br>5%   | 65<br>8%   | 41<br>5%   | 349<br>7%    |
| Fisk                                            | 20<br>4%     | 32<br>5%   | 22<br>5%         | 21<br>4%   | 26<br>4%         | 17<br>3%   | 46<br>5%   | 36<br>5%   | 220<br>4%    |
| Majerivarer, laktose-<br>frie alernativer og æg | 41<br>8%     | 89<br>14%  | 62<br>13%        | 65<br>11%  | 61<br>10%        | 76<br>13%  | 70<br>8%   | 64<br>8%   | 528<br>10%   |
| Frugt og grønt                                  | 74<br>14%    | 69<br>10%  | 56<br>12%        | 53<br>9%   | 86<br>14%        | 62<br>11%  | 99<br>12%  | 60<br>8%   | 559<br>11%   |
| Brød og cerealier                               | 37<br>7%     | 56<br>12%  | 29<br>6%         | 32<br>5%   | 50<br>8%         | 40<br>7%   | 83<br>10%  | 49<br>6%   | 376<br>7%    |
| Kolonial                                        | 32<br>6%     | 56<br>8%   | 33<br>7%         | 30<br>5%   | 47<br>8%         | 37<br>6%   | 51<br>6%   | 56<br>7%   | 342<br>7%    |
| Bælgfrugter                                     | 2<br>0,4%    | 6<br>1%    | 0<br>0%          | 6<br>1%    | 1<br>0,2%        | 1<br>0,2%  | 1<br>0,2%  | 2<br>0,3%  | 19<br>0,4%   |
| I alt                                           | 319<br>61%   | 442<br>67% | 306<br>63%       | 324<br>55% | 422<br>71%       | 391<br>67% | 553<br>65% | 452<br>59% | 3.209<br>63% |
| Tilbud i alt                                    | 524          | 659        | 482              | 592        | 596              | 587        | 857        | 766        | 5.063        |



Bilag 2: Antal og andel af forsidetilbud i de tre hovedkategorier samt underkategorier i de 48 tilbudsaviser.

Usunde fødevarer

|                           | Rema 1000 | Netto   | 365dis-count | Lidl     | Super Brugsen | Meny     | Føtex   | Bilka    | I alt     |
|---------------------------|-----------|---------|--------------|----------|---------------|----------|---------|----------|-----------|
| Slik og chokolade         | 1<br>5%   | 0<br>0% | 0<br>0%      | 0<br>0%  | 2<br>10%      | 0<br>0%  | 0<br>0% | 1<br>4%  | 4<br>2%   |
| Kager, kiks og snackbarer | 0<br>0%   | 0<br>0% | 0<br>0%      | 3<br>9%  | 0<br>0%       | 0<br>0%  | 1<br>4% | 0<br>0%  | 4<br>2%   |
| Salte snacks              | 0<br>0%   | 1<br>5% | 1<br>4%      | 0<br>0%  | 0<br>0%       | 1<br>4%  | 0<br>0% | 3<br>13% | 6<br>3%   |
| Søde drikke               | 2<br>10%  | 0<br>0% | 2<br>9%      | 3<br>9%  | 3<br>14%      | 4<br>17% | 0<br>0% | 5<br>21% | 19<br>10% |
| Is og desserter           | 2<br>10%  | 0<br>0% | 2<br>9%      | 1<br>3%  | 1<br>5%       | 0<br>0%  | 1<br>4% | 0<br>0%  | 7<br>4%   |
| Diverse (løst sukker)     | 0<br>0%   | 0<br>0% | 0<br>0%      | 0<br>0%  | 0<br>0%       | 0<br>0%  | 0<br>0% | 0<br>0%  | 0<br>0%   |
| I alt                     | 5<br>25%  | 1<br>5% | 5<br>22%     | 7<br>22% | 6<br>29%      | 5<br>21% | 2<br>8% | 9<br>38% | 40<br>21% |
| Takeaway/ færdigretter    | 0<br>0%   | 2<br>9% | 1<br>4%      | 4<br>13% | 1<br>5%       | 0<br>0%  | 0<br>0% | 0<br>0%  | 8<br>4%   |



Øvrige fødevarer

|                                                 | Rema<br>1000 | Netto     | 365dis-<br>count | Lidl      | Super<br>Brugsen | Meny      | Føtex     | Bilka     | I alt      |
|-------------------------------------------------|--------------|-----------|------------------|-----------|------------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Uforarbejdet kød<br>(køl og frost)              | 3<br>15%     | 4<br>18%  | 5<br>22%         | 6<br>19%  | 4<br>19%         | 6<br>25%  | 6<br>25%  | 7<br>29%  | 41<br>22%  |
| Forarbejdet kød                                 | 2<br>10%     | 6<br>27%  | 2<br>9%          | 1<br>3%   | 0<br>0%          | 2<br>8%   | 3<br>13%  | 0<br>0%   | 14<br>7%   |
| Fisk                                            | 3<br>15%     | 0<br>0%   | 0<br>0%          | 0<br>0%   | 0<br>0%          | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 3<br>2%    |
| Majerivarer, laktose-<br>frie alernativer og æg | 4<br>20%     | 4<br>18%  | 3<br>13%         | 5<br>16%  | 6<br>26%         | 3<br>13%  | 4<br>17%  | 0<br>0%   | 29<br>15%  |
| Frugt og grønt                                  | 1<br>5%      | 4<br>18%  | 2<br>9%          | 5<br>16%  | 2<br>10%         | 6<br>25%  | 3<br>13%  | 6<br>25%  | 29<br>15%  |
| Brød og cerealier                               | 1<br>5%      | 1<br>5%   | 5<br>22%         | 2<br>6%   | 2<br>10%         | 0<br>0%   | 3<br>13%  | 0<br>0%   | 14<br>7%   |
| Kolonial                                        | 1<br>5%      | 0<br>0%   | 0<br>0%          | 2<br>6%   | 2<br>10%         | 0<br>0%   | 3<br>13%  | 0<br>0%   | 14<br>7%   |
| Bælgfrugter                                     | 0<br>0%      | 0<br>0%   | 0<br>0%          | 0<br>0%   | 0<br>0%          | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 0<br>0%   | 0<br>0%    |
| I alt                                           | 15<br>75%    | 19<br>86% | 17<br>74%        | 21<br>66% | 14<br>67%        | 19<br>79% | 22<br>92% | 15<br>63% | 142<br>75% |
| Tilbud i alt                                    | 20           | 22        | 23               | 32        | 21               | 24        | 24        | 24        | 190        |



Bilag 3: Ugevariation i antal og andel af tilbud inden for de tre hovedkategorier samt alkohol i tilbudsaviserne fra de enkelte super-markedskæder

Bilag 3.1: Optælling af tilbud i tilbudsaviser fra 365discount

|             | Uge 24 | %  | Uge 25 | %  | Uge 36 | %  | Uge 37 | %  | Uge 44 | %  | Uge 45 | %  |
|-------------|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|
| Usunde      | 18     | 20 | 21     | 21 | 16     | 28 | 26     | 25 | 24     | 22 | 17     | 18 |
| Takeaway    | 8      | 9  | 11     | 11 | 5      | 9  | 12     | 11 | 10     | 9  | 8      | 8  |
| Alkohol     | 10     | 11 | 13     | 13 | 7      | 12 | 10     | 10 | 17     | 16 | 16     | 17 |
| Subtotal    | 36     | 40 | 45     | 45 | 28     | 49 | 48     | 46 | 51     | 48 | 41     | 43 |
| Øvrige      | 54     | 60 | 55     | 55 | 29     | 51 | 57     | 54 | 56     | 52 | 55     | 57 |
| Varer i alt | 90     |    | 100    |    | 57     |    | 105    |    | 107    |    | 96     |    |

Bilag 3.2: Optælling af tilbud i tilbudsaviser fra Bilka

|             | Uge 24 | %  | Uge 25 | %  | Uge 36 | %  | Uge 37 | %  | Uge 44 | %  | Uge 45 | %  |
|-------------|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|
| Usunde      | 41     | 22 | 37     | 22 | 27     | 22 | 22     | 18 | 43     | 26 | 34     | 23 |
| Takeaway    | 10     | 10 | 18     | 11 | 10     | 8  | 20     | 17 | 25     | 15 | 18     | 12 |
| Alkohol     | 52     | 28 | 35     | 21 | 19     | 15 | 15     | 21 | 11     | 7  | 14     | 9  |
| Subtotal    | 112    | 60 | 90     | 55 | 56     | 45 | 57     | 47 | 79     | 48 | 66     | 45 |
| Øvrige      | 75     | 40 | 75     | 45 | 69     | 55 | 64     | 53 | 87     | 52 | 82     | 55 |
| Varer i alt | 187    |    | 165    |    | 125    |    | 121    |    | 166    |    | 148    |    |



Bilag 3.3: Optælling af tilbud i tilbudsaviser fra Føtex

|             | Uge 24 | %  | Uge 25 | %  | Uge 36 | %  | Uge 37 | %  | Uge 44 | %  | Uge 45 | %  |
|-------------|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|
| Usunde      | 60     | 30 | 28     | 17 | 21     | 13 | 25     | 18 | 31     | 16 | 30     | 18 |
| Takeaway    | 20     | 10 | 15     | 9  | 16     | 10 | 19     | 13 | 23     | 12 | 15     | 9  |
| Alkohol     | 29     | 15 | 36     | 21 | 20     | 12 | 17     | 12 | 48     | 25 | 28     | 16 |
| Subtotal    | 109    | 55 | 79     | 47 | 57     | 35 | 61     | 43 | 102    | 54 | 73     | 43 |
| Øvrige      | 90     | 45 | 90     | 53 | 107    | 65 | 80     | 57 | 88     | 46 | 98     | 57 |
| Varer i alt | 199    |    | 169    |    | 164    |    | 141    |    | 190    |    | 171    |    |

Bilag 3.4: Optælling af tilbud i tilbudsaviser fra Lidl

|             | Uge 24 | %  | Uge 25 | %  | Uge 36 | %  | Uge 37 | %  | Uge 44 | %  | Uge 45 | %  |
|-------------|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|
| Usunde      | 31     | 29 | 33     | 27 | 26     | 23 | 23     | 26 | 42     | 38 | 33     | 32 |
| Takeaway    | 17     | 16 | 13     | 11 | 12     | 11 | 14     | 16 | 6      | 5  | 18     | 18 |
| Alkohol     | 7      | 7  | 7      | 6  | 14     | 13 | 4      | 5  | 10     | 9  | 8      | 8  |
| Subtotal    | 55     | 51 | 53     | 43 | 52     | 46 | 41     | 47 | 58     | 52 | 59     | 58 |
| Øvrige      | 52     | 49 | 69     | 57 | 60     | 54 | 47     | 53 | 53     | 48 | 43     | 42 |
| Varer i alt | 107    |    | 122    |    | 112    |    | 88     |    | 111    |    | 102    |    |



Bilag 3.5: Optælling af tilbud i tilbudsaviser fra Meny

|             | Uge 24 | %  | Uge 25 | %  | Uge 36 | %  | Uge 37 | %  | Uge 44 | %  | Uge 45 | %  |
|-------------|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|
| Usunde      | 17     | 16 | 5      | 5  | 21     | 17 | 23     | 18 | 31     | 19 | 26     | 18 |
| Takeaway    | 12     | 11 | 8      | 8  | 13     | 10 | 12     | 10 | 14     | 9  | 14     | 10 |
| Alkohol     | 18     | 17 | 25     | 26 | 30     | 24 | 27     | 21 | 37     | 23 | 33     | 23 |
| Subtotal    | 47     | 45 | 38     | 40 | 64     | 51 | 62     | 49 | 82     | 52 | 73     | 50 |
| Øvrige      | 79     | 69 | 77     | 61 | 82     | 70 | 68     | 63 | 70     | 61 | 66     | 52 |
| Varer i alt | 115    |    | 127    |    | 117    |    | 108    |    | 115    |    | 126    |    |

Bilag 3.6: Optælling af tilbud i tilbudsaviser fra Netto

|             | Uge 24 | %  | Uge 25 | %  | Uge 36 | %  | Uge 37 | %  | Uge 44 | %  | Uge 45 | %  |
|-------------|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|
| Usunde      | 19     | 17 | 31     | 24 | 22     | 19 | 19     | 18 | 26     | 23 | 40     | 32 |
| Takeaway    | 8      | 7  | 11     | 9  | 8      | 7  | 11     | 10 | 10     | 9  | 11     | 9  |
| Alkohol     | 9      | 8  | 8      | 6  | 5      | 4  | 10     | 9  | 9      | 8  | 9      | 7  |
| Subtotal    | 36     | 31 | 50     | 39 | 35     | 30 | 40     | 37 | 45     | 39 | 60     | 48 |
| Øvrige      | 79     | 69 | 77     | 61 | 82     | 70 | 68     | 63 | 70     | 61 | 66     | 52 |
| Varer i alt | 115    |    | 127    |    | 117    |    | 108    |    | 115    |    | 126    |    |



Bilag 3.7: Optælling af tilbud i tilbudsaviser fra Rema1000

|             | Uge 24 | %  | Uge 25 | %  | Uge 36 | %  | Uge 37 | %  | Uge 44 | %  | Uge 45 | %  |
|-------------|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|
| Usunde      | 27     | 25 | 39     | 31 | 10     | 11 | 23     | 24 | 14     | 21 | 39     | 41 |
| Takeaway    | 14     | 13 | 13     | 10 | 4      | 4  | 14     | 15 | 6      | 9  | 2      | 2  |
| Alkohol     | 13     | 12 | 7      | 6  | 17     | 19 | 5      | 5  | 3      | 5  | 10     | 11 |
| Subtotal    | 54     | 49 | 59     | 47 | 31     | 35 | 42     | 44 | 23     | 35 | 51     | 54 |
| Øvrige      | 56     | 51 | 66     | 53 | 58     | 65 | 53     | 56 | 43     | 65 | 43     | 46 |
| Varer i alt | 110    |    | 125    |    | 89     |    | 95     |    | 66     |    | 94     |    |

Bilag 3.8: Optælling af tilbud i tilbudsaviser fra SuperBrugsen

|             | Uge 24 | %  | Uge 25 | %  | Uge 36 | %  | Uge 37 | %  | Uge 44 | %  | Uge 45 | %  |
|-------------|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|
| Usunde      | 17     | 14 | 20     | 15 | 18     | 15 | 20     | 17 | 17     | 15 | 24     | 18 |
| Takeaway    | 7      | 6  | 11     | 8  | 8      | 7  | 11     | 9  | 9      | 8  | 12     | 9  |
| Alkohol     | 26     | 21 | 28     | 21 | 26     | 21 | 22     | 18 | 26     | 22 | 27     | 21 |
| Subtotal    | 50     | 41 | 59     | 44 | 52     | 42 | 53     | 44 | 52     | 44 | 63     | 48 |
| Øvrige      | 73     | 59 | 76     | 56 | 71     | 58 | 68     | 56 | 65     | 56 | 68     | 52 |
| Varer i alt | 123    |    | 135    |    | 123    |    | 121    |    | 117    |    | 131    |    |







**Copyright© Kræftens Bekæmpelse 2025**

**Udarbejdet af:** Karoline Huber Petersen, Johanna Munch Haraldsdottir, Sofie Lund & Susanne Tøttenborg (Kræftens Bekæmpelse)

**Layout:** Katrine Holst (Kræftens Bekæmpelse)

**Forsidefoto:** Adobe Stock

**Øvrige fotos:** Unsplash & Adobe Stock

**Forslag til citation:** Når tilbudsavisen frister. En optælling af tilbud på usunde mad og drikkevarer i danske tilbudsaviser. Kræftens Bekæmpelse. Maj 2025