



Aalborg Universitet

AALBORG UNIVERSITY  
DENMARK

## Empty nesters madpræferencer på feriehusferie

Baungaard, Gitte; Knudsen, Kirstine ; Kristensen, Anja

*Publication date:*  
2011

*Document Version*  
Også kaldet Forlagets PDF

[Link to publication from Aalborg University](#)

### Citation for published version (APA):

Baungaard, G., Knudsen, K., & Kristensen, A. (2011). *Empty nesters madpræferencer på feriehusferie*. TRU - Tourism Research Unit, Aalborg Universitet. <http://www.fremitidensferiehus.aau.dk/Studenterrapporter/>

### General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

### Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at [vbn@aub.aau.dk](mailto:vbn@aub.aau.dk) providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.



**Fremtidens feriehus**

# **Empty nesters madpræferencer på feriehusferie**

**Gitte Baungaard, Kirstine  
Knudsen & Anja Kristensen**

**STUDENTERRAPPORT 3**

**Fremtidens feriehus og  
feriehusområde**

**ISBN: 978-87-92305-17-6**

**Gitte Baungaard, Kirstine Knudsen  
& Anja Kristensen**

**STUDENTERRAPPORT 3**  
**Fremtidens feriehus og feriehusområde**

**Aalborg Universitet**

Maj 2011



# Empty nesters madpræferencer på feriehusferien

## Introduktion

Rapporten bygger på en undersøgelse af, hvilken rolle mad og madoplevelser spiller i forbindelse med empty nesters feriehusferie. Projektet er en del af det større EU-sponsorerede projekt, "Fremitiden feriehus og feriehusområde", og på basis af vores interviewundersøgelse fik vi en forståelse af, hvilke madoplevelser denne målgruppe søger i en feriehuskontekst. Dette kan være brugbar viden for såvel feriehusudlejere, detailhandel, gårdbutikker og restauranter i feriehusområdet. Undersøgelsen er baseret på kvalitative interviews med fem danske, empty nesters par, alle med erfaringer med ferier i danske feriehuse, og dataene afspejler nogle mønstre i efterspørgslen i relation til mad, som senere kan danne basis for mere repræsentative studier.

## Resultater

De interviewede empty nesters tilkendegiver tydeligt, at tilberedning og indtagelse af mad i feriehuset er den primære måde, hvorpå mad forbruges på feriehusferien. Tilberedning af mad i feriehuset sker primært på basis af mad indkøbt i supermarkederne på destinationen men også i nogen udstrækning på basis af mad medbragt hjemmefra. Derudover går nogle af respondenterne ud at spise 1-2 gange i løbet af en feriehusferie, hvorimod andre par anser ferien i feriehuset som et tidspunkt, hvor de kan koble helt af og primært leve isoleret fra resten af verden. Disse mennesker går ikke ud for at spise, men prioriterer i lighed med de restaurant-besøgende af og til mad tilberedt af andre i form af færdigretter fra slagteren. God hygiejne og 'value for money' ligger de interviewede empty nesters meget på sindet i forbindelse med restaurantbesøg. Derudover varierer præferencerne, idet god kvalitetsmad er afgørende for nogle respondenter, hvorimod en afslappet og behagelig atmosfære er vigtigere for andre i forbindelse med restaurantbesøg.

Nogle af respondenterne har tendens til at være mere eventyrlystne, når de er på ferie, end de er i hverdagen, idet nye madvarer og retter blev afprøvet. Hovedtendensen er dog, at det primært gælder ferier i udlandet – her prioriterer respondenterne at prøve lokale restauranter og produkter. Disse restauranter skal gerne ligge uden for de mest befærdede turistområder, da respondenterne værdsætter at spise steder, der i deres opfattelse er autentiske. Det vil sige steder, hvor lokalbefolkningen spiser, og hvor de kan gå rundt og opleve lokalbefolkningens hverdag. For nogle er det at afprøve lokale madvarer og madkunymer en måde at lære den lokale kultur bedre at kende på, idet maden i sig selv, tilberedelsesmetoderne og interaktionen med f.eks.. tjenere anses for at give indblik i lokalkulturen.

Selvom mad for mange af respondenterne er en vigtig del af oplevelsen, når de er på ferie (især i udlandet), er mad alene ikke var nok til at motivere respondenterne til at rejse til en bestemt destination. Mad og positive madoplevelser indgår dog i de historier, som bliver fortalt om destinationen, når de vender hjem igen og indgår i det overordnede image respondenterne har af destinationen. Mad- og madoplevelser er en måde at dele ferieminderne med familie og venner efter rejsen er afsluttet. Respondenterne indgår alle i uformelle netværk af gensidig

“madudvekslinger”, som består af at tilbyde familie eller venner mad indkøbt på rejser. F.eks. fortalte nogle af respondenterne, at de altid bragte skinker og pølser med hjem fra deres ferier i udlandet og delte dem med familie og venner, og at de oplevede, at deres (empty nesters) venner gjorde det samme. Dette virker som en inspirationskilde for respondenterne i forhold til at inkorporere disse madvarer i deres normale kost, og som et forslag til en fremtidig rejse til destinationen.

## Konklusioner

På basis af analysen kan det konkluderes, at for disse danske empty nesters på ferie i et dansk feriehus er mad og madoplevelser ikke et afgørende motiv. Imidlertid udgør mad en væsentlig understøttende oplevelse af forskellig karakter: nydelsesfulde smagsoplevelser både i forbindelse med mad indtaget ”ude” på restaurant og ”hjemme” i feriehuset; afslapning og socialt samvær ligeledes i forbindelse med mad indtaget både ”ude” og ”hjemme”; og kulturel indsigt særligt i relation til mad indtaget ”ude” og oftest i udlandet. I en national kontekst synes der imidlertid at være et uudnyttet potentiale i at formidle den lokale kultur gennem lokal mad, idet de interviewede empty nesters grundlæggende er meget interesseret i lokale skikke, traditioner og fortællinger, som er forbundet med mad. Denne kobling mellem kultur og mad kan dog næppe formidles på samme måde til en dansk som til en udenlandsk målgruppe, idet det særegne i den nordjyske madkultur kan være svært at få øje på og forholde sig til for en midtjyde, fynbo eller københavn. Her ligger således en stor udfordring for turismens aktører at løfte.