

Sådan ser julehylden ud i 2026

5 forbrugerindsigter for danske supermarkeder



Intro

Julefrokosten er stadig hjertet af dansk jul, og den del står fast. Det, der omgiver den, er i konstant bevægelse. Fem forbrugerindsigter former supermarkedernes indkøbsvogne denne jul i Danmark, med én gennemgående festlig tone på tværs af alle fem: Forbrugerne vil have deres favoritter – bare bedre lavet, flottere og værd at dele.



“

Forbrugerne vil have deres favoritter – bare bedre fremstillet, smukkere og værd at dele.

”

1. Newstalgia-klassikere, med en twist

Nostalgi er det dominerende tema i 2026's madtrends, og gevinsten ligger i twisten [1]. På tværs af europæisk julebagning bliver klassiske opskrifter rigere, mere jordnære og mere syrlige. Anis, rosmarin og citronskal er nu at finde i småkager og kager, der traditionelt har været mere enkle.

I hele Skandinavien er opgraderingen allerede på hylderne: festligt julebrød med citrusskal, krydrede småkager med mere fyldige røgnoter, syltede sild i nyere smagsprofiler og gløgg med rigere aromatik. Premium private label er driver udviklingen. Klassikerne bevarer deres plads – alt omkring dem bliver skærpet

“Klassikerne bevarer deres plads – alt omkring dem bliver skærpet”



2. Comfort food til nye højder



Velkendt varme, bare bedre. Det er her, comfort food fortsætter med at vinde bare et niveau højere oppe.

Premium-frikadeller fra navngivne producenter, leverpostej med historie, surdejsrugbrød fra mindre bagerier samt småbatch-julemedister og marinerede sild finder deres plads i julens indkøbsvogne.

Samme retter, bedring sourcing, bedre historie. Indhold om hjemmelavet mad holder kategorien synlig på sociale medier, og forbrugerne betaler gerne mere, når emballagen fortæller, hvor produktet kommer fra [2].



“Forbrugerne betaler gerne mere, når emballagen fortæller, hvor produktet kommer fra. ”



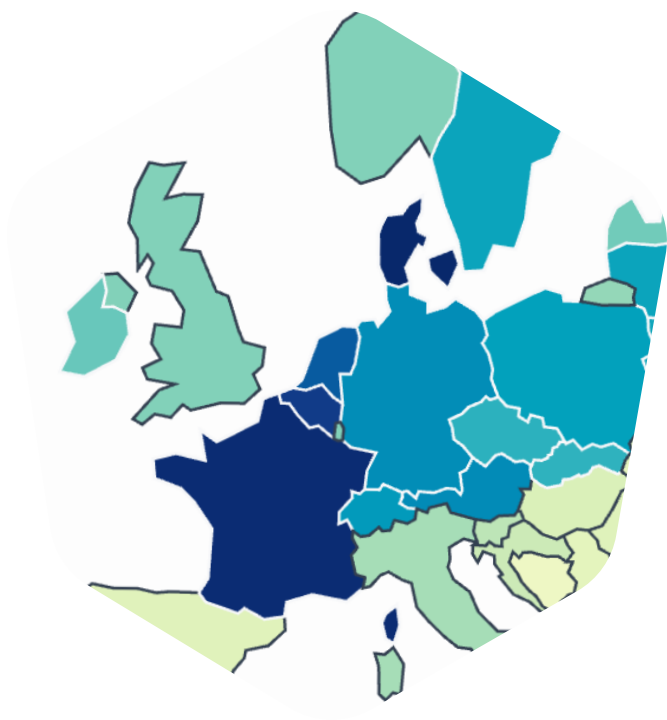
“Less
is more”



3. Enkel ingrediens er den nye luksus

Mindre, men smør. Et studie fra Københavns Universitet, udgivet i slutningen af 2025, bekræftede, hvad forbrugere allerede føler: jo renere ingrediens, des bedre fungerer maden for kroppen (3). På tværs af Skandinavien er det et udbredt samtaleemne, og smør er det typiske eksempel. Surdejsrugbrød, ost fra navngivne producenter og fuldfede mejeriprodukter rider på samme bølge.

4. Smør er tilbage



Smør oplever et globalt comeback, og Skandinavien er der allerede. Danmark har det højeste smørforbrug per indbygger i verden – omkring 6 til 8,6 kg pr. person pr. år [4], hvor smør har den samme daglige plads i hele Sverige og Norge. I 2024 og 2025, opnåede det globale hashtag #ButterBoard omkring 236 millioner TikTok-visninger og anslået 950 millioner på Instagram [5]. Pinterest udpegede smørgul til årets farve i 2025 [6]. Kategorien bliver visuel, og Skandinavien er et skridt foran.

Som en nyhed i den skandinaviske kategori, og udviklingen af smør i 2026 finder vi den skulpturerede 3D-version. Royal VBF har produceret den i Holland i årtier, med mere end 600.000 figurer solgt hvert år og som en fast bestanddel på de hollandske påske- og juleborde.



6-8,6 kg smør

Pr. person pr. år
(Danmark, verdens
højeste)



Smørgul

Pinterest-
farven fra 2025



950 mio. visninger

Instagram
#ButterBoard

5. Mad og fund værd at dele



Effekten “TikTok made me buy it” har ramt supermarkedshylden. Omkring 72 % af forbrugerne mellem 18 og 27 år planlægger deres festmåltider ud fra onlineindhold, og 88 % af TikTok-brugerne opdager nye brands dér [7]. #julefrokost har omkring 3,8 millioner visninger på TikTok, og #christmastable ligger på flere hundrede millioner [5].

Produkter med et særligt udtryk, som tager sig godt ud på billeder, skaber en “run, don’t walk”-effekt direkte ned i indkøbskurven, og limited editions kan gå fra viral video til udsolgt hylde på få dage. Muligheden ligger hos sortimenter, der spejler det, forbrugerne allerede opdager online. Til denne jul: Danskerne vil have deres klassikere tilbage. Bare bedre lavet, flottere – og frem for alt værd at dele

72%

af forbrugere i **alderen 18-27** planlægger deres festlige måltider ud fra online indhold

88%

af TikTok-brugere opdager nye brands **der**

Denne jul vil skandinaviske kunder have deres klassikere tilbage. Bare bedre lavet, flottere og frem for alt værd at dele.

Om Royal VBF

Royal VBF er en hollandsk mejerispecialist med over 150 års håndværk og et kongeligt prædikat. Vi laver smør og smørdejsprodukter på vores mejeri i Holland. Vores 3D-skulpturerede smør har stået på hollandske jule- og påskeborde i årtier, med mere end 600.000+ figurer solgt hvert år. Nu bringer vi det samme håndværk og den samme kategori-knowhow til Skandinavien i 2026.

Om 3D-skulptureret smør

3D-skulptureret smør er ægte hollandsk smør, formet til ikoniske sæsonbetonede figurer. Samme enkle ingrediens, samme Royal VBF-håndværk, bare nu med formen og hyldestilstedeværelse, som nutidens forbrugere ønsker. Den spreder sig godt online, løfter mejerihylderne i butikken og tjener sin plads på julebordet. Lavet af Royal VBF i Holland og klar til den skandinaviske supermarkedshylde i 2026.

Oplev 3D-smøret selv

Nysgerrig på, hvad 3D-smør kan gøre for jeres sæsonsortiment? Book en privat smagning med Rik Coset. Han guider jer gennem sortimentet, deler erfaringer om, hvad der virker hos førende detailkæder i Holland, og svarer på alt, I vil vide.

Book en privat smagning med Rik



Kolofon

Sådan ser julehylden ud i 2026 Fem forbrugerindsigter for [danske/skandinaviske] supermarkeder Første udgave, 2026

Udgivet af Royal VBF De Kroon 21, 4261 TW Wijk en Aalburg, Holland

T +31416 69 27 85 · info@royalvbf.nl · royalvbf.nl

Salgsforespørgsler Rik Coset, Salgschef for detailhandel

T +31686 86 79 56 rik.coset@royalvbf.nl

Copyright og brug © 2026 Royal VBF. Alle rettigheder forbeholdes.

Dette whitepaper må deles i sin helhed med henvisning til Royal VBF.

Uddrag kan citeres med kreditering. Ved spørgsmål om kommerciel reproduktion eller partnerskaber, kan vi kontaktes direkte.

Smør værd at dele.

Kilder

[1] Newsweek, 'Experts predict the trendiest food items for 2025: Nostalgia is back', 2024.

[2] Penn State Extension, Food Trends 2026.

[3] Cellemetabolisme, randomiseret studie fra Københavns Universitet, oktober 2025.

[4] World Population Review 2026 og CLAL-data om smørforbrug pr. indbygger.

[5] TikTok and Instagram-hashtagdata: #ButterBoard, #julefrokost, #julbord, #julebord, #christmastable,

2024 til 2025.

[6] Pinterest Newsroom, '2025 Pinterest Palette: butter yellow', 2024.

[7] TikTok Marketing Science and Instagram Trends Report, 2024.