



Restaurangvanor 2024

Om svenskarnas restaurangvanor

Kontakt:

Thomas Jakobsson, Chefsekonom Visita

Mårten Lindberg, Divisionschef,
Konsumtionsmarknaden, Infostat

VISITA

SVENSK BESÖKSNÄRING



2024-11-29

Om undersökningen

Syfte

Undersökningen har genomförts av Infostat på uppdrag av branschorganisationen Visita. Syftet med undersökningen är att ge Visita och dess medlemmar ny kunskap och insikter om svenskarnas konsumtion, preferenser och vanor i frågor kopplade till restaurangbranschen.

Genomförande

Fältperiod: 2024-11-19 till 2024-11-24

Målgrupp: Allmänheten

Antal intervjuer: 1 002

Intervjuerna har genomförts i en slumpmässigt rekryterad webbpanel. Urvalet har kvoterats med avseende på kön, ålder och geografi. Resultatet har därefter vägts på kön, ålder, utbildning och politiskt parti för att korrigera för eventuella kvarvarande skevheter i urvalet.

Infostat är nästa generations analysföretag. Vi har en lång bakgrund inom samhälls- och marknadsundersökningar, systemutveckling och forskning. Vi finns för att hjälpa kunder med datadrivna beslut och kommunikation genom unik data och en avancerad plattform som ger svar på svåra frågor. Infostat har branschledande erbjudanden inom Opinion och påverkan, Retail och konsument samt Fastighet och urban utveckling.

Infostat AB · Org.nr. 559267-0326 · Slottsbacken 8, 111 30 Stockholm · 08-31 73 10 · www.infostat.se · info@infostat.se



Resultat

Sammanfattning

- Jämfört med 2023 syns en liten ljusning på den privatekonomiska himlen, vilket påverkar restaurangkonsumtionen något i positiv riktning.
- Drygt en av fem, 23 procent, äter restaurangmat varje vecka, vilket är en marginell ökning sedan 2023. Ökningen är tydligast i grupper som ofta äter restaurangmat, det vill säga män, unga och personer som bor i storstadsregionerna.
- De överlägset vanligaste typerna av restauranger är lunch/kvällsrestauranger och snabbmatsrestauranger. Jämfört med 2023 har snabbmatsrestaurangerna dock tappat något i popularitet, inte minst bland barnfamiljer, och toppar inte längre listan.
- Avseende var man äter sin restaurangmat så verkar återhämtningen mot prepandemiska vanor, med mer på plats-ätande, avtagit. I genomsnitt äts 50 procent av restaurangluncherna och 48 procent av restaurangmiddagarna på plats i restaurangen, 37 procent tas med och 13 respektive 15 procent beställs som hemleverans. Förändringarna sedan 2023 är marginella, men går något i riktning mot take away, åtminstone gällande middagar.
- Nästan hälften av svenskarna, 46 procent, har använt någon leveranstjänst för mat. Den överlägset vanligaste leveranstjänsten är Foodora (31 procent).
- Köpkraften har minskat även under 2024, men jämfört med 2023 är det betydligt färre som fått sämre köpkraft det senaste året (36 procent jämfört med 50 procent). Fler än förra året har också fått ökad köpkraft. I genomsnitt har dock köpkraften minskat även under 2024.
- Nio av tio svenskar har dragit ner på sina utgifter till följd av de senaste årens prishöjningar. Restaurang- och hotellkonsumtion, framförallt till vardags, ligger högt på listan över vad man dragit ner på. Det är framförallt kvinnor och personer som äter restaurangmat mindre än en gång i månaden som dragit ner på detta.
- En majoritet tycker att det är motiverat att sänka arbetsgivaravgiften för unga. Skillnaden mellan dem som arbetat inom besöksnäringen och övriga är begränsad, 60 procent positiva jämfört med 56 procent på totalen.

Restaurangvanor

Betalningssätt

Var och hur man äter

Delivery

Ekonomi

Policy

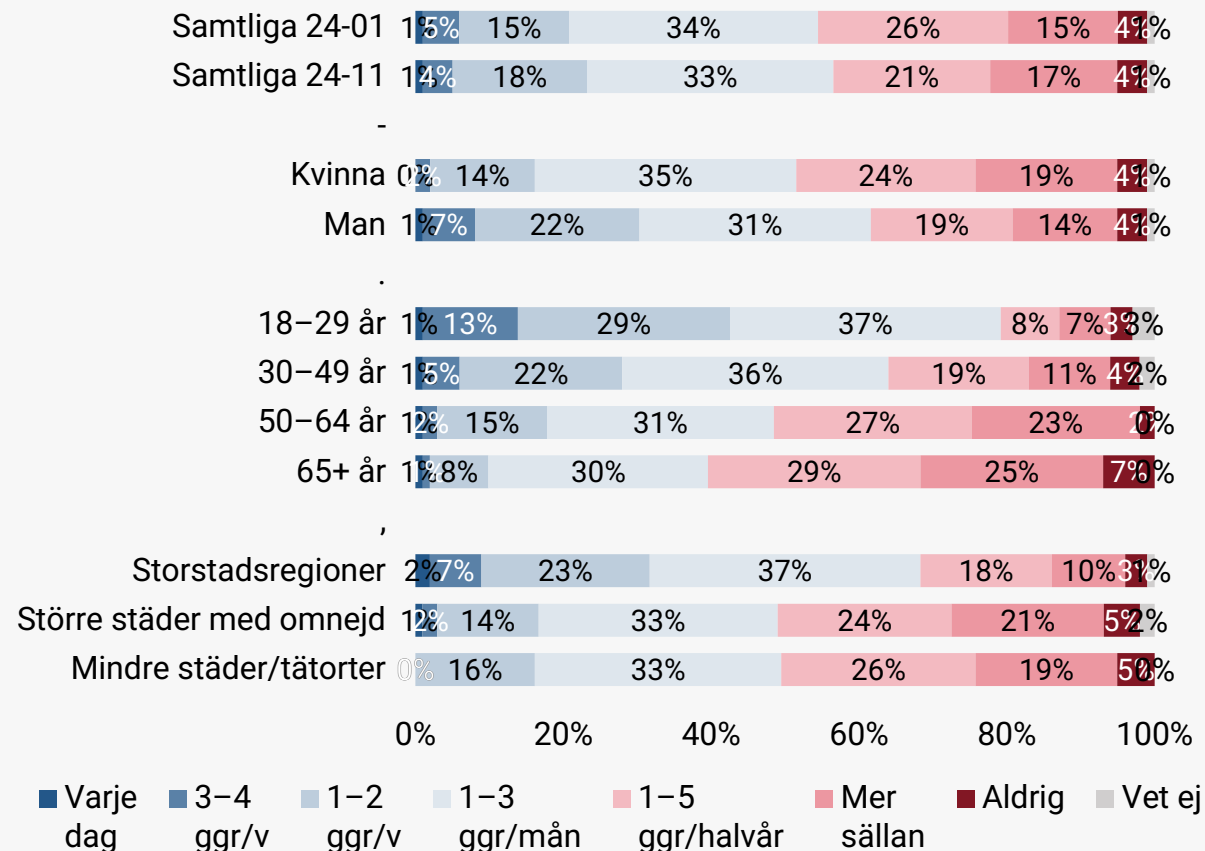
En majoritet äter restaurangmat någon gång i månaden

Fråga: Hur ofta äter du mat från restaurang? (För att äta på plats eller ta med som take away)

Var fjärde svensk (23 procent) äter mat från restaurang en gång i veckan eller mer. Fyra av tio (42 procent) äter restaurangmat mer sällan än en gång i månaden.

Män, unga och personer boende i storstadsregionerna äter oftare restaurangmat. Bland unga män äter hälften restaurangmat minst en gång i veckan.

Förändringarna sedan i början av året är mycket begränsade, men generellt sett har konsumtionen ökat mest i de grupper som redan var vana restaurangbesökare.



Bas: Samtliga
1 002 intervjuer

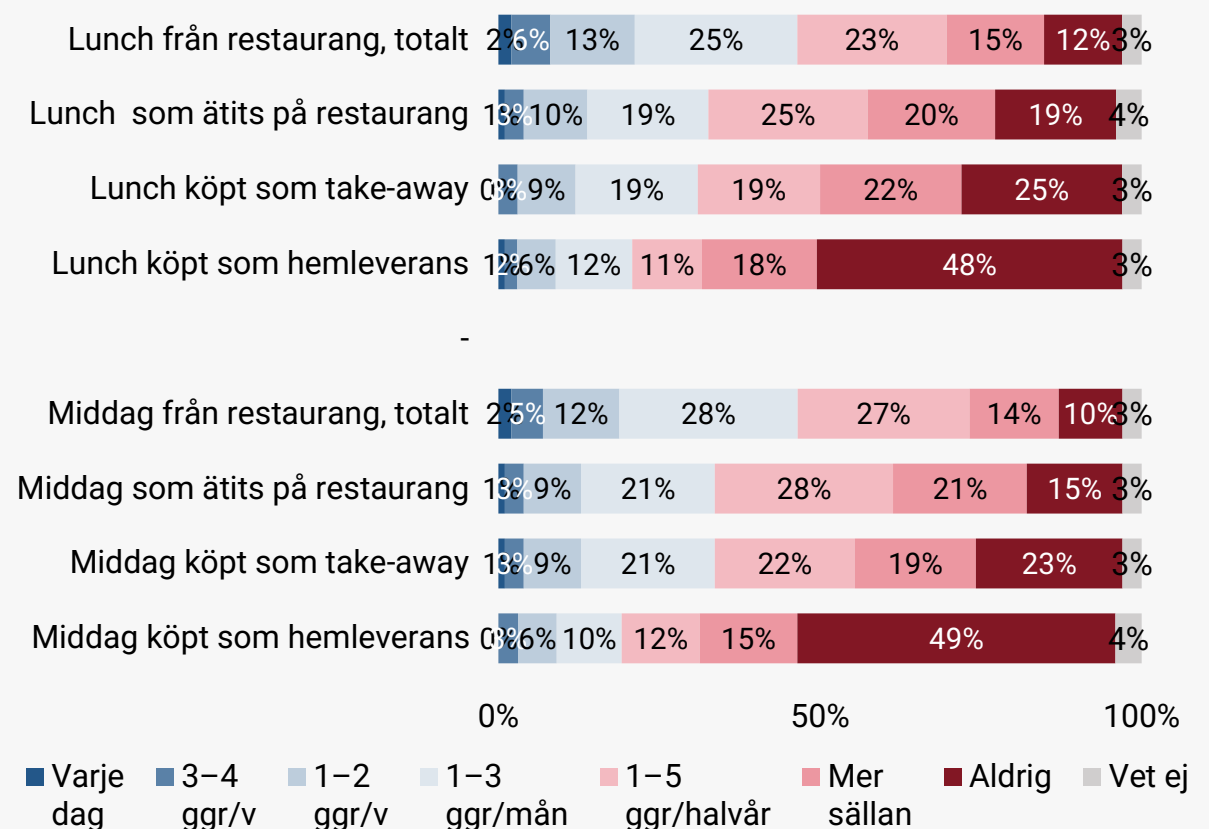
En av fem äter sin lunch från restaurang någon gång i veckan

Fråga: Vilken typ av lunch har du ätit det senaste året? Försök göra en uppskattning av hur ofta du ätit de olika typerna av lunch på vardagar /Hur ofta har du det senaste året köpt middag från restaurang ..?

Var femte svensk (21 procent) äter lunch från eller på restaurang minst en gång i veckan. Det vanligaste sättet är att äta lunchen på plats på restaurangen (14 procent minst en gång i veckan) men andelen som ofta äter take away-lunch har ökat sedan början av året. Bland personer under 30 år är det en större andel som minst en gång i veckan köper mat som take away än som äter på plats i restaurangen.

Nästan lika många (19 procent) äter middagsmat från restaurang minst en gång i veckan. Här syns en tydlig ökning av frekventa restaurangbesökare bland yngre sedan början av året, medan personer över 50 år snarare har minskat sin restaurangkonsumtion något.

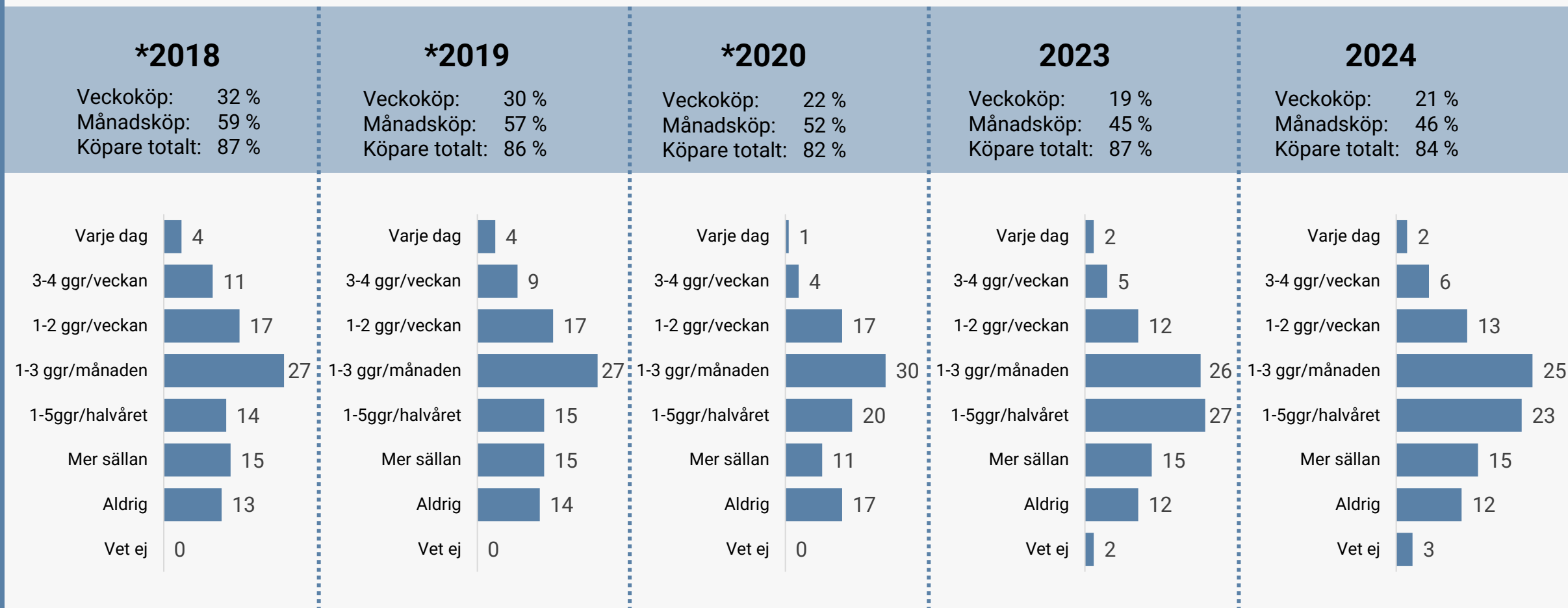
Generellt sett är de mest frekventa restaurangbesökarna unga män i storstadsregionerna.



Bas: Samtliga
1 002 intervjuer

Köpfrekvens över tid: Lunch

Fråga: Hur ofta har du det senaste året köpt lunch från restaurang?

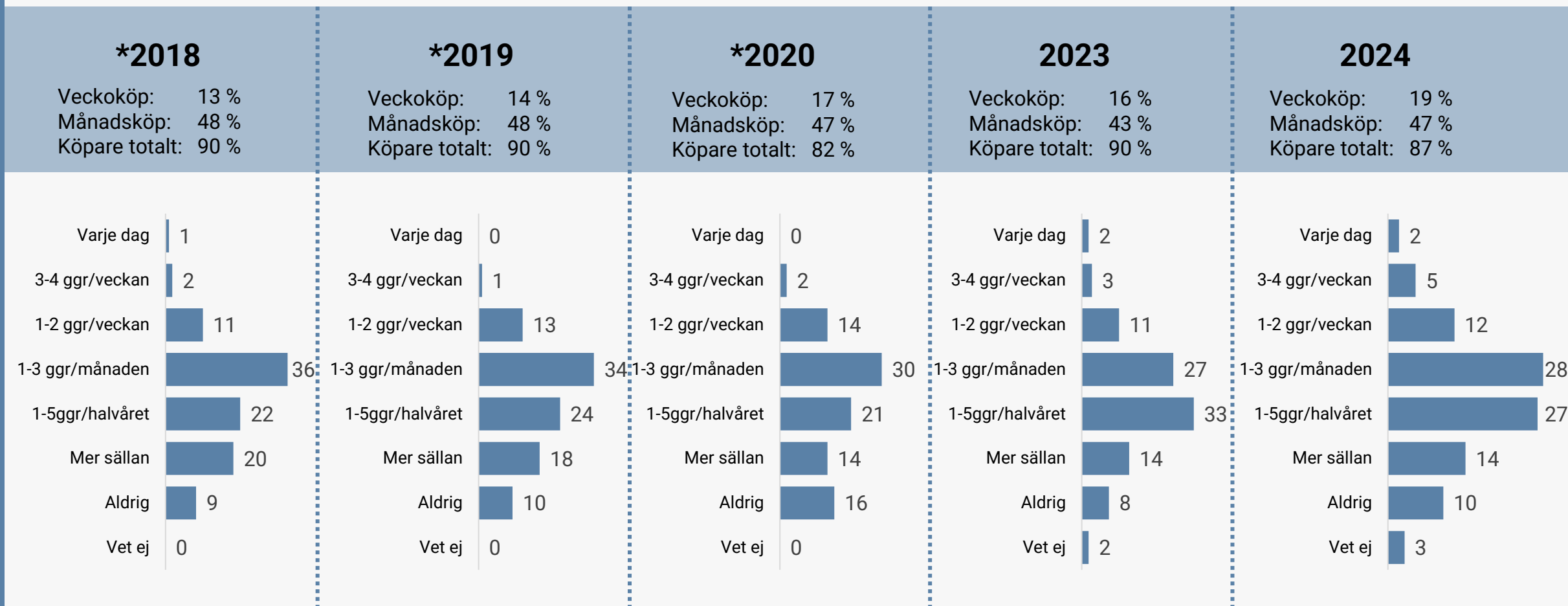


*Siffror för åren 2018-2020 kommer från tidigare års rapporter, med avrundade värden

Samtliga
1 002 intervjuer

Köpfrekvens över tid: Middag

Fråga: Hur ofta har du det senaste året köpt middag från restaurang?



*Siffror för åren 2018-2020 kommer från tidigare års rapporter, med avrundade värden

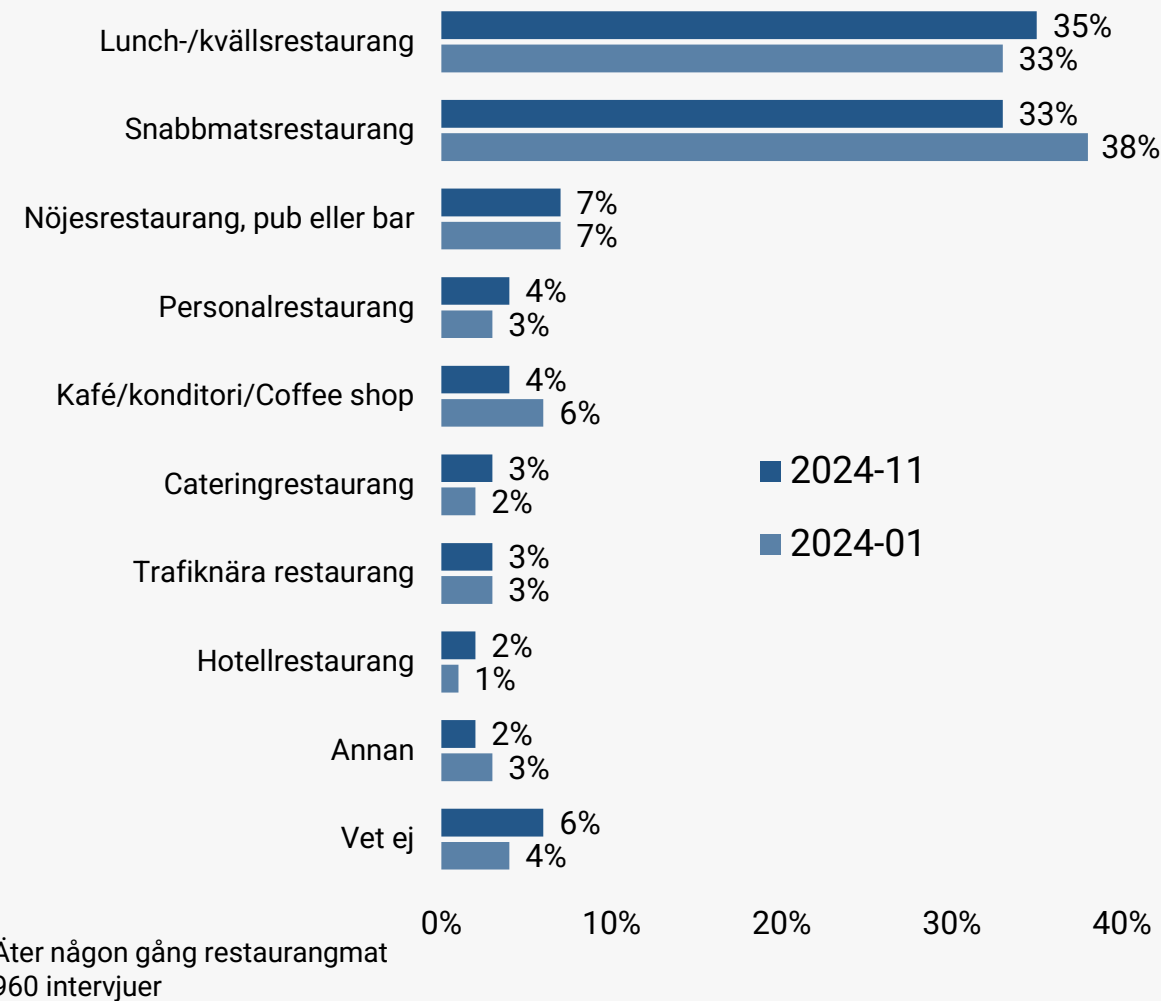
Lunch-/middagsrestauranger vanligaste restaurangtypen

Fråga: Vilken av följande restaurangtyper brukar du oftast köpa mat från? (Oavsett var den intas)

Lunch-/kvällsrestauranger och snabbmatsrestauranger är fortsatt de absolut vanligast restaurangtyperna bland svenskarna. Sedan början av året har dock andelen som mest äter snabbmat minskat från 38 till 33 procent, vilket innebär att lunch-/kvällsrestauranger nu toppar listan. Det är framförallt de unga som svikit snabbmaten.

Kvinnor äter oftare än män sin restaurangmat på snabbmatsrestauranger och caféer, medan män i större utsträckning äter mat på nöjesrestaurang/bar/pub och trafiknära restauranger. Detta mönster är allra tydligast bland unga.

Snabbmatsrestauranger är fortsatt mindre populärt bland personer 65+ år. Kategorin har dock tappat i popularitet även bland unga, framförallt män och bland barnfamiljer.



Restaurangvanor

Betalningssätt

Var och hur man äter

Delivery

Ekonomi

Policy

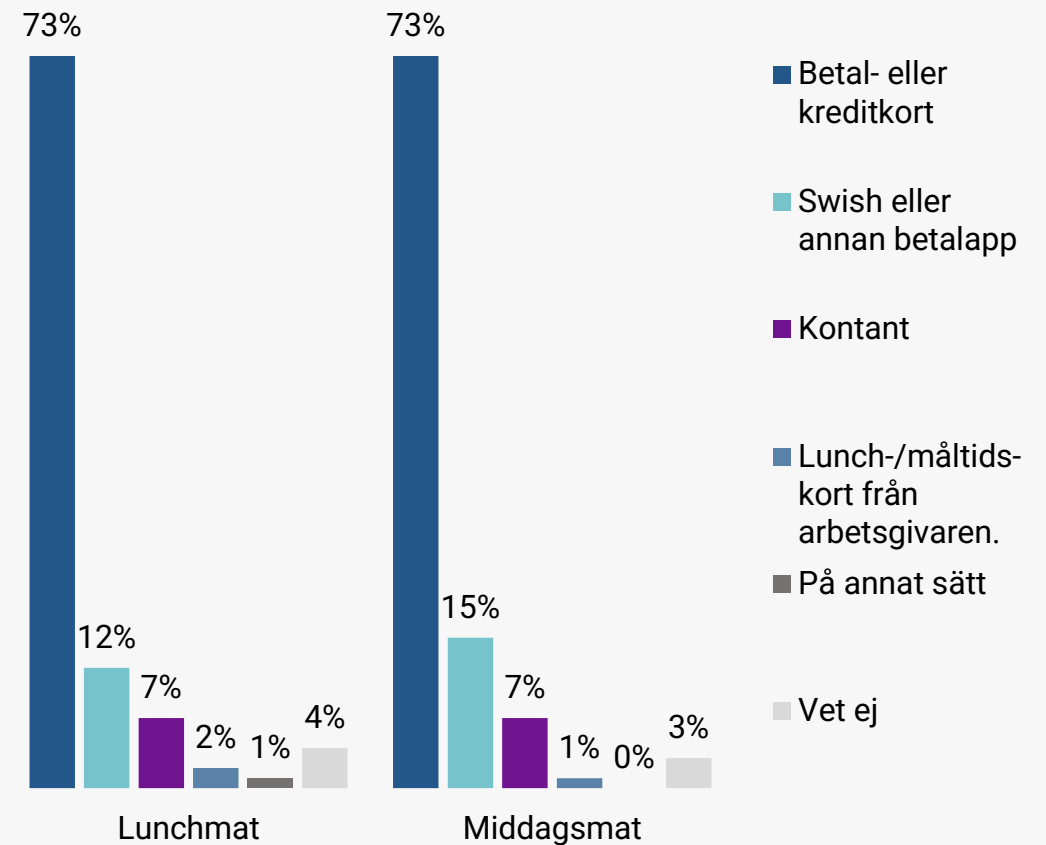
De flesta betalar restaurangmat med kort

Fråga: Hur brukar du vanligtvis betala för mat som du köper från restaurang (oavsett var den intas)..?

Betal-eller kreditkort är det klart vanligaste betalsättet när man köper mat från restaurang, i alla demografiska grupper.

Bland personer under 30 år är Swish och andra betalappar vanligare än i övriga åldersgrupper (28 procent när det gäller middagsmat och 23 procent när det gäller lunch). De som ofta äter mat från restaurang föredrar också i större utsträckning betalappar framför andra alternativ.

Kontanter är det vanligaste betalsättet för 7 procent av dem som köper restaurangmat, för såväl middagar som luncher. Skillnader mellan olika grupper är begränsade, men det är något vanligare med kontantbetalningar bland personer under 50 år, företrädesvis män.



Äter någon gång restaurangmat till lunch/middag
950 intervjuer

Restaurangvanor

Betalningssätt

Var och hur man äter

Delivery

Ekonomi

Policy

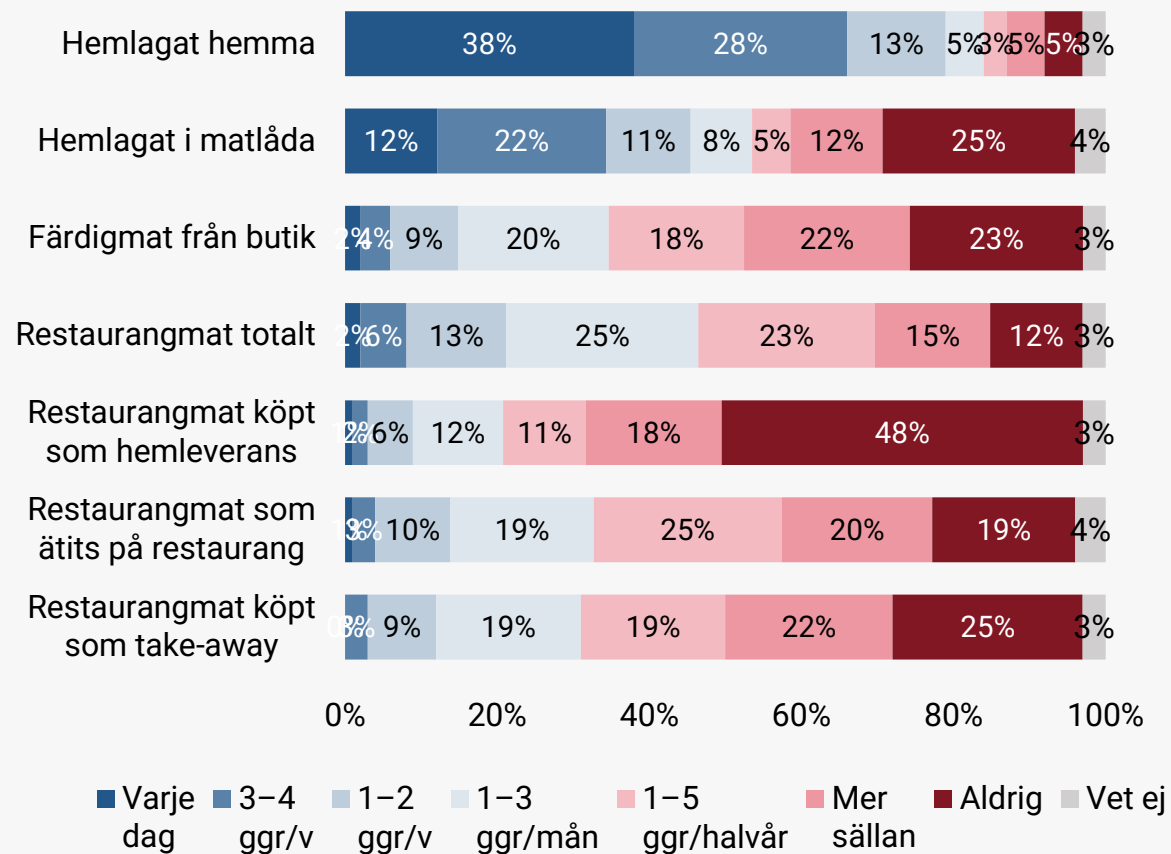
En av fem äter restaurangmat minst en gång i veckan

Fråga: Vilken typ av lunch har du ätit det senaste året?
Försök göra en uppskattning av hur ofta du ätit de olika typerna av lunch på vardagar

De allra flesta äter hemlagad mat till lunch på vardagarna, antingen hemma eller i matlåda. Nästan hälften (46 procent) äter dock restaurangmat åtminstone någon gång i månaden, varav 21 procent minst en gång i veckan.

8 procent äter någon typ av restaurangmat och 6 procent äter färdigmat från butik en majoritet av veckans dagar. Sedan 2023 syns en viss ökning av färdigmat från butik och take away från restaurang.

Män under 50 är överrepresenterade bland såväl dem som köper färdigmat från butik som restaurangbesökare. Att äta mat som inte tillagats hemma korrelerar också med stark privatekonomi och restaurangluncher dominerar i större utsträckning i storstadsregionerna än i resten av landet.



Allmänheten
1002

De nya lunchvanorna efter pandemin består

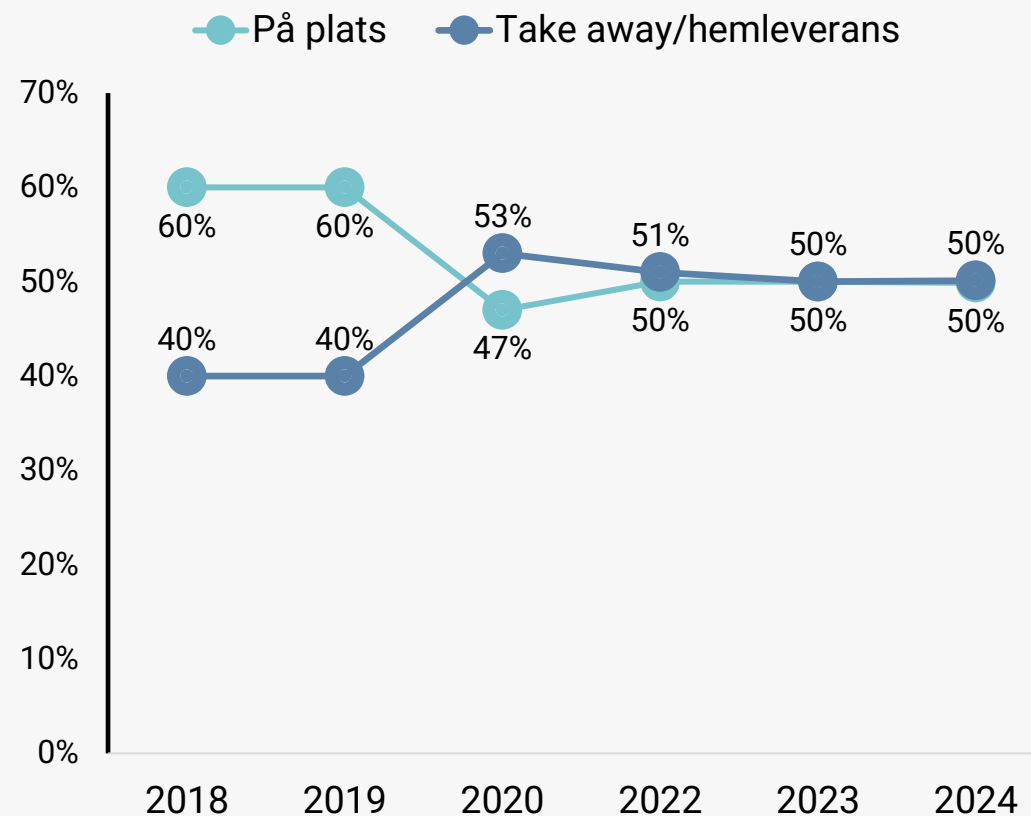
Fråga: Tänk på hur du det senaste året generellt brukat köpa lunch från restaurang (för att äta på plats eller som "take away") och ge din bästa uppskattning.

I genomsnitt äts 50 procent av restaurangluncherna på plats i restaurangen, 37 procent tas med och 13 procent beställs som take away/leverans, vilket är samma andelar som 2023. Lika många restaurangluncher äts alltså på plats i restaurangen som plockats med. Pandemin ändrade lunchvanorna och mönstret tycks inte återgå till hur det såg ut tidigare.

Levererad lunch äts framförallt av yngre män medan take away-luncher främst föredras av kvinnor i yrkesverksam ålder. Personer över 65 år äter oftast på plats i restaurangen.

Personer med god privatekonomi äter också större andel av sina luncher på plats i restaurangen, medan de med sämre ekonomi framförallt tar med sig maten själv från restaurangen.

Geografiskt äter personer i glesbygden oftare på plats i restaurangen och storstadsbor beställer oftare mat med hemleverans. Andelen som tar med sig maten själva som take away är ungefär samma oavsett geografi.



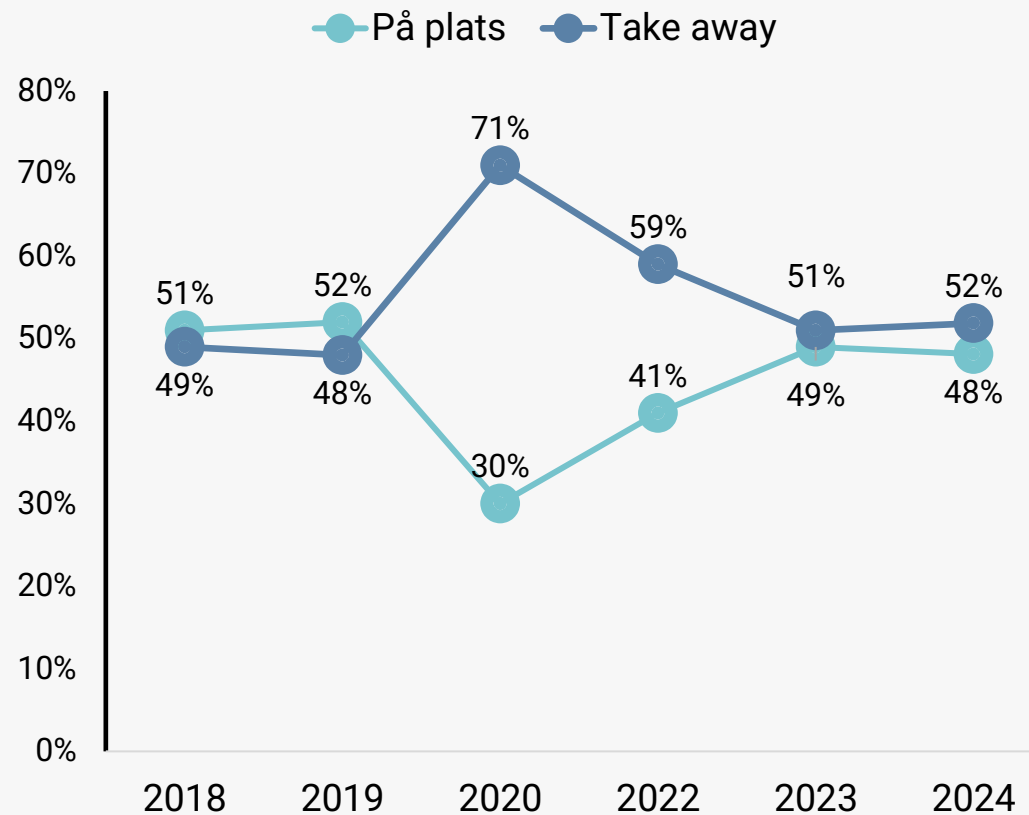
Äter någon gång restaurangmat till lunch
840 intervjuer

Hälften av restaurangmiddagarna äts på plats

Fråga: Tänk på hur du det senaste året generellt brukat köpa middag från restaurang (för att äta på plats eller som "take away") och ge din bästa uppskattning.

I genomsnitt äts 48 procent av restaurangmiddagarna på plats i restaurangen, 37 tas med och 15 beställs som leverans. Trenden mot prepandemiska nivåer ser alltså ut att avta, med en fortsatt något större andel take away eller leverans jämfört med åren före 2020.

Liksom gällande luncher är middag på plats i restaurangen allra vanligaste för personer 65+ år och personer med stark privatekonomi. Take away är ungefär lika vanligt i alla grupper, medan mat levererad från restaurangen i betydligt större utsträckning köps av unga, personer i storstadsregionerna och personer med sämre privatekonomi.



Äter någon gång restaurangmat till middag
890 intervjuer

Restaurangvanor

Betalningssätt

Var och hur man äter

Delivery

Ekonomi

Policy

Nästan hälften använder leveranstjänster för restaurangmat

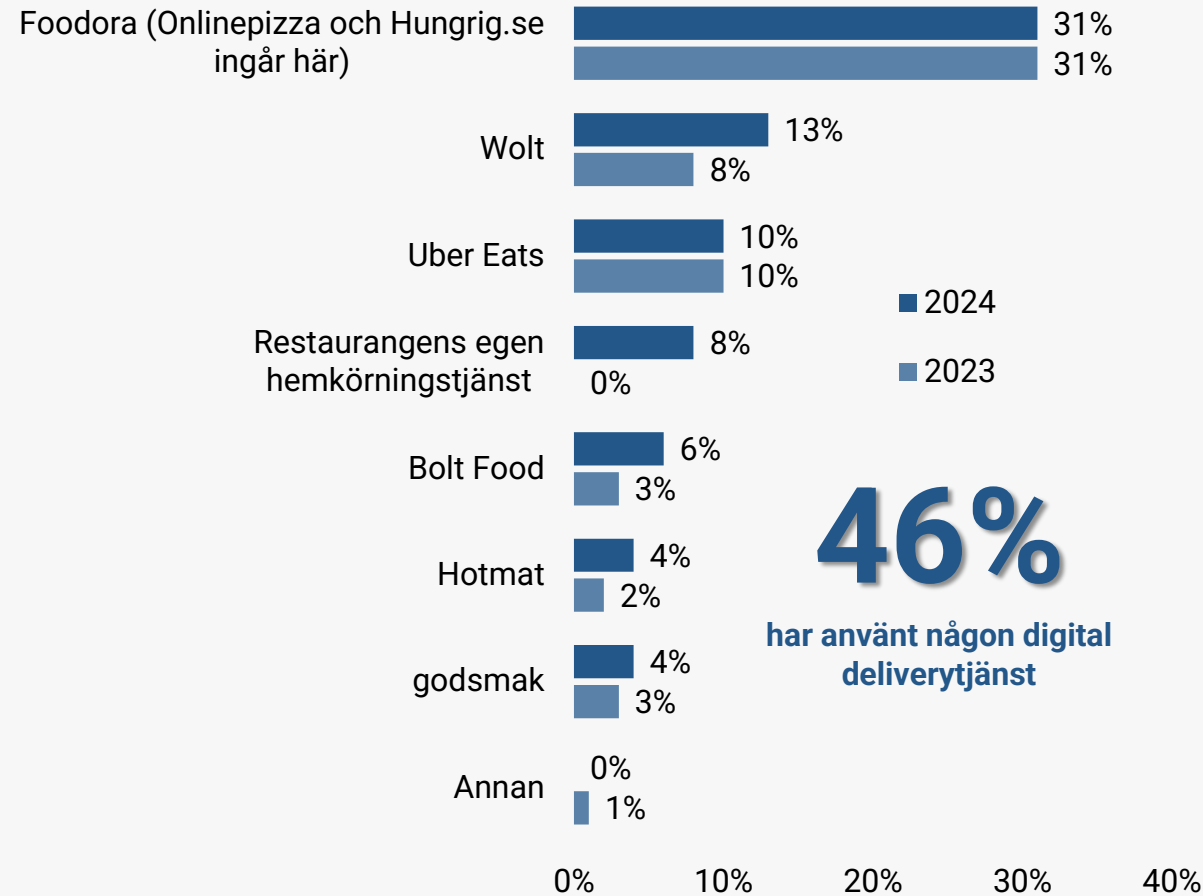
Fråga: Har du någon gång det senaste året använt någon av följande digitala tjänster för att beställa hem restaurangmat?

Nästan hälften av svenskarna (46 procent) har använt någon leveranstjänst för mat det senaste året. Motsvarande siffra 2023 var 43%.

Den överlägset vanligaste leveranstjänsten i alla geografiska områden är Foodora.

Personer under 30 år, barnfamiljer och de som bor i lägenhet, framförallt hyresrätt, använder oftare än andra deliverytjänster.

Liksom förra året syns av naturliga skäl en betydande skillnad med avseende på geografi, där personer boende i storstadsregionerna, framförallt Stockholm, i betydligt större utsträckning än de som bor i övriga landet har använt någon typ av deliverytjänst. Foodora och restaurangernas egna hemkörningstjänster används dock nästan lika ofta av personer som bor i medelbefolkade områden som av storstadsbor.



46%
har använt någon digital
deliverytjänst

Allmänheten
1002 intervjuer

Restaurangvanor

Betalningssätt

Var och hur man äter

Delivery

Ekonomi

Policy

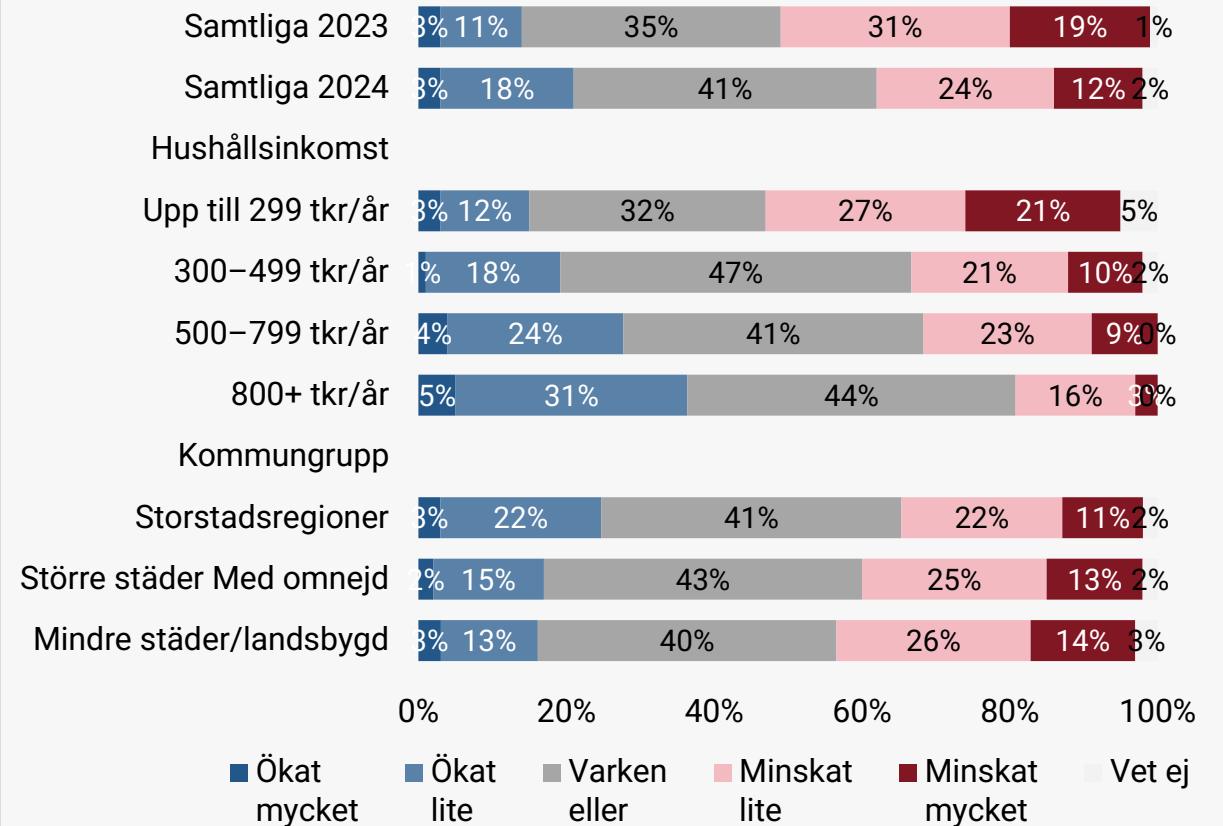
Fortsatt men mindre försämring av köpkraften under 2024

Fråga: Hur har ditt hushålls köpkraft förändrats det senaste året?

Hushållens köpkraft har minskat också under 2024, men i mindre utsträckning än under 2023. Andelen som uppger att deras köpkraft har försämrats har minskat från 50 till 36 procent sedan förra året, samtidigt som andelen som upplever en förbättrad köpkraft har ökat från 14 till 21 procent.

Hushåll med låg inkomst har i betydligt större utsträckning än höginkomsttagare upplevt en försämrad köpkraft detta år. De geografiska klyftorna har också ökat, med en större köpkraftsförsämring i glesbygd än i storstäderna.

Om man jämför olika typer av restaurangkonsumenter så är det framförallt de som sällan eller aldrig äter på restaurang som upplevt en tydlig försämring av köpkraften, medan de som äter på restaurang varje vecka i genomsnitt upplevt en köpkraftsförbättring under 2024, liksom de som oftast köper sin restaurangmat på kafé/konditori/coffee shop och nöjesrestaurang/pub/bar. Störst köpkraftsförsämring har snabbmatskonsumenter haft.



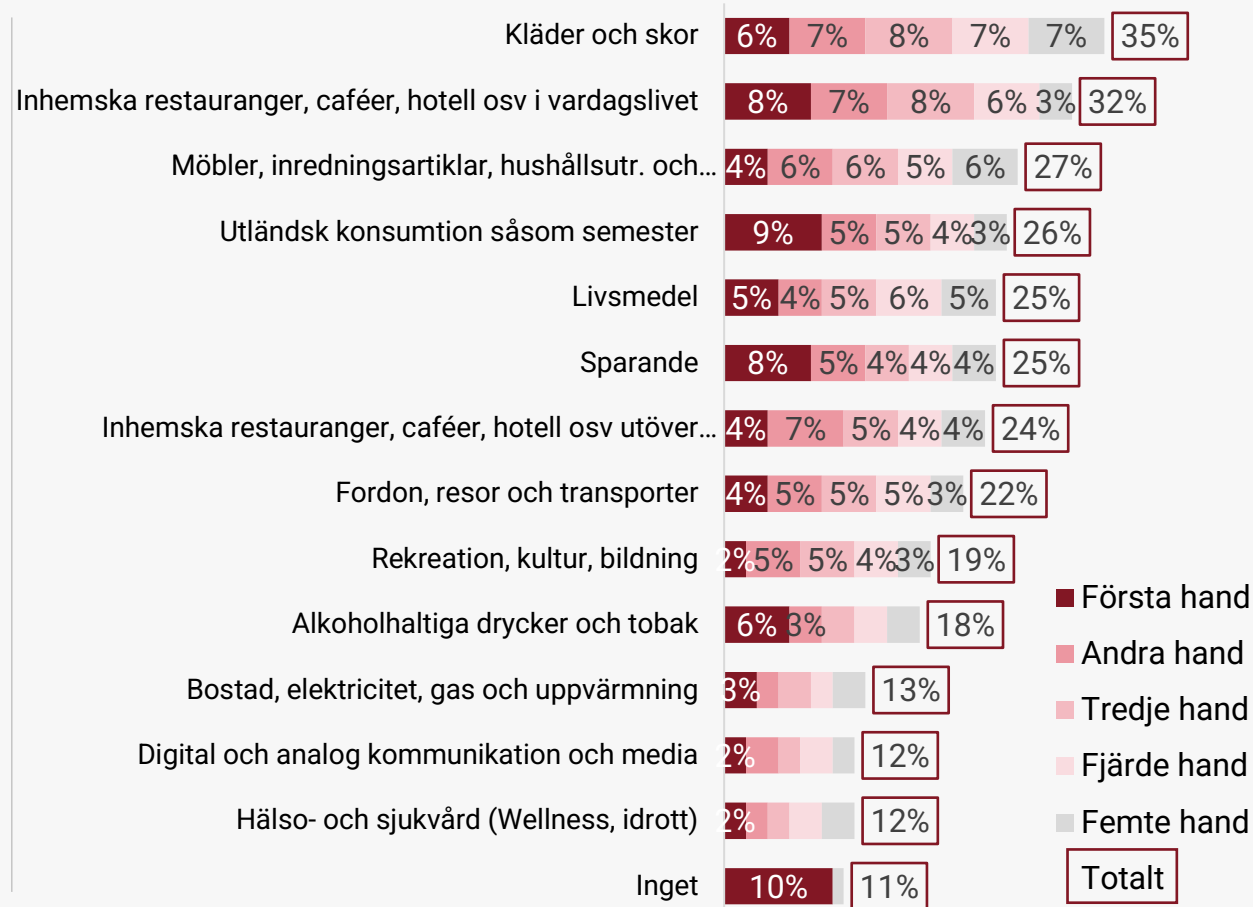
Allmänheten
1002 intervjuer

En av tre har dragit ner på hotell och restaurang de senaste åren

Fråga: De senaste åren har priserna stigit kraftigt. Vad av följande har ditt hushåll dragit ner på till följd av detta? Välj max 5 och ange en rangordning från 1 till 5 där 1 = dragit ner mest

Nio av tio svenskar har dragit ner på sin utgifter till följd av de senaste årens inflation. Kläder och skor är det som oftast har dragits ner på (35 procent har i någon utsträckning dragit ner på detta), följt av restaurang, café, hotell etc. till vardags. Möbler och inredning, utlandssemesterar, livsmedel, sparande och restaurang och hotell på semester/helger är andra utgifter som en relativt stor andel av svenskarna dragit ner på.

Fler har dragit ner på besöksnärlingsrelaterad konsumtion (hotell och restaurang) till vardags än i andra sammanhang och allra mest har de som äter restaurangmat högst en gång i månaden dragit ner på detta. Kvinnor och personer 30–64 år har också dragit ner mer på den här typen av konsumtion.



Allmänheten
1002 intervjuer

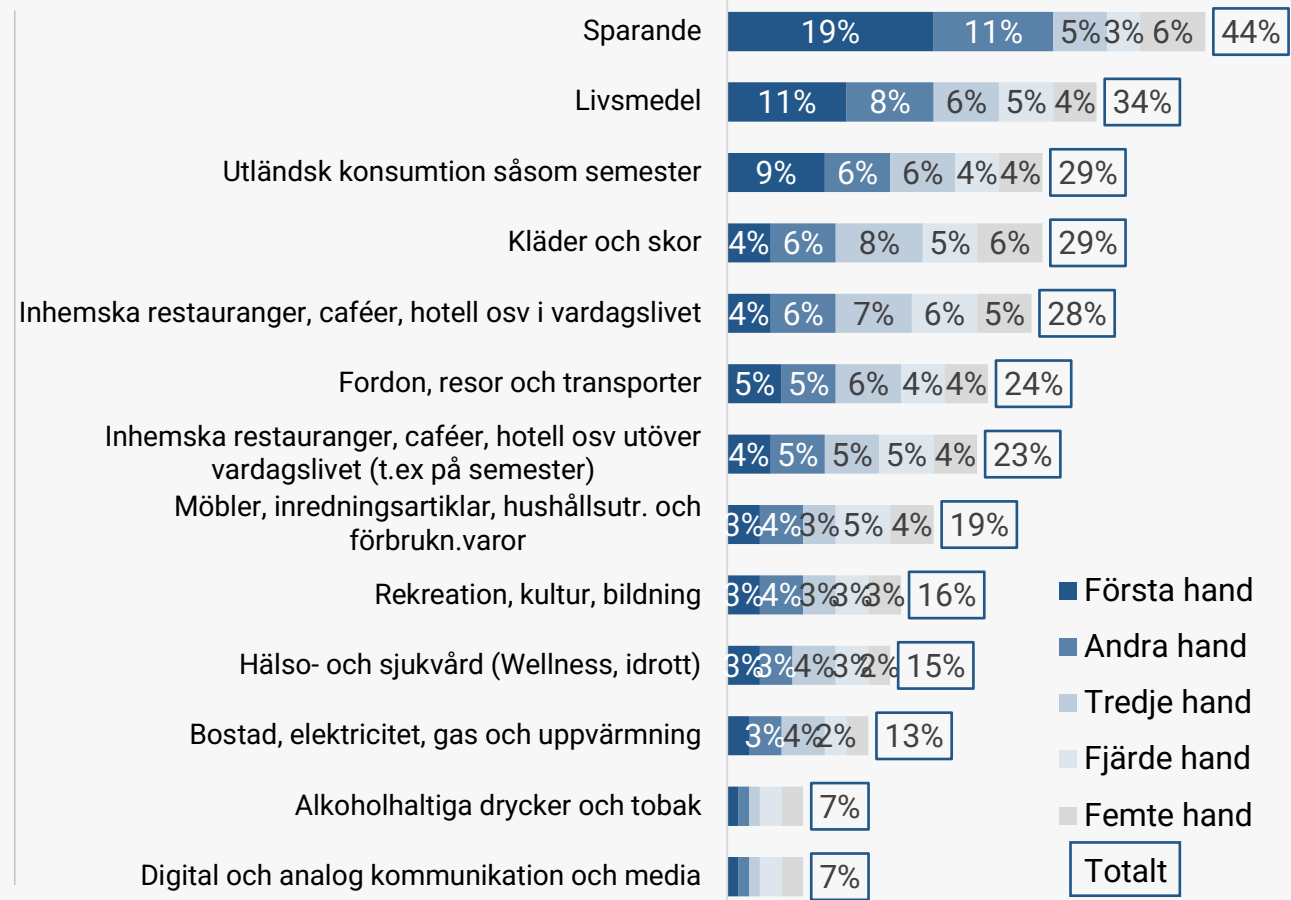
Svenskarna skulle i första hand spara mer vid stärkt ekonomi

Fråga: Anta att ditt hushålls köpkraft skulle förbättras. Vad av följande skulle du då i första hand öka? Välj max 5 och ange en rangordning från 1 till 5 där 1 = ökar först.

Två av tio svenskar skulle i första hand öka sitt sparande om deras köpkraft skulle förbättras, ytterligare en av tio skulle öka sparandet i andra hand. Ökad livsmedels- och utlandskonsumtion ligger också högt på prioriteringslistan för många svenskar.

En av tio skulle i första eller andra hand öka sin vardagskonsumtion på restauranger, caféer och hotell och ungefär lika många skulle öka motsvarande typ av konsumtion på semester och helger.

Det är framförallt hushåll med medelinkomst som skulle öka restaurang- och hotellkonsumtionen, medan de med lägre inkomster tydligare skulle prioritera livsmedel och inredning och de med de högsta inkomsterna skulle lägga en ytterligare stärkt köpkraft på sparande, utlandssemester samt kultur och rekreation.



Allmänheten
1002 intervjuer

Nära hälften har dragit ner på sin restaurangkonsumtion

Fråga 1: Hur har din konsumtion på restaurang förändrats det senaste året?

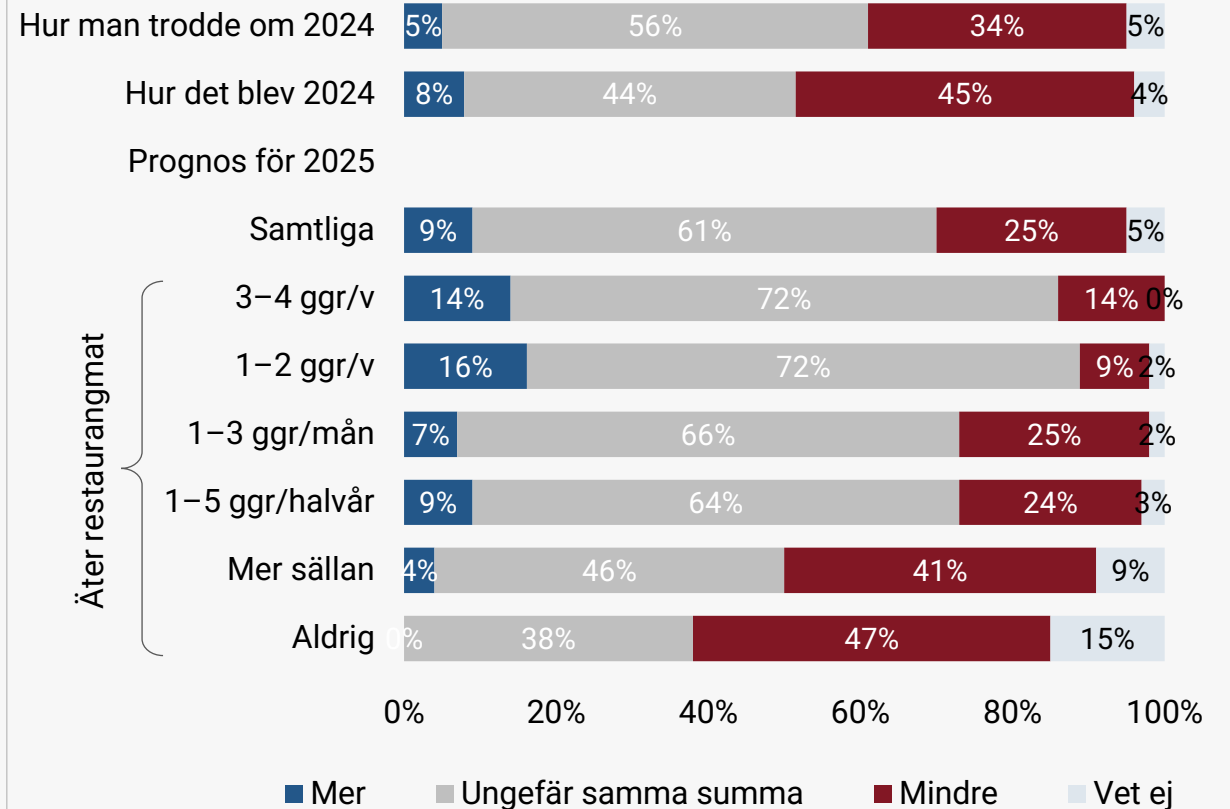
Fråga 2: Hur bedömer du att din konsumtion på restaurang kommer att se ut kommande år jämfört med det senaste året?

En av tre svenskar trodde i början av året att de skulle minska sin restaurangkonsumtion. När året är summeras uppger 45 procent att de deras restaurangkonsumtion minskade under 2024. Något fler än som trodde att de skulle spendera mer på restaurang har dock gjort det, men sammantaget minskade svenskarnas konsumtion på restaurang tydlig under året som gått.

Inför 2025 tror fler än förra året att de kommer att spendera mer pengar på restaurang än de gjorde 2024, en av fyra tror dock att de kommer att spendera mindre.

Frekventa restaurangbesökare tror i större utsträckning på ökad restaurangkonsumtion medan de som idag sällan äter restaurangmat kommer att spendera ännu mindre pengar på detta.

I alla demografiska och geografiska grupper tror man att man kommer att spendera mindre snarare än mer pengar på restaurang nästa år, men unga, hushåll med god inkomst och storstadsregionerna är något mer optimistiska.



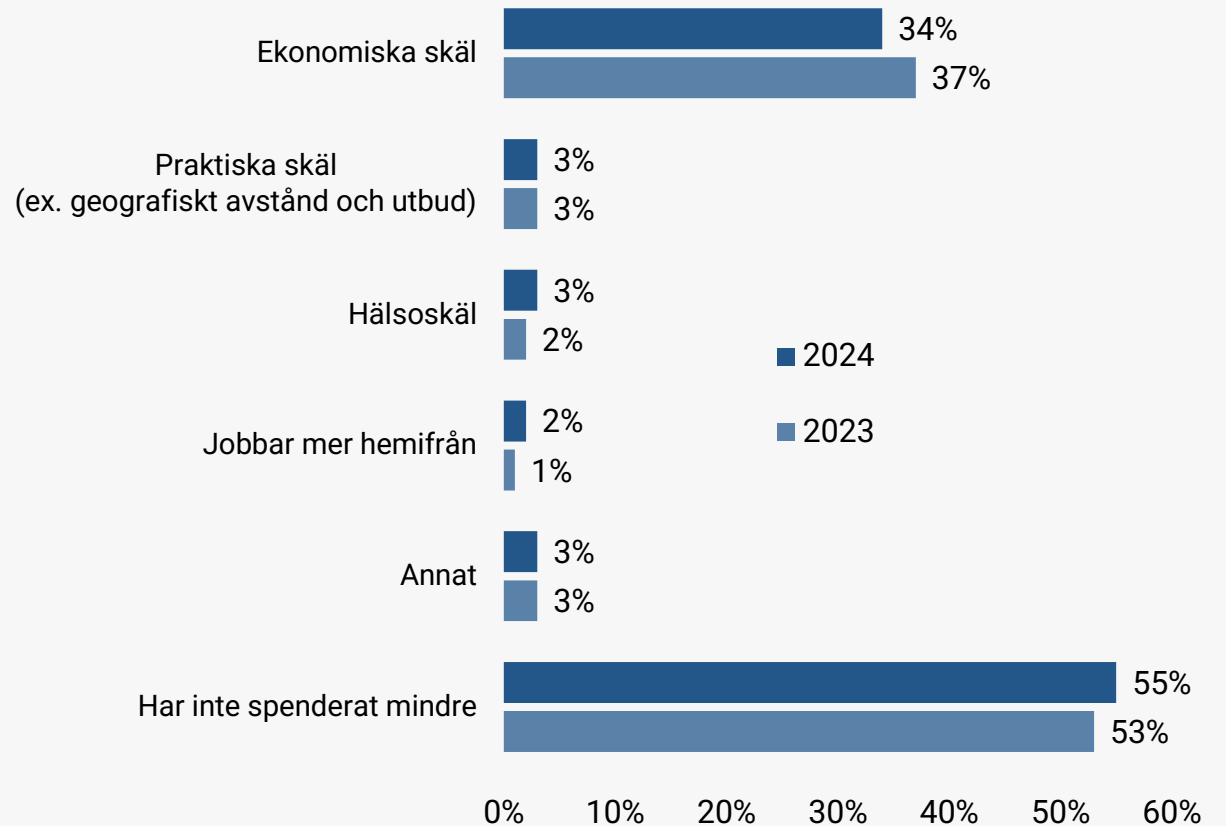
Allmänheten
1002 intervjuer

Försämrade ekonomi huvudorsak bakom minskad konsumtion

Fråga 1: Vad är den huvudsakliga orsaken till att du spenderat mindre pengar på restaurang?

Den försämrade hushållsekonomin är fortfarande huvudanledningen till att man spenderat mindre på restaurang det senaste året. Detta har i större utsträckning orsakat minskad konsumtionen på restaurang bland förvärvsarbetande kvinnor och arbetare i offentlig sektor.

En av tre som i någon utsträckning arbetar hemifrån uppger också att distansarbetet bidrar till minskad restaurangkonsumtion. Bland yngre män finns dock även en tendens till att hemarbete bidrar till att man oftare äter restaurangmat.



Allmänheten
1002 intervjuer

Restaurangvanor

Betalningssätt

Var och hur man äter

Delivery

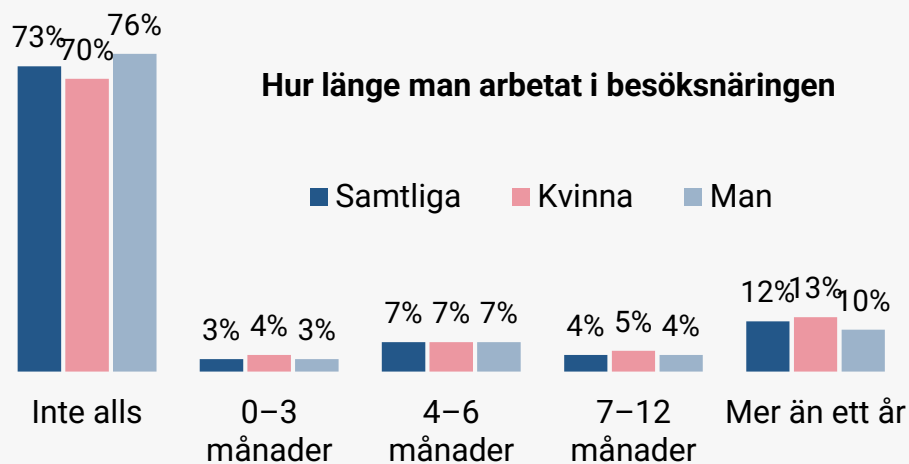
Ekonomi

Policy

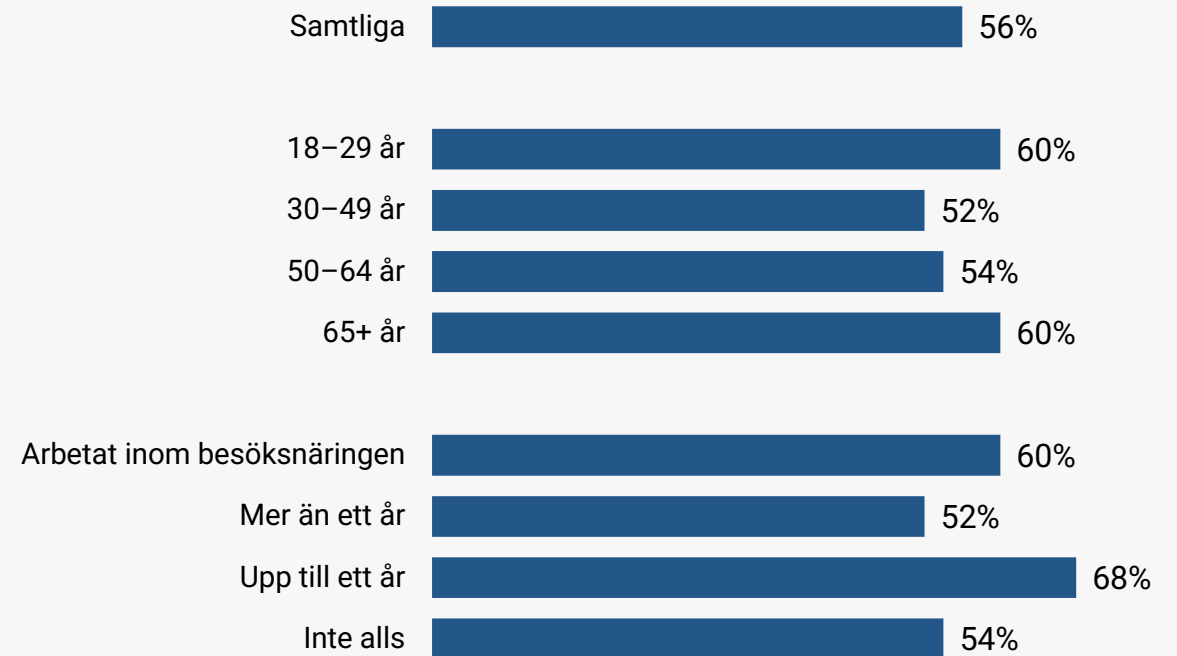
Besöksnäringen som arbetsgivare

En av fyra svenskar (27 procent) har själva någon gång arbetat inom besöksnäringen, fler bland kvinnor och personer under 30 år.

En majoritet, 56 procent, tycker att det är motiverat att sänka arbetsgivaravgiften för personer under 26 år för att underlätta inträdet på arbetsmarknaden. De som arbetat inom besöksnäringen är i något större utsträckning positiva till ett sånt förslag.



Fråga 1: För att underlätta inträdet på arbetsmarknaden för unga finns olika politiska förslag. Anser du att det är motiverat att sänka arbetsgivaravgifterna för personer under 26 år?



Allmänheten
1002 intervjuer



Om Infostat

Infostat erbjuder datasystem och analysverktyg för nästa generations samhällsanalyser. Vi hjälper ledande aktörer i Sverige och Norden.

Vi jobbar med många dataslag inklusive statistik, geodata, bolagsdata, rörelsedata och enkätdata – gärna i kombination. Vår expertis och våra tjänster är utvecklade med särskilt fokus på:

- Politik och aktuella samhällsfrågor
- Retail, besöksnäring och kommersiell analys
- Social hållbarhet och urban utveckling

Våra kunder och partnerskap inkluderar bland andra:



Kontaktuppgifter
info@infostat.se

Infostat AB
Slottsbacken 8
111 30
Stockholm

