



Mat och måltider 2025

Utforska studiens innehåll

Mat och måltider 2025

– Insikterna bakom ungas val, vanor och värderingar kring mat

Hur ser unga på mat, dryck och måltider? Studien Mat och måltider ger en unik och datadriven inblick i ungas relation till mat och konsumtionsbeteenden. Här får du veta vad som driver val i butiken, hur smak, hälsa och klimat vägs mot pris och bekvämlighet – och vilka attityder som formar framtidens konsumenter. Studien ger dig som arbetar med livsmedel, kommunikation eller samhällsanalys möjlighet att förstå, och möta, den unga målgruppens förväntningar på framtidens mat.

Insikter som gör skillnad

Syftet med Mat och måltider är att ge en djupare förståelse för hur unga konsumerar, prioriterar och förhåller sig till mat i vardagen. Studien bygger på långsiktig trenddata och kopplar vardagliga val till större frågor som varumärkeslojalitet, social påverkan och kroppsideal. Genom att följa attityder, drivkrafter och förändrade beteenden över tid får du ett kunskapsunderlag som hjälper dig att fatta bättre beslut –

grundade i hur unga faktiskt lever, väljer och äter. Oavsett om du arbetar med produktutveckling, marknadsföring, policy eller folkhälsa är Mat och måltider en ovärderlig resurs för att ligga steget före.

Fakta om studien:

Intervjumetod: Enkät via postal och digital inbjudan genom slumpmässiga urval*, samt fokusgrupper och djupintervjuer

Målgrupp: Unga i Sverige 15–24 år

Fältperiod: 3 oktober – 4 november 2024

Antal intervjuer i denna rapport: 3 750 st

Antal intervjuer i studien totalt: 17 445 st

*Se [metodavsnittet](#) för utförligare beskrivning





"Jag försöker få i mig så mycket protein som möjligt och gärna fiberrikt, till exempel linspasta istället för vanlig pasta eftersom den är mer proteinrik, eller äggröra istället för en smörgås på kvällen."

– Tjej, 21 år

Aktuella teman i årets studie:

- **Matintresse och identitet**

Hur intresserade är unga av matlagning, nya smaker och att äta medvetet? Vad innebär det att vara "foodie", och hur kopplar unga ihop mat med personlighet, stil och social status?

- **Konsumtion i butik och vardag**

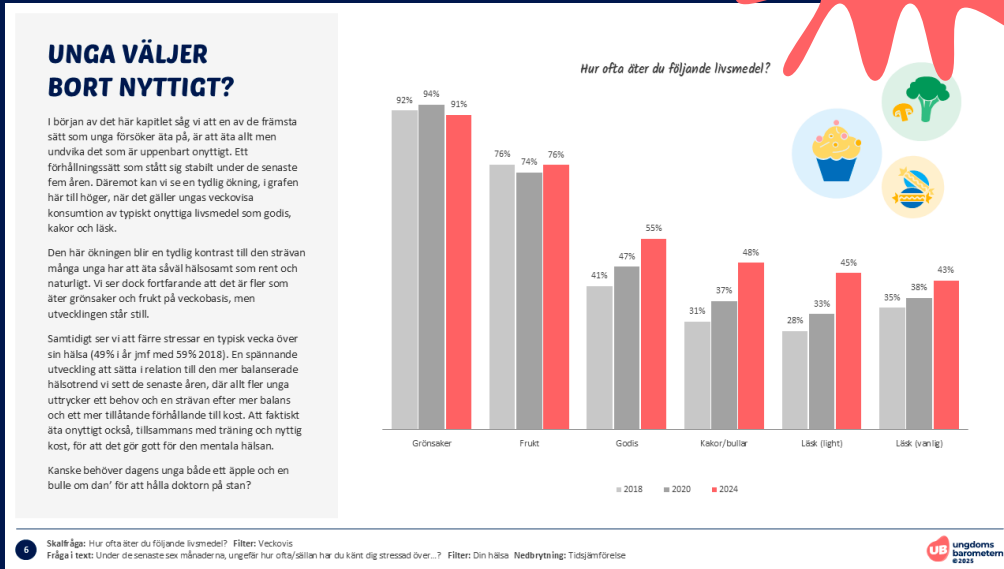
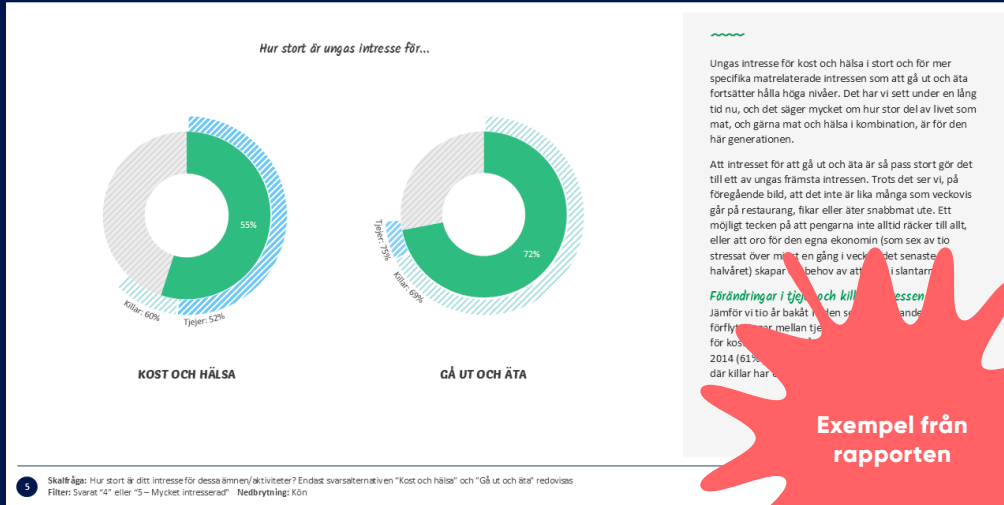
Vad påverkar ungas val i matbutiken – är det pris, klimat, varumärke eller innehåll som styr? Hur ser de på hälsa, näringsvärde och hållbarhet i sina dagliga val?

- **Ideal, normer och preferenser**

Hur påverkar kroppsideal, sociala medier och hälsoideal ungas matvanor? Vad är viktigast när unga försöker äta "rätt", och vad hindrar dem från att göra det?

- **Trender och framtidsspaningar**

Hur har ungas kostvanor förändrats över tid, och vilka trender tror de själva kommer växa? Hur ser de på framtidens mat, klimatsmarta val och nya livsmedel?



Hur används studien i praktiken?

Här är några vanliga sätt organisationer drar nytta av insikterna från studien Mat och måltider:

- För att utveckla nya produkter och erbjudanden baserade på ungas behov och preferenser
- Som beslutsunderlag för sortimentstrategi, koncept, butikskommunikation och innovation inom retail
- För att förstå ungas drivkrafter bakom val i butik och vardag
- I arbetet med att skapa kampanjer och innehåll som engagerar nästa generation konsumenter
- För att utbilda team inom marknad, innovation och retail i ungas attityder kring mat och dryck

Är du osäker på hur studien kan användas i din verksamhet eller organisation?

[Kontakta oss!](#)

Frågor som besvaras i rapporten:

Ungas matvardag:

- Hur ser ungas matkonsumtion ut en typisk vecka?
- Hur intresserade är unga av mat och matlagning, och hur har intresset utvecklats över tid?
- Vilken påverkan har sociala medier på ungas matlagning och matvanor?
- Hur många unga beskriver sig själva som foodies/matfantaster? Och vad innebär det egentligen?
- Hur många har förändrat sina matvanor det senaste året, och varför?

I matbutiken:

- Vilka faktorer påverkar vilka livsmedelsbutiker unga väljer att handla mat ifrån?
- Hur ser ungas beteenden i matbutiken ut?
- Vad är viktigast för unga när de handlar mat?
- Vad får unga att välja en produkt framför en annan?
- Hur ser unga på varumärkets betydelse i matbutiken?

Preferenser: vad äter unga?

- Vilka förhållningssätt har unga till vad de äter?
- Hur ser unga på svenska och närproducerade livsmedel?
- Vad anser unga vara den mest klimatsmarta kosten?
- Vilken typ av näringsinnehåll letar unga efter?
- Är ungas matkonsumtion nyttig eller onyttig?

Ambitioner och hinder

- Vilka påverkansfaktorer styr ungas matkonsumtion i första hand, och hur har det utvecklats över tid?
- Hur påverkar hälsoidealet ungas kost?
- Vad skulle få unga att äta mer hälsosamt?
- Hur ser unga på att äta klimatsmart och hållbar mat?
- Vad tror unga blir de nästa stora mattrenderna?



Därför ska du ta del av Mat och måltider:

- **Fatta bättre beslut**

Basera era satsningar på ungas matvanor och preferenser, inte på antaganden

- **Förstå nästa generations konsumenter**

Lär dig vad som styr ungas val i vardagen och i butik

- **Stärk ert varumärke inom mat och dryck**

Skapa erbjudanden och kommunikation som unga relaterar till

- **Utveckla produkter som möter framtidens förväntningar**

Forma sortiment och innovation med insikter om smak, värderingar och hållbarhet

Kostnad:

Studien Mat och måltider kostar 65 000 kr (ex. moms)*.

Priset inkluderar följande:

- Rapporten Mat och måltider 2025 (ca 50 sidor)
- 1 st föredrag av innehållet (fysiskt** eller digitalt)
- 2 timmar rådgivning
- Direktkontakt med ledande experter inom området
- Möjlighet att ge input och få en inblick i kommande studier
- Rabatt på tillägg såsom analys i befintlig data, workshop, extra föredrag samt på andra rapporter***.

Mer information om tilläggen finns på nästa sida.

*Möjlighet till reducerat pris för mindre aktörer

**Resekostnad kan tillkomma vid föredrag utanför Stockholm och Göteborg

***Upp till 50% rabatt vid köp av andra rapporter inom studien Ungdomsbarometern



Möjliga tillägg:



Analys i befintlig data

Få tillgång till vår unika databas – datan ingår i ert rapportpaket, ni betalar endast för analystiden. Våra analytiker tar fram skräddarsydda insikter baserade på era frågor, till exempel målgruppsanalyser eller tematiska fördjupningar. Allt bygger på redan insamlad och kvalitetssäkrad data.



Extra föredrag

Vill ni nå fler i organisationen eller anpassa budskapet till olika målgrupper? Lägg till ett extra föredrag med våra experter. Vi presenterar studiens viktigaste insikter, antingen i sin helhet eller med särskilt fokus på det som är mest relevant för er.



Andra rapporter/moduler

Som köpare av studien Mat och måltider får ni upp till 50% rabatt på andra rapporter och moduler från Sveriges största ungdomsstudie. Erbjudandet gäller både andra delar av Ungdomsbarometern 2025 och tidigare årgångar. Ett smart sätt att bygga vidare med fler relevanta insikter – till ett förmånligt pris.



Workshop

Fördjupa insikterna från studien genom en interaktiv workshop, skräddarsydd efter era mål och utmaningar. Tillsammans kopplar vi ert perspektiv till er verksamhet och omsätter kunskap till konkreta strategier genom övningar, diskussioner och gemensam analys.

Perfekt för interna strategidagar



Vill du köpa en rapport, boka ett föredrag eller beställa en skräddarsydd analys?

Kontakta Sara för mer information:



Sara Fröhling Lindersköld

Regionchef Väst / Syd

sara@ungdomsbarometern.se

073 783 34 37

Eller klicka här!
(Kontaktformulär)

Ungdomsbarometern 2025 finns sammanställd i sex studieområden:



Livsstil, identitet och samhälle



Gymnasium



Högskola



Arbetsliv



Mat och måltider



Varumärken, kommunikation och sociala medier



Vanliga frågor:

Hur levereras rapporten?

Du får rapporten som PDF och föredraget hålls på plats eller digitalt, enligt överenskommelse.

Kan vi få anpassat innehåll?

Ja! Vi erbjuder både skraddarsydda föredrag, workshops och analyser utifrån era behov.

Kan vi köpa bara rapporten?

Endast Gymnasierapporten och Arbetslivsrapporten går att köpa som fristående rapport – kontakta oss för offert.

Kan vi som mindre aktör få rabatt på studien?

Ja, reducerat pris gäller för mindre aktörer – kontakta oss för offert.

Hur snabbt kan vi få materialet?

Rapporten finns klar för leverans. Föredrag och rådgivning bokas enligt överenskommelse.