



# Gastronomi

## Stockholms stads Medborgarpanel

GENOMFÖRD AV ORIGO GROUP  
JUNI 2023

**Origo Group**

# Inledning

## GASTRONOMI

- Undersökningen handlar om Stockholms utbud av restauranger och andra mat- och dryckesupplevelser.
- Staden vill öka kunskaperna kring hur stockholmarna använder stadens restauranger och andra mat- och dryckesupplevelser och bedömer utbud, kvalitet med mera. Med hjälp av detta kan man således förbättra underlaget för framtida utvecklingsbehov.



# Sammanfattning

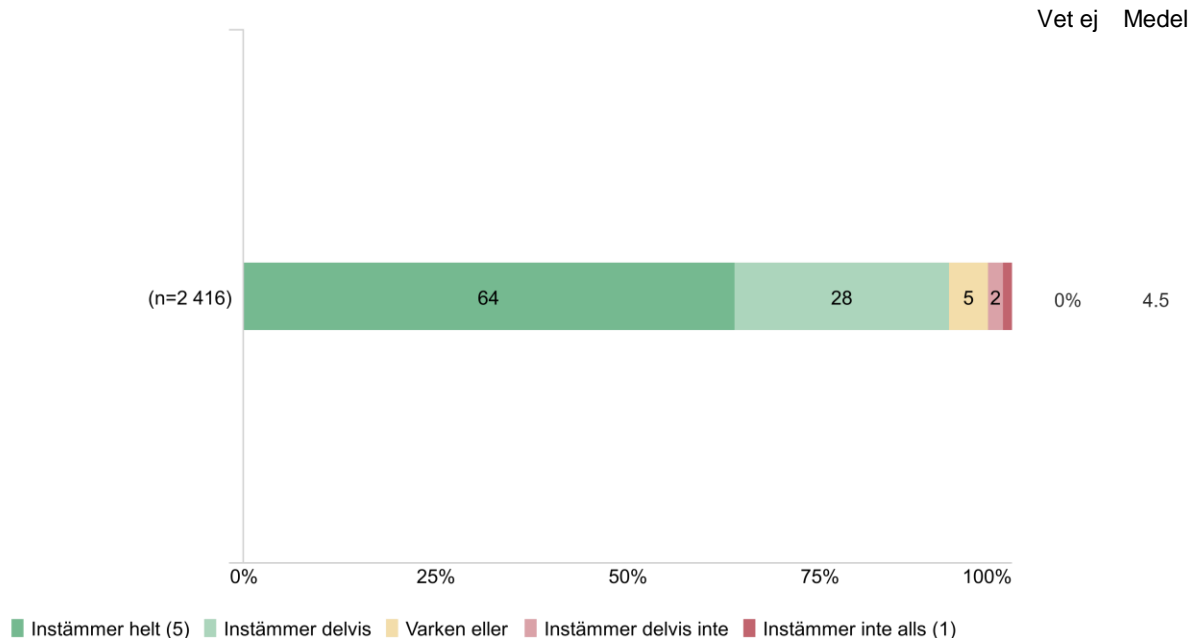
- **Vikten av tillgång till god mat och dryck under semesterresa i Sverige** – Majoriteten, drygt nio av tio, upplever att det är viktigt att kunna njuta av god mat och dryck när de är på semesterresa i Sverige. De yngre (18-34 år) instämmer i klart störst utsträckning (97%) medan de som är 80 år eller äldre instämmer i lägre utsträckning (74%).
  - **Restaurang och takeaway-vanor** – Sett till helheten svarar en tredjedel att de köper takeaway två till tre gånger i månaden och lika stor del svarar att de besöker restaurang för att äta två till tre gånger i månaden. Bland de som köper med sig takeaway flera gånger i veckan är skillnaderna endast marginella mellan kvinnor och män medan män i klart större utsträckning äter ute på restaurang flera gånger i veckan.
  - **Inställningen till restaurangutbudet** – Stockholmarna anser i hög grad att det finns ett stort utbud av restauranger och att variationen av kök/restauranger och maträtter är god. Däremot finns ett missnöje vad gäller priserna. Fyra av tio anser att det inte är prisvärda matupplevelser.
  - **Faktorer vid restaurangval** – Det vanligaste sättet som stockholmarna tar reda på nya matställen är via rekommendationer av vänner/familj/kollegor. Vid val av restaurang värderar stockholmarna i hög utsträckning att det är bra arbetsvillkor för de anställda och att restaurangen arbetar aktivt mot matsvinn.
- 
- **Svarsfrekvens** – Totalt har 2416 personer i Medborgarpanelen svarat. Detta innebär en svarsfrekvens på 55%.

# Resultat



# Drygt nio av tio tycker att det är viktigt att kunna njuta av god mat och dryck på semesterresor i Sverige

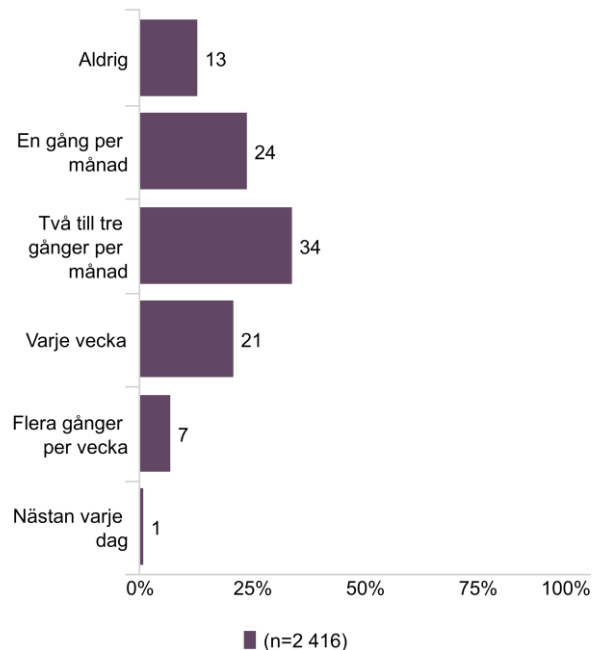
Fråga; Hur väl instämmer du i följande påstående? För mig är det mycket viktigt att kunna njuta av god mat och dryck när jag är på semesterresa i Sverige



Bas: samtliga, n=2416

# Det är vanligast att köpa med sig takeaway två till tre gånger per månad

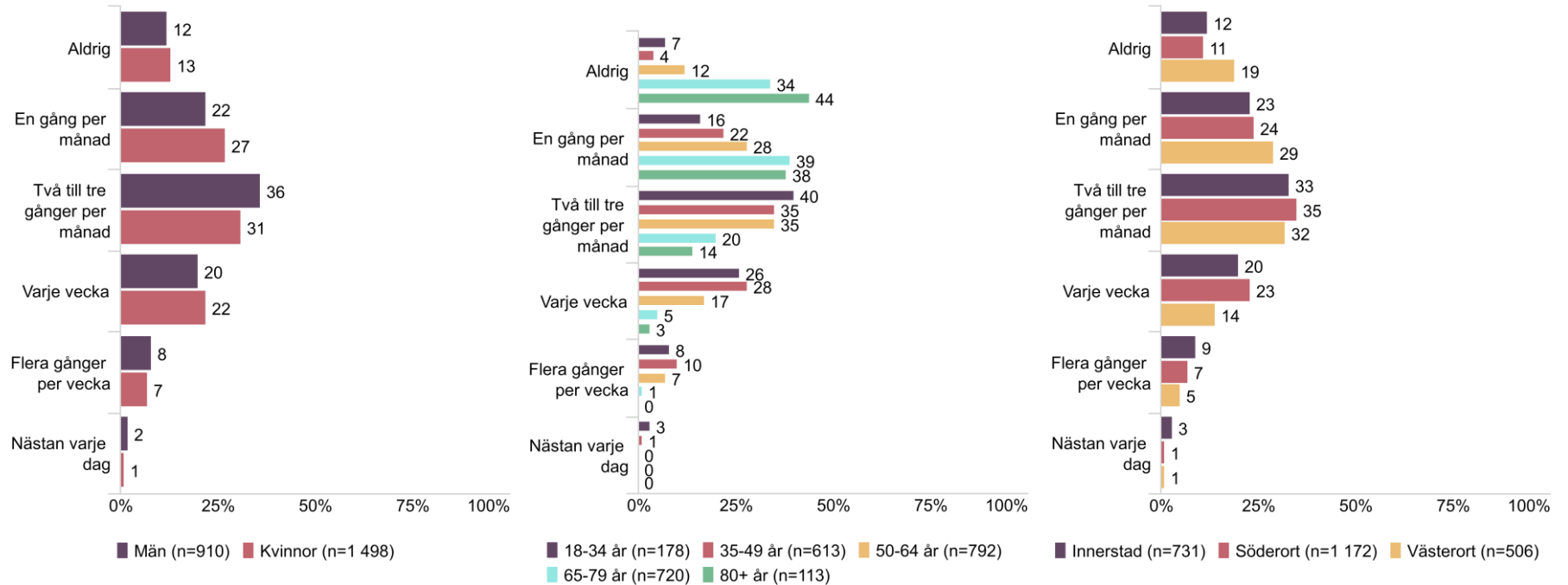
Fråga; Hur ofta köper du med dig färdiglagad mat (takeaway) från restaurang/café under en vanlig månad?



Bas: samtliga, n=2416

# Takeaway – per kön, ålder och stadsdel

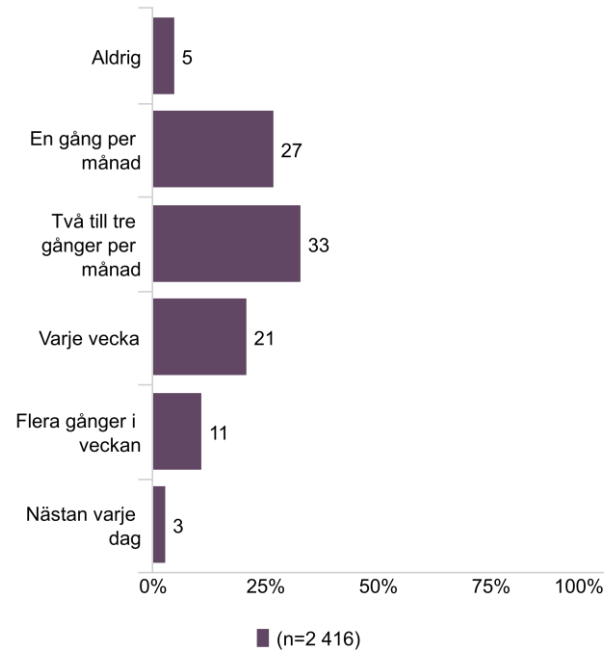
Fråga; Hur ofta köper du med dig färdiglagad mat (takeaway) från restaurang/café under en vanlig månad?



Bas: samtliga, n=2416

# En tredjedel äter ute två till tre gånger per månad

Fråga; Hur ofta besöker du restauranger eller andra matställen för att äta under en vanlig månad?

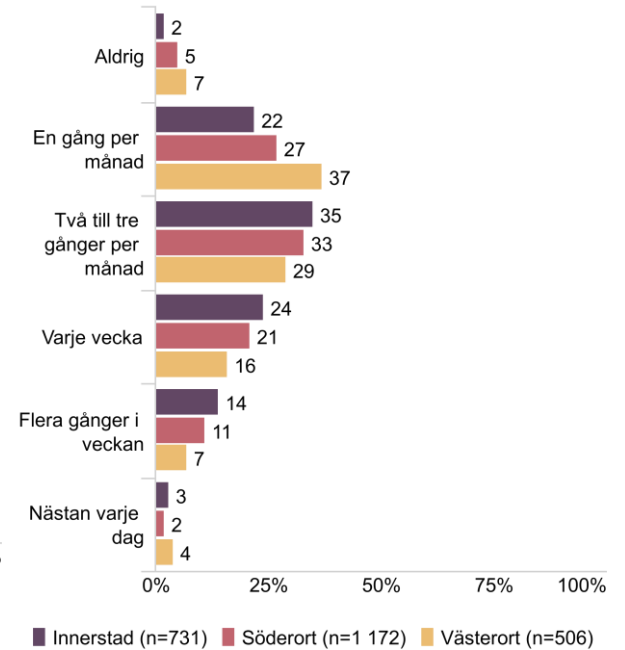
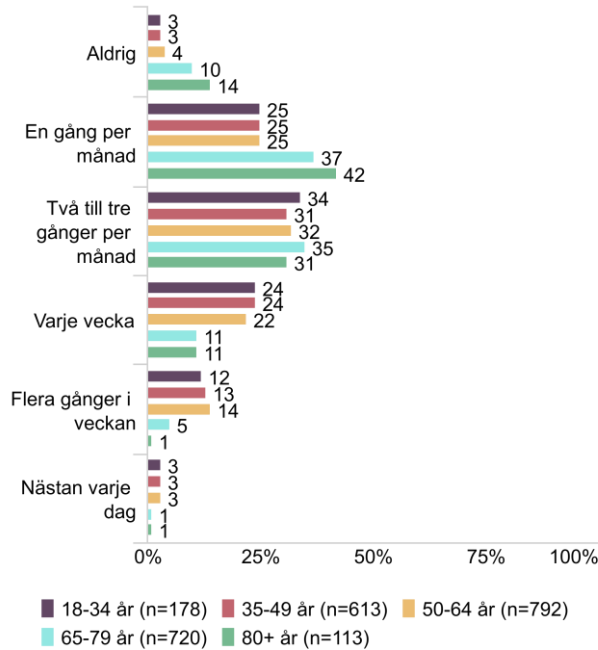
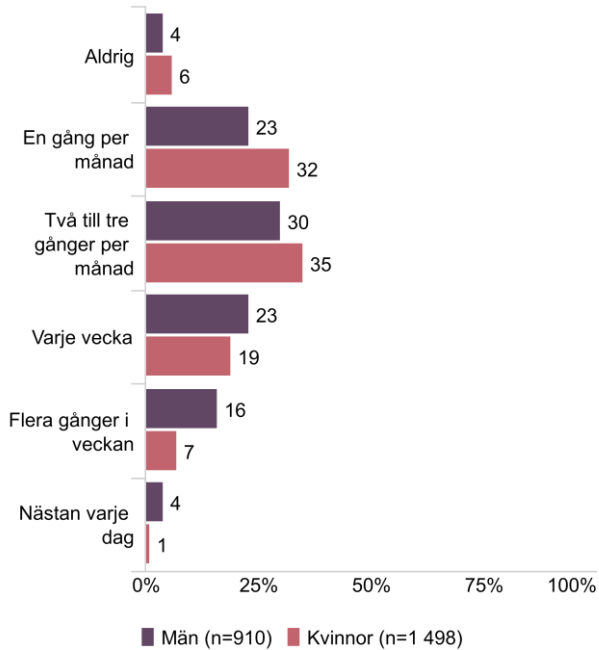


Bas: samtliga, n=2416



# Restaurangbesök – per kön, ålder och stadsdel

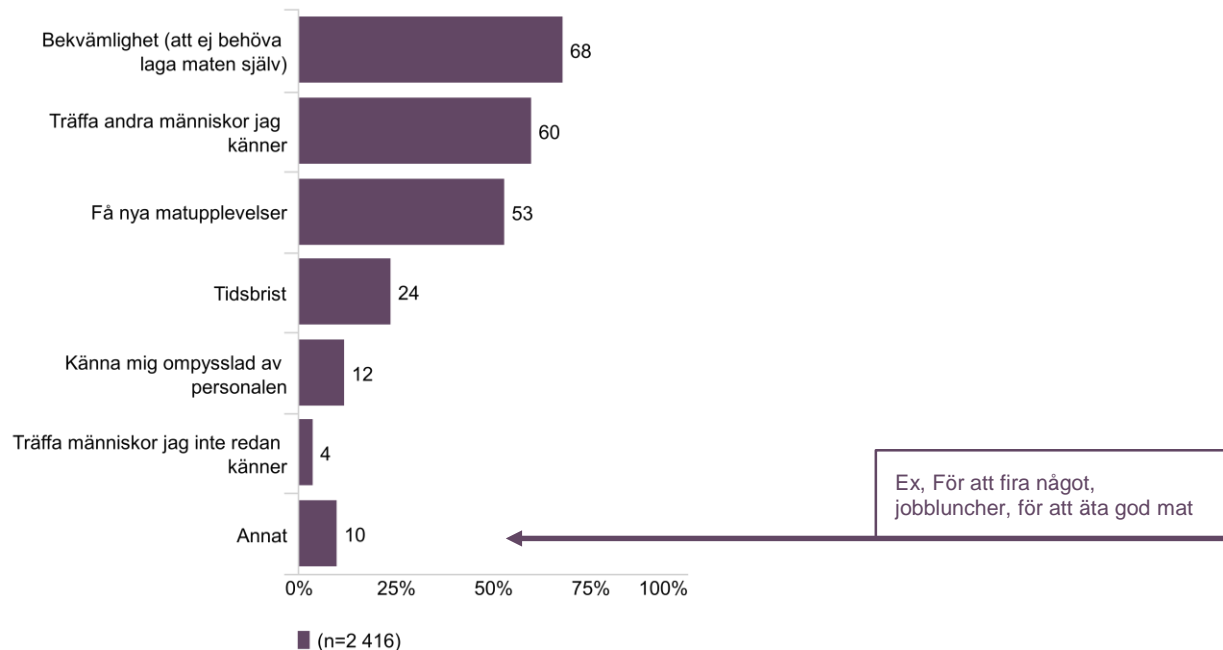
Fråga; Hur ofta besöker du restauranger eller andra matställen för att äta under en vanlig månad?



Bas: samtliga, n=2416

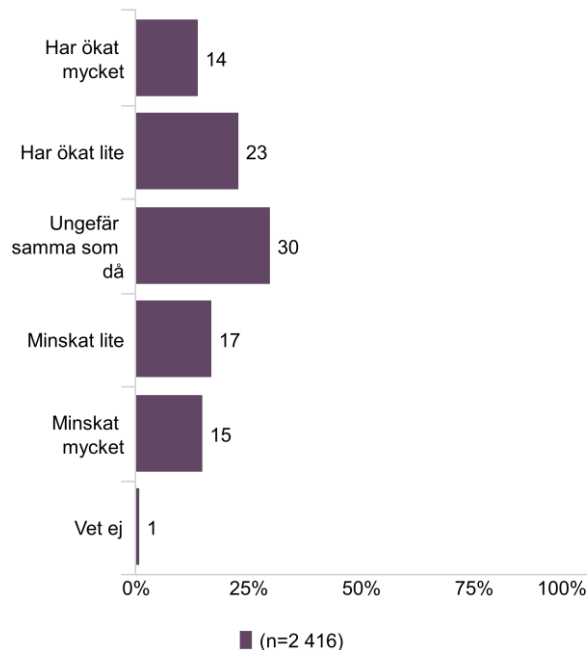
# De främsta anledningarna till att äta ut är av bekvämlighetsskäl och för att umgås med vänner

Fråga; Vad är den främsta anledning till att du besöker restauranger eller andra matställen?



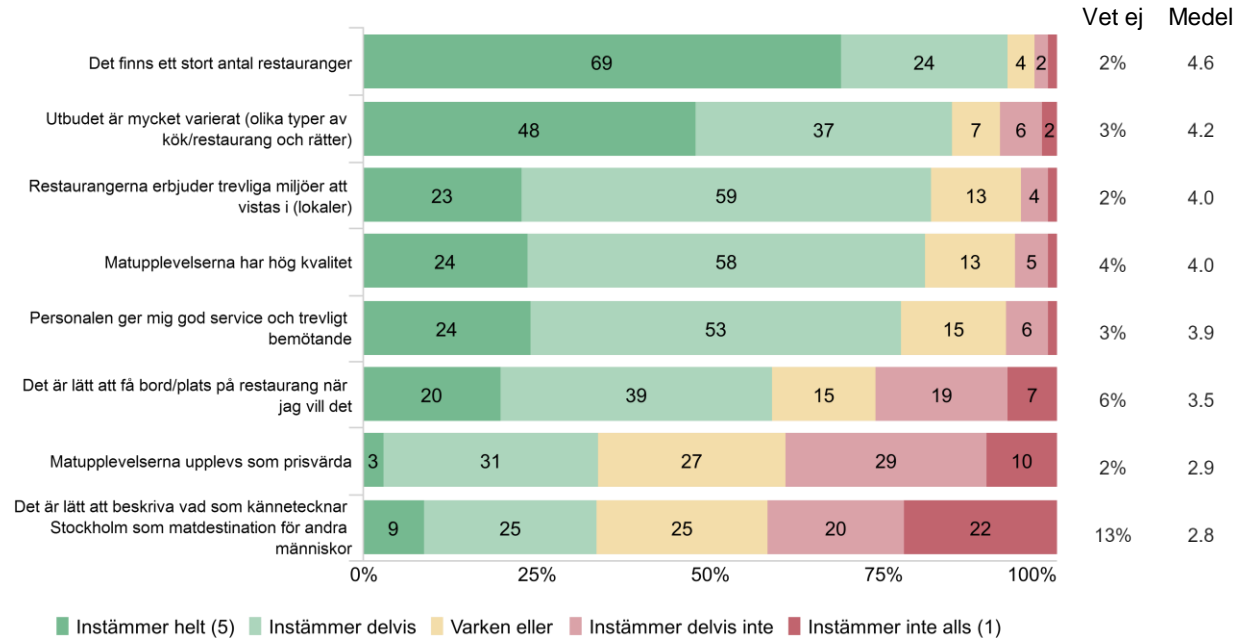
# Drygt en tredjedel uppger att deras konsumtion av mat utanför hemmet har ökat jämfört med för fem år sedan

Fråga; Jämfört med för fem år sedan, hur bedömer du att din konsumtion av mat utanför hemmet (alltså på restaurang, café mm) har förändrats?



# Majoriteten anser att det finns ett stort antal restauranger i Stockholm medan två av fem inte upplever det som prisvärt

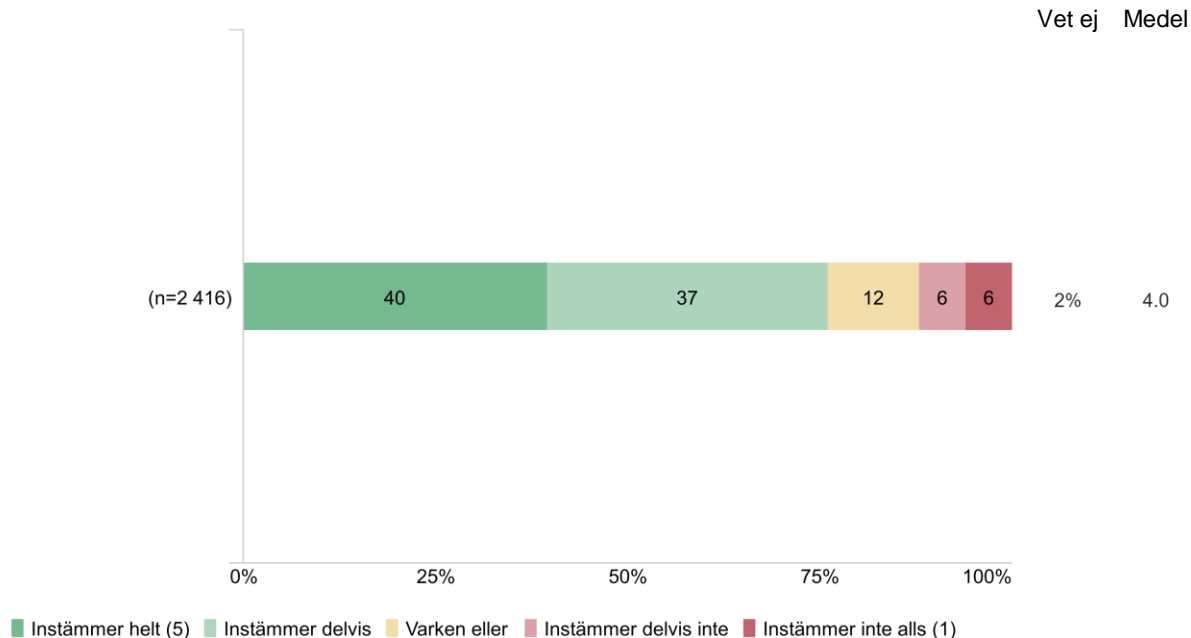
Fråga; Rent allmänt, vad tycker du om restaurangerna i Stockholm vad gäller:



Bas: samtliga, n=2416

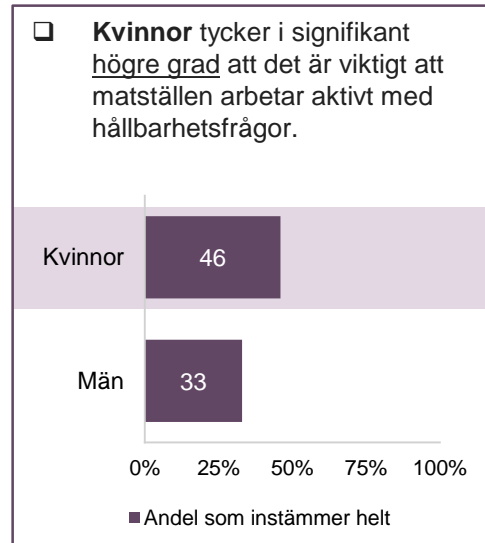
# Tre av fyra tycker att det är viktigt att matställena arbetar aktivt med hållbarhetsfrågor

Fråga; Hur väl instämmer du i följande påstående? Det är viktigt för mig att de restauranger och matställen jag äter på arbetar aktivt med hållbarhetsfrågor



# Statistiskt säkerställda skillnader mellan grupper

Fråga; Hur väl instämmer du i följande påstående? Det är viktigt för mig att de restauranger och matställen jag äter på arbetar aktivt med hållbarhetsfrågor



Resultatet jämförs med genomsnittet och om skillnaden är statistiskt säkerställd (*signifikant*) innebär det att den med största sannolikhet (95%) inte uppstått av en slump.

# stockholmarna anser det framförallt viktigt att det är bra arbetsvillkor för de anställda på restaurangerna

Fråga; Vilka specifika faktorer är viktiga för dig vid ditt val av restaurang?

	Bra arbetsvillkor för de anställda	Lokalt producerade råvaror	Ekologiskt producerade råvaror	Certifieringar/märkningar (Svanen, MSC osv)	Helt eller delvis vegetariskt/veganskt utbud	Restaurangen arbetar aktivt mot matsvinn
<i>Antal respondenter</i>	1 854	1 854	1 854	1 854	1 854	1 854
Viktigt för mitt val	77%	61%	55%	43%	48%	65%
Inte särskilt viktigt för mitt val	13%	32%	40%	46%	49%	26%
Vet ej	10%	7%	6%	12%	3%	9%

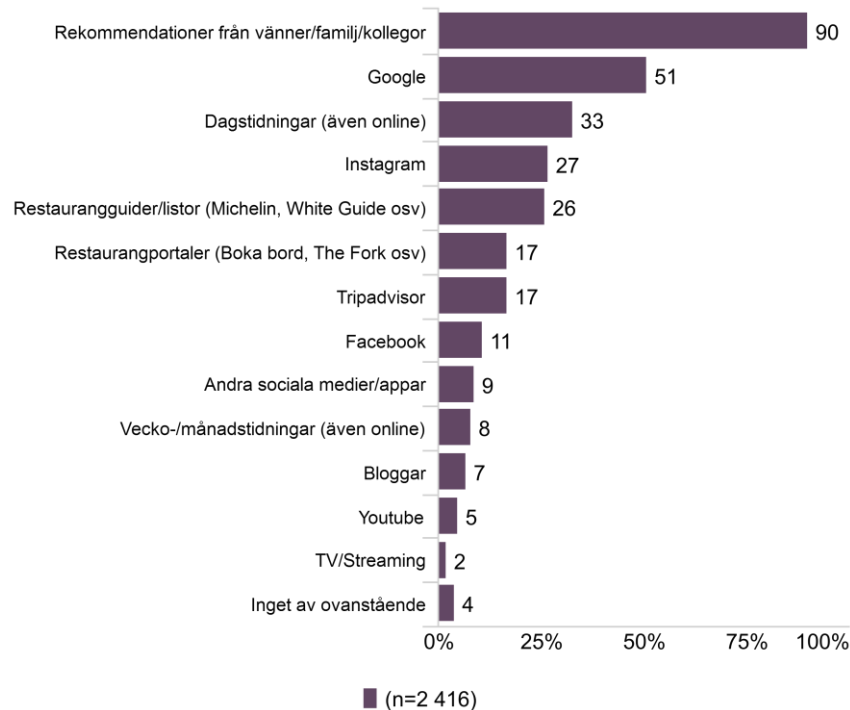
Bas: De som har svarat 4-5 på föregående fråga, n=1854





# Nio av tio får tips på de bästa ställena att uppleva god mat och dryck genom rekommendationer från vänner/familj/kollegor

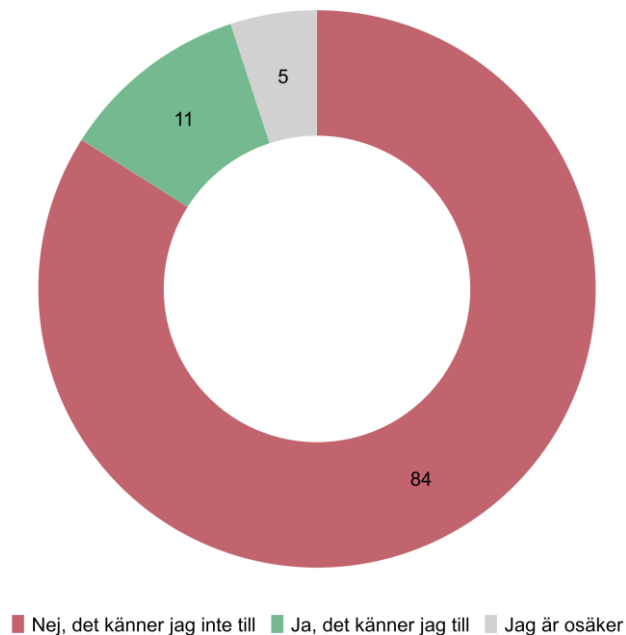
Fråga; Hur tar du reda på bästa ställena att uppleva god mat och dryck?



Bas: samtliga, n=2416

# Endast en av tio känner till att Stockholm i år är utsett till Europas Gastronomiska Huvudstad

Fråga; Känner du till att Stockholm i år är utsett till Europas Gastronomiska Huvudstad?

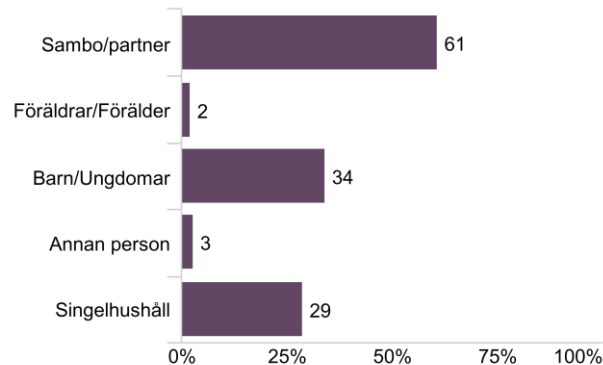
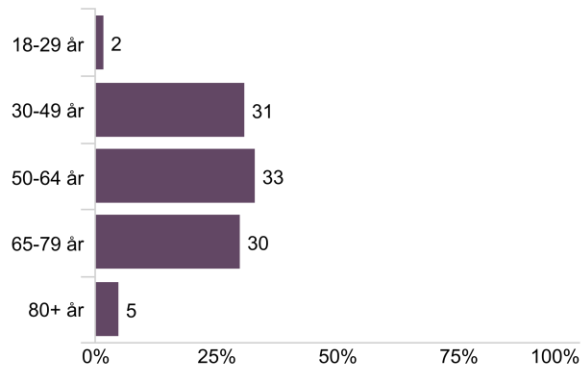
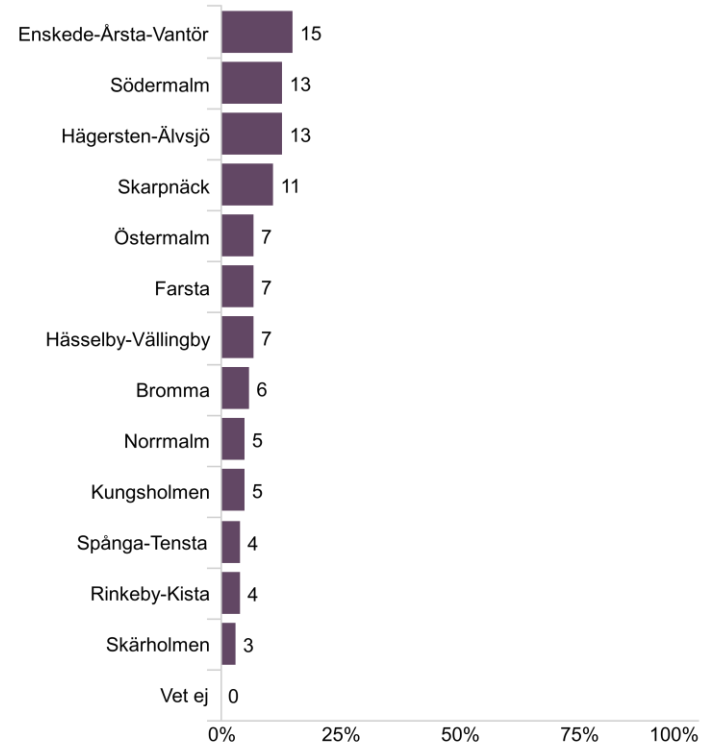
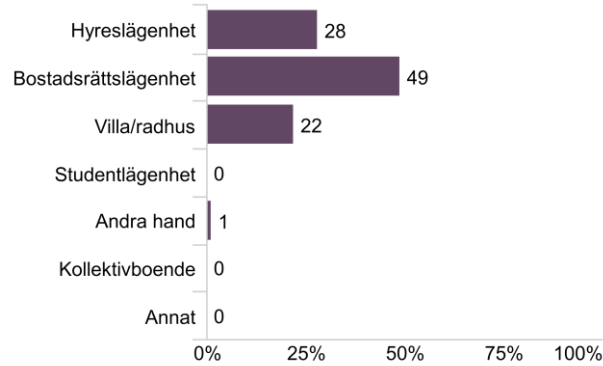
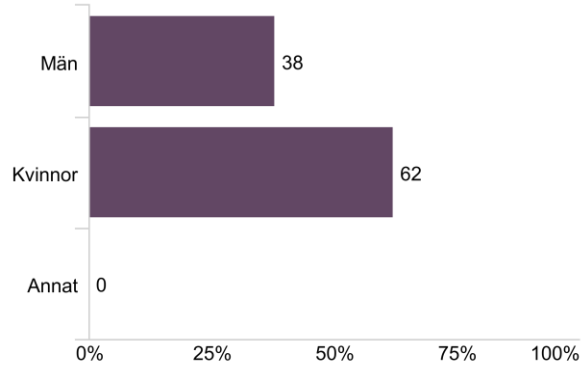




# Bakgrunds- information



# Bakgrundsinformation (oviktat)



Bas: samtliga, n=2416

# Om undersökningen

## BAKGRUND OCH SYFTE

Undersökningen har genomförts av Origo Group på uppdrag av Visit Stockholm på Stockholms stad.

Syftet med undersökningen är att öka kunskaperna om hur stockholmarna använder Stockholms utbud av restauranger och andra mat- och dryckesupplevelser.

Frågorna har ställts till den stora panelen, med paneldeltagare från 18 år och uppåt. Undersökningen har genomförts som en webbenkät med två påminnelser.

## GENOMFÖRANDE

Undersökningen har genomförts under 20 juni 2023 – 2 augusti 2023 av Origo Group.

Läs mer om Origo Group på [www.origogroup.com](http://www.origogroup.com).

- Kontaktperson på Origo Group: Tobias Jönsson  
[tobias.jonsson@origogroup.com](mailto:tobias.jonsson@origogroup.com)
- Kontaktperson på Stockholms stad,  
Visit Stockholm: Jens Heed  
[Jens.heed@stockholm.se](mailto:Jens.heed@stockholm.se)