



# Mat och måltider 2026

Utforska studiens innehåll

# Mat och måltider 2026

## – 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 de unga konsumenterna. Studien ger dig som arbetar med livsmedel, kommunikation eller samhällsanalys möjlighet att förstå, och möta, 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 i butik till bakomliggande sociala och individuella drivkrafter. Genom att följa den unga målgruppens attityder och förändrade beteenden över tid får du ett kunskapsunderlag som hjälper dig att fatta bättre

beslut som är 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 – 3 november 2025

**Antal intervjuer i denna rapport:** 2 969 st

**Antal intervjuer i studien totalt:** 14 926 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 ägggröra istället för en smörgås på kvällen."*

– Tjej, 21 år

# Aktuella teman i årets studie:

- **Intresse, inspiration och trender**

Hur intresserade är unga av matlagning och restaurangbesök i dag? Var hämtar de inspiration till vad de ska laga och äta, och vilken betydelse har sociala medier, influencers och AI för deras matintresse och val?

- **Behov och preferenser**

Hur ser ungas måltidsvanor ut idag? Vilka individuella och sociala drivkrafter påverkar deras val, och hur har kostpreferenser förändrats över tid?

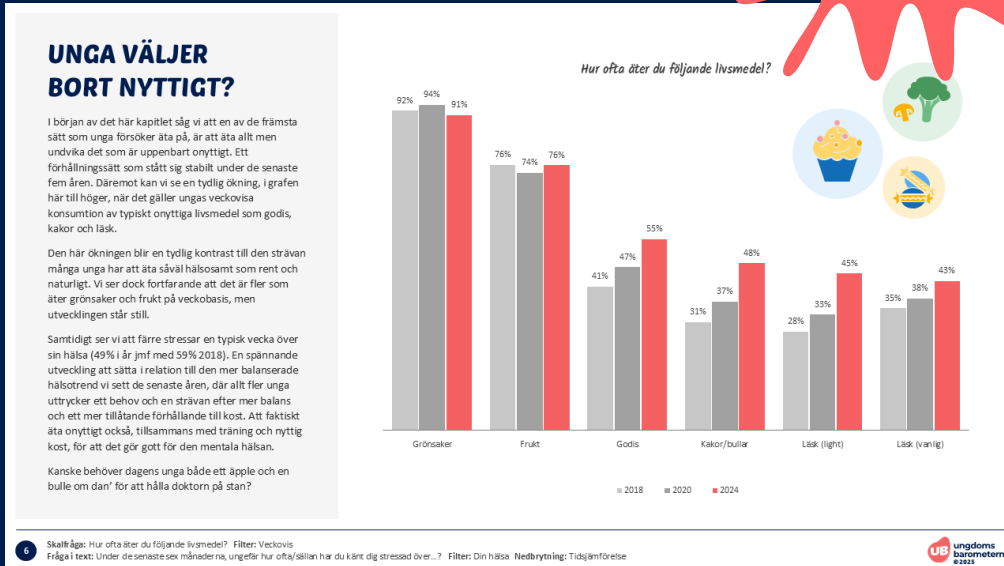
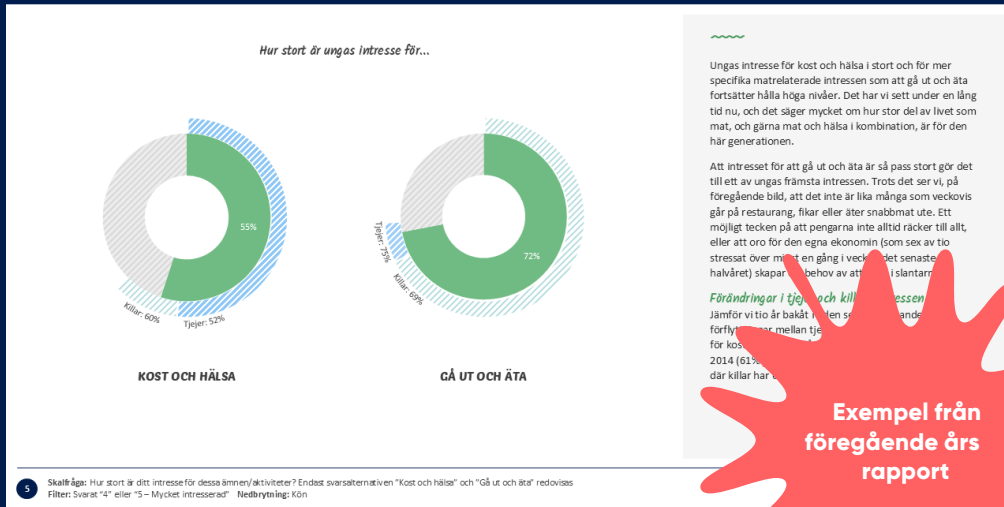
- **Situationer som styr**

Vilka vardagliga situationer påverkar ungas matvanor? Vilka behov och drivkrafter avgör val i köket och i butik?

- **Konsumtion i butik och vardag**

Hur ser ungas matinköp ut i vardagen? Vad påverkar deras val i butiken – är det priset, smaken, innehållet eller miljöaspekterna som väger tyngst? Och vad är det som gör att många unga dras till lågprisbutiker?

Intresset för kost, hälsa och matrelaterade aktiviteter står fortsatt högt bland dagens unga



# 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:

## Intressen, inspiration och trender:

- Hur ser ungas matkonsumtion ut en typisk vecka?
- Hur intresserade är unga av mat och matlagning, och hur har intresset utvecklats över tid?
- Hur tar unga del av innehåll kring kost och hälsa, och vad för typ av innehåll och trender tar de del av?
- Vilken påverkan har sociala medier på ungas matlagning och matvanor?
- I vilken utsträckning vänder sig unga till AI för inspiration och tips i köket?

## Behov och preferenser:

- Vilka förhållningssätt har unga till vad de äter?
- Vilka behov och drivkrafter styr kostvalen för unga träningsmänniskor och hälsomänniskor?
- Vilka måltider äter unga och hur har det förändrats över tid? Hur ser en typisk frukost ut för unga?
- Hur ser konsumtionen av kött, frukt och grönt, snacks och drycker ut inom den unga målgruppen?

## Situationer som styr:

- Varför besöker och gillar unga snabbmatskedjor?
- Vilka drivkrafter styr och vart vänder sig unga när de vill äta något gott on-the-go?
- Vilka drivkrafter styr och vart vänder sig unga när de vill äta någonting nyttigt on-the-go?
- Hur resonerar och väljer unga när de vill konsumera mat med samhällets bästa i fokus?

## 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?
- I vilka situationer vänder sig unga till lågprisbutiker för att köpa mat/dryck och vilka är drivkrafterna bakom?



# 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 2026 (ca 60 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 analysstiden. 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 2026 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 Jessica för mer information:



**Jessica Åkerström**

Analyschef

[jessica@ungdomsbarometern.se](mailto:jessica@ungdomsbarometern.se)

072 070 70 38

**Eller klicka här!**  
(Kontaktformulär)

# Ungdomsbarometern 2026 finns sammanställd i åtta studieområden:



**Identitet, livsstil och hälsa**



**Samhälle, politik och engagemang**



**Gymnasium**



**Högskola**



**Arbetsliv**



**Mat och måltider**



**Ekonomi och konsumtion**



**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 skräddarsydda 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.