

A photograph of three young women sitting together and eating ice cream. The woman on the left has long braids and is smiling. The woman in the middle is looking towards the right. The woman on the right is looking down at her ice cream. They are all holding blue and white polka-dot ice cream cups. The background is slightly blurred, showing what appears to be a kitchen or cafe setting.

UNGDOMSBAROMETERN 2025:
MAT OCH MÅLTIDER



ungdoms
barometern

Mat och måltider

Rapporten Mat och måltider ger en djupgående inblick i ungas mat- och dryckesvanor. Här får du veta vad, hur, när och varför unga äter som de gör, baserat på data och trender som vi har följt över lång tid. Många av frågorna i rapporten har ställts återkommande under flera år, vilket gör det möjligt att kartlägga förändringar och utveckling i ungas konsumtionsbeteenden.

Med analyser som kopplar resultaten till ungas livsstil får du inte bara insikter om vad som sker, utan också en fördjupad förståelse för varför dessa trender och beteenden uppstår. Detta gör rapporten till en ovärderlig resurs för dig som vill förstå ungas relation till mat.

FAKTA OM RAPPORTEN

Omfattning: ca 50 sidor.

Intervjumetod: Digital enkätundersökning

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

Exempelbilder
från rapporten



Frågor som besvaras i Mat och måltider:

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

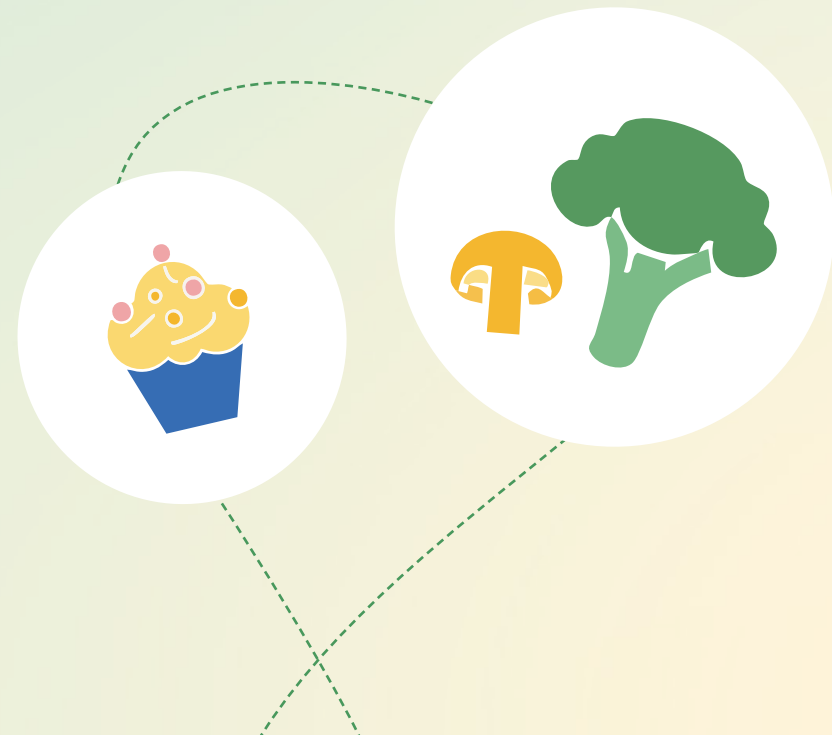
- Vilka faktorer påverkar vilka livsmedelsbutiker unga väljer att handla mat ifrån?
- Hur ser ungas beteenden i matbutiken ut?
- Vad är viktigast för unga när de handlar mat?
- Vad får unga att välja en produkt framför en annan i matbutiken?
- Hur ser unga på varumärkets betydelse i matbutiken?

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 än de gör idag?
- Hur resonerar unga kring att äta klimatsmart/hållbar mat?
- Vad tror unga blir de nästa stora mattrenderna?



Så tar du del av Mat och måltider:



Rapport

Rapporten om mat och måltider ger dig en detaljerad inblick i ungas matvanor. Från vad de äter och hur de ser på matlagning till vilka faktorer som påverkar deras val av mat. På sina cirka 45 sidor, fyllda med data och analyser, är rapporten ett ovärderligt verktyg för dig som vill förstå ungas relation till mat.



Workshop

Engagera din organisation med en interaktiv workshop där vi fördjupar oss i insikter om unga och kopplar dem till era specifika utmaningar och mål. Genom övningar, diskussioner och analys hjälper vi er att omsätta kunskap till konkreta strategier och lösningar. Workshopen kan anpassas efter ett särskilt rapportområde eller fokusera på frågor som är mest relevanta för verksamheten.



Föreläsning

Öka kunskapen om unga inom din organisation med en föreläsning av våra experter. Vi erbjuder allt från generella insikter om unga till skräddarsydda presentationer som anpassas efter era specifika behov och intressen. Föreläsningar kan inspirera och engagera internt, samtidigt som de ger insikter om vad som driver och påverkar nästa generation.



Skräddarsydd analys

Vill du få en djupare förståelse för en specifik målgrupp bland unga eller utforska frågor som är särskilt viktiga för din organisation? Vi kombinerar övergripande insikter från våra rapporter med detaljerade analyser av era fokusområden, inklusive tidsjämförelser mellan olika årgångar. Vid behov kan vi även genomföra ny datainsamling och komplettera med kvalitativa metoder för en ännu djupare förståelse.

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

Kontakta Sara för mer information:



Sara Fröhling Lindersköld

Regionchef Syd

sara@ungdomsbarometern.se

073 783 34 37