

Udespisning er blevet allemandseje

3. marts 2020

Landbrug & Fødevarer har undersøgt danskernes vaner og tanker i forbindelse med udespisning. Hvem spiser oftest ude? Er udespisnings-situationen planlagt på forhånd? Og hvad er årsagerne til valg af spisested? Læs med her.

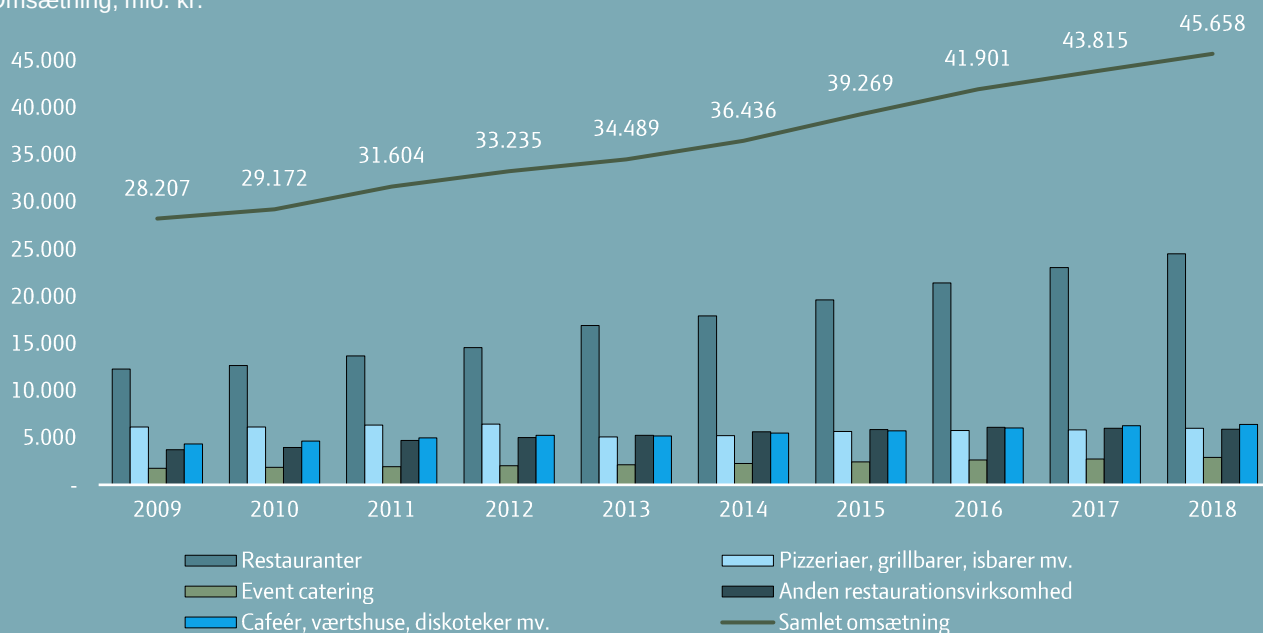
- 3 ud af 4 danskere har været ude at spise inden for den seneste måned. Det er oftere de 18-29-årige samt danskere bosat i Region Hovedstaden, der spiser ude.
- Danskerne vælger oftest spisested baseret på faktorer som beliggenhed og pris, samt hurtig og nem bestilling. Først derefter kommer hyggelige omgivelser og smagfuld mad.
- En høj udespisnings-frekvens i befolkningen samt en høj udespisnings-tilfredshed kan skabe potentiale for en yderligere vækst i foodservice sektoren.

Udespisning er i vækst

Gennem de sidste 10 år har der været en markant ændring undervejs i forhold til de kanaler, vi får vores mad fra. Den private foodservice sektor er vokset markant, og danskerne spiser mere ude end nogensinde før.

Figur 1: Omsætning i den private del af foodservicesektoren

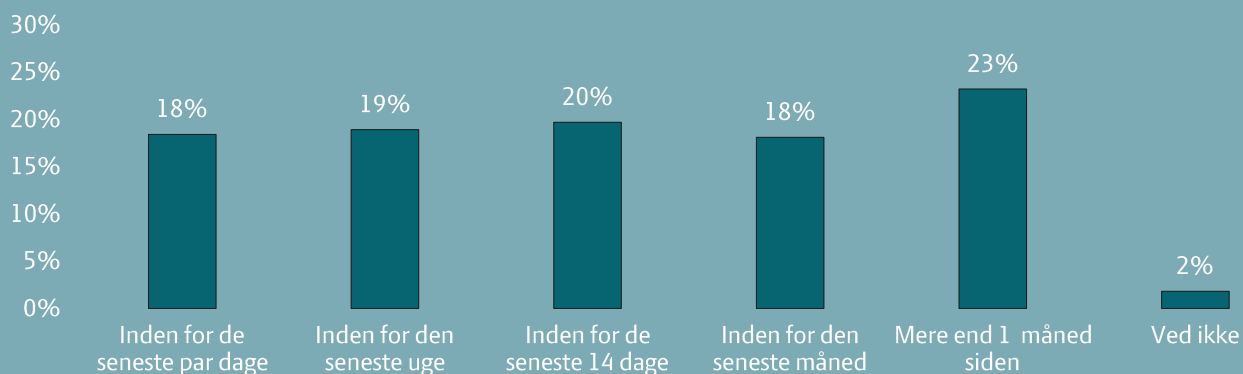
Omsætning, mio. kr.



Kilde: Danmarks Statistik (FIKS44) løbende priser

Fra 2009 til 2018 er sektorens omsætning vokset med 17.451 mio. kr., hvilket er en stigning på 62 pct. Det kan blandt andet begrundes med, at udespisning i dag er blevet allemandseje. 3 ud af 4 danskere har været ude at spise inden for den seneste måned.

Figur 2: Spørgsmål: Hvornår har du spist ude, hvor du købte og spiste maden på stedet?



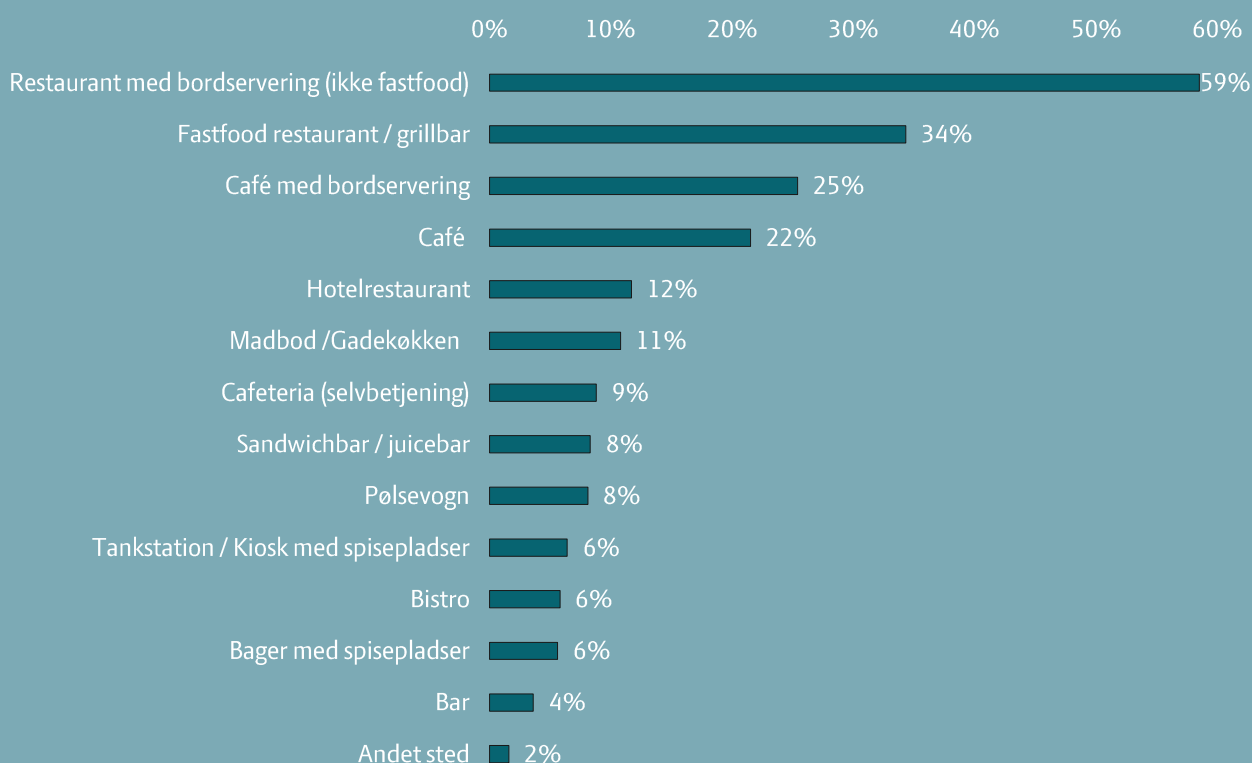
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1998

Der er flest udespisnings-besøg blandt de 18-29-årige danskere, og færrest blandt danskere i alderen 60-70 år. Det tyder altså på, at besøgsfrekvensen falder gradvist med alderen. Også regionerne imellem er der forskelle. Det er især Region Hovedstaden, som skiller sig ud med en signifikant højere udespisnings-frekvens end i de resterende regioner.

Danskerne spiser oftest på restaurant med bordservering

Inden for den seneste måned er der flest danskere, der har spist på restaurant med bordservering. En tredjedel har desuden spist på fastfood restaurant / grillbar.

Figur 3: Spørgsmål: Hvilke af disse madsteder har du spist på inden for den seneste måned?



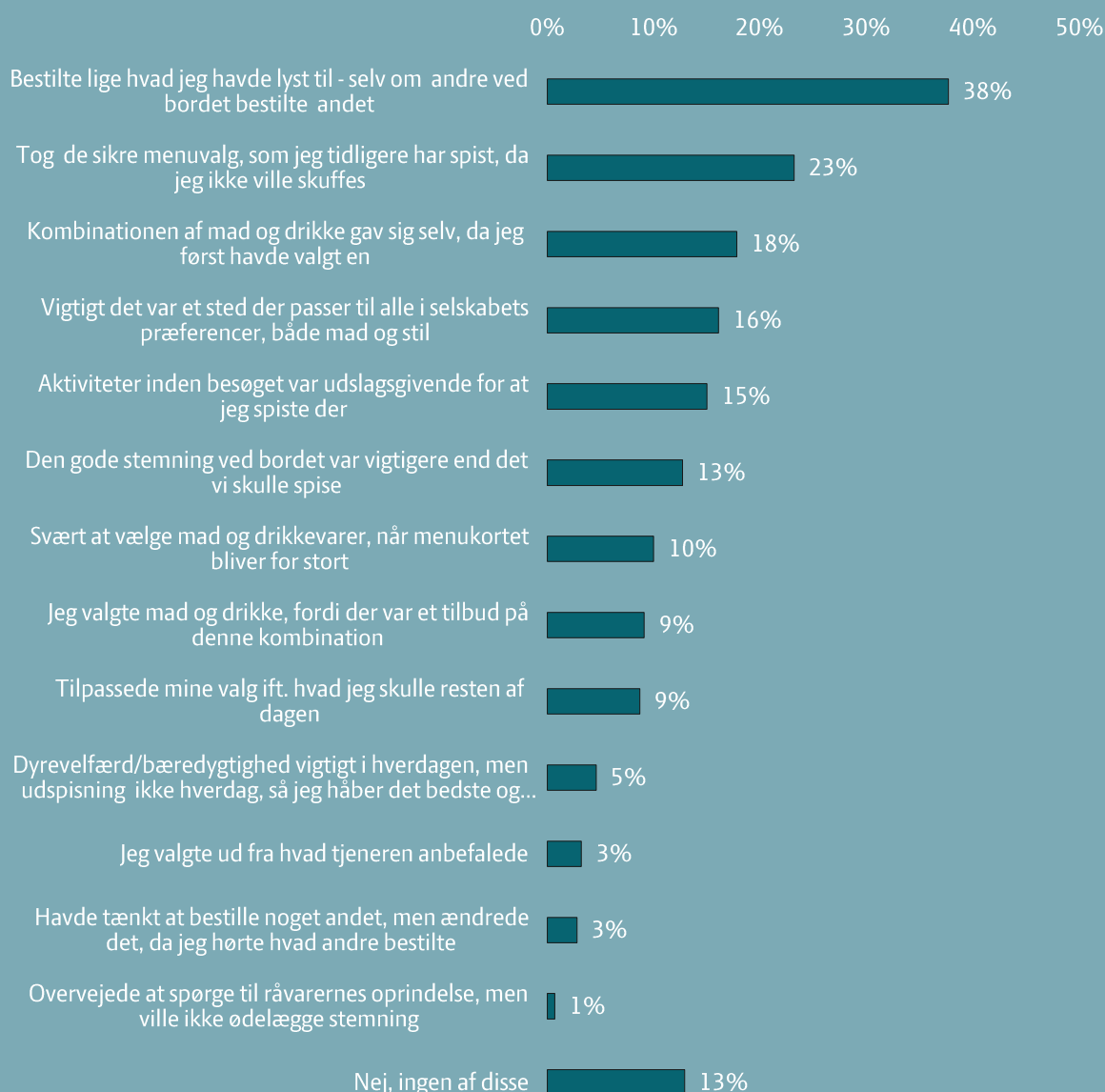
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1499 (Har spist ude inden for den seneste måned)

Restauranter med bordservering samt fastfood restauranter / grillbarer er de typer af spisesteder, som danskerne oftest besøger. Det er især de 50-70-årige, som signifikant oftere spiser på restauranter med bordservering samt hotelrestauranter. De 18-35-årige spiser derimod oftere på caféer, barer, madboder/gadekøkkener, sandwichbarer/juicebarer, tankstationer/kiosker med spisepladser samt ved bagerier med spisepladser. De 50-59-årige skiller sig ud fra de resterende aldersgrupper ved signifikant oftere at spise ved pølsevogn.

Dyrevelfærd og bæredygtighed "outsources" til spisestedet

Når danskerne spiser ude, gør de sig forskellige tanker omkring alt fra spisested, stemning og menuvalg. Og når det kommer til menuvalget i udespisnings-situationen, bestiller knap 4 ud af 10, hvad de har lyst til – selvom andre ved bordet bestiller noget andet. En fjerdedel tager det sikre menuvalg, de tidligere har spist, for ikke at blive skuffet.

Figur 4: Spørgsmål: Andre har udtalt nedenstående om sidste gang de var ude og spise. Er der nogle af disse, der passer på din oplevelse, når du tænker tilbage på den sidste gang, du spiste på "Indsæt madsted"?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1499 (Har spist ude inden for den seneste måned)

Ser vi nærmere på svarfordelingen, er det kvinder, som i signifikant højere grad bestiller lige, hvad de har lyst til – selv om andre ved bordet bestiller noget andet. Konkret er der tale om 42 pct. kvinder, som har svaret dette set ift. 33 pct. mænd – en forskel på 9 procentpoint. Mænd svarer derimod signifikant oftere, at de fortrinsvis tager sikre menuvalg, som de tidligere har spist, for ikke at blive skuffet.

Signifikante forskelle kan også findes aldersgrupperne imellem. De 18-35-årige bestiller i højere grad det, de har lyst til, men tager også signifikant oftere de sikre menuvalg. Samtidig prøver de i højere grad at tage højde for, hvad de skal før og efter besøget, ligesom bæredygtighed og dyrevelfærd ligger dem på sinde i hverdagen, men ikke så meget i udespisnings-situationen. At "outsourcing" etikken til spisestedet kommer også til udtryk i det kvalitative studie:

"Jeg tror også, at det handler om, at det er hverdag hver dag, og ud at spise er måske et par gange om måneden eller sådan noget, så der er det vigtigere at gøre noget hver dag end de få gange, hvor man er ude og spise."

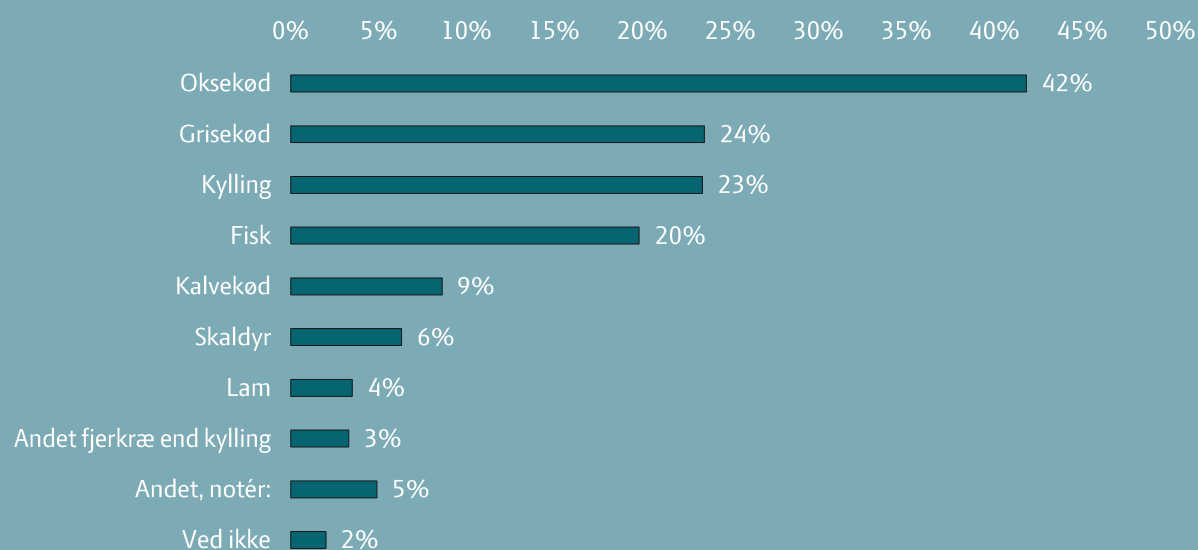
- Kvinde, provinscafé, slutningen af 20'erne

Gæsterne ser udespisning som noget ekstraordinært, der adskiller sig fra hverdagen. Når de føler, at de træffer bæredygtige valg i hverdagen, behøver de ikke bekymre sig om det i den ekstraordinære spisesituation. Gæsterne skubber derfor overvejelser om bæredygtighed og dyrevelfærd til side og overlader det til en forhåbning eller ønske om, at forholdene er i orden på spisestedet.

Flest bestiller en ret med oksekød

Hvilke slags retter og drikkevarer vælger danskerne, når de spiser ude? Blandt de der spiste kød var det 42 pct., der spiste oksekød, mens knap hver fjerde bestilte enten grisekød og kylling.

Figur 5: Spørgsmål: Hvilken type kød spiste du?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1082 (Har spist ude inden for den seneste måned, hvor der i måltidet indgik kød)

Oksekød og kalvekød vælges i signifikant højere grad af mænd, mens kvinder signifikant oftere vælger fisk. Det fremstår også af det kvalitative studie:

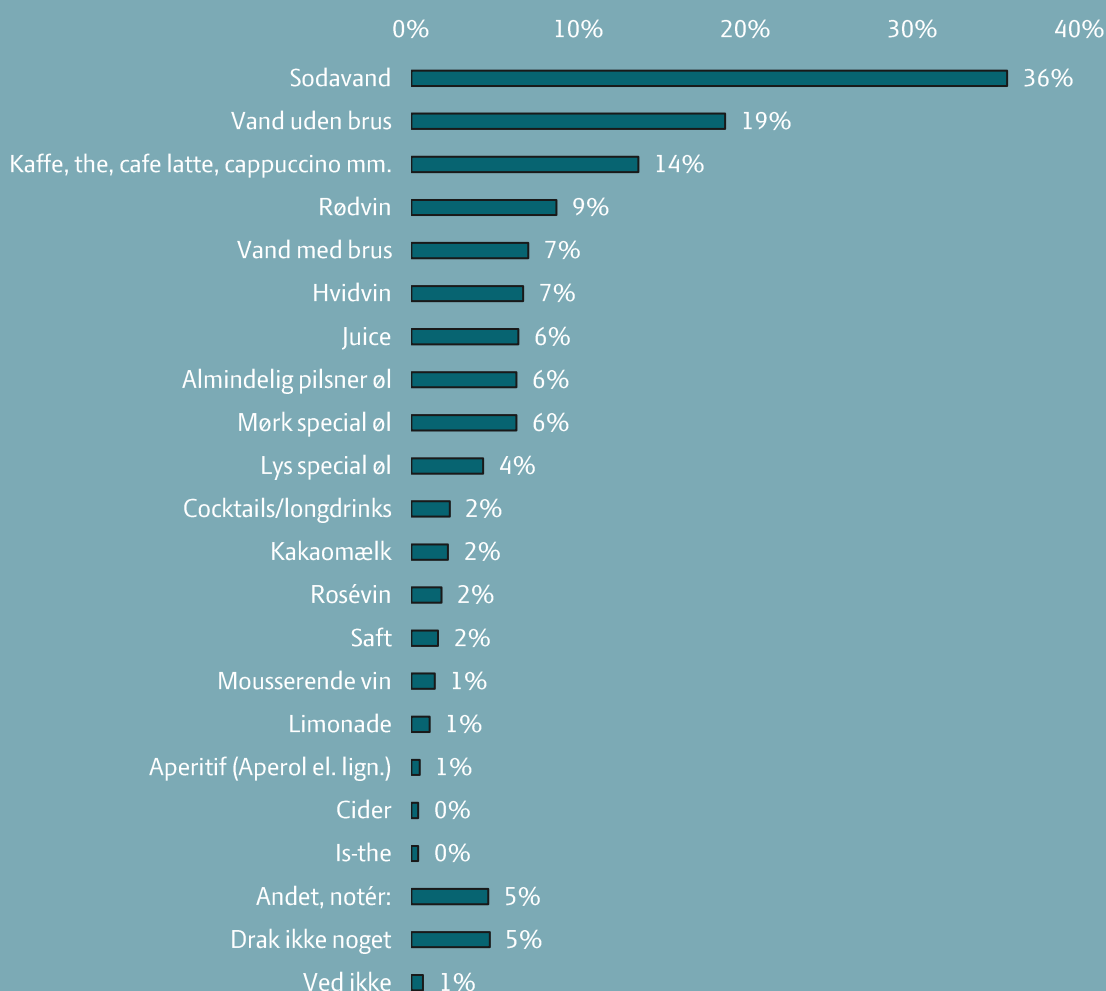
”Når jeg er ude og spise, og jeg kan se, at der er bøf på menukortet, så er det det, jeg spiser.”

- Mand, grillrestaurant

Der ses desuden en tendens til, at de ældre danskere signifikant oftere bestiller fisk, mens de yngre i alderen 18-29 år oftere foretrækker kylling.

Når danskerne vælger drikkevarer, er det over hver tredje, som bestiller sodavand, mens hver femte bestiller vand uden brus.

Figur 6: Spørgsmål: Hvilke(n) drikkevare(r) drak du? Vælg alle på listen, som du drak, mens du var ude og spise



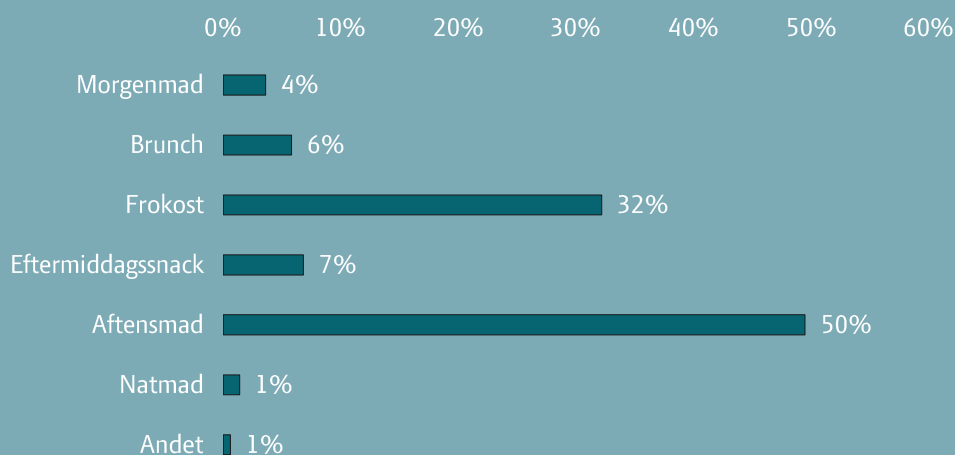
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1499 (Har spist ude inden for den seneste måned)

Det er især mænd, der oftere drikker sodavand og øl, mens kvinder i højere grad drikker vand uden brus samt hvidvin. Vin er mere populært, desto ældre danskerne bliver, hvilket også gør sig gældende for mørk specialøl.

Aftensmad og frokost er de hyppigste udespisnings-situationer

Hvornår spiser danskerne oftest ude? Undersøgelsen viser, at de fleste udespisnings-situationer enten er aftensmad eller frokost. De to situationer udgør 82 pct. af alle situationer.

Figur 7: Spørgsmål: Hvilken type måltid var det?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1499 (Har spist ude inden for den seneste måned)

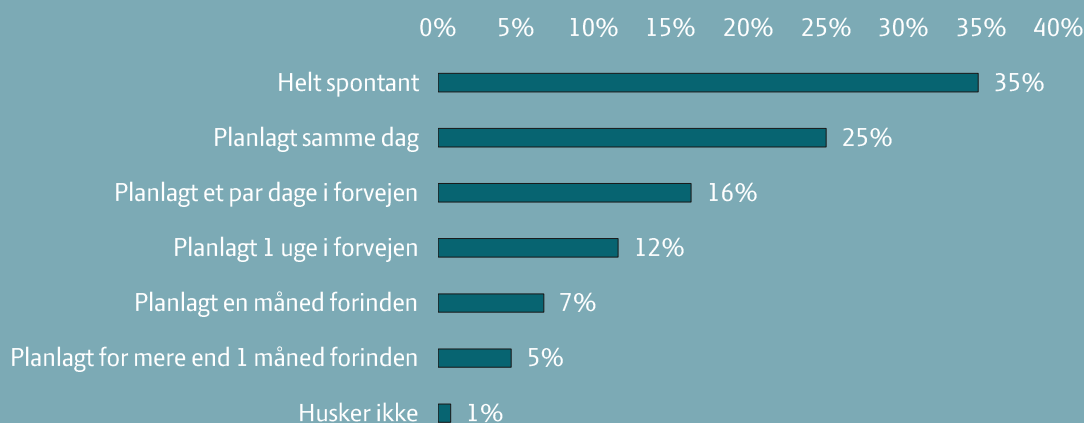
Restaurant-kategorien er oftest til aftensmad, hvilket også gør sig gældende for fastfood. Sandwichbar, tankstationer og madboder besøges derimod oftere i frokost-situationen.

I de fleste udespisnings-situationer betegner forbrugerne spisestedet som uformelt. I halvdelen af tilfældene spiser forbrugerne på et 'uformelt hverdagssted', mens i knap en tredjedel af tilfældene kendetegnes spisestedet som 'uformelt men pænere hverdagssted'. Kun i ca. 2 ud af 10 besøg betegner forbrugerne stedet som formelt.

Spontanitet præger udespisnings-situationen

Når danskerne spiser ude, er det oftest ikke planlagt lang tid i forvejen. Over en tredjedel af udespisnings-situationerne er helt spontane, mens en fjerdedel er planlagt samme dag.

Figur 8: Spørgsmål: Hvor lang tid i forvejen var besøget planlagt?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1499 (Har spist ude inden for den seneste måned)

Ser vi nærmere på svarfordelingen, er det især mænd, som signifikant oftere er spontane eller planlægger besøget samme dag. Konkret planlægger 38 pct. mænd ikke et udespisnings-besøg i forvejen, mens det gør sig gældende for 32 pct. kvinder. Kvinder planlægger derimod signifikant oftere besøget et par dage eller en uge i forvejen.

Ud fra det kvalitative studie fremgår det, at der er forskel på forventningerne til spisestedet alt efter, hvor lang tid besøget er planlagt i forvejen. Ved det spontane besøg eller et besøg planlagt dagen før, skal gæsterne i nogle tilfælde have noget hurtigt mad:

”Vi skulle bare ud og hyggesnakke og have noget hurtigt mad”

- Kvinde, provinscafé, 60 år

Besøgets formål er her at have tid sammen. Maden spiller en mindre rolle, man bruger mindre tid på planlægning og har færre krav til maden.

Det forholder sig anderledes ved planlagte restaurantbesøg, for eksempel ved mærkedage eller fødselsdagsfejring. I disse anledninger er formålet at dele en madoplevelse sammen, hvor maden er nøje udvalgt og historiefortælling og præsentation betyder meget.

Valg af drikkevarer er besluttet på forhånd

Modsat de spontane udespisnings-situationer er beslutningen vedrørende køb af drikke fastsat på forhånd. Når det kommer til valg af drikkevarer, så har ca. halvdelen besluttet sig inden de mødte op på spisestedet.

Figur 9: Spørgsmål: Hvilket udsagn beskriver bedst, hvornår du besluttede dig for, hvad du ville købe at drikke?



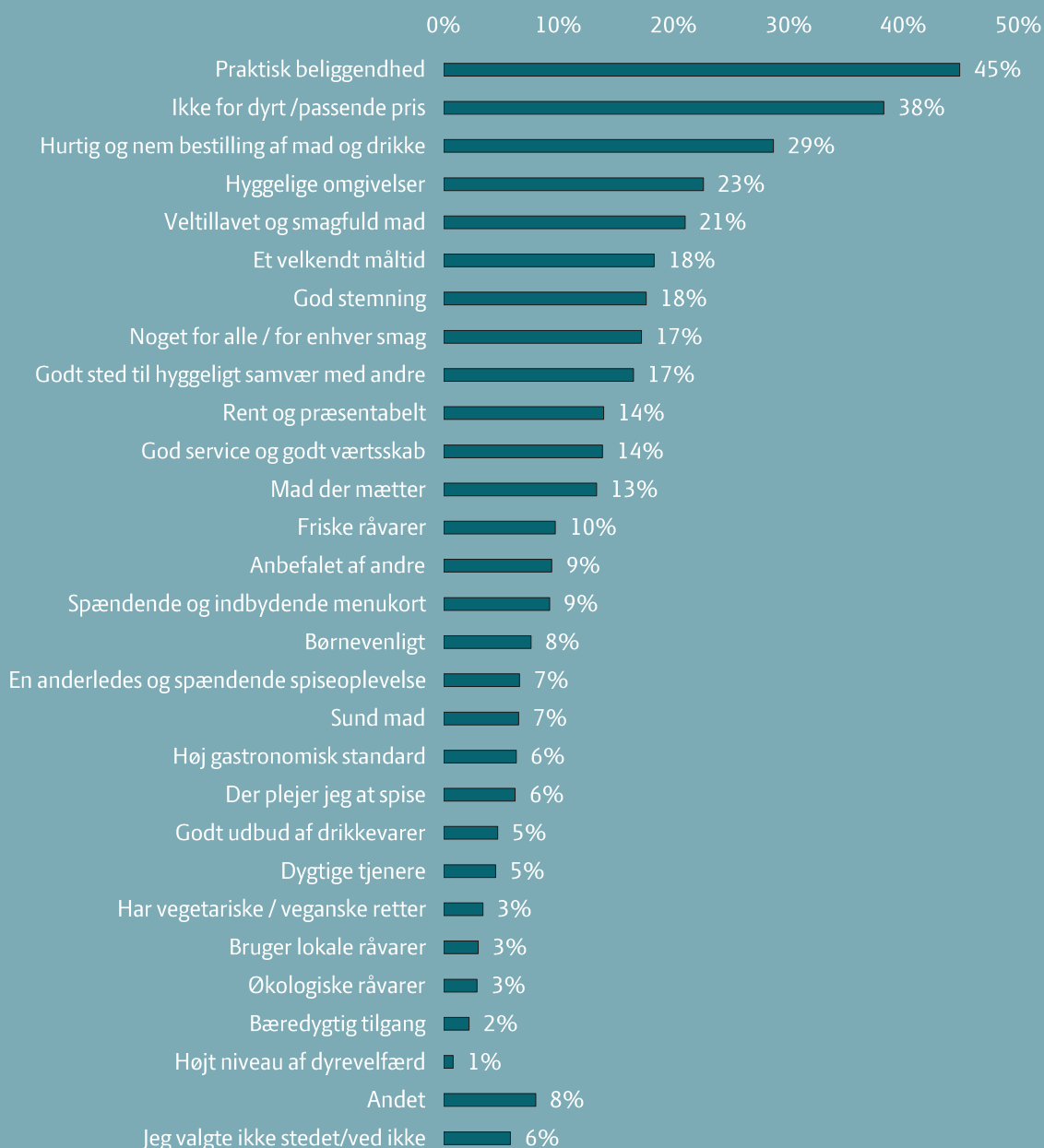
Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1499 (Har spist ude inden for den seneste måned)

Det er især de 60-70-årige, som har besluttet sig på forhånd. Konkret er der 57 pct. danskere i alderen 60-70-år, som har besluttet drikkevarer inden udespisnings-situationen. De 18-29-årige beslutter sig modsat først, når de er mødt op på spisestedet, men har på forhånd overvejet forskellige drikkevarer. Dette gør sig gældende for 16 pct. af danskere i alderen 18-29-år.

Pris og beliggenhed betyder mest ved valg af spisested

Set på tværs af alle udespisnings-oplevelser, så er praktisk beliggenhed den væsentligste faktor, når danskerne vælger spisested. Dette mener 45 pct. af danskerne. Mange danskere baserer desuden deres valg af spisested på stedets prisniveau. Konkret mener 38 pct., at stedet ikke må være for dyrt/skal have passende priser. Ligeledes betyder hurtig og nem bestilling af mad og drikke meget for valg af sted, hvilket nævnes af 29 pct. Først derefter nævner danskerne, at hyggelige omgivelser samt veltillavet og smagfuld mad havde indflydelse på valg af spisested. Nederst på listen er årsager som 'bæredygtig tilgang' og 'højt niveau af dyrevelfærd', hvilke færrest danskere baserer deres valg af spisested på.

Figur 10: Spørgsmål: Hvad var årsagen eller årsagerne til, at du valgte netop det sted?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1499 (Har spist ude inden for den seneste måned)

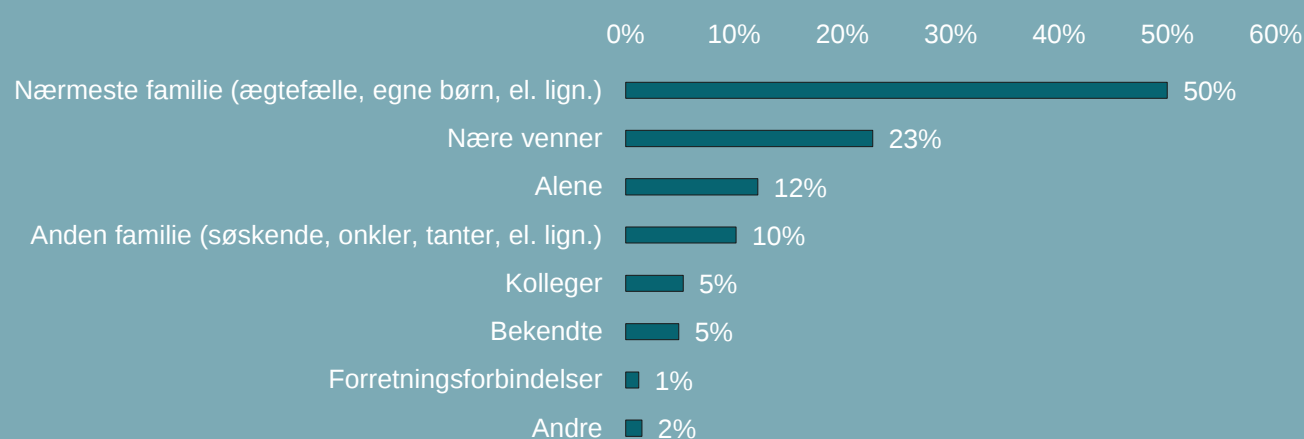
Ser vi nærmere på svarfordelingen, er det især de 40-49-årige, som vælger spisested baseret på en praktisk beliggenhed. Også danskere bosat i Region Hovedstaden finder denne årsag af stor betydning. Spisestedets prisniveau betyder derimod mere for kvinder samt de 18-29-årige.

Men selvom et passende prisniveau generelt har stor betydning for valg af spisested, er der en ca. lige stor andel, der tildeler det stor som mindre/ingen betydning. Det er signifikant oftere danskere under 50 år, som tildeler et passende prisniveau 'meget stor' og 'stor' betydning, mens danskere over 50 år signifikant oftere tildeler det 'mindre' og 'slet ingen' betydning. På tværs af spisesteder tildeler flest danskere alt i alt spisestedets prisniveau 'nogen betydning'.

Spiser oftest ude med den nærmeste familie

I halvdelen af udespisnings-situationerne spiser danskerne sammen med deres nærmeste familie f.eks. ægtefælle eller egne børn, mens knap en fjerdedel spiser med nære venner. De to grupper dækker 73 pct. af alle situationer.

Figur 11: Spørgsmål: Hvem spiste du sammen med?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1499 (Har spist ude inden for den seneste måned)

Generelt spises der mest sammen med den nærmeste familie på tværs af alle kanaler. Caféer og restauranter er dog ofte også sammen med nære venner, mens tankstationer, madboder, bagere og sandwichbarer også ofte besøges alene.

Det er signifikant oftere kvinder og de 18-29-årige, som spiser med nære venner. De danskere, som oftere spiser alene, er i højere grad mænd, singlehusstande samt husstande uden børn under 18 år.

De fleste udespisnings-situationer foregår oftere uden nogen særlig anledning. Dette beskriver knap en tredjedel af alle situationerne. Andre anledninger, som hhv. 17 pct. og 16 pct. af danskerne mener bedst beskriver, hvorfor de spiste ude, er 'aftale med venner' og 'spise ude med familien'. Besøgene uden nogen særlig anledning er oftere sandwichbarer, fastfood, madboder etc., hvorimod med vennerne er det oftere på café. Danskerne spiser oftere på café- og restaurant med bordservering, når de spiser ude med familien.

Lille risikovillighed og høj tilfredshed præger udespisnings-besøgene

Når danskerne spiser ude med andre, er der i ca. 2/3 af selskaberne flere, der vælger de samme retter og de samme drikkevarer. Mange danskere tager hensyn til og bliver inspireret af selskabet.

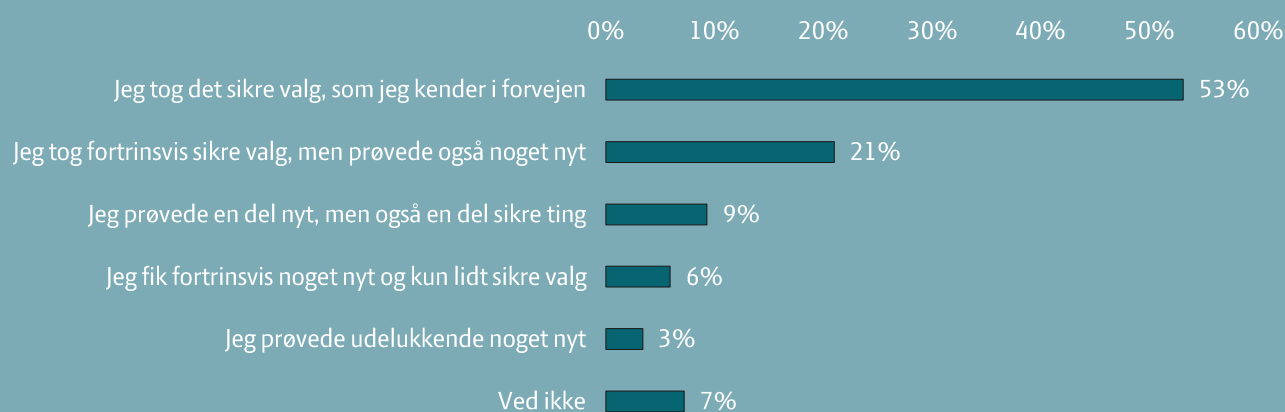
”Det er bare nemmere, når vi alle drikker vin. Der er sådan lidt samhørighed. Det er hyggeligt at dele.”

- Kvinde, grillrestaurant, midt 20'erne

Det peger mod, at den sociale dimension har stor betydning for det endelige valg af mad og drikke.

Også genkendelighed og sikre valg har en afgørende betydning, når danskerne vælger mad og drikke. De fleste tager det sikre valg, mens kun 9 pct. prøver overvejende noget, de ikke har fået før.

Figur 12: Spørgsmål: Hvordan vil du beskrive dit valg af mad og drikke ved denne lejlighed?



Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1499 (Har spist ude inden for den seneste måned)

At forbrugerne tog det sikre valg, for at minimere risici via et 'sikkerhedsnet', fremgår også af det kvalitative studie. Maden og drikkevarerne må helst ikke blive alt for eksotiske eller mærkelige, og sikkerhedsnettet aktiveres ved blandt andet at følge anbefalinger og oplevelser fra andre:

”De ting vi kiggede på, var burgeren for den er svær at lave dårlig, det var pasta, fordi den har <navn> fået før, laksen fordi den har jeg fået at vide var god. Jeg var ikke videre rundt i det menukort.”

- Kvinde, provinscafé, start 30'erne

Der er dog også de gæster, som tager ud at spise for at bevæge sig ud af hverdagen, hvor idéen om nye retter er noget, de forbinder med udespisning. Det kan være retter, som er for svære at tilberede, eller af praktiske årsager ikke kan tilberedes derhjemme, eller bare understøtter følelsen af at komme ud af hverdagen.

”Når jeg er ude og spise, så må den gerne få én over nakken.”

- Kvinde, provinscafé, 60 år

Efter danskerne har besøgt et spisested, så er størstedelen tilfredse med hele besøget, inkl. maden, drikkevarer, stemningen, betjeningen mm. I alt er 86 pct. af danskerne 'meget tilfredse' eller 'tilfredse'.

86% ... af danskerne er tilfredse med hele udespisnings-besøget

Kilde: Norstat for Landbrug & Fødevarer 2019, base n=1499 (Har spist ude inden for den seneste måned)

Blandt de 'meget tilfredse' er der en signifikant højere tilslutning fra kvinder samt de 60-70-årige, mens mænd i højere grad er 'tilfredse'. Generelt er danskerne mest tilfredse ved besøg på madboder/gadekøkkener, caféer med bordservering og restauranter.

Potentiale for yderligere vækst i foodservice sektoren

Udespisning er i vækst. Omsætningen i den private foodservice sektor er fra 2009 til 2018 steget med 62 pct. Og det kunne tyde på, at den vil stige endnu mere. Udespisning er blevet allemandseje, og det er især de yngre danskere, som spiser ude, oftest enten til frokost eller aftensmad. Mange af besøgene på spisestederne er ikke planlagt, men en spontan handling, og spisestedet bliver valgt baseret på faktorer som beliggenhed og pris. Det er sjældent at restaurant og menuvalg vælges på baggrund af faktorer som bæredygtighed og dyrevelfærd, selvom det er noget, som fylder hos nogle forbrugere i hverdagen.

Det er ikke muligheden for at prøve noget nyt, som driver størstedelen af danskerne, når de vælger at spise ude. Størstedelen tager det sikre menuvalg, som de kender i forvejen, mens kun 9 pct. overvejende prøver noget nyt. Udespisnings-tilfredsheden er generelt meget høj, med 86 pct. af danskerne, som er tilfredse med hele besøget. Med en høj besøgsfrekvens og en høj tilfredshed er der grundlag for, at foodservice sektoren kan vokse yderligere i de kommende år.

Om undersøgelsen:

Undersøgelsen er en kombination af kvantitativ og kvalitativ metode. Den kvalitative undersøgelse bestod af dine-along interviews, observation og tjener interviews udført af Is It a Bird for Landbrug & Fødevarer i efteråret 2019. Konkret drejer det sig om:

- Observationer og dine-alongs gennemført på 4 forskellige restauranter; heraf 3 i København og 1 på en café i provinsen
- 13 selskaber med i alt 39 gæster, der deltog i et dine-along-interview. Alle selskaber blev først spurgt, om de havde lyst til at deltage, efter de havde bestilt deres hovedretter
- 4 tjener interviews; 1 interview på hver af de 4 restauranter

Den kvantitative undersøgelse er baseret på en online spørgeskemaundersøgelse af Norstat for Landbrug & Fødevarer i oktober måned 2019. I undersøgelsen deltog 1.998 repræsentativt udvalgte danskere i alderen 18-70 år, hvoraf 1.499 svarede, at de havde spist ude inden for den seneste måned. Spørgsmål om den seneste udespisnings-oplevelse, herunder type af selskab og valg af ret, er stillet til danskere, der har spist ude inden for den seneste måned.

Analysen er udarbejdet af afdelingen for Markedsanalyse, Forbrugerøkonomi & Statistik ved Landbrug & Fødevarer.