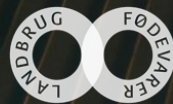




Foodservicektoren er et attraktivt marked med vækst i mange retninger

Analyse & Statistik
November 2024

Landbrug & Fødevarer



Foodservicesektoren er et attraktivt marked med vækst i mange retninger

Foodservice er en fælles betegnelse for tilberedning, klargøring og servering af måltider uden for hjemmet. Det er dermed et meget alsidigt marked, som inkluderer både restauranter, cafeer og hoteller, street-food, fast food, catering, takeaway samt kantiner og institutionskøkkener. I denne analyse kigger Landbrug & Fødevarer ind i den seneste udvikling i foodservicesektoren på baggrund af tal fra Danmarks Statistik og undersøgelser blandt danskerne.

De vigtigste indsigter er:

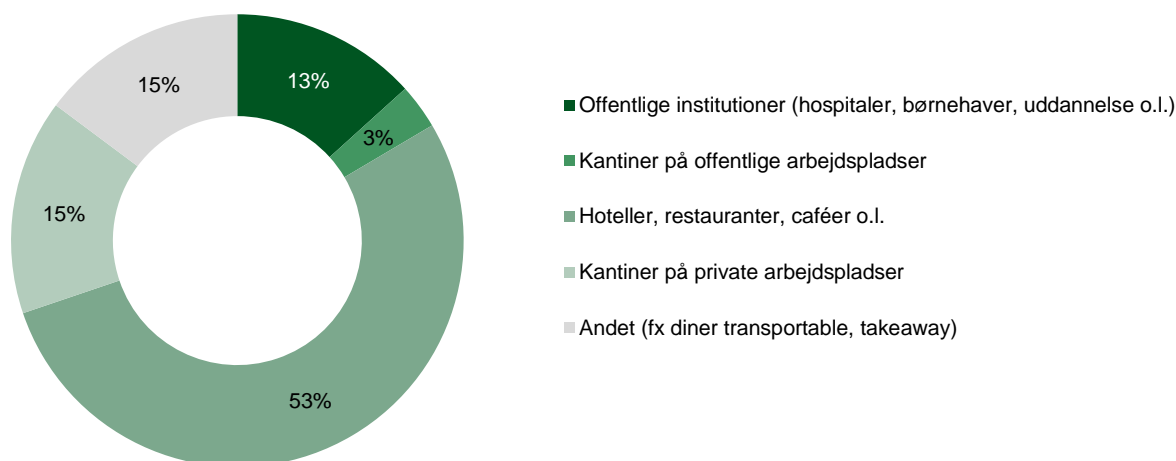
- I 2023 var 84 pct. af salget af fødevarer til den private del af foodservicesektoren, mens den offentlige del af foodservicesektoren aftager 16 pct. af salget. Beregninger fra Landbrug & Fødevarer peger på, at den offentlige sektor alene serverer over en million hoved- og mellemmåltider hver eneste dag. Foodservicesektoren er derfor et interessant marked at følge.
- Det private foodservicemarked har oplevet en positiv udvikling de seneste to år. Ifølge Danmarks Statistik steg omsætningen i den private foodservicesektor til 59,9 mia. kr. i 2023, en stigning på 6,5 pct. fra 2022-niveauet. Dermed nåede omsætningen langt over niveauet før pandemien. Særligt restauranter har haft vækst i omsætningen i de seneste år, hvilket vidner om at danskerne er glade for at spise ude. Omsætningen i første halvår af 2024 ser ligeledes lovende ud.
- Salget af føde- og drikkevarer til foodservicesektoren udgjorde samlet set 24,5 mia. kr. i 2023 i engrospriser, ekskl. moms, hvilket svarer til en stigning på 4,7 pct fra 2022 til 2023. Målt i værdi er drikkevarer den største kategori, det gælder både alkoholdrikke som øl og vin, samt kategorien sodavand, juice og saft. Fersk okse- og kalvekød er målt i kr./øre på fjerdepladsen over alle varer afsat til foodservice i 2023.
- Der har været fremgang i salget af både konventionelle- og økologiske føde- og drikkevarer. I to ud af tre varegrupper fylder økologisk salg mere i 2023, end det gjorde i 2022. Kigger man på hele foodservicesektoren samlet, så er det økologiske salg af føde- og drikkevarer også gået frem: i 2023 udgjorde det økologiske salg 13,7 pct. ud af det samlede salg, i 2022 var det 12,7 pct. Det er særligt i den offentlige sektor, at økologien står stærkt.
- Foodservicesektoren er fortsat et attraktivt marked for fødevareproducenter også i de kommende år. I Euromonitor International nyeste prognose forventes den danske private foodservicesektor at fortsætte med at vokse i de kommende år. Ikke blot er danskerne glade for at spise ude, den stigende andel af husstande med én person peger også på en fremtidig stigning i efterspørgslen efter færdigretter og takeaway-løsninger. Den demografiske udvikling med en større andel af danskere over 80 år skaber samtidig en forventning om vækst i offentlig foodservice, da der i fremtiden vil være et voksende behov for ældrepleje og fx udbringning af ældrepleje.

Endnu et år med vækst i den private foodservicektor

Foodservice er et spændende marked, der består af en bred række af aktører. Den private foodservicektor, der består af restauranter, hoteller, takeaway og kantiner på private arbejdspladser, stod i 2023 for 84 pct. af det samlede salg af føde- og drikkevarer til foodservice. Det er en højere markedsandel end før covid-19 pandemien. Udviklingen skyldes blandt andet fremgang i salget af føde- og drikkevarer til kundegruppen hoteller, restauranter, caféer o.l., som udgør 53 pct. af hele foodservicektoren i 2023.

Den offentlige foodservice med fx køkkener på hospitaler, plejehjem og kantiner i offentlige institutioner stod for de resterende 16 pct. af salget til foodservice i 2023, hvilket svarer til omtrent samme markedsandel som i 2022. Tal beregnet af Landbrug & Fødevarer peger på, at den offentlige serverer omkring 650.000 hovedmåltider og 380.000 mellemmåltider hver dag til en række forskellige befolkningsgrupper, fx børn i dagtilbud, ældre samt offentligt ansatte.

Figur 1: Salg af føde- og drikkevarer til foodservice i 2023 – opdelt efter kundegrupper.



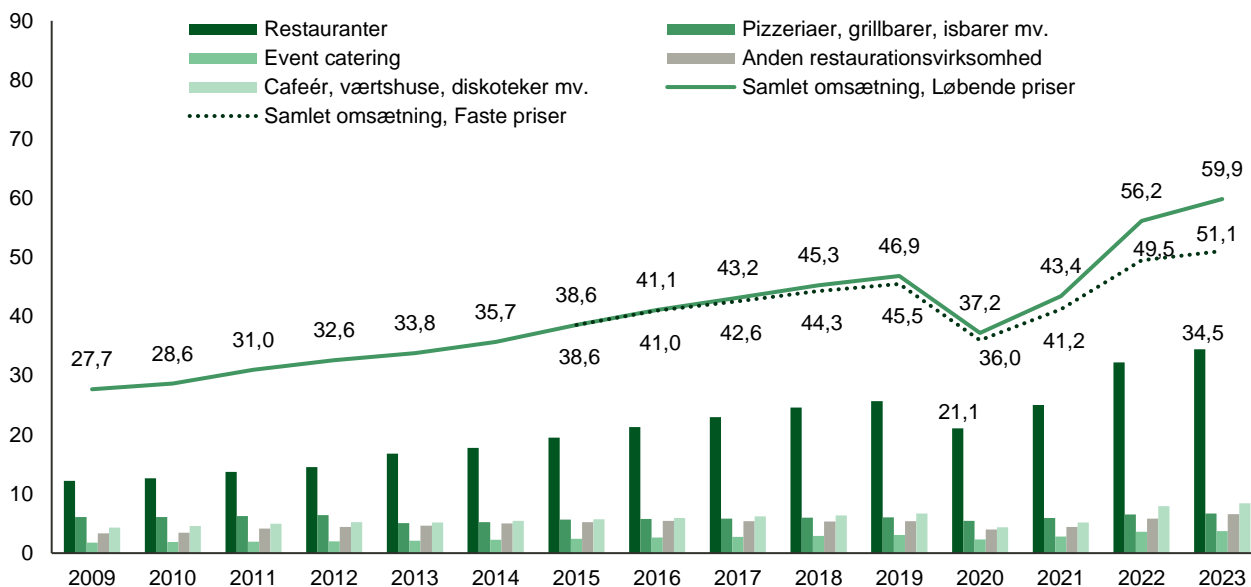
Kilde: Danmarks Statistik, OEKO88.

Ifølge Danmarks Statistiks opgørelse har omsætningen i den private del af foodservicektoren været kendetegnet med en stabil årlig stigning, fx steg omsætningen fra 2009 til 2019 med 69,2 pct. Og omsætningen i den private del af foodservicektoren er i 2023 på dens højeste niveau nogensinde med salg for 59,9 mia. kr. i 2023, en stigning på 6,5 pct. fra 2022. Ligeledes er 2023-niveauet 27,7 pct. højere end i omsætningen i 2019. Stigningen i omsætningen kan bl.a. forklares af, at alle brancherne i den private del af sektoren haft årlig fremgang i omsætningen siden de usædvanlige år 2020 og 2021, hvor nationale nedlukninger påvirkede foodservicektoren negativt.

Siden nedlukningernes afslutning, er danskerne igen gået ud at spise og turismen er vendt tilbage. Det kan især mærkes på restauranterne, hvor omsætningen steg med 7,2 mia. kr. fra 2021 til 2022, og igen med 2,2 mia. kr. fra 2022 til 2023. Restaurationsbranchen har haft de højeste omsætningsstigninger af alle brancherne i den private foodservice siden 2019. Inflation kan dog være med til at sløre, hvorledes sektoren reelt udvikler sig, da højere priser alene kan skabe en højere omsætning, uden at det nødvendigvis betyder, at danskerne spiser mere ude. Den høje inflation fra slutningen

af 2021 til sommeren 2023 har da også bidraget til at puste priser og omsætning op i foodservice. Korregerer vi med Danmarks Statistiks Forbrugerprisindeks, er sektorens omsætning i 2023 på 51,1 mia. kr. i 2015-priser. Sammenligner man med omsætning i 2019 i 2015-priser, så har stigningen været på 12,2 pct for hele den private del af sektoren siden 2019.

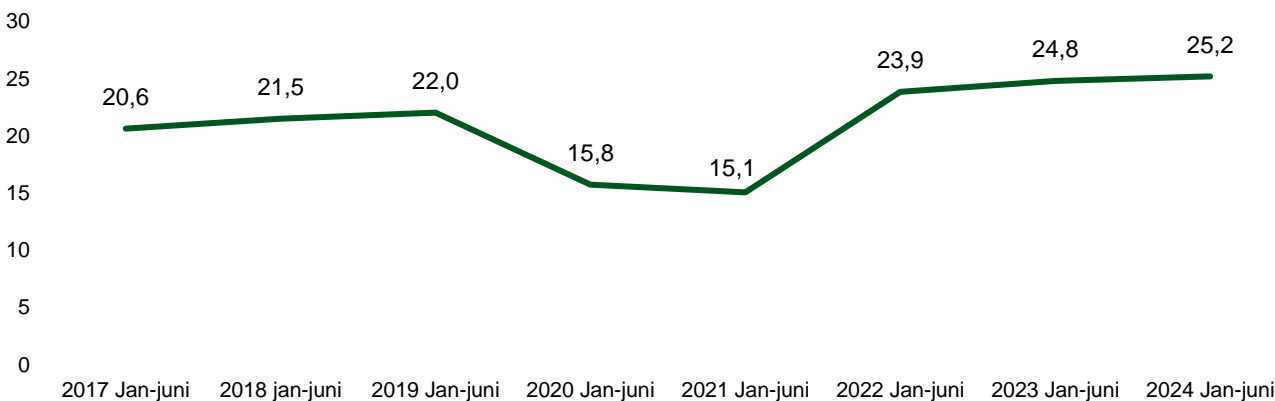
Figur 2: Omsætningen i den private del af foodservicesektoren
Løbende priser, mia. kr., samt den samlede omsætning i faste priser (2015=100)



Kilde: Danmarks Statistik, FIKS44, i løbende priser, samt i faste priser = Løbende priser (FIKS44) / Forbrugerprisindeks (2015=100)* 100. Bemærk at: Danmarks Statistik har korrigeret de opgjorte tal for tidligere år.

Omsætningen i den private foodservicesektor i første halvår af 2024 ser samtidig lovende ud. Fra januar til juni 2024 er der blevet omsat for 25,2 mia. kr. i 2015-priser, hvilket er lidt over omsætningsniveauet for første halvår af 2023, og et godt stykke over omsætningen i årene før pandemien.

Figur 3: Omsætningen i den private del af foodservicesektoren, i faste priser (2015=100), mia. kr.



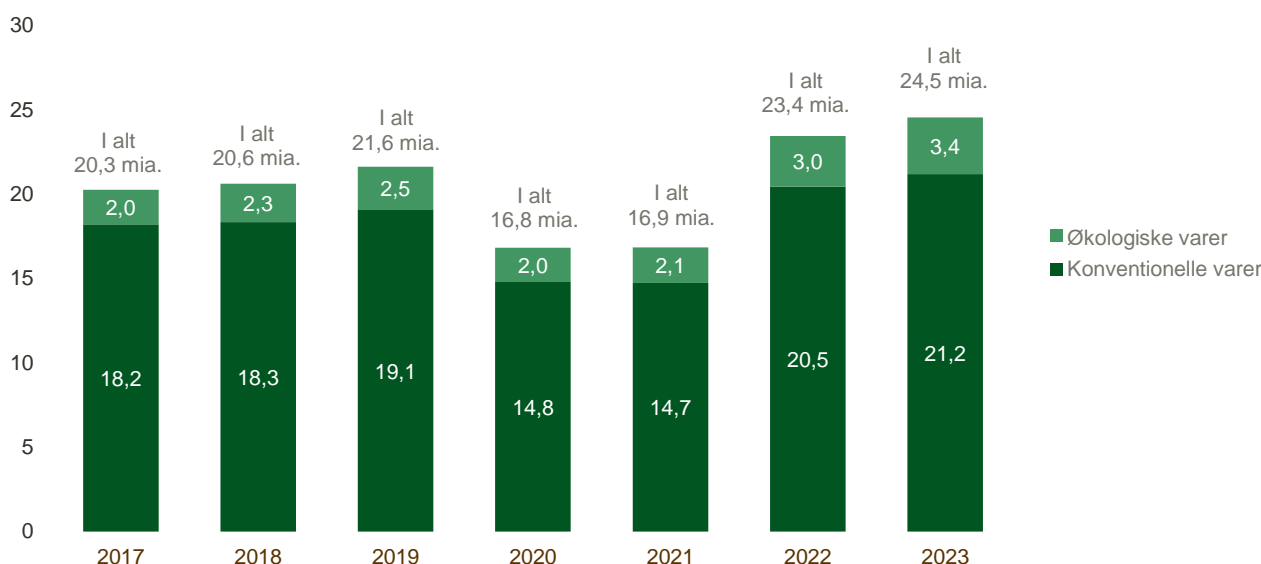
Kilde: Egne beregninger pba. af Danmarks Statistik, FIKS44 og PRIS112. Faste priser = Løbende priser (FIKS44) / Forbrugerprisindeks (2015=100) *100.

Både konventionelle og økologiske føde- og drikkevarer er i fremgang

Salget af føde- og drikkevarer til foodservice udgjorde samlet set 24,5 mia. kr. i 2023, en stigning på 4,7 pct. i forhold til 2022. Salget til foodservice er opgjort i engrospriser, eksklusive moms, og det er her værd at bemærke, at salget er opgjort i løbende priser. Prisudviklingen på fødevarer i perioden forklarer derfor noget af væksten af salget målt i værdi.

Fremgangen i salget fordeler sig på en stigning på 0,7 mia. kr. i salg af konventionelle varer og 0,4 mia. kr. i salget af økologiske varer. Dermed er salget af økologiske varer steget med 12,6 pct. fra 2022 til 2023, mens salget af konventionel producerede varer er steget med 3,4 pct. Konventionelt producerede føde- og drikkevarer udgør i 2023 samlet et salg på 21,2 mia. kr. til foodservicesektoren i løbende priser og er dermed langt den største andel af salget til foodservicesektoren med 86,3 pct. i 2023 mod den økologiske andel af salget, som udgør de resterende 13,7 pct.

Figur 4: Salg af økologisk- og konventionelt producerede fødevarer til foodservice, mia. kr.

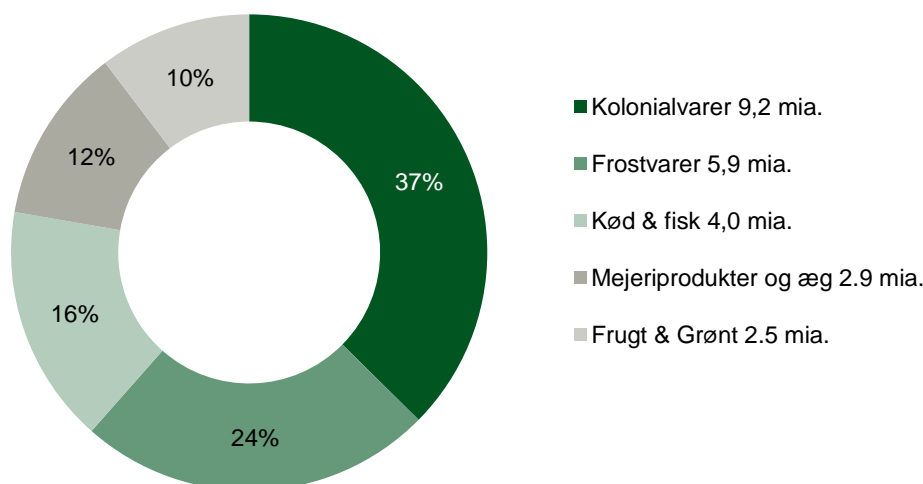


Kilde: Danmarks Statistik, OEKO88. Anm.: Alle beløb er i løbende engrospriser og ekskl. moms. Foodservice omfatter mad til servering i institutioner, restauranter, kantiner, caféer, udbringning mv. Omsætningen er målt som fødevaregrossisters salg til foodservice-aftagere.

Drikkevarer udgør en væsentlig del af salget til foodservice

Et nærmere kig på Danmarks Statistiks opgørelse over hvilke varer, der sælges til foodservice, viser at gruppen af kolonialvarer udgør over en tredjedel af grossistsalget i Danmark med salg for 9,2 mia. kr. i 2023. Frostvarer udgør omkring en fjerdedel af salget med en omsætning på 5,9 mia. kr., mens fersk kød & fisk udgør 16 pct., mejeriprodukter og æg udgør 12 pct. og frugt & grønt udgør 10 pct. af det samlede salg i foodservice i 2023. Denne fordeling mellem varegrupperne har ligget relativt stabilt de seneste år.

Figur 5: Danmarks Statistiks opgørelse over salget af fødevarer til foodservice i 2023 inddelt i varegrupper, mia. kr.



Kilde: Danmarks Statistik, OEKO77. Alle beløb er i løbende engrospriser og ekskl. moms. Omsætningen er målt som fødevaregrossisters salg til foodservice-aftagere. Frostvarer inkluderer alle varetyper, der sælges på frost, dvs. også grøntsager, kød og fisk. Tal for kød og fisk samlet inkl. frost er 7,26 mia. og for frugt og grønt samlet inkl. frost 3,34 mia.

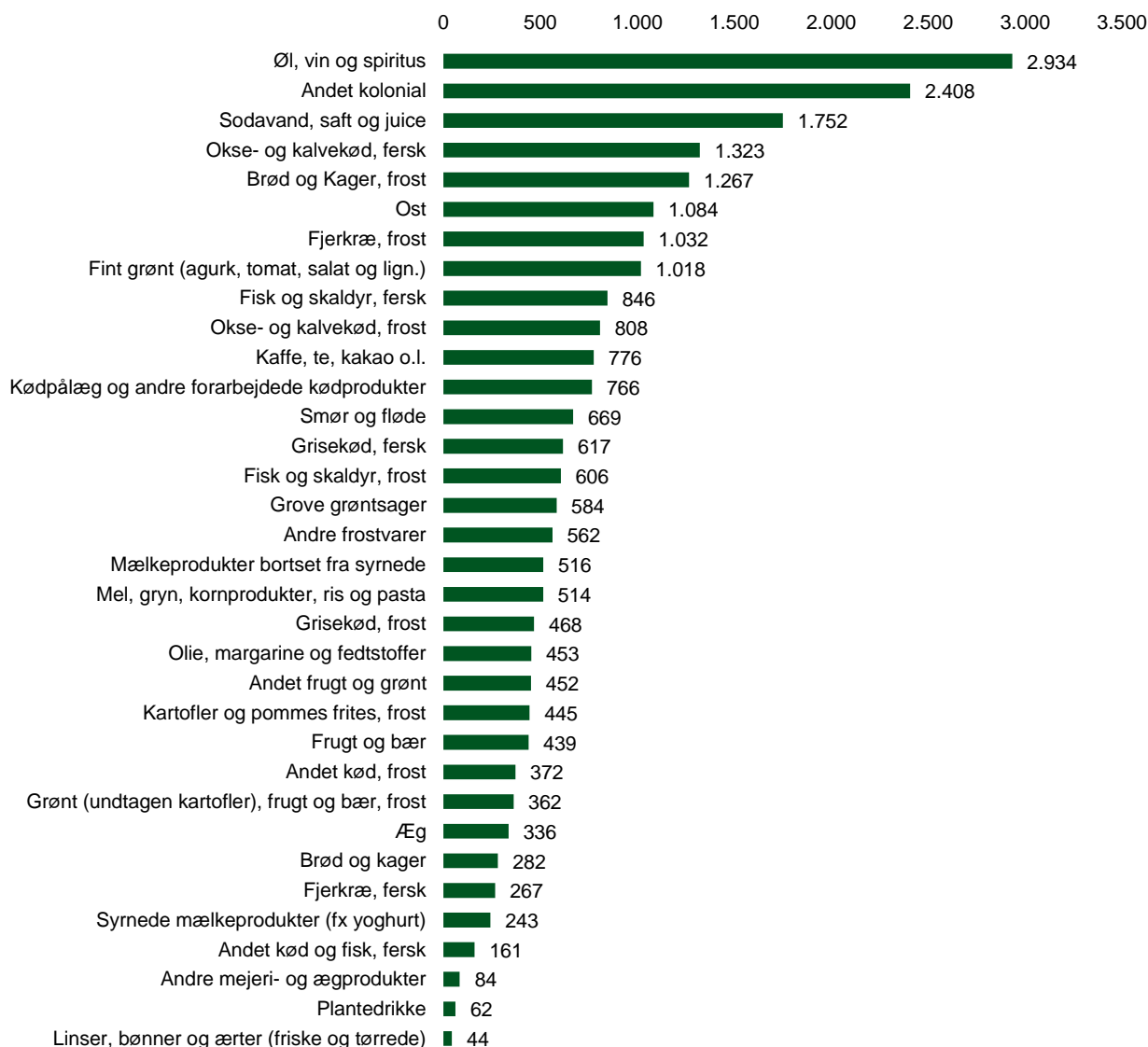
Kolonialvarer dækker over langtidsholdbare varer såsom øl, vin og spiritus, sodavand, konserver, mel, gryn, pasta, brød og kager. Blandt de største varekategorier, som grossisterne sælger i foodservice, er da også drikkevarerne. Den største varekategori (målt i kr.) var i 2023 øl, vin og spiritus med en omsætning på 2,9 mia. kr. Den tredjestørste varekategori var sodavand, saft og juice med et salg på 1,8 mia. kr. og ser man samlet på drikkevarekategorierne øl, vin, spiritus, sodavand, saft, juice, kaffe, te, kakao og plantedrikke, så udgjorde disse i alt 5,5 mia. kr. i 2023, en stigning på 8,6 pct. sammenlignet med sidste år. Dermed udgør drikkevarer 22,5 pct. af det samlede salg af føde- og drikkevarer til foodservice.

Okse- og kalvekød dominerer det animalske varesalg i foodservice

I 2023 var salget af fersk okse- og kalvekød til foodservice – ligesom i 2022 – den fjerde største varekategori målt i værdi med et salg på 1,3 mia. kr. Lægger vi dertil frossent okse- og kalvekød, er salget på samlet 2,1 mia. kr. Fisk og skaldyr lå inden for den overordnede gruppering kød og fisk på andenpladsen med et salg på 1,5 mia. kr. samlet for fersk og frost. Sammenligner vi med 2022 er fisk og skaldyr steget i værdi med 13,4 pct.

Fjerkræ udgør 1,3 mia. kr. for fersk og frost sammenlagt. Af de animalske varer sælges især fjerkræ som frostvare. For hver krone fersk fjerkræ solgt, bliver der solgt omtrent 4 kr. fjerkræ på frost i foodservice. For de øvrige tre større animalske varegrupper sælges mere fersk kød end kød på frost i 2023. Grisekød er den lavest placerede kategori i gruppen af kød og fisk med en værdi på 1,1 mia. kr. samlet for fersk og frost i 2023. Siden 2022 er grisekød dog steget i værdi med 8,0 pct., mens både okse- og kalvekød samt fjerkræ er faldet i værdi fra 2022 til 2023.

Figur 6: Salg af fødevarer til foodservice i 2023 inddelt i varegrupper, mio. kr.

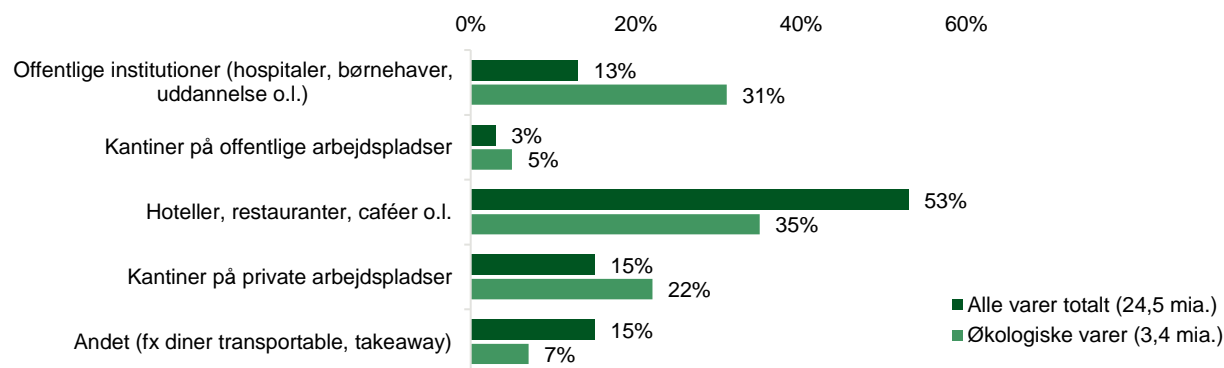


Kilde: Danmarks Statistik, juli 2024 OEKO77, Salg til foodservice i 2023. Alle beløb er i løbende engrospriser og ekskl. moms. Det samlede salg er mere sikkert end salget fordelt på varegrupper. Bemærk at varegrupper vises for hhv. fersk og frost.

Den offentlige sektor har stor betydning for det økologiske marked

Kigger man på hele foodservicesektoren samlet, så er det økologiske salg af føde- og drikkevarer gået frem fra at udgøre 12,7 pct. af det samlede salg til foodservice i 2022 til at udgøre 13,7 pct. i 2023. Det er særligt i den offentlige sektor, at økologien står stærkt. Den offentlige foodservice aftog 16 pct. af det samlede salg af føde- og drikkevarer til foodservice, men aftog 36 pct. af salget af økologiske varer til foodservice. Dermed er den økologiske andel mere en dobbelt så høj som sektorens andel af alle føde- og drikkevarer. Inden for den private foodservicesektor er økologien stærkest i kantiner på private arbejdspladser, der aftog 22 pct. af de økologiske varer, der blev solgt til foodservice i 2023.

Figur 7: Danmarks Statistiks opgørelse over salget af føde- og drikkevarer til foodservice i 2023 inddelt efter kundegrupper, procentfordeling, alle varer totalt sammenlignet med økologiske varer, mia. kr.

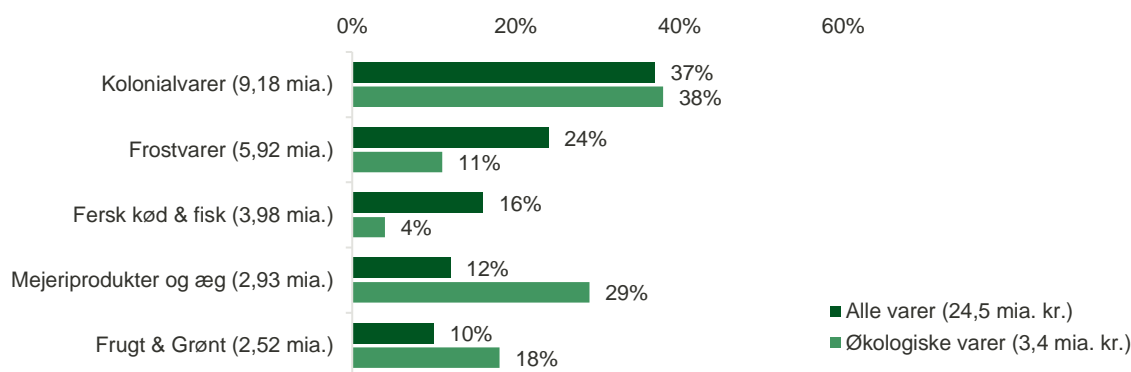


Kilde: Danmarks Statistik juli 2024, OEKO88. Salg af føde- og drikkevarer til foodservice – efter kundegrupper.

Økologien står stærkest i kategorigruppen 'Mejeriprodukter og æg'

Danmarks Statistiks opgørelse viser, at der er store forskelle på, hvilke varer, der typisk sælges økologisk produceret til foodservice. Nogle varegrupper, som f.eks. fersk kød og fisk, sælges næsten udelukkende som konventionelle varer, mens varegruppen mejeriprodukter og æg¹ i højere grad er økologiske varer. Gruppen af kategorier inden for frugt og grønt² er ligeledes ofte økologiske frem for konventionelle.

Figur 8: Danmarks Statistiks opgørelse over salget af føde- og drikkevarer til foodservice i 2023 inddelt i varegrupper, procentfordeling, alle varer totalt sammenlignet med økologiske varer, mia. kr.



Kilde: Danmarks Statistik juli 2024, OEKO77, Salg til foodservice i 2023. Alle beløb er i løbende engrospriser og ekskl. moms. Omsætningen er målt som fødevaregrossisters salg til foodservice-aftagere.

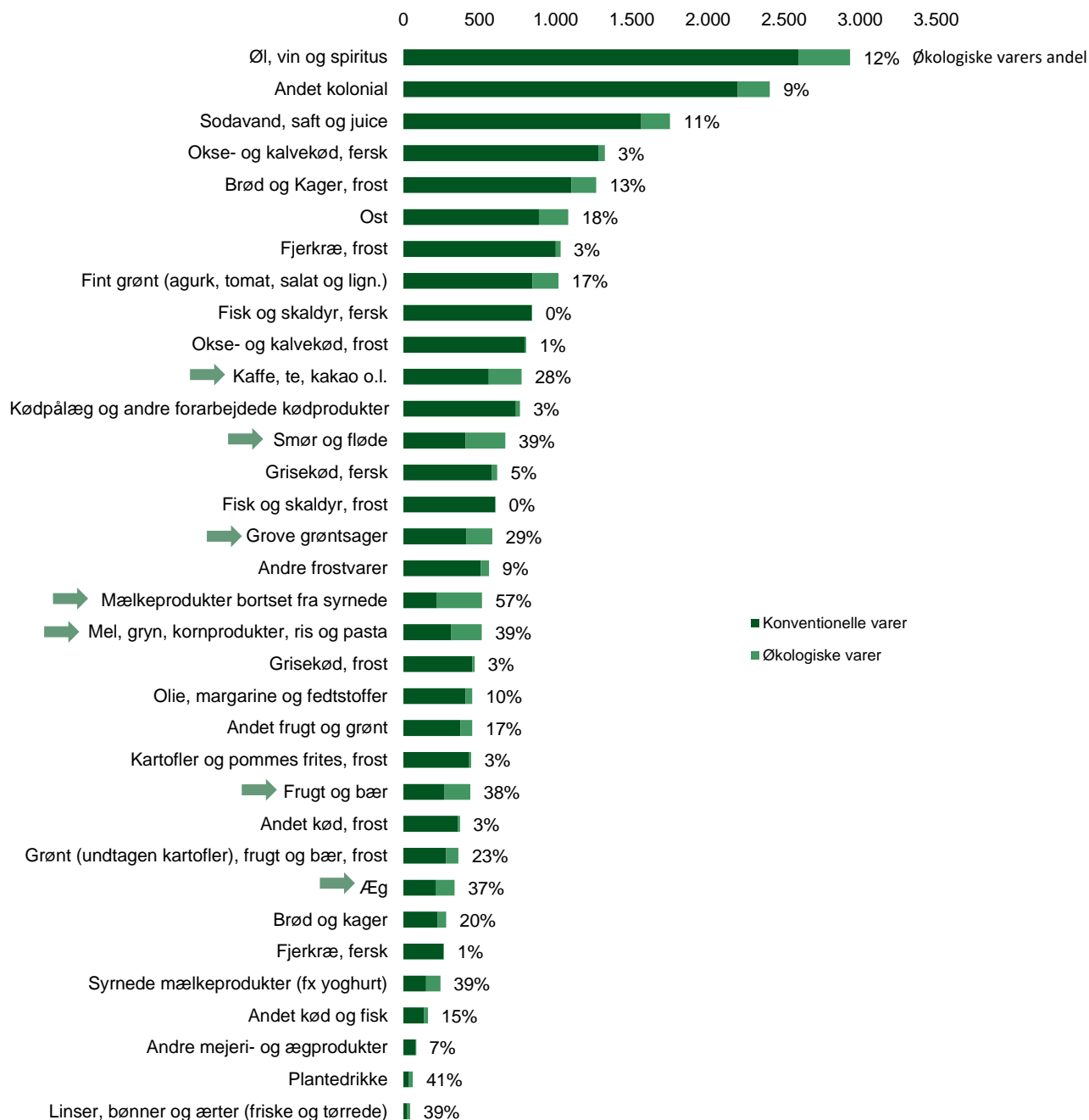
Ser vi nærmere efter for de forskellige varekategorier, ser vi, at økologi fylder en større andel af salget til foodservice i 2023, end det gjorde i 2022 for to ud af tre varekategorier. For ikke-syrnede mælkeprodukter er økologiandelen hele 57 pct. For de syrnede mælkeprodukter (fx yoghurt) er der

¹ Mejeriprodukter og æg består af mælkeprodukter bortset fra syrnede, syrnede mælkeprodukter (fx yoghurt), smør og fløde, ost, æg og andre mejeri- og ægprodukter.

² Frugt og grønt består af grove grøntsager, fint grønt, (agurk, tomat salat og lign.) frugt og bær, linser, bønner og ærter (friske og tørrede) samt andet frugt og grønt.

afsat for 94,2 mio.kr. økologi, hvilket svarer til en økologiandel på 38,8 pct. Varetypen smør og fløde sælger også en stor andel økologiske varer, hele 39,1 pct. Kategorien af mel, gryn, kornprodukter, ris og pasta er ligeledes en kategori, hvor økologien har godt fat med en andel af det samlede salg på 39 pct.

Figur 8: Danmarks Statistiks opgørelse af salget af fødevarer til foodservice i 2023, mio. kr. fordelt på andelen af hhv. konventionelle og økologiske varer



Kilde: Danmarks Statistik, OEKO77. Alle beløb er i løbende engrospriser og ekskl. moms. Omsætningen er målt som fødevaregrossisters salg til foodservice-aftagere.

Med støtte fra Fonden for Økologisk Landbrug undersøgte Landbrug & Fødevarer i 2022 holdningen til økologi i en spørgeskemaundersøgelse gennemført blandt aktører i privat og offentlig foodservice. Undersøgelsen viste, at der var potentiale for at afsætte mere økologi til både private og offentlige foodserviceaktører. Er flertal i spørgeskemaundersøgelsen svarede nemlig, at de ønskede at øge andelen af økologiske råvarer i den mad, de tilberedte og serverede.

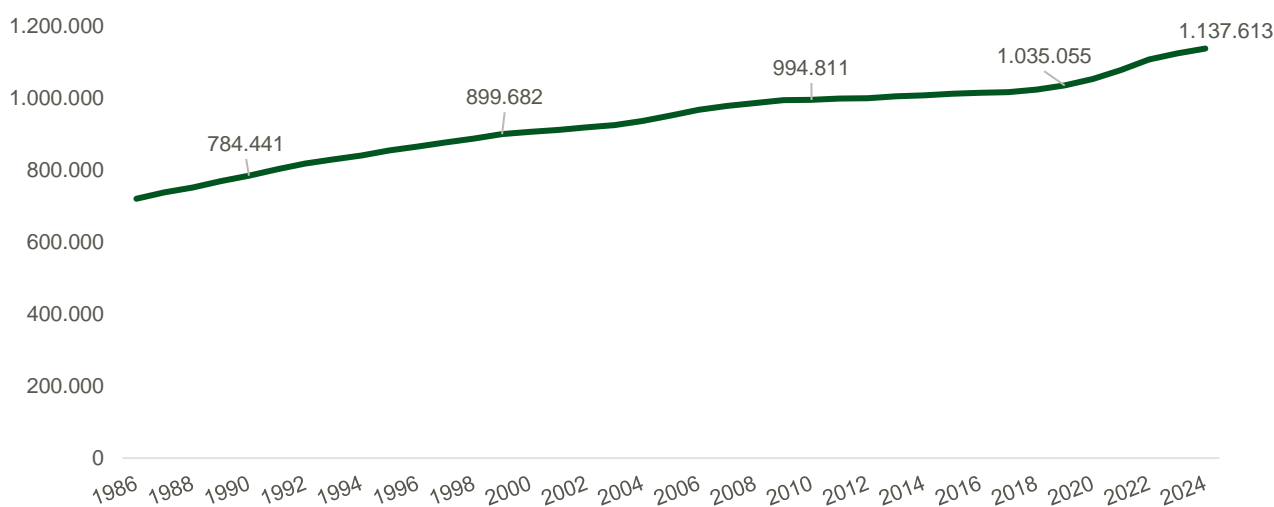
Motiver for at vælge økologi er fravær af sprøjtemidler, minimering af tilsætningsstoffer, at passe på naturen og bedre dyrevelfærd. Blandt private aktører er det ligeledes et vigtigt motiv at kunne fortælle den gode historie til andre. Barrierer for at afsætte mere økologi i foodservicesektoren er typisk omvendt et hensyn til budget og en oplevelse af, at borgere og gæster ikke vil betale en højere pris for maden. Det bliver derfor spændende at følge, om den positive udvikling for økologi i foodservice vil fortsætte, alt efter hvordan det går med forbrugernes betalingsvillighed såvel som lyst og mulighed for at tilvælge spisesteder med økologisk mad på menukortet.

Demografisk udvikling skaber forventning om vækst i foodservicesektoren

Den danske befolkningssammensætning har de seneste år ændret sig, da der er kommet flere ældre. Tal fra Danmarks Statistik viser, at antallet af danskere over 67 år er steget med 27 pct. fra 2013 til 2023, mens antallet af danskere under 67 i samme periode er steget med blot 2 pct. Andelen af danskere over 80 år forventes at vokse med yderligere 150.000 personer i løbet af de næste ti år svarende til 58 pct. flere end i dag. Gruppen af 65-79-årige forventes at vokse med 58.000 og dermed være 7 pct. større end i dag. Denne udvikling med flere personer over 67 år og særligt over 80 år skaber forventning om en voksende antal brugere af måltider i offentlig foodservice, hvor ældreinstitutioner på sigt vil udgøre en større andel af serverede måltider i foodservicesektoren.

En anden udvikling, der kan skubbe til væksten i foodservice, er det stigende antal husstande med én person. Den 1. januar 2024 var der mere end 1,13 million husstande, hvor der bor én enkelt person, og antallet er støt stigende. I alt udgør denne type husstand 40 pct. af det samlede antal husstande i Danmark, og alene af den grund er det en interessant målgruppe.

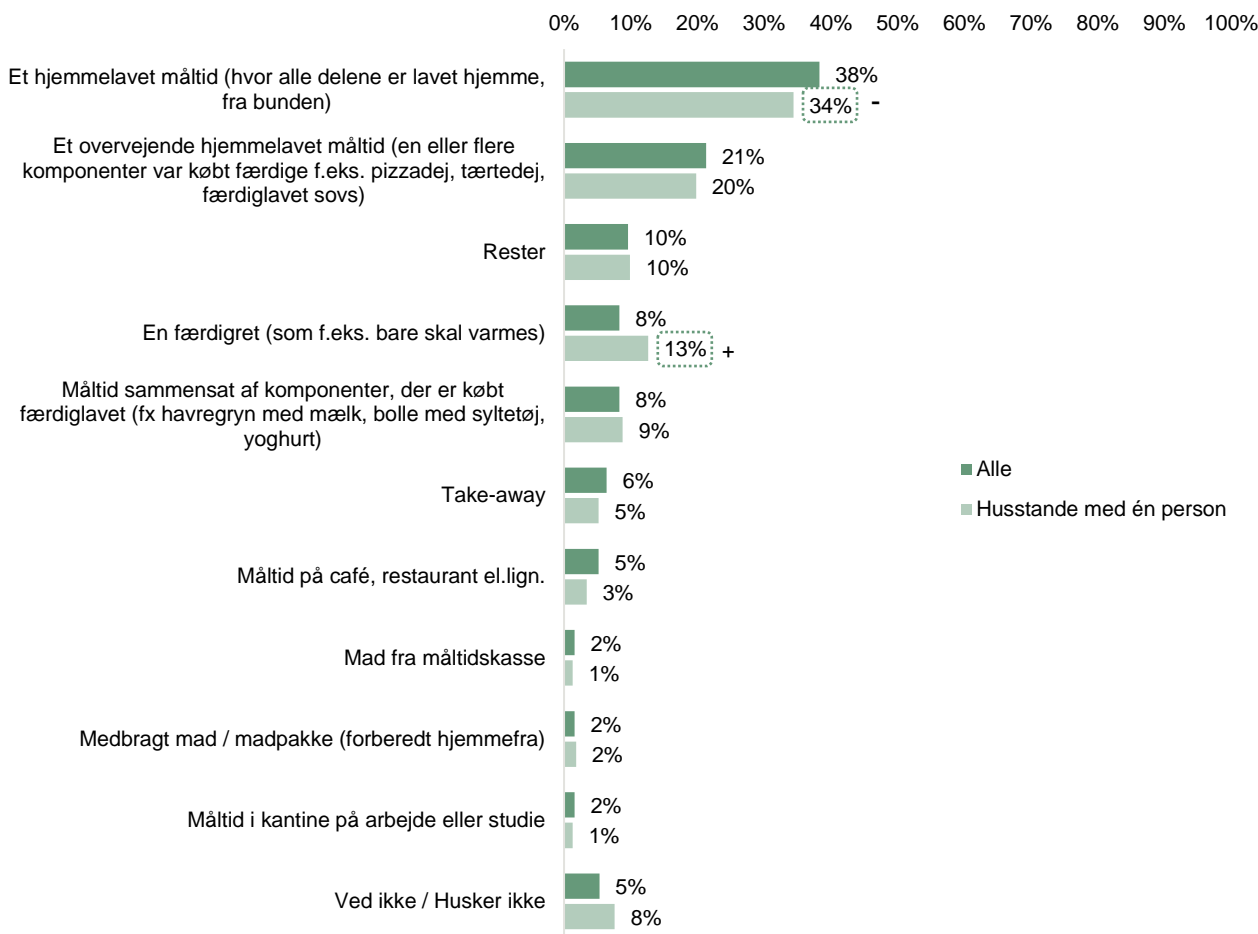
Figur 9: Antal husstand i Danmark med én person, ingen hjemmeboende børn



Kilde: Danmarks Statistik marts 2024, FAM55N

I Landbrug & Fødevarers undersøgelse om aftensmad, beskriver flest danskere deres aftensmad dagen før som et hjemmelavet eller delvist hjemmelavet måltid med brug én eller flere færdiglavede komponenter. Blandt husstande med én person er det imidlertid færre, der beskriver deres aftensmad som 'hjemmelavet', mens der omvendt er flere, der fik en færdigret til aftensmad dagen før. Dette understøtter forventningen om en stigning i efterspørgslen efter færdigretter, i takt med at antallet af husstande med én person stiger.

Figur 10: Hvordan vil du beskrive din aftensmad i går?



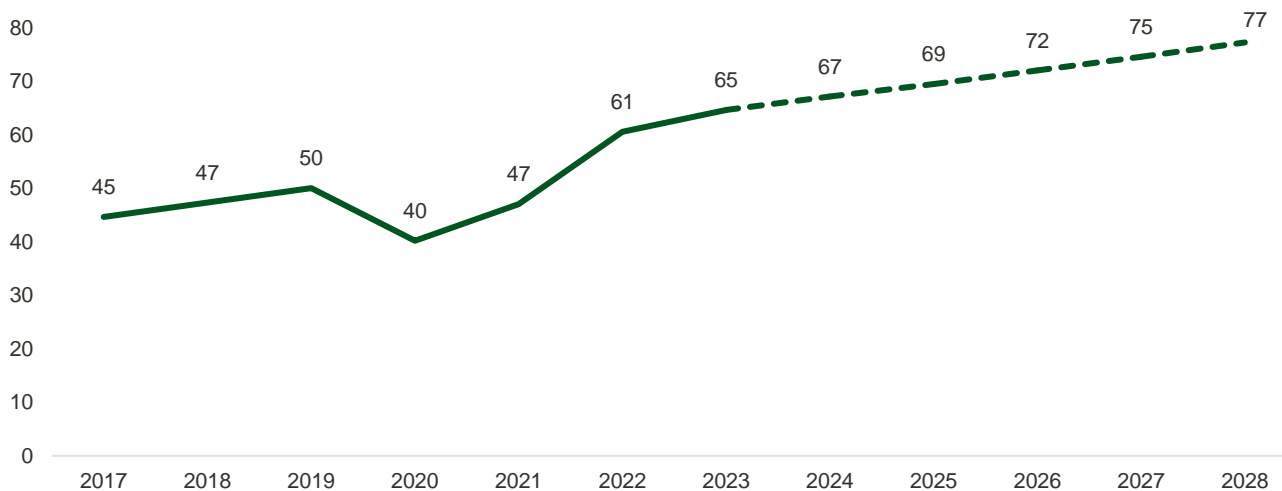
Kilde: Voxmeter for Landbrug & Fødevarer, Q1-Q4 2024 n=3.790 (fik aftensmad), heraf husstande med én person n=1.020. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder region og uddannelse. Mulighed for at vælge flere svar. Firkant markerer en signifikant forskel (95% sandsynlighed).

Euromonitor opjusterer deres forventning til vækst i privat foodservice

Euromonitor International har for nyligt opjusteret deres prognose for den private foodservicesektor i Danmark, så der nu forventes en omsætning på 75 mia. kr. i 2027, hvilket er en opjustering på 5 mia. kr. fra sidste års prognose. De forventer samtidig, at omsætningen vil stige yderligere til 77 mia. kr. i 2028. På trods af forventning om fremtidig vækst i den private foodservicesektor, peger Euromonitor International dog også på, at markedsaktører kan blive udfordret af mangel på arbejdskraft samt høje priser på energi og råvarer. Det kan betyde, at nogle vil have behov for at ty

til andre opskrifter og billigere råvarer, end de plejer at købe, for at få det hele til at løbe rundt og holde priserne på menukortet på et niveau, som gæsterne vil betale.

Figur 11: Euromonitors opgørelse over udviklingen frem til 2023 samt den forventet udvikling frem mod 2028 i markedsstørrelsen af den danske private foodservicesektor. Løbende priser, milliarder DKK.



Kilde: Euromonitor International, Consumer Foodservice in Denmark, historical/forecast of market sizes, current prices, DKK billions. 2017-2023 is calculated figures, whereas numbers from 2024-2028 is a forecast.

Opsummering: Foodservice er et marked med vækst i mange retninger

Foodservicesektoren er kendetegnet med fremgang. Med undtagelse af 2021 og 2022 har alle år siden Danmarks Statistik begyndte på statistikken FIKS88 været kendetegnet med rekordhøj omsætning i den private del af foodservicesektoren i Danmark. 2023 var ingen undtagelse. Med en omsætning på 59,9 mia. kr. overgik 2023 omsætningen i 2019 med 27,7 pct. Fremgangen i 2023 er bredt funderet. I alle de private foodservicebrancher som fx restauranter har der været omsætningsfremgang de seneste år.

Der afsættes flere økologiske mad- og drikkevarer til foodservicesektoren end tidligere. Ser man på de individuelle føde- og drikkevarer til salg i foodservice, så har to ud af tre varetyper vækst i den økologiske andel af salget fra 2022 til 2023. Den offentlige sektor er her vigtig for økologien. 16 pct. af det samlede salg af mad- og drikkevarer til foodservicesektoren går til den offentlige sektor, men kigger vi specifikt på økologisk mad og drikke aftager den offentlige sektor samlet 36 pct. Den private foodservice aftager dog mere økologi end tidligere. Den private foodservicesektor er gået fra at udgøre 57 pct. af det samlede økologiske varesalg i 2017 til at stå for 64 pct. i 2023.

For fødevarevirksomheder er det utroligt spændende, hvad der sker i foodservicesektoren. Der er ikke mange fødevaremarkeder, der kan rapportere om vækst år efter år, ligesom den private del af foodservicemarkedet har gjort. I 2024 ser omsætningen ligeledes lovende ud for det første halvår. Derudover spår Euromonitor International i deres nyeste prognose, at den danske foodservicesektor vil fortsætte med at vokse i de kommende år – og endda mere end forventet, ifølge Euromonitors

prognose fra 2023. Væksten spænder på tværs af den offentlige og private del af foodservice, og væksten breder sig ligeledes ud over konventionelle og økologiske føde- og drikkevarer. Det stigende antal af singlehusstande forventes at betyde en stigende efterspørgsel efter nem mad fra den private foodservicesektor, såsom f.eks. takeaway og færdigretter. Den aldrende befolkning er en anden udvikling, som ventes at påvirke foodservicesektorens omsætning positivt.

Foodservicesektoren er uden tvivl et attraktivt marked for fødevarerproducenter. Og den vigtigste drivkraft for den positive udvikling i foodservicesektoren er nok i virkeligheden også sektorens egen evne til at tilpasse sig og løbende følge med forbrugernes behov og ønsker. Det gælder både i distributionen såvel som i produktudbuddet. Det at have et stort, rigt og varieret udbud af spisesteder, som er gjort meget tilgængelig, betyder at forbrugerne hurtigt og nemt kan købe mad fra foodservicesektoren. f.eks. via online bestillingsplatforme eller via et fintmasket butiksnät. Der er generelt blandt danskerne en øget interesse for at købe og spise måltider, der er tilberedt af madprofessionelle, og her har tidligere undersøgelser fra Landbrug & Fødevarer vist, at forbrugerne oplever, at mange spisesteder i Danmark bidrager med inspiration og god kvalitet.

Kilder til analysen

- Statistikbanken, OEKO77 Salg til foodservice efter varetype, varegruppe og enhed.
- Statistikbanken, OEKO88 Salg til foodservice efter varetype, kunde grupper og enhed
- Statistikbanken, FIKS44 Opgørelse over omsætningen i den private del af foodservicesektoren.
- Statistikbanken, PRIS112, Forbrugerprisindeks (2015 =100)
- Statistikbanken, FRGNSK24, Befolkningens udvikling efter bevægelsesart, alder og tid
- Voxmeter for Landbrug & Fødevarer Q1 2024 til og med Q4 2024 n=4000 danskere 18+, hvoraf 3790 har fået aftensmad dagen før. Undersøgelsen er nationalt repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.
- Euromonitor International, Consumer Foodservice in Denmark 2024
- Landbrug & Fødevarer, Nye Tal: Det offentlige leverer en million måltider om dagen, 29. aug. 2023
- Forsidebilledet er fra Pexels.dk, fotograf Maria Orlova