

Grøn gastronomi med volumen:

Hvad ønsker gæsterne sig, når de spiser ude?

December 2025



FONDEN FOR
PLANTEBASEREDE
FØDEVARER



Hvad ønsker gæsterne sig, når de spiser ude?

Med støtte fra Fonden for Plantebaserede Fødevarer sætter Landbrug & Fødevarer i denne analyse fokus på holdninger og adfærd, når danskere spiser ude på café og restaurant. Analysen baseres på en undersøgelse gennemført af Voxmeter for Landbrug & Fødevarer i maj 2025 blandt 1.818 danskere, der har spist ude inden for de seneste tre måneder. I analysen kaldes disse for 'gæster'. Undersøgelsen er en del af projektet 'Grøn gastronomi med volumen – fokus på HoReCa'.

De vigtigste indsigter er:

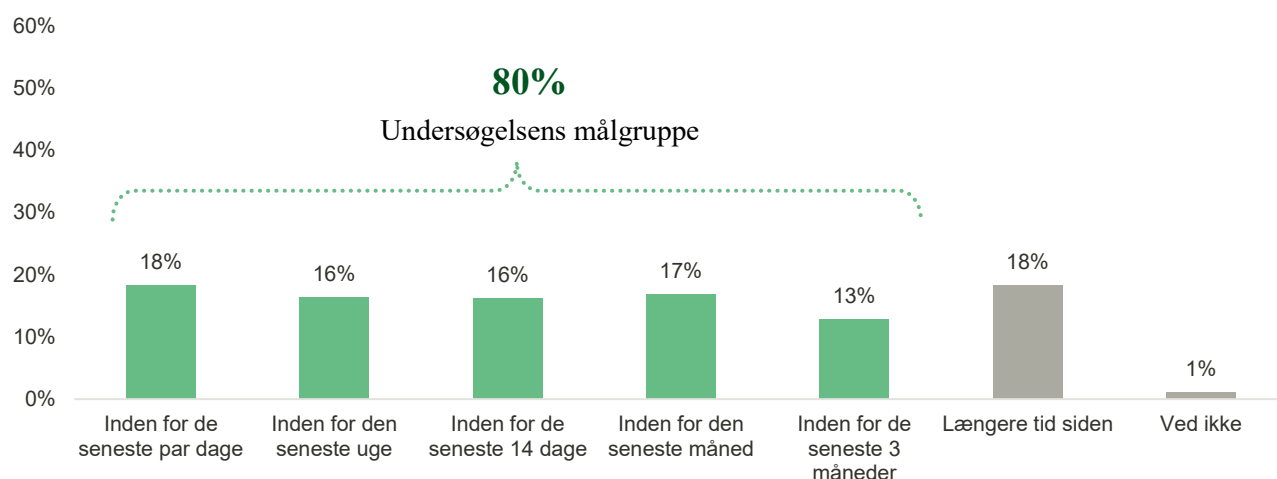
- Udespisning er almindeligt – og ofte spontant: Fire ud af fem danskere har spist ude inden for den seneste måned. Beslutningen om at spise ude tages ofte et par dage forinden, samme dag eller helt spontant. Restaurant eller café med bordservering er det mest almindelige valg, efterfulgt af fastfoodrestauranter.
- Sociale og praktiske motiver dominerer: De hyppigste anledninger til at købe og spise mad ude er at være sammen med familie eller venner – og valget af sted handler ofte om praktiske hensyn som beliggenhed og pris, samt den gode stemning og mæthedsværdi.
- Gæster betragter sig selv som relativt nysgerrige, når de spiser ude. I realiteten var det dog ikke mange gæster, der prøvede meget nyt, den seneste gang, de spiste ude. Det er vanen og ønsket om genkendelighed og tryghed, der styrer valget.
- Grøntsager er med på flere end halvdelen af alle tallerkener. Informationsniveauet om grøntsager er dog lavt: Tre ud af fire gæster fik ingen information om grøntsagerne, der indgik i deres mad, sidste gang de spiste ude. Det viser et uforløst potentiale i at fortælle mere om de grønne råvarer – både når det gælder tilberedningen, smagen, råvarens oprindelse, om det er økologisk og/eller dansk, samt hvem producenter er.
- Gæster ønsker mere kvalitet i udbuddet, flere lokale råvarer, flere grøntsager og flere sunde muligheder på menukortet. Direkte adspurgte tillægges økologi og retter med mange lækre grøntsager dog relativt lav betydning ved valg af spisested, sammenlignet med betydningen af pris og smag.
- Syv ud af ti har i nogen eller høj grad lyst til at købe og spise en ret med god dyrevelfærd eller en ret med mange grøntsager og planter. Det peger på et stort potentiale for flere planterige retter på menukortet, hvor grøntsager og bælgrugter har hovedrollen i retten, og mejeriprodukter, æg og kød spiller en mindre rolle som tilbehør til det grønne.
- Flere barrierer bremser lysten til grønne retter: En del gæster afholder sig fra at vælge retter med mange grøntsager og planter – især fordi de frygter ikke at blive mætte, har svært ved at gennemskue retten eller foretrækker traditionelle kødretter. Skal der flere grønne retter på menukortet, er det derfor vigtigt at skabe tryghed om mæthed og smag. Tydelige beskrivelser af retten er samtidig med til at motivere.

Fire ud af fem danskere har spist ude inden for de seneste tre måneder

Foodservice er et dynamisk marked i vækst. Ifølge Danmarks Statistik har den private del af sektoren - som omfatter restauranter, hoteller, take-away og kantiner på private arbejdspladser - haft vækst i omsætningen fra 2023 til 2024, selv korrigeret for inflation. Særligt restaurantsegmentet aftager en stor del af fødevarerne til privat foodservice, og det er derfor et interessant og attraktivt marked for fødevarerproducenter.

I en ny undersøgelse sætter Landbrug & Fødevarer med støtte fra Fonden for Plantebaserede Fødevarer derfor fokus på gæsternes holdninger og adfærd, når de spiser ude. Hensigten med undersøgelsen er at udforske potentialerne for flere retter med planter og planteråvarer på restauranternes menukort. Da det ikke er alle danskere, der køber og spiser mad uden for hjemmet, starter undersøgelsen med at identificere målgruppen for studiet – nemlig de 80 pct., der har købt og spist mad på stedet inden for de seneste tre måneder.

Figur 1: Hvornår har du sidst spist ude, hvor du købte og spiste maden på stedet (og dermed ikke tog det med som takeaway)?



Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter maj 2025, n=2.256 nationalt repræsentativt på køn, alder, region og uddannelse.

Det er de 80 pct., der går videre til at besvare undersøgelsens spørgsmål. Det betyder derfor, at undersøgelsen ikke er nationalt repræsentativ for alle danskere, men den er nationalt repræsentativ for brugere af spisesteder inden for den private del af foodservicemarkedet. I analysen kalder vi denne gruppe for "gæster".

Vi har i flere undersøgelser set, at danskeres erklærede og faktisk adfærd ikke altid er den samme. Det kan være svært at erkende eller indrømme, især når den faktiske adfærd måske er langt fra ens ønskede adfærd. For at undersøge potentialet for flere planterige måltider på gæsternes tallerken, kan det være vigtigt at forstå forskellen på, hvad gæster *tror* de gør – og så det, de *faktisk* gør. Dette vil kunne skabe indsigter i, hvad der skal til, for at ændre en adfærd og få flere planter ind i danskernes udespisnings-måltider.

For at se, om holdninger og forventninger til udespisnings-situationer også stemmer overens med faktisk adfærd og oplevelser i forbindelse med udespisning, bliver deltagerne delt op i to nationalt repræsentative grupper. Den ene gruppe bliver bedt om at tænke på *en typisk situation*, hvor de går ud og spiser, og svare ud fra dette. Den anden gruppe bliver bedt om at tænke på *den seneste gang*, hvor de spiste ude på restaurant eller café, og svare på, hvad der skete dér. Undersøgelsens spørgsmål er så formuleret efter, om det er *en typisk gang* eller *den seneste gang* med samme svarmuligheder.

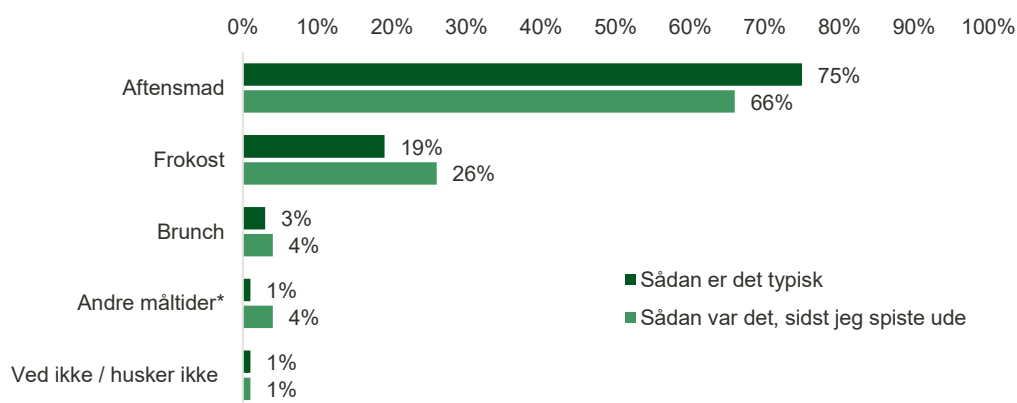
Gæster spiser oftest ude på steder med bordservering

Gæsters egen opfattelse af, hvor det *typisk* er, man spiser mad på stedet, stemmer godt overens med gæsternes *seneste* oplevelse. Det er primært steder med bordservering – om det så er en restaurant, en café, en bar eller et cafeteria, hvor maden købes og spises på stedet. I mange tilfælde har spisestedet på denne måde direkte kontakt med gæster, og har mulighed for at give en personlig og vedkommende oplevelse og måske også anbefalinger til maden.

Anledningen for udespisningen kan være mange forskellige – lige fra aftale med venner, middag med den nærmeste familie, fejring og forretningsmiddage. Dette billede er ens, uanset om man taler om *typiske situationer* eller fortæller om *den seneste gang*, man spiste ude.

Ser vi nærmere på typen af måltid, er aftenmaden den klart mest dominerende. Hele 75 pct. mener, at det *typisk* er et aftenmåltid, de spiser ude, mens 19 pct. mener, at det er frokost. Sammenligner vi dog med gruppen, der skal fortælle om deres *seneste* udespisnings-oplevelse, ser det anderledes ud. Her er det 66 pct., der har fået aftenmad og 26 pct., der har fået frokost. Det fortæller os noget om, at frokostsituationen fylder mere i det faktiske billede, end gæsterne måske selv er klar over. Og at frokostmåltidet derfor kan være et mulighedsrum, der endnu ikke er fuldt realiseret.

Figur 2: Hvilken type måltid er det, når man spiser ude?



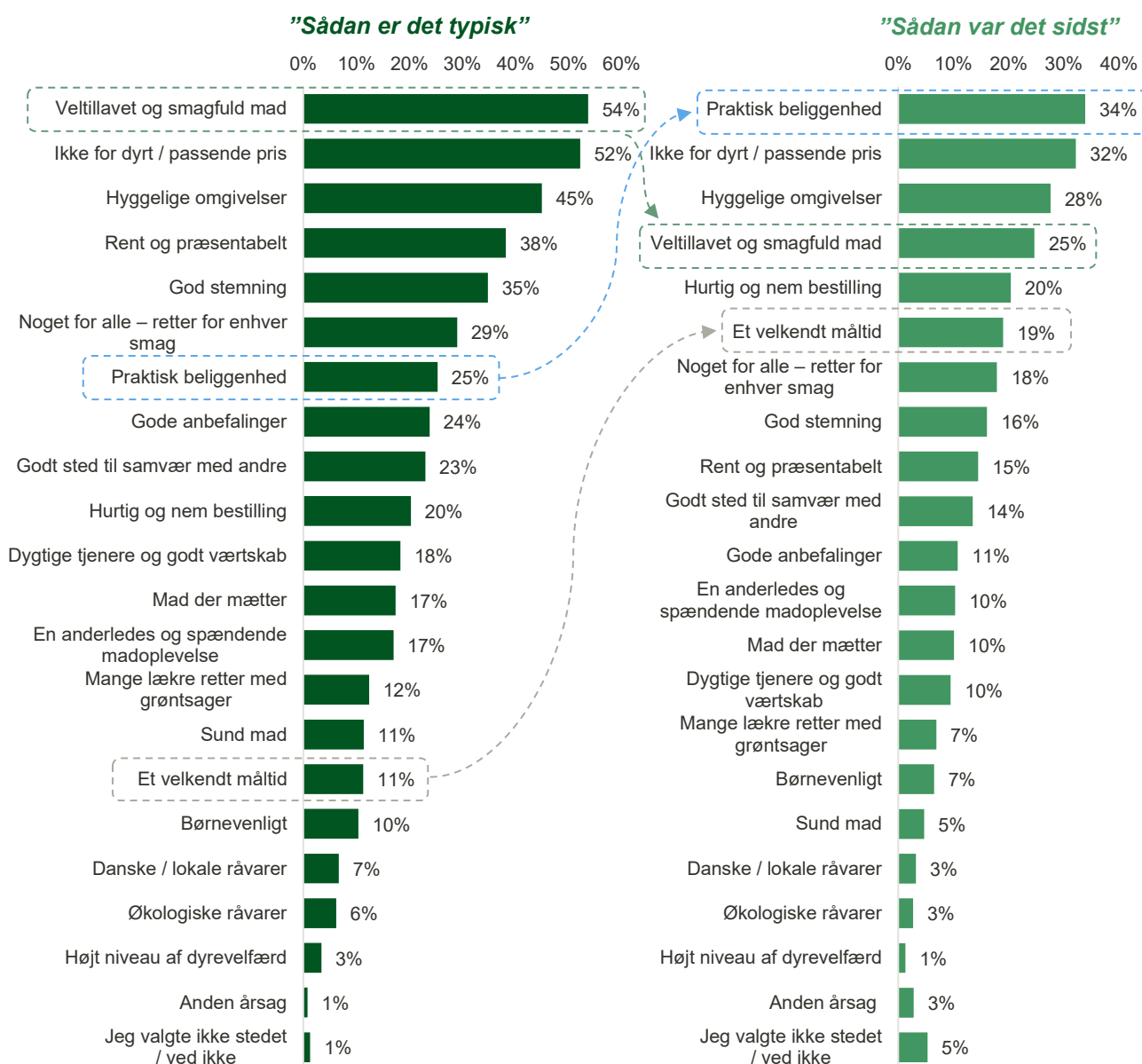
Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter maj 2025, n=1.818, heraf n=898 ("Sådan var det den seneste gang") og n=920 ("Sådan er det typisk"). *Andre måltider er en sammenlægning af 'Eftermiddagssnack', 'Morgenmad', 'Natmad' og 'Andet'.

Det er oftest en ægtefælle, partner eller kæreste, man spiser ude med, efterfulgt af nære venner på andenpladsen, anden familie på tredjepladsen og så børn under 18 år på fjerdepladsen. Denne fordeling er helt ens, uanset om gæsten svarer på en *typisk* gang, hvor man spiser ude på café eller restaurant, eller skal fortælle om *den seneste gang*, de spiste ude.

Smagfuld mad og hyggelige omgivelser fylder mere på listen over 'typiske' grunde til at vælge spisested. Ved seneste oplevelse tog praktikken dog ofte over.

De hyppigste anledninger til at købe og spise mad ude er at være sammen med familie eller venner – og valget af sted handler ofte om praktiske hensyn som beliggenhed og pris, samt den gode stemning og mæthedsværdi. Skal gæsterne tænke på, hvad der *typisk* er vigtigt for dem, når de vælger spisested, fylder hyggen, den gode stemning, smagfuld mad, passende prisleje, rene og pæne omgivelser dog markant mere sammenlignet med de valgkriterier, der fyldte ved *seneste* besøg. Ved *seneste* besøg ligger 'praktisk beliggenhed' nemlig på førstepladsen over valgkriterier, mens 'veltillavet og smagfuld' rykker ned på 4. pladsen. Et andet kriterium, der hopper et stykke op ad listen over prioriteringer er 'et velkendt måltid'.

Figur 3: Hvad er vigtigt for gæsterne, når de vælger spisested?



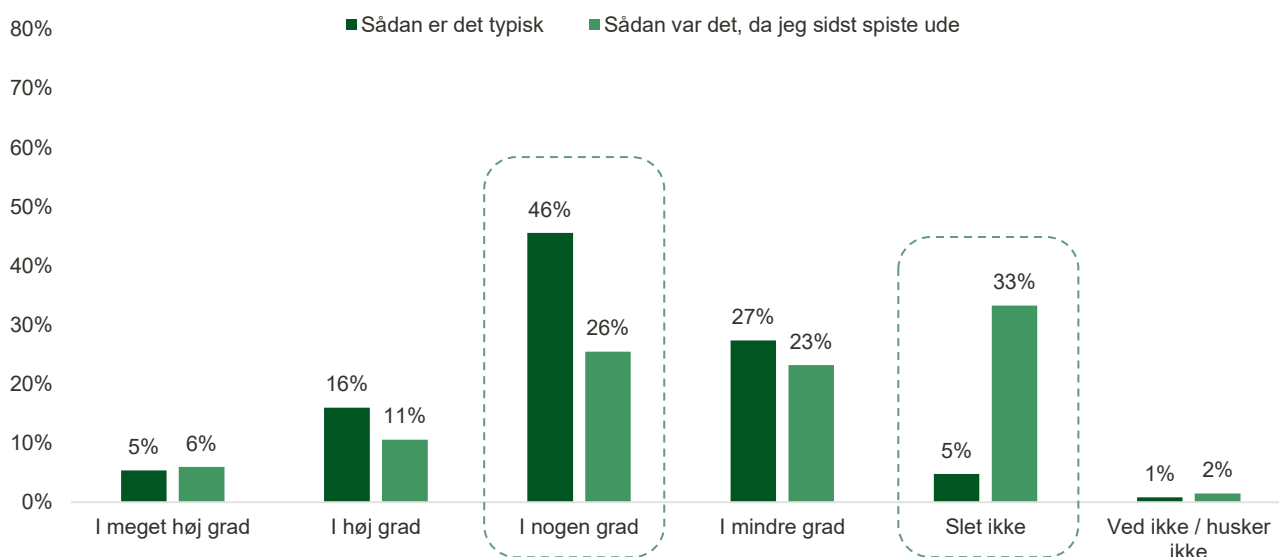
Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter maj 2025, n=1.818, heraf n=898 ("Sådan var det den seneste gang") og n=920 ("Sådan er det typisk").

En del gæster opfatter sig selv som nysgerrige udespisere – men prøver sjældent nyt i praksis

Netop 'et velkendt måltid' er måske vigtigere for gæster, end de selv er klar over. Når gæsterne skal fortælle, om de efter deres egen mening prøver ny mad, når de *typisk* spiser ude, så mener 46 pct., at de 'i nogen grad' prøver noget nyt, mens 21 pct. mener, at de i 'høj' eller 'meget høj' grad prøver ny mad, retter eller ingredienser, som de ikke normalt ville vælge.

Noget anderledes ser det ud blandt de gæster, der fortæller om deres *seneste* udespisningsoplevelse. Her er det blot 26 pct., der fortæller, at de 'i nogen grad' prøvede noget nyt – en forskel på hele 20 procentpoint fra dem, der fortæller om deres *typiske* adfærd, når de spiser ude. Samtidig var det 56 pct., der 'i mindre grad' eller 'slet ikke' prøvede noget nyt – en forskel på 24 procentpoint. Det fortæller os noget om, at gæsterne måske i realiteten er mindre eventyrlystne og nysgerrige, når de vælger mad, end de selv indser (og måske har lyst til at indrømme).

Figur 4. I hvor høj grad prøver gæsterne ny mad, når de spiser ude?



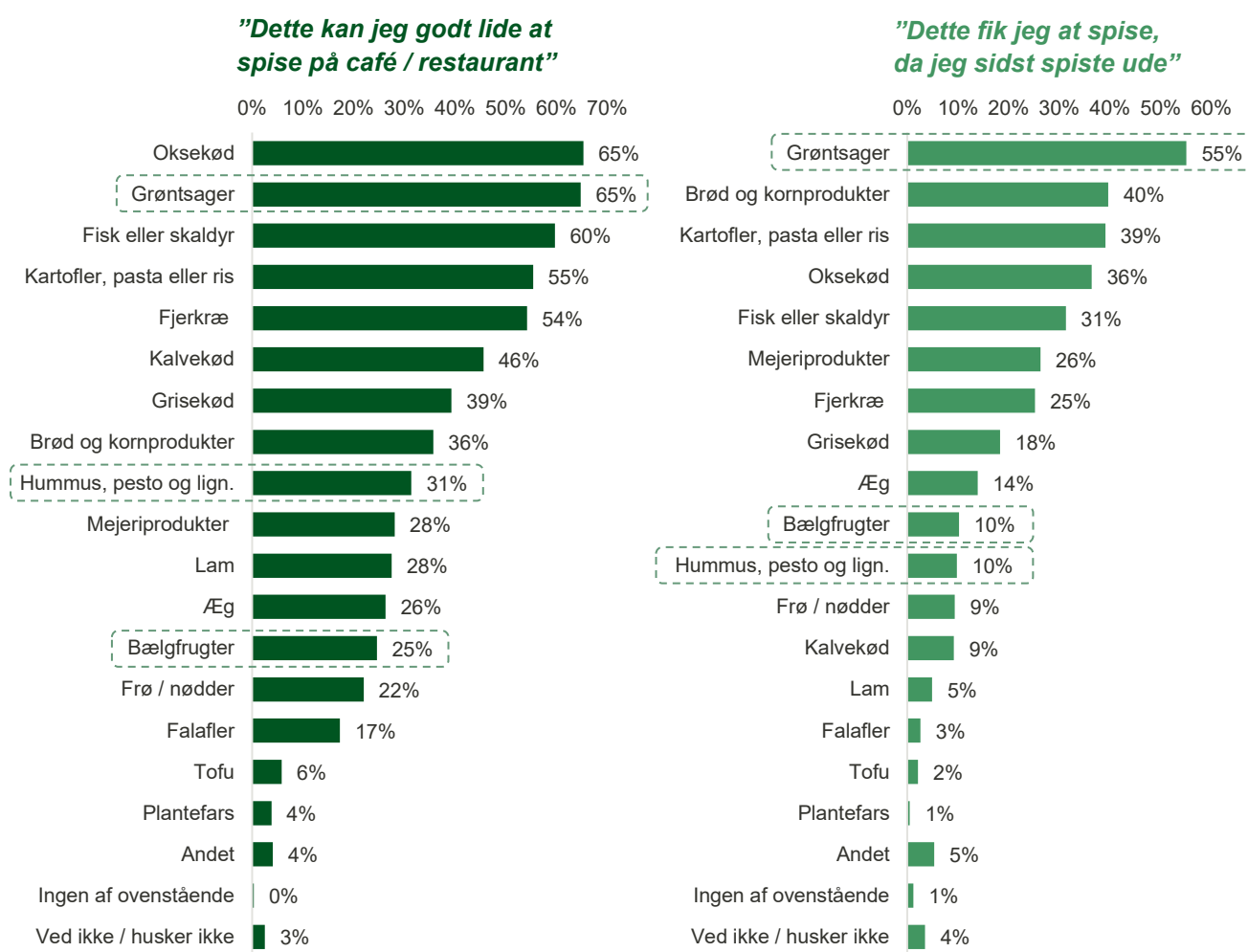
Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter maj 2025, n=1.818, heraf n=898 ("Sådan var det den seneste gang") og n=920 ("Sådan er det typisk"). Spørgsmålet lød "I hvor høj grad vil du mene, at du prøver ny mad, når du/I spiser ude / prøvede ny mad, da du spiste ude sidst? Tænk på, om det er retter eller ingredienser, du normalt ikke vælger".

Vil man som restaurant eller café gerne inspirere gæsterne til at vælge mere grønne og planterige retter, kan det derfor anbefales at holde sig inden for et (for forbrugeren) velkendt univers af råvarer og smage, som mange gæster kender i forvejen – råvarer og smage, som man fx er vokset op med, som er en vigtig del af mange danskeres madkultur og måltidsvaner. Inden for gæstens 'komfortzone' kan man så 'nudge' og inspirere til valg af retter, hvor grøntsager og bælgrugter har hovedrollen, mens kød og andre råvarer af animalsk oprindelse har en mindre rolle som tilbehør til det grønne.

Grøntsager var med i mere end halvdelen af måltiderne, sidst man spiste ude...

Ser vi derefter nærmere på, hvad gæsterne foretrækker at spise, når de spiser ude på restaurant eller café, ligger grønnsager helt i front, både når det gælder præferencer, og hvad man fik at spise, sidst man spiste ude. Det er hele 65 pct., der godt kan lide grønnsager i deres mad, når de spiser ude, hvilket kun overgås på marginalerne af oksekødet, som ligger nr. 1 på listen over dét, som danskerne godt kan lide at spise, når de spiser ude. 31 pct. kan godt lide hummus, pesto og lign., når de spiser ude, mens 25 pct. godt kan lide bælgrugter i deres mad. Ved seneste udespisningsoplevelse fik 55 pct. grønnsager som en del af deres måltid – en klar førsteplads, mens 10 pct. fik bælgrugter og/eller hummus, pesto og lignende.

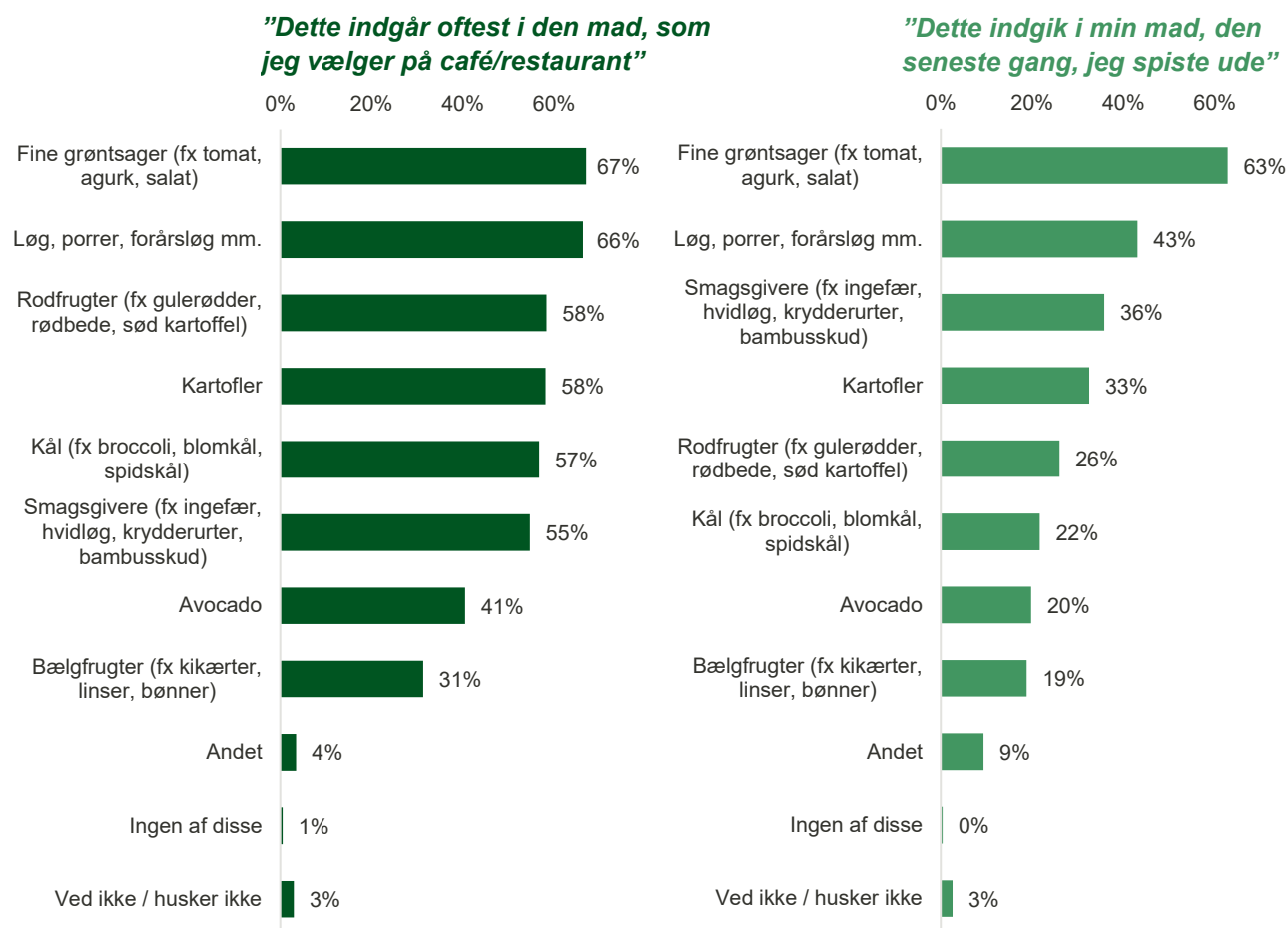
Figur 5: Hvilke typer mad kan gæsterne godt lide, når de spiser ude?



Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter maj 2025, n=1.818, heraf n=898 ("Sådan var det den seneste gang") og n=920 ("Sådan er det typisk").

Ser vi nærmere på typen af grønnsager i gæsternes mad, er de finere grønnsager som salat og agurk højdespringerne – igen både når det gælder dét, der *typisk* er en del af maden og dét, der var med i måltidet ved *seneste* oplevelse.

Figur 6: Hvilke typer grøntsager og bælgrugter indgår i den mad, som gæsterne vælger?



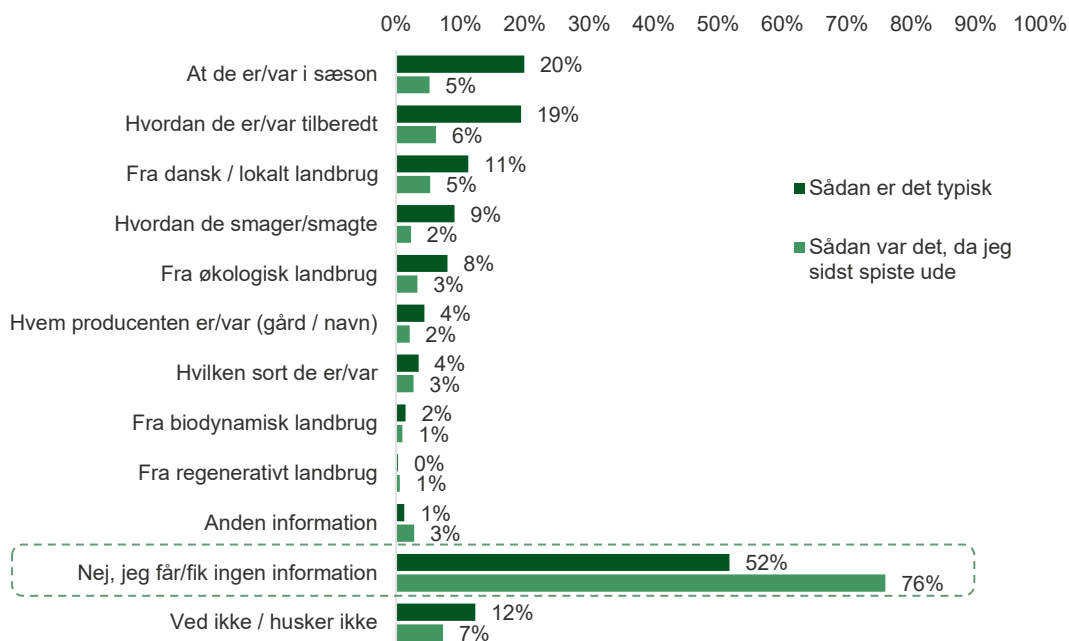
Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter maj 2025, n=1.818, heraf n=898 ("Sådan var det den seneste gang") og n=920 ("Sådan er det typisk").

...men tre ud af fire gæster fik ingen information om de planteråvarer, der indgik i maden den seneste gang, de spiste ude

Hver tredje blandt gæsterne mener, at de *typisk* får en form op oplysning eller information om de grøntsager og bælgrugter, der indgår i deres mad. Heraf mener 20 pct. af gæsterne, at de får oplysninger om, at grøntsagen er i sæson, 19 pct. mener, at de får oplysninger om, hvordan grøntsager eller bælgrugter er tilberedt, mens 11 pct. mener, at de får informationer om, at det er fra et dansk eller et lokalt landbrug. 52 pct. mener omvendt, at de *typisk* ikke får nogen information om grøntsager og bælgrugter, når de spiser ude.

Ser vi i stedet på de gæster, der skal tænke tilbage på den *seneste* gang, hvor de spiste ude, så er det hele 76 pct. – dvs. tre ud af fire gæster – der ved seneste besøg på café, restaurant eller lignende ikke fik nogen informationer om de grøntsager og bælgrugter, der indgik i maden. 17 pct. af gæsterne mener omvendt, at de ved seneste udespisnings-oplevelse fik en form for information – fx husker 6 pct., at det blev oplyst, hvordan råvarerne var tilberedt og 5 pct. husker oplysninger om, at det var i sæson.

Figur 7. Får gæsterne nogen information om de grøntsager og bælgrugter, der indgår i maden?

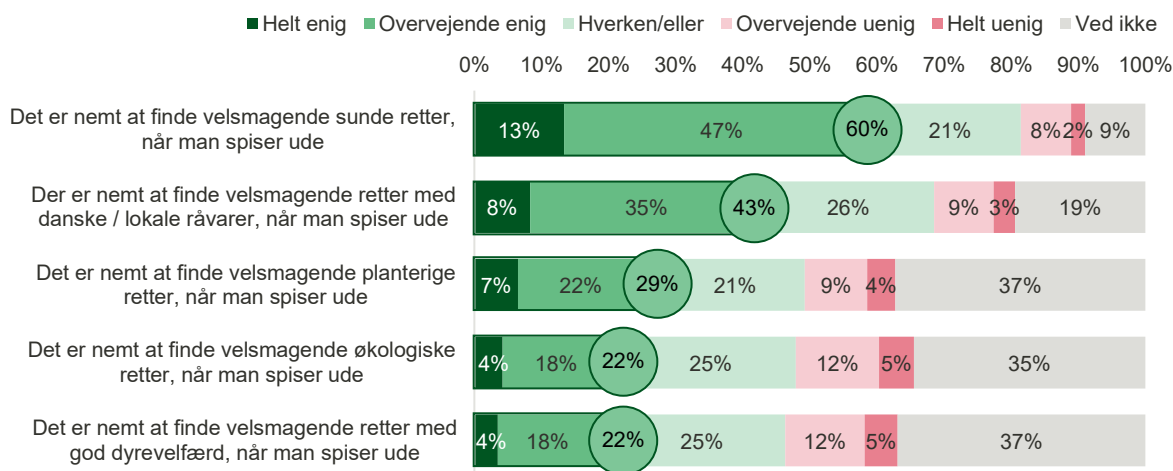


Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter maj 2025, n=1.818, heraf n=898 ("Sådan var det den seneste gang") og n=920 ("Sådan er det typisk").

Kun 29 pct. synes, det er nemt at finde velsmagende planterige retter, når man spiser ude

Undersøgelsen fortsætter herefter med at spørge gæsterne om forskellige holdninger til det at spise ude. Seks ud af ti gæster mener, at det er nemt at finde velsmagende sunde retter, når man spiser ude, mens 43 pct. mener, at det er nemt at finde velsmagende retter med danske råvarer.

Figur 8. Spg: Hvor enig er du i følgende udsagn om spisesteder – fx caféer og restauranter? Tænk på det udbud, der findes dér, hvor du færdes.



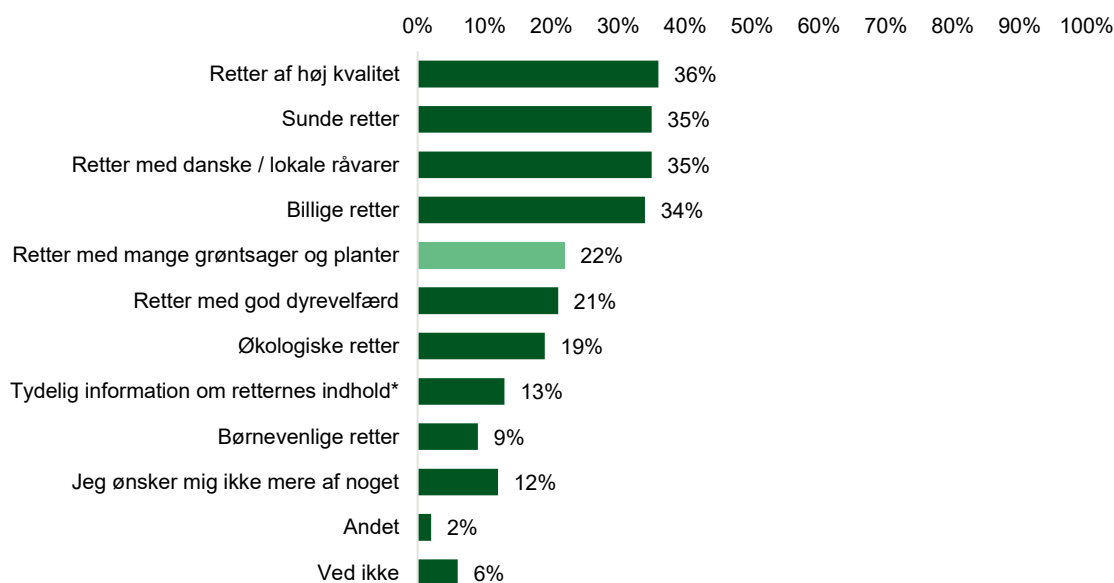
Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter maj 2025, n=1.818 (har spist ude inden for de seneste tre måneder). De fem forskellige udsagn vises til randomiseret rækkefølge med fikseret rækkefølge på svarmulighederne.

Bemærk her, at det til sammenligning er blot 29 pct. blandt gæsterne, der mener, at det er nemt at finde velmagende planterige retter, når man spiser ude, mens 13 pct. er uenige og hele 37 pct. svarer 'ved ikke'. Det peger på, at mange gæster slet ikke kender til udbuddet af retter med grøntsager og bælgfrugter i hovedrollen hos restauranter og caféer, og at der måske kunne blive sat mere fokus på dette på restauranterns menukort.

Der er – nok ikke så overraskende – sammenhæng mellem størrelse på byen, man er bosat i, og så hvorvidt man mener, at det er nemt eller ej at finde velmagende retter med mange grøntsager og planter. For gæster bosat i Hovedstaden, mener 38 pct. nemlig, at det er nemt at finde, ligeledes er det 36 pct. blandt gæster bosat i byer på mere end 100.000 indbyggere. Det omvendte gælder for gæster bosat i byer med under 10.000 personer. Her er det 22-23 pct., der mener at det er nemt at finde velmagende retter med mange grøntsager og planter.

Til spørgsmålet om, hvad man kunne tænke sig mere af, når det gælder udbuddet på diverse spisesteder dér, hvor man færdes, ønsker hver tredje gæst sig flere retter af høj kvalitet, flere sunde retter, flere retter med danske/lokale råvarer og flere billige retter. På femtepladsen finder vi 22 pct., der ønsker sig flere retter med grøntsager og planter og 21 pct., der ønsker sig flere retter med god dyrevelfærd.

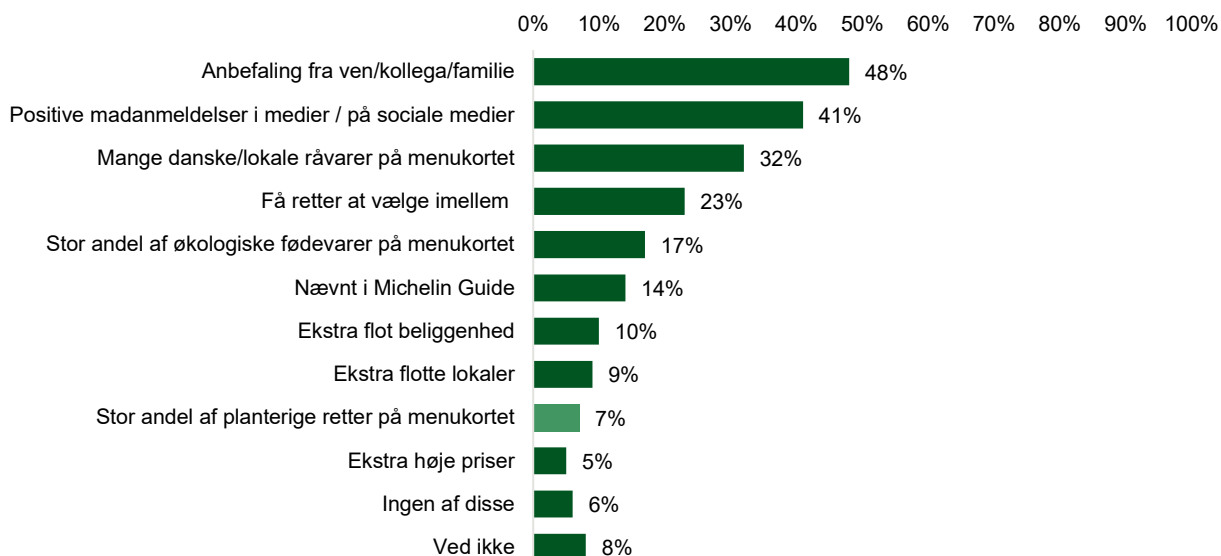
Figur 9. Spg: Hvad kunne du ønske dig mere af, når det gælder udbuddet på diverse spisesteder – fx caféer og restauranter - dér, hvor du færdes? Du kan vælge flere svar



Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter maj 2025, n=1.818 (har spist ude inden for de seneste tre måneder).
*svaremuligheden "Tydelig information om retternes indhold" blev efterfulgt af "fx næringsindhold og allergener" i parentes.

Med til historien hører dog samtidig, at det ikke er restaurantens særlige fokus på retter med mange grøntsager og planter, der driver gæsternes opfattelse af stedets kvalitet. Det er i stedet anbefalinger fra andre, positive madanmeldelser og, på tredjepladsen, at der er mange danske/lokale råvarer på menukortet, som ifølge gæsterne er med til at signalere, at et spisested har høj kvalitet. Skal der flere planterige måltider på gæsternes tallerkener, kan det derfor være en idé at koble til anbefalinger og ambassadører for restauranten samt at have et øget fokus på lokale og danske råvarer i retter med mange grøntsager og planter.

Figur 10. Hvad signalerer mest, efter din mening, at et spisested (fx café eller restaurant) har høj kvalitet?

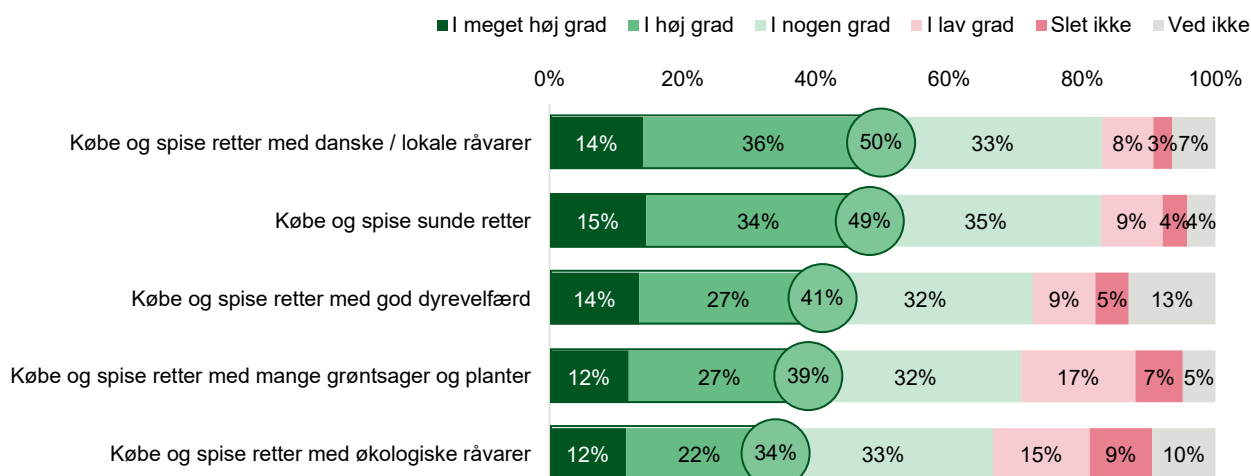


Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter maj 2025, n=1.818 (har spist ude inden for de seneste tre måneder).

Knap fire ud af ti vil gerne købe og spise retter med mange grøntsager og planter

Halvdelen af alle gæster vil i 'høj' eller 'meget høj grad' gerne købe og spise retter med danske råvarer og/eller sunde retter. Dette efterfølges af 41 pct., der i 'høj' eller 'meget høj grad' har lyst til at købe og spise en ret med god dyrevelfærd, og 39 pct., der i 'høj' eller 'meget høj grad' har lyst til at købe og spise en ret med mange grøntsager og planter. Det peger det på et potentiale for flere planterige retter på menukortet, hvor grøntsager og bælgrugter har hovedrollen i retten, og mejeriprodukter, æg og kød spiller en mindre rolle som tilbehør til det grønne.

Fig. 11. Spg: I hvor høj grad har du lyst til at gøre følgende, når du spiser ude på café eller restaurant? Tænk på, hvad du gerne vil – ikke nødvendigvis, hvad du gør i dag:



Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter maj 2025, n=1.818 (har spist ude inden for de seneste tre måneder). De fem forskellige handlinger vises til randomiseret rækkefølge med fikseret rækkefølge på svarmulighederne.

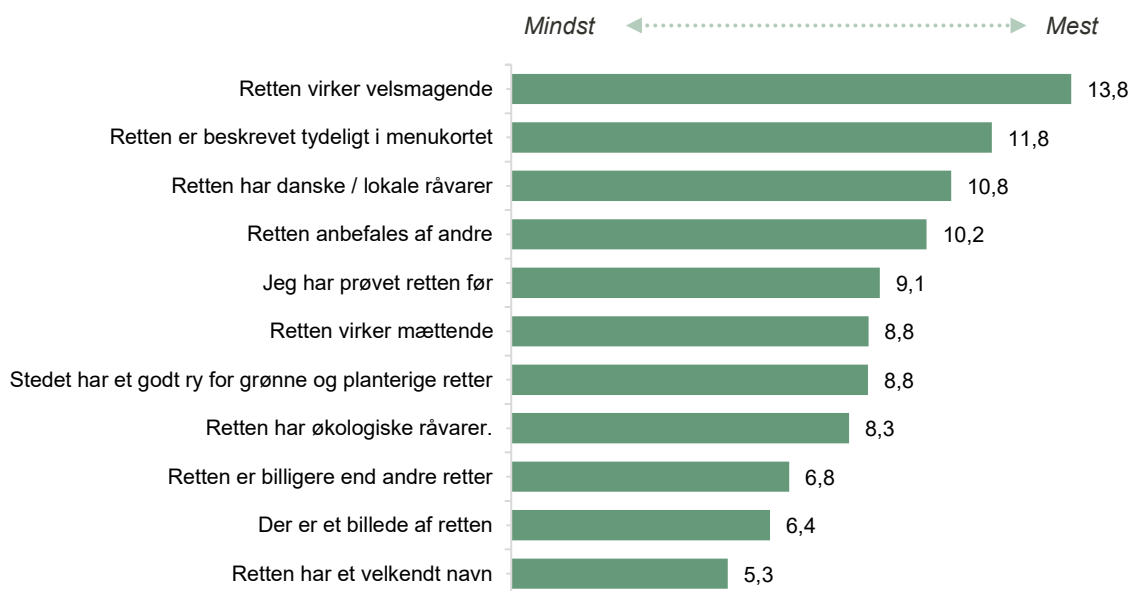
Velsmag, tydelige beskrivelser af retten, og danske råvarer kan være med til at motivere gæsten til at vælge en ret med mange grøntsager og planter

Gæster, der har udtrykt interesse for at spise retter med flere grøntsager og planter, bliver herefter spurgt ind til, hvad der så kan motivere dem til netop at vælge sådan en ret på menukortet, når de spiser ude. For at finde frem til, hvilke kriterier, som især kan motivere gæsten, og hvordan disse kriterier prioriteres indbyrdes, er der her anvendt en MaxDiff analyse (se sidste side for beskrivelse af metoden).

I undersøgelsen bliver gæsterne stillet overfor forskellige faktorer, der kan motivere og inspirere til at vælge en grøn ret på menuen. Hver faktor bliver præsenteret for gæsten i forskellige kombinationer sammen med andre faktorer. Her bliver gæsten for hver kombination bedt om at vælge det, der kan motivere dem *mest* og *mindst* til at vælge en ret med mange grøntsager og planter. Dette gentages mange gange med forskellige kombinationer af faktorer for at kunne udlede hver persons præferencer og se de forskellige valgkriteriers indbyrdes styrkeforhold.

Resultatet er en vægtet prioritering, hvor høje scorer indikerer stor relativ betydning – og lave scorer det modsatte. På førstepladsen finder vi her 'retten virker velsmagende', efterfulgt af 'retten er beskrevet tydeligt i menukortet' på andenpladsen og 'retten har danske/lokale råvarer' på tredjepladsen. I modsatte ende – det som for det flestes vedkommende har mindre eller slet ingen betydning – finder vi 'retten har et velkendt navn', at 'der er et billede af retten', samt 'retten er billigere end andre retter'.

Figur 11. Spg: Når du køber og spiser mad på stedet, hvilken af nedenstående ville så gøre dig mest og mindst tilbøjelig til at vælge en ret med mange grøntsager og planter?



Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter maj 2025, n=1.600 (har i minimum lav grad lyst til at købe og spise en ret med mange grøntsager og planter). MaxDiff-scoren beregnes ud fra et pointsystem, hvor hver respondent har 100 point, som fordeles på tværs af parametrene afhængigt af, hvor vigtige de er vurderet.

Et nærmere kig i gæsternes prioriteringer afslører, at der ikke er meget polarisering i gæsternes prioriteringer. Det virker til, at det konsekvent er de samme ting, som de fleste gæster betragter som noget, der kan motivere dem til at vælge en ret med mange grøntsager. Og at det for manges vedkommende er de samme faktorer, som omvendt motiverer mindst. Det er med til at tegne et tydeligt billede af, at velsmag, tydelige beskrivelser af retten, danske råvarer og anbefalinger fra andre kan være med til at motivere gæsterne til at vælge de grønne og planterige retter til, samt at aspekter som en billigere pris, billeder af retten, samt at retten har et velkendt navn, omvendt ikke driver interessen.

Tvivl om smagen og manglende tydelighed kan omvendt afholde gæster fra at bestille en ret med mange grøntsager og planter

For hver femte gæst er der ikke noget, der kan afholde dem fra at vælge en ret på menukortet med mange grøntsager og planter. For resten af gæsterne er billedet dog et andet. En forståelse af disse barrierer kan være med til at finde frem til, hvordan potentialet for flere planterige retter kan realiseres. Først og fremmest er det tre ud af ti, der svarer, at de foretrækker traditionelle retter, hvor kød har hovedrollen. Denne barriere er svær at gøre noget ved. På anden- og tredjepladsen finder vi manglende gennemskuelighed og tvivl om smagen, hvilket er de samme, som i omvendt fortegn ligger øverst blandt motiver (jf. figur 11). Det peger på, at tydelige og appellerende beskrivelser om smag og tilberedning, vil kunne løfte lysten til at prøve de grønne retter og konvertere de gode intentioner til handling.

Figur 13. Spg: Hvilke af de følgende årsager kan afholde dig fra at bestille en ret med mange grøntsager og planter? Du kan vælge flere svar



Kilde: Landbrug & Fødevarer baseret på data fra Voxmeter maj 2025, n=1.818 (har spist ude inden for de seneste tre måneder). Mulighed for flere svar med randomiseret rækkefølge på svarmuligheder (undtagen "Der er ikke noget, der kan afholde mig fra det" og "Ved ikke", der har været placeret nederst i hver visning).

Opsummering og konklusion

Samlet viser undersøgelsen, at otte ud af ti danskere har spist ude inden for de seneste tre måneder, og det er de sociale og praktiske motiver, der dominerer, når man vælger spisested. Selv om man forestiller sig at vælge sted ud fra hygge, oplevet værtskab og kvalitet, sker valget i realiteten nemlig ud fra praktiske hensyn som beliggenhed og pris, samt vurdering af stemning og mæthedsværdi.

Der er et ønske blandt gæsterne om retter af højere kvalitet, flere lokale råvarer, flere grøntsager og flere sunde retter. Knap fire ud af ti gæster vil gerne købe og spise flere retter med mange grøntsager og planter. Det peger på et potentiale for flere grønne retter, når danskerne spiser ude. Det er især tryghed om velsmag, tydelige beskrivelser af retten og at den er med danske råvarer, der kan inspirere og motivere gæster til grønne retter.

Det hører dog med til historien, at gæsterne *forestiller* sig at være mere eventyrlystne mht. valg af ret, end hvad der reelt skete, sidst de spiste ude. I teorien er en del gæster villige til at prøve nye ting, og få en anderledes oplevelse. I realiteten var det dog ganske få, der sidste gang 'satsede' og prøvede mad, de ellers ikke ville vælge. Det fortæller os noget om, at selv om lysten og viljen er der, så kan det reelt være svært at foretage valget, hvis man er i tvivl om, om det bliver en god, smagfuld og mættende oplevelse.

Det er vigtigt at inspirere. Men for at realisere potentialet for grønne og planterige retter, opskalere volumen af planteråvarer og stadig have en sund økonomi i restauranten, så skal man huske at holde sig i nærheden af gæsters 'komfortzone'. Lysten til at spise grønt og planterigt kan blive bremsset af en frygt for, at det ikke smager godt, at man ikke bliver mæt, og at man har svært ved at gennemskue retten. Tvivlen fører til, at man gør, som man plejer, trods intentioner om det modsatte. Derfor kan tydelige, appellerende beskrivelser og tryghed om den gode smag (og mæthed) være stærke drivers for flere planterige retter på gæsternes tallerkener. Noget, som fire ud af ti gæster gerne vil have mere af, når de spiser ude på restaurant eller café.

Om analysen

Undersøgelsen er finansieret med midler fra Fonden for Plantebaserede Fødevarer og er en del af projektet 'Grøn Gastronomi med Volumen – fokus på HoReCa'. Undersøgelsen er gennemført som en webbaseret spørgeskemaundersøgelse i maj 2025 på Voxmeters panel. I alt 2.256 danskere har deltaget, hvoraf 1.818 (=80 pct.) har spist ude inden for de seneste 3 måneder. Disse danskere er målgruppen for undersøgelsen og kaldes i analysen for 'gæster'.

Deltagerne er først delt randomiseret i to nationalt repræsentative grupper: **898** har herefter svaret på spørgsmål om deres *seneste* oplevelse med udespisning, mens **920** deltagere har svaret på spørgsmål om, hvad de *typisk* gør, når de spiser ude. Formålet med denne opdeling har været at se, om der er overensstemmelse mellem holdninger/ forventninger og faktiske handlinger/ oplevelser, når man spiser ude.

Til slut har alle deltagere besvaret nogle generelle spørgsmål om udespisning, deres ønsker til udbuddet, samt hvad der kan inspirere dem til at vælge en ret på menukortet med mange grøntsager og planter. Til sidstnævnte er der anvendt en Maximum Difference Scaling-prioriteringsøvelse (MaxDiff), hvor deltagere har taget stilling til en række faktorer, der alle kan have indflydelse på

deres valg. Kun deltagere, der ikke tidligere har afvist at vælge en ret med mange grøntsager og planter har deltaget i denne prioriteringsøvelse. De gæster, der har svaret, at de 'slet ikke' har lyst til at spise sådan en ret, eller har svaret 'ved ikke' springer denne prioriteringsøvelse over. I alt har 1600 deltaget i prioriteringsøvelsen.

I øvelsen præsenteres deltageren gang på gang for grupper af faktorer, der er forskelligt sammensat. Hver faktor bliver således præsenteret flere gange for deltageren, men hver gang i en ny kontekst af andre faktorer. Deltageren skal ved hver visning udvælge, hvilken faktor i gruppen, der kan inspirere *mest* og hvilken, der omvendt kan inspirere *mindst*. Resultatet er en præferenceskala, hvor alle de faktorer, der kan inspirere mest til at gæsten vælger en grøn og planterig ret på menukortet, er placeret i forhold til graden af, hvor meget respondenterne vurderer netop denne faktor i forhold til andre faktorer. Derfor skal resultaterne af en MaxDiff fortolkes relativt i forhold til de øvrige faktorer – en anderledes liste med faktorer kan give et andet resultat.

Billedet på forsiden er fra pexels.com, fotograf Chen Walrus.