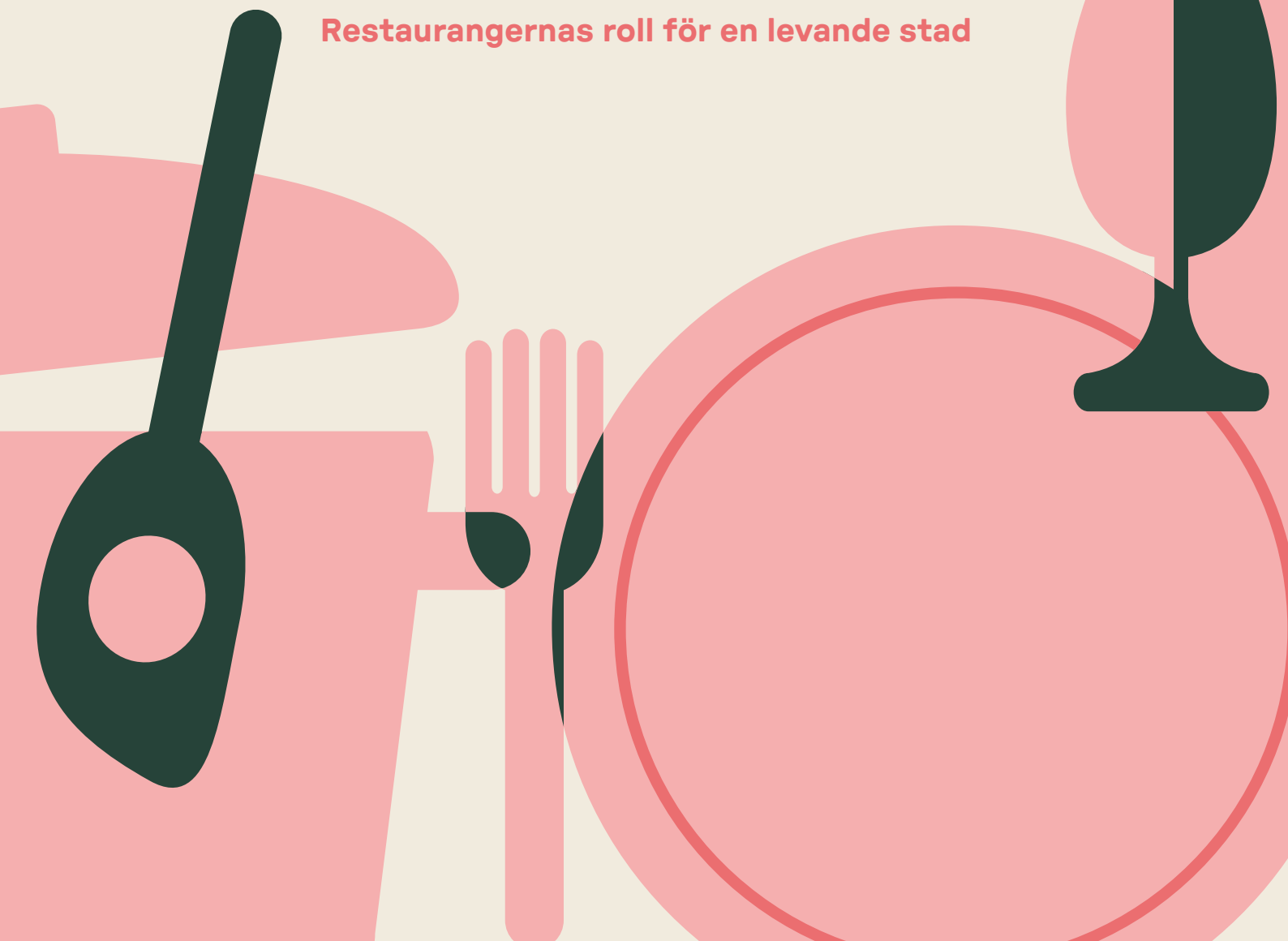


Restaurangbarometern 2026:

KROGEN ÄR MER ÄN EN KROG

Restaurangernas roll för en levande stad



MENY

4

Förrätt

En bransch som bär mer än
sina egna resultat

6

Svenskarnas syn på restauranger

Vad säger siffrorna?

8

Restaurangbranschen

En integrationsmotor och
hjärtat i lokalsamhället

9

Livsmedelsstrategin 2025

När politiska mål möter
branschens verklighet

10

Nuläget

Pressade marginaler och
skiftet i hur vi äter

11

Vad säger restaurangägarna?

12

Efterrätt

Vägen vidare

Restaurangbarometern är Martin & Servera-gruppens årliga undersökning för att ta tempen på branschen. Undersökningen har genomförts av Norstat med 1 000 svaranden i åldrarna 18+.

Förord - En bransch som bär mer än sina egna resultat.

Sverige har en stark, levande krogkultur och att mötas runt en måltid är en viktig del av människors vardag – men förutsättningarna för restaurangbranschen förändras snabbt. Under de senaste åren har branschen präglats av en kombination av ökade kostnader, förändrade konsumtionsmönster och strukturella skiften i hur människor arbetar, lever och äter. Samtidigt har förväntningarna på hållbarhet, service och kvalitet aldrig varit högre.

På Martin & Servera-gruppen möter vi dessa förändringar varje dag i våra kunders verksamheter. Vi ser både utmaningarna och möjligheterna. Vi ser en bransch som kämpar – men också en bransch med framtidstro som fortsätter att anpassa sig, utvecklas och investera i framtiden.

Med den här rapporten vill vi bidra med en nulägesbild. Vår ambition är att visa vad svenska folket tycker om restaurangbranschen och hur den hänger ihop med större samhällsfrågor: svensk livsmedelsproduktion, integration, jobb för unga,

hållbar utveckling och levande stadsmiljöer. Och att samverkan mellan näringsliv, politik och branschaktörer är avgörande för att restauranger och caféer skall kunna fortsätta vara en viktig del i våra stadsmiljöer

I rapporten lyfter vi fram röster och erfarenheter från några av våra kunder. De beskriver den vilja, kreativitet och framtidstro som driver branschen framåt. Det hjälper oss att utvecklas och att förstå vad som verkligen spelar roll. Vår förhoppning är att rapporten ska vara ett stöd. Inte bara genom att beskriva nuläget, utan också genom att öppna upp för samtal, reflektion och kloka beslut framåt. Ju mer vi lär av varandra, desto mer kan vi åstadkomma tillsammans.

Avslutningsvis vill vi rikta ett stort **TACK** till alla som har medverkat med sina perspektiv. Tillsammans fortsätter vi att bygga en stark och hållbar framtid för hela branschen.

Liv Forhaug

vd och koncernchef
Martin & Servera-gruppen



Vi ser en bransch som
kämpar – men också en bransch som
fortsätter att anpassa sig, utvecklas
och investera i framtiden.

Restaurangerna - en viktig del av svenskarnas vardag

Martin & Servera-gruppens undersökning visar att restauranger har ett starkt symboliskt och socialt värde för svenskarna.

Sex av tio svenskar anser att restauranger och caféer är avgörande för att skapa liv och rörelse i stads kärnor och lokalsamhällen. Det understryker restaurangernas roll som social infrastruktur – inte enbart som kommersiella verksamheter.

Samtidigt uppger **sex av tio** att de har blivit mer prismedvetna vid restaurangbesök det senaste året. Ekonomin styr beteendet tidigare och **fyra av tio** svarar att de gärna skulle äta ute oftare om den egna ekonomin tillät det, vilket pekar på en underliggande efterfrågan som bromsas av hushållens köpkraft.

När svenskar väl väljer att gå ut räcker det inte att maten är bra. Nästan **sju av tio** uppger att upplevelsen, bemötandet och atmosfären är lika viktiga som det som ligger på tallriken. Samtidigt säger **fyra av tio** att de prioriterar högre kvalitet på maten när de äter ute.

Synen på hållbarhet är hos gästerna delad. Drygt **hälften** av svenskarna uppger att hållbarhetsarbete hos restauranger är viktigt. För branschen innebär det att hållbarhetsarbetet behöver prioriteras men behöver kombineras med god mat, prisvärde och drift för att vara långsiktigt hållbart.



Det har en otroligt stor betydelse för platsen vilka restauranger som finns där och jag tror att betydelsen av restauranger kommer att bli ännu mer påtaglig i framtiden. Numera har nästan varenda stadsdel här en bra kvarterskrog, så var det inte för tio år sedan.

Peter Stenmark, Köksbaren, Umeå

Restaurangbranschen - hjärtat i lokalsamhället

Restauranger har blivit mer än platser där mat serveras. De är sociala mötesplatser, starka arbetsgivare och driver lokal utveckling. Branschen sysselsätter många unga människor och fungerar ofta som första steget in på arbetsmarknaden. Den bidrar till integration och regional attraktionskraft.

På en marknad som på många håll i landet präglas av utmanande förutsättningar där restaurangerna får det allt tuffare att bedriva sin verksamhet påverkas mer än den egna verksamheten.

Viktiga arbetstillfällen för unga försvinner, liksom orters besöksnäring, konkurrenskraft och mötesplatser. I ett land med stor andel ensamhushåll visar våra siffror att **62 %** av svenskarna besöker restauranger och caféer regelbundet, ofta för att umgås. Detta skapar starka band till en särskild krog eller ett café och **sex av tio** har känt av saknaden när ett favoritställe har stängt.

Vardagen som restaurangägare och småföretagare idag är tuff. Politiker och fastighetsägare behöver göra vad de kan

för att underlätta att dessa verksamheter blomstrar och lever i lokalsamhället. Om vi vill ha en levande stad behöver vi gemensamt verka för att restauranger och caféer får bästa möjliga förutsättningar att driva och utveckla sin verksamhet.

Effekterna av att restauranger tvingas stänga syns i stadskärnor som tappar puls. Vår rapport visar att **52 %** av svenskarna anser att området blir tråkigt, och nästan en tredjedel upplever både tomhet och att trivseln minskar. Restaurangernas existens är avgörande för att hålla lokalsamhällen av alla storlekar levande och dynamiska.



Krogens roll i ett levande område är central!
Många drömmer om att ha en favoritkrog
i sin absoluta närhet.

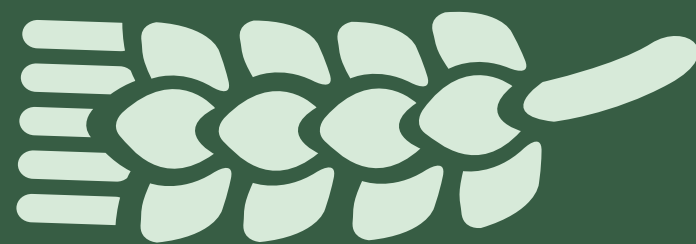
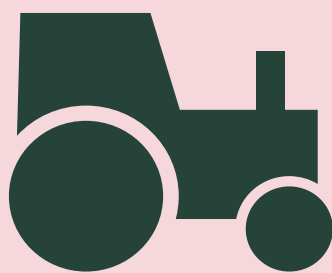
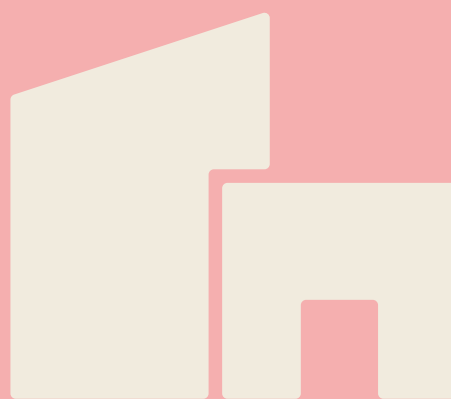
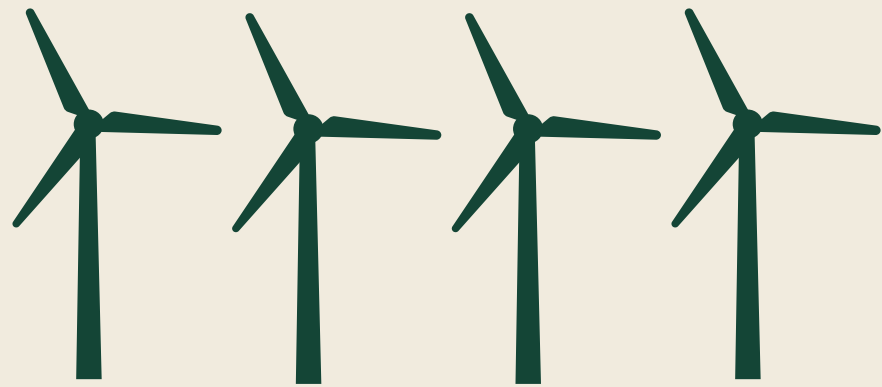
Klas Lindberg, Portal, Stockholm

62%

av svenskarna besöker restauranger
och caféer regelbundet

60%

har känt av saknaden när ett
favoritställe har stängt.



Livsmedelsstrategin 2025 - när politiska mål möter branschens verklighet

När Regeringen presenterade den uppdaterade livsmedelsstrategin våren 2025 var budskapet tydligt: Sverige ska stärka sin självförsörjningsgrad, öka konkurrenskraften i livsmedelskedjan och bygga ett mer robust och hållbart system från jord till bord.

Restaurang- och måltidssektorn spelar en central roll i denna ambition. Det är här stora volymer råvaror omsätts, konsumenternas beteenden formas och hållbara val konkretiseras i praktiken. Samtidigt är det också här många av utmaningarna blir tydliga.

Många restauranger vill arbeta mer med svenska råvaror och ställa om sina menyer. Men pressade marginaler och osäker efterfrågan, samtidigt som kostnaderna ökat, begränsar investeringsutrymmet. Det skapar ett glapp mellan politisk målbild och företagets faktiska handlingsutrymme.

För att livsmedelsstrategin ska bli mer än en ambition krävs därför fungerande affärsmodeller, stabil logistik och partnerskap som gör hållbar omställning möjlig även i en ekonomiskt pressad vardag. Här får grossistledet och aktörer som Martin & Servera-gruppen en allt viktigare roll i en kedja mellan producent, restaurang och gäst.

Våra förslag:

- Erkänna restaurangerna som en viktig del av hela livsmedelsstrategin. För att livsmedelsstrategin ska fungera bättre, behöver det finnas riktade insatser för restaurangbranschen.

- Förstärk kopplingen mellan restaurangbranschen, hållbar omställning och besöksnäringen. Sverige är bland de bästa länderna i världen på gastronomi och det finns stora möjligheter att ta tillvara på kopplingen mellan gastronomi och hållbar omställning.
- Koppla ihop livsmedelsstrategins ambitioner med faktiska stöd för restaurangledet. Vill staten att fler restauranger ska använda svenska råvaror behöver det finnas ekonomiskt utrymme att göra det.
- Sänkt moms även för restaurangerna: utred en enhetlig momssats för mat oavsett var den äts. Den nuvarande skillnaden mellan restaurang och matbutik/takeaway snedvrider konkurrensen och tillsammans med kraftigt ökade kostnader drabbar det restaurangernas redan låga marginaler hårt.
- Värna restaurangbranschen som integrationsväg och behåll sänkt arbetsgivaravgift för unga upp till 26 år. Branschen är en nyckel till etablering på arbetsmarknaden och det bör det synas i hur man utformar arbetsmarknadsprogram.

Nuläget för sveriges restauranger - pressade marginaler och skiftet i hur vi äter

Den svenska restaurangmarknaden befinner sig i ett ansträngt läge. Försäljningsvolymerna har minskat samtidigt som kostnader för råvaror, energi, hyror, räntor och personal ökat kraftigt. För många verksamheter har fokus flyttats från expansion till att säkra den dagliga driften.

Men utvecklingen drivs inte enbart av konjunktur. Flera förändringar pekar på mer långsiktiga skiften i branschens förutsättningar. Hybridarbete har förändrat lunchmarknaden när allt fler lunchgäster uteblir från restaurangerna. Digitala beställplattformar har påverkat både konkurrensbild och kostnadsstruktur. Gästerna bokar bord med kortare framförhållning, stannar kortare tid på restaurangen och ändrar sitt beteende, vilket ger ett skifte i förutsättningarna i att driva verksamheten.

De ökade antalet konkurser är ett uttryck för att restaurangerna har det tufft. Bakom varje nedlagd verksamhet finns inte bara ekonomiska förluster, utan också förlorade arbetstillfällen, minskat utbud och

svagare lokala stadskärnor. Samtidigt visar restaurangbranschen på framtidstro. Det öppnas många nya restauranger och den entreprenöriella andan och det driv som finns bland krögare runt om i landet är otroligt stark.

I Martin & Servera-gruppens stora årliga restaurangstudie bland sina kunder svarar **70 %** av restaurangerna att ökade priser på råvaror är den enskilt största utmaningen framåt, samtidigt som snittnotan pressas ner. Det gör det svårt för restauranger att bygga upp en långsiktigt hållbar och lönsam verksamhet som kan utvecklas och växa över tid.

Under 2025 tvingades

961

restaurangföretag i Sverige i konkurs, en nivå som är anmärkningsvärt hög för branschen.

122

Bara under mars 2025 gick 122 restauranger i konkurs under en enda månad – det högsta antalet för en enskild marsmånaden hittills.

Statistik från olika år visar att konkurser inom hotell- och restaurangnäringen har legat på högre nivåer jämfört med tidigare år – exempelvis rapporterades att **943** gick i konkurs 2024, **761** restauranger gick i konkurs 2023 jämfört med **630** år 2022, och att trenden fortsatt uppåt även efter pandemin.



Ägare och restaurangchef, Köksbaren



Peter Stenmark



Många planerar sina ankomster och avgångar från Umeå centralstation för att kunna äta hos oss.

Hej Peter Stenmark! Utifrån dina egna erfarenheter från Köksbaren – hur skulle du beskriva den roll som restauranger spelar i ett levande område?

– Det har en otroligt stor betydelse för platsen vilka restauranger som finns där och jag tror att betydelsen av restauranger kommer att bli ännu mer påtaglig i framtiden. Numera har nästan varenda stadsdel här en bra kvarterskrog, så var det inte för tio år sedan. Idag driver vi Köksbaren, en nordisk gastrobar, med centralt läge i innerstaden. Det är en restaurang som har stor betydelse som samlingsplats både för Umeåborna och resenärer, då vi ligger nära tågstationen. Många planerar sina ankomster och avgångar från Umeå Centralstation för att kunna äta lunch eller middag hos oss.

Vad är den största utmaningen för att driva restaurang just nu — och vad ger dig fortfarande energi och hopp?

– Att få tillbaka den marginal vi hade. Här tror jag att jag talar för hela branschen. Vi har inte lyckats täppa igen hålen för inflationen på råvaru- och lönesidan. Dessutom påverkas vi mycket av moms-sänkning, när momsen halverades i matbutiker och på takeaway. För oss betyder det att vi kommer behöva använda olika momssatser. Jag tror inte politikerna förstår vad det här kan innebära. Om du äter köttbullar hos mig så kostar de sex procent än om du köper med dem hem och äter. Samtidigt ger ju alla utmaningar energi, det gäller att visa att vi bemästrar det här.

– Men det som verkligen ger energi och framtidstro det är den fantastiska förändringen som sker bland medarbetarna i branschen. Det finns en helt annan professionalism idag. Det ger hopp om att det kommer att bli bättre, och med ökad lönsamhet skapar vi fler arbetstillfällen.

Vilka hållbarhetsfrågor arbetar ni mest med i vardagen, och hur upplever du att gästerna värderar det?

– Vi jobbar med så lokala råvaror som vi kan, vi investerar i det område där vi befinner oss. Och så arbetar vi med att minska matsvinnet. Det är vad vi lägger mest tid och pengar på under 2026. Jag tror att gästerna ser det som en självklarhet att vi arbetar med hållbarhet och att vi gör det bra. Och för medarbetarna är det viktigt, till exempel när vi rekryterar nya medarbetare. De vill jobba på en schysst arbetsplats.

Vad skulle du vilja att fler förstod om vad som krävs för att hålla en restaurang öppen och levande?

– Värna om de lokala restaurangerna som finns nära dig! Om man vill att de ska finnas kvar måste man också besöka dem och uppskatta dem. Det handlar ju egentligen om att stödja allt som finns i det egna närområdet, både lokala matbutiker och restauranger. Det vill jag verkligen att fler förstår. Tänk som du tänkte under pandemin så att de små verksamheterna klarar att finnas kvar!



Vi har inte lyckats täppa
igen hålen för inflationen
på råvaru- och lönesidan.



Hej Martin Hultenheim! Utifrån dina egna erfarenheter från restaurang Massimo och restaurang Keun Joo – hur skulle du beskriva den roll som restauranger spelar i ett levande område?

– Restauranger fyller ett mycket viktigt syfte, särskilt ur ett socialt perspektiv. Det är där man umgås och träffas, en mötesplats för människor, inte bara ett ställe som fyller hungriga magar. I en större stad som till exempel Stockholm bor folk på mindre yta, vilket gör att man går på restaurang oftare. I en mindre stad, som till exempel Växjö, går man inte ut på krogen med samma frekvens som i en storstad. Här firar man gärna de stora tillfällena på restaurang, som student och födelsedagar. En av våra absolut bästa veckor på året är när eleverna på högskolan tar examen. Massimo ligger mitt i centrala Växjö på en riktigt restaurangtät gata och fungerar som en avslappnad kvarterskrog för de som bor i stan.

Har du märkt någon förändring i gästernas beteenden det senaste året? Vad tycker gästerna verkar betyda mest idag?

– Vi har tappat den lilla extraförsäljningen, till exempel drinken före maten, kaffet och desserten efter huvudrätten. Gästerna fokuserar på varmrätt och kanske en dryck. Omvärlden och konjunkturen spelar stor roll idag. Gästernas miljömedvetenhet har också minskat – nu är det nästan ingen som frågar om köttet är lokalproducerat eller svenskt. Idag tittar gästerna mer på priset och hur mycket de får för sina pengar. Samtidigt märker vi att värdskap och service har blivit allt viktigare för gästerna. Idag handlar om att skapa upplevelse, inte bara en leverans på tallriken. Detta är något som vi jobbar med och utvecklar hela tiden. Ju mer vi lär känna våra gäster, desto bättre kan vi uppfylla deras behov.

Vad är den största utmaningen för att driva restaurang just nu — och vad ger dig fortfarande energi och hopp?

– Min personliga utmaning, som jag jobbar med hela tiden, är att motivera och engagera arbetslaget. Det är viktigt att tillföra positiv energi och vara en förebild, speciellt i tuffa

tider. Jag upplever att kompetenssituationen här är svårare än i de större städerna.

Det är svårt att hitta och behålla kompetent personal. Vi har två restaurangskolor här, så därifrån rekryterar vi många duktiga och engagerade. Det positiva är att jag fortsätter att utvecklas i mitt yrke som kock och företagare. Jag och min kompanjon Magnus Fredriksson pushar varandra framåt hela tiden. Mitt under pandemin öppnade vi Keun Joo, en asiatisk restaurang. Lite galet då, men superroligt nu. Det ger också energi att jobba för att mötet med gästen ska bli så bra som det kan bli. Jag ser positivt på 2026 och hoppas på en bättre vardagsekonomi för gemene man, som gör att man oftare kan prioritera en middag på restaurang, gärna med en fördrink och en dessert.

Vilka hållbarhetsaspekter arbetar ni mest med i vardagen, och hur upplever du att gästerna värderar det?

– Vi upplever att gästernas intresse för råvarornas ursprung och hur de är odlade har minskat. Men vi jobbar ändå på med det, svenska råvaror i säsong. Vi letar alltid efter bra, lokalproducerade råvaror. Vi gör studiebesök hos lokala uppfödare, odlare och bönder för att hitta hållbara, närproducerade råvaror. Och vi jobbar aldrig med rödlistad fisk och skaldjur. Att minska svinnet är också ett ständigt pågående hållbarhetsarbete. Vi producerar 90 procent av maten själva, det vill säga vi köper inga halvfabrikat. På så sätt kan vi aktivt se till att använda hela råvaran. Det är en hantverks- och stolthetsgrej för mig som kock. Våra gäster vet och värdesätter att vi tillagar maten från grunden och att vi producerar all pasta själva varje dag.

Hultenheim Martin



Vd, kock och delägare, restaurang Massimo och restaurang Keun Joo



Klas Lindberg

Kock och ägare, Portal Restaurant & Portal Bar



Hej Klas Lindberg! Utifrån dina egna erfarenheter från Portal Restaurant & Portal Bar – hur skulle du beskriva den roll som restauranger spelar i ett levande område?

– Krogens roll i ett levande område är central! Många drömmer om att ha en favoritkrog i sin absoluta närhet. En plats där man kan få vara stammis, vara igenkänd och bli väl omhändertagen. Att vara stammis på en krog är nog lika viktigt för gästen i fråga som det är för krogen att gästen är stammis. Portal ligger på ett hörn vid ett litet torg i centrala Stockholm med enormt många förbipasserande. Och vi har så många stammisar att jag blir alldeles rörd och varm i hjärtat när jag tänker på det. Att kunna fylla den rollen och samtidigt dra nytta av stammisarnas kunskaper är ovärderligt. Jag pratar ofta med våra superstammisar för att få feedback och fila på hur vi kan driva krogen framåt. Vi brukar också skicka frågeformulär till stammisarna för att få raka svar. Jättehärligt och värdefullt!

Har du märkt någon förändring i gästernas beteenden det senaste året? Vad tycker gästerna verkar betyda mest idag?

– Jag upplever att det är väldigt mycket mer snabba puckar nu. Gästerna bokar mycket senare. Tendensen är också att samma sällskap bokar bord på kanske tre restauranger samma kväll för att avboka två av dem i sista minuten, vilket ställer till det för oss. Jag gillar själv att kunna slinka in på en krog och veta att jag har mitt bord. Bokningen bygger på ett förtroende. Det har i och för sig blivit bättre sedan vi infört kreditkort som garanti för bokning på helgerna, för att kunna säkerställa leveransen. Vi måste även tänka ett varva kring no show-avgift och i så fall på hur stor del av en snittnota? Här är vi i branschen lite defensiva kan jag tycka.

Vad är den största utmaningen för att driva restaurang just nu — och vad ger dig fortfarande energi och hopp?

– Vi firar 10-årsjubileum snart, och att skapa rätt förutsättningar för vår fortsatta resa framåt är det jag lägger mest tid på just nu. Vi bjuder in gäster till vårt studiokök,

möter inspirerande externa gästföreläsare från andra restauranger, håller utbildningar och skapar inspiration kring matglädje. Det är saker som jag tycker är väldigt viktigt. Om jobbet blir slentrian och trista rutiner riskerar vi att tappa magin. Teamet måste känna sig inspirerade att varje gång ge våra gäster en härlig upplevelse med extra mervärden. Det gäller att slipa, fila och olja verksamheten.

Vilka hållbarhetsaspekter arbetar ni mest med i vardagen, och hur upplever du att gästerna värderar det?

– Just nu ska vi se över råvarorna i våra storsäljare och se hur vi kan tweaka dem så att vi verkligen tar vårt ansvar. Det ska så klart finnas marginaler, men storsäljarna ska också göra det bästa för både mage, hjärta, sinne och miljön. Kan vi minska lite fett i nån av rätterna, kan vi byta ut nån del mot baljväxter, kan vi säkra såsens konsistens med andra råvaror och har vi rätt ursprung på råvarorna?

– Vi märker att våra gäster värderar vårt arbete med hållbarhet, och det är något vi kommer bli bättre på att kommunicera med vår nystartade marknadsavdelning. Med tanke på världsläget måste alla dra sitt strå till stacken för att förbättra och ta sitt ansvar.

Vad skulle du vilja att fler förstod om vad som krävs för att hålla en restaurang öppen och levande?

– Jag skulle önska att fler förstod hur komplext det är att driva krog. Det är så många steg. Vi köper in råvaror, vi producerar dem och levererar i matsal. Det är tidspress och sena kvällar. Vi bedöms direkt av våra gäster på plats, är det gott eller inte gott? En del av upplevelsen beror också på gästens egen situation, är han eller hon nyförälskad eller har personen just fått sparken? Men allt detta gör ju också att det är en fantastisk bransch att jobba i. Vi är där det händer, tänk så många viktiga beslut som tagits vid ett restaurangbord. Tolka mig rätt: Det är inte synd om oss som driver restaurang, vi är center stage. Vi har möjligheter att påverka, influera och inspirera. Det är fantastiskt. Vi har världens bästa gäster som vill vara med och som är intresserade.



Det är inte synd om oss som driver restaurang – vi är center stage. Vi har möjligheter att påverka, influera och inspirera.

Hej Louise Johansson! Utifrån dina egna erfarenheter från restaurang Umarell – hur skulle du beskriva den roll som restauranger spelar i ett levande område?

– Umarell är en central mötesplats mitt i Göteborg och vi vill vara en plats där alla känner sig välkomna. Restauranger är otroligt viktiga för ett levande område. Hit kan gästerna komma för att ha en mysig date, en företagsmiddag i vårt chambre séparée eller för att fira något viktigt. Du kanske promenerar förbi och blir sugen på något gott, då är det bara att glida in och ta nåt enklare i baren

– Det är fantastiskt roligt att vi redan fått stamgäster efter att bara ha varit öppna i några månader. Återkommande gäster är ett härligt betyg. Umarell är på en resa som just börjat och som vi gör tillsammans med våra gäster.

Har du märkt någon förändring i gästernas beteenden det senaste året? Vad tycker gästerna verkar betyda mest idag?

– Gästerna har höga förväntningar, inte bara på restaurangen och vår mat utan även på platsen. När man går ut och äter idag vill man ha det mysigt, det ska kännas lite som att komma hem till någon – både middagen och miljön ska ha en personlig touch. När folk väljer att äta ute vill man att det ska vara jättegott, man vill äta nåt som man inte brukar eller kan laga hemma och man förväntar sig en hög servicegrad. Upplevelsen ska inte bara leverera det lilla extra, utan det ska vara extra allt.



Det är fantastiskt roligt att vi redan fått stamgäster efter att bara ha varit öppna i några månader.

Vilka hållbarhetsaspekter arbetar ni mest med i vardagen, och hur upplever du att gästerna värderar det?

– Vårt arbete med hållbarhet är stort och brett – vi vill ha en hållbar verksamhet på alla sätt. Vi granskar våra rätter kontinuerligt och ser över våra storsäljare. Hur kan de bli mer hållbara, delvis genom val av råvaror men också ur ett ekonomiskt perspektiv? Vi jobbar aktivt för att minska svinnet, allt vi köper hem ska gå åt. Att jobba rätt med människorna i teamet är också ett hållbarhetsarbete, vi vill skapa en trivsamt arbetsplats där folk vill jobba länge. Man ska veta att det vi har på menyn – och vårt arbetssätt – är hållbart.

Vad skulle du vilja att fler förstod om vad som krävs för att hålla en restaurang öppen och levande?

– På restaurangen sker ett stort arbete och bakom varje liten detalj på en tallrik finns många tankar. Det är en lång kedja från produktion och inköp av råvaror till leverans i matsal, mycket förberedelser och många personer som är involverade. Våra leverantörer förser oss med produkter från fiskare, odlare och bönder – som lagt stor möda på att producera råvaran. Det är ett hantverk från produktionen av råvaran, till leverantörens granskningar och kontroller, till vår tillagning av maträtten och slutligen leveransen till gästen. När man väljer att gå ut och äta på ett ställe där man gjort genomtänkta val av bra råvaror är det viktigt att förstå varför det kostar. Det är ett komplext arbete bakom varje rätt och det krävs att många är involverade för att få ut maten på tallriken.

Johansson Louise



Kock och ägare, Restaurang Umarell

Avslutning - vägen vidare

Den bild som framträder i rapporten är tydlig.

Restaurangbranschen är en viktig sektor. Just nu befinner den sig i en pressad situation, samtidigt som dess samhällsroll aldrig varit mer betydelsefull. En majoritet av svenskarna ser restauranger som viktiga för levande stadskärnor, samtidigt som sex av tio har blivit mer prisedvetna och hushållens ekonomi allt tydligare styr hur ofta människor kan äta ute.

De höga konkurstalen inom restaurangsektorn visar hur ekonomiskt press snabbt omsätts i verkliga konsekvenser – i form av förlorade arbetstillfällen, minskad service och svagare lokala stadskärnor.

Detta gör restaurangbranschens utveckling till en samhällsfråga. Hur väl Sverige lyckas med livsmedelsstrategins ambitioner om hållbarhet, svensk livsmedelsproduktion och konkurrenskraft beror i hög grad på om restaurangledet ges förutsättningar att investera, ställa om växa och utvecklas. Svensk gastronomi är en viktig motor, en viktig del i samhället.

Samverkan är avgörande. För att skapa ett robust och långsiktigt hållbart måltids-system krävs ett gemensamt ansvar mellan näringsliv, politik och branschens aktörer – där alla drar åt samma håll.

Martin & Servera-gruppen ser sin roll som en aktiv möjliggörare i denna omställning. Vi vill och kan göra skillnad. Vi vet att hållbarhet och lönsamhet går hand i hand och att våra satsningar på att stötta våra kunder ger effekt. Vi vill bidra till att stärka restaurangernas konkurrenskraft genom bättre förutsättningar - digitala verktyg, utbildningar etc och driva gemensamma forum för att växa och utvecklas tillsammans med våra kunder. Vår ambition är att vara en partner som hjälper branschen att möta dagens utmaningar – och samtidigt lägga grunden för en framtid där restauranger fortsatt kan vara en motor för jobb, möten, gastronomisk utveckling och levande samhällen.





Kontakt för synpunkter och frågor gällande
Restaurangbarometern 2026:

Jonathan Blom, Chef extern kommunikation Martin & Servera-gruppen,
+4676 306 88 56, jonathan.blom@martinservera.se