

RESTAURATIONSBRANCHEN

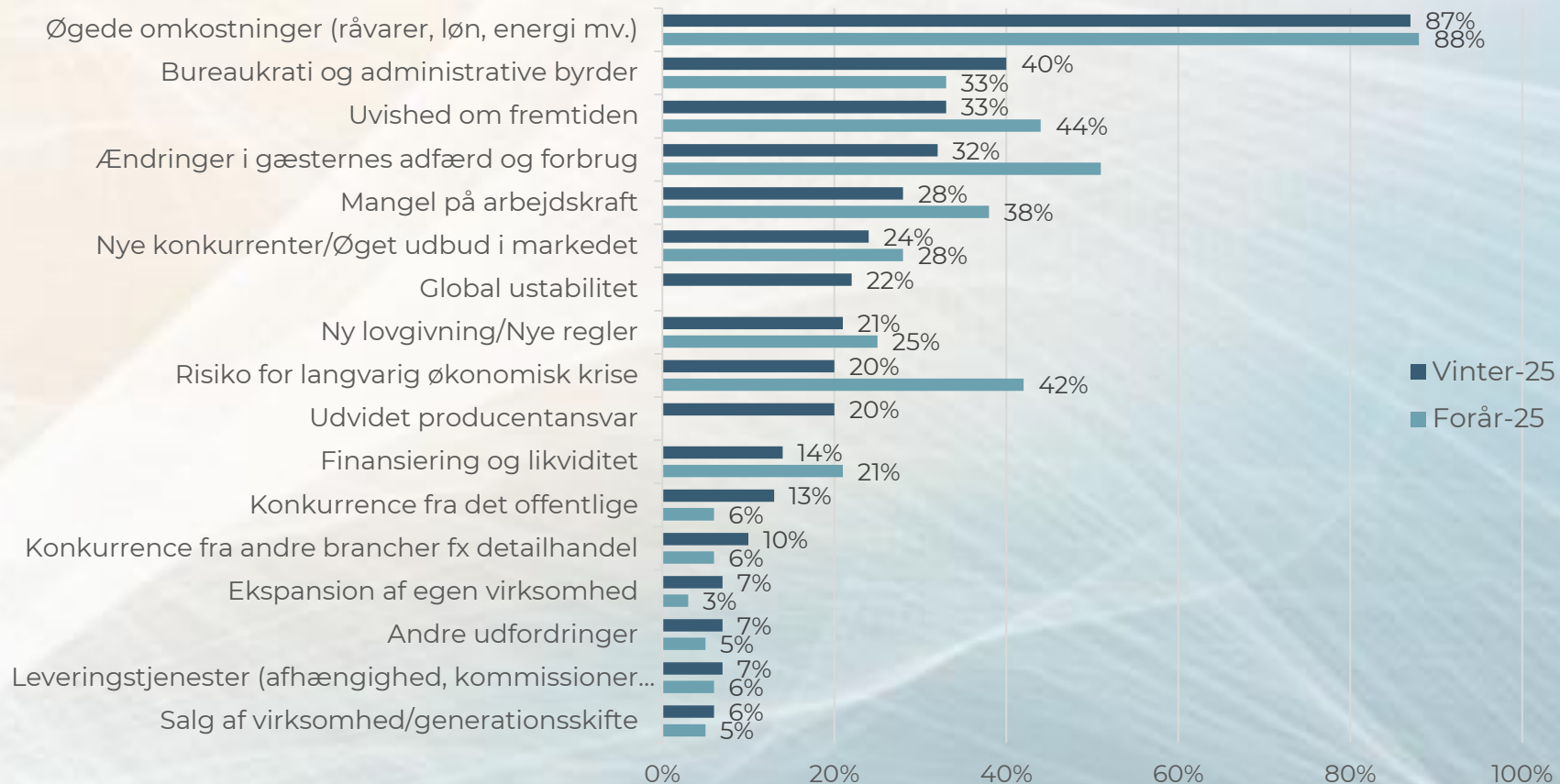
**MEDLEMSUNDERSØGELSE FRA HORESTA
DEL 2 – STRATEGI OG UDFORDRINGER**

KORT OM UNDERSØGELSEN

- Denne analyse er den anden af to delanalyser fra HORESTA i restaurantsektoren, som inkluderer besvarelser fra Restauranter, Cafeer, Fastfood og Cateringvirksomheder. Analysen er baseret på besvarelser fra 109 medlemsvirksomheder.
- Besvarelserne er indsamlet i perioden 1. november til 15. december 2025.

STØRSTE ØJEBLIKKELIGE UDFORDRINGER

RESTAURANTER M.V. I HELE LANDET



Øgede omkostninger til råvarer, løn og energi udgør fortsat den absolut største udfordring for restauranter m.v.. 87 pct. af deltagerne i undersøgelsen har sat kryds ved øgede omkostninger – et lille fald fra 88 pct. i en tilsvarende undersøgelse fra foråret 2025.

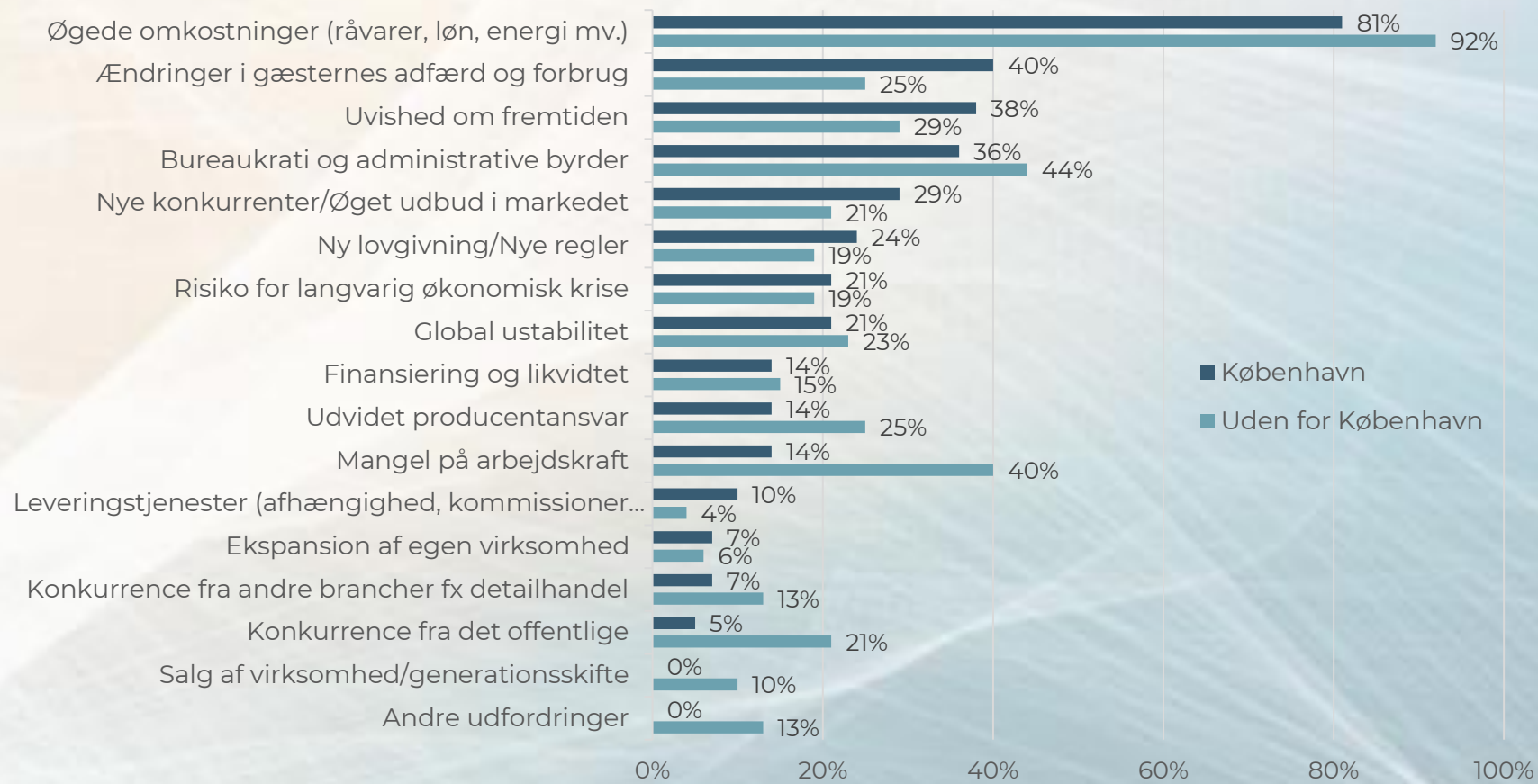
Uvished om fremtiden, Ændringer i gæsternes adfærd, Risiko for langvarig økonomisk krise og Mangel på arbejdskraft, alle er faldet signifikant.

Til gengæld fylder udfordringer som Bureaukrati og administrative byrder mere fra foråret til efteråret. De nye punkter Global ustabilitet og Udvidet producentansvar anses og ligeledes at være relativt store udfordringer.

Kilde: HORESTA medlemsundersøgelse vinteren 2025. Der sammenlignes med en tilsvarende undersøgelse fra foråret 2025.
 *Global ustabilitet er ny svarmulighed for vinteren 2025.

STØRSTE ØJEBLIKKELIGE UDFORDRINGER

RESTAURANTER M.V. I OG UDEN FOR KØBENHAVN



Kilde: HORESTA medlemsundersøgelse vinteren 2025

Både i og uden for København vurderes øgede omkostninger som branchens største udfordring. Dog vurderes øgede omkostninger som en endnu større udfordring uden for København, hvor 92 pct. angiver dette.

Der er geografiske forskelle på, hvad virksomhederne opfatter som de næststørste udfordringer.

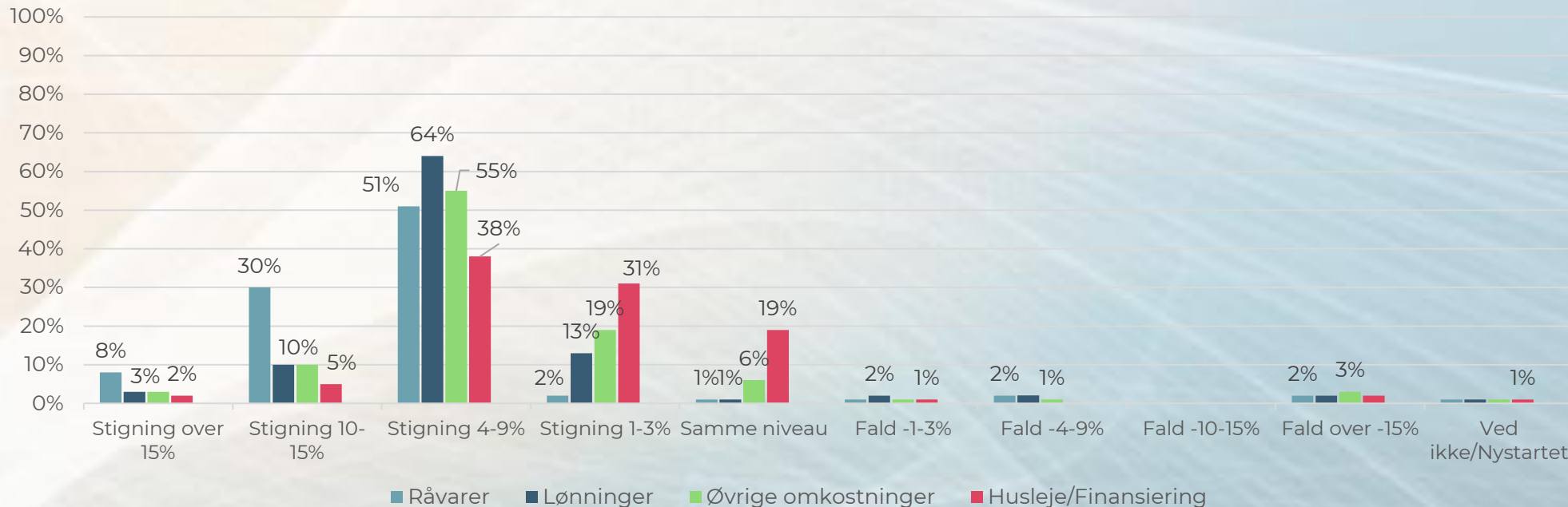
I København anses Ændringer i gæsternes adfærd og forbrug og Uvished om fremtiden, som de næststørste udfordringer efter omkostninger.

I resten af landet ser restauranterne derimod mangel på arbejdskraft og bureaukrati samt administrative byrder som de næststørste udfordringer. Konkurrence fra det offentlige, vurderes at være en langt større udfordring uden for København.

LØNNINGER OG RÅVARER ER STEGET MEST

RESTAURANTER M.V. I HELE LANDET

Hvordan har følgende omkostningsposter udviklet sig i 2025 sammenlignet med 2024?



De fleste omkostningsposter er steget i 2025, men de største stigninger er sket i råvareudgifterne. 89 pct. af virksomhederne i undersøgelsen har oplevet væsentlige stigninger i råvarepriser. Lønninger og Øvrige omkostninger er efterfulgt med 77 pct. og 68 pct.

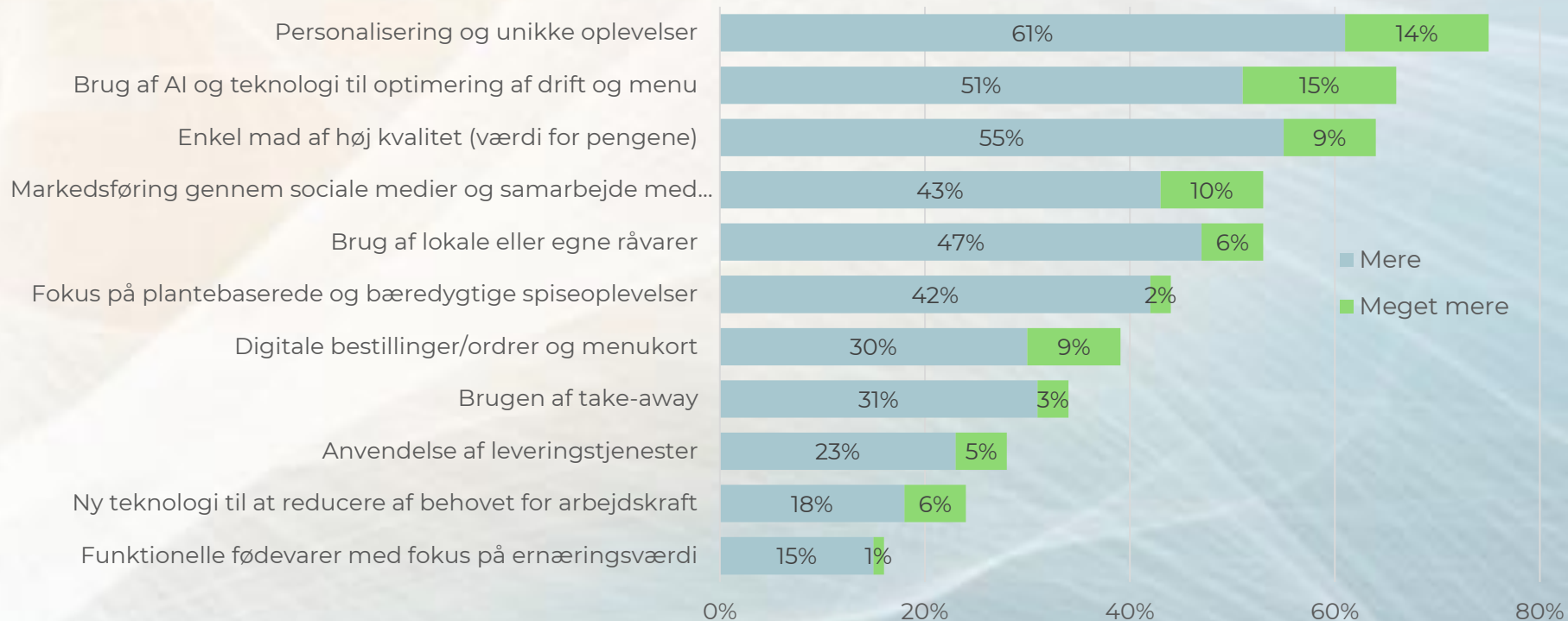
Restauranternes Husleje/Finansiering er den post der er steget mindst i 2025, men opleves stadig af 45 pct. af restauranterne som at være steget.

Kilde: HORESTA medlemsundersøgelse vinteren 2025

TRENDS OG TENDENSER

RESTAURANTER M.V. I HELE LANDET

Hvilke trends og tendenser vurderer du vil præge restaurantmarkedet i de kommende år?



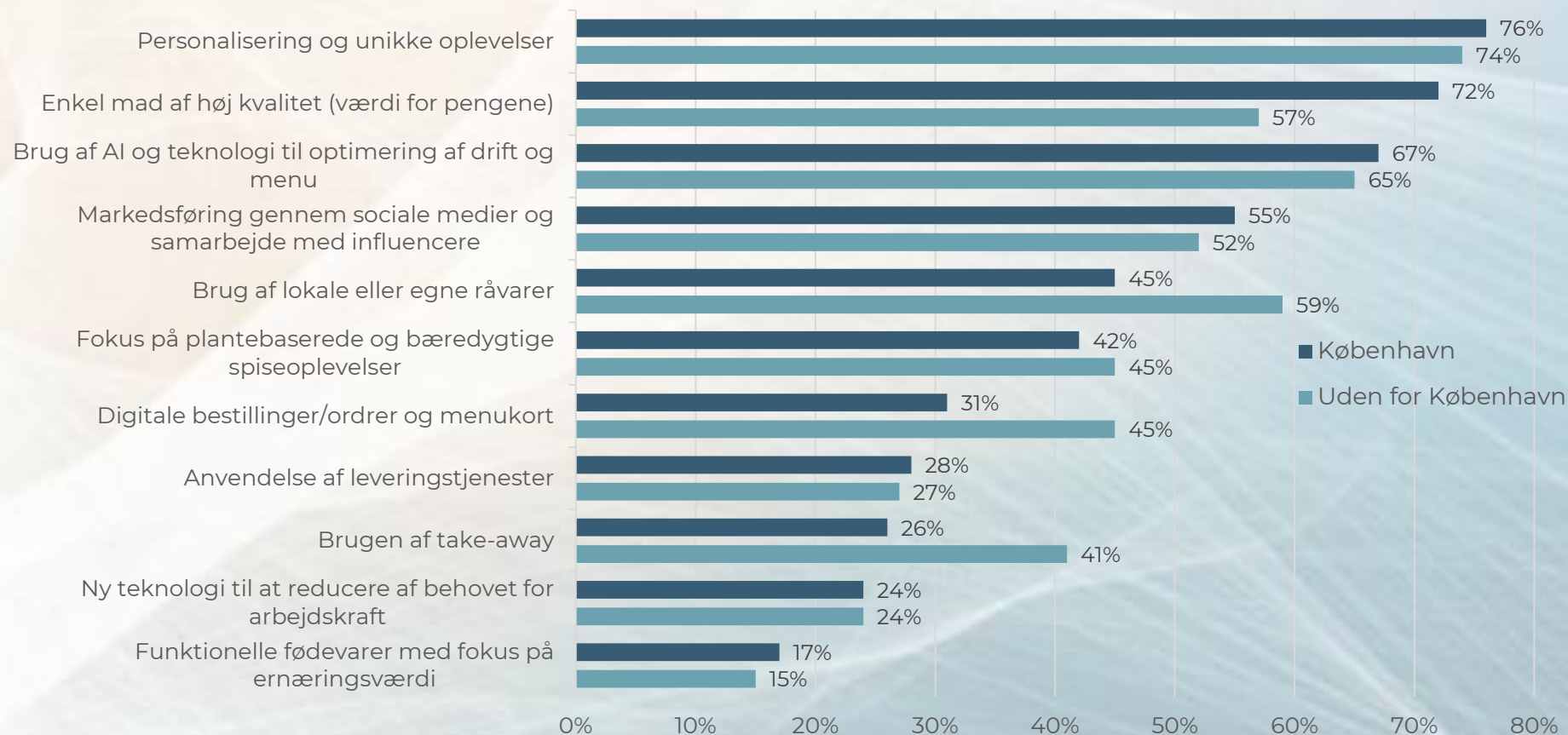
Størstedelen af restauranterne (75 pct.) vurderer, at Personalisering og unikke oplevelser er en trend, der vil præge bospisningsbranchen i de kommende år.

Brug af AI og teknologi til optimering af drift og menu (66 pct.) samt Enkel mad af høj kvalitet (64 pct.) forventes ligeledes af mange at præge restaurantmarkedet i de kommende år.

Kilde: HORESTA medlemsundersøgelse vinteren 2025

TRENDS OG TENDENSER

RESTAURANTER M.V. I OG UDEN FOR KØBENHAVN ANDEL DER HAR SVARET "MEGET MERE" OG "MERE"



Der ses tydelige forskelle mellem København og resten af landet.

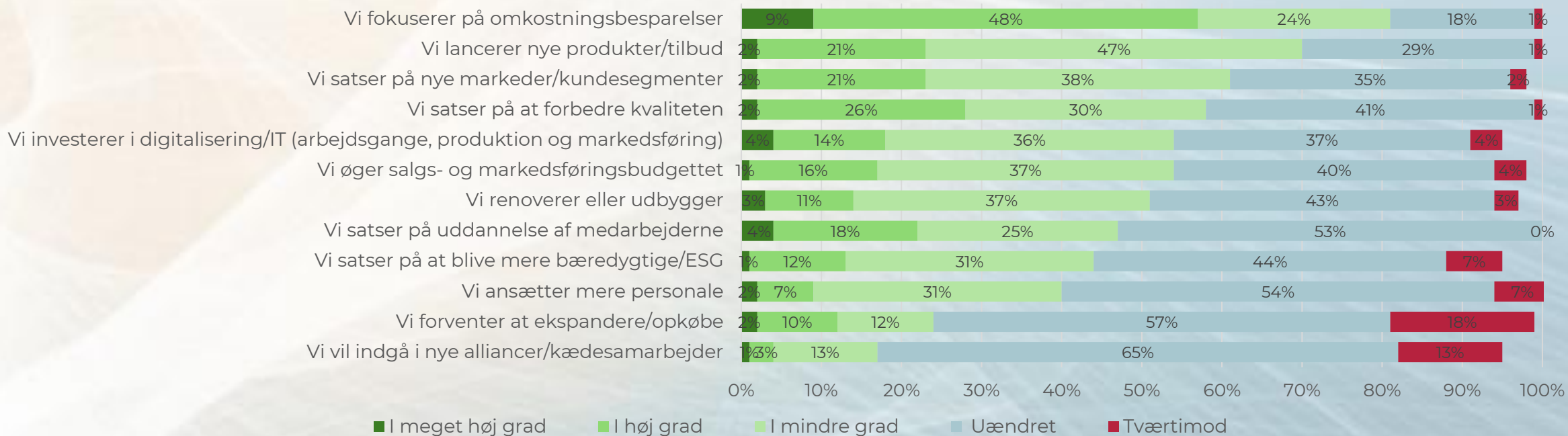
Trenden enkel mad af høj kvalitet (værdi for pengene) forventes i højere grad at stige i København end uden for København, med henholdsvis 72 pct. og 57 pct.

Uden for København fylder brugen af lokale eller egne råvarer samt take-away relativt mere. Herudover er udviklingen på tværs af landet overordnet set meget ens, og restauranterne tror trendsene bevæger sig i samme retning på de fleste øvrige parametre.

Kilde: HORESTA medlemsundersøgelse vinteren 2025

STRATEGIEN FOR 2026

RESTAURANTER M.V. I HELE LANDET



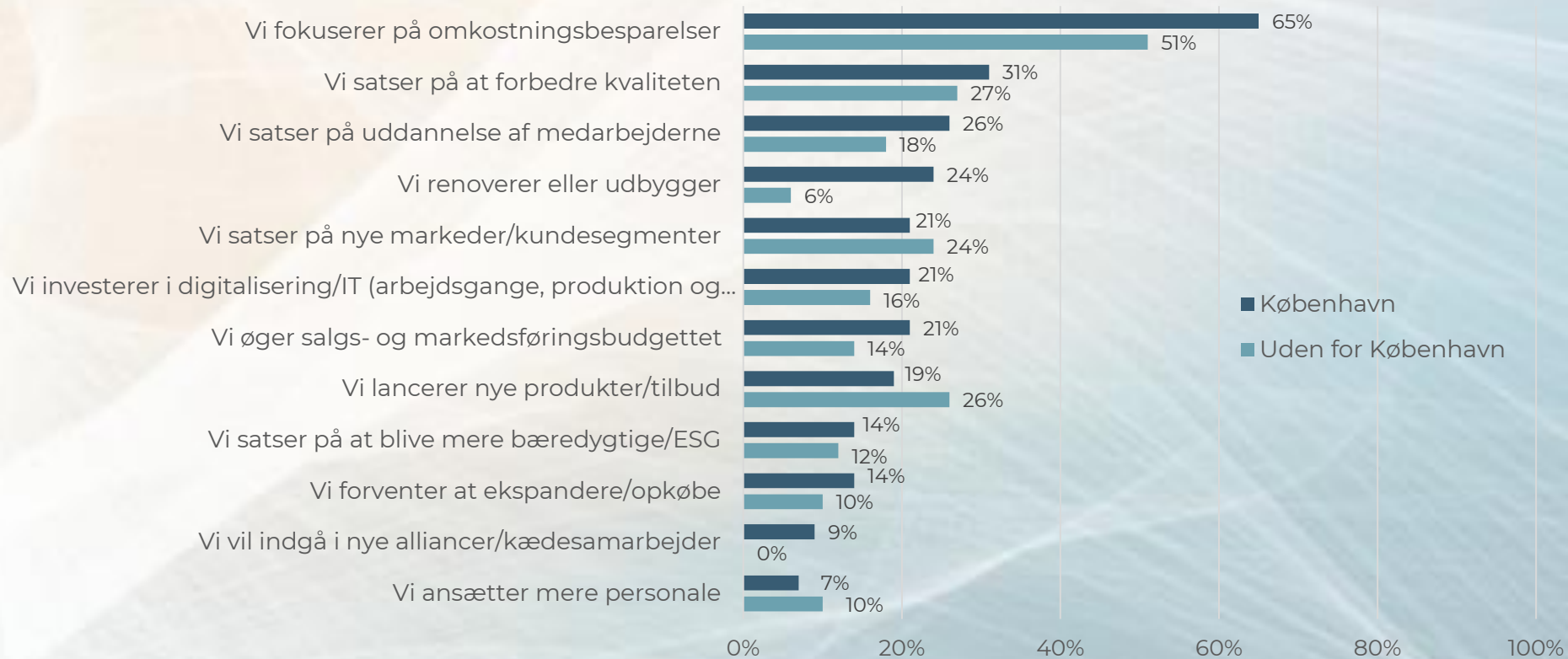
Restauranternes strategiske fokus i 2026 er især fokuseret på omkostningsbesparelser (81 pct.) og lancering af nye produkter/tilbud (70 pct.). Over halvdelen (57 pct.) af deltagerne i undersøgelsen forventer, at omkostningsbesparelser i "høj grad" eller "meget høj grad" vil være en del af deres strategi i 2026.

Kilde: HORESTA medlemsundersøgelse vinteren 2025

Sammenlignet med tidligere års undersøgelser fylder bæredygtighed og ESG markant mere i strategiarbejdet frem mod 2026. I år angiver 44 pct., at ESG er en del af strategien, mod 33 pct. i sidste års undersøgelse. Omvendt er strategier som ekspansion/opkøb samt indgåelse af nye alliancer eller kædesamarbejder i tilbagegang.

STRATEGIEN FOR 2026

ANDEL DER HAR SVARET "I MEGET HØJ GRAD" OG "I HØJ GRAD"



I København er der markant større fokus på omkostningsbesparelser (65 pct. mod 51 pct.) samt renovering/udbygning (24 pct. mod 6 pct.) og medarbejderuddannelse (26 pct. mod 18 pct.).

Uden for København fylder lancering af nye produkter mere (26 pct. mod 19 pct.).

Kilde: HORESTA medlemsundersøgelse vinteren 2025