

Nya matvanor förändrar när och hur vi äter

Frukost, lunch och middag är fortfarande självklara, men allt fler äter också mindre mål under dagen. Särskilt bland yngre blir snabba och flexibla val vanligare. För bageribranschen förändrar det både när produkterna äts och vad konsumenterna efterfrågar enligt Lantmännen Unibake. Europeiska konsumentstudier från 2026 pekar i samma riktning.

Med bageriverksamhet i ett tjugotal länder och försäljning på fler än 60 marknader följer Lantmännen Unibake hur matvanorna förändras världen över. Företaget ser att gränsen mellan mellanmål och måltid blir mindre tydlig, samtidigt som smak, näringsinnehåll och enkelhet fortsätter att väga tungt.

Europeiska konsumentstudier från 2026 pekar åt samma håll – mat på språng är vanligt och snacks används som alternativ till traditionella måltider.

– Vi ser att framför allt yngre konsumenter oftare söker snabba och mättande alternativ för en mer flexibel vardag. Det gör att bageriprodukter behöver fungera vid fler tillfällen under dagen, säger Albin Kammar Larsson, kategorichef på Lantmännen Unibake.

I höst syns utvecklingen också i Lantmännen Unibakes sortiment, bland annat genom nya matbröd och BiteClub by Bonjour med pizzor, pizza rolls och paninis – produkter som är tänkta för mindre måltider under dagen.

Fakta och mer information

McKinseys europeiska undersökning 2026 omfattar cirka 15 000 vuxna i 14 länder, däribland Sverige, och visar att yngre konsumenter oftare äter mat på språng.

En studie från 2026 av Innova Market Insights pekar samtidigt på att snacks i ökad utsträckning används som alternativ till måltider, särskilt bland Gen Z (cirka 18–29 år) och millennials (30–45 år).

För mer information

Lantmännens presstjänst
010 556 88 00
press@lantmannen.com

Om Lantmännen

Lantmännen är ett lantbrukskooperativ och norra Europas ledande aktör inom lantbruk, bioenergi och livsmedel. Företaget ägs av 17 000 svenska lantbrukare, har fler än 10 000 anställda, verksamheter i ett tjugotal länder och omsätter 60 miljarder SEK på årsbasis. Med basen i spannmål förädlas åkermarkens resurser för ett livskraftigt lantbruk. Några av Lantmännens mest kända varumärken inom livsmedel är AXA, Kungsörnen, Scan, Korvbrödsbagarn, GoGreen, FINN CRISP och Bonjour. Företaget är grundat på kunskap och värderingar som har funnits i generationer hos ägarna. Genom forskning, utveckling och verksamhet i hela värdekedjan tar Lantmännen ansvar från jord till bord. Läs gärna mer på www.lantmannen.se