

VIKING LINE

En rekommendation från en vän rankas högre än sociala medier – över hälften av finländarna delar restaurangtips

När finländare väljer restaurang litar de särskilt mycket på rekommendationer från vänner och bekanta. Däremot påverkar innehållet i sociala medier bara en femtedel – dock är andelen betydligt högre bland unga, visar Viking Lines omfattande undersökning om finländarnas restaurangvanor.

Finländarnas viktigaste källa gällande restaurangtips och rekommendationer är vänner, bekanta och bekanta på sociala medier – så svarar 49 procent av de tillfrågade. Tips på sociala medier och nätreccensioner står för cirka en tredjedel vardera, och en fjärdedel av finländarna tar del av restaurangrecensioner i media. En femtedel av finländarna får inga restaurangtips alls.

58 procent av finländarna har rekommenderat en restaurang till andra och 55 procent diskuterar sina restaurangupplevelser med bekanta.

Uppgifterna kommer från en undersökning beställd av Viking Line, där finländarnas förhållande till att äta på restaurang kartlades. I undersökningen, som genomfördes av Kuulas Helsinki i början av sommaren, intervjuades totalt 2 000 finländare och urvalet av respondenter i åldern 18–74 år representerar hela befolkningen*.

”Man litar på vänners och bekantas åsikter och man gillar att prata om restaurangupplevelser. Det är fint, för då hamnar de genuina erfarenheterna - och det som kunderna själva tycker är viktigast för en bra restaurangupplevelse - i centrum. Rekommendationer är mycket viktiga inom restaurangbranschen och de får dessutom restaurangerna att satsa på att erbjuda så bra upplevelser som möjligt. Varje kund är idag en så kallad mystery shopper”, säger restaurangchef **Janne Lindholm** på Viking Line.

En fjärdedel av finländarna publicerar matbilder och -videor på sociala medier, och 13 procent skriver recensioner på nätet. De mest populära kanalerna är Facebook (32 %), Instagram (29 %), Snapchat (10 %) och TikTok (7 %).

Av alla finländare säger 19 procent att innehåll kring mat som delas av andra på sociala medier påverkar deras egna val. Åldern spelar dock en stor roll, eftersom 36 procent av kvinnorna och 27 procent av männen i åldern 18–34 år uppger att innehåll på sociala medier har stor påverkan på deras restaurangval.

Tilläggsinformation:

Janne Lindholm, restaurangchef

janne.lindholm@vikingline.com, tel. +358 400 744 806

Johanna Boijer-Svahnström, informationsdirektör

johanna.boijer@vikingline.com, tel. +358 18 270 00

Christa Grönlund, informationschef

christa.gronlund@vikingline.com, tel. +358 9 123 51