

FAKTA OM MATEN

Grannar runt matbordet



Den svenska dagligvarumarknaden delar många drag med övriga Norden. De nordiska länderna präglas av små befolkningar, låg befolkningstäthet och stora avstånd. Det gör handeln beroende av effektiv och storskalig logistik för att hålla nere kostnaderna. I samtliga länder står ett fåtal stora aktörer för merparten av försäljningen. Ett väl utbyggt butiksnät säkerställer konsumenternas närhet till service även i glesbygd. Samtidigt kännetecknas marknaderna av högt konsumentskydd och stark reglering.

Likheterna fortsätter bortom marknadsstrukturen, även vad gäller prisnivåer och prisutveckling syns en enhetlig bild av Norden. Samtliga nordiska länder ligger över EU-snittet i prisnivå för livsmedel och alkoholfria drycker. Detta är ett resultat av både nationella kostnadsstrukturer, marknadsregleringar och valutaskillnader. Samtidigt har prisutvecklingen bromsat in under de senaste åren, vilket speglar en mer stabil marknadsdynamik. Av de nordiska länderna är det Sverige som uppvisar den lägsta prisnivån.

Den svenska dagligvaruhandeln skiljer sig inte avsevärt från våra nordiska grannar, utan bör snarare ses som en del av en nordisk marknadsstruktur. Denna rapport ger en utblick över dagligvarumarknaden i Norden med fokus på marknadsstruktur, prisutveckling och prisnivå och syftar till att belysa hur likheter och skillnader mellan länderna formar konkurrensförhållanden.



Fakta om maten är en rapportserie som kortfattat belyser dagligvaruhandeln ur olika perspektiv. Varje rapport sätter fokus på en frågeställning och strävar efter att öka kunskapen om branschen. Rapporterna tas fram åt [Svensk Dagligvaruhandel](#) av [HUI Research](#) tillsammans med [Ek. Dr. Fredrik Bergström](#). Rapporterna går att ladda ner från [Svensk Dagligvaruhandels hemsida](#).

Stora ger helhet – små ger lokal närvaro

Dagligvaruhandeln i Norden kännetecknas av en hög koncentrationsgrad där ett fåtal stora aktörer står för merparten av försäljningen på respektive marknad.

Figur 1–4 visar att det i samtliga länder är tre till fyra aktörer som står för majoriteten av det som omsätts i branschen¹. I Sverige domineras marknaden av ICA, Axfood, Coop och Lidl. På motsvarande sätt är Norgesgruppen, Coop och Reitan de största aktörerna på den norska marknaden. Danmark har en något bredare butiksstruktur där Salling Group och Coop är de största aktörerna, men den fria marknaden, bestående av bland annat Reitan och Dagrofa, motsvarar cirka 30 procent av marknaden. I Finland är det två aktörer, S-Group och K-Group (Kesko), som tillsammans står för cirka 80 procent av försäljningen i dagligvaruhandeln.

År 2024 fanns det drygt 3 000 dagligvarubutiker i Sverige och över 2 700 i såväl Danmark som Finland. Trots att ett fåtal stora aktörer står för majoriteten av försäljningen i Norden finns även många mindre butiker och kedjor som bidrar till ett stort och varierat butiksnetz. De mindre butikerna fyller ofta en viktig funktion på lokal nivå, inte enbart genom att erbjuda dagligvaror utan även som serviceenhet och träffpunkt. Med ett omfattande butiksnetzverk spelar dagligvaruhandeln en central roll för tillgången till service, särskilt på mindre orter där annan samhällsservice kan vara begränsad.

Den svenska butiksstrukturen skiljer sig inte från våra grannländer, utan speglar de gemensamma förutsättningar som präglar hela Norden. De nordiska marknaderna är förhållandevis små och glesbefolkade i en internationell kontext och karaktäriseras av långa transporter, behov av samordnade inköp, lagerhållning och logistik. Tillsammans med de stora aktörerna säkerställer bredden av mindre butiker och aktörer lokal närvaro och kompletterande utbud.

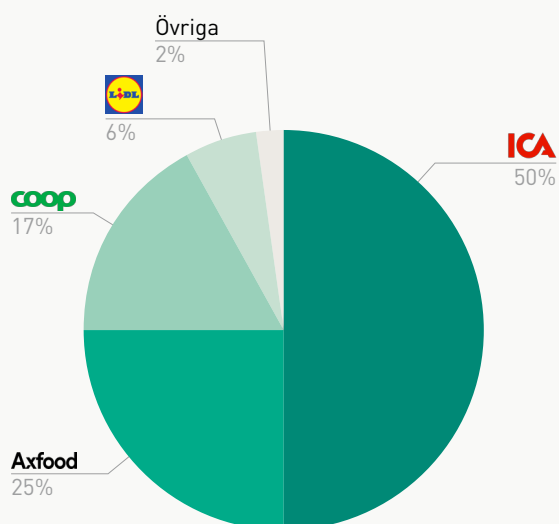


¹ DLF Dagligvarukartan 2024

Figur 1

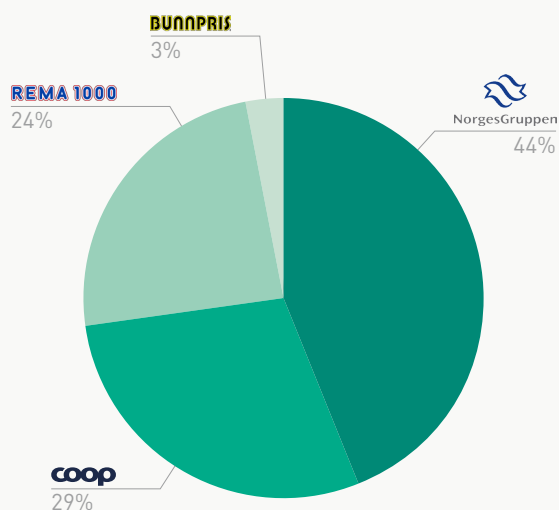
Marknadsandelar inom dagligvaruhandeln i Sverige, avser 2024.

Källa: DLF Dagligvarukartan 2024

**Figur 2**

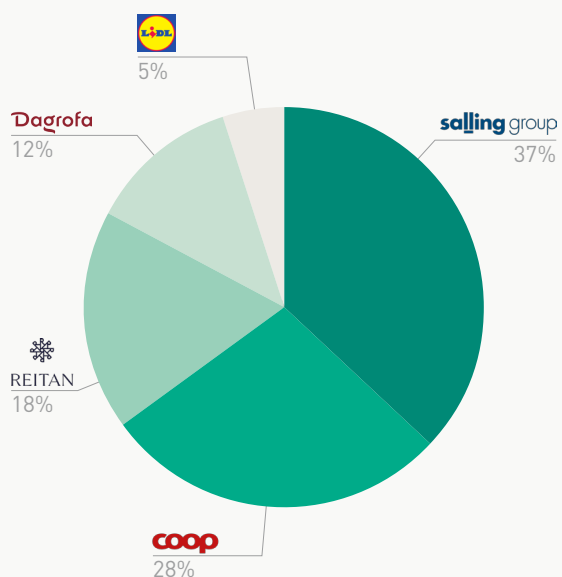
Marknadsandelar inom dagligvaruhandeln i Norge, avser 2024.

Källa: DLF Dagligvarukartan 2024

**Figur 3**

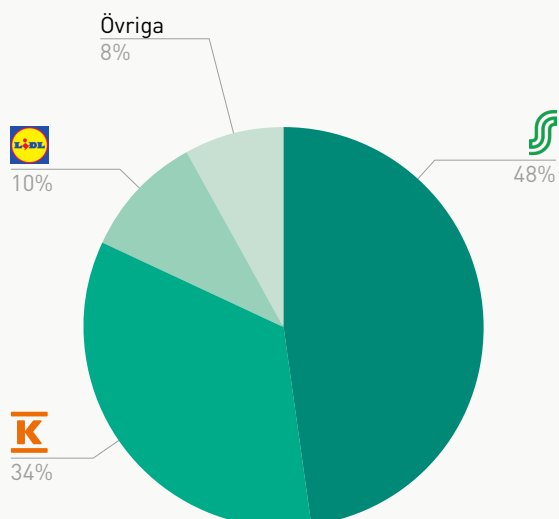
Marknadsandelar inom dagligvaruhandeln i Danmark, avser 2024.

Källa: DLF Dagligvarukartan 2024

**Figur 4**

Marknadsandelar inom dagligvaruhandeln i Finland, avser 2024.

Källa: DLF Dagligvarukartan 2024



Visste du att...

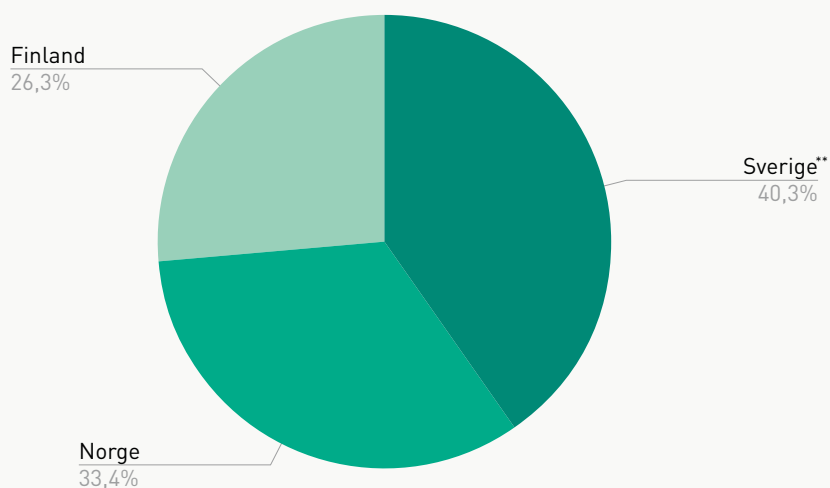
Dagligvaruhandeln i Norden exkl. Danmark omsatte drygt 1 000 miljarder, eller 1 biljon, SEK under 2024*. Detta är ungefär lika mycket som omsätts i den totala detaljhandeln i Sverige. Den svenska dagligvaruhandeln motsvarar ungefär 40 procent av den totala nordiska dagligvaruhandeln, exkl. Danmark.

* För Norge har omsättningen för dagligvaruhandeln 2023 använts, då det saknas data för 2024. Omsättningen i Norge är valutakursjusterad och omräknad till SEK vid utgången av 2023, medan den i Finland är justerad enligt samma princip vid utgången av 2024. Danmark har exkluderats från beräkningen då omsättningsstatistik saknas.

**Figur 5**

Dagligvaruhandelns omsättningsandelar i Sverige, Norge och Finland. Avser 2024 för Sverige och Finland, 2023 för Norge.

Källa: Dagligvaruindex Årsrapport 2024, Handelsfakta.se, Virke Dagligvarehandeln 2024, Finnish grocery trade statistics 2024



** Omsättningen för Sverige baseras på inrapporterad försäljningsstatistik till Dagligvaruindex samt den övriga dagligvaruhandeln i Sverige. Hit räknas bland annat mindre närlivs, lokala fristående butiker och många gränshandelsaktörer.

Matprisinflationen drivs av externa faktorer

Sedan 2019 har matpriserna stigit i hela EU, inklusive i Norden. I våra nordiska grannländer har uppgången däremot varit något svagare än i EU som helhet, medan Sverige ligger lite närmare EU-snittet. Fram till och med 2021 var prisökningstakten låg, men under 2022 tog den fart när priserna för energi och andra in-satsvaror blev dyrare till följd av bland annat pandemi, konflikter samt störningar i leveranskedjor. Under 2023 och 2024 mattades prisökningstakten i Norden av något, även om prisnivån låg kvar på en hög nivå.

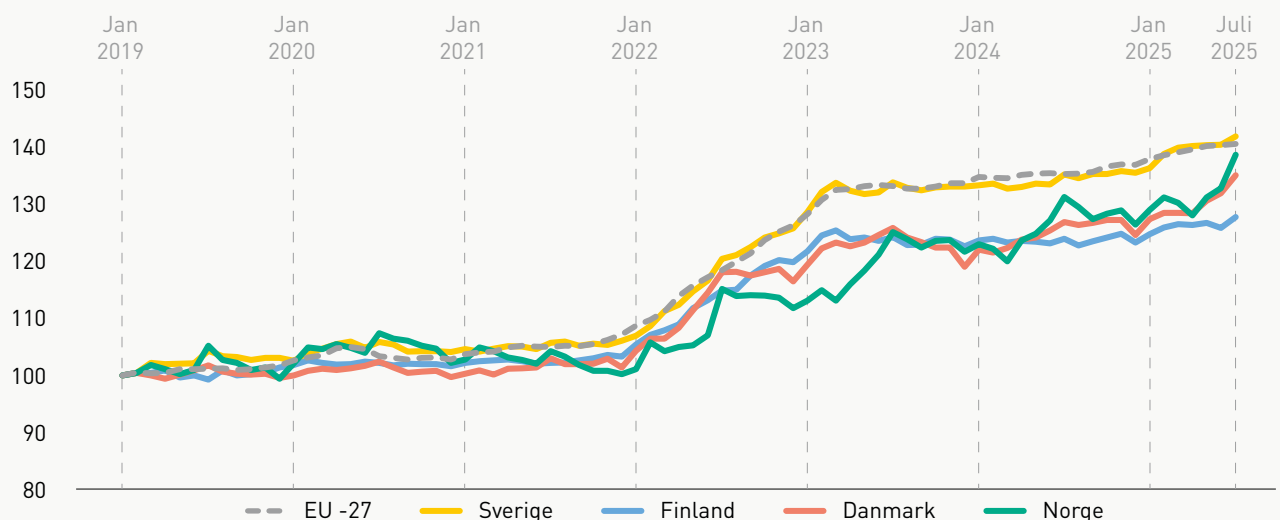
Figur 6 visar att prisnivåerna i juli 2025 var närmare 40 procent högre än i januari 2019 i både Sverige och Norge. Danmark och Finland befann sig omkring 30 procent över 2019 års nivåer. Det faktum att Sverige och Norge har valutor som försvagats visavi Euron är en anledning till att inflationen varit högre än i Danmark och Finland.

Matpriserna i EU-området befinner sig på en nivå cirka 39 procent högre än i januari 2019. Prisökningarna i övriga Europa har med andra ord varit både större och mer utdragna än i de nordiska länderna.

Figur 6

Internationell jämförelse av prisutvecklingstakt för livsmedel och alkoholfria drycker, januari 2019-juni 2025, indexerad tidsserie 2019=100

Källa: Eurostat harmoniserat konsumentprisindex (HICP)



Prisnivån i Sverige är lägre än i våra grannländer

En annan vinkel att belysa är hur den nordiska prisnivån står sig i förhållande till andra europeiska länder mätt i samma valuta. Prisnivån mäts här med Eurostats prisnivåindex, som jämför det genomsnittliga priset på en enhet av en likvärdig varukorg mellan länder, justerat för växelkurser.

Figur 7 visar att de nordiska länderna har en högre prisnivå för livsmedel och alkoholfria drycker jämfört med genomsnittet för EU-länderna. Skillnaderna är dock stora mellan våra grannländer. Norge och Danmark är de länder där prisnivåerna är högst, omkring 20 till 30 procent över EU-snittet. I Sverige och Finland är prisnivåerna närmare genomsnittet, cirka 6 respektive 10 procent över genomsnittet för EU-länderna.

Prisnivåerna inom de nordiska länderna påverkas av liknande faktorer. Förhållandevis höga löner, transportkostnader, skatter och höga kvalitetskrav bidrar till att priserna befinner sig över EU-genomsnittet.



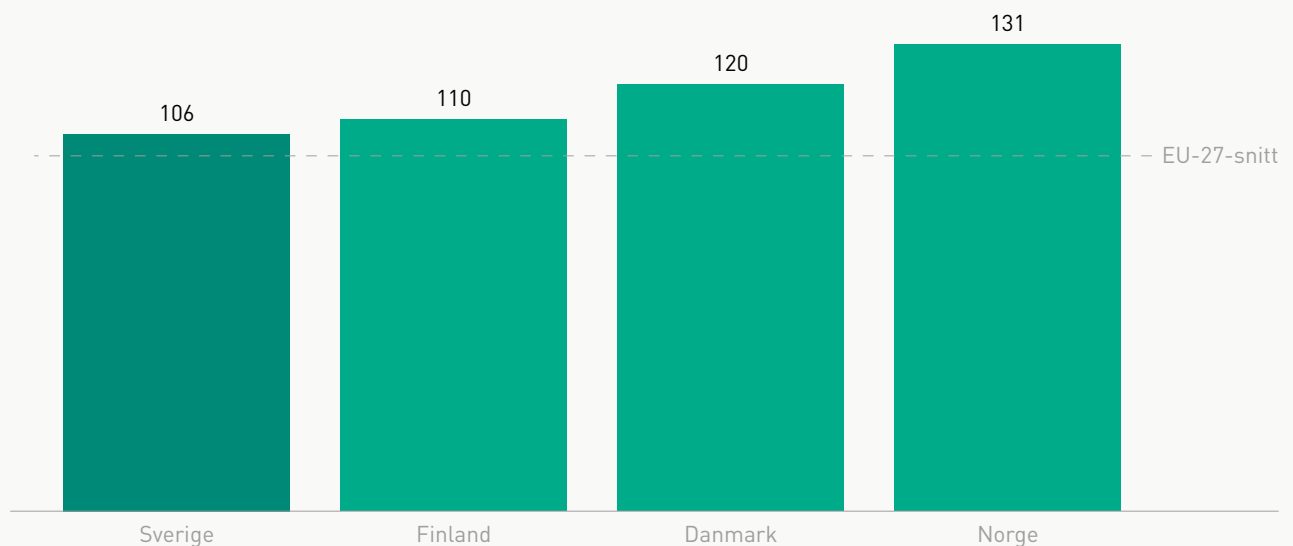
Dagligvaruhandeln i Norden delar många drag, inte minst höga krav på kvalitet, säkerhet och hållbarhet. Det driver kostnader men stärker också konsumenternas förtroende.

Karin Brynell, VD
Svensk Dagligvaruhandel

Figur 7

Internationell jämförelse av prisnivåer för livsmedel och alkoholfria drycker, 2024. EU-27=100

Källa: Eurostat Purchasing Power Parities



Figur 8 visar hur prisnivåerna ser ut för olika livsmedelskategorier. Mellan Sverige och våra nordiska grannländer finns tydliga skillnader. Danmark har särskilt höga priser på varor såsom bröd och flingor samt fisk, med omkring 36 respektive 30 procent högre prisnivå än EU-snittet. I Norge är det kött samt frukt, grönsaker och potatis vars prisnivå sticker ut, där nivåerna är uppemot 40 procent högre än de genomsnittliga priserna i Europa. Sverige ligger närmast EU-snittet för basvarorna mjölk, ost och ägg, men lite högre för frukt och grönsaker samt oljor och fetter. Likt Sverige uppvisar den finska dagligvaruhandeln mindre avvikelser sett till prisnivå och är det land, tillsammans med Sverige, som ligger närmast EU-snittet i de flesta livsmedelskategorier.

Sammantaget visar detta att samtliga nordiska länder har en högre prisnivå i jämförelse med EU-snittet. Om prisnivån i stället ställs i relation till konsumenternas köpkraft sticker däremot inte Norden ut i en europeisk kontext. Sverige är det land i Norden där prisnivåerna för livsmedel och alkoholfria drycker generellt är lägst. Detta trots en högre prisutvecklingstakt än Finland och Danmark sedan 2019.

Visste du att...

Under 2024 ökade försäljningen inom hela detaljhandeln i de svenska gränskommunerna med 7 procent jämfört med 2023. Kommuner längs med den norska gränsen stod för 84 procent av den totala omsättningen i gränshandeln. Dagligvaror står för hela 70 procent av den totala försäljningen i gränshandelskommunerna. De största gränshandelskommunerna sett till dagligvaruhandeln är Strömstad och Eda, dit norska medborgare åker för att handla dagligvaror. I Strömstad omsätter dagligvaruhandeln cirka 6,5 miljarder kronor, varav 85 procent kommer från norska konsumenter. I Eda omsätter dagligvaruhandeln cirka 2,7 miljarder kronor, varav 67 procent kommer från norska konsumenter. Den tredje största gränshandelskommunen för dagligvaror är Haparanda, vilket indikerar att även finska medborgare tar sig över gränsen för att handla dagligvaror i Sverige, om än i något lägre utsträckning än norska konsumenter.

Figur 8

Internationell jämförelse av prisnivåer för olika livsmedelskategorier, 2024. EU-27=100. Rött innebär att priserna är höga jämfört med EU-snittet, celler utan färg betyder att priserna är ungefär som EU-snittet.
Källa: Eurostat Purchasing Power Parities

	EU-27	Sverige	Danmark	Finland	Norge
Bröd och flingor	100	108,6	136,2	114,6	128,8
Kött	100	106,2	104,3	102,1	140,0
Fisk	100	100,9	129,7	106,4	103,3
Mjölk, ost & ägg	100	100,8	116,3	106,4	132,0
Oljor & fetter	100	115,5	116,2	111,8	115,3
Frukt, grönsaker & potatis	100	115,7	111,5	112,4	136,1

Likheterna i Norden är många

Denna rapport visar att dagligvaruhandeln i Sverige i många avseenden påminner om den i våra nordiska grannländer. Marknaderna är glest befolkade med långa transportsträckor. De präglas av en hög koncentrationsgrad med ett fåtal stora aktörer som står för en stor del av försäljningen, samtidigt som mindre butiker bidrar till en hög butikstäthet och lokal förankring.

Norden är en region med generellt högre prisnivåer än EU-snittet, även om Sverige ligger lägst i förhållande till våra grannländer. Prisökningstakten har dessutom mattats av snabbare här än i många andra delar av Europa, vilket tyder på en viss stabilisering efter de senaste årens ekonomiska turbulens.

Sammantaget följer dagligvaruhandeln i Sverige det nordiska mönstret med hög koncentration, likartade kostnadsdrivare och prisutveckling styrd av globala faktorer. Grannarna runt matbordet har med andra ord många gemensamma drag.



Visste du att...



5,8%

Den genomsnittliga branschtillväxten i Sverige de senaste fem åren i löpande priser. Den estimerade volymutvecklingen de senaste fem åren är 1,1 procent.

3 090

Ungefär så många kedjebutiker fanns år 2023 inom dagligvaruhandeln i Sverige, varav cirka 25 procent med en omsättning under 30 miljoner kronor.

340

Ungefär så många miljarder kronor säljer den svenska dagligvaruhandeln för enligt Dagligvaruindex. Av detta representerar e-handeln drygt 4 procent.

110 000

Ungefär så många anställer den svenska branschen. 32 procent är 16–24 år och 25 procent har utländsk bakgrund.

