



#### FÖR MER INFORMATION

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

► johan.parmler@kvalitetsindex.se

► 073-151 75 98

2024-06-19

# Hur nöjda är landets matkunder efter de senaste årens prisutveckling?

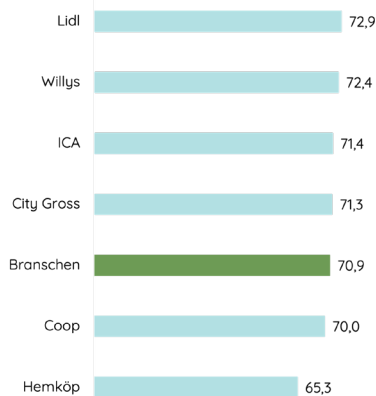
För första gången på tio år presenterar Svenskt Kvalitetsindex (SKI) en branschstudie för dagligvaruhandeln i Sverige. Hur påverkar faktorer som pris, produktkvalitet, utbud, hållbarhet och närhet konsumenters butiksväl och nöjdhet? Betygen är överlag goda – vi är generellt ganska nöjda med våra matbutiker, trots stigande priser.

”Inflationen har slagit hårt på matpriserna och kunderna har svårt att påverka i en bransch där några få stora aktörer sätter agendan”, säger Lovisa Svensson, projektledare på SKI, men konstaterar samtidigt att kundnöjdheten är relativt jämn och hög, jämfört med andra stora branscher som SKI mäter. ”Ja, vi är generellt ganska nöjda. Skillnaderna mellan branschens aktörer är ganska små.”

## Små skillnader, men kedjor som är prisfokuserade hamnar inte oväntat i topp

Trots de senaste årens utmaningar sätter matkunderna ett branscbetyg på 70,9, vilket är högre än Sverigesnittet 2023. Det är också jämnt mellan aktörerna – endast ett större varumärke ligger under index 70.

### Kundnöjdhet Dagligvaruhandeln 2024 Betyg 0-100



Studien visar också att aktörer som fokuserar på prisvärde har något nöjdare kunder, men det krävs mer än bara låga priser.

”Trots stigande livsmedelspriser har alla aktörer som ingår i denna studie fått ett kundbetyg över 60, vilket är vår gräns för godkänt,” säger Isabelle Nagy, analytiker på SKI. ”Prisvärde och en bra image är avgörande faktorer som driver kundnöjdheten. Kunderna uppskattar även ett brett utbud och naturligtvis hög kvalitet på produkterna.”

## Närhet är viktigt vid val av butik

Inte oväntat är det viktigt var butiken ligger. Närhet till hemmet eller jobbet är den främsta anledningen till att man väljer att handla i en specifik butik, men det skapar inte nödvändigtvis nöjda kunder.

”För att få höga kundbetyg krävs mer än en bra handelsplats. Vi ser en kombination av flera faktorer, där upplevt prisvärde är den enskilt viktigaste drivkraften,” säger Isabelle.

SKI ser också att det är viktigare än någonsin att särskilja sig från sina konkurrenter. Kunder nyttjar flera olika kedjor och butiker.

”Kunder jämför och ser ganska få skillnader. De varumärken som finns måste jobba hårdare på att sticka ut och vara annorlunda. De flesta kedjor har närmast identiska produktutbud.” konstaterar Isabelle.

## Hållbarhet och samhällsansvar en allt viktigare faktor

Hållbarhet och samhällsansvar blir allt viktigare för landets konsumenter, men livsmedelsbranschen får generellt låga hållbarhetsbetyg, trots stort medialt fokus på just detta.

”Kunderna vill att branschen tar ett större samhällsansvar och erbjuder mer lokalt producerade varor och hållbara alternativ,” säger Isabelle, men konstaterar att detta också är något av en hållbarhetsparadox. ”Vi vet från vår egen forskning att konsumenter i alla branscher gärna lyfter fram att hållbarhet är viktigt, men att det i själva verket är pris och tillgänglighet som avgör vad man köper.”

Svenskt Kvalitetsindex kommer fortsätta att göra mätningar inom dagligvaruhandeln och näst på tur är landets leverantörer av matkassar. Kontakta Lovisa Svensson på [lovisa.svensson@kvalitetsindex.se](mailto:lovisa.svensson@kvalitetsindex.se) för att få veta mer om rapporten och ta del av insikter som kan hjälpa dig som aktör inom dagligvaruhandeln att fortsätta utvecklas och möta kundernas krav på bästa möjliga sätt.

### Not, om studien 2024

Intervjuerna i studien har genomförts via webbenkät under maj 2024. Målgruppen är ett slumpmässigt nationellt urval. Totalt genomfördes 1013 intervjuer.