

Försäljningsstatistik Nyckelhålet

PM beräknat på data från NielsenIQ



Denna titel kan laddas ner från: [Livsmedelsverkets publikationer](#)

Citera gärna Livsmedelsverkets texter, men glöm inte att uppge källan. Bilder, fotografier och illustrationer är skyddade av upphovsrätten. Det innebär att du måste ha upphovsmannens tillstånd att använda dem.

© Livsmedelsverket, 2025.

Författare:

Sanna Remholt.

Rekommenderad citering:

Livsmedelsverket. Remholt, S. 2025. PM 2025: Försäljningsstatistik Nyckelhålet. Livsmedelsverkets PM. Uppsala.

PM 2025

ISSN 1104–7089

Innehåll

Bakgrund och syfte.....	4
Metod.....	5
Resultat.....	6
Diskussion och slutsats.....	9
Referenser	10

Bakgrund och syfte

Livsmedelsverket har sedan 2020 ett regeringsuppdrag att i nära samverkan med livsmedelsbranschen vidareutveckla konceptet Nyckelhålet, bland annat genom informationsspridning om märkningen för att underlätta för konsumenter att göra hälsosamma val vid köp av livsmedel.

Nyckelhålet är en frivillig märkning men för att ett företag ska få märka mat med Nyckelhålet ska maten uppfylla vissa regler. Reglerna för vilken mat som får märkas med Nyckelhålet styrs genom föreskrifter som revideras kontinuerligt. Den senaste revideringen trädde i kraft den 1 mars 2021 och rörde framför allt färdigrätter, vegetariska produkter och spannmålsprodukter. De två huvudsakliga syftena med revideringen var att genom förenklade, men inte mindre strikta kriterier, göra det enklare att Nyckelhålmärka färdigrätter, samt i enlighet med de nordiska näringsrekommendationerna och kostråden göra det enklare att äta mer mat från växtriket. Det pågår för närvarande en revidering för att anpassa reglerna om Nyckelhålet till den senaste versionen av nordiska näringsrekommendationer (NNR 2023).

För att kunna följa utvecklingen av Nyckelhålmärkningen och fortsatt kunna kommunicera kring den på ett relevant sätt behövs en regelbunden uppföljning av antalet Nyckelhålmärkta produkter på den svenska marknaden samt andelen Nyckelhålmärkta produkter i olika livsmedelskategorier som är möjliga att märka med Nyckelhålet.

Syftet med detta PM är att sammanfatta den statistik om Nyckelhålet som finns tillgänglig via NielsenIQ och därmed hur utbudet av Nyckelhålmärkta produkter ser ut i svensk dagligvaruhandel.

Metod

Statistiken som presenteras i detta PM baseras på tillgänglig försäljningsstatistik från NielsenIQ (ScanTrack DVH). Informationen som representerar Svensk Dagligvaruhandel är inhämtad från ett urval, vilka representerar 2868 dagligvarubutiker. För produktgrupper där även servicehandeln finns representerad inkluderas ytterligare urvalsbutiker, vilka representerar små dagligvarubutiker samt bensinstationer och kiosker.

Urvalet av dagligvarubutiker (antal 2884) representerar cirka 95 procent av omsättningen av dagligvaruförsäljningen i svensk dagligvaruhandel. Detta betyder inte att täckningsgraden är enligt ovanstående för samtliga varugrupper. Denna varierar beroende på hur mycket av varugruppen som säljs inom de kanaler NielsenIQ mäter (NielsenIQ, 2024).

Nielsen använder ett stratifierat vägt urval, vilket innebär att hänsyn till såväl geografi, butiksomsättning och kedjetillhörighet tas vid valet av urval. Försäljningen i urvalet expanderas därefter så att den representerar hela populationen.

Statistiken köptes in för 3 rullande år med brytpunkt vecka 32, det vill säga åren 2022, 2023 och 2024. Rullande år beskriver utvecklingen de senaste 52 kumulerade veckorna. De förstnämnda åren är justerade för att representera de produkter som fanns på marknaden under 2024.

Statistiken har blivit summerad och kategoriserad i tolv livsmedelsgrupper i efterhand för att likna Nyckelhålets föreskrifter och att kunna presentera resultatet på övergripande nivå.

Alla statistiska bearbetningar har gjorts i Excel, Microsoft 365 MSO (Version 2403).

Resultat

Denna rapport redogör för statistiken över antalet Nyckelhålmärkta produkter inom olika livsmedelskategorier samt utvecklingen i antalet, värde och volym mellan vecka 32 år 2022 och vecka 32 år 2024.

Totalt fanns det 2 570 Nyckelhålmärkta produkter i den svenska dagligvaruhandeln 2024, vilket var en marginell minskning om 10 produkter. De tre största kategorierna sett till antalet Nyckelhålmärkta produkter var "Kött" med 195 produkter, "Färsk fisk och skaldjur" med 163 produkter och "Hårt bröd" med 122 produkter. Störst andel Nyckelhålmärkta produkter återfanns inom "Hårt bröd" med 25 procent, följt av "Färsk fjäderfä" med 16 procent och "Frukostflingor" med 15 procent.

Utvecklingen av antalet Nyckelhålmärkta produkter varierade betydligt mellan olika kategorier jämfört med år 2023. Kategorierna som uppvisade den största ökningen var "Matfett" med en ökning på 33 procent, "Färska vegetabiliska produkter" ökade 24 procent och "Frukostflingor" med 11 procent. Samtidigt hade antalet Nyckelhålmärkta produkter minskat i kategorierna "Pasta" och "Färdigrätter", med 13 procent respektive 12 procent.

Försäljningen av Nyckelhålmärkta produkter stod för 10 procent av det totala värdet (kronor) inom de analyserade kategorierna. De största kategorierna sett till värde var "Mjukt bröd" som stod för 21 procent av värdet, följt av "Kött" med 19 procent och "Hårt bröd" med 13 procent. Inom kategorin "Mjukt bröd" överraskade livsmedelsgruppen "Hamburger- och korvbröd" som hade ökat försäljningen med 422 procent jämfört med föregående år 2023. I kategorin "Kött" hade livsmedelsgruppen "Förpackat kött" den största värdeökningen på 21 procent. I kategorin "Hårt bröd" hade livsmedelsgruppen "Andra typer av hårt bröd" ökat försäljningen med 13 procent.

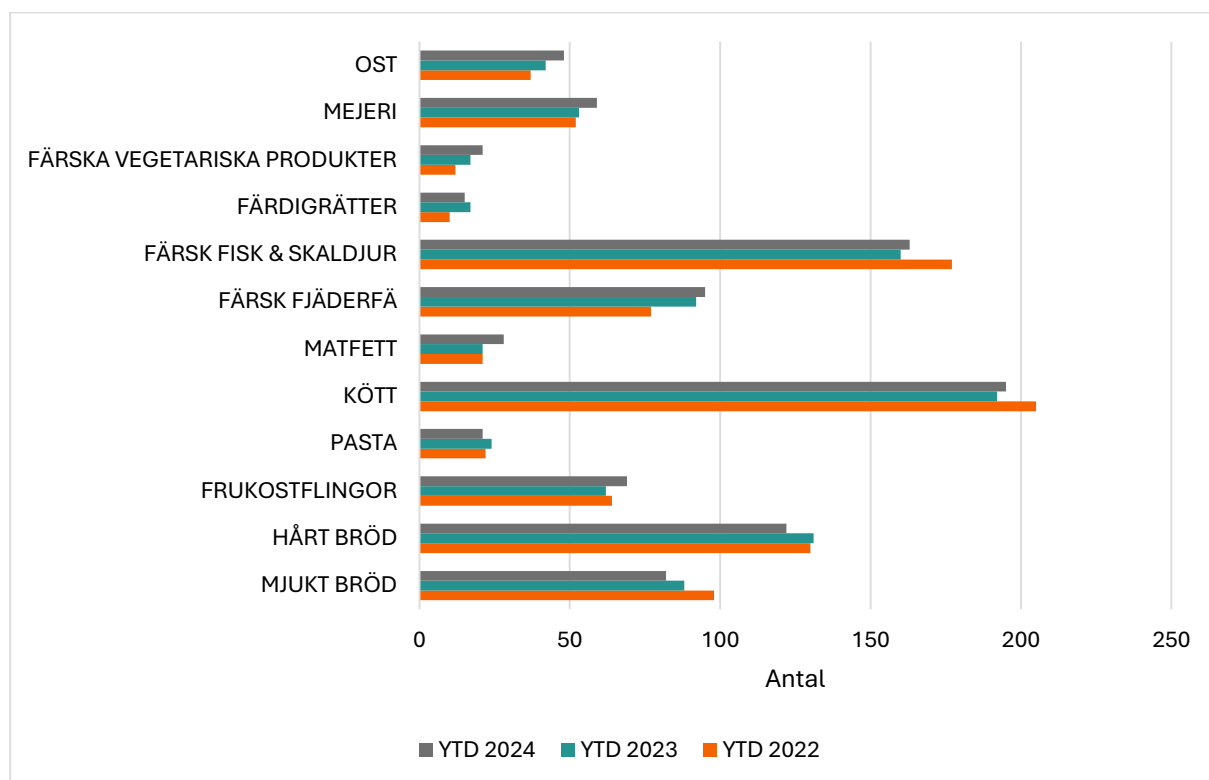
Den totala värdeutvecklingen för alla kategorier var en ökning med 3 procent jämfört med föregående år 2023, medan Nyckelhålmärkta produkter hade en något starkare tillväxt med en ökning på 3,8 procent. De kategorierna med den största ökningen för Nyckelhålmärkta produkter var "Matfett" med 83 procent, "Färsk fisk och skaldjur" med 19 procent och "Färska vegetabiliska produkter" med 11 procent. Inom tre kategorier noterades en minskning jämfört med 2023: "Mejeri" med 6 procent, "Mjukt bröd" med 4 procent och "Frukostflingor" med 4 procent.

Nyckelhålmärkta produkter stod för 2,3 procent av den totala volymen (antal kilo /liter av sålda produkter) inom de analyserade kategorierna. De tre största kategorierna, som tillsammans utgjorde 70 procent av den totala volymen för Nyckelhålmärkta produkter, var "Mejeri" med 32 procent, "Mjukt bröd" med 27 procent och "Hårt bröd" med 11 procent.

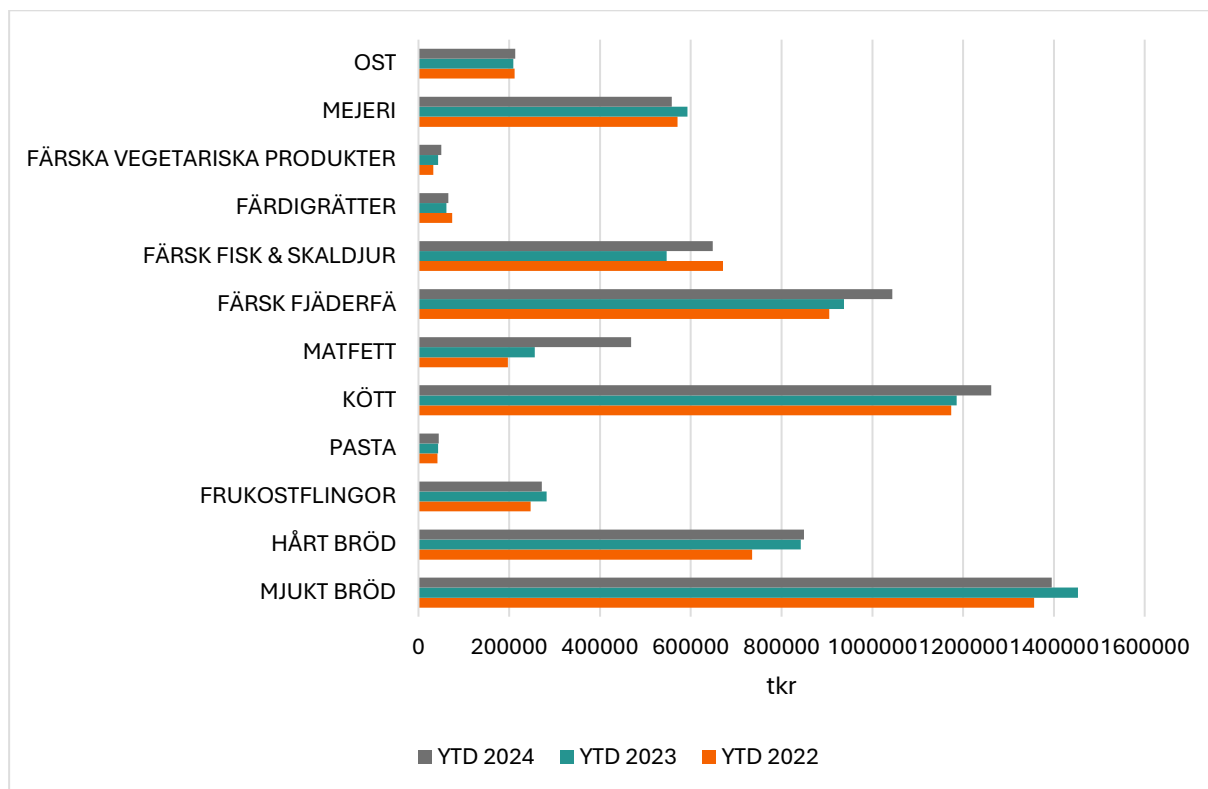
Den totala volymförsäljningen för samtliga kategorier visade en svag negativ trend med en minskning på 0,6 procent jämfört med föregående år. För Nyckelhålmärkta produkter var dock utvecklingen positiv med en ökning på 2,8 procent. Den största volymökningen var i kategorin "Matfett" med 54 procent, följt av "Färsk fisk och skaldjur" med 29 procent och "Färsk fjäderfä" med 18 procent. Volymminskningar hade endast skett i två kategorier: "Hårt bröd" med en minskning på 0,8 procent och "Frukostflingor" med en minskning på 6 procent.

Inom de största volymkategorierna var utvecklingen positiv men varierande. I kategorin "Mejeri" har tillväxten drivits av livsmedelsgruppen "Yoghurt & fil" med en ökning på 3 procent jämfört med föregående år. Inom kategorin "Mjukt bröd" hade "Hamburger- och kornbröd" den största volymökningen med 132 procent och inom "Hårt bröd" drevs tillväxten främst av livsmedelsgruppen "Andra typer av hårt bröd" med en ökning på 9 procent.

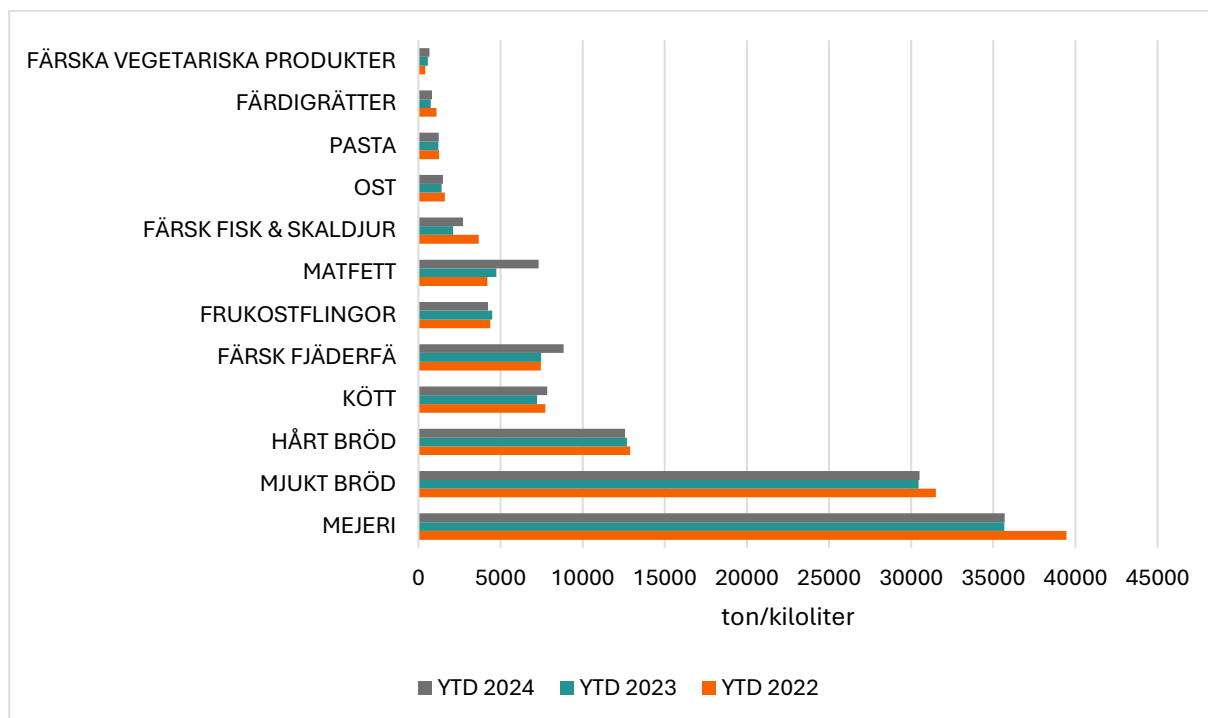
Figur 1. Utvecklingen av antalet Nyckelhålmärkta produkter under 2022 – 2024



Figur 2. Utveckling av försäljningen av Nyckelhålmärkta produkter under 2022 – 2024 i tkr



Figur 3. Utveckling av volym av Nyckelhålmärkta produkter under 2022 – 2024 i ton/kiloliter



Diskussion och slutsats

Resultaten ovan visar att Nyckelhålet fortsätter att vara en relevant framsidesmärkning på livsmedel i svensk dagligvaruhandel, både vad gäller utbudet av antalet produkter och volymförsäljning i butik. Nyckelhålet kan bidra till att driva försäljningen inom mer hälsosamma produkter än produkter utan denna framsidesmärkning. Ett bra utbud av Nyckelhålmärkta produkter på butikshyllorna innebär i regel också en ökad konsumtion av dessa hälsosamma alternativ, och bidrar därmed till bättre matvanor.

Värdeutveckling, +3,8 procent, och volymutveckling, +2,8 procent, för Nyckelhålmärkta produkter överträffar den totala utvecklingen i dagligvaruhandeln, vilket tyder på att dessa produkter inte bara är efterfrågade utan också genererar mer intäkter per såld enhet. Kategorier som "Matfett" och "Färsk fisk & skaldjur" står ut med betydande tillväxt i både värde och volym, vilket kan indikera en växande medvetenhet om hälsosamma val.

Volymökningar i kategorier som "Matfett" (+33 %), "Färska vegetabiliska produkter" (+24 %) och "Frukostflingor" (+11 %) tyder på en relativt stor förändring i konsumtion. Detta kan bero på olika faktorer, som att konsumenter i högre utsträckning söker hälsosammare alternativ inom dessa produktgrupper eller att producenter och/eller dagligvaruhandel antingen utvecklat eller marknadsfört dessa produkter i högre utsträckning.

När det gäller andelen Nyckelhålmärkta produkter inom respektive kategori kan "Hårt bröd", där 25 procent av produkterna är Nyckelhålmärkta, anses spegla en långvarig efterfrågan på hälsosammare alternativ inom brödkategorin. En ökning inom kategorin "Färsk fjäderfä" med 16 procent kan sannolikt kopplas till trenden mot magrare proteinkällor och en ökad efterfrågan på kyckling som ett hälsosammare alternativ till rött kött. Även inom "Frukostflingor" noteras en ökning med 15 procent, vilket återspeglar branschens anpassning till en ökad efterfrågan på hälsosamma frukostprodukter, där Nyckelhålmärkningen blivit ett viktigt verktyg.

Livsmedelsproducenter har en viktig roll och ett ansvar att ta fram hälsosamma livsmedel genom produktutveckling och därmed öka utbudet av bra alternativ på hyllorna. Effekten av produktutveckling kan inte minst ses i den specifika livsmedelsgruppen "Hamburger- och korbrot" som hade en värdeökning på över 420 procent jämfört med föregående år 2023, sannolikt på grund av att nya, Nyckelhålmärkta, produkter har nått marknaden.

Nyckelhålmärkta produkter fortsätter att spela en viktig roll i att främja hälsosamma matval i Sverige. Resultaten visar att dessa produkter har en positiv utveckling i både värde och volym, vilket speglar en stark efterfrågan. Resultatet visar på behovet av innovation och produktutveckling inom livsmedelsbranschen samt användbara och uppdaterade Nyckelhålskriterier.

Referenser

Beräkningar med hjälp av NIQ RMS data (DVH totalt sales value + units, YTD w32, 2024 w32 (Copyright © 2024, NIQ)

