

Sverige

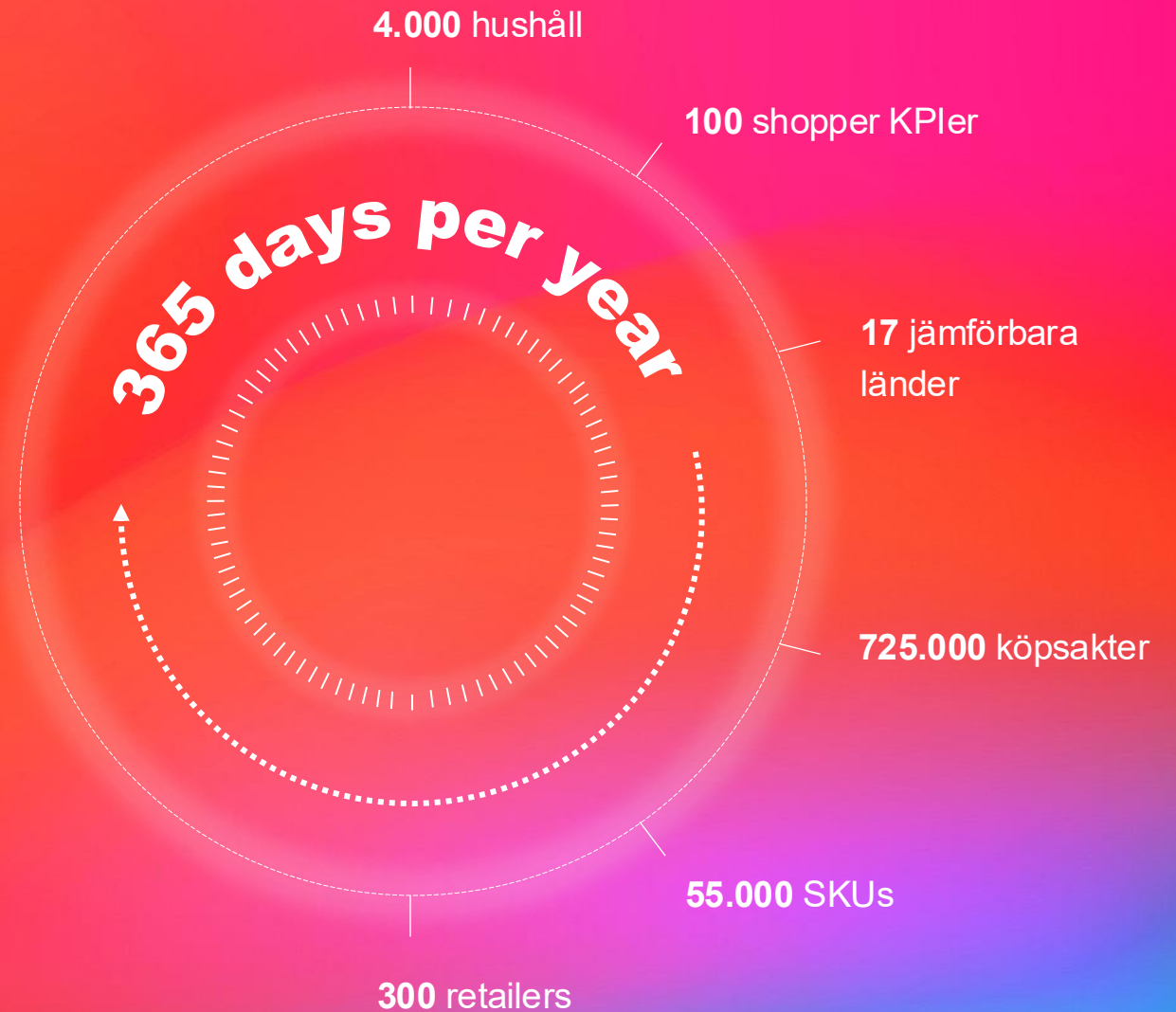
Insikter i förändring – konsumetbeteenden under lupp

ClearOn

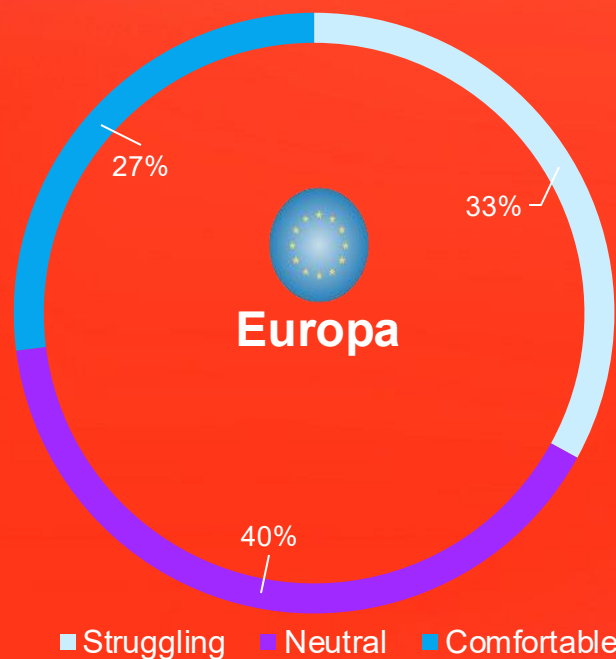
September 2025

YouGov Shopper

We measure shoppers. Broadly. Deeply.



Andelen svenska hushåll som kämpar med ekonomin växer



Vår '25 vs. Höst '24 (0,5 YTD)

Kämpar
 **34%** **+3,7 %pt**
Kämpar ekonomiskt för att få ihop det, eller får inte ihop det

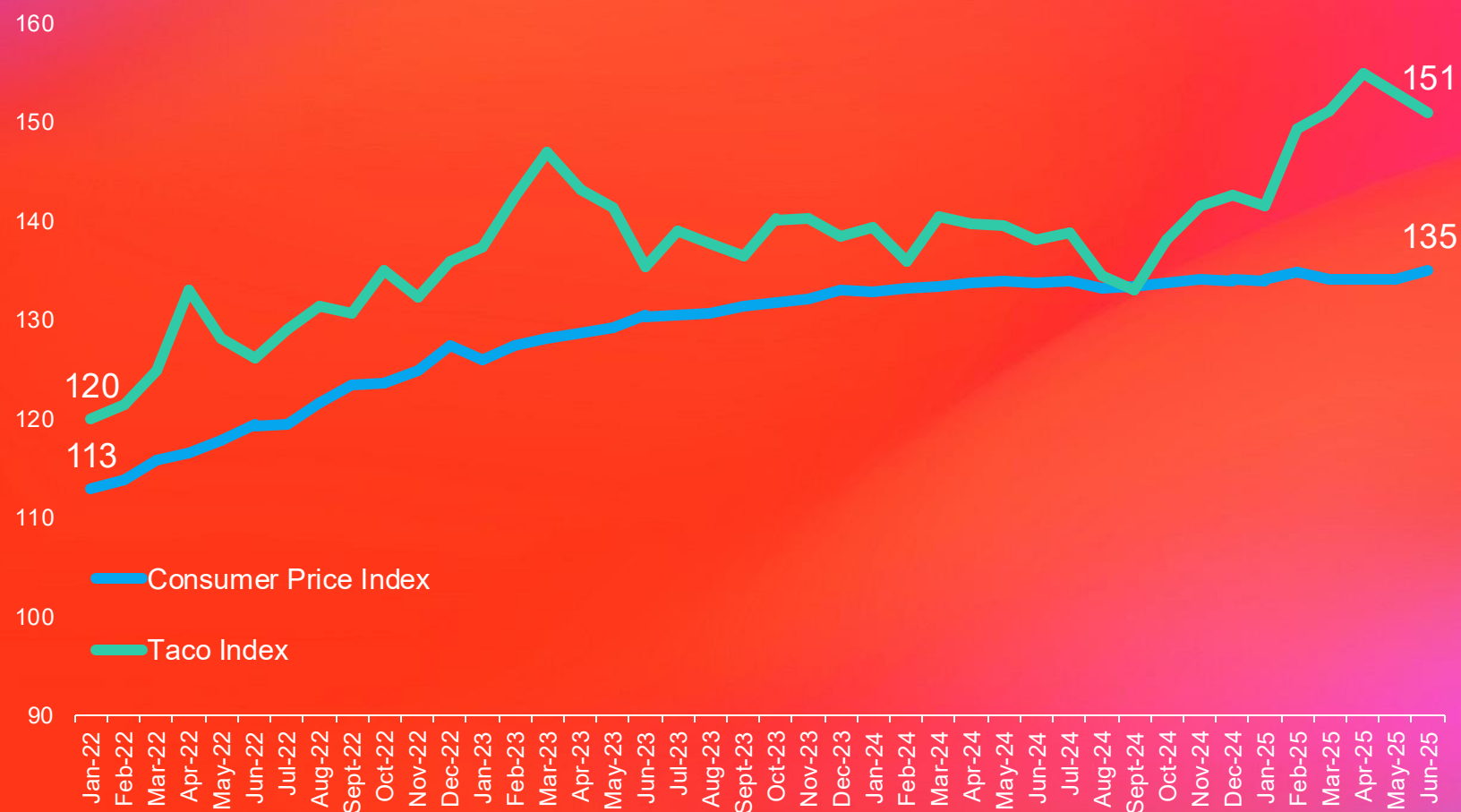
Neutrala
 **31%** **-3,9 %pt**
Inga ekonomiska bekymmer överlag, der funkår

Bekväma
 **35%** **-0,1 %pt**
Financially comfortable – don't have to limit themselves or can afford a lot



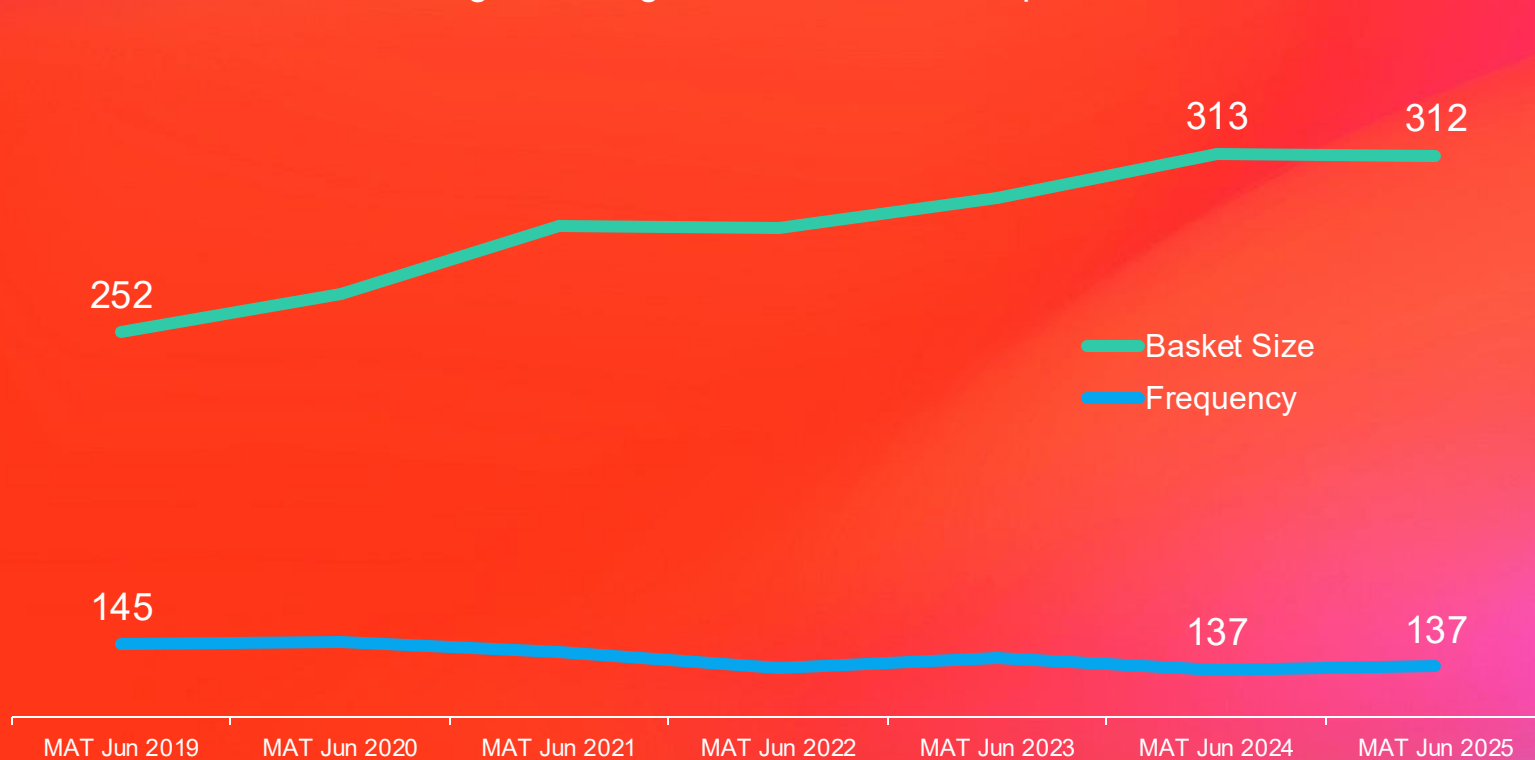
Vad kostar en vanlig fredagstaco?

Matpriserna stiger dramatiskt jämfört med den generella inflationen



Vi håller nere värdet på varukorgen och handlar mer sällan. Vi fortsätter dock handla runt.

Genomsnittligt varukorgsvärde och antal inköpstillfällen/år

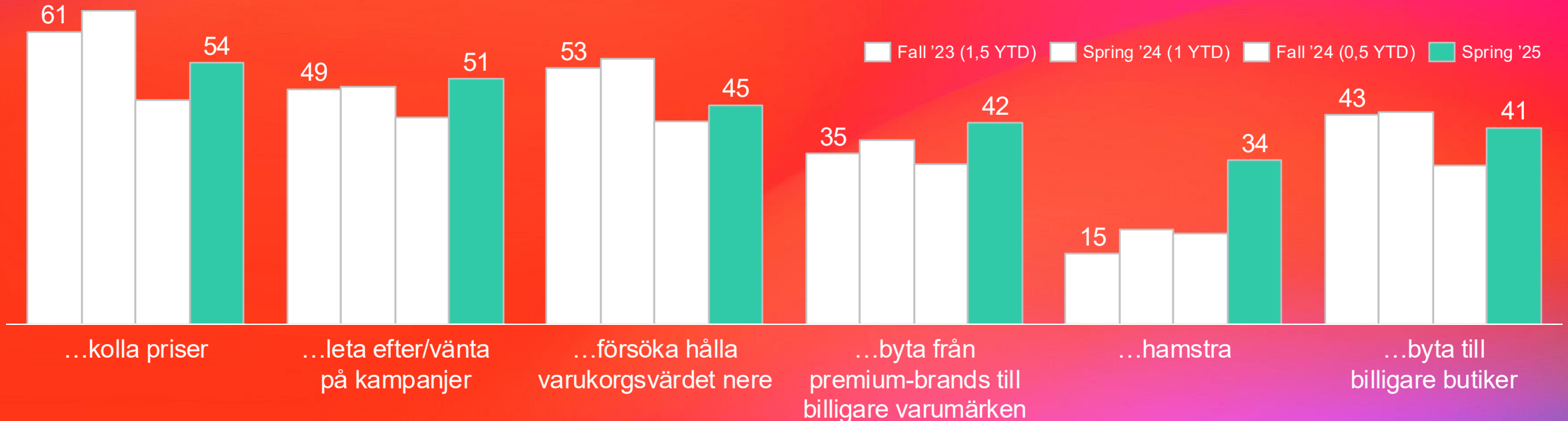


Antal besökta butikskedjor



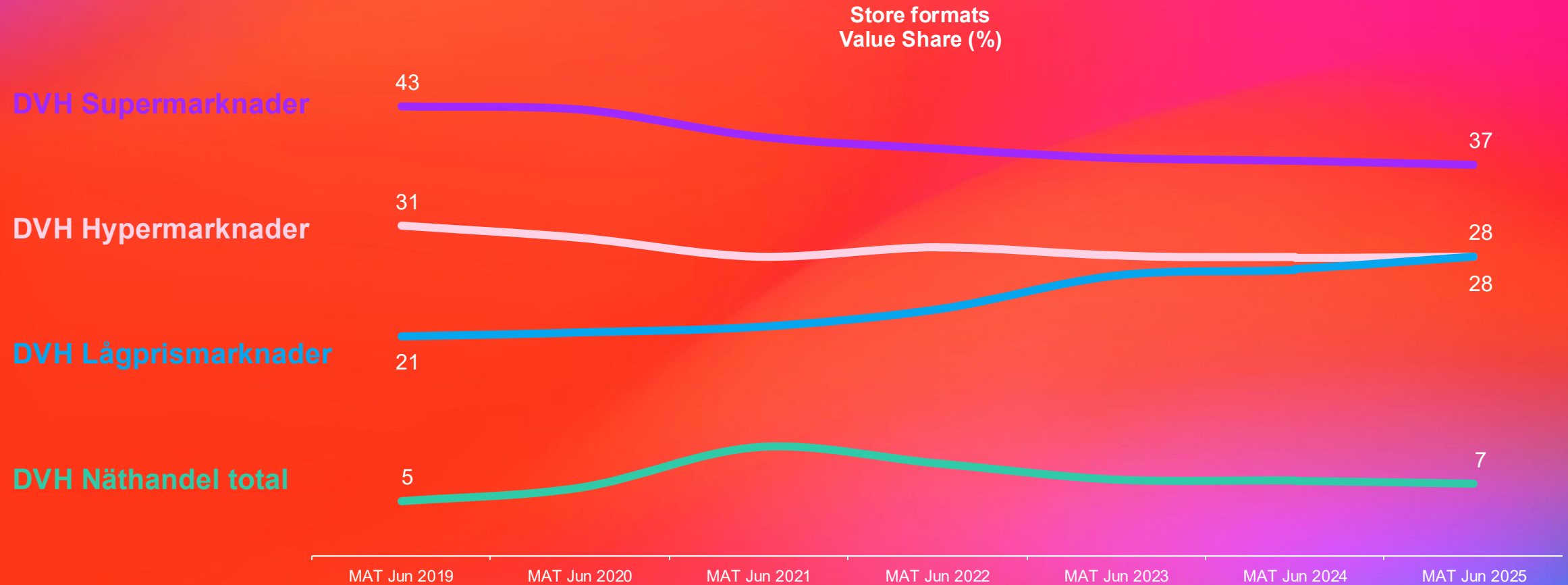
Vad gör vi för att få pengarna att räcka?

De kommande 6 månaderna kommer jag...



... mer eller mycket mer än tidigare

Lågprismarknaderna tar andelar över tid



Egna Varumärken hittar oftare ner i varukorgen



EMV-andel
 **28%** +5 %pt vs. 2020

Top 3 kategorier % EMV

Chark
 **38%**

Kemtek & papper
 **37%**

Mejeri
 **35%**



Promo-andelen ökar, men varierar mycket mellan olika kategorier



FMCG promo-andel
35% +8 %pt vs. 2020

Top 3 kategorier % promoandel

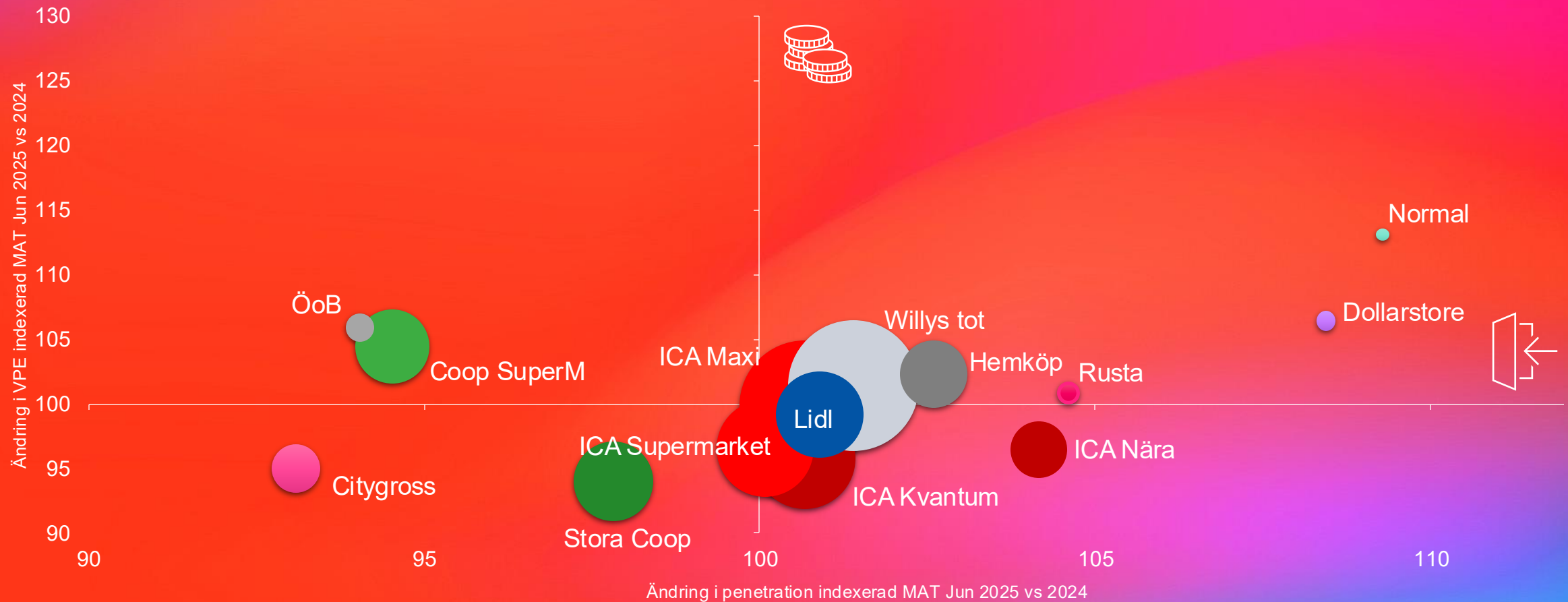
Varma drycker
58%

Frukt & Grönt
50%

Snacks & Konfektyr
39%



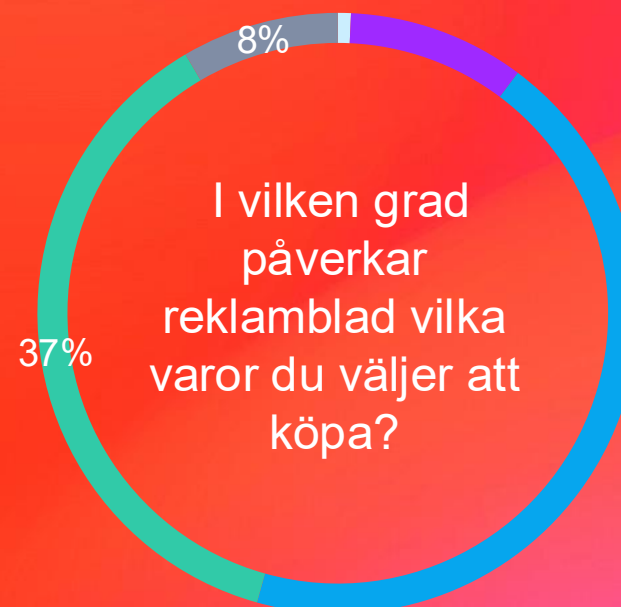
Vad driver kedjorna? Diversehandeln bäst i klassen på både penetration och lojalitet



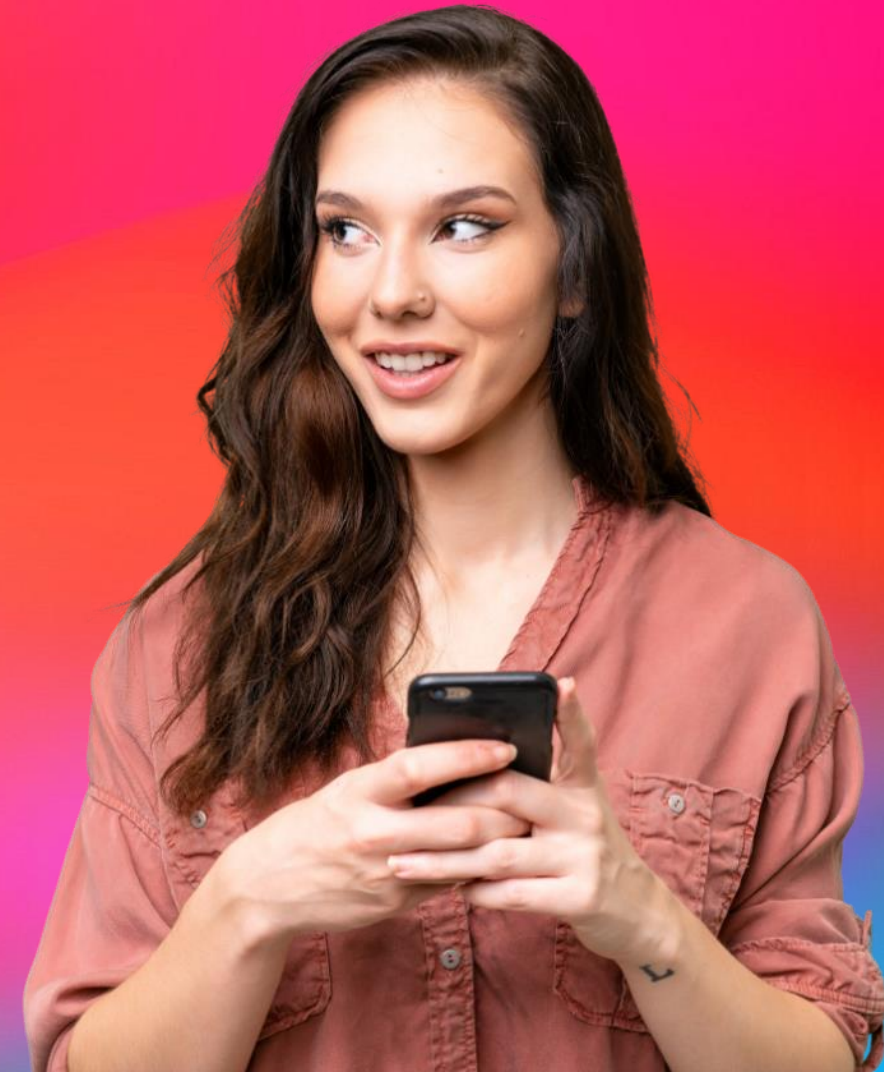
Reklambladen är ett viktigt redskap för att planera inköp



■ Aldrig ■ Sällan ■ Ofta ■ Alltid



■ Inte alls
■ I liten grad
■ I viss grad
■ I hög grad
■ De är avgörande för mina val



Mer än hälften av befolkningen använder ofta eller alltid kuponger



Använder kuponger mer än tidigare
17%

Top 3 mest använda kuponger

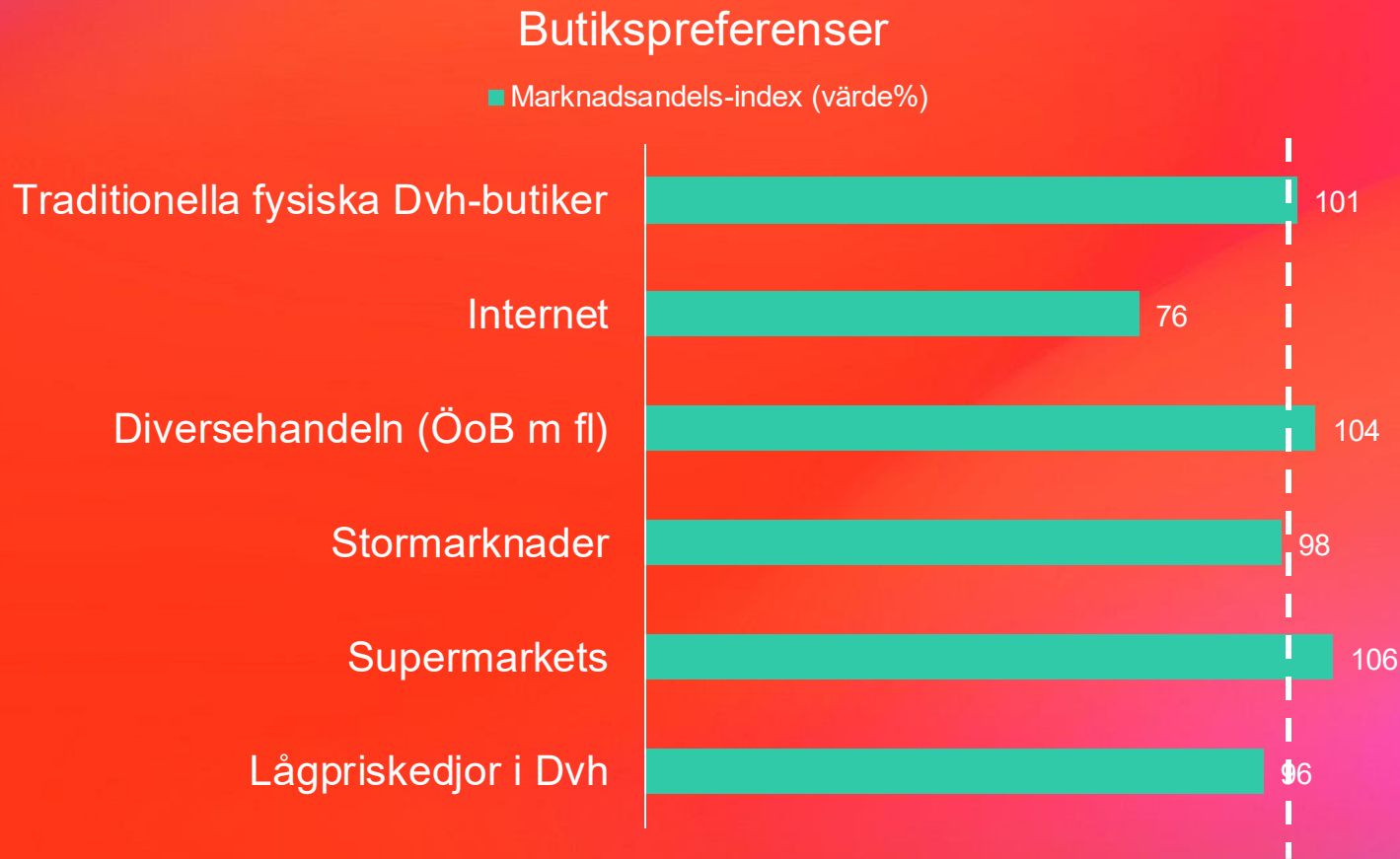
Personliga erbjudanden
65%

Kuponger från tredjepart
41%

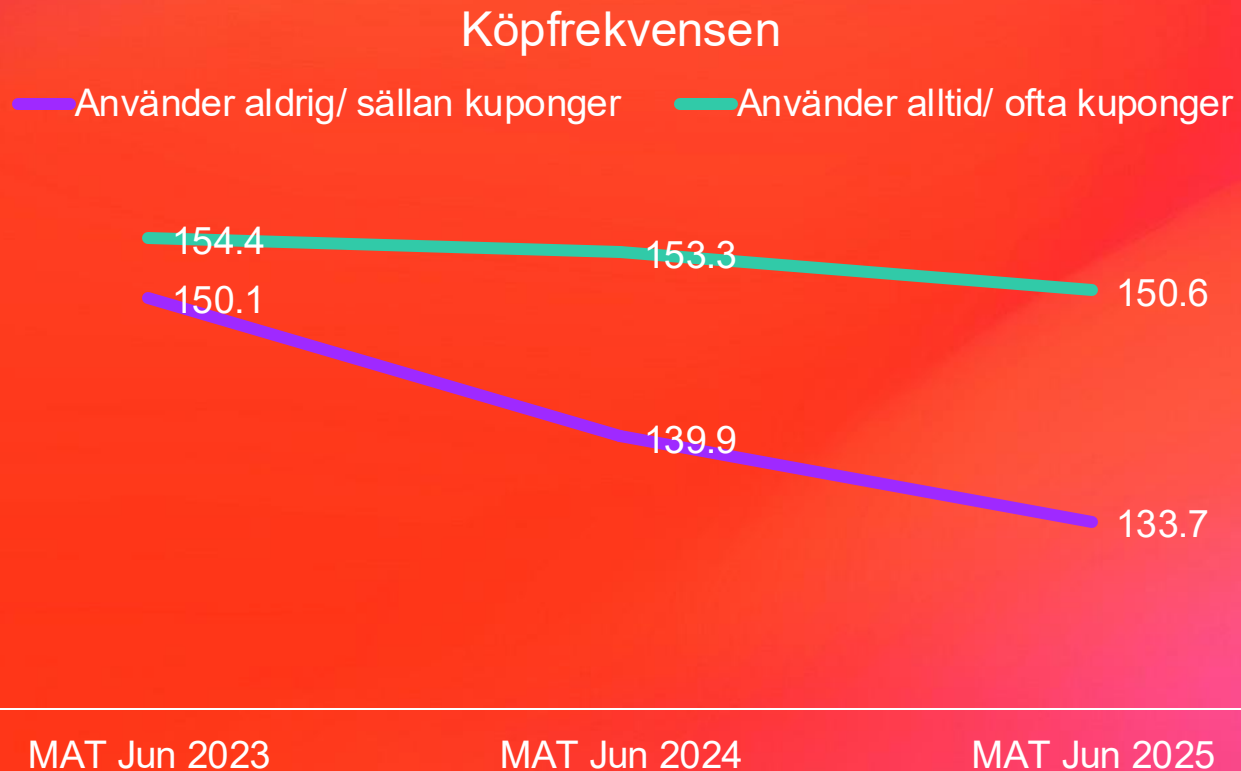
Tryckta kuponger
32%



Stor användarna av kuponger lockas av traditionella supermarkets



Stor användarna av kuponger handlar oftare och spenderar mer på dagligvaror



Barnfamiljer, matintresserade och 60+ driver storanvändarnas höga köpfrekvens



Att ta med vidare...

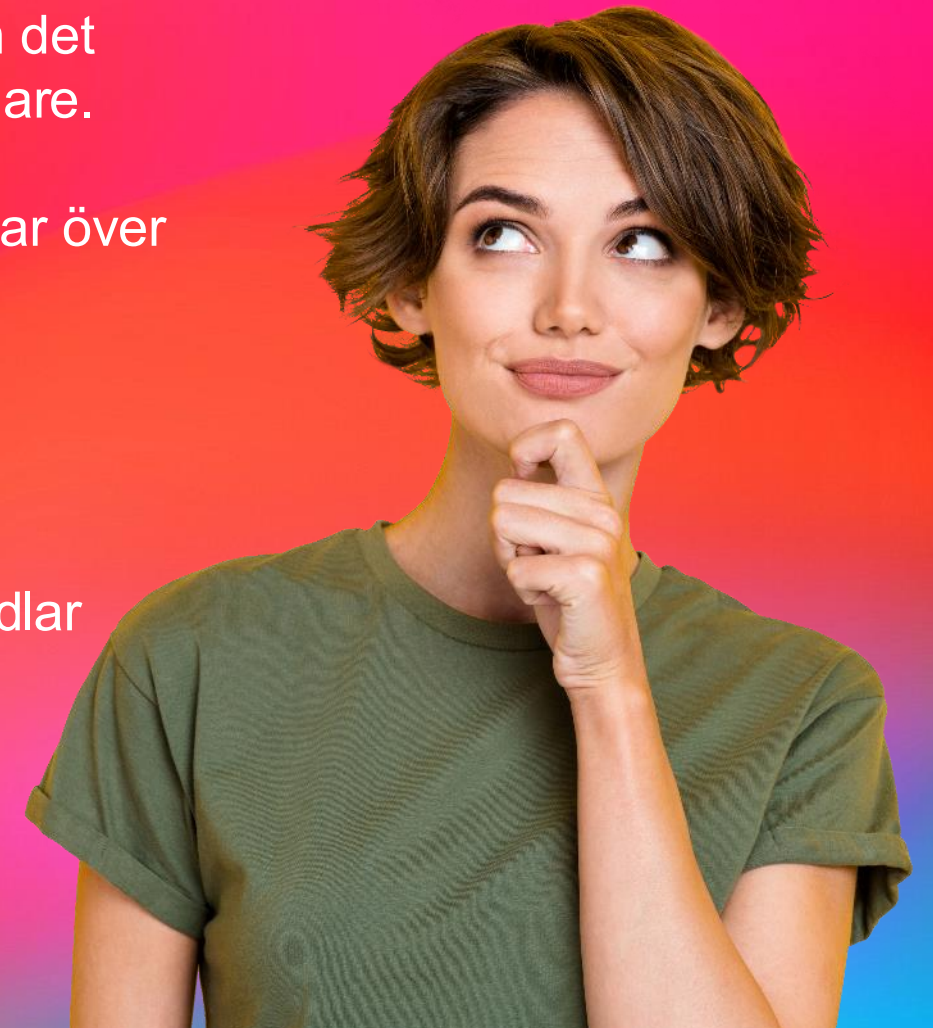
Ett växande antal svenska hushåll kämpar med ekonomin och det märks när vi handlar dagligvaror. Vi håller igen och väljer billigare.

Kedjelandskapet förändras. Lågprismarknaderna vinner andelar över tid. Diversehandeln är på uppgång.

Reklamblad används i hög utsträckning för att planera dagligvaruinköp.

Stor användare av kuponger är en attraktiv målgrupp som handlar oftare än genomsnittet.

➔ Spelplanen har ändrats – anpassa aktiviteter!



Tack

YouGov, 2024, all rights reserved. All materials contained herein are protected by copyright laws. Any storage, reproduction or distribution of such materials, in whole or in part, in any form without the prior written permission of YouGov is prohibited. This information (including any enclosures and attachments) is propriety and confidential and has been prepared for the exclusive use and benefit of the addressee(s) and solely for the purpose for which it is provided. We make no representations, warranties or guarantees, whether express or implied, that the information is accurate, complete or up to date. We exclude all implied conditions, warranties, representations or other terms that may apply and we will not be liable to you for any loss or damage, whether in contract, tort (including negligence), breach of statutory duty, or otherwise, even if foreseeable, arising under or in connection with use of or reliance on the information. We do not exclude or limit in any way our liability to you where it would be unlawful to do so.