

RAPPORT

UTVALGET AV MAT OG DRIKKE I NORSK OG SVENSK DAGLIGVARE





Forord

Denne analysen er gjennomført av Menon på oppdrag fra NorgesGruppen. Formålet har vært å sammenlikne matvareutvalget i norsk og svensk dagligvare og forklare eventuelle forskjeller.

Analysen bygger på en tilsvarende studie fra 2016.

Menon står ansvarlig for alt innhold i rapporten.

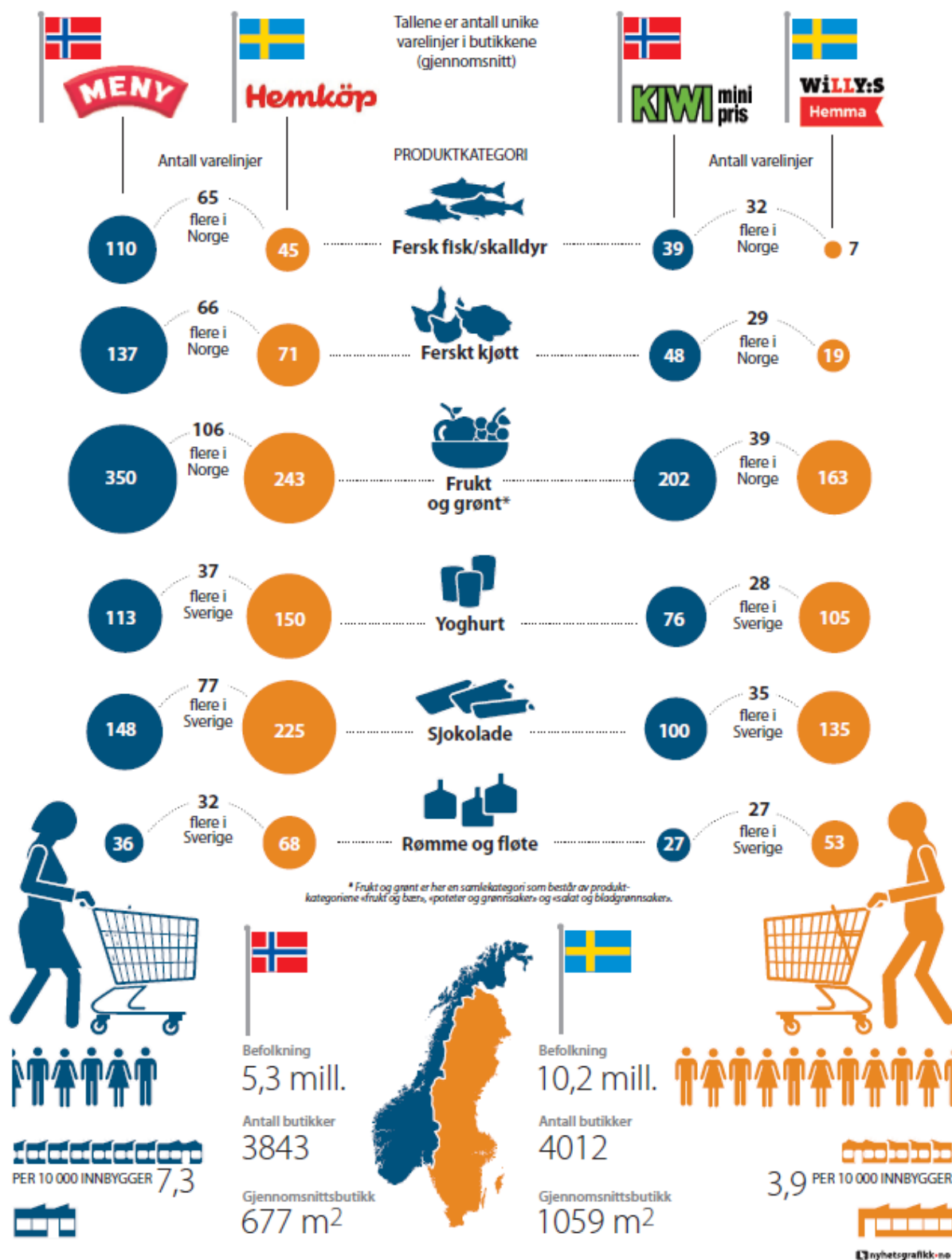
Juni 2019

Erland Skogli
Prosjektleder
Menon Economics

Innhold

SAMMENDRAG	4
INNLEDNING OG BAKGRUNN	5
1. FORSKJELLER I UTVALGET AV MAT OG DRIKKE I LIKE STORE BUTIKKER	6
UTVALGET AV MAT OG DRIKKE I 20 UTVALGTE BUTIKKER	6
1.1.1. Forskjellene i vareutvalg for ulike produktkategorier – Meny vs. Hemköp	7
1.1.2. Forskjellene i vareutvalg for ulike produktkategorier – Kiwi vs. Willys Hemma	9
1.2. Forskjellene for 18 utvalgte produktkategorier	10
1.2.1. Meny vs. Hemköp	10
1.2.2. Kiwi vs. Willys Hemma	12
2. ANTALL LEVERANDØRER I DE NORSKE OG SVENSKE BUTIKKENE	12
VEDLEGG	16
1. Datagrunnlaget	16
2. Liste over de utvalgte produktkategoriene	16

Ulikt vareutvalg i Norge og Sverige



Antall dagligvarebutikker i Norge og Sverige er hentet fra Nielsen.

Sammendrag

I denne studien har vi analysert vareutvalgstell fra norsk og svensk dagligvarebransje og sammenlignet utvalget i like store butikker i Norge og Sverige. Studien bygger på en tilsvarende analyse fra 2016.

Innenfor flere kategorier er utvalget størst i de norske butikkene. Utvalget av ferske varer som fisk og kjøtt er for eksempel større i Norge, mens utvalget av meieriprodukter og langtidsholdbare varer som pasta er større i Sverige. Faktisk er utvalget av både fersk fisk og ferskt kjøtt¹ større i norsk dagligvare enn i svensk, selv når man ikke tar høyde for at svenske butikker i gjennomsnitt er større enn norske. Utvalget innen frukt og grønt er også vesentlig større i de norske butikkene enn i de svenske.

Siden forrige studie i 2016 har forskjellene mellom Sverige og Norge blitt enda mindre: **Mens vi i 2016 fant at det var syv prosent flere varelinjer i de sammenliknbare svenske butikkene, har dette nå krympet til fire prosent.**

Fortsatt er utvalget av både fersk fisk og ferskt kjøtt større i de norske butikkene. For fersk fisk har avstanden økt. Utvalget innen øl er også fortsatt godt over dobbelt så stort i Norge.

I tillegg ser vi en positiv utvikling innen frukt og grønt der de norske butikkene nå ligger langt foran de svenske.

På ett område er det fortsatt stor forskjell mellom Norge og Sverige: Antall unike leverandører av mat og drikke til de butikkene vi har analysert er i snitt 59 prosent større Sverige enn i Norge. Dette er omtrent helt likt med forrige måling i 2016.

Det vil kunne overraske mange forbrukere at dagligvareutvalget i praksis er så likt i Sverige og Norge, og at det til og med er bedre i norske butikker innenfor produktkategorier hvor mange i utgangspunktet tenker at utvalget er større i Sverige. En mulig forklaring er at man ubevist sammenlikner butikker av ulik størrelse når man vurderer det norske utvalget opp mot det man finner i Sverige. De store svenske butikkene langs grensen er for eksempel større enn selv de store butikkene i Norge. Vareutvalget blir dermed også vesentlig større i disse svenske butikkene.

Det mange ikke er klar over er at også vanlige svenske butikker er større enn norske. Den gjennomsnittlige dagligvarebutikken i Sverige er rundt dobbelt så stor som den gjennomsnittlige butikken i Norge. Andelen av totalomsetningen som foregår i norske hypermarkeder (den største typen dagligvarebutikker) er for eksempel 82 prosent lavere i Norge enn i Sverige.

For å forstå hvorfor svenske dagligvarebutikker er så mye større enn norske og dermed kan føre et bredere vareutvalg er man nødt til å se på forskjeller i butikk tetthet og bosetting. Med et stort antall butikker per innbygger blir det kort vei til butikken, men også få kunder per butikk. Dette begrenser hvor stor hver enkelt butikk kan være og hvor bredt utvalg det er tilstrekkelig etterspørsel etter.

Skulle vi ha hatt like store dagligvarebutikker i Norge som i Sverige hadde vi, alt annet likt, måttet legge ned over 900 butikker. Uten store endringer i bosettingen ville det ført til økt avstand til butikken og redusert lokal tilgang på dagligvarer i mange områder.

¹ Kategorien ferskt kjøtt inkluderer ikke deiger, farser, hamburger mm, som har egen kategori.

Innledning og bakgrunn

I denne rapporten søker vi å besvare følgende spørsmål: Er det større vareutvalg av mat og drikke i Sverige når man sammenlikner butikker av lik størrelse? Her ser vi både på totalt vareutvalg og ulike produktkategorier.

Tidligere studier har vist at dagligvareutvalget av mat og drikke er større i Sverige enn i Norge, når man ikke tar høyde for at Svenske butikker er større enn norske. I denne studien tar vi analysene av vareutvalg et skritt videre ved å analysere forskjellene i utvalg mellom butikker av lik størrelse.

For å kunne sammenlikne butikker av lik størrelse har vi utarbeidet et datasett som inneholder komplett informasjon om utvalget av mat og drikke for 20 ulike butikker; 10 norske og 10 svenske. Dette er et unikt datasett som gir oss muligheten analysere hvordan forskjellene i vareutvalg av mat og drikke fordeler seg på 87 hele ulike produktkategorier.

1. Forskjeller i utvalget av mat og drikke i like store butikker

Utvalget av ferske varer er større i de norske butikkene enn i de svenske når vi sammenlikner butikker av lik størrelse. Det er mange produktkategorier med størst utvalg i de norske butikkene. Totalt sett er det ikke stor forskjell: Det er fire prosent færre varelinjer innen mat og drikke i de norske butikkene.

Utvalget av mat og drikke i 20 utvalgte butikker

Analysene i dette kapittelet bygger på en sammenlikning av 10 norske og 10 svenske butikker. De norske og svenske butikkene er satt sammen til 10 par av «like» butikker. Vi valgte i 2016 ut 10 nesten like butikkpar for å teste vår hypotese om at størrelse er viktig for vareutvalg og for å finne reelle forskjeller innenfor mat- og drikke kategorier basert på sammenlikning av «epler og epler».

De 10 butikkparene som danner grunnlaget for de videre analysene er listet opp i tabellen på neste side sammen med forskjellen i antall unike mat- og drikkevarer, antall kvadratmeter og omsetning.

Forskjellen i størrelse var utvelgelseskriteriet vi tilla størst vekt og butikkene hadde derfor i snitt identisk størrelse.

Valg av butikker i rapport fra 2016:

Vi har tatt utgangspunkt i fem Meny- og fem Kiwibutikker, som ble matchet opp mot fem Hemköp- og Willys Hemma-butikker i Sverige.

De norske butikkene ble valgt ut på bakgrunn av størrelse målt i kvadratmeter og omsetning, målt i norske kroner.¹ Butikkene ble valgt slik at de lå nærmest mulig medianbutikken innenfor hvert av de to konseptene i Norge, samtidig som de skulle ha en størrelse som kunne matches med tilsvarende butikker i Sverige.²

Da vi matchet de norske butikkene med de svenske fant vi først butikker innenfor et tilsvarende konsept med lik størrelse målt i kvadratmeter. Menybutikker ble dermed matchet med butikker innenfor Hemköp-kjeden i Sverige, mens Kiwibutikker ble matchet med butikker innenfor Willys Hemma-kjeden (WH). I de tilfellene hvor det var flere svenske butikker med tilsvarende størrelse og konsept valgte vi den butikken med likest omsetning som den norske.³

¹ Omsetningstallene er for oktober 2015.

² Analysen er begrenset til butikker fra NorgesGruppen og fra Axfood på grunn av datatilgang.

³ Omsetningen i de svenske butikkene har blitt realprisjustert opp med en faktor på 28 prosent på bakgrunn av Eurostats matprisindeks. Denne justeringen gjør at vi korrejerer for at svenske matvarer er vesentlig billigere enn norske. Ved å korrigere for prisforskjeller får vi sammenliknet butikker som omsetter omtrent den samme mengden mat.

Tabell 1: Vareutvalg for de 10 butikkparene ble utvalgt i 2016. Kilde: Menon 2016

Norsk butikk	Svensk butikk	Forskjell i antall unike mat- og drikkevarer (Norge relativt til Sverige)	Forskjell i kvadratmeter (Norge relativt til Sverige)	Forskjell i total omsetning (Norge relativt til Sverige)
MENY Halden	HEMKÖP BORLÄNGE TJÄRNA C	3 %	0 %	-1 %
Meny Jarhuset	HEMKÖP HALMSTAD C	3 %	1 %	9 %
MENY Aksdal	HEMKÖP RÄTTVIK C	-2 %	3 %	8 %
MENY Skedsmokorset	HEMKÖP TYRESÖ TROLLBÄCKEN C	-6 %	-2 %	14 %
MENY Krøgenes	HEMKÖP VÄSTERVIK C	-10 %	0 %	3 %
Kiwi Kvam	WH GÖTEBORG FRISKVÄDERSTORGET	-10 %	0 %	7 %
Kiwi Åfjord.	WH GÖTEBORG LÖVGÄRDET	-6 %	0 %	5 %
Kiwi Hermansverk	WH GÖTEBORG PÅVELUND	-22 %	-1 %	5 %
Kiwi Eina	WH ORUST HENÅN	-12 %	0 %	6 %
Kiwi Fjellbo	WH SOLNA HAGAHALLEN	-11 %	-1 %	11 %
Gjennomsnittlig forskjell		-7 %	0 %	7 %

Tabell 2: Vareutvalg for de 10 butikkparene som er valgt ut og analyseres i 2019. Kilde: Menon 2019

Norsk butikk	Svensk butikk	Forskjell i antall unike mat- og drikkevarer (Norge relativt til Sverige)
MENY Halden	HEMKÖP BORLÄNGE TJÄRNA C	15 %
MENY Jarhuset	HEMKÖP HALMSTAD C	-5 %
MENY Aksdal	HEMKÖP RÄTTVIK C	-2 %
MENY Skedsmo Senter	HEMKÖP TYRESÖ TROLLBÄCKEN C	-4 %
MENY Krøgenes	HEMKÖP VÄSTERVIK C	2 %
Kiwi 224 Kvam	WH GÖTEBORG FRISKVÄDERSTORGET	-15 %
Kiwi 119 Åfjord.	WH GÖTEBORG LÖVGÄRDET	-2 %
Kiwi 860 Hermansverk	WH GÖTEBORG PÅVELUND	-20 %
Kiwi 252 Eina	WH ORUST HENÅN	-6 %
Kiwi 547 Fjellbo	WH SOLNA HAGAHALLEN	-3 %
Gjennomsnittlig forskjell		-4 %

1.1.1. Forskjellene i vareutvalg for ulike produktkategorier – Meny vs. Hemköp

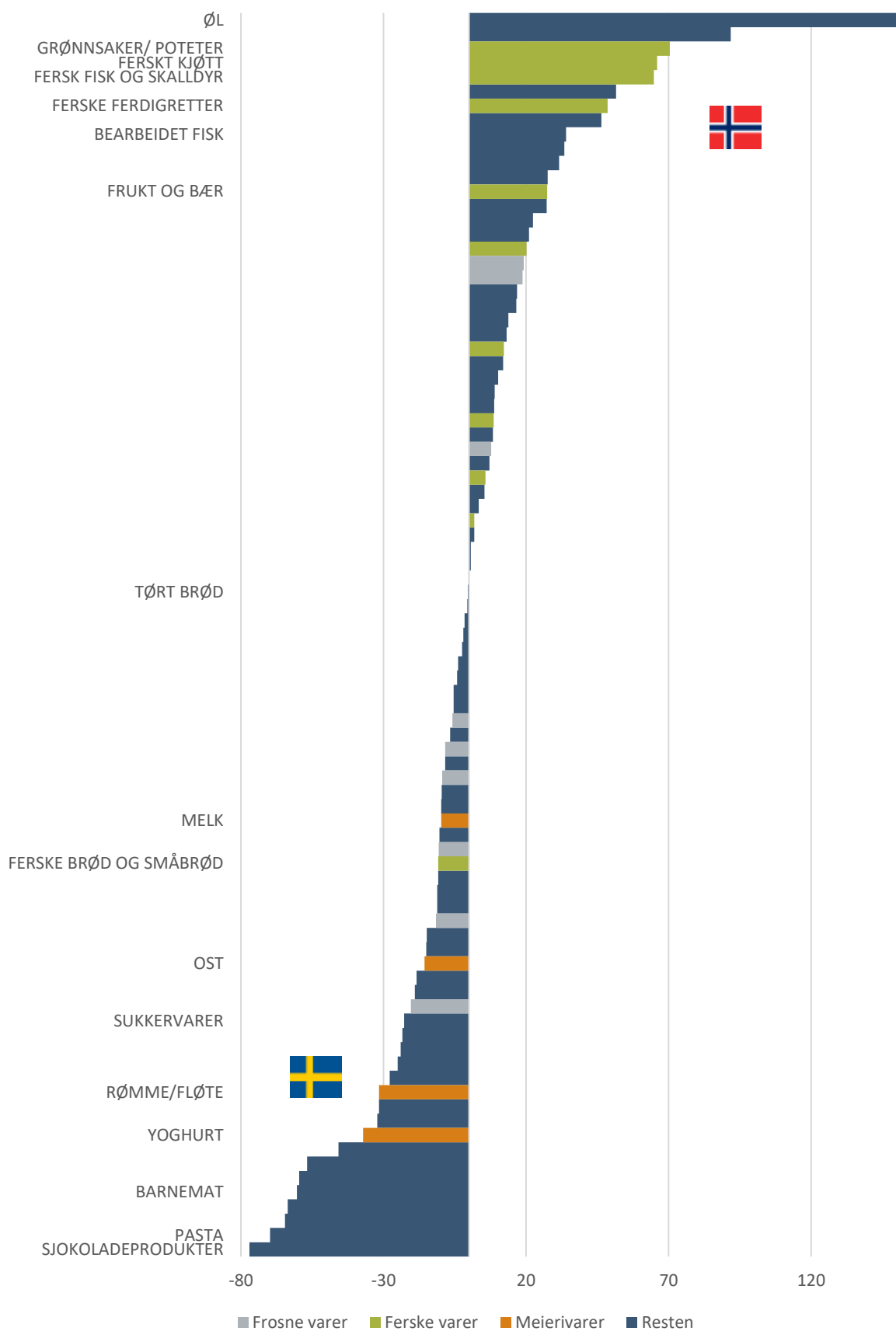
I avsnittet over viste vi at det i gjennomsnitt var 4 prosent mindre utvalg av mat og drikke i de norske butikkene vi har sett på, men at det er betydelige variasjoner innenfor ulike produktkategorier. I dette og det neste avsnittet ser vi på hvordan forskjellene fordeler seg på produktkategorier.

Figuren under viser den gjennomsnittlige forskjellen i antall varelinjer mellom Meny- og Hemköpbutikkene. Forskjellen er for samtlige mat- og drikkevarer og er fordelt på til sammen 87 produktkategorier.

Produktkategoriene listet opp til venstre i figuren er valgt ut for en grundigere undersøkelse som presenteres i neste del av dette kapittelet. Metoden og prinsippene som ligger til grunn for valg av produktkategori beskrives i neste del av kapittelet.

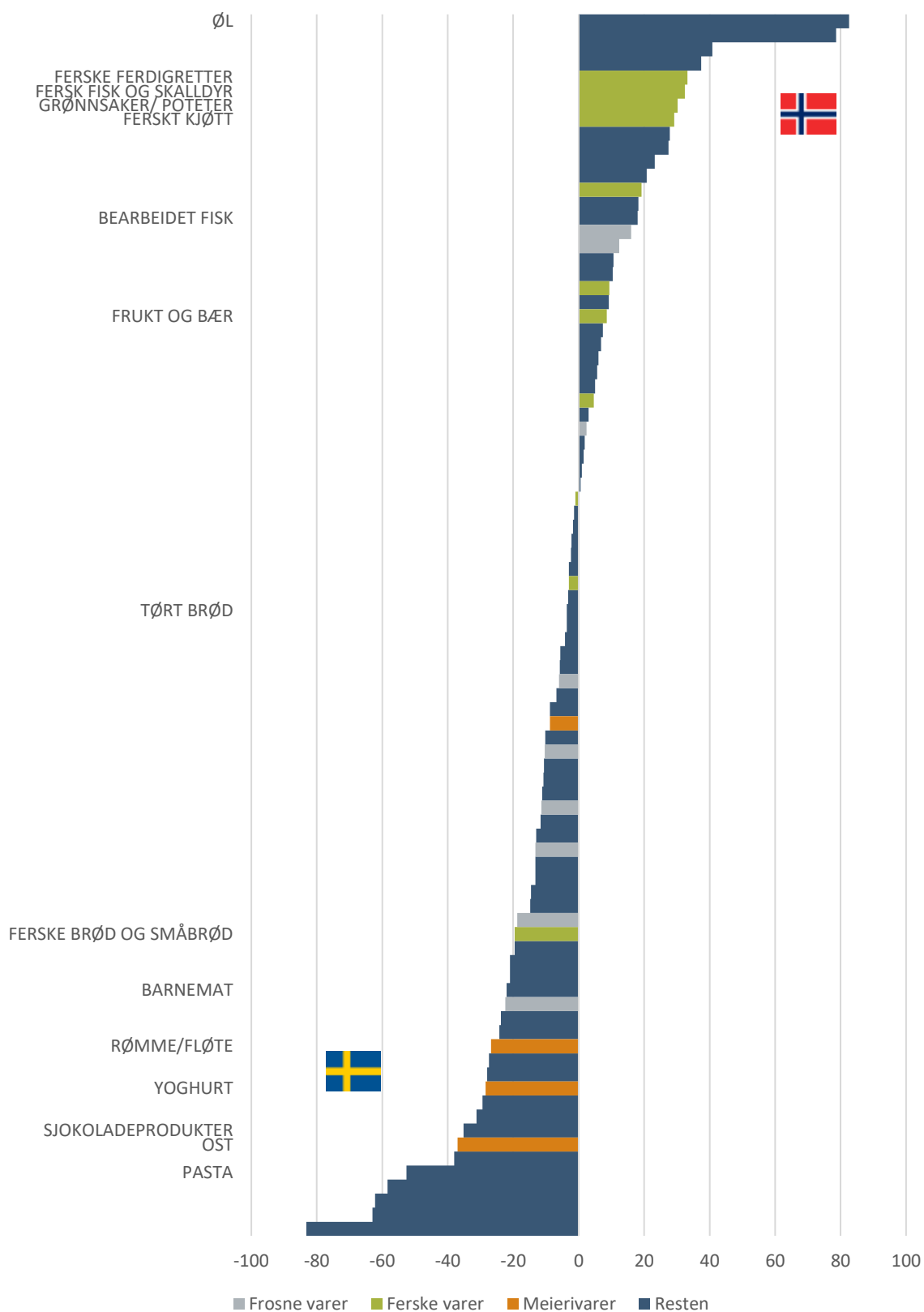
Som det vises i figuren under er det et større vareutvalg på Menybutikkene innenfor 39 av de 87 produktkategoriene. Utvalget av ferske varer er større på Meny, mens utvalget av meieri- og frysevarer er større på Hemköp. I gjennomsnitt er det 21 flere unike varelinjer innenfor mat og drikke på Menybutikkene enn på Hemköpbutikkene.

Figur 1: Forskjellen i antall varelinjer innen mat og drikke mellom Meny og Hemköp fordelt på 87 produktkategorier. Kilde: Menon 2019



1.1.2. Forskjellene i vareutvalg for ulike produktkategorier – Kiwi vs. Willys Hemma

Figur 2: Forskjellen i antall varelinjer innen mat og drikke mellom Kiwi og Willys Hemma fordelt på 87 produktkategorier.
Kilde: Menon 2019



Figuren over er tilsvarende den over (for Meny og Hemköp) og viser den gjennomsnittlige forskjellen i antall varelinjer mellom Kiwi- og Willys Hemma-butikkene. Det er større vareutvalg på Kiwibutikkene innenfor 34 av de 87 produktkategoriene. Utvalget av ferske varer er større på Kiwi, mens utvalget av meieri- og frysevarer er bedre på Willys Hemma. I gjennomsnitt er det 381 færre unike varelinjer innenfor mat og drikke på Kiwibutikkene enn på Willys Hemma-butikkene.

1.2. Forskjellene for utvalgte produktkategorier

I den første delen av kapittelet så vi på forskjellen i vareutvalg innen mat og drikke for gjennomsnittet av de 10 butikkparene og samtlige produktkategorier innen mat og drikke. I denne delen har vi valgt ut 17 produktkategorier og ser på hvordan utvalget innenfor disse ser ut for de ulike butikkparene.

1.2.1. Meny vs. Hemköp

Tabell 2 under viser en oversikt over vareutvalget innenfor 17 utvalgte produktkategorier i de norske Menybutikkene relativt til de svenske Hemköpbutikkene. Fargene og prosenttallene viser hvor mye større (grønn farge)/mindre (rød farge) utvalget i en gitt kategori er i Menybutikken sammenliknet med Hemköpbutikken. Den øverste raden med prosenttall viser den gjennomsnittlige forskjellen for de fem butikkparene samlet.

Valg av produktkategorier:

For å se nærmere på forskjellene i vareutvalget mellom de norske og svenske butikkene har vi valgt ut 17 produktkategorier.

Vi har startet med å identifisere de kategoriene hvor det er store forskjeller i antall varelinjer mellom Norge og Sverige.

Deretter har vi snevret antall kategorier ned ved å ta utgangspunkt i kategoriernes viktighet målt som andel av butikkens omsetning og forbrukerpreferanser oppgitt i spørreundersøkelser (Nielsen Shopper Trends).

Endelig har vi lagt vekt på å få med produkter fra et bredt spekter av ulike typer produktkategorier.

Tabell 3: Oversikt over vareutvalget på Meny relativt til på Hemköp for 17 utvalgte produktkategorier. Kilde: Menon 2019

		1133 %	143 %	162 %	93 %	51 %	44 %	17 %	0 %	-5 %	-8 %	-10 %	-13 %	-25 %	-32 %	-34 %	-47 %	-55 %	
		BEARBEIDET FISK	FERSK FISK OG SKALLDYR	ØL	FERSKT KJØTT	GRØNNSAKER/POTETER	FRUKT OG BÆR	FERSKE FERDIGRETTER	TØRT BRØD	OST	BRØD OG SMÅBRØD	MELK	SUKKERVARER	YOGHURT	BARNEMAT	SJOKOLADEPRODUKTER	RØMMIE/FLØTE	PASTA	
																			
MENY Halden		3900 %	838 %	134 %	179 %	91 %	73 %	53 %	8 %	12 %	4 %	5 %	-20 %	-4 %	-25 %	-40 %	-36 %	-43 %	HEMKÖP BORLÄNGE
MENY Jarhuset		483 %	118 %	159 %	97 %	57 %	36 %	2 %	-10 %	-16 %	-16 %	-18 %	-27 %	-22 %	-31 %	-35 %	-54 %	-53 %	HEMKÖP HALMSTAD
MENY Aksdal		1200 %	50 %	203 %	72 %	31 %	53 %	-4 %	4 %	-12 %	-10 %	-19 %	13 %	-31 %	-35 %	-23 %	-53 %	-56 %	HEMKÖP RÅTTVIK
MENY Skedsmo Senter		750 %	156 %	145 %	81 %	41 %	38 %	29 %	-4 %	-1 %	-7 %	-10 %	-8 %	-28 %	-39 %	-26 %	-44 %	-64 %	HEMKÖP TYRESÖ
MENY Krøgenes		3600 %	93 %	170 %	78 %	51 %	28 %	16 %	2 %	-2 %	-8 %	0 %	-17 %	-32 %	-26 %	-45 %	-42 %	-52 %	HEMKÖP VÄSTERVIK

Utvalget av ferske varer er større i de norske butikkene enn i de svenske når vi sammenlikner butikker av lik størrelse.

Utvalget av ferskt kjøtt og fersk fisk er større i Norge enn i Sverige, selv når man ikke korrigerer for at svenske butikker er større enn norske.

Som det fremkommer av tabellen er det noen av de utvalgte produktkategoriene som skiller seg ut med spesielt godt vareutvalg i Menybutikkene. Dette er produkter som fersk fisk, ferskt kjøtt² og øl.³ At utvalget av disse produktkategoriene er spesielt godt i norske dagligvarebutikker sammenlignet med svenske butikker bekreftes også gjennom tall fra hele det norske og svenske dagligvaremarkedet: Utvalget av både ferskt kjøtt og fersk fisk er større i Norge enn i Sverige, selv når man ikke korrigerer for at svenske butikker er større.⁴

En produktkategori hvor vareutvalget er i særklasse i Menybutikkene er «bearbeidet sjømat». Denne kategorien består av fiskekaker, fiskeburgere o.l. som er populært i Norge, men nesten ikke finnes i det svenske markedet.

Når vi ser på de utvalgte produktkategoriene med ekstra stort utvalg i de svenske Hemköpbutikkene ser vi at disse typisk er langtidsholdbare varer eller meierivarer. For eksempel er utvalget av rømme, fløte, barnemat og pasta større i Hemköpbutikkene. Et unntak ser tilsynelatende ut til å finnes innenfor brød og småbrød, hvor vi i utgangspunktet finner et større utvalg i de svenske butikkene. Denne forskjellen er likevel misvisende. I de svenske butikkene finnes det nesten ikke dagsferske brød. Det store utvalget kommer i stedet i hovedsak fra et bredere utvalg av ferske langtidsholdbare brød.⁵

² Kategorien ferskt kjøtt inkluderer ikke deiger, farser, hamburger mm, som har egen kategori.

³ En mulig forklaring på hvorfor utvalget av øl er så lite i de svenske butikkene er at alt øl som er sterkere enn 3,5 prosent må selges på systembolaget i Sverige, mens øl opp til 4,7 prosent kan selges på butikken i Norge.

⁴ Menon, 2016

⁵ Med ferske, langtidsholdbare brød menes for eksempel brød fra «Pågen».

1.2.2. Kiwi vs. Willys Hemma

Tabell 3 under er bygget opp tilsvarende som tabell 2 i forrige avsnitt og viser en sammenlikning av vareutvalget mellom de fem Kiwibutikkene og de fem Willys Hemma-butikkene.

Tabell 4: Oversikt over vareutvalget på KIWI relativt til på Willys Hemma for 17 utvalgte produktkategorier. Kilde: Menon 2019

	18/0	491 %	176 %	155 %	37 %	31 %	25 %	21 %	-6 %	-13 %	-17 %	-19 %	-20 %	-27 %	-26 %	-50 %	-69 %	
	BEARBEIDET FISK	FERSK FISK OG SKALLDYR	ØL	FERSKT KJØTT	GRØNNSAKER/POTETER	SUKKERVARER	FERSKE FERDIGRETTER	FRUKT OG BÆR	TØRT BRØD	MELK	BARNEMAT	OST	BRØD OG SMÅBRØD	YOGHURT	SJOKOLADEPRODUKTER	RØMME/FLØTE	PASTA	
Kiwi 224 Kvam	16/0	567 %	102 %	133 %	35 %	36 %	22 %	51 %	-23 %	-34 %	-39 %	-23 %	-16 %	-36 %	-17 %	-64 %	-71 %	WH FRISKVÄDERSTORGET
Kiwi 119 Åfjord.	21/0	1000 %	163 %	257 %	57 %	63 %	40 %	17 %	4 %	26 %	-29 %	16 %	-25 %	-2 %	-15 %	-32 %	-72 %	WH LÖVGÅRDET
Kiwi 860 Hermansverk	18/0	325 %	205 %	142 %	22 %	1 %	-14 %	-4 %	-22 %	-28 %	-16 %	-39 %	-24 %	-50 %	-35 %	-53 %	-70 %	WH PÅVELUND
Kiwi 252 Eina	18/0	457 %	289 %	227 %	50 %	18 %	42 %	27 %	8 %	-18 %	-12 %	-17 %	-14 %	-24 %	-34 %	-52 %	-64 %	WH HENÅN
Kiwi 547 Fjellbo	17/0	375 %	164 %	84 %	18 %	40 %	52 %	13 %	6 %	3 %	19 %	-26 %	-19 %	-6 %	-28 %	-46 %	-69 %	WH HAGAHALLEN

Som det fremkommer av tabellen er vareutvalget også på Kiwibutikkene større innen typiske ferskvarekategorier som fisk, kjøtt, ferdigretter og frukt og grønt.

Utvalget på Willys Hemma-butikkene er tilsvarende størst innen langtidsholdbart og meieri. Overordnet er det altså de samme forskjellene mellom norske og svenske lavprisbutikker som det er mellom norske og svenske supermarkeder.

2. Antall leverandører i de norske og svenske butikkene

Det er i gjennomsnitt 59 prosent flere leverandører til de svenske butikkene enn i de norske. På produktkategori nyansers dette bildet: Det er flere leverandører til Menybutikkene enn på Hemköpbutikkene for i underkant av halvparten av produktkategoriene. For Kiwi er det kun flere leverandører enn på Willys Hemma i overkant av tredjedel av produktkategoriene.

I dette kapittelet beskriver vi kort forskjellen i antall leverandører mellom norske og svenske butikker av lik størrelse. Tabellen under viser en oversikt over forskjellene i antall leverandører av mat og drikke for de 10 butikkparene denne analysen bygger på.⁶

⁶ Antallet leverandører inkluderer ikke leverandører av kjedenes egne merkevarer EMV. Det er også noen varelinjer som mangler informasjon om leverandør. Derfor har «manglende leverandør» blitt telt som én leverandør.

Tabell 5: Sammenlikning av antall leverandører for de 10 butikkparene, oppgitt som forskjell i antall leverandører (første kolonne) og prosent (andre kolonne). Kilde: Menon 2019

Norsk butikk	Svensk butikk	Forskjell i antall unike leverandører	Forskjell i antall unike leverandører %
MENY Halden	HEMKÖP BORLÄNGE TJÄRNA C	-55	-33 %
MENY Jarhuset	HEMKÖP HALMSTAD C	-83	-47 %
MENY Aksdal	HEMKÖP RÄTTVIK C	-88	-50 %
MENY Skedsmo Senter	HEMKÖP TYRESÖ TROLLBÄCKEN C	-93	-52 %
MENY Krøgenes	HEMKÖP VÄSTERVIK C	-82	-50 %
Kiwi 224 Kvam	WH GÖTEBORG FRISKVÄDERSTORGET	-76	-67 %
Kiwi 119 Åfjord.	WH GÖTEBORG LÖVGÅRDET	-73	-65 %
Kiwi 860 Hermansverk	WH GÖTEBORG PÅVELUND	-92	-90 %
Kiwi 252 Eina	WH ORUST HENÅN	-75	-63 %
Kiwi 547 Fjellbo	WH SOLNA HAGAHALLEN	-80	-73 %
Gjennomsnittlig forskjell		-80	-59 %

Som det fremkommer av tabellen over er det unike antallet leverandører av merkevarer (ikke EMV) lavere i Norge enn i Sverige for samtlige av butikkparene.

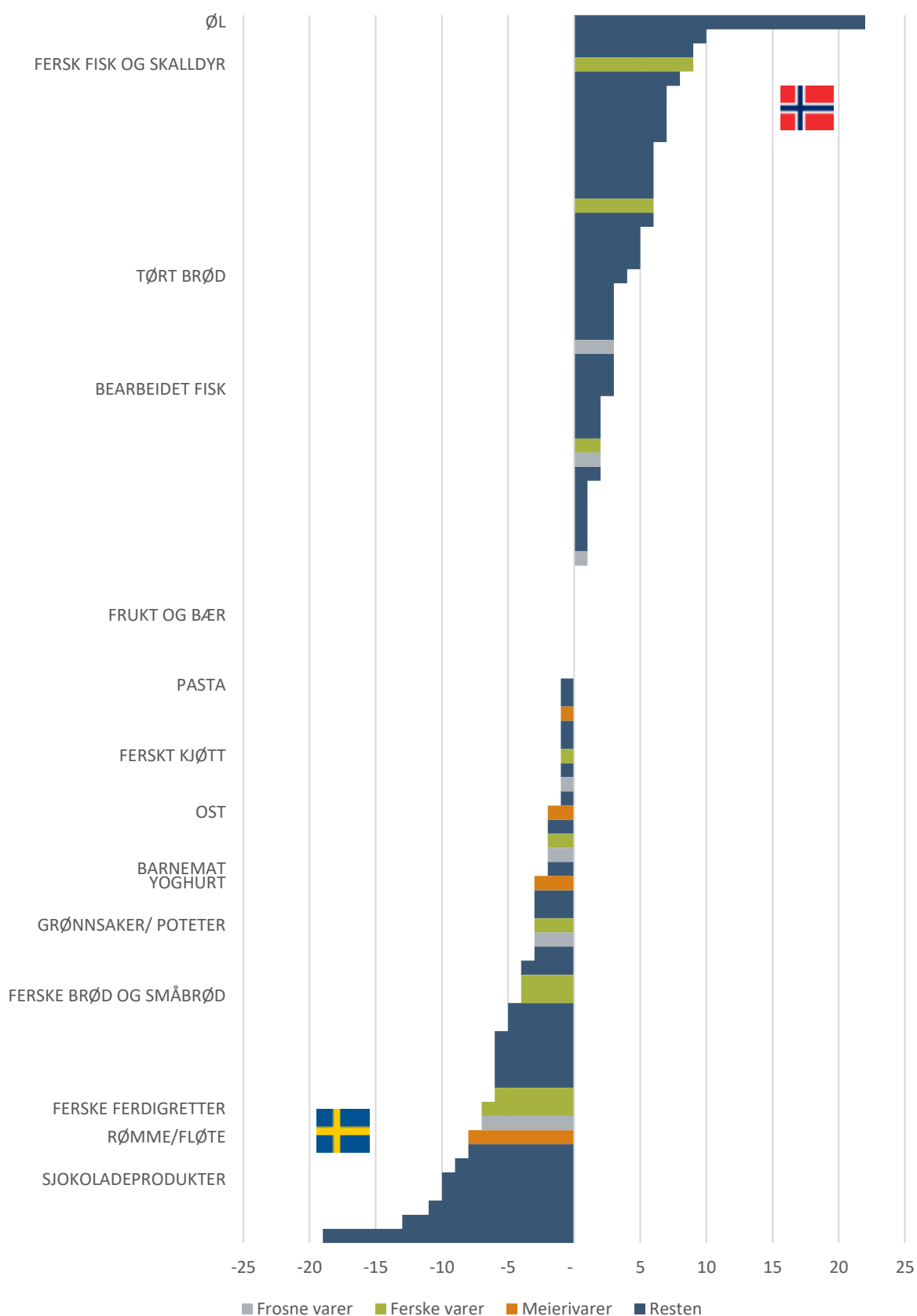
Når man ser nærmere på forskjellene i antall leverandører og fordeler disse per produktkategori nyanseres det overordnede bildet. Figurene på de to neste sidene viser henholdsvis forskjellene mellom Meny og Hemköpbutikkene og Kiwi og Willys Hemma-butikkene.

Som det fremkommer av den første figuren er det en rekke produktkategorier hvor det er flere leverandører på Meny enn på Hemköp. Når vi summer opp antall leverandører per produktgruppe er det faktisk kun 8 færre leverandører på Meny enn på Hemköp. Dette er en mye mindre forskjell enn det som vises samlet i tabellen over. Årsaken til dette er at samme leverandør oftere leverer varer innenfor ulike produktkategorier på Menybutikkene enn på Hemköpbutikkene.

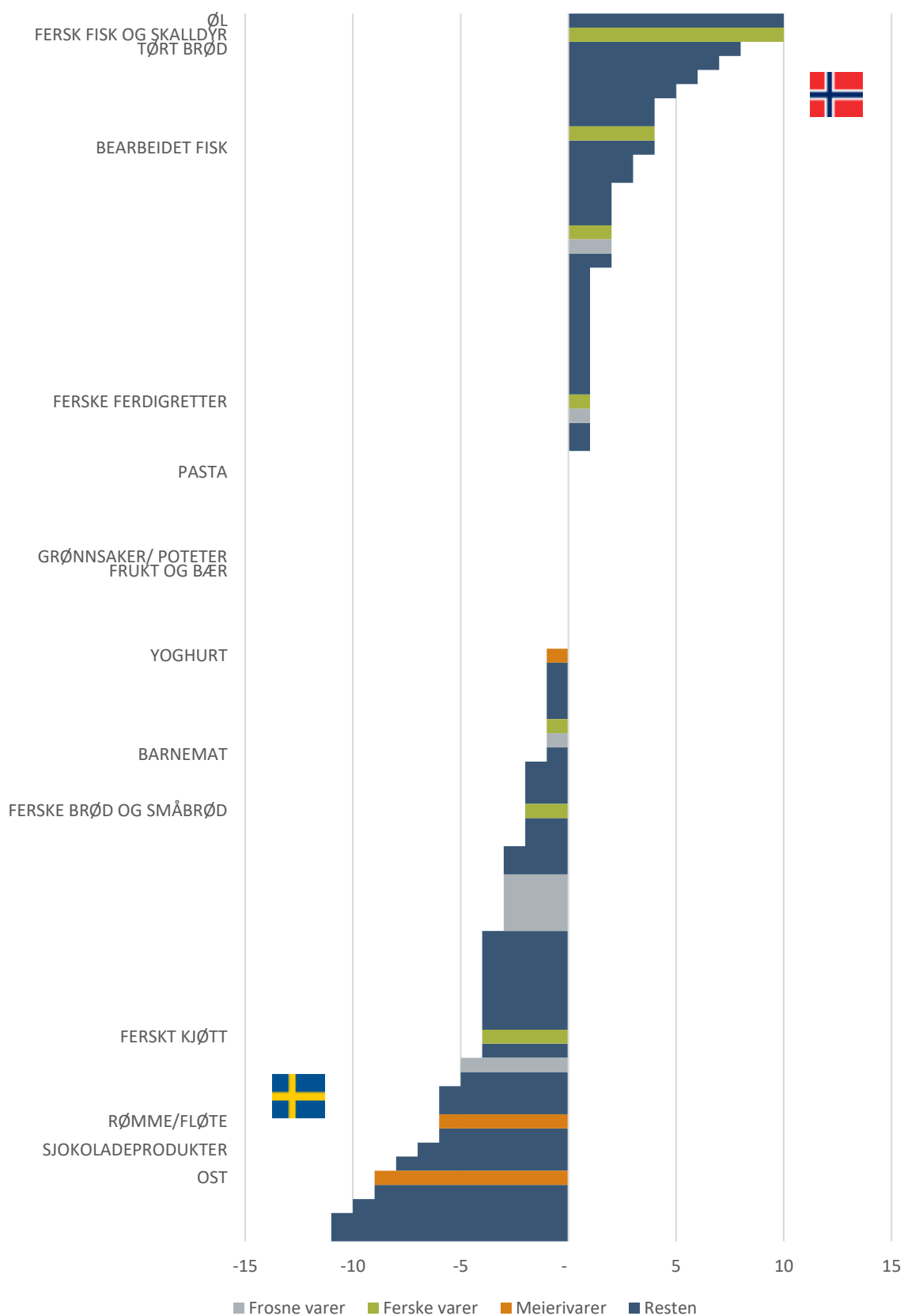
For Kiwibutikkene er situasjonen motsatt. Her er det samlet 80 færre leverandører når vi summer opp over produktkategoriene. Det betyr at det er sjeldnere at samme leverandøren leverer varer innenfor ulike produktkategorier på Kiwibutikkene enn på Willys Hemmabutikkene.

En faktor som kan være med på å forklare hvorfor situasjonen er ulik for sammenlikningen mellom Meny og Hemköp og Kiwi og Willys Hemma er forskjellen i samlet vareutvalg av mat og drikke. Som vi viste i forrige kapittel var det samlede utvalget av mat og drikke relativt større på Menybutikkene sammenliknet med Hemköpbutikkene, enn for Kiwibutikkene sammenliknet med Willys Hemma-butikkene. Med et relativt større totalutvalg av mat og drikke på Meny enn på Kiwi er det nærliggende å tro at Meny benytter en større andel spesialiserte leverandører.

Figur 3: Forskjellen i antall leverandører av mat og drikke mellom Meny og Hemköp fordelt på produktkategorier. Kilde: Menon 2019



Figur 4: Forskjellen i antall leverandører av mat og drikke mellom Kiwi og Willys Hemma fordelt på produktkategorier.
Kilde: Menon 2019



Vedlegg

1. Datagrunnlaget

Analysene i denne rapporten bygger på et datasett som består av informasjon om alle varene som ble omsatt i følgende 20 dagligvarebutikker i oktober 2018. Informasjonen ble samlet inn fra NorgesGruppen og Axfood:

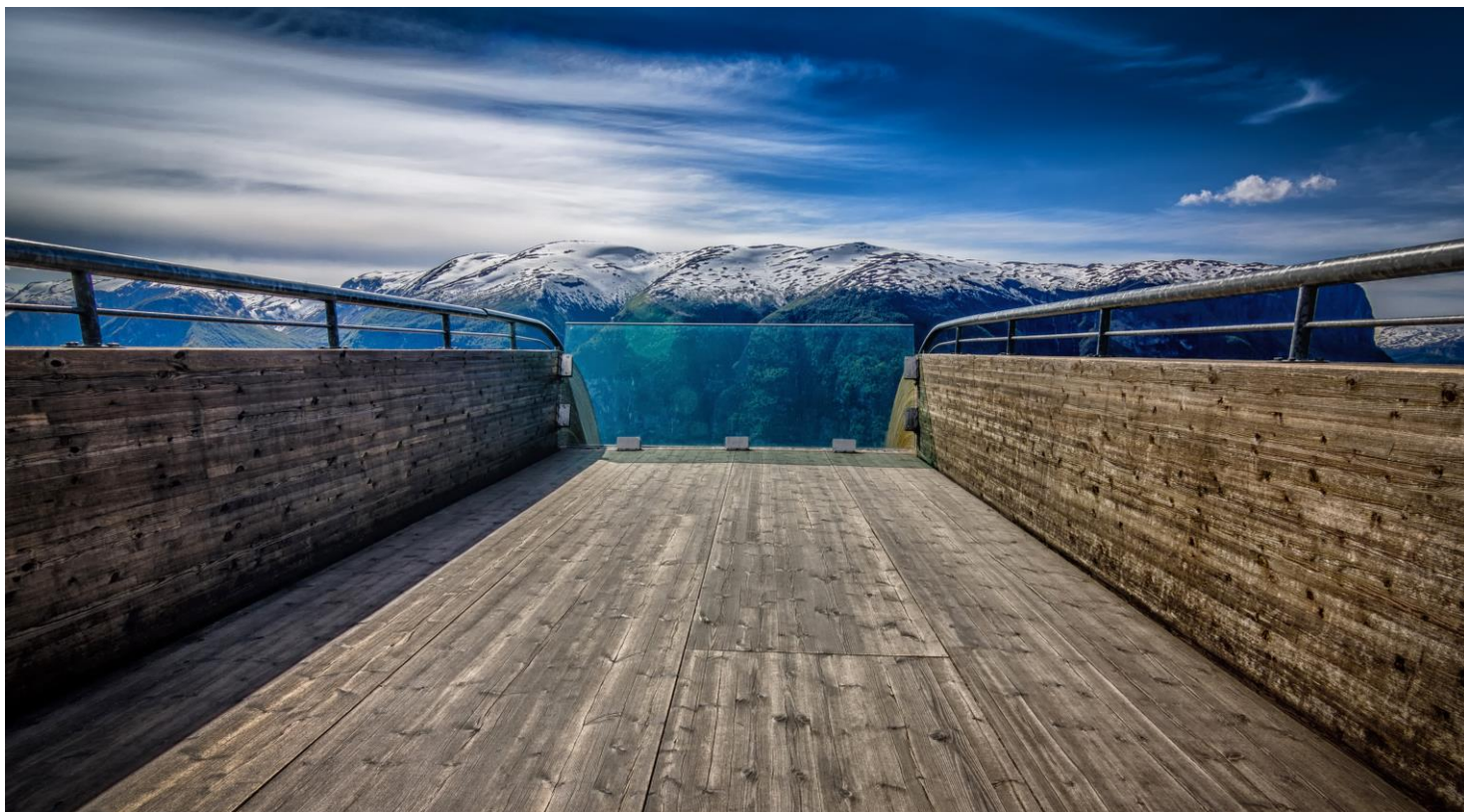
- HEMKÖP BORLÄNGE TJÄRNA C
- HEMKÖP HALMSTAD C
- HEMKÖP RÄTTVIK C
- HEMKÖP TYRESÖ TROLLBÄCKEN C
- HEMKÖP VÄSTERVIK C
- Willys Hemma GÖTEBORG FRISKVÄDERSTORGET
- Willys Hemma GÖTEBORG LÖVGÅRDET
- Willys Hemma GÖTEBORG PÅVELUND
- Willys Hemma ORUST HENÅN
- Willys Hemma SOLNA HAGAHALLEN
- MENY Halden
- MENY Jarhuset
- MENY Aksdal
- MENY Skedsmo Senter
- MENY Krøgenes
- Kiwi Kvam
- Kiwi Åfjord
- Kiwi Hermansverk
- Kiwi Eina
- Kiwi Fjellbo

2. Liste over de utvalgte produktkategoriene

Produktgruppene er definert på bakgrunn av the Nielsen Companys inndeling i 96 ulike kategorier av mat og drikke. Gruppene skal i utgangspunktet være likt definert for Norge og Sverige, men enkelte feilregistreringer kan allikevel forekomme. Etter å ha jobbet med dataene er ikke inntrykket at det er et stort problem. Spesielt merker vi oss at forskjellene mellom de to landene ofte går i samme retning for liknende produktkategorier. Når f.eks. både «frukt og bær» og «poteter og grønnsaker» har et større vareutvalg i Norge enn i Sverige er konsekvensene av at noen varer som teknisk sett er frukt telles som grønnsak, liten.

- **Bearbeidet sjømat:** Formede produkter som fiskekaker
- **Fersk fisk og skalldyr:** både pakkede og upakkede varer
- **Øl:** Både alkoholholdig og alkoholfritt. Opp til 4,7 % alkoholinnhold i Norge og 3,5 % i Sverige
- **Ferske ferdigretter:** Både retter som er klare til å spises og som må varmes i f.eks. mikro
- **Ferskt kjøtt:** Både skåret i stykker og som hele steker, men ikke deiger, farser, hamburger mm.
- **Frukt og bær:** Selvforklarende
- **Poteter og grønnsaker:** vanlige grønnsaker som kål og poteter i tillegg til enkelte frukter som avokado og agurk
- **Ost:** Inkluderer både faste og myke oster i tillegg til cottage cheese
- **Sukkervarer:** vanlig godteri eksklusive sjokolade. I denne rapporten inkluderer produktkategorien pastiller.
- **Melk:** inkluderer syrnet melk som Biola og vegetabiliske produkter som soymelk

- **Brød og småbrød:** Inkluderer både rundstykker i løsvekt og plastpakkede langtidsholdbare «Pågen-brød»
- **Knekkebrød (tørt brød):** I all hovedsak knekkebrød
- **Sjokoladeprodukter:** Godteri som inneholder sjokolade/kakao
- **Brus (kullsyreholdig drikke):** inkluderer brus og mineralvann
- **Yoghurt:** inkluderer drikkeyoghurt og yoghurtliknende produkter som kvarg/skyr
- **Pasta:** Spagetti, lasagne mm.
- **Barnemat:** baby/barnemat i poser og på glass mm. (typisk Nestlé)
- **Rømme og fløte:** Inkluderer også rømmeliknende produkter som creme fraiche



Menon Economics analyserer økonomiske problemstillinger og gir råd til bedrifter, organisasjoner og myndigheter.

Vi er et medarbeidereiet konsultentselskap som opererer i grenseflatene mellom økonomi, politikk og marked.

Menon kombinerer samfunns- og bedriftsøkonomisk kompetanse innenfor fagfelt som samfunnsøkonomisk lønnsomhet, verdsetting, nærings- og konkurranseøkonomi, strategi, finans og organisasjonsdesign. Vi benytter forskningsbaserte metoder i våre analyser og jobber tett med ledende akademiske miljøer innenfor de fleste fagfelt. Alle offentlige rapporter fra Menon er tilgjengelige på vår hjemmeside www.menon.no.

+47 909 90 102 | post@menon.no | Sørkedalsveien 10 B, 0369 Oslo | menon.no