

# Halvering av eko- kampanjer hos matkedjorna

Granskning



Naturskyddsföreningen

Ge oss kraft att förändra  
PG 90 1909-2

# Innehåll

<b>1.</b>	Bakgrund	2
<b>2.</b>	Resultat	3
<b>3.</b>	Rekommendationer	5
<b>4.</b>	Så gjordes granskningen	6
<b>5.</b>	Referenser	7



# 1 Bakgrund

Inom konventionell odling används stora mängder kemiska bekämpningsmedel. Det påverkar den biologiska mångfalden negativt [1] och kan lämna rester i maten vi äter. I ekologisk odling är kemiska naturfrämmande bekämpningsmedel förbjudna. Det bidrar till fler bin, pollinatörer och dagmaskar i jorden [2] – arter som är avgörande för vår matproduktion.

Trots detta minskar både försäljningen av ekologiska livsmedel och andelen ekologisk jordbruksmark i Sverige [3, 4]. Samtidigt ökar försäljningen av ekologiskt i många andra länder. I Europa steg försäljningen med nästan fyra procent mellan 2023 och 2024. Störst var ökningen i Norge där försäljningen gick upp med hela 21 procent [5].

En Novus-undersökning från 2025, gjord på uppdrag av Matpriskollen, visar att en fjärdedel av svenskarna tycker att ekologiskt är det viktigaste när de handlar mat [6]. Det finns alltså en stor vilja hos konsumenter att köpa ekologiskt, gärna lokalt producerad. Samtidigt uppger 70 procent att ekologiska varor är för dyra och 25 procent att det finns för få kampanjer på ekologiskt [6].

Den här granskningen fokuserar på dagligvaruhandeln. Butikerna har stor makt över vilka produkter som får plats på hyllorna och därmed vad som produceras och säljs. Kampanjer är ett av de mest effektiva sätten att öka försäljningen av ekologiska livsmedel – genom lägre priser, ökad synlighet och mer marknadsföring. En tidigare undersökning från Sveriges Konsumenter visar också att försäljningen av ekologiskt följer antalet eko-kampanjer [7].

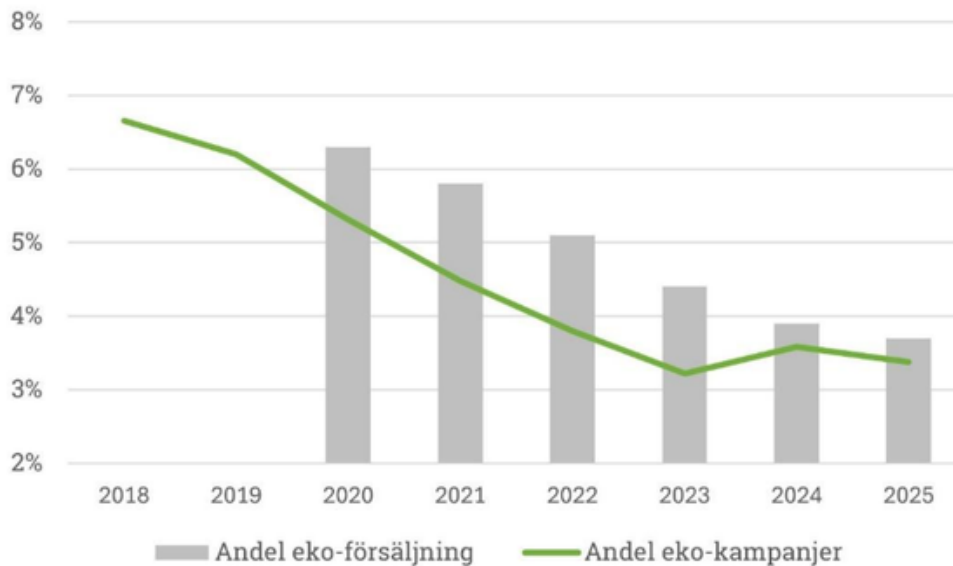


## 2 Resultat

Naturskyddsföreningen har granskat hur stor andel av matkedjornas kampanjer som gäller ekologiska livsmedel och hur detta har förändrats över tid. Granskningen visar två tydliga resultat: Eko-kampanjerna har minskat kraftigt de senaste åren och det är stora skillnader mellan matkedjorna.

### Kampanjerna på ekologiskt har minskat kraftigt

Naturskyddsföreningen har undersökt hur stor andel av butikernas kampanjer som avser ekologiska varor. Andelen kampanjer på ekologiska varor har nästan halverats – från 6,7 procent 2018 till 3,4 procent 2025. Minskningen i eko-kampanjer sammanfaller med en minskning i försäljningen av ekologiska livsmedel (Figur 1).



**Figur 1:** Andel ekologiska kampanjer och den totala försäljningsandelen för ekologiska livsmedel över tid i Sverige.

## Stora skillnader mellan matkedjorna

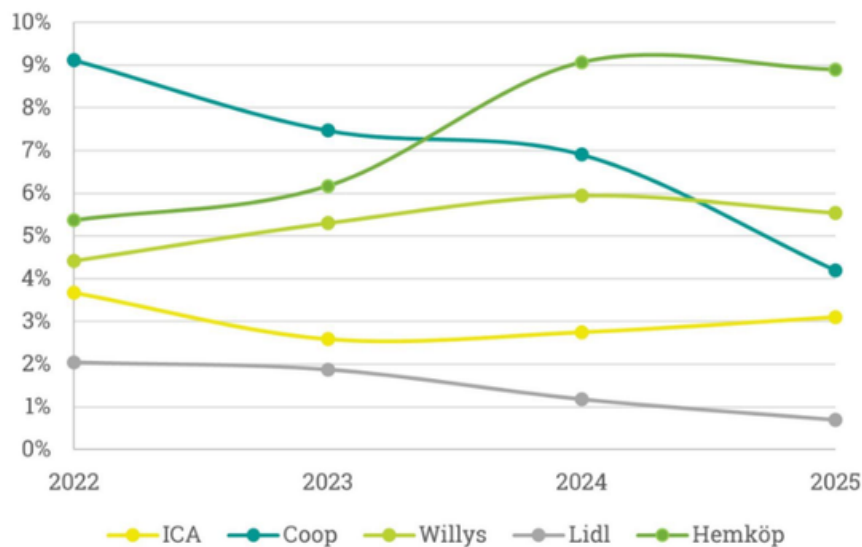
Vi har också undersökt hur andelen eko-kampanjer skiljer sig mellan de största matkedjorna. Resultatet visar stora skillnader.

Så stor andel av kampanjerna var för ekologiska varor i de fem största matkedjorna (2022–2025):

	2025	2024	2023	2022
<b>Hemköp</b>	8,90%	9,10%	6,20%	5,40%
<b>Willys</b>	5,50%	5,90%	5,30%	4,40%
<b>Coop</b>	4,20%	6,90%	7,50%	9,10%
<b>Ica</b>	3,10%	2,70%	2,60%	3,70%
<b>Lidl</b>	0,70%	1,20%	1,90%	2,00%

Tabell 1: Andel ekologiska livsmedelskampanjer uppdelat på butikskedjor.

- Bäst i klassen är Hemköp där nära var tionde kampanj var på ekologiska varor både 2024 och 2025.
- Coop utmärker sig genom att ha gjort den största minskningen, från 9 procent år 2022 till drygt 4 procent år 2025. Från att ha legat i toppen 2022 verkar kedjan därefter ha valt en annan strategi och har nu fallit till tredje plats.
- Sämst är Lidl, där endast 0,7 procent av kampanjerna gällde ekologiska varor år 2025.



Figur 2: Andel ekologiska livsmedelskampanjer uppdelat på butikskedjor.



# 3 Rekommendationer

Minskningen av ekologisk försäljning i Sverige beror på flera faktorer. Naturskyddsföreningen bedömer att både politiken, handeln och konsumenterna behöver bidra för att stärka ett mer hållbart matsystem.

Dagligvaruhandeln spelar en särskilt viktig roll och kan påverka utvecklingen. Vi uppmanar därför handeln att:

- **Öka andelen eko-kampanjer** Fler kampanjer på ekologiska produkter kan öka försäljningen genom lägre priser och större synlighet i butik.
- **Ge ekologiska varor bättre exponering i butik:** Ekologiska produkter bör placeras mer synligt på hyllorna.
- **Sätta tydliga mål för ekologisk försäljning:** Att sätta ambitiösa och tydliga mål kan bidra till ett mer systematiskt arbete för att öka försäljningen.

Idag har alla butikskedjor, förutom Axfood, tagit bort sina mål för ekologisk försäljning. Att Hemköp och Willys – som ingår i Axfood – har högst andel eko-kampanjer i denna granskning tyder på att tydliga mål kan göra skillnad.

Utöver handelns arbete behövs även en politik som **stöttar ekologiskt jordbruk**. Idag är ungefär 16 procent av Sveriges jordbruksmark ekologiskt brukad. Ett första steg är att ta fram en svensk ekologisk åtgärdsplan med ett mål om minst 30 procent ekologisk jordbruksareal till 2035, samt finansierade åtgärder för att nå målet. Sverige är nu nästan ensamt i EU om att sakna en nationell ekologisk åtgärdsplan.



# 4 Så gjordes granskningen

För att granska andelen eko-kampanjer över tid har Naturskyddsföreningen använt sig av statistik från Matpriskollens heltäckande databas över dagligvaruhandelns kampanjaktiviteter. Definitionen av kampanj är i detta fall en investering i direktreklam som distribuerats i mer än hälften av Sveriges län under en given vecka.

Figur 1 inkluderar Matpriskollens statistik för alla kampanjer 2018-2025, samt publik statistik från Svensk dagligvaruhandel över försäljning år 2020-2025 [3].

Figur 2 och Tabell 1 inkluderar Matpriskollens statistik för kampanjer inom kategorin livsmedel 2022-2025, där Ica inkluderar Ica Maxi, Kvantum, supermarket och Nära; Coop inkluderar Coop och Stora Coop; Willys inkluderar Willys och Willys hemma.

Statistik över den mest kampanjade ekologiska produkten baseras på data från 2025.

Granskningen avgränsas till matkedjornas kampanjer på ekologiska varor. Det finns flera sätt att gynna försäljningen av ekologiska livsmedel, men denna analys ger ingen heltäckande bild av kedjornas arbete för ekologiskt. Den fokuserar enbart på antalet eko-kampanjer.



# 5 Referenser

1. European Environment Agency (EEA). 2023. Briefing no. 06/2023: How pesticides impact human health and ecosystems in Europe. <https://www.eea.europa.eu/en/analysis/publications/how-pesticides-impact-human-health>
2. Sanders et al. 2025. Benefits of organic agriculture for environment and animal welfare in temperate climates. <https://doi.org/10.1007/s13165-025-00493-w>
3. Svensk Dagligvaruhandel. Årsrapport 2025. <https://www.svenskdagligvaruhandel.se/arsrapport-2025/ekologiskt/>
4. Jordbruksverket. Ekologisk växtodling 2024. <https://jordbruksverket.se/om-jordbruksverket/jordbruksverkets-officiella-statistik/jordbruksverkets-statistikrapporter/statistik/2025-05-15-ekologisk-vaxtodling-2024>
5. Research Institute of Organic Agriculture FiBL. 2026. The World of Organic Agriculture 2026 - Statistics and Emerging Trends. <https://www.fibl.org/en/shop-en/1861-organic-world-2026>
6. Matpriskollen 2025-09-16: <https://matpriskollen.se/aktuellt/2025/09/matpriskollen-matpriskollen-larmar-eko-krossas-av-priset-nu-maste-handeln-agera>
7. Sveriges Konsumenter. 2023. Rapport: Vart tog ekokampanjerna vägen? [https://www.sverigeskonsumenter.se/media/h0bc3hxf/vart-tog-ekokampanjerna-va-gen\\_sveriges-konsumenter.pdf](https://www.sverigeskonsumenter.se/media/h0bc3hxf/vart-tog-ekokampanjerna-va-gen_sveriges-konsumenter.pdf)

Naturskyddsföreningen är Sveriges största miljöorganisation och en folkrörelse som sedan 1909 står upp för naturen. Vi sprider kunskap, bildar opinion och påverkar beslutsfattare – lokalt, nationellt och globalt. Klimat, skog, jordbruk, miljögifter, vatten, hav och hållbar konsumtion är våra viktigaste arbetsområden. Bra Miljöval är vår miljömärkning och Sveriges Natur vår medlemstidning.

Välkommen att bli medlem, engagera dig eller skänk en gåva. Tillsammans har vi kraft att förändra.

PG 90 19 09-2

Naturskyddsföreningen  
Åsögatan 115 Box 4625, SE-  
116 91 Stockholm, Sweden

+46 (0)8 702 65 00  
[www.naturskyddsföreningen.se](http://www.naturskyddsföreningen.se)



**Naturskyddsföreningen**