



**Convenience Stores**  
Sweden

# CONVENIENCE STORES REPORT

## 2021



# Kapitel

1. EN BETYDELSEFULL BRANSCH
2. CONVENIENCEHANDELNS UTVECKLING  
2017-2020
3. BRANSCHEN UNDER EN PANDEMI
4. CONVENIENCEHANDELNS  
REPRESENTATION I LANDET
5. EFFEKTIVITETSMÅTT
6. MARKNADSANDELAR – OMSÄTTNING
7. MARKNADSANDELAR – BUTIKER
8. AKTÖRSBESKRIVNINGAR
9. MARKNADSDEFINITION OCH  
STATISTIKENS KVALITET



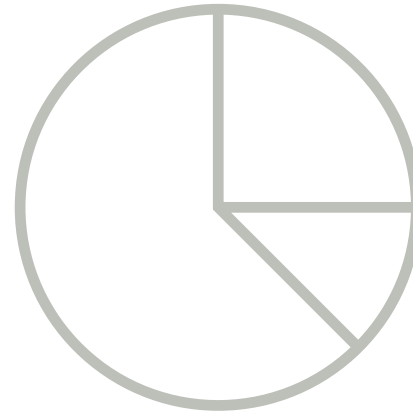
# 1. EN BETYDELSEFULL BRANSCH

# CONVENIENCEMARKNADEN 2020



**CONVENIENCE-  
HANDELNS  
OMSÄTTNING**

25 MDKR



**CONVENIENCE-  
HANDELNS  
MARKNADSANDEL\***

8%



**CONVENIENCEHANDELNS  
FÖRSÄLJNINGSENTVECKLING  
2017-2020**

-0,4%

# CONVENIENCEMARKNADEN 2020



**ANTAL BUTIKER I  
CONVENIENCE-  
HANDELN**

4 100



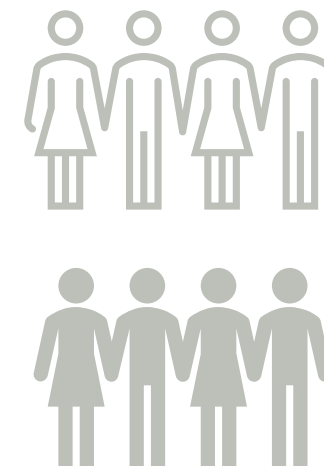
**CONVENIENCE-  
HANDELNS  
BUTIKSANDEL\***

41%



**ANTAL ANSTÄLLDA I  
CONVENIENCE-  
HANDELN**

16 900



**CONVENIENCE-  
HANDELNS ANDEL  
ANSTÄLLDA\*\***

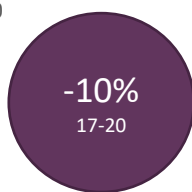
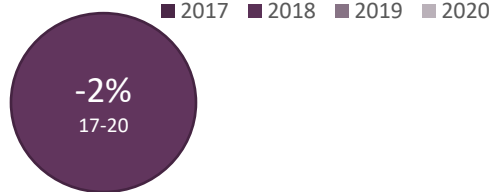
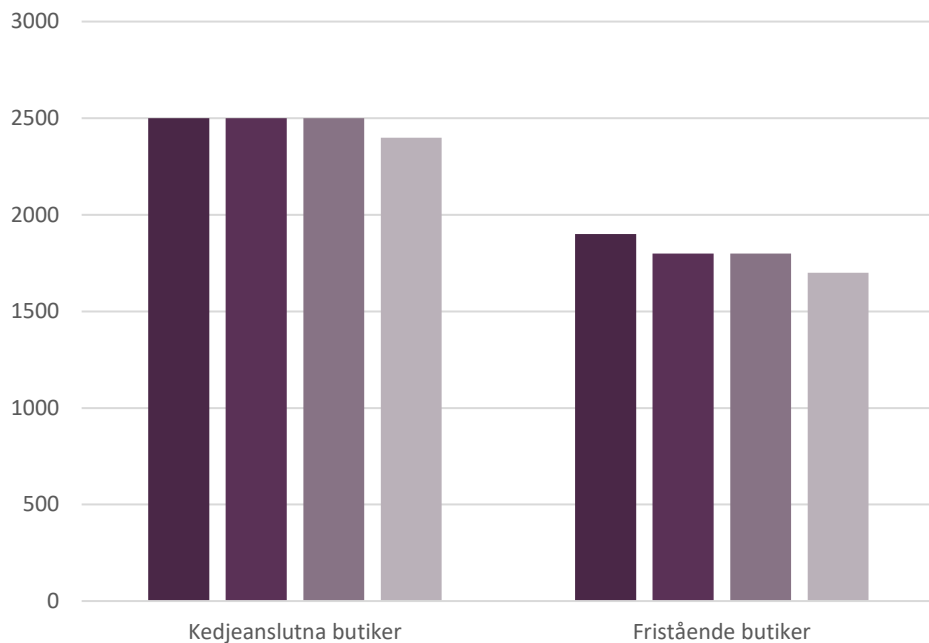
19%

## **2. CONVENIENCEHANDELNS UTVECKLING 2017-2020**

# CONVENIENCEHANDELNS UTVECKLING 2017-2020

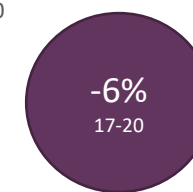
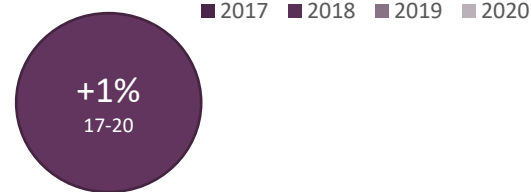
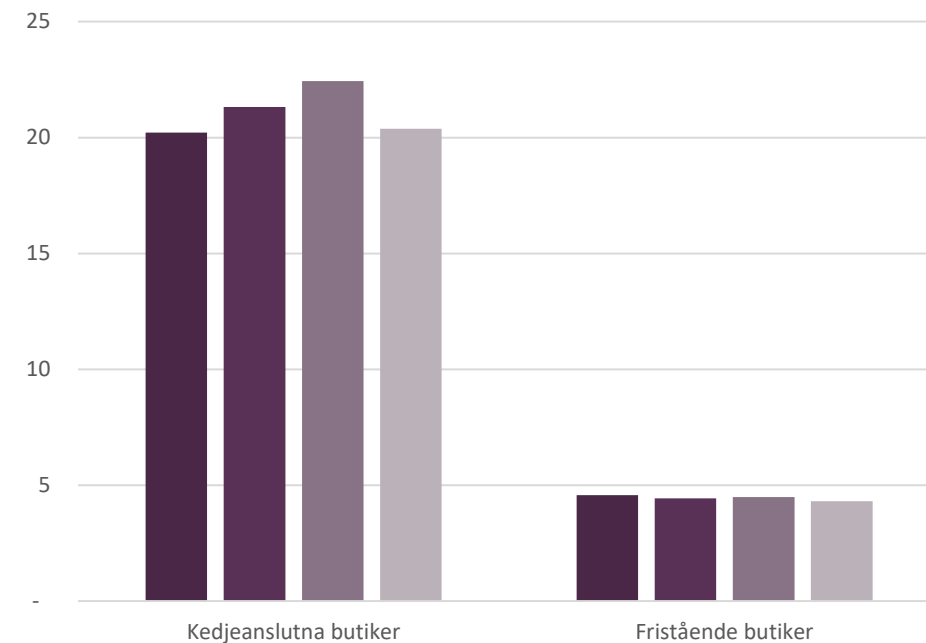
## Antal butiker

Avrundat till närmsta hundratal



## Omsättning (mdkr)

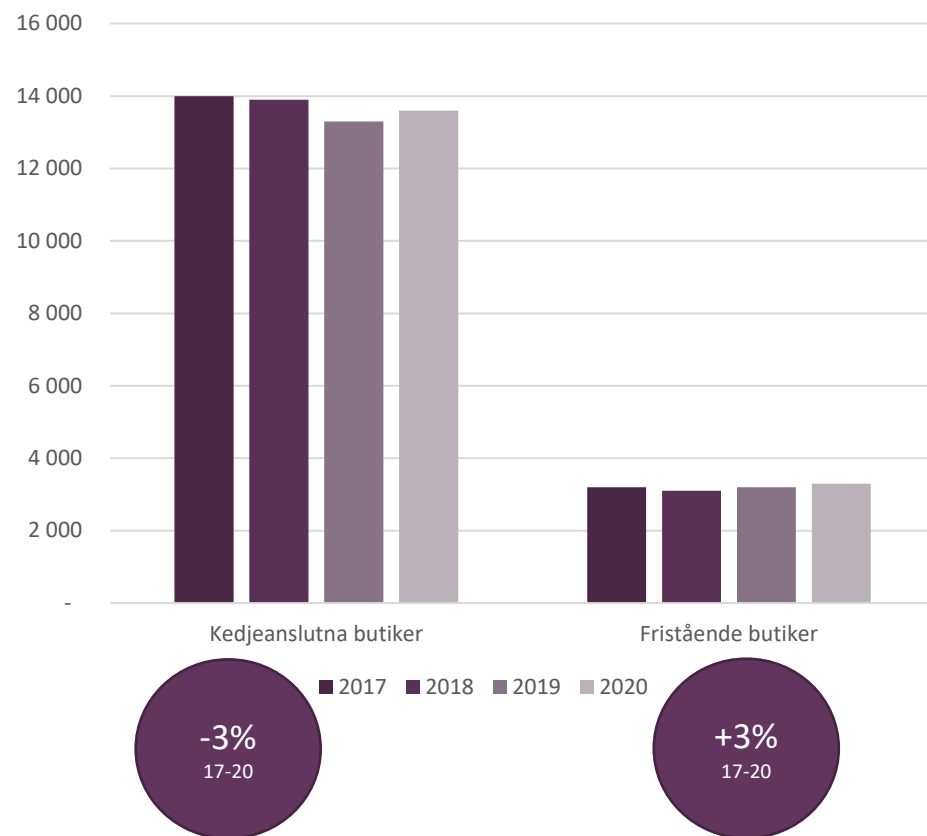
Avrundat till närmsta tiondels miljard



# CONVENIENCEHANDELNS UTVECKLING 2017-2020

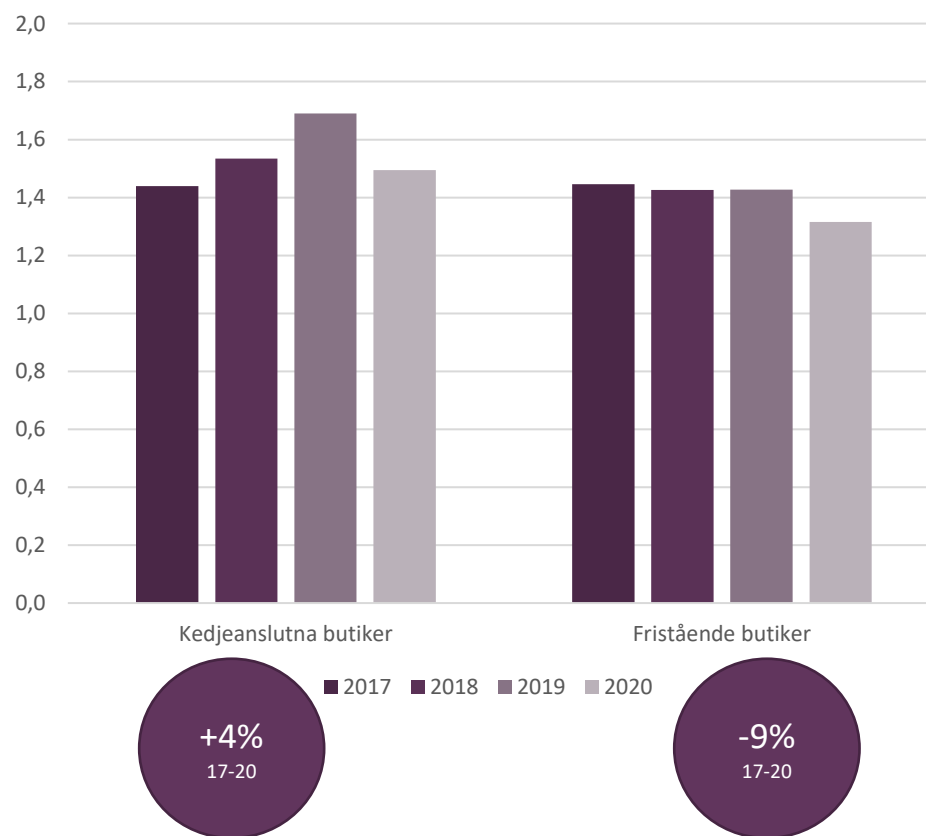
## Antal anställda

Avrundat till närmsta hundratal



## Omsättning per anställd (mkr)

Avrundat till närmsta hundratusental

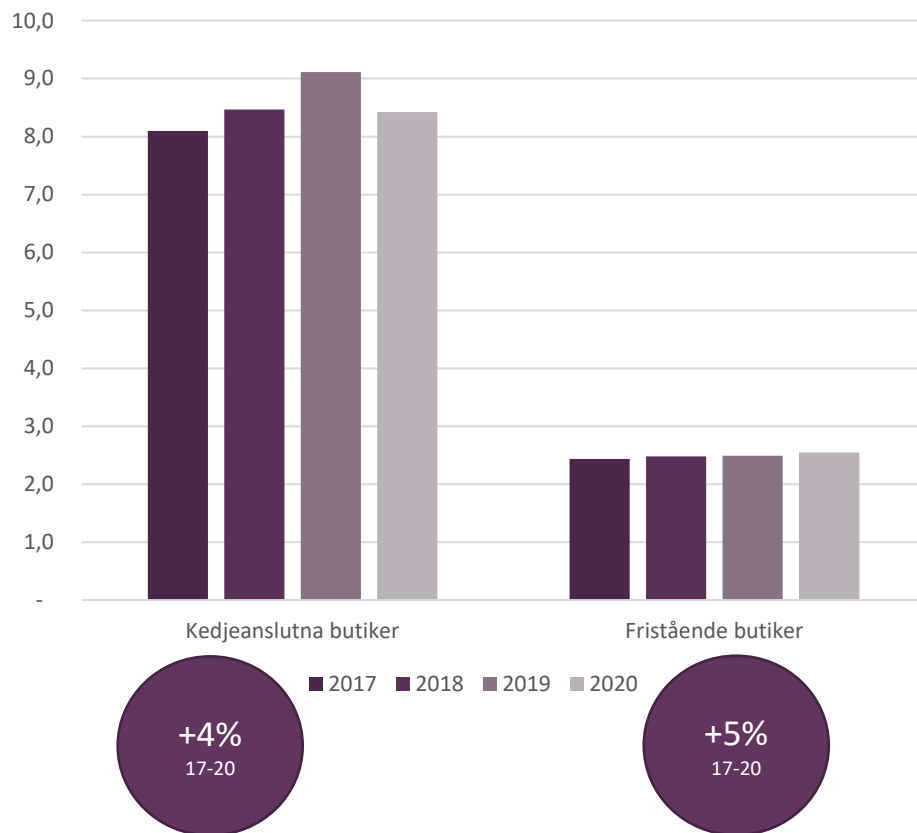




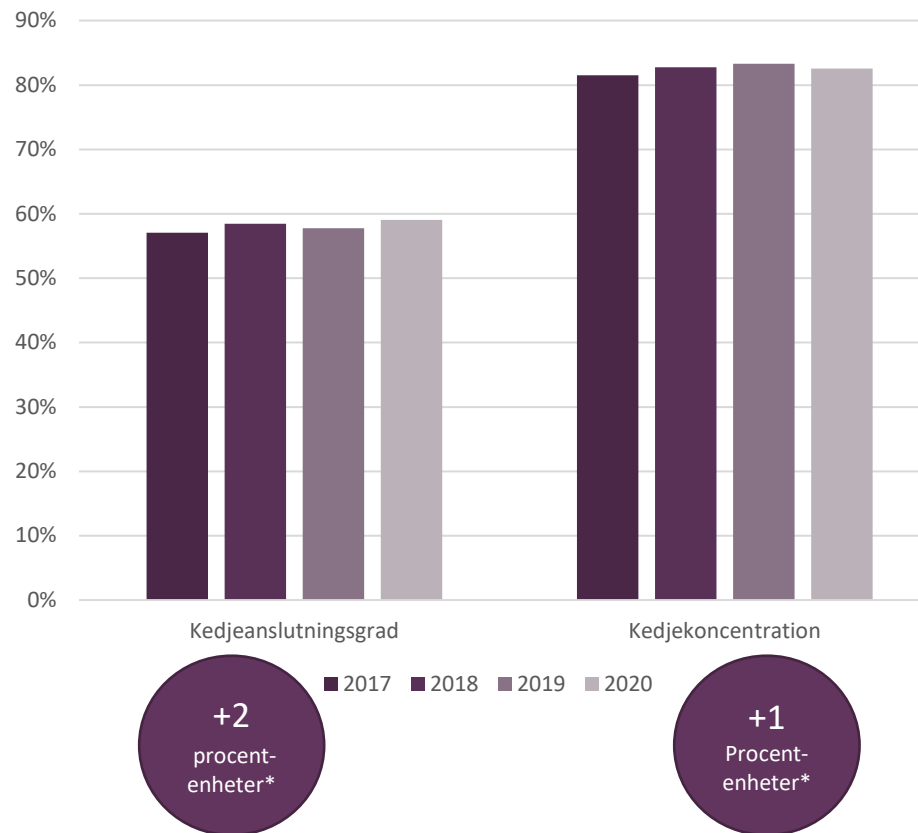
# CONVENIENCEHANDELNS UTVECKLING 2017-2020

## Omsättning per butik (mkr)

Avrundat till närmsta hundratusental



## Andel kedjeanslutna butiker och andel omsättning i kedjeanslutna butiker\*

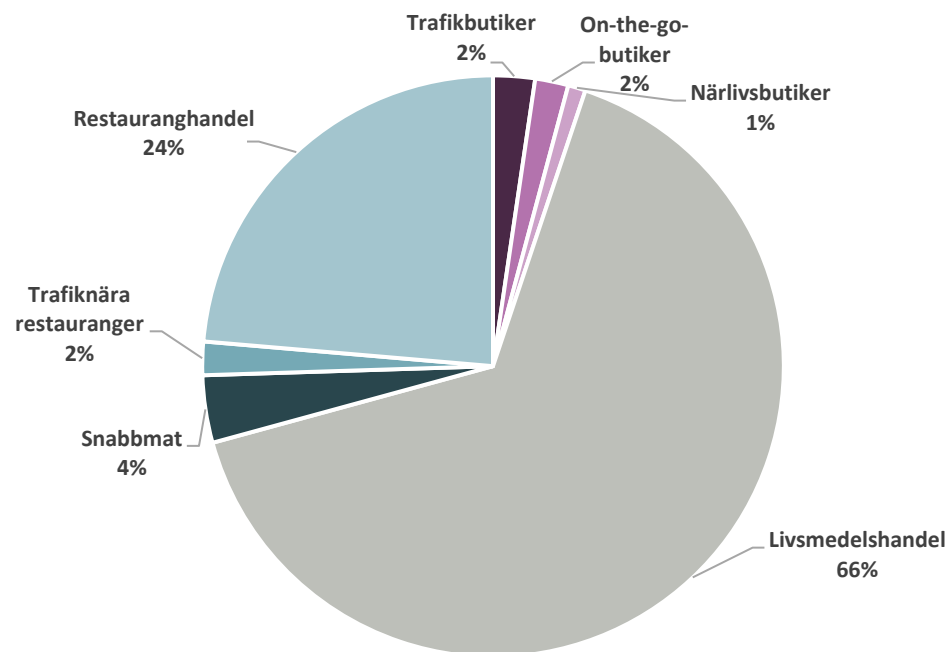


\* Utveckling 2017-2020. Kedjeanslutningsgrad beräknas som antalet butiker tillhörande någon av kedjorna som presenteras i rapporten dividerat med det totala antalet butiker som redovisas i rapporten. Kedjekoncentrationen är omsättningen i de kedjedrivna butikerna dividerat med omsättningen för det totala antalet butiker.

# Marknadsperspektiv 2017 och 2020

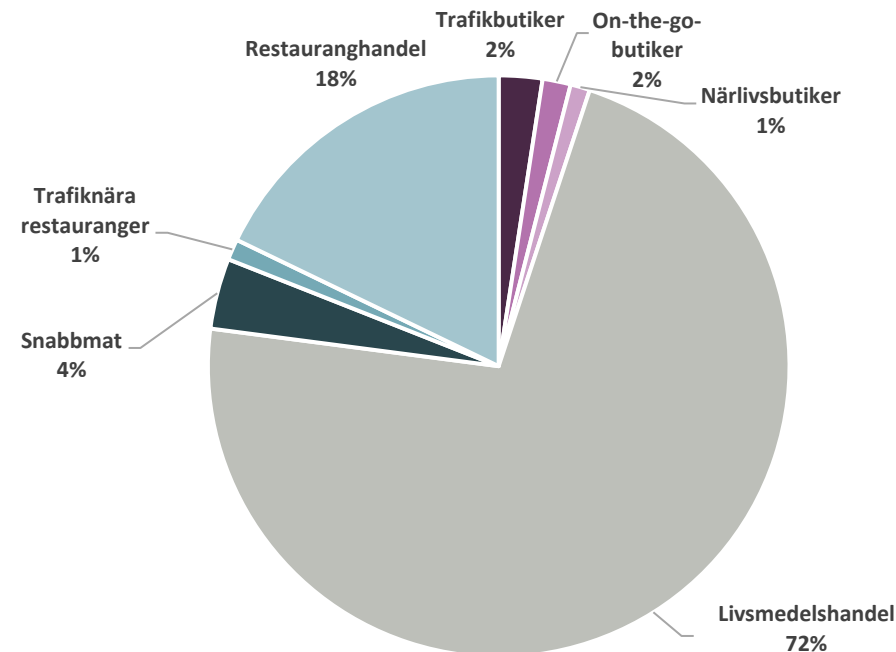
## -Livsmedel-, convenience- och restauranghandel

### Marknadsandelar 2017



Bas: 393 mdkr\*

### Marknadsandelar 2020



Bas: 400 mdkr\*

Källa: SCB, egna beräkningar

\*Basen anger total försäljning 2020 exklusive moms. För restaurang- och livsmedelshandel har moms räknats bort vid framtagning av marknadsandelarna. Resterande livsmedelsförsäljning är total livsmedelsförsäljning exklusive närlivsbutiker och on-the-go-butiker som redovisas separat.

# SAMMANFATTNING 2020

	Kedjeansluten conveniencehandel	Fristående conveniencehandel	Total conveniencehandel	Livsmedelshandel & conveniencehandel*
<b>Antal anställda</b> <i>(avrundat till närmsta hundratal)</i>	<b>13 600</b>	<b>3 300</b>	<b>16 900</b>	<b>87 500</b>
<b>Antal butiker</b> <i>(avrundat till närmsta hundratal)</i>	<b>2 400</b>	<b>1 700</b>	<b>4 100</b>	<b>10 000</b>
<b>Nettoomsättning</b> <i>(avrundat till närmsta tiondels miljard)</i>	<b>20,4</b> MDKR	<b>4,3</b> MDKR	<b>24,7</b> MDKR	<b>309</b> MDKR
<b>Genomsnittlig omsättning per butik</b> <i>(avrundat till närmsta hundratusental)</i>	<b>8,4</b> MKR	<b>2,5</b> MKR	<b>6,0</b> MKR	<b>31</b> MKR
<b>Genomsnittlig omsättning per anställd</b> <i>(avrundat till närmsta hundratusental)</i>	<b>1,5</b> MKR	<b>1,3</b> MKR	<b>1,5</b> MKR	<b>3,5</b> MKR

\*Viss metodskillnad existerar mellan framräkningen av livsmedelshandel och conveniencehandel. HUI gör dock bedömningen att siffrorna sammantaget är adekvat jämförbara. Siffrorna avser nettoomsättning exklusive eventuell drivmedelsförsäljning samt moms, och är ett estimat framtaget av HUI. Rapportens resultat är, om ej annat anges, resultatet av HUI:s bearbetning av offentlig information och data från Statistiska Centralbyrån. Siffrorna avser 2019.

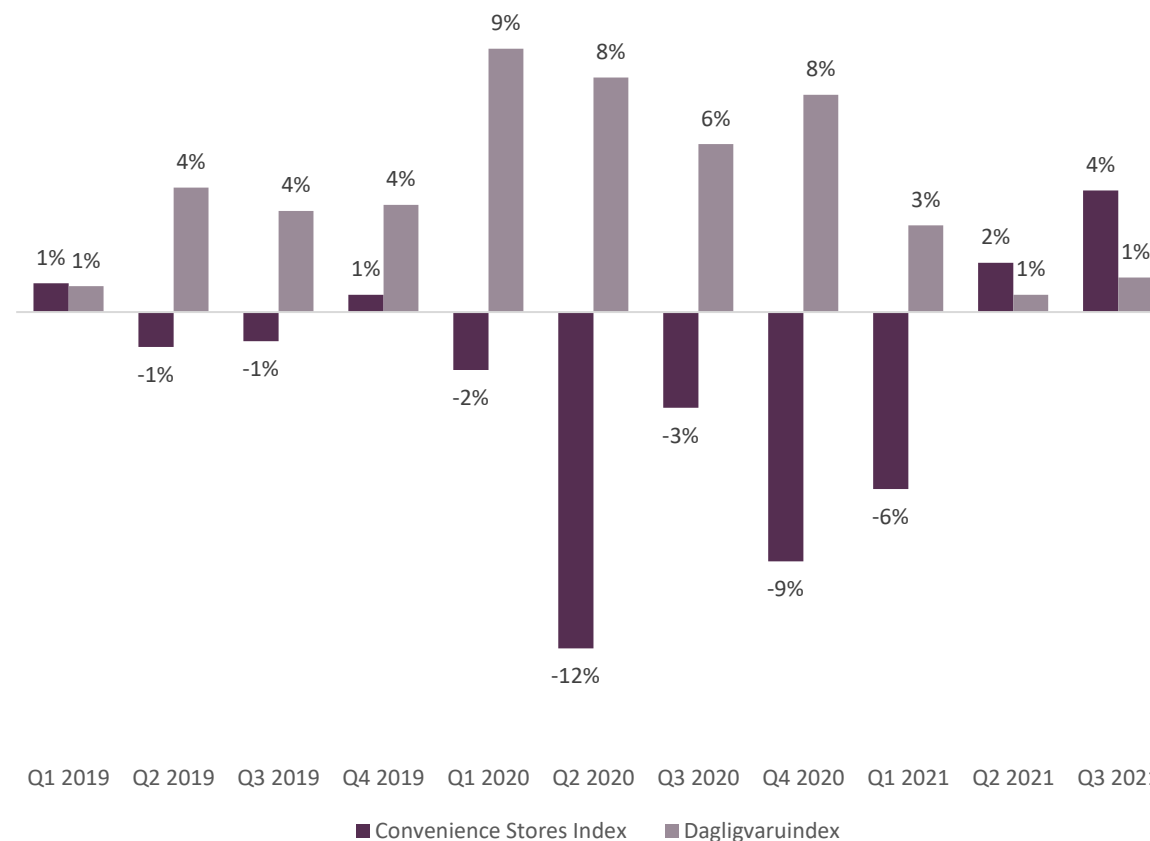
# **3. BRANSCHEN UNDER EN PANDEMI**

# Conveniencehandeln på väg tillbaka efter pandemin

- Under pandemin har en del branscher gynnats medan andra har missgynnats. Dagligvaruhandeln är en av de branscher som har gynnats medan conveniencehandeln har påverkats negativt av pandemin. Detta är tydligt vid en jämförelse av de olika branschernas branschindex, där vi ser en återhämtning i conveniencehandeln i takt med att samhället öppnar upp igen.
- När Convenience Stores Index under det andra kvartalet 2020 visade på den största negativa tillväxten (-12 procent), ökade försäljningen i dagligvaruhandeln med 8 procent. Under andra och tredje kvartalet 2021 visade conveniencehandeln positiva tillväxtsiffror medan dagligvaruhandeln växte med endast 1 procent.
- Coronarestriktionerna och rekommendationerna om hemarbete har påverkat conveniencehandelns kundflöden. Det är främst butiker som ligger i anslutning till resande som har påverkats då svenskarna inte har rest som de brukar under pandemin. När restriktionerna lättas ökar flödena igen, vilket gynnar conveniencehandeln i och med att kunderna ofta handlar där när de är på språng.
- E-handeln har fått ett uppsving under pandemin. I framtiden tros dock e-handeln mestadels ta marknadsandelar från de planerade inköpen, vilket även detta talar för en uppgång för den bostadsnära handeln.

Källa: Dagligvaruindex, Convenience Stores index

## Utveckling i Convenience Stores Index och Dagligvaruindex 2019-2021



Källa: Dagligvaruindex, Convenience Stores Index

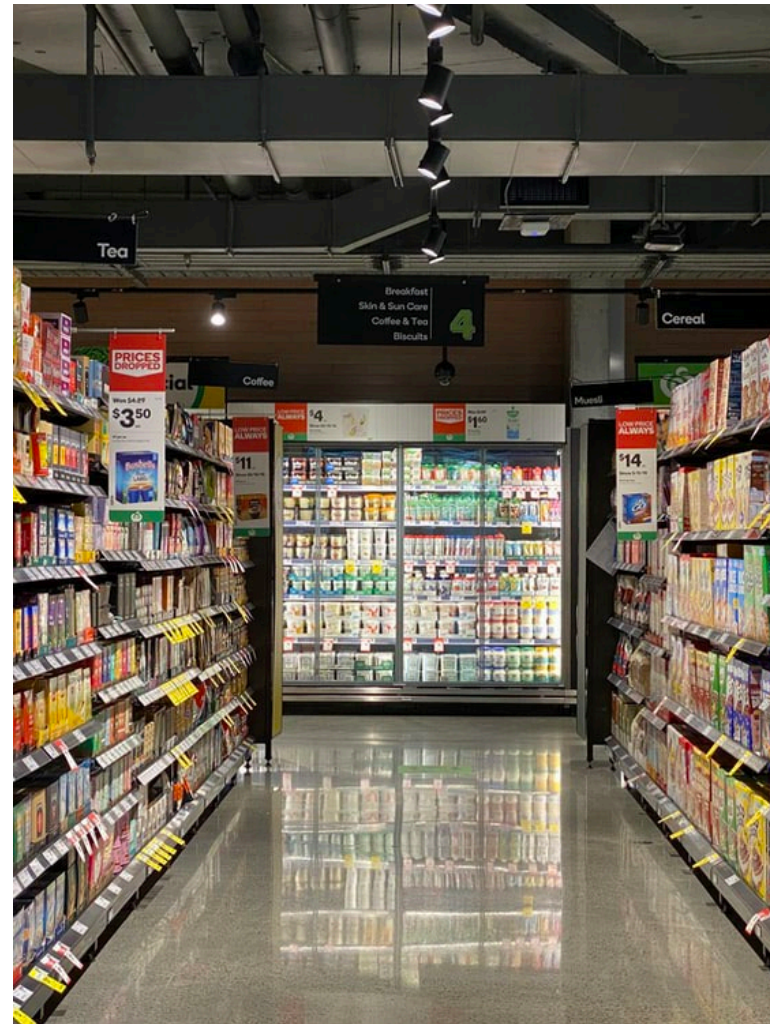
# Bostadsnära handel blir allt viktigare

Bekvämlighet blir allt viktigare för konsumenterna. Den bostadsnära handeln ser därmed ut att ha en ljus framtid. I Paris och flera andra europeiska städer fortgår utvecklingen av 15-minutersstaden, ett koncept som var på uppgång redan före pandemin men som nu har accelererat.<sup>1</sup> Målet med 15-minutersstaden är självförsörjande stadsdelar där alla ska ha möjligheten att uträtta sina vardagsärenden inom en 15 minuter lång cykeltur.

Att närbutikerna blir allt viktigare framgår av ICAs försäljningsutveckling i de olika koncepten. För jämförbara enheter hade ICA Nära en ackumulerad tillväxt på 2,9 procent mellan januari och oktober 2021 medan ICA Maxi, som var konceptet med näst störst tillväxt, såg en ökning med 1,3 procent.<sup>2</sup> Läget blir därmed allt viktigare och den bostadsnära handeln har fått ett uppsving under året.

På marknaden dyker det upp flera obemannade kedjor och även traditionella kedjor som öppnar obemannade koncept. De obemannade kedjorna har stora expansionsplaner och Auto\_Mats plan är att ha 200 butiker innan 2023 är över. Även ICA satsar på det obemannade konceptet genom att återlansera ICA To Go, men nu som obemannad närbutik. I dagsläget finns det 12 stycken ICA To Go<sup>3</sup>. Konceptet finns som en del av befintliga butiker, där det möjliggör att butiken håller öppet även när personalen har gått hem.

1. [\(DI Digital, "Paris leder revolutionen – blir första 15-minutersstaden"\)](#)
2. [ICA pressmeddelande](#)
3. [Fri Köpenskap: "Lista: Sex nya Ica to Go – konceptet sprider sig snabbt"](#)



# 4. CONVENIENCEHANDELNS REPRESENTATION I LANDET

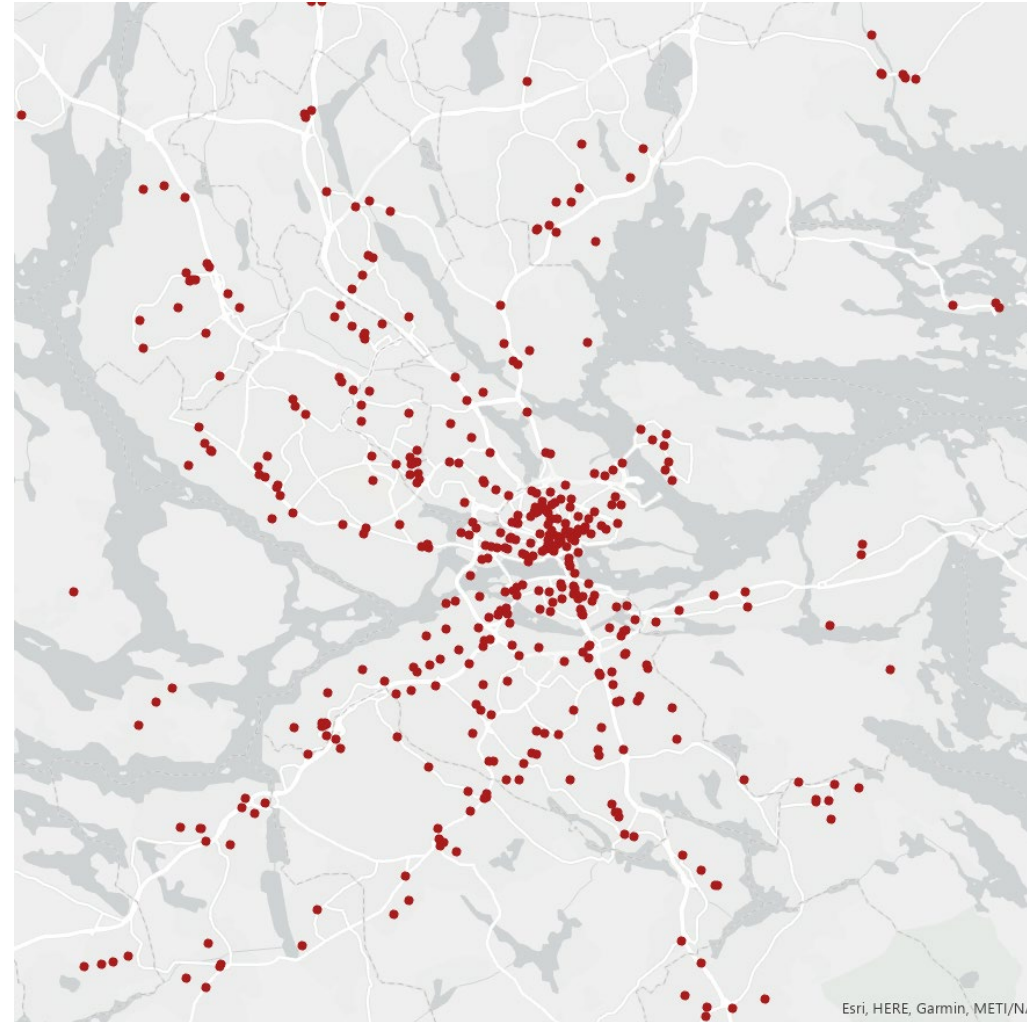
# CONVENIENCEHANDELNS REPRESENTATION I LANDET 2020

4 100  
BUTIKER





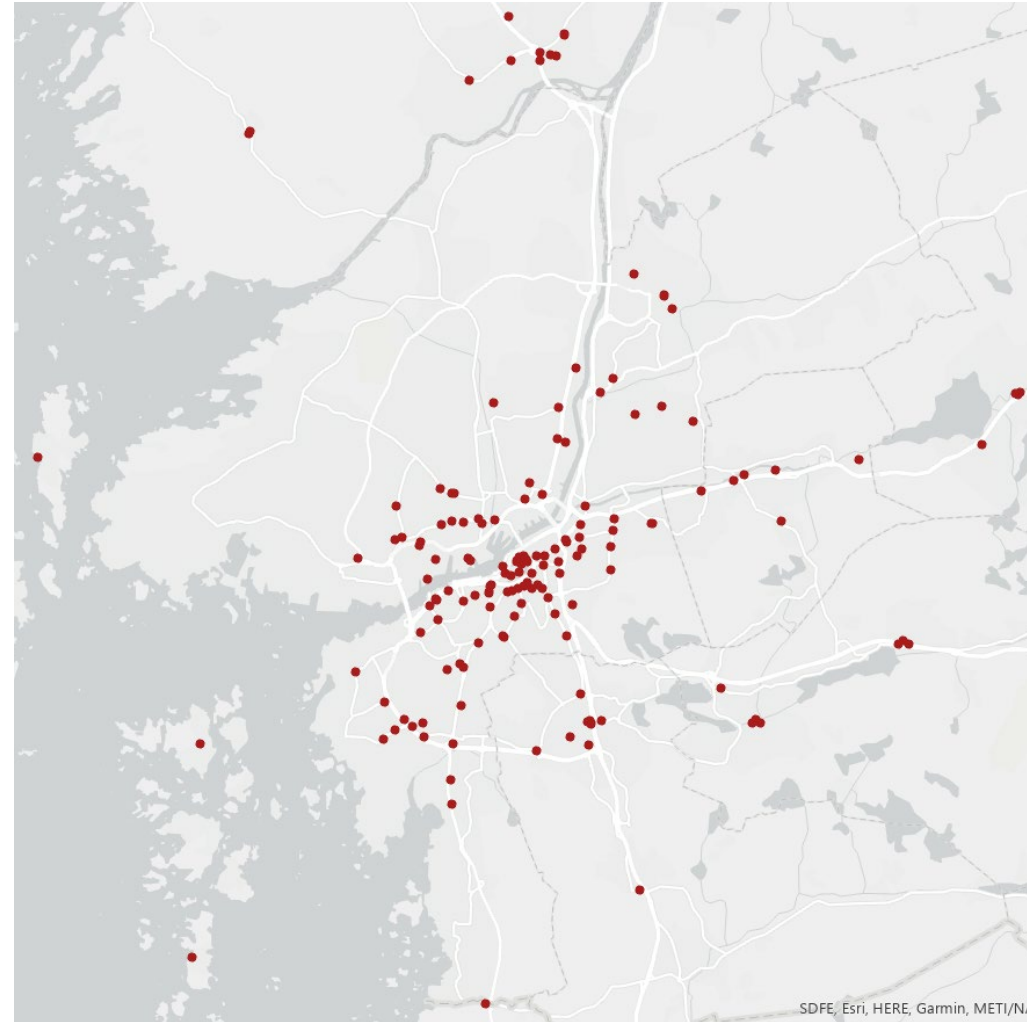
# CONVENIENCEHANDELN\* I STOCKHOLM 2020



● = CONVENIENCEBUTIK

\* Avser endast kedjeanslutna conveniencebutiker

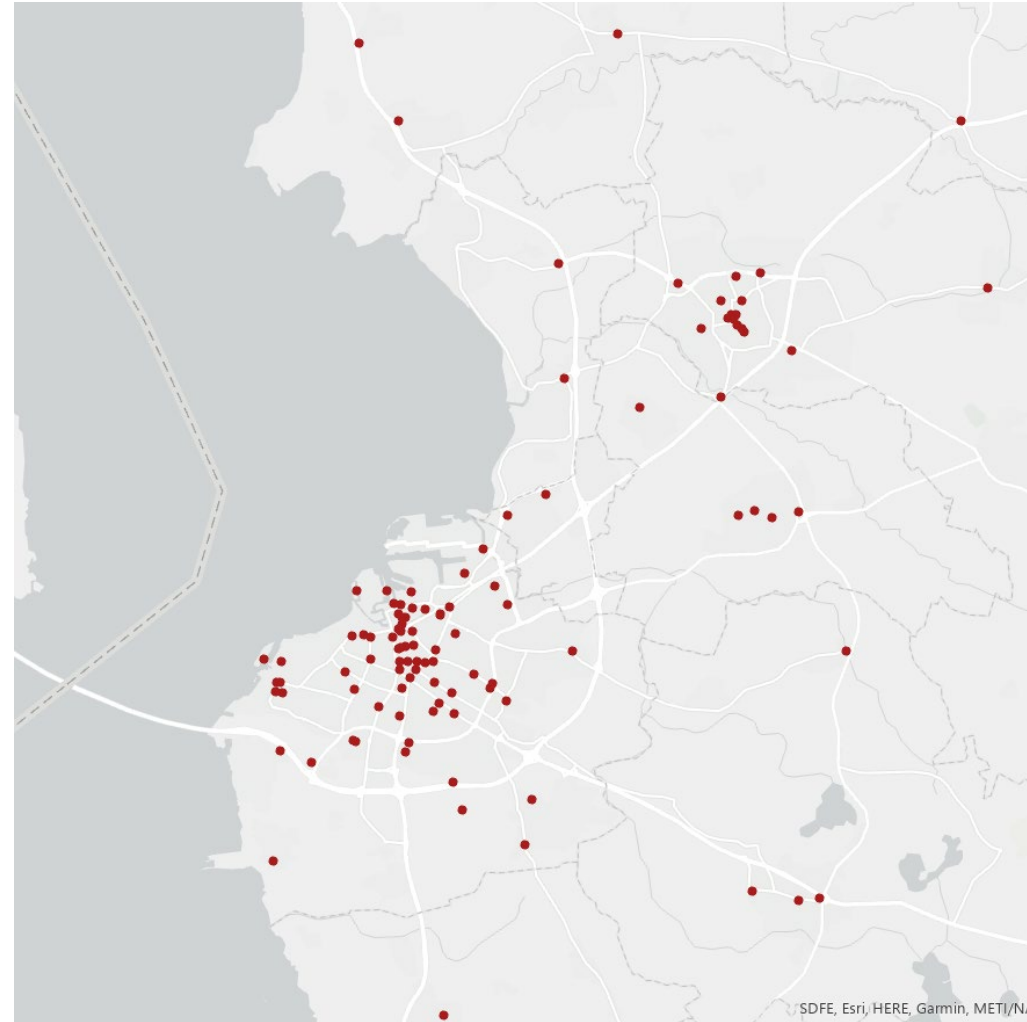
# CONVENIENCEHANDELN\* I GÖTEBORG 2020



● = CONVENIENCEBUTIK

\* Avser endast kedjeanslutna conveniencebutiker

# CONVENIENCEHANDELN\* I MALMÖ 2020

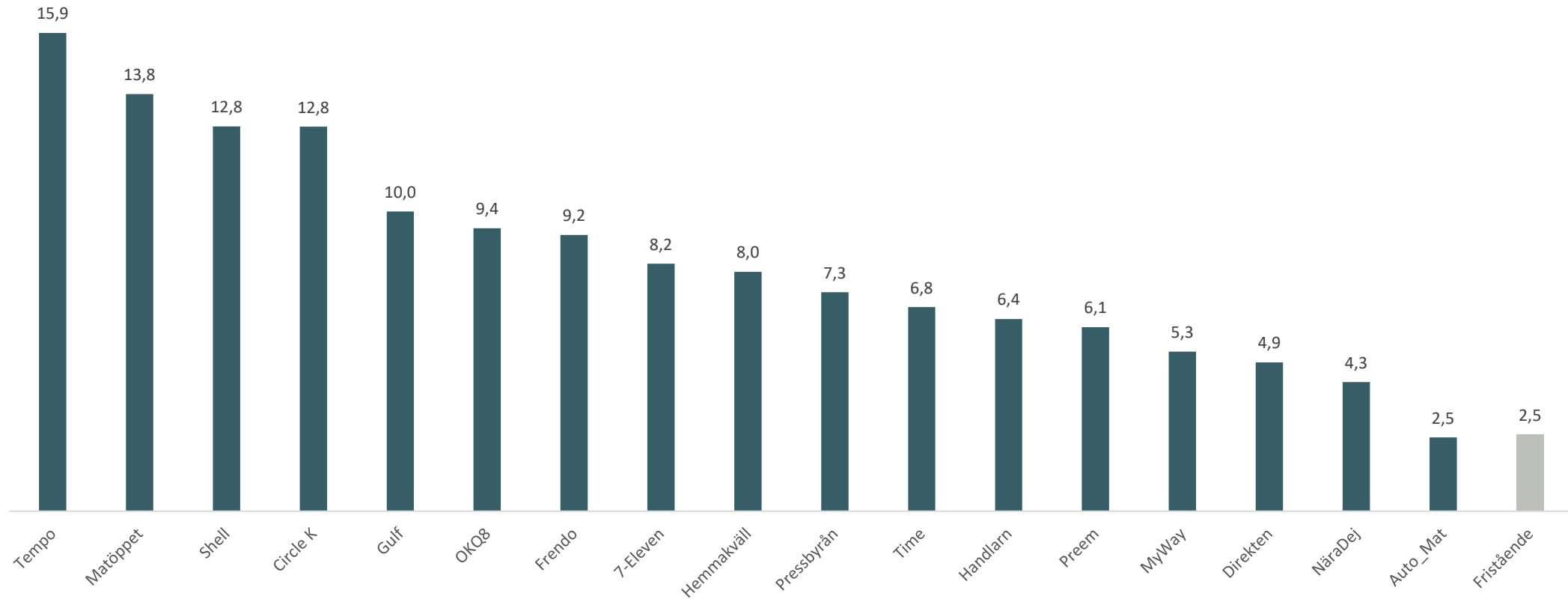


● = CONVENIENCEBUTIK

\* Avser endast kedjeanslutna conveniencebutiker

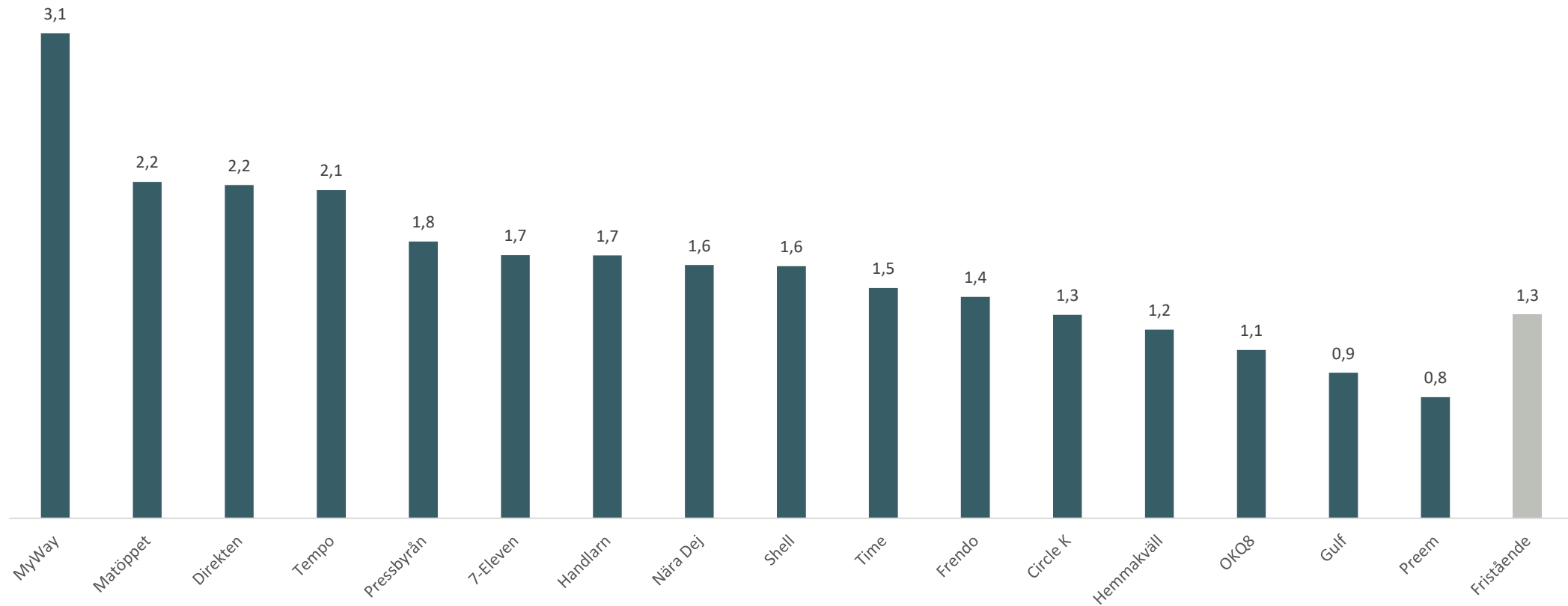
# 5. EFFEKTIVITETSMÅTT 2020

# GENOMSnittlig omsättning per butik 2020 (MKR)



*Siffrorna avser nettoomsättning exklusive eventuell drivmedelsförsäljning samt moms, och är ett estimat framtaget av HUI. Rapportens resultat är, om ej annat anges, resultatet av HUI:s bearbetning av offentlig information och data från Statistiska Centralbyrån.*

# GENOMSNIITTLIG OMSÄTTNING PER ANSTÄLLD 2020 (MKR)

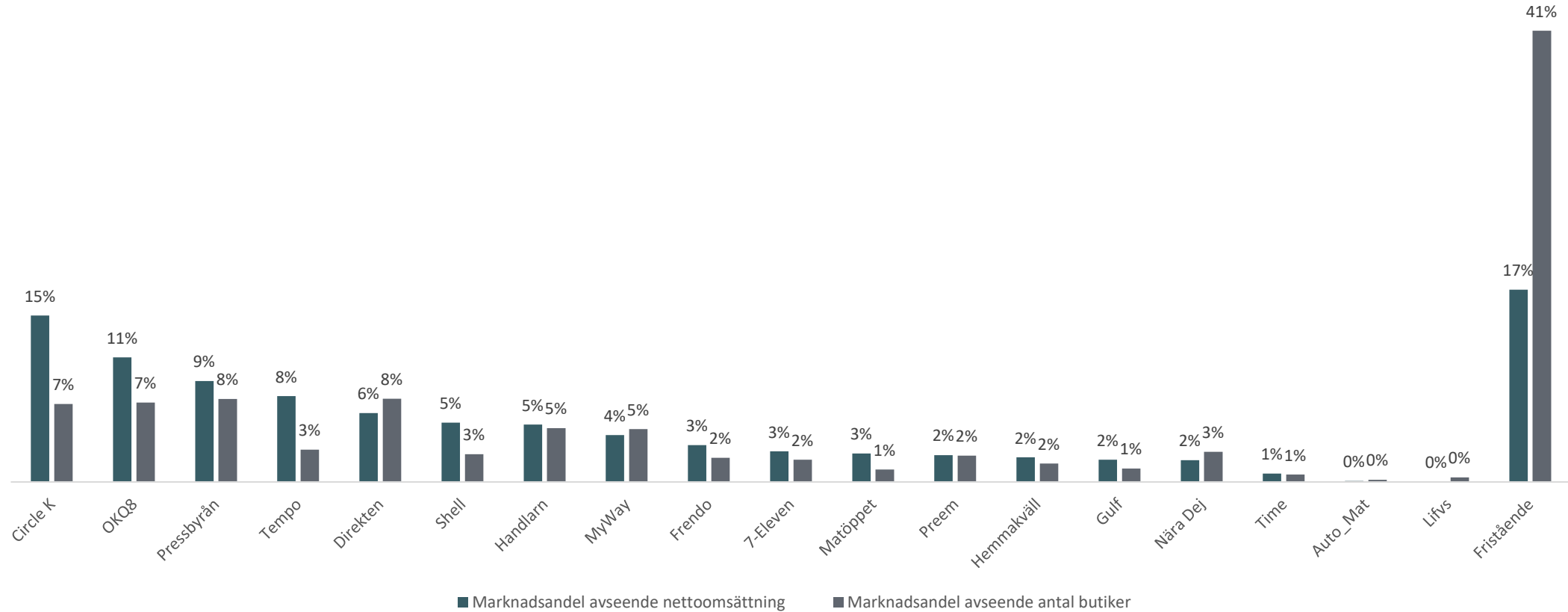


*Siffrorna avser nettoomsättning exklusive eventuell drivmedelsförsäljning samt moms, och är ett estimat framtaget av HUI. Rapportens resultat är, om ej annat anges, resultatet av HUI:s bearbetning av offentlig information och data från Statistiska Centralbyrån.*

# 6. MARKNADSANDELAR 2020

AVSEENDE OMSÄTTNING EXKLUSIVE MOMS

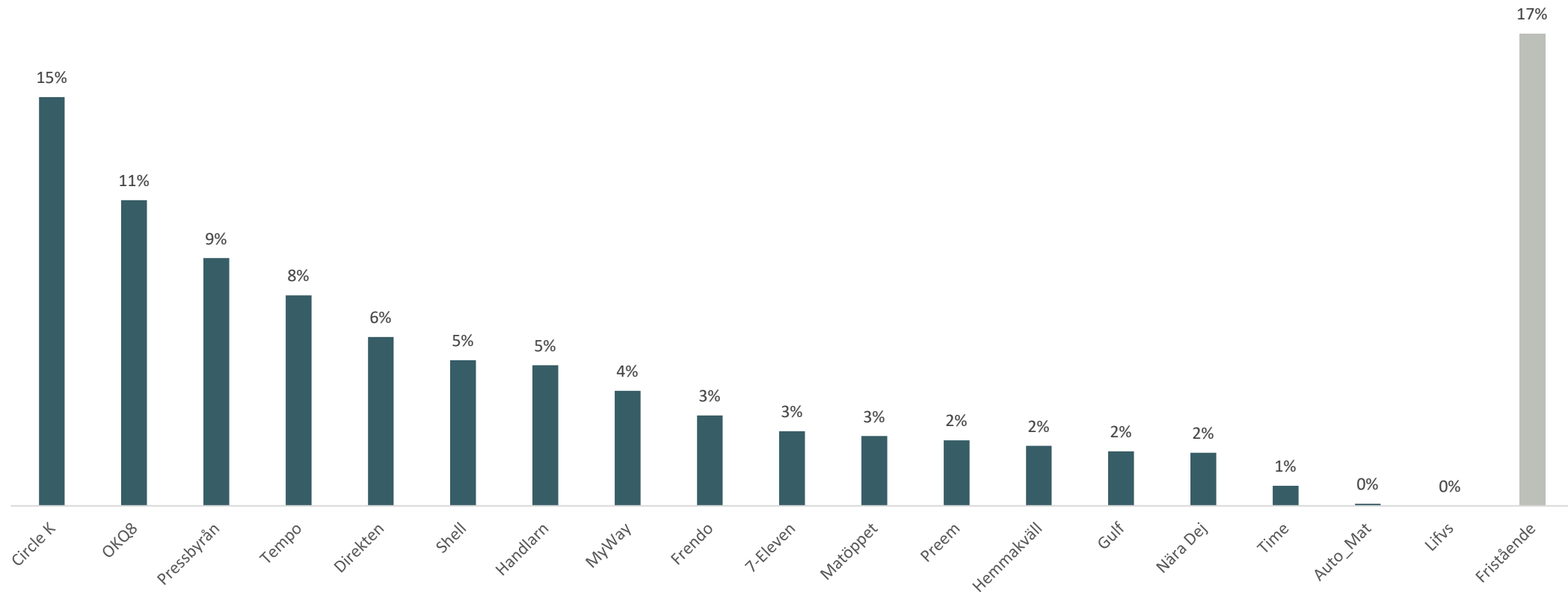
# MARKNADS- OCH BUTIKSANDELAR I CONVENIENCEHANDELN 2020



*Siffrorna avser nettoomsättning exklusive eventuell drivmedelsförsäljning samt moms, och är ett estimat framtaget av HUI. Rapportens resultat är, om ej annat anges, resultatet av HUI:s bearbetning av offentlig information och data från Statistiska Centralbyrån.*



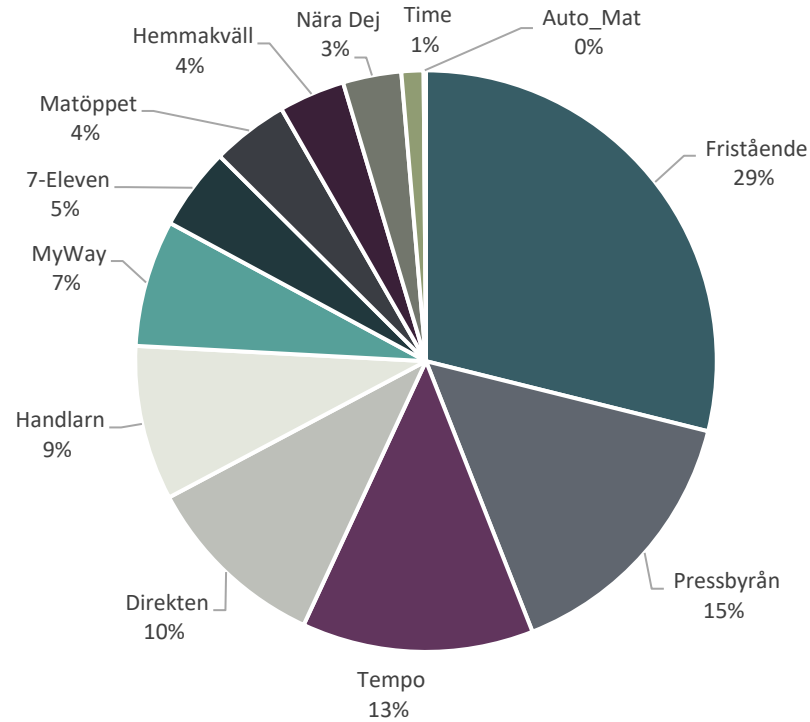
# MARKNADSANDELAR AVSEENDE OMSÄTTNING 2020 (EXKL. MOMS)



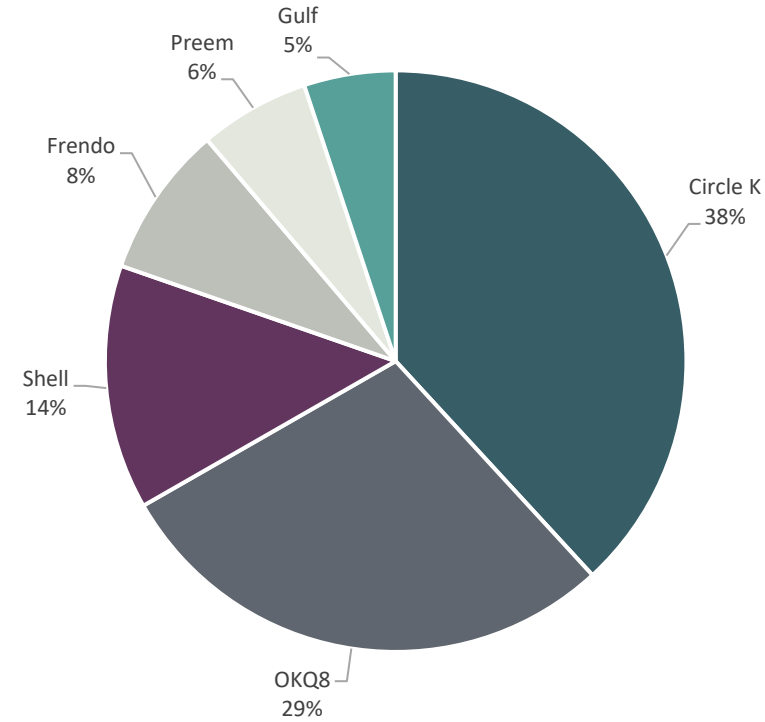
*Siffrorna avser nettoomsättning exklusive eventuell drivmedelsförsäljning samt moms, och är ett estimat framtaget av HUI. Rapportens resultat är, om ej annat anges, resultatet av HUI:s bearbetning av offentlig information och data från Statistiska Centralbyrån.*

# MARKNADSANDELAR AVSEENDE OMSÄTTNING 2020 (EXKL. MOMS)

## CONVENIENCEHANDELN EXKL. TRAFIKBUTIKER



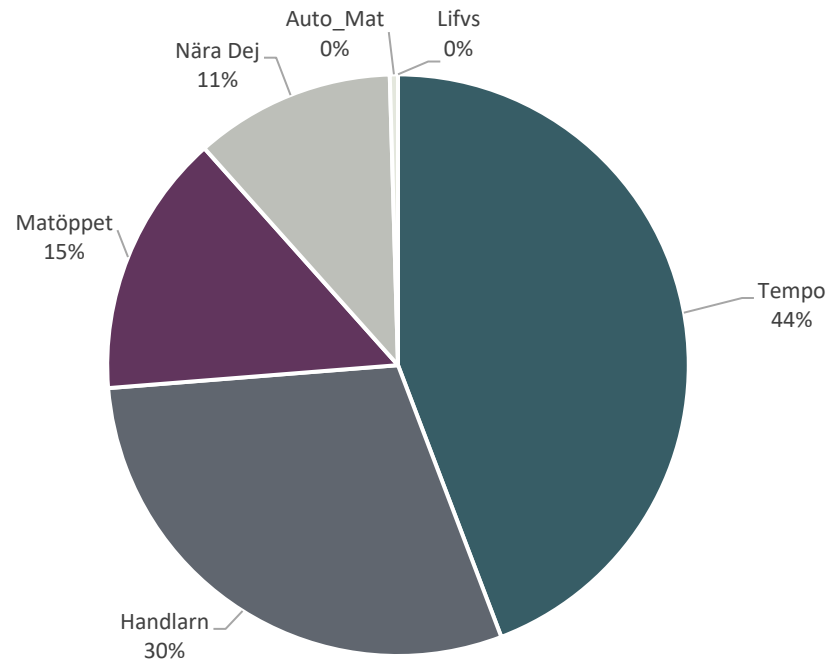
## ENBART TRAFIKBUTIKER



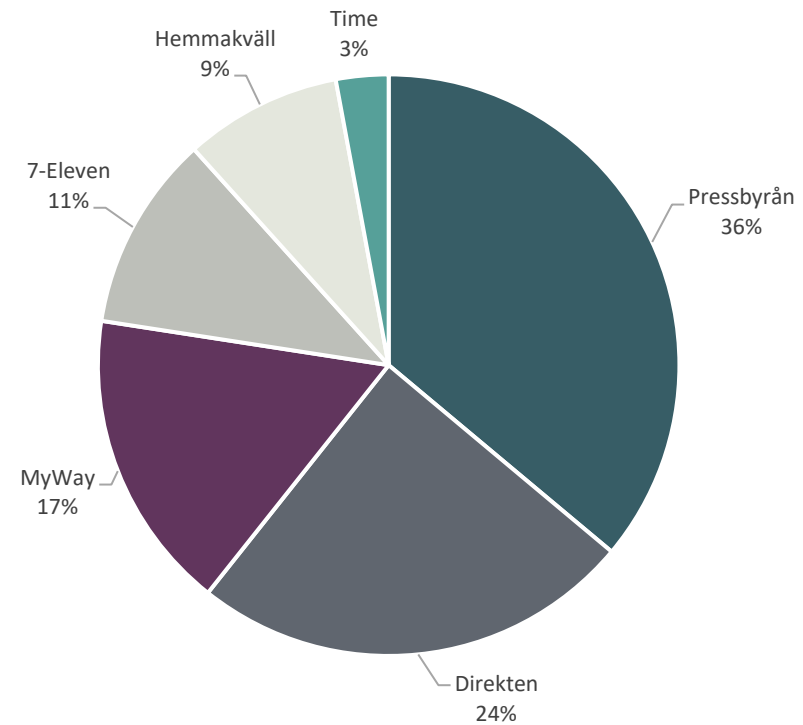
Siffrorna avser nettoomsättning exklusive eventuell drivmedelsförsäljning samt moms, och är ett estimat framtaget av HUI. Rapportens resultat är, om ej annat anges, resultatet av HUI:s bearbetning av offentlig information och data från Statistiska Centralbyrån.

# MARKNADSANDELAR AVSEENDE OMSÄTTNING 2020 (EXKL. MOMS)

## ENBART KEDJOR INOM NÄRLIVS



## ENBART KEDJOR INOM ON-THE-GO

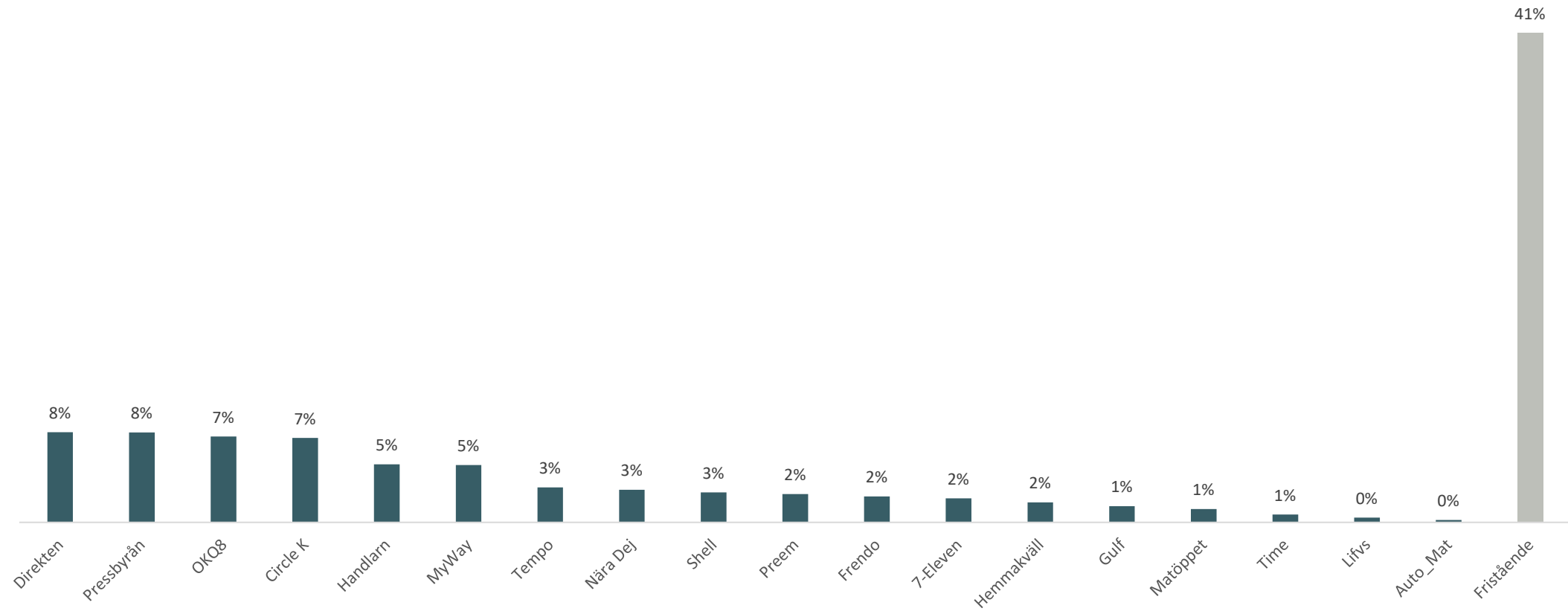


Siffrorna avser nettoomsättning exklusive eventuell drivmedelsförsäljning samt moms, och är ett estimat framtaget av HUI. Rapportens resultat är, om ej annat anges, resultatet av HUI:s bearbetning av offentlig information och data från Statistiska Centralbyrån.

# 7. MARKNADSANDELAR 2020

AVSEENDE ANTAL BUTIKER

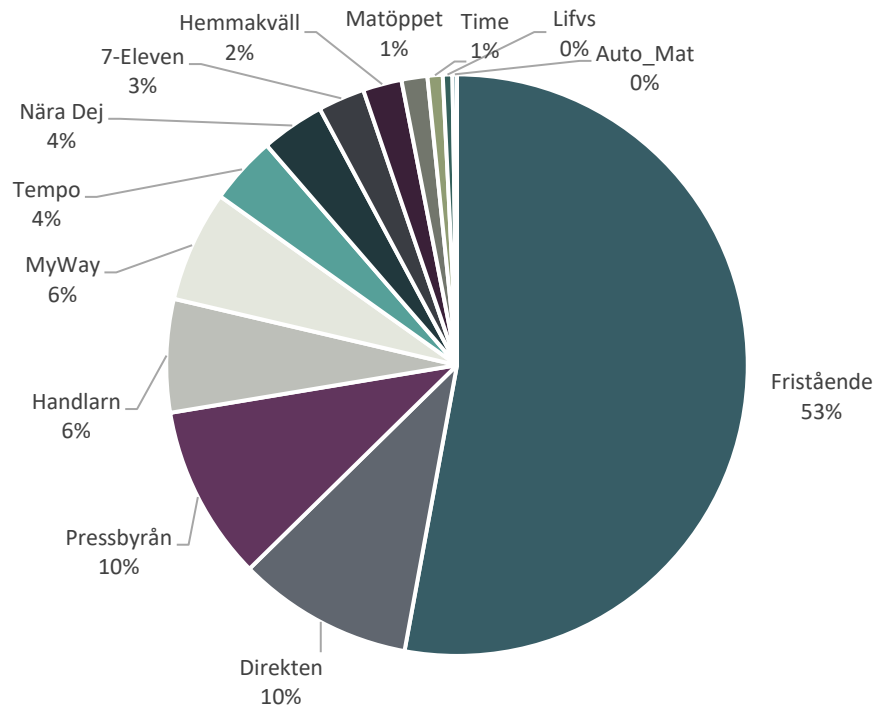
# MARKNADSANDELAR AVSEENDE ANTAL BUTIKER 2020



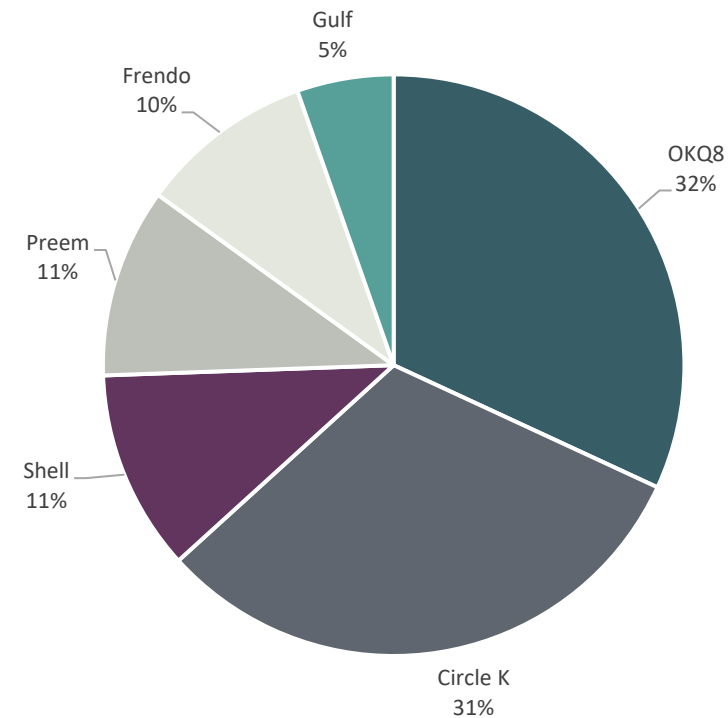
Siffrorna avser marknadsandelar baserat på antalet butiker. Rapportens resultat är, om ej annat anges, resultatet av HUI:s bearbetning av offentlig information och data från Statistiska Centralbyrån.

# MARKNADSANDELAR AVSEENDE ANTAL BUTIKER 2020

## CONVENIENCEHANDELN EXKL. TRAFIKBUTIKER



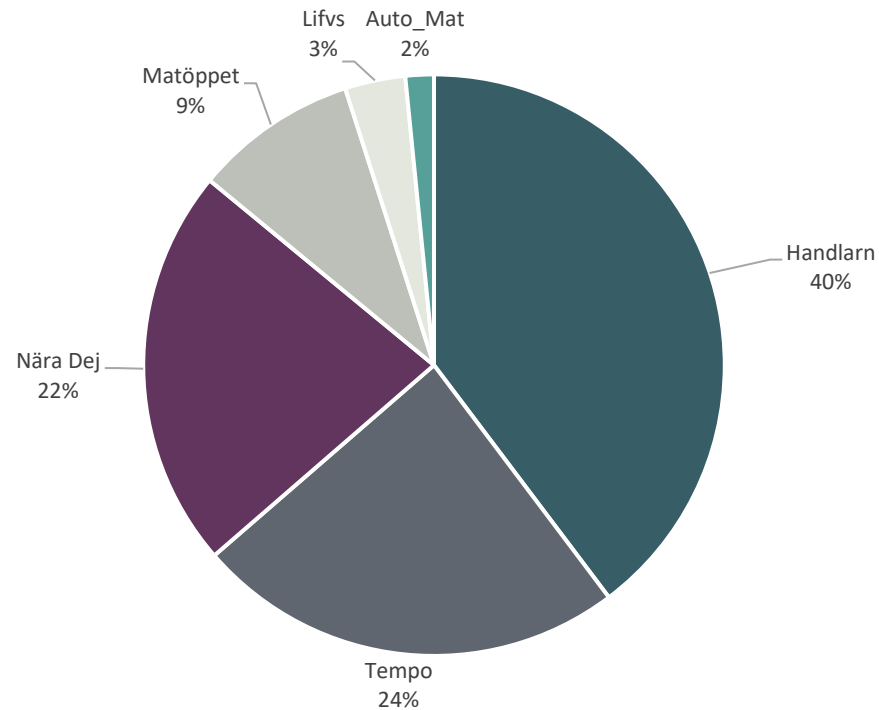
## ENBART TRAFIKBUTIKER



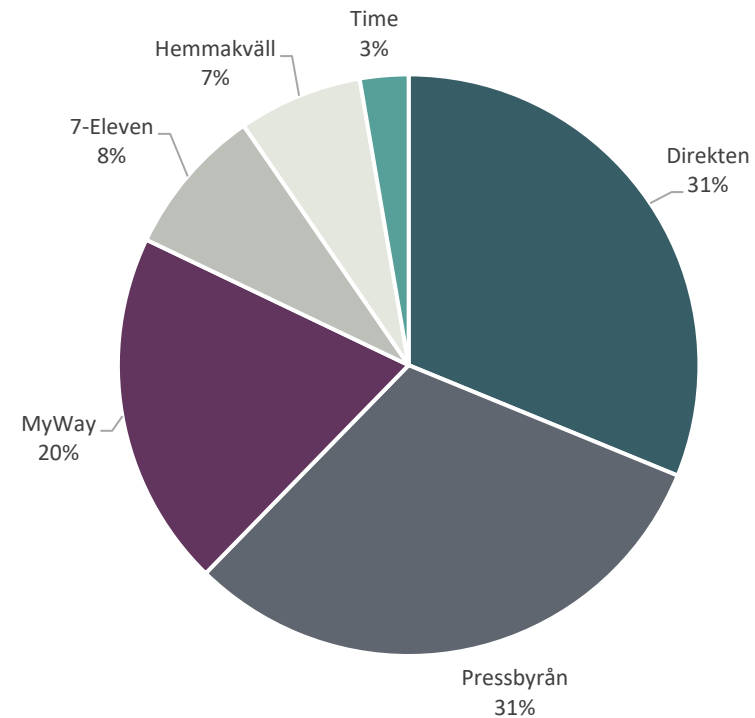
Rapportens resultat är, om ej annat anges, resultatet av HUI:s bearbetning av offentlig information och data från Statistiska Centralbyrån.

# MARKNADSANDELAR AVSEENDE ANTAL BUTIKER 2020

## ENBART KEDJOR INOM NÄRLIVS



## ENBART KEDJOR INOM ON-THE-GO



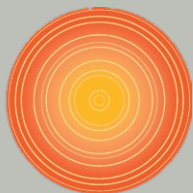
Rapportens resultat är, om ej annat anges, resultatet av HUI:s bearbetning av offentlig information och data från Statistiska Centralbyrån.

# **8. AKTÖRSBESKRIVNINGAR 2020**

## **CONVENIENCEKEDJOR PÅ DEN SVENSKA MARKNADEN**

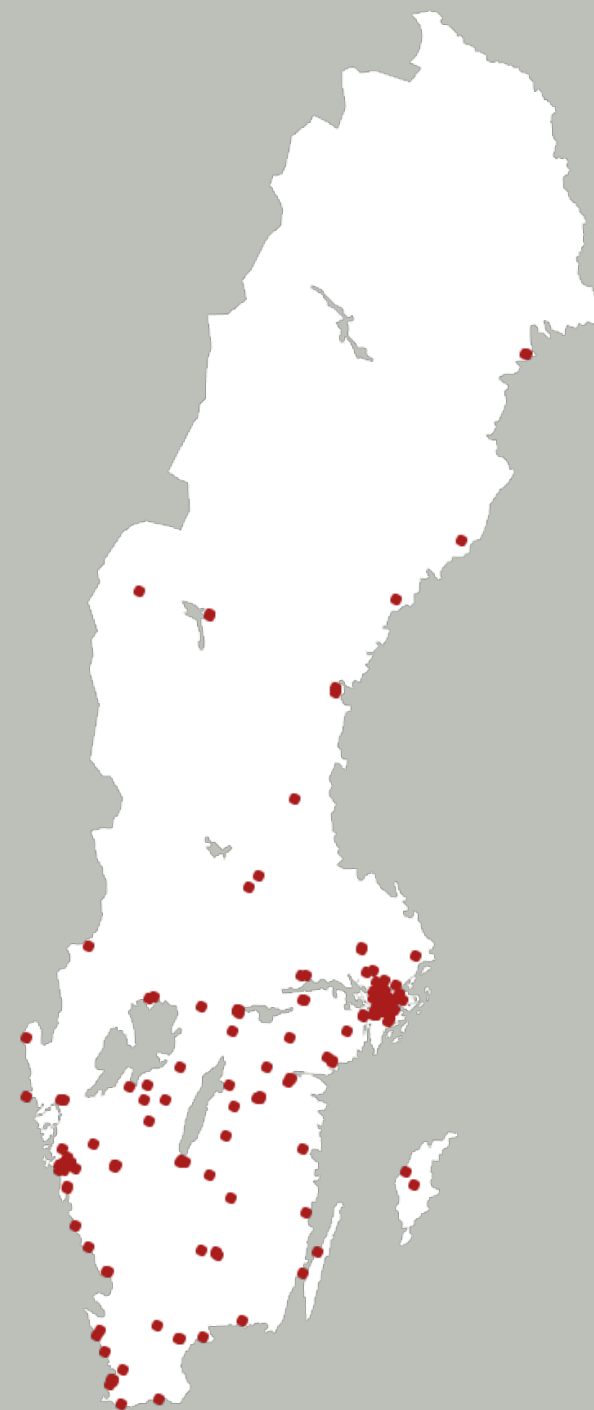


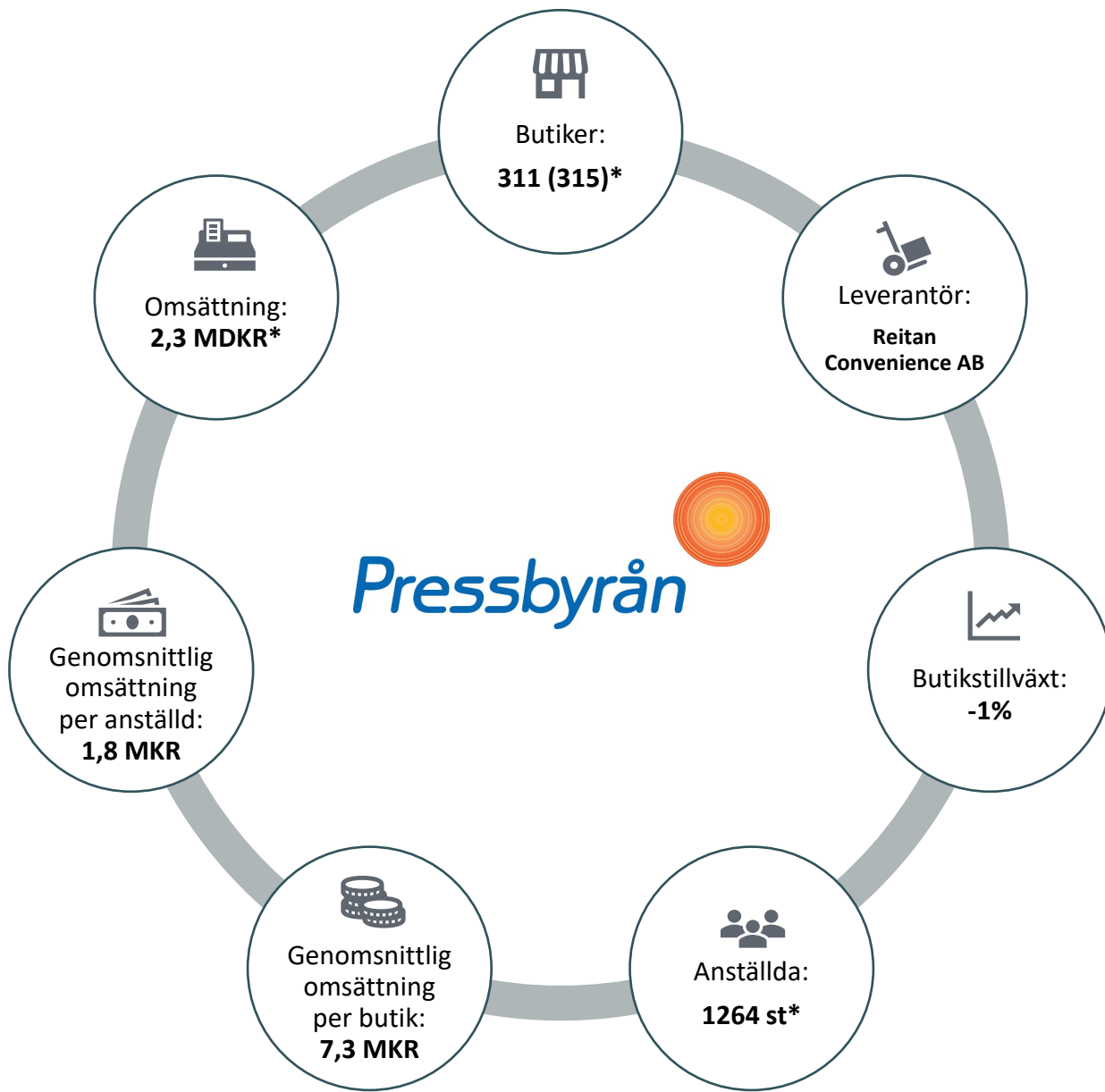
# Pressbyrån



 311  
BUTIKER

 2,3 MDKR  
OMSÄTTNING





## Kedjeprofil

Pressbyrån är med sina 311 butiker Sveriges största kedja inom convenience handeln. Varumärket etablerades 1906 och drivs som franchise under Reitan convenience som även äger 7-eleven.

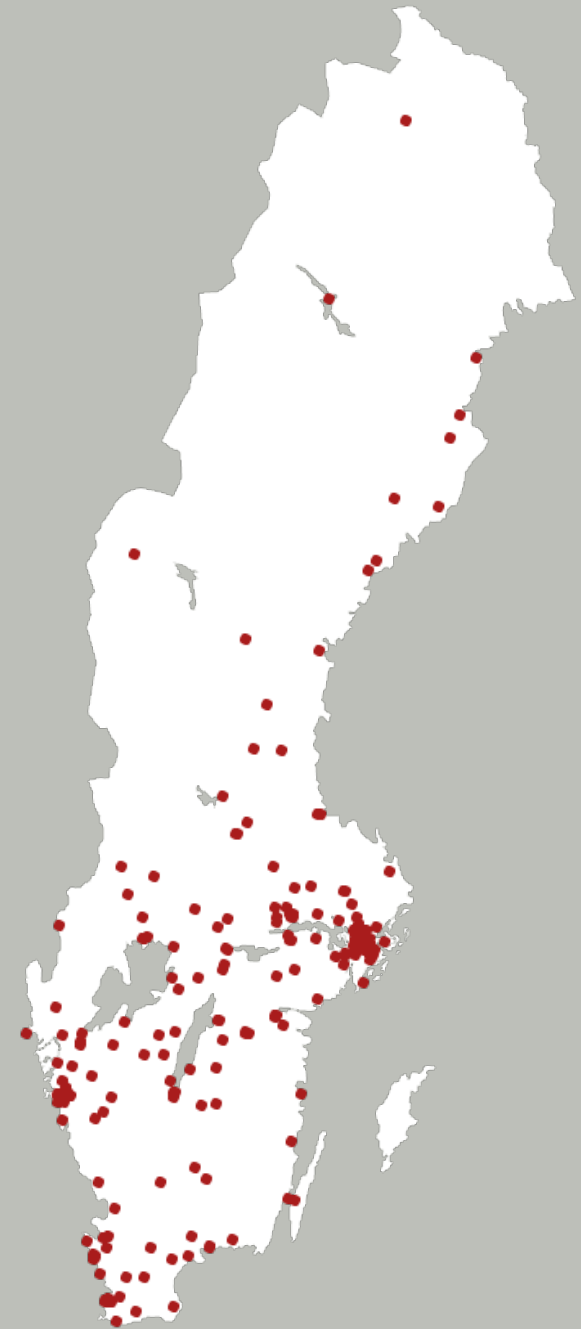
## På gång

Under 2020 öppnade Pressbyrån sin första obemannade butik med konceptet Pressbyrån Go utanför Mall of Scandinavia, den andra Go-butiken öppnades i juni 2021 på Huddinge sjukhus. Handlingsprocessen är fullt digital där en app används vid både in- och utpassering samt betalning. Självutcheckningskassor har placerats på flera ställen i kundvarvet på Pressbyråns vanliga butiker. Anna Wallenberg går in som ny VD för Reitan Convenience Sverige och blir därmed ansvarig för 7-Eleven och Pressbyrån i Sverige.

# Direkten

 312  
BUTIKER

 1,5 MDKR  
OMSÄTTNING





## Kedjeprofil

Direkten är en kedja som uppkom genom att handlare tillsammans valde att samla sig under ett gemensamt varumärke år 1997. Kedjan har ofta en lokal förankring och erbjuder paketutlämning, tidningar, godis och övrig service.

## På gång

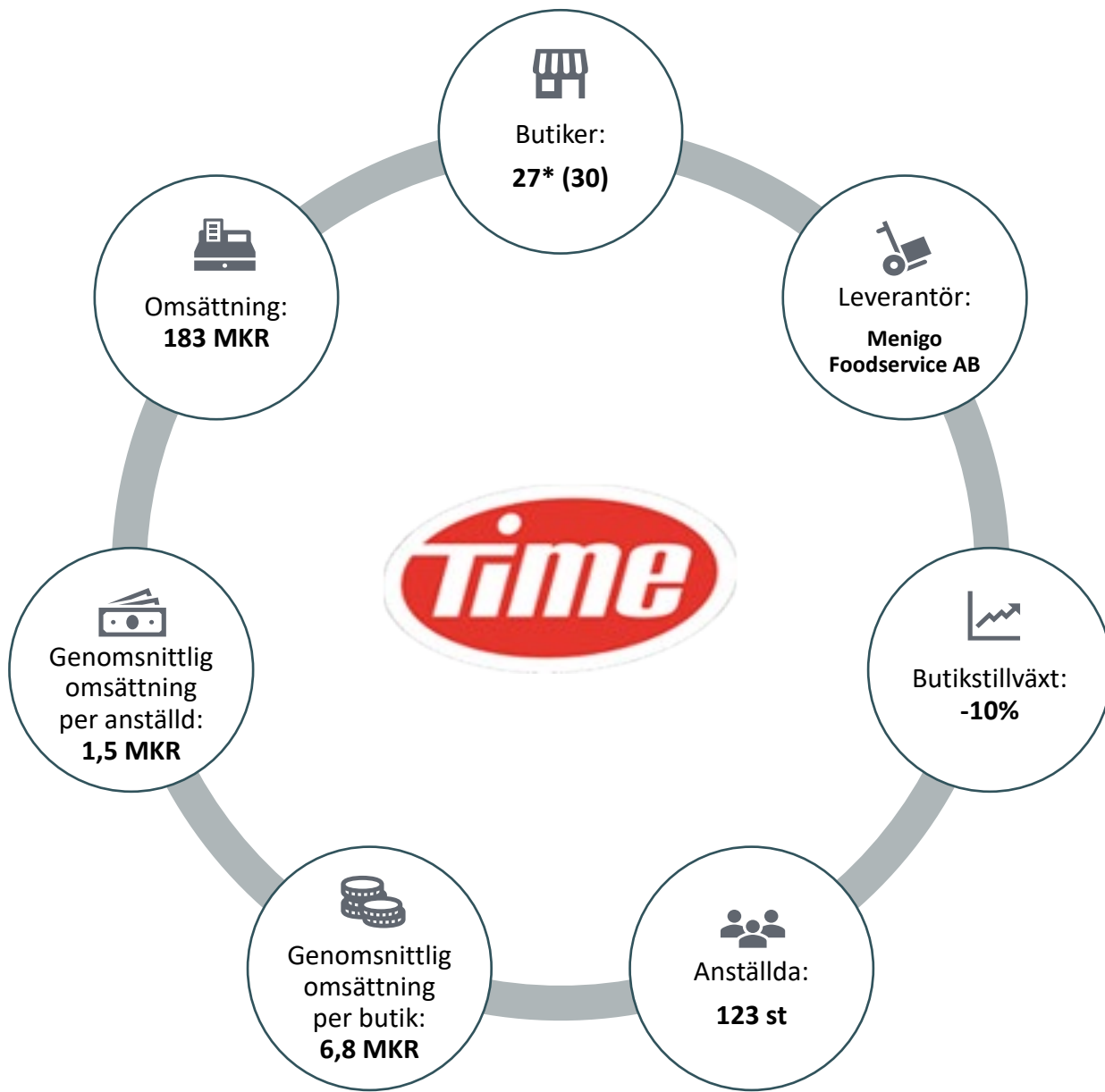
För att stötta sina butiker har Direkten infört ersättningar för kampanjerbjudanden som handlarna marknadsför i butik och på sociala medier i syfte att locka fler besökare. Axfood har tidigare avyttrat sitt ägarskap i kedjan som numera endast ägs av Direktenhandlarnas gemensamma ägarbolag.



 27  
BUTIKER

 183 MKR  
OMSÄTTNING





## Kedjeprofil

Time är ett franchisekoncept som fokuserar på närhet och enkelhet. Utbudet består främst av enklare take away-mat, godis och tidningar. Times varumärke ägs av Menigo Foodservices som även hanterar distributionen av varor till butikerna. Menigo Foodservices är en av Sveriges stora matleverantörer och som även äger butikskonceptet Nära Dej.

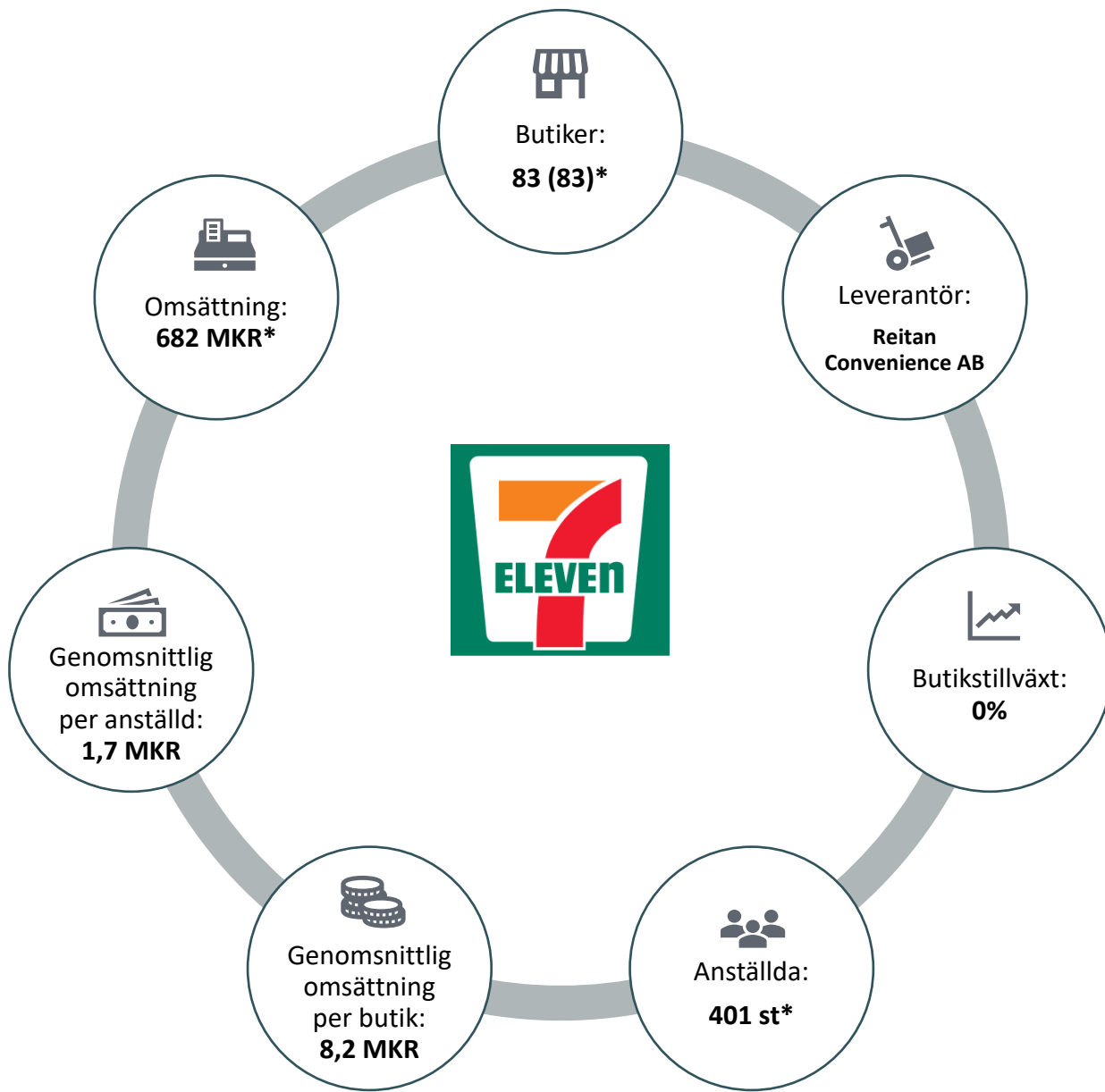


83  
BUTIKER



682 MKR  
OMSÄTTNING





## Kedjeprofil

7-Eleven är ett amerikanskt franchisekoncept som kom till Sverige 1984. Till en början hade kedjan några enstaka butiker som främst sålde korv och basvaror. Idag finns 7-Eleven i många gatuhörn runt om i landet och erbjuder ett brett sortiment av snabbmat och bakverk samt diverse matvaror. Kedjan ägs av Reitan Convenience som även driver Pressbyrån.

## På gång

Tillsammans med flera andra aktörer inom handeln anslöt sig 7-Eleven under 2020 till Foodoras Q-commerce-satsning, vilket gör att kunderna kan få snabb hemleverans genom Foodoras plattform. Anna Wallenberg går in som VD för Reitan Convenience Sverige och blir därmed ansvarig för 7-Eleven och Pressbyrån i Sverige.

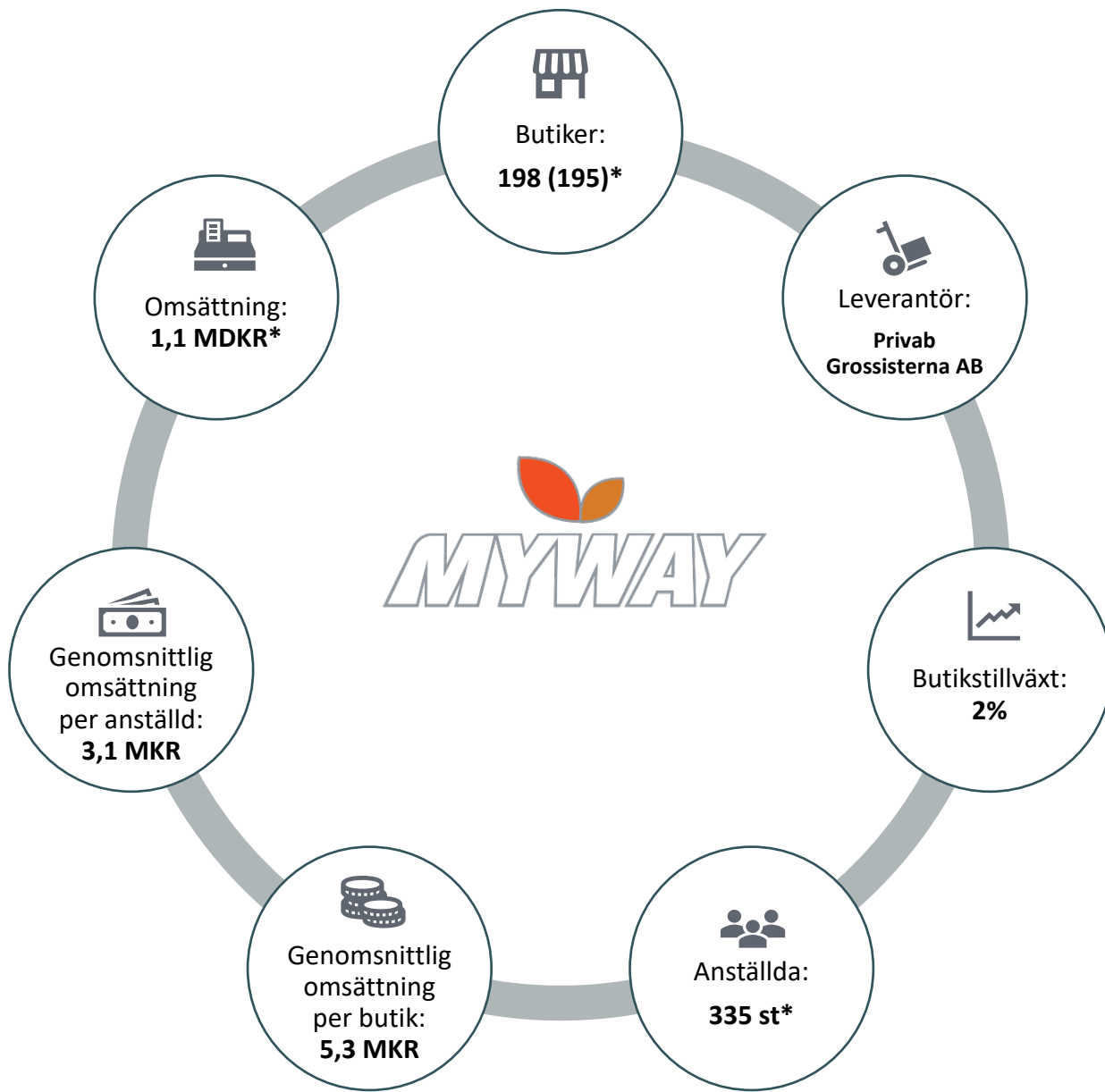




 198  
BUTIKER

 1,1 MDKR  
OMSÄTTNING





## Kedjeprofil

MyWays butiker drivs som franchisekoncept med egna handlare under ett gemensamt varumärke. Butikerna erbjuder snabbmat, godis, tidningar, dryck och tobak, men agerar även spel- och postombud. Kedjan startade i Sverige år 2008 och varumärket ägs av Privab Grossisterna som är en sammanslutning av privata grossister.

## På gång

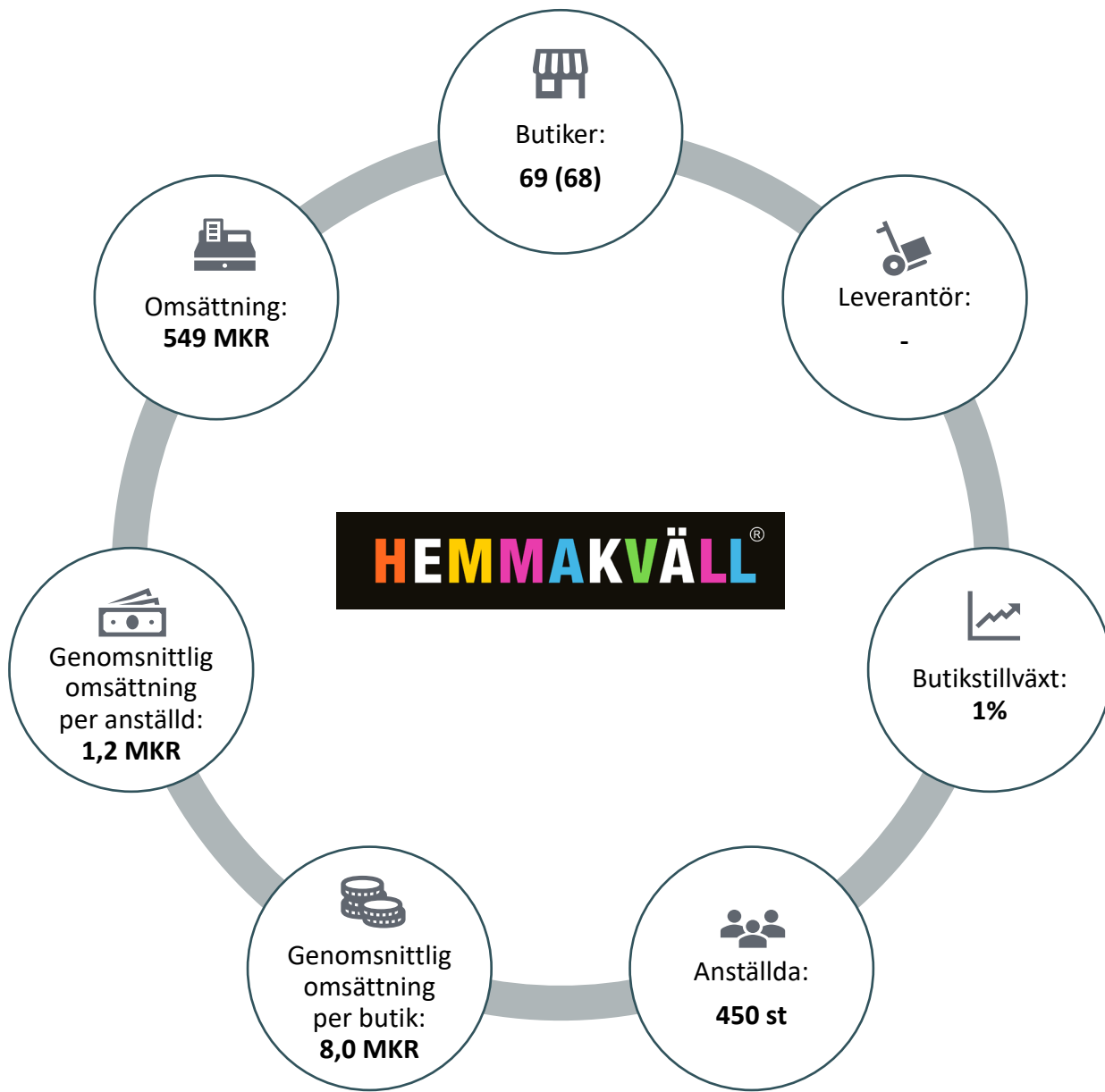
MyWay arbetar med att utveckla kampanjprogrammet för konfektyr, snacks och drycker i syfte att hjälpa medlemmarna att öka sin försäljning. Angående tobaksvaror hjälper MyWay sina medlemmar att analysera vilka kategorier som ökat mest och hur butikerna kan tillgodose den ökade efterfrågan.

# HEMMAKVÄLL®

 69  
BUTIKER

 549 MKR  
OMSÄTTNING





## Kedjeprofil

Kedjan grundades 1994 och har haft sitt nuvarande namn sedan 2008. Kedjan drivs till viss del av franchisetagare men främst av Hemmakväll Holding. Hemmakväll erbjuder utöver konfektyr i butik även B2B-paket med godis för avhämtning i butik. Företagets grundkoncept hyr- och köpfilm finns inte längre kvar i kedjan.

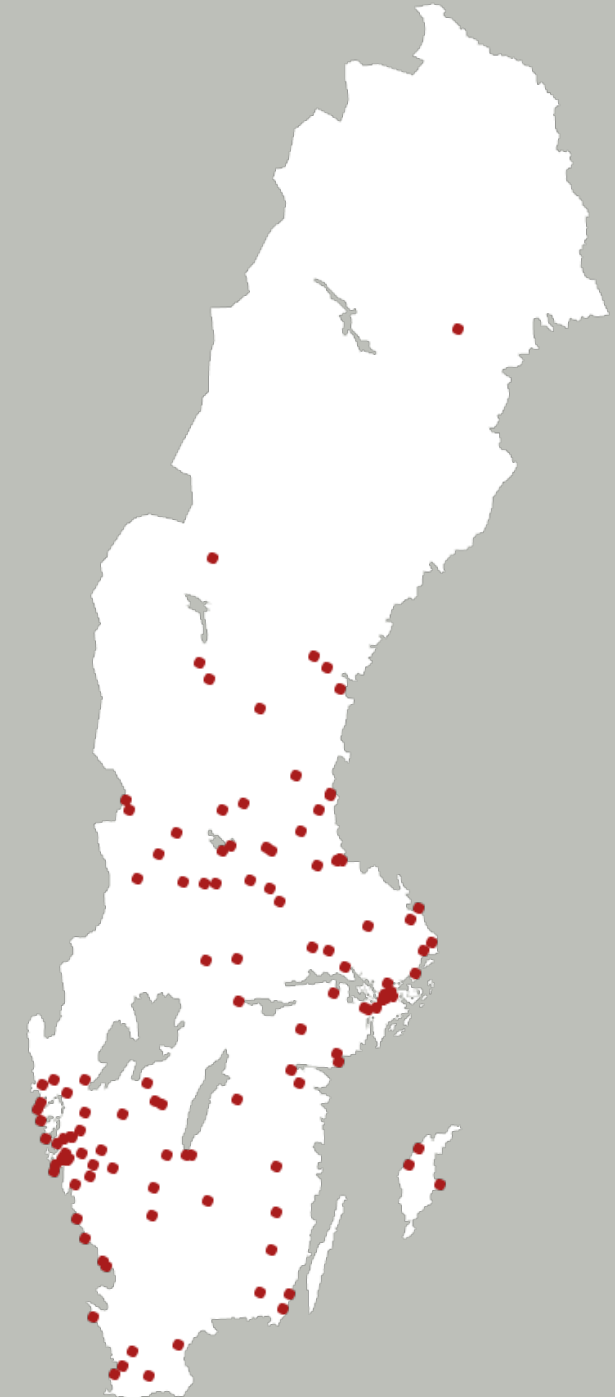
## På gång

Hemmakväll har sedan tidigare slutat att hyra ut film och satsar nu främst på godis. Sedan 2019 har företaget jobbat hårt med att ta fram en ny kundklubb som nyligen lanserades med en tillhörande app. Ulrika Wallberg har nyligen slutat som VD och kommer ersättas av Jan Richter.

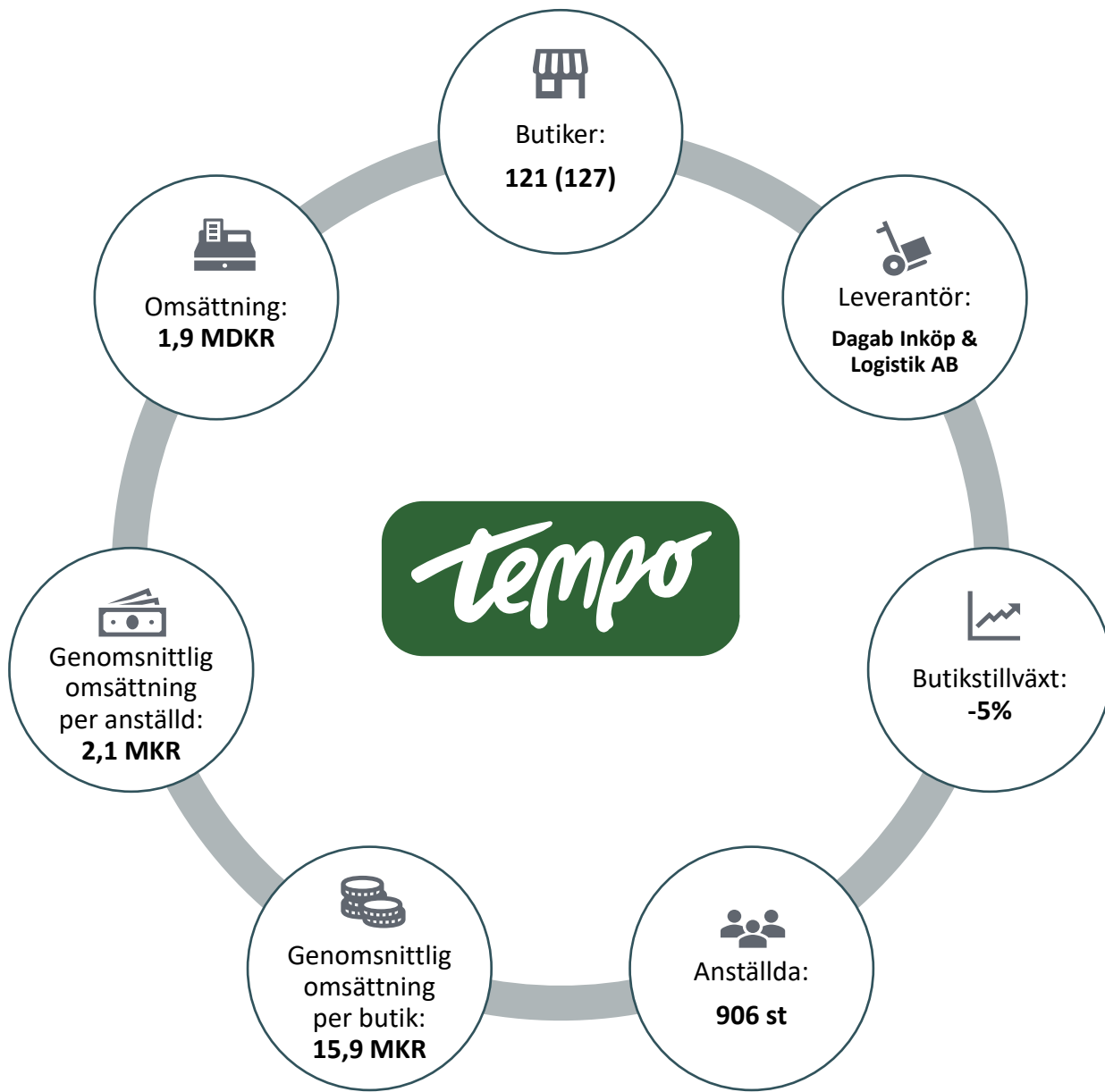


 121  
BUTIKER

 1,9 MDKR  
OMSÄTTNING



*Siffran avser nettoomsättning, vilket exkluderar moms, och är ett estimat framtaget av HUI.  
Rapportens resultat är, om ej annat anges, resultatet av HUI:s bearbetning av offentlig information och data från Statistiska Centralbyrån.*



## Kedjeprofil

Tempo startades år 1932 och butikskonceptet ägs av Axfood-koncernen. Närbutikerna drivs i franchiseform av fristående handlare och ligger ofta på landsbygden eller i förorter till större städer.

## På gång

Under sommaren 2021 satsade Tempo på Stockholms skärgård och öppnade butiker på tre olika ställen. Bland annat har Westerbergs Livs på Sandhamn profilerats om till Tempo. Tempo är i processen av att starta en kundklubb. Initiativets bakgrund är att det gemensamma kassasystem som lanserades 2018-2019 gör satsningen möjlig.



 **113**  
**BUTIKER**

 **484 MKR**  
**OMSÄTTNING**





## Kedjeprofil

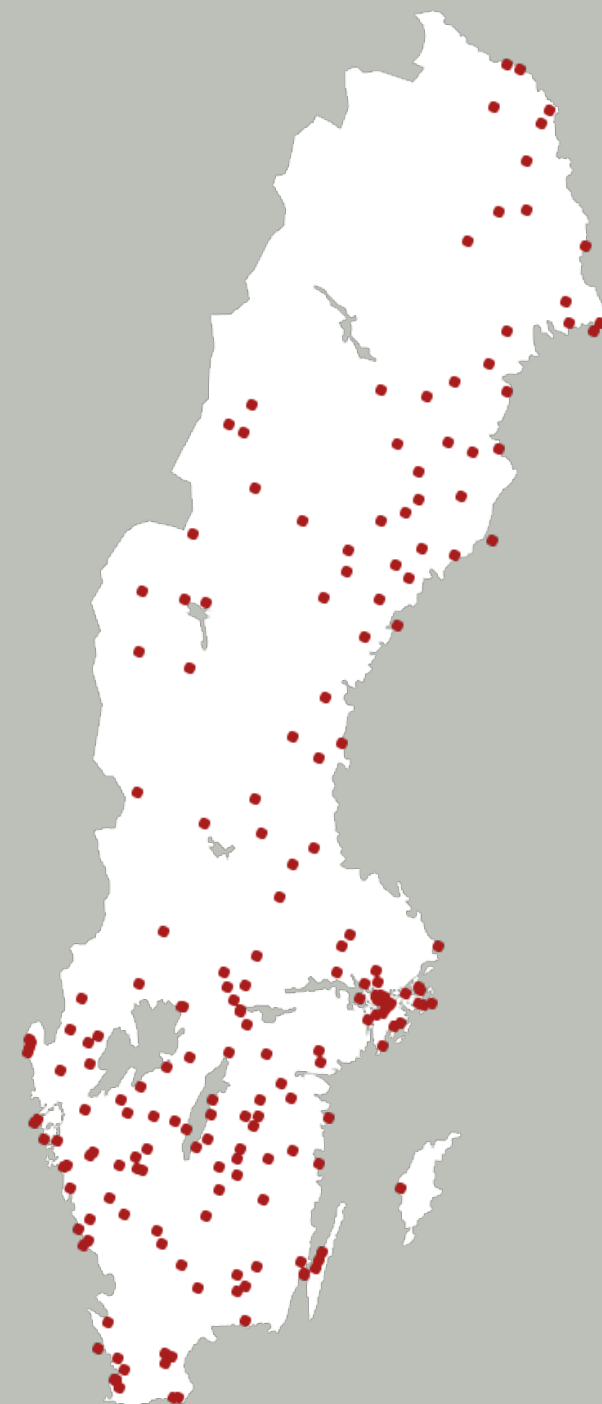
Butikerna i kedjan Nära Dej drivs av fria handlare och är ofta typiska närbutiker eller lanthandlar. Nära Dej är ett butikskoncept inom Menigo Foodservices, som är en av Sveriges stora matleverantörer och som även äger butikskonceptet Time. I slutet av 2020 hade kedjan 113 butiker.





 201  
BUTIKER

 1,3 MDKR  
OMSÄTTNING





## Kedjeprofil

Handlar'n är ett butikskoncept som ägs av Axfood. Butikerna är oftast av den mindre storleken och drivs av fristående handlare som genom närbutikerna erbjuder god tillgänglighet, främst på landsbygden men även mer centralt. Handlar'n har butiker i hela Sverige och hade 201 butiker i slutet av 2020.

# MATÖPPET

*Din personliga mataffär!*



46  
BUTIKER



637 MKR  
OMSÄTTNING





## Kedjeprofil

Matöppet öppnade sin första butik år 1971 i Helsingborg och kedjan firar därmed sitt 50-årsjubileum under 2021. Butikerna drivs av fristående handlare och finns i mellersta och södra Sverige. Matöppet ingår i Bergendahls Food som under året förvärvades av Axfood och numera ingår i Dagabs verksamhet.

**CIRCLE K**

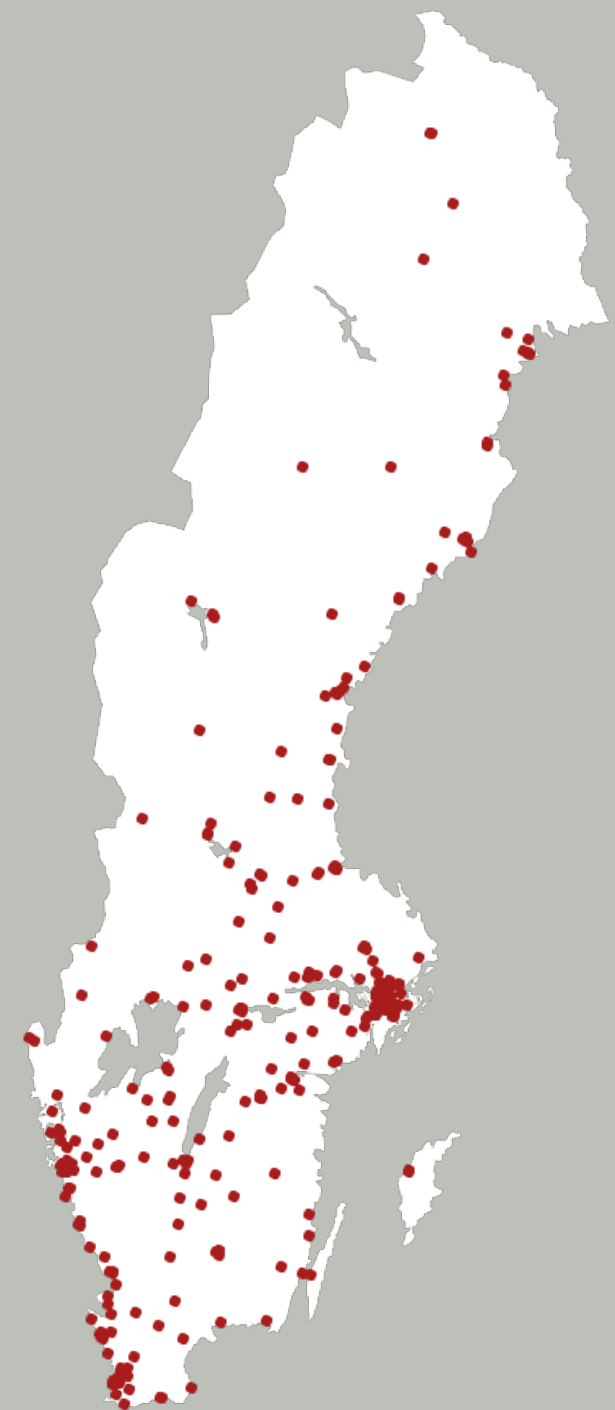
TM

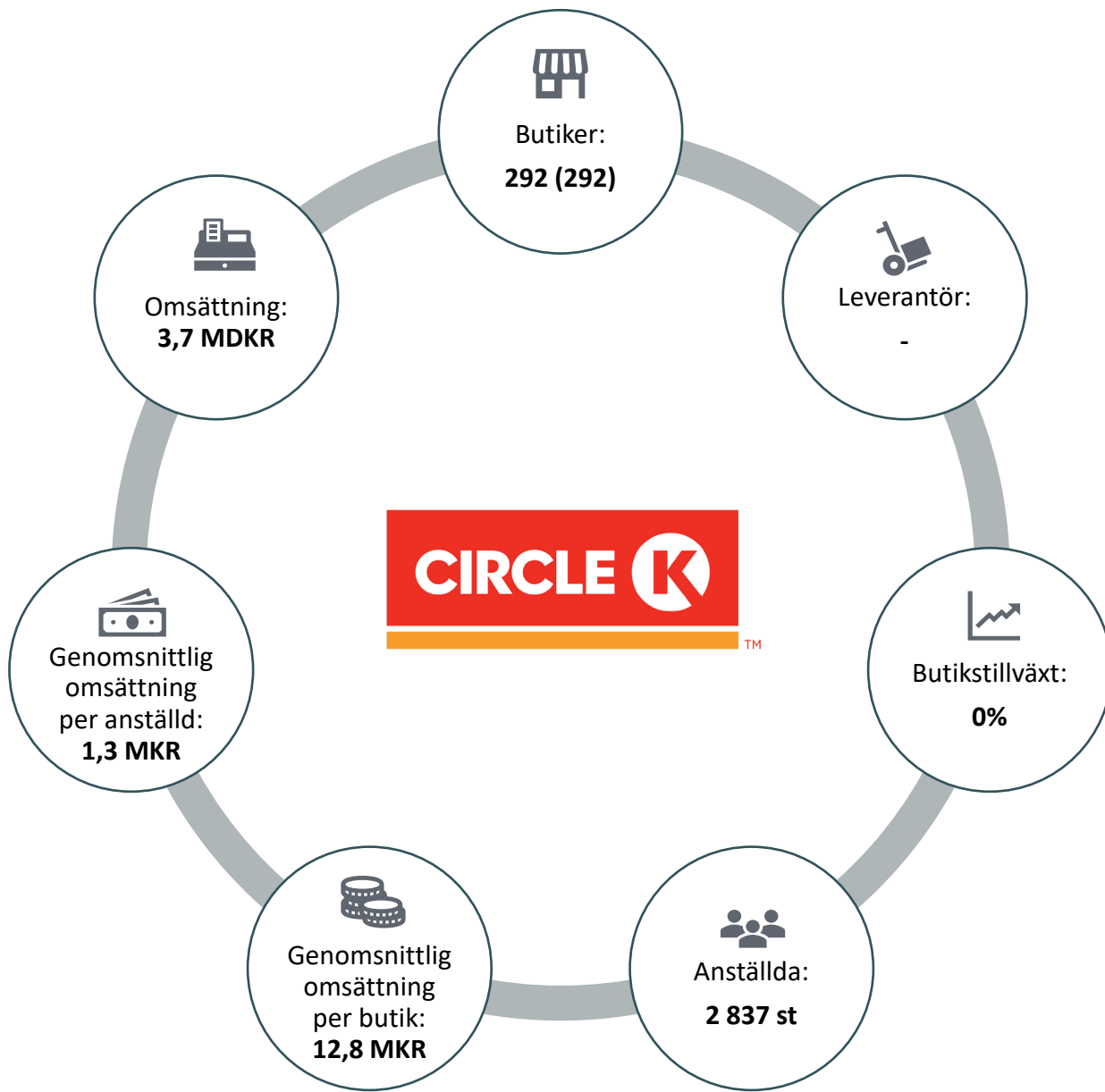


292  
BUTIKER



3,7 MDKR  
OMSÄTTNING





## Kedjeprofil

Circle K har ett rikstäckande butiks nät med både fullservicestationer och automatpumpar. Circle K Sverige AB är en del av Alimentation Couche-Tard som är en kanadensisk koncern. Butikerna drivs av fristående handlare samt av Circle K Sverige AB.

## På gång

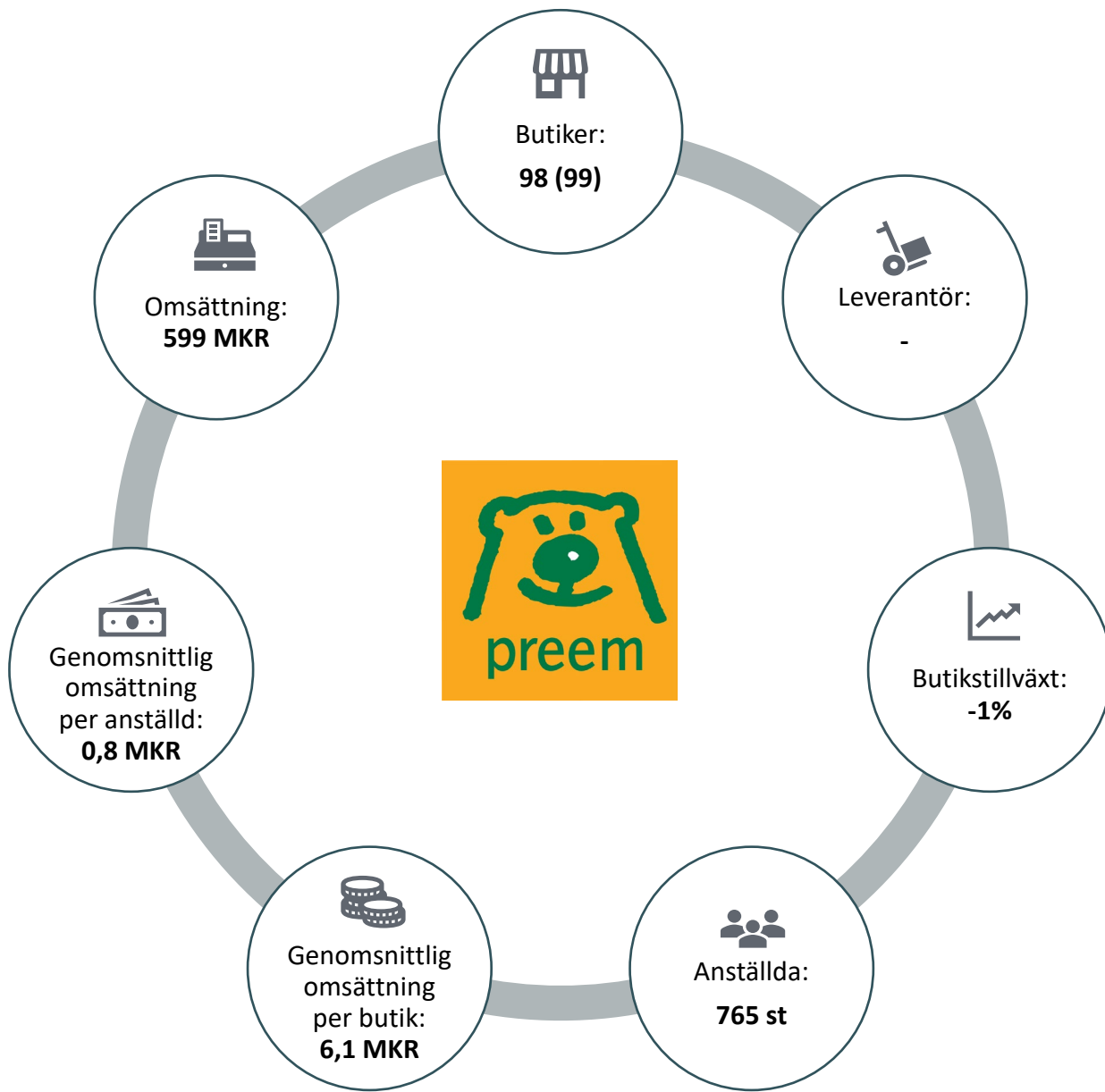
Circle K har nu rullat ut sitt nya butikskoncept med fokus på en förbättrad matupplevelse i över 60 butiker. Under 2020 har de även satsat på ett större sortiment av alkoholfri öl, cider och mixers i sitt nya koncept Beer Corner som finns i utvalda butiker. Våren 2021 inledde företaget ett samarbete med Plantagen där åtta utvalda stationer i Stockholmsområdet började sälja blommor, planteringsjord och krukor. I juni adderade Circle K e-handel för sina medlemmar. Sortimentet omfattar drygt 600 artiklar som endast är tillgängliga online.



 98  
BUTIKER

 599 MKR  
OMSÄTTNING





## Kedjeprofil

Preem startades 1996 efter en sammanslagning av Texaco-stationer runt om i Sverige och OK-stationer i södra och västra Sverige. Preembutikerna drivs som ett franchiseformat av fristående handlare.

## På gång

Just nu håller Preem på att modernisera sina butiker och lägger stor vikt vid matupplevelsen och att den ska vara inspirerande. I januari 2021 inledde företaget ett samarbete med Espresso House där Preem kan erbjuda sina kunder Espresso Houses kaffe. Konceptet har successivt implementerats på Preems stationer. Under sommaren 2021 lanserade Preem en kampanj som uppmanar bilister att sänka farten med 10 km/tim för att minska utsläppen med 10 procent.

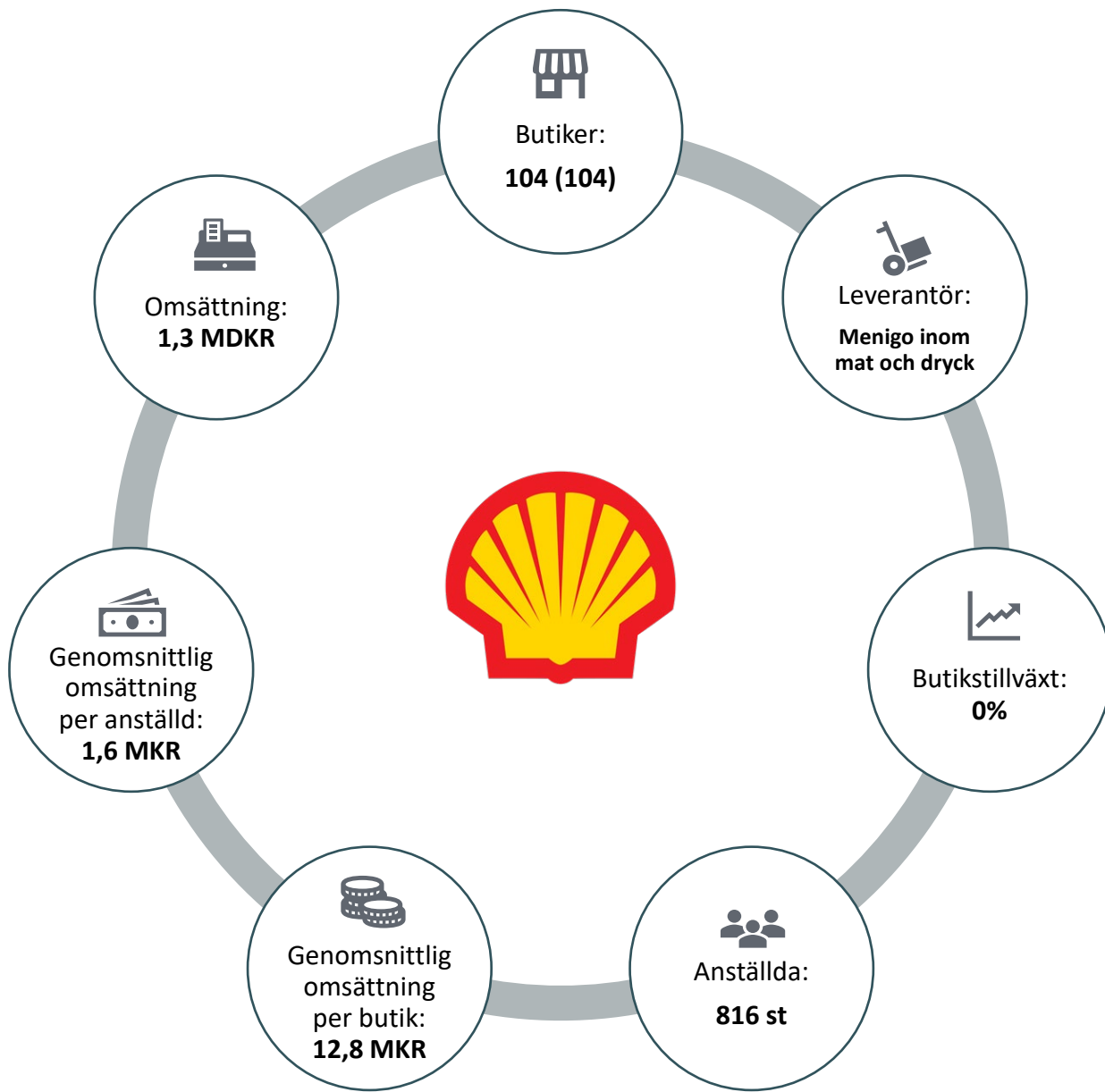




 **104**  
**BUTIKER**

 **1,3 MDKR**  
**OMSÄTTNING**





## Kedjeprofil

Shell ägs sedan år 2010 till största delen av det finska energibolaget St1. Butikerna som ligger i anslutning till Shell-mackarna marknadsförs under namnet Välkommen in samt av det nya varumärket PLOQ. Butikerna drivs av fristående franchisetagare. Välkommen in har som mål att skapa världens mest inbjudande och omhändertagande paus.

## På gång

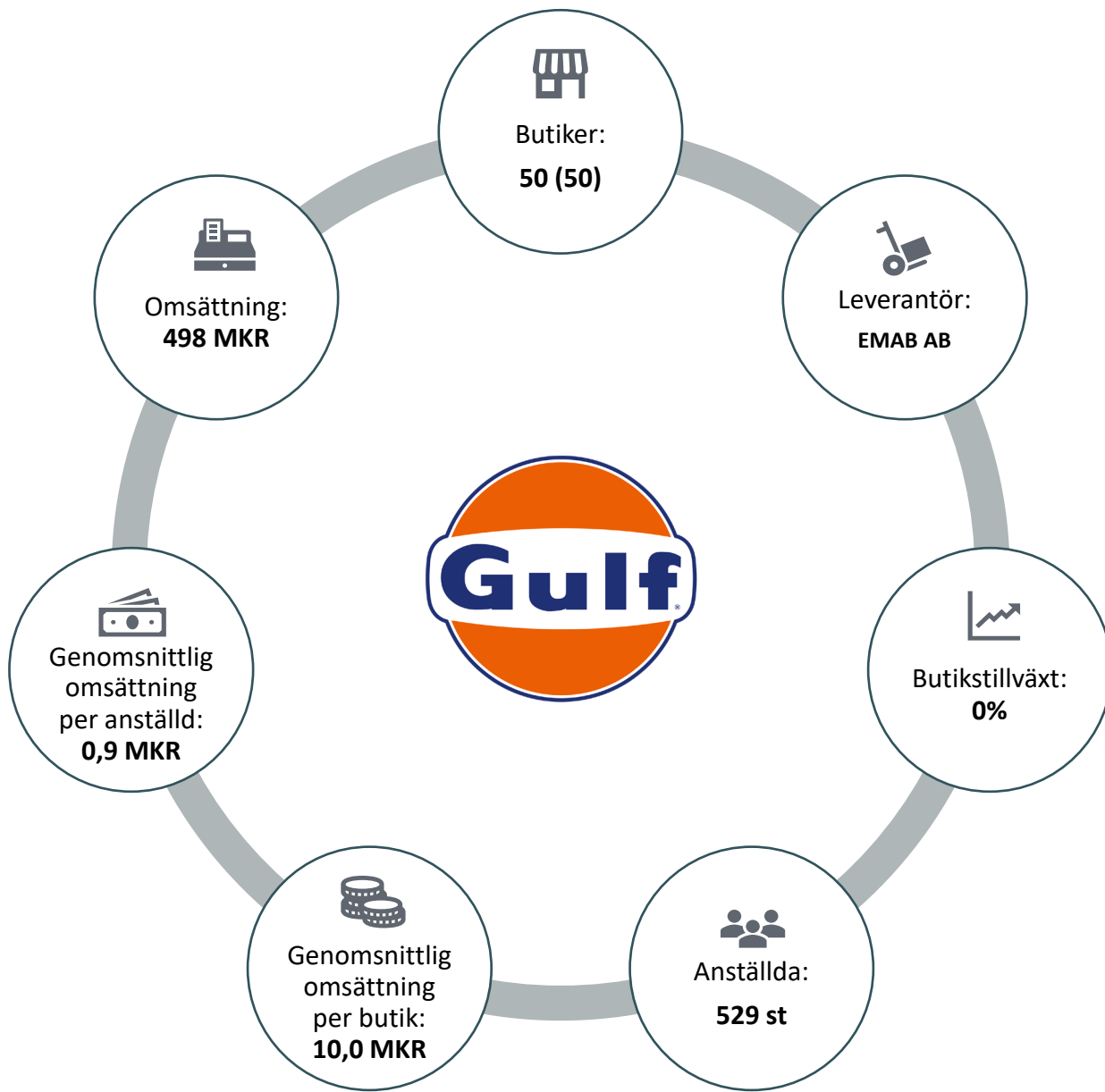
Under 2020 lanserade St1 sitt nya butikskoncept PLOQ som kommer att ta över där Välkommen in finns idag. När Välkommen in skapades gjordes det endast som en korttidslösning i väntan på PLOQ, som varit under utveckling sedan 2018. Under hösten 2020 öppnade PLOQ sina första butiker i Täby, Botkyrka, Bromma och Varberg. På sikt kommer PLOQ att finnas i hela landet.



 50  
BUTIKER

 498 MKR  
OMSÄTTNING





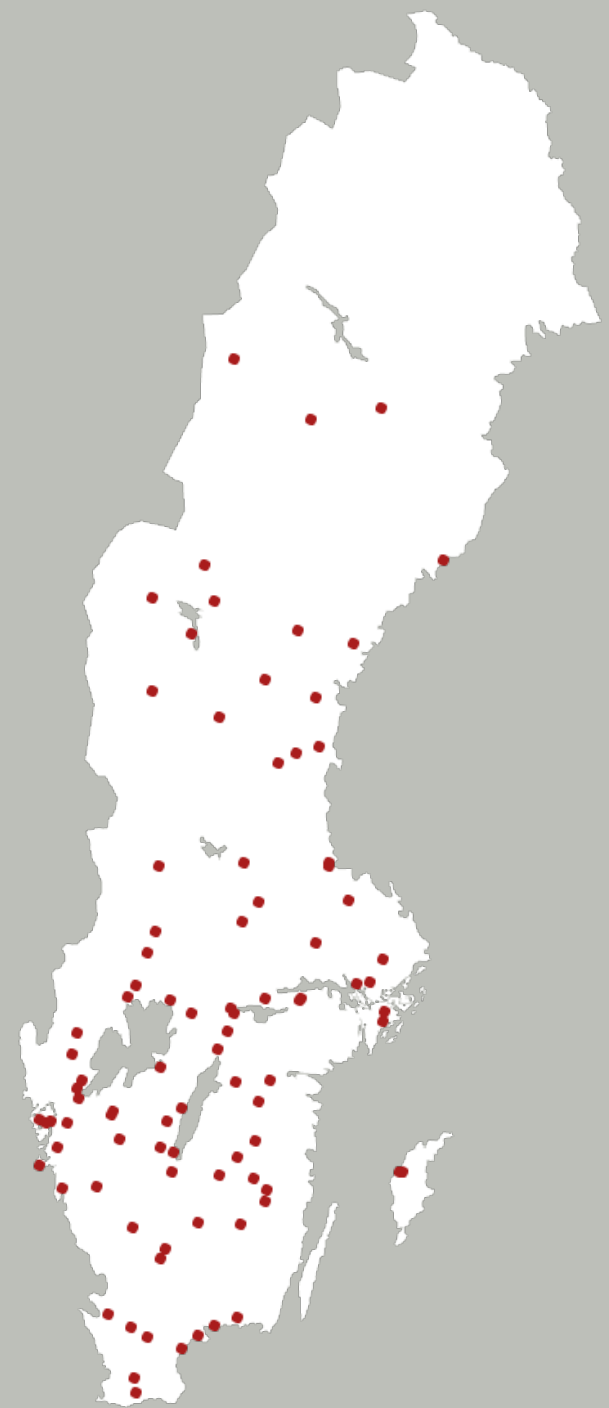
## Kedjeprofil

Gulf är en kedja med trafikbutiker som drivs av fristående handlare över hela Sverige. Kedjan kom till Sverige första gången redan år 1937, men i sin nuvarande form har Gulf funnits sedan år 2012 då Emab tog över licensrätten för kedjan. Butikerna erbjuder ett genomtänkt och lokalt sortiment.

# FRENDÖ

 90  
BUTIKER

 826 MKR  
OMSÄTTNING





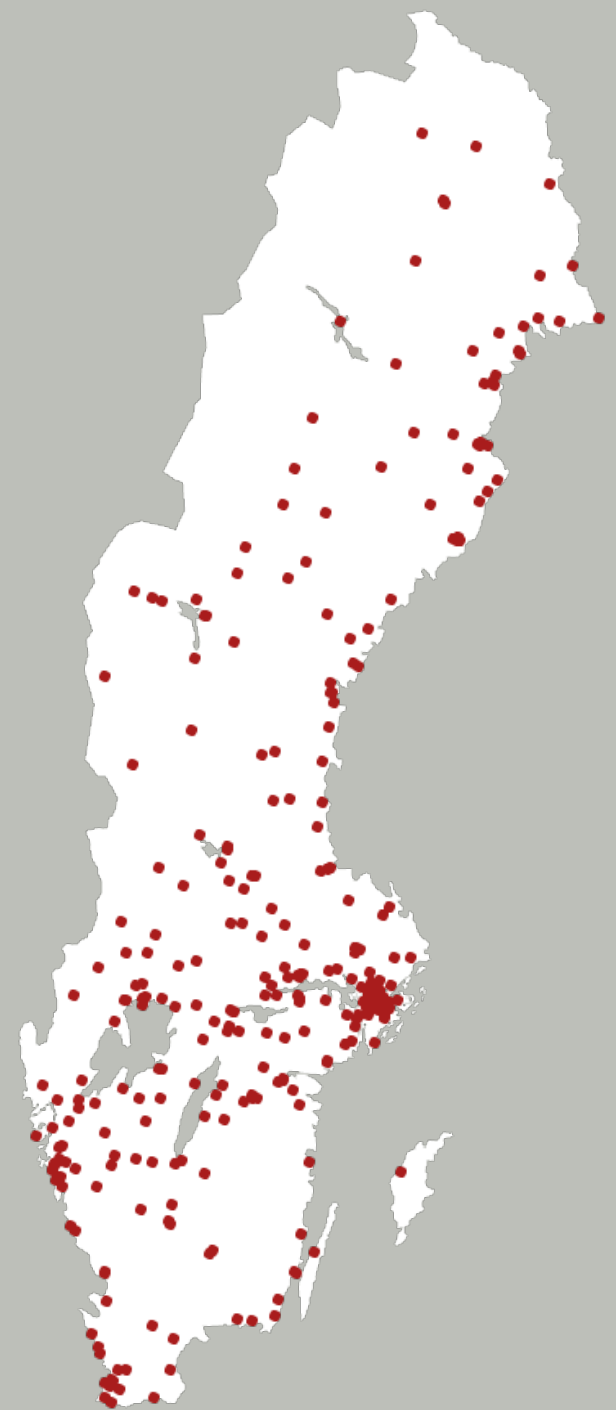
## Kedjeprofil

Frendo är ett butikskoncept för trafikbutiker som ägs av Emab AB. Butikerna drivs av fristående handlare. Butikerna ligger ofta i anslutning till en bensinpump som inte drivs i egen regi. I slutet av 2020 fanns det 99 Frendo-butiker runt om i Sverige.

# OK Q8

 297  
BUTIKER

 2,8 MDKR  
OMSÄTTNING





## Kedjeprofil

OKQ8 är en av Sveriges största drivmedelskedjor. Kedjan ägs till hälften av Kuwait Petroleum International och till hälften av OK ekonomisk förening som i sin tur ägs av sina 740 000 medlemmar. Butikerna under varumärket OKQ8 drivs av franchisetagare samt OK-föreningar.

## På gång

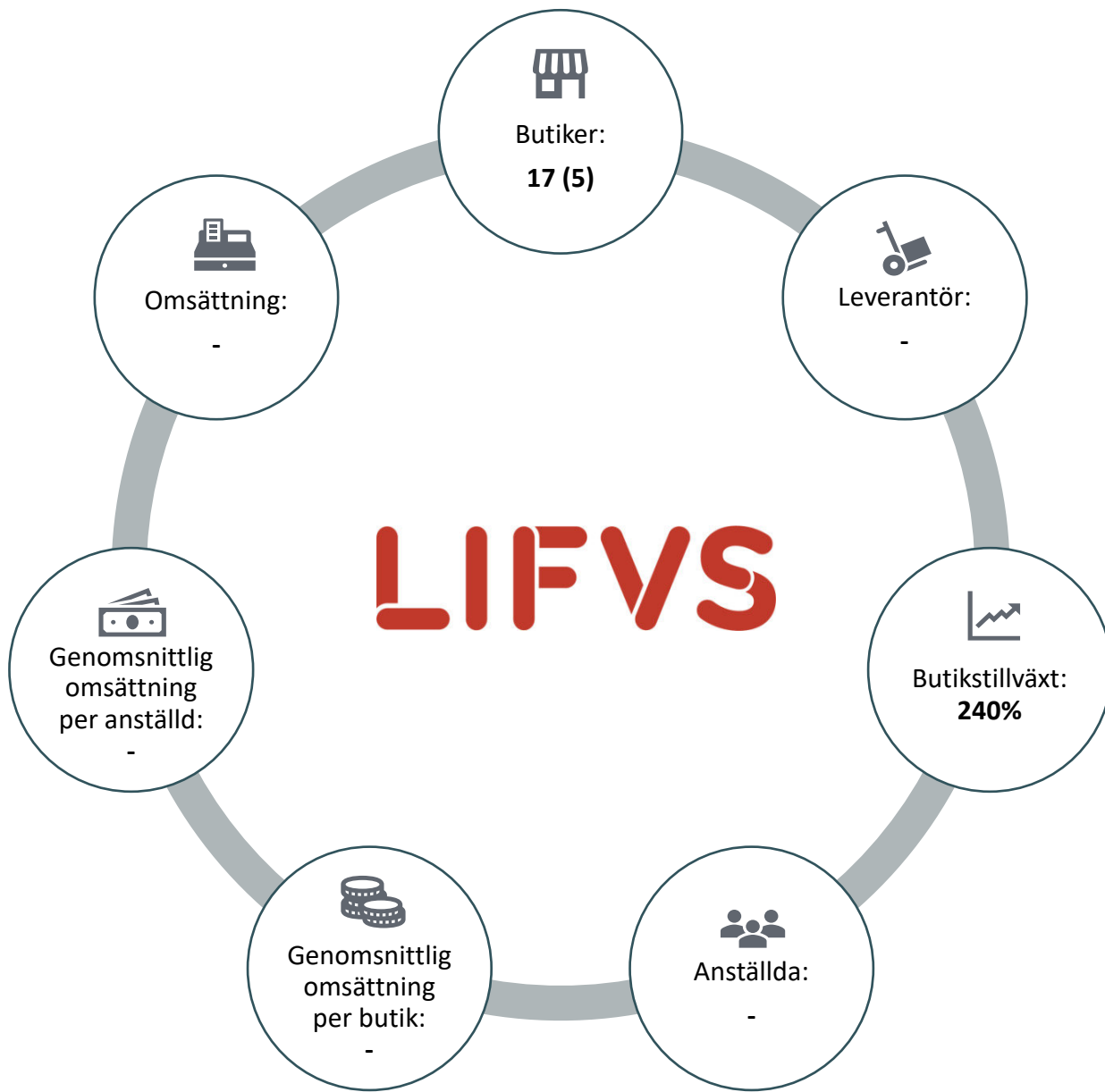
OKQ8 jobbar mot att vara klimatneutrala i sin egen drift till år 2030 och har även som mål att vara klimatneutrala i hela värdekedjan till år 2045. OKQ8 har fortsatt sitt samarbete med Starbucks och serverar nu deras 100 procent hållbart odlade kaffe på över 200 stationer. 2021 satsar OKQ8 på cirkulär ekonomi och lanserar möjligheten att kunna hyra eldrivna trädgårdsredskap från Husqvarna på – till en början – åtta utvalda stationer.



# LIFVS

 17  
BUTIKER





## Kedjeprofil

Kedjan startade 2019 och erbjuder obemannade livsmedelsbutiker. Livfs strategi är främst att fylla ett dagligvaruhål på landsbygdsorter där en vanlig, fast butik inte hade kunnat överleva. På så sätt kan Livfs erbjuda ett mindre sortiment på platser där det inte funnits tillräcklig köpkraft för en större butik. Livfsbutikerna är uppbyggda i klusternetverk där en ansvarig ansvarar för ett kluster av flera butiker.

## På gång

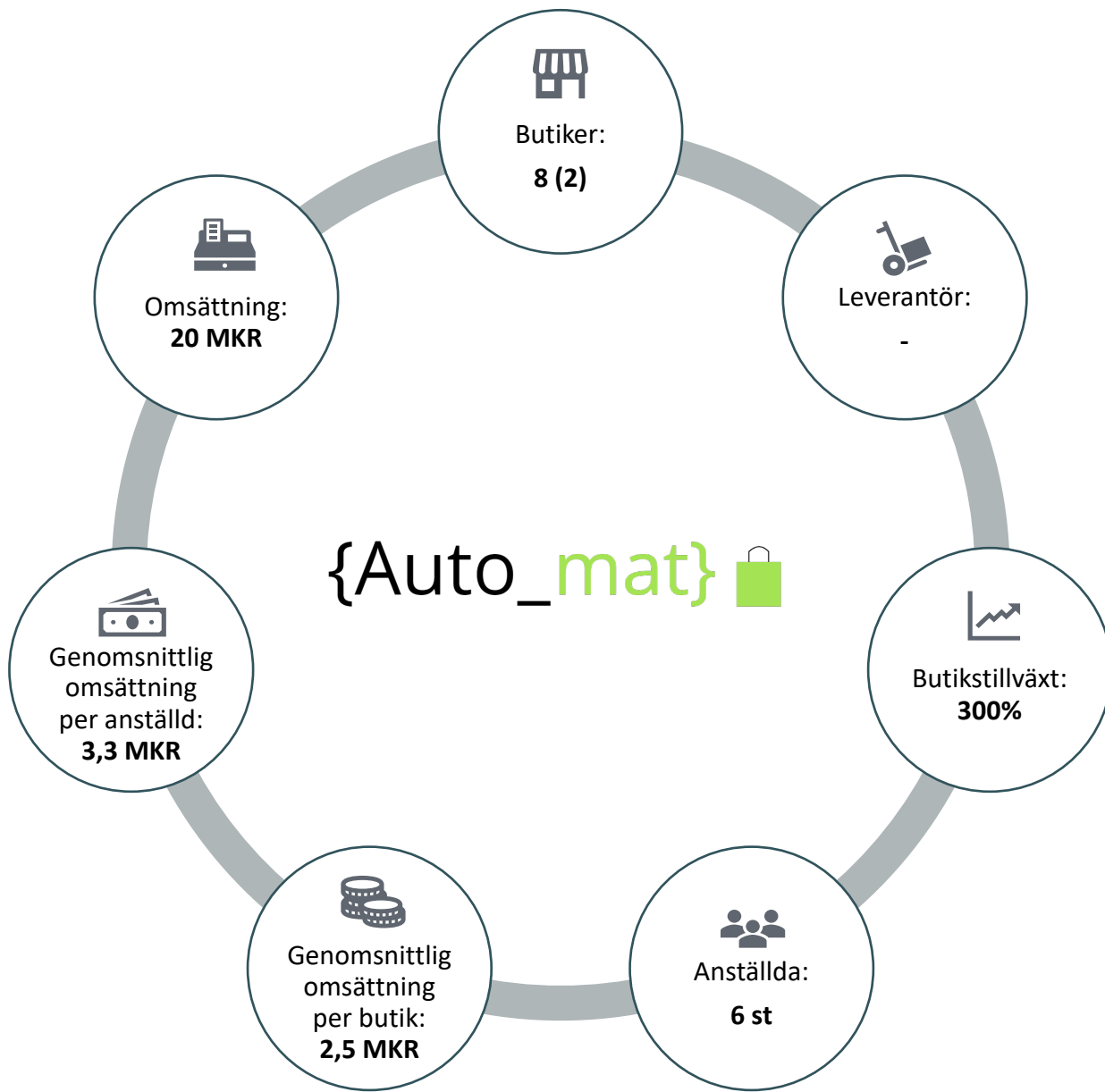
Lifvs fortsätter att expandera och öppnade i april sin 26:e obemannade butik. Målet är att ha 300 butiker inom ett par år. Kedjan fortsätter att jobba med sin app för att utveckla köpupplevelsen. Detta görs genom att implementera en funktion som föreslår varor anpassade efter kundens historik.

# {Auto\_mat}

 8  
BUTIKER

 20 MKR  
OMSÄTTNING





## Kedjeprofil

Auto\_Mat är en obemannad butikskedja som öppnade 2018 och i slutet av 2020 hade 8 butiker. Konceptet drivs som franchise och butikerna säljer endast matvaror. För att ta sig in i butikerna måste kunden identifiera sig med mobilt BankID.

## På gång

Auto\_Mat siktar på att fortsätta expandera och satsar på att ha 200 butiker på fem års sikt. Under 2020 utnämnde Convenience Stores Sweden Auto\_Mat till årets Conveniencebutik.

# Ny convenienceaktör i årets rapport



HAR IDAG  
6 BUTIKER



## Kedjeprofil

24 Sju Snabbköp är små obemannade matbutiker som drivs genom ett starkt nätverk av franchisetagare som består av lokala företagare med en vision att hålla landsbygden levande. Kedjan öppnade sin första butik i januari 2021 och har i november 2021 sex butiker.

# 9. MARKNADSDEFINITION OCH STATISTIKENS KVALITET

# MARKNADSDEFINITION

Utgångspunkten i kartläggningen av conveniencehandeln har varit den definition av detaljhandelsverksamhet som HUI Research använder inom ramen för andra studier. En butik definieras då som ett så kallat "arbetsställe" i SCB:s företagsregister och som uppfyller följande krav.

- Företaget som arbetsstället hör till omsätter minst en miljon kronor på årsbasis.
- Företaget som arbetsstället hör till är momsregistrerat.
- Arbetsstället är en fysisk butik med personal, med undantag för obemannade butiker som i övrigt kategoriseras som en conveniencebutik.
- Arbetsstället ligger i SNI-kod 47, SNI-kod 77.220 eller SNI-kod 92.000.

Conveniencehandeln är en undergrupp till detaljhandeln och omfattar arbetsställen som uppfyller något av följande krav.

- Arbetsstället tillhör någon av conveniencekedjorna som presenteras på sidan 74.
  - Arbetsstället omsätter maximalt 6,5 miljoner kronor exklusive moms per år och tillhör SNI-koderna 77.220, 47.242, 92.000, 47.621, 47.260 eller 47.112.
- I samtliga fall omsättningssiffror presenteras i rapporten exkluderar omsättningen eventuell försäljning av drivmedel.



# OM STATISTIKENS KVALITET

HUI Research har baserat kartläggningens statistik på publika rapporter och årsredovisningar. I de fall information saknats har HUI Research gjort skattningar utifrån bolag med liknande verksamhet (butikstvillingar). Antalet butiker och butikernas geografiska lägen har kartlagts med hjälp av företagens hemsidor. I de fall företagen saknat hemsidor har HUI Research kartlagt butikerna utifrån Statistiska Centralbyråns registerdata. HUI Research bedömer att kartläggningens statistik avseende omsättning och antal anställda håller adekvat kvalitet på aggregerad nivå. Enskilda företags estimeringar är svårare att bedöma då publik information inte finns att tillgå i alla avseenden. Jämförelser med omsättningssiffrorna i föregående års rapport rekommenderas inte då det förekommer revideringar.

All statistik är dock förknippad med viss osäkerhet. Vid en undersökning av ett stickprov av fristående convenienceaktörer utifrån kartläggningens marknadsdefinition framkom att drygt 18 procent av de fristående convenienceaktörerna egentligen inte var convenienceaktörer, vilket HUI Research tagit hänsyn till i beräkningsunderlaget.

# CONVENIENCEHANDELNS KEDJOR

## TRAFIKBUTIKSKEDJOR



FRENDO



## ON-THE-GO-KEDJOR



Direkten



## NÄRLIVSKEDJOR



LIFVS

{Auto\_mat} 🛒



