

Kvartals- rapport

1. kvartal 2025



Tema:
Globale ringvirkninger

Innhold

1 Innledning	3
2 Konjunktorene	4
3 Kostnadsbildet	8
4 Det internasjonale bildet	12



Foto: Hans Fredrik Asbjørnsen

1. Innledning

Det første kvartalet i 2025 har vært preget av betydelige utfordringer og usikkerheter for bedriftene i mat- og drikkenæringen. Handelskrigen mellom store økonomier har skapt en uforutsigbar situasjon, som har påvirket både import og eksport. Denne usikkerheten har ført til at mange bedrifter må navigere i et stadig mer komplekst og ustabilt marked.

En av de mest fremtredende utfordringene har vært den høye kostnadsveksten på sentrale innsatsfaktorer. Høye internasjonale råvarepriser påvirker kostnader på importerte varer. Disse kostnadene har også blitt forsterket av en svak norsk kronekurs. Dette har ført til økte kostnader for norske bedrifter, som igjen påvirker deres konkurranseevne og lønnsomhet.

Videre har det utsatte rentekuttet skapt ytterligere usikkerhet om den økonomiske situasjonen. Mange bedrifter og husholdninger hadde håpet på en reduksjon i renten for å lette på de økonomiske byrdene, men som følge av en fortsatt høy generell prisvekst på varer og tjenester har dette latt vente på seg enn så lenge.

Forutsigbare rammebetingelser for norske bedrifter har vært og er en viktig faktor for en lønnsom mat- og drikkenæring. Behovet for import og avhengigheten av internasjonale verdikjeder har blitt tydeligere enn noen gang. Norske bedrifter er sterkt avhengige av globale leverandører for å opprettholde produksjonen og møte etterspørselen i det norske markedet. Dette gjør bedriftene sårbare for internasjonale hendelser og prisendringer.

Til tross for disse utfordringene, har bedriftene vist en god evne til å tilpasse seg og finne løsninger. Markedssituasjonen for medlemsbedriftene i NHO Mat og Drikke viser at mange bedrifter opplever situasjonen som god til tross for de utfordringene verdensøkonomien har bydd på de siste månedene.

Petter Haas Brubakk,
Administrerende direktør i NHO Mat og Drikke

DIGITAL VERSJON

[Her kan du lese den digitale versjonen av Kvartalsrapporten](#)

2. Konjunktorene

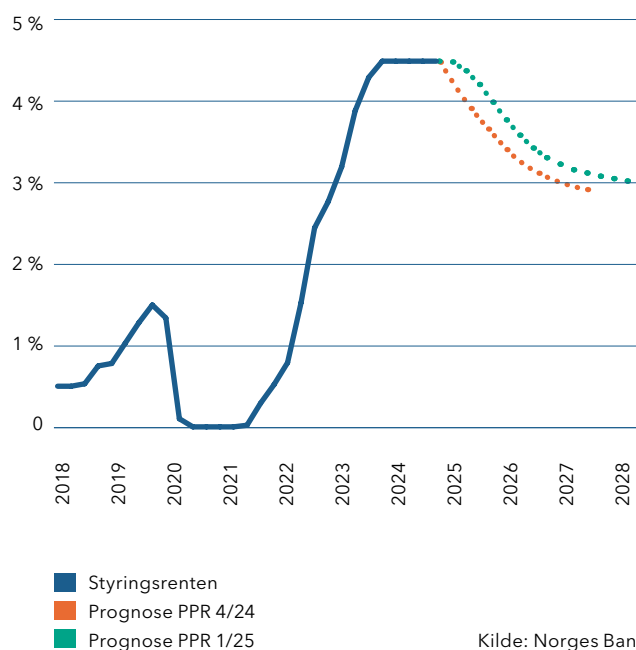
Starten på det nye året har mildt sagt vært hendelsesrikt. De tre første månedene av 2025 har vært preget av geopolitisk uro og store endringer i den handelspolitiske situasjonen. Etter Donald Trumps tilbakekomst i amerikansk politikk, i sin andre periode som president, har verdensøkonomien blitt rammet av en rekke økonomiske sjokk. Handelskrig, med kraftige økninger i tollsatser mot en rekke land, inkludert Norge og EU, har ført til stor usikkerhet i markedet og blant bedrifter verden over. Effektene av handelskrigen er mange, og det er i skrivende stund vanskelig å forutse de samlede konsekvensene dette vil ha for økonomien og ikke minst bedrifter i Norge. Vi vil komme nærmere inn på denne tematikken i kapittel 4 som tar for seg det internasjonale bildet.

Retter vi blikket hjem til Norge er det tydelig at handelskrigen har hatt en umiddelbar innvirkning på mange bedrifter og ikke minst økonomien som helhet. Enkelte bransjer og bedrifter har blitt direkte rammet av tollsatsene fra USA, særlig sjømatnæringen som eksporterer mye ut av Norge, men også andre bedrifter i mat- og drikkenæringen som eksporterer sine produkter. Utsiktene til lavere økonomisk vekst og den store usikkerheten rundt framtidige rammevilkår rammer også bedriftene på ulikt vis. Som følge av økte tollsatser har bedriftene også blitt rammet av økte råvarekostnader. Toll og handelsbarrierer bidrar negativt og fører til høyere produksjonskostnader og redusert lønnsomhet for mange bedrifter.

I tillegg til at den geopolitiske situasjonen har gjort det krevende for mange bedrifter, har et vedvarende høyt kostnadsnivå og ikke minst en høy styringsrente, bidratt til å påvirke markedssituasjonen for flere næringer. Det var lenge ventet et kutt i styringsrenten i første kvartal. Basert på signalene fra Norges Bank var det tilnærmet unison enighet blant økonomer om at dette ville skje ved rentebeslutningen i mars. Som en følge av at prisveksten tiltok kraftig i februar, besluttet sentralbanken å holde renten uendret på 4,5 prosent ved rentemøtet den 26. mars.

I Norges Banks rentebeslutning lød det: *"Prisveksten har tiltatt og vært klart høyere enn ventet. Setter vi renten ned for tidlig, kan prisene fortsette å stige raskt. Derfor holder vi renten uendret nå."*¹ I tillegg til å holde renten på 4,5 prosent, oppjusterte sentralbanken sine prognoser for styringsrenten fram mot 2028. Som figur 1 viser, betyr dette at rentebanen er noe hevet siden forrige pengepolitiske rapport (PPR 4/24). Det vil ifølge Norges Bank ta noe lengre tid å få inflasjonen ned, og styringsrenten må derfor holdes på et høyt nivå noe lengre enn tidligere anslått.

Figur 1: Styringsrente



Et langvarig høyt rentenivå kan treffe bedriftene i mat- og drikkenæringen gjennom to ulike mekanismer. Den første er at det åpenbart blir dyrere å skaffe kapital enn om rentenivået hadde vært lavere. Gjennom en høy rente må også bedrifter betale mer for å låne penger, noe som isolert sett kan føre til lavere investeringer. Den andre effekten er knyttet til konsumentens adferd. Når

¹ [Rentebeslutning mars 2025](#)

rentenivået stiger eller holdes høyt, må husholdningene gjøre avveininger på hvordan de skal bruke pengene sine. Et høyt rentenivå betyr at en større andel av den disponible inntekten går til å betjene lån enn om renten hadde vært lavere. Dette kan medføre at konsumentene kjøper mindre av de produktene som bedriftene i mat- og drikkenæringen produserer. Siden mat og drikke er en nødvendighet for å kunne leve, er næringen delvis beskyttet mot de største svingningene i etterspørsel. Det bedriftene derimot kan oppleve, er at etterspørselen vris mot andre typer varer. Dette kan føre til at noen produsenter får økt etterspørsel, mens andre får lavere.

Til tross for et høyt rentenivå og en pågående handelskrig ser det ut til at mange av medlemsbedriftene i NHO Mat og Drikke fortsatt klarer seg bra. Markedssituasjonen og spesielt markedsutsiktene har bedret seg mye de siste to årene, vel og merke fra et lavt nivå historisk sett. Ser man på resultatene fra NHOs egne undersøkelser (figur 2) kan det nå se ut som man er tilbake på et mer normalt nivå når det kommer til bedriftenes opplevelse av nåværende markedssituasjon. Som følge av en bedring fra fjerde kvartal i fjor til første kvartal i år er det nå en overvekt av bedrifter på rundt 20 prosentpoeng (netto) som opplever situasjonen som god. Til tross for en bedring i markedsutsiktene det siste kvartalet, er det fremdeles en liten overvekt av bedrifter som er pessimistiske til framtiden. Det er nærliggende å tro at dette kan henge tett sammen med den store usikkerheten som rammer mange bedrifter som følge av den internasjonale situasjonen.

Selv om markedssituasjonen har bedret seg den siste tiden, er mange av bedriftene fremdeles påvirket av de høye internasjonale råvareprisene, noe som bidrar til å holde kostnadsnivået oppe. Dette vil vi komme nærmere inn på i neste kapittel. En annen utfordring mange bedrifter har stått overfor er lite forutsigbare rammebetingelser. NHO har i mange år spurt bedriftene om de største hindringene for ekspansjon og investeringer, og her har nettopp rammebetingelser vært løftet opp som en av disse. Historisk har andelen som oppgir rammebetingelser som en stor utfordring ligget på rundt 25 prosent

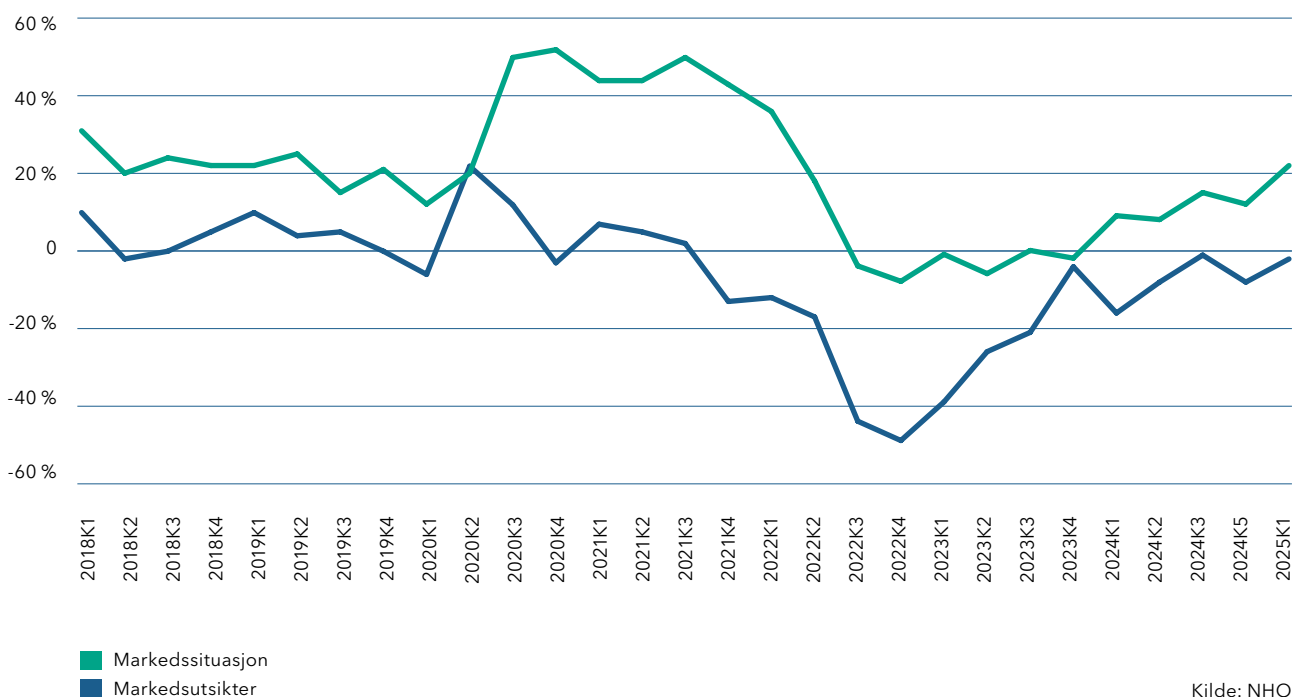
(gjennomsnitt for perioden 2015-2021). De siste tre årene har denne andelen steget kraftig. I fjerde kvartal 2022 lå andelen på hele 50 prosent. De siste drøye tre årene har gjennomsnittet ligget rundt 40 prosent (figur 3).

I en medlemsundersøkelse i februar i år spurte NHO medlemmene for første gang hva de legger i begrepet "lite forutsigbare rammebetingelser". Resultatet for medlemsbedriftene i NHO Mat og Drikke var som følger:

- Reguleringer/lovkrav: 67%
- Skatt og avgifter: 63%
- Annet: 14%
- Saksbehandlingstider: 13%
- Søknads-/konsesjonsprosesser: 11%
- Vet ikke: 5%

I figur 4 presenteres resultatene for reguleringer/lovkrav, samt skatt og avgifter fordelt på ulike landsforeninger i NHO. Her kommer det fram at medlemsbedriftene i NHO Mat og Drikke plasserer seg høyt oppe på begge kategorier når det kommer til andelen som anser disse faktorene som en stor utfordring. Disse funnene er interessante gitt de siste års store endringer i skattesystemet og stadig økende reguleringer som påvirker næringen negativt. Midlertidig økt arbeidsgiveravgift og innstramminger i innleieregelverket er to eksempler på tiltak som har kommet brått på bedriftene. Økte skatter og avgifter, i kombinasjon med et større innslag av reguleringer bidrar også til usikre rammevilkår og hindrer mulig vekst i mat- og drikkeindustien.

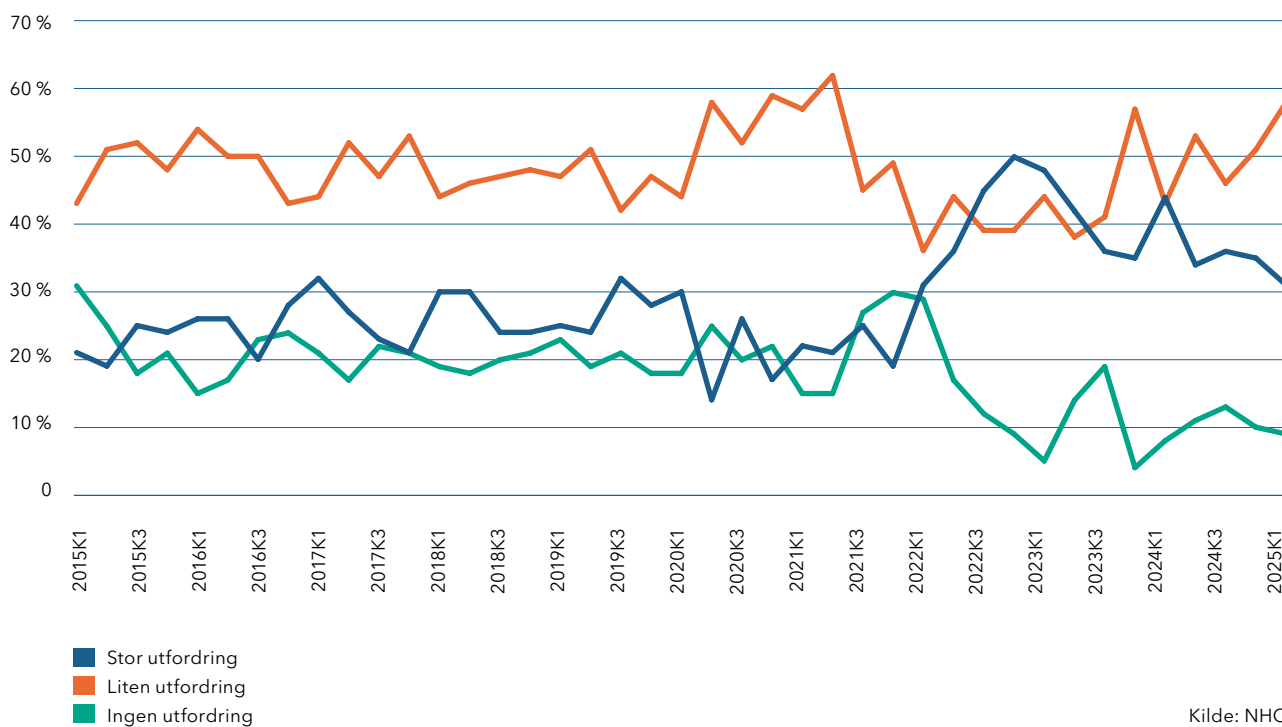
Figur 2: Markedssituasjon og -utsikter medlemsbedrifter NHO Mat og Drikke, nettotall*



*Nettotall viser differansen mellom de som har svart "god" og "dårlig".

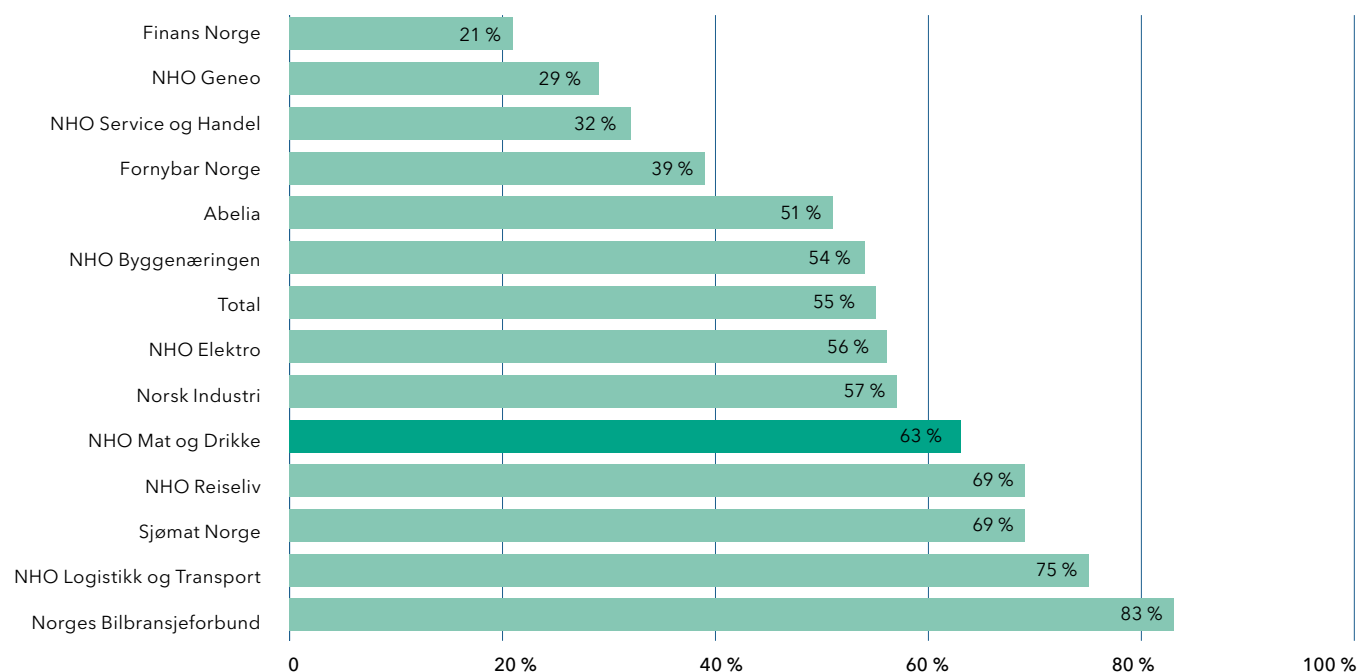
Figur 3: Lite forutsigbare rammebetingelser

Andel som oppgir som hinder for ekspansjon/investeringer



Figur 4a: Rammebetingelser: Skatt og avgifter.

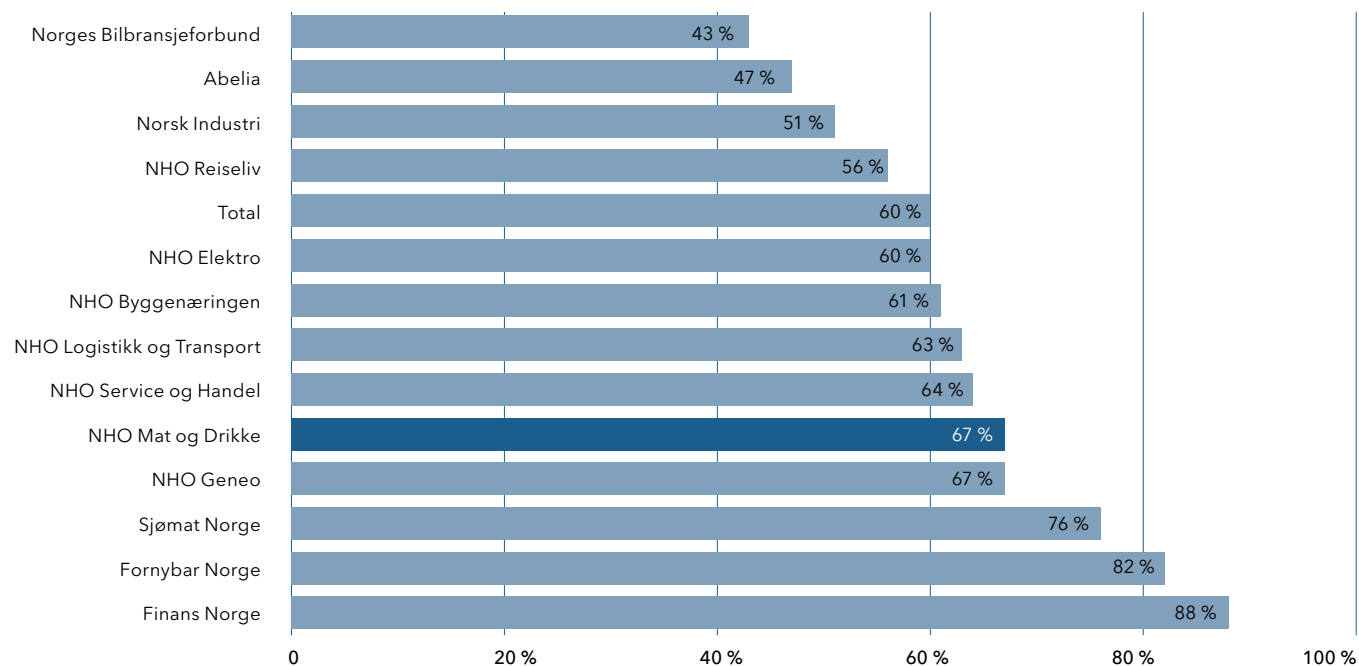
Andel som oppgir som største utfordring.



Kilde: NHO

Figur 4b: Rammebetingelser: Reguleringer/lovkrav.

Andel som oppgir som største utfordring.



*Stilt til de som oppgir rammebetingelser som "stor utfordring", flere alt. mulige: Du oppga tidligere at lite forutsigbare rammebetingelser er en stor utfordring for ekspansjon/nye investeringer i din bedrift. Hvilke forhold var mest utslagsgivende?

Kilde: NHO

3. Kostnadsbildet

Som nevnt i forrige kapittel ble styringsrenten holdt uendret på 4,5 prosent ved rentebeslutningen i mars. En av bidragsyterne til den generelt høye prisveksten (KPI) var utviklingen i prisene på mat og alkoholfrie drikkevarer. I februar og mars steg tolv månedersveksten mye for denne kategorien. I mars 2025 var prisene på mat og alkoholfrie drikkevarer 8,7 prosent høyere enn tilsvarende måned året før. For å forstå denne utviklingen er det viktig å ta hensyn til noen variabler, som blant annet påskeferie og tilhørende tilbudskampanjer fra dagligvarekjedene. Mens påsken falt i mars måned i fjor, ble årets påskeferie avvirket i april. Dette får betydning for når dagligvarekjedene gjennomfører sine tilbudskampanjer.

Konsekvensen av nettopp denne effekten ble at tolv månedersveksten på mat og alkoholfrie drikkevarer steg i mars i år ettersom påsketilbud trakk prisene ned i mars i fjor. I skrivende stund har nye tall for april kommet. Disse viser som forventet en kraftig reduksjon i prisveksten på mat og alkoholfrie drikkevarer. Årets påsketilbud bidro til å trekke prisene ned i april, og matprisene falt 2,0 prosent fra mars til april i år. Dette medfører at tolv månedersveksten på mat og alkoholfrie drikkevarer i april er på 3,3 prosent, altså hele 5,4 prosent lavere enn i mars. Dette viser at det er viktig å se utviklingen over tid, og ikke legge for mye vekt på én enkeltobservasjon som kan være påvirket av engangseffekter.

Prisveksten på matvarer har fått mye oppmerksomhet i media de siste årene, og debatten om matpriser har igjen blusset opp de siste månedene. Det har over tid blitt påpekt at Norge har hatt en vesentlig høyere prisvekst enn våre naboland og de landene vi liker å sammenligne oss med. Disse påstandene viser ikke nødvendigvis hele bildet. På spørsmål om hvorfor matprisene i Norge har steget så mye mer enn andre land i Europa, svarer Finansdepartementet ved Jens Stoltenberg (Ap) følgende:

“Prisveksten på mat tiltok i mange andre europeiske land langt tidligere enn i Norge. Av den grunn er det avgjørende å se på en tilstrekkelig lang tidsperiode for å få en fornuftig sammenligning på samlet prisvekst på mat de senere årene.”²

² [Finansdepartementets svar om matvareprisvekst i Norge](#)

Dette er et veldig viktig poeng som ofte overses i debatten om utvikling i matvarepriser. Prismekanismene er ulike mellom land, og internasjonale hendelser kan inntreffe på ulike tidspunkt i de europeiske landene. Tabell 1 viser utviklingen i matvarepriser over en fireårsperiode. Her kommer det tydelig fram at prisveksten ikke har vært høyest i Norge.

Tabell 1. Vekst i underindeksen for matvarer og alkoholfrie drikkevarer i HKPI. Prosentvis vekst fra januar 2021 til februar 2025

Tyskland	34,7 pst.
EU	33,5 pst.
Sverige	32,7 pst.
Spania	32,6 pst.
Island	31,4 pst.
Euroområdet	29,9 pst.
Danmark	28,1 pst.
Norge	27,6 pst.
Italia	26,4 pst.
Finland	23,2 pst.

Kilde: Finansdepartementet

En annen viktig faktor som må omtales når det kommer til prisutviklingen på matvarer, er den importerte prisveksten. Norske produsenter av mat og drikke er helt avhengige av internasjonale verdikjeder og tilgang til å importere sentrale innsatsfaktorer som for eksempel råvarer. Uten import ville det vært umulig å produsere alle de matvarene som det i dag produseres i Norge. Som følge av dette må norske produsenter forholde seg til de internasjonale råvareprisene på verdensmarkedet. Enkelt forklart betyr dette at når prisene stiger på verdensmarkedet, og norske bedrifter fortsatt må importere disse varene, bidrar dette til økt kostnadsvekst i Norge.

Norge importerer både matvarer som innsatsfaktor, altså råvarer som brukes videre i norsk matvareproduksjon, samt matvarer som konsumvarer, altså ferdigvarer. Figur 5 illustrerer prisutviklingen for denne matvareimporten. Indeksen viser prisutviklingen fra 2010 og fram til og med

første kvartal 2025. Som det fremkommer av grafene tiltok prisveksten for de importerte matvarene kraftig fra starten på 2021 og har siden holdt seg på et vesentlig høyere nivå enn tidligere. Dette får direkte innvirkning på kostnadsnivået til norske produsenter, og kan forklare noe av den prisutviklingen vi har sett de siste årene.

Etter at krigen i Ukraina startet, har prisene økt både på råvarer og ferdigvarer – men mest på råvarer. Dette førte til at norske produsenter fikk økte kostnader gjennom import av nettopp disse råvarene. Etter hvert som tiden gikk fortsatte prisveksten på råvarer å øke kraftig, mens utviklingen i ferdigvarer var noe mer moderat. Ved årsskiftet i 2023-2024 snudde utviklingen. Fra 2024 har den kraftige prisveksten på råvarer avtatt, mens prisveksten på ferdigvarer har økt mer, spesielt første kvartal i år. Dette får betydning for mat- og drikkeprodusentene, men også for dagligvarekjedene som kjøper og importerer ferdigvarer til salg i butikk. På denne måten bidrar prisveksten på matvareimport til økte kostnader og innenlandsk inflasjon.

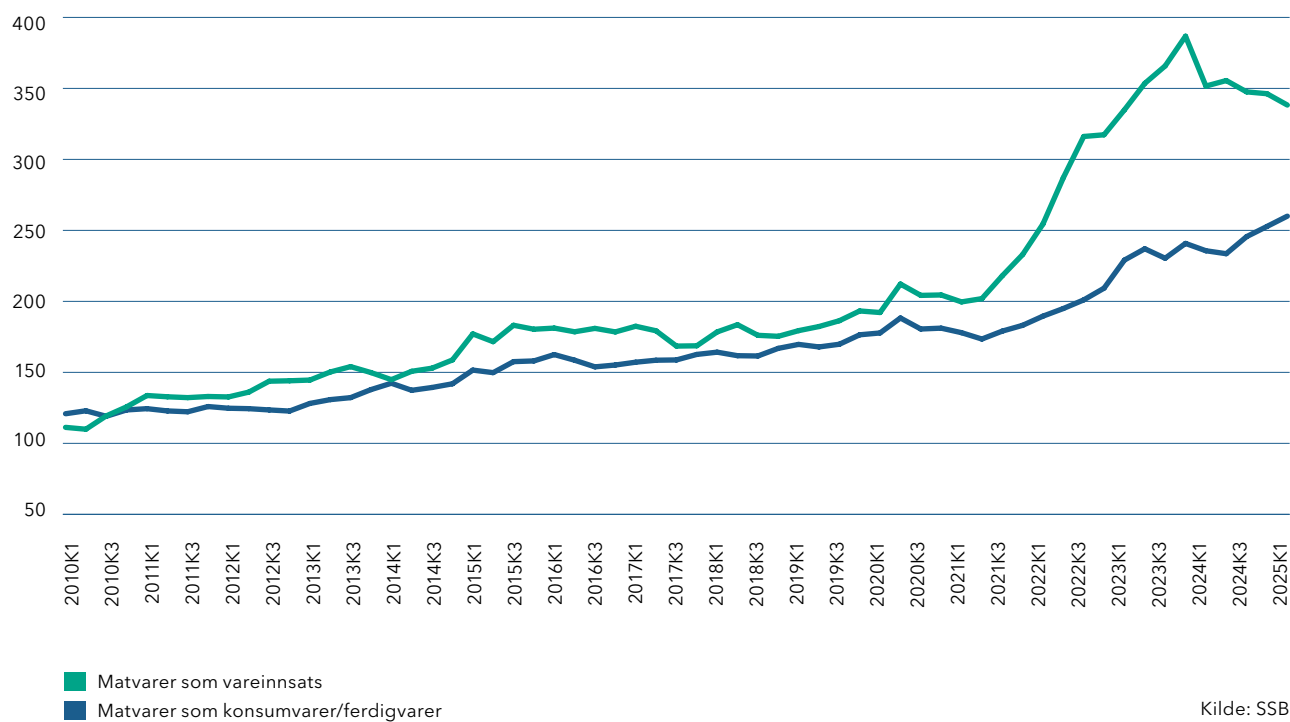
For å sette dette i kontekst og vise omfanget av importen kan det være fornuftig å se på hvor mye vi faktisk importerer. I figur 6 vises importverdien av de matvarene vi importerte i perioden 2018-2024. Tallene viser at det har vært en betydelig økning de siste årene, både for matvarer som vareinnsats og som konsumvarer. Dette henger direkte sammen med prisveksten fra figur 5. Tall fra SSB viser at økningen i import målt i volum er begrenset, dermed skyldes den økte importverdien hovedsakelig den økte prisveksten på disse varene fra utlandet, og ikke at vi importerer vesentlig mer enn tidligere. Ettersom det i 2024 ble importert råvarer til norsk matvareproduksjon for hele 28,5 milliarder kroner og ferdigvarer for så mye som 63 milliarder kroner, er det tydelig at dette forklarer mye av prisveksten man har sett på matvarer i Norge de siste årene.

Ser man på utviklingen i prisene på noen sentrale innsatsfaktorer og råvarer, blir denne effekten tydelig. Gjødelsel, sukker, kakao og rapsolje er valgt ut som fire eksempler som på ulike måter er viktige for norsk matproduksjon. Prisutviklingen for disse vises i figur 7. Felles for dem alle er at prisene tidvis har økt kraftig, og

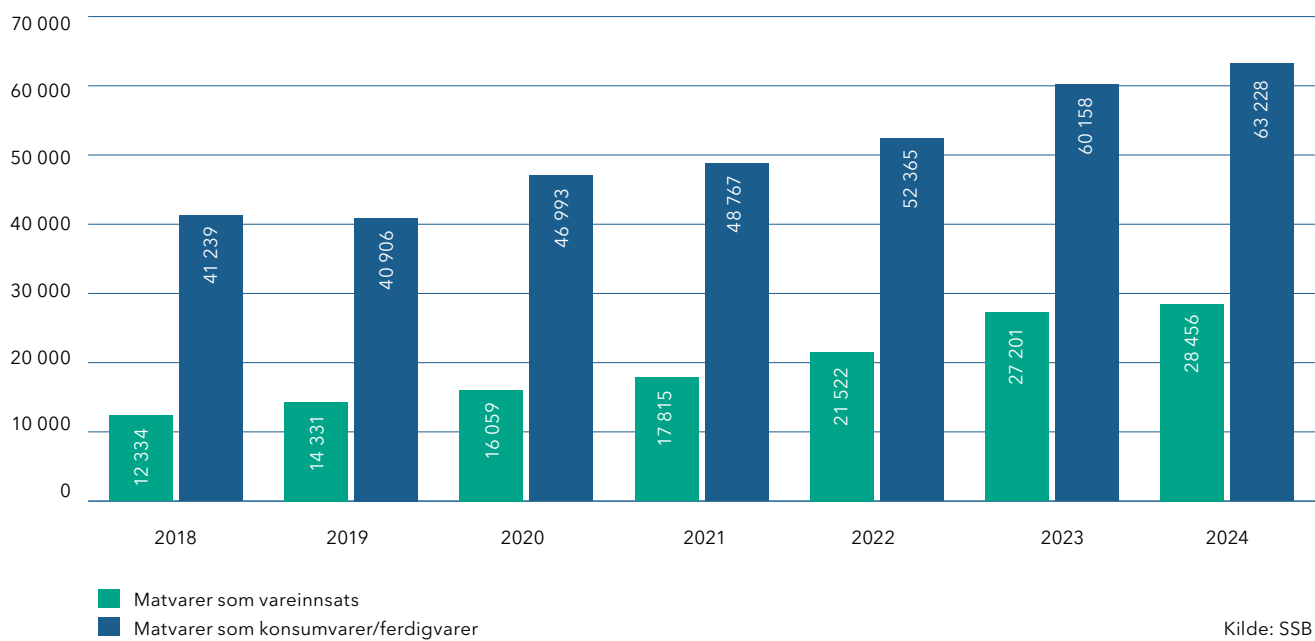
at nivået i dag ligger betydelig høyere enn det som var vanlig for bare noen år siden. Enkelte priser har falt mye fra toppunktet, men ligger fortsatt på et forhøyet nivå enn det man har vært vant til. Ser man på prisutviklingen på kakao, som brukes mye i matvareproduksjon i Norge, har denne på relativt kort tid økt med rundt 400-500 prosent. Dette får direkte innvirkning på kostnadsnivået til norske produsenter som er helt avhengige av denne type vare. Ser man på sukkerprisen har denne omtrent doblet seg de siste fem årene.

En siste faktor som bidrar til å øke kostnaden for bedriftene, og som påvirker den importerte prisveksten, er en svekket norsk kronekurs. Alt annet likt vil en svakere norsk valuta medføre at de varene som importeres inn til Norge blir dyrere. Fra figur 8 kommer det tydelig fram at kronekursen, her målt ved den importveide kursindeksen I44, har svekket seg mye de siste årene. Dette har bidratt negativt til kostnadsbildet for importører og de som er avhengige av å kjøpe varer fra det internasjonale markedet. Det er positivt at den norske kronen har styrket seg noe den siste tiden. Dette framkommer av en fallende kurve i figuren. I skrivende stund er det verdt å nevne at kursen etter første kvartal har svekket seg før den på nytt har styrket seg, noe som medfører at den nå ligger på omtrent samme nivå som ved utgangen av mars.

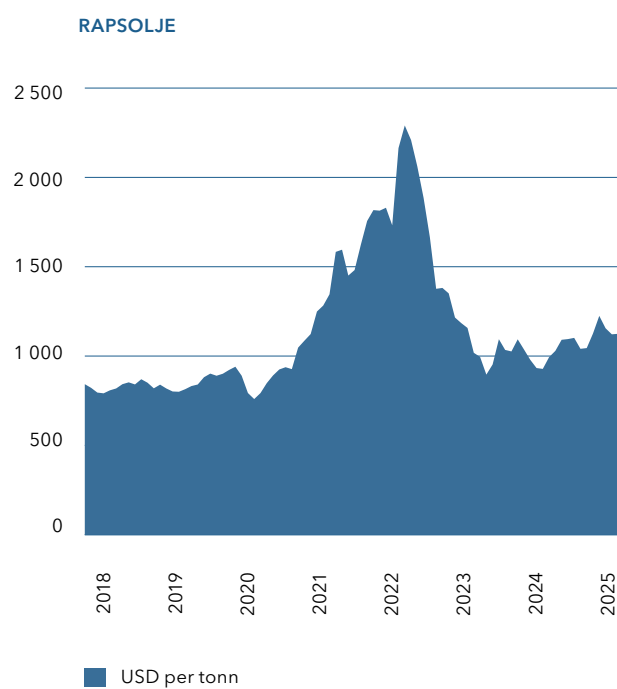
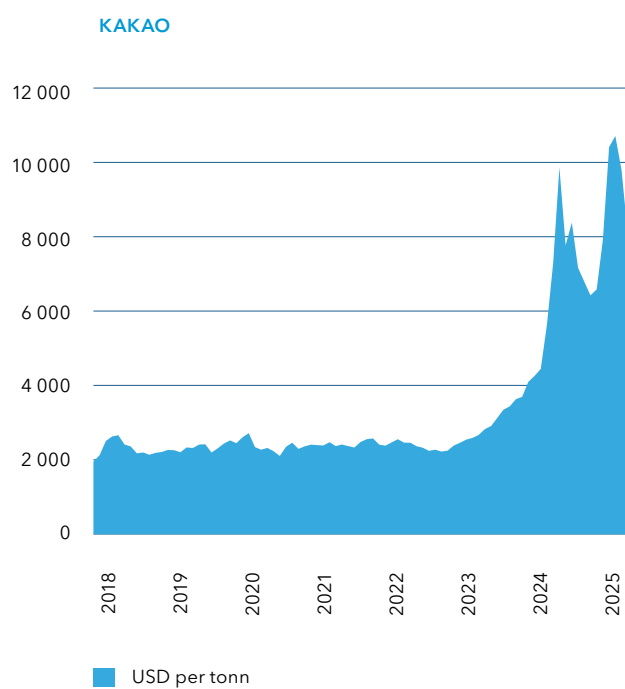
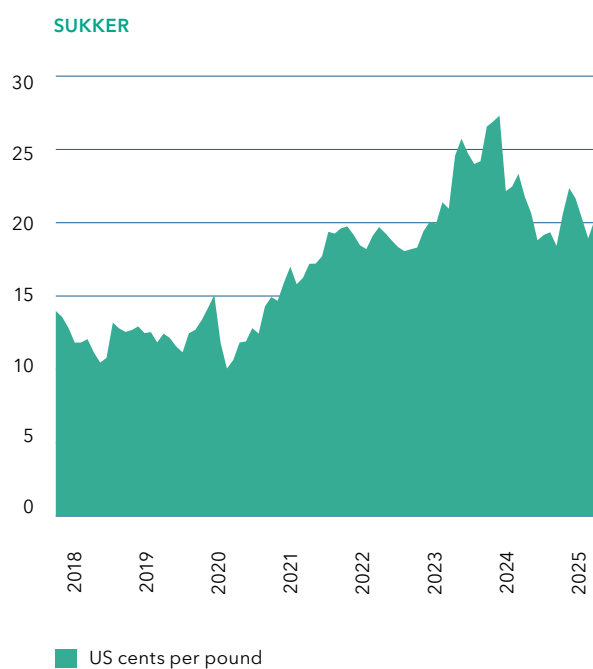
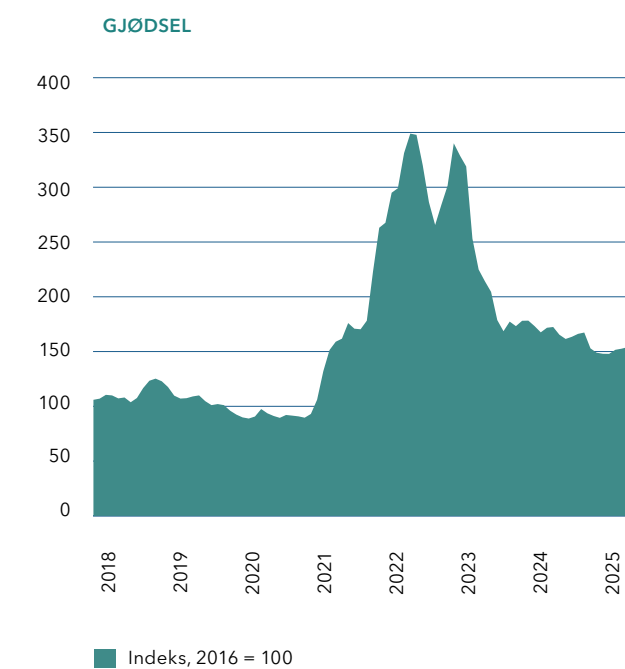
Figur 5: Prisvekst for matvareimport. Indeks, 2000=100



Figur 6: Importverdi matvarer, løpende priser (mill. kr)

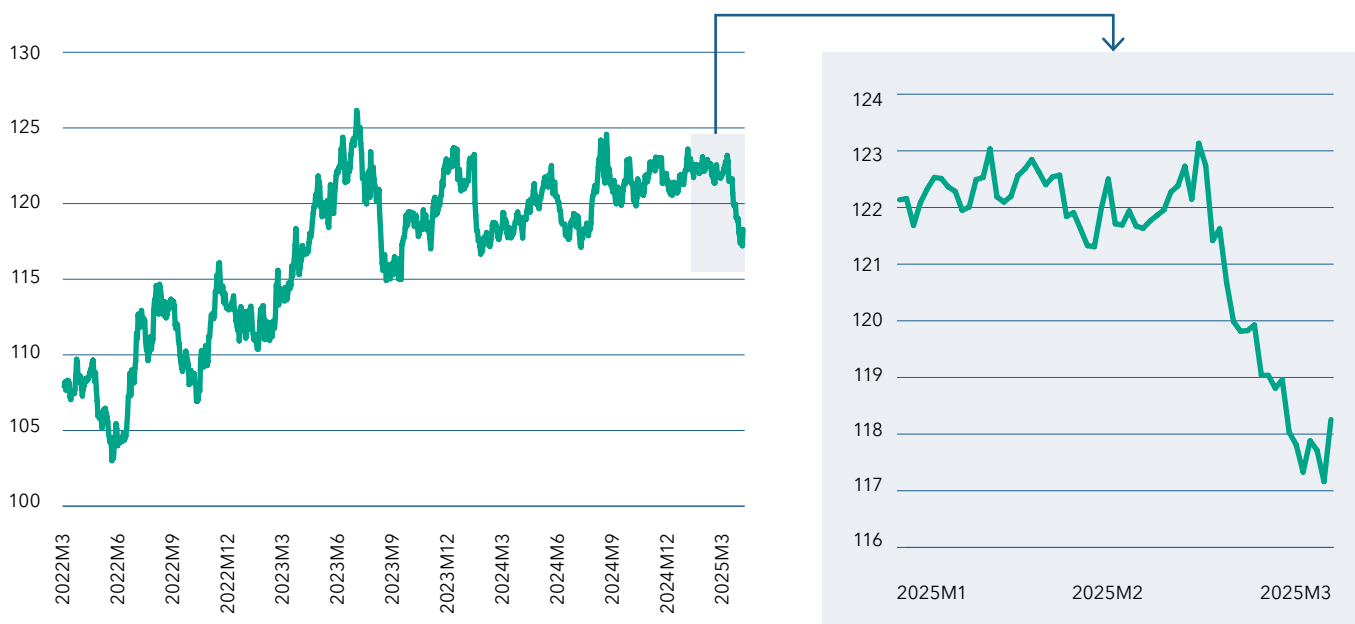


Figur 7: Råvarepriser på sentrale innsatsfaktorer



Kilde: International Monetary Fund

Figur 8: Importveid kursindeks (I44)*



*Importveid kursindeks (I44) måler den norske kronen mot 44 av Norges viktigste handelspartnere. En stigende kurve viser en svakere krone, mens en fallende kurve viser en sterkere krone.

Kilde: Norges Bank

4. Det internasjonale bildet

Som vi skrev innledningsvis i denne kvartalsrapporten har det første kvartalet i år vært preget av stor usikkerhet knyttet til den handelspolitiske situasjonen mellom USA og resten av verden. Det hele startet med at Donald Trump innførte ti prosent toll på all import fra Kina, samt 25 prosent toll på import fra Mexico og Canada i februar. Etter dette har det nesten daglig vært nye oppdateringer på handels-situasjonen, og tollsatsene mot disse landene har blitt justert både opp og ned. Den amerikanske presidenten har også innført tollsats mot de aller fleste land i verden, hvor de høyeste satsene har vært rettet mot Kina. Rett etter at første kvartal var avsluttet lanserte president Trump den 2. april sin såkalte "Liberation Day" hvor det ble innført en generell toll på import fra alle land på ti prosent, unntaket var Mexico og Canada, hvor de opprinnelige satsene på 25 prosent ble opprettholdt. I tillegg ble det innført en rekke landsspesifikke tollsats, hvor Kina blant annet fikk en tollsats på 125 prosent.

Varigheten av alle disse tollsatsene er fortsatt usikre, og hvilke konsekvenser handelskrigen får for Norge er fortsatt ikke entydig. Det som er sikkert, er at toll på generelt grunnlag bidrar til å redusere handel mellom land og bidrar til større proteksjonisme. Handel på tvers av landegrenser har vært og er en forutsetning for økonomisk vekst også i Norge. Dette ble tydelig belyst i forrige kapittel hvor omfanget av import ble synliggjort.

For Norges del har det vært snakk om en mulig "trippelskvis" gitt handelskrigen som pågår. Det første er at Norge blir direkte rammet av tollsats fra USA. Det andre er at det innføres gjengjeldelsestiltak fra EU, og dersom Norge havner på utsiden av disse, vil eksport fra Norge kunne bli rammet av toll også inn i EU. Det siste er en generell økonomisk nedgang globalt sett, noe som også vil ramme Norge og norsk økonomi.

Enn så lenge har norske myndigheter jobbet tett med EU for å sørge for at Norge havner innenfor eventuelle gjengjeldelsestiltak fra EU mot USA. Effektene av den pågående handelskrigen skaper stor usikkerhet for bedrifter verden over, også i norsk næringsliv og blant produsentene i mat- og drikkenæringen. Et bilde av denne usikkerheten er illustrert i figur 9. Her vises en indeks for handelspolitisk usikkerhet fra 2015 til og med mars 2025. Det første som kan observeres er at det under Donald Trumps første presidentperiode (2017-2021) ble registrert

større handelspolitisk usikkerhet enn i tiden før han tok plass i Det hvite hus. Fra starten på 2021 og fram til 2025 gikk ting mer tilbake til normalen, før handelskrigen startet første kvartal i år. Her kommer det tydelig fram hvor kraftig usikkerheten har økt den siste tiden.

I forbindelse med den pågående handelskrigen har NHO Mat og Drikke spurt medlemmene om hvor avhengige de er av handel, import og tilgang til internasjonale verdikjeder. Noen av resultatene presenteres nedenfor.

Medlemsundersøkelse NHO Mat og Drikke

Gjennomført i månedsskiftet mars/april

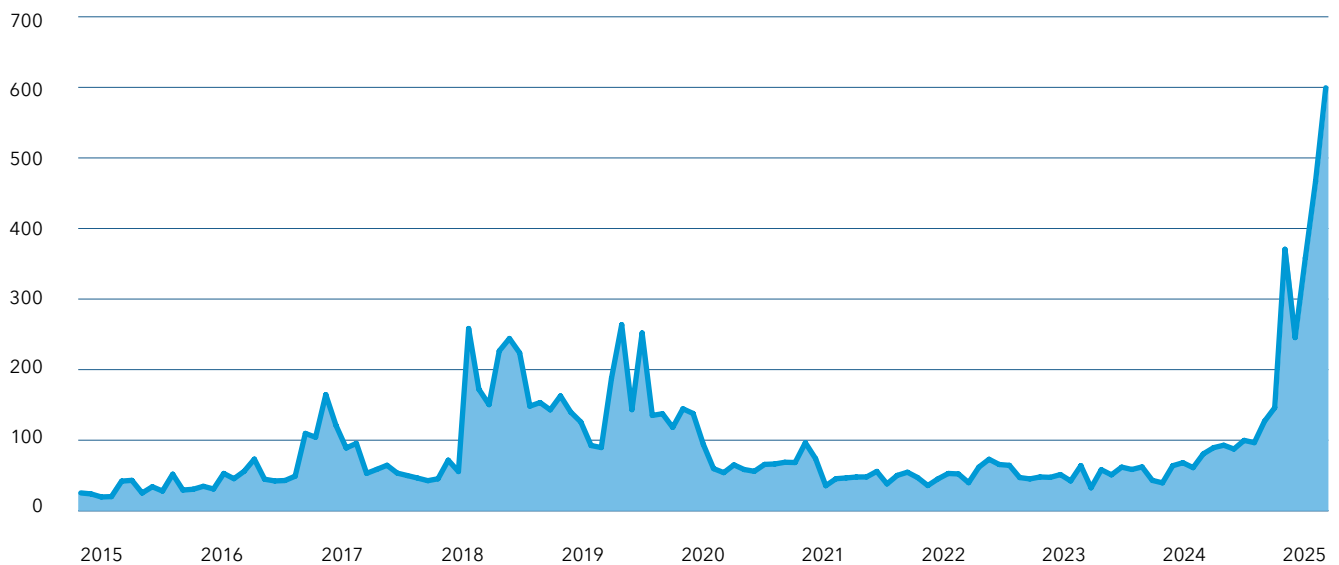
- Tre av fire bedrifter svarer at de i ulik grad er avhengige av internasjonale verdikjeder for sin produksjon. Nesten hver tredje bedrift svarer "i stor grad".
- Omtrent hver fjerde bedrift oppgir at de i ulik grad har avlyst investeringer og/eller at deres bedrifts investeringsvilje er redusert som følge av geopolitisk uro og handelskrig.
- Nesten 70 prosent av respondentene i undersøkelsen svarer at de i ulik grad er avhengige av import (råvarer, ingredienser eller bearbeidede produkter). Hele 39 prosent svarer "i stor grad".
- Rundt halvparten av bedriftene i undersøkelsen svarer at de i ulik grad er avhengige av å hente spesialisert arbeidskraft fra utlandet.
- Hver femte bedrift oppgir at de har eksport av varer eller tjenester til utlandet.

Disse resultatene viser igjen hvor avhengig norske bedrifter i mat- og drikkenæringen er av internasjonale verdikjeder og tilgangen til import. Dette betyr også at bedriftene både påvirkes direkte av uroen i den handelspolitiske situasjonen og ikke minst av prisene på verdensmarkedet. Dette er med på å forklare deler av den kraftige prisveksten på mat- og drikkevarer, samtidig som situasjonen bidrar til å holde markedsutsiktene nede.

Et annet tema som også påvirker mat- og drikkenæringen, er den økende grensehandelen mot særlig Sverige. De nyeste tallene fra SSB, for første kvartal i år, viser at trenden peker

oppover. Det ble i årets tre første måneder grensehandlet for hele 2,5 milliarder kroner (figur 10). Dette er en økning på omtrent seks prosent fra tilsvarende periode i fjor, noe som utgjør en økt handel på 141 millioner kroner. Økningen kommer til tross for at påsken i år falt utenfor første kvartal, mens den i fjor ble avviklet i mars. Dette viser at nordmenn fortsetter å reise over grensen for å handle dagligvarer, alkohol og tobakk/snus. En detaljert oversikt over hva nordmenn handler mest av finnes i figur 11.

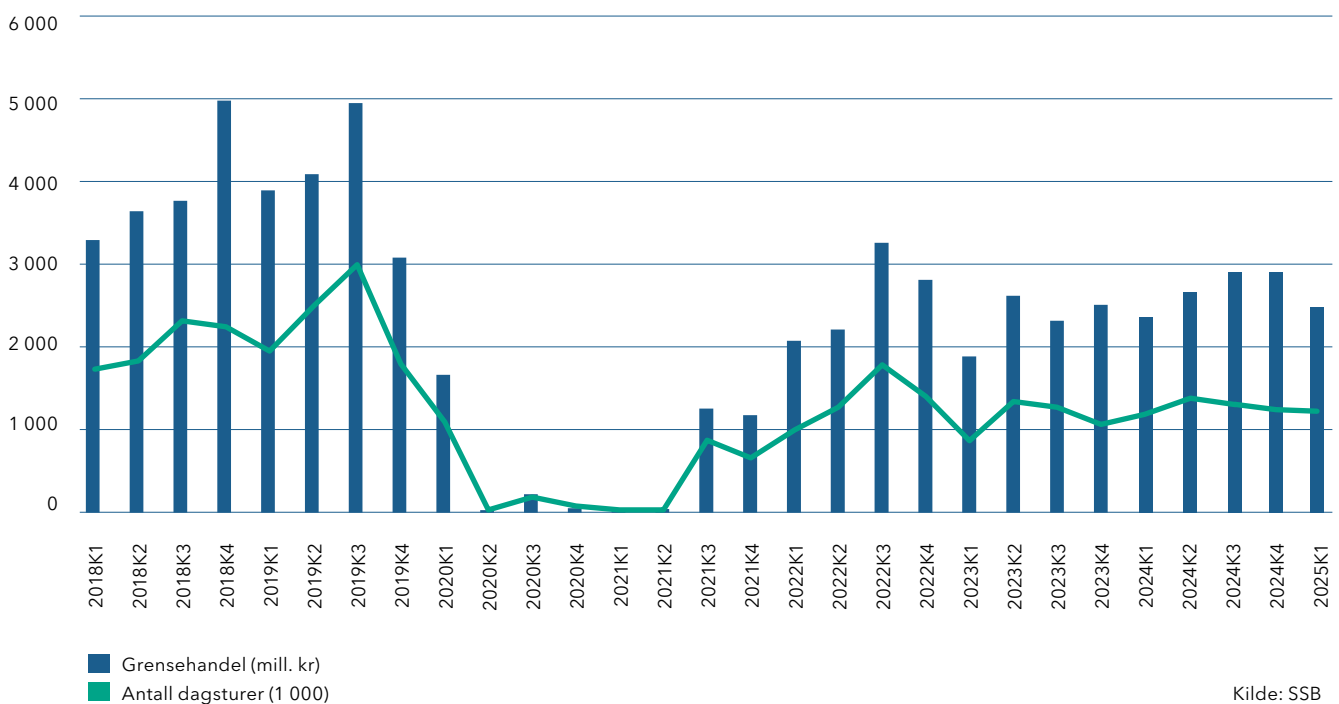
Figur 9: Handelspolitisk usikkerhet, indeks



* Trade policy uncertainty: Måler antallet nyhetsartikler som omhandler handelspolitisk usikkerhet i syv aviser, som andel av totalt antall artikler.

Kilde: Caldara et. Al (2020) / NHO

Figur 10: Grensehandel per kvartal. Handlebeløp i mill. kr*

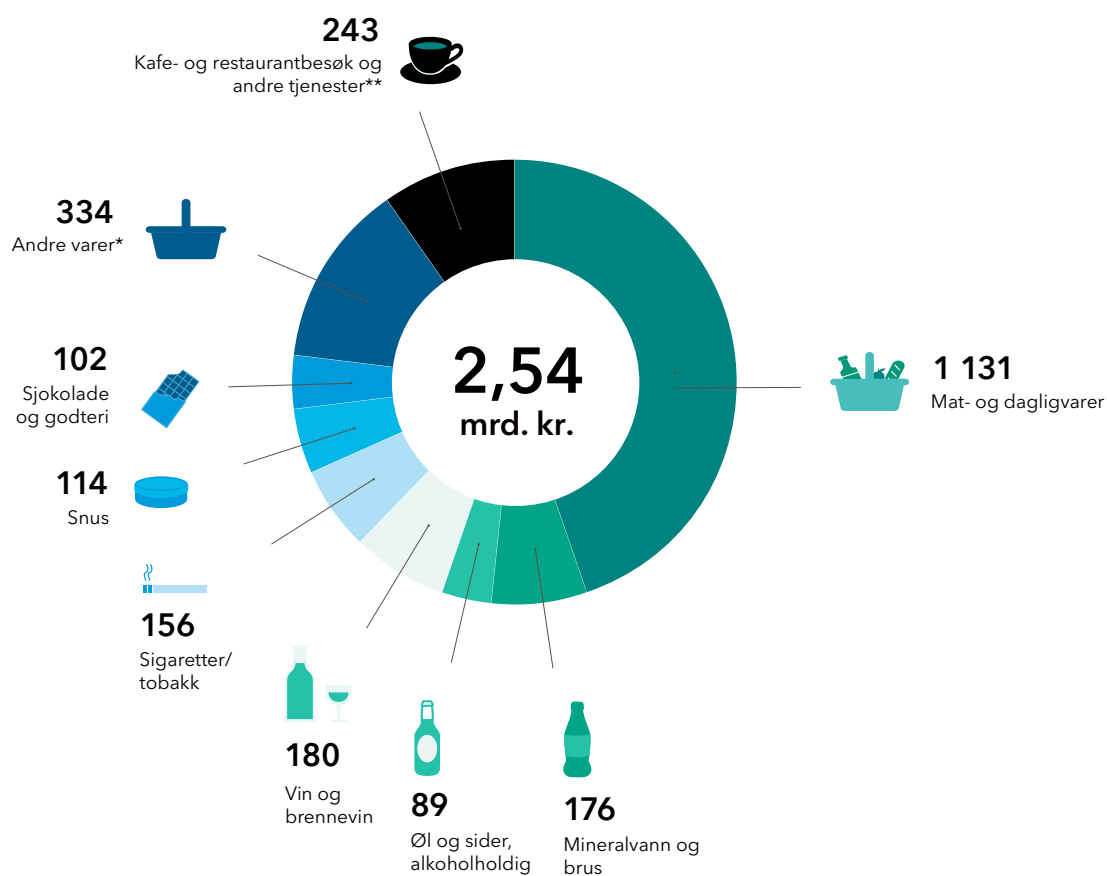


■ Grensehandel (mill. kr)
■ Antall dagsturer (1 000)

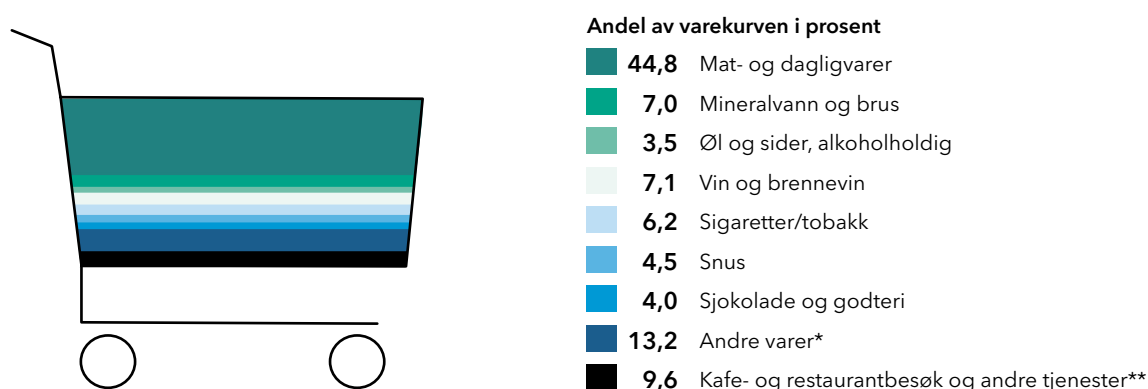
Kilde: SSB

*Merk: Fra og med 2023 er SSBs metode for innhenting av statistikk endret. Den nye metoden skal gi mer detaljert statistikk.

Figur 11a: Grensehandel fordelt på varekategorier, 1. kvartal 2025. Handlebeløp i mill. kr.



Figur 11b: Grensehandel fordelt på varekategorier, 1. kvartal 2025.



* Andre varer omfatter klær og sko, kosmetikk, hygiene- og apotekvarer, drivstoff og ikke spesifiserte varer.

** Kafe- og restaurantbesøk og andre tjenester: Med andre tjenester menes ulike servicetilbud som for eksempel en frisørtime, en tannlege time, reparasjon eller service på bil.

Kilde: SSB

