

Månedlig kvitteringsbasert måling av hva et panel norske husholdninger faktisk betaler for de samme varene. Vi publiserer usikkerheten sammen med tallet, og vi sier hva vi ikke kan måle.

REBEREGNET SERIE. Panelet er 30× større enn i utgave 01, fordi nye brukere fikk kvitteringshistorikk importert bakover. Hele serien er regnet på nytt. Juli 2026 står nå i 101,4 mot 100,7 publisert, innenfor utgave 01s feilmargin på $\pm 2,0$. Scope er strammet til matvarer og alkoholfri drikke, og usikkerheten regnes nå mellom varer, ikke mellom varepar. Atferdsgapet fra utgave 01 er trukket, se seksjon 07. [Utgave 01 som PDF.](#)

UTGAVE	02 · august 2026	MÅLEPERIODE	1.-31. august 2026
PUBLISERT	16. september 2026	NESTE UTGAVE	12. oktober 2026
PANEL	n = 4 438 husholdninger	HISTORIKK	14 måneder

MÅNEDENS HOVEDFUNN · AUGUST 2026

Matprisene steg 2,4 prosent. Meieri, kjøtt og middag trekker opp.

De samme matvarene i de samme kjedene kostet 2,4 % mer i august enn i august i fjor. Usikkerheten er +1,8 % til +3,0 %. SSB har +1,6 % for samme måned. Under totalen er bildet skjevt: meieri, kjøtt, middag og pålegg stiger 4 til 6 prosent, drikke og frukt under 2, og snacks faller. Tallet er et uvektet snitt av matchede varer, ikke en handlekurv.

MEIERI & EGG

+4,5 %

MIDDAG

+5,6 %

SNACKS & GODTERI

-3,0 %

595 varepar, ±1,2. Fløte, rømme
og egg opp, lettmeik ned.

566 varepar, ±1,9. Tydeligste
oppgang blant de store.

465 varepar, ±2,3. Eneste
matkategori som faller.

INDEKSNIVÅ · AUGUST 2026

100,6

± 0,7 · juli 2025 = 100 · 3 121 varer

ÅR MOT ÅR

+2,4 %

MATCHEDE VARER

3 578

SSB MATVARER (AUGUST 2026)

+1,6 %

SSB NIVÅ (REBASERT)

99,7

LESEMÅTE

Indeksen sammenligner samme vare i samme kjede mot samme måned i fjor, for matvarer og alkoholfri drikke. Hver vare teller likt, uansett hvor mye det selges av den; det er et prismål, ikke en handlekurv. År mot år og nivå bruker ulike varesett, så de kan ikke regnes om til hverandre. Feilmarginen fanger spredningen mellom varer, ikke at panelet er skjevt mot lavpriskjedene.

FOR MEDIER · AUGUST 2026

Klart til sitering, ikke til gjetting.

Standardsitat med kildeangivelse, definisjonene bak tallene og direkte kontakt.
Sitatet oppgir usikkerheten; bruk det slik det står.

SeSum Matvareprisindeks (august 2026): I et kvitteringspanel på 438 husholdninger kostet de samme matvarene i de samme kjedene 2,4 % mer enn i august 2025, med usikkerhet +1,8 til +3,0 prosent. SSB har 1,6 % for samme måned. Meieri, kjøtt, middag og pålegg steg 4 til 6 prosent, snacks og godteri falt 3. På matvarer utenom drikke som begge kjeder selger, ligger REMA 1000 2,4 % under KIWI ($\pm 0,7$), og EXTRA mellom dem. Kilde: SeSum Matvareprisindeks, utgave 02.

KILDE: SESUM · UTGAVE 02

DEFINISJONER

FAKTISK BETALT

Prisen som faktisk sto på kvitteringen, etter tilbud og rabatter.

MATCHET VARE

Samme vare i samme kjede, observert minst tre ganger i begge måneder som sammenlignes.

FEILMARGIN

95 % konfidensintervall regnet mellom varer. Et gulv for usikkerheten, ikke et tak.

FELLESKURV

Matvarer utenom drikke som panelet kjøpte i to kjeder samme måned. Sammenligner kassapris på delt sortiment, ikke hele butikken.

[LES HELE METODEN](#) →

BRUK OG KONTAKT

PRESSE

presse@sesum.no

KJEDESAMMENLIGNING

[KIWI mot REMA 1000 på 1 380 matvarer](#)

MEST KJØPT-LISTA

[Prisutvikling på de 100 mest kjøpte varene, per kjede](#)

LISENS

Kan siteres fritt med kildeangivelse SeSum Matvareprisindeks.

NESTE UTGAVE

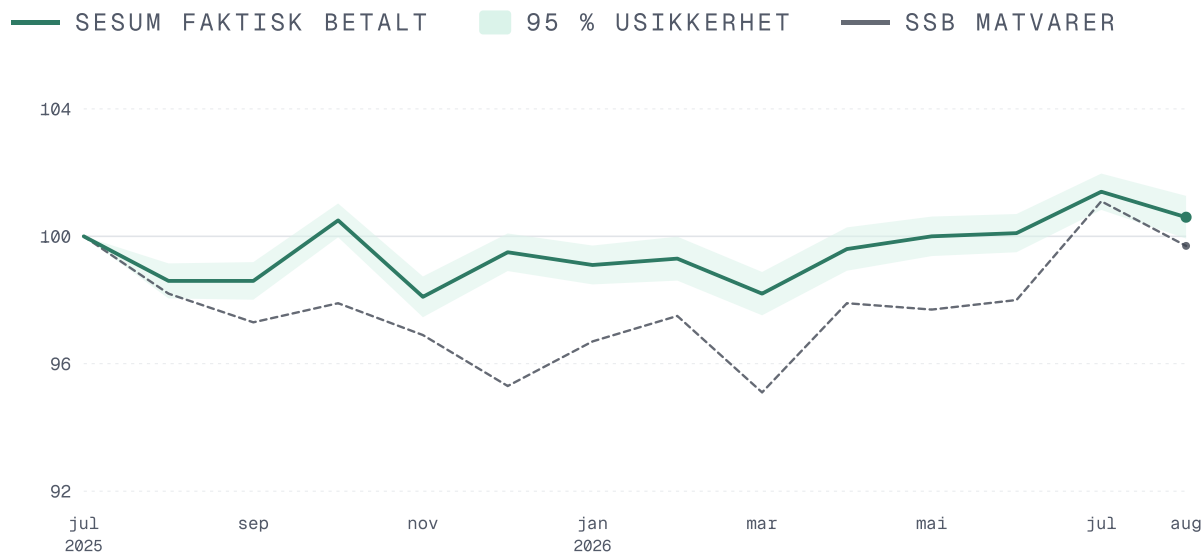
September 2026, publiseres 12. oktober 2026, etter SSBs septembertall 9. oktober.

MOT OFFISIELL STATISTIKK

Vi følger SSB. Og ligger litt over.

En ny indeks må først vise at den kan reprodusere det som allerede er kjent. Gjennom fjorten målepunkter har SeSum-serien samme hovedform som SSBs matvareindeks: lavpunkter i november og mars, topp i juli, fall i august. Men SeSum falt mindre gjennom vinteren, og lå 2 til 4 poeng over SSB fra desember til mai før seriene møttes i juli. Årsveksten i august ligger 0,8 poeng over SSBs. Begge avstandene er større enn feilmarginen. Vi sier hva vi tror de skyldes, og vi lar dem stå.

● HØY DEKNING 14 MÅNEDER SSB TABELL 14700, GRUPPE 01



Begge seriene er satt til 100 i juli 2025. SSB-sporet er offisiell matprisvekst (tabell 14700, konsumgruppe 01), rebasert for sammenligning. Det skyggelagte feltet er SeSums 95 %-usikkerhet: der båndet er bredere enn avstanden mellom to punkter, er bevegelsen støy. SeSum falt mindre enn SSB gjennom vinteren og lå 2 til 4 poeng over fra desember til mai; i juli og august er avstanden under ett poeng.

SSB har august 2026 på +1,6 % år mot år og juli på +1,1 %; SeSum har +2,4 % og +1,4 %. Retningen er den samme, SeSum ligger litt høyere. Den større avstanden er vinteren: SSB falt 4,9 poeng fra juli 2025 til mars 2026, SeSum 1,8. Utgave 01, regnet på det gamle panelet, fulgte SSB ned til 95,6 i mars; det nye panelet gjør ikke det. Tre forklaringer er sannsynlige og lar seg ikke skille ennå: panelet handler mer i lavpriskjedene enn landet gjør; SSB veier med omsetning mens SeSum teller hver vare likt, så en prisnedgang på storselgere veier mindre hos oss; og SSB måler hylle- og scannerpris mens SeSum måler betalt pris etter tilbud, som slår ulikt ut når tilbudsandelen endrer seg. Merk også at juli 2025 var en topp i SSBs serie, med +5,9 % tolv månedersvekst, så årets vekst måles mot et høyt utgangspunkt.

HVA DRIVER UTVIKLINGEN

Kategoriutslag lest sammen med budsjettandel.

Vi viser ikke bare hvor prisene beveget seg mest. Vi viser også hvor mye hver kategori betyr i kurven, og hvor mange matchede varepar tallet hviler på, slik at små utslag ikke forveksles med brede.

● HØY DEKNING 15 KATEGORIER MINIMUM 30 MATCHEDE PAR

KATEGORI	VS AUGUST 2025	ANDEL AV KURV	PAR	LESNING
Drikke	+1,7 %	16,0 %	829	Største post i kurven, og en av de roligste.
Frukt & grønt	+1,7 %	14,1 %	429	Ferskvarene som trakk ned i juli, trekker ikke ned lenger. Gulrot og avokado opp, salat flat. Feilmargin ±2,3.
Meieri & egg	+4,5 %	11,1 %	595	Fløte, rømme og egg opp. Lettmelk ned, cottage cheese kraftig ned, men resten veier tyngre.
Kjøtt	+4,7 %	8,5 %	193	Kjøttdeig og kyllingkjøttdeig opp. Feilmargin ±3,0.
Middag	+5,6 %	7,5 %	566	Ferdigretter og middagsprodukter, den tydeligste oppgangen blant de store kategoriene.
Ost	+2,8 %	7,2 %	300	Jevn oppgang.
Pålegg & frokost	+5,5 %	6,6 %	480	Blant de tydeligste oppgangene. Leverpostei er unntaket, ned 8 %.
Snacks & godteri	-3,0 %	6,3 %	465	Eneste matkategori som faller. Sjokolade og chips.
Middagstilbehør	+1,7 %	5,8 %	545	Nær uendret.
Bakeri	+2,6 %	5,7 %	479	Jevn og u dramatisk oppgang.

KATEGORI	VS AUGUST 2025	ANDEL AV KURV	PAR	LESNING
Kylling og fjærkre	+2,5 %	3,4 %	67	Feilmargin $\pm 3,7$, så oppgangen er ikke målbar.
Bakevarer og kjeks	+0,3 %	2,5 %	212	Flat.
Fisk & skalldyr	+7,8 %	1,9 %	44	Størst prosentutslag, men liten kategori og $\pm 7,1$ i feilmargin.
Dessert	+6,3 %	1,9 %	146	Is og dessert opp, $\pm 2,8$.
Protein	-0,7 %	1,7 %	58	Proteindrikker og -yoghurt. Flat innenfor $\pm 6,3$.

Andel av kurv er kategoriens del av panelets matkroner i august, samme scope som indeksen. Kategorier med under 30 matchede varepar er utelatt. Endringen per kategori er regnet per varepar, som i utgave 01; feilmarginene i lesningen er regnet på samme måte.

BILLIGKJEDENE

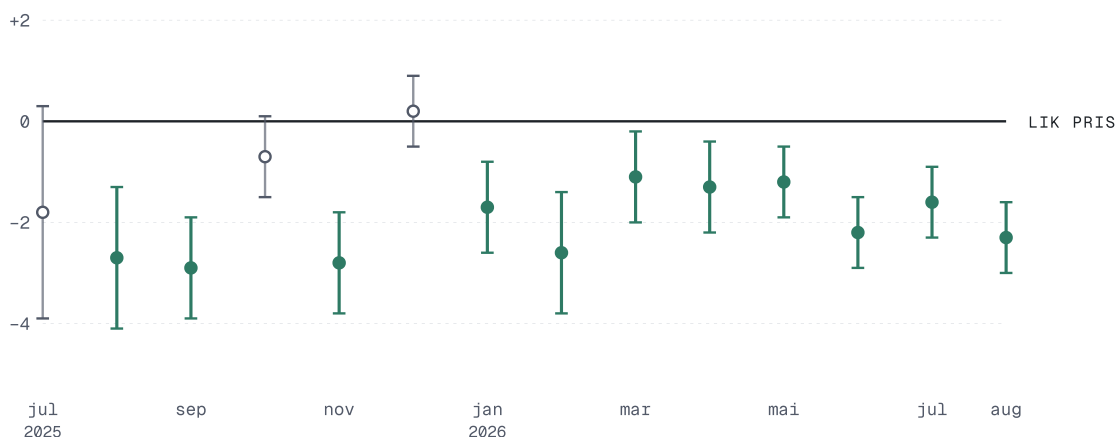
REMA 1000 ligger drøyt to prosent under KIWI på mat. EXTRA i mellom.

Vi sammenligner bare matvarer panelet kjøpte i begge kjeder samme måned, minst tre ganger hver, og vi holder drikke utenfor: REMA-kvitteringene har panten inne i vareprisen, KIWI og EXTRA fører den som egen linje, så drikkeprisene er ikke sammenlignbare før panten er skilt ut. Det gir en felleskurv på 800 til 1 100 varer i måneden.

● HØY DEKNING 1 380 VARER KIWI MOT REMA, JAN-AUG 2026

Over åtte måneder og 1 380 matvarer solgt i begge kjeder ligger REMA 1000 2,4 % under KIWI, med en feilmargin på $\pm 0,7$ pp. Forskjellen er målbar i 11 av 14 måneder, og den peker samme vei hver gang den er målbar. Utgave 01 fant 0,5 % $\pm 1,2$ på 697 par med drikke inne og sa «ingen forskjell»; med drikke inne får vi fortsatt bare 0,8 % ($\pm 0,7$). Det er panten som gjemte forskjellen, ikke panelet.

● MÅLBAR FORSKJELL ○ INGEN MÅLBAR FORSKJELL | 95 % FEILMARGIN



Hvert punkt er prisforskjellen mellom REMA 1000 og KIWI på varene begge kjedene solgte den måneden, drikke unntatt. Streken gjennom punktet er feilmarginen. Når streken krysser nullinja, er forskjellen ikke målbar. Det gjør den i 3 av 14 måneder; i de 11 andre ligger REMA målbart under. KIWI er aldri målbart under.

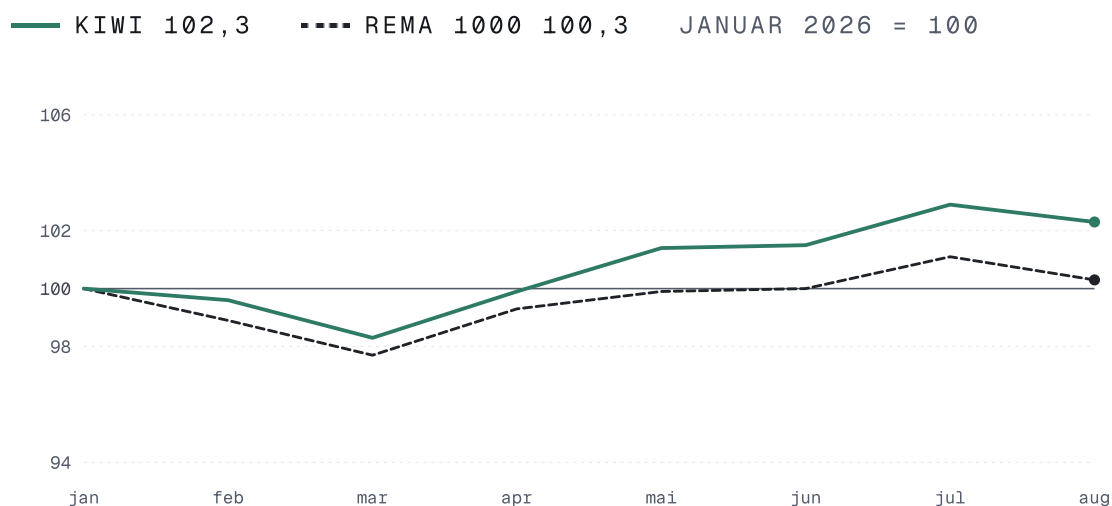
Hvorfor drikke står utenfor:
panten ligger i REMA-prisen.

På kvitteringene fra REMA-appen er pant en egen linje på under én prosent av linjene; hos KIWI og EXTRA er det fem til åtte prosent. Resten ligger i vareprisen: Pepsi Max 1,5 l står i 42,90 hos REMA og 39,90 hos KIWI, seks-pakningen i 107 mot 89, Monster 0,5 l i 30,50 mot 28,50. Det er nøyaktig panten, og med drikke i kurven ser REMA 5 prosent dyrere ut på en kategori der prisene trolig er like. Derfor er drikke ute av kjedesammenligningen til panten er skilt ut. Indeksen i seksjon 01 er ikke berørt, den måler hver kjede mot seg selv. I utgave 01 var EXTRA billigst av alle; den marginen var 269 par og $\pm 2,3$ pp, og den overlevde ikke et større panel. Nå ligger EXTRA mellom de to, nærmest KIWI.

SAMMENLIGNING	FORSKJELL	FEILMARGIN	VARER	KONKLUSJON
REMA 1000 mot KIWI	2,4 %	$\pm 0,7$ pp	1 380	REMA billigst
REMA 1000 mot EXTRA	1,3 %	$\pm 0,8$ pp	1 274	REMA billigst
EXTRA mot KIWI	0,7 %	$\pm 0,7$ pp	1 358	Ingen målbar forskjell

KIWI har hevet prisene noe mer enn REMA siden nyttår.

KIWI ligger 2,3 % over januarnivået, REMA 0,3 %. Begge dyppet i mars og toppet i juli. Hvor mye mer KIWI har hevet, avhenger av hvilken måned man måler fra: med desember, februar eller mars som basis blir avstanden 0,9 til 2,5 poeng. Retningen holder, størrelsen gjør det ikke. Hver kjede måles her på sitt eget sortiment, så tallet sier ikke det samme som felleskurven over.



Hver kjede måles mot seg selv i januar, på varer kjeden solgte begge måneder. Det er to uavhengige serier, ikke en sammenligning: avstanden mellom linjene sier hvor mye mer den ene kjeden har hevet prisene, ikke hvor mye dyrere den er. EXTRA er ikke tegnet: serien svinger med basismåned fra 100,6 til 103,3 i august, og en linje ville lest som presis.

Matchet felleskurv måler den delte kurven av matvarer utenom drikke, ikke hele butikken, og kassapris, ikke pris etter Trumf-bonus eller Coop-utbytte. Meny lander 4,8 % over KIWI på 1 934 varer ($\pm 0,9$ pp) og SPAR 0,4 % over ($\pm 1,1$ pp, ikke målbart). Tallene sier bare noe om de varene folk kjøper begge steder. En fullservicekjede kan prise den delte kurven skarpt og resten av sortimentet høyt, eller omvendt. Derfor står de ikke i tabellen over, se seksjon 07.

ENKELTVARER

Alle varene som klarer terskelen. Ikke et utvalg.

Under står samtlige 41 varer med minst 300 observasjoner i både august 2026 og august 2025, sortert etter størst utslag. Terskelen er valgt for at lista skal være lesbar,

ikke for å velge varer; innenfor terskelen står alt, minus to varer vi har tatt ut for hånd fordi kvitteringene bak dem blander pakninger. Hvilke, står under tabellen.

● MIDDELS DEKNING 41 VARER TERSKEL $N \geq 300$ I BEGGE PERIODER

#	VARE	KATEGORI	PRIS AUGUST 2026	ENDRING I KJEDE	KJEDER	N NÅ / I FJØR
01	Cottage Cheese Mager 2 %, 400 g, Tine	Meieri & egg	26,90 kr	-32,9 %	5	1829 / 416
02	Gulrot 1 kg	Frukt & grønt	23,90 kr	+18,8 %	4	865 / 682
03	Druer grønne Cotton Candy, 400 g	Frukt & grønt	39,90 kr	+17,9 %	6	958 / 343
04	Avocado, 2-pk	Frukt & grønt	42,90 kr	+14,5 %	8	2424 / 933
05	Yt Restitusjon Banan & Jordbær, 330 ml	Meieri & egg	18,10 kr	+13,8 %	3	364 / 536
06	Kyllingkjøttdeig 400 g, Solvinge	Kjøtt	44,90 kr	+12,5 %	1	555 / 649
07	Lettmelk 0,5 %, 1,75 l, Tine	Meieri & egg	29,90 kr	-12,4 %	6	1622 / 711
08	Yt Restitusjon Kakao Pro, 330 ml, Tine	Protein	19,50 kr	+12,3 %	2	758 / 464
09	Mozzarella 125 g, Ambrosi	Ost	21,90 kr	-12,0 %	1	338 / 352
10	Kremfløte 37 %, 3 dl, Tine	Meieri & egg	27,90 kr	+12,0 %	7	994 / 354
11	Lettmelk 0,5 %, 1,75 l, Q	Meieri & egg	29,90 kr	-11,4 %	6	1886 / 840
12	Lettmelk 1,0 %, 1,75 l, Tine	Meieri & egg	31,90 kr	-9,8 %	8	1441 / 562
13	Gulrot 750 g, beger	Frukt & grønt	39,90 kr	+9,7 %	7	765 / 402
14	Rødløk, 2 stk	Frukt & grønt	26,90 kr	+9,1 %	8	916 / 398
15	Egg 18-pk str. M, Prima	Meieri & egg	64,90 kr	+8,3 %	1	556 / 508
16	Leverpostei 100 g, Stabburet	Pålegg & frokost	10,00 kr	-7,9 %	5	954 / 547
17	Avocado, stk	Frukt & grønt	24,90 kr	-7,5 %	6	1275 / 1086
18	Kjøttdeig 14 %, 400 g, Nordfjord	Kjøtt	78,90 kr	+6,8 %	1	332 / 337
19	Lettrømme 17 %, 300 g, Tine	Meieri & egg	23,90 kr	+6,6 %	9	1247 / 400

#	VARE	KATEGORI	PRIS AUGUST 2026	ENDRING I KJEDE	KJEDER	N NÅ / I FJØR
20	Yt proteinyoghurt vanilje, 430 g	Protein	21,90 kr	+6,4 %	3	1242 / 1199
21	Lettrømme 17 %, 300 g, Q	Meieri & egg	23,90 kr	+6,4 %	8	807 / 411
22	Yt proteinpudding sjokolade, 190 g, Tine	Protein	16,70 kr	-6,2 %	5	813 / 997
23	Egg 12-pk str. L, Prior	Meieri & egg	61,90 kr	+5,1 %	1	320 / 448
24	Ruccula vasket 65 g, Ferdig Preppa	Frukt & grønt	22,90 kr	+4,6 %	1	333 / 315
25	Melkesjokolade 200 g, Freia	Snacks & godteri	40,00 kr	-4,1 %	7	643 / 356
26	Blåbær 400 g, beger	Frukt & grønt	59,90 kr	-3,9 %	8	903 / 426
27	Agurk, stk	Frukt & grønt	27,90 kr	+3,4 %	9	5280 / 2184
28	Yt Restitusjon Kakao, 330 ml	Protein	18,10 kr	+3,0 %	5	848 / 1409
29	Monster Ultra White, 0,5 l	Drikke	28,50 kr	+2,5 %	8	1133 / 390
30	Matfløte 18 %, 3 dl, Tine	Meieri & egg	24,90 kr	+2,5 %	6	849 / 350
31	Jordbær 500 g, norske	Frukt & grønt	59,90 kr	+1,9 %	4	823 / 389
32	Meierismør 500 g, Tine	Meieri & egg	61,40 kr	-1,8 %	3	995 / 407
33	Kokt skinke ekte 110 g, Gilde	Pålegg & frokost	33,90 kr	+1,3 %	7	869 / 308
34	Taco Spice Mix 3 × 25 g, Old El Paso	Middag	19,90 kr	+1,2 %	4	546 / 406
35	Yt proteinmelk kakao, 1 l, Tine	Protein	32,00 kr	+1,1 %	4	887 / 849
36	Crispi salat, stk	Frukt & grønt	24,90 kr	+0,9 %	6	1018 / 396
37	Isbergsalat, stk	Frukt & grønt	29,90 kr	+0,1 %	7	1093 / 477
38	Pepsi Max 6 × 1,5 l	Drikke	107,00 kr	0,0 %	2	583 / 486
39	Grønnkål 150 g, Grønn & Frisk	Frukt & grønt	19,90 kr	0,0 %	1	489 / 445
40	Grandiosa Original porsjon, 375 g	Middag	25,00 kr	0,0 %	1	475 / 643

#	VARE	KATEGORI	PRIS AUGUST 2026	ENDRING I KJEDE	KJEDER	N NÅ / I FJØR
41	Kyllingfilet med paprika 80 g, Solvinge	Pålegg & frokost	22,50 kr	0,0 %	1	387 / 406

Pris er median faktisk betalt enhetspris i panelet i august 2026. Endringen er matchet innenfor kjede: hver kjede sammenlignes med seg selv i fjor, og kjedene slås sammen med geometrisk snitt, som i hovedindeksen. Den er derfor ikke forholdet mellom to medianpriser: en slik brøk ville blandet inn hvilke kjeder panelet tilfeldigvis handlet i. Krever $n \geq 3$ i kjeden i begge måneder. Ikke-matvarer, bæreposer og maskerte kvitteringslinjer er ekskludert. Tatt ut for hånd: Paprika rød søt spiss 300 g (+38 %), fordi kvitteringslinjene i år blander 110 g og 2-pk inn under samme vare, og Tortilla 6 stk (REMA, +75 %), fordi fjorårets prisnivå tyder på at det var en annen vare bak samme navn. Terskelen er hevet fra 20 i utgave 01 fordi panelet er blitt så mye større.

DET VI IKKE PUBLISERER

Fire ting vi ikke publiserer, og hvorfor. Ett av dem sto i utgave 01.

En prisindeks er bare verdt noe hvis den er ærlig om hvor den slutter. Dette er tall vi har regnet ut og bevisst holdt tilbake. Det første er et tall vi publiserte i juli og har trukket etter å ha testet det.

07.1 Atferdsgapet mellom fast og faktisk kurv

Utgave 01 publiserte forskjellen mellom en fast kurv (fjorårets mengder, Laspeyres) og panelets faktiske kurv (årets mengder, Paasche) som et mål på hvor mye husholdningene sparer ved å bytte varer: -4,0 prosentpoeng i juli 2026. Regnet på dagens panel og scope blir det -4,5 for juli og -5,9 for august. Vi regnet så det samme gapet mellom påfølgende måneder. Det er like stort der: -4 til -7 prosentpoeng hver eneste måned fra mars til august. Et gap som er like stort fra én måned til den neste som over et helt år, måler ikke husholdningers tilpasning til prisvekst. Det måler at panelet kjøper mer av det som er på tilbud akkurat nå, og at tilbudsprisene spretter. Tallet er derfor trukket, og fast kurv og faktisk kurv er tatt ut av siden.

Krever kvantumsvekter som ikke svinger med kampanjene, for eksempel årsgjennomsnitt per husholdning.

07.2 Personlige tilbud

Prisen på kvitteringen er prisen du betalte i kassa, i alle kjeder. Men den forteller ikke hvorfor den ble som den ble: KIWI setter tilbud rett i prisen uten førpris, REMA fører en del rabatter som egne linjer med tilbudscode, og noen av dem kan være personlige Æ-priser som ikke gjelder alle. Kvitteringen skiller ikke personlig fra generelt. Bonus som utbetales i etterkant (Trumf, Coop-medlemsutbytte) ligger ikke på kvitteringen i det hele tatt. Vi kan derfor ikke måle personlige tilbud, og kjedesammenligningen er en sammenligning av kassapris, ikke av pris etter lojalitetsfordeler.

Krever tilbudsdata fra kjedene, ikke bare kvitteringer.

07.3 Meny, SPAR, OBS, Joker, COOP MEGA og COOP PRIX

Datagrunnlaget finnes: hver av dem har flere tusen varepar-måneder mot KIWI. Vi holder dem utenfor tabellen i seksjon 05 fordi felleskurven mot en fullservicekjede er en annen kurv enn mellom lavpriskjedene, og tallet trenger sin egen lese måte før det trykkes. Bunnpris er ikke i panelet.

Utgave 03, som egen seksjon med egen lese måte.

07.4 Tilbudsandel som trend

Kjedene fører tilbud ulikt: KIWI baker dem inn i prisen uten førpris, andre fører rabattlinjer, og andelen rabattlinjer hos Meny og SPAR hoppet da vår egen parser ble bedre i mars 2026. En tilbudsandel regnet fra kvitteringene ville målt kjedenes kvitteringsformat og vår innsamling, ikke markedet.

Når KIWI-kampanjer kommer inn og bruddet er datert.

METODE OG REVISJON

**Kort nok til å lese,
tydelig nok til å tåle
sitering.**

Denne blokken skal gjøre det mulig å forstå hva tallene er, hva de ikke er, og hvordan feil rettes.

DATAKILDE

Kvitteringer synkronisert fra Trumf, REMA-appen og Coop for 4 438 husholdninger. I august ga det 78 365 kvitteringer og 518 574 varelinjer fordelt på 15 958 ulike varer i 10 kjeder. Panelet er selvrekruttert (brukere av en spareapp) og handler mer i lavpriskjedene enn landet gjør: KIWI, REMA og EXTRA står for 71 % av kvitteringene. Fjorårets tall kommer i hovedsak fra kvitteringshistorikk importert for brukere som kom til senere. Kvitteringene pseudonymiseres og aggregeres før publisering. Dubletter utgjør rundt 0,1 % av linjene og er ikke fjernet fra indeksen; de teller ikke i paneltallene.

BEREGNING

Scope er matvarer og alkoholfri drikke, det vil si de kategoriene som står i seksjon 04. Husholdning, hygiene, barneprodukter, kioskvarer, dyr, blomster og varer uten kategori er utelatt. Hovedtallet sammenligner median faktisk betalt enhetspris for samme vare i samme kjede i august 2026 mot august 2025. Nivåserien måler hver måned mot fast basis juli 2025 = 100. Kjedene slås sammen per vare med geometrisk snitt, deretter snittes varene uvektet, minimum 3 observasjoner per vare, kjede og måned. August 2026 hviler på 3 578 matchede varer (5 411 varepar) år mot år og 3 121 varer mot basis. De to varesettene er ulike, så nivået i august delt på nivået i august i fjor gir ikke årsveksten. Regnet per varepar i stedet for per vare blir årsveksten +2,7 %; forskjellen er innenfor feilmarginen.

NYE, UTGÅTTE OG SESONGVARER

Bare varer som finnes på begge sider av sammenligningen teller. En ny vare bidrar først når den har historikk å måles mot, og en utgått vare bidrar til den forsvinner. Sesongvarer matcher bare der begge sider er i sesong: hovedtallet er august mot august, så norsk sesong ligger på begge sider og påvirker ikke veksten. Månedene mellom måles mot juli 2025, og der faller sesongvarene ut, så de punktene hviler på helårssortimentet. På det bredere varesettet (alle kategorier) landet august på 100,2 regnet med bare varer som finnes i alle fjorten måneder, og på 100,4 multilateralt (GEKS), mot 100,4 publisert på samme sett. Sjekken er ikke gjentatt på matvarescopet; den står i forskningsnotatet.

VEKTING

Indeksen er uvektet: en vare som selges tusen ganger teller like mye som en som selges tre. Den måler altså prisutviklingen på et typisk matchet produkt, ikke kostnaden for en typisk handlekurv. Mengdevektede varianter (Laspeyres og Paasche) er regnet ut, men publiseres ikke, se seksjon 07: med kvitteringsmengder som vekter svinger de med kampanjene, ikke med prisnivået.

USIKKERHET

Alle hovedtall oppgis med 95 % konfidensintervall regnet på spredningen mellom varer, der hver vare er én observasjon. Det er strengere enn å telle hvert varepar, som ikke er uavhengige av hverandre. Intervallet fanger likevel ikke at panelet er skjevt mot lavpriskjedene eller at varematchingen kan ha feil, så det er et gulv for usikkerheten, ikke et tak. Månedsvise bevegelser innenfor intervallet skal leses som støy.

FRAFILTRERING

Pant, rabattlinjer, bæreposer, kvitteringslinjer merket som mistenkelige og alle kategorier utenfor mat og alkoholfri drikke er utelatt. Varer solgt etter vekt holdes utenfor fordi kilopris og stykkpris ikke er sammenlignbare. Prisforhold utenfor 0,4–2,5 forkastes som feilmapping. Kjedene fører tilbud ulikt på kvitteringen (KIWI i prisen, REMA delvis som rabattlinjer); vi bruker linjeprisen som ble betalt, så det påvirker ikke prisen, bare hva vi kan si om tilbud. Pant fører REMA i vareprisen og KIWI/EXTRA som egen linje; det påvirker ikke indeksen (hver kjede mot seg selv), men drikke er holdt utenfor kjedesammenligningen i seksjon 05.

SAMMENLIGNING MED SSB

SSB er den offisielle matprisveksten og bygger på scannerdata fra hele landet, vektet med omsetning. SeSum er et kvitteringspanel og måler faktisk betalt pris etter tilbud, uvektet per vare. Seriene leses sammen, ikke som identiske mål. Siste SSB-tall er august 2026 med +1,6 % tolv månedersvekst, publisert 10. september; septembertallet kommer 9. oktober 2026.

MÅLEPERIODE

Denne utgaven dekker 1.–31. august 2026. Kvitteringer som kommer inn etter publisering tas med i neste utgave, ikke bakover i denne, med mindre avviket er vesentlig.

REVISJONSPOLITIKK

Dokumenterte datakvalitetsfeil rettes i ettertid. Vesentlige rettelser merkes i toppen med revideringsdato. Siste publiserte versjon er gjeldende. Denne utgaven reberegner hele serien fordi panelet vokste 30× gjennom import av eldre kvitteringer for nye brukere; alle utgave 01-punkter ligger innenfor utgave 01s feilmarginer. Samtidig er scope strammet til matvarer, usikkerheten regnes per vare, og atferdsgapet er trukket (seksjon 07). Utgave 01 er arkivert som PDF og endres ikke.

METODEVERSJON

Denne utgaven er publisert med metode v1.0. Senere metodeendringer beskrives i eget vedlegg og skal framgå tydelig fra hvilken utgave de gjelder.

SeSum Matvareprisindeks, utgave 02, august 2026. Publisert 16. september 2026. Metode v1.0.
<https://www.sesum.no/matvareprisindeks> · presse@sesum.no · Kan siteres fritt med kildeangivelse
SeSum Matvareprisindeks.