



KESKO SIJOITTAJAUUTINEN 25.3.2026 KLO 10.30

K-ryhmän markkinaosuus päivittäistavarakaupassa kääntyi kasvuun loppuvuonna 2025 – koko vuoden markkinaosuus 33,5 %

Käännne K-ryhmän markkinaosuuden kasvuun tapahtui vuoden 2025 heinäkuussa ja erityisesti syys-joulukuussa K-ruokakaupat voittivat markkinaosuutta merkittävästi: PTY:n markkinalukuihin perustuen +0,5 %-yksikköä. K-Citymarket voitti markkinaosuutta hypermarket-kokoluokassa koko vuoden. K-ryhmän markkinaosuus koko vuonna oli 33,5 %, kertoo NielsenIQ:n julkaisema Päivittäistavaramyymälärekisteri.

Toimialajohtaja **Ari Akselin** mukaan K-ryhmän nousujohteisen kehityksen taustalla on se, että panostukset kolmeen keskeiseen osa-alueeseen – laatuun, hintaan ja verkostoon – ovat alkaneet tuottaa tulosta.

”Olemme tehneet systemaattista työtä näiden osa-alueiden eteen. Laatutason nostoon olemme panostaneet merkittävästi yhdessä K-ruokakauppiaiden kanssa, mikä on näkynyt kaupoissa niin alueen erityispiirteet huomioivissa kauppakohtaisissa liikeideoissa kuin asiakkaille tärkeillä hevi- ja leipäosastoilla”, Akseli kertoo.

Samaan aikaan hinnalla on ollut edelleen tärkeä rooli asiakkaiden ostopäätöksissä.

”Hintavetoiseen markkinaan olemme vastanneet erityisellä hintaohjelmalla. Vuoden 2025 alussa teimme erittäin merkittävän panostuksen kauppojemme perushintatasoon, kun laskimme yli 1 200 tuotteen hintaa. Lisäksi aktiivinen kampanjointi ja henkilökohtaiset edut ovat kasvattaneet asiakasvirtoja”, Akseli toteaa.

Verkoston osalta K-ryhmän markkinaosuuskehityksessä näkyi edelleen kilpailijoiden tekemät mittavat investoinnit uusiin suuremman kokoluokan kauppoihin, kun samaan aikaan K-ryhmän kauppaverkostoon kohdistamat investoinnit alkoivat näkyä vasta vuoden lopussa.

”Viime vuonna avasimme 60 uutta tai uudistettua K-ruokakauppaa, mutta verkoston nettovaikutus markkinaosuuteen oli vuonna 2025 edelleen negatiivinen. Nyt kuluvana vuonna verkostovaikutuksen arvioidaan olevan neutraali ja verkostoinvestoinnit tukevat markkinaosuuskehitystä asteittain lähivuosina. Kauppaverkostopanostuksemme ovat tällä hetkellä vuositasolla 200–250 miljoonaa euroa”, Akseli kertoo.

Viime vuonna K-ruokakauppojen lukumäärän nettomuutos oli -11 myymälää. Esimerkiksi Neste K-asemien lopettamisen heikentävää vaikutusta on vuoden 2025 markkinaosuudessa Keskon arvion mukaan vielä reilut 0,1 %-yksikköä.

Kolmen peruspilarin vahvistaminen jatkuu tänä vuonna

Ruoan verkkokaupassa markkina jatkoi NielsenIQ:n tietojen perusteella kasvuaan. K-ryhmässä ruoan verkkokaupan myynti vuonna 2025 kasvoi 7,9 % ja sen osuus K-ryhmän päivittäistavaramyynnistä oli 3,9 %.

Akselin mukaan K-ryhmässä keskitytään tänäkin vuonna kolmen peruspilarin vahvistamiseen: ruokakauppojen laatutason edelleen nostamiseen, kauppaverkoston uudistamiseen ja laajentamiseen sekä hintakilpailukyvyn parantamiseen.

”Erityisesti hintaohjelmaan ja verkoston uudistamiseen liittyen on hyvä huomata, että kyse on pitkäjänteisestä tekemisestä ja tulokset alkavat näkyä vasta ajan myötä. Siksi jatkamme niitä määrätietoisesti myös tänä vuonna”, Akseli summaa.

Lisätietoja:

toimialajohtaja Ari Akseli, puh. 010 53 23490

K-ryhmän viestinnän päivystys (ark. klo 9–16), puh. 010 53 50200, viestinta@kesko.fi