

- ANALYSE

## Nu får digitalisering central plads i grossisternes strategi

Coronapandemien har fået mange virksomheder i engroshandlen til at tage et stort skridt i retning mod yderligere digitalisering, som kan ruste forretningen til en digital fremtid. For næsten to ud af tre af Dansk Erhvervs medlemmer i engroshandlen har digitalisering fået en større plads i strategien eller forretningsplanerne pga. corona, og på længere sigt forventer knap halvdelen, at digitalisering vil få en central plads i deres strategi.

Coronapandemien har påvirket erhvervslivet og samfundet markant, men den har ramt virksomheder og brancher forskelligt. Restriktioner og opfordringer om hjemmearbejde og begrænset fysisk kontakt har udfordret det fysiske salg. Direkte fysisk salg har ellers været en vigtig salgskanal for engrosvirksomhederne<sup>i</sup>. Men selvom coronapandemien har medført udfordringer, har den også givet et ekstra skub til digitaliseringen i engroshandlen, som kan komme virksomhederne til gavn fremadrettet.

Dansk Erhverv har undersøgt konsekvenserne af coronapandemien for vores medlemmer i engroshandlen, særligt i forhold til digitalisering. Med digitalisering menes, at arbejdsgange optimeres gennem automatisering, fx ved at etablere en webshop, indføre elektronisk ordrehåndtering mv.

Undersøgelsen viser, at for næsten to ud af tre (64 pct.) af Dansk Erhvervs medlemmer i engroshandlen har digitalisering fået en større plads i strategien eller forretningsplanerne som følge af corona. På længere sigt forventer knap halvdelen (46 pct.) af virksomhederne, at digitalisering vil få en *central* plads i strategien eller forretningsplanerne, da der forventes et generelt niveauløft af online-salg og -aktiviteter. Derfor vil mange fremadrettet have fokus på fortløbende investeringer i digitalisering, både back-office og salg. Hele 27 pct. af virksomhederne har allerede fremrykket eller øget investeringer i digitalisering som følge af corona.

Der er dog fortsat barrierer for engrosvirksomhedernes digitale udvikling. De barrierer, som flest virksomheder peger på, er manglende it- og digitale kompetencer internt i virksomheden og knappe økonomiske ressourcer til digitaliseringsprojekter.

### Mere end hver fjerde har fremrykket/øget investeringer i digitalisering pga. corona

B2B-virksomhederne har generelt været længere tid om at etablere salg via digitale kanaler sammenlignet med virksomheder, der sælger direkte til private forbrugere.<sup>ii</sup> Det skyldes blandt andet, at det kan være komplekst for B2B-virksomhederne at opbygge digitale systemer, som kan håndtere mange forskellige kunders forskelligartede behov og ønsker til fx mængder, emballage, leveringsformer mv. I Dansk Erhvervs undersøgelse fra maj 2018 svarede omkring halvdelen (49 pct.) af vores B2B-medlemmer i engroshandlen, at de havde salg via digitale kanaler, mens 87 pct. havde direkte fysisk salg.<sup>iii</sup>

Restriktioner og opfordringer fra myndighederne i forbindelse med coronapandemien har i høj grad begrænset den fysiske kontakt i vores samfund og ændret forbrugernes og virksomhedernes adfærd. Det har engrosvirksomhederne også været mærket af. Det er derfor ikke overraskende, at over 80 pct. af Dansk Erhvervs engrosmedlemmer har aflyst messeaktiviteter pga. corona, mens over 70 pct. har ændret i sælgernes arbejdsform, fx væk fra fysisk salg, se figur 1.

Mere end hver fjerde (27 pct.) engrosvirksomhed har desuden fremrykket eller øget investeringer i digitalisering, både fx back-office og salg. Det gælder særligt for de mellemstore (50-249 medarbejdere) og store virksomheder (250+ medarbejdere). Blandt virksomheder med mindre end 50 medarbejdere har 24 pct. fremrykket eller øget investeringer i digitalisering, mens det gælder for ca. 40 pct. af virksomhederne med 50 eller flere medarbejdere (ikke vist her).

Figur 1: **Engrosvirksomhedernes tiltag, som de har taget pga. coronapandemien**



**Kilde:** Dansk Erhverv medlemsundersøgelse blandt engrosvirksomheder, december 2020

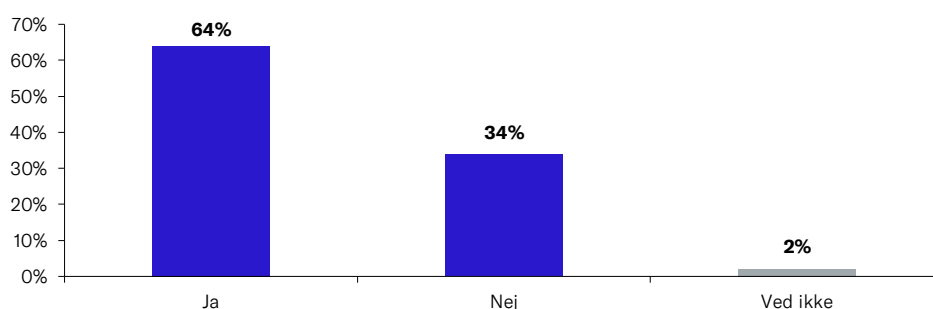
**Note:** n = 192. Det var muligt for virksomhederne at vælge flere elementer og tiltag. "Ved ikke" (1 pct.) fremgår ikke. Maksimal stikprøveusikkerhed: 7,1 pct. point.

Figur 1 viser desuden, at 49 pct. har ændret i salgsstrategier og 44 pct. har ændret i markedsføringsstrategier. Det tyder på, at flere engrosvirksomheder ændrer sine strategier, fx i en mere digital retning, hvilket bakkes op af resultaterne nedenfor.

### Central plads til digitalisering i engrosvirksomhedernes strategi og forretningsplaner

Næsten to ud af tre (64 pct.) af Dansk Erhvervs medlemmer i engroshandlen har angivet, at digitalisering har fået en større plads i strategien eller forretningsplanerne som følge af coronapandemien, se figur 2.

Figur 2: **Har digitalisering fået en større plads i strategien eller forretningsplanerne i din virksomhed som følge af coronapandemien?**



**Kilde:** Dansk Erhverv medlemsundersøgelse blandt engrosvirksomheder, december 2020

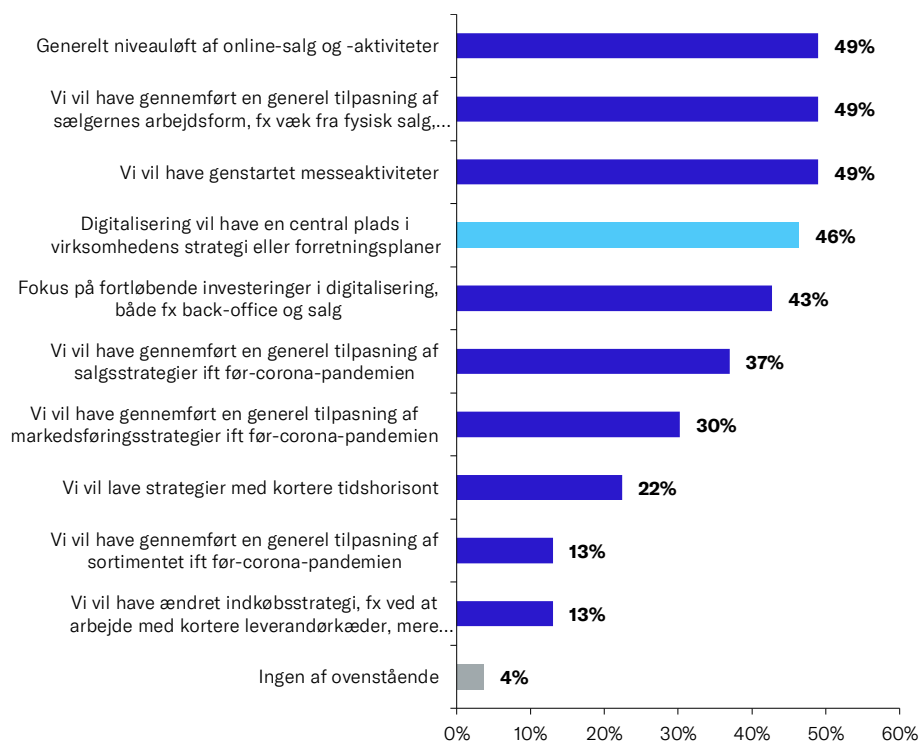
**Note:** n = 192. Maksimal stikprøvesikkerhed: 7,0 pct. point.

I forlængelse heraf viser undersøgelsen, at knap halvdelen af virksomhederne (46 pct.) forventer, at digitalisering vil have en *central* plads i virksomhedens strategi eller forretningsplaner på længere sigt (ca. 3 år), se figur 3. 43 pct. svarer også, at en forventet effekt af coronapandemien er, at de på længere sigt vil have fokus på fortløbende investeringer i digitalisering, både fx back-office og salg. Det giver god mening, da figur 3 også viser, at omkring halvdelen (49 pct.) forventer et generelt niveauløft af online-salg og -aktiviteter på længere sigt som følge af coronapandemien. Det er også omkring halvdelen af virksomhederne, der angiver, at de vil have gennemført en generel tilpasning af sælgernes arbejdsform, fx væk fra fysisk salg og mere online aktivitet.

Med engrosvirksomhedernes digitale ambitioner er der god grobund for at ruste forretningen til den digitale fremtid med endnu stærkere produkter og løsninger.<sup>iv</sup>

Dog kan digitaliseringen ikke stå alene for alle engrosvirksomhederne. Undersøgelsen viser, at omkring halvdelen (49 pct.) forventer at genstarte sine messeaktiviteter. Dermed vil mange virksomheder i engroshandlen også fremover tilbyde sine virksomhedskunder en direkte kontakt med en fysisk salgsperson, som kan rådgive dem om produkter og hjælpe med at levere de eksakte mængder eller produkttyper, som kunden har brug for.<sup>v</sup>

Figur 3: **Forventede effekter af coronapandemien for engrosvirksomhederne på længere sigt (ca. 3 år)**



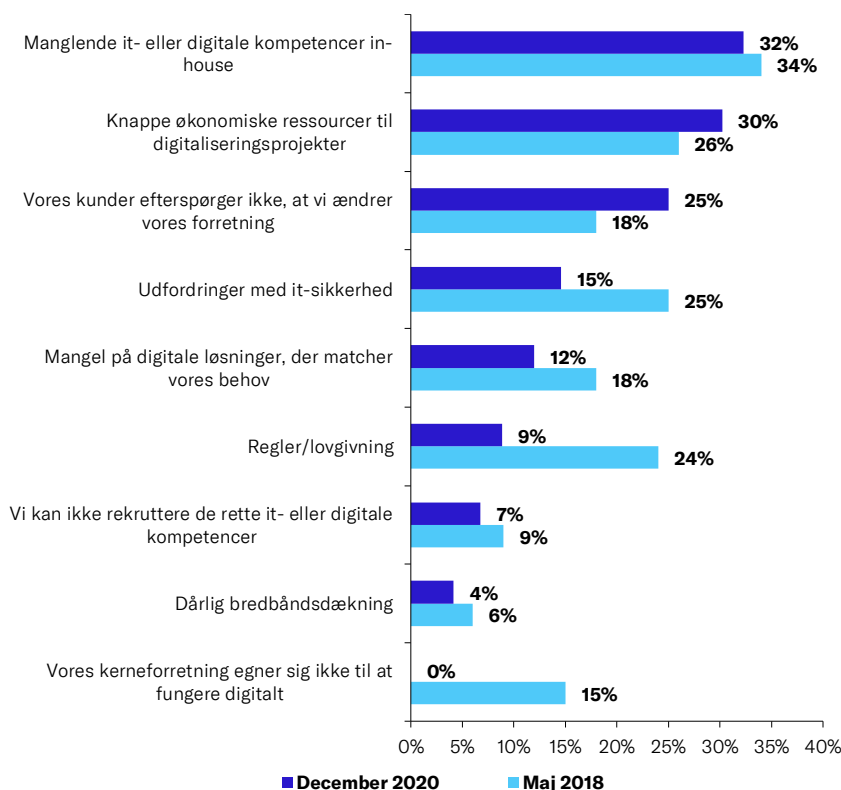
**Kilde:** Dansk Erhverv medlemsundersøgelse blandt engrosvirksomheder, december 2020

**Note:** n = 192. Det var muligt for virksomhederne at vælge flere forventede effekter. "Ved ikke" (3 pct.) fremgår ikke. Maksimal stikprøveusikkerhed: 7,1 pct. point.

#### **Mangel på it- og digitale kompetencer internt er en barriere for digital udvikling**

Virksomhederne har høje digitale ambitioner, men den digitale udvikling kommer ikke uden barrierer. Næsten hver tredje virksomhed (32 pct.) angiver, at manglende it- eller digitale kompetencer internt i virksomheden er en barriere for deres digitale udvikling, se figur 4. Dette er på niveau med Dansk Erhvervs undersøgelse fra maj 2018.

Figur 4: **Engrosvirksomhedernes opfattelse af barrierer for digital udvikling i deres virksomhed**



**Kilde:** Dansk Erhverv medlemsundersøgelse blandt engrosvirksomheder, december 2020

**Note:** n (2020) = 192, n (2018) = 152. Det var muligt for virksomhederne at vælge flere barrierer. "Andre" (7 pct./5 pct.) og "Ved ikke" (14 pct./15 pct.) fremgår ikke. Maksimal stikprøveusikkerhed: 6,9 pct. point.

Dertil angiver 30 pct. af Dansk Erhvervs medlemmer i engroshandlen, at knappe økonomiske ressourcer til digitaliseringsprojekter er en barriere for digital udvikling. Det er også på niveau med maj 2018.

I analysen fra 2018 angav hver fjerde, at udfordringer med it-sikkerhed og regler/lovgivning var en barriere for digital udvikling. I undersøgelsen fra december 2020 gælder det for hhv. 15 pct. og 9 pct. af engrosvirksomhederne. Det er positivt, at flere virksomheder har fået styr på denne udfordring i løbet af de seneste par år.

Det er desuden værd at bemærke, at 15 pct. af engrosvirksomhederne i maj 2018 har angivet, at virksomhedens kerneforretning ikke egner sig til at fungere digitalt. I dag er der 0 pct. af virksomhederne, der angiver dette. Det underbygger endnu engang, at coronapandemien har sat ekstra skub i digitaliseringen hos engrosvirksomhederne og at flere kan se, at det vil skabe værdi for dem – også på længere sigt.

### **Om dette notat**

Arbejdet med analysenotatet er afsluttet den 4. februar 2021.

### **Om Dansk Erhvervs medlemsundersøgelser**

Dansk Erhverv har foretaget en medlemsundersøgelse, som afdækker digitalisering i engrossektoren som følge af coronapandemien. Der er 192 engrosvirksomheder, som har svaret på undersøgelsen. Engrosvirksomheder defineres som virksomheder, der er angivet med branchekode "Engroshandel" i Danmarks Statistik eller som selv har angivet "Engroshandel" som primær branche.

### **Om Dansk Erhvervs Analysenotater**

Dansk Erhverv udarbejder løbende analyser, som samles i analysenotater. Ambitionen er at udgøre et kvalificeret og anvendeligt beslutningsgrundlag i forhold til væsentlige, aktuelle udfordringer på alle områder, som har betydning for dansk erhvervsliv og den samfundsøkonomiske udvikling. Det er tilladt at citere fra Dansk Erhvervs analysenotater med tydelig henvisning til Dansk Erhverv.

### **Kontakt**

Henvendelser angående Dansk Erhvervs politik på området kan ske til markedschef Lotte Engbæk Larsen på lel@danskerhverv.dk eller tlf. 3374 6121.

Henvendelser angående analysen kan ske til økonom Christine Sinkjær-Rasmussen chsi@danskerhverv.dk eller på tlf. 3374 6156.

### **Noter**

<sup>i</sup> Den digitale b2b-virksomhed, Dansk Erhverv, maj 2018, s. 8: <https://www.danskerhverv.dk/siteassets/media-folder/dokumenter/04-politik/for-2020/politik-og-analyser/den-digitale-b2b-virksomhed-2018.pdf>

<sup>ii</sup> Den digitale b2b-virksomhed, Dansk Erhverv, maj 2018, s. 8: <https://www.danskerhverv.dk/siteassets/media-folder/dokumenter/04-politik/for-2020/politik-og-analyser/den-digitale-b2b-virksomhed-2018.pdf>

<sup>iii</sup> Den digitale b2b-virksomhed, Dansk Erhverv, maj 2018, s. 8: <https://www.danskerhverv.dk/siteassets/media-folder/dokumenter/04-politik/for-2020/politik-og-analyser/den-digitale-b2b-virksomhed-2018.pdf>

<sup>iv</sup> <https://www.danskerhverv.dk/politik-og-analyser/engroshandel/> og <https://www.danskerhverv.dk/politik-og-analyser/engroshandel/digitalisering-af-b2b/>

<sup>v</sup> Den digitale b2b-virksomhed, Dansk Erhverv, maj 2018, s. 8: <https://www.danskerhverv.dk/siteassets/media-folder/dokumenter/04-politik/for-2020/politik-og-analyser/den-digitale-b2b-virksomhed-2018.pdf>