Growth
from
Knowledge

Analyse af effekten af tilbudsaviser

GfK Consumer Panel,
Advanced Solutions, Nordics

01/04-2022

Simon Bugge Jensen & Nicklas Petersen

Indhold og baggrund

- Udvikling i effekten af tilbudsaviser
- Hvad vil en husstand spare ved at bruge tilbudsaviser?
- Hvilken effekt har tilbudsavisen for dagligvarekæderne?
- Hvordan benytter de danske forbrugere tilbudsavisen?
- Hvad betyder de stigende priser for danskernes dagligvareforbrug?

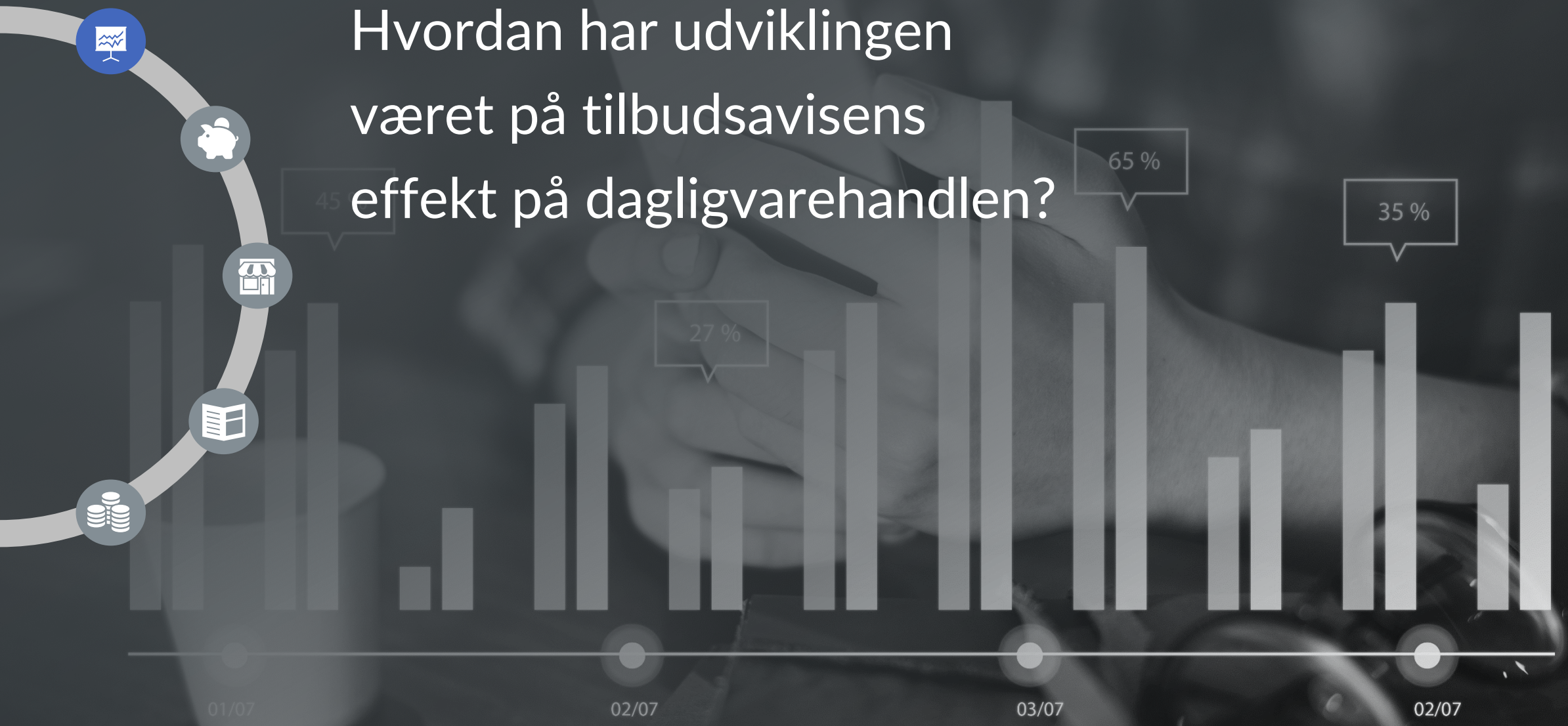
Baggrund for analysen

FK Distribution er interesseret i at vide mere om de danske forbrugeres brug af tilbudsaviser, deres effekt på indkøbsadfærden og hvad man som forbruger potentielt kan spare ved udelukkende at handle ud fra tilbudsaviserne.

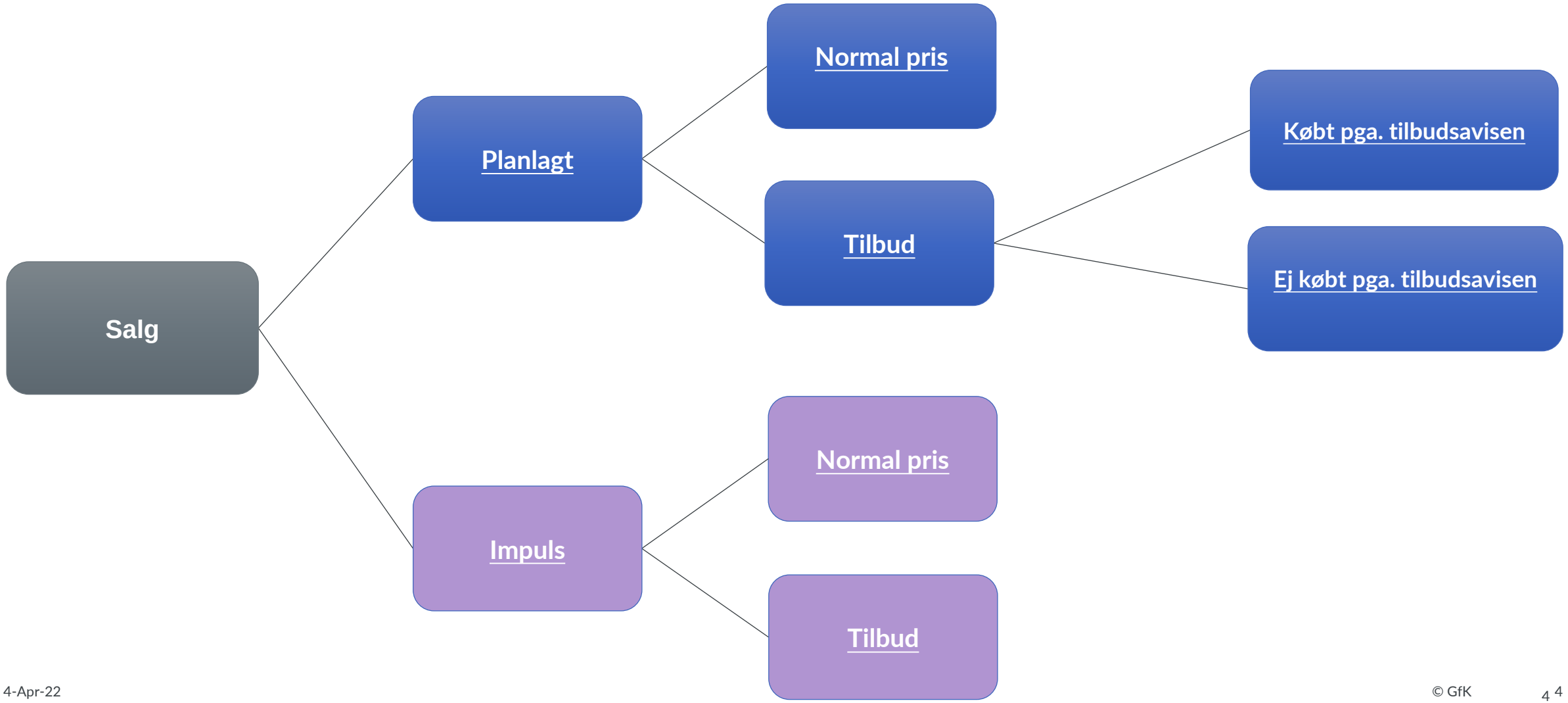
Til at forstå dette har GfK udarbejdet en analyse med udgangspunkt i data fra GfK Consumer Panel, hvor der både analyseres på adfærdsdata samt inklusion af spørgeskemadata fra GfKs baggrundsskema samt løbende trendanalyser.

© GfK

Hvordan har udviklingen været på tilbudsavisens effekt på dagligvarehandlen?

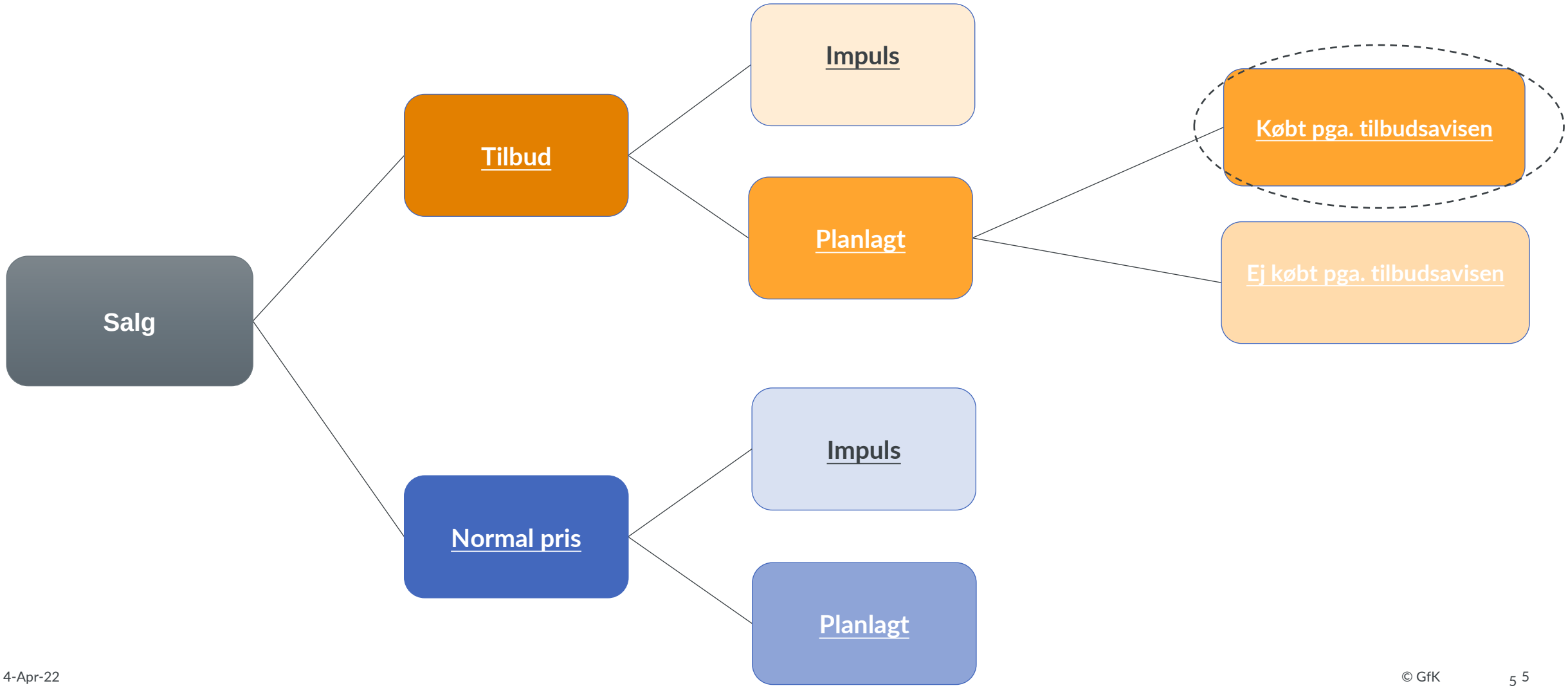


GfK Decision Routes



© GfK

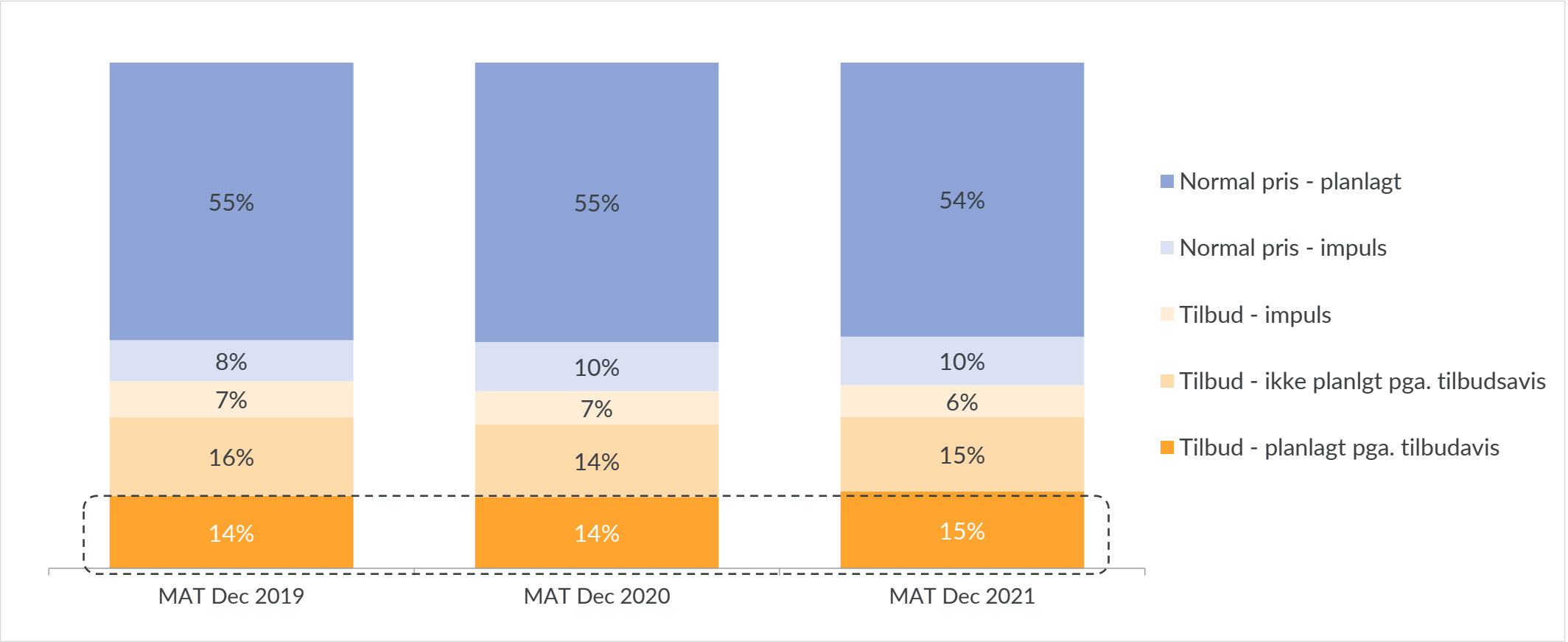
Tilpasset oversigt over GfK Decision Routes



© GfK

I 2021 steg værdiandelen af alle dagligvarer købt via tilbudsavisen til 15%

Decision Routes - Værdiandele ud af det totale dagligvaremarked

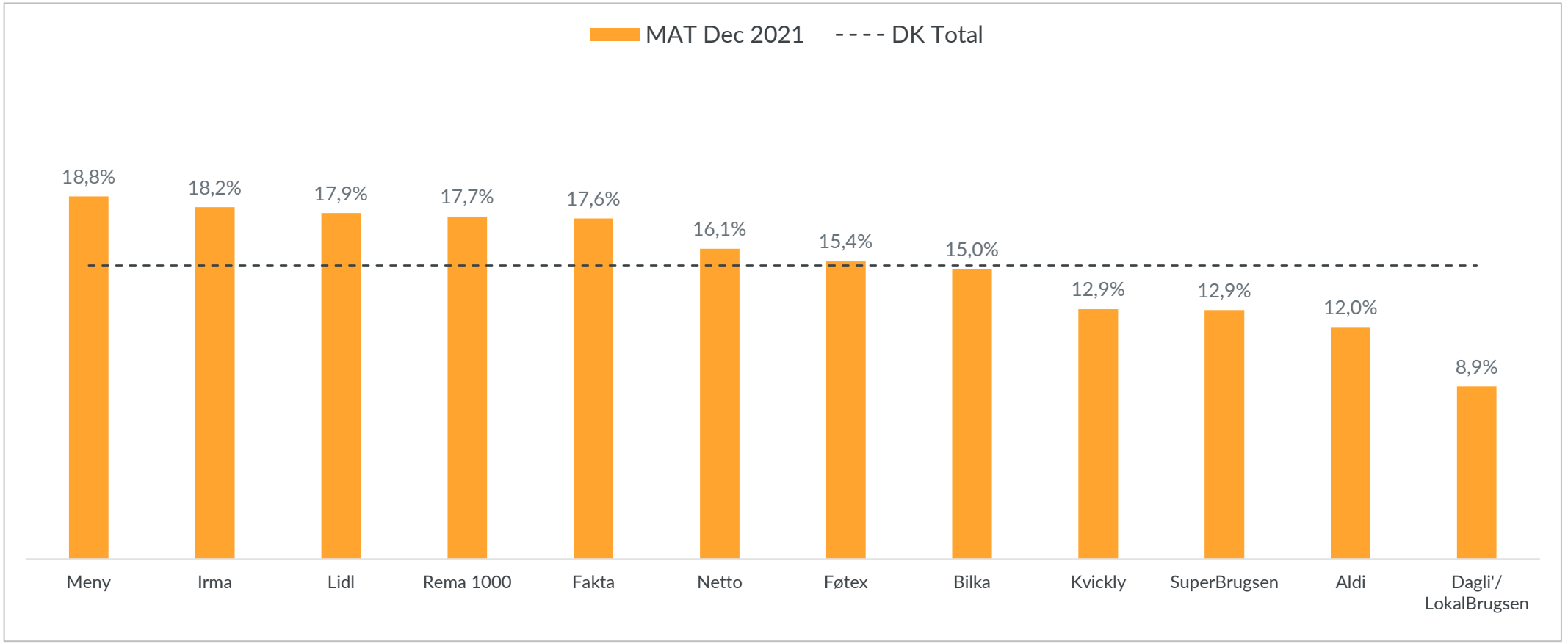


GfK Consumer Panel DK – MAT Dec 2019 - MAT Dec 2021

© GfK

Der er relativ stor forskel på effekten af tilbudsavisen både blandt discountbutikker og supermarkeder

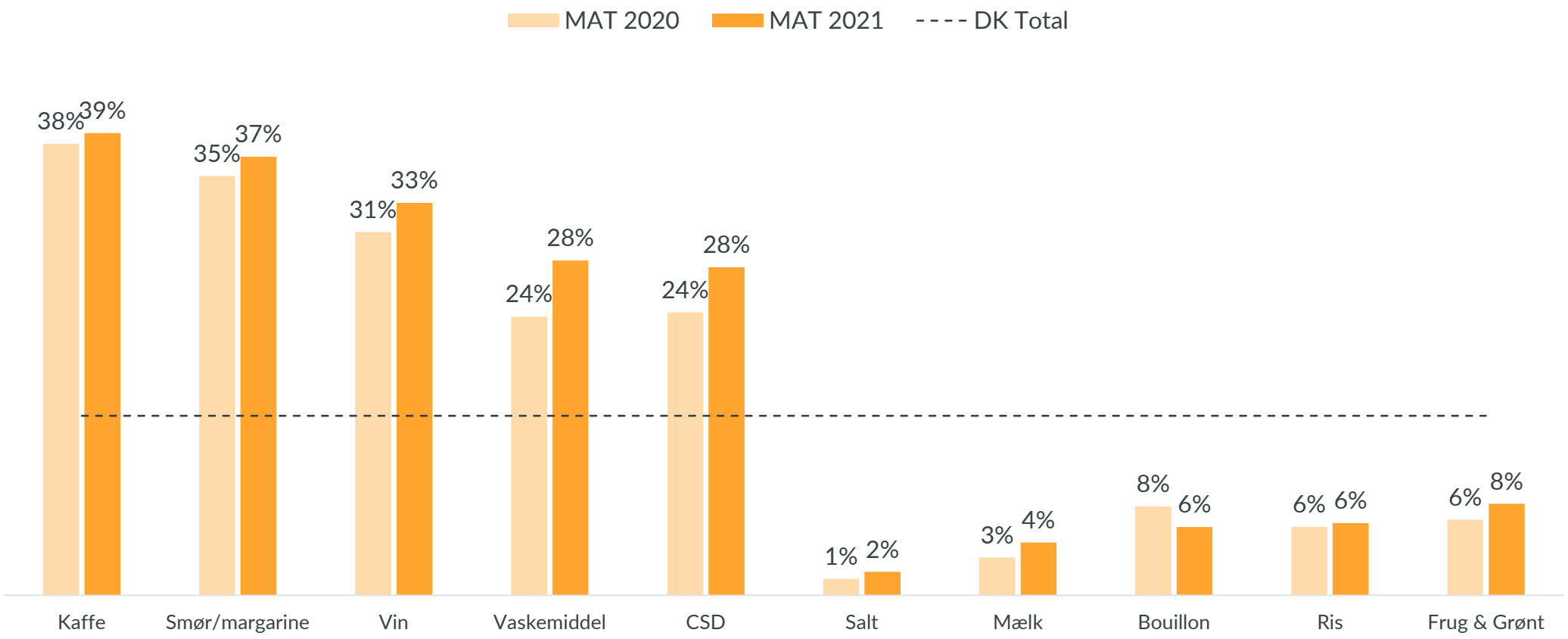
Værdiandel af "Planlagt tilbud pga tilbudsavisen" på kædeniveau



© GfK

Kaffe er den kategori, der oftest bliver købt som følge af tilbud i tilbudsavisen

Værdiandel af "Planlagt tilbud pga. tilbudsavisen" på kategoriniveau – Top 5/Bund 5



© GfK

Hvor meget kan danske forbrugere, der benytter tilbudsavisen, spare om året?

Beskrivelse af analysens metode

Analysens formål

Analysens formål er at påvise, hvor meget en dansk husstand kan spare på indkøb af dagligvarer, hvis man tænker sig, at der udelukkende købes ind via de tilbud man finder i tilbudsaviserne. Besparelsen beregnes i mod normalprisen – dvs. den pris der betales når en vare ikke er på tilbud i avisen.

Metode

Hver af de 3000 husstande i GfKs husstandspanel scanner deres indkøb af dagligvarer og oplyser på SKU-niveau, hvor indkøbet er foretaget, prisen på varen, om købet var planlagt, om det var på tilbud, og om det var købt fordi det var i tilbudsavisen.

Den gennemsnitlige besparelse beregnes pr. kategori på gennemsnitsprisen betalt pr. volumenenhed og besparelsen korrigeres for kategoriens værdi.

Besparelserne akkumuleres på tværs af 100 kategorier, og betegnes som besparelse på dagligvarer total.

Dagligvarer total er defineret som alle fødevarer inklusiv hygiejneprodukter, husholdningsprodukter og drikkevarer.

Udover at se på, hvad den gennemsnitlige danske husstand kan spare ved at handle alle dagligvarer på tilbud fra tilbudsavisen, vil der også blive beregnet, forskellige demografiske segmenters gennemsnitlige årlige besparelse.

© GfK

I snit kan en dansk husstand spare 11.620 kr., hvis de køber alle deres dagligvarer på tilbud fra tilbudsavisen

Hvad sparer danskerne ved at bruge tilbudsaviser?

	Besparelse i procent hvis dagligvarer udelukkende købes via tilbudsavis	Gns. Månedligt forbrugt på dagligvarer	Gns. Årligt forbrug på dagligvarer	Årlig besparelse hvis alle dagligvarer købes via tilbudsavis
TOTAL	-25,14%	3.852 kr.	46.219 kr.	11.620 kr.
Op til 300.000 kr/år	-25,31%	3.007 kr.	36.078 kr.	9.131 kr.
300.000-699.999 kr/år	-24,50%	4.386 kr.	52.636 kr.	12.893 kr.
+700.000 kr/år	-28,10%	4.894 kr.	58.729 kr.	16.500 kr.
Med børn i husstanden	-27,30%	4.821 kr.	57.848 kr.	15.791 kr.
Uden børn i husstanden	-25,16%	3.513 kr.	42.159 kr.	10.608 kr.
1 Person HH	-26,05%	2.629 kr.	31.546 kr.	8.217 kr.
2 Person HH	-23,42%	4.309 kr.	51.711 kr.	12.109 kr.
3 Person HH	-25,10%	4.489 kr.	53.863 kr.	13.520 kr.
4+ Person HH	-30,08%	5.353 kr.	64.234 kr.	19.322 kr.
By Kommune	-25,82%	3.815 kr.	45.782 kr.	11.821 kr.
Land Kommune	-23,68%	3.937 kr.	47.248 kr.	11.188 kr.

Samlet set vil alle danske husstande kunne opnå en besparelse på 32 mia. kr., hvis alle dagligvarer bliver købt efter at have set det i tilbudsavisen.

Det er i højere grad børnefamilier, som vil kunne spare mest ved at handle alle deres dagligvarer via tilbud fra tilbudsavisen.

© GfK

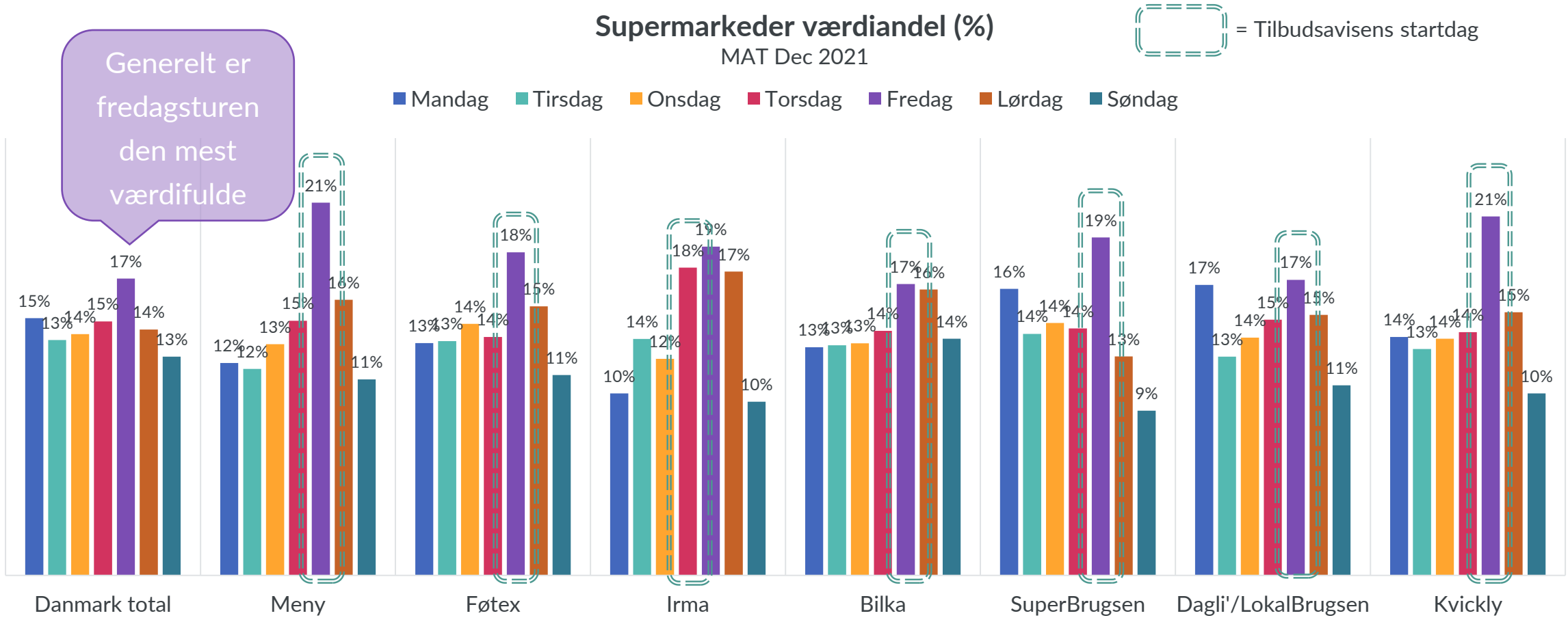
Hvilken effekt har tilbudsavisen for de danske dagligvarebutikker?

Oversigt over dagligvarekædernes startdag på tilbudsaviser

Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Fakta	Aldi	Netto	Rema 1000
Irma	Bilka		Lidl
	Føtex		
	Kvickly		
	Dagli'Brugsen		
	Meny		
	SupreBrugsen		

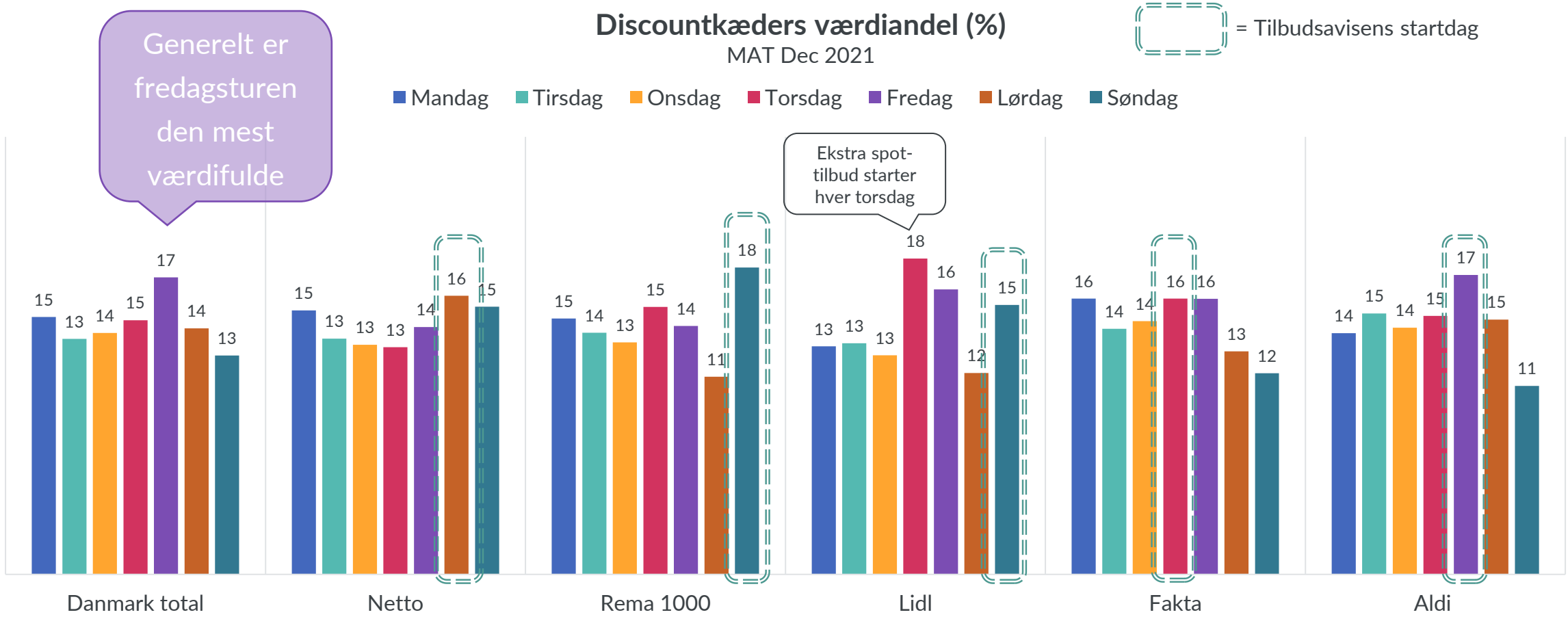
© GfK

Fredag er den største indkøbsdag, men der ses generelt et løft de dage, hvor tilbudsavisen starter



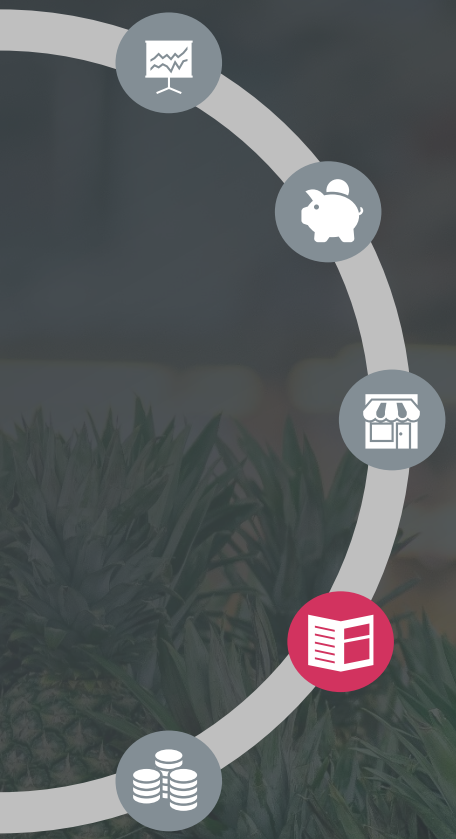
© GfK

Også blandt discountbutikkerne oplever kæderne et løft de dage, hvor tilbudsavisen starter



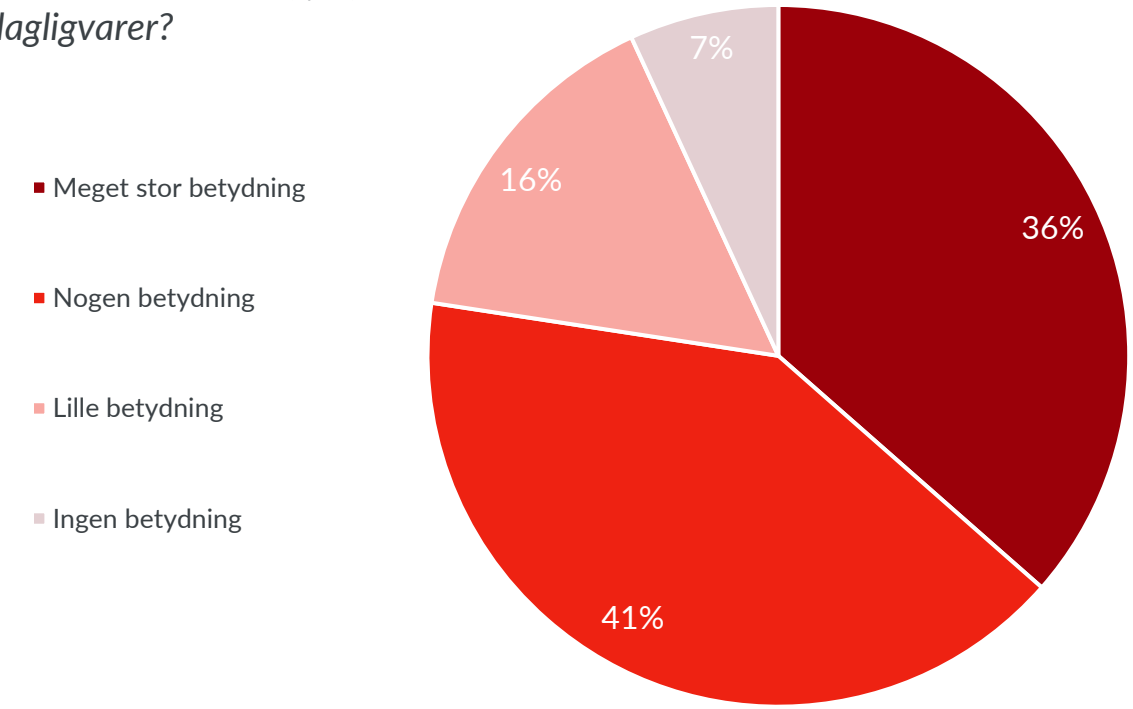
© GfK

Hvordan benytter de danske forbrugere tilbudsavisen?



Mere end 1/3 af forbrugerne siger at tilbudsaviser har meget stor betydning for hvor man handler dagligvarer

Hvor stor betydning har de tilbud, som du ser i tilbudsaviserne, for, hvor du handler dagligvarer?



Hvem siger det har stor betydning?

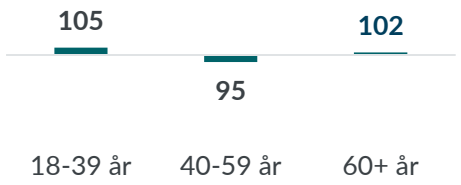
Hvor stor betydning har de tilbud, som du ser i tilbudsaviserne, for, hvor du handler dagligvarer?
Base: Alle, n=2.308

© GfK

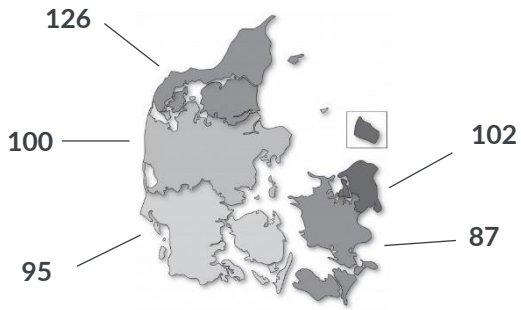
Det er i højere grad de mest prisbevidste, husstande med lav indkomst, børnefamilier og nordjyder, der tillægger tilbudsavisen stor betydning

Profilering af shoppere, hvor tilbudsavisen har meget stor betydning for deres indkøbstur

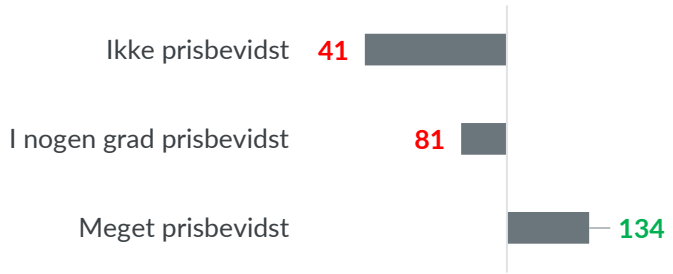
Alder



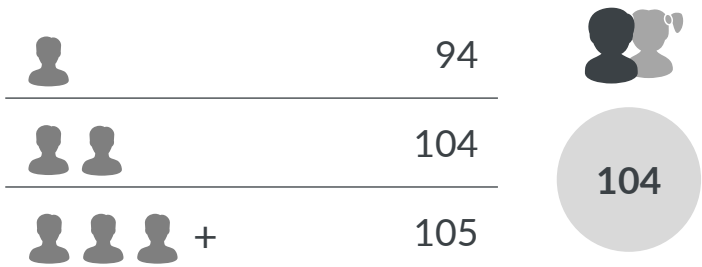
Region



Prisbevidsthed

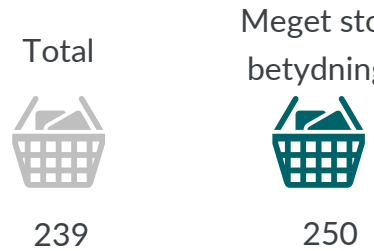


Personer og børn i husstanden



Husstandsindkomst

Antal indkøbsture pr. år



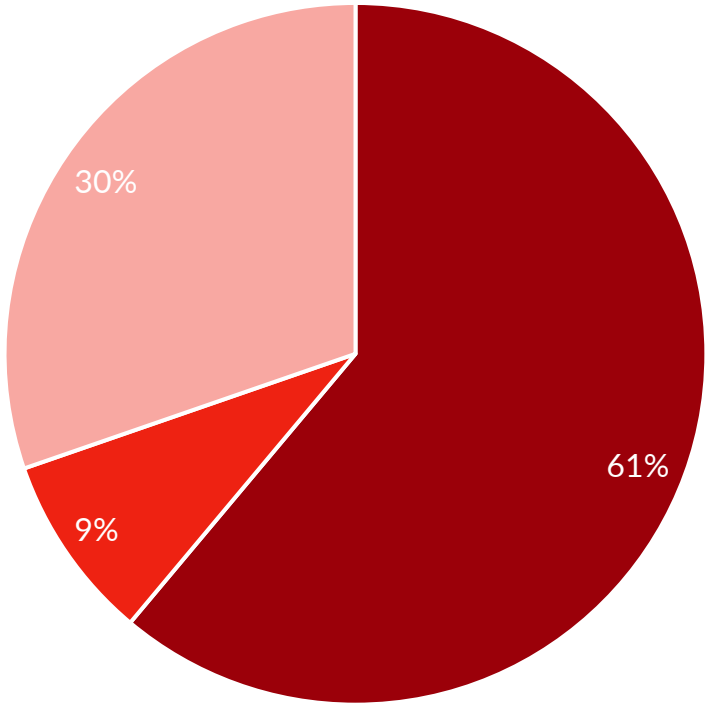
GfK Consumer Panel, MAT December 2021 – Buyer Share indekseret

© GfK

Den altovervejende grund til at læse tilbudsaviser er for at spare penge i dagligdagen

Hvilke af de disse udsagn passer på din oplevelse af tilbudsaviser?

- Jeg læser tilbudsaviser for at spare penge i dagligdagen
- Jeg vil sikre at min faste butik har et rimeligt prisniveau
- Jeg hygger mig med at læse tilbudsaviser



Hvem læser tilbudsaviser for at spare penge i dagligdagen?

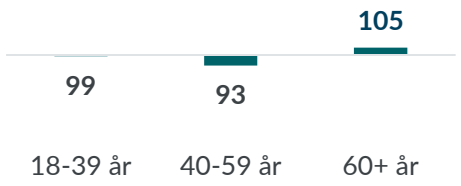
Hvilke af de disse udsagn passer på din oplevelse af tilbudsaviser?
Base: Brugere af tilbudsavis, n=2030

© GfK

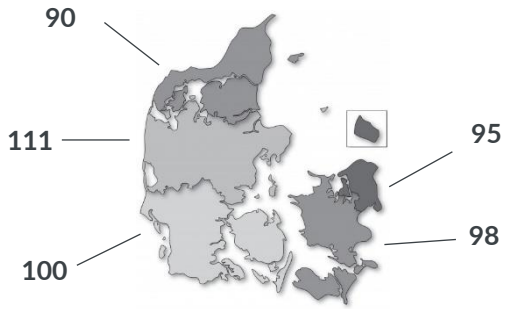
Det er primært de prisfølsomme forbrugere og lavere indkomster, som bruger tilbudsavisen for at spare penge i dagligdagen

Profilering af shoppere, som læser tilbudsavisen for at spare penge i dagligdagen

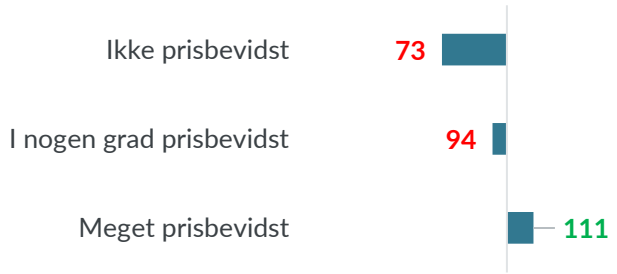
Alder



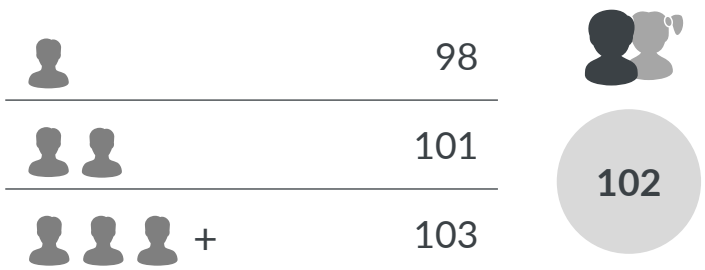
Region



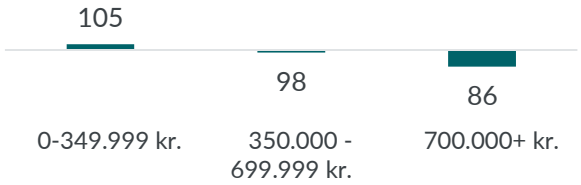
Prisbevidsthed



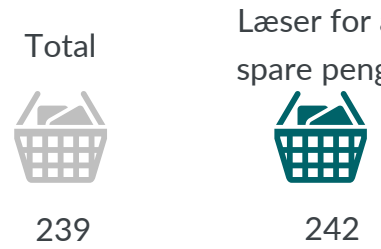
Børn i husstanden



Husstandsindkomst



Antal indkøbsture pr. år



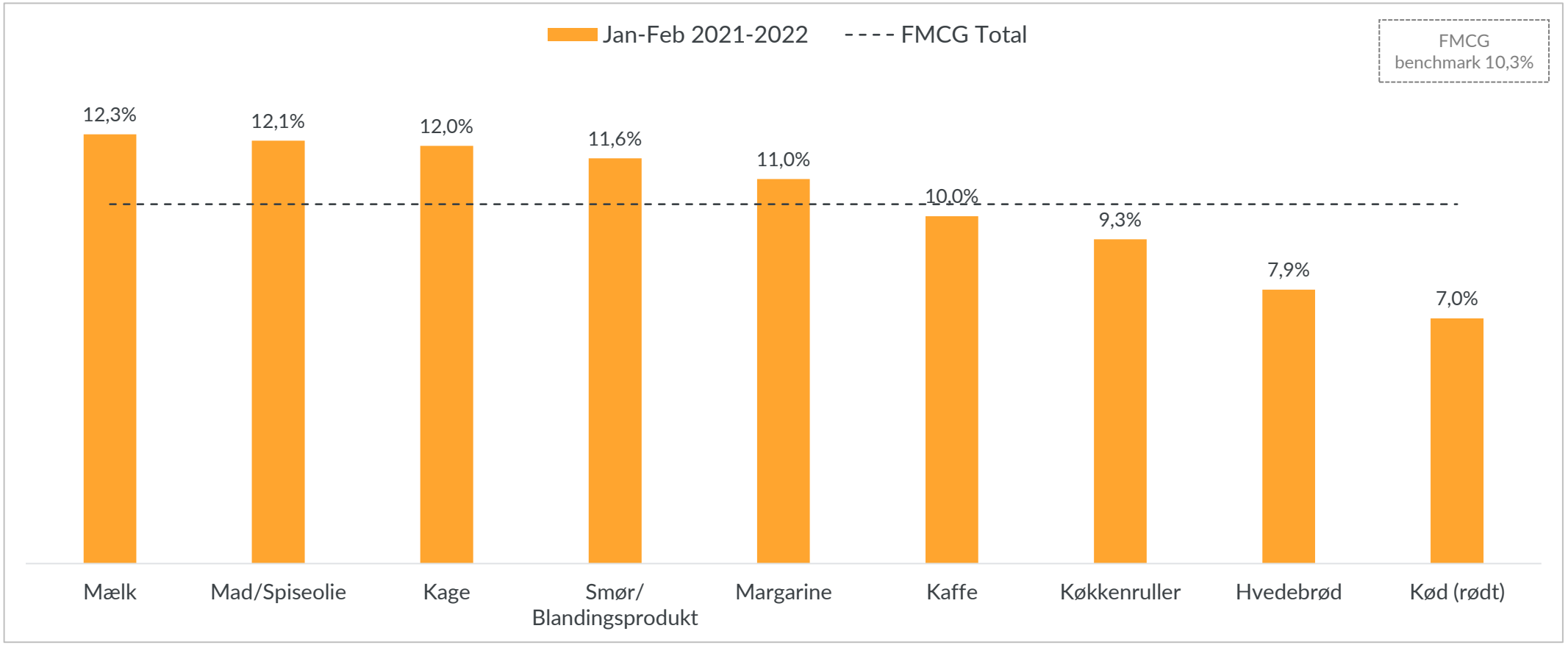
GfK Consumer Panel, MAT December 2021 – Buyer Share indekseret

© GfK

Hvilken betydning får den stigende inflation på forbrugernes indkøb af dagligvarer?

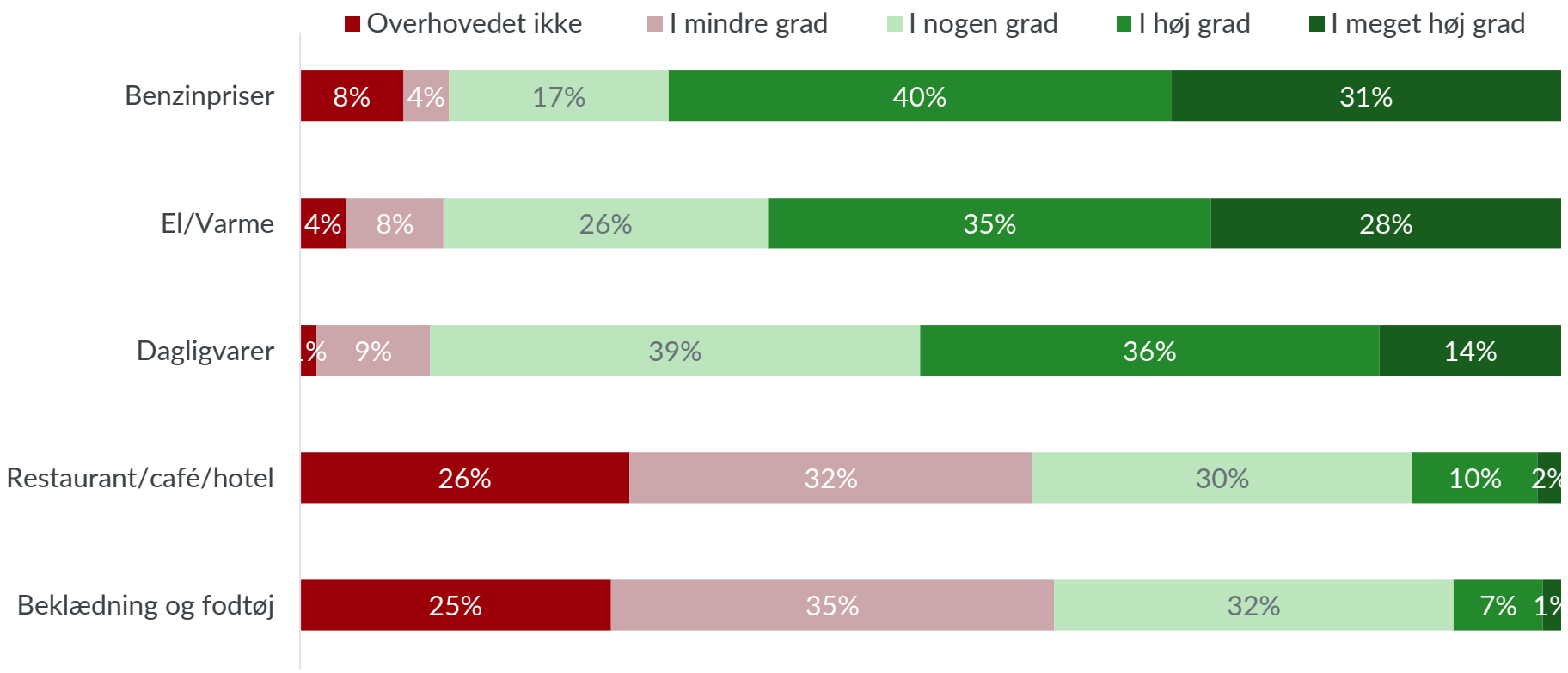
Siden januar sidste år er FMCG priserne steget 10%, hvor specielt mælk og spiseolie er mest påvirket af inflationen

Inflation på FMCG markedet



© GfK

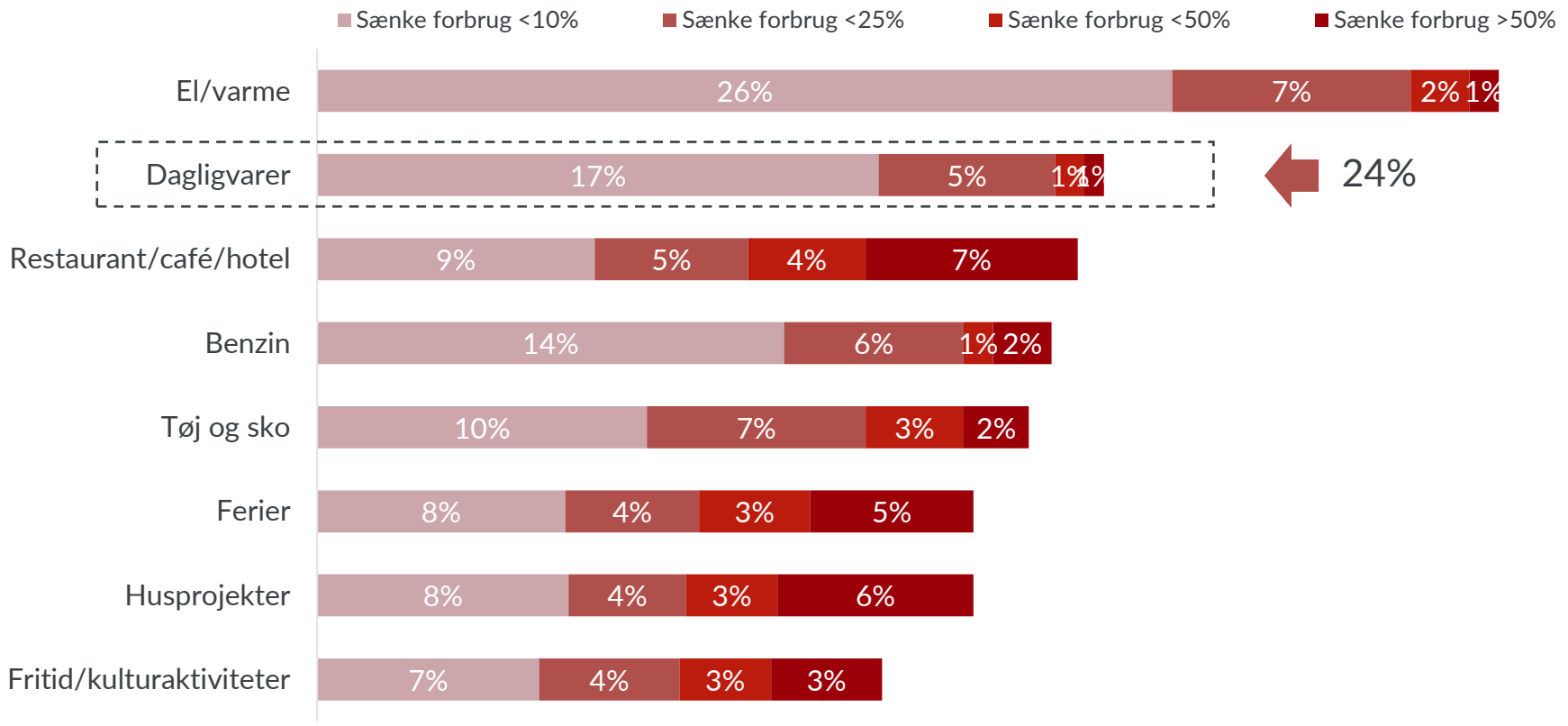
Halvdelen af købere har allerede i høj grad oplevet prisstigninger på dagligvarer



A01 [S per statement] I hvilken grad har du oplevet stigende priser på følgende varer og tjenester de seneste par måneder?
Base: Alle n= 1.895

© GfK

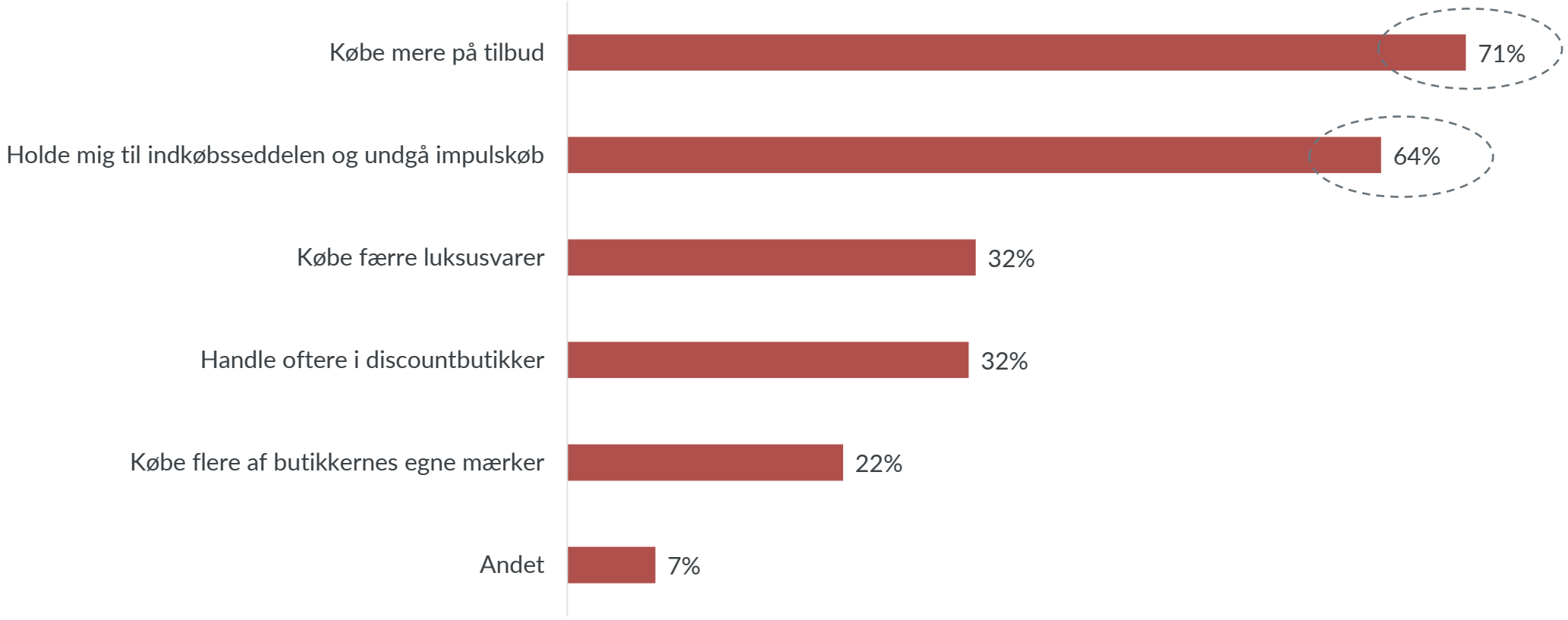
Dagligvarer er et af de områder, hvor flest danskere ønsker at sænke deres forbrug



A04 [S per statement] Hvordan forventer du, at din husstands forbrug på følgende varer og tjenester vil udvikle sig i den nærmeste fremtid?
Base: Alle n= 1.895

© GfK

71% af de forbrugere der ønsker at skære I deres dagligvarer forbrug vil gøre dette ved at købe mere på tilbud



A05 [M] Du svarede i foregående spørgsmål, at du forventede at sænke dit forbrug af dagligvarer. Hvordan forventer du, at det vil ændre dine indkøb af dagligvarer?
Base: Forventer at skære ned på forbruget af dagligvarer, n= 457

© GfK

Opsummering

- Værdiandelen af alle dagligvarer købt via tilbudsavisen steg i 2021 til 15%
- Bland kæderne er der ganske stor forskel på hvor stor effekt tilbudsavisen har
  - Meny ligger i top med ca. 19%, mens Dagli'Brugsen har den laveste andel på ca. 9%
- Kaffe og vin er blandt de kategorier der oftest bliver købt som resultat af at være set i tilbudsavisen

- Det kan være særdeles effektivt at benytte tilbudsavisen, når man handler dagligvarer. Hvis alle dagligvarer blev købt efter at have set det i tilbudsavisen, ville en dansk husstand kunne spare 11.620 kr. om året

- Inflationen har ramt de danske forbrugere. 50% siger de i høj grad har bemærket prisstigninger på dagligvarer og 24% af dem planlægger at skære ned på deres dagligvareforbrug i den kommende tid. Af dem vil 71% gøre dette ved at købe flere dagligvare på tilbud, hvor tilbudsavisen alt andet lige vil spille en vigtig rolle

Growth
from
Knowledge

Growth from Knowledge