

## ANALYSENOTAT

# Dagligvaresalget på nettet fortsætter fremgangen

▼ AF CHEFKONSULENT MALTHER MUNKØE

### Andelen som køber dagligvarer eller madvarer på nettet stiger fortsat

Nye tal som Danmarks Statistik lige har udgivet viser, at e-handlen med dagligvarer og fødevarer fortsat er i vækst.

Tallene er baseret på en survey med 6.200 respondenter, der udgør et repræsentativt udsnit af befolkningen. Dette store datamateriale giver en grundig indsigt i salget af dagligvarer og madvarer på nettet.

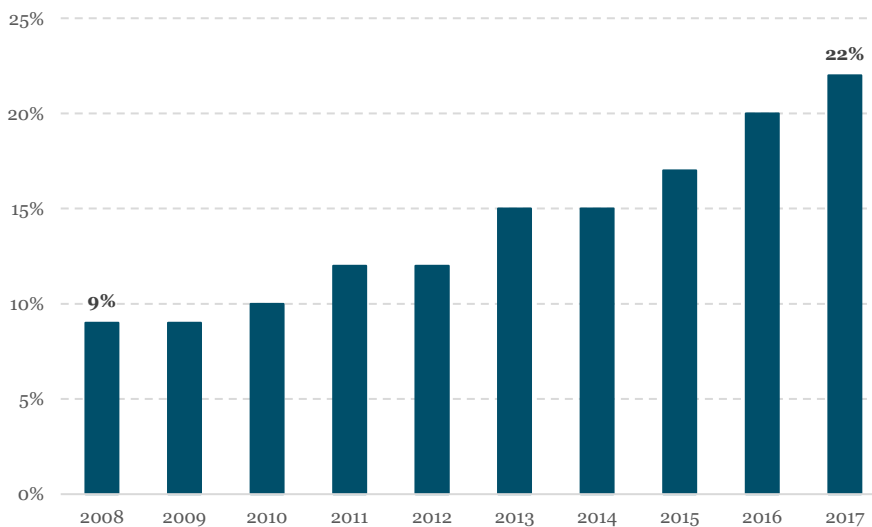
Danmarks Statistiks tal viser klart, at salget af madvarer/dagligvarer på nettet fortsætter med at "boome". Fra 2016 til 2017 steg andelen fra 20 pct. til 22 pct. Tilbage i 2014 var andelen blot 15 pct., og i 2008 var det 9 pct.

22 pct. af de e-handlende har købt dagligvarer eller madvarer på nettet.

For små ti år siden var det blot 9 pct.

Figur 1

### Andel af danskere, der har e-handlet inden for de seneste år, som har købt dagligvarer/madvarer på nettet



Kilde: Danmarks Statistik, juni 2017

## Stor forbrugspost

Dagligvarer og fødevarer er naturligt nok en af de største poster i vores husstandsbudgetter. Alene husstandenes forbrug af fødevarer, drikkevarer og tobak udgjorde i 2016 i alt ca. 140 mia. kr., jf. tabellen nedenfor. Salget af fødevarer og dagligvarer udgør i alt knap halvdelen af den danske detailhandels samlede omsætning. Langt det meste købes dog i fysiske butikker. Danmarks Statistiks tal siger ikke direkte noget om beløb, kun andel af de e-handlende som har købt en bestemt varetype. En analyse fra Dansk Erhverv viste i 2016 at omsætningen af dagligvarer på nettet udgjorde ca. 2,5 mia. kr. (Dansk Erhvervs Perspektiv nr. 19, 2016).

Når e-handlen med dagligvarer og fødevarer ikke for alvor har opnået store volumener, blandt andet fordi disse varetyper ofte har behov for nedkøling og særlig behandling i øvrigt, og der ofte er tale om varetyper en husstand har brug for at få hurtigere end de par dages transporttid, e-handel ofte er forbundet med. Et af de store spørgsmål omkring e-handlens fremtidige omfang og udvikling er derfor, i hvor høj grad det vil slå igennem inden for fødevarer- og dagligvareområdet. Potentialet er derfor betydeligt, hvis de e-handlende koncepter kan knække koden og for alvor vinde indpas på fødevarer- og dagligvarehandlen.

Tabel 1

### Danske husholdningers samlede forbrug i mia. kr.

	Forbrug i danske husholdninger
I alt	954,6
Fødevarer	95,4
Drikkevarer og tobak mv.	46,4
Beklædning og fodtøj	38,8
Boligbenyttelse	226,9
Elektricitet, gas og andet brændsel	54,9
Boligudstyr, husholdningsudstyr og vedligeholdelse heraf	46,0
Medicin, lægeudgifter o.l.	27,7
Køb af køretøjer	36,3
Anden transport og kommunikation	97,9
Fritidsudstyr, underholdning og rejser	102,7
Andre varer og tjenester	181,7

Kilde: Danmarks Statistik, juni 2017

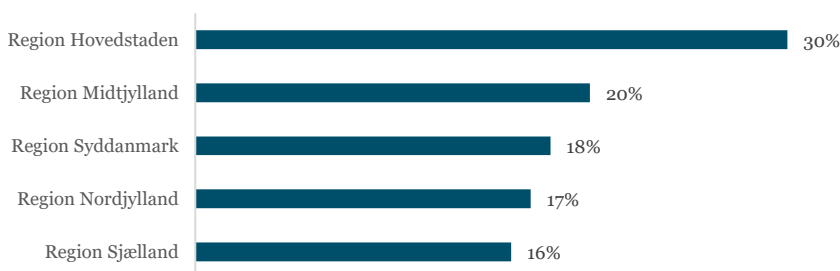
Forbrugerne køber dagligvarer og fødevarer for meget store milliardbeløb, så potentialet er stort hvis e-handlerne kan knække koden på disse varesortimenter

E-handel med dagligvarer og madvarer er væsentligt mere udbredt i Region Hovedstaden end i de øvrige regioner. Andelen af e-handlere, som køber dagligvarer eller madvarer over nettet, er således dobbelt så højt i Region Hovedstaden som i Region Sjælland.

Det er ikke overraskende, da centrale e-handelsaktører inden for dagligvare- og madvareområdet ikke tilbyder landsdækkende udbringning, men kun opererer i større byområder. Det bliver interessant at følge, i hvor høj grad e-handlen inden for dagligvare- og madvaresegmenterne med tiden vil være i stand til at få et større gennembrud og drive en fornuftig forretning også uden for de større byer.

Figur 2

**Andel af danskere, der har e-handlet inden for de seneste år, som har købt dagligvarer/madvarer på nettet fordelt på region**



Især personer bosat i Region Hovedstaden og personer med videregående uddannelse køber varer på nettet

Kilde: Danmarks Statistik, juni 2017

Det er især de højtuddannede, som e-handler dagligvarer og madvarer. Næsten hver e-handlende person som har en videregående uddannelse har gjort det, mens det blot er halvt så mange af de e-handlende, som har en grundskoleuddannelse, som har e-handlet mad/dagligvarer.

Figur 3

**Andel af danskere, der har e-handlet inden for de seneste år, som har købt dagligvarer/madvarer på nettet fordelt efter højest fuldførte uddannelse**



Kilde: Danmarks Statistik, juni 2017

Det er især personer i 20-59 årsalderen, der e-handler dagligvarer og madvarer, mens det er noget mindre populært blandt de ældre e-handlere såvel som blandt de yngre. Sidstnævnte kan nok forklares med at mange unge stadig bor hjemme og derfor ikke står for husstandens indkøb. Det er givetvis også baggrunden for at andelen som har e-handlet dagligvarer og fødevarer er lidt højere blandt kvinder end mænd.

Tabel 2

**Andel af danskere, der har e-handlet inden for de seneste år, som har købt dagligvarer/madvarer på nettet fordelt efter alder og køn**

Andel, der har købt dagligvarer/madvarer på nettet	
I alt	22%
16-19 år	9%
20-39 år	25%
40-59 år	26%
60-74 år	14%
Kvinder	24%
Mænd	21%

Kilde: Danmarks Statistik, juni 2017

De yngre 20-39 årige og de midaldrende 40-59 årige e-handler lige meget dagligvarer og madvarer.

Derimod gør de helt unge og de ældre det i mindre omfang

#### ▼ OM DETTE NOTAT

*"Dagligvaresalget på nettet fortsætter fremgangen" er Dansk Erhvervs analysenotat nummer 30 i 2017. Redaktionen er afsluttet den 14. juli 2017.*

#### ▼ 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.*

#### ▼ KVALITETSSIKRING

*Troværdigheden af tal og analyser fra Dansk Erhverv er afgørende. Dansk Erhverv gennemfører egne spørgeskemaundersøgelser i overensstemmelse med de internationalt anerkendte guidelines i ICC/ESOMAR, og alle analyser og beregninger gennemgår en kvalitetssikring.*

#### ▼ KONTAKT

*Henvendelser angående analysens konklusioner kan ske til chefkonsulent Malthe Munkøe på [mmm@danskerhverv.dk](mailto:mmm@danskerhverv.dk) eller tlf. 3374 6510.*

*Henvendelser angående dagligvarer på nettet kan ske til politisk konsulent Jeppe Kongsbak på [jrk@danskerhverv.dk](mailto:jrk@danskerhverv.dk) eller tlf. 3374 6599.*