

8. december 2015

Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000 E info@lf.dk
F +45 3339 4141 W www.lf.dk

Julehandel kan også være grænsehandel

Highlights:

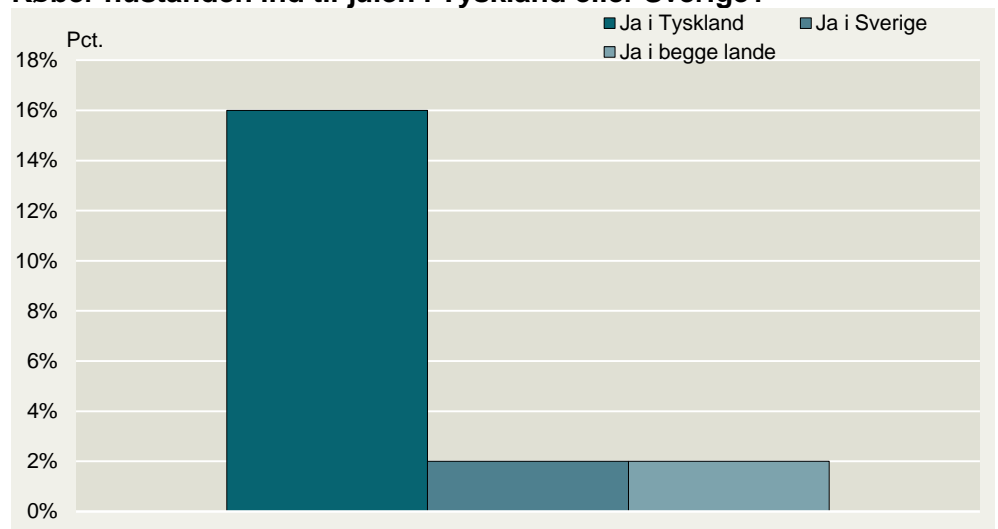
- 16 pct. handler ind til julen i Tyskland, 2 pct. i Sverige og 2 pct. i både Tyskland og Sverige.
- 18 pct. i hele landet og 31 pct. i Region Syddanmark køber ind til julen i Tyskland.
- Grænsejulehandel er mest populært blandt respondenter med middelindkomster.
- Slik, øl og sodavand er de mest populære varer at købe i Tyskland
- De færreste (1-3 pct.) køber ind til julen via net-supermarkeder.

16 pct. køber ind til julen i Tyskland.

Julehandel betyder for nogle også grænsehandel

En ting er hvor mange penge man vil bruge på julen, en anden er hvor man vil bruge dem. I undersøgelsen er respondenterne også blevet spurgt, om deres hustrand køber ind til julen i Tyskland eller Sverige.

Køber hustranden ind til julen i Tyskland eller Sverige?



Kilde: Landbrug & Fødevarer

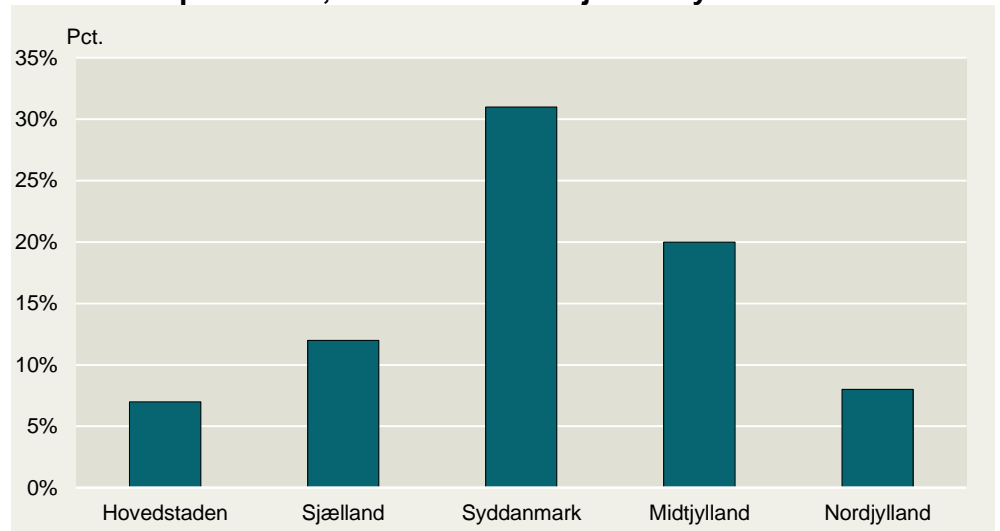
Størstedelen af danskerne (ca. 76 pct.) køber ikke ind til julen i vores to nabolande. Blandt de gør, er Tyskland, som det fremgår af figuren nedenfor, klart det mest populære alternativ. 16 pct. af respondenterne svarer, at de køber ind til julen i Tyskland, mens 2 pct. køber ind i enten Sverige eller både Sverige og Tyskland.

31 pct. i Region Syddanmark handler ind til julen i Tyskland

Hvis man tager geografien i betragtning er det ikke overraskende, som nedenstående figur viser, at andelen af respondenter, som køber ind til julen

i Tyskland er størst i Region Syddanmark (31 pct.). Den næststørste andel findes med 20 pct. i Region Midtjylland, mens de laveste andele af respondenter, som køber ind i Tyskland findes i Region Nordjylland (8 pct.) og Region Hovedstaden (7 pct.).

Andel af respondenter, som køber ind til julen i Tyskland

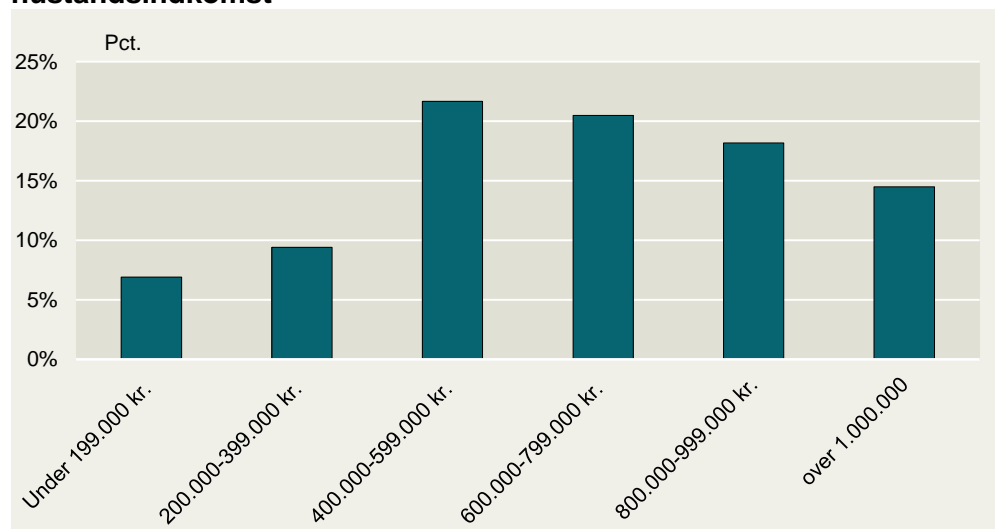


Kilde: Landbrug & Fødevarer

Andelen af grænse-shoppere er størst i middel-indkomstgrupperne

Et andet parameter, som tilsyneladende påvirker lysten til at foretage dele af juleindkøbende i Tyskland er indkomst. Nedenstående figur viser andelen af respondenter, som køber ind til julen i Tyskland fordelt på husholdningsindkomstgrupper. Som det fremgår af figuren, er andelen størst blandt respondenter fra en husholdning med en årlig indkomst mellem 400.000 og 599.000 kr. (ca. 22 pct.), næststørst i 600.000-799.000 kr. indkomstgruppen (ca. 21 pct.). De laveste andele findes i de laveste indkomstgrupper, således er andelen blandt respondenter med en årlig husholdningsindkomst under 199.000 kr. ca. 7 pct. og for 200.000-399.000 kr. gruppen ca. 9 pct.

Andel af respondenter, som køber ind til julen i Tyskland, fordelt på husholdningsindkomst

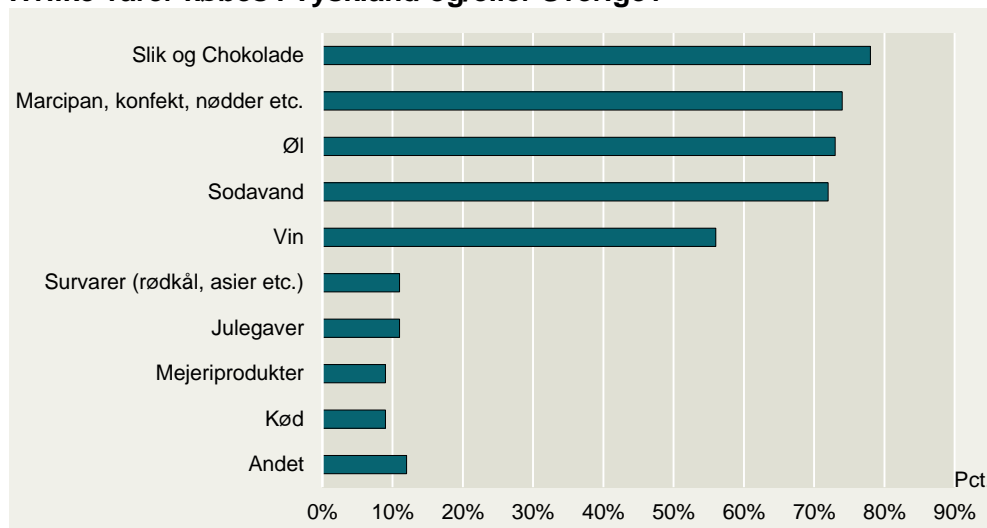


Kilde: Landbrug & Fødevarer

Det er de typiske grænsehandelsvarer, som købes i Tyskland og Sverige

Landbrug & Fødevarer har også spurgt de respondenter, som vil købe ind til julen i Tyskland eller Sverige, hvilke varer de vil købe. Som det kan ses af figuren nedenfor er det klassiske grænsehandelsvarer, der er mest populære. Dette glæder eksempelvis slik og chokolade (78 pct.), marcipan, konfekt og nødder (74 pct.), øl (73 pct.) og sodavand (72 pct.). En mindre del af respondenterne (9-11 pct.) vil købe mindre typiske grænsehandelsvarer, så som survarer, mejeriprodukter og kød, ind til julen i Tyskland eller Sverige.

Hvilke varer købes i Tyskland og/eller Sverige?



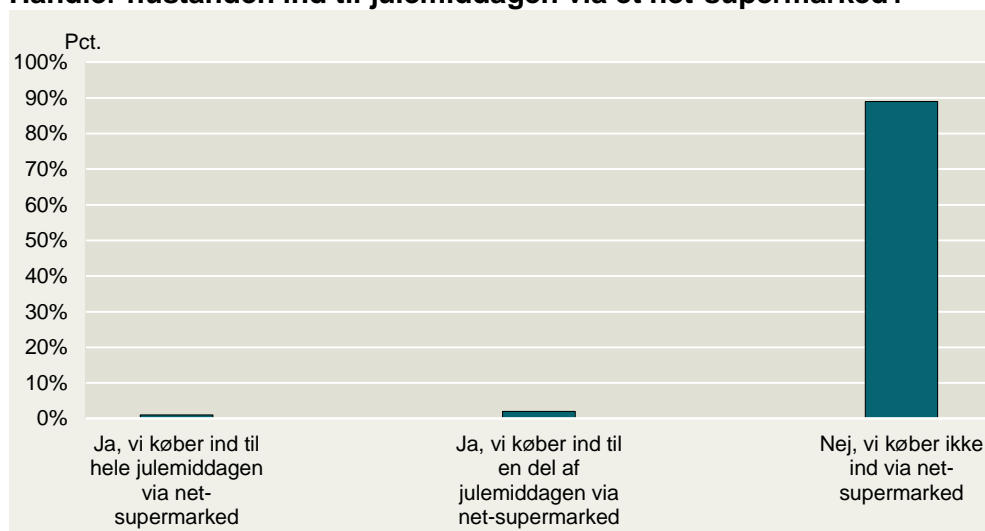
Kilde: Landbrug & Fødevarer
N = 191

De færreste køber ind til julemiddagen på nettet

Net-supermarkeder er stadig små spillere i julehandlen

En alternativ indkøbsform er internetbaserede supermarkeder. Som det fremgår i figuren nedenfor, svarer bare 1 pct. af respondenterne, at de køber ind til hele julemiddagen via et net-supermarked, mens 2 pct. køber ind til en del af julemiddagen her.

Handler hustanden ind til julemiddagen via et net-supermarked?



Kilde: Landbrug & Fødevarer

På den anden side svarer 89 pct. at de ikke køber ind via et net-supermarked, mens 8 pct. svarer ved ikke. Dette skal ses i lyset af, at

tidligere analyser viser at ca. 10 pct. handler ind ugentligt via net-supermarkeder¹. Med andre ord er der tilsyneladende forskel på hverdag og jul når det kommer til hvor de købes ind.

Metode:

Data er indsamlet af Norstat blandt 1.007 repræsentativt udvalgte danskere i perioden 17.-24. november 2015.

¹ Se eksempelvis Landbrug & Fødevarer: "Mere end en tredjedel af danskerne køber fødevarer på internettet" tilgængelig på:
<http://lf.dk/lf/Tal%20og%20Analyser/Analyser/Befolkning%20adfaerd%20og%20samfund>



Landbrug & Fødevarer

Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000
F +45 3339 4141

E info@lf.dk
W www.lf.dk

Yderligere kontakt

Malika Buhr Pedersen
Rasmus Vesterlund

3339 4030 Mpe@lf.dk
3339 4015 Rve@lf.dk