



Betydning af e-handel i Lyngby-Taarbæk kommune

April 2014

ICP's forventninger til den fremtidige e-handel

Dagligvarer

Inden for dagligvarer er det vanskeligt at spå om udviklingen. På den ene side har en virksomhed som nemlig.com fået en væsentlig kapitalindsprøjtning. På den anden side er ingen af de to store konkurrenter på dagligvaremarkedet: COOP og Dansk Supermarked for alvor trådt ind med en slagkraftig satsning på e-handel med dagligvarer.

Det er ICP's vurdering, at salg af dagligvarer på nettet først for alvor vil stige, når de to store operatører kaster sig helhjertet ind i en massiv satsning på området. Hvorvidt dette sker, vil i høj grad være styret af om nemlig.com, og SuperBest formår at øge deres volumen betragteligt og på den måde i langt højere grad vil presse de to store aktører.

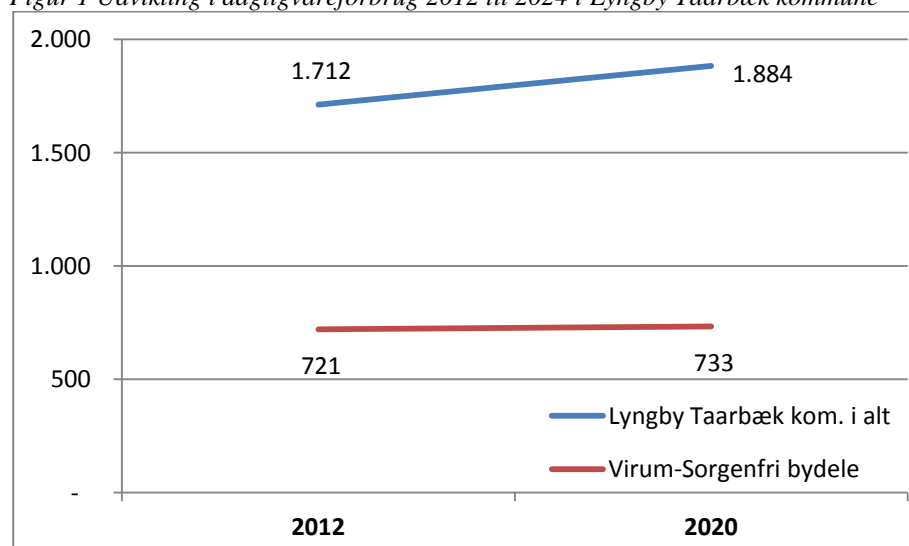
En væsentlig grund til, at de to store aktører ikke i nævneværdigt omfang har kastet sig ind i e-handel med dagligvarer, er formentlig, at de begge har et meget stort butiksnæ, der med en markant e-handels-satsning vil miste en betydelig del af sin værdi.

Endelig kan det ikke udelukkes, at en udenlandsk e-handelsoperatør kan vise interesse for det danske marked – eventuelt gennem et strategisk samarbejde med en dansk butikskæde.

Det kan derfor ikke udelukkes, at situationen på dagligvareområdet kan ændres på relativt kort tid og det er derfor ikke usandsynligt, at e-handel med dagligvarer i 2020 kan udgøre 8 % af det samlede dagligvareforbrug.

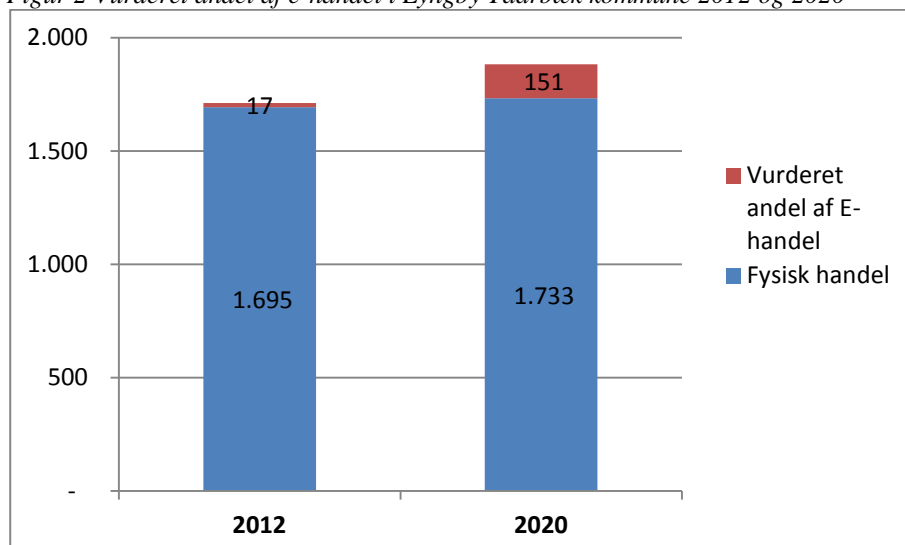
Det samlede dagligvareforbrug i Lyngby-Taarbæk kommune er opgjort til omkring 1,7 mia. kr. i 2012, heraf udgør Virum-Sorgenfri bydele 722 mio. kr. Det forventes med den seneste befolkningsprognose fra Lyngby-Taarbæk kommune, at dagligvareforbruget stiger ca. 10 % til knap 1,9 mia. kr. til 2020.

Figur 1 Udvikling i dagligvareforbrug 2012 til 2024 i Lyngby-Taarbæk kommune



Figur 2 illustrerer den vurderede andel af e-handel i Lyngby-Taarbæk kommune i 2012 og i 2020. Vurderingerne er gennemsnitsbetragtninger, da der ikke findes statistik på, om der er geografiske forskelle på brugen af e-handel.

Figur 2 Vurderet andel af e-handel i Lyngby-Taarbæk kommune 2012 og 2020



ICP har i forbindelse med tidligere analyser forudsat, at e-handel med dagligvarer ville udgøre 2 % i af det samlede forbrug i 2020. Efterfølgende har udviklingen med e-handel vist, at e-handel allerede i dag udgør 1-2 % af det samlede forbrug og forventes at stige yderligere i fremtiden. Derfor er det ICP's vurdering, at de tidligere forudsætninger har været for forsigtige. Uanset en noget højere andel af e-handel på 8 % vil det fortsat være langt hovedparten af dagligvareforbruget, der bliver dækket ved køb i fysiske butikker. Hvis 8 % af dagligvareforbruget bliver dækket ved e-handel i Lyngby-Taarbæk Kommune, vil den fysiske dagligvarehandel fortsat udgøre 1.733 mio. kr. af forbruget i kommunen.

En øget e-handel med dagligvarer vurderes at betyde en reducere af behovet til dagligvareareal på landsplan. Der bliver dog fortsat investeret i byggeri til dagligvarer i hele Danmark. Sammenligner man det samlede salgsareal, der var til rådighed indenfor hypermarkeder, varehuse, supermarkeder og discountbutikker i 2011 og 2013 er arealet ifølge "Supermarkedshåndbogen 2011 og 2013" steget med godt 4 % på de to år. Dette kan opfattes som et tegn på, at især discountoperatørerne stadig tror på den fysiske detailhandel.

De lokale udbudspunkter, der forstår at optimere og tilpasse butiksudbuddet, så de fortsat fremstår som attraktive for forbrugerne, vil trods en øget konkurrence både fra e-handel og fra større udbudspunkter kunne fastholde sin markedsandel og give de lokale borgere bedre indkøbsforhold.

Fakta – Det danske e-handelsmarked 2014

Den samlede danske e-handels omsætning er vanskelig præcis at opgøre, da handelen sker på mange forskellige måder og gennem mange forskellige kanaler. Definitionen på e-handel er, at varen er bestilt på nettet, mens afhentning både kan være i den fysiske butik eller ved direkte levering til kunden. Betalingen for varen kan ske enten på nettet eller i butikken, hvor varen hentes.

Virksomhederne opgør salget via internettet forskelligt. I nogle virksomheder tildeles omsætningen den enkelte butik fra varer, som kunden har bestilt via en WEB-side til butikken, men betalt i butikken. Andre virksomheder behandler WEB-butikkens omsætning og de fysiske butikker helt separat.

Danmarks Statistik har ingen opgørelse over den samlede e-handel i Danmark. Derimod har FDIH, som brancheorganisation for de danske internet-handlere, en vurdering af e-handelsomsætningen. DIBS, som leverandør af betalingssystemer, har også foretaget vurderinger af e-handelsomsætningen. Det internationale analyseinstitut Euromonitor har ligeledes vurderinger af e-handelen i blandt andet Danmark.

Størrelsen på e-handel

Den samlede danske e-handel (inkl. køb af rejser, hotelophold mv.) var i alt 61,4 mia. kr. i 2013, hvilket er en stigning på 28 % siden 2011, hvor e-handlen udgjorde 46 mia. kr. ifølge FDIH. Ifølge tal fra DIBS, skønnes det danske e-handelsmarked at udgøre 47,2 mia. kr.

Ud af den samlede danske e-handel, vurderes det, at e-handel i udlandet udgjorde ca. 17 mia. kr. i 2013. Tilsvarende var tallet 9 mia. kr. i 2011.

Til sammenligning er den fysiske grænsehandel vurderet til at udgøre 10,5 mia. kr. i 2012 i Skats grænsehandelsrapport, 2012.

E-handelens andel af det samlede forbrug i Danmark

Nedenstående tabel 2.1 viser vurderingerne af e-handelsomsætningen og andelen af henholdsvis dagligvare- og udvalgsvareforbruget.

Figur 3 Vurdering af e-handelsomsætningen 2013 i mia. kr. inkl. moms.

<i>I mia. kr. inkl. moms</i>	Dagligvarer e-handels omsætning	Andel af dagligvareforbruget	Udvalgsvarer e-handels omsætning	Andel af udvalgsvareforbruget	I alt e-handels omsætning	Andel af det samlede forbrug
FDIH vurdering	3	2 %	32	21 %	35	11 %
DIBS vurdering	2	1 %	24	16 %	26	8 %
Euromonitor vurdering	1	1 %	21	14 %	22	7 %
ICP's vurdering		1-2 %		14-16 %		7-8 %

* ICP's definition af dagligvarer omfatter fødevarer, drikke, kosmetik, blomster etc.

Det er FDIH's vurdering, at den samlede e-handelsomsætning af detailhandelsvarer var omkring 35 mia. kr. i 2013. Heraf udgjorde dagligvarer 3 mia. kr. og udvalgsvarer 32 mia. kr. Samlet set vurderer FDIH, at e-handel med dagligvarer så som fødevarer, kosmetik, blomster etc. udgjorde 2 % af det samlede dagligvareforbrug i 2013. Det er FDIH's vurdering, at e-handel i 2013 udgjorde 21 % af det samlede udvalgsvareforbrug i Danmark.

DIBS har vurderet den samlede e-handelsomsætning af detailhandelsvarer til at være 26 mia. kr. i 2013. Heraf udgjorde dagligvarer 2 mia. kr. og 24 mia. kr. var udvalgsvareomsætning. Hermed vurderede DIBS, at e-handel med dagligvarer udgjorde 1 % af dagligvareforbruget i 2013, mens e-handel med udvalgsvarer udgjorde 16 %.

Euromonitor vurderede den samlede danske e-handelsomsætning af detailhandelsvarer til at være 22 mia. kr. i 2013. Hermed vurderede Euromonitor, at e-handel med dagligvarer udgjorde ca. 1 % af det samlede dagligvareforbrug, mens e-handel med udvalgsvarer udgjorde 14 % i 2013.

Samlet set vurderes e-handel med detailhandelsvarer at udgøre fra 7 % hos Euromonitor til 11 % hos FDIH af det samlede detailhandelsforbrug i 2013.

Baseret på vurderingerne fra FDIH, DIBS og Euromonitor samt ICP's egne detailhandelsanalyser og observationer er det ICP's vurdering, at e-handel med dagligvarer i 2013 udgjorde 1-2 % af det samlede dagligvareforbrug. Det er ICP's vurdering, at e-handel med udvalgsvarer udgjorde 14-16 % af det samlede udvalgsvareforbrug i Danmark i 2013.

E-handelsomsætningen i 2013 svarede således til 7-8 % af det samlede forbrug af detailhandelsvarer i Danmark.

Væksten i online salg indenfor detailhandelen er iflg. Euromonitor faldende, fra en vækst på 24 % i 2010 til en vækst på 12 % i 2012. Derfor antages det, at online salget langsomt vil nå en modningsfase. Det vurderes, at der fortsat årligt vil være en stigning i online detailhandel på ca. 7 % frem til 2017.