

PRESSEMEDDELELSE

Så mange flere danskere købte dagligvarer online i 2020

Danske forbrugere har for alvor taget onlinehandlen af dagligvarer til sig, og 2020 tegner til at blive året, hvor dagligvarer på nettet får et stort gennembrud.

Dagligvaremarkedet i Danmark er under hastig forandring, og 2020 tegner sig som det år, hvor salg af dagligvarer på nettet tager et betydeligt kvantespring.

Det første halvår af 2020 har nemlig vist en eksplosiv udvikling i antallet af kunder og særligt nye kunder, der har prøvet at handle dagligvarer på nettet. Det viser en opgørelse over det første halvår, som nemlig.com har lavet.

I årets første seks måneder steg antallet af kunder på nemlig.com med 60%, sammenlignet med første halvår i 2019. Samtidig steg antallet af nye kunder med 108%, og den ekstra aktivitet fra de mange nye kunder betød, at omsætningen i nemlig.com steg over 50% i første halvår af 2020.

Det er ikke kun dagligvarer, men også en flot vækst i salget af måltidskasser i første halvår af 2020. Salget af måltidskasser i perioden voksede over 60% sammenlignet med 2019.

"Når vi kigger tilbage på det forgangne halvår, så er det en rigtig flot udvikling i et dagligvaremarked, hvor kunderne ikke nødvendigvis skifter indkøbsvaner. Som virksomhed har vi skubbet på udviklingen for at sikre, at flest mulig kunder også fik en bedre service ved at handle dagligvarer online," siger Mikkel Pilemand, kommerciel direktør i nemlig.com.

I det seneste halvår har nemlig.com blandt andet udvidet leveringsområde og tilbyder nu et bredere sortiment af varer, der pakkes hele døgnet rundt for at sikre hurtigere og mere fleksibel service. Det tiltaler rigtig mange nye kunder, der reagerer positivt på de nye muligheder for at få dagligvarer leveret til døren.

"Vi kan se, at vi ret hurtigt er kommet ud til rigtig mange nye kunder i hele landet, og den store efterspørgsel i år har blandt andet betydet at vi har fremrykket investeringer i vores virksomhed, såsom pakning af dagligvarer om natten, der er med til at sikre en bedre service for vores kunder," siger Mikkel Pilemand.

Nye vaner kan føre til gennembrud for onlinedagligvarer

De danske forbrugere har det seneste halvår haft mulighed for at tænke i alternativer, når det kommer til køb af dagligvarer, og det skaber spændende nye muligheder i markedet for onlinedagligvarer.

"Der er ingen tvivl om, at nedlukningen af Danmark gav mange danskere et opfattelse af, at det var vigtigt at kunne handle ind uden at skulle møde andre. Samtidig fik mange borgere pludseligt tid til at sætte sig ned og gøre det, der skulle til for at handle på nettet. Dermed var der både tale om at overkomme en række barrierer, såsom dårlig tid og manglende viden om onlinedagligvarer, og samtidig kom der en villighed til at prøve nye ting. Det, der nu bliver spændende er, om kundernes nye erfaringer bliver til ændrede vaner," siger Mogens Bjerre, der er lektor på Institut for Afsætningsøkonomi på CBS.

Kigger man udenfor Danmark meldes der også om stor vækst i salget af onlinedagligvarer. I Storbritannien er onlinemarkedet fordoblet det seneste måneder, og det britiske onlinesupermarked Ocado har meddelt en vækst på næsten 30% i første halvår af 2020, hvor omsætningen har rundet 1 milliard britiske pund.

For yderligere information, kontakt:

Emil Ryttergaard, nemlig.com
Mail: presse@nemlig.com
Tlf: 88 32 26 26
www.nemlig.com

