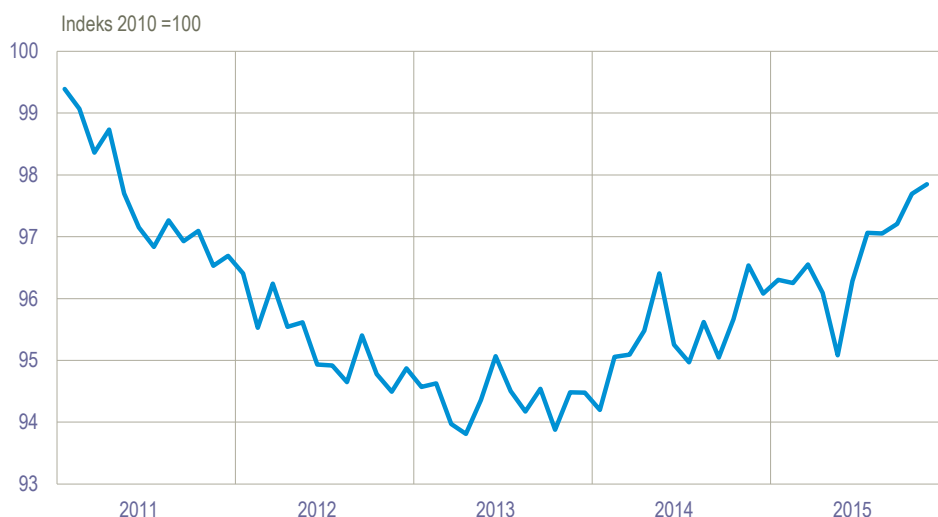


Oplysningerne om detailomsætningsindekset er revideret som følge af, at en større virksomhed, der indberetter til statistikken, har ændret sine tal tilbage fra januar 2015 til september 2017. Datamaterialet er derfor blevet rettet, og desuden er enkelte øvrige indberetninger, som er indkommet for sent, medtaget i den reviderede opgørelse. Tallene i denne offentliggørelse er derfor ikke længere aktuelle. Revisionerne har betydet beskedne ændringerne i pct. fra måned til måned, og at niveauet samlet set er en anelse højere end tidligere offentliggjorte tal. De reviderede tal inden for alle varegrupper kan ses på DETA11 og DETA21 i Statistikbanken.

Detailsalget stiger – også på internettet

Detailsalget var i november 0,2 pct. højere end i oktober og er nu på det højeste niveau siden april 2011. Detailsalget har været stigende i en længere periode, og i perioden september-november var det 0,8 pct. højere end i juni-august. Tallene er korrigeret for prisudvikling, normale sæsonudsving og effekten af handelsdage.

Detailomsætningsindeks, korrigeret for prisudvikling og sæsonudsving



Internetsalg udgør en stigende andel af omsætningen

Danske detailvirksomheders internetsalg udgjorde i november 2015 6,1 pct. af den samlede omsætning. Til sammenligning var internethandlens andel af detailomsætningen i november 2014 5,0 pct., og i de 11 første måneder af 2015 har andelen været 5,3 pct. Der er endnu ikke beregnet en længere tidsserie over de danske detailvirksomheders samlede internetsalg.

Meget internethandel er ikke med i detailhandlens omsætning

Andelen i november på 6,1 pct. svarer til en internethandel i detailledet på ca. 1,7 mia. kr. Samtidig viser tal fra Nets, at dankortforbruget i danske netbutikker var på 3,7 mia. kr. i november. Den store forskel skyldes først og fremmest, at køb af tjenester ikke er med i detailomsætningen. Det gælder fx køb af rejser, transport, billetter til kulturelle tilbud og betaling af telefoni over nettet. Desuden indgår internetsalg af detailvarer fra virksomheder, der ikke ligger i en detailbranche, heller ikke i opgørelsen af detailhandlens omsætning. Det gælder fx mobiltelefonsalg af mobiltelefoner og internetsalg af varer til forbrugerne direkte fra engrosvirksomheder eller producenter.

Derudover er der enkelte detailbrancher, hvor internetdelen af den samlede omsætning ikke er opgjort i fuldt omfang. Det gælder fx apotekerne, der står for over 5 pct. af det samlede detailsalg, men hvor det endnu ikke er muligt at opgøre separate tal for internethandlen. Som for alle øvrige brancher gælder det dog også her, at internetsalget indgår i den samlede omsætning.

Internetbrancherne står for størstedelen af detailsalget via internettet

Branchegruppen *detailhandel fra postordre- eller internetforretninger* består af de virksomheder, der primært sælger deres varer via internettet. De stod for 72 pct. af det samlede internetsalg i de første 11 måneder i 2015. Den resterende internethandel blev altså foretaget i virksomheder, der primært sælger varer via fysiske butikker, men som også har en netbutik. Blandt brancherne for virksomheder der primært sælger i fysiske butikker, stod disse for den største nethandel: *tøjforretninger, detailhandel med elektriske husholdningsapparater, byggemarkeder og værktøjsmagasiner og møbelforretninger*.

Detailhandel med dagligvarer er den største internetbranche

Branchegruppen *detailhandel fra postordre- eller internetforretninger* består af ni brancher. Den største af de ni brancher er *detailhandel med dagligvarer via internet*, der i de 11 første måneder i 2015 stod for 19 pct. af den samlede internethandel. Det svarer til 2,9 mia. kr., og det beløb skal ses i lyset af, at det samlede salg af fødevarer og andre dagligvarer i perioden var over 130 mia. kr.

Internetforretningerne sælger næsten kun via internettet

Nogle af virksomhederne i internetbrancherne har også en fysisk butik, men de fleste sælger udelukkende via nettet. I næsten alle brancher udgør internethandel over 90 pct. af omsætningen. Undtagelsen er branchen *detailhandel med hobbyartikler, musikinstrumenter, sportsudstyr, legetøj, cykler via internet*, hvor salget fra fysiske butikker udgør 14 pct. af omsætningen.

Internetbranchernes andel af internetsalget i perioden januar-november 2015

Branche	Internethandels andel	Branchens andel
	af branchens omsætning	af den samlede internethandel
	pct.	
Detailhandel med dagligvarer via internet	98	19
Detailhandel med elektroniske eller elektriske apparater samt fotoudstyr via internet	96	17
Detailhandel med husholdnings- eller boligudstyr, bortset fra elektriske apparater, via internet	92	6
Detailhandel med bøger, kontorartikler, musik eller film via internet	99	4
Detailhandel med hobbyartikler, musikinstrumenter, sportsudstyr, legetøj, cykler via internet	86	7
Detailhandel med tøj, sko, lædervarer, ure eller babyudstyr via internet	94	7
Detailhandel med medicin og produkter til personlig pleje via internet	97	3
Detailhandel med andre varer i.a.n. via internet	95	8
Detailhandel via Internettet med digitale produkter	100	1

*Inkluderer ikke streamingtjenester.

Fremgang i salget af andre forbrugsvarer

Salget i november blev især trukket op af en stigning på 0,6 pct. i salget af *andre forbrugsvarer*, hvor indekset kom over 100 for første gang siden juli 2010. Det er fortsat sådan, at alle internetbrancherne indgår i varegruppen *andre forbrugsvarer*, hvilket er med til at trække denne varegruppe op. I løbet af 2016 vil hele tidsserien blive genberegnet, og her vil omsætningen i brancherne *detailhandel med dagligvarer via internet og detailhandel med tøj, sko, lædervarer, ure eller babyudstyr via internet* blive flyttet til hhv.t varegruppen *fødevarer og andre dagligvarer og beklædning mv.*

Revisioner af foregående måneder

Detailsalget steg 0,2 pct. i september og 0,5 pct. i oktober. Udviklingen i september er opjusteret med 0,1 procentpoint mens udviklingen i oktober er uændret i forhold til seneste offentliggørelse. Tallene for oktober og november i denne offentliggørelse er foreløbige.

Detailomsætningsindeks, korrigeret for prisudvikling og sæsonudsving

	2015									
	Apr.	Maj	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.*	Nov.*	Juni-aug.	Sept.-nov.
	indeks 2010 = 100									
Detailhandel i alt	96,1	95,1	96,3	97,1	97,1	97,2	97,7	97,8	96,8	97,6
Fødevarer og andre dagligvarer	95,6	95,1	95,3	95,9	96,9	96,6	96,6	96,3	96,0	96,5
Beklædning mv.	93,0	86,6	93,0	93,6	89,6	92,5	94,4	94,8	92,1	93,9
Andre forbrugsvarer	97,3	97,0	98,0	99,1	99,0	98,9	99,6	100,2	98,7	99,6
	procentvis ændring i forhold til foregående måned / tre måneder									
Detailhandel i alt	-0,5	-1,0	1,3	0,8	0,0	0,2	0,5	0,2	0,9	0,8
Fødevarer og andre dagligvarer	-0,3	-0,5	0,2	0,6	1,0	-0,3	0,0	-0,3	0,5	0,5
Beklædning mv.	1,6	-6,9	7,3	0,6	-4,3	3,3	2,0	0,5	1,8	2,0
Andre forbrugsvarer	-1,1	-0,3	1,0	1,1	-0,1	-0,1	0,7	0,6	1,2	0,9

* Foreløbige tal.

Detailomsætningsindeks, korrigeret for prisudvikling

	2014				2015				Sept.-nov.	
	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Aug.	Sept.	Okt.*	Nov.*	2014	2015
	indeks 2010 = 100									
Detailhandel i alt	96,9	89,4	95,1	98,0	97,4	91,3	97,4	99,0	94,1	95,9
Fødevarer og andre dagligvarer	98,6	90,2	94,6	95,0	100,3	91,6	96,6	95,0	93,3	94,4
Beklædning mv.	89,3	78,0	90,9	88,0	82,6	85,3	99,2	89,6	85,7	91,4
Andre forbrugsvarer	97,1	91,2	96,5	103,3	97,9	92,4	97,8	105,4	97,0	98,6
	procentvis ændring i forhold til samme måned / tre måneder året før									
Detailhandel i alt	1,0	0,7	3,1	1,1	0,5	2,2	2,5	1,1	1,6	1,9
Fødevarer og andre dagligvarer	0,0	1,5	2,3	-2,6	1,7	1,5	2,1	0,0	0,3	1,2
Beklædning mv.	3,6	-8,2	1,3	0,2	-7,5	9,3	9,1	1,7	-2,1	6,7
Andre forbrugsvarer	1,6	1,8	4,3	5,0	0,9	1,4	1,4	2,0	3,7	1,6

* Foreløbige tal.

Mere information: Tallene for de seneste to måneder er foreløbige. Se flere tal på www.dst.dk/stattabel/678.

Detaljerede tal for 45 forskellige brancher er offentliggjort i Statistikbanken på www.statistikbanken.dk/deta11 for oktober 2015 samtidig med denne offentliggørelse.

Tallene findes også på www.dst.dk/emner/detailomsætningsindeks.

Kilder og metoder: Stikprøve, beregningsmetoder m.m. er beskrevet i [statistikdokumentationen](#).

Næste offentliggørelse: *Detailomsætningsindeks december 2015* udkommer 22. januar 2016.

Henvendelse: Søren Kühl Andersen, tlf. 39 17 35 61, ska@dst.dk
Lotta Adelheid Hansen, tlf. 39 17 30 82, lac@dst.dk