

Danskerne og grænsehandel

Highlights

Nye tal fra Landbrug & Fødevarer viser, at danskerne bruger ca. 6,6 mia. kroner på grænsehandel. Penge som danske virksomheder og den danske stat går glip af.

Hovedkonklusionerne fra analysen er følgende:

- Den samlede grænsehandel er på 6,6 mia. kroner.
- Blev de 6,6 mia. kroner i stedet lagt i danske butikker, ville den danske detailbranche kunne ansætte 6.000 flere medarbejdere.
- 47 pct. af alle danskere har inden for det seneste år købt varer ved grænsehandel. Afgiftsbelagte varer som øl og sodavand lokker folk til grænsehandlen. Ca. hver syvende handler ind ved grænsen med det formål, at købe billige fødevarer.
- 80 pct. af de adspurgte svarede, at den primære årsag til grænsehandel er de lavere priser.
- Især personer fra region Syddanmark, tager turen til den dansk-tyske grænse. 63 pct. fra regionen har grænsehandlet inden for det seneste år. Dermed lægger de næsten 2,3 mia. kroner i den tyske detailhandel.
- 79 pct. af de adspurgte svarer, at de vil købe mere ind på den anden side af grænsen, hvis danske varer stiger yderligere i pris i forhold til de udenlandske varer.
- Det, der hovedsageligt afholder danskerne fra grænsehandel, er de høje transportomkostninger til grænsen, hvilket 36 pct. af danskerne har svaret.
- For 68 pct. af de adspurgte har det ingen eller lille betydning, om de køber danske eller udenlandske varer. Det medfører ikke bare tab for den danske stat i form af tabte skatter og afgifter, men de danske virksomheder taber også indtjening til udenlandske konkurrenter.
- Den typiske grænsehandler er en mand med børnefamilie i alderen 30-50 år, der bor i Syddanmark.

6,6 mia. kr. bruger
danskerne på
grænsehandel

Værdien af danskernes grænsehandel

Nye tal fra Landbrug & Fødevarer viser, at danskerne bruger over 6 mia. kroner på grænsehandel. Nærmere bestemt 6,6 mia. kroner. 47 pct. af alle danskere svarer, at de har købt ind i udlandet, på ture med maksimalt en overnatning inden for det seneste år. I snit køber de for 1.693 kr.

Tabel 1. Danskernes forbrug

| | Region Hovedstaden | Region Sjælland | Region Danmark | Syd-Region Midtjylland | Region Nordjylland | I alt |
|------------------------------|--------------------|-----------------|----------------|------------------------|--------------------|-----------|
| Husstande i 2011 (sep.) | 811.260 | 374.476 | 555.304 | 572.083 | 271.356 | 2.584.479 |
| Andel grænsehandlere (pct.) | 37 | 35 | 63 | 58 | 46 | 47 |
| Husstande der grænsehandler | 300.166 | 131.067 | 349.842 | 331.808 | 124.824 | 1.237.706 |
| Gennemsnitligt antal handler | 3,71 | 2,83 | 4,78 | 2,51 | 2,23 | 3,21 |
| Samlet antal grænsehandler | 1.113.303 | 370.985 | 1.672.348 | 833.050 | 278.453 | 4.268.140 |
| Gennemsnitligt beløb | 1.533,4 | 2.378,0 | 1.360,9 | 1.533,2 | 1.661,5 | 1.693,4 |
| Forbrug i mia. kr. | 1,71 | 0,88 | 2,27 | 1,27 | 0,46 | 6,60 |

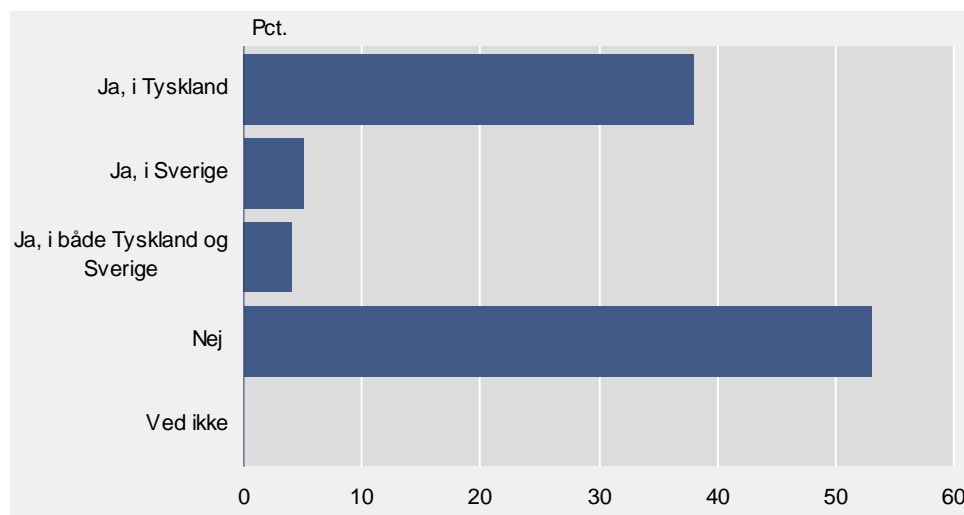
Kilde: Synovate og beregninger fra Landbrug & Fødevarer

Tyskland er det foretrukne "grænsehandelsland"

Tyskland er det foretrukne mål for grænsehandel

Tyskland er det foretrukne mål for grænsehandel. 38 pct. af danskerne købte varer ind her. Heraf var 58 pct. fra Syddanmark. Personer fra Hovedstadsområdet køber hyppigere ind i Sverige end i Tyskland. 11 pct. fra Region Hovedstaden har købt ind i Sverige inden for det seneste år.

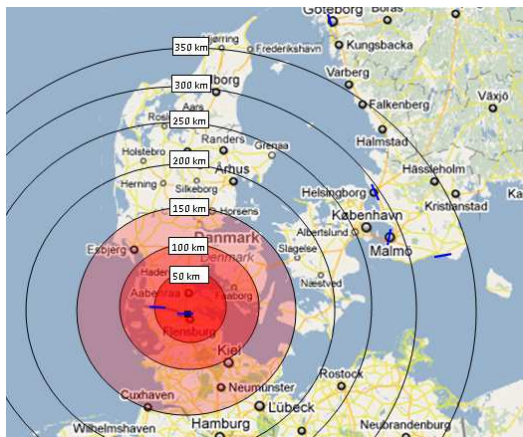
Figur 1. Udbredelse af grænsehandel



Kilde: Synovate for Landbrug & Fødevarer

Jo tættere på en grænse desto mere handles over grænsen

Jo tættere man bor på grænserne, jo mere grænsehandler man. Derfor er personer fra Region Syddanmark hyppigst kunder på den anden side af grænsen. Kortet viser, hvor den største koncentration af kunderne kommer fra.



Bemærk, at der i figuren er taget udgangspunkt i den dansk-tyske grænsehandel.

Den typiske kunde

Den typiske handlende er mand på 30-50 år

Den typiske kunde er en mand i alderen 30-50 år med børnefamilie, der bor i Syddanmark.

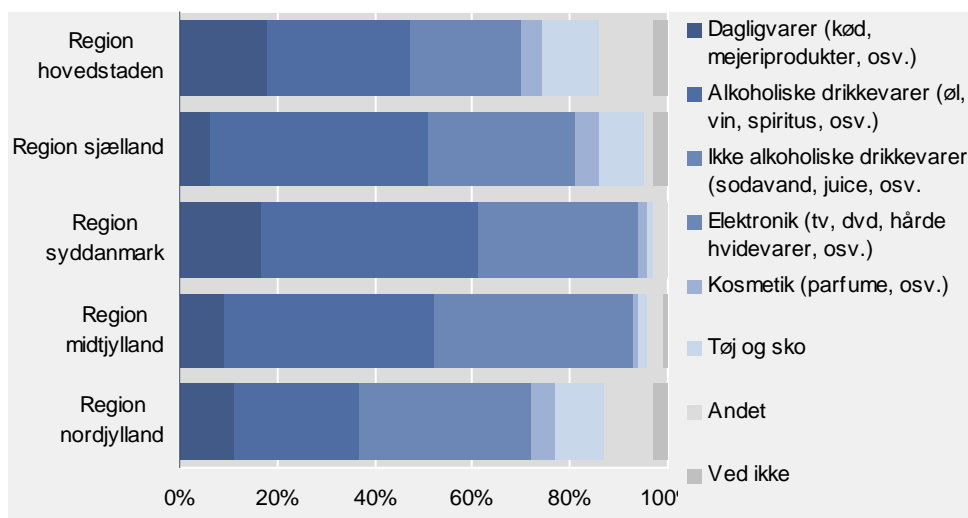
Kvinder handler oftere i Sverige end mænd, hvor de typisk køber varer som kosmetik, tøj, sko samt sodavand. Mænd køber hyppigere fødevarer ved grænsen end kvinder.

Geografien bestemmer, hvad man køber

Valget af indkøbte varer afhænger af køberens bopæl

Personer fra Hovedstaden tager typisk til Sverige for at købe tøj og sko og fødevarer. Midtjyderne er den gruppe der oftest tager til den tyske grænse for at købe sodavand. Syddanskerne køber oftest alkoholiske drikkevarer.

Figur 2.
Varetypeindkøb fordelt efter region



Kilde: Synovate for Landbrug & Fødevarer

Nordjyderne og sjællænderne bor længst væk fra grænserne. Sjælland er den region, hvor færrest grænsehandler, men hvor dem der handler køber ind for flest penge. I Nordjylland er andelen af dem der grænsehandler større, mens frekvensen er lavere. Region Syddanmark er den region, hvor den største andel handler, men hvor de bruger færrest penge pr. tur. I Region Hovedstaden findes den største andel af respondenterne, der slet ikke grænsehandler.

Færrest fra storbyerne grænsehandler

Storbyen byder på alternativer til grænsehandel

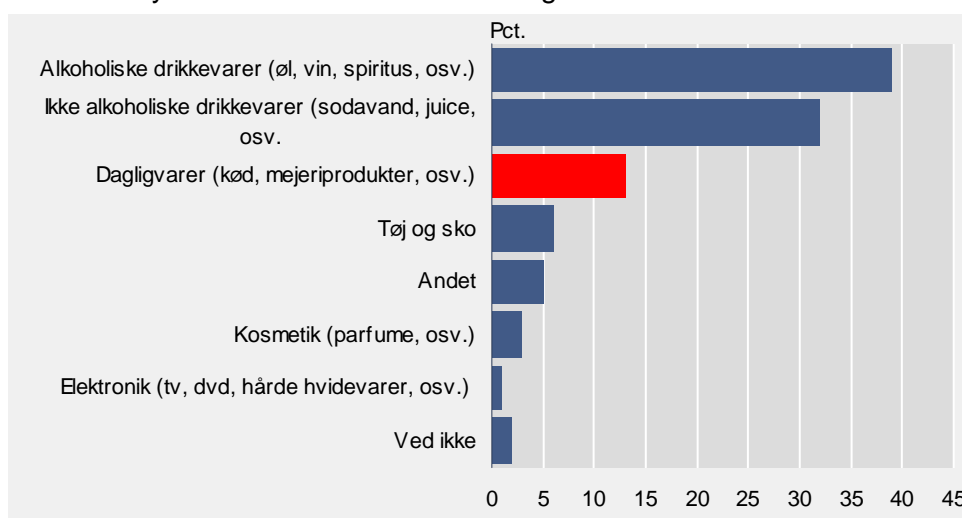
Personer i storbyerne handler mindre ved grænserne end personer fra mindre byer og landområderne. 66 pct. fra Region Hovedstaden havde ikke købt ind ved grænserne inden for de seneste tolv måneder.

Årsagerne er bl.a. at grænsehandel ofte kræver, at man køber stort ind, for at det kan betale sig. Det kræver, at man har plads til opbevaring, muligheder for transport til og fra samt et økonomisk råderum, der gør det muligt at købe stort ind. Personer i storbyerne som København er oftere yngre mennesker under uddannelse, der bor i lejligheder og ikke har egen bil. Derfor er grænsehandel ikke en umiddelbar mulighed for dem. Endvidere har storbyerne et bredere og større vareudbud, hvilket gør grænsehandel mindre attraktivt i forhold til borgere der bor i områder med et mere begrænset udbud.

Alkohol trækker folk til grænserne

Danskerne tager til grænserne for at købe varer, der er afgiftsbelagte i Danmark. Tyske varer beskattes i mindre grad.

Figur 3. Fordeling af varer købt ved grænsen



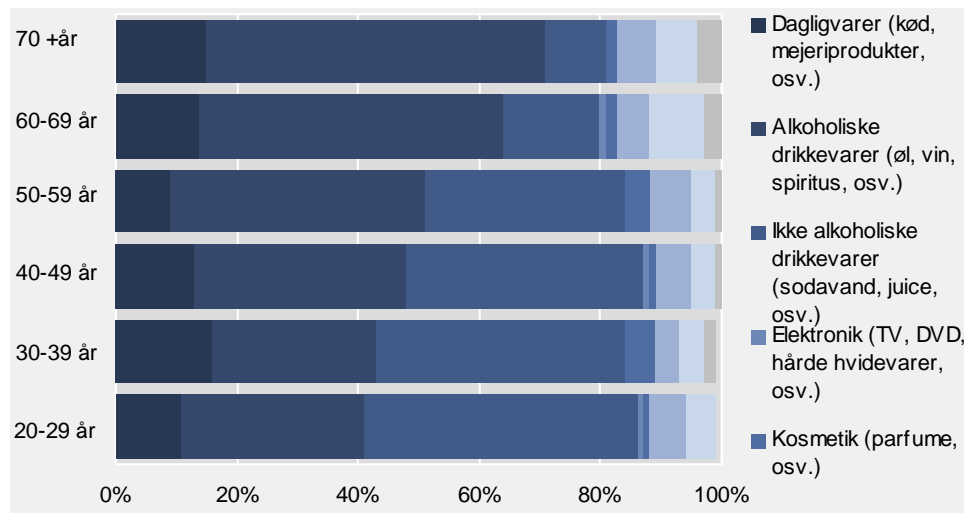
Kilde: Synovate for Landbrug & Fødevarer

Lav moms på fødevarer trækker danskere til Tyskland

Tysklands differentierede moms betyder, at føde- og drikkevarer kun beskattes med 7 pct. moms til forskel for den danske moms på 25 pct. Alkoholiske drikkevarer er den varegruppe, som fleste køber. 39 pct. svarer, at de inden for det seneste år har købt alkohol over grænsen. Sodavand er ikke afgiftsbelagt på samme måde som i Danmark. Derfor er denne varer attraktiv. 32 pct. af de adspurgte svarer, at de overvejende tog til grænsen for at købe sodavand. Jo yngre de adspurgte er, jo flere køber sodavand ved grænserne.

Det er hovedsagligt personer i 30erne med familier på 4 eller flere medlemmer, der køber sodavand og lignende.

Figur 4. Varer fordelt efter alder.



Kilde: Synovate for Landbrug & Fødevarer

Stigende efterspørgsel efter fødevarer ved grænsen

13 pct. køber fødevarer ved grænserne. Det er en stigning på 3 procentpoint, i forhold til den undersøgelse Landbrug & Fødevarer foretog i foråret, hvor 10 pct. angiver, at de købte fødevarer ved grænsen.

Hver 7. kører til grænserne med det primære formål at købe dagligvarer

Hver syvende kører til grænserne med det formål hovedsageligt at købe dagligvarer. Det er primært yngre personer med familier og personer fra Hovedstaden, der køber fødevarer.

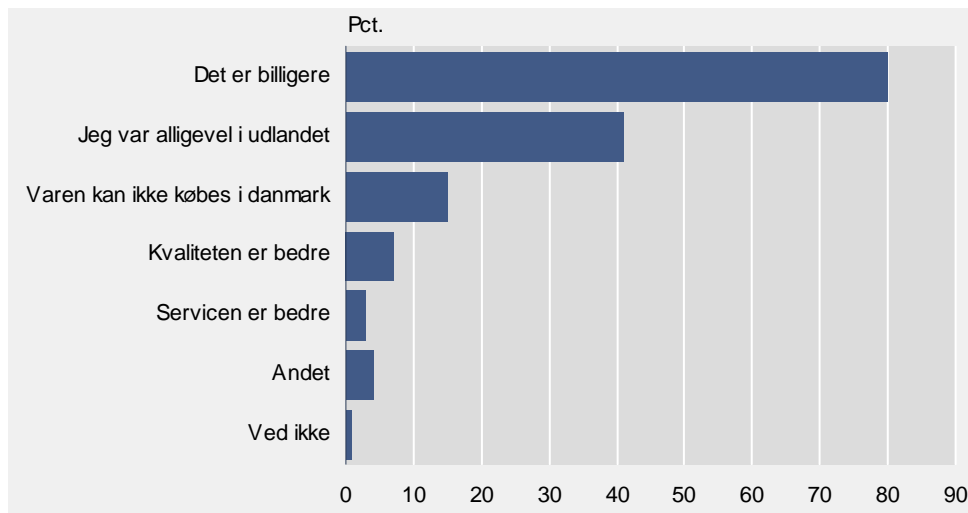
Personer der bor tæt ved grænsen og personer fra Region Hovedstaden køber hyppigst fødevarer. Her har 18 pct. været på en kort tur i udlandet med det formål hovedsageligt at købe fødevarer. De unge og folk fra Region Sjælland køber sjældnest fødevarer.

Lavere priser

Årsager til grænsehandel

Lavere priser er det, der trækker danskerne over grænserne, når de køber ind. Syddanskerne køber ind fordi der er billigere. 87 pct. svarer, at det er prisen, der er afgørende for deres grænsekøb. De vælger derfor i højere grad end personer fra andre regioner, at køre en tur til grænsen med det primære formål at købe ind. Hvorimod personer fra Hovedstaden hovedsageligt køber ind, fordi de alligevel var i udlandet.

Figur 5. Årsager til grænsehandel



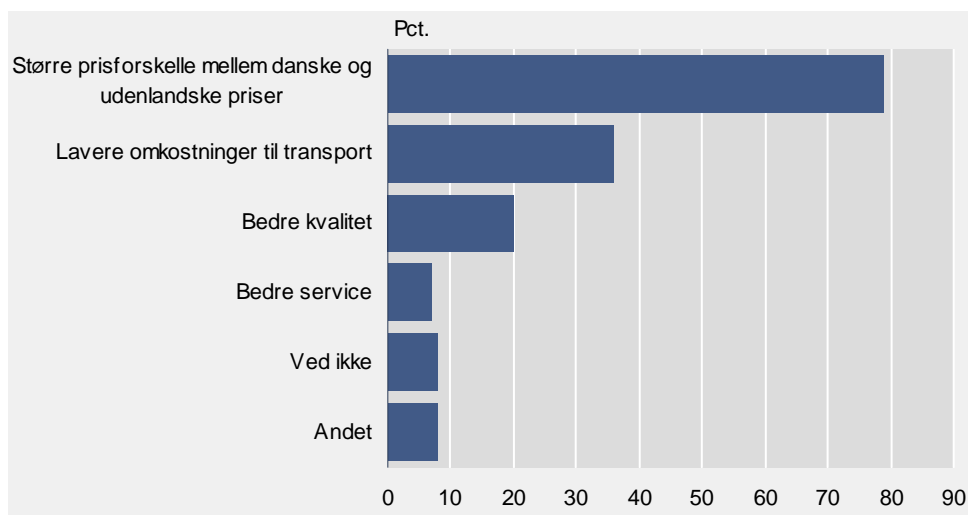
Anm.: Det er muligt, at give mere end et svar
Kilde: Synovate for Landbrug & Fødevarer

Prisbevidste grænsehandlende

Grænsehandel er forbundet med en høj grad af prisfølsomhed. 79 pct. af adspurgte svarer, at de vil købe mere ind, hvis de danske priser steg yderligere i forhold til de udenlandske. 36 pct. svarer, at de ville købe oftere ind ved grænserne, hvis transporten til og fra var billigere. Selve grænsehandelskonceptet med billige varer i store mængder, er altså noget, der tiltaler danskerne. Mere service og bedre kvalitet er ikke umiddelbart parametre, der kan få danskerne til at forøge grænsehandlen.

87 pct. af syddanskerne ville købe mere ind ved grænserne, hvis prisforskellen mellem danske og tyske varer steg yderligere. Nordjylland er den region, hvor flest ville grænsehandle mere, hvis priserne på transport faldt. Det er altså høje omkostninger, der i dag afholder dem fra grænsehandel. 32 pct. af syddanskerne svarer, at de ville købe mere ind ved grænsen, hvis kvaliteten var bedre.

Figur 6. Faktorer, der kan få husstanden til at købe flere varer i udlandet.

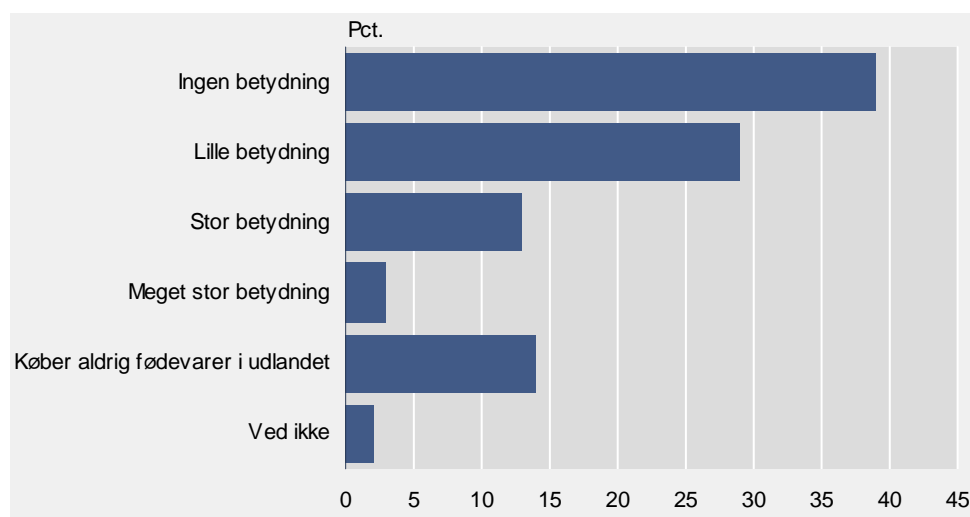


Kilde: Synovate for Landbrug & Fødevarer

Varenes oprindelse er uden betydning

Danskerne tager ikke til udlandet for at kunne købe danske mærkevarer billigere. 68 pct. svarer, at varenes oprindelsesland har lille eller ingen betydning for deres valg af varer.

Figur 7. Betydningen af varernes oprindelsesland.



Kilde: Synovate for Landbrug & Fødevarer

Konsekvenserne ved grænsehandel- tabte kroner til Danmark

De danske virksomheder og den danske stat mister indtjening ved grænsehandel. Danskerne køber for godt 6,6 mia. kroner varer ved grænsehandel. Det medfører tab for de danske virksomheder. For 68 pct. af de adspurgte har det nemlig ingen eller lille betydning, om de køber danske eller udenlandske varer. Undersøgelsen viser således, at danskerne gerne substituerer danske varer med de udenlandske. Hermed taber de danske virksomheder indtjening, da de bliver fravalgt til fordel for en udenlandsk konkurrent. Grænsehandlen medfører også tab for den danske stat i form af tabte skatter og afgifter. Det medfører, at Danmark som helhed taber indtjening i form af skatter og afgifter ved grænsehandlen, og virksomhederne mister indtjening.

Fedtafgiften vil øge grænsehandlen

Fedtafgiften vil øge grænsehandlen

Øges prisforskellen mellem danske og udenlandske varer, vil 79 pct. af danskerne købe mere ind i udlandet. Når danske fødevarer fra oktober 2011 beskattes med en fedtafgift, formodes det at grænsehandlen vil tiltage, da der bliver flere penge at spare. Det, der hovedsageligt afholder danskerne fra grænsehandel er de høje transportomkostninger. 36 pct. svarer, at det er de høje transportomkostninger, der afholder dem fra oftere at tage den lange tur til grænsen. Denne svarfordeling vil formentlig falde, når priserne på de danske fødevarer stiger, som følge af fedtafgiften. De dyrere danske varer kompenserer for det forbrugte brændstof til turen. Især det syddanske område ville blive påvirket af de stigende priser, da 87 pct. ville købe mere ind i udlandet, hvis de danske priser steg.

*Grænsehandlen koster
6.000 jobs i Danmark*

Udkantsdanmark taber job ved grænsehandel

Grænsehandel fører til tab af danske jobs. Omsætningen ved dansk grænsehandel var på 6,6 mia. kroner i 2010. Blev pengene i stedet lagt i danske butikker, ville den danske detailbranche kunne ansætte 6.000 flere medarbejdere. Undersøgelsen viser, at det er personer fra region Syddanmark, der hyppigst handler ved grænsen, og som handler for store beløb. Regionen lægger ca. 2,3 mia. kroner på den tyske side af grænsen, penge der kunne være brugt i dansk detailhandel i stedet, og dermed skabe jobs i Danmark. Øges grænsehandlen vil især denne region tabe yderligere arbejdspladser. Tælles de tabte sidegevinster med, i de tilknyttede industrier til detailbranchen, taber Danmark således mere end 6.000 jobs som følge af mere grænsehandel

Metode omkring analysen

Landbrug & Fødevarer spurgte i samarbejde med Synovate 1.034 danskere pr. web fra 12. marts til 21. marts 2011. Undersøgelsen blev gentaget fra 31. aug. til 13. sep., hvor 1.027 blev stillet de samme spørgsmål.

Vi definerer grænsehandel, som varer der købes i udlandet på rejser med max. én overnatning. Altså rejser, der udføres med det specifikke formål at tage til det nære udland for at handle.

Bemærk, at spørgsmålet om hvorvidt varernes oprindelsesland ikke blev gentaget i september undersøgelsen. Det samme gælder også for spørgsmålet om, hvad der kunne få husstanden til at købe flere varer i udlandet.



Landbrug & Fødevarer
Axeltorv 3

1609 København V

Yderligere kontakt
T +45 3339 4000
E info@lf.dk

Leif Nielsen
lni@lf.dk
T+ 45 3339 4238
f + 45 3339 4141
W www.lf.dk