



Growth
from
Knowledge



Dagligvaror online

FMCG

Kvartal 2 2020 & Kvartal 1-2 2020

Onlinehandeln i Sverige



Kvartal 2 2020 (april-juni) och **Kvartal 1-2 2020** (januari-juni)

Förklaringar:

- Rapporten visar onlineförsäljningen i Sverige uppdelat på ca 180 varugrupper.
- Rapporten baseras på GfK Sveriges hushållspanel, som består av 4000 svenska hushåll som representerar ett mini-Sverige och som rapporterar in sina FMCG-inköp (ner på EAN-nivå) varje vecka, året runt.
- Onlineförsäljningen redovisas i värdeandelar i procent.
- T.ex. är värdeandelen (%) för "frukt & grönt" 2,6 % för Sverige totalt, vilket innebär att av all försäljning av frukt & grönt i Sverige så handlas 2,6 % online.
- Bilderna på sidorna 5-8 visar de topp-10 varugrupperna som har störst andel av sin försäljning online, inom respektive kedja.

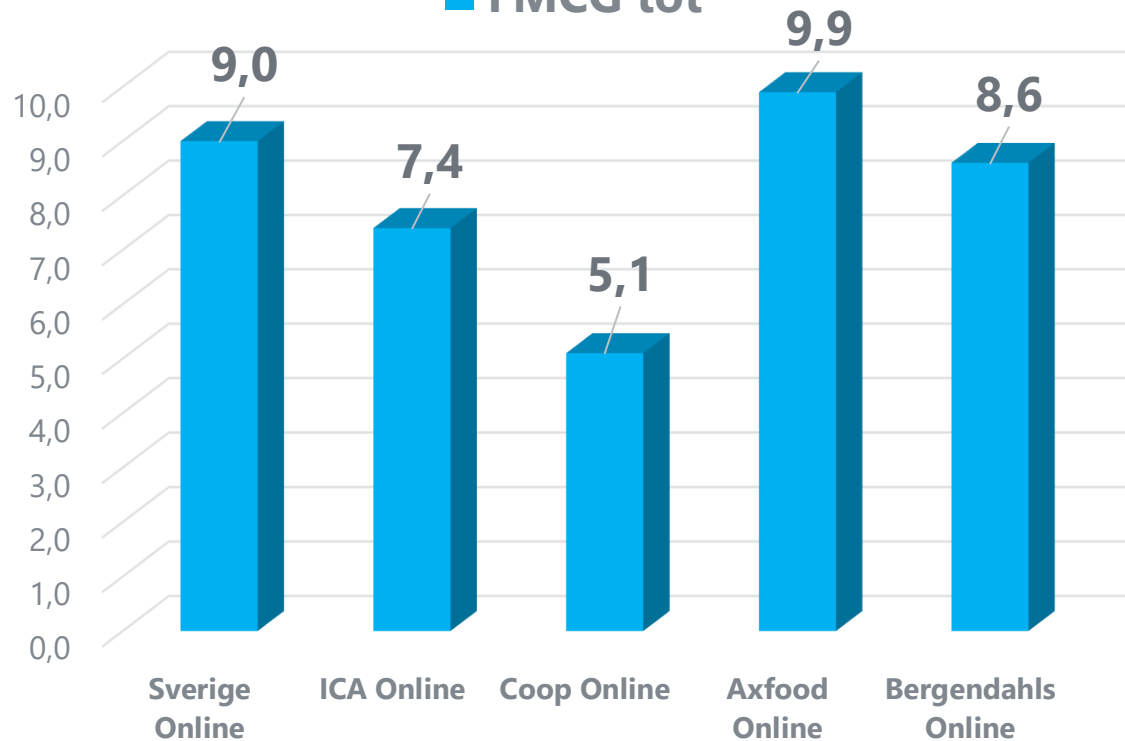
Onlinehandeln i Sverige



FMCG totalandelar kvartal 2 2020, respektive ackumulerat kvartal 1-2 2020

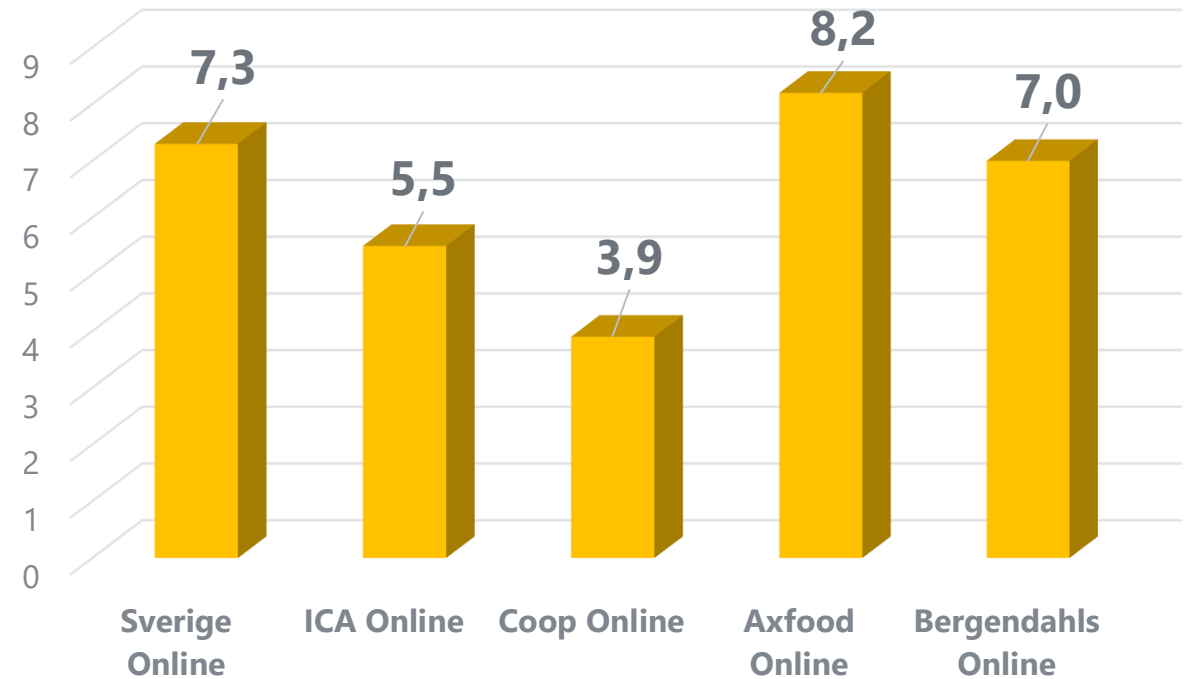
Kvartal 2 2020, Värde%

■ FMCG tot



Kvartal 1-2 2020, Värde%

■ FMCG tot



Källa: GfKs svenska hushållspanel

Topp-10 rankade varugrupper i Sverige värde i % online



Q2 2020 (april-juni)

Q1-Q2 2020 (jan-juni)

Topp 10 varugrupper i värde%

| | |
|--------------------------|-------|
| 1. Hudkräm | 33,6% |
| 2. Solprodukter | 27,4% |
| 3. Ansiktsrengöring | 24,4% |
| 4. Tandstickor/Tandtråd | 18,0% |
| 5. Munvatten | 16,5% |
| 6. Hundmat | 16,2% |
| 7. Balsam/Inpackning | 15,0% |
| 8. Tandborstar | 14,7% |
| 9. Risgrynsgröt | 14,3% |
| 10. Marsipan/Mandelmassa | 13,8% |

Topp 10 varugrupper i värde%

| | |
|-------------------------|-------|
| 1. Solprodukter | 32,0% |
| 2. Hudkräm | 31,4% |
| 3. Ansiktsrengöring | 23,0% |
| 4. Tandstickor/Tandtråd | 16,5% |
| 5. Hundmat | 15,1% |
| 6. Styling | 13,7% |
| 7. Munvatten | 13,4% |
| 8. Snus | 13,0% |
| 9. Sötningsmedel | 12,7% |
| 10. Kattmat | 12,5% |

Ex. Av all försäljning av Hudkräm i Sverige, under Q2 2020, såldes 33,6% online.

All försäljning som sker online i Sverige ingår. Förutom den traditionella dagligvaruhandeln så ingår även "butiker" som bara finns online, tex lyko.se, olika apotek, granngarden.se, arkenzoo.se, mat.se etc.

Topp-10 rankade varugrupper hos ICA värde i % online



Q2 2020 (april-juni)

Q1-Q2 2020 (jan-juni)

| Topp 10 varugrupper i värde% | |
|------------------------------|-------|
| 1. Lättöl | 17,8% |
| 2. Risgrynsgröt | 16,9% |
| 3. Fiskbullar i konserv | 15,3% |
| 4. WC-block | 14,2% |
| 5. Syltor/Aladåber | 13,8% |
| 6. Hushållspapper | 12,4% |
| 7. Bakmixer | 12,4% |
| 8. Övrig konserverad fisk | 11,9% |
| 9. Sötningemedel | 11,7% |
| 10. Sill-i-glas | 11,4% |

| Topp 10 varugrupper i värde% | |
|------------------------------|-------|
| 1. Sill-i-glas | 11,7% |
| 2. Fiskbullar i konserv | 10,3% |
| 3. Övrig Konserverad fisk | 10,2% |
| 4. Matjesill | 10,1% |
| 5. Saft | 10,1% |
| 6. Lättöl | 9,9% |
| 7. Risgrynsgröt | 9,2% |
| 8. Rengöringsmedel | 9,0% |
| 9. Pepparkakor | 8,7% |
| 10. Sötningemedel | 8,5% |

Ex. Av all försäljning av Lättöl hos ICA under Q2 2020, såldes 17,8 % online.

All försäljning som sker online hos ICA ingår, exklusive Apotek Hjärtat.

Topp-10 rankade varugrupper hos Coop värde i % online



Q2 2020 (april-juni)

Q1-Q2 2020 (jan-juni)

| Topp 10 varugrupper i värde% | |
|---------------------------------|-------|
| 1. Fryst Färdigmat | 11,0% |
| 2. Snabbkaffe | 10,6% |
| 3. Sill-i-glas | 10,3% |
| 4. Övrig konserverad fisk | 9,5% |
| 5. Fryst Fisk | 9,2% |
| 6. Juice | 8,2% |
| 7. Makrill/Sardin i konserv/tub | 8,1% |
| 8. Gravad/Rökt fisk | 7,9% |
| 9. Fiskbullar i konserv | 7,8% |
| 10. Matjessill | 7,8% |

| Topp 10 varugrupper i värde% | |
|------------------------------|------|
| 1. Maskindiskmedel | 9,4% |
| 2. Sill-i-glas | 9,3% |
| 3. Fläckbortagningsmedel | 9,1% |
| 4. Fryst Färdigmat | 8,7% |
| 5. Rengöringsmedel | 8,3% |
| 6. Snabbkaffe | 7,9% |
| 7. Övrig konserverad fisk | 7,7% |
| 8. Ölkorv | 7,7% |
| 9. Matjessill | 7,3% |
| 10. Gryner | 6,8% |

Ex. Av all försäljning av Fryst Färdigmat hos Coop under Q2 2020, såldes 11,0 % online.

All försäljning som sker online hos Coop ingår.

Topp-10 rankade varugrupper hos Axfood värde i % online



Q2 2020 (april-juni)

Topp 10 varugrupper i värde%

| | |
|--------------------------|-------|
| 1. Tamponger | 38,3% |
| 2. WC-Rengöring | 31,3% |
| 3. WC-Block | 29,6% |
| 4. Övrig inlagd fisk | 28,7% |
| 5. Nektar | 28,1% |
| 6. Tandstickor/Tandtråd | 27,5% |
| 7. Rengöringsmedel | 25,6% |
| 8. Fryst övrig fågel | 23,8% |
| 9. Risgrynsgröt | 21,9% |
| 10. Mandelmassa/Marsipan | 21,5% |

Q1-Q2 2020 (jan-juni)

Topp 10 varugrupper i värde%

| | |
|-------------------------|-------|
| 1. WC-Block | 32,6% |
| 2. Tamponger | 27,4% |
| 3. WC-Rengöring | 27,3% |
| 4. Nektar | 25,8% |
| 5. Tandstickor/Tandtråd | 23,6% |
| 6. Övrig inlagd fisk | 23,4% |
| 7. Risgrynsgröt | 22,8% |
| 8. Fryst övrig fågel | 21,0% |
| 9. Rengöringsmedel | 20,2% |
| 10. Blandade godispåsar | 17,1% |

Ex. Av all försäljning av Tamponger hos Axfood under Q2 2020, såldes 38,3 % online.

All försäljning som sker online hos Axfood ingår, inklusive mat.se.

Topp-10 rankade varugrupper hos Bergendahls värde i % online



Q2 2020 (april-juni)

Q1-Q2 2020 (jan-juni)

| Topp 10 varugrupper i värde% | |
|------------------------------|-------|
| 1. Fryst Fiskgratäng | 42,1% |
| 2. Fiskbullar i konserv | 32,3% |
| 3. Pepparkakor | 22,9% |
| 4. Frysta Bageriprodukter | 19,5% |
| 5. Frysta Bär | 19,2% |
| 6. Syltor/Aladåber | 18,3% |
| 7. Hundmat | 16,7% |
| 8. Frysta Potatisprodukter | 12,8% |
| 9. Tuggummi | 12,4% |
| 10. Lakrits | 12,4% |

| Topp 10 varugrupper i värde% | |
|------------------------------|-------|
| 1. Fryst Fiskgratäng | 35,7% |
| 2. Lättöl | 27,6% |
| 3. Fiskbullar i konserv | 14,4% |
| 4. Frysta Bageriprodukter | 13,8% |
| 5. Frysta Bär | 13,7% |
| 6. Tvättmedel | 13,1% |
| 7. Fläckborttagningsmedel | 12,3% |
| 8. Lakrits | 12,2% |
| 9. Tandborstar | 11,9% |
| 10. Matgryner | 10,9% |

Ex. Av all försäljning av Frysta Fiskgratänger hos Bergendahls under Q2 2020, såldes 42,1 % online.



Growth
from
Knowledge



Vid frågor kontakta:

Fredrik Ydell
Senior Market Research Consultant
GfK Nordics
00 46 704 181636
Fredrik.ydell@gfk.com