

D-food Index Q2 2015

2015-08-31

Rykande het marknad för mat på nätet

D-food Index är en återkommande kvartalsrapport från Svensk Digital Handel om livsmedelsförsäljningen över nätet. Rapporten tas fram i samarbete med HUI Research som sköter insamling och kvalitetssäkring av data.

D-food Index från Svensk Digital Handel visar att livsmedelsförsäljningen på nätet ökade med 43 procent under andra kvartalet 2015 jämfört med samma period förra året. Försäljningen av middagslösningar ökade med 31 procent under andra kvartalet 2015. Motsvarande siffra för försäljningen av lösplock var 56 procent.

	Utveckling Q2 2015	Hittills i år
Middagslösningar	31 %	31 %
Lösplock	56 %	62 %
Total	43 %	44 %

Kommentarer från Svensk Digital Handel

- De starka tillväxttalen vi ser tyder på att intresset för att handla livsmedel på nätet fortsätter att öka. Aktörerna har satsat mycket på marknadsföring och andra säljdrivande aktiviteter, vilket ger resultat i form av att allt fler konsumenter testat att handla livsmedel på nätet, säger Jonas Ogvall, VD på Svensk Digital Handel.
- Även detta kvartal är det lösplocksförsäljningen som ökar mest. Lösplock ökade med 56 procent samtidigt som matkassarna ökade med 31 procent under samma period, fortsätter han.
- Hittills i år har livsmedelsförsäljningen ökat med 44 procent, och prognosen är att branschen kommer att omsätta drygt 4 miljarder kronor under 2015. Med den här utvecklingstakten kommer den prognosen sannolikt att överträffas, avslutar Jonas Ogvall.

För frågor kontakta:

Jonas Ogvall, VD Svensk Digital Handel, på tel. +46 709 76 44 26
se-mail jonas.ogvall@svenskhandel.se

Om Svensk Digital Handel: Svensk Digital Handel är intresseorganisationen för den digitala handeln i Sverige och vår vision är att vartannat köp ska vara digitalt. Vi verkar för att framtidssäkra medlemmarnas digitala verksamhet och tillsammans göra handeln på nätet enklare. Svensk Digital Handel är en del av Svensk Handel.