

BRYGGERI OG
DRIKKEVAREFORENINGEN

Grensehandel

Høsten 2023

Om undersøkelsen



På oppdrag for Bryggeri- og drikkevareforeningen har Sentio en undersøkelse om grensehandel. Formålet med undersøkelsen er å kartlegge grensehandel når det gjelder varer som kjøtt, sjokolade/godteri, brus/mineralvann, energidrikk og alkohol. Undersøkelsen ble gjennomført blant et nasjonalt utvalg på webpanel. Resultatene sammenlignes med tilsvarende undersøkelse gjort i april.



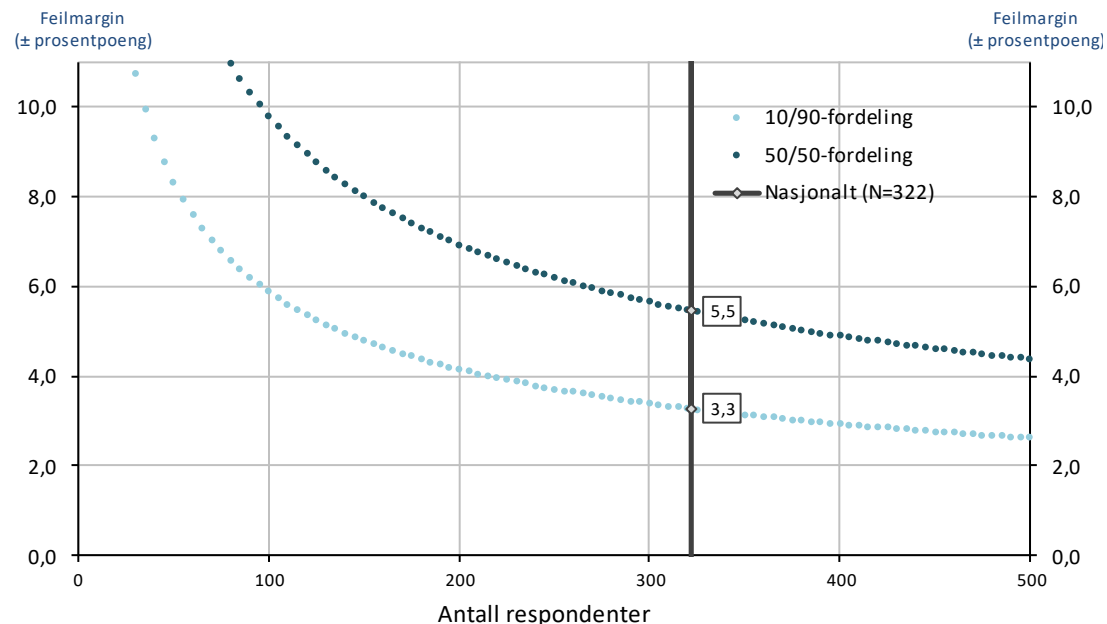
Undersøkelsen er gjennomført på webpanel blant et representativt utvalg på 1000 personer i Norge mellom 18 og 80 år. Av disse oppga 322 personer at de hadde vært på dagstur til utlandet de siste 30 dagene, og det er disse 322 personene som undersøkelsen tar utgangspunkt i. For å best mulig gjenspeile populasjonen er resultatene vektet etter kjønn, alder og bosted. Undersøkelsene ble gjennomført i perioden 5.– 9.oktober 2023.



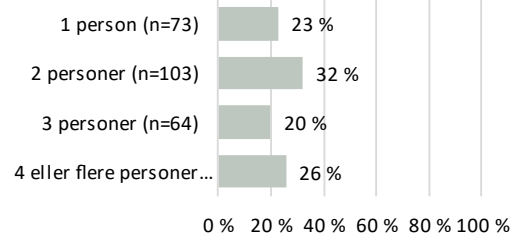
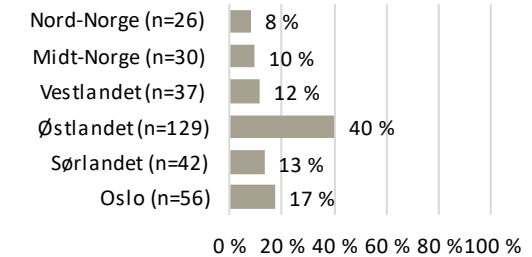
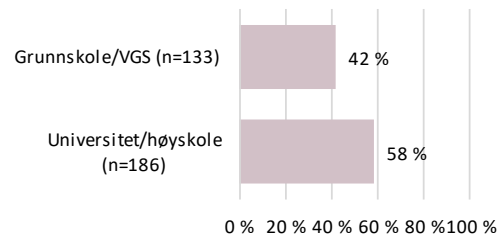
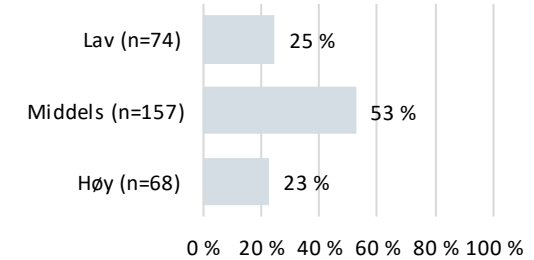
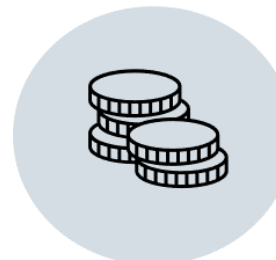
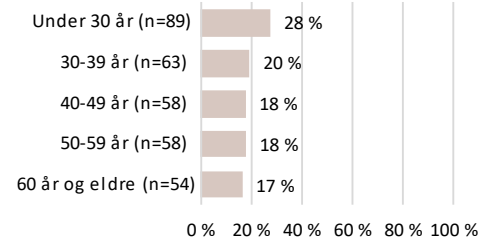
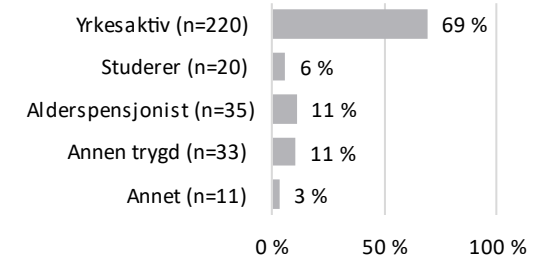
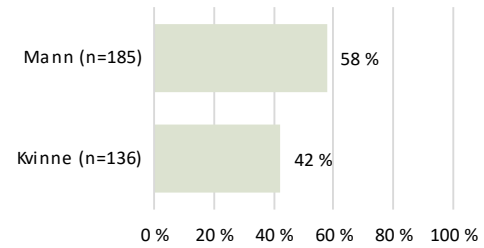
Det er gjennomført signifikanstesting av forskjeller mellom undergruppene i undersøkelsen og forskjellene mellom de fire undersøkelsene. Hensikten med denne testen er å undersøke om resultatene til en undergruppe er forskjellige fra motsatsen; for eksempel om respondentene under 30 år svarer forskjellig fra de som ikke er under 30 år, eller om det er signifikant forskjell i svarene i de to undersøkelsene. Signifikanstesting gjøres for hvert spørsmål, og forskjellen som er nødvendig for at noe er signifikant kan variere mellom spørsmålene. Dette kan blant annet skyldes ulikt antall respondenter som har svart på spørsmålet eller at det er stor variasjon i svarfordelingen. Dersom en forskjell er statistisk signifikant, kan vi med 95 prosent sikkerhet hevde at den er reell i populasjonen og ikke skyldes tilfeldigheter i utvalget.

Feilmarginer ved fordelinger

- I enhver utvalgsundersøkelse må man operere med feilmarginer for fordelinger (prosentuering). Størrelsen på feilmarginen avhenger av utvalgte størrelse, og av resultatet i utvalget. Jo mer prosentandelen som har en bestemt egenskap, nærmer seg 50, dvs. jo mer heterogent utvalget er, desto større feilmargin må vi regne med.
- I denne undersøkelsen med et utvalg på 322 vil feilmarginene variere fra 3,3 prosentpoeng ved en 10/90-fordeling til 5,5 prosentpoeng ved en 50/50-fordeling. Figuren til høyre viser hvordan feilmarginene utvikler seg ved ulike utvalgsstørrelser og fordelinger.
- Det er testet om resultatene for hver undergruppe er signifikant forskjellig fra motsatsen, for eksempel om menn svarer annerledes enn kvinner, eller om det er noen forskjeller etter alder. Dersom en forskjell er statistisk signifikant, kan vi med 95 prosent sikkerhet hevde at den er reell i populasjonen og ikke skyldes tilfeldigheter i utvalget. Signifikante forskjeller mellom undergrupper og mellom de ulike undersøkelsene kommenteres.



Om utvalget



Oppsummering av hovedfunn

- Flest av de spurte (62 %) oppgir å ha vært på én dagstur i løpet av de siste 30 dagene. 15 prosent oppgir å ha vært på 4 eller flere turer.
- 3 av 4 oppgir at de var i Sverige på den siste handleturen.
- 65 prosent oppgir planlagt handletur som hovedårsak til at de reiste på den siste dagsturen.
- Det er flest som oppgir å ha handlet sjokolade og godteri og kjøttvarer (eksklusive bacon). Henholdsvis 73 og 65 prosent oppgir dette.
- 208 respondenter oppgir å ha kjøpt kjøttvarer (eksklusive bacon). Disse kjøpte i gjennomsnitt 3,5 kilo.
- 139 respondenter oppgir å ha kjøpt bacon. Disse kjøpte i gjennomsnitt 1,1 kilo.
- 234 respondenter oppgir å ha kjøpt sjokolade og/eller godteri. Disse kjøpte i gjennomsnitt 1,7 kilo.
- 102 respondenter oppgir å ha kjøpt sukkerholdig brus/mineralvann. Disse kjøpte i gjennomsnitt 13,0 liter.
- 132 respondenter oppgir å ha kjøpt sukkerfri brus/mineralvann. Disse kjøpte i gjennomsnitt 14,1 liter.
- 42 respondenter oppgir å ha kjøpt sukkerholdig energidrikk. Disse kjøpte i gjennomsnitt 13,7 liter.
- 59 respondenter oppgir å ha kjøpt sukkerfri energidrikk. Disse kjøpte i gjennomsnitt 13,0 liter.
- 129 respondenter oppgir å ha kjøpt alkoholholdig øl/cider/rusbrus. Disse kjøpte i gjennomsnitt 4,8 liter.
- 112 respondenter oppgir å ha kjøpt vin. Disse kjøpte i gjennomsnitt 2,8 liter.
- 36 respondenter oppgir å ha kjøpt brennevin. Disse kjøpte i gjennomsnitt 1,4 liter.
- 45 prosent svarer at de kjøpte mer enn de hadde planlagt på forhånd.
- Av de som svarte at de handlet mer enn de hadde planlagt, var det flest som svarte at de handlet mer sjokolade og godteri: 47 prosent oppga dette.
- De som oppga at de hadde vært på mer enn én dagstur i løpet av de siste dagene fikk spørsmål om de kjøpte omtrent samme type varer og mengde på de forrige dagsturene, som det de gjorde på den siste dagsturen. 62 prosent svarte «ja», 10 prosent svarte «nei» og 29 prosent svarte «det varierer fra tur til tur».

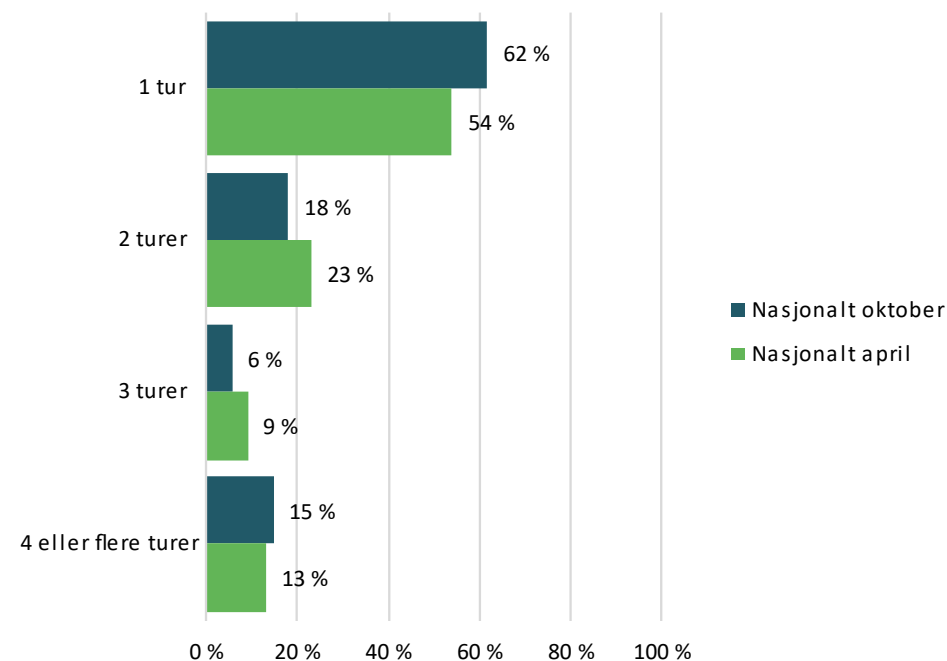
Hamstringsdata

Hvor mange dagsturer til utlandet har du vært på i løpet av de siste 30 dagene?

- Det er flest som oppgir å ha vært på én dagstur til utlandet i løpet av de siste 30 dagene (62 %).
- Knappt 2 av 10 oppgir å ha vært på to turer i løpet av de siste 30 dagene.
- 6 prosent oppgir å ha vært på 3 turer og 15 prosent oppgir å ha vært på 4 eller flere turer.

Brutt ned på bakgrunnsvariabler finner vi følgende forskjeller:

- Det er en mindre andel blant de som er 60 og eldre som oppgir at de har vært på mer enn en dagstur (22 % oppgir å ha vært på mer enn én dagstur), sammenlignet med de som er yngre (mellom 38 og 47 %).
- Det er en større andel blant de som oppgir spesiell anledning som årsak til turen som har vært på 4 eller flere dagsturer (44 %), sammenlignet med de som oppgir andre årsaker til dagsturen (mellom 11 og 21 %).

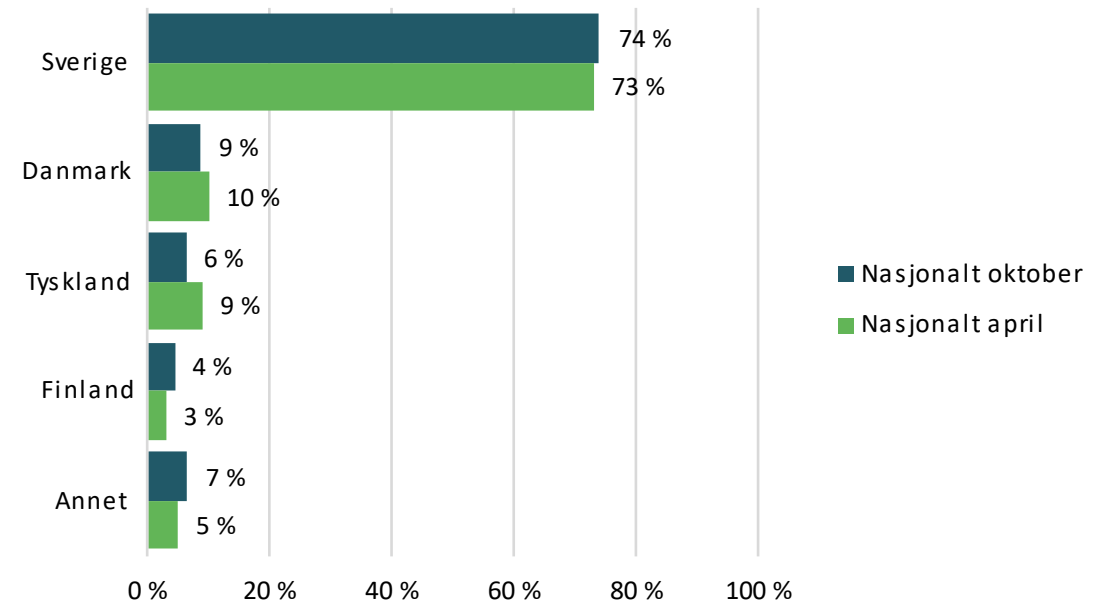


Hvilket land reiste du til på den siste dagsturen?

- Hele 74 prosent oppgir at de var i Sverige på den siste dagsturen.
- Under 10 prosent var i Danmark, Tyskland eller Finland.
- Mønsteret er det samme som i tilsvarende undersøkelse i april.

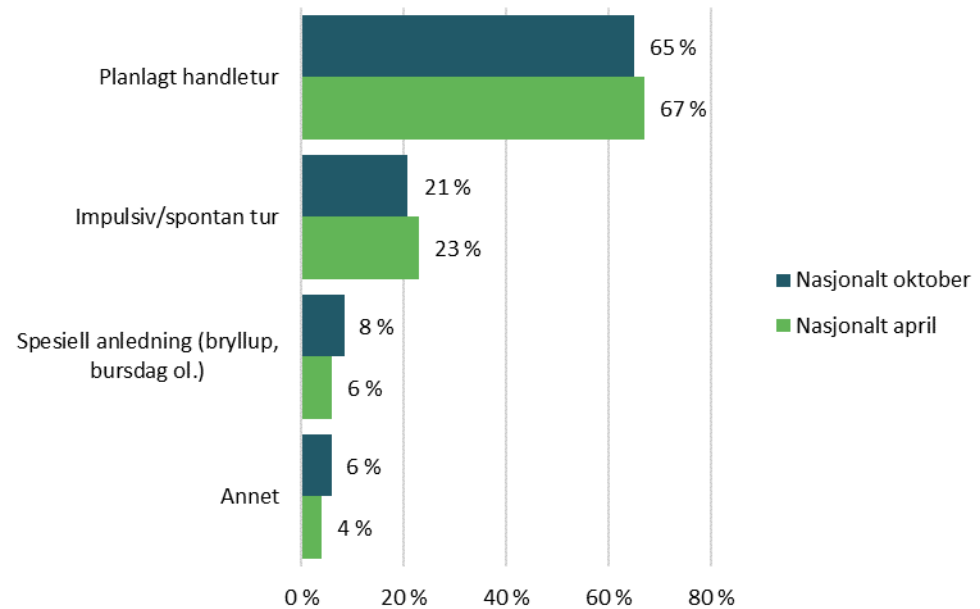
Brutt ned på bakgrunnsvariabler finner vi følgende forskjeller:

- Det er en større andel blant de som er 60 år og eldre som reiste til Sverige (89 %), sammenlignet med de som bor andre steder (mellom 61 og 81 %).
- Det er en større andel blant de som bor i Nord-Norge som reiste til Finland (41 %), sammenlignet med de som bor andre steder i landet (mellom 0 og 6 %). Det er en større andel blant de som bor på Østlandet som reiste til Sverige (87 %), sammenlignet med de som bor andre steder (mellom 48 og 81 %). Flere av de som bor i Oslo oppga at de reiste til Tyskland (18 %), sammenlignet med de som bor andre steder (mellom 2 og 11 %).



Hva var hovedårsaken til at du reiste på den siste dagsturen?

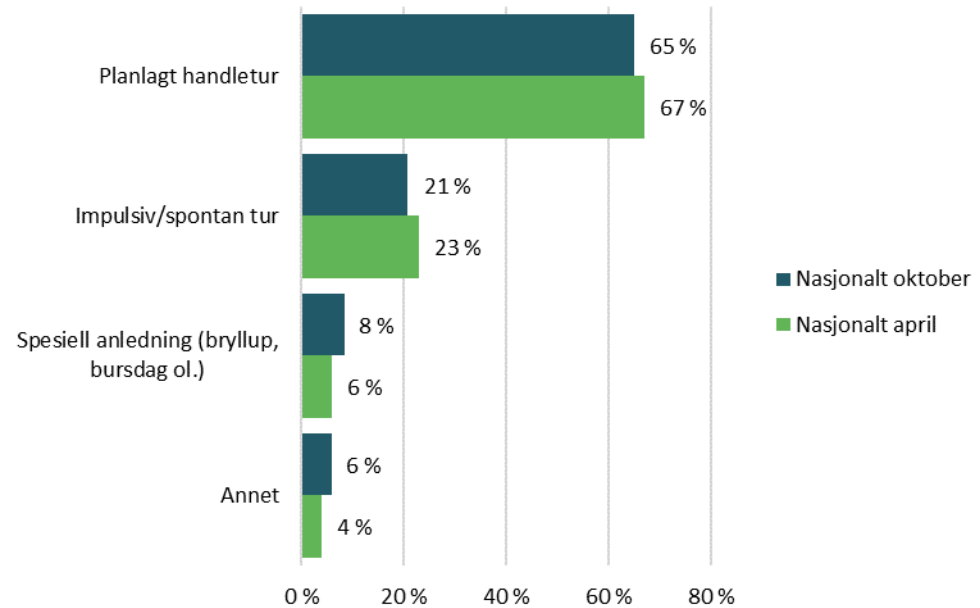
- Flest (65 %) oppgir planlagt handletur som hovedårsak til at de reiste på den siste dagsturen.
- 21 prosent oppgir impulsiv/spontan tur som årsak, mens 8 prosent oppgir spesiell anledning som årsak.
- 6 prosent oppgir andre årsaker.
- Det er færre som oppgir planlagt handletur som årsak i oktober, enn i april (65 mot 67 %).



Hva var hovedårsaken til at du reiste på den siste dagsturen? (forts.)

Brutt ned på bakgrunnsvariabler finner vi følgende forskjeller:

- Det er en større andel blant de som er under 30 år som oppgir spesiell anledning som årsak (19 %), sammenlignet med de som er eldre (mellom 0 og 9 %).
- Det er en større andel blant de som har vært på 4 eller flere dagsturer de siste 30 dagene som har oppgitt spesiell anledning (26 %), sammenlignet med de som har vært på færre turer (mellom 0 og 10 %).
- Det er en større andel blant de som reiste til Sverige som oppgir planlagt handletur som årsak (76 %), sammenlignet med de som reiste til andre lang (mellom 29 og 57 %).
- Det er en større andel blant de som bor i Oslo som oppgir spesiell anledning som årsak (20 %), sammenlignet med de som bor andre steder (mellom 3 og 14 %).

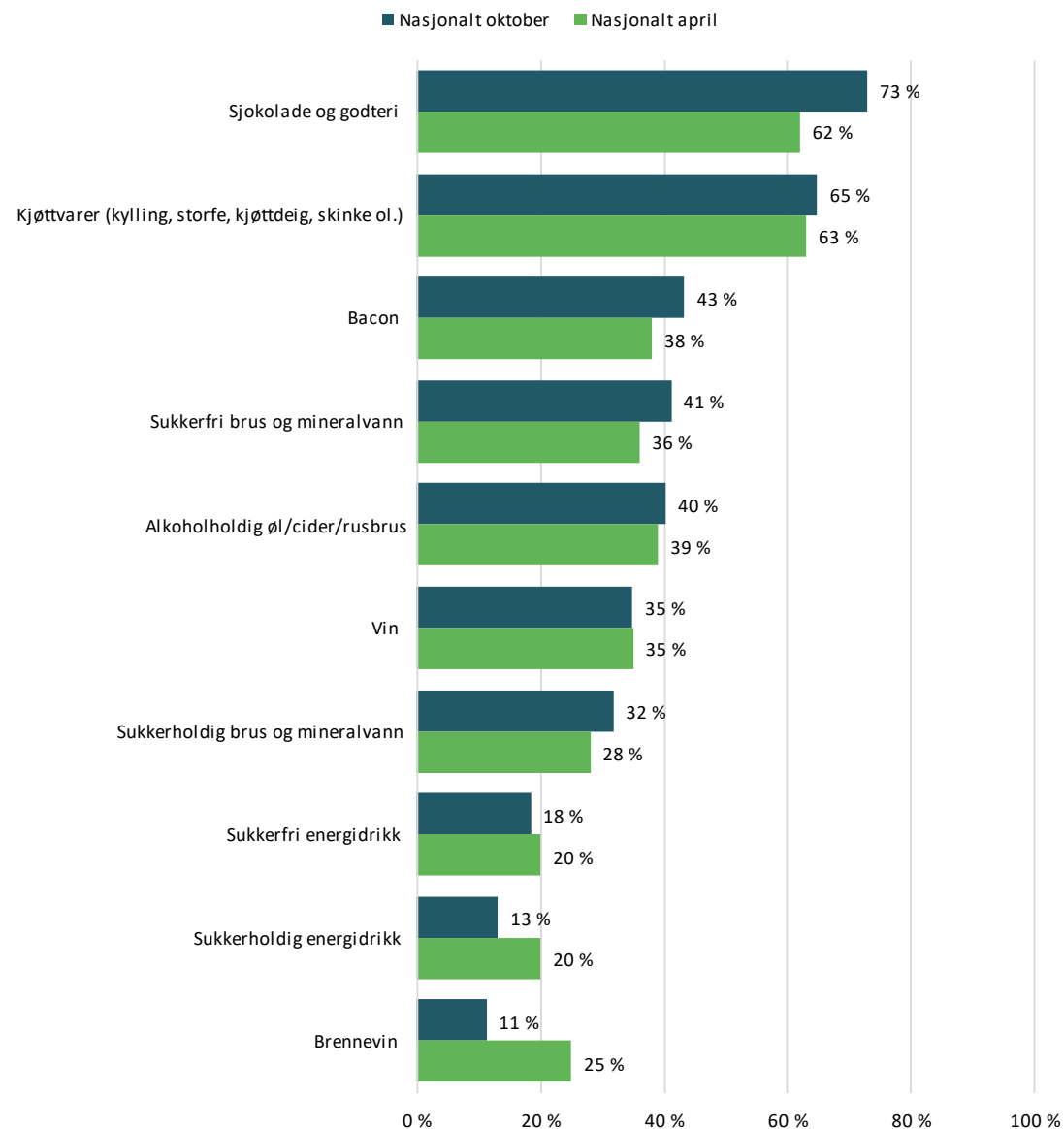


Hvilket av følgende handlet du på den siste dagsturen? Flere svar mulig.

- Det er flest som oppgir å ha handlet sjokolade og/eller godteri (73 %) på sin siste dagstur.
- Det er også ganske mange som oppgir å ha handlet kjøttvarer (65 %).
- Det var minst vanlig å handle sukkerfri energidrikk (18 %), sukkerholdig energidrikk (13 %) og brennevin (11 %).

Brutt ned på bakgrunnsvariabler kan en se noen tendenser i handlemønsteret hos respondentene.

- De under 30 år handlet sjeldnere vin (15 %), sammenlignet med de som er eldre (mellom 32 og 54 %).
- De som er 60 år og eldre handlet sjeldnere sukkerholdig brus og mineralvann (11 %), sammenlignet med de som er yngre (mellom 22 og 45 %).
- De med høy inntekt handlet mindre sjokolade og godteri (53 %), sammenlignet med de med middels inntekt (77 %) og lav inntekt (81 %).

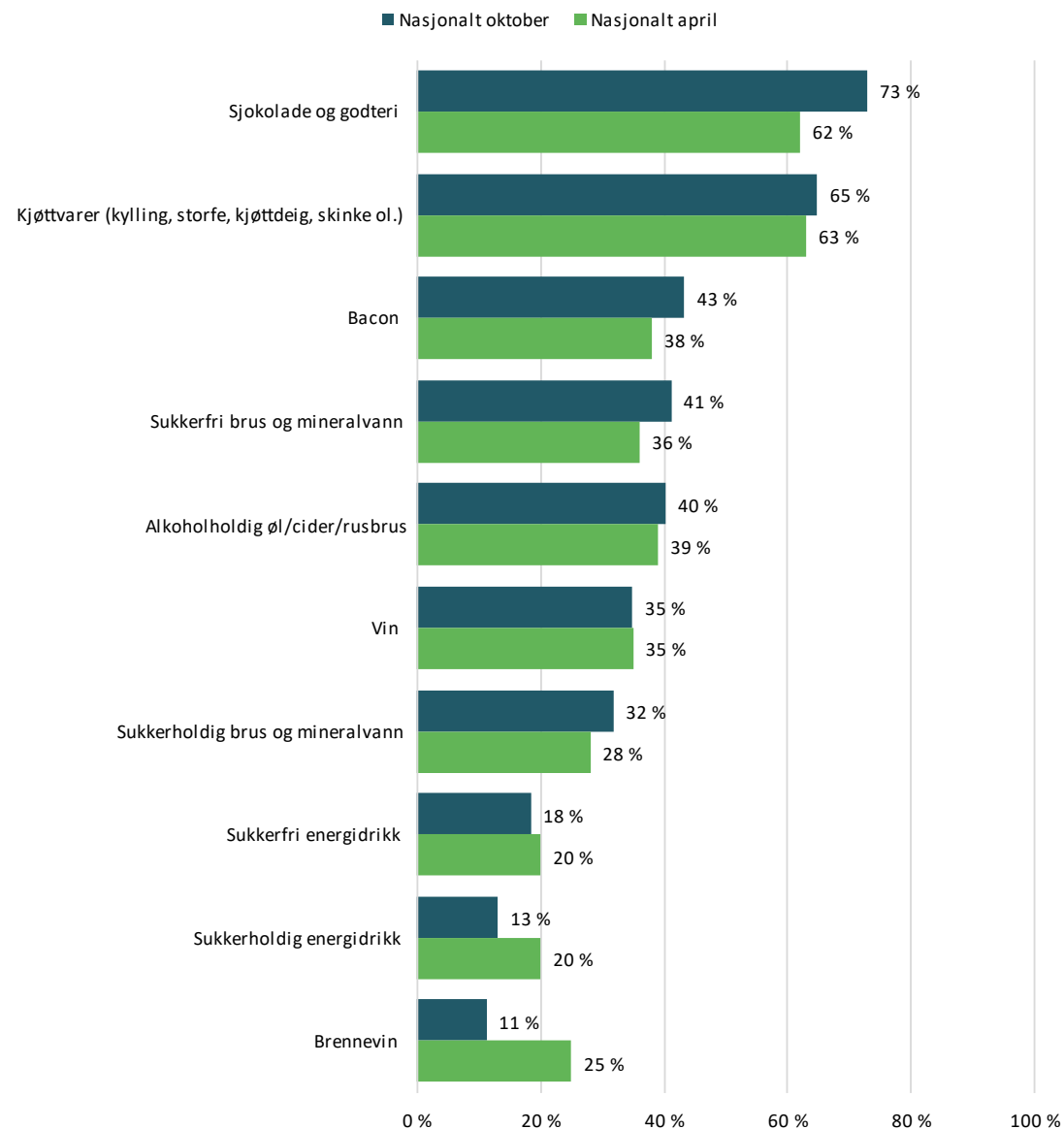


Hvilket av følgende handlet du på den siste dagsturen? Flere svar mulig. Forts.

- De som reiste til Danmark kjøpte betydelig mindre kjøttvarer (32 %), sammenlignet med de som reiste til Sverige (74 %), Tyskland (52 %) og Finland (50 %). De som reiste til Tyskland kjøpte betydelig mindre sukkerfri brus og mineralvann (7 %), sammenlignet med de som reiste til andre land (mellom 24 og 44 %).
- De som reise på impulsiv/spontan tur kjøpte mindre kjøttvarer (40 %), sammenlignet med de som oppga andre årsaker til reisen (mellom 48 og 75 %).
- De som bor på Sørlandet handlet mer godteri og/eller sjokolade (81 %), alkoholholdig øl/cider/rusbrus (50 %), vin (43 %) og brennevin (14 %), sammenlignet med de som bor andre steder (69–76 %; 33–49* %; 31–40 %; 8–11** %).

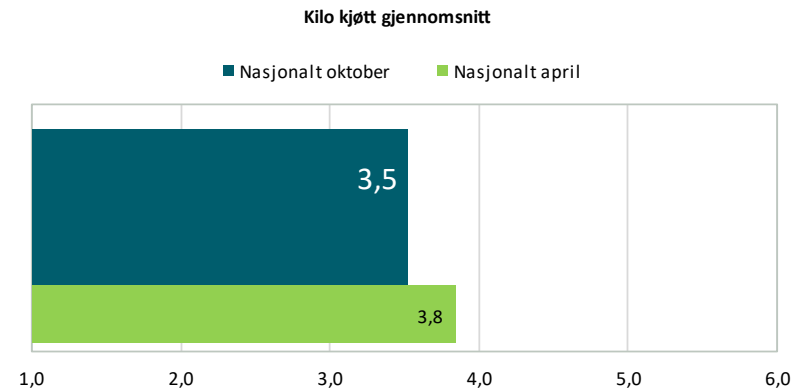
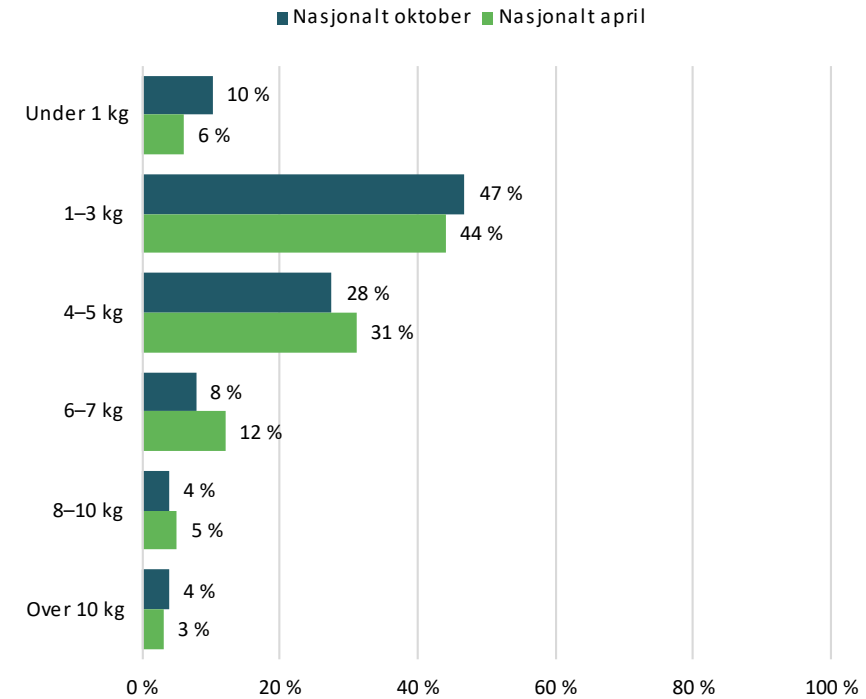
*58 % i Nord-Norge handlet alkoholholdig øl/cider/rusbrus, men resultatet er ikke signifikant høyere enn Sørlandet.

** 19 % i Nord-Norge handlet brennevin, men resultatet er ikke signifikant høyere enn Sørlandet.



Omtrent hvor mange kilo kjøttvarer (ikke inkludert bacon) kjøpte du? Hvis du er usikker, gjør et anslag.

- 208 respondenter oppgir å ha kjøpt kjøttvarer (eksklusive bacon). Disse kjøpte i gjennomsnitt 3,5 kilo.
- Det er en positiv sammenheng mellom antall personer i husstanden og hvor mye kjøttvarer som respondentene kjøpte; fra 2,6 kilo blant de som bor alene til 4,5 kilo blant de som er 4 eller flere personer i husstanden.

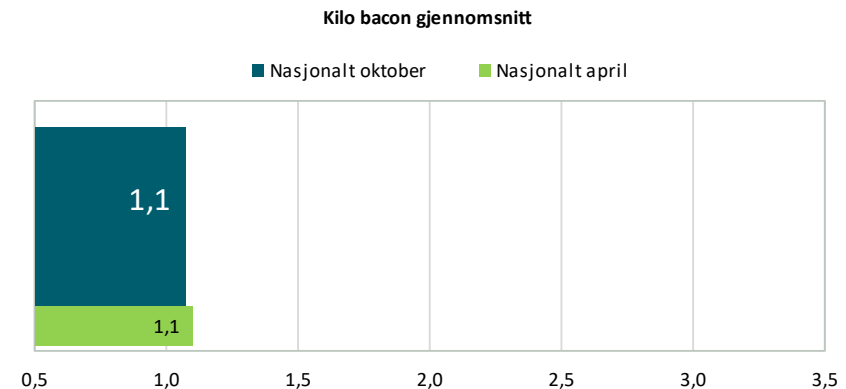
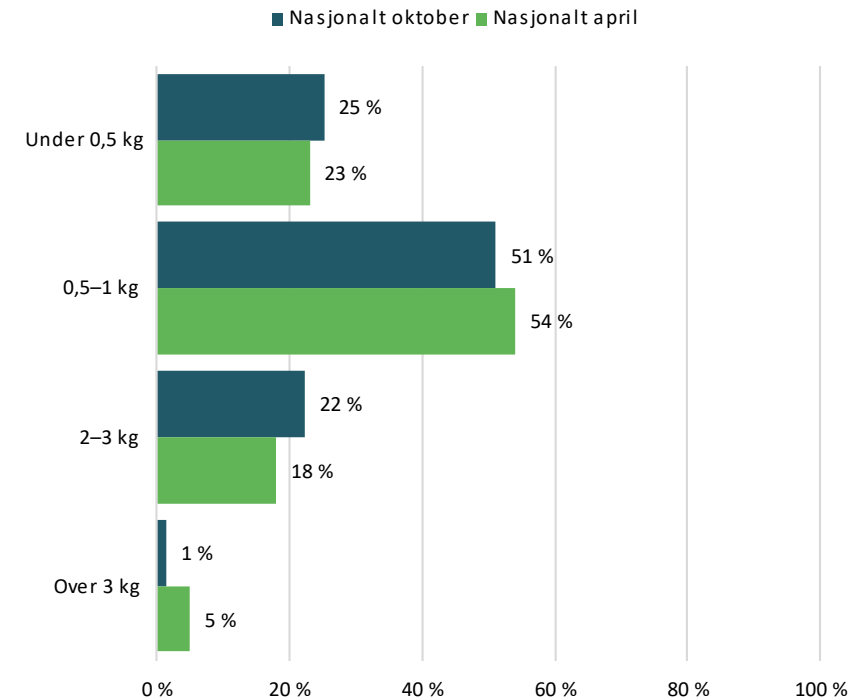


Omtrent hvor mange kilo bacon kjøpte du? Hvis du er usikker, gjør et anslag.

- 139 respondenter oppgir å ha kjøpt bacon. Disse kjøpte i gjennomsnitt 1,1 kilo.

Brutt ned på bakgrunnsvariabler finner vi følgende forskjeller:

- Menn handlet mer bacon enn kvinner (1,3 mot 0,7 kilo)
- Alderspensjonister handlet mindre bacon (0,6 kilo), sammenlignet med de som er yrkesaktive (1,1 kilo), studenter (1,8 kilo) og de som har annen trygd (1,0 kilo).

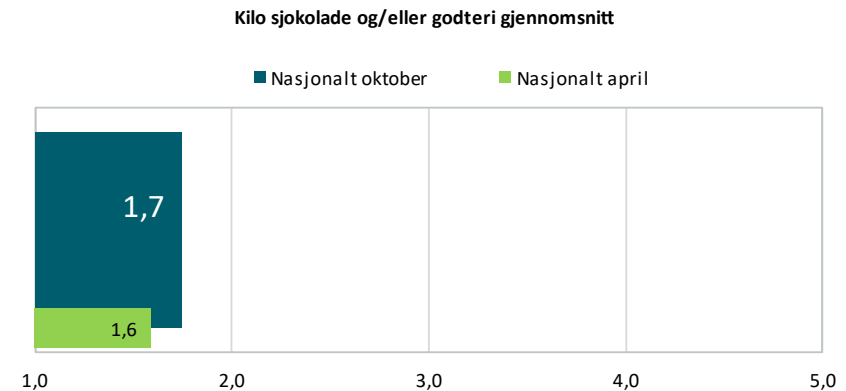
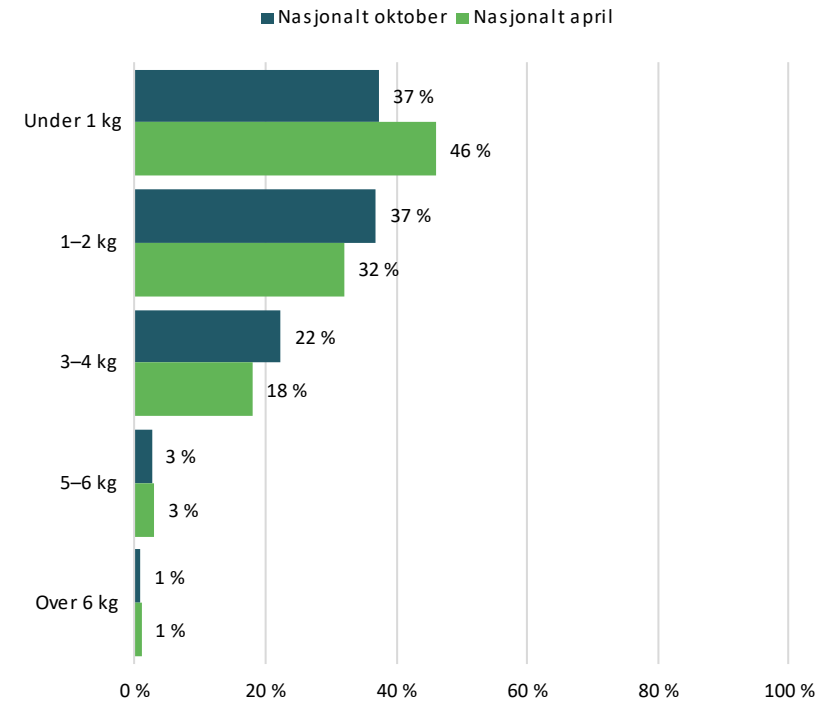


Omtrent hvor mange kilo sjokolade og/eller godteri kjøpte du? Hvis du er usikker, gjør et anslag.

- 234 respondenter oppgir å ha kjøpt sjokolade og/eller godteri. Disse kjøpte i gjennomsnitt 1,7 kilo.

Brutt ned på bakgrunnsvariabler finner vi følgende forskjeller:

- De som er 60 år og eldre handlet mindre godteri og/eller sjokolade (1,1 kilo), sammenlignet med de som er yngre (mellom 1,6 og 2,0 kilo).
- De med høy inntekt kjøpte mer sjokolade og/eller godteri (2,5), sammenlignet med de med middels inntekt (1,6 kilo) og lav inntekt (1,7 kilo).

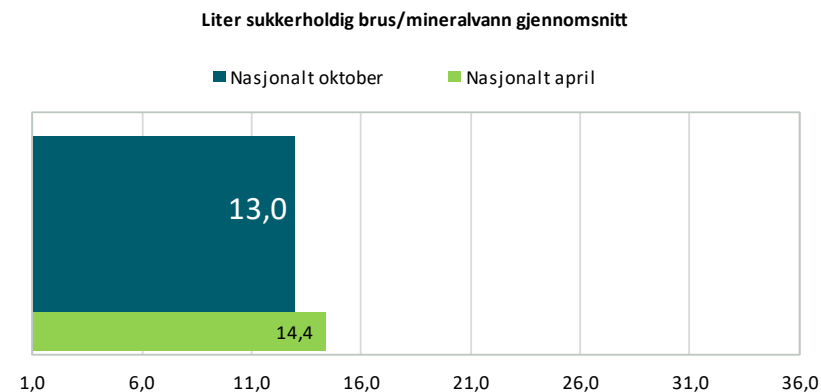
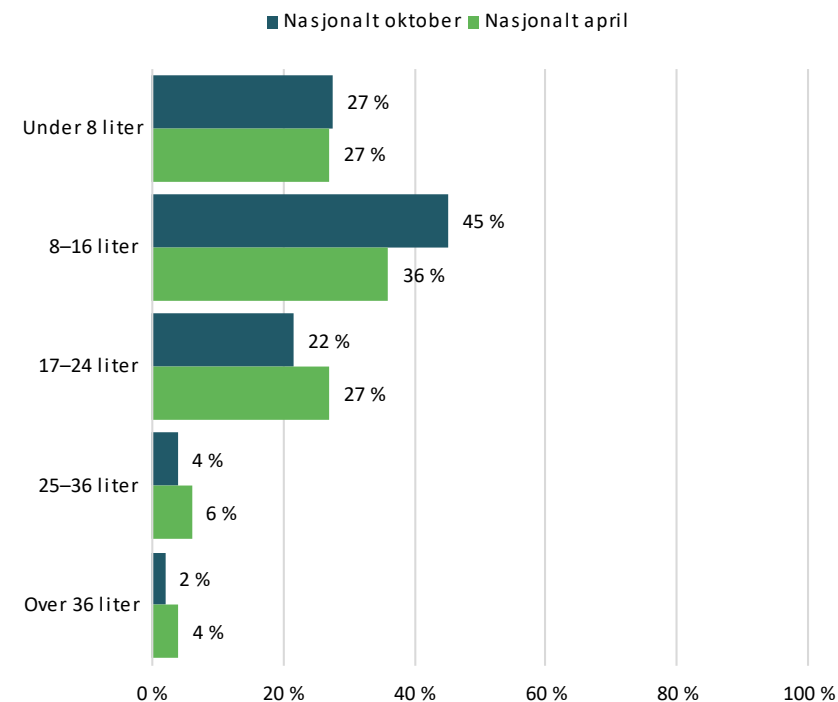


Omtrent hvor mange liter sukkerholdig brus/mineralvann kjøpte du? Hvis du er usikker, gjør et anslag.

- 102 respondenter oppgir å ha kjøpt sukkerholdig brus/mineralvann. Disse kjøpte i gjennomsnitt 13,0 liter.

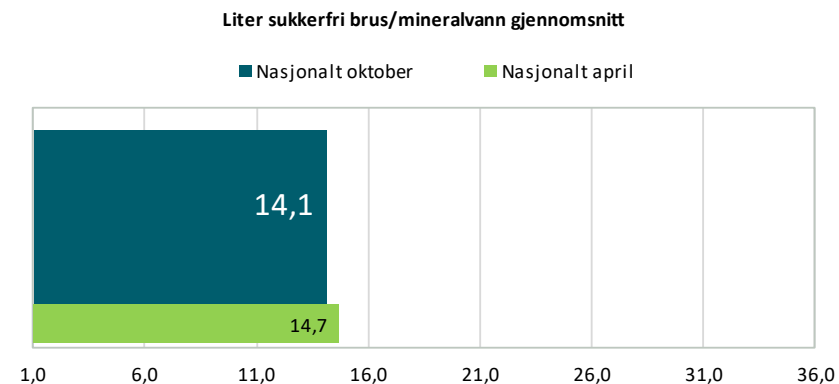
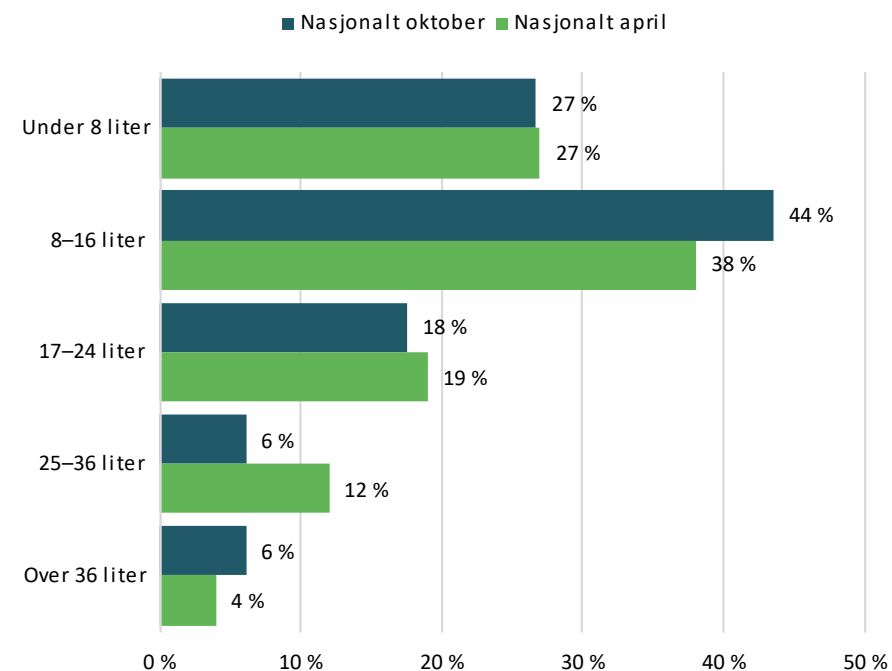
Brutt ned på bakgrunnsvariabler finner vi følgende forskjeller:

- De med høy inntekt kjøpte mer sukkerholdig brus/mineralvann (17,8 liter), sammenlignet med de med middels inntekt (12,8 liter) og lav inntekt (10,6 liter).



Omtrent hvor mange liter sukkerfri brus/mineralvann kjøpte du? Hvis du er usikker, gjør et anslag.

- 132 respondenter oppgir å ha kjøpt sukkerfri brus/mineralvann. Disse kjøpte i gjennomsnitt 14,1 kilo.

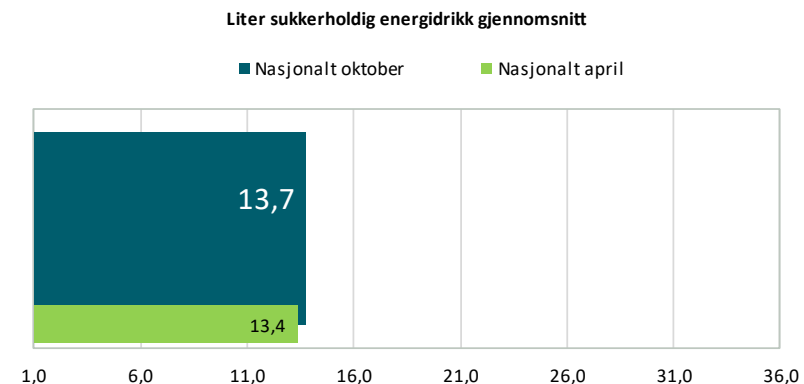
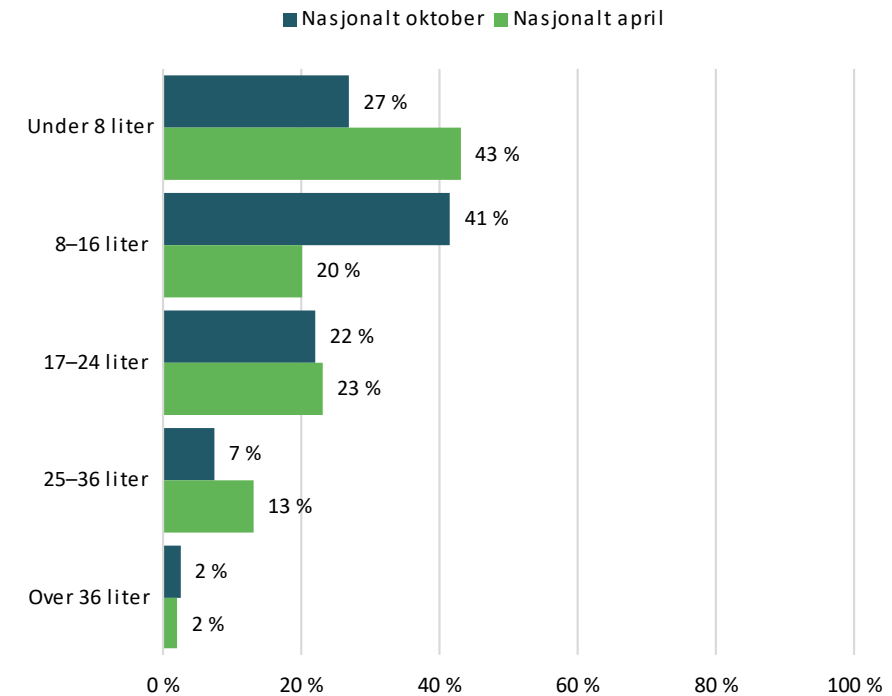


Omtrent hvor mange liter sukkerholdig energidrikk kjøpte du? Hvis du er usikker, gjør et anslag.

- 42 respondenter oppgir å ha kjøpt sukkerholdig energidrikk. Disse kjøpte i gjennomsnitt 13,7 liter.

Brutt ned på bakgrunnsvariabler finner vi følgende forskjeller:

- De med middels inntekt kjøpte mindre sukkerholdig energidrikk (10,7 liter), sammenlignet med de med lav inntekt (14,8 liter) og høy inntekt (21,8 liter).

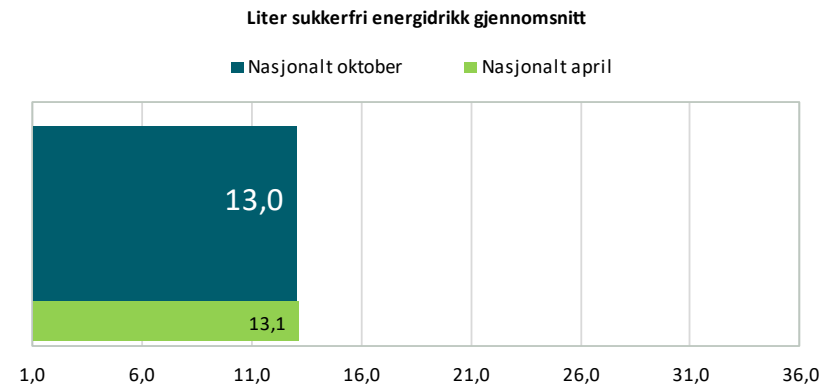
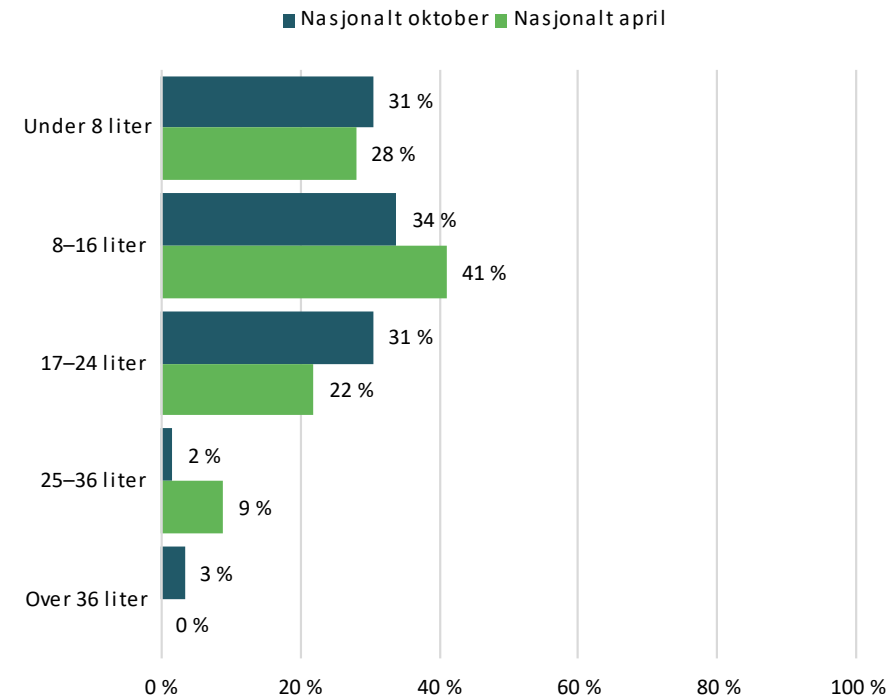


Omtrent hvor mange liter sukkerfri energidrikk kjøpte du? Hvis du er usikker, gjør et anslag.

- 59 respondenter oppgir å ha kjøpt sukkerfri energidrikk. Disse kjøpte i gjennomsnitt 13,0 liter.

Brutt ned på bakgrunnsvariabler finner vi følgende forskjeller:

- De som oppgir impulsiv/spontan tur som årsak, handlet mer sukkerfri energidrikk (19,0 liter), sammenlignet med de som oppga andre årsaker til dagsturen (mellom 10,7 og 12,9 liter).

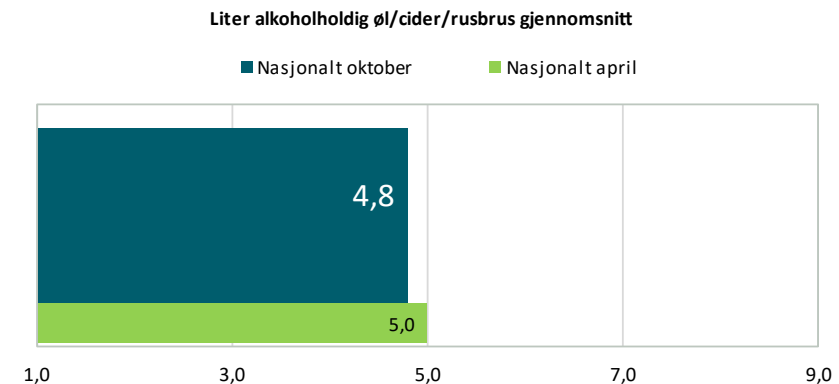
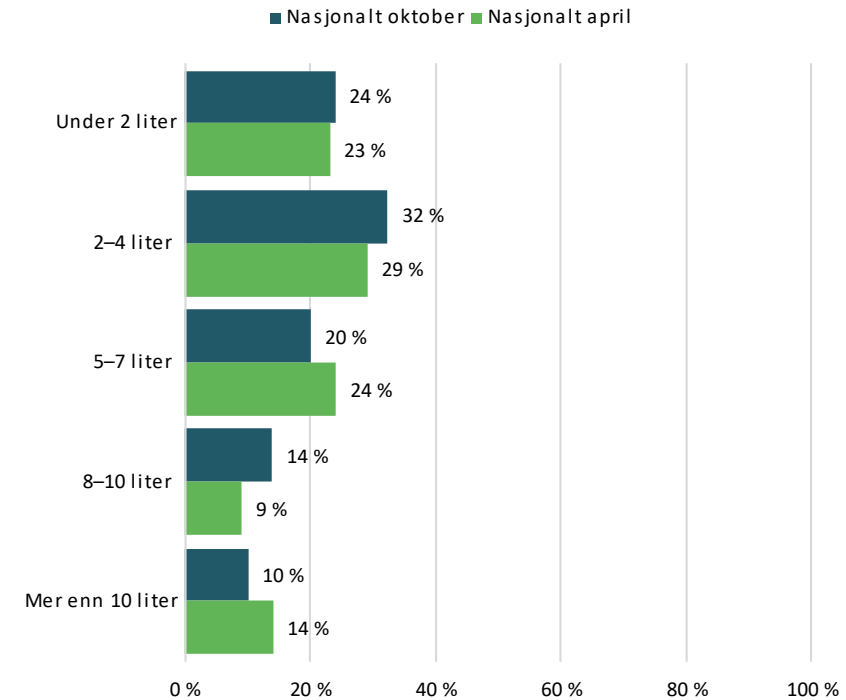


Omtrent hvor mange liter alkoholholdig øl/cider/rusbrus kjøpte du? Hvis du er usikker, gjør et anslag.

- 129 respondenter oppgir å ha kjøpt alkoholholdig øl/cider/rusbrus. Disse kjøpte i gjennomsnitt 4,8 liter.

Brutt ned på bakgrunnsvariabler finner vi følgende forskjeller:

- De som bor i Oslo kjøpte mindre alkoholholdig øl/cider/rusbrus (1,9 liter), sammenlignet med de som bor andre steder i Norge (mellom 3,6 og 5,8 liter).

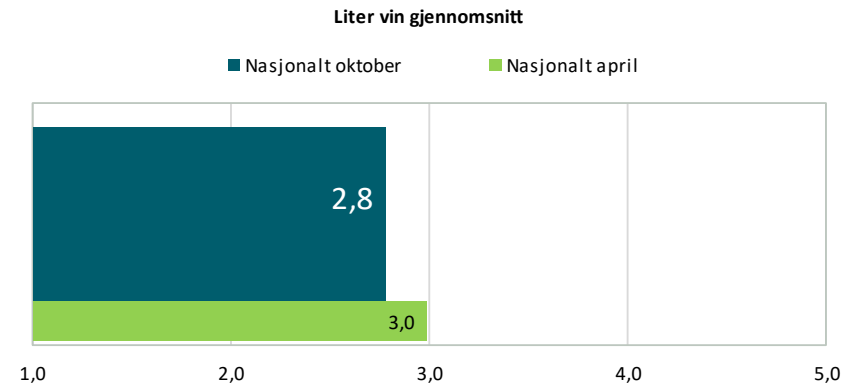
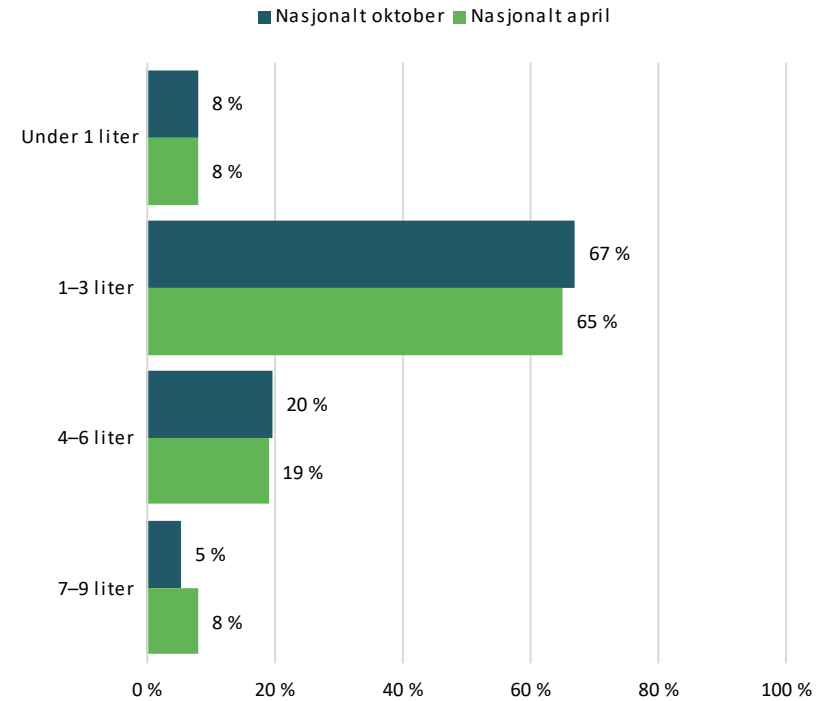


Omtrent hvor mange liter vin kjøpte du?
Hvis du er usikker, gjør et anslag.

- 112 respondenter oppgir å ha kjøpt vin. Disse kjøpte i gjennomsnitt 2,8 liter.

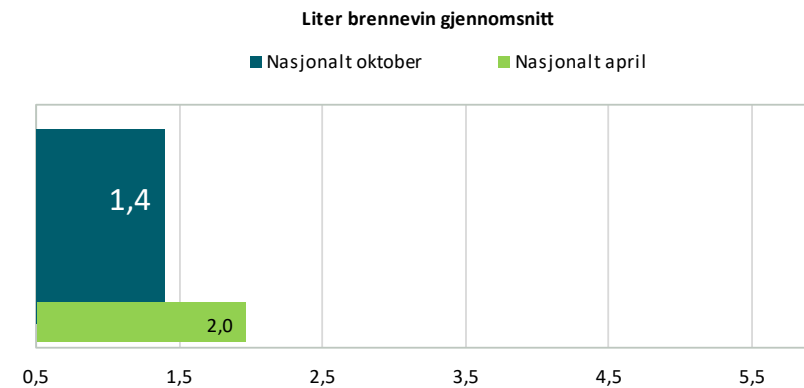
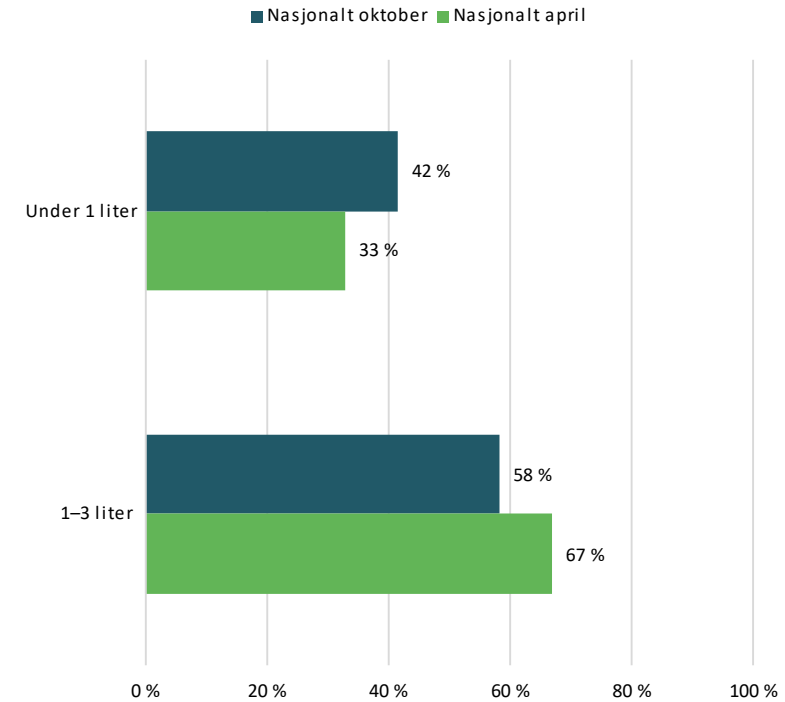
Brutt ned på bakgrunnsvariabler finner vi følgende forskjeller:

- De som reiste til Sverige kjøpte mer vin (3,0 liter), sammenlignet med de som reiste til andre land på den siste dagsturen (mellom 1,7 og 2,3 liter).



Omtrent hvor mange liter brennevin kjøpte du? Hvis du er usikker, gjør et anslag.

- 36 respondenter oppgir å ha kjøpt brennevin. Disse kjøpte i gjennomsnitt 1,4 liter.

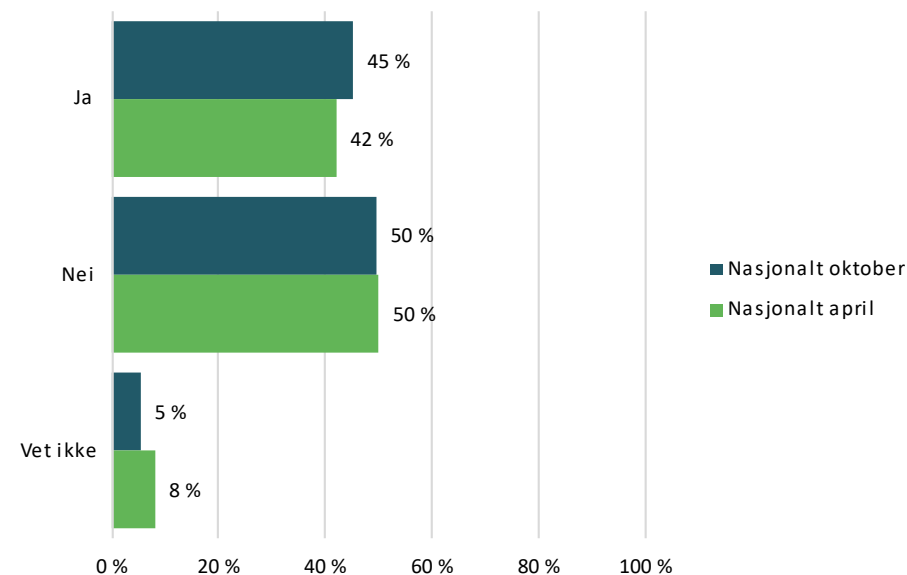


Kjøpte du mer enn det du hadde tenkt/planlagt på forhånd den siste dagsturen?

- 45 prosent svarte at de kjøpte mer enn de hadde planlagt på forhånd. Dette er omtrent det samme som i april (42 %).
- 50 prosent svarte at de ikke kjøpte mer enn de hadde planlagt. Dette er det samme som i april.

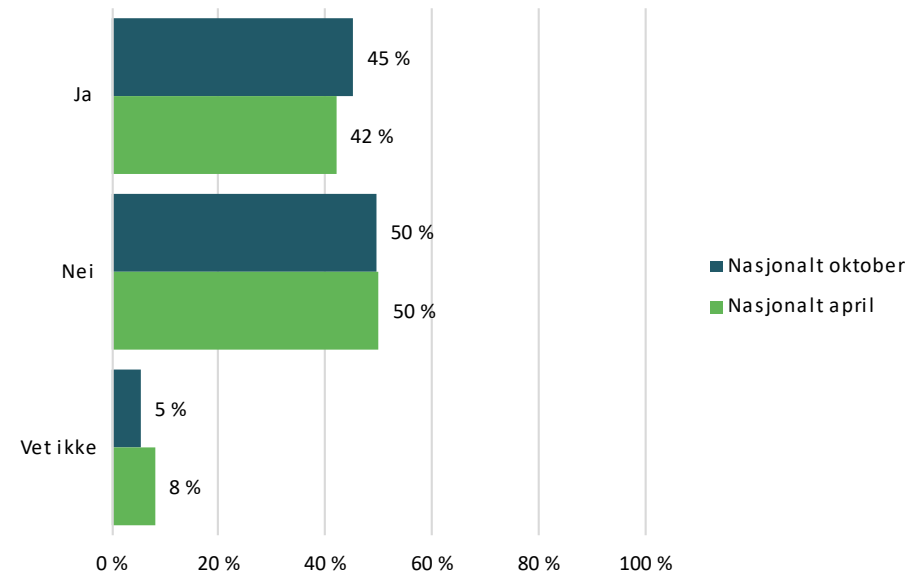
Brutt ned på bakgrunnsvariabler finner vi følgende forskjeller:

- Det er flere under 30 år som oppga at de handlet mer enn det de hadde planlagt på forhånd (62 %), sammenlignet med de som er eldre (mellom 19 og 49 %). Andelen som oppga at de handlet mer enn de hadde planlagt er minst blant de som er 60 år og eldre.
- Andelen som handlet mer enn de hadde planlagt er større blant de som er 4 eller flere i husstanden (58 %), sammenlignet med de som er færre i husstanden (mellom 35 og 50 %).



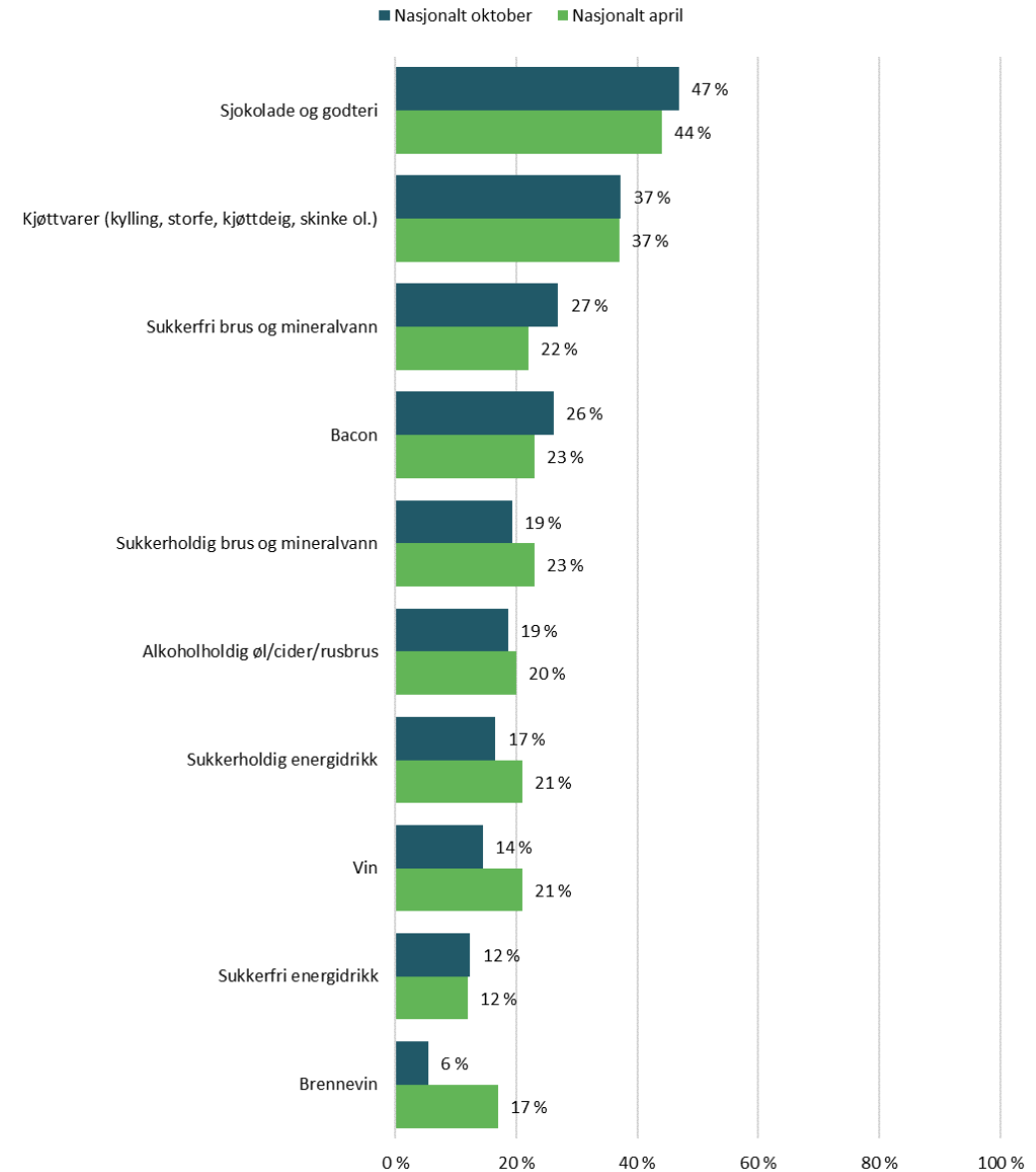
Kjøpte du mer enn det du hadde tenkt/planlagt på forhånd den siste dagsturen? Forts.

- Det er en større andel blant de som har vært på 4 eller flere dagsturer i løpet av de siste 30 dagene som oppgir at de handlet mer enn de hadde planlagt på forhånd (64 %), sammenlignet med de som hadde vært på færre turer (mellom 38 og 55 %).
- Blant de som oppga spesiell anledning som årsak til dagsturen, var det en større andel som handlet mer enn de hadde planlagt (71 %), sammenlignet med de som oppga andre årsaker for dagsturen (mellom 21 og 46 %).



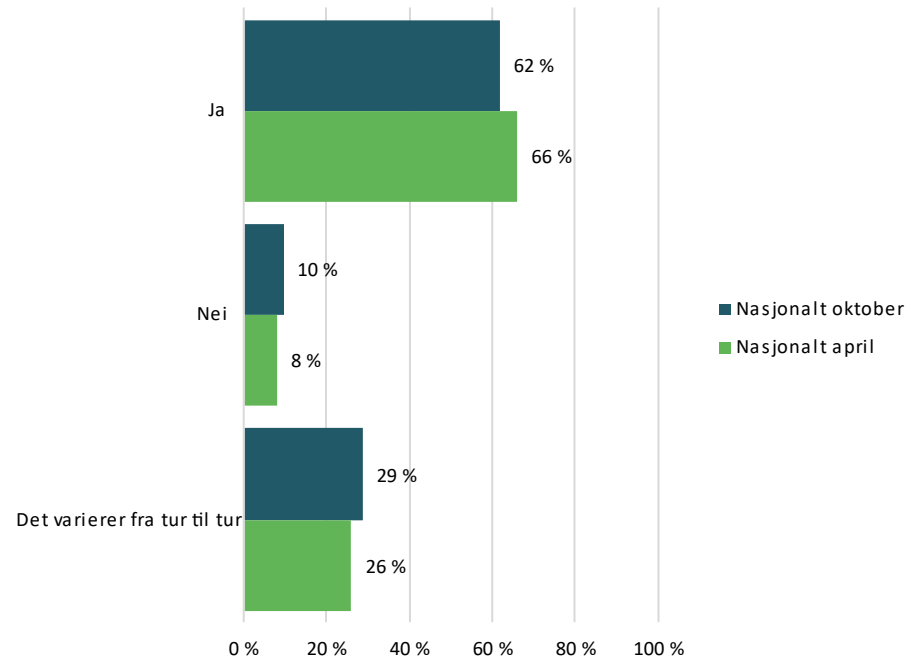
Hva kjøpte du mer av? Flere svar mulig.

- 145 respondenter svarte at de kjøpte mer enn de hadde tenkt på forhånd. 47 prosent av disse handlet mer sjokolade og/eller godteri enn de hadde planlagt.
- 37 prosent handlet mer kjøttvarer, og 27 prosent handlet mer sukkerfri brus/mineralvann.
- Det var minst vanlig å handle mer vin (14 %), sukkerfri energidrikk (12 %) og brennevin (6 %).



Kjøpte du omtrent samme type varer og mengde på de forrige dagsturene, som det du har oppgitt her?

- 115 respondenter oppga at de hadde vært på mer enn én dagstur i løpet av de siste dagene. Disse fikk spørsmål om de kjøpte omtrent samme type varer og mengde på de forrige dagsturene, som det de gjorde på den siste dagsturen.
- 62 prosent svarte «ja», 10 prosent svarte «nei» og 29 prosent svarte «det varierer fra tur til tur».



Sentio Research Norge

Verftsgata 4, 7042 Trondheim
90 54 88 92
post@sentio.no