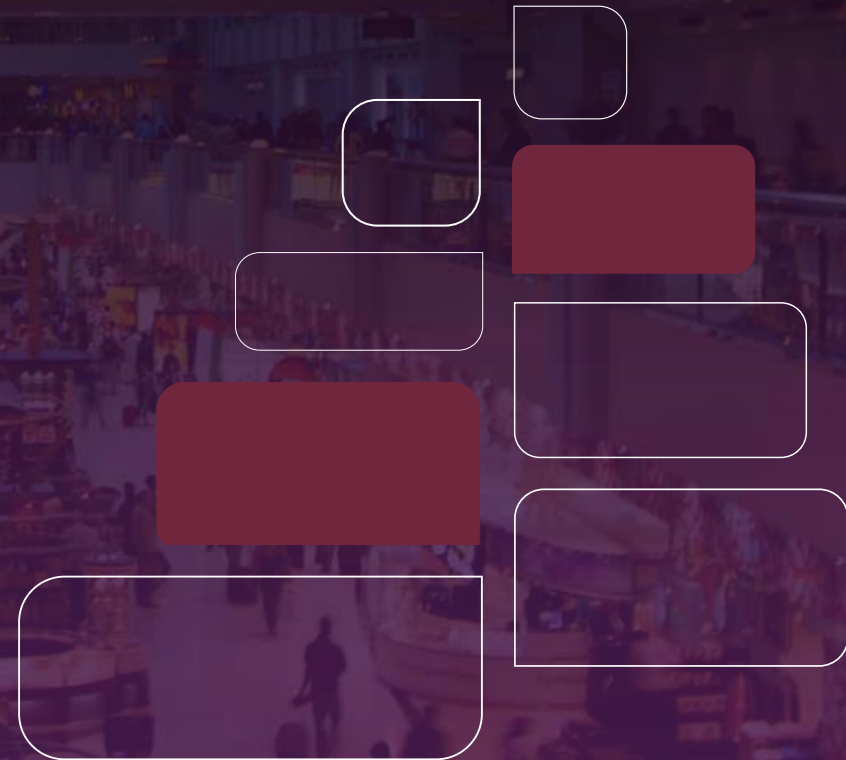


2025

Julehandlen

Danskernes julegaveindkøb



FORORD

”Julen varer lige til påske”. Sådan lyder det i en af vores klassiske julesange, men lige i julehandlens tilfælde er det nok at strække den en smule for langt.

For mig varer julehandlen lige til det tidspunkt, hvor jeg har byttet den - velmente - men knap så brugbare julegave fra svigermor til noget andet, jeg havde på ønskelisten, og sådan er det nok for de fleste.

Til gengæld starter julehandlen i år tidligere end nogensinde. Danskerne har for alvor taget Black Friday til sig, der har udviklet sig fra en enkelt dags udsalg til at være en hel måned. Analysen, som du læser her, er lavet i den første uge efter Black Friday, og her kan vi se, at danskerne i snit havde klaret lidt over halvdelen af deres julegaveindkøb inden den 2. advent den 7. december.

Black Friday og julehandlen er simpelthen smeltet sammen, og de dygtige butikker og webshops, der er i stand til at gribe den mulighed, er også de, der lykkedes bedst i disse uger:

Tilbuddene skal være gode. Butikken skal have varerne på lager og kunne sende varen hurtigt - og det skal fremgå af hjemmesiden, så Generation Z kan få varen med hjem med det samme. Og så skal du overveje at udvide returretten til langt ud i januar. Ligesom vi har været vant til at gøre i december.

Langt størstedelen af danskerne forventer at være helt færdige med julegaveindkøbene inden vi når den 4. advent. Særligt indbyggerne i Region Hovedstaden trækker den længe, men det har nok også noget at gøre med, at de har en forventning om søndagsåbent langt de fleste steder.

Med håbet om en god julehandel til dig og din virksomhed: Rigtig god læselyst.



Jacob Kjeldsen

Branchedirektør

DI Handel og DI e-commerce

HOVEDINDSIGTER

1

Julehandlen blev skudt i gang til Black Friday

Der har i en årrække været en udvikling i, at en større og større andel af julesalget falder i november måned, hvor Black Friday for mange er startskuddet på deres julegaveindkøb. I år er ingen undtagelse. Det var nemlig hele 55 pct. af alle køb til Black Friday, som var tiltænkt gaver til andre, hvilket vidner om, at Black Friday og julehandlen smelter sammen.

Det er særligt kvinder, der bruger Black Friday til at købe gaver til andre, da hele 60 pct. af deres Black Friday-køb var tiltænkt andre end dem selv, mens andelen for mænd er på 50 pct.

Der er også betydelige forskelle på tværs af generationer og regioner, hvor det særligt er Millennials og Gen X, der har købt gaver til andre til Black Friday, med andele på hhv. 63 og 62 pct. af deres køb. På tværs af regioner er det særligt Region Hovedstaden, der står ud. Her var det blot 49 pct. af deres køb til Black Friday, der var tiltænkt gaver til andre end dem selv.

I dagene efter Black Friday var status på danskernes julegaveindkøb, at de i snit havde klaret lidt mere end halvdelen af alle deres julegaveindkøb. Der var dog betydelige forskelle på tværs af regioner, hvor særligt Region Nordjylland og Region Midtjylland med 62 pct. havde klaret en stor del af deres julegaveindkøb. I Region Hovedstaden havde danskerne derimod blot klaret 43 pct. af deres julegaveindkøb, hvilket vidner om store regionale forskelle i, hvornår man klarer sine julegaveindkøb.

2

3.631 kr. bruger danskerne i snit på julegaver

Danskerne har en forventning om at bruge nogenlunde samme beløb som sidste år, og forventer også, at antallet af julegaver, de skal købe, er på niveau med sidste års jul. I snit forventer danskerne, at deres julegaveindkøb kommer til at koste dem 3.631 kr.

Kvinder og mænd forventer at bruge nogenlunde det samme beløb, mens der på tværs af generationer er store forskelle. Her har Gen Z de laveste forventninger, med et gennemsnitligt forventet forbrug på 2.411 kr., mens Gen X og Boomers har det højeste forventede forbrug med hhv. 4.016 kr. og 4.116 kr.

HOVEDINDSIGTER

3

En ud af fem danskere skal købe julegaver i den sidste weekend inden juleaften

Til trods for, at en stor andel af danskerne er godt i gang med deres julegaveindkøb, er der fortsat nogen, der har lidt vej endnu. Faktisk er det hele 18 pct. af danskerne, som planlægger at klare resten af deres julegaveindkøb i den sidste weekend op til juleaften. Det vidner om, at der kommer til at være travlt i butikkerne.

Derudover er det 9 pct. af danskerne, der fortsat mangler at købe en eller flere af deres gaver, når de vågner den 23. december.

Ud over, at en betydelig andel af danskerne klarer de sidste gaver tæt på juleaften, tilkendegiver en stor andel også, at de ikke ved, hvad de mangler at købe. Eller med andre ord, at de ikke ved, hvad gaven skal være endnu. Det er nemlig én ud af tre af de danskere, der fortsat mangler at købe julegaver, som tilkendegiver det. Derudover er det med en andel på 28 pct. også i høj grad tøj, sko og tilbehør, som danskerne skal ud og have fat i de sidste dage inden jul.

4

25 pct. af Gen Z's har overvejet at købe genbrug til julegaver

Der er hele 29 pct. af danskerne, der ifm. deres julegaveindkøb har overvejet at købe gaver i fysiske butikker for at støtte lokalt erhvervsliv. Derudover er der også hele 27 pct. af danskerne, der har overvejet at handle hos danske butikker/webshops.

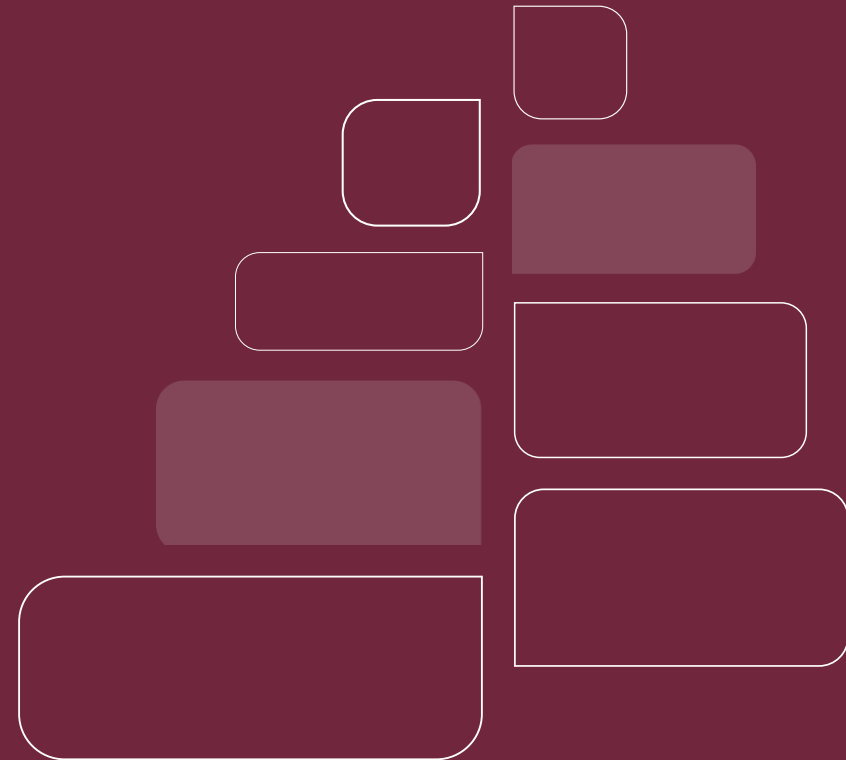
Til trods for, at en stor andel har haft en eller flere overvejelser ifm. deres køb af julegaver, er der også hele 31 pct., som ikke har haft nogen af overvejelserne på listen.

Genbrugsmarkedet er voksende i Danmark, hvor særligt Vinted har haft stor succes blandt den yngre generation af danskere. Netop køb af genbrugsvarer/brugte varer som julegaver har 13 pct. af danskerne overvejet. Der er dog store forskelle på tværs af generationer og regioner.

Hver fjerde Gen Z har overvejet at købe genbrugsvarer som julegaver i år. Også Millennials har med 18 pct. en høj andel. Derimod er det ikke noget, Gen X og Boomers har i sinde at købe som julegaver, da det blot er 7 pct. af danskerne i de generationer, der har haft det i overvejelserne.

På tværs af regioner er det særligt Region Nordjylland, der skiller sig ud, da det blot er 4 pct., der har haft det i overvejelserne, hvilket ligger betydeligt lavere end de andre regioner. Derimod er det i Region Hovedstaden, med en andel på 18 pct., den region, hvor flest har overvejet det.

JULEHANDLEN

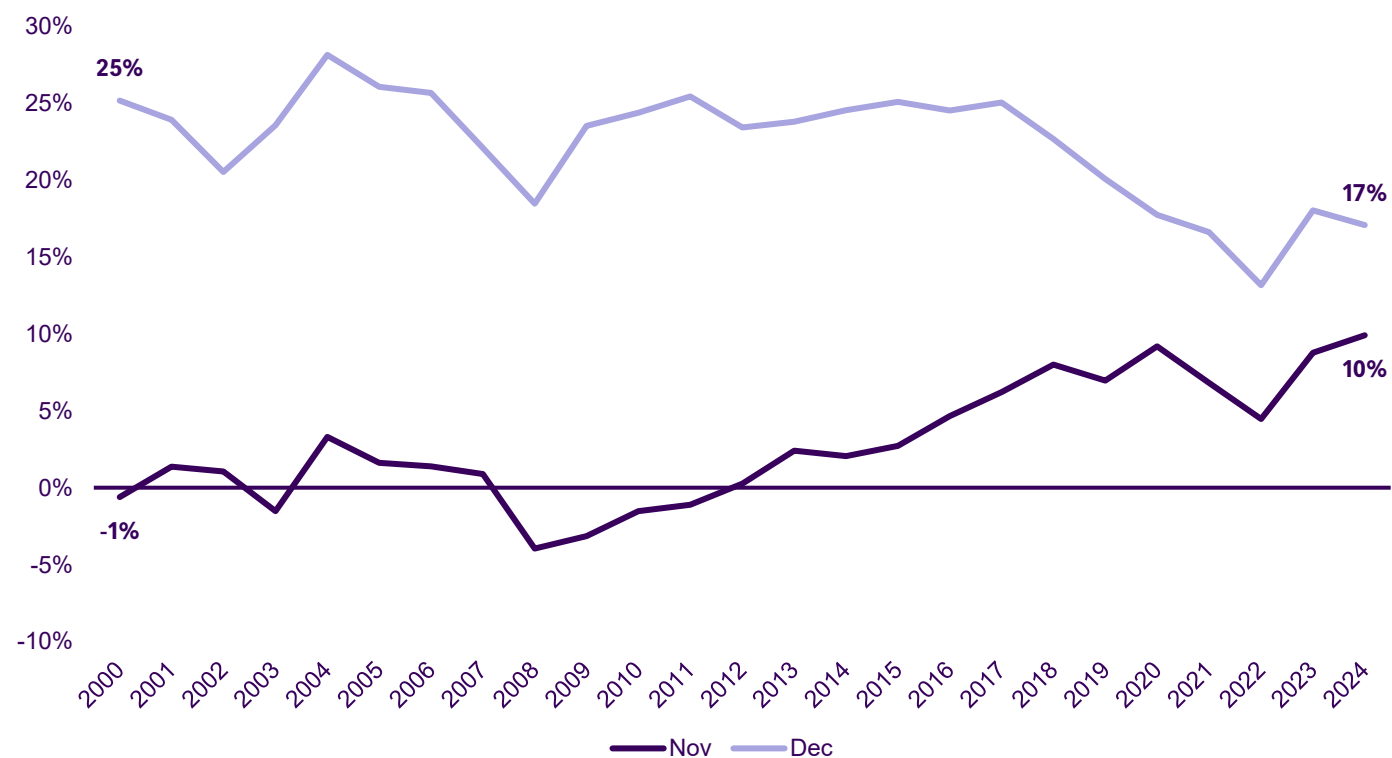


OMSÆTNING

BLACK FRIDAY ER BLEVET EN STØRRE DEL AF JULEHANDLEN

December og november omsætningen over tid

Omsætningen for december og november sammenlignet med det årlige månedsgennemsnit



Tal fra Danmarks Statistik viser, at detailsalget i november gradvist udgør en større andel af det samlede detailsalg, og at det særligt er salget i december, som mister omsætningsandele.

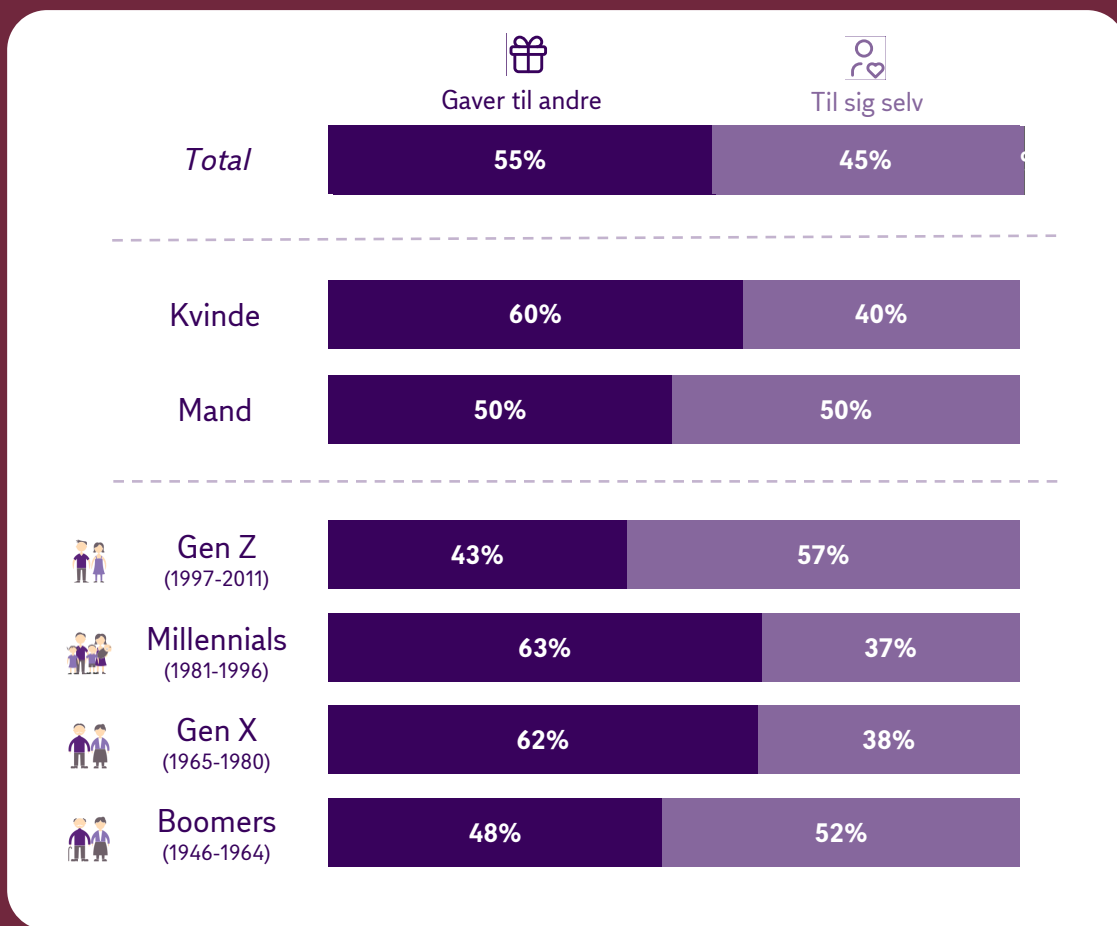
Hvor detailomsætningen i november måned 2000 lå 1 pct. lavere end gennemsnittet på tværs af alle årets måneder, er det nu et andet billede, der gør sig gældende. November-omsætningen for 2024 lå nemlig hele 10 pct. højere end det månedlige gennemsnit på tværs af alle årets måneder.

Alt imens november-omsætningen gradvist udgør en større del af den årlige detailomsætning, er det et andet billede for december. Her er der nemlig set et fald fra, at december lå 25 pct. over månedsgennemsnittet i 2000, til at tallet for samme i 2024 nu er på 17 pct.

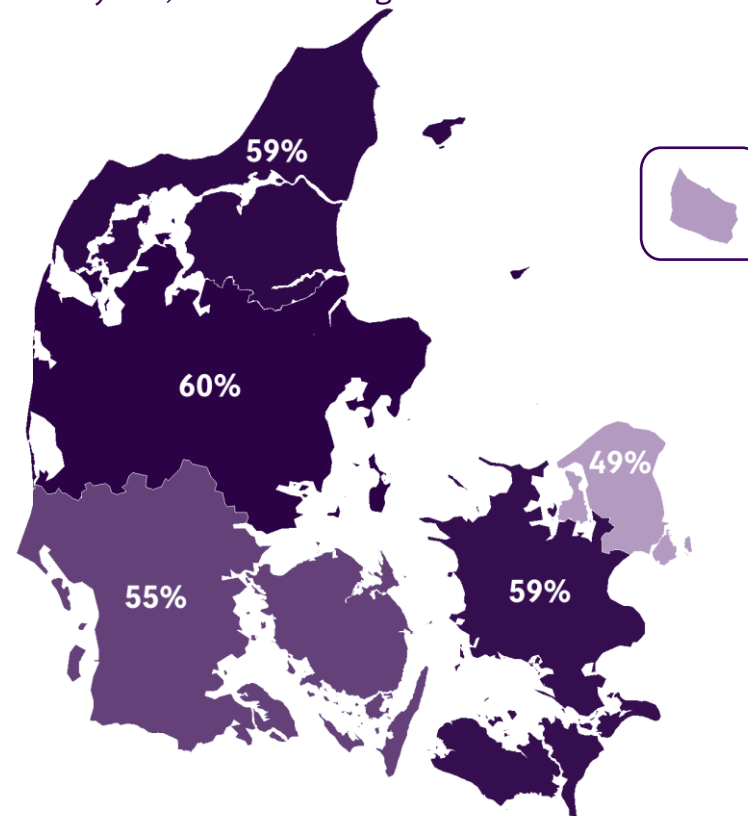
Holder vi detailsalg i supermarkeder og tankstationer ude af beregningen, bliver udviklingen også endnu mere iøjnefaldende. Supermarkeder og tankstationer fylder nemlig en stor del af det samlede detailsalg og ser ikke stor variation på tværs af måneder.

GAVEKØB TIL BLACK FRIDAY

Mere end halvdelen af alle Black Friday køb er tiltænkt gaver til andre



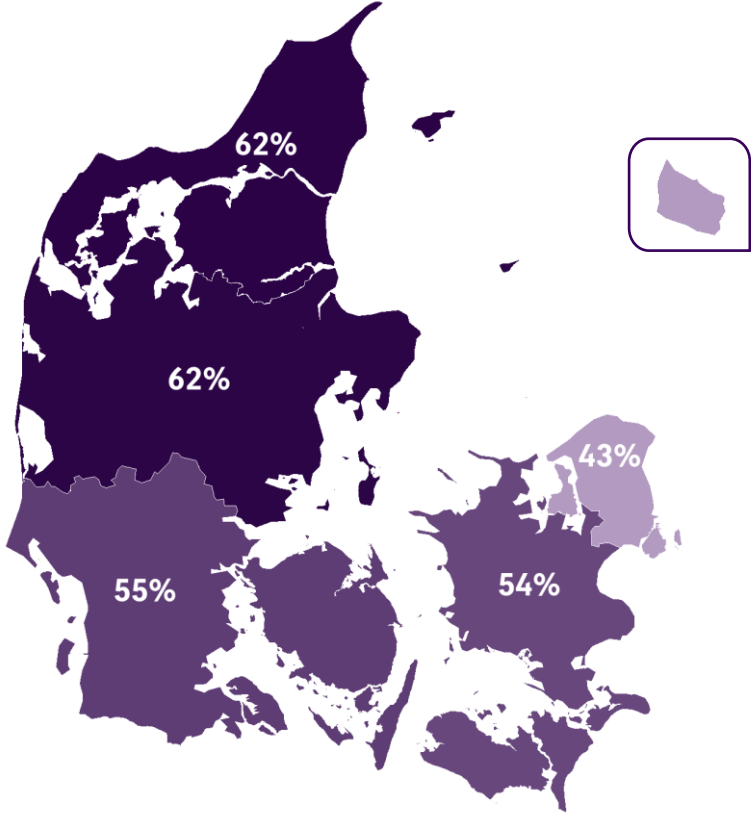
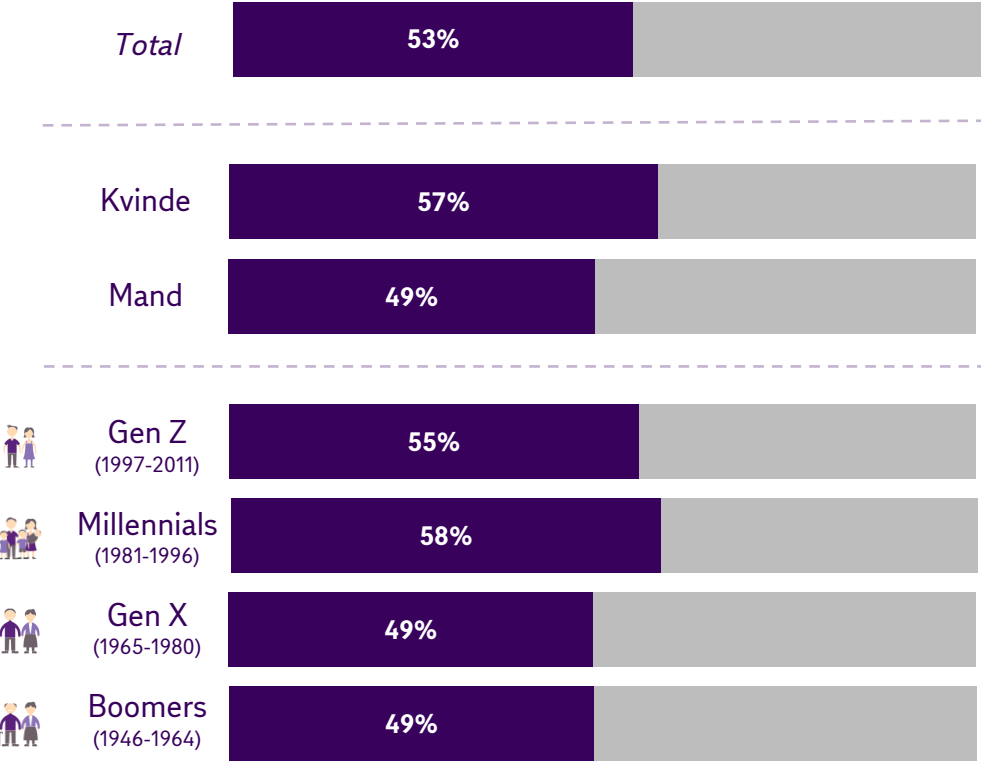
Andel af Black Friday køb, der er tiltænkt gaver til andre



STATUS PÅ JULEGAVEINDKØB

I dagene efter Black Friday havde danskerne klaret over halvdelen af deres julegavekøb

Angiver andelen af danskernes julegaveindkøb, der var klaret i dagene efter Black Friday
(besvarelserne er afgivet i perioden mandag den 2. december 2025 til søndag den 7. december 2025)

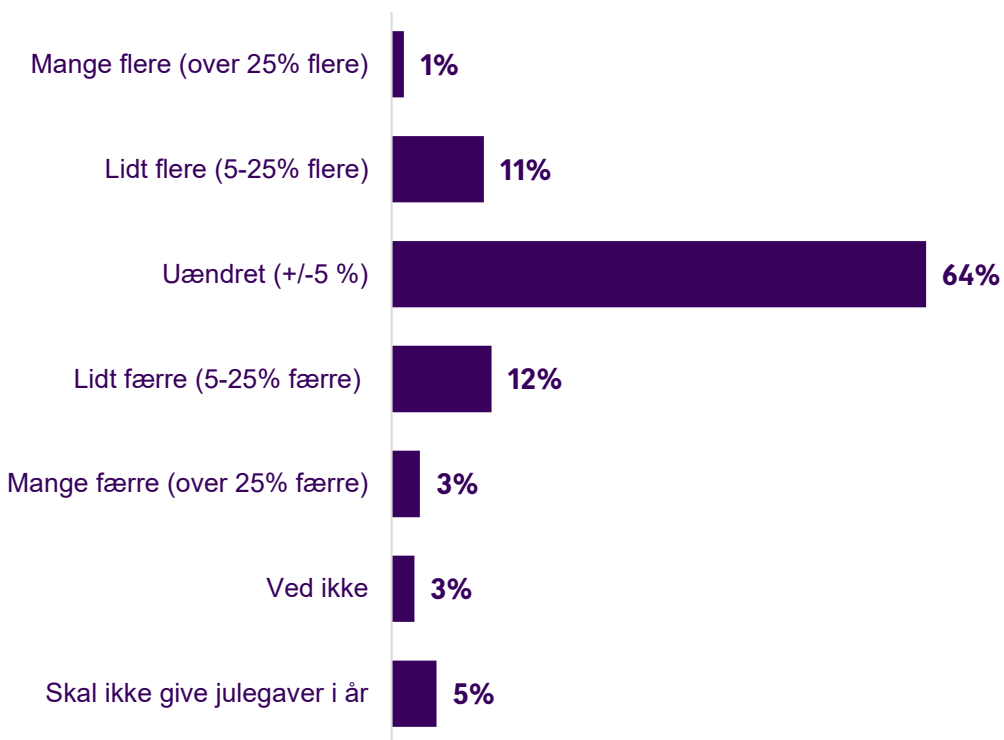


Hvor stor en andel af dine julegaveindkøb mangler du at foretage på nuværende tidspunkt?
Anm.: Den blå søjle angiver andelen af danskernes julegaveindkøb, der var foretaget.
| 2025 n = 999 |

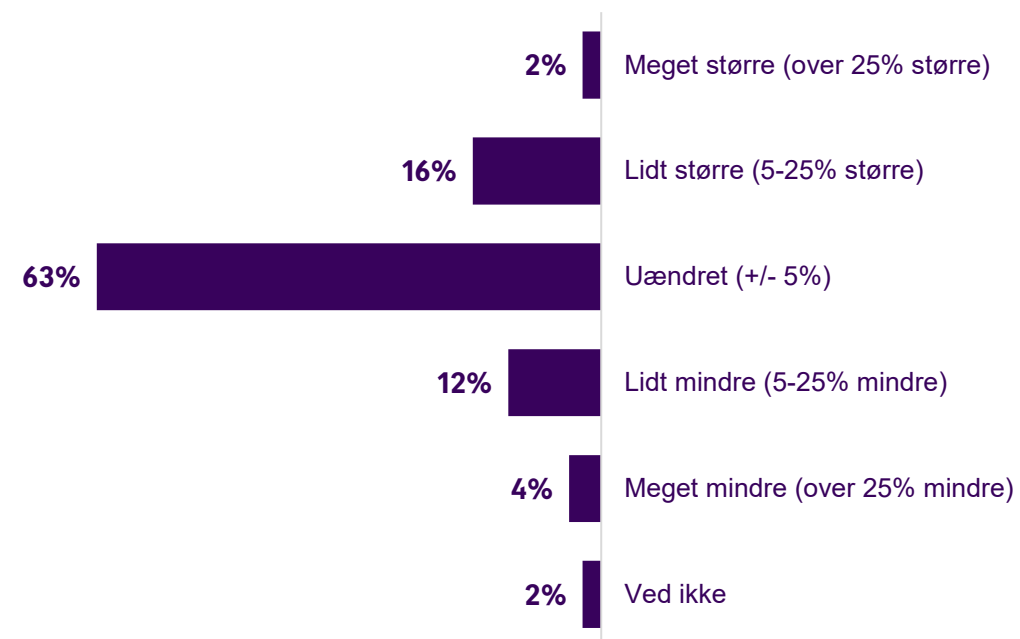
ANTAL & FORBRUG

Danskerne forventer at købe nogenlunde samme antal julegaver og for samme beløb som sidste år

Antallet af julegaver sammenlignet med 2024 🎁



Budgettet til julegaver sammenlignet med 2024 💰



Hvor mange julegaver (antal af gaver) forventer du at købe i forhold til sidste år?

Hvordan er dit budget til julegaver sammenlignet med sidste år?

| 2025 n = 1.124 |

FORBRUG PÅ JULEGAVER

Danskerne bruger i snit 3.631 kr. på julegaver

Total  kr 3.631

Kvinde  kr 3.606

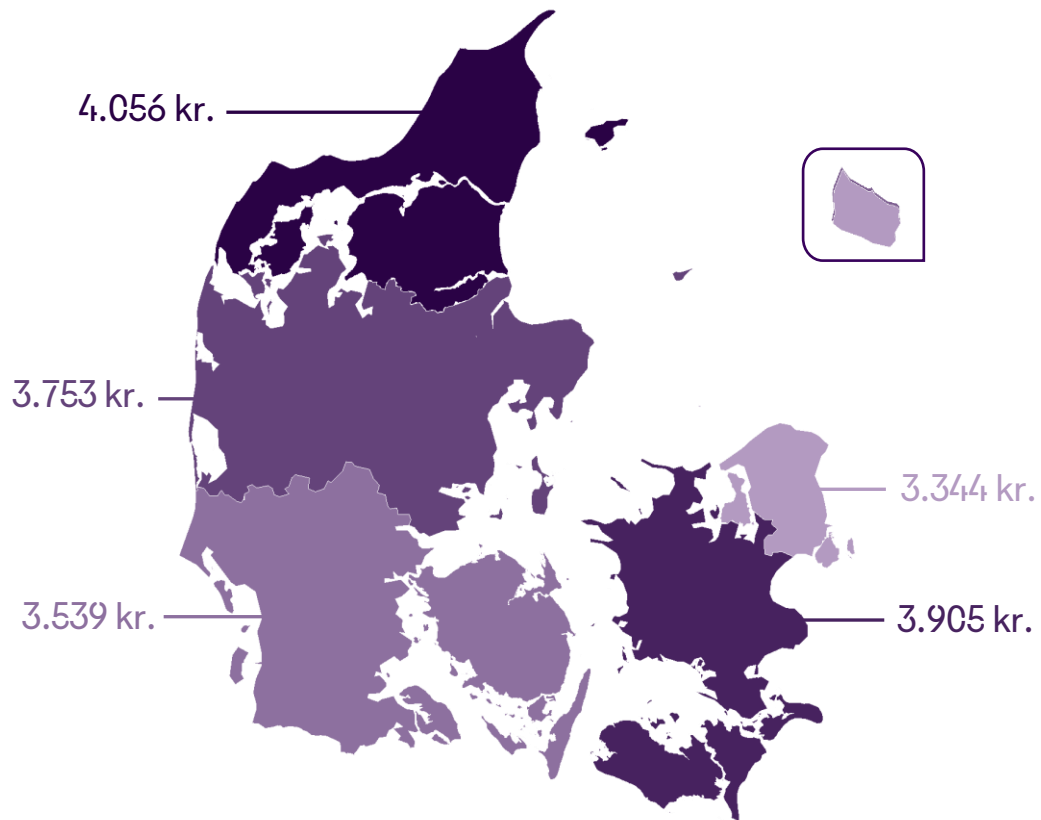
Mand  kr 3.658

 Gen Z
(1997-2011)  kr 2.411

 Millennials
(1981-1996)  kr 3.265

 Gen X
(1965-1980)  kr 4.016

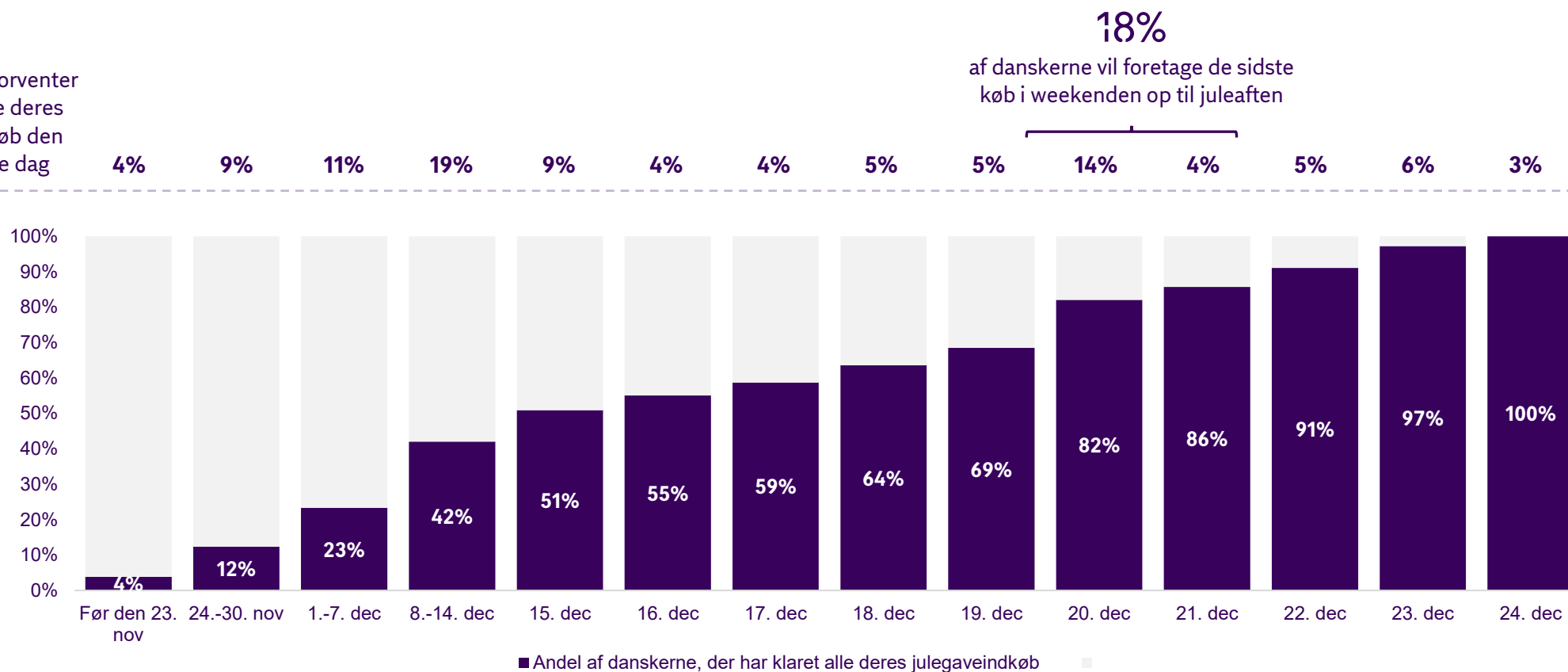
 Boomers
(1946-1964)  kr 4.116



JULEGAVEINDKØB

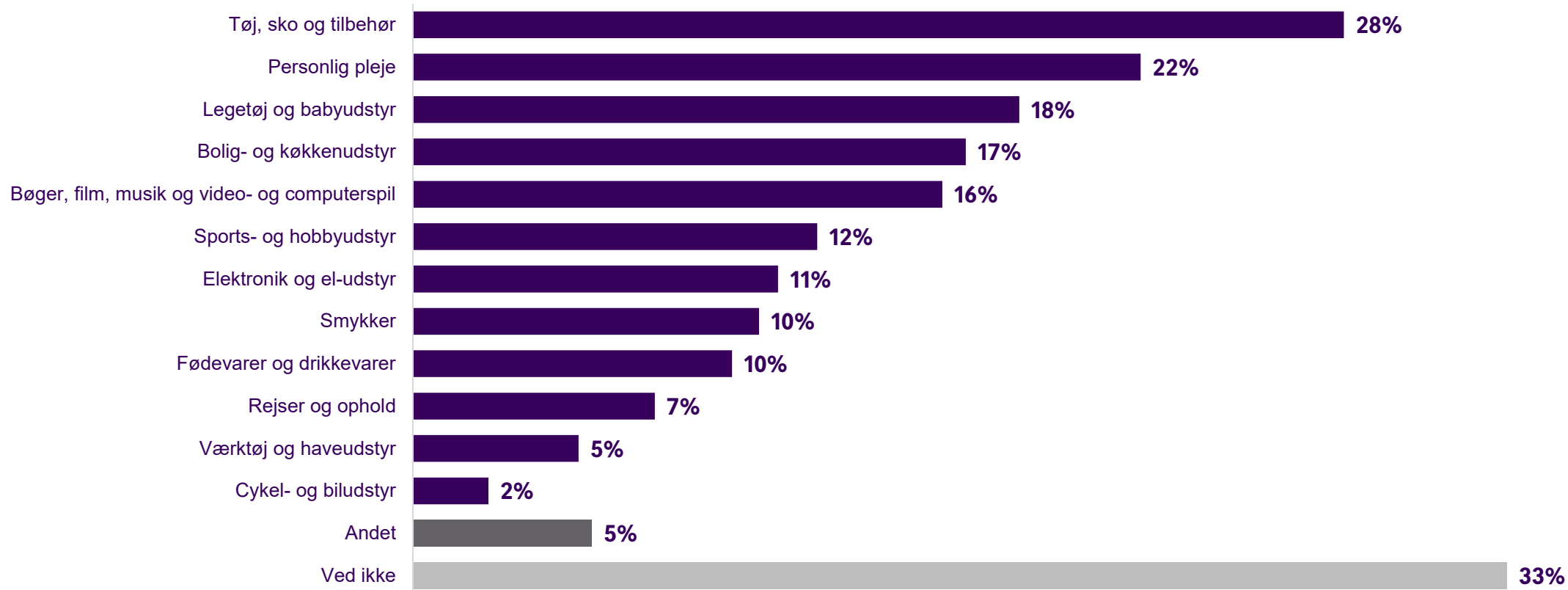
18 pct. af danskerne vil klare resten af deres julegaveindkøb i den sidste weekend op til jul

Andelen, der forventer at færdiggøre deres julegaveindkøb den pågældende dag



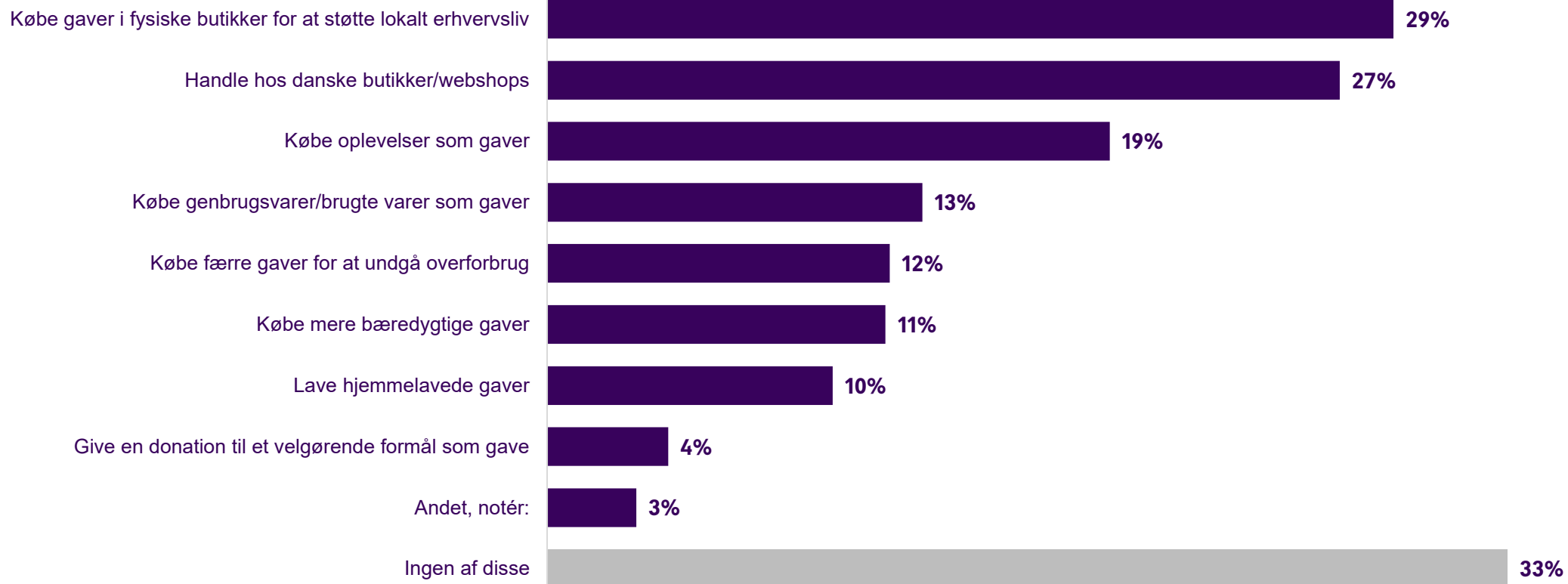
PRODUKTKATEGORIER

Én ud af tre af de danskere, der mangler at købe julegaver, ved ikke hvad de skal købe



OVERVEJELSER IFM. JULEGAVEINDKØB

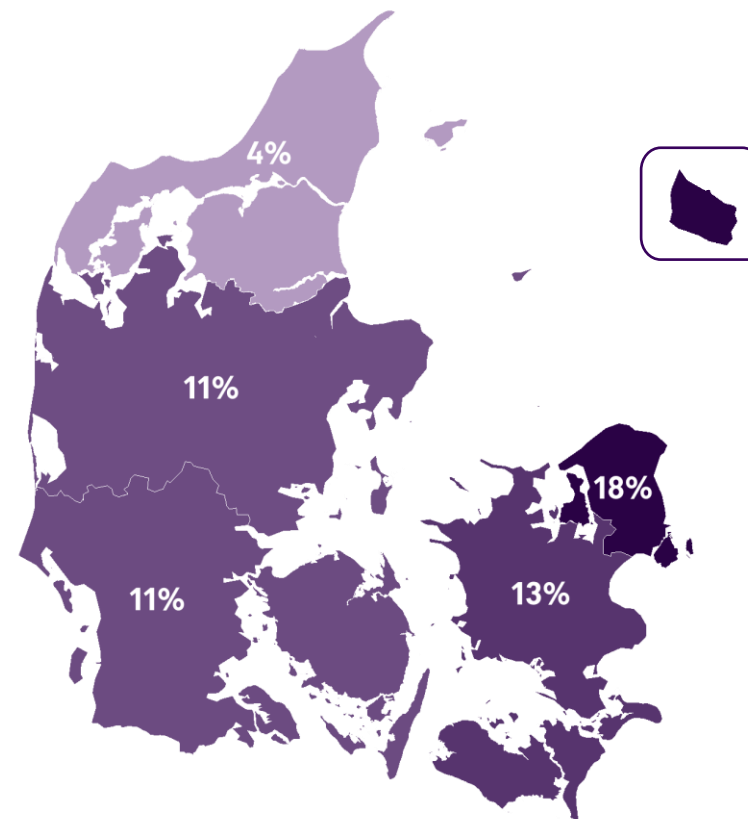
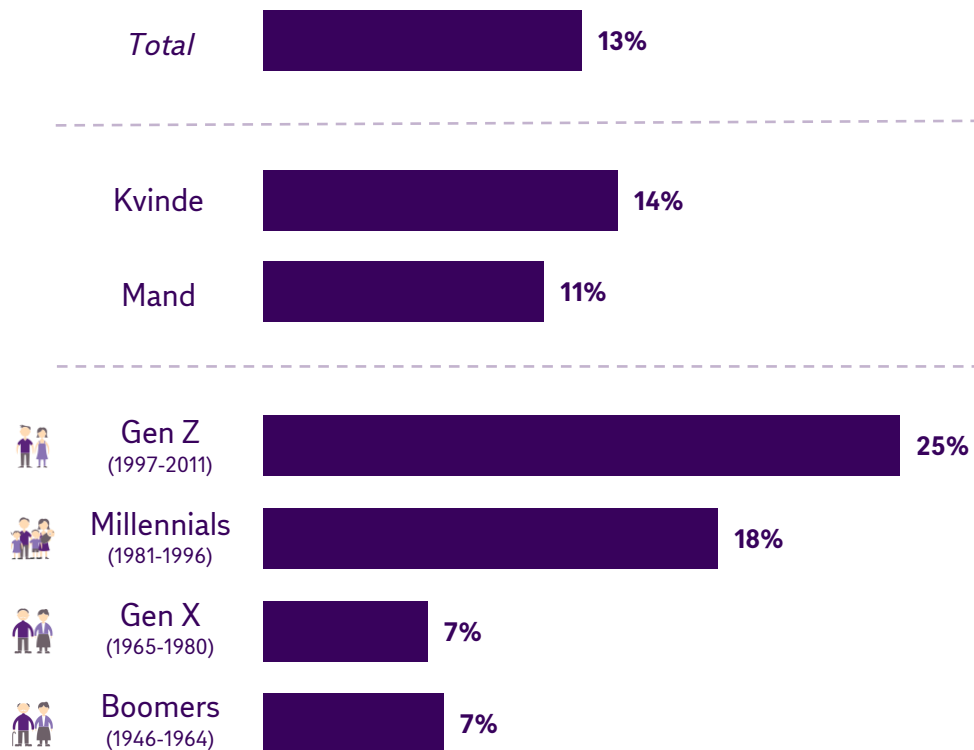
Knap tre ud af ti danskere har overvejet at købe deres julegaver i fysiske butikker for at støtte lokalt erhvervsliv



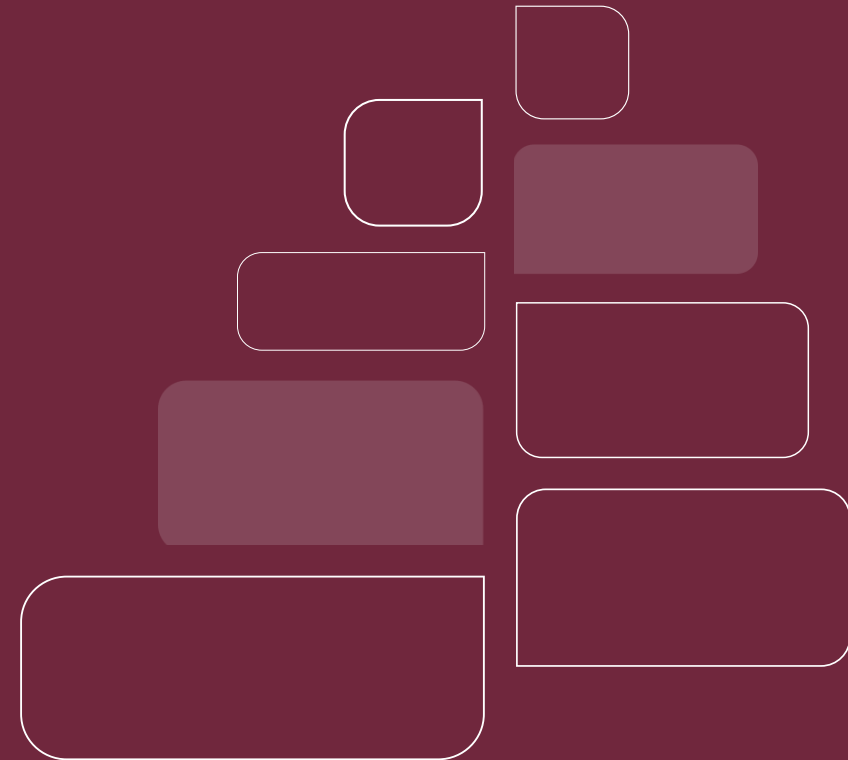
GENBRUGSVARER SOM JULEGAVER

Særligt Gen Z har overvejet at købe genbrugsvarer, hvorimod nordjyderne ikke har haft det i overvejelserne

Andelen, der har overvejet at købe genbrugsvarer/brugte varer som julegaver



METODE & DEFINITIONER



HAR DU SPØRGSMÅL?



Jacob Kjeldsen

Branchedirektør
Dansk Industri Handel

+45 3377 3727

jak@di.dk

handel.di.dk



Emil Østrup Bronér

Konsulent
Dansk Industri Handel

+45 3377 3095

emob@di.dk

handel.di.dk



Tevin Lac

Fagleder, D2C
Dansk Industri Handel

+45 3377 4589

tela@di.dk

handel.di.dk

DATAINDSAMLING & DEFINITIONER



Datakilde

- Rapporten bygger på data fra websurvey blandt et repræsentativt udsnit af danskere.



Målgruppe

- Målgruppen er defineret som personer over 18 år.
- Data bliver vejret således, at det afspejler målgruppens sammensætning af køn, alder og geografi.



Dataindsamlingsperiode og datagrundlag

- Data er indsamlet i perioden den 2. december til den 7. december 2025
- Nærværende rapport bygger på besvarelser fra 1.124 danskere.



Gen Z

Født: 1997-2011



Millennials

Født: 1981-1996



Gen X

Født: 1965-1980



Boomers

Født: 1946-1964

ANDRE ANALYSER

DASHBOARDS



FORBRUGERANALYSER



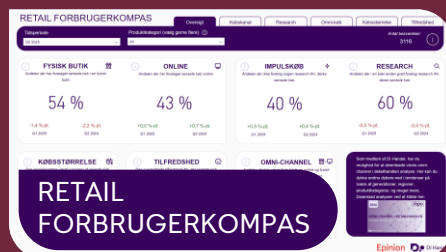
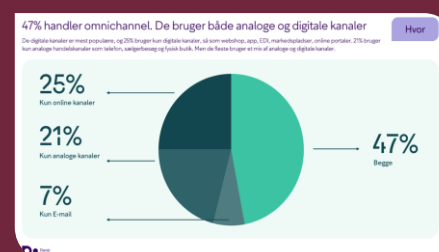
BRANCHEANALYSER



B2B E-COMMERCE



AD HOC ANALYSER



Og mange andre analyser