

ANALYSENOTAT

Valentines Day: fuser eller ny mærkedag for erhvervslivet?

▼ AF CHEFKONSULENT MALTHER MUNKØE

Har danskerne taget Valentines Day til sig?

De senere år har vi set mange amerikanske mærkedage brede sig til Danmark, og navnlig Halloween og Black Friday er blevet populære. En anden højtid er Valentines Day, som især i USA fører til et stort salg af blomster, chokolade og andre gaver man kan give til kærester eller ægtefæller, ligesom mange tager ud at spise eller på date fx i biografen. Alt i alt kan dagen altså give anledning til en del merforbrug, hvis danskerne for alvor tager den til sig. Og meget tyder på, at det er blevet relativt udbredt at gøre noget særligt i dagens anledning:

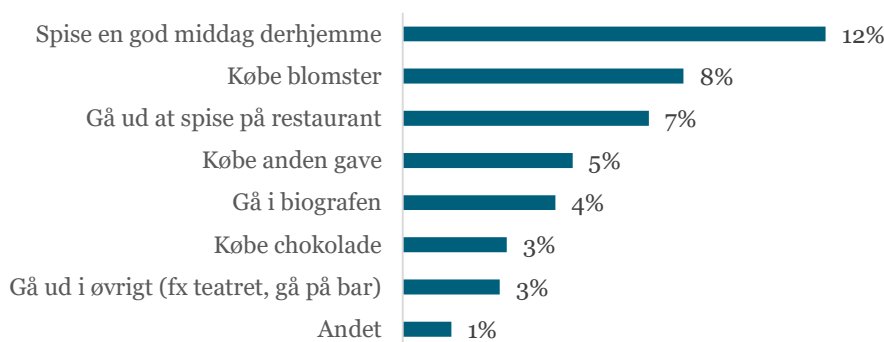
- Ser man først på alle forbrugere er det 8 pct. som forventer at købe blomster, 3 pct. køber chokolade, og 5 pct. køber en anden type gave.
- Endvidere går 7 pct. ud og spiser, 4 pct. går i biografen, og 12 pct. spiser en god middag derhjemme
- Alt i alt er det 16 pct. som gør et eller andet særligt i anledning af Valentines Day
- Ser man alene på dem som er i et forhold er det 19 pct., der gør noget særligt i forbindelse med Valentines Day. Blandt singlerne er det 8 pct.
- Valentines Day er mest populært hos de unge. 28 pct. af personer i alderen 18-29 år laver noget særligt i anledning af Valentines Day, 24 pct. i aldersintervallet 30-39 år, 18 pct. blandt 40-49 årige og 8 pct. blandt 50+ årige.

Valentines Day kan potentielt føre til meget forbrug på fx chokolade, blomster eller restaurantbesøg – men har danskerne taget dagen til sig?

Det er blevet relativt udbredt at gøre noget i forbindelse med Valentines Day. Især er der en del som køber blomster eller andre gaver og går ud at spise eller i biografen. Desuden spiser mange en god middag derhjemme. Samlet set er det 16 pct. som forventer at gøre et eller andet (inkl. evt. at gøre flere ting) i forbindelse med Valentines Day. Det er altså tydeligt, at potentialet er til stede for at både detailhandel og de forskellige restaurations- og underholdningsbrancher kan drage nytte af mærkedagen.

Figur 1

De senere år har den amerikanske tradition Valentines Day (den 14. februar) vundet indpas i Danmark. Vi er interesserede i, hvor udbredt dagen er, og om man gør noget særligt i forbindelse med dagen. Forventer du at gøre noget af følgende



Det er især populært at købe blomster og gå ud at spise på restaurant til Valentines Day

Kilde: Data indsamlet af Norstat for Dansk Erhverv i januar 2017. Repræsentativt udsnit af den voksne befolkning, 1.006 respondenter

Anm.: Det har været muligt at angive flere ting, fx hvis man først går ud at spise og dernæst i biografen

Blandt personer som er i et forhold er det omkring hver femte, som regner med at gøre noget af ovenstående i forbindelse med Valentines Day. Blandt singlerne er det knap hver tiende, som på den ene eller den anden måde gør noget særligt på dagen.

Tabel 1

Andel som gør noget særligt i forbindelse med Valentines Day

	Single/enlig (inkl. enke/mand)	I forhold	Total
Andel	8%	19%	16%
n	318	688	1006

Kilde: Data indsamlet af Norstat for Dansk Erhverv i januar 2017. Repræsentativt udsnit af den voksne befolkning, 1.006 respondenter

Anm.: Det har været muligt at angive flere ting, fx hvis man først går ud at spise og dernæst i biografen

Valentines Day har især vundet indpas blandt de unge. Det kan måske hænge sammen med, at det i væsentligt omfang er aldersbestemt hvor meget man dater/går ud med kæresten, men afspejler formentlig også, at man er mere påvirkede af amerikansk kultur og traditioner fra film og tv mv.

Især de unge gør noget i forbindelse med Valentines Day

Tabel 2

Andel som gør noget særligt i forbindelse med Valentines Day

	Under 30 år	30-39 år	40-49 år	50-99 år	Total
Andel	28%	24%	18%	8%	16%
n	203	144	146	513	1006

Kilde: Data indsamlet af Norstat for Dansk Erhverv i januar 2017. Repræsentativt udsnit af den voksne befolkning, 1.006 respondenter

Anm.: Det har været muligt at angive flere ting, fx hvis man først går ud at spise og dernæst i biografen

Under alle omstændigheder er der udsigt til, at en del forbrugere har fået øjnene op for den amerikanske Valentines Day. I lighed med Halloween og Black Friday kan de amerikanske mærkedage komme erhvervslivet til gode i form af ekstra køb af chokolade, blomster og andre gaver i butikkerne, at flere går ud at spise eller i biografen og så videre.

▼ OM DETTE NOTAT

"Valentines Day – fuser eller ny mærkedag for erhvervslivet?" er Dansk Erhvervs analysenotat nummer 6 i 2017. Redaktionen er afsluttet den 25. januar 2017.

▼ OM DANSK ERHVERVS ANALYSENOTATER

Dansk Erhverv udarbejder løbende analyser, som samles i analysenotater. Ambitionen er at udgøre et kvalificeret og anvendeligt beslutningsgrundlag i forhold til væsentlige, aktuelle udfordringer på alle områder, som har betydning for dansk erhvervsliv og den samfundsøkonomiske udvikling. Det er tilladt at citere fra Dansk Erhvervs analysenotater med tydelig henvisning til Dansk Erhverv.

▼ KVALITETSSIKRING

Troværdigheden af tal og analyser fra Dansk Erhverv er afgørende. Dansk Erhverv gennemfører egne spørgeskemaundersøgelser i overensstemmelse med de internationalt anerkendte guidelines i ICC/ESOMAR, og alle analyser og beregninger gennemgår en kvalitetssikring.

▼ KONTAKT

Henvendelser angående analysens konklusioner kan ske til chefkonsulent Malthe Munkøe på mmm@danskerhverv.dk eller tlf. 3374 6510.

▼ DATAGRUNDLAG

Den viste data er baseret på besvarelser indhentet via en repræsentativ stikprøve fra den voksne danske befolkning i januar 2017. I alt er indhentet 1.006 besvarelser via web. Data er vægtet på køn, alder, uddannelse og region for at sikre repræsentativitet

▼ NOTER