



Julehandelsanalysen 2016

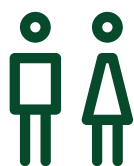
Julehandlen i Danmark

Indhold

1. Konklusioner	4
2. Økonomi	6
3. Hvornår og hvor køber vi?	14
4. Hvor og hvordan køber vi?	22
5. Hvor skal detailhandlen investere?	31
6. Kontakt	35

Om analysen

Deskriptiv analyse



Generelt gælder, at alle respondenter er mellem 18 - 75 år.
Besvarelserne er foretaget via strukturerede spørgeskemaer på internettet.



Den europæiske analyse er foretaget af Deloitte og omfatter i alt 9 lande.
Besvarelserne er foretaget fra d. 12-24 oktober 2016.



Den europæiske analyse baseres på 6.580 besvarelser, heraf 760 danske (tilsvarende 760 i 2015). De deltagende lande er følgende: Danmark, Belgien, Grækenland, Italien, Polen, Portugal, Rusland, Spanien og Tyskland.

“Danskerne forventer
at bruge mere på julen
2016 end tidligere. “

Konklusioner



Økonomi

Danskerne er i spidsen for optimisme, når det gælder vores nuværende og fremtidige økonomiske situation.

8 ud af 10 af os ser positivt eller neutralt på den økonomiske situation.

Vi lader derfor vores budget (4.406DKK pr. husstand) for julen stige med 1,6 % sammenlignet med sidste jul. Væksten i forventet juleforbrug er dog lavere sammenlignet med sidste år.

73% af de adspurgte respondenter har mere eller det samme til forbrug.

Danskerne er mindre påvirket af den økonomiske situation end de andre EU lande, hvorfor danskernes julebudget er det højeste blandt de adspurgte.

De øvrige adspurgte lande ser i højere grad ud til at have behov for at "flygte" fra den usikre økonomiske situation, mens danskerne føler, at den økonomiske situation er forbedret / mere sikker.



Hvornår og hvad køber vi?

Det største juleræs i Danmark er i perioden 1. – 15. december.

Kvinder er i bedre tid hvad angår juleindkøb.

Danskerne fravælger gavekøb i mindre grad end de europæiske respondenter.

Danske kvinder køber i højere grad gaver til de mindste end danske mænd.

De hedeste gaveønsker og gaveideer er gavekort, bøger, penge samt tøj og sko.

Særligt kvinder ønsker nydelser og oplevelser i form af skønhedspleje, teaterture og koncerter.

Fysiske bøger prioriteres. Elektroniske bøger falder drastisk sammenlignet med sidste år.

Lego og andet byggelegetøj er i top for de mindste, mens computerspil stadig ligger i toppen for teenagere.



Hvordan og hvor køber vi?

De fleste danskere finder inspiration til gavekøb på internettet.

De fleste gaver købes dog stadig i de fysiske butikker, mens onlinehandel også er en meget populær købskanal.

Danskerne elsker at købe i lokale butikker og bryder sig ikke om at handle i stormagasiner sammenlignet med de øvrige EU lande.

Der er stadig væsentlige forskelle mellem generationernes brug af internettet i jagten på den gode gave. 1 ud af 5 55+ køber aldrig gaver online, hvorimod 1 ud af 20 danskere i alderen 18-30 aldrig køber gaver online.

Vi leder videre i de fysiske butikker, når vi først er ude og juleshoppe, hvis vi ikke umiddelbart kan finde det fysiske produkt.



Hvor skal detailhandlen investere?

Danskerne foretækker kompetent rådgivning fremfor hjælp til levering og e-handel.

Danskerne foretrækker serviceforbedringer såsom selvbetjeningssystemer og hjælp til gaveindpakning.

Sammenlignet med de øvrige europæiske lande lægger danskerne mindre vægt på relationer mellem kunde og butik.

Nethandelens trækplaster er bekvæmhed: Vi vil handle når det passer os, og vi vil sammenligne priser.

De fysiske butikkers trækplaster er kompetent og professionel rådgivning, samt at produktet modtages med det samme. Muligheden for at returnere eller bytte produkter spiller også en væsentlig rolle.

Økonomi

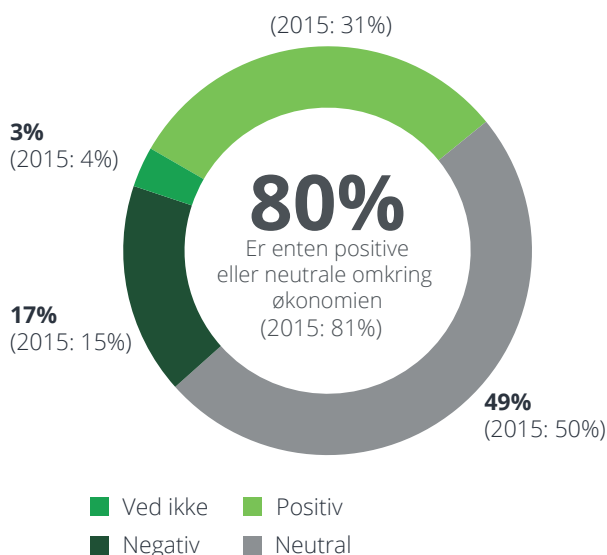
Danskerne ser lyst på fremtiden, og forventningerne driver os til at bruge flere penge på julen sammenlignet med sidste år. Væksten i forventet juleforbrug er dog lavere sammenlignet med sidste år

Økonomiens aktuelle tilstand

Danskerne er blandt de mest positive i forhold til den økonomiske situation

Status Quo: Danskerne er positive omkring den nuværende økonomiske situation.

Danmark er blandt de mest optimistiske, sammen med Tyskland, når det gælder den fremtidige økonomiske position*



Uændret forbrugertillid

Forbrugertilliden ligger på 1,2 i oktober mod 1,8 i september. Niveauet er således uændret. Indikatoren ligger dog lidt lavere end de seneste seks måneders gennemsnit på 3,1. Dog vurderer forbrugerne, at den økonomiske situation i dag er bedre end for et år siden, og de forventer en bedre økonomi om et år end i dag.

Kilde: forbrugertillidsindikatoren, der belyser befolkningens syn på den nuværende og fremtidige økonomiske situation, Danmarks Statistik

Danmark



Nuværende situation

14%
(2015: 16%)



Fremtidig situation

25%
(2015: 27%)

Øvrige EU lande



Nuværende situation

-29%
(2015: 18%)



Fremtidig situation

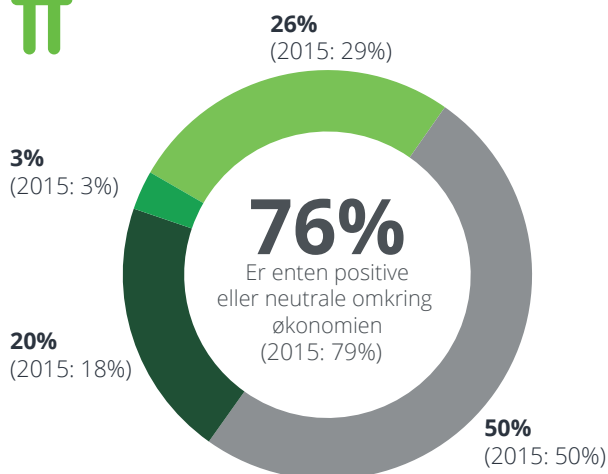
-18%
(2015: -5%)

*Note: Udregnet som difference mellem positiv og negativ. Negative differencer for øvrige EU lande er især drevet af Rusland, Grækenland og Italien

Økonomiens aktuelle tilstand

Der forekommer væsentlige forskelle blandt adspurgte mænd og kvinder i Danmark.

35% af de adspurgte mænd er positive omkring den nuværende økonomiske situation mod 26% af de adspurgte kvinder. Der gælder endvidere, at mænd er mere optimistiske, når det gælder den fremtidige økonomiske situation.



- Ved ikke
- Positiv
- Negativ
- Neutral



Nuværende situation

6%

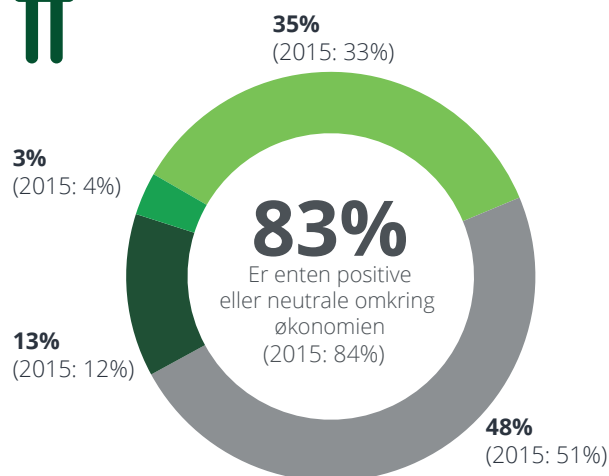
(2015: 11%)



Fremtidig situation

17%

(2015: 23%)



- Ved ikke
- Positiv
- Negativ
- Neutral



Nuværende situation

23%

(2015: 21%)



Fremtidig situation

33%

(2015: 31%)

Købekraft

73% af de adspurgte respondenter har mere eller det samme til forbrug



Købekraften i dag sammenlignet med sidste år vurderes uændret, måske en smule svækket...



... men optimismen er væsentlig bedre sammenlignet med de øvrige EU lande...

19% - "Jeg har **mere** til forbrug"

2015 - **21%**



54% - "Jeg har det **samme** til forbrug"

2015 - **52%**

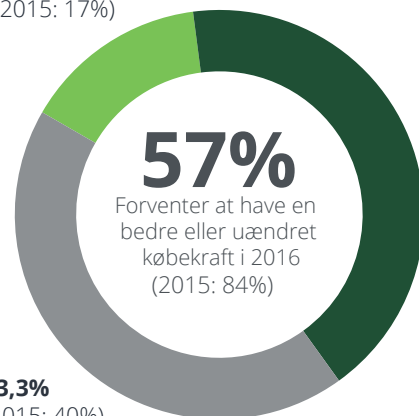


26% - "Jeg har **mindre** til forbrug"

2015 - **27%**



14,6%
(2015: 17%)



42,1%
(2015: 43%)

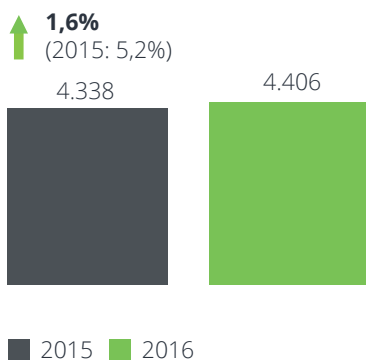
43,3%
(2015: 40%)

- Jeg har det samme til forbrug
- Jeg har mere til forbrug
- Jeg har mindre til forbrug

Julebudget – Forventet forbrug

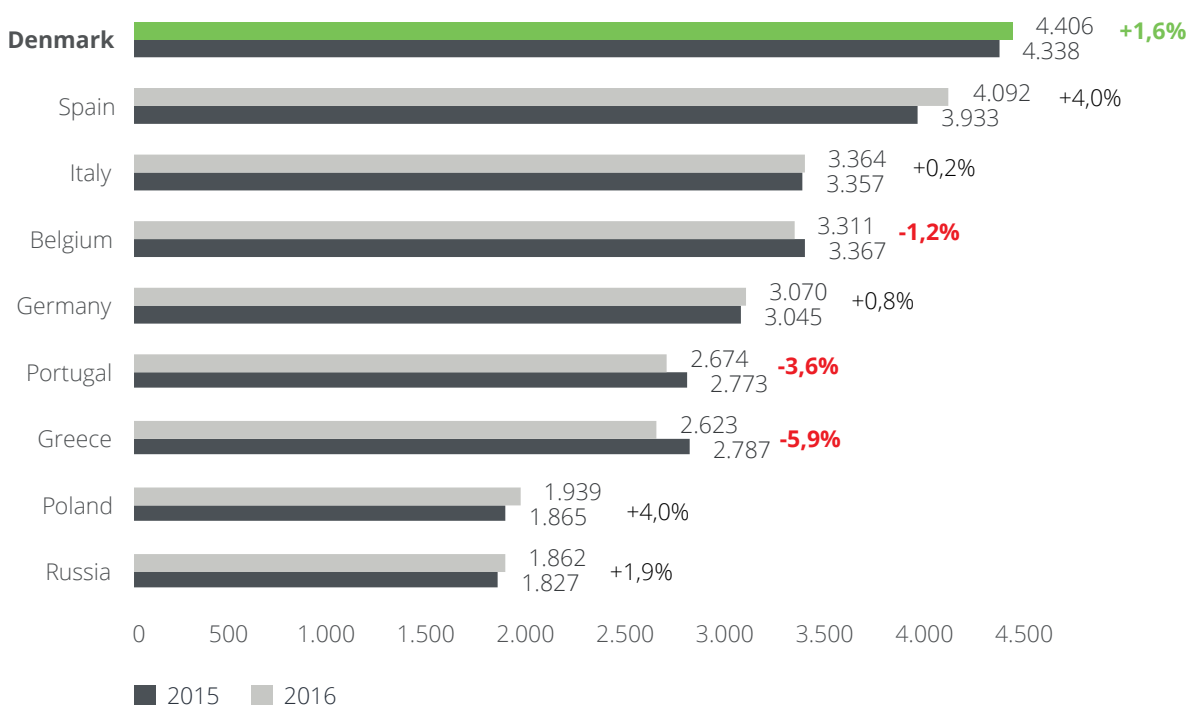
Danskerne forventer at bruge mere på julen 2016 end de øvrige adspurgte lande.

Forventet forbrug på julen 2016 sammenlignet med 2015 (DKK)



De sidste par års optimisme betyder, at danskerne har det største julebudget, 4.406 DKK, en vækst på 1,6%. Denne vækst i forventet juleforbrug er dog lavere sammenlignet med sidste år.

Forventet forbrug på julen 2016 sammenlignet med 2015 (DKK)

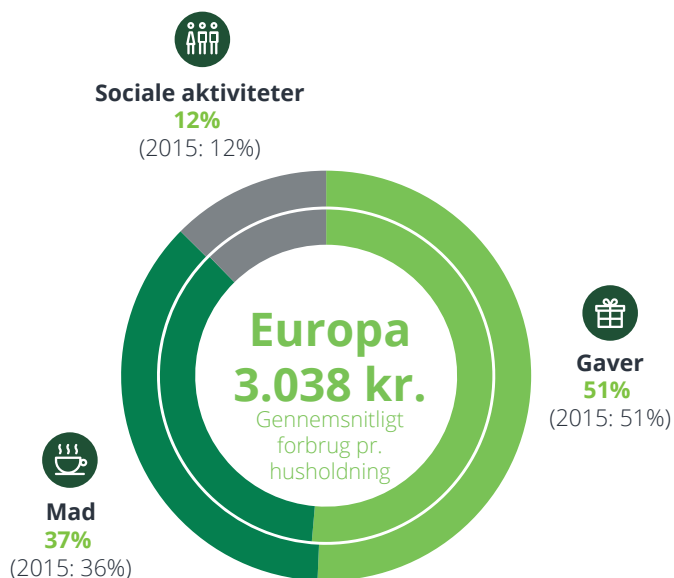
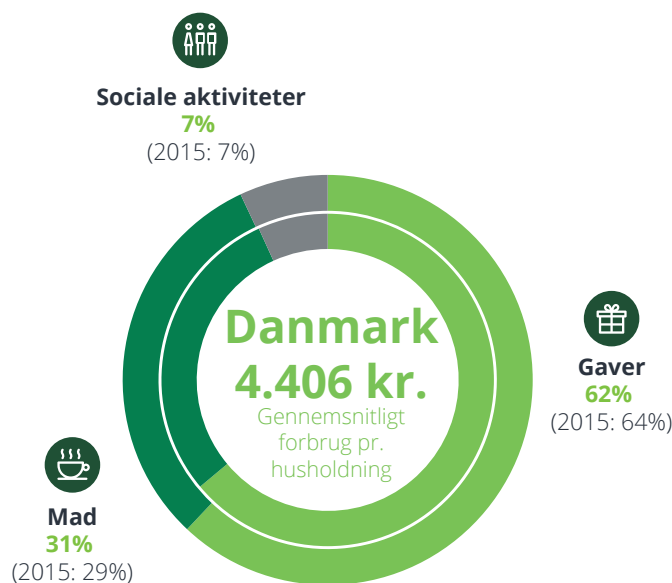


Julebudget – Forventet forbrug

Danskerne bruger en stor del af julebudgettet på gaver, som stadig prioriteres højere end de øvrige EU lande.

Hvor meget forventer din husholdning at bruge på nedenstående i julen 2016?

En væsentlig del af julebudgettet går til gaver, som vi prioriterer højere end de øvrige EU lande. De øvrige adspurgte lande prioriterer derudover sociale aktiviteter væsentligt højere end danskerne.



Julebudget – Forventet forbrug

Danskerne er mindre påvirket af den økonomiske situation end de øvrige EU lande

Årsager til MINDRE forbrug på julen?

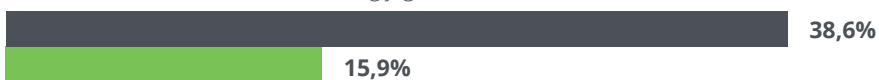
Anden årsag



Jeg har gæld



Den økonomiske nedtur fortsætter, og jeg tror, det vil blive værre



Jeg er nødt til at spare, fordi jeg har mistet mit job



Jeg er nødt til at spare, fordi jeg er bange for at mistet mit job



Min indkomst efter skat er faldet



■ Europa ■ Danmark

Optimismen og det højere juleforbrug afspejles i, at vi er mindre påvirket af den økonomiske situation end de øvrige europæiske lande. 15,9% angiver, at den økonomiske nedtur fortsætter og/eller forværres, som årsag til mindre forbrug på julen - Et fald på 3,8% fra sidste års 19,7%.

Julebudget – Forventet forbrug

De øvrige EU lande har i højere grad et behov for at "flygte" fra den usikre økonomiske situation

Årsager til MERE forbrug på julen?

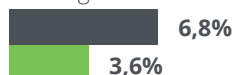
Anden årsag



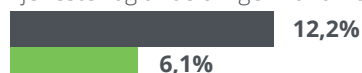
Forfremmelser



Forbrugeranmeldelser og ratings vil overbevise mig om at bruge flere penge



Tjenester og anbefalinger fra forhandlere kan overbevise mig om at bruge flere penge



De kreditvilkår, som tilbydes af detailhandlere, er gode



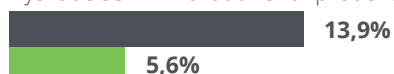
Jeg vil nyde og undgå at tænke på den usikre økonomiske situation



Den økonomiske situation er mere sikker



Nyskabelser / Innovationer af produkter eller ydelser får mig til at bruge flere penge



Min indkomst efter skat er steget



■ Europa ■ Danmark

De øvrige adspurgte ser i højere grad ud til at have behov for at "flygte" fra den usikre økonomiske situation, mens danskerne føler, at den økonomiske situation er forbedret / mere sikker.

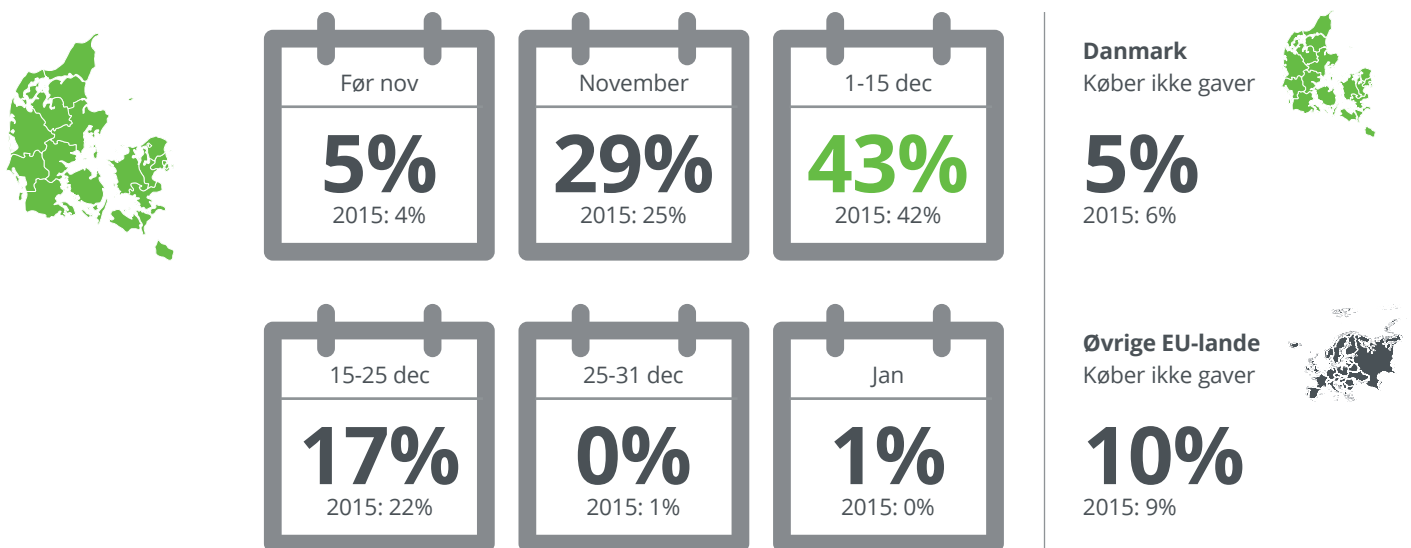
Hvornår og hvad køber vi?

Danske kvinder er i bedre tid end danske mænd, da 84% køber gaver før d. 16. december mod mændenes 68%. Mændenes og kvindernes gaveønsker har aldrig været så alignet.

Hvornår køber vi julegaver?

Kvinder er ude i bedre tid end mænd

Det største juleræs i Danmark er i perioden 1. – 15. december. Danske kvinder er i bedre tid end danske mænd, da 84% køber gaver før d. 16. december mod mændenes 68%. Mænd fravælger også i højere grad gaver end danske kvinder (7% mod 4%). Sammenlignet med de øvrige adspurgte fravælger danskerne dog gavekøb i lavere grad.



Danskerne prioriterer også gaver under juletræet d. 24. december højere end de øvrige EU lande, hvor 10% køber gaver efter juleaften.

Hvem køber vi gaver til?

Kvinder køber i højere grad gaver, specielt til børn under 12 år



Voksne



Børn mellem 12 og 18 år



Børn under 12 år



Voksne



Børn mellem 12 og 18 år



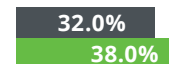
Børn under 12 år



Voksne



Børn mellem 12 og 18 år



Børn under 12 år



Danmark

Europa

Gaveideer og gaveønsker

Mænd og kvinder prioriterer mange af de samme gaveideer og gaveønsker



Hun giver ...

- #1 - Gavekort
- #2 - Kosmetik og parfume
- #3 - Bøger



Hun ønsker ...

- #1 - Gavekort
- #2 - Bøger
- #3 - Tøj og sko



Hun synes, børnene skal have ... (under 12 år)

- Tøj og sko
- Lego, byggelegetøj etc.
- Spil



Han giver ...

- #1 - Bøger
- #2 - Gavekort
- #3 - Kosmetik og parfume



Han ønsker ...

- #1 - Penge
- #2 - Tøj og sko
- #3 - Gavekort



Han synes, børnene skal have ... (under 12 år)

- Lego, byggelegetøj etc.
- Tøj og sko
- Dukker og bamser



Gaveønsker og gavekøb

Mænd og kvinders gaveønsker har aldrig været så alignt

Mænd og kvinder har i højere grad samme ønsker og giver i højere grad også de samme gaver end tidligere.



Mænd



Kvinder

Ønsker sig

#1 - Penge
(2015 - #1)



#2 - Tøj og sko
(2015 - #4)



#3 - Gavekort
(2015 - #3)



#4 - Bøger
(2015 - #2)



#5 - Rejser
(2015 - #5)



Giver

#1 - Bøger
(2015 - #1)



#2 - Gavekort
(2015 - #2)



#3 - Kosmetik og parfume
(2015 - #4)



#4 - Tøj og sko
(2015 - #3)



#5 - Smykker og ure
(2015 - #6)



Ønsker sig

#1 - Gavekort
(2015 - #2)



#2 - Bøger
(2015 - #1)



#3 - Tøj og sko
(2015 - #3)



#4 - Penge
(2015 - #7)



#5 - Skønhedspleje
(2015 - #9)



Giver

#1 - Gavekort
(2015 - #3)



#2 - Kosmetik og parfume
(2015 - #4)



#3 - Bøger
(2015 - #1)



#4 - Tøj og sko
(2015 - #2)



#5 - Indretning
(2015 - #6)



DVD/Blu-ray falder

Mænd prioriterer ikke længere DVD'er og Blu-rays, som er faldet fra en 6. plads til en 10. plads som gaveønske og faldet fra en 6. plads til en 12. plads som gaveide.

Smartphones stiger som gaveønske

Smartphones stiger fra en samlet 15. plads til en samlet 8. plads. Dog ligger smartphones som gaveide langt nede.

Nydelse og oplevelser

Både mænd og kvinder ønsker i højere grad nydelse under juletræet og særligt kvinder ønsker mere skønhedspleje, massage og spa-behandling, teaterforestillinger og koncerter.

Fysiske bøger prioriteres

Både mænd og kvinder har bøger i top 5 som gaveide og gaveønske. Elektroniske bøger falder drastisk sammenlignet med sidste år i begge.

Gaveønsker og gavekøb

Vi elsker at købe vores egne gaver

Danskerne elsker at give og ønske sig gavekort og penge, hvorimod de øvrige EU lande i højere grad giver værdikuponer fremfor gavekort.



Danmark



Øvrige EU lande

Ønsker sig

#1 - Gavekort
(2015 - #2)



#2 - Bøger
(2015 - #1)



#3 - Penge
(2015 - #3)



#4 - Tøj og sko
(2015 - #4)



#5 - Rejser
(2015 - #6)



Giver

#1 - Gavekort
(2015 - #3)



#2 - Bøger
(2015 - #1)



#3 - Kosmetik og parfume
(2015 - #4)



#4 - Tøj og sko
(2015 - #2)



#5 - Smykker og ure
(2015 - #6)



Ønsker sig

#1 - Penge
(2015 - #1)



#2 - Bøger
(2015 - #2)



#3 - Tøj og sko
(2015 - #4)



#4 - Kosmetik og parfume
(2015 - #5)



#5 - Chokolade
(2015 - #8)



Giver

#1 - Bøger
(2015 - #1)



#2 - Kosmetik og parfume
(2015 - #3)



#3 - Chokolade
(2015 - #2)



#4 - Tøj og sko
(2015 - #4)



#5 - Penge
(2015 - #6)



Danskere elsker gavekort

Gavekort er det mest populære gaveønske og den mest populære gaveide, hvorimod de øvrige EU lande slet ikke har samme forhold til gavekort.

Mad og chokolade

De øvrige EU lande giver i langt højere grad mad og drikke og særligt chokolade i gaver. Sidstnævnte er også højt prioriteret som ønske.

Værdikuponer

Værdikuponer gives og ønskes i langt mindre grad end hos de øvrige EU lande.

Danskere er i tvivl

17,3% Danskere er i tvivl om, hvad de skal købe i julegave mod de øvrige EU landes snit på 8,6%.
























Note: Chokolade er drevet af meget høje procenter fra Polen og Rusland

Hvad køber vi til børnene?

Lego og byggelegetøj, tøj og sko samt spil forbliver i top 3

Som sidste år er "bløde" pakker stadig at finde under juletræet, men i selskab med spil, Lego og lærende legetøj. Mænd vælger i højere grad at købe dukker og bamser til børn under 12 år end kvinder. Kvinder prioriterer tøj og sko højt som gaveidé.

Top 5 gaver til børn (under 12 år)

	#1 (2015 - #1)	#2 (2015 - #2)	#3 (2015 - #3)	#4 (2015 - #4)	#5 (2015 - #8)
	 Lego, byggelegetøj etc.	 Tøj og sko	 Spil	 Lærende legetøj	 Bøger
Kvinder 	 #1 - Tøj og sko	 #2 - Lego, byggelegetøj ...	 #3 - Spil	 #4 - Bøger	 #5 - Lærende legetøj
Mænd 	 #1 - Lego, byggelegetøj ...	 #2 - Tøj og sko	 #3 - Dukker og bamser	 #4 - Spil	 #5 - Lærende legetøj
Øvrige EU-lande	 #1 - Lego, byggelegetøj ...	 #2 - Tøj og sko	 #3 - Bøger	 #4 - Lærende legetøj	 #5 - Babyudstyr - og tøj
























Hvad angår gaveideer til børn er vi ikke så forskellige fra de øvrige EU lande. Dog vægter vi spil højere sammenlignet med de øvrige adspurgte lande, der i højere grad vælger kunst, håndværk og andet kreativt design (17,4% mod 6,1%).

Hvad køber vi til teenagere?

Computerspil er nr. 1

Computerspil ligger stadigvæk højest, mens gavekort og penge vinder frem som gaveideer. Kvinderne prioriterer tøj og sko højest, hvorimod mænd prioriterer computerspil højest.

Top 5 gaver til teenagere (over 12 år)

	#1 (2015 - #1)	#2 (2015 - #3)	#3 (2015 - #4)	#4 (2015 - #2)	#5 (2015 - #8)
	 Computerspil	 Gavekort	 Penge	 Tøj og sko	 Bøger
Kvinder 	 #1 - Tøj og sko	 #2 - Gavekort	 #3 - Computerspil	 #4 - Penge	 #5 - Bøger
Mænd 	 #1 - Computerspil	 #2 - Gavekort	 #3 - Penge	 #4 - Tøj og sko	 #5 - Sportstøj
Øvrige EU-lande	 #1 - Bøger	 #2 - Computerspil	 #3 - Penge	 #4 - Tøj og sko	 #5 - Chokolade

Overraskende nok prioriteres bøger højest som gaveide blandt de øvrige europæiske lande.

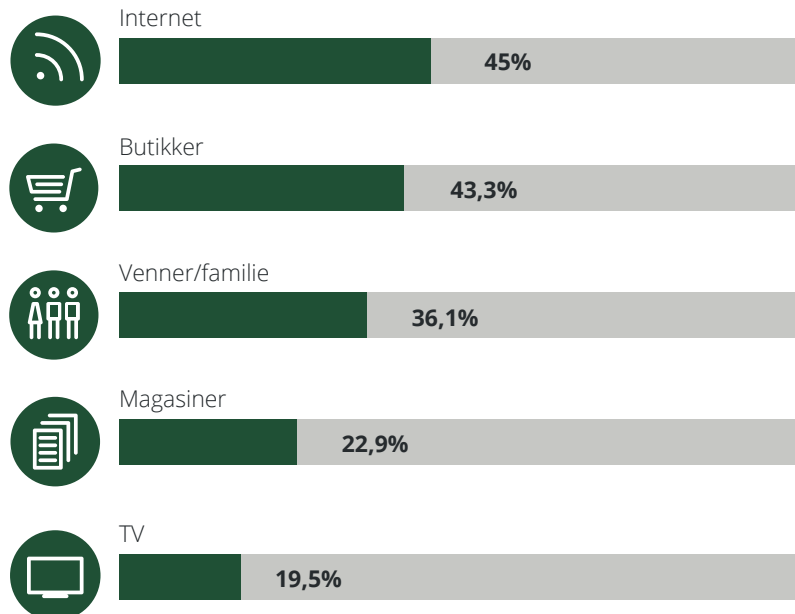
Hvor og hvordan køber vi?

De fleste gaver købes i de fysiske butikker, mens onlinehandel også er en meget populær købskanal.

Inspiration til gaver

De fleste finder gaveideer på internettet og i butikkerne

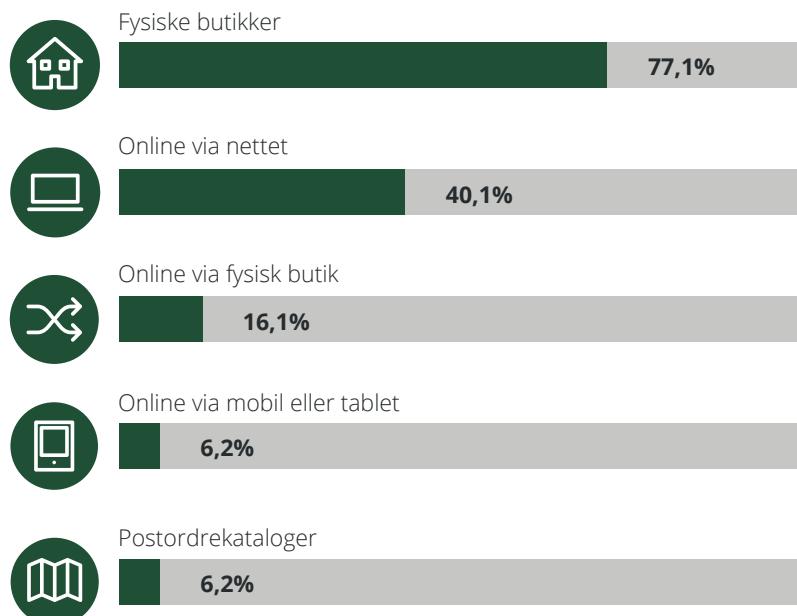
Hvor finder respondenterne ideer og råd om gaver?



Hvor købes gaverne?

De fysiske butikker kan ikke dømmes ude, men der ses også fremgang i online handel

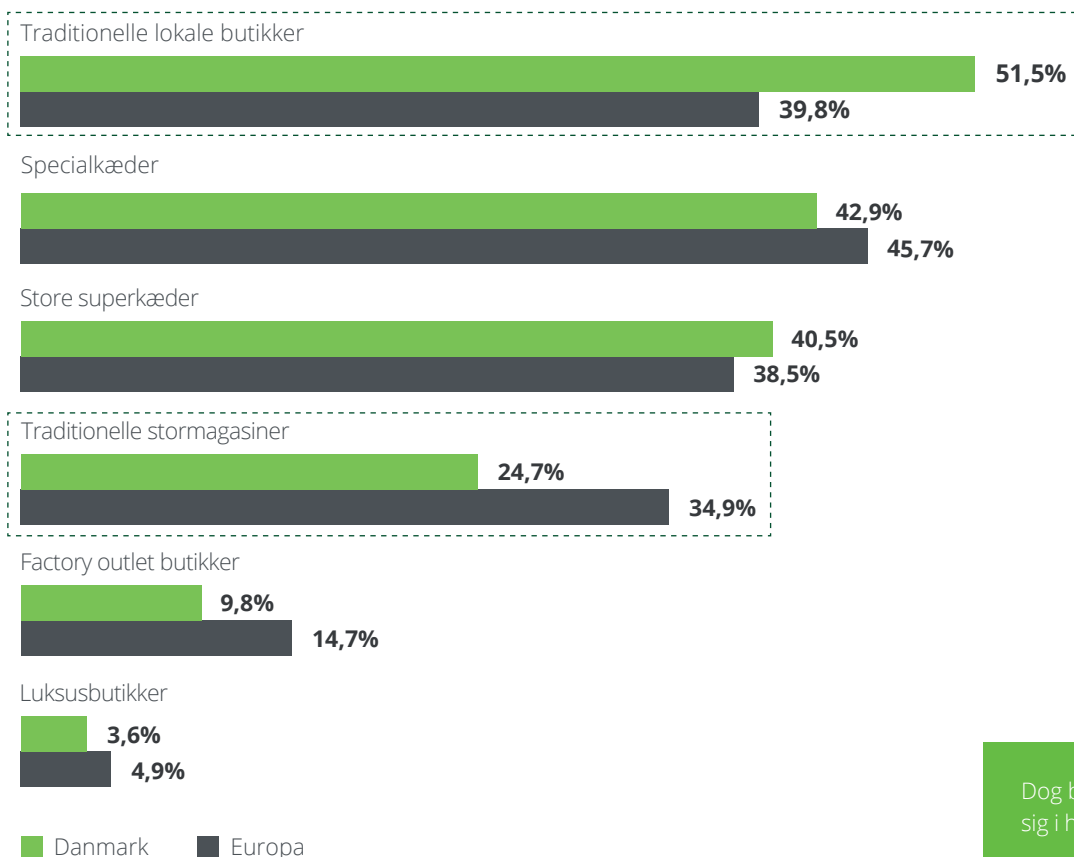
Hvor køber respondenterne deres gaver?



Hvilke typer butikker vælger danskerne?

I forhold til de øvrige europæere benytter danskerne sig i langt højere grad af lokale butikker

I hvilke butikker forventer respondenterne, at de vil købe deres gaver?



Dog benytter de øvrige europæere sig i højere grad af stormagasiner.

Danskerne online adfærd i forbindelse med juleshopping

De øvrige EU lande bruger i højere grad sociale medier, blogs og hjemmesider med rabatter end danskerne

Hvilke online medier benytter respondenterne på nettet i forbindelse med søgning og sammenligning af produkter?

Søgemaskiner (Google, Yahoo...)



Internetbutikker (med en eller flere fysiske butikker)



Internetbutikker (uden fysiske butikker)



Hjemmesider, der bruges til at foretage sammenligninger (Priser..)



Leverandørers eller mærkevareproducenters hjemmesider



Nyhedsbrev og brochure fra internettet, som jeg har modtaget via e-mail



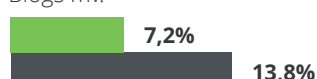
Hjemmesider med værdikuponer og tilbud



Sociale medier (Facebook, Twitter m.fl.)



Blogs mv.



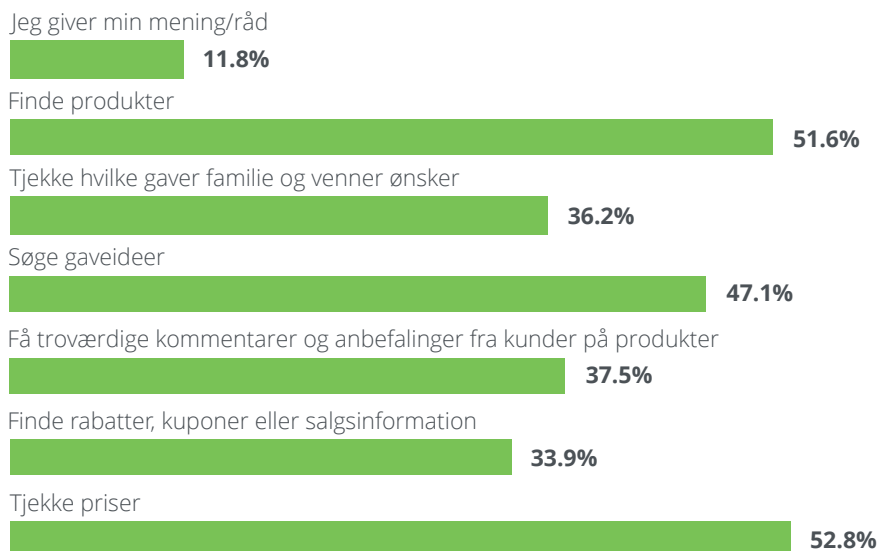
■ Danmark ■ Europa

Danskerne bruger dog i højere grad hjemmesider, der foretager prissammenligninger samt søgemaskiner og onlinebutikker.

Hvordan benyttes sociale medier til julehandlen?

De sociale medier bliver i høj grad brugt til at finde gaveideer og prissammenligning

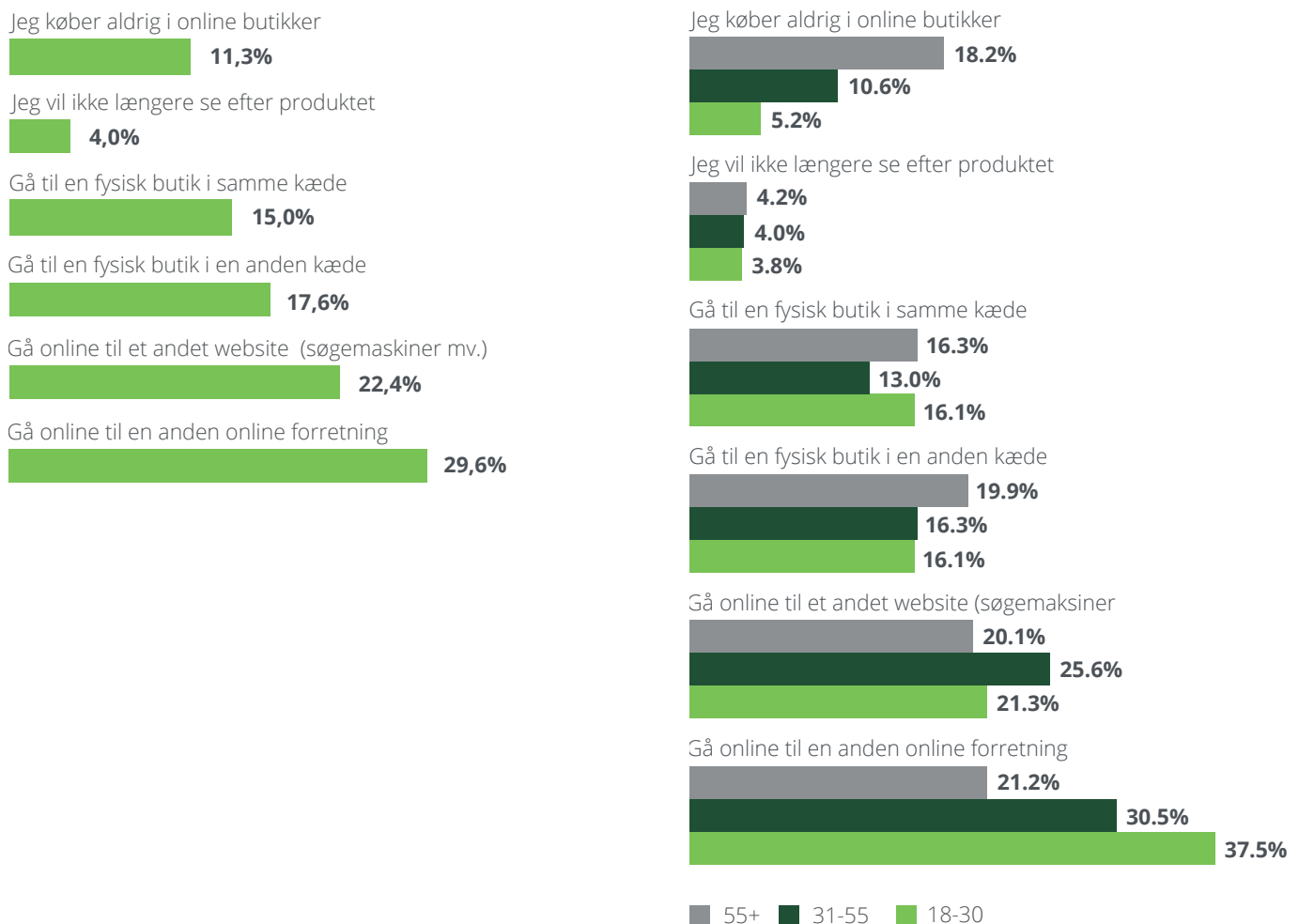
Hvordan bruger respondenterne de sociale medier i forbindelse med julehandlen?



Hvad gør forbrugeren, hvis produktet ikke kan findes? (online)

Der er stadig en væsentlig forskel mellem generationernes brug af internettet i jagten på den gode gave

Hvad vil du formentlig gøre først, hvis den foretrukne online butik ikke har det ønskede produkt?



51% af de adspurgte respondenter vil gå online til et andet website (søgemaskiner mv.) eller gå online til en anden online forretning, hvis den foretrukne online butik ikke har det ønskede produkt. Det er særligt unge mennesker, der benytter sig af disse muligheder, mens 18,2% af ældre mennesker (55+) ikke køber i online butikker.

Hvad gør forbrugeren, hvis produktet ikke kan findes? (fysiske butikker)

Vi leder videre i de fysiske butikker, når vi først er ude og juleshoppe

Hvad vil du formentlig gøre først, hvis den foretrukne online butik ikke har det ønskede produkt?

Jeg vil ikke længere se efter produktet

4,9%

Gå online til en anden butiks website

4,2%

Gå online til et andet website (søgemaskine mv.)

12,5%

Gå til en anden butik i en anden kæde

33,0%

Gå online til den samme butikskæde

12,0%

Gå til en anden butik i samme kæde, eller spørg personalet om en anden butik i kæden har produktet

33,4%

Jeg vil ikke længere se efter produktet

6,8%

3,3%

4,3%

Gå online til en anden butiks website

2,2%

3,7%

8,0%

Gå online til et andet website (søgemaskine mv.)

8,8%

13,0%

17,6%

Gå til en anden butik i en anden kæde

36,8%

33,2%

26,5%

Gå online til den samme butikskæde

9,5%

11,3%

17,0%

Gå til en anden butik i samme kæde, eller spørg personalet om en anden butik i kæden har produktet

35,9%

35,6%

26,5%

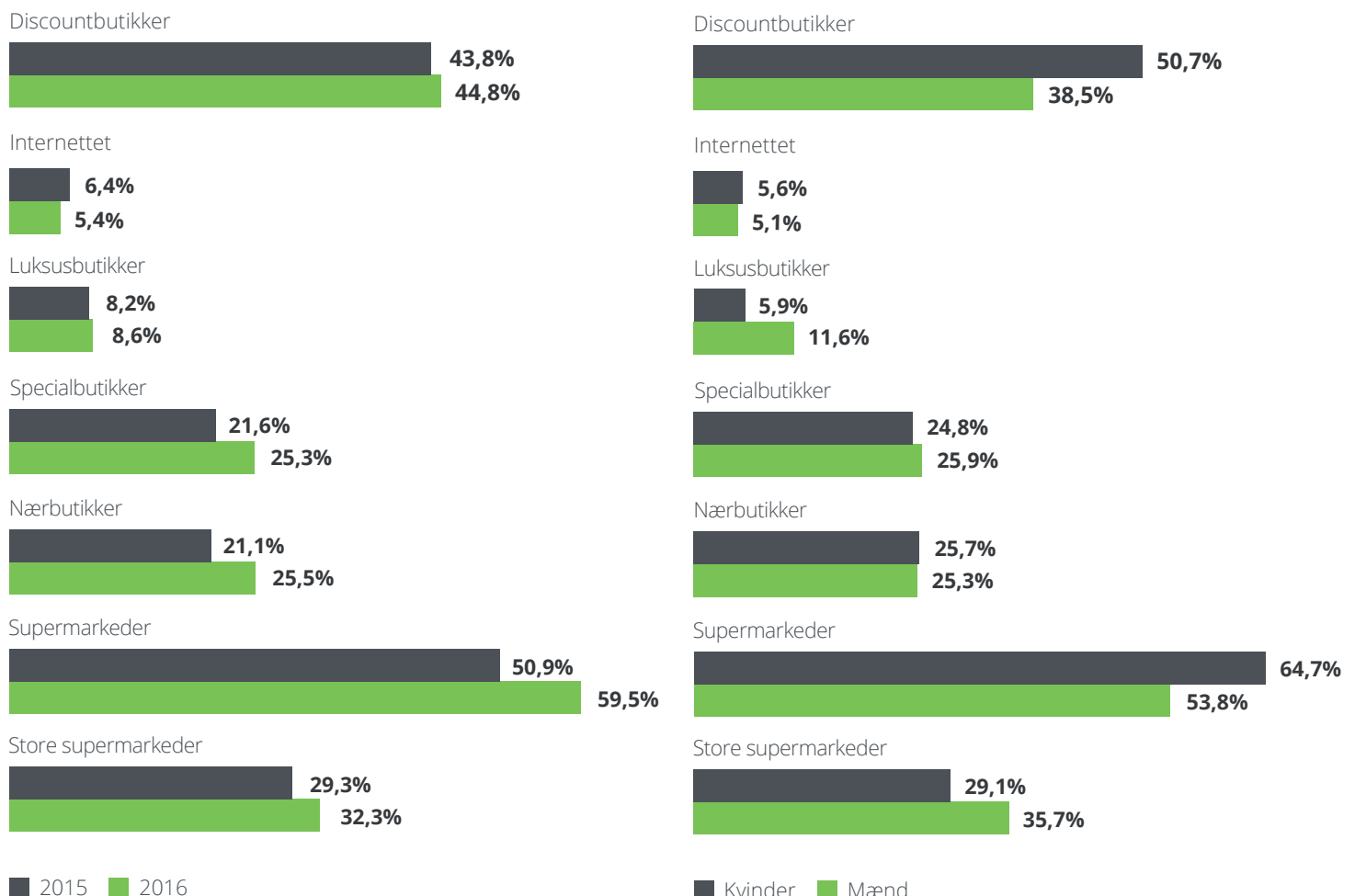
55+ 31-55 18-30

66% af de adspurgte respondenter vil lede efter produkter i andre fysiske butikker, her enten butikker i samme kæde eller hos en konkurrent, hvis de ikke kan finde produktet i den foretrukne fysiske butik. Den yngre generation vil dog i højere grad benytte internettet i deres søgeproces.

Hvor og hvordan køber vi ind til julemad?

Danskerne vil foretage flere og forventeligt større indkøb til årets julemiddag

Hvor vil danskerne handle ind til årets julemad?



Forbrugsvaner, hvad angår julemad, er forholdsvist uændret. Mænd er dog mere kvalitetsbevidste, da de i højere grad foretager deres indkøb i luksusbutikker, hvorimod flere kvinder er prisbevidste.

Hvor skal detailhandlen investere?

Vi foretrækker bedre service og rådgivning fremfor ekstra ydelser såsom hjælp til e-handel og levering.

Forventninger til personalet i butikker

Danskerne foretrækker kompetent rådgivning fremfor hjælp til levering og e-handel

Forventninger til personalet i butikken

Har viden om produkterne



Er imødekommende og tager straks kontakt til mig



Oplyser mig om rabatter og tilbud



Har mulighed for at matche alle andre butikkers priser



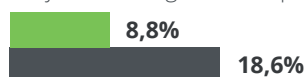
Hjælper mig med at betale hurtigt



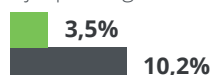
Hjælper mig med at finde gaver



Tilbyder levering til min bopæl



Hjælper mig med e-handel



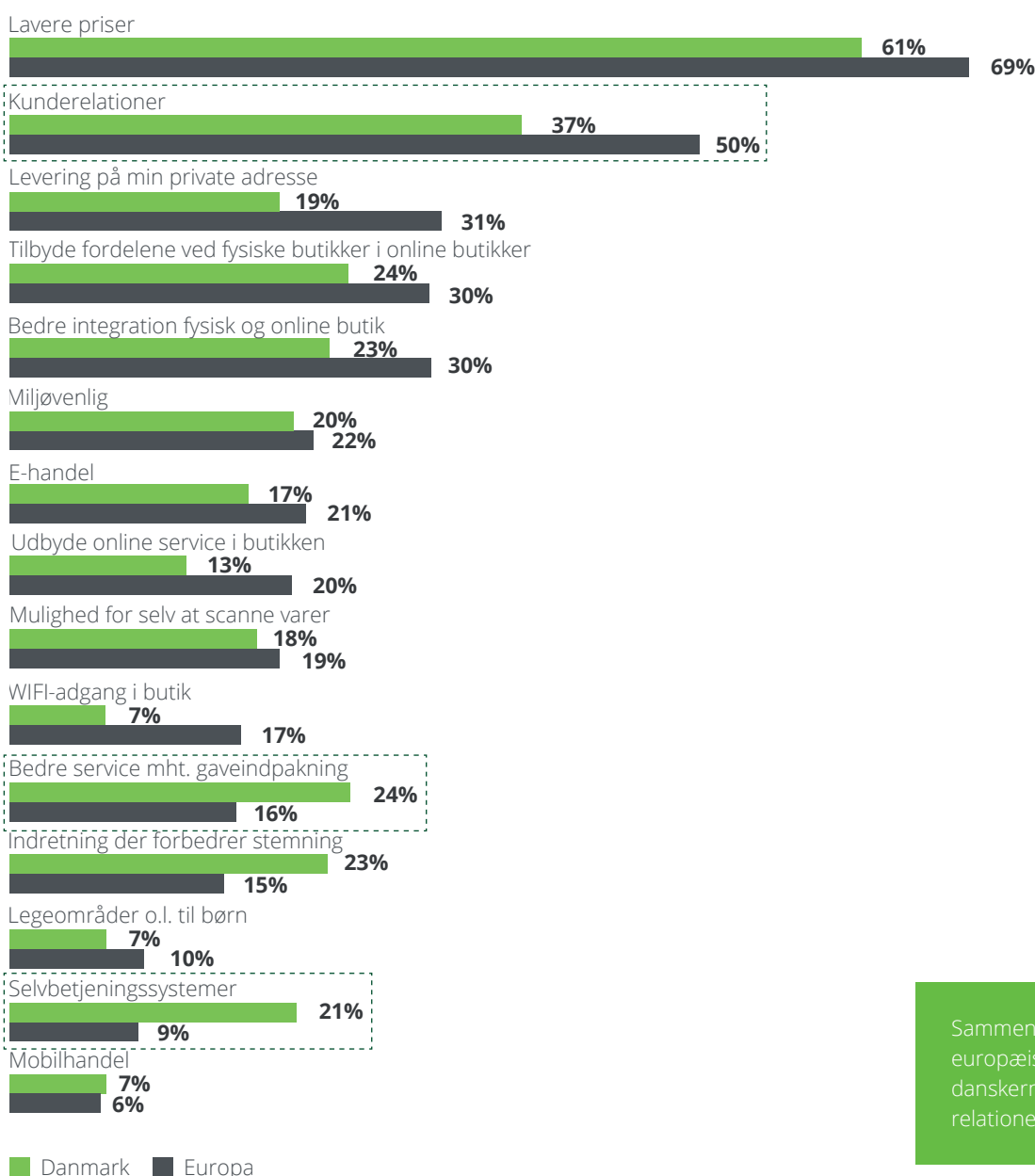
■ Danmark ■ Europa

Danskerne vægter ikke levering til bopæl særligt højt ift. De øvrige EU lande.

Hvor mener respondenterne, at detailhandlen bør investere?

Danskerne foretrækker serviceforbedringer såsom selvbetjeningssystemer og hjælp til gaveindpakning

Hvor mener respondenterne, at detailhandlen bør investere?

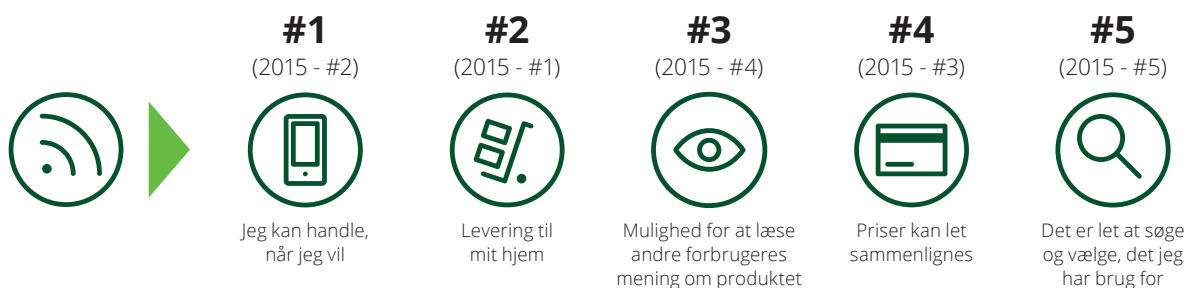


Sammenlignet med de øvrige europæiske lande lægger danskerne langt mindre vægt på relationer mellem kunde og butik.

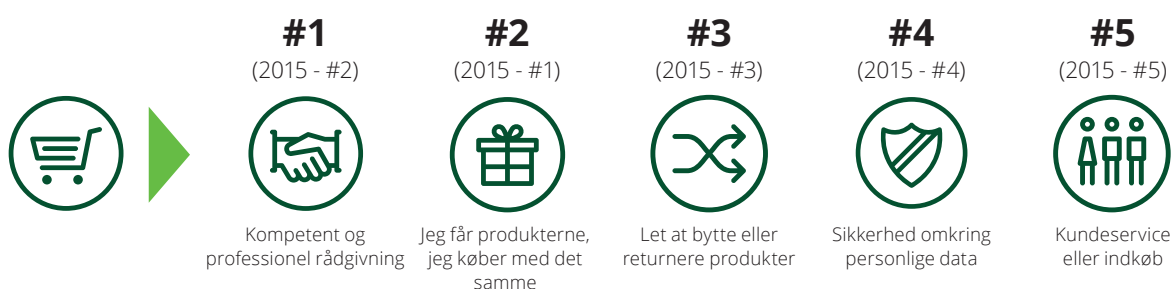
Fordelene ved handel på internettet og handel i butikkerne

Nethandel er drevet af bekvemmelighed og muligheden for at høre andre forbrugeres meninger. Service samt at "få produktet i hånden" er vigtigt i den fysiske butik

Top 5 fordele ved at handle på internettet



Top 5 fordele ved at handle i fysisk butik



Kontakt

Har du spørgsmål til Deloittes
Julehandelsanalyse?

Peter Mølkjær

Partner

Tlf.: +45 21 60 21 74

pmoelkjaer@deloitte.dk



Deloitte.

Om Deloitte

Deloitte leverer ydelser inden for revision, consulting, financial advisory, risikostyring, skat og dertil knyttede ydelser til både offentlige og private kunder i en lang række brancher. Deloitte betjener fire ud af fem virksomheder på listen over verdens største selskaber, Fortune Global 500®, gennem et globalt forbundet netværk af medlemsfirmaer i over 150 lande, som leverer kompetencer og viden i verdensklasse samt service af høj kvalitet til at håndtere kundernes most komplekse forretningsmæssige udfordringer. Vil du vide mere om, hvordan Deloitte omkring 225.000 medarbejdere gør en forskel, der betyder noget, så besøg os på LinkedIn eller Twitter.

Deloitte er en betegnelse for en eller flere af Deloitte Touche Tohmatsu Limited, der er et britisk selskab med begrænset ansvar ("DTTL"), dets netværk af medlemsfirmaer og deres tilknyttede virksomheder. DTTL og alle dets medlemsfirmaer udgør separate og uafhængige juridiske enheder. DTTL (der også betegnes "Deloitte Global") leverer ikke selv ydelser til kunderne. Vi henviser til www.deloitte.dk/Om-Deloitte for en udførlig beskrivelse af DTTL og dets medlemsfirmaer.