

DETAILFORUM

INSPIRATION | NETVÆRK | VIDEN

ORIENTERING | NR. 8 | DECEMBER 2025



**FORMANDEN SER TILBAGE
PÅ 2025 OG FREM MOD 2026**

**EKSKLUSIVT VIRKSOMHEDSBESØG
HOS KAISER SPORT**

**FORBRUGSFORENINGEN:
NYT PARTNERSKABSKONCEPT**

Detail forum

INDHOLD

03

FORMANDEN SER TILBAGE PÅ 2025 OG FREM MOD 2026

04

EKSKLUSIVT VIRKSOMHEDSBESØG HOS KAISER SPORT

05

FORBRUGSFORENINGEN: NYT PARTNERSKABSKONCEPT

06

KORT NYT FRA DANSK ERHVERV

07

2026 BYDER PÅ NYE WEBINARER OG PODCAST



FORORD FRA FORMANDEN

THOMAS JUST RASMUSSEN

Tak for 2025. Det har været et år, hvor vi ikke kun har skabt stærke faglige resultater, men også styrket vores fællesskab og det netværk, som Detailforum bygger på. Årets højdepunkt blev uden tvivl New Retail Day, hvor vi i et tæt og konstruktivt samarbejde med MERK, Skob Branchen.dk og Danske Handelsbyer samlede branchen om en dag med relevante perspektiver, inspirerende oplæg og ærlige samtaler om de muligheder og udfordringer, der præger vores hverdag.

New Retail Day og det efterfølgende awardshow blev samtidig et tydeligt billede på den innovation og konstante tilpasning, som kendetegner detailbranchen i disse år. Her hyldede vi de virksomheder og mennesker, der formår at udvikle nye løsninger, tilpasse sig markedet og skabe værdi i en branche, der er i permanent bevægelse.

Netop derfor er videndeling en af Detailforums vigtigste opgaver. Når vi deler erfaringer, indsigter og konkrete løsninger på tværs af virksomheder og formater, bliver vi alle bedre rustet til at navigere i et marked under konstant forandring. I 2026 fortsætter vi denne udvikling. Vi vil udbygge partnerskabet med MERK, hvilket betyder, at I som medlemmer får endnu større adgang til analyser, materialer og indsigt, der kan styrke jeres arbejde – både lokalt og nationalt. Det bliver et år, hvor videndeling får en endnu mere central rolle.

Jeg ser frem til 2026 som et år med engagement og gode møder rundt om i landet. Vi arbejder allerede på flere inspirerende virksomhedsbesøg i årets første måneder og glæder os til snart at kunne fortælle mere. Tak for i år, med ønsket om en glædelig jul og et godt nytår.

Thomas Just Rasmussen
Formand, Detailforum

ØSTERBRO 5. MARTS 2026

EKSKLUSIVT VIRKSOMHEDS- BESØG HOS KAISER SPORT

Kaiser Sport har netop åbnet dørene til en helt ny butik på Østerbro, og det er ikke bare endnu en sportsbutik. Det er et moderne specialistunivers, hvor faglighed, teknologi og kundeoplevelse er tænkt sammen på en ny måde.

Vi inviterer til et eksklusivt virksomhedsbesøg med begrænset deltagerantal (maks. 15 personer), hvor CEO Jan Steinicke personligt tager imod og giver et sjældent indblik i de strategiske valg, samarbejder og overvejelser, der ligger bag butikken. Her kommer du helt tæt på maskinrummet – fra de første tanker til de konkrete løsninger i butikken.

Vi starter kl. 08.30 med kaffe og BMO, inden Jan tager os med rundt i butikken og deler erfaringer fra åbningen. Du hører, hvordan Kaiser Sport har arbejdet med nogle af byens dyreste kvadratmeter, hvordan varer og aktiviteter er placeret for at skabe optimale kunde-flows, og hvordan samarbejder med leverandører er integreret direkte i butiksoplevelsen.

Der bliver også plads til ærlighed. Du får indblik i, hvad der har overrasket positivt, hvilke udfordringer der er opstået undervejs, og hvordan Kaiser Sport ser på fremtiden for fysisk retail i sports- og specialistbranchen.

Du får blandt andet indblik i:

- Tankerne bag den nye Kaiser Sport-butik på Østerbro
- Udnyttelsen af de dyreste m²: vareplacering, aktiviteter og flow
- Samarbejder med leverandører og udviklingen af butiksuniverset
- Erfaringer fra butikkens første periode – både de gode og de svære
- Kaiser Sports perspektiv på fremtidens fysiske retail

Program (foreløbigt)

08.30–08.40	Kaffe, BMO og velkomst
08.40–09.15	Rundvisning og oplæg ved CEO Jan Steinicke • Koncept og strategi • Indretning og aktivitetspunkter • Erfaringer efter åbningen • Fremtidens retail
09.15–09.30	Spørgsmål og dialog



TILMELD DIG HER

Der er kun plads til 15 deltagere –
tilmelding sker efter først-til-mølle-princippet.

FORBRUGSFORENINGEN

NYT PARTNERSKABSKONCEPT STYRKER BÅDE KUNDEOPLEVELSEN OG DETAILVIRKSOMHEDERNE

Forbrugsforeningen har lanceret et nyt partnerskabskoncept, der giver detailvirksomheder adgang til en af landets mest købestærke og loyale forbrugergrupper. Foreningen, som er Danmarks ældste og største indkøbsfællesskab, samler flere hundrede tusinde medlemmer, der handler markant oftere og lægger mere i kurven end gennemsnittet.

Ifølge CBSs analyse "Loyalitet i turbulente tider" og hvad foreningens samarbejdspartnere oplyser handler medlemmerne op til 100 procent oftere og kan lægge helt op til 105 procent mere i indkøbskurven, når de betaler med Dankort, Visa eller Mastercard, som er knyttet til deres medlemskab. Medlemmerne udgør samtidig en attraktiv målgruppe: 70 procent er vellønnede, veluddannede og i alderen 34–54 år.

Nyt koncept gør det lettere at bruge Forbrugsforeningen i hverdagen

Det nye partnerskabskoncept fungerer sådan, at når et medlem handler hos en partner, udløses en aftalt procentvis bonus, som virksomheden indgår aftale om med Forbrugsforeningen. Samtidig får partneren synlighed i Forbrugsforeningens app, nyhedsbreve, sociale medier og magasinet F-bladet.

Derudover får detailvirksomhederne mulighed for at arbejde med målrettet kommunikation over for relevante medlemsgrupper. Forbrugsforeningens indsigt i medlemmernes handlemønstre og præferencer gør det muligt at nå potentielle kunder mere præcist og styrke relationen til både nye og eksisterende kunder.

Med lanceringen ønsker Forbrugsforeningen at styrke båndet mellem detailvirksomheder og loyale kunder og skabe en model, hvor både butikker og forbrugere får klar værdi ud af samarbejdet – herunder bedre muligheder for at tiltrække de mest relevante kunder.

Er det relevant for din detailvirksomhed?

Hvis du ønsker at gøre det endnu lettere for forbrugerne at vælge netop din butik, kan Forbrugsforeningens være en oplagt mulighed. Som partner får du adgang til en stor, loyal og købestærk medlemsgruppe samtidig med at dine kunder automatisk får bonus, hver gang de handler hos dig.

Det er en enkel måde både at stå stærkere over for kunderne og skabe gensidig værdi.

"Skiftet til vores nye bonusmodel har været en kæmpe succes. Vi har på nu 8 uger gjort hvad man i ind- og udland tidligere har været 5-8 år om. Over 92% af de aktive medlemmer er skiftet til den nye model og vi har i samme kort periode fået flere nye medlemmer end vi plejer at få på et helt år. Det er derfor ret svært at være utilfreds"

Markedschef, Peter Nyrop



KORT NYT FRA

DANSK ERHVERV

Gavekort og tilgodebeviser: Få styr på reglerne før julehandlen

Gavekort er blandt de mest populære julegaver, men de rejser også mange spørgsmål om regler, rettigheder og forskellen mellem gavekort og tilgodebeviser. Dansk Erhverv har derfor samlet en tydelig oversigt over de vigtigste regler, som både detailhandlere og kunder bør kende.

Her er nogle af de centrale regler, Dansk Erhverv peger på:

Gyldighedsperiode

Et gavekort skal have en rimelig gyldighedsperiode. Mange virksomheder vælger 2–3 år, og det er lovligt, så længe perioden er klart oplyst ved udstedelsen.

Hvis gavekortet udløber

Når gyldigheden er udløbet, har kunden som udgangspunkt ikke krav på at få gavekortet forlænget eller få pengene udbetalt. Det er vigtigt, at virksomheden informerer om udløbsdatoen.

Bortkomne gavekort

Hvis kunden mister gavekortet, er virksomheden ikke forpligtet til at erstatte det, medmindre der er tale om et personligt registreret gavekort, hvor kunden kan dokumentere købet.

Gavekort vs. tilgodebevis

Dansk Erhverv fremhæver, at gavekort og tilgodebeviser ikke er det samme:

- Gavekort udstedes som et produkt og har en fast gyldighedsperiode.
- Tilgodebeviser gives typisk ved returnering af varer og skal som udgangspunkt have en gyldighed på mindst ét år, medmindre andet er aftalt.

Krav om kontant udbetaling

Et gavekort skal normalt ikke udbetales kontant. Et tilgodebevis efter en reklamation skal derimod kunne udbetales kontant, hvis kunden ønsker det.

LÆS HELE ARTIKLEN

Julehandlen 2025: Ny rekord i sigte

Danskerne går julen i møde med solid privatøkonomi, og ifølge Dansk Erhvervs seneste prognose ventes omsætningen i detailhandlen i november og december at ramme rekordhøje 97 mia. kr. – en stigning på ca. 4 mia. kr. (knap 4 %) i forhold til 2024.

Trods et dæmpet forbrugertillidsniveau og pessimistiske forbruger-forventninger tegner der sig altså et stærkt billede af julehandlen i 2025. Det tilskrives især danskernes fortsat høje beskæftigelse, lønvækst og en generel økonomisk robusthed.

For detailvirksomheder og detailhandelens aktører lover udsigterne godt – både i butikker og online. Samtidig understreger prognosen, at selv i en tid med økonomisk usikkerhed kan en sund privatøkonomi og juletraditioner drive et stærkt handelsmønster.

LÆS HELE ARTIKLEN

SPÆNDENDE WEBINARER OG PODCAST

DANSK ERHVERV

Fremtidens Bymidter 2026

Sharmili Rajagopal, Fagchef for Regional Politik, Dansk Erhverv

Tirsdag den 21. april 2026 kl. 09.00-16.00 | Messe C, Fredericia

Dansk Erhverv afholder konferencen Fremtidens Bymidter 2026 med fokus på, hvordan bymidter kan udvikles og styrkes i samspil mellem handel, erhverv, kommuner og lokale aktører. Konferencen sætter spotlight på de strukturelle forandringer, der præger bymidterne, og på de konkrete greb, der kan skabe mere liv, aktivitet og bæredygtig udvikling.

Dagen henvender sig til citychefer, handelsstandsforeninger, detailvirksomheder, kommunale beslutningstagere og andre med ansvar for byudvikling. Deltagerne får indsigt i aktuelle analyser, cases og erfaringer samt inspiration til, hvordan partnerskaber, data og strategisk byplanlægning kan bidrage til at sikre levende bymidter – også i fremtiden. Webinaret er gratis at deltage i.

TILMELD DIG HER

DANSK ERHVERV

Ledelse af generationer på tværs

Pernille Taarup, Fagchef for HR og ledelse. Dansk Erhverv

Torsdag den 8. januar 2026 kl. 10.00–11.00 | Online via webinar

Dansk Erhverv afholder nyt webinar om ledelse på tværs af generationer, der skal styrke virksomhedernes arbejde med trivsel, samarbejde og moderne ledelsespraksis. Webinaret giver konkrete metoder til at forstå og navigere i forskellige generationers behov, arbejdsformer og forventninger – fra de yngste medarbejdere til de mest erfarne.

Arrangementet finder sted den 8. januar 2026 og henvender sig til både ledere, HR-ansvarlige og andre med personaleansvar. Deltagerne får indsigt i, hvordan man skaber en fælles kultur, håndterer eventuelle generationskonflikter og tilpasser sin ledelsesstil, så alle medarbejdere trives og performer.

TILMELD DIG HER



Fik du hørt MERK Podcast? MERK Podcast giver dig spændende indsigter fra nøglepersoner i detailhandlen og livsstilsbranchen.

Den stille modbevægelse i supermarkederne

I denne episode taler Nikolai Klausen med Jette Radich Thunbo, Group Vice President & Category Director i Salling Group, om et område af modebranchen, som millioner af danskere møder hver uge – men som sjældent får opmærksomhed: Moden i supermarkederne.

Samtalen handler om den usynlige grænse mellem "rigtig" mode og det tøj, der hænger mellem dagligvarer og hverdagstilbud. Jette Radich Thunbo giver et indblik i, hvordan design, kvalitet og ansvar kan løftes, selv når prisen skal holdes tilgængelig, og hvordan forbrugerne ubesværet kombinerer mælk, mascara og mode i samme indkøb.

Episoden giver et nyt perspektiv på en kæmpe – men ofte overset – del af modebranchen, og på hvordan fremtidens mode måske formes netop dér, hvor hverdagen møder funktion og tilgængelighed.

Find podcasten i din foretrukne app under MERK Danmark.

LYT MED HER

SÅDAN FÅR DU

ADGANG TIL FLERE LOYALE KUNDER DER KØBER MERE

Mange kunder er godt, mange loyale kunder er bedre. Det ved enhver dedikeret handlende. Ligesom det er en velkendt sandhed, at god service får kunderne til at komme igen. Så langt så godt.

Mund-til-mund anbefalinger fra dine tilfredse kunder, kan lokke deres kolleger og familiemedlemmer til. Men hvad nu, hvis du har større ambitioner, og ønsker dig endnu flere loyale kunder?

Købestærke kunder der lægger mere i kurven

Hos Forbrugsforeningen, Danmarks ældste og største indkøbsfællesskab, handler flere hundrede tusinde tilfredse medlemmer op til 100% oftere og lægger op til 105% mere i indkøbskurven, når de betaler med deres Dankort, Visa eller Mastercard hos foreningens samarbejdspartnere.

Det viser foreningens partnerdata, som også fortæller om en købestærk medlemssammensætning: 70% af medlemmerne er fx kvinder, typisk veluddannede, vellønnede, 34 – 54 årige, som bor i egen bolig, er gift eller samlevende og har børn i husstanden.

Et helt enkelt koncept

Konceptet er helt enkelt: Hver gang et medlem betaler med et af de kort, der er knyttet til medlemskabet, opnår hun automatisk en bonus, som er den procentvise rabat, du aftaler med Forbrugsforeningen, når I indgår partnerskabet. Derudover betaler du selv 1% til foreningen og er så til gengæld synlig for samtlige medlemmer, der kan finde dig i Forbrugsforeningens app og på fbf.dk.

Derudover har du adgang til målrettet markedsføring – i app, i nyhedsbreve, på sociale medier og i magasinet F-bladet, og kan på den måde nå de kundesegmenter, der er særligt relevante for dig og din forretning.

Lyder det som noget for dig?

Hvis du vil vide mere om, hvordan du bliver partner hos Forbrugsforeningen, der fem gange er blevet kåret som Danmarks bedste loyalitetsklub senest, igen af Copenhagen Business School, er du velkommen til at ringe på **33 18 86 20**.

Du kan også skrive til os på salg@forbrugsforeningen.dk eller læse mere på www.forbrugsforeningen.dk/partner