

Wolt for Retail



Wolt Norge 2026

Wolt for Retail Report 2026

Executive Summary.....	3
Et kjøpesenter i lomma.....	7
Alt kan selges på nett - og alt kan leveres hjem!.....	8
Netthandel og levering i Norge.....	9
Wolts tilbud til detaljhandlere: Nå kundene med raske leveranser.....	18
Wolt Virtuell Fulfillment – en ny modell for detaljhandel og distribusjon.....	22
Wolt+.....	24
Wolt Drive.....	25
Om Wolt.....	26
Kundecase: Kondomeriet – diskret hjemmelevering med Wolt.....	27
Kundecase: Ringo – lekene levert rett hjem.....	28
Kundecase: Vita - Skjønnhet levert på døren.....	30
Wolt's budmodell – smart og skalerbar lokal logistikk.....	32

Executive summary

– Wolt for Retail

Norsk netthandel vokser fortsatt, men forbrukernes forventninger endrer seg raskt. De ønsker fleksibilitet, enkelhet og korte leveringstider – ofte innen få timer. Samtidig står lokale butikker i økende grad i konkurranse med internasjonale netthandelsaktører. Wolts kvikkhandelsmodell (QuickCommerce) og teknologiske plattform adresserer begge utfordringene ved å gjøre rask og presis hjemlevering tilgjengelig for både små og store detaljhandlere.

Denne rapporten viser hvordan nordmenns økende forventning til raske og fleksible leveringer skaper et skifte i detaljhandelen, der hurtiglevering blir et konkurransefortrinn og ikke lenger et tilleggstilbud. Forbrukerne handler mer via mobil, ønsker raskere levering og verdsetter enkelhet og tilgjengelighet. Samtidig gjør Wolts teknologiske plattform

og hyperlokale logistikk det mulig for både store og små butikker å tilby hjemlevering på under én time, nå nye kundegrupper og redusere barrierer for digital vekst.

Med løsninger som (Wolt Marketplace, Wolt Drive, Wolt+, WoltFulfillment) og en skalerbar budmodell bidrar Wolt til å utjevne konkurransen mellom lokale butikker og globale netthandelsaktører, og til å forme en mer fleksibel og fremtidsrettet handelsmodell.

Wolts skreddersydde løsninger for detaljhandelen, styrker og klargjør norske detaljhandlere til nye konkurranseforhold og moderne kundeforventninger.





Forbrukeradferd: Norge handler mer – og raskere

Wolts undersøkelser og eksterne rapporter viser at nordmenn handler hyppigere på nett enn tidligere, og majoriteten bruker mobilen til kjøp. Hele 46 prosent handler månedlig, og yngre forbrukere og byboere leder an. Samtidig er det klare tegn til økt forventning om umiddelbar tilgjengelighet:

- 10 % ønsker levering samme dag,
- 6 % ønsker levering innen 3 timer
- 3 % vil ha varen innen én time.

Samtidig er betalingsvilligheten lav, noe som gjør raske og rimelige leveringsløsninger avgjørende for adopsjon. Hjemlevering oppleves som verdifullt: 56 % mener det gjør hverdagen enklere, og 32 % foretrekker hjemlevering fremfor fysisk butikk.

Markedet: Detaljhandelen må levere raskere

Selv om fysiske butikker fortsatt står for mesteparten av handelen, vokser omnikanal og lokale nettbutikker raskt. Kundene forventer fleksible leveringsvalg, og nye aktører som Wolt, Porterbuddy og Helthjem tar større plass når hastighet er viktig. Hurtighandel vinner særlig der kundereisen berører gaver, tidskrisiske kjøp, tung transport eller bekvemmelighet.

Wolts posisjon som hyperlokal plattform gjør at butikker kan konkurrere med både nasjonale og internasjonale netthandlere – uten store investeringer.

Wolt som leverings- og vekstpartner for retail

Wolt gjør butikken til et mikro-lager og integrerer den i et effektivt, distribuert logistikksystem. Dette gir:

- Levering ofte innen én time
- Økt rekkevidde og synlighet
- Nye kundegrupper og høyere handlekurver
- Minimal teknisk og operasjonell kompleksitet

Gjennom Wolt Drive får butikker en "white label"-logistikk-løsning som gir rask levering med sporing in sanntid fra egne flater. Wolt+ styrker lojaliteten, og medlemmer handler i snitt tre ganger oftere enn andre brukere på plattformen.



Bransjeeeksempler: Resultater fra norske butikker

Rapporten viser konkrete caser:

- **Ringo:** Økt omsetning og bedre kundeopplevelser ved rask levering av leker – ofte innen én time, kritisk for bursdager og sesongtopper.
- **Kondomeriet:** Diskret hurtiglevering har gitt høy vekst og tilgang til nye kundegrupper, spesielt menn.
- **Bakerier, apotek, dyrebutikker og velvære:** Typiske kategorier der ferskhets, praktikk og hastighet skaper høy etterspørsel.

Wolt Virtuell Fulfillment: En ny måte å drive detaljhandel på

Wolts nye modell lar merkevarer distribuere varer via tredjepartsbutikker som fungerer som mikrolagre – uten egne utsalgsteder.

Fordeler:

- Svært lave etableringskostnader
- Landsdekkende distribusjon på kort tid
- Nye inntektsstrømmer for butikker
- Levering til kunde på under én time

Konseptet representerer en strukturell endring i detaljhandelen: Butikker blir noder i et distribuert logistikknettverk fremfor tradisjonelle utsalgsteder.



Bærekraft og logistikk

Selv om bærekraft ikke er den viktigste driveren for norske forbrukere, leveres omtrent en tredjedel av Wolts ordre allerede med nullutslippskjøretøy. Wolt jobber aktivt for å øke andelen, blant annet gjennom leasingprogrammer for elektriske lastesykler.

Wolts budmodell er fleksibel, kostnadseffektiv og skalerbar. Den kombinerer sykkel, el-kjøretøy og bil, og tilrettelegger for trygg levering av aldersbestemte varer, medisiner og produkter som krever ekstra håndtering.

Konklusjon

Wolts hurtigleveringsmodell og digitale infrastruktur utjevner konkurranseforholdet mellom store og små aktører – og møter forbrukernes økende krav til hastighet og bekvemmelighet. Retailere som kobler seg på Wolt, får umiddelbart tilgang til:

- Rask logistikk
- Økt relevans i kundenes hverdag
- Nye kundegrupper
- Redusert friksjon i hele kundereisen

Wolt er ikke lenger bare matlevering – men et komplett distribusjons- og salgssystem som definerer fremtidens handel.

Et kjøpesenter i lomma

Nordmenn handler mer på nett enn noensinne, og forventningene til raske og fleksible leveringsløsninger øker i takt med dette. Når vi bestiller noe på nett vil vi ha det raskt – helst med én gang. Denne utviklingen setter nye krav til hvordan både netthandel og fysiske butikker møter kundenes behov.

Med Wolts leveringsløsninger bidrar vi til å gjøre hjemlevering like tilgjengelig for lokale butikker som for de store, internasjonale aktørene. Når butikken kan fungere som et lokalt, fremskutt varelager, blir den en perfekt kombinasjon av det digitale og det fysiske – et sted hvor hurtighet, nærhet og personlig service spiller sammen. Vi kaller det hurtighandel, eller QuickCommerce.

Vi har en visjon om at Wolt skal bli et kjøpesenter kundene kan ha i lomma. Vi har så langt fylt opp underetasjen med spisesteder, vi har dagligvarer i første etasje og nå legger vi til flere og flere butikker i vårt virtuelle handlesenter. Vi tror dette er fremtiden. Og vi har dataene som beviser det.

I denne rapporten ser vi nærmere på norske forbrukeres handlevaner og forventninger til hjemlevering. Målet er å vise hvordan ny teknologi og smartere logistikk kan skape en mer rettferdig konkurranse mellom små, lokale butikker og de store netthandels-gigantene, samtidig som vi gir forbrukerne det de ønsker: enkelhet, fleksibilitet og raske leveranser – rett hjem på døren.



Mattis Bergh
Leder for
Wolt i Norge



Alt kan selges på nett - og alt kan leveres hjem!

Amazons grunnlegger Jeff Bezos skal ha sagt at «det er vanskelig å finne noe som ikke lar seg selge på nett» og Amazon kalles jo også "The Everything Store". Vi tror det samme er sant for hjemlevering. Er det i det hele tatt noe som ikke egner seg for å bli levert hjem på døren? Ikke alt er like praktisk, selvsagt, og noen ting er mer tidskritiske enn andre. Siden 2014 har Wolt levert varm mat hjem på døren, og det er lite som haster så mye som nylaget pommefrites. Kan vi levere en burger mens den er varm og fries som fremdeles crispy, kan vi levere det aller meste hjem i god tid. Det vi har sett er at noen varer egner seg bedre enn andre. Det som driver de store volumene er typisk varer som handles jevnlig, som dagligvarer, hundemat og kattesand eller apotek- og velværeprodukter.

Men vi ser tydelig etterspørsel etter å få alt du kan kjøpe på nett levert dit du ønsker med kort planleggingshorisont. Enklere hverdagslogistikk for familier, enkel transport av det som er tungt å frakte med seg hjem selv på bussen, gaven du kom på to timer før festen at du hadde glemt, og tilgang til et bredt utvalg på et sted uten å måtte reise fysisk til din yndlingsbutikk den dagen du ikke har tid til det.

Vær, sykdom, manglende tid eller transport - hurtighandel fjerner friksjon i situasjoner hvor fysisk handel er tungvint.



Terje Forbord
Country Lead New Verticals
Wolt Norge & Island





Netthandel og levering i Norge

Ifølge Virkes handelsrapport (2025) legger nordmenn fremdeles igjen 7 av 10 handelskroner i fysiske butikker. Selv om netthandelen har økt jevnt og trutt de siste årene, er andelen onlinesalg relativt stabil. Vinnerne i detaljhandelen er ifølge Virke de handelsbedriftene som har valgt en omnikanalstrategi, og er tilgjengelig i både fysiske og digitale kanaler. Nettbutikker som er tilknyttet fysiske butikker står nå for 59 prosent av netthandelen i Norge, opp fra 37 prosent før pandemien. Både rene netthandlere og utenlandske nettbutikker har mistet terreng de siste årene.

De fleste netthandelsbedrifter tilbyr nå flere typer levering som kundene kan velge mellom. Det vanligste er levering til utleveringssted som post, post-i-butikk eller pakkeboks (87 prosent), etterfulgt hjemlevering (82 prosent), eller klikk-og-hent-i-butikk (70 prosent). Mange

nettbutikker tilbyr alle løsningene. Mens tradisjonelle logistikkpartnere som Posten/Bring og PostNord benyttes av henholdsvis 62 og 35 prosent av netthandlerne, har kundenes økende krav til rask levering også gitt innpass til nyere og raskere hjemleveringstjenester som Porterbuddy, Helthjem og Wolt Drive. Denne typen logistikkpartnere benyttes av 29 prosent av netthandlerne, og bruken har økt kraftig de siste årene.

Nets har i sin årlige rapport [eCommerce Report](#) kartlagt netthandelskundenes preferanser når det gjelder hvordan de ønsker å få levert det de har kjøpt. Ifølge deres rapport foretrekker 40 prosent å hente på hentested som Posten eller post i butikk, 37 prosent foretrekker hjemlevering, 13 prosent ønsker å plukke opp nettbestillingen i butikk, mens bare 10 prosent foretrekker pakkeautomat.



Wolts egen undersøkelse

Wolt gjennomførte en undersøkelse med bistand fra analyseselskapet YouGov høsten 2025 som bekreftet at nordmenn er aktive netthandlere. Ifølge undersøkelsen handler 46 prosent av nordmenn på nett månedlig, 14 prosent ukentlig og 2 prosent svarer at de handler daglig på nett.

Det er ikke store forskjeller mellom kjønnene når det gjelder handelsfrekvens på nett. Det er andre demografiske forskjeller som i større grad avgjør hvor ofte du handler på nett. Ikke overraskende handler yngre forbrukere oftere på nett enn de eldre. I aldersgruppen opptil 40 år, handler 76 prosent månedlig eller oftere, mens blant de over 60 er det hele 13 prosent som aldri handler på nett. Mer overraskende er det at det i Oslo og de større byene - der tilbudet av fysiske butikker er aller størst - også handles aller mest på nett.



Dette er det nordmenn forteller oss at de handler på nett:

	Alle	Kvinner	Menn
Klær og sko	68 %	77 %	59 %
Ting til hus og bil	42 %	37 %	46 %
Elektriske artikler	39 %	26 %	52 %
Medisin og apotekvarer	38 %	44 %	32 %
Kosmetikk	36 %	56 %	15 %
Bøker, leker og spill	34 %	34 %	34 %
Dagligvarer	21 %	21 %	20 %
Mat og utstyr til dyr	15 %	20 %	11 %
Snacks	12 %	11 %	13 %
Restaurantmat	12 %	12 %	11 %
Erotiske artikler	9 %	8 %	10 %
Blomster	8 %	9 %	8 %
Alkohol	6 %	4 %	8 %
Tobakk	5 %	5 %	6 %

Majoriteten av netthandel skjer nå via mobiltelefonen (67 prosent), mens datamaskinen er dyttet ned til andreplass (47 prosent). Dette funnet bekreftes også i Virkes Handelsrapport 2025 der 70 prosent sier at de handler fra mobil eller nettbrett. Andelen nettbutikker i Virkes undersøkelse som tilbyr Klarna og Vipps som betalingsform øker kraftig, noe som gjør det stadig enklere å gjennomføre handelen på mobilen.

Gi oss i dag vårt daglige brød

Dagligvarer er det det nordmenn handler aller mest. Ifølge statistikk fra Virke handler

nordmenn dagligvarer for nærmere 400 milliarder kroner i året. Selv om netthandel med dagligvarer økte med 9,9 prosent fra 2022 til 2023, står netthandelen for bare 2,1 prosent av den totale omsetningen av dagligvarer i Norge. Nesten all dagligvarehandel skjer fremdeles fra de mer enn 3800 fysiske butikkene som finnes i Norge.

Wolts tall viser at bare 21 prosent av nordmenn har handlet dagligvarer på nett. Oslo skiller seg ut i statistikken, der har nesten en tredjedel handlet dagligvarene sine på nettet. Ikke overraskende er det unge voksne med barn som velger å få dagligvarene sine levert hjem for å spare tid i en travel hverdag.

Disse handler i størst grad dagligvarer på nett:

Total	21 %
Alder 30-39 år	27 %
Bosatt i Oslo	32 %
Bosatt i hovedstadsområdet	30 %
Familie med yngre barn	34 %
Yrkesaktiv kontorjobb	25 %
Høgskole/universitetsutdanning	22 %

I want it all. And I want it now

Nordmenn er relativt utålmodige. Når varen er bestilt, skal den helst bli levert så fort som mulig. Hele 45 prosent ønsker varen levert i løpet av 1-3 dager, mens 29 prosent kan vente en hel uke eller mer. En liten andel ønsker å få varene enda raskere - 10 prosent ønsker den i løpet av dagen, mens 3 prosent vil ha den i løpet av 1-3 timer og ytterligere 3 prosent skal ha den i løpet av én time.

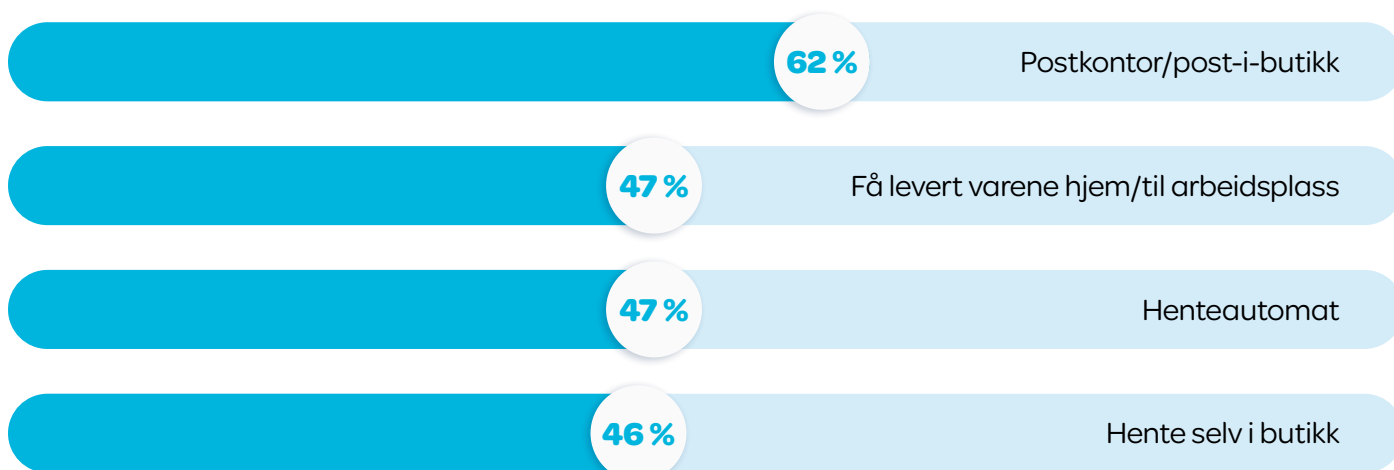
Skyldes dette at kvikklevering ikke er noe folk ønsker, eller er det ganske enkelt slik at det er

vanskelig å se det for seg? At dette er såpass ukjent at det ikke er på radaren?

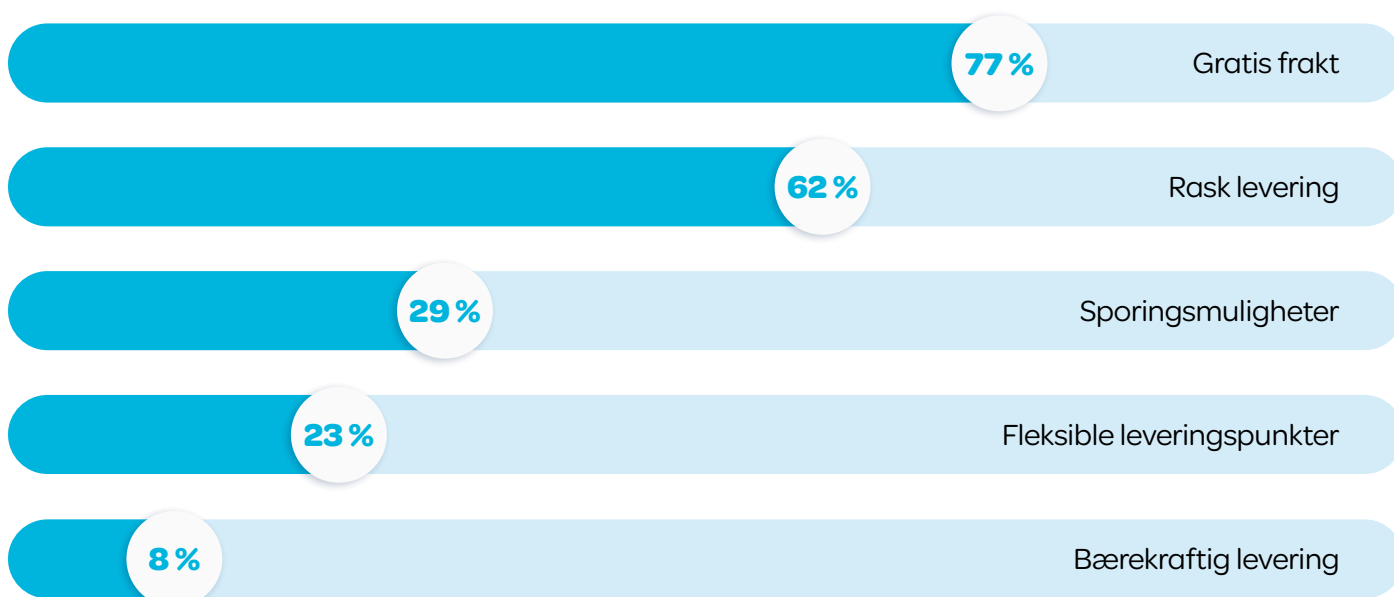
Familier med små barn er overrepresentert blant dem som ønsker varene levert i løpet av dagen.

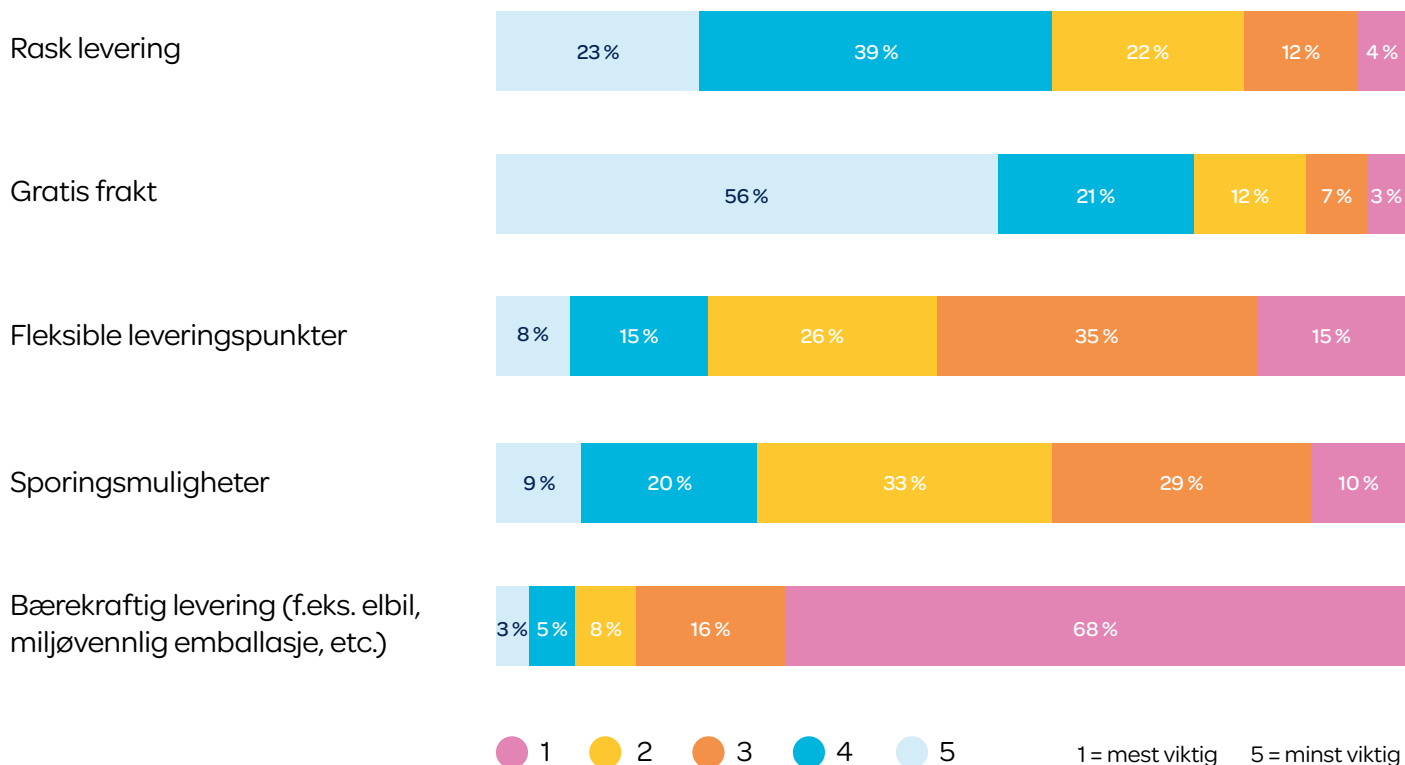
Mens 47 prosent ønsker varene levert hjem eller på arbeidsplassen, er majoriteten - 62 prosent - fornøyd med å hente pakken på Posten eller post-i-butikk. Pakkeautomat er ok for 47 prosent, mens 46 prosent benytter seg av klink-og-hent og plukker opp varen i butikken.

Hvordan velger du å få ting levert?



Hva er viktigst ved hjemmelevering?





Selv om gratis frakt er det aller viktigste for kundene, er det likevel bare 29 prosent som sier seg interessert i et abonnement som gir gratis levering. Wolt tilbyr dette gjennom abonnementsløsningen Wolt+. Kvinner er i større grad enn menn positive til den type abonnementsløsning for levering. Blant Oslofolk og unge forbrukere er fire av ti forbrukere interessert i abonnementsløsninger tilsvarende Wolt+.

Hvorfor ikke kvikkhandel?

Når vi spør respondentene som ikke benytter seg av hjemlevering hvorfor de ikke ønsker denne leveringsformen, peker 49 prosent på at det ikke haster å få varen levert, 43 prosent viser til pris, 26 prosent synes det er vanskelig å planlegge og 13 prosent viser til stort tidsspenn ("vi leverer mellom 12 og 20"). Flere viser også til bekymring for at pakken blir stjålet fra dørmatten eller postkassen om de ikke er hjemme når pakken blir levert.

Med hjemlevering fra Wolt kommer varen innenfor et veldig smalt tidsvindu, vanligvis

mindre enn én time, og leveringen kan spores live i appen. Det er også mulig å forhåndsbestille varen levert til et bestemt tidspunkt. Varen behøver heller ikke leveres hjem, du kan få den levert på jobb, på stranda, til en park - ja egentlig hvor som helst innenfor 6-10 km radius fra en butikk.

Hjemlevering er uansett populært. Hele 56 prosent mener at hjemlevering gjør livet enklere, 33 prosent mener at hjemlevering kommer til å erstatte mye av deres fysiske innkjøp i fremtiden. Faktisk foretrekker allerede 32 prosent hjemlevering fremfor å handle i fysisk butikk.

Så hva skal til for å få folk til å velge hurtiglevering? Halvparten av de spurte sier de ville brukt hurtiglevering oftere om det hadde vært billigere, 40 prosent etterspør bedre kampanjer og tilbud, 35 prosent kortere leveringstid, 26 prosent ønsker flere tilgjengelige butikker og 11 prosent bedre kundeservice.

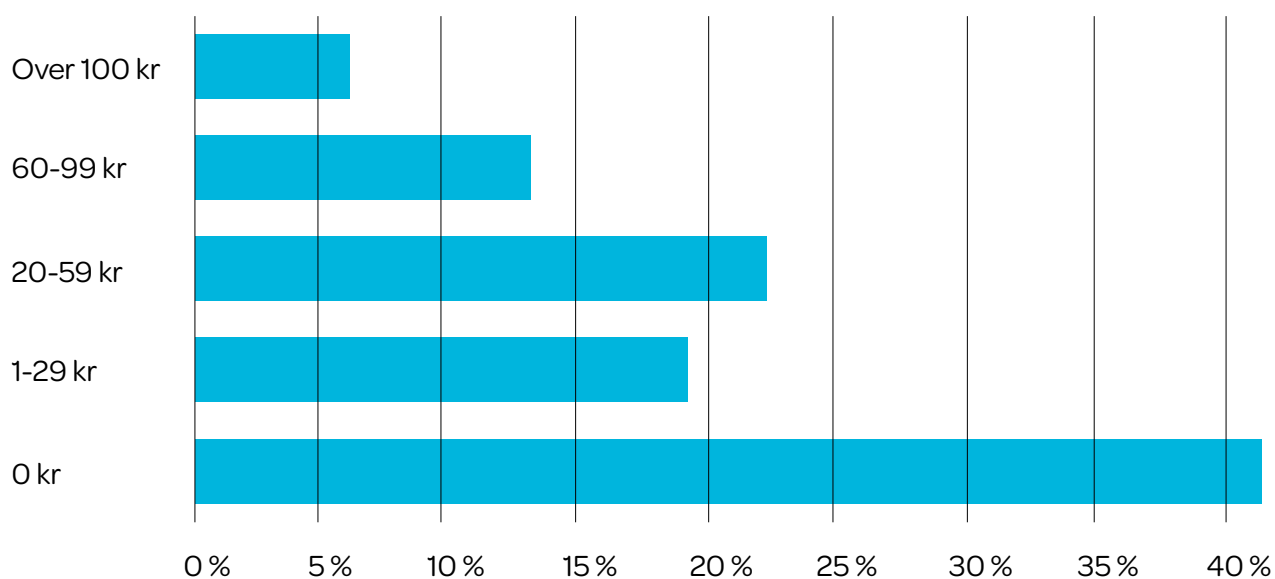
Betalingsvilligheten for hjemlevering er generelt sett lav. Flesteparten av de spurte (41 prosent) er



ikke villige til å betale noe som helst for levering innen én time, mens omtrent en tredjedel er villige til å betale mellom 30 og 100 kroner for levering. Litt overraskende er det at yngre forbrukere i større grad enn eldre er villige til å betale for -kvikklevering. Mens 59 prosent av forbrukerne over 60 år ikke er villige til å betale

noe for kvikklevering, er det bare 19 prosent av forbrukerne under 30 som svarer det samme. Betalingsvilligheten ser ut til å falle med alder. Forbrukere i Osloområdet er i høyere grad enn i resten av landet villige til å betale for -kvikklevering, og familier med yngre barn er den gruppen som har den høyeste betalingsvilligheten.

Hva er kunden villig til å betale for hjemmelivering innen én time



Gi meg en grønn leveranse ... eller?

Norske forbrukere ser i begrenset grad ut til å bry seg stort om leveringen er bærekraftig eller ikke. For en tredjedel av de spurte er bærekraftige leveringsalternativer ikke interessante i det hele tatt, 29 prosent mener det er viktig mens det for det store flertallet ikke betyr noe særlig den ene eller andre veien. Kvinner og folk i Oslo er mest opptatt av bærekraftige leveringer. I disse gruppene



svarer 35 prosent at bærekraftige leveringer er viktig for dem.

Ifølge Wolts egen statistikk, ble omtrent hver tredje Wolt-leveranse det siste året utført av en type nullutslippskjøretøy - enten sykkel eller elektriske motorkjøretøy.

Bare hver tiende kunde sier at hen ville bestilt mer hjemlevering dersom leveransene var mer miljøvennlige.

I Virkes Handelsrapport fremkommer det at nordmenn foretrekker å handle i norske nettbutikker. Hele 70 prosent vil helst handle i en norsk nettbutikk. Allikevel svarer mer enn hver tredje forbruker at hen har handlet i kinesiske nettbutikker som Temu, Shein eller Wish. Da er det primært klær og sko eller interiør og andre tekstiler som klikkes hjem.

Wolt virksomhet er hyperlokal, med levering fra butikker i kundens nærmiljø. Ifølge Wolt undersøkelse svarer 20 prosent at det er viktig eller svært viktig at varene de handler på nett kommer fra lokale butikker. Interessen for lokale butikker er størst i Oslo og det sentrale Østlandet, noe som er naturlig med tanke på det større utvalget. På mindre steder er det ofte ikke noe alternativ til nasjonale eller internasjonale nettbutikker for mange varekategorier.

Om undersøkelsen

Undersøkelsen er gjennomført av analyseselskapet YouGov på vegne av Wolt i perioden 22. august og 1. september 2025. Svarene kommer fra et representativt utvalg på mer enn 1000 respondenter, innhentet via YouGovs webpanel.





Wolt

Wolt

WOLT
PARTNER



Wolts tilbud til detaljhandlere: Nå kundene med raske leveranser

Forbrukernes forventninger til tilgjengelighet og bekvemmelighet har endret seg dramatisk de siste årene. Det som tidligere var et spørsmål om å tilby gode produkter og hyggelig service i butikk, handler nå i stadig større grad også om levering – raskt og fleksibelt, der kunden befinner seg. Wolt har lenge vært kjent for matlevering fra restauranter, men de siste årene har plattformen åpnet opp nye muligheter for detaljhandelen.

Fra matlevering til totallevering

Gjennom Wolts plattform kan detaljhandlere tilby sine produkter med samme raske leveranse som mange allerede forbinder

med takeaway. Dette gjør det mulig for kundene å få varer levert hjem eller på jobb i løpet av kort tid, ofte på under én time.

For butikkene betyr dette at de kan utvide kundebasen langt utover de som fysisk kommer innom – og møte den voksende etterspørselen etter raske, digitale handleopplevelser.





Noen norske detaljhandlere - levert:

Ringo – leker på døren

Når bursdagen plutselig er i morgen og gaven mangler, er det gull verdt å kunne få leker levert raskt. Med Wolt kan Ringo-butikker sørge for at kundene slipper stresset med å rekke butikken før stengtid. Kunden kan til og med få gaven levert ferdig innpakket,

Kondomeriet – leker for voksne, diskret og praktisk

Kondomeriet har gjort det enklere for kundene å bestille intime produkter med rask og diskret levering. Her er kombinasjonen av anonymitet og hurtighet avgjørende – og gjennom Wolt får kundene nettopp dette.

Bakerier – fersk bakst når som helst

Få ting er så fristende som ferske bakevarer, men ikke alle har tid til å stikke innom bakeriet på vei hjem. Med Wolts raske leveranser kan bakerier nå levere nybakt brød, boller og kaker direkte til kundene - uansett om de er hjemme eller på jobb - mens de fortsatt er ferske og lune.

Dyrebutikker – når det er tomt for hundemat

Dyreeiere vet hvor kritisk det kan være å gå tom for fôr. Gjennom Wolt kan dyrebutikker levere hundemat, kattesand og annet utstyr direkte til døra, slik at kunden slipper å dra av gårde i all hast. Å slippe å slepe en tikilossekk med hundemat hjem er det ingen som er lei seg for.

Skjønnhet og velvære - festfin på under timen

Gjennom Wolt blir et bredt utvalg av produkter innen skjønnhet, hudpleie, hårpleie og velvære tilgjengelig for bestilling og hjemlevering. Kunder kan dermed handle produkter i Wolt-appen og få varene levert hjem eller på arbeidsplassen – innen én time. Perfekt når man trenger hårspray og mascara nå!

En ny hverdag for detaljhandelen

Muligheten til å koble seg på Wolt gir detaljhandlere en konkurransefordel i et marked der rask levering blir stadig mer avgjørende. Kundene forventer ikke bare gode produkter, men også at de kan få dem når de trenger det – uten ekstra styr.

For butikkene betyr dette både økt synlighet, nye kundegrupper og høyere omsetning. For kundene betyr det en enklere hverdag.

Detailhandlere med særlige behov

Noen varer krever ekstra sikkerhet og kontroll i leveringsprosessen, enten fordi de er aldersbestemte eller fordi de stiller spesielle krav til håndtering. Hos Wolt har vi rutiner og teknologi på plass for å sikre at disse leveransene skjer trygt og i tråd med gjeldende regelverk.

- **Aldersbestemte varer:** Ved levering av produkter som tobakk og alkohol gjennomfører budene en obligatorisk ID-sjekk ved døren. Leveransen overleveres kun til personen som har bestilt, og gyldig legitimasjon må fremvises. Dersom ID ikke kan verifiseres, blir varen returnert til butikken. For å bestille varer med aldersgrense, må kunden logge seg inn med Bank ID i Wolt-appen.
- **Medisiner:** For apotekvarer som krever ekstra kontroll, benyttes samme ID-sjekk som aldersbestemte varer ved levering. Budet leverer kun til bestilleren og følger klare retningslinjer for trygg og diskret håndtering. Vi har også tekniske sperrer på kjøp i henhold til mengdebegrensninger.

- **Teknologisk støtte:** Wolts plattform gir budene tydelige instruksjoner når en ordre inneholder varer med særskilte krav, slik at det aldri er tvil om hvordan leveransen skal gjennomføres.
- **Budopplæring:** For at bud skal kunne levere aldersbestemte varer eller medisin, må egen opplæring gjennomføres.

Denne kombinasjonen av teknologi, opplæring og rutiner gjør at vi kan tilby kundene trygghet og pålitelighet – samtidig som vi gir butikkene en effektiv løsning for å håndtere salg av varer med særlige behov.

Wolt har også egne rutiner for sikker håndtering av bestillinger med særlig høy vareverdi, eller varer som skal leveres med ekstra følsomhet og anonymitet, som medisiner eller erotiske artikler.

Vi opererer i mer enn 30 land, med ulike lover og reguleringer for håndtering av forskjellige typer produkter. Sjansen er stor for at vi har løst eventuelle tekniske leveringsutfordringer for ditt produkt allerede. Hvis ikke, har vi et stort utviklermiljø som kan finne smarte løsninger på det aller meste.





Wolt

Wolt

Wolt Market

Wolt Market

Wolt Virtuell Fulfillment – en ny modell for detaljhandel og distribusjon

Wolt Virtuell Fulfillment er Wolts nyeste konsept innen detaljhandel som kombinerer digitale plattformer med eksisterende fysiske butikknettverk. I stedet for at en merkevare åpner egne utsalgssteder, kan produktene distribueres gjennom tredjepartsbutikker som fungerer som fremskutte mikro-lagre og plukkpunkter nært kunden.

Hvordan fungerer det?

Prinsippet er enkelt: Produktene plasseres på bakrommet eller lageret i allerede etablerte butikker. Når en kunde bestiller via Wolt-appen, plukkes varen av butikkansatte og leveres direkte hjem gjennom Wolts distribusjonsnettverk. Rett hjem til kunden på under en time! Butikken fungerer dermed både som varelager, plukkstasjon og en del av leveringskjeden – uten at kunden noensinne besøker butikken fysisk.

Fordeler med modellen

Wolt Virtuell Fulfillment senker etableringskostnadene dramatisk for forhandlere. Der man tidligere måtte investere betydelige summer i lokaler, inventar og bemanning, kan en merkevare nå være landsdekkende i løpet av kort tid – med minimale fysiske investeringer.

Forbrukerne får et bredere produktutvalg tilgjengelig i sitt nærområde, kombinert med rask levering – ofte innen en time. Butikkene som deltar i modellen, kan på sin side skape

nye inntektsstrømmer og utnytte ubrukt plass i egne lokaler.

Strategiske implikasjoner

Denne modellen representerer et skifte fra tradisjonell butikketablering til en mer fleksibel, nettverksbasert distribusjon. Den reduserer risikoen for forhandlere, samtidig som den øker tempoet for markedsinngang. For etablerte butikkjeder åpner det for en rolle som infrastrukturleverandør snarere enn utelukkende detaljist.

Samtidig stiller konseptet krav til effektiv koordinering mellom digitale plattformer, logistikselskaper og butikkdrift. Kapasitetsutfordringer kan oppstå, særlig når lagringsplassen er begrenset. Produkter med høy verdi - og lav størrelse - er derfor de mest aktuelle i første omgang, mens større varekategorier kan kreve nye løsninger.

Konsekvenser for bransjen

Virtuell fulfilment kan bidra til å viske ut skillet mellom fysisk og digital handel. Det muliggjør distribusjon på nasjonalt nivå uten tradisjonelle utsalgssteder, samtidig som eksisterende butikknettverk får en utvidet funksjon i verdikjeden.

For detaljhandelen kan dette innebære: Lavere etableringsbarrierer for nye aktører. Økt konkurranse i kategorier hvor hurtig levering er en fordel.



Nye samarbeidsformer mellom merkevarer, butikkjeder og logistiktjenester.

Omstilling av butikkdrift, der bakrommet får økt strategisk betydning.

Fremtidsperspektiv

Wolt Virtuell Fulfillment har potensial til å omforme detaljhandelen i retning av mer fleksible og

skalerbare løsninger. Dersom modellen lykkes, kan vi se en utvikling der stadig flere produktkategorier – fra helse og skjønnhet til elektronikk og sesongvarer – distribueres via slike hybride løsninger.

På lengre sikt kan dette endre hvordan vi definerer en «butikk»: mindre som et fysisk utsalgsted, og mer som en node i et distribuert nettverk av varer og tjenester.



Wolt+

Wolt+ er Wolts abonnementsstjeneste som gir kundene fri eller rabatterte leveringspris på bestillinger fra utvalgte butikker og restauranter. For retail-bedrifter representerer dette en mulighet til å nå en lojal og kjøpesterk kundegruppe som handler hyppigere og forventer en sømløs leveringsopplevelse. Når en butikk blir en del av Wolt+, får den økt synlighet i appen gjennom tydelig merking og prioritert plassering for abonnentene. Dette gjør at butikken lettere blir valgt av kunder som aktivt foretrekker alternativer med lav eller ingen leveringskostnad.

Wolt+-abonnenter handler oftere enn vanlige brukere, og de vender gjerne tilbake til de

samme butikkene når de opplever at både pris og kjøpsopplevelse er fordelaktig. For retail innebærer dette større sannsynlighet for gjentakende kjøp og en mer stabil etterspørsel. Den reduserte leveringskostnaden bidrar også til høyere konvertering, særlig i kategorier der fraktpris ofte kan være en barriere for å fullføre et kjøp – som dagligvarer, blomster, helse- og skjønnhetsprodukter eller småelektronikk.

Det krever ingen ekstra operasjonelle prosesser å være en del av Wolt+. Alt fungerer slik butikken er vant til, men med fordelen av økt trafikk, bedre kundeloyalitet og et tydelig konkurransefortrinn. Wolt+ gjør det rett og slett enklere for retail-bedrifter å bli valgt, igjen og igjen.

Wolt Drive

Wolt Drive er Wolts white-label delivery-as-a-service som lar handelsbedrifter tilby raske og pålitelige leveranser – uten å bygge egen logistikk. Med en enkel integrasjon kan bedrifter sende ordre direkte til Wolt, og Wolts budpartnere henter og leverer varene vanligvis innen én time. Alt salg og kundekontakt skjer gjennom butikkens egne kanaler, Wolt står kun for leveringen til kunden.

Tjenesten hjelper handelsbedrifter ved å:

- Øke salget ved å tilby rask hjemlevering til kunder som ønsker fleksibilitet.
- Redusere interne kostnader, siden man slipper å drifte hele logistikken selv.
- Forbedre kundeopplevelsen gjennom presise leveranser og live-tracking. Skalere fleksibelt, både i høysesong, kampanjer og perioder med uforutsette topper.
- Beholde eierskapet til kundedialogen, ettersom all kommunikasjon med kunden fortsatt går via butikken.
- Kombinere Wolt Drive med eksisterende logistikk-løsninger, slik at tjenesten kan fungere som en hybrid modell – eksempelvis ved å bruke egen distribusjon i kjernetid og Wolt Drive ved behov, eller som backup ved kapasitetsmangel.

Wolt Drive gjør det enkelt for butikker å levere raskt, effektivt og med høy kvalitet – samtidig som de beholder full kontroll over kundereisen og kan styrke sin eksisterende logistikk.



Noen Wolt Drive brukere

POWER

SUMO

EGON
RESTAURANT

DOLLY
DIMPLES

JØNK

Godt Brød

FLY
CHICKEN

MAX



Om Wolt

Wolt er et Helsinki-basert teknologiselskap som gjør det enkelt å oppdage og bestille fra de beste restaurantene, lokale butikker og dagligvarer, og få det levert der du er. For å muliggjøre dette utvikler Wolt tekniske løsninger for alt fra logistikk, retail software og betalingsløsninger til drift av dagligvarebutikk, sånn som Wolt Market. Wolt ble etablert i 2014 og kjøpt opp av DoorDash i 2022. DoorDash er til stede i 36 land, av disse er det Wolt som opererer i 32 av landene.

I Norge startet Wolt opp i Trondheim i 2018, og er nå tilgjengelig i nærmere 60 byer fra Mandal i sør til Alta i nord. Wolt samarbeider med mer enn 3500 restauranter og butikker over hele landet, blant annet store kjeder som McDonald's, Peppes Pizza, Ringo, Reitan Convenience og MENY og lokale helter i store og små byer.

I Norge har Wolt mer enn én million registrerte kunder.

Kundecase: Kondomeriet – diskret hjemmelevering med Wolt

Siden 2021 har Kondomeriet samarbeidet med Wolt for å gjøre erotiske produkter tilgjengelige på en rask, trygg og diskret måte. Resultatet? Tosifret vekst hvert eneste år siden oppstarten – og stadig flere fornøyde kunder.

En ny hverdag for kundene

Erotiske produkter og sexleketøy har de siste årene blitt stadig mer stuerent. Likevel synes mange fortsatt det er litt flaut å gå i butikk og handle. Gjennom Wolt får kundene en løsning som både er enkel og anonym – varene leveres rett hjem på døra, ofte på under en time.

– Muligheten til å få varene levert så raskt og diskret har blitt utrolig godt tatt imot som et supplement til butikkene våre. Kundene setter pris på valgfriheten, og tilbakemeldingene vi får er svært positive, forteller Renate Jansson, Head of Retail i Kondomeriet.

Nye kundegrupper og større handlekurver

En tydelig forskjell Kondomeriet har sett mellom butikk og Wolt-bestillinger, er at det er

flere menn som handler via appen. I tillegg er handlekurvene i snitt større for hjemlevering enn i fysisk butikk.

– Forbruksmateriell som glidemiddel er blant de mest populære produktene, men vi ser også en økende etterspørsel etter varer rettet mot menn og par. Dette viser at Wolt åpner opp for både nye handlemønstre og nye kundegrupper, sier Jansson.

Vekst og tilgjengelighet

Samarbeidet med Wolt har gitt Kondomeriet en kraftfull digital salgskanal med høy rekkevidde og lokal tilstedeværelse. Den raske leveringsmodellen gjør det enklere å nå både eksisterende og nye kunder – og gir muligheter for videre vekst i et marked som stadig utvikler seg.

– Med Wolt har vi fått en salgskanal som passer perfekt til våre kunders behov for diskresjon, rask levering og en enkel handleopplevelse, avslutter Jansson.



Kundecase: Ringo

– lekene levert rett hjem

“Med Wolt kan vi gi kundene en fleksibilitet vi aldri har hatt før. Mange blir overrasket over hvor raskt de får varene levert – det gjør at de velger oss igjen neste gang.”

– Butikkleder, Ringo

Utfordringen

For Ringo, en landsdekkende kjede av lekebutikker, er det avgjørende å være tilgjengelig når kundene trenger det mest. Enten det gjelder bursdagsgaver i siste liten eller et barn som ønsker seg en ny leke akkurat nå, er rask levering en viktig del av kundeopplevelsen. Tradisjonelt har konkurransen fra de store, internasjonale netthandelsaktørene gjort det utfordrende for fysiske butikker å møte disse behovene.

Løsningen

Ved å ta i bruk Wolts hjemleveringsløsning har Ringo-butikker kunnet tilby kundene et nytt servicenivå. Butikken fungerer som et fremskutt varelager, og med Wolts smarte budmodell kan lekene leveres hjem til kundene samme dag – ofte innen en time.

Resultatene

Økt salg: Muligheten for umiddelbar hjemlevering har gitt Ringo et konkurransefortrinn, særlig i forbindelse med sesonger som jul og bursdager. **Bedre kundeopplevelse:** Kundene slipper å stresse med å rekke butikken før stengetid – leken kommer hjem når det passer.

Styrket lokal tilstedeværelse: Med Wolt kan lokale Ringo-butikker konkurrere på lik linje med de store nettbutikkene, samtidig som de bygger sterkere relasjoner til nærmiljøet.



Kundecase: VITA - Skjønnhet levert på døren

Hvordan Vita bruker kvikkhandel for å møte nye kundebehov

Da skjønnhetskjeden VITA inngikk samarbeid med Wolt, handlet det om mer enn bare levering. Målet var å gjøre produktene mer tilgjengelige, styrke relevansen hos yngre kunder og møte forventningene til en stadig mer digital kundegruppe.

I dag er Wolt kjent for langt mer enn restaurantlevering. Retail utgjør allerede 25 prosent av selskapets totale omsetning, og ambisjonen er tydelig: Wolt skal bli et "retail first"-selskap og et digitalt kjøpesenter for alt kundene trenger – levert på under én time.

For VITA ble dette en mulighet til å teste en ny salgskanal med lav terskel og høy fart.

Utfordringen: Kundene forventer raskere levering

Bakgrunnen for samarbeidet startet med en enkel observasjon: Kundene ønsket levering umiddelbart – ikke om flere dager.

– "Vi må være der kundene er," sier driftsleder Ida Wang i VITA.

Ifølge VITA oppstod initiativet etter

at administrerende direktør Are Berg opplevde hjemme - at ønskede produkter ikke kunne leveres raskt nok gjennom eksisterende løsninger.

Resultatet ble et samarbeid med Wolt, hvor VITA gikk live med 14 butikker i løpet av fjerde kvartal 2025 – med planer om videre utrulling.

Løsningen: Lokal butikk + levering på under én time

Gjennom Wolt plukkes og pakkes bestillinger direkte fra lokale VITA-butikker, før de leveres hjem til kunden på rundt 30 minutter i urbane områder.

Dette gjør det mulig å kombinere:

- lokal varebeholdning
- høy tilgjengelighet
- rask levering
- enkel implementering i butikkdriften

Til tross for innledende skepsis rundt belastning på butikkene, viste erfaringen seg raskt å være positiv.

– "I snitt tar det tre minutter å pakke en VITA-bestilling", forteller Wang.



Resultatene: Høyere handlekurv og økt relevans

Samarbeidet har gitt flere konkrete gevinster for VITA:

Høyere handlekurv

Vita opplever at handlekurven på Wolt:

- er på nivå med VITA.no
- og nesten dobbelt så høy som i fysisk butikk
- Dette kompenseres for lavere marginer per ordre.

– “Fordi snitthandlekurven er så høy, tjener franchisetakerne faktisk mer penger på Wolt-handelen.”

Nye kunder fremfor kannibalisering

En vanlig bekymring ved nye salgskanaler er at de flytter eksisterende kunder mellom kanaler. VITA opplever det motsatte.

– “Jeg tror kjøpsmotivasjonen i stor grad er drevet av et ønske om eller behov for å få varen hjem på døra innen kort tid, derfor tror jeg dette hovedsakelig er kunder som ellers ville latt være å handle.”

Samarbeidet bidrar dermed til å vinne kjøp i situasjoner hvor leveringstid er avgjørende.

VITA peker også på at tilstedeværelse på Wolt gjør kjeden mer relevant for yngre kunder med høye forventninger til tilgjengelighet og convenience.



Wolts budmodell – smart og skalerbar lokal logistikk

Wolt har utviklet en fleksibel budmodell som gjør det mulig å levere varer raskt, effektivt og på en måte som tilpasses både kundens behov og byens infrastruktur. Med flere tusen bud i Norge – en kombinasjon av selvstendig næringsdrivende, freelancere og fast ansatte – har vi et system som skalerer sømløst med etterspørselen.

De aller fleste av Wolts bud er selvstendige oppdragstakere. Dette innebærer at de får betalt per oppdrag og står helt fritt når og hvor lenge de vil jobbe, og hvilke oppdrag de ønsker å ta. Omtrent 80 prosent av budpartnerne er freelancere. Det betyr at Wolt beregner og betaler skatt på inntekten, samt betaler arbeidsgiveravgift. Dermed er de blant annet dekket av NAVs ordninger for sykepengen, etter 17. sykedag. Alle freelancere kan tegne

egen forsikring, som gir dekning fra dag én. De resterende 20 prosentene er selvstendig næringsdrivende med enkeltmannsforetak (ENK) eller aksjeselskap. Disse må selv beregne og betale inn skatt og merverdiavgift. Fordelen med å operere med ENK eller AS er blant annet at det er større muligheter for å skrive av kostnader forbundet med arbeidet på skatten. Flere av budpartnerne har annen virksomhet, som for eksempel håndverksbedrifter, som de fakturerer gjennom. Alle budpartnere er dekket av Wolts ulykkesforsikring mens de er i oppdrag.

Budene benytter ulike transportmidler, fra bil og scooter til sykkel og elektrisk lastesykkel. Omtrent 60 prosent av leveransene skjer med bil og 40 prosent med sykkel, hvor sistnevnte er spesielt utbredt i de største byene. Alle våre ansatte bud



bruker nullutslippskjøretøy, og vi jobber aktivt for å insentivere selvstendige bud til å ta i bruk elektriske alternativer.

Gjennom Wolts Better Cities Fund tilbyr Wolt selvstendige budpartnere blant annet å lease elektriske lastesykler til en redusert pris. I første halvår av 2025 var omtrent én tredjedel av alle Wolt-leveranser i Norge utført med nullutslippskjøretøy - enten sykkel eller en form for elektriske kjøretøy.

Alle selvstendige budpartnere benytter seg av eget kjøretøy for å gjøre leveranser. For å sikre at kjøretøyene er i tilfredsstillende stand, er forsikret og at eierne betaler bompenger og andre avgifter forbundet med bilen, har Wolt satt krav til at alle budpartnere benytter norskregistrerte kjøretøy.

Oppdragene fordeles etter hva som er mest effektivt for hver enkelt levering. En liten pakke midt i sentrum håndteres raskest med sykkel, mens større leveranser eller lengre avstander løses best med bil. På denne måten får vi en budmodell som både gir raske leveranser,

reduserer utslipp og bidrar til smartere bylogistikk.

Om budpartnerne i Norge:

- Budene leverer i gjennomsnitt 7 timer i uken for Wolt
- 23 % er studenter
- 19% har en universitets- eller høyskolegrad
- Snittalderen er 37 år
- 58 % har en annen fulltids- eller deltidsjobb
- 81 % foretrekker å være selvstendig fremfor ansatt



Additional information and disclaimers:

This Report is limited to the relevant subject matter. For more information, please review [Wolt.com](https://wolt.com) and [DoorDash.com](https://doordash.com), including the information that we have provided in our interim and annual reports.

Forward-Looking Statements

This release contains forward-looking statements within the meaning of Section 27A of the Securities Act of 1933, as amended, and Section 21E of the Securities Exchange Act of 1934, as amended, which statements involve substantial risks and uncertainties. Forward-looking statements generally relate to future events, and such statements in this communication include, but are not limited to, expectations regarding the expected plans for, and the opportunity and expected benefits of, Wolt product capabilities, tools and/or features. Expectations and beliefs regarding these matters may not materialize, and actual results in future periods are subject to risks and uncertainties that could cause actual results to differ materially from those projected. For information on potential risks and uncertainties that could cause actual results to differ from any results predicted, please see DoorDash, Inc.'s (Wolt's parent company) Annual Report on Form 10-K for the year ended December 31, 2024 and its quarterly reports on Form 10-Q, each filed with the U.S. Securities and Exchange Commission. Any unreleased product capabilities or features referenced in this report are only intended to outline Wolt's general product direction and are not a commitment to deliver any specific capability or feature, which may not be released on time or at all. The development, release, and timing of any capabilities or features remains at the sole discretion of Wolt.

Copyright © 2026 Wolt Enterprises Oy and DoorDash, Inc. All rights reserved. Any third-party copyrighted material remains the property of the copyright holders.

www.wolt.com