



Dansk e-handelsanalyse

Dansk e-handelsanalyse

2. kvartal 2011

Gennemført af Epinion for FDIH

Udgivet af:



Partnere:



Copyright © 2010 Dansk e-handelsanalyse

Indholdsfortegnelse

Dansk e-handelsanalyse	side 3
Tendenser	side 4
Hvor ofte e-handler danskerne	side 5-7
Brug af mobiltelefon	side 8-9
Værdien af seneste e-handel	side 10
De mest populære internetbutikker	side 11
De mest populære varer og ydelser	side 12
Dagligvarer på nettet	Side 13
Fordelene ved e-handel	side 14
Loyalitet og tilfredshed	side 15
Vejen frem til første køb i en e-butik	side 16
Betaling ved e-handel	side 17-19
Når købet ikke bliver til noget	side 20
Levering	side 21-23
E-handel over grænserne	side 24
Den anvendte metode	side 25
Yderligere information	side 26

Dansk e-handelsanalyse

Dansk e-handelsanalyse stræber efter at være den bedste kilde til at afdække udviklingen i dansk e-handel blandt private forbrugere, der er aktive på nettet.

Med en rapport hver kvartal samt en årsrapport leverer vi et datagrundlag, der giver viden om omfanget af e-handel i Danmark, de mest populære netbutikker, hvem der e-handler og hvordan deres e-handel svaner udvikler sig.

Analysen gennemføres af Epinion via et webpanel, hvor vi får over 1000 besvarelser i kvartalet .

FDIH, Foreningen for Distance- og Internethandel, står bag Dansk e-handelsanalyse, i et tæt samarbejde med Post Danmark og PBS, der er væsentlige aktører på e-handelsområdet .

Da morgendagens nye tiltag er mere interessante end gårsdagens handlinger, vil vi og partnerne bag analysen løbende tilpasse spørgsmål og metoder, så analysen afdækker og belyser de trends , som præger et så dynamisk og levende handelsområde som e-handel.

Dansk e-handelsanalyse blev fra 1. januar 2010 ændret på en række afgørende punkter i forhold til tidligere analyser. Det skete for at tilpasse analysen, så den bedre afdækker udvikling i forbrugsmønstre blandt de aktive danske netbrugere, og det bliver lettere at få svar på de spørgsmål, der dukker op i takt med, at e-handel udvikler sig.

Det betyder også, at resultaterne i denne og fremtidige analyser ikke direkte kan sammenlignes tal for tal med resultaterne i analyser fra før 2010. Derimod har vi fra 2011 direkte sammenlignelige tal kvartal for kvartal fra 2010.

Annette Falberg
Adm. direktør

FDIH – Foreningen for Distance- og Internethandel

Tendenser

E-handel via mobiltelefonen vinder frem

E-handelsanalysen viser, at der er sket en stor stigning i e-handlen via mobiltelefon. 12 % af respondenterne har e-handlet via mobiltelefonen den seneste måned mod 7 % på samme tid sidste år.

Det er særligt de unge der e-handler via mobiltelefonen. De unge mobilbrugere handler væsentlig mere over internettet end andre grupper, og mange af disse handler sker i udenlandske e-butikker.

Flere forbrugere end tidligere er klar over, at det er muligt at e-handle via nettet. De væsentligste årsager til ikke at e-handle via mobiltelefonen er, at det er nemmere at bruge pc'en, og at mobilabonnementet ikke giver mulighed for e-handel.

Side 8 - 9

Handel med dagligvarer på nettet

For første gang har e-handelsanalysen undersøgt forbrugernes handel med dagligvarer.

Analysen viser, at 17 % har prøvet at købe dagligvarer over nettet og godt 12 % overvejer at gøre det – tilsammen er det en tredjedel af internetbefolkningen.

Tallene indikerer, at den traditionelle husmoderrolle afspejles her, idet kvinder mellem 35 og 55 år er overrepræsenteret blandt de, der køber dagligvarer på nettet. Det samme gælder højt uddannede.

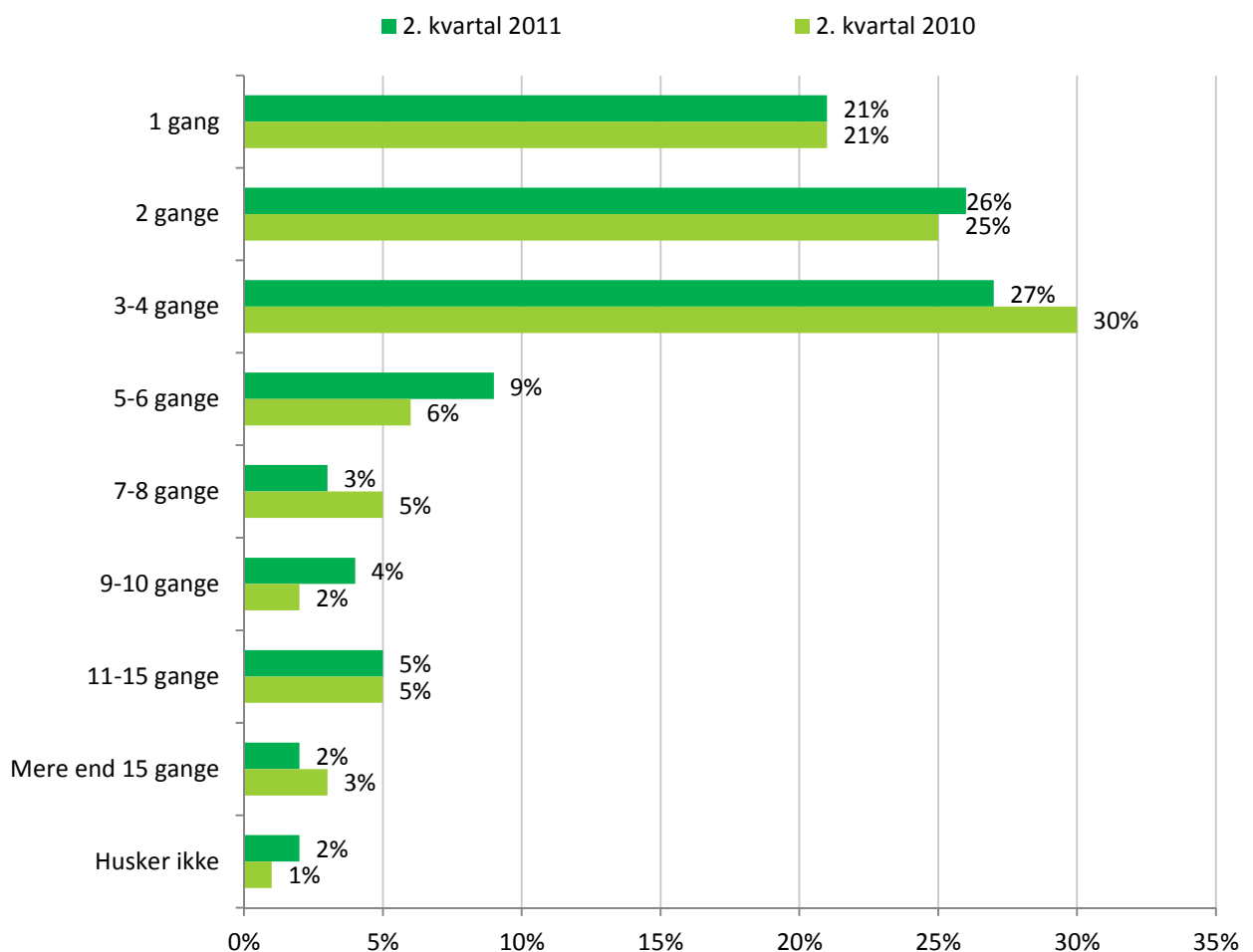
Det handlende er meget tilfredse, således er 9 ud af 10 tilfredse med leveringen og dagligvarenes kvalitet.

Side 13

Hvor ofte e-handler danskerne?

Tallene viser, at respondenterne deler sig i to grupper. Tre fjerdedele af respondenterne udgør den første gruppe, som e-handler 1-4 gange om måneden. De øvrige 'storshopper' og handler altså 5 eller flere gange om måneden.

Tallene fra 2. kvartal af 2010 og 2011 viser samme tendens.



Antal besvarelser: 1.014 (2. kvartal 2010: 1.078)

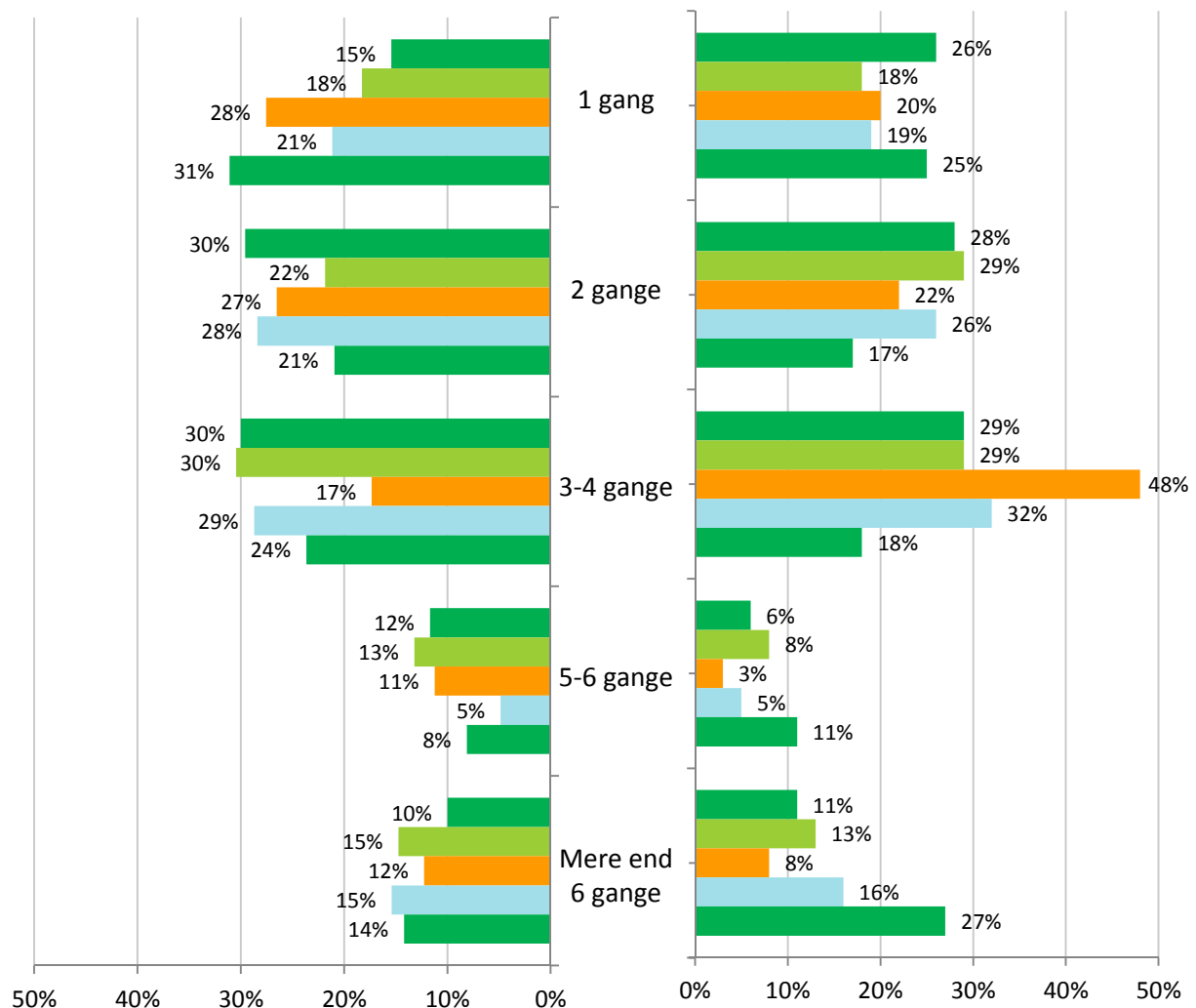
Spørgsmålsformulering:

Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? (alle typer bestilte eller købte varer, serviceydelser, abonnementer eller downloads, der koster penge)

Alle kundegrupper e-handler

En handelshyppighed på op til 4 gange månedligt dækker tre fjerdedele af alle de adspurgte. Der er en tendens til, at unge under 25 år handlede mindre i dette kvartal end i samme kvartal sidste år.

- Børnefamilier (25-50 år) 2. kvartal 2011
- Par eller singler uden børn (25-50 år) 2. kvartal 2011
- Unge under 25 år 2. kvartal 2011
- Personer mellem 50 og 64 år 2. kvartal 2011
- Personer over 64 år 2. kvartal 2011
- Børnefamilier (25-50 år) 2. kvartal 2010
- Par eller singler uden børn (25-50 år) 2. kvartal 2010
- Unge under 25 år 2. kvartal 2010
- Personer mellem 50 og 64 år 2. kvartal 2010
- Personer over 64 år 2. kvartal 2010



Antal besvarelser: 1.014 (2. kvartal 2010: 1.052)

Spørgsmålsformulering:

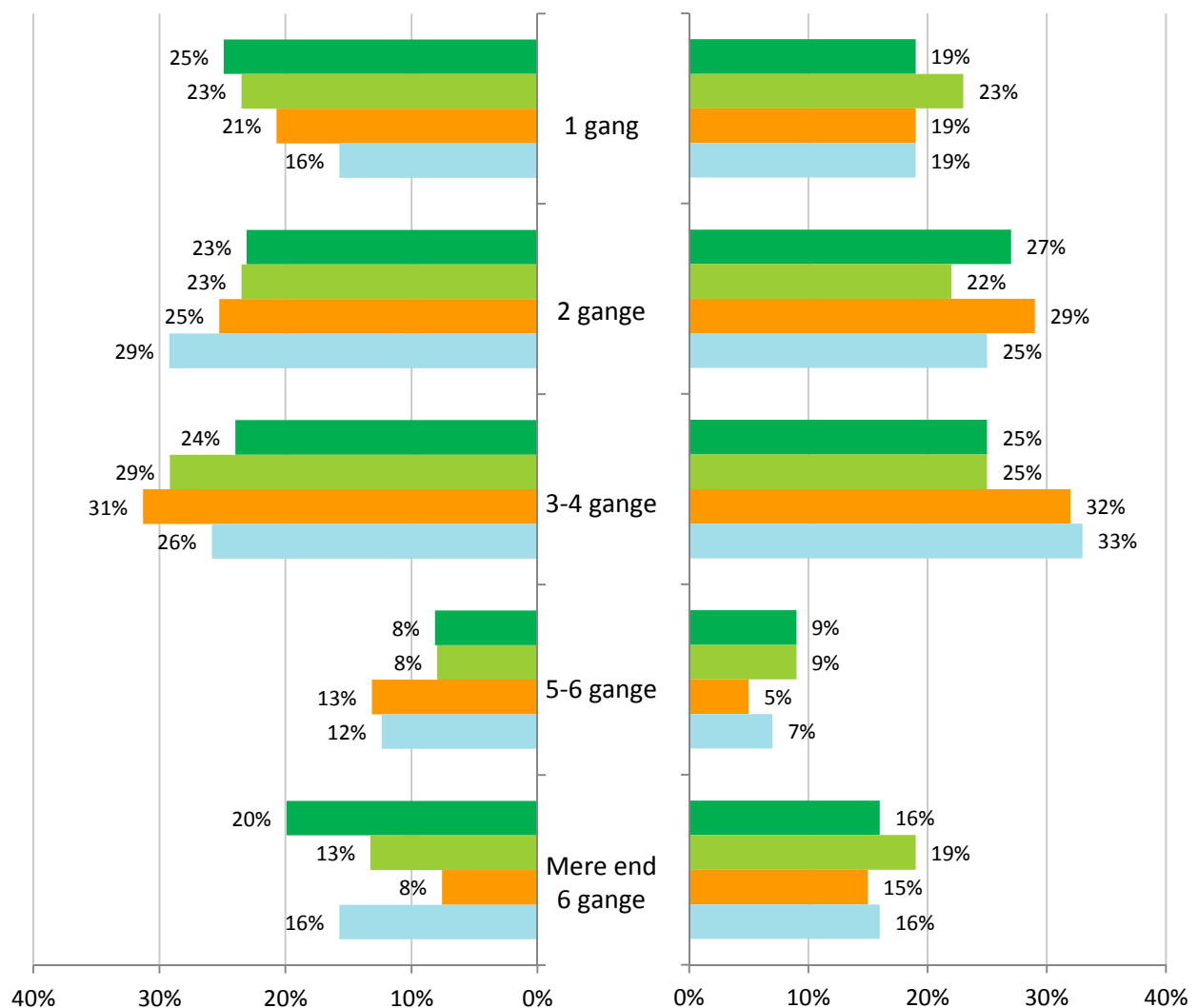
Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? (alle typer bestilte eller købte varer, serviceydelser, abonnementer eller downloads, der koster penge)

E-handel og indtægt

Når man opgør hyppighed af e-handel efter indtægt, viser det sig, at husstandens årlige bruttoindkomst (dvs. før skat) har en svag positiv sammenhæng med antal e-handler. Der er i 2. kvartal af 2011 en tendens til, at lavindkomstgrupper e-handler mindre end højindkomstgrupper.

Denne tendens var ikke at finde i 2. kvartal af 2010.

- | | |
|--|--|
| ■ Indtil 299.999 kr. 2. kvartal 2011 | ■ Indtil 299.999 kr. 2. kvartal 2010 |
| ■ 300.000-499.999 kr. 2. kvartal 2011 | ■ 300.000-499.999 kr. 2. kvartal 2010 |
| ■ 500.000-699.999 kr. 2. kvartal 2011 | ■ 500.000-699.999 2. kvartal 2010 |
| ■ 700.000 kr. eller mere 2. kvartal 2011 | ■ 700.000 kr. eller mere 2. kvartal 2010 |



Antal besvarelser: 1.013 (2. kvartal 2010: 1.077)

Spørgsmålsformulering:

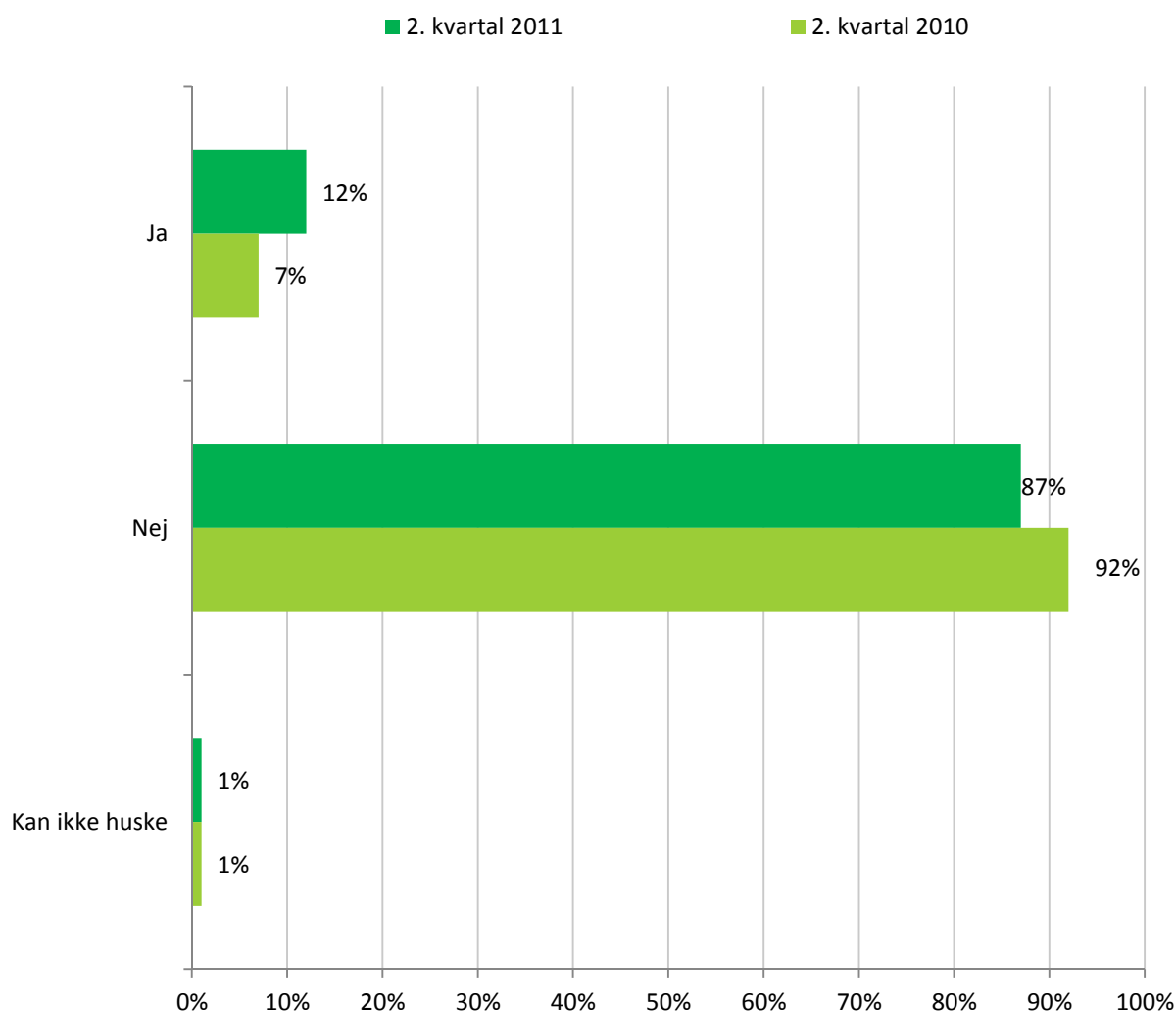
Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? (alle typer bestilte eller købte varer, serviceydelser, abonnementer eller downloads, der koster penge)

Brug af mobiltelefon

I 2. kvartal af 2011 har 12 % brugt mobiltelefonen til at foretage et køb på nettet inden for den seneste måned. Dette er flere end i 2. kvartal af 2010, hvor 7 % havde brugt en mobiltelefon.

Der er således sket en væsentlig stigning i brugen af mobiltelefon fra 2. kvartal i 2010 til 2. kvartal i 2011.

Det er unge mænd og kvinder, (18-34 år, der bruger mobiltelefonen til at e-handel.



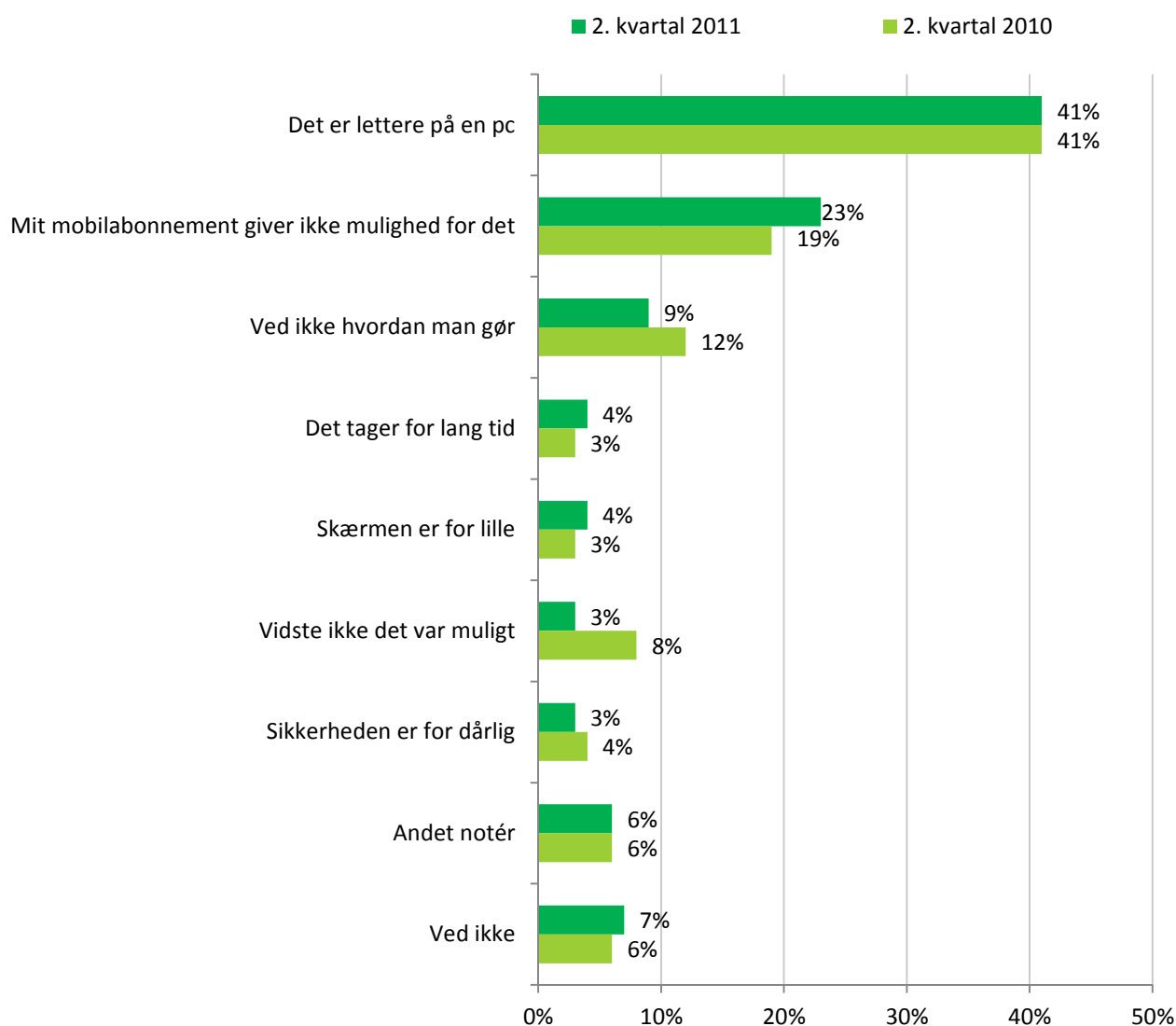
Antal besvarelser: 1.014 (2. kvartal 2010: 1.077)

Spørgsmålsformulering: *Har du inden for den seneste måned brugt mobiltelefon til at købe en vare, serviceydelse eller et download via nettet?*

Grunde til ikke at bruge mobiltelefonen

41 % mener, at det er lettere at foretage køb på nettet med en pc og bruger derfor ikke mobiltelefonen. Den anden årsag til ikke at bruge mobiltelefonen er, at mobilabonnementet ikke giver mulighed for det.

Sidstnævnte er en interessant udvikling set i lyset af at flere og flere bruger mobiltelefonen til at e-handel. Figuren viser også, at andelen som enten ikke vidste, at det var muligt at e-handle med telefonen, eller ikke ved hvordan man gør, er faldet væsentligt.



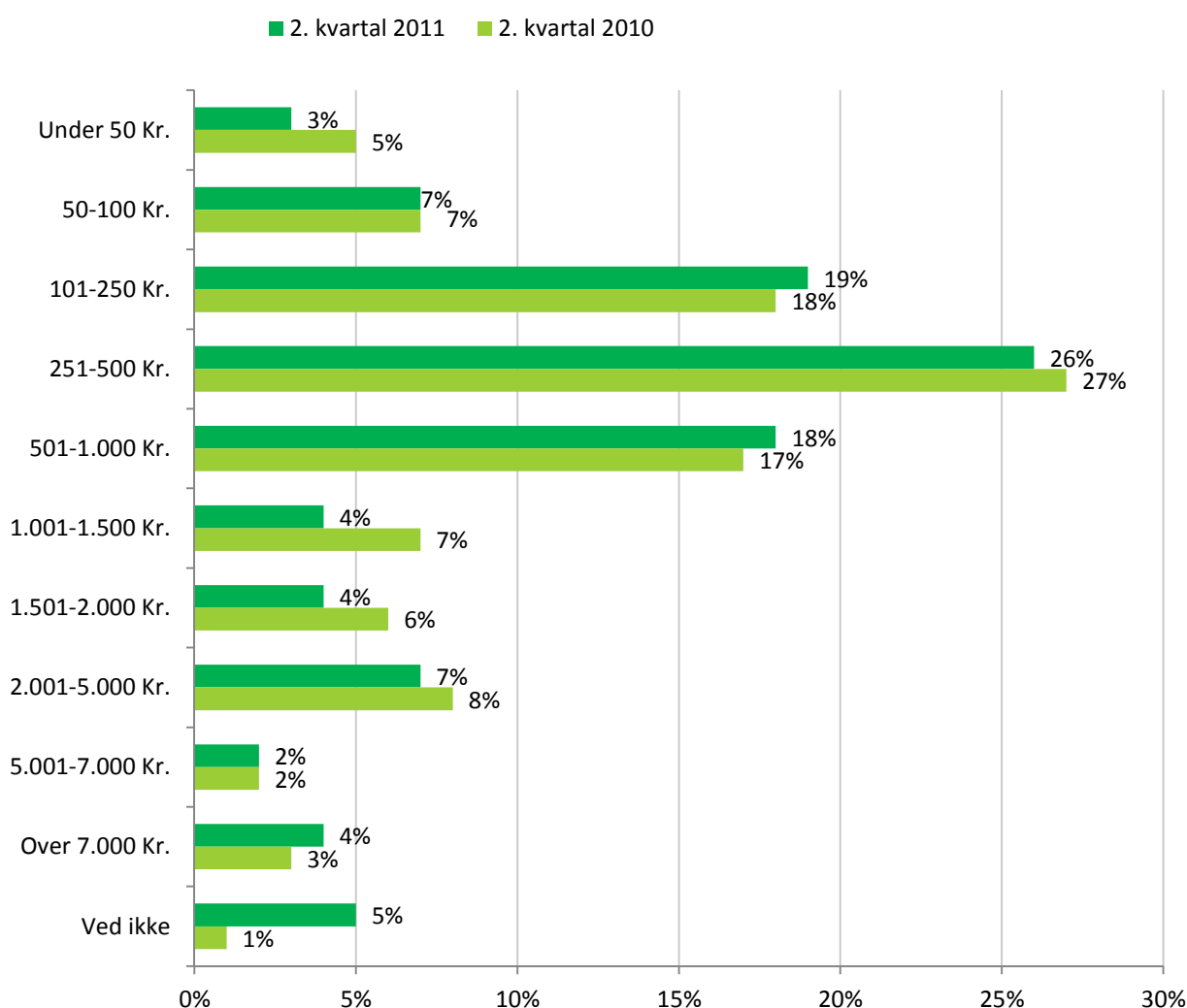
Antal besvarelser: 866 (2. kvartal 2010: 991)

Spørgsmålsformulering: *Hvorfor har du ikke brugt mobiltelefonen til at handle på nettet?*

Værdien af den seneste e-handel

Over halvdelen af samtlige e-handler har en værdi på 500 kroner eller derunder, den anden halvdel har en værdi over 500 kroner. Hver syvende e-handel har en værdi over 2.000 kroner, og 4 % af e-handlerne er for over 7.000 kroner.

To tredjedele af e-handlerne har en værdi mellem 101 og 1.000 kroner, det er varegrupperne bøger, film og beklædning der oftest handles i denne priskategori. I priskategorien under 100 kr. er det især varegrupperne download af film/musik/spil og anden underholdning samt optankning af mobiltelefon, danskerne køber.



Antal besvarelser: 1.014 (2. kvartal 2010: 1.078)

Spørgsmålsformulering:

Hvor mange penge brugte du sidst, du købte eller bestilte varer, serviceydelser, abonnementer eller downloads via internettet (danske kroner eller omregnet til danske kroner)?

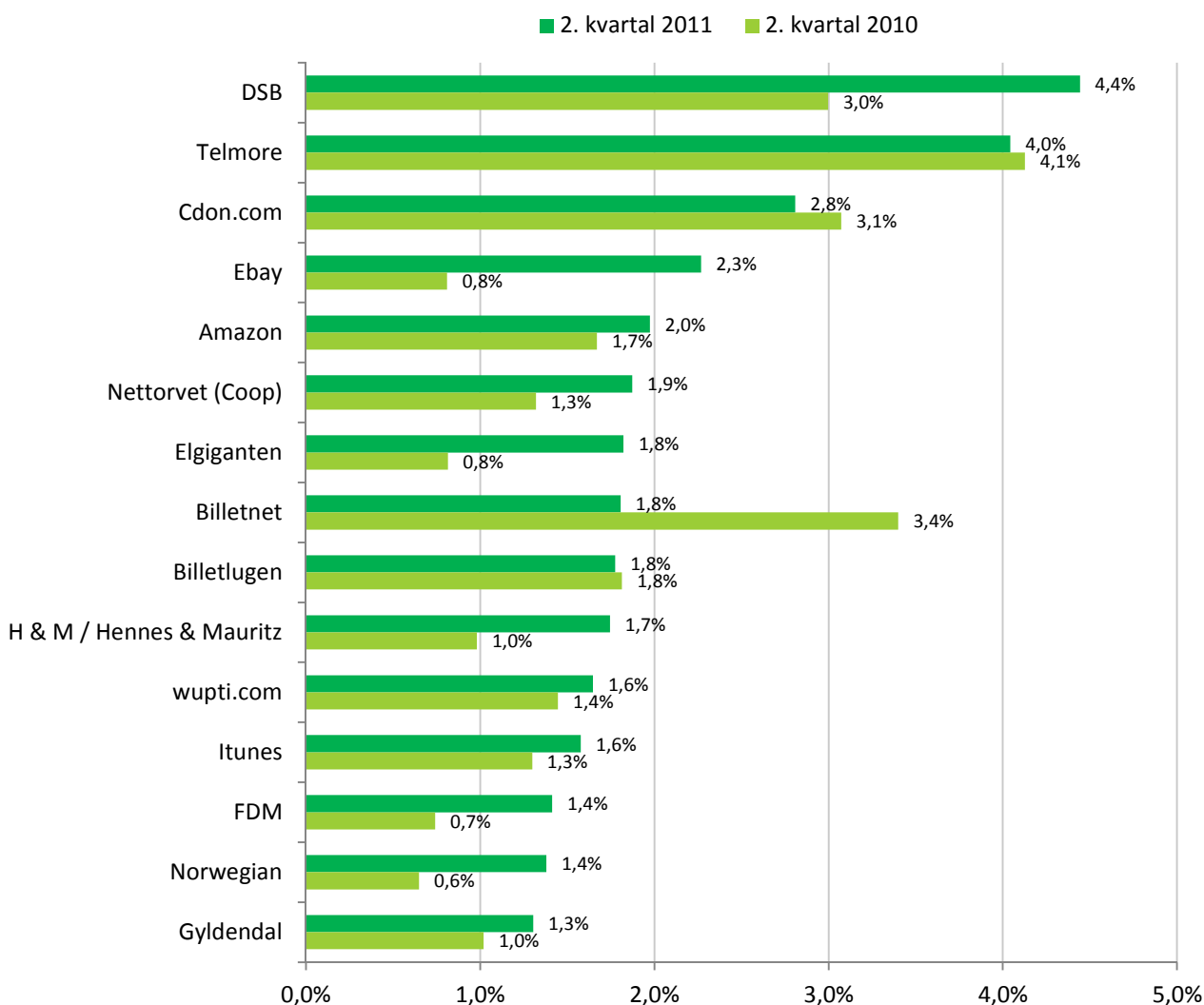
De mest populære internetbutikker

Figuren viser de 15 mest populære e-butikker i 2. kvartal af 2011 og 2010 målt på antal handler via Internettet.

E-handlen er i høj grad spredt på forskellige butikker. De 15 største sites udgør cirka 31 % af det samlede antal besvarelser for 2. kvartal af 2011. Der er således ikke nogle deciderede markedsledere inden for e-handel.

Der er forskel mellem hvilke butikker, der er populære i 2. kvartal af 2011 og 2. kvartal i 2010.

DSB har i 2. kvartal af 2011 taget føringen fra Telmore, som dog har bibeholdt sin stærke position. Ebay og Elgiganten er gået frem, mens Billetnet er gået tilbage.



Antal besvarelser: 1.014 (2. kvartal 2010: 1.078)

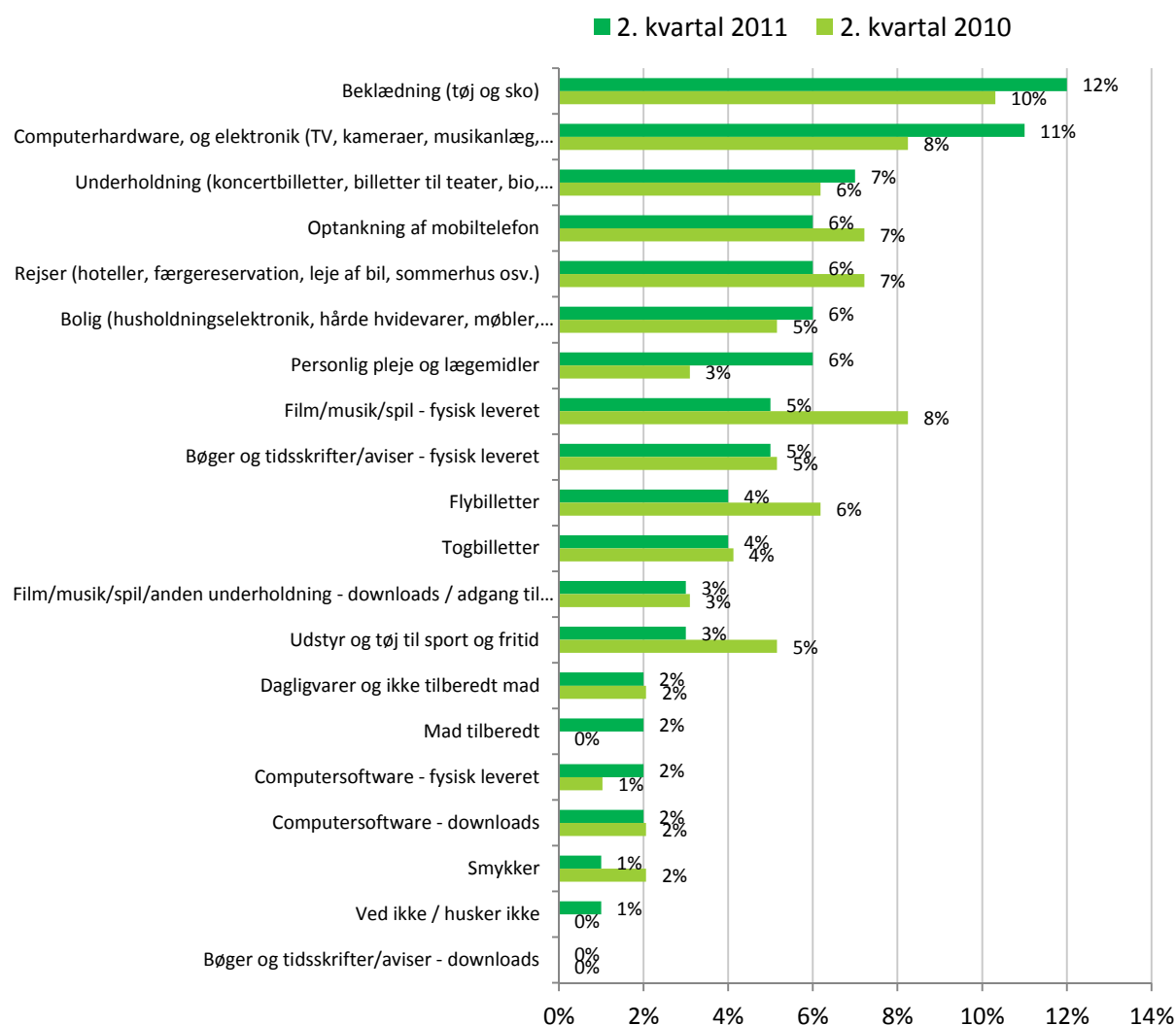
Spørgsmålsformulering:

Kan du huske navnet på netbutikken, du senest handlede i?

De mest populære varer og ydelser

Figuren herunder viser, at beklædning (tøj og sko) er den mest solgte varetype i 2. kvartal af både 2011 og 2010. Der er sket en stigning i salget af beklædning, computerhardware og personlig pleje, mens salget af film/musik/spil (fysisk leveret), flybilletter og udstyr til sport og fritid er faldet i forhold til samme kvartal sidste år.

Når man opgør e-handlen på fysiske og ikke-fysiske varer i de nævnte varegrupper, udgør de fysiske varer godt 6 ud af 10 e-handler, hvilket er en stigning i forhold til samme kvartal året før.



Antal besvarelser: 1.014 (2. kvartal 2010: 1.078)

Spørgsmålsformulering:

Hvad var det sidste, du købte på nettet?

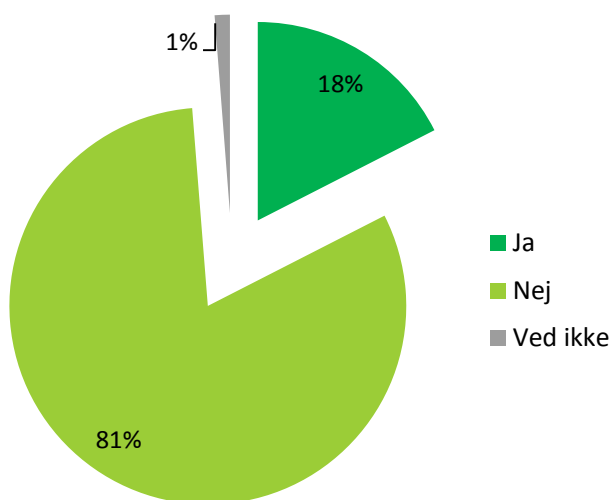
Dagligvarer på nettet

18 % har prøvet at handle dagligvarer på nettet. Blandt de, der endnu ikke har handlet dagligvarer på nettet, overvejer 15 % af gøre det, 13 % ved ikke, mens 72 % ikke har tænkt sig at handle dagligvarer på nettet.

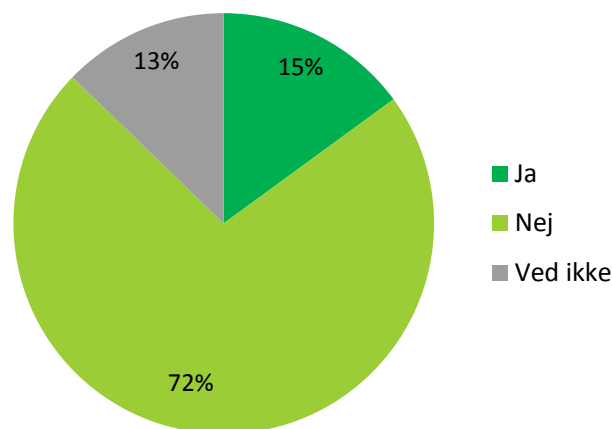
Kvinder mellem 35-55 år er overrepræsenteret blandt dem, der handler dagligvarer på nettet, hvorimod ældre mennesker er underrepræsenteret. Der er ligeledes en overrepræsentation af personer med en videregående uddannelse.

Over 90 % af dem, der har handlet dagligvarer på nettet, erklærer sig tilfredse med kvaliteten, leveringen og service.

Har du handlet dagligvarer, herunder fødevarer, på nettet?



Overvejer du at handle dagligvarer via nettet?



Antal besvarelser: 1.014

Spørgsmålsformulering:

Har du handlet dagligvarer, herunder fødevarer, på nettet?

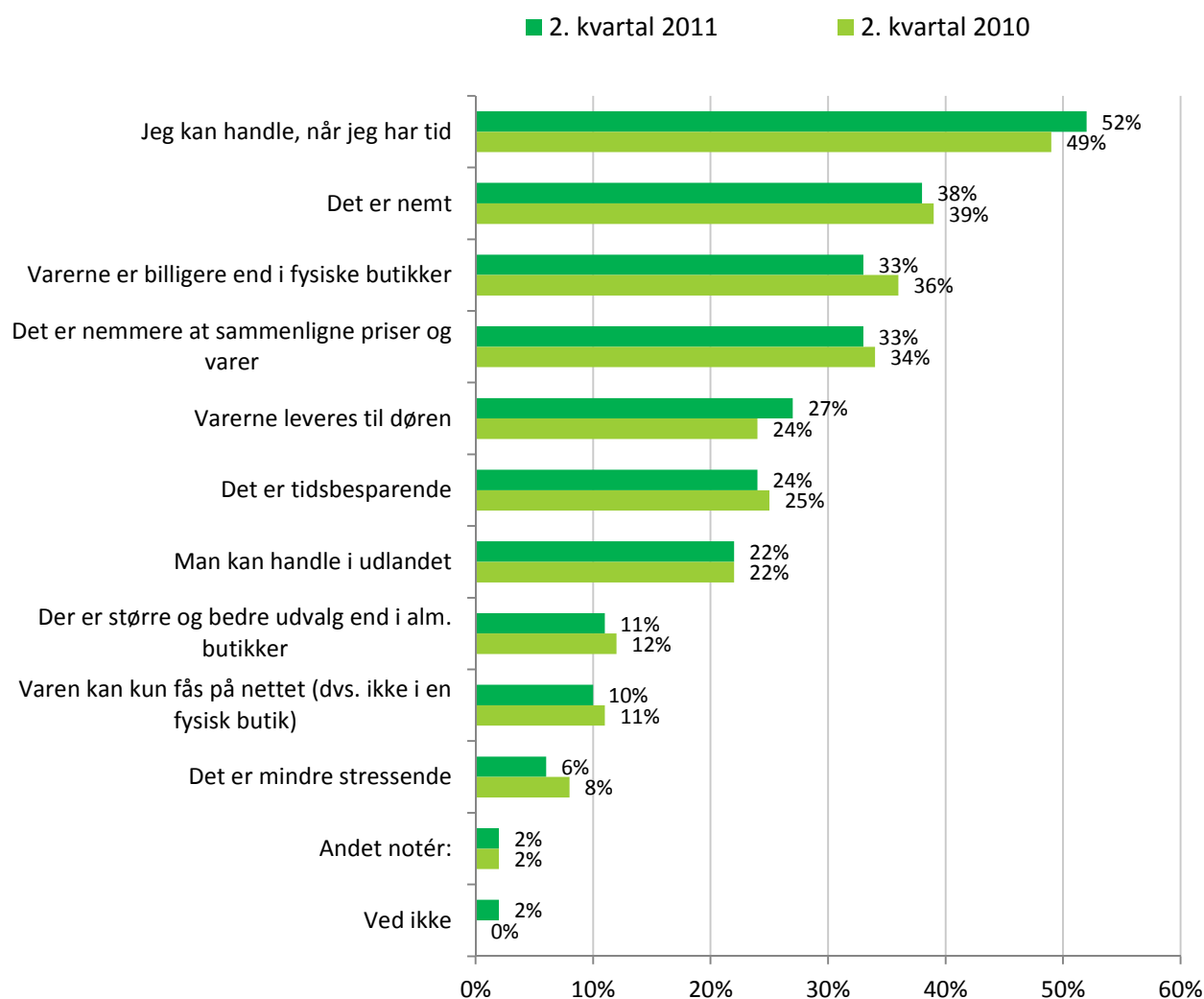
Hvis ja: Var du tilfreds med - Kvaliteten, leveringen, service?

Hvis nej: Overvejer du at handle dagligvarer via nettet?

Fordelene ved e-handel

Den største fordel ved e-handel er, at man kan handle når man har tid. E-handel er nemt, og man kan nemmere sammenligne priser og varer. Prisen er også en vigtig begrundelse for at e-handle ligesom e-handel vurderes til at være tidsbesparende. Hver fjerde nævner muligheden for at få varer leveret ved døren som en af de største fordele.

De samme tendenser gjorde sig gældende i 2. kvartal af 2010.



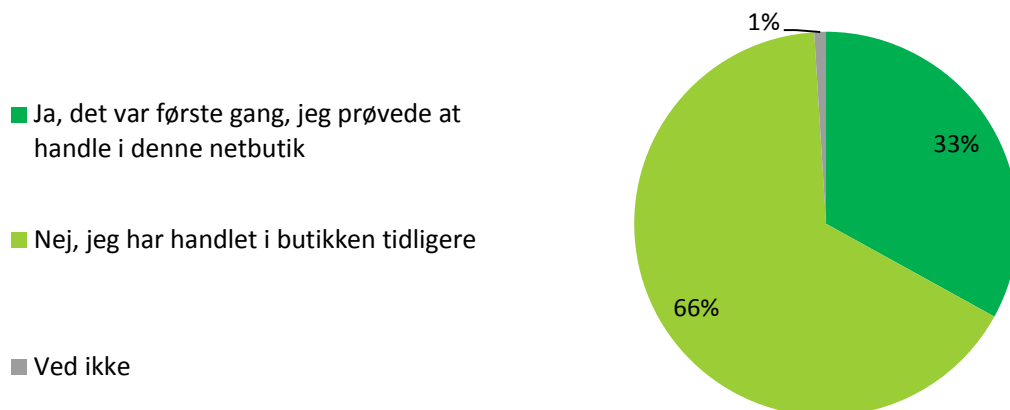
Antal besvarelser: 1.014 (2. kvartal 2010: 1.077)

Spørgsmålsformulering:
Hvilke fordele oplever du ved at handle på internettet? Bemærk flere svarmuligheder.

Loyalitet og tilfredshed

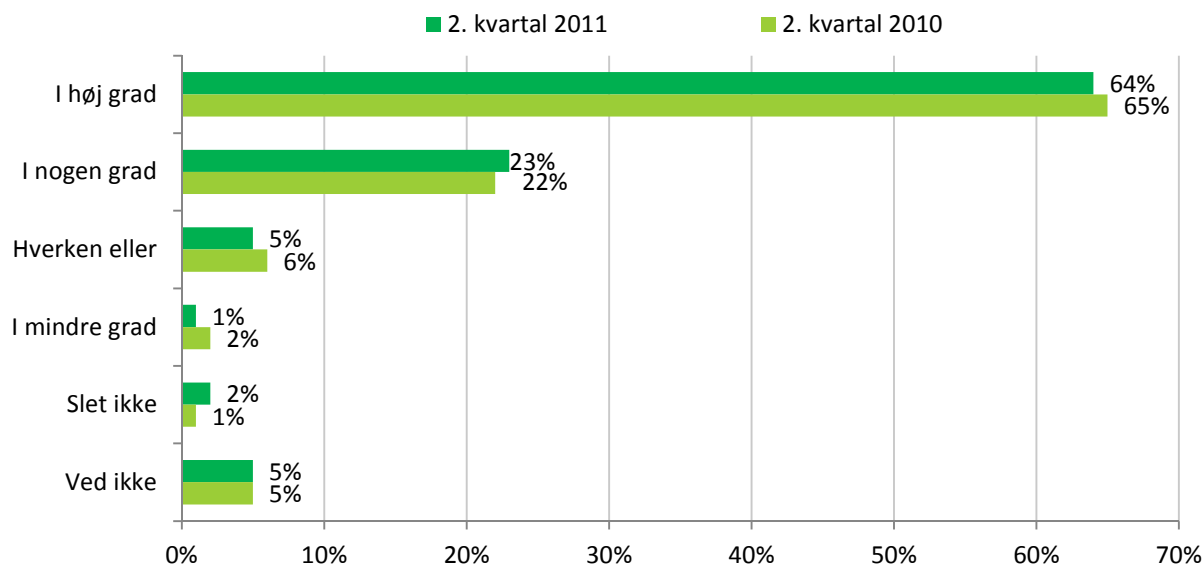
To ud af tre har senest e-handlet i en butik, hvor de har handlet tidligere. Den resterende tredjedel har senest e-handlet i en butik, hvor de ikke tidligere har købt noget.

Samme fordeling gjorde sig gældende i 2. kvartal af 2010.



To ud af tre af danskerne vil i høj grad anbefale den internetbutik til andre, hvor de gjorde den seneste handel. Yderligere en fjerdedel vil i nogen grad anbefale internetbutikken.

Andre undersøgelser viser, at netop villigheden til at anbefale en butik (eller en varer) til andre er en god indikator for, om man er tilfreds. Tallene viser derfor, at danskerne i høj grad er tilfredse med internetbutikkerne.



Antal besvarelser: 1.014 (2. kvartal 2010: 1.078)

Spørgsmålsformuleringer:

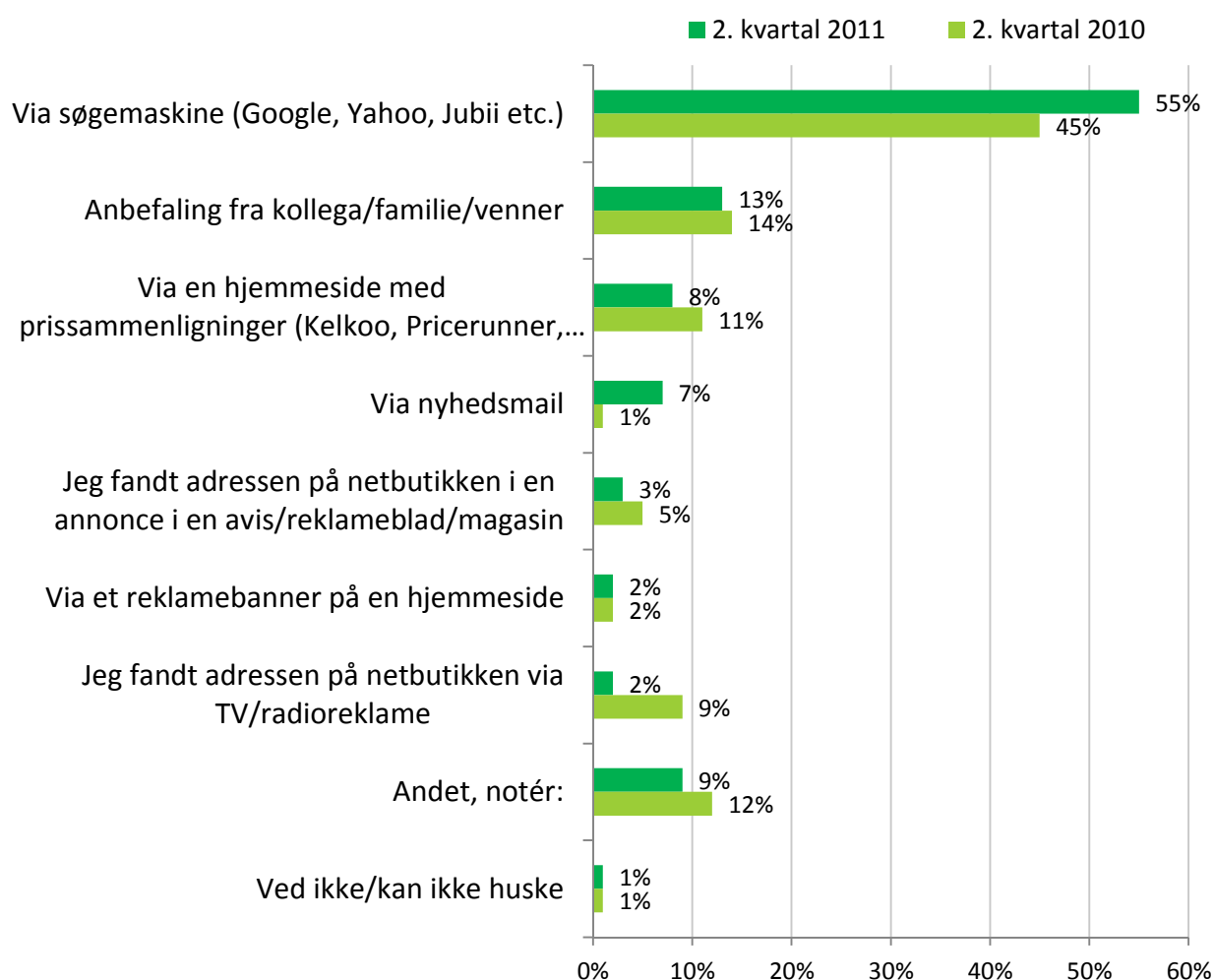
Tænk tilbage på den netbutik, du senest handlede hos. Var det første gang, du handlede her? / Forestil dig, at venner eller familie står over for at skulle købe noget, som den netbutik, du senest har handlet i, tilbyder. I hvor høj grad ville du da anbefale netbutikken?

Vejen frem til første køb i en netbutik

Dem, der foretog den seneste e-handel i en butik, som de ikke havde handlet i før (33 % jf. side 15), blev spurgt om, hvordan de fandt frem til butikken.

Søgemaskiner er langt den hyppigst anvendte måde at finde frem til butikker. Over halvdelen fandt et nyt sted at handle på den måde, hvilket er en pæn stigning ift. samme kvartal sidste år.

Der er også andre ændringstendenser, fx lader flere sig inspirere af nyhedsmails. Det lave antal respondenter øger dog usikkerheden omkring resultaterne.



Antal besvarelser: 335 (2. kvartal 2010: 380)

Spørgsmålsformulering:

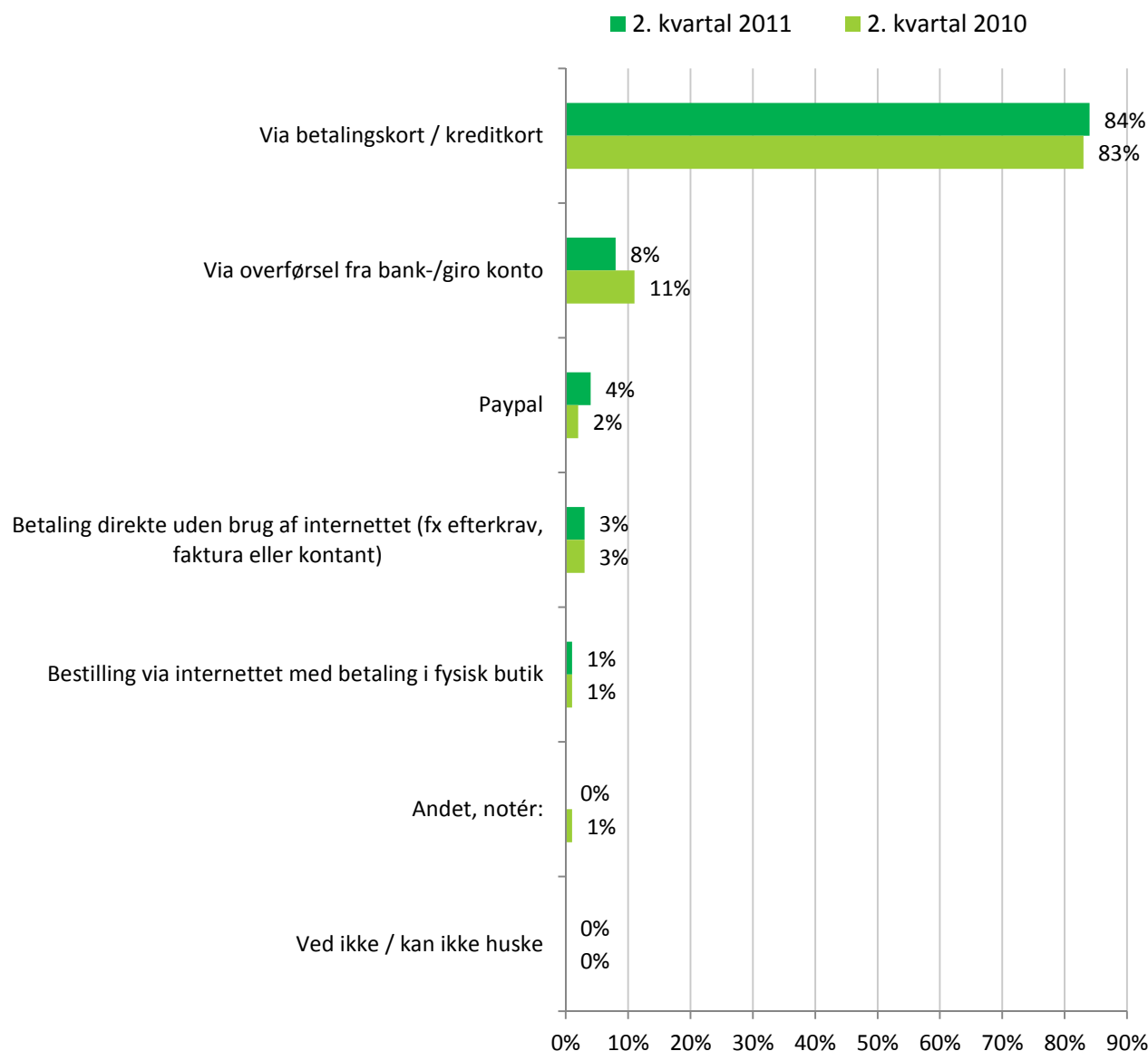
Hvordan fandt du frem til denne netbutik, som du handlede i? Vælg den kategori, der passer bedst.

Betaling ved e-handel

Langt størstedelen af danskerne anvender betalingskort/kreditkort, når de e-handler. 84 % bruger betalingskort ved nethandel.

Herefter følger direkte betaling via netbank – konto-til-konto-overførsel.

Kun få anvender øvrige betalingsformer (efterkrav, betaling i fysisk butik, PayPal), men der er en stigende tendens i brugen af PayPal.



Antal besvarelser: 1.014 (2. kvartal 2010: 1.078)

Spørgsmålsformulering:

Hvordan gennemførte du betalingen, sidst du handlede på internettet?

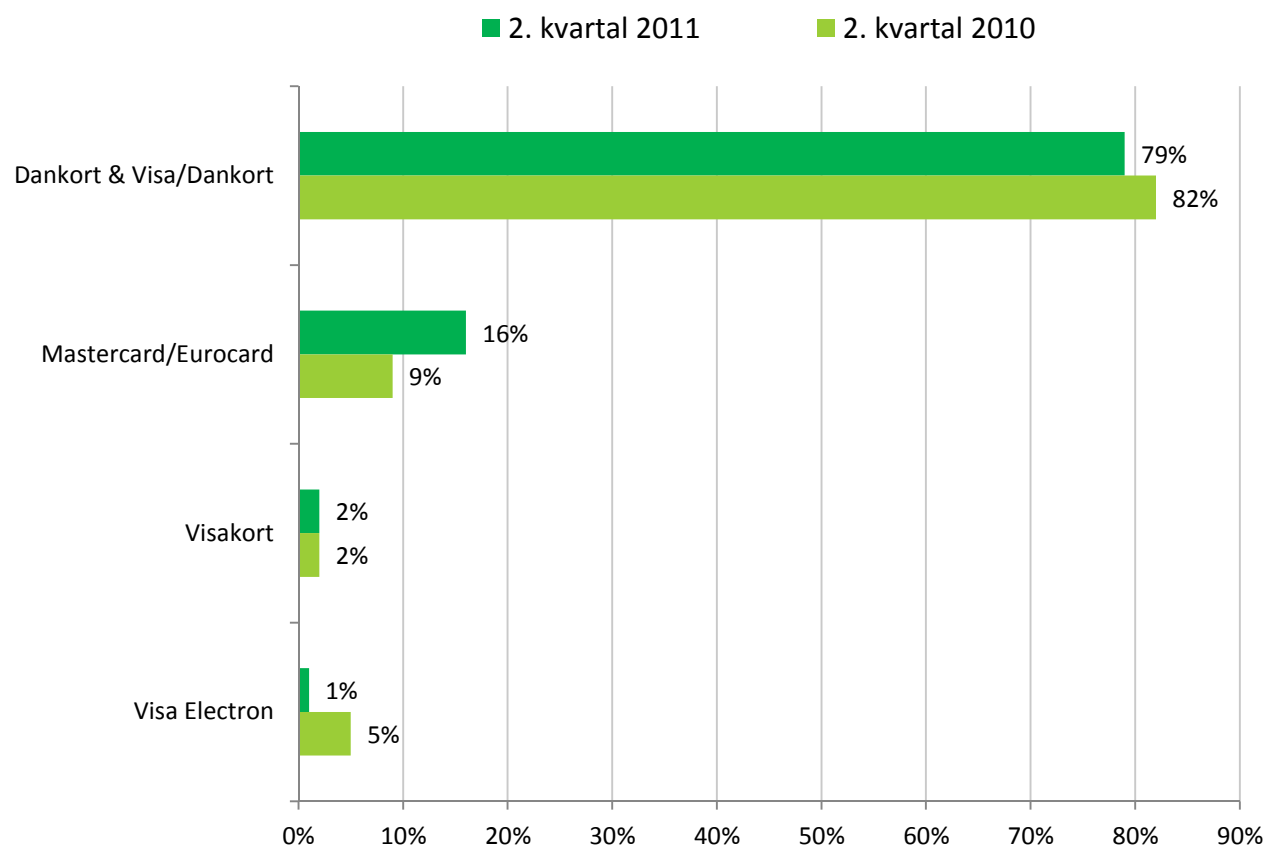
Dankortet er det foretrukne betalingsmiddel

Blandt de, der har betalt med betalings- eller kreditkort ved seneste e-handel, er det Dankortet, der hyppigst er anvendt. Det står for 8 ud af 10 e-handler, hvor der betales med kort.

Da 84 % (jf. side 17) af samtlige e-handler betales med betalings- eller kreditkort, tegner Dankort & Visa/Dankort sig for betalingen i 2 ud af 3 (66 %) af danskernes e-handler. Altså en faldende tendens samtidig med, at MasterCard vinder frem.

Betaling med Mastercard/Eurocard er med 16 % af kortbetalingerne steget væsentligt siden samme kvartal sidste år, hvor 9 % benyttede kortet.

Visa/Electron synes at gå tilbage.



Antal besvarelser: 851 (2. kvartal 2010: 892)

Spørgsmålsformulering:
Hvilket betalings- eller kreditkort anvendte du?

Der er også spurgt ind til Diners Club, American Express, Acceptcard, Diners. Disse betalingsmidler havde dog en andel på 0% hvorfor de ikke er vist i grafen.

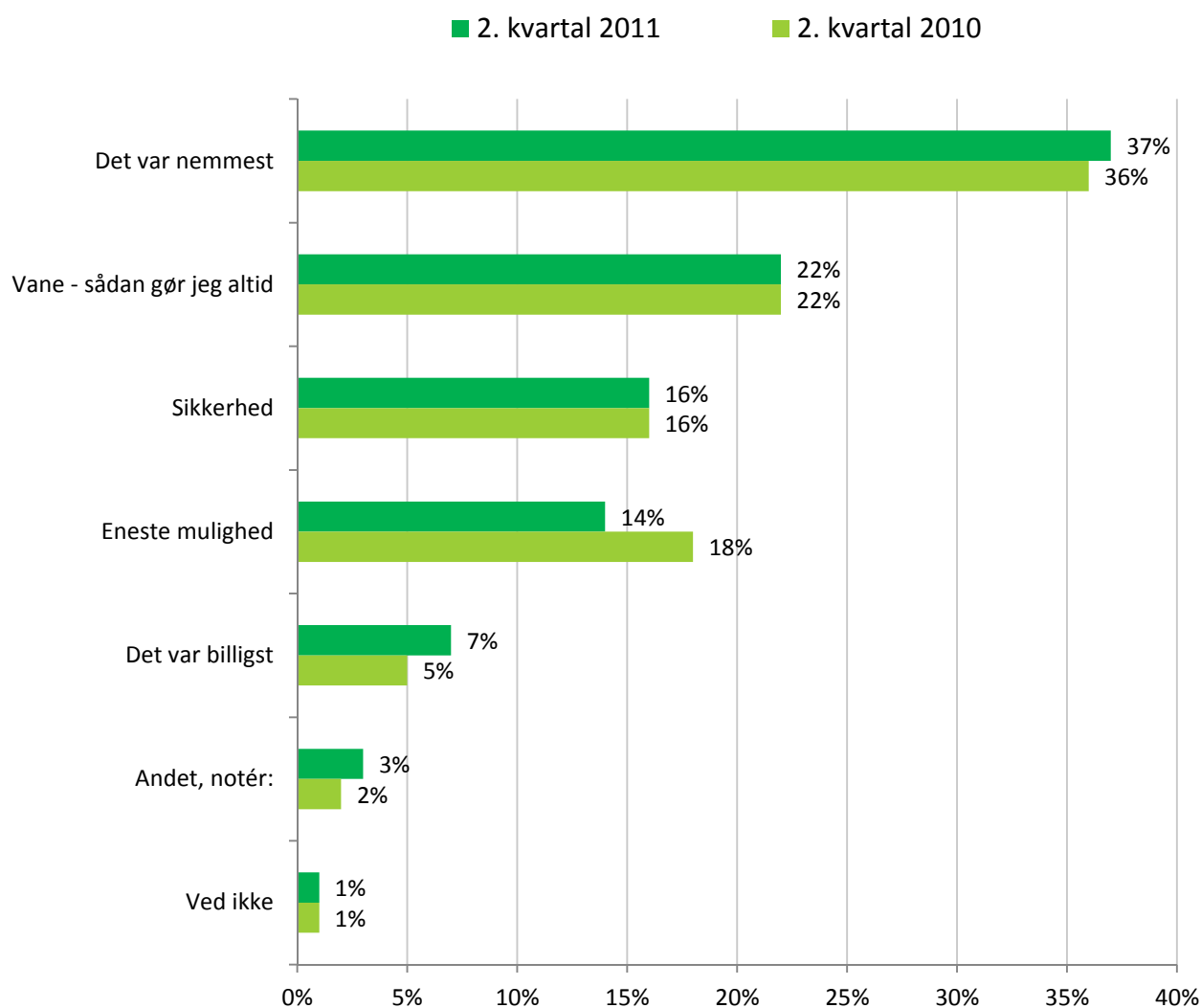
Argumenter for valg af betalingsform

Godt en tredjedel af danskerne valgte den givne betalingsform, fordi det var nemmest.

Dernæst er argumentet, at det er en vane. Derudover angives sikkerhed, og at den givne betalingsform var den eneste mulighed.

Det er meget få (7 %), der vælger betalingsform ud fra, hvad der er billigst.

14 % svarer, at den betalingsform de anvendte var den 'Eneste mulighed', det er et fald i forhold til samme kvartal sidste år, hvor 18 % gav denne begrundelse.



Antal besvarelser: 1.014 (2. kvartal 2010: 1.077)

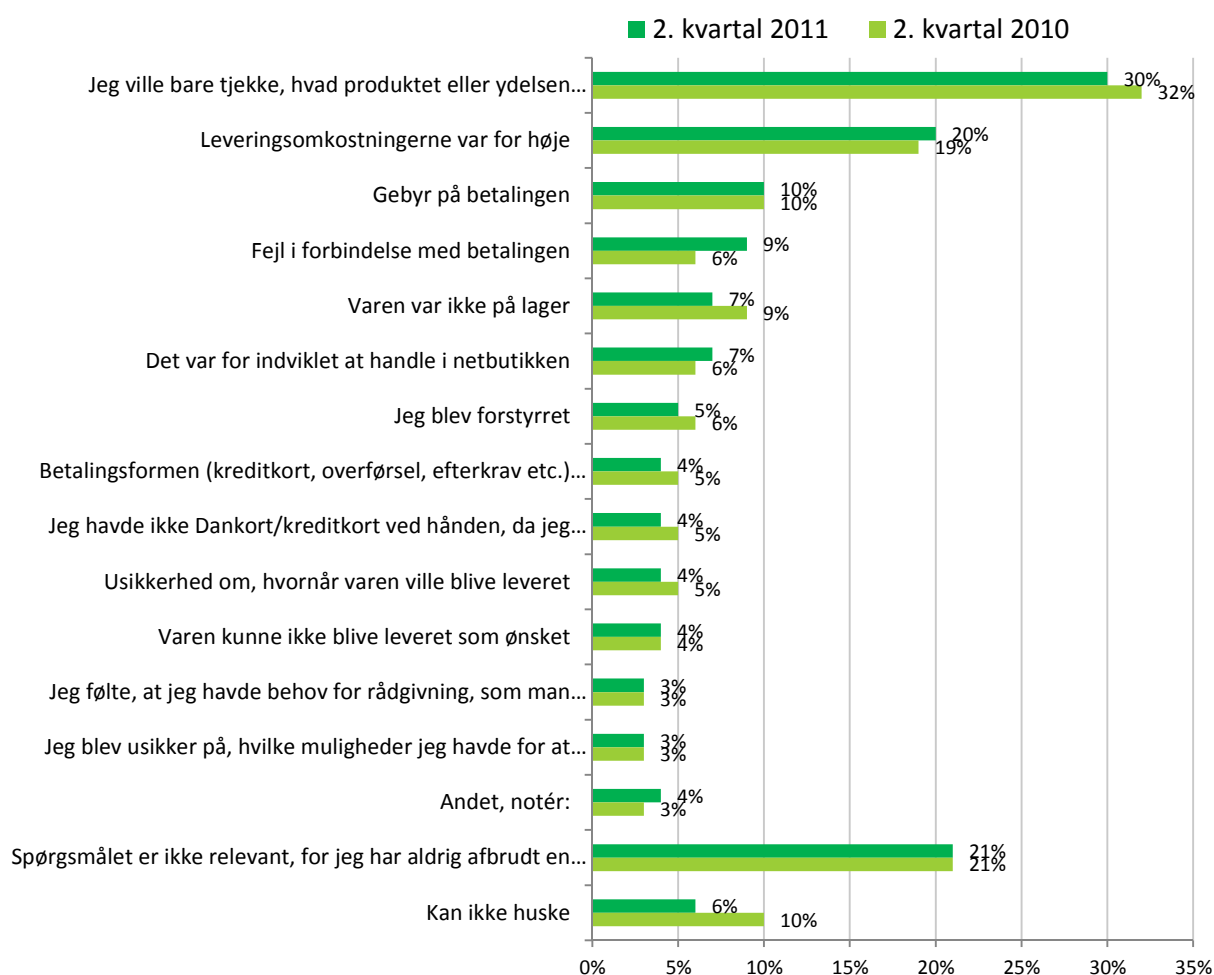
Spørgsmålsformulering:
Hvorfor valgte du denne betalingsform?

Når købet ikke bliver til noget

Det viser sig, at den vigtigste grund til afbrudte e-handler er, at kunden ønsker at kende den samlede pris - uden nødvendigvis at have til hensigt at købe varen eller serviceydelsen i dén butik eller på dét tidspunkt.

Den næstvigtigste grund til afbrudte e-handler er, at kunden synes, at leveringsomkostningerne er for høje. Kunden har nok haft til hensigt at handle, men er blevet afskrækket af leveringsomkostningerne. Det understreger, at e-butikkerne med fordel kan arbejde på, at den samlede pris bliver synlig tidligt i købsprocessen.

Resten af svarene er jævnt fordelt, idet der dog var mulighed for at angive flere svar på spørgsmålet. De samme tendenser gjorde sig gældende i samme kvartal i 2010.



Antal besvarelser: 1.014 (2. kvartal 2010: 1.077)

Spørgsmålsformulering:

Hvorfor afbrød du købet eller bestillingen? Vælg gerne flere begrundelser.

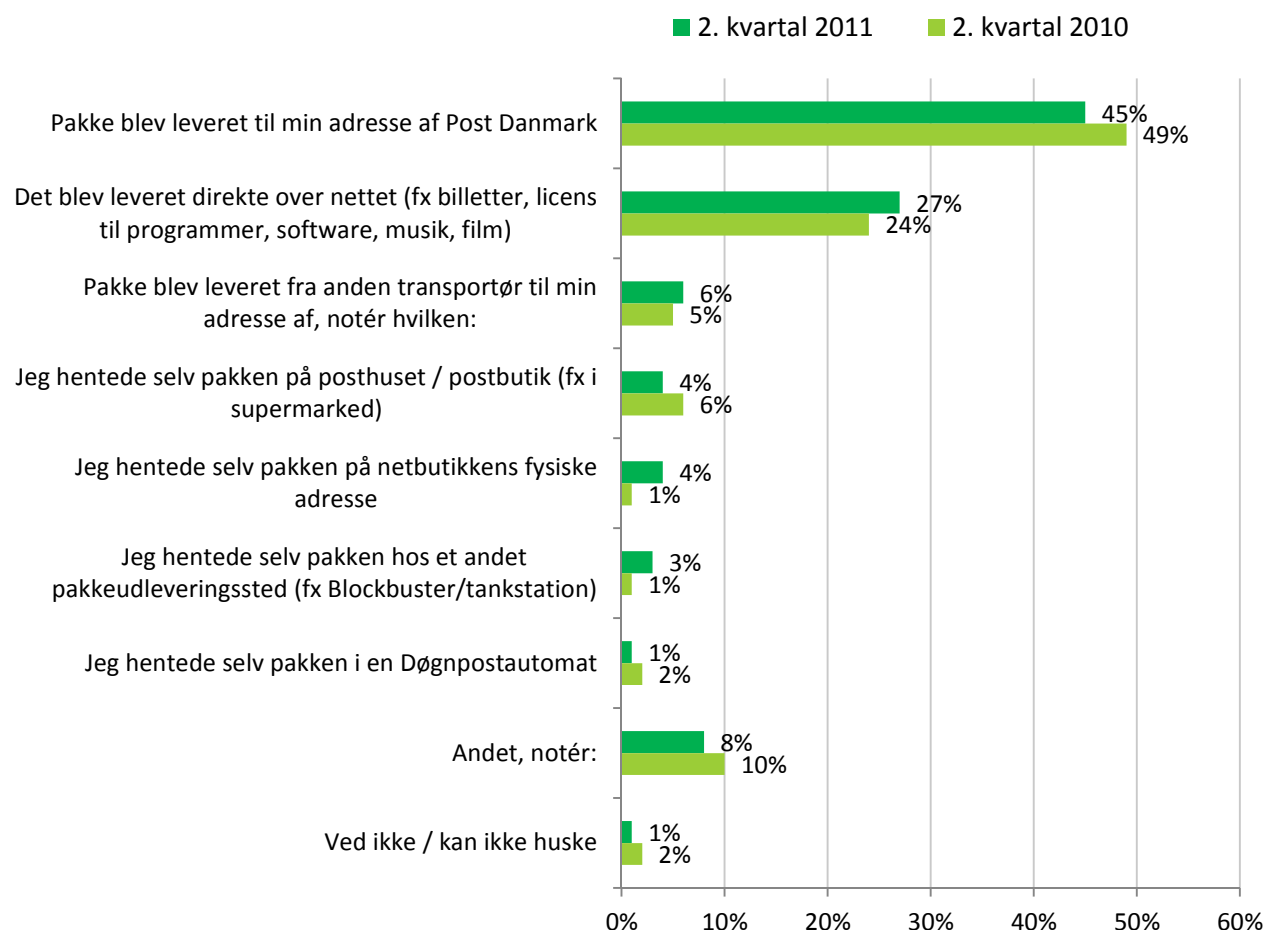
Levering

Levering via Post Danmark er den mest udbredte leveringsform, idet omkring halvdelen af danskerne benytter denne leveringsform, når de e-handler.

Yderligere en fjerdedel fik varen eller tjenesteydelsen leveret direkte over nettet. Dette er fx muligt ved billetter, licens til programmer, software, musik og film.

De øvrige leveringsmuligheder – inkl. anden transportør end Post Danmark – anvendes af forholdsvis få, idet der dog er en svagt stigende tendens.

Tallene viser samme tendens som i 2. kvartal af 2010.



Antal besvarelser: 1.014 (2. kvartal 2010: 1.077)

Spørgsmålsformulering:

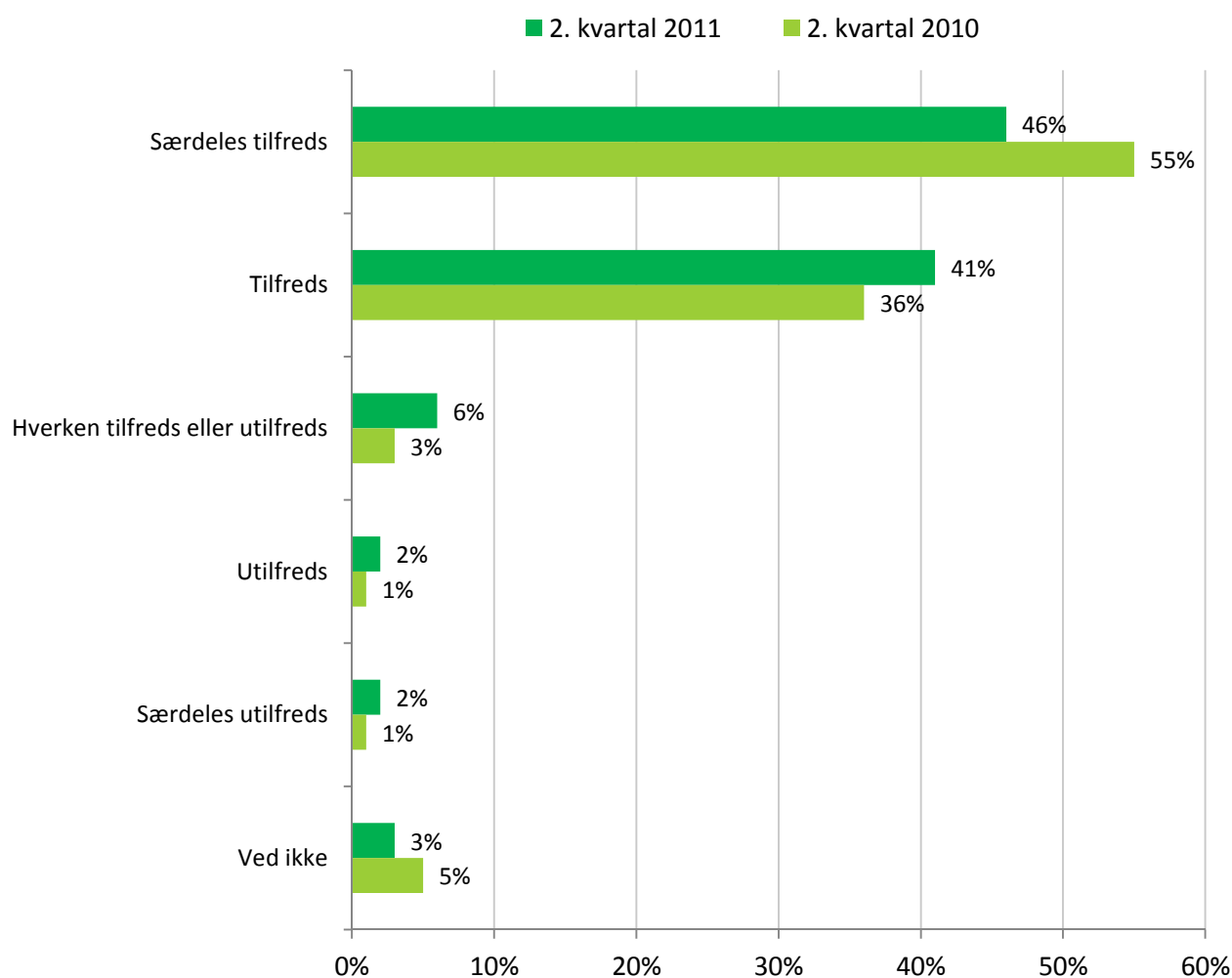
Hvordan modtog du det, du senest købte eller bestilte på internettet?

Tilfredshed med leveringen

Danskerne er tilfredse med leveringen af varer, som de har e-handlet: 87 % danskere er enten særdeles tilfredse eller tilfredse med leveringen af den fysiske varer, de senest har købt på internettet.

Stort set ingen er utilfredse. Det er i alt 4 %, der angiver, at de er utilfredse eller særdeles utilfredse med leveringen af det, de senest har e-handlet.

Der synes dog at være en svag negativ tendens i udviklingen af tilfredsheden i forhold til sammen kvartal sidste år, idet færre er særdeles tilfredse og flere er tilfredse.



Antal besvarelser: 727 (2. kvartal 2010: 1.077)

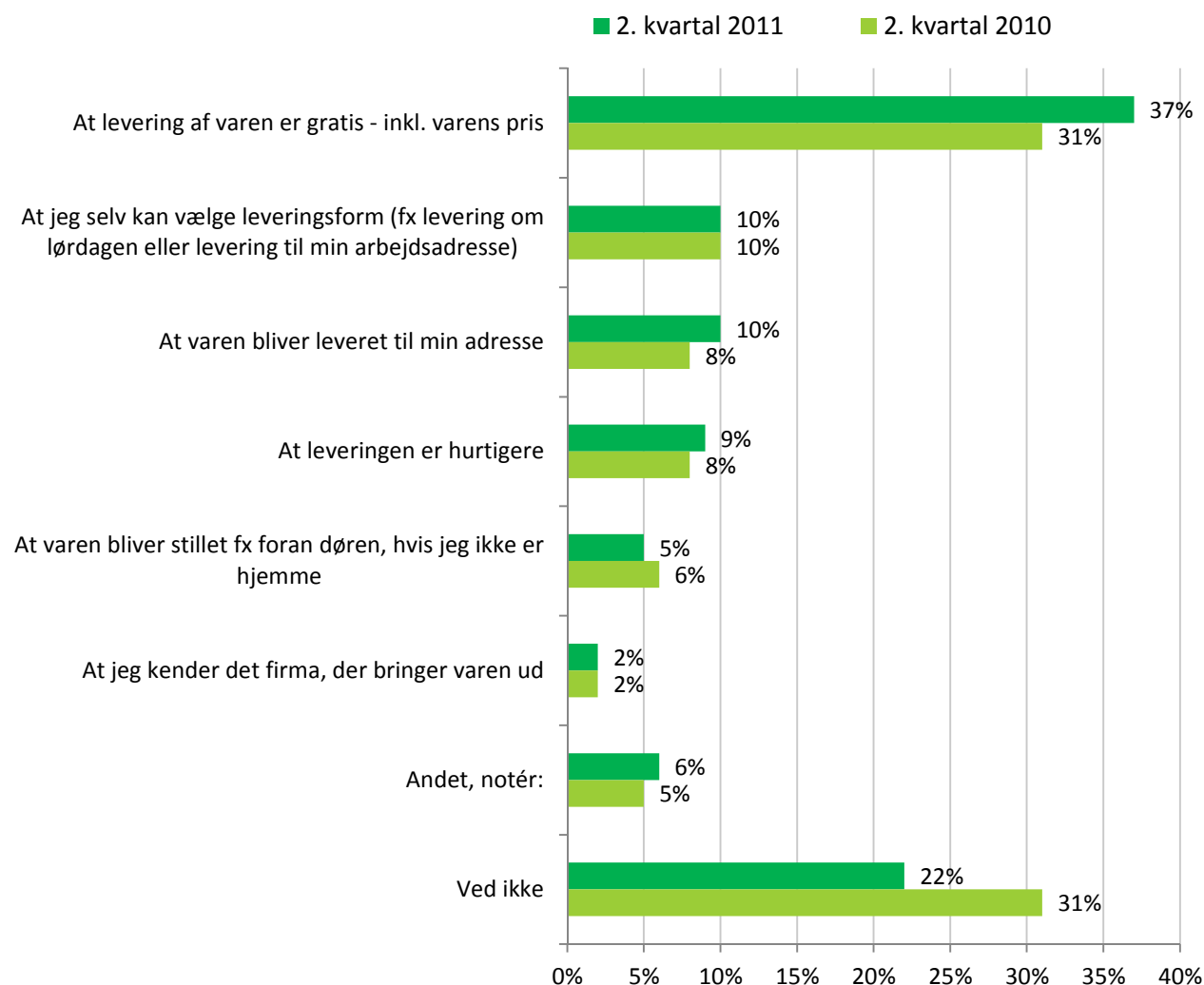
Spørgsmålsformulering:
Hvor tilfreds eller utilfreds var du med leveringen?

Gode råd om bedre tilfredshed

Danskerne er som beskrevet tilfredse med leveringen af det, de har e-handlet. Vi har dog spurgt dem om, hvad der vil kunne øge deres tilfredshed yderligere.

Det er i høj grad gratis levering – det vil sige, at leveringen er med i varens pris – der vil kunne øge tilfredsheden. Herefter kommer, at kunden selv kan vælge leveringsform, og at varen bliver leveret til kundens egen adresse.

De samme tendenser gør sig gældende i dette kvartal og samme kvartal sidste år.



Antal besvarelser: 727 (2. kvartal 2010: 1.077)

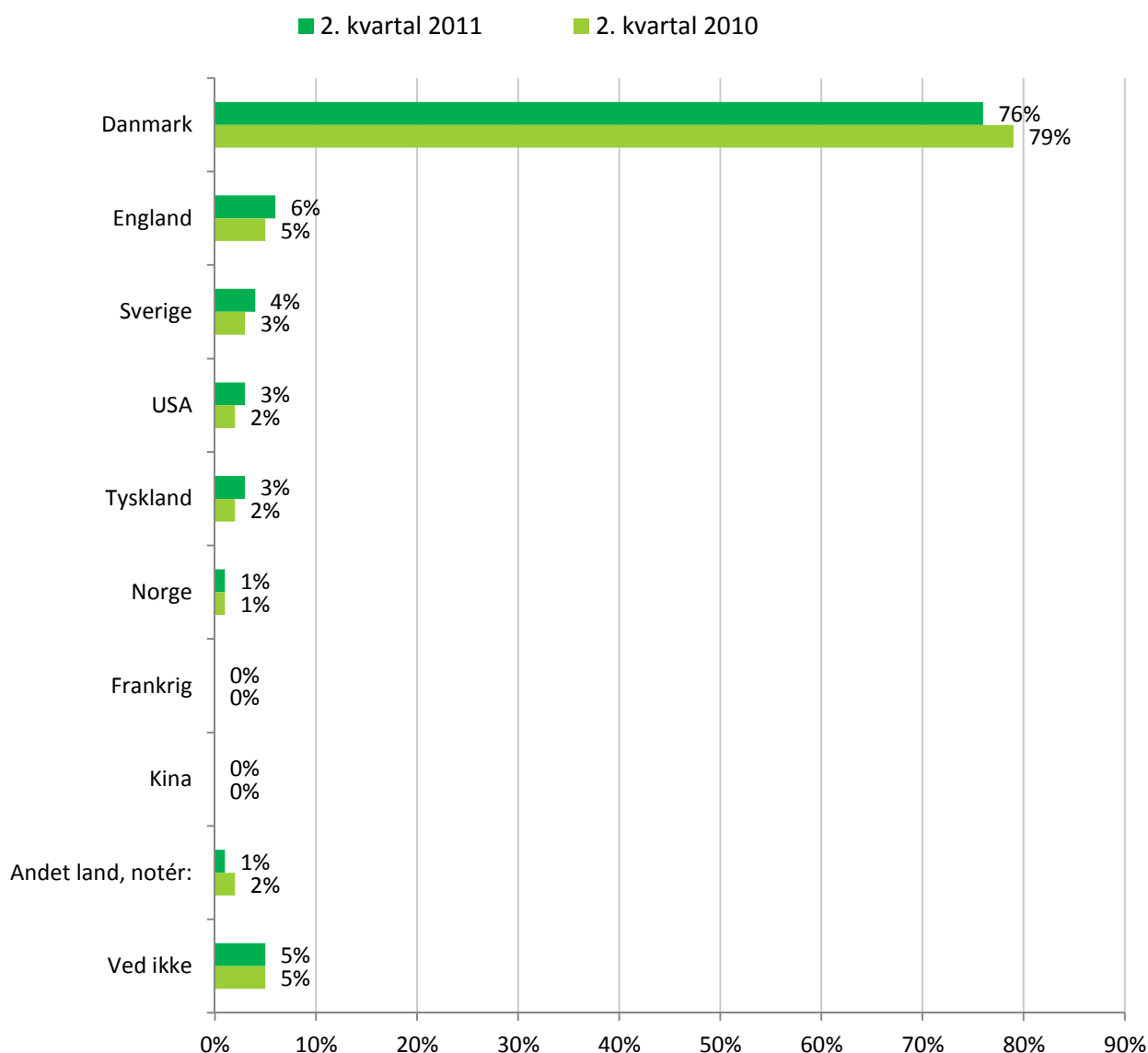
Spørgsmålsformulering:

Hvad kan gøre dig mere tilfreds med leveringen næste gang, du handler på internettet?

E-handel over grænserne

Langt den største del (76%) af danskernes e-handel skete i danske e-butikker i 2. kvartal af 2011. Tallet i 2. kvartal af 2010 var lidt større (79 %).

Godt hver femte køb sker i en udenlandsk e-butik, og her er e-butikker i EU dominerende med England, som det mest populære land.



Antal besvarelser: 1.014(2. kvartal 2010: 1.078)

Spørgsmålsformulering:

I hvilket land hører internetbutikken, som du senest har handlet i hjemme?

Den anvendte metode

Undersøgelsen er foretaget i maj og juni 2011 ved hjælp af Epinions Danmarkspanel. Panelet indeholder mere end 75.000 aktive medlemmer og har en høj grad af repræsentativitet.

Undersøgelsens resultater er vejet i forhold til køn , alder og uddannelse. Resultaterne kan derfor siges at være repræsentative for alle voksne (18-64 år) danskere, som handler på internettet.

Der er i alt gennemført 1.014 interview. Det betyder, at den statistiske usikkerhedsmargen (konfidensinterval) ved de fleste spørgsmål er 2-4%, hvilket svarer til gængse valgundersøgelser.

Undersøgelsen gennemførtes med en månedlig dataindsamling og kvartalsvis afrapportering.

Yderligere information

Dansk e-handelsanalyse

www.e-handelsanalyse.dk

FDIH, Foreningen for Distance- og Internethandel

Børsen

1217 København K

Tlf. 7225 5601

Mail: kontakt@fdih.net

Hjemmeside: www.fdi.net

Kontaktperson

Kommunikationschef Henrik Theil

Direkte 7225 5667

Mobil 2096 5667

Mail: het@fdih.net

Læs mere om parterne bag analysen

Post Danmark på www.postdanmark.dk

Nets på www.nets.eu
