



Dansk e-handelsanalyse

Dansk e-handelsanalyse

3. kvartal 2011

Gennemført af Epinion for FDIH

Udgivet af:



Partnere:



Copyright © 2011 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
Fordelene ved e-handel	side 13
Loyalitet og tilfredshed	side 14
Vejen frem til første køb i en e-butik	side 15
Julehandel	Side 16-17
Betaling ved e-handel	side 18-19
Argumenter for valg af betalingsform	Side 20
Når købet ikke bliver til noget	side 21
Levering og tilfredshed	side 22-24
E-handel over grænserne	side 25
Den anvendte metode	side 26
Yderligere information	side 27

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-handlen vokser fortsat i Danmark, og mere end 3 millioner voksne danskere e-handler. Det gør næsten hver tredje også, når de skal købe julegaver.

Det er ikke overraskende, at det er blandt de ældste medborgere, vi skal finde hovedparten af de danskere, som ikke e-handler. Men måske mere overraskende, at de ældre medborgere, der e-handler, gør det i stadigt stigende omfang.

Danskerne er fokuserede på pris, og det gælder også ved e-handel. Så gratis fragt er blandt de første bud, når den danske forbruger skal give gode råd om, hvordan tilfredsheden med e-handel bliver større.

God fornøjelse med denne udgave af Dansk E-handelsanalyse 3. kvartal 2011, der viser:

De ældre er fortsat storshoppere

Tre fjerdedele af de adspurgte e-handler op til 4 gange månedligt. Der er i forhold til 3. kvartal 2010 sket en forskydning for personer over 64 år, der går mod hyppigere e-handel. Således er hver femte over 64 år nu storforbrugere af e-handel med flere end 6 handler hver måned

Læs mere på side 6

Hver tredje vil købe julegaver på nettet

Mere end hver tredje (36 %) vil købe en eller flere julegaver på nettet i år. De gør det især for at undgå trængsel, ligesom det sparer tid at købe julegaverne hjemmefra.

Frygten for at det købte skal byttes, ses som den største ulempe.

Alle varer købes til julegaver, og topscorere vil være DVD, CD og PC-spil

Læs mere på side 16

37 % ønsker gratis levering

Mere end hver tredje kunde efterlyser gratis levering. Langt de fleste er tilfredse med leveringen, men det vil øge tilfredsheden, hvis leveringen er med i varens pris.

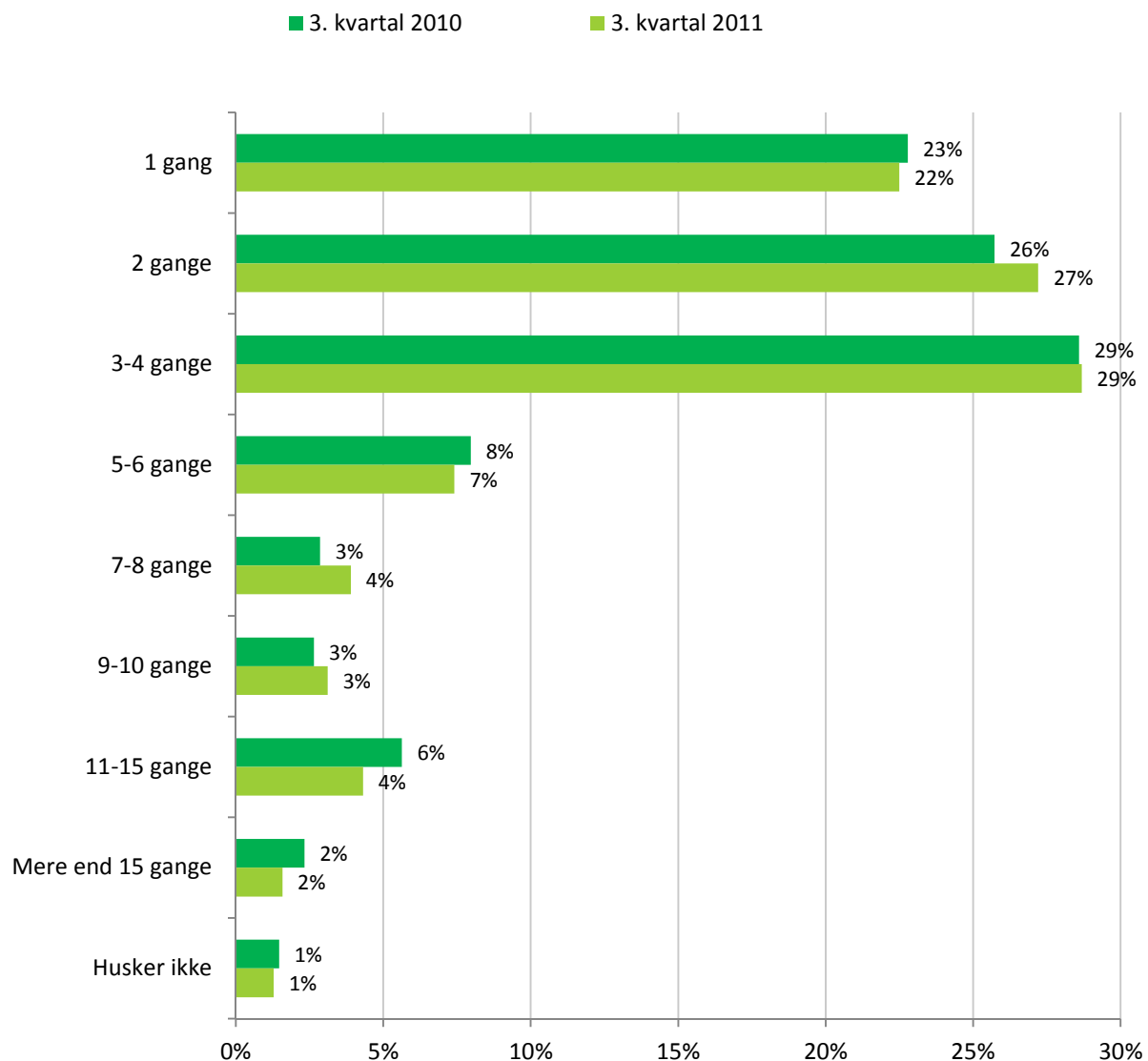
Der er sket en stigning i andelen, der ønsker gratis levering fra 30 % i 3. kvartal 2010 til 37 % i 3. kvartal 2011.

Læs mere på side 24

Hvor ofte e-handler danskerne?

Danskerne fordeler sig i to grupper, når de spørges, hvor ofte de e-handler. Den ene gruppe, som udgør tre fjerdedele, e-handler 1-4 gange om måneden. Det er således ca. en fjerdedel, der e-handler oftere end 4 gange om måneden.

Tendensen er den samme i dette kvartal som i samme kvartal i 2010.



Antal besvarelser: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

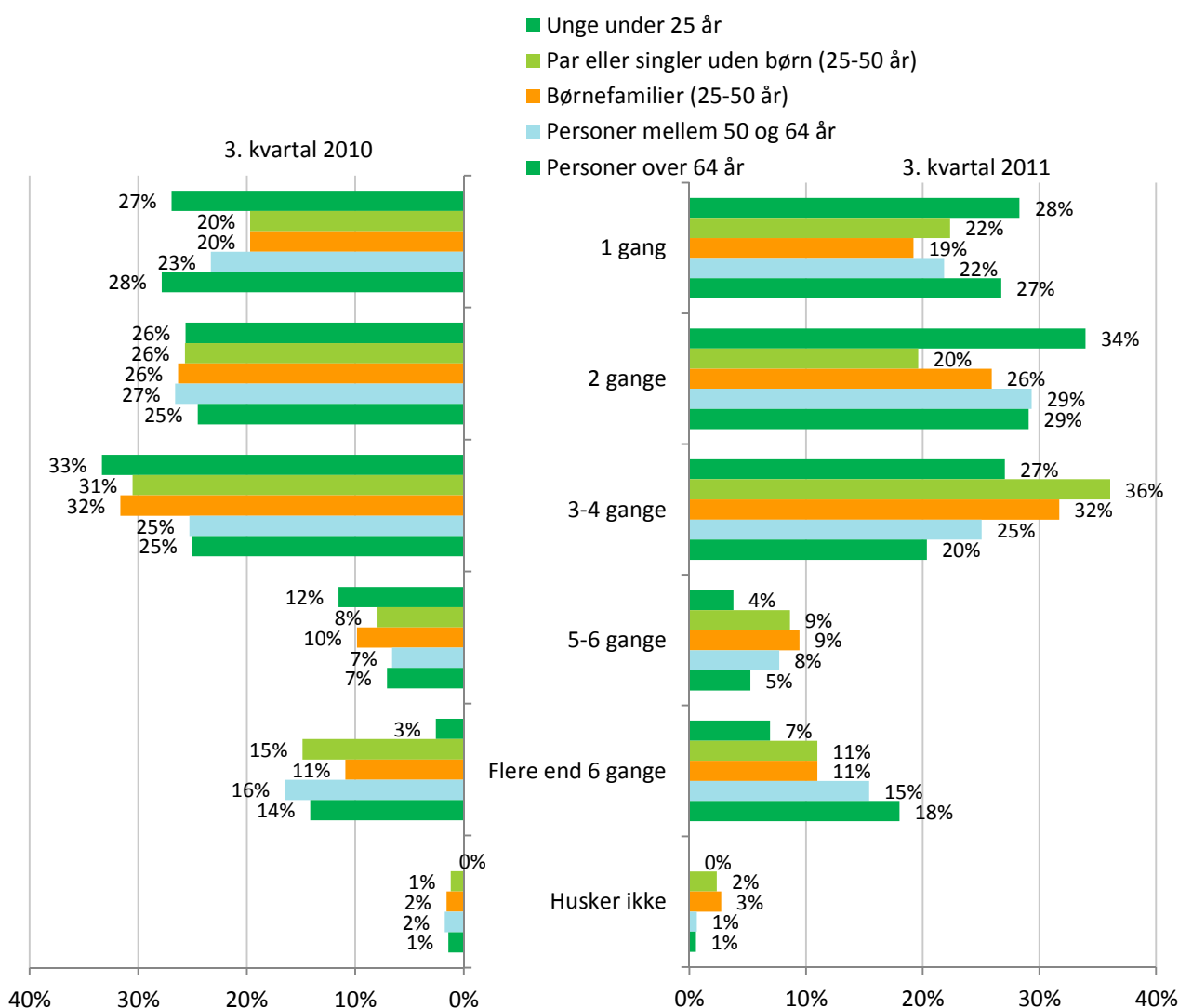
Spørgsmålsformulering:

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

Tre fjerdedele e-handler op til 4 gange månedligt. Der er i forhold til 3. kvartal 2010 sket en forskydning for de unge under 25 år og for personer over 64 år. Andelen af unge, som e-handler 3-6 gange månedligt, er blevet mindre til fordel for både flere småhandlende og storhandlende unge.

De ældre er gået mod hyppigere e-handel. Således er 18 % af personerne over 64 år nu storforbrugere af e-handel mod 14 % i 3. kvartal af 2010.



Antal besvarelser: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

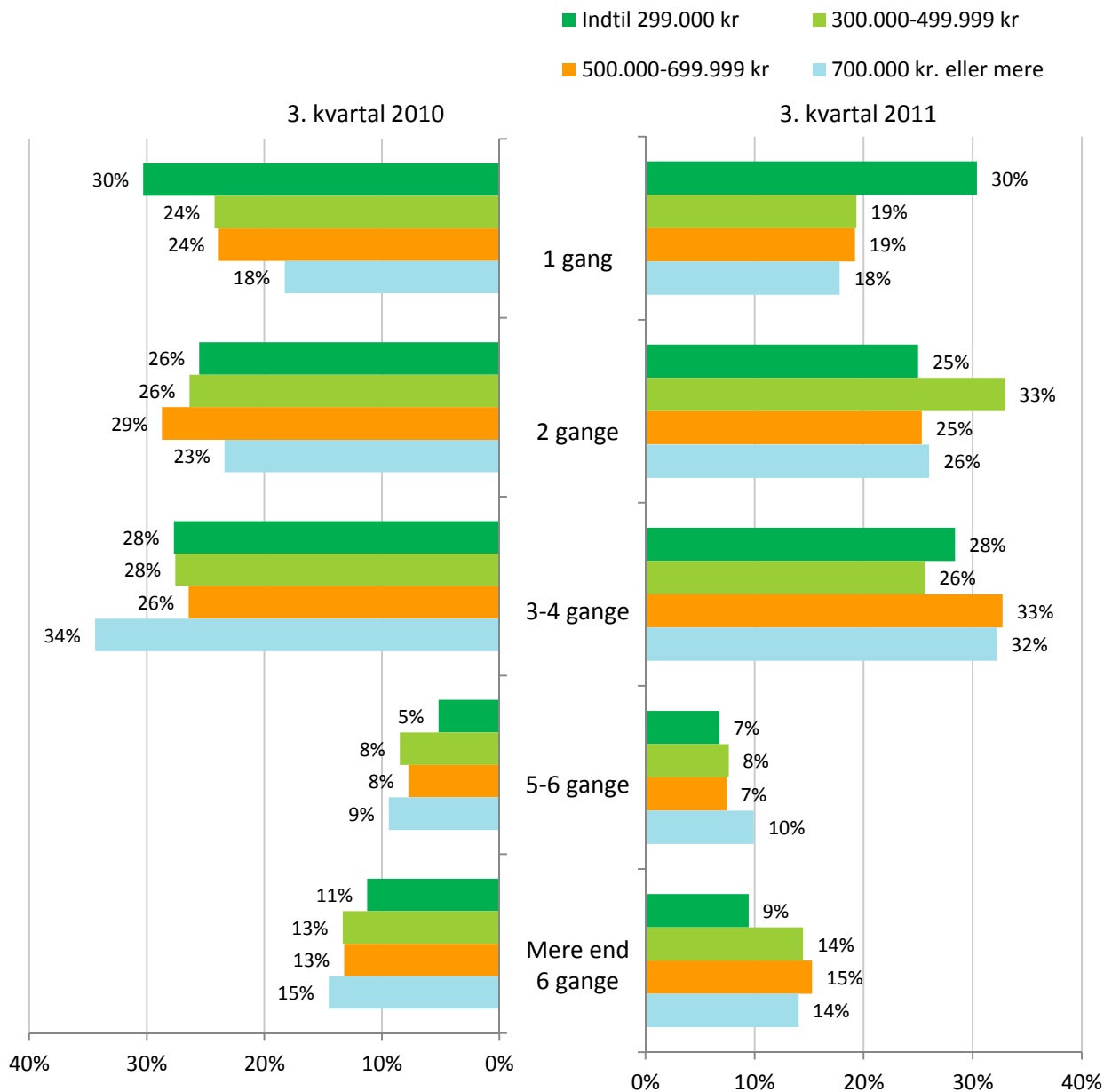
Spørgsmålsformulering:

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

Der er generelt en tendens til, at handelshyppigheden stiger, jo højere indtægt.

Der ikke sket signifikante forskydninger i handelshyppigheden inden for indkomstgrupperne, og tallene er generelt på niveau med samme kvartal året før.



Antal besvarelser: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

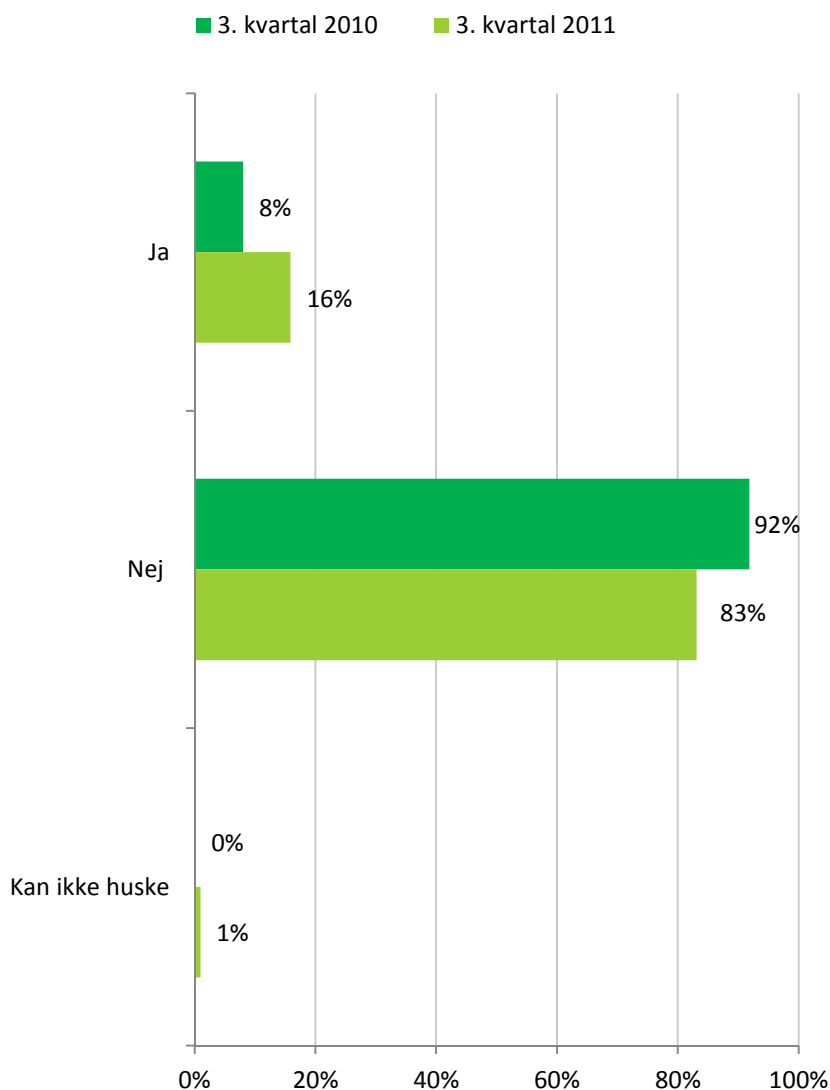
Spørgsmålsformulering:

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

Flere bruger mobilen til e-handel. Der er således sket en stigning fra 3. kvartal i 2010 til 3. kvartal i 2011 fra 8 % til 16 %.

Der er en tydelig sammenhæng mellem alder og brug af mobiltelefon til e-handler: Jo ældre man er, jo mindre bruger man mobiltelefonen til e-handel. Alle aldersgrupper, med undtagelse af personer over 64 år, tager del i den voksende brug af mobiltelefon.



Antal besvarelser: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

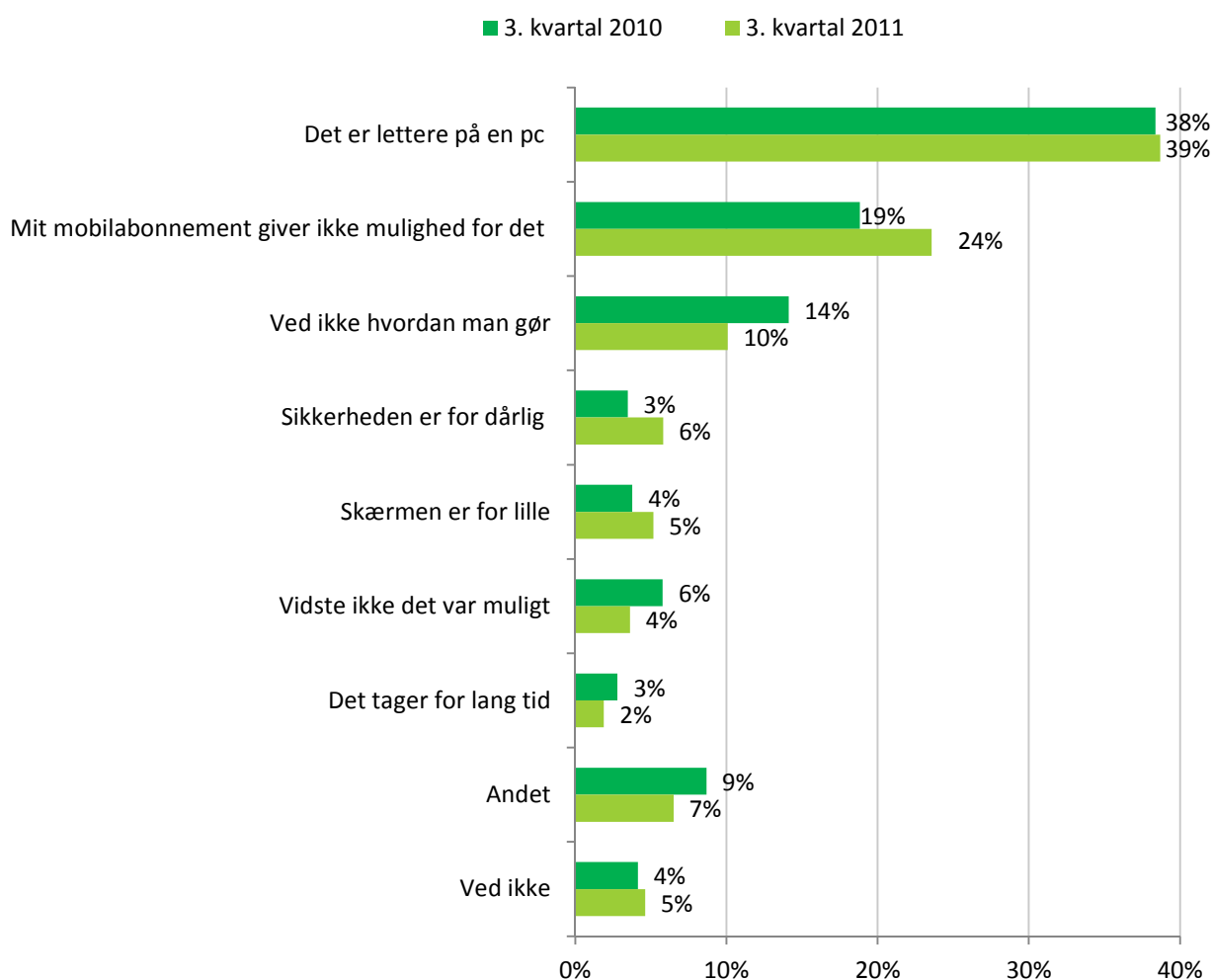
Spørgsmålsformulering: *Har du inden for den seneste måned brugt mobiltelefon til at købe en vare, serviceydelse eller et download via nettet?*

Grunde til *ikke* at bruge mobiltelefonen til e-handel

39 % mener, at det er lettere at foretage køb på nettet med en pc og bruger derfor ikke mobiltelefonen.

Den næst hyppigste grund til ikke at bruge mobiltelefonen er, at mobilabonnementet ikke giver mulighed for det. Der har desuden været en stigning i andelen, der bruger denne forklaring fra 19 % i 3. kvartal af 2010 til 24 % i 3. kvartal af 2011. Tendensen til stigning var den samme i 2. kvartal.

Færre svarer i 3. kvartal 2011 end i 3. kvartal af 2010, at de ikke ved, hvordan man gør.



Antal besvarelser: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

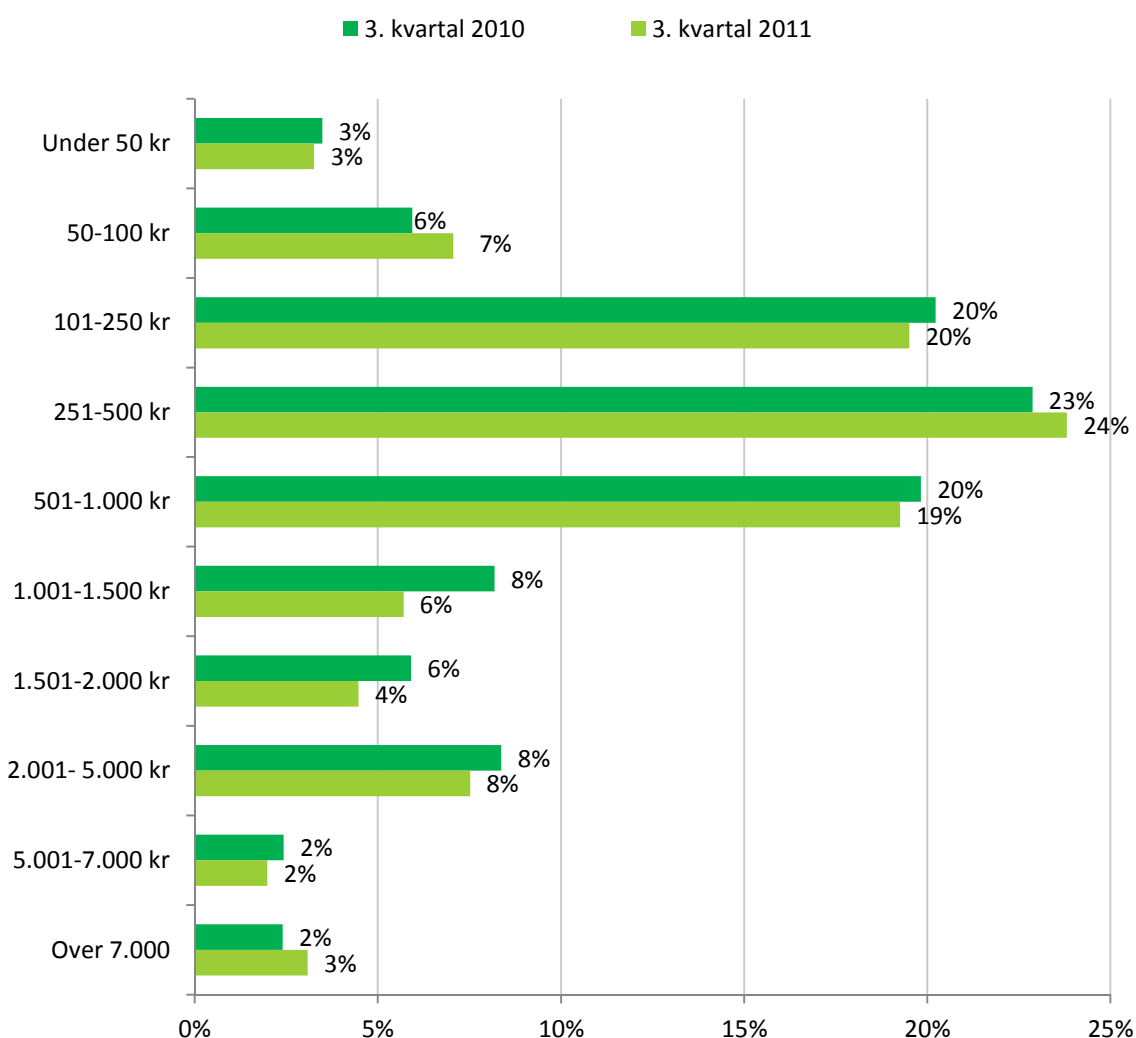
Spørgsmålsformulering: *Hvorfor har du ikke brugt mobiltelefonen til at handle på nettet?*

Værdien af den seneste e-handel

Godt halvdelen af samtlige e-handler har en værdi på 500 kroner eller derunder. 13 % af e-handlerne har en værdi over 2.000 kroner, og 3 % af e-handlerne er for over 7.000 kroner.

63 % af alle e-handler har en værdi mellem 101 og 1.000 kroner. Det er især 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: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

Spørgsmålsformulering:

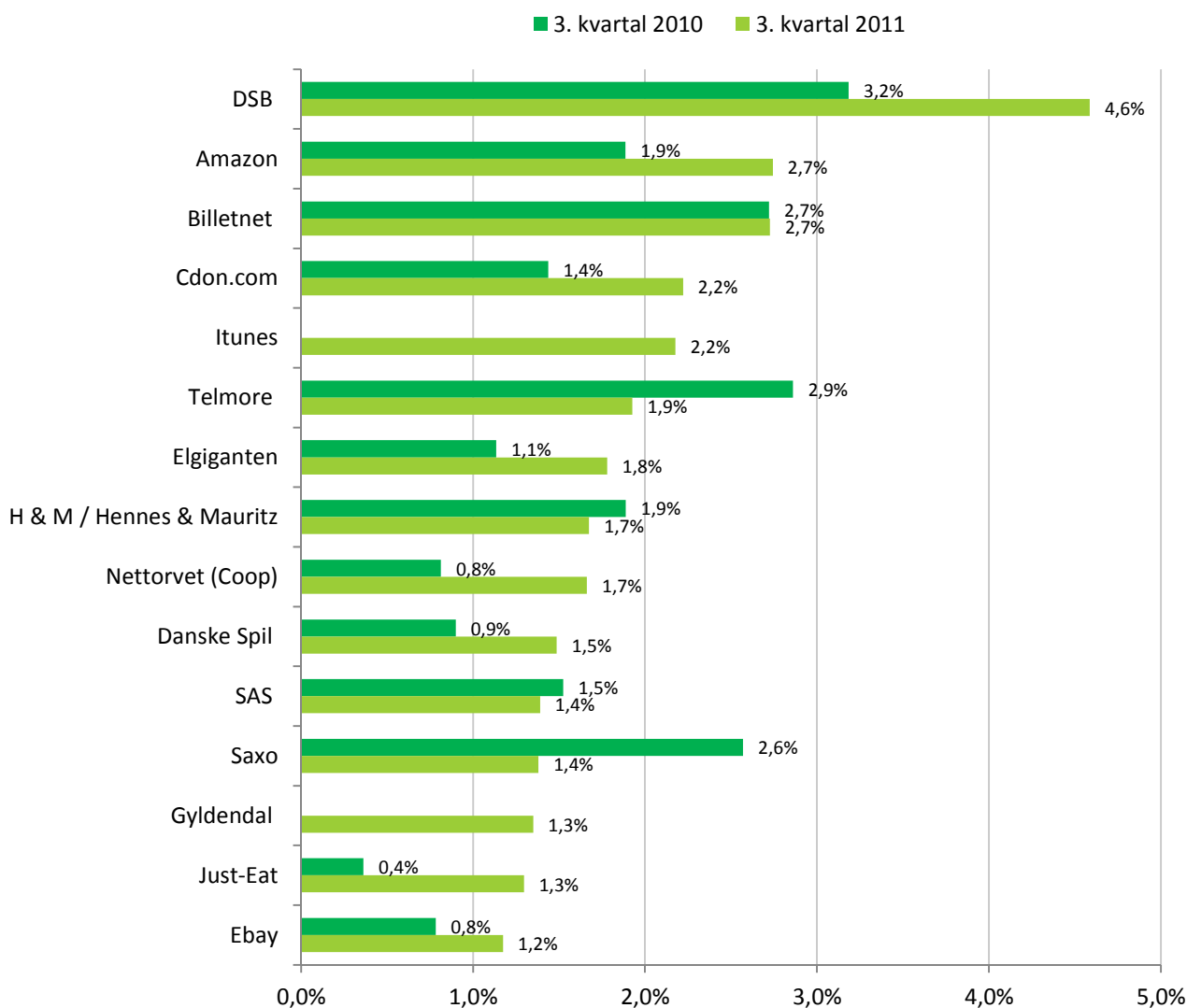
Hvor mange penge brugte du sidst, du købte eller bestilte varer, serviceydelser, abonnementer eller downloads via internettet (danske kroner eller omregnet til danske kroner)?

De mest populære netbutikker

Figuren viser de 15 mest populære butikker i 3. kvartal af 2011 og 3. kvartal 2010 målt på antal handler via internettet. E-handlen er spredt på mange butikker, og der er derfor ikke markedsledere inden for internethandel.

De 15 største butikker udgør cirka 29 % af det samlede antal besvarelser for 3. kvartal af 2011.

Der er forskel på hvilke butikker, der er populære i 3. kvartal af 2010 og 3. kvartal i 2011. DSB, Amazon, Nettorvet (COOP) og Just-Eat har i 3. kvartal af 2011 styrket positionerne, mens Telmore og Saxo er blevet svækket. Itunes og Gyldendal er nye.



Antal besvarelser: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

Spørgsmålsformulering:

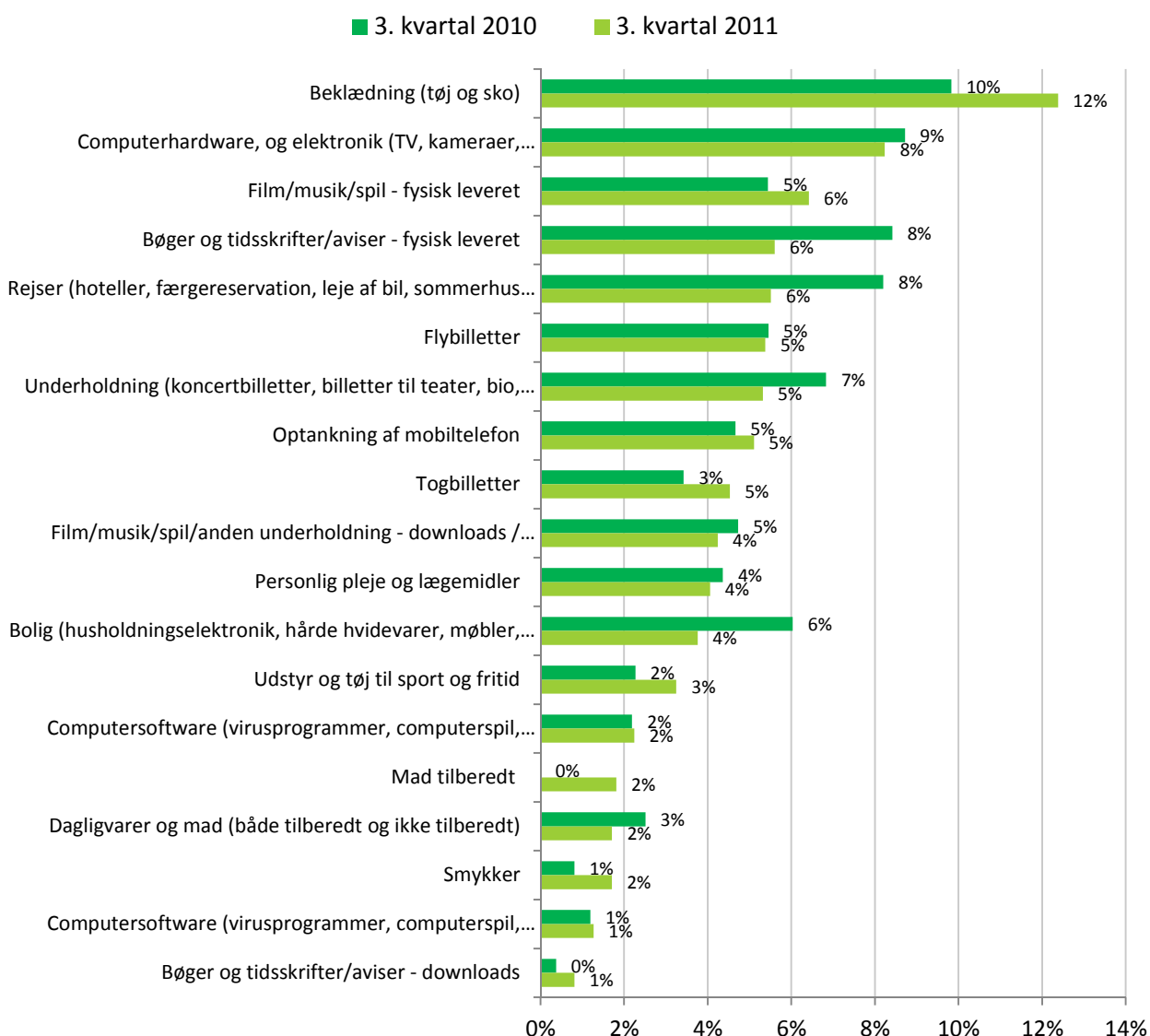
Kan du huske navnet på netbutikken, du senest handlede i?

Itunes og Gyldendal indgår ikke i data for 3. kvartal 2010

De mest populære varer og ydelser

Beklædning (tøj og sko) er den mest solgte varetype i 3. kvartal af både 2011 og 2010. Varegrupperne beklædning og togbilletter vinder frem fra 3. kvartal 2010 til 3. kvartal 2011, mens rejser, bøger og tidsskrifter og bolig alle taber terræn.

Opgøres e-handlen på fysiske og ikke-fysiske varer i de nævnte varegrupper, udgør de fysiske varer over halvdelen (60 %), mens de ikke-fysiske (inkl. billetter) udgør de resterende 40 %. Målt på antal fylder de fysiske varer altså mere end de ikke-fysiske i danskernes e-handel.



Antal besvarelser: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

Spørgsmålsformulering:
Hvad var det sidste, du købte på nettet?

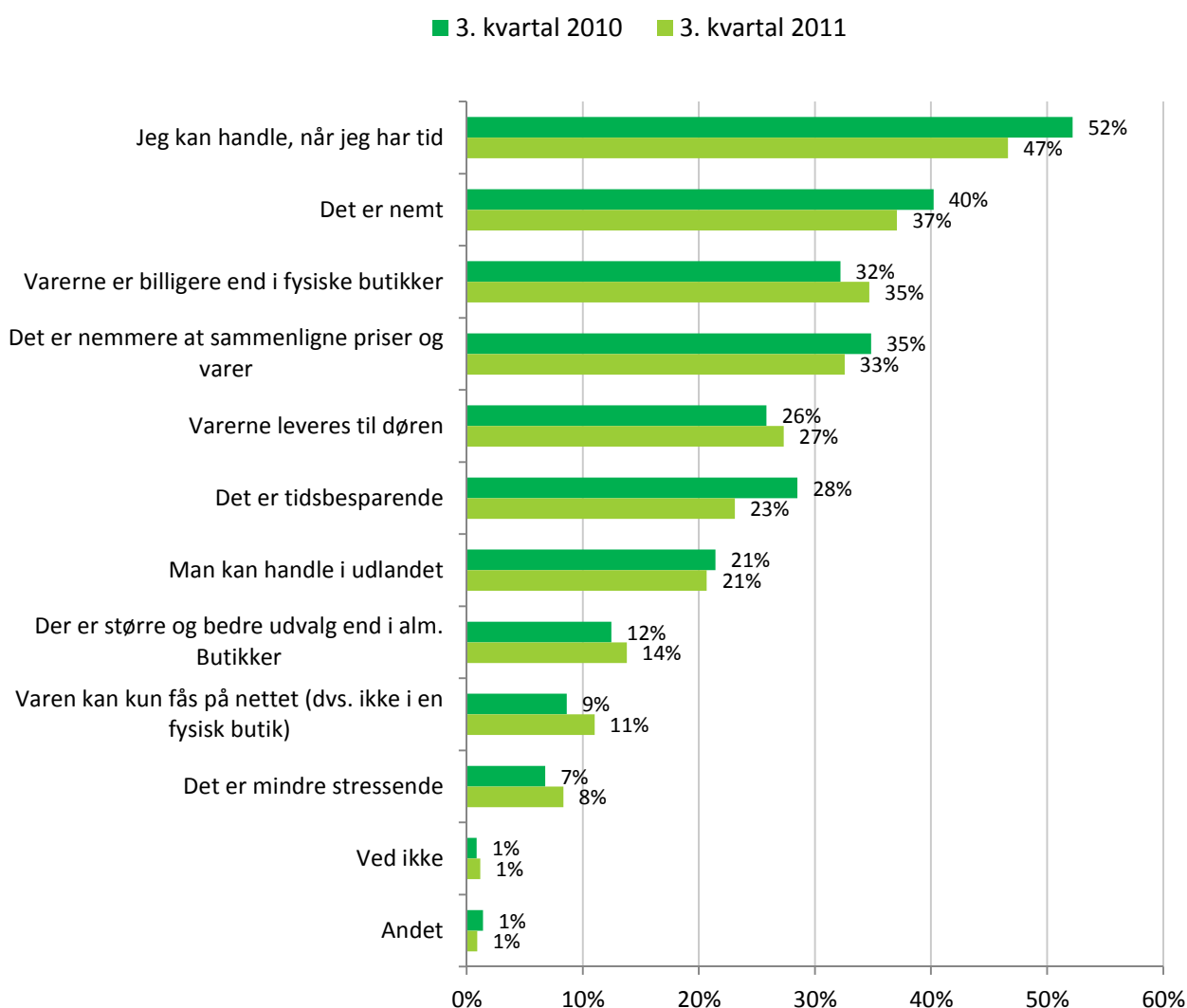
I 3. kvartal 2010 er mad tilberedt og dagligvarer og ikketilberedt mad i én kategori og dermed ikke opdelt som i 3. kvartal 2011. Derfor indgår mad tilberedt ikke for 3. kvartal 2010.

Fordelene ved e-handel

Den største fordel ved e-handel er ifølge danskerne, at man kan handle, når man har tid.

E-handel er samtidig nemt og gør det let at sammenligne priser og varer. Prisen er også en vigtig begrundelse for at e-handle og denne form for handel vurderes generelt at være tidsbesparende. Hver fjerde nævner muligheden for at få varer leveret til døren som en af de største fordele.

Tendenserne er de samme i 3. kvartal af 2010 og 3. kvartal af 2011.



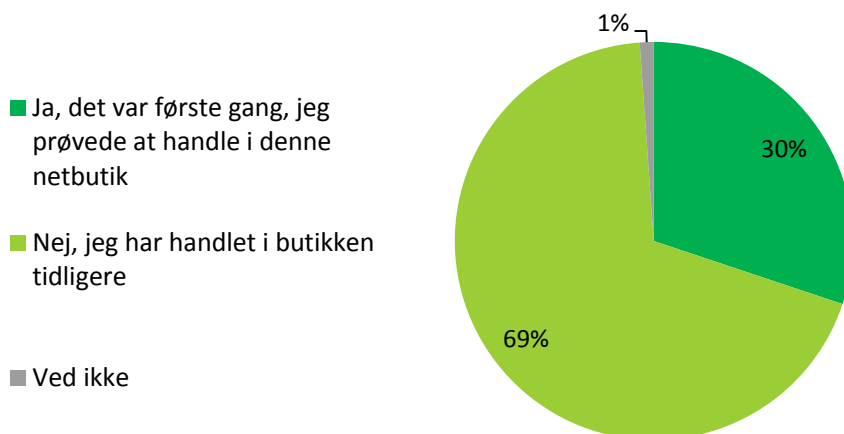
Antal besvarelser: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

Spørgsmålsformulering:

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

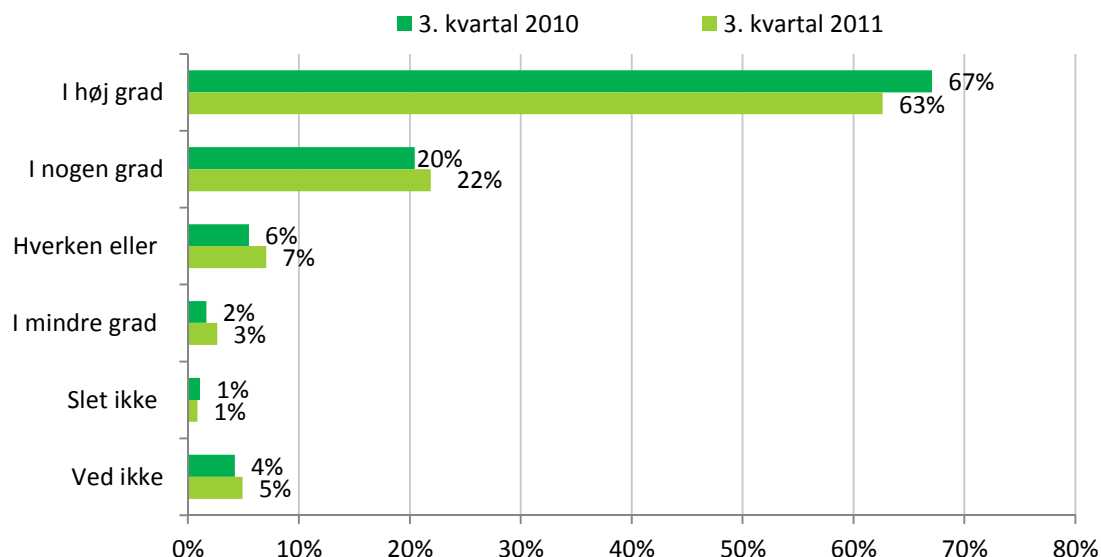
Loyalitet og tilfredshed

Godt to tredjedele af respondenterne 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 3. 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. Billedet er det samme som i 3. kvartal 2010.

Andre undersøgelser viser, at netop villigheden til at anbefale en butik (eller en vare) 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: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

Spørgsmålsformuleringer:

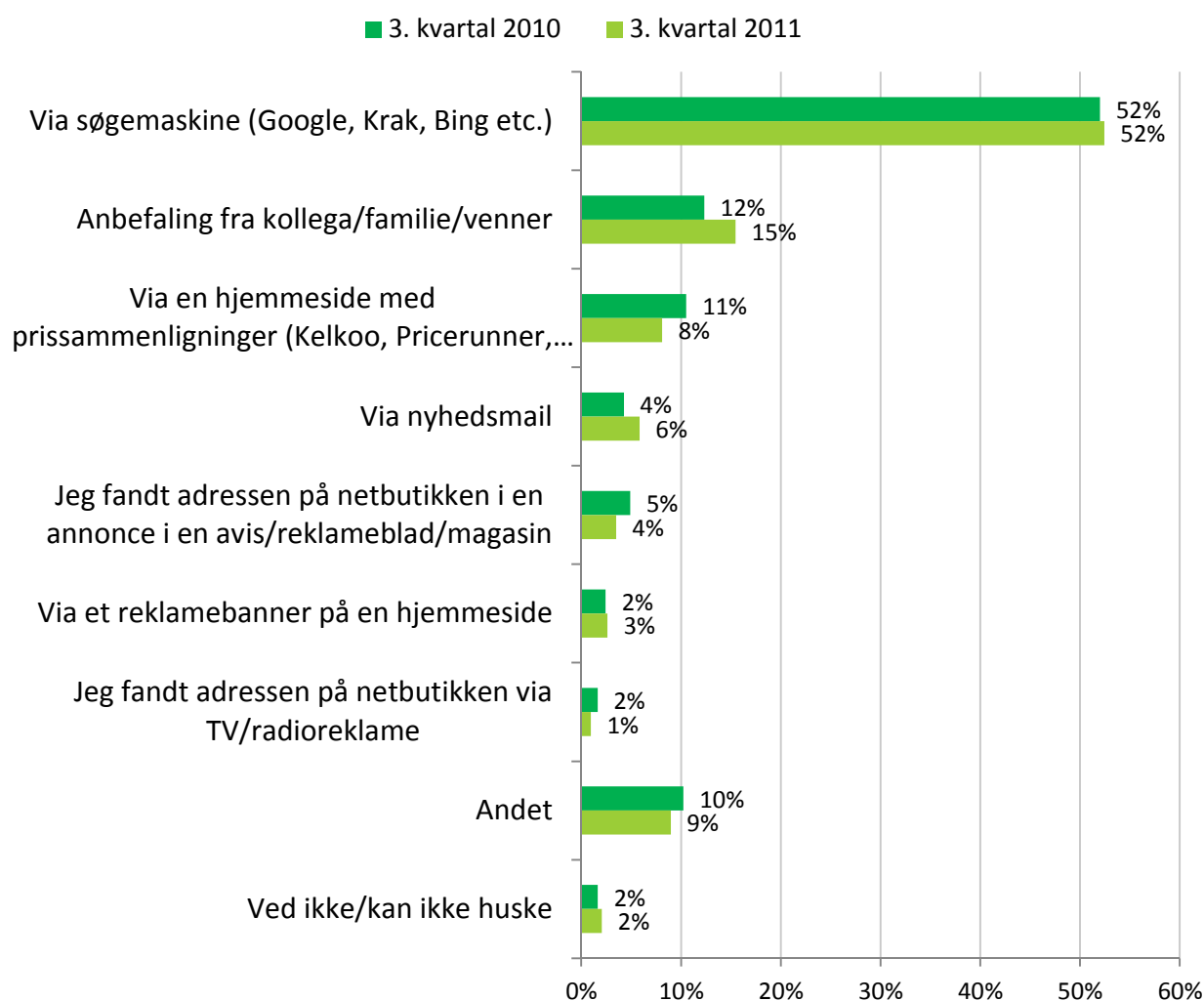
Tænk tilbage på den netbutik, du senest handlede hos. Var det første gang, du handlede her? / Forestil dig, at venner eller familie står over for at skulle købe noget, som den netbutik, du senest har handlet i, tilbyder. I hvor høj grad ville du da anbefale netbutikken?

Vejen frem til første køb i en netbutik

De, der foretog den seneste e-handel i en butik, hvor de ikke havde handlet i før, blev spurgt om, hvordan de fandt frem til butikken.

Søgemaskiner er langt den hyppigst anvendte måde at finde frem til butikker. Omkring halvdelen fandt et nyt sted at handle på denne måde, og dette har ikke ændret sig fra 3. kvartal 2010 til 3. kvartal 2011. Herefter følger anbefalinger fra kolleger, familie og venner og hjemmesider med prissammenligninger. Forholdsvis få finder frem til internetbutikker på andre måder – herunder via annoncer i trykte medier og i nyhedsbreve samt TV/radioreklamer.

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



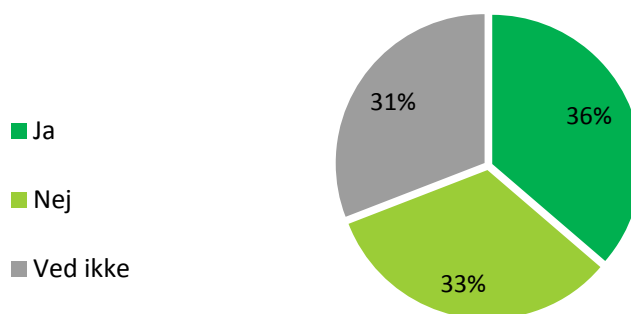
Antal besvarelser: 433 (3. kvartal 2010: 494)

Spørgsmålsformulering:

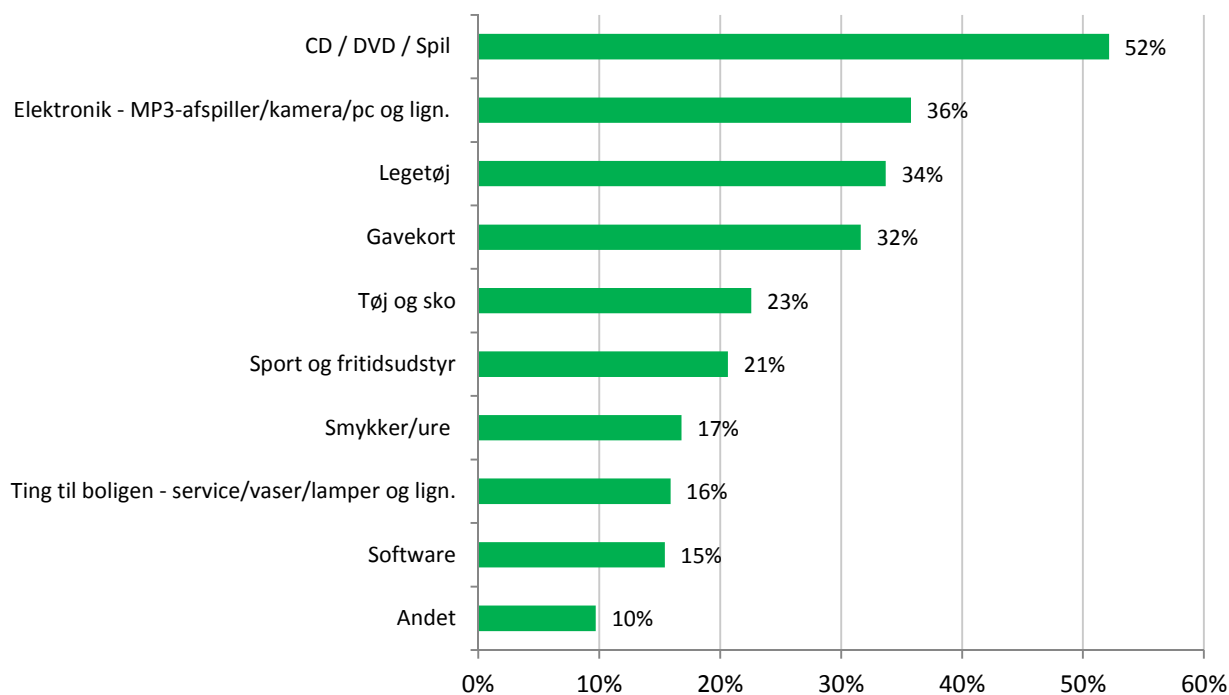
Hvordan fandt du frem til denne netbutik, som du handlede i? Vælg den kategori, der passer bedst.

Julehandel

36 % forventer i 3. kvartal af 2011 at købe julegaver på nettet, mens 33 % ikke gør. De resterende 31 % har endnu ikke besluttet sig. Spørgsmålet er stillet i september for at komme så tæt på julemåneden som muligt.



De forventede julegavekøb fordeler sig først og fremmest på CD / DVD / spil, elektronik, legetøj og gavekort. Under kategorien andet indgår blandt andet bøger.



Antal besvarelser: 399

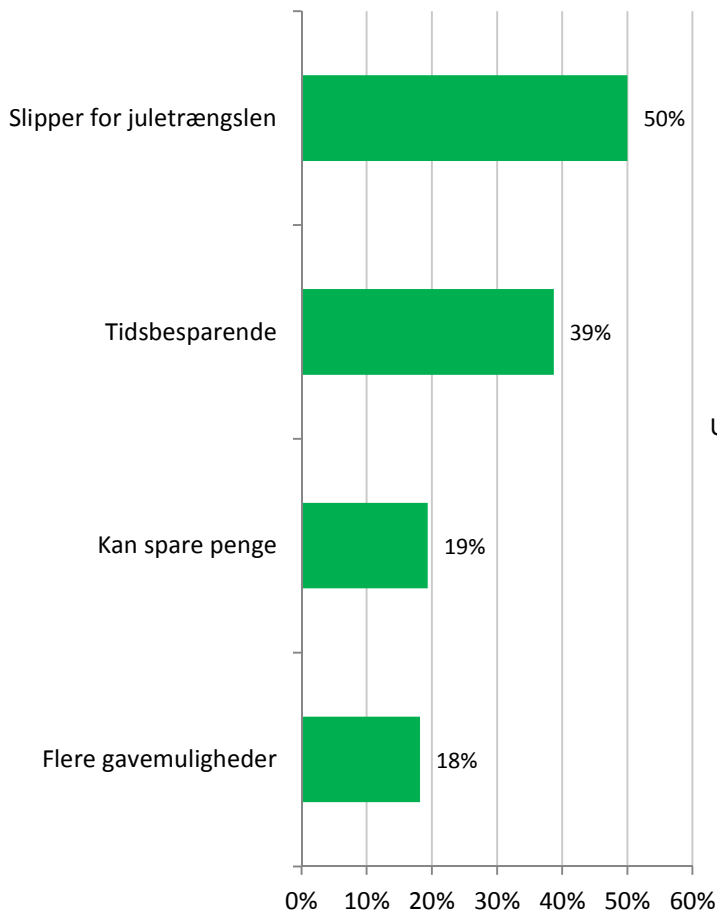
Spørgsmålsformuleringer: *Forventer du at købe julegaver på nettet i år? (øverst på siden)*
Hvilke typer gaver vil du købe? (nederst på siden)

Julehandel

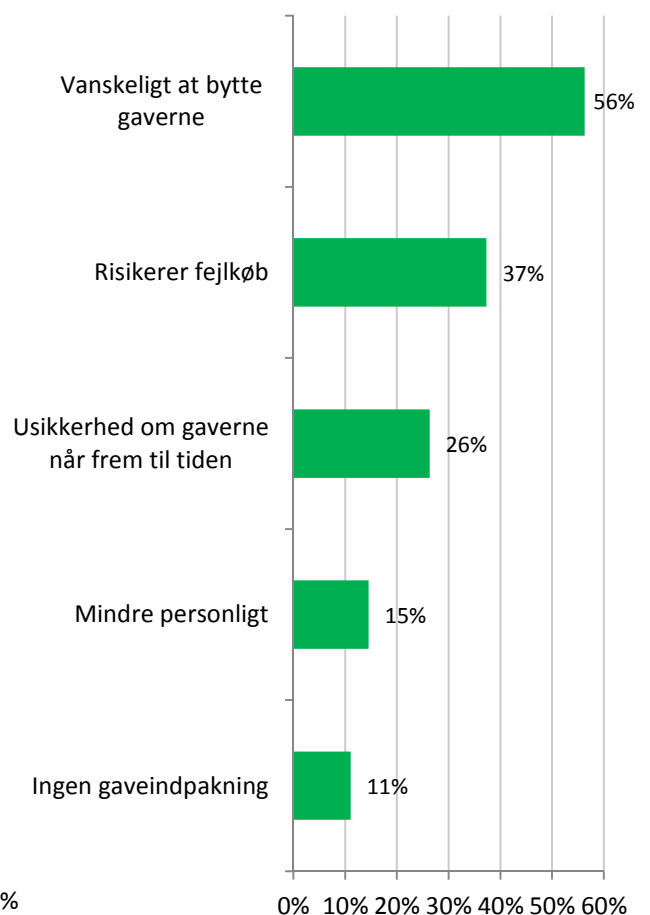
Vi har spurgt hvad danskerne betragter som de største fordele og ulemper ved at købe julegaver over nettet. Som de største fordele har knap halvdelen af dem nævnt, at man slipper for trængslen op til jul, og 39 % nævner tidsbesparelsen ved at kunne købe gaverne hjemmefra.

Den største ulempe ifølge de adspurgte er, at det kan være vanskeligt at bytte gaven, hvilket svares af hele 56 %. Også risici omkring fejlkøb spiller ind sammen med usikkerhed om, hvorvidt gaverne når frem i tide. 15 % svarer, at det er upersonligt at købe gaver på nettet.

Fordele ved at købe julegaver på nettet



Ulemper ved at købe julegaver på nettet



Antal besvarelser: 399

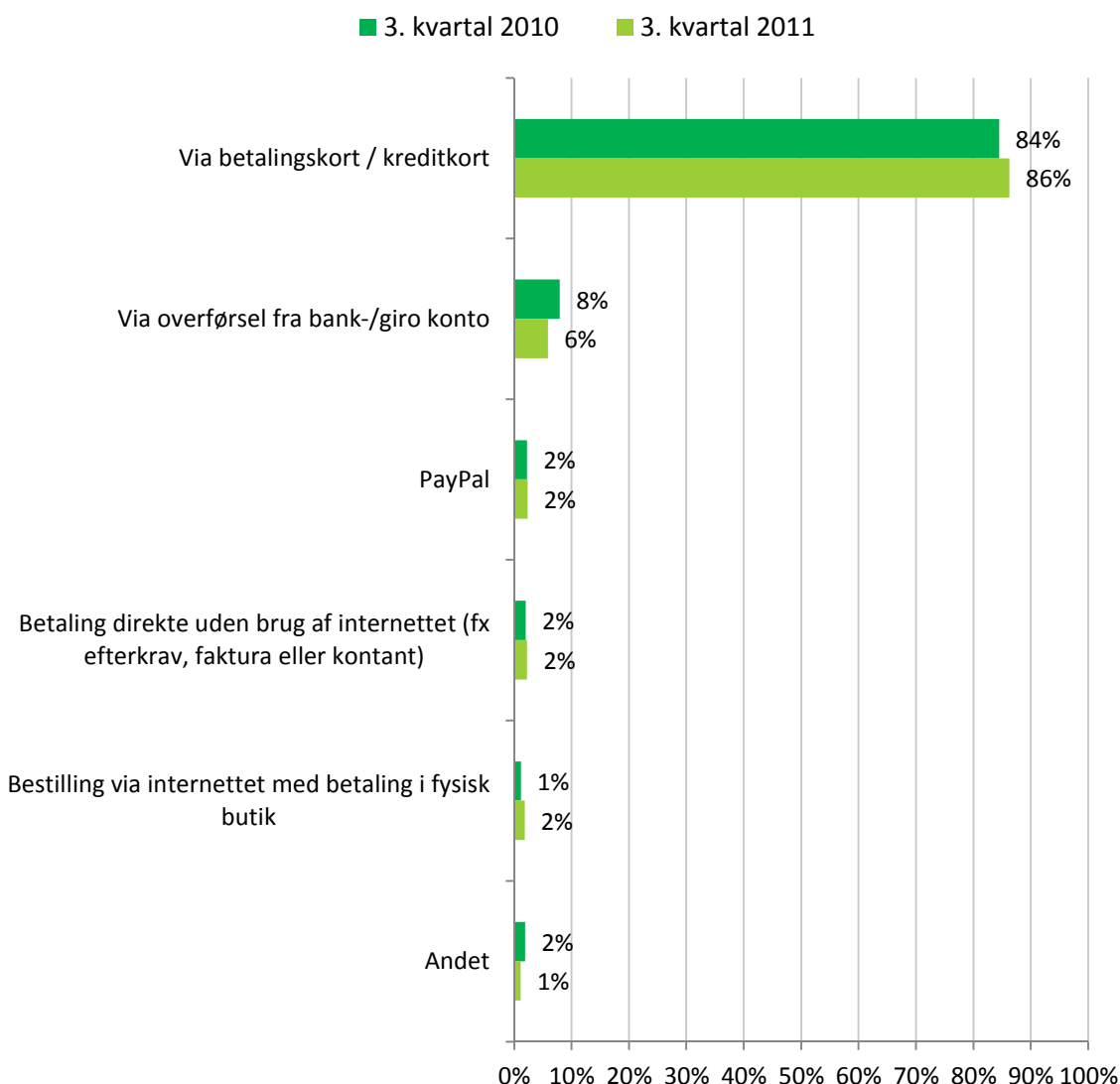
Spørgsmålsformulering: Her er nogle udsagn andre har sagt om at købe julegaver på nettet. Sæt kryds ved de tre, du er mest enig i.

Betaling ved e-handel

Langt de fleste e-handlende anvender betalingskort/kreditkort, når de e-handler, og andelen er stigende. Således brugte 84 % betalingskort ved nethandel i 3. kvartal af 2010 mod 86 % i 3. kvartal af 2011.

Den næst hyppigste betalingsform er overførsel via bank-/girokonto. Denne betalingsform er dog faldet fra 8 % til 6 % fra 3. kvartal 2010 til 3. kvartal 2011. PayPal ligger på samme niveau som i 2010.

Kun få anvender øvrige betalingsformer (efterkrav, overførsel fra bank, mv.).



Antal besvarelser: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

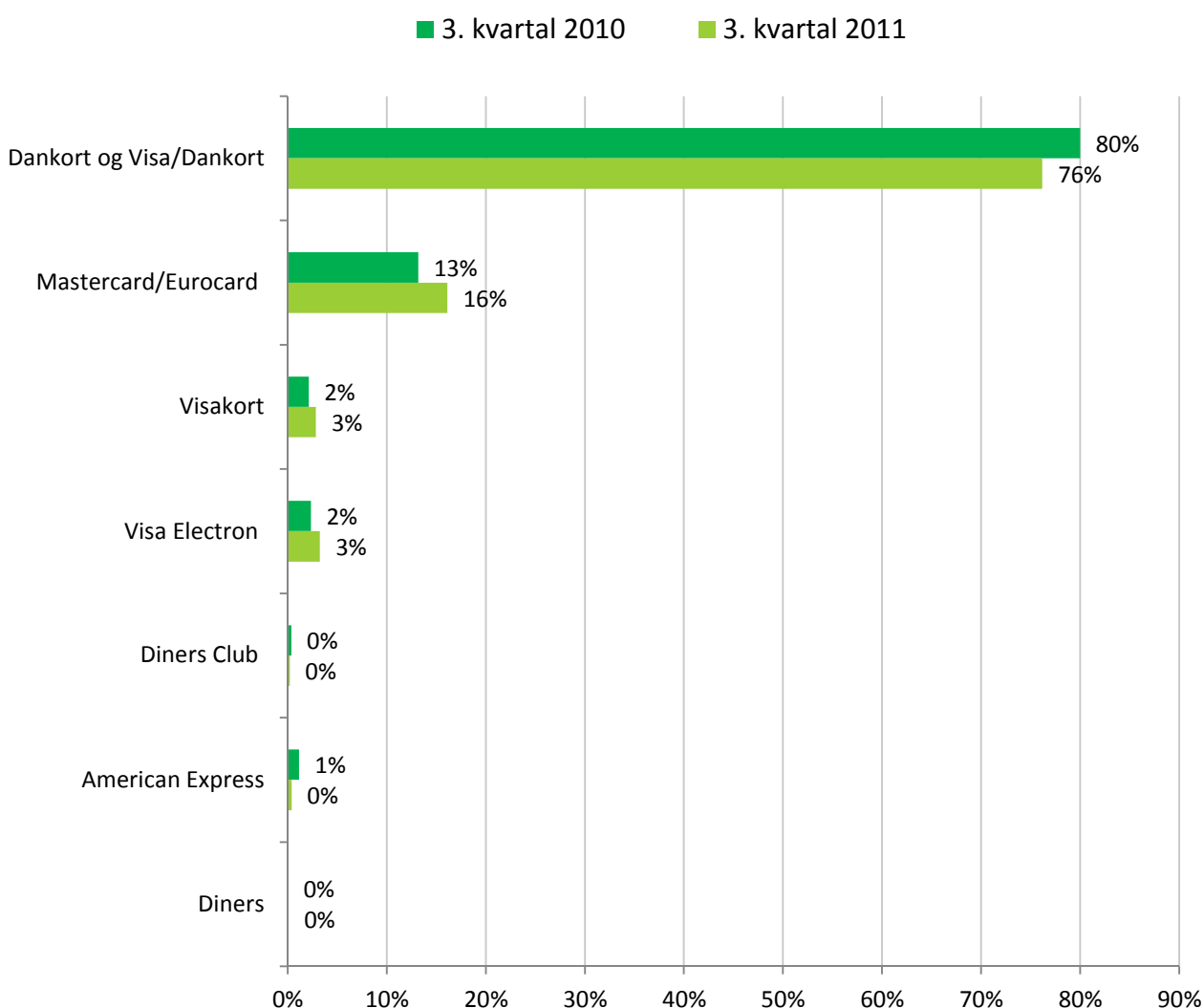
Spørgsmålsformulering:

Hvordan gennemførte du betalingen, sidst du handlede på internettet?

Dankortet er det foretrukne betalingsmiddel

Blandt de 86 %, der har brugt betalingskort til deres sidste e-handel, er det Dankort og Visa/Dankort, der hyppigst er anvendt. Det står for 76 % af betalingerne med betalingskortene.

Ud over Dankort og Visa/Dankort er det især Mastercard/Eurocard (16 %), der for alvor anvendes. Der er en tendens til at flere bruger Mastercard/Eurocard i 3. kvartal af 2011 end i 3. kvartal af 2010, og en svag tendens til at færre bruger Dankort/Visa/Dankort.



Antal besvarelser: 1.208 (3. kvartal 2010: 1.209)

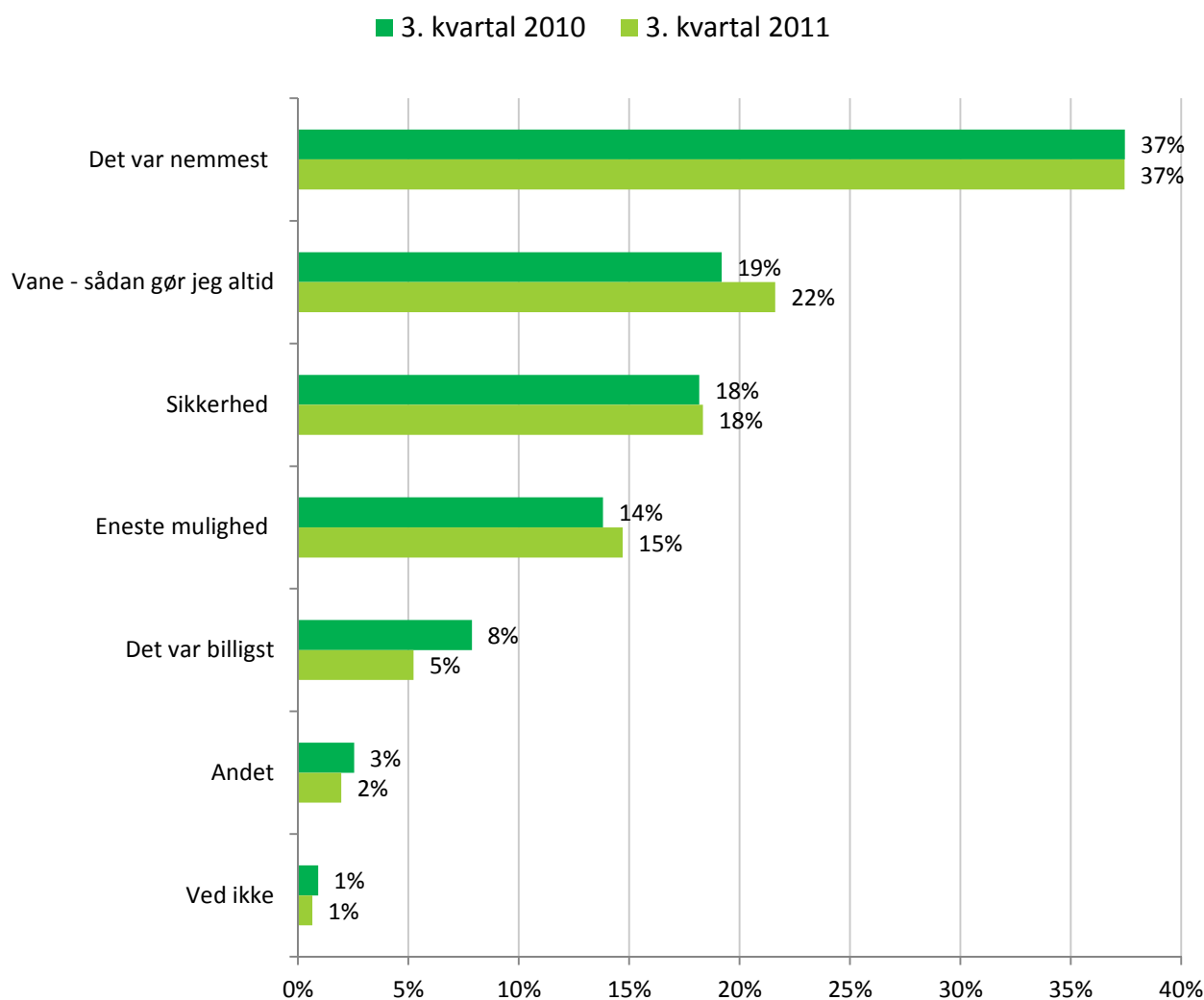
Spørgsmålsformulering:
Hvilket betalings- eller kreditkort anvendte du?

Danskernes argumenter for valg af betalingsform

Lige over en tredjedel af danskerne (37 %) valgte den givne betalingsform, fordi det var nemmest.

Det næst hyppigste argument for valget af betalingsform er, at det er en vane. Derudover angives sikkerhed, og at den givne betalingsform var den eneste mulighed, som argumenter. Det er meget få (5 %), der vælger betalingsform ud fra, hvad der er billigst.

Der er samme tendenser i 3. kvartal 2011 og 3. kvartal 2010.



Antal besvarelser: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

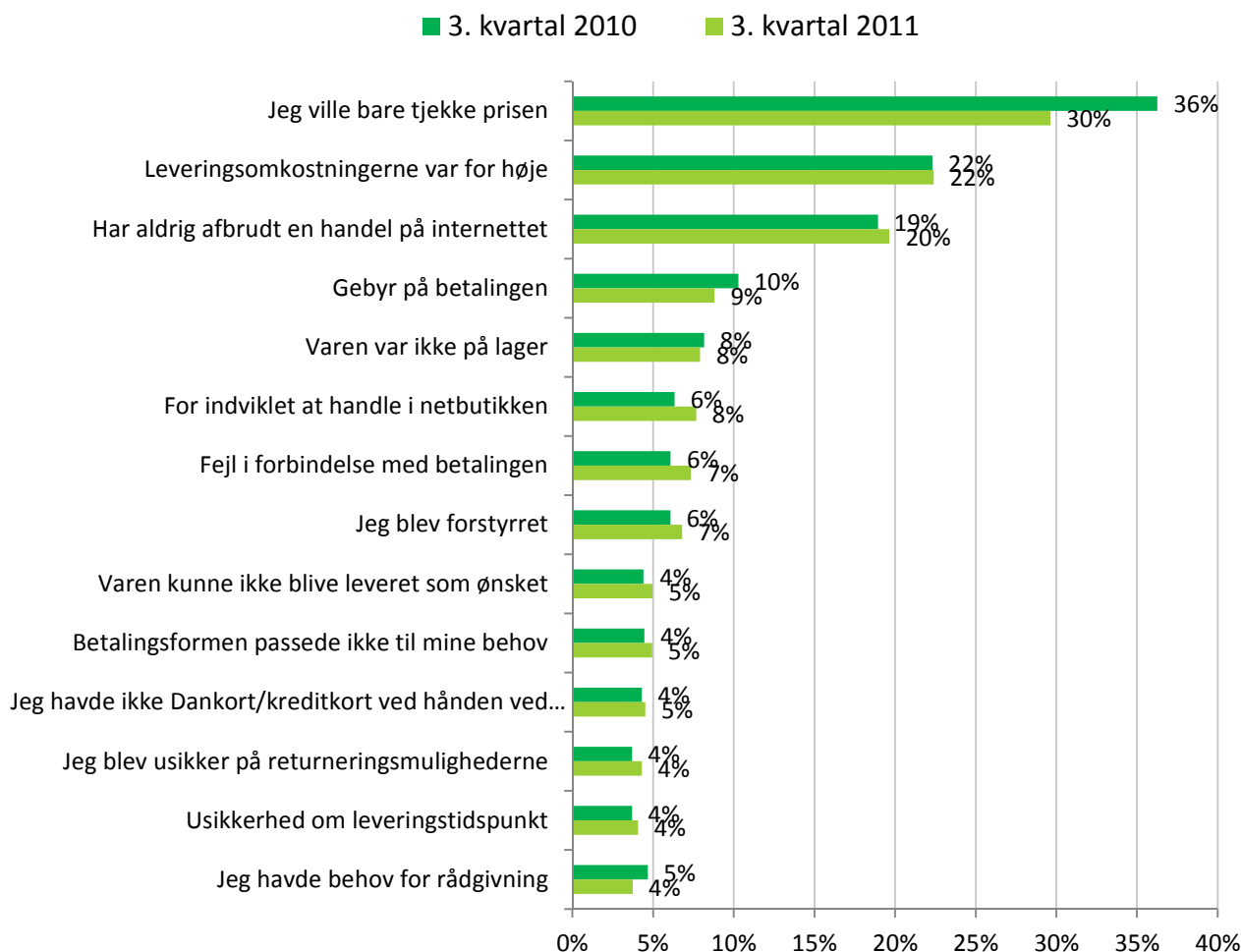
Spørgsmålsformulering:
Hvorfor valgte du denne betalingsform?

Når købet ikke bliver til noget

Det viser sig, at den vigtigste grund til afbrudte e-handler er, at kunden "blot" ønskede at kende den samlede pris - uden nødvendigvis at have til hensigt at købe varen eller serviceydelsen i dén butik eller på dét tidspunkt. En mindre andel har svaret dette i 3. kvartal af 2011 end i 3. kvartal 2010.

Den næst vigtigste grund til afbrudte e-handler er, at kunden mener, leveringsomkostningerne er for høje. Kunden har nok haft til hensigt at handle, men er blevet afskrækket af leveringsomkostningerne. En del netbutikker kan med fordel arbejde på, at den samlede pris bliver synlig tidligt i købsprocessen.

Resten af svarene er jævnt fordelt på svarmulighederne og har ikke ændret sig betragteligt fra 3. kvartal 2010 til 3. kvartal 2011.



Antal besvarelser: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

Spørgsmålsformulering:

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

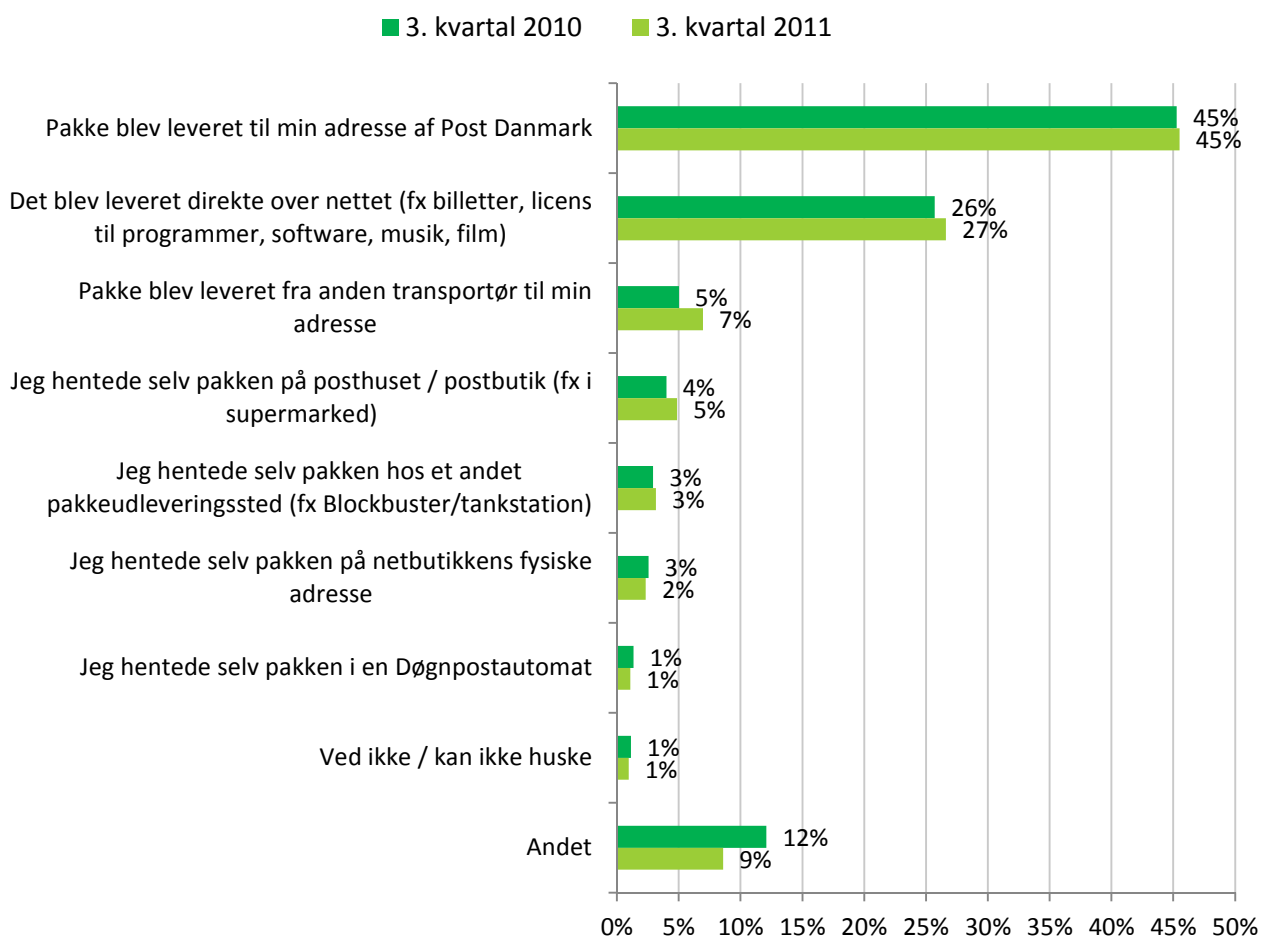
Levering

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 for fysiske varer er svagt stigende – inkl. anden transportør end Post Danmark – men anvendes af forholdsvis få.

Tallene for dette kvartal viser samme tendens som i 3. kvartal af 2010.



Antal besvarelser: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

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

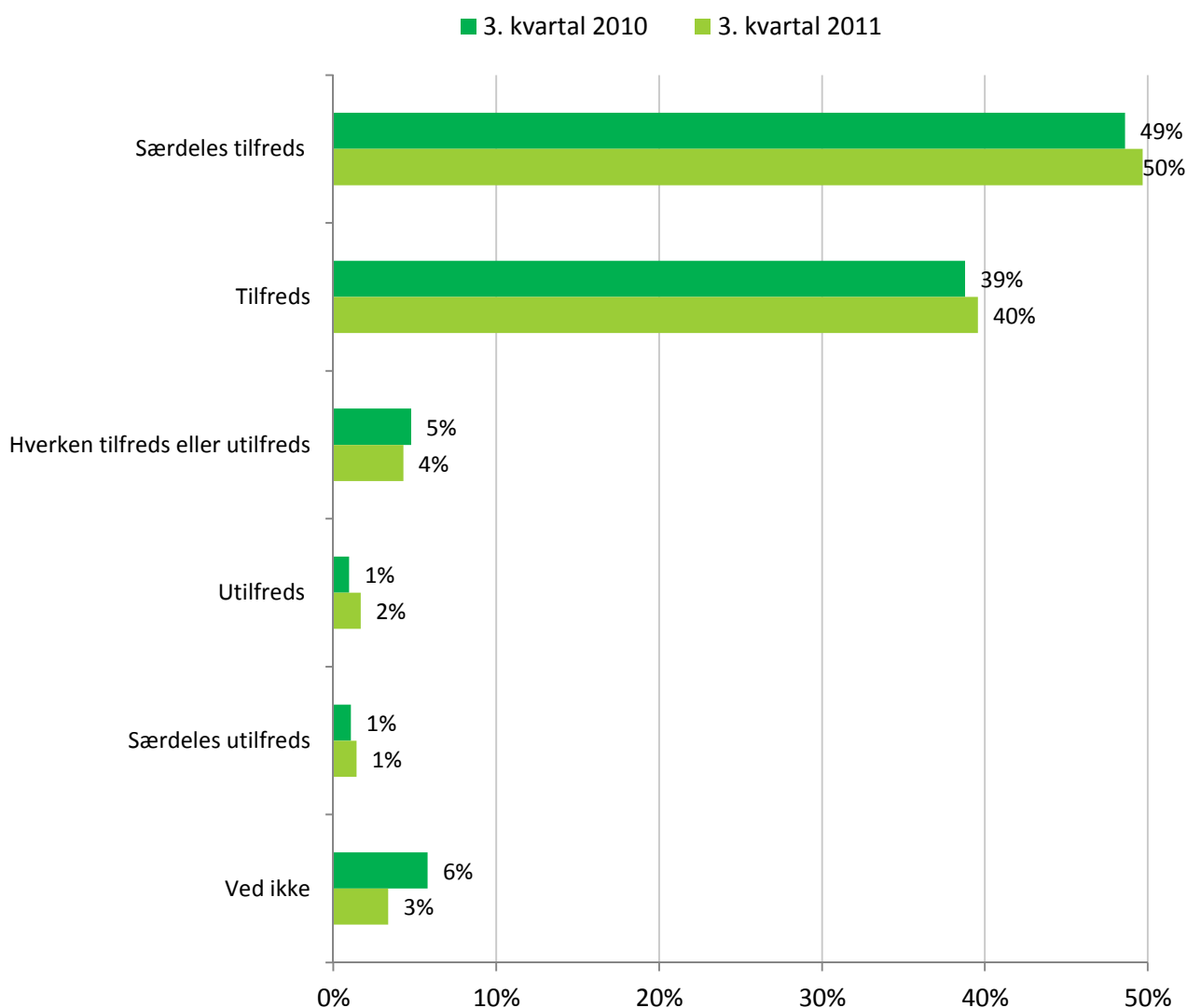
Tilfredshed med leveringen

Danskerne er tilfredse med leveringen af det, de e-handler:

90 % danskere er enten særdeles tilfredse eller tilfredse med leveringen af de fysiske varer, de senest har købt på internettet.

Stort set ingen er utilfredse. Det er i alt 3 %, som angiver, at de er utilfredse eller særdeles utilfredse med leveringen af det, de senest har e-handlet.

Tallene viser samme tendens som i 3. kvartal af 2010.



Antal besvarelser: 1.022 (3. kvartal 2010: 1.047)

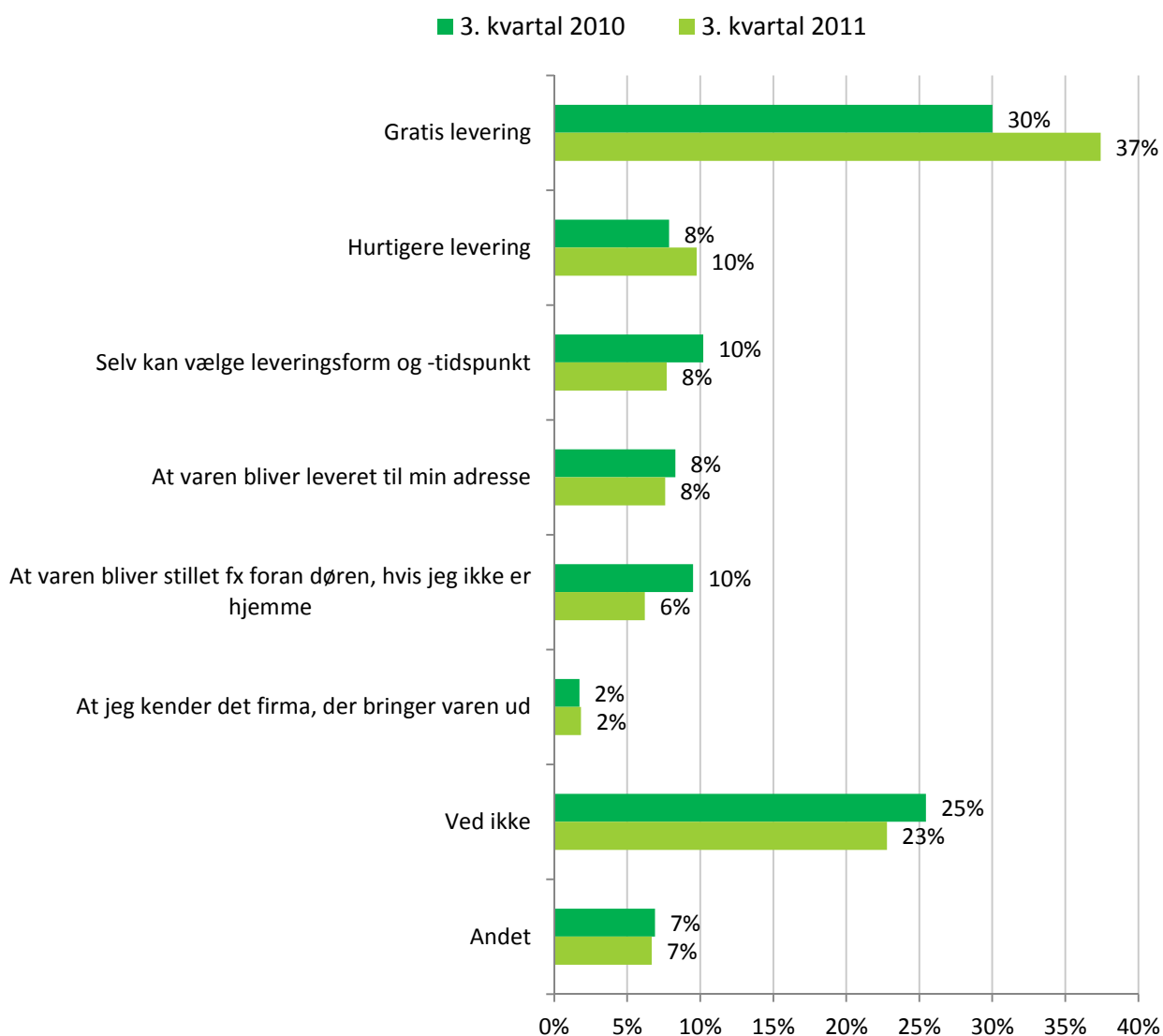
Spørgsmålsformulering:
Hvor tilfreds eller utilfreds var du med leveringen?

Idéer til øget tilfredshed

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

Det er i høj grad gratis levering – det vil sige, at leveringen er med i varens pris – der vil kunne øge tilfredsheden. Der er sket en stigning i andelen, der ønsker gratis levering fra 30 % i 3. kvartal 2010 til 37 % i 3. kvartal 2011.

Efter gratis levering er de største områder for forbedring, at kunden selv kan vælge leveringsform, og at leveringen er hurtigere.



Antal besvarelser: 1.022 (2. kvartal 2010: 1.047)

Spørgsmålsformulering:

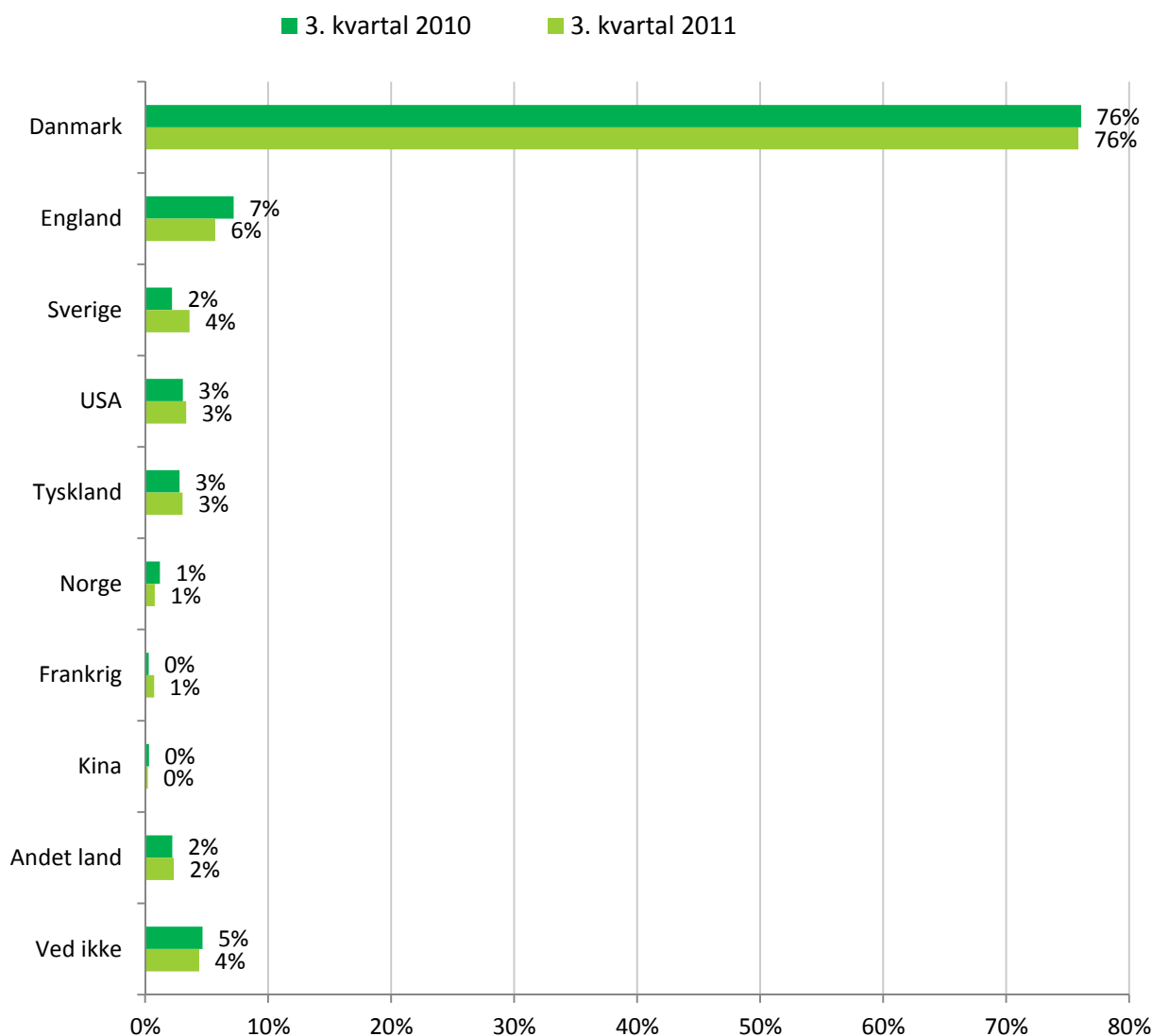
Hvad kan gøre dig mere tilfreds med leveringen næste gang, du handler på internettet?

E-handel over grænserne

Langt den største del (76 %) af danskernes e-handel sker i danske e-butikker, og det er den samme andel som i tredje kvartal i 2010. Der er således ikke sket en stigning i udlandshandlen.

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.

Det er specielt film, musik, spil og software, som købes i udlandet.



Antal besvarelser: 1.401 (3. kvartal 2010: 1.431)

Spørgsmålsformulering:

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

Den anvendte metode

Undersøgelsen er foretaget i 3. kvartal 2011 blandt Epinions Danmarkspanel. Panelet indeholder mere end 100.000 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, dvs. 18-64 årige, danskere, som handler på internettet.

Der er i alt gennemført 1.401 interview. Det betyder, at den statistiske usikkerhedsmargin (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
