

Dansk e-handelsanalyse

Forbrugerstatistik, Årsrapport 2011



Danskere som e-handler – Omsætning og varegrupper – Regioner – Kundegrupper – De mest populære netbutikker – Mobilhandel – Loyaltet og tilfredshed – Levering – Betaling

Endelig udgave – mindre redaktionelle ændringer på siderne 4, 5 og 27

Dansk e-handelsanalyses partnere:



Indholdsfortegnelse

Dansk e-handelsanalyse	Side 3
Dansk e-handel anno 2011	Side 4
Omsætning pr. varegruppe	Side 5
De mest populære varer og ydelser	Side 6
Varegruppernes gennemsnitspriser	Side 7
De mest populære internetbutikker – Top 50	Side 8
Loyalitet og tilfredshed	Side 9
Udvikling i mobilhandel	Side 10
Betaling ved e-handel	Side 11-12
Levering	Side 13-15
Dansk e-handel i kundegrupper	Side 16-27
Forbrug	Side 17
Handelshyppighed	Side 18
Varegrupper	Side 19-21
Mobilhandel	Side 22
Afbrudte køb	Side 23
Fordelene ved e-handel	Side 24
Vejen til første køb	Side 25
Gode råd om bedre tilfredshed	Side 26
E-handel i udlandet	Side 27
Regionale forskelle i e-handel	Side 28-34
Forbrug	Side 29
Handelshyppighed	Side 30
Varegrupper	Side 31-33
Mobilhandel	Side 34
Den anvendte metode	Side 35
Yderligere information	Side 36

Dansk e-handelsanalyse

Dansk e-handelsanalyse er den største og ældste undersøgelse af danskernes e-handel.

Analysen vokser og udvikler sig ligesom e-handlen, og i dette års udgave sætter vi fokus på at beskrive forskellige gruppers adfærd på nettet. Så vi har igen i år undersøgt årets resultater på kryds og tværs, og sammen med sidste års tal får vi et stærkt grundlag for at beskrive udviklingen.

Når vi krydser tallene, kan vi blandt andet dokumentere forskelle i jyders, sjællanderes, fynboers og københavnernes forbrugsmønstre på nettet, samt hvordan de +50 årige bruger flest penge på nettet, Mens de unge under 25 år bruger færrest. Til gengæld handler de oftest via mobilen.

Vi kan overordnet konstatere, at de 3 millioner danskere, der e-handled i 2011

- I alt e-handled 76 millioner gange i 2011
- Brugte 46 milliarder kroner på e-handel, heraf gik 9 milliarder kroner til udlandet
- Har tredoblet e-handel via mobiltelefon i løbet af to år
- Købte tøj og sko oftere end året før
- Købte færre bøger, tidsskrifter og aviser
- Er tilfredse med levering
- Oftest bruger Dankort til betaling

Med årsrapporten opfylder Dansk e-handelsanalyse sit mål om at være den bedste kilde til at afdække udviklingen i dansk e-handel blandt internetaktive forbrugere.

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

Derfor er vi også åbne for henvendelser om ubesvarede spørgsmål, som vi kan inddrage i det løbende arbejde med at udvikle analysen.

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

Annette Falberg
Adm. direktør

FDIH – Foreningen for Distance- og Internethandel

Dansk e-handel anno 2011

2011-udgaven af Dansk e-handelsanalyse lægger især vægt på at kortlægge, hvordan vi handler på nettet alt efter alder, og hvor i landet vi kommer fra.

Størst omsætning i flybilletter og rejser – men flest handler i tøj og sko

Der bruges flest penge på rejser og flybilletter, når danskerne handler online. Men det er de billigere varer som tøj og sko, der sælges oftest af. Også elektronik og underholdning har store dele af omsætningen på nettet.

Danskernes køb på nettet - målt på både omsætning og i antal handler på siderne 5-9

Gennemsnitskøb fra 88 kr. for take-away til 3.400 for flybilletter

I snit bruger vi 3.400 kr. på flyrejser, mens vi kun bruger 88 kr., når vi bestiller pizza, sushi og anden take-away mad.

Ny opgørelse af gennemsnitskøb og prisspænd for varegrupper på side 7

De 50+ årige står for 41 pct. af omsætningen i e-handel

Nøgletal for forskellige grupper viser at de 50+ årige er de mest attraktive kunder på nettet, da de bruger mere end 4 ud 10 kroner, som danskerne bruger på nettet. De unge handler ofte, men omsætter for mindst. Til gengæld bruger de mobilen mere intensivt end andre aldersgrupper.

Dansk e-handel i kundegrupper på siderne 16-27

Nordjyderne bruger mest pr. køb

Københavnerne er nok de mest aktive på nettet, men det er nordjyderne, der i gennemsnit bruger mest pr. køb. Måske fordi de også er dem, der køber flest rejser.

Regionale forskelle i e-handel siderne 28-34

Mobilhandlen er tredoblet fra 1. kvartal 2010 til 4. kvartal 2011

Der har været kraftig vækst i andelen, der bruger mobiltelefon til e-handler fra kvartal til kvartal. Og udviklingen fortsætter. 27 pct. af de unge under 25 år har handlet med mobil telefon, men andre aldersgrupper følger pænt med.

Mobil e-handel stormer frem på side 22 og 34

Rekordomsætning på e-handel – og stort køb i udlandet

Danskerne handlede online for over 46 mia. kr. i 2011, og det er en stigning på 15 pct. i forhold til 2010. Men også køb i udenlandske netbutikker stiger, så vi lagde 9 mia. kr. i udenlandske netbutikker.

Omsætning i e-handel og grænsehandel via nettet på side 27

(Bemærk – på denne side er sidetal og rækkefølge af afsnit rettet i forhold til den først publicerede udgave fra 7. februar 2012 – ligeledes er der mindre redaktionelle rettelser på siderne 5 (tilføjelse af procentsatser på figur og totalomsætningen på 46 mia. kr. er tilføjet på side 27)

Omsætning pr. varegruppe

På dette slide er der fokuseret på fordelingen af totalomsætningen i 2011 på varegrupper. Den totale omsætning på e-handel er omkring 46 mia. kroner, hvilket både omfatter handel med fysiske og ikke-fysiske varer.

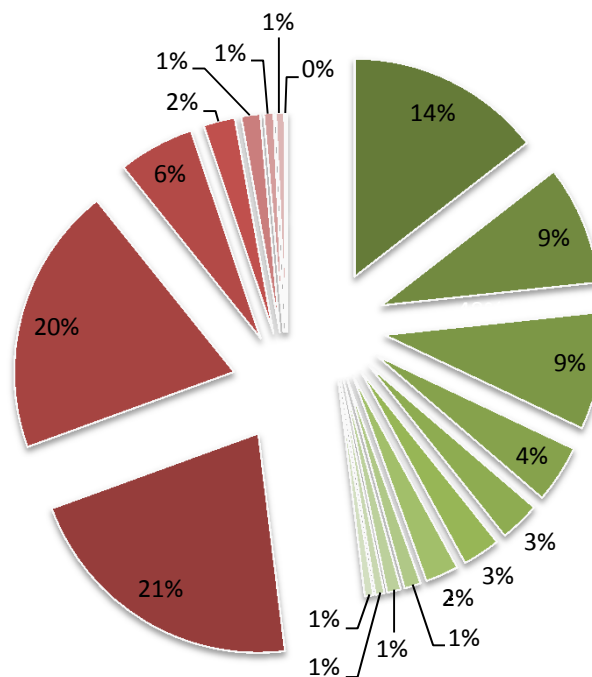
Omsætningen af fysiske varer på nettet udgør som nævnt 48% af totalomsætningen, mens handel med ikke-fysiske varer udgør 52%.

Blandt de fysiske varer er det computerhardware og elektronik, ting til boligen og beklædning som fylder mest - de udgør over halvdelen af omsætningen af fysiske varer.

Rejser og flybilletter udgør tre fjerdedele af omsætningen af ikke-fysiske varer.

Ikke-fysiske varer

- Rejser
- Flybilletter
- Underholdning
- Togbilletter
- Optankning af mobiltelefon
- Computersoftware - downloads
- Film/musik/spil/anden underholdning - downloads / adgang til
- Bøger og tidsskrifter/aviser - downloads



Fysiske varer

- Computerhardware og elektronik
- Beklædning (tøj og sko)
- Bolig
- Personlig pleje og lægemidler
- Bøger og tidsskrifter/aviser - fysisk leveret
- Udstyr og tøj til sport og fritid
- Film/musik/spil - fysisk leveret
- Dagligvarer og ikke tilberedt mad
- Computersoftware - fysisk leveret
- Mad tilberedt
- Smykker

Antal besvarelser: 2011: 3.595

Spørgsmålsformulering: *Hvad var det sidste, du købte på nettet? / 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 varer og ydelser (i antal)

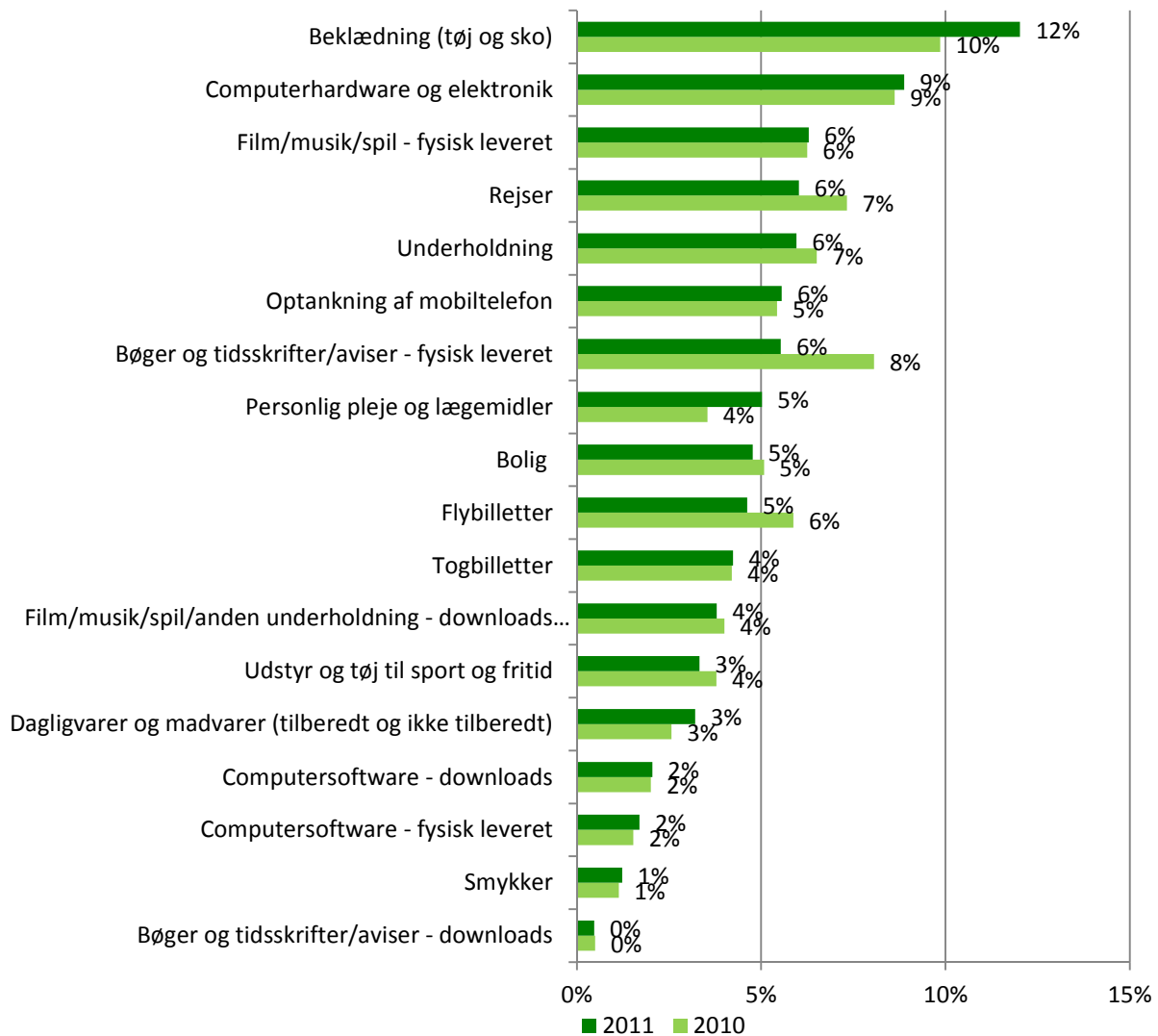
Der er forskel varegruppernes andel, at efter om man måler e-handlen i omsætning (kr. og øre) eller i antal handler.

Når man måler e-handlen på fysiske og ikke-fysiske varer på antal handler, udgør fysiske varer 61 % af alle handler, mens 39 % af handlerne er ikke-fysiske varer. (målt på omsætning udgjorde fysiske varer 48 %, og de ikke-fysiske varer 52 %, side 8)

Figuren herunder viser, at beklædning (tøj og sko) var den mest populære vare målt i antal. Der har været en stigning på to procentpoint siden 2010. Efter beklædning følger computerhardware og elektronik og film/musik/spil – fysisk leveret.

Tendenserne er i 2011 stort set de samme som i 2010, men siden 2010 er bøger og tidsskrifter/aviser – fysisk leveret faldet fra at være den 3. mest købte vare til den 7. mest købte.

Der er også et lille fald i salg af antal flybilletter og rejser.



Antal besvarelser: 2010: 5.023, 2011: 4484

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

Dansk e-handelsanalyses partnere:



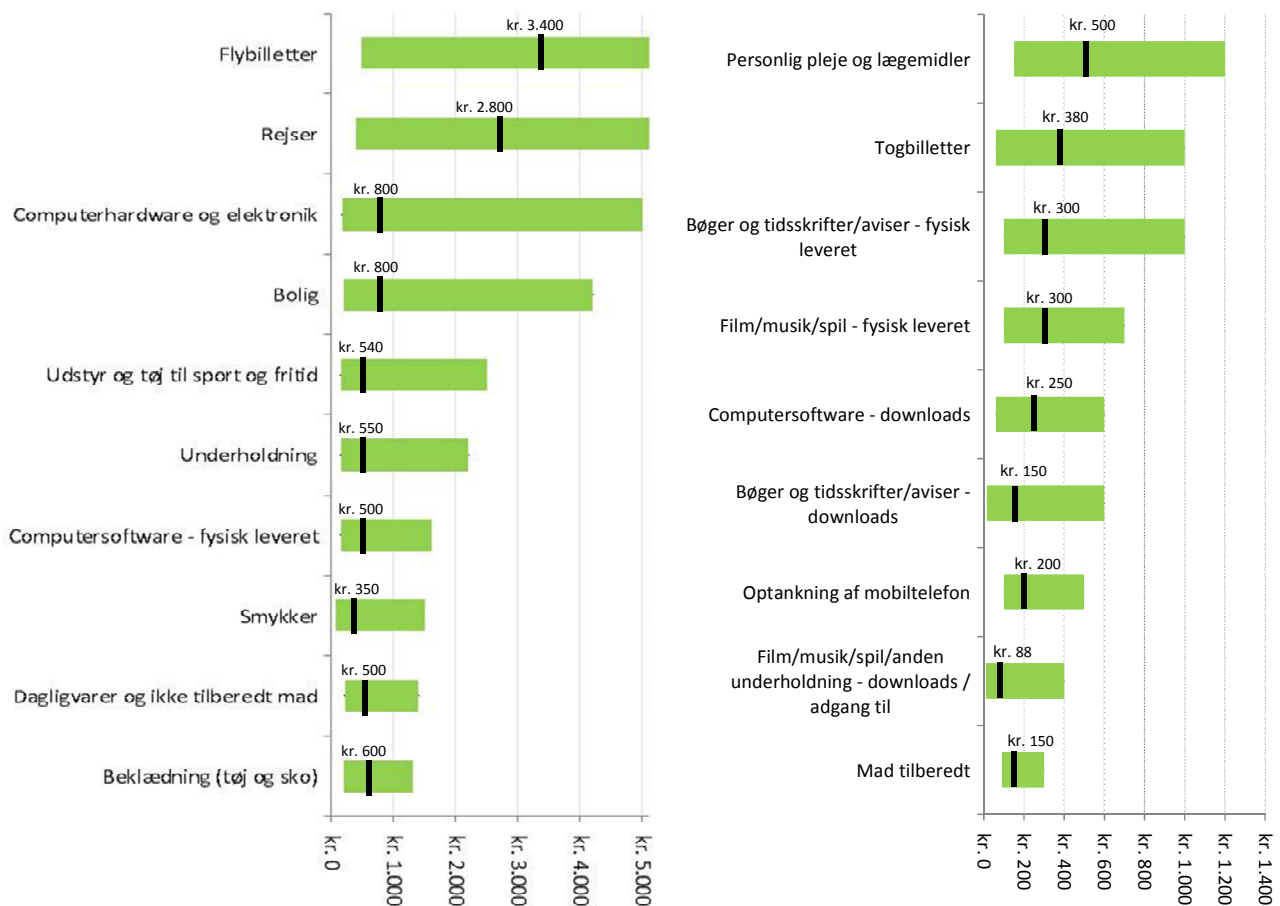
Varegruppernes gennemsnitspriser

Figuren viser fordelingen af priser for de forskellige varegrupper i 2011. De grønne felter viser prisspektret for de enkelte varer, når de 10% laveste og 10% højeste priser er fjernet – dvs. hvor de midterste 80% af varepriserne er placeret.

Den sorte streg indikerer placeringen af medianprisen, dvs. den midterste pris.

Figuren viser, at der er nogle varegrupper der har et stort prisspænd, mens der er andre, der har et meget lavere prisspænd.

Tilberedt mad (nederst til højre) har således et forholdsvis lille prisspænd.



Figuren til højre viser fordelingen af priser for fysiske varer og figuren til venstre viser fordelingen af priser for ikke fysiske varer.

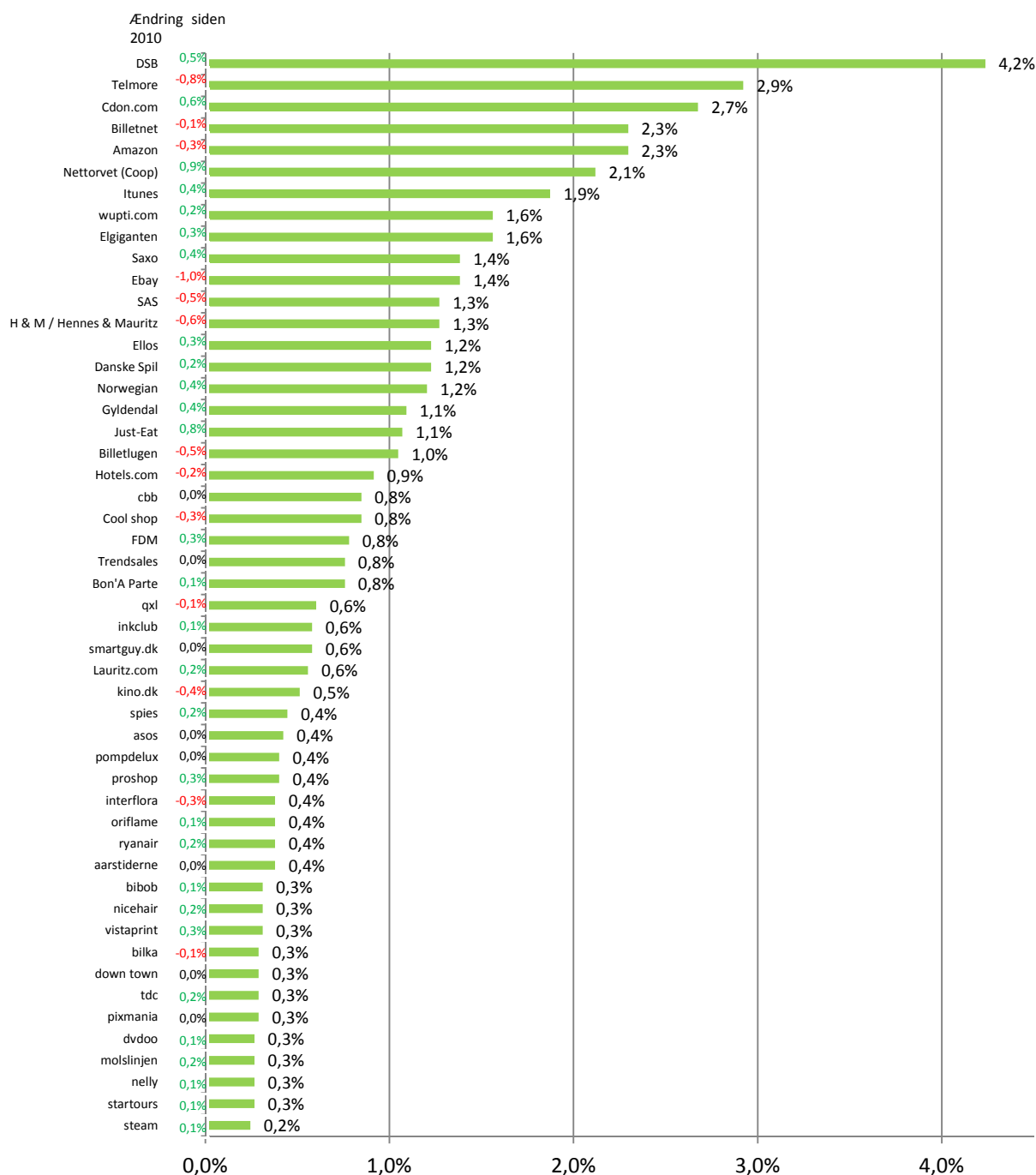
Antal besvarelser: 4.484

Spørgsmålsformulering: *Hvad var det sidste, du købte på nettet? /Hvor mange penge brugte du sidst, du købte eller bestilte varer, serviceydelser, abonnemeter eller downloads via internettet (danske kroner eller omregnet til danske kroner)?*

De mest populære netbutikker – Top 50

Figuren viser Danmarks 50 mest populære internetbutikker i 2011 målt i antal handler.

Top 50 udgør i alt 48% af markedet, mens de 10 største udgør 23% af markedet. Kolonnen med røde og grønne tal viser ændringen siden 2010. Røde tal indikerer et fald, mens grønne indikerer en stigning.



Antal besvarelser: 2011: 4.484 og 2010: 5.006

Spørgsmålsformulering: *Kan du huske navnet på netbutikken, du senest handlede i?*

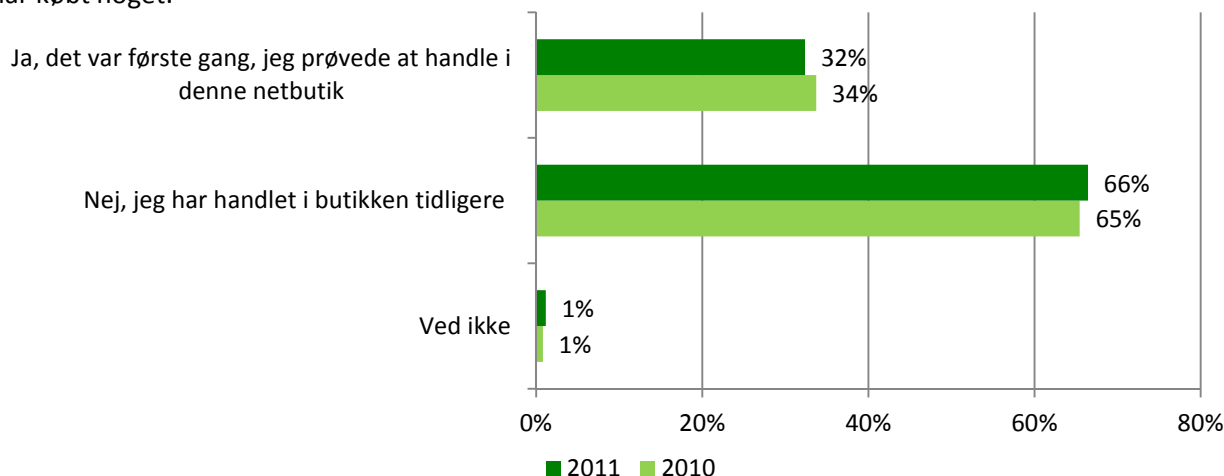
Dansk e-handelsanalyses partnere:



Loyalitet og tilfredshed

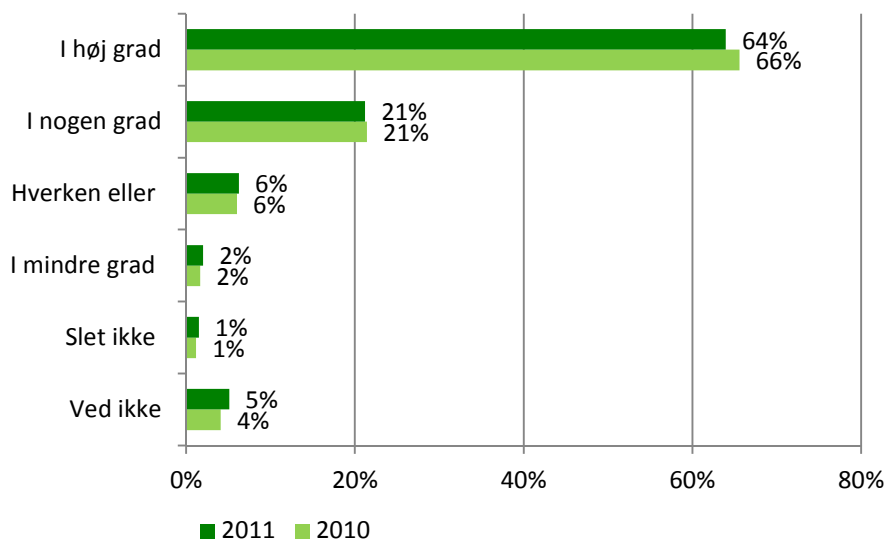
Kundernes loyalitet i forhold til de butikker hvor de e-handler er høj. Loyaliteten er uændret i forhold til 2010.

Det ses blandt andet ved, at to ud af tre har gjort deres seneste handel i en e-butik, hvor de har handlet tidligere. Den resterende tredjedel har senest e-handlet i en butik, hvor de ikke tidligere har købt noget.



To ud af tre e-handlende vil i høj grad anbefale den internetbutik, de senest handlede i, til andre. Det er en stærk indikation på, at kunderne er tilfødse. Yderligere en femtedel vil i nogen grad anbefale internetbutikken. Tendenserne i 2011 er de samme som i 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 loyal. Tallene viser derfor, at danskerne i høj grad er loyale over for og tilfødse med internetbutikkerne.



Antal besvarelser: 2010: 5.023 2011: 4.484

Spørgsmålsformuleringer:

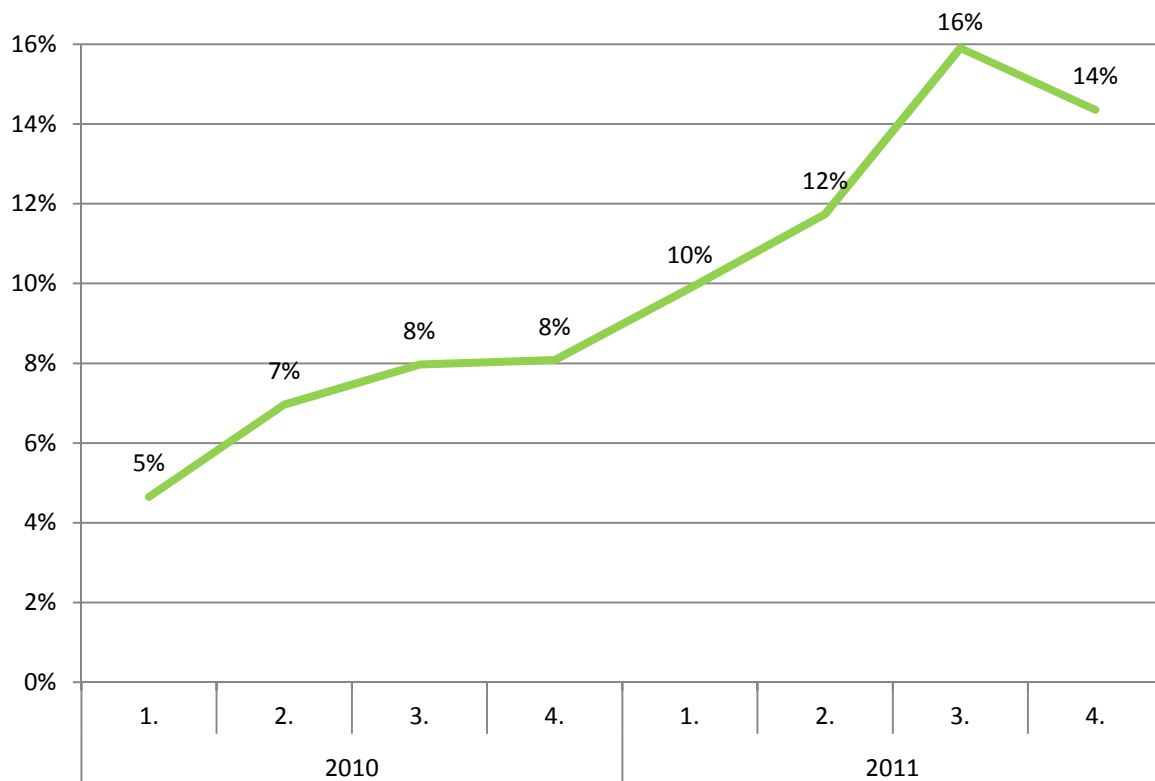
Tænk tilbage på den netbutik, du senest handlede hos. Var det første gang, du handlede her? / Forestil dig, at venner eller familie står over for at skulle købe noget, som den netbutik, du senest har handlet i, tilbyder. I hvor høj grad ville du da anbefale netbutikken?

Mobilhandel steget 300 pct. siden 2010

E-handel via mobiltelefoner er tredoblet siden starten af 2010, ligesom der er sket en fordobling i 2011 alene. Den kraftige stigning skyldes formentlig både den større udbredelse af smartphones og danskernes større fortrolighed med e-handel.

Den mobile e-handel er steget i stort set alle kvartaler. 4. kvartal er dog undtagelsen fra tendensen i både 2010 og 2011. Der købes nemlig primært julegaver via pc, fremfor mobiltelefonen.

Den kraftige stigning i mobilhandlen er i høj grad drevet af de unge under 25 år, da der blandt denne gruppe handler er godt en tredjedel som e-handler via mobilen. Men også mange af dem mellem 25 og 50 år handler via mobilen, det er godt 20 %. Blandt dem over 50 årige er det kun få der handler via mobilen. Der er altså store generationsforskelle inden for mobilhandlen.



Antal besvarelser: 9.505 (I alt for 2010 og 2011)

Spørgsmålsformulering:

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

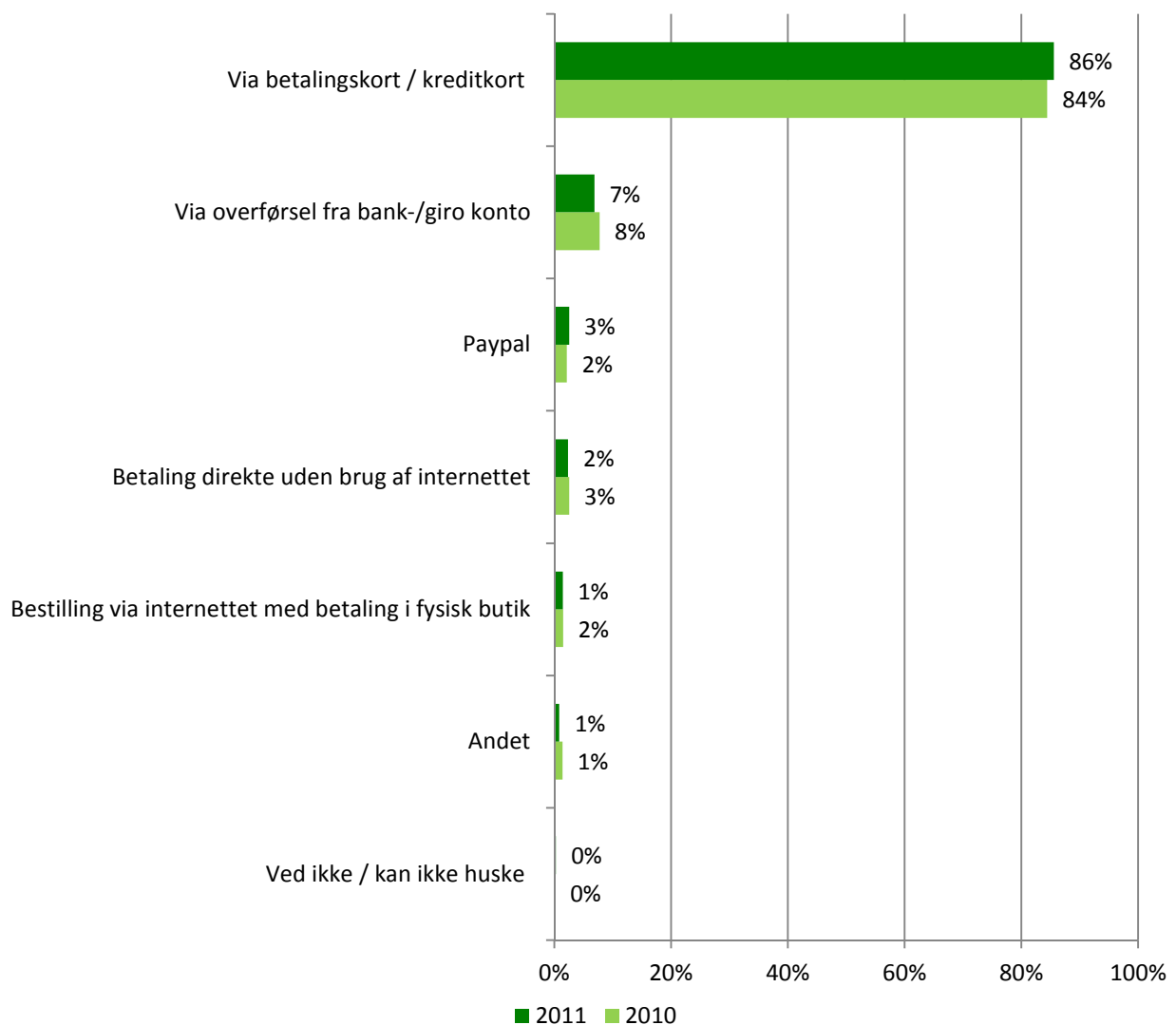
Betaling ved e-handel

Langt størstedelen af danskerne anvender betalingskort/kreditkort, når de e-handler. 86% bruger betalingskort ved nethandel, hvilket er en stigning på 2 procentpoint siden 2010.

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

Kun få anvender øvrige betalingsformer (efterkrav, betaling i fysisk butik, PayPal).

9 ud af 10 af de unge bruger betalingskort, hvilket kun er tilfældet for 8 ud af 10 af personer over 64 år. Personerne over 64 år, som ikke bruger kreditkort, bruger i højere grad end de øvrige kundegrupper bankoverførsler/girokort.



Antal besvarelser: 2010: 5.023 / 2011: 4.483

Spørgsmålsformulering:

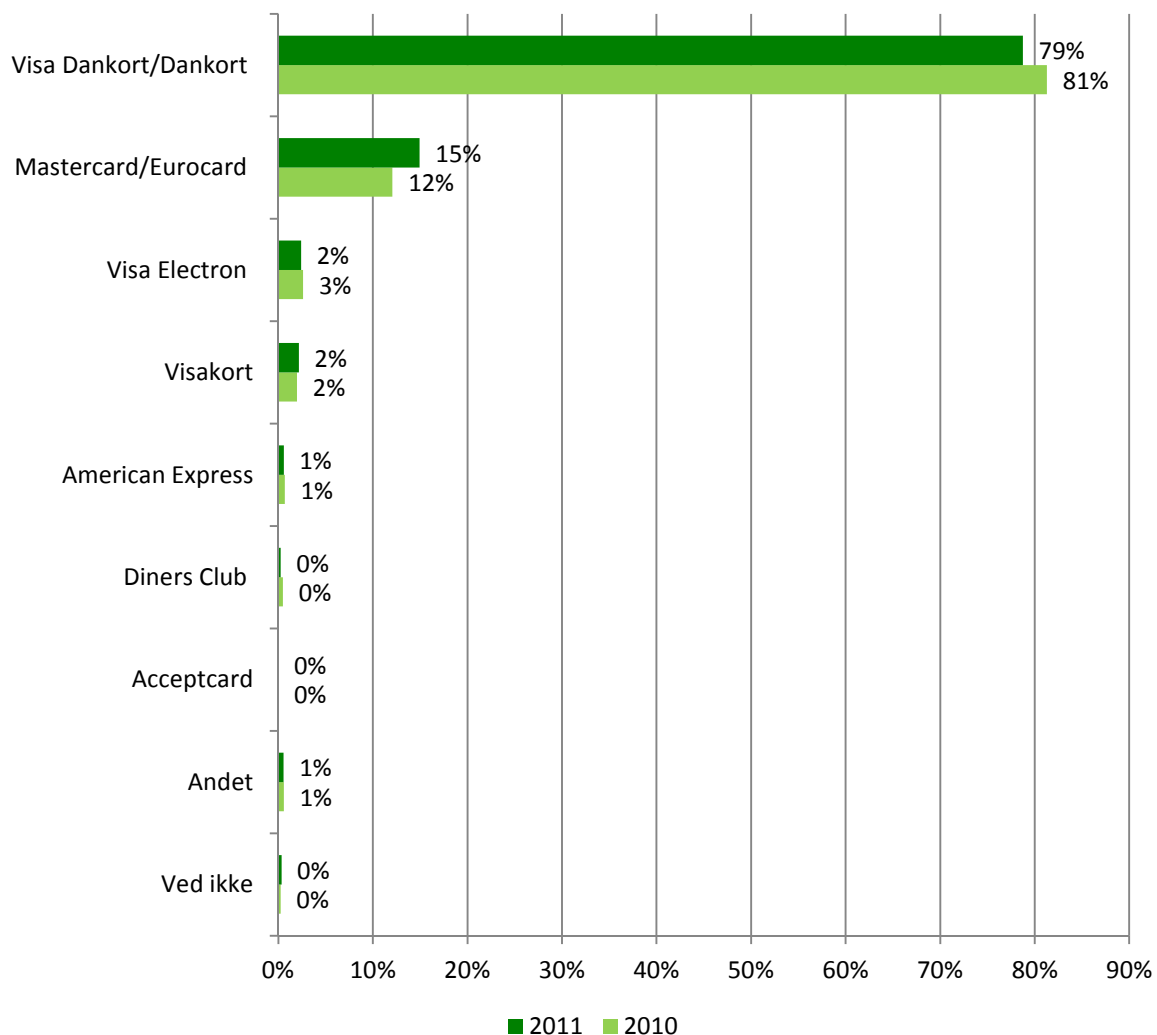
Hvordan gennemførte du betalingen, sidst du handlede på internettet?

Dankortet er det foretrukne betalingskort

Blandt dem, 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 anvendes kort.

Da 86% (jf. foregående side) af samtlige e-handler betales med betalings- eller kreditkort, tegner Dankortet sig for 68% af danskernes samlede e-handel, eller godt 7 ud af 10 e-handler betales med Dankort. Ser vi på betalings- og kreditkortene, er det især Mastercard/Eurocard (15%), der for alvor anvendes ud over Dankort, og brugen af Mastercard er steget med tre procentpoint siden 2010.

Omsætningen for e-handel skønnes at være omkring 46 mia. kr. for hele 2011, hvilket både omfatter handel med fysiske og ikke-fysiske varer.



Antal besvarelser: 2010: 4.237 / 2011: 3.837

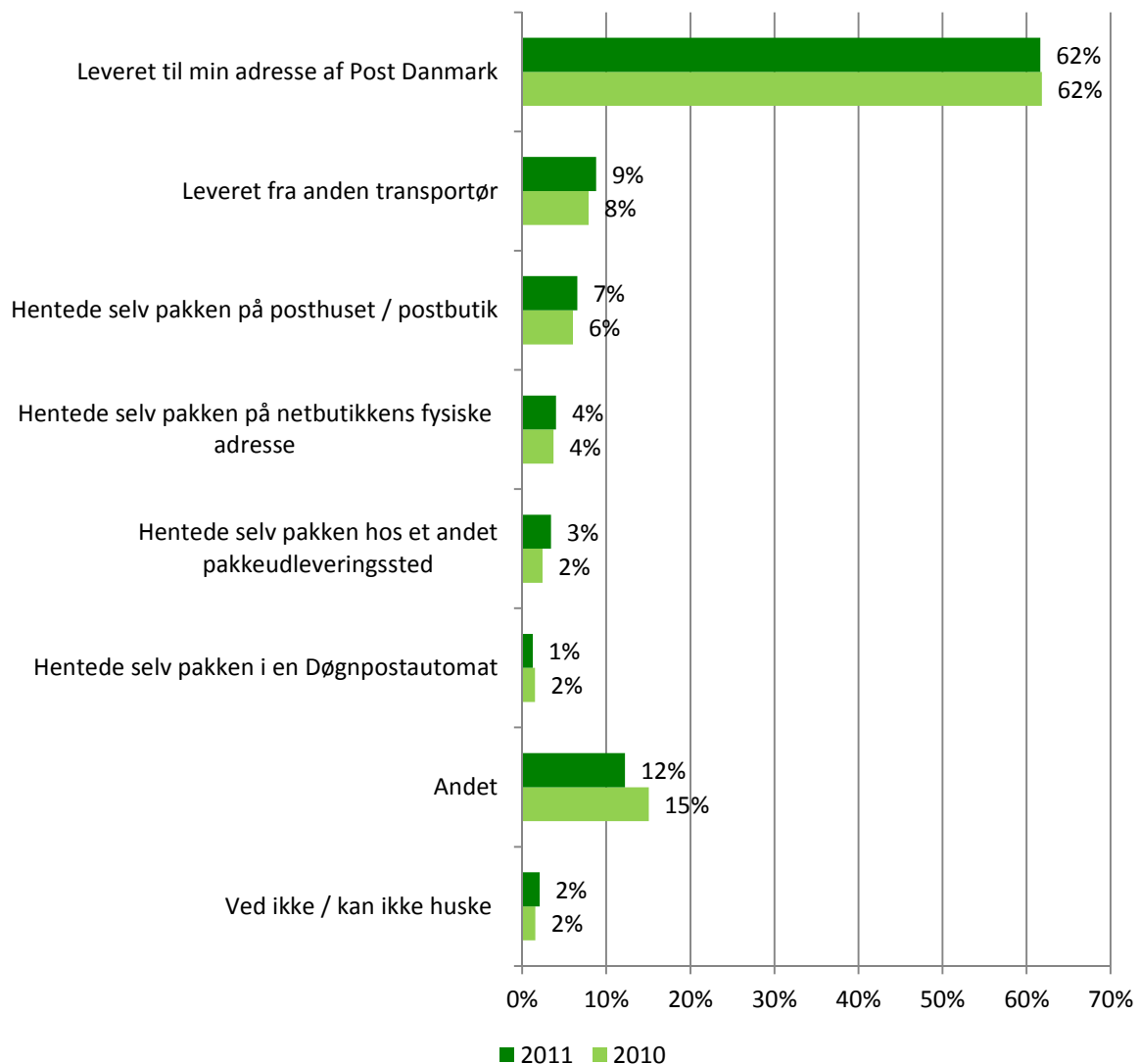
Spørgsmålsformulering:
Hvilket betalings- eller kreditkort anvendte du?

Levering

Levering via Post Danmark direkte til adressen er den mest udbredte leveringsform. 6 ud af 10 af benytter denne leveringsform, når de e-handler.

Omkring 15 % har selv hentet deres pakke på posthuset, på netbutikkens adresse eller et andet sted.

De øvrige leveringsmuligheder – inkl. anden transportør end Post Danmark – anvendes af forholdsvis få.



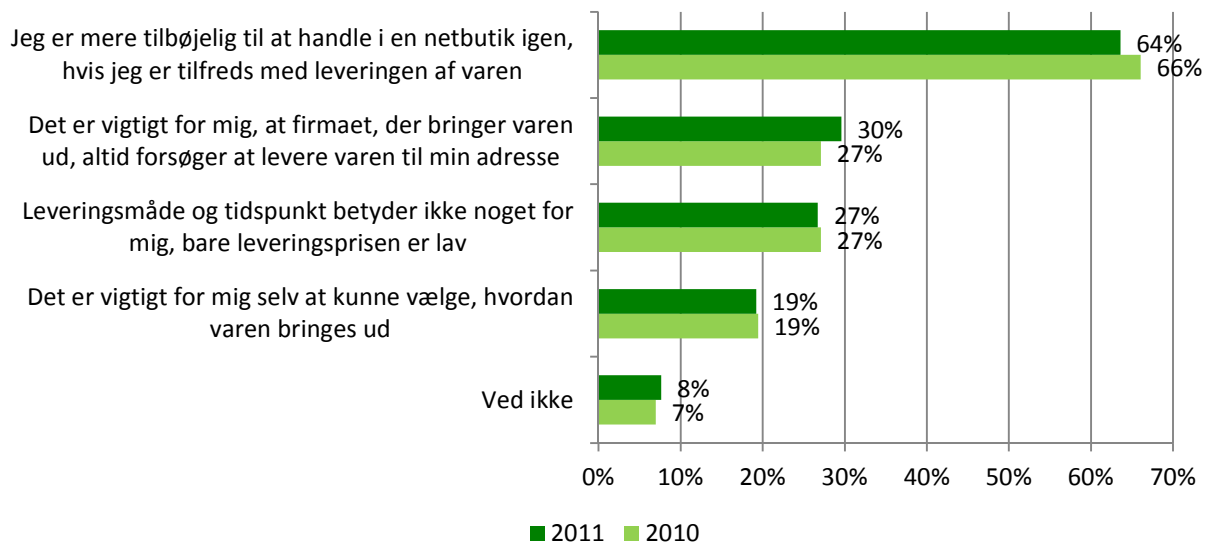
Antal besvarelser: 2011: 4.484/ 2010: 5.020

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

Leveringens betydning for lyst til at e-handle

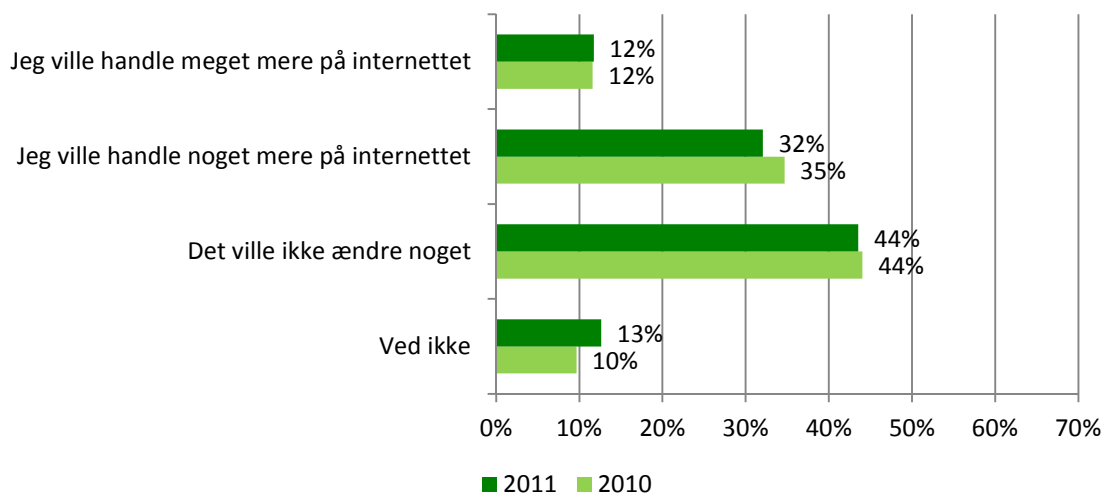
Hvilke af følgende udsagn synes du passer på det at handle på nettet?

To tredjedele er mere tilbøjelige til at handle i samme netbutik igen, hvis de var tilfredse med leveringen. Herefter nævnes vigtigheden af, at varen leveres til adressen, og at prisen er lav.



Ville du handle mere på nettet, hvis e-butikken tilbød den leveringsform, du ønsker?

Lige under halvdelen af danskerne ville handle noget eller meget mere, hvis e-butikken tilbød den leveringsform, de ønskede. Knap halvdelen svarer, at det ikke ville ændre noget. De restende ved det ikke.



Antal besvarelser: 2011: 4.484/2010: 5.021

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

Dansk e-handelsanalyses partnere:

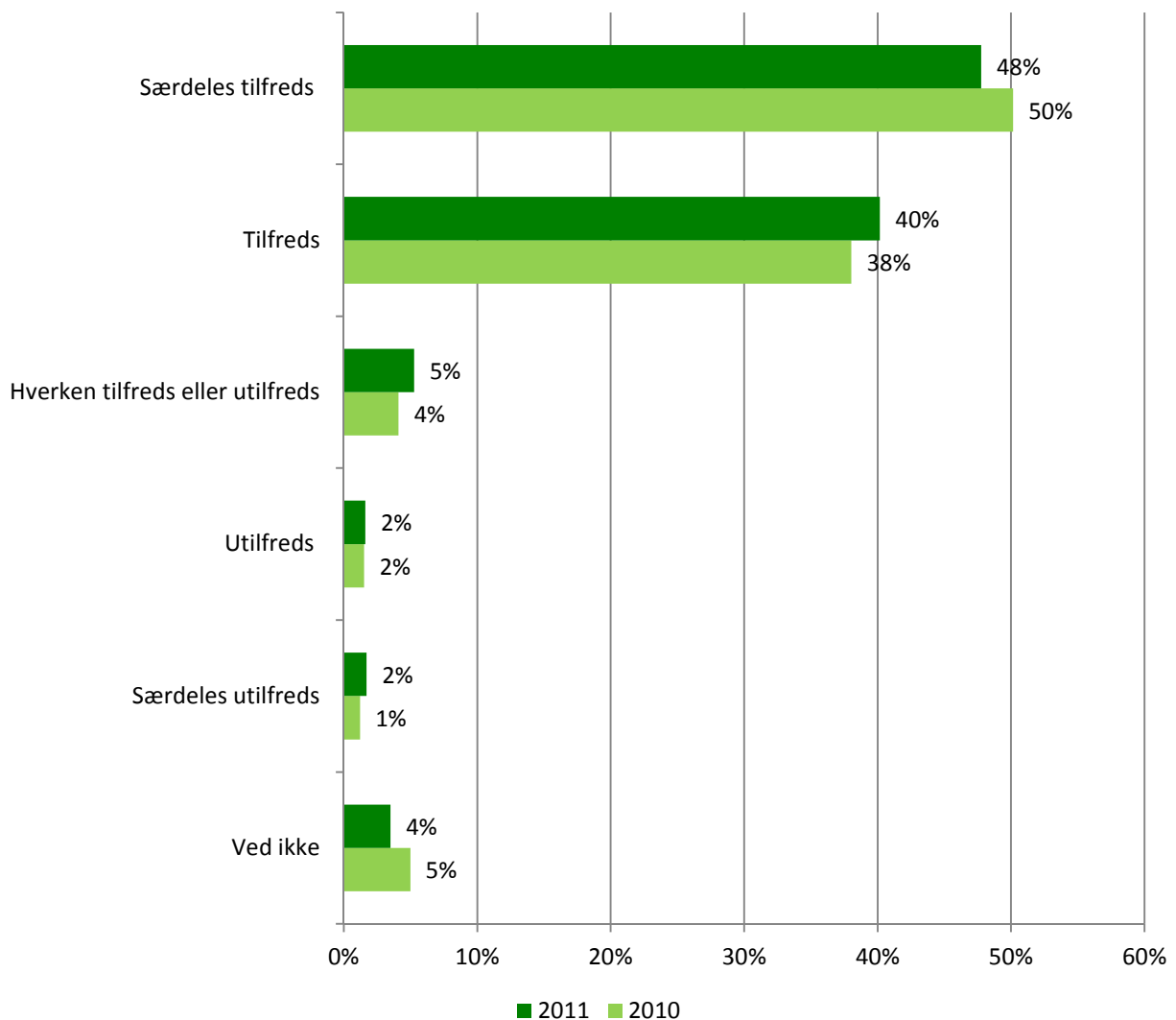


Tilfredshed med leveringen

Danskerne er tilfredse med leveringen af det, de e-handler. 9 ud af 10 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 3%, der angiver, at de er utilfredse eller særdeles utilfredse med leveringen af det, de senest har e-handlet.

Det er undersøgt, om tilfredsheden afhænger af, hvordan leveringsformen foregår. Det viser sig, at man generelt er mere tilfreds, hvis varen bliver leveret til døren, end hvis man selv skal hente den. Der er desuden ikke væsentlig forskel på tilfredsheden mellem leveringer af forskellige leverandører.



Antal besvarelser: 5.023

Spørgsmålsformulering:
Hvor tilfreds eller utilfreds var du med leveringen?

Dansk e-handel i kundegrupper

Kundegrupperns markedsandel af omsætninger i %

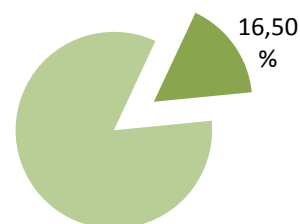
Unge under 25 år

- Handler 3,4 gange om måneden
- Køber ind for 71 kr. hver gang der i gennemsnit købes 100 kr.
- Køber oftest beklædning, optankning af mobil og film/musik/spil
- Handler oftest i Telmore, Itunes, Cdon.com, Amazon og DSB
- 27 % handler via mobiltelefonen



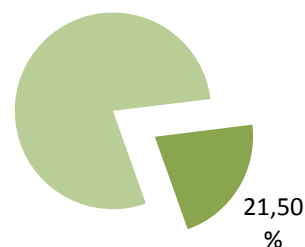
Par eller single uden børn (25-50 år)

- Handler 3,5 gange om måneden
- Køber ind for 91 kr. hver gang der i gennemsnit købes 100 kr.
- Køber oftest beklædning, computerhardware/elektronik og film/musik/spil
- Handler oftest i Cdon.com, Amazon, DSB, Just – Eat og itunes.
- 20 % handler via mobiltelefonen



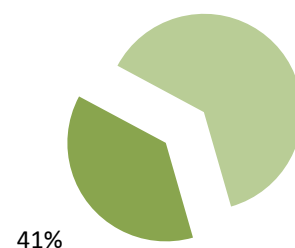
Børnefamilier (25-50 år)

- Handler 3,6 gange om måneden
- Køber ind for 92 kr. hver gang der i gennemsnit købes 100 kr.
- Køber oftest beklædning, computerhardware/elektronik og film/musik/spil
- Handler oftest i DSB, H & M, Cdon.com, El giganten og Telmore
- 18 % handler via mobiltelefonen



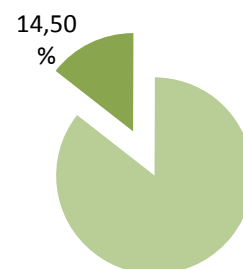
Personer mellem 50 og 64 år

- Handler 3,8 gange om måneden
- Køber ind for 116 kr. hver gang der i gennemsnit købes 100 kr.
- Køber oftest computerhardware/elektronik, beklædning og rejser
- Handler oftest i DSB, Nettorvet (Coop), Billetnet, Telmore og Wupti
- 6 % handler via mobiltelefonen



Personer over 64 år

- Handler 3,5 gange om måneden
- Køber ind for 113 kr. hver gang der i gennemsnit købes 100 kr.
- Køber oftest rejser, computerhardware/elektronik og beklædning
- Handler oftest i DSB, Nettorvet (Coop), Wupti, Billetnet og Gyldendal
- 3 % handler via mobiltelefonen



Personprofiler er baseret på samkørsel af de forskellige data i dansk e-handelsanalyse 2011

Dansk e-handelsanalyses partnere:



De 50+ årige bruger flest penge

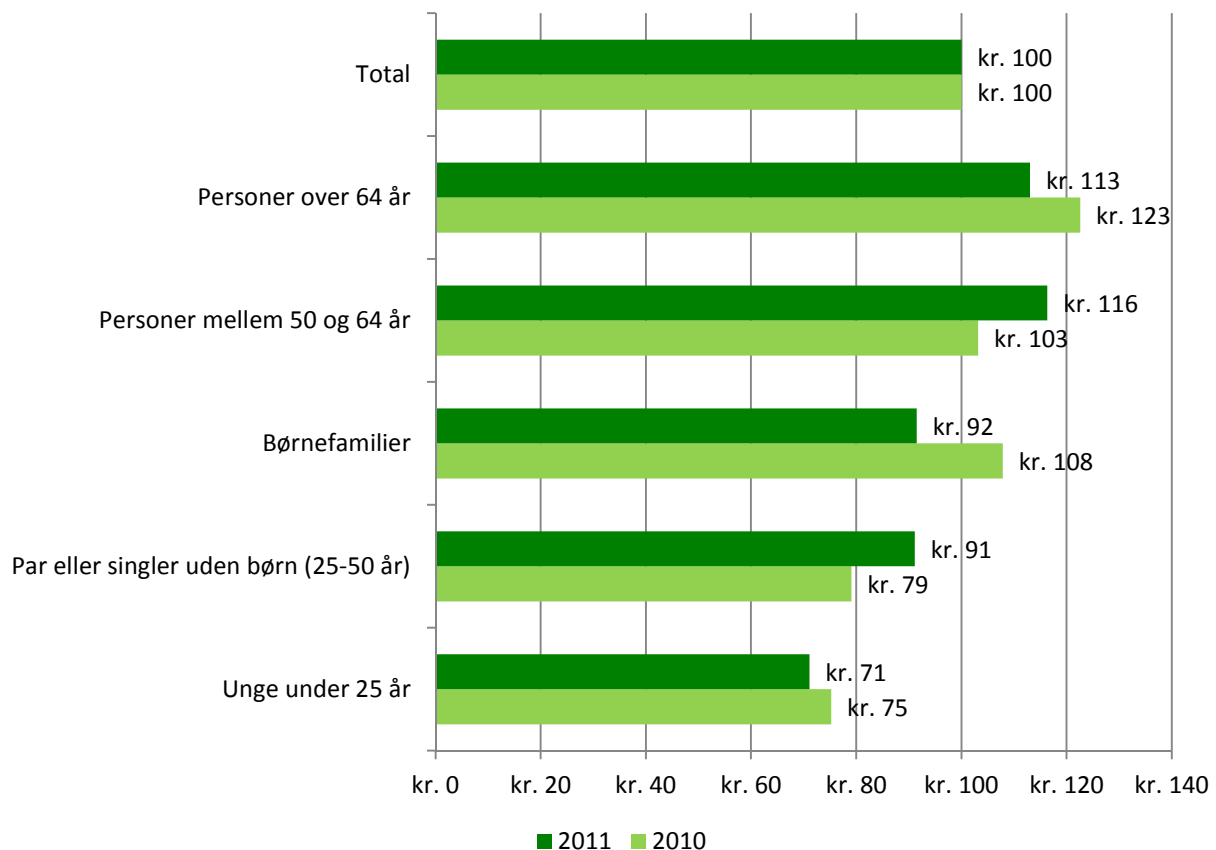
Køb på internettet foretages af alle aldersgrupper.

De unge bruger færrest penge, mens personer over 50 år bruger flest. Børnefamilier og par eller singler uden børn bruger færre penge end gennemsnittet. Børnefamilierne er desuden gået fra at bruge flere penge end gennemsnittet til at bruge færre fra 2010 til 2011.

Forskellen kan formentlig forklares ved, at man har større disponibel indkomst som ældre, når børnene er flyttet hjemmefra og gæld i fx hus er nedbragt eller indfriet. Det viser sig også ved, at personer over 50 år typisk køber dyrere varer, herunder rejser og flybilletter.

De unge køber tøj og optankning af mobiltelefon.

Figuren viser, hvor mange penge de forskellige kundegrupper bruger, hver gang der i gennemsnit bliver brugt 100 kr.



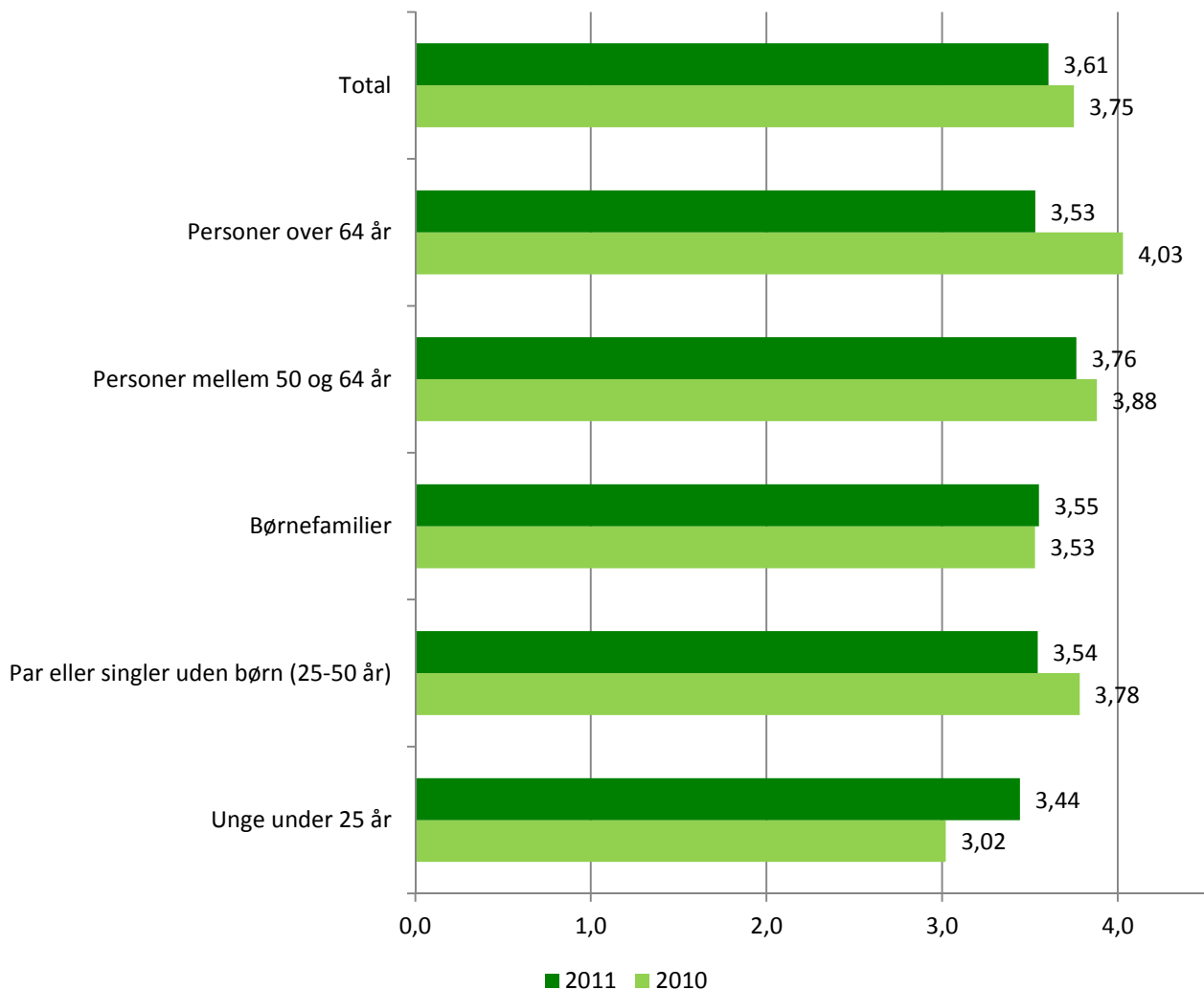
Antal besvarelser: 2010: 4.906, 2011: 4.246

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)?*

Hvor ofte handler kundegrupperne på nettet?

Alle kundegrupperne handlede i 2011 omkring 3,5 gange om måneden, og der er ikke væsentlige forskelle mellem gruppernes handelshyppighed.

Der er siden 2010 sket nogle ændringer. Personer over 64 år handler færre gange per måned i 2011, end de gjorde i 2010, mens de unge under 25 år handler lidt oftere. Generelt er der ikke store forskelle på hvor mange gange de enkelte kundegrupper handler i gennemsnit.



Antal besvarelser: 2010: 4.899, 2011: 4.463

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)

Fysiske varer til de unge og ikke-fysiske varer til de ældre

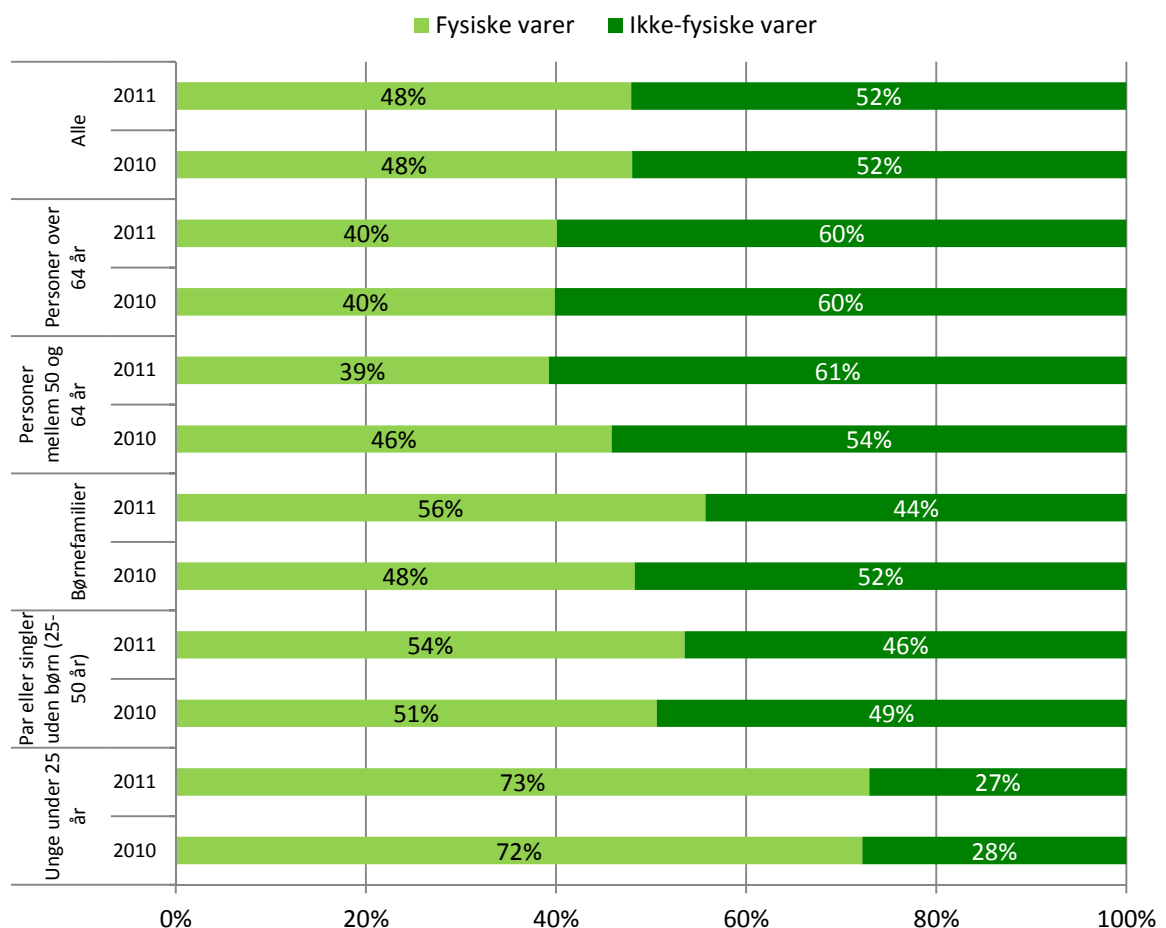
Opdeles købene på fysiske og ikke-fysiske varer ses det, at omsætningen fordeler sig nogenlunde ligeligt på de to varegrupper: 48% af de penge, der bruges på e-handel, går til fysiske varer, mens 52% går til ikke-fysiske. Tendensen er uændret fra 2010.

Der er dog forskel på kundegruppernes køb af de to varegrupper: Jo højere alder, jo lavere andel fysiske varer.

Således består 73% af de unges køb af fysiske varer, hvilket kun er tilfældet for 40% blandt personerne over 64 år og 39% blandt personer mellem 50 år og 64 år. Mellem disse grupper placerer par eller singler uden børn (54%) og børnefamilierne (56%) sig.

De 50+ årige er altså de ivrigste shoppere af ikke-fysiske varer, herunder rejser, fly- og togbilletter.

Tendenserne er stort set de samme i 2011 som i 2010. Der er dog i 2011 sket en stigning i andelen af ikke-fysiske varer på 7 procentpoint blandt de 50 til 64-årige, mens der er sket et fald på 8 procentpoint blandt børnefamilierne.



Antal besvarelser: 2010: 4.786, 2011: 4.249

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) ?/ Hvad var det sidste, du købte på nettet?*

Note: Resultaterne for 2010 afviger lidt fra resultaterne i årsrapporten fra 2010. Dette skyldes en mere præcis opdeling af seneste købs pris.

Dansk e-handelsanalyses partnere:



Kundegruppernes køb af fysiske varer

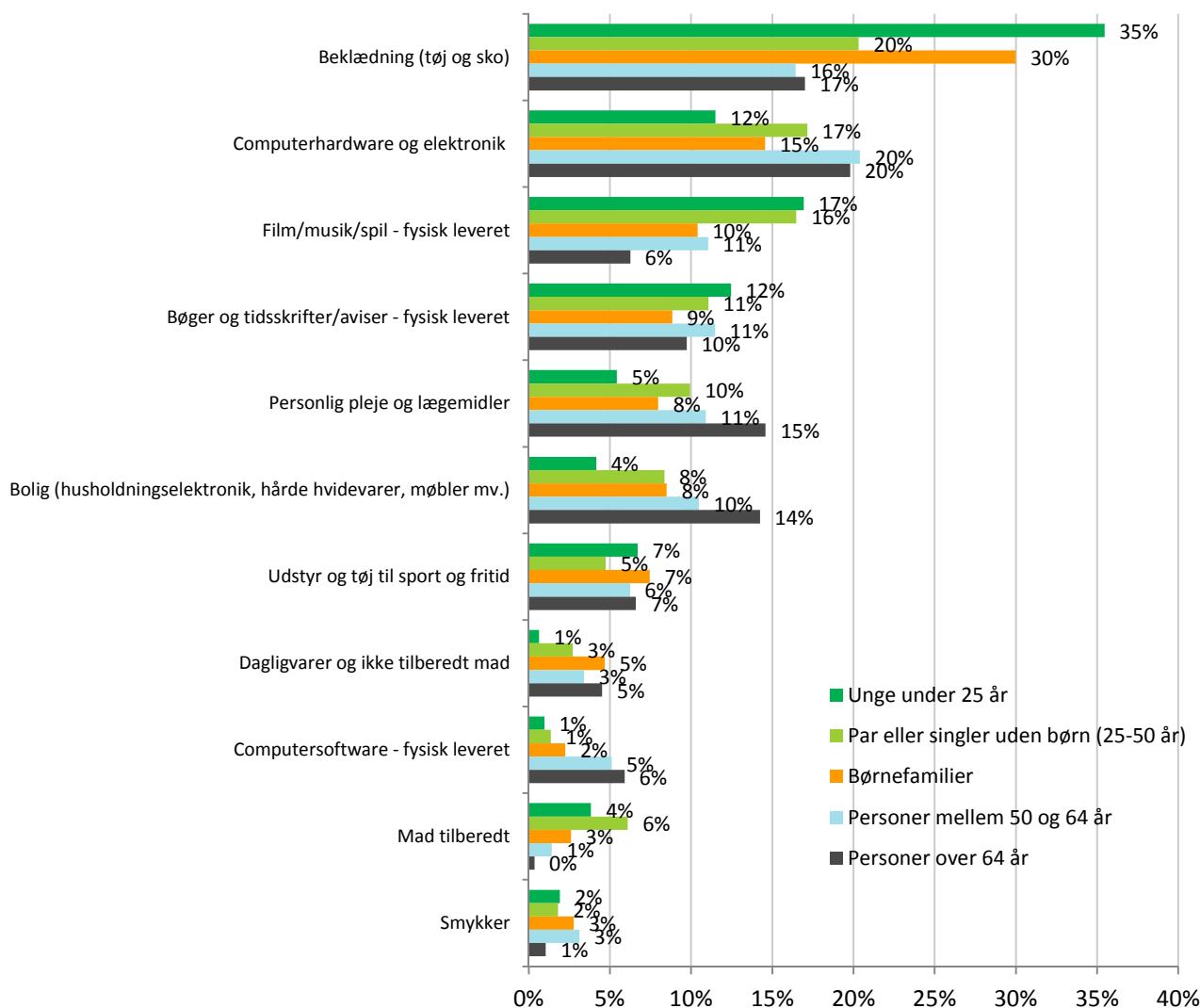
Analysen viser, at jo lavere alder, jo mere køber man fysiske varer. Figuren nedenfor viser antallet af køb af forskellige typer af fysiske varer opdelt på kundegrupperne i 2011.

Børnefamilierne og de unge køber oftest beklædning på nettet.

Halvdelen af køb, som foretages af personer over 64 år, er computerhardware og elektronik, personlig pleje og lægemidler og bolig. Gruppen betalt gælden i hus og skal ikke forsørge børn. Forbrugsmønstret er præget køb, der gør dagligdagen mere behagelig - for eksempel elektronik og personlig pleje.

Det er primært unge og par eller singler mellem 25 og 50 år, som køber tilberedt mad.

Det er i høj grad børnefamilier og personer over 64 år, som køber dagligvarer og ikke-tilberedt mad.



Antal besvarelser: 4.480

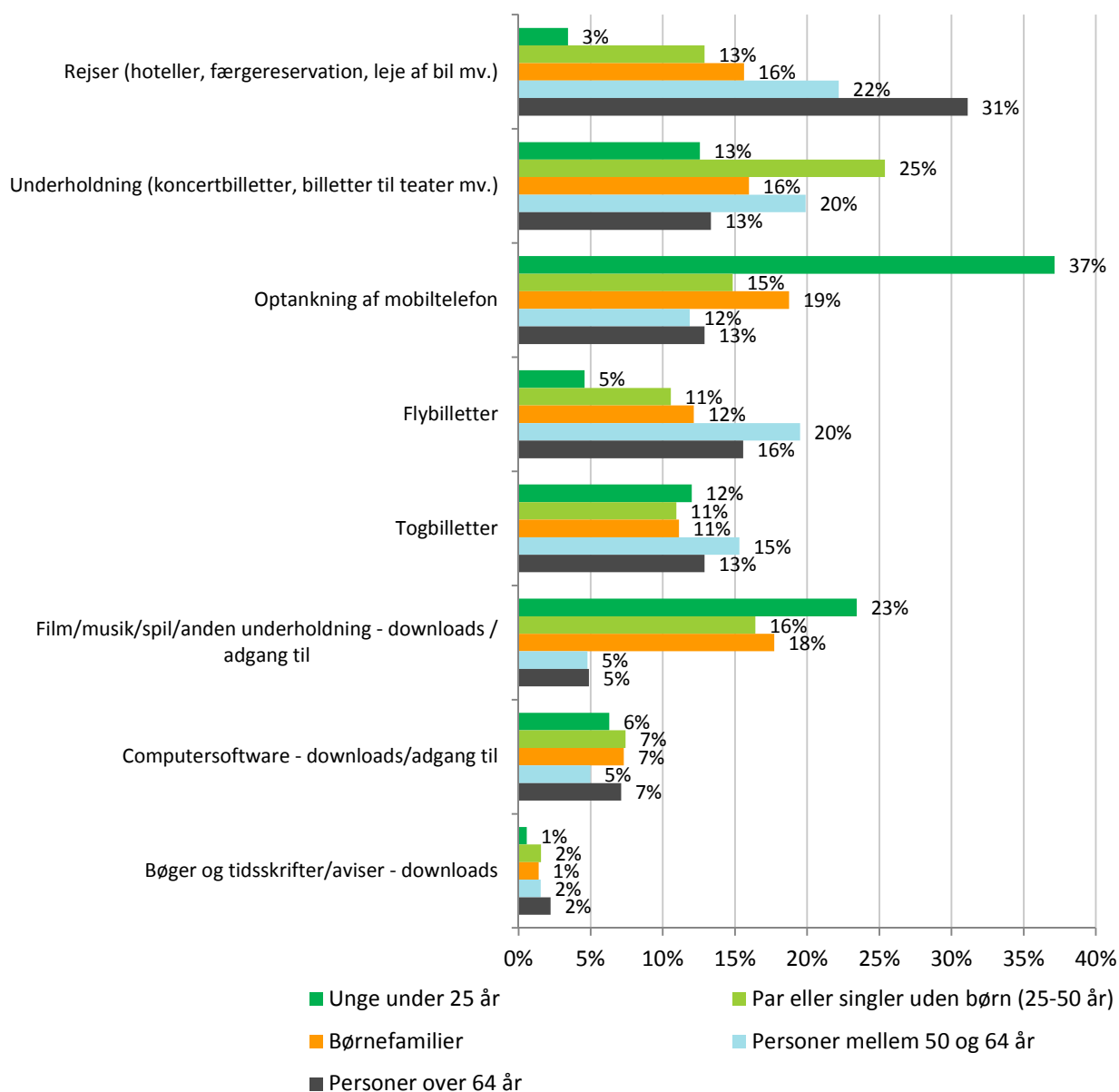
Spørgsmålsformulering: *Hvad var det sidste, du købte på nettet?*

Kundegruppernes køb af ikke-fysiske varer

Jo højere alder man har, jo mere vil man være tilbøjelig til at købe ikke-fysiske varer.

De unges forbrugsmønster er i 2011 markant anderledes end de øvriges. Kun 3% er deres handler består af rejser, mens hele 37% er optankning af mobiltelefon. Det omvendte er tilfældet for personer over 64 år, som bruger 31% på rejser og 13% på optankning af telefon.

Den største varegruppe blandt par eller singler uden børn (25-50 år) er underholdning.



Antal besvarelser: 4.480

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

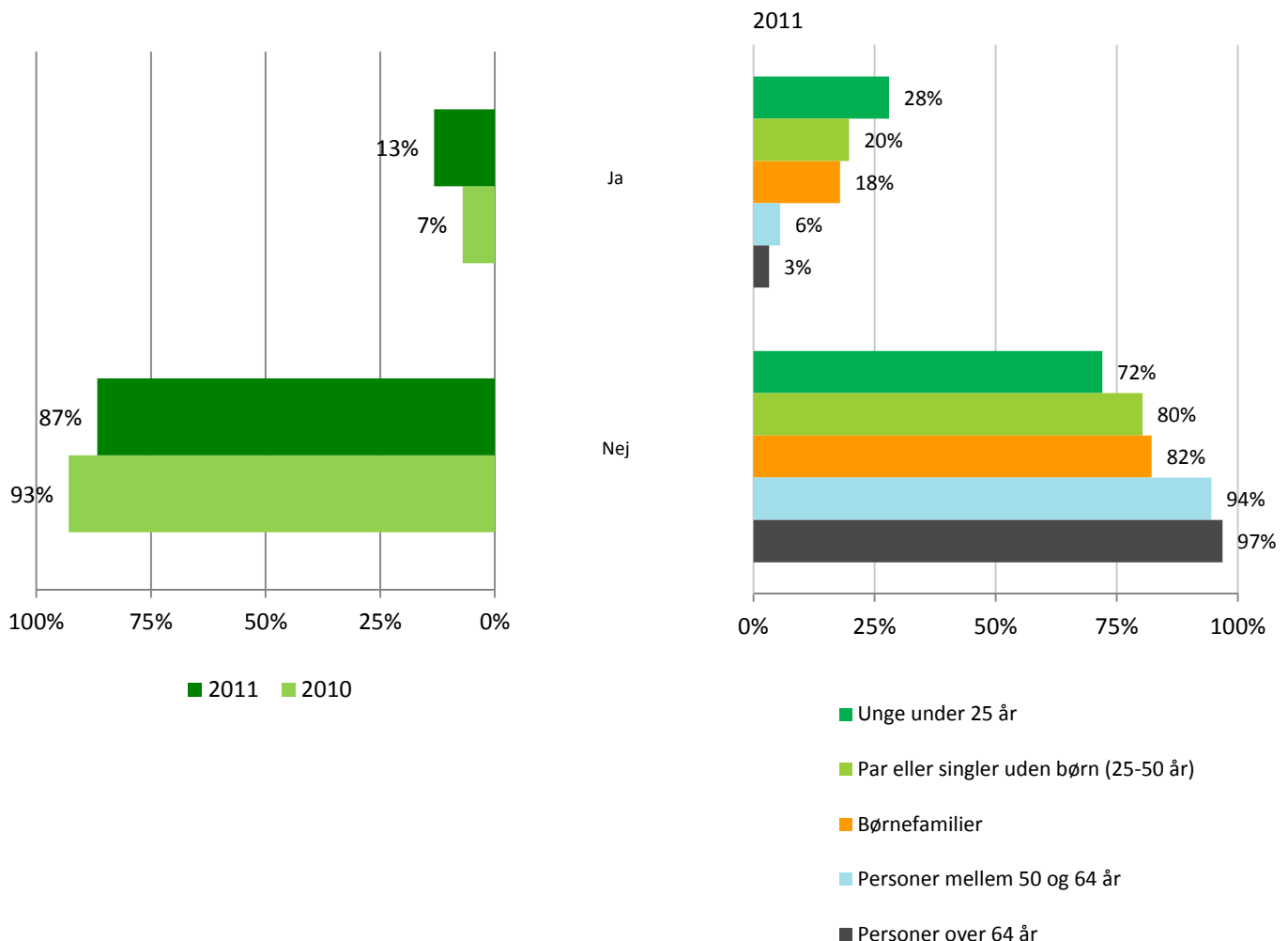
Dansk e-handelsanalyses partnere:



Mobilhandel – de unge driver udviklingen

E-handel via mobiltelefoner er steget kraftigt gennem de sidste to år. Den kraftige stigning skyldes formentlig både den større udbredelse af smartphones og danskernes større fortrolighed med e-handel. Denne analyse afslører en stærk generationseffekt.

Den kraftige stigning i mobilhandlen er i høj grad drevet af de unge under 25 år, da der blandt denne gruppe handler er godt en tredjedel som e-handler via mobilen. Men også mange af dem mellem 25 og 50 år handler via mobilen, det er godt 20 %. Blandt dem over 50 årige er det kun få der handler via mobilen. Der er altså store generationsforskelle inden for mobilhandlen.



Antal besvarelser: I alt: 5.021/ 2011: 4.484

Spørgsmålsformulering:

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

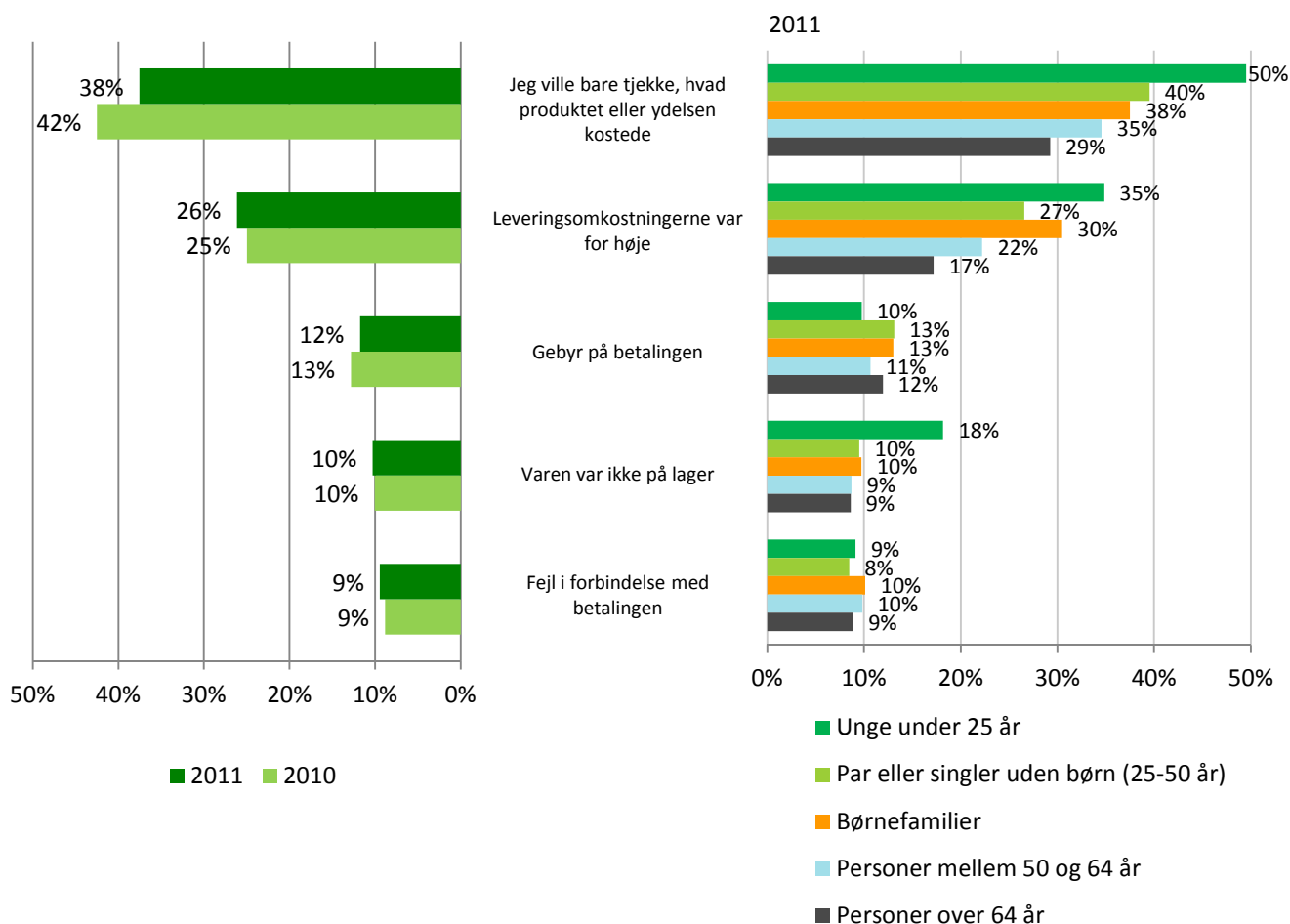
Unge tjekker priser – 50+ køber

En stor udfordring for mange e-butikker er afbrudte køb, det vil sige kunder, der efterlader den elektroniske indkøbskurv uden at afslutte købet og betale.

Opdeles besvarelserne i 2011 på kundegrupper ses en sammenhæng mellem alder og købsfokusering. Jo ældre, jo lavere tendens til at afbryde et køb.

Det er også vigtigt at se på hvilke varegrupper, kundegrupperne køber. Unge kan tjekke tøj på mange hjemmesider, og afbryde "købet", før de finder den billigste. Personer over 50 år køber ofte flybilletter, hvor de bruger en prissammenligningstjeneste, som finder den billigste billet for én.

Den næsthøypigste grund til afbrudte køb er, at leveringsomkostninger er for høje. Der er igen en klar forskel efter alder. Personer under 50 år har større tendens til at afbryde købet pga. for høje leveringsomkostninger end personer over 50 år.



Antal besvarelser: 2010: 3.920, 2011: 3.524. (1.932 har svaret, at de aldrig har afbrudt et køb).

Vi har medtaget de fem vigtigste grunde til at afbryde et køb og opstillet dem i rangorden.

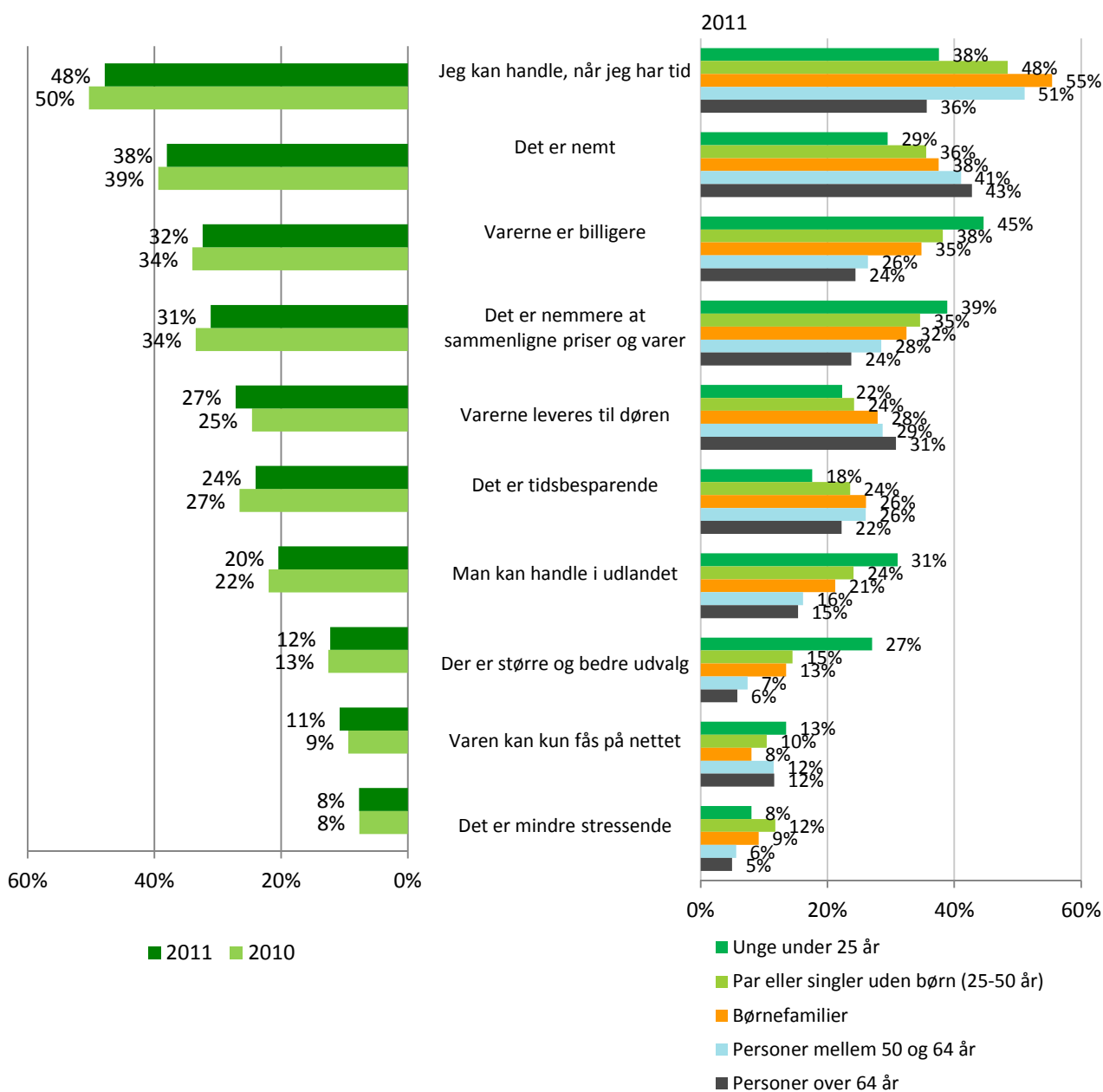
Besvarelserne summerer til mere end 100%, da spørgsmålet giver mulighed for at give mere end ét svar.

Fordelene ved e-handel

De største fordele ved e-handel er, at man kan handle, når man har tid, at e-handel er nemt, og at varerne er billigere end i fysiske butikker. Tendenserne er i 2011 de samme som i 2010.

Fordelt på kundegrupper ses det, at der er en sammenhæng mellem alder og hvilke fordele, man oplever ved e-handel. Jo ældre man er, jo vigtigere er det, at e-handel er nemt, og at varerne leveres lige til døren.

Jo yngre man er, jo vigtigere er det, at det er nemt at prissammenligne, at man kan handle i udlandet, og at der er større og bedre udvalg end i almindelige butikker. Prisfølsomhed kan skyldes de unges lavere betalingsevne.



Antal besvarelser: 2010: 5022 2011: 4.484

Spørgsmålsformulering:

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

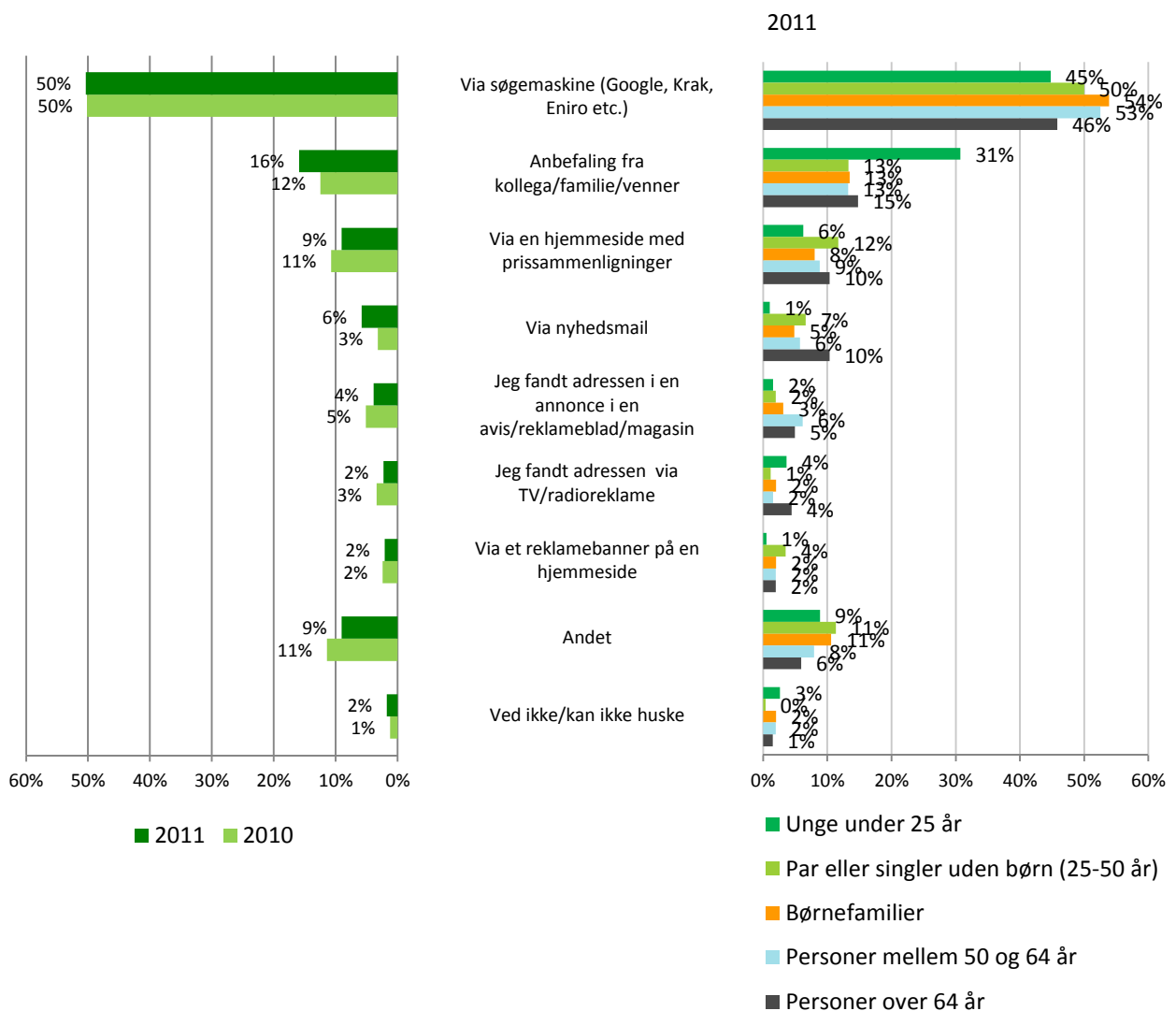
Vejen frem til første køb i en e-butik

En tredjedel (32% i 2011 og 34% i 2010) har ikke tidligere handlet i den netbutik, hvor de har gjort deres seneste køb. De er blevet spurgt om, hvordan de fandt frem til butikken.

Søgemaskiner er den mest almindelige form for alle kundetyper, når de skal finde frem til nye butikker. Omkring halvdelen af kunderne fandt et nyt sted at handle gennem søgemaskiner.

Den næsthøypigste måde at finde frem til butikkerne er anbefalinger fra kolleger, familie og venner. Der er sket en stigning fra 2010 til 2011, hvilket kan skyldes, at de unge bruger denne form.

Nyhedsmail er vundet frem, fra 3% til 6%, og det er særligt personer over 64 år, der bruger denne form. De unge under 25 år bruger stort set ikke nyhedsmail.



Antal besvarelser: I alt: 3.148/ 2011: 1.453

Spørgsmålsformulering:

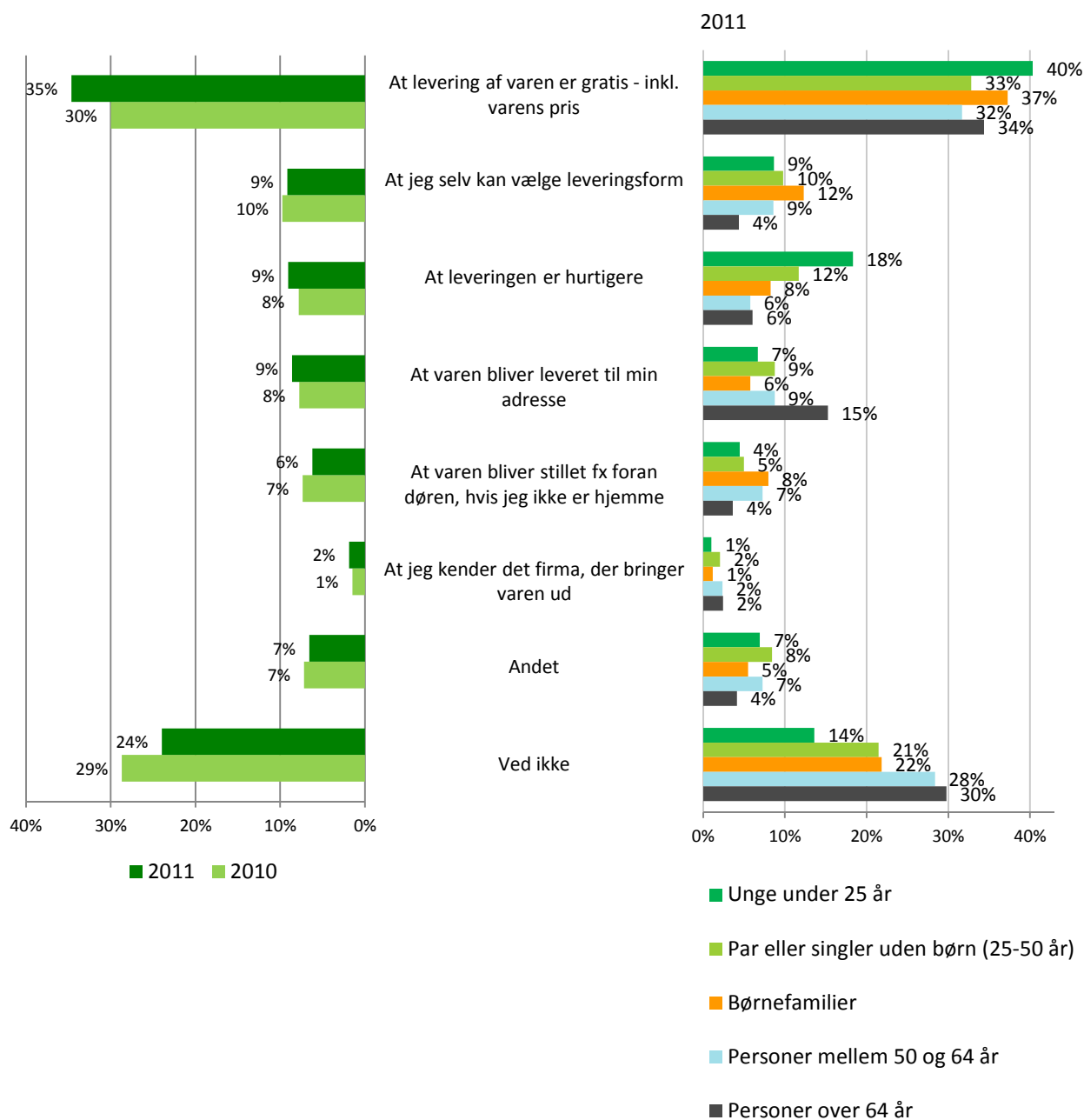
Hvordan fandt du frem til denne netbutik, som du handlede i? Vælg den kategori, der passer bedst.

Gode råd om bedre tilfredshed

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

Det er i høj grad gratis levering – det vil sige, at leveringen er inkluderet i varens pris – der vil kunne øge tilfredsheden. Herefter kommer øget fleksibilitet i leveringen, og at varen bliver stillet foran døren, men disse forhold ligger dog procentvis langt efter den gratis levering. Tendensen i 2011 er nogenlunde den samme som i 2010.

For de unge under 25 år er det vigtigt, at leveringen går hurtigt, mens det for personer over 64 år er vigtigt, at varen bliver leveret til egen adresse.



Antal besvarelser: 2011: 3.226/2010: 4.292

Spørgsmålsformulering:

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

Dansk e-handelsanalyses partnere:



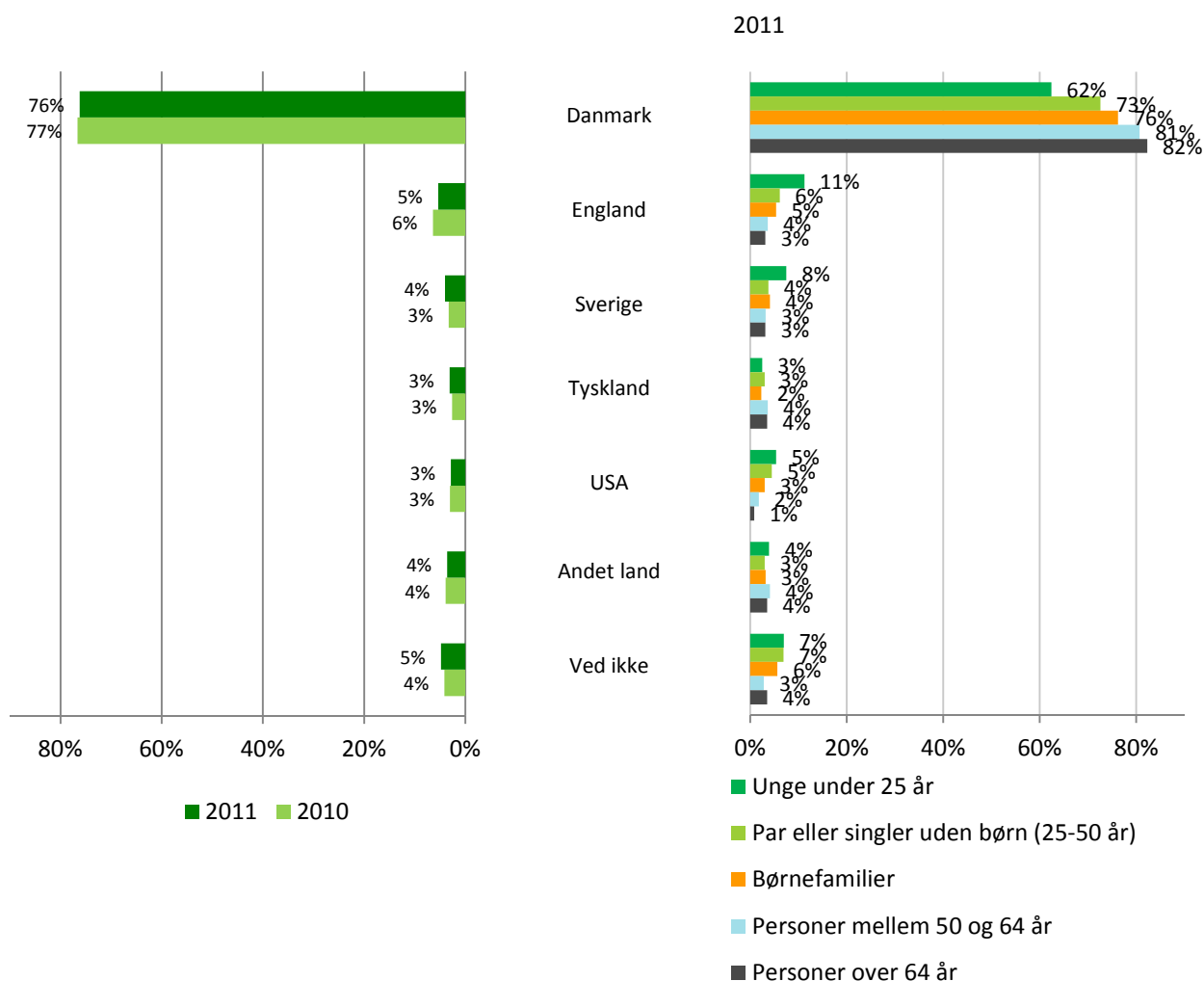
9 mia. kr. via e-handel til udlandet

I 2011 er 76% af danskernes e-handler foretaget hos danske internetbutikker, 19% hos udenlandske, resten ved ikke, hvor butikken hører hjemme. Der er ingen forskel fra 2010.

Det er mest de unge, der handler internationalt, mens de ældre holder sig til danske butikker.

Danskernes handel i Danmark har i 2011 en estimeret værdi på 37 mia. kr., mens handlen i udlandet har en værdi på 9 mia. kr. I alt har danskerne brugt 46 mia. kr. på e-handel. I 2011

Disse tal er estimeret på baggrund af omsætningens fordeling mellem ind- og udland. Det er her forudsat, at de, der har svaret "Ved ikke", fordeles på samme måde som de øvrige. Det skal dog nævnes, at der er en vis usikkerhed forbundet med estimatet.



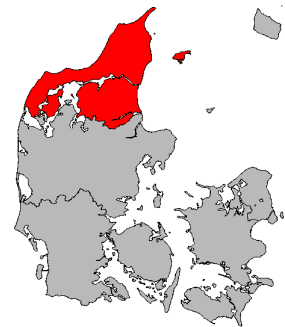
Antal besvarelser: 2011: 4.484/2010: 5.022

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

Regionale forskelle i dansk e-handel

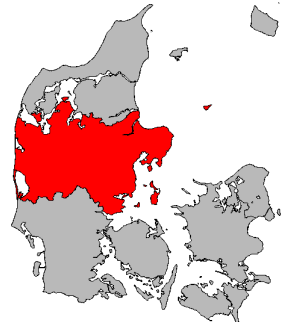
Nordjylland

- Køber ind for 118 kr. hver gang der i gennemsnit købes 100 kr.
- Køber oftest beklædning, computerhardware/elektronik og rejser
- 12 % handler via mobiltelefonen
- Markedsandel: 11,5 %



Midtjylland

- Køber ind for 94 kr. hver gang der i gennemsnit købes 100 kr.
- Køber oftest beklædning, computerhardware/elektronik og underholdning
- 12 % handler via mobiltelefonen
- Markedsandel: 21,5 %



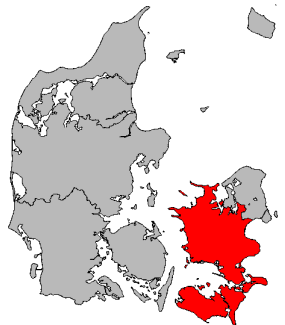
Syddanmark

- Køber ind for 100 kr. hver gang der i gennemsnit købes 100 kr.
- Køber oftest beklædning, computerhardware/elektronik og film/musik/spil
- 10 % handler via mobiltelefonen
- Markedsandel: 23,5 %



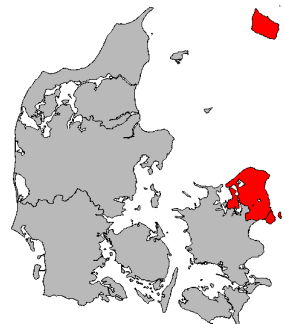
Sjælland

- Køber ind for 101 kr. hver gang der i gennemsnit købes 100 kr.
- Køber oftest beklædning, computerhardware/elektronik og rejser
- 14 % handler via mobiltelefonen
- Markedsandel: 14,5 %



Hovedstaden

- Køber ind for 93 kr. hver gang der i gennemsnit købes 100 kr.
- Køber oftest beklædning, computerhardware/elektronik og film/musik/spil
- 14 % handler via mobiltelefonen
- Markedsandel: 28,5 %



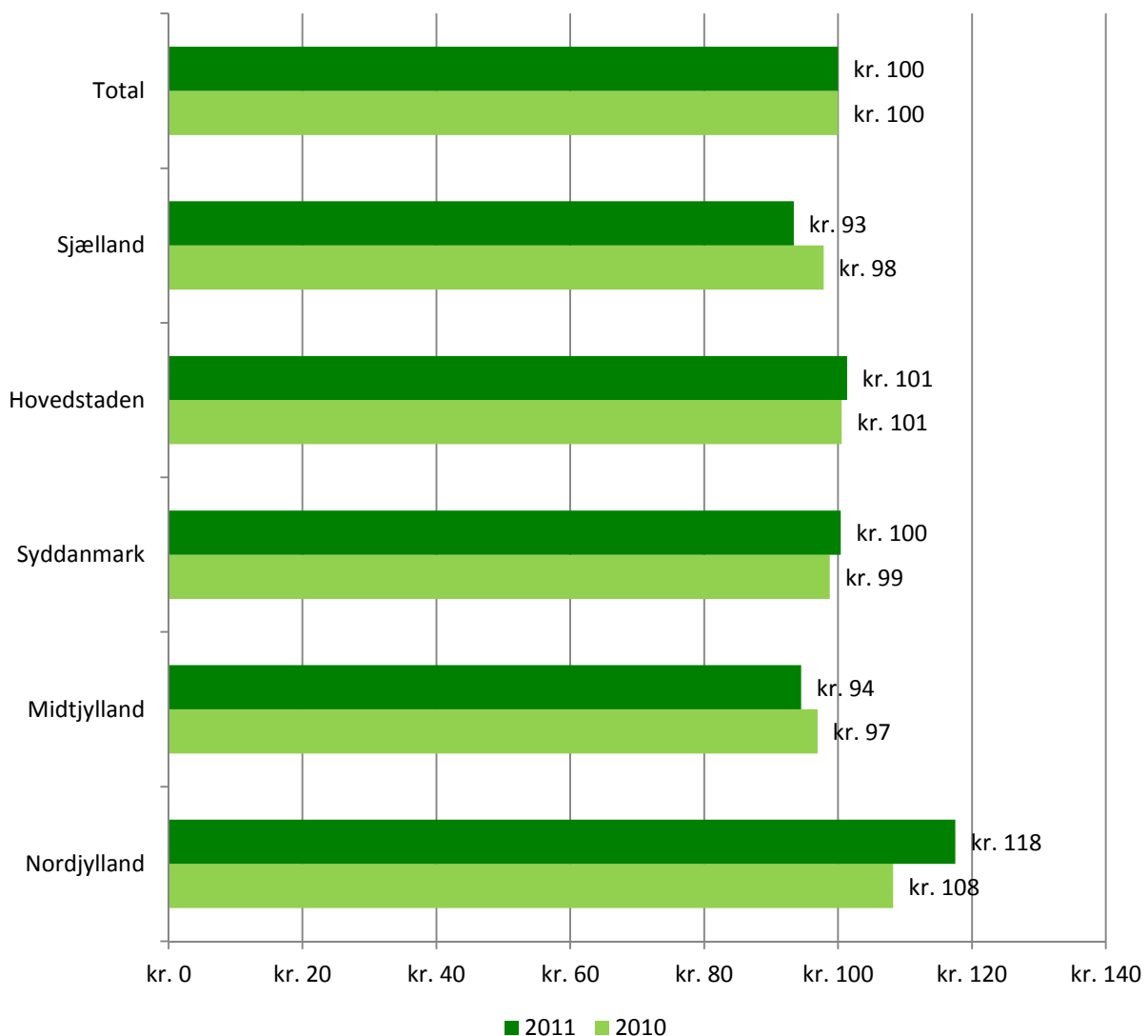
Grafik: Wikipedia

Nordjyderne bruger flest penge pr. køb

Der er minde forskelle mellem regionerne i størrelsen på deres køb.

Nordjyderne bruger dog lidt flere penge per køb end man gør i de øvrige regioner, årsagen er, at der sælges relativt mere rejser og flybilletter i regionen.

Figuren viser, hvor mange penge de forskellige beboere i regionerne bruger, hver gang der i gennemsnit bliver brugt 100 kr.

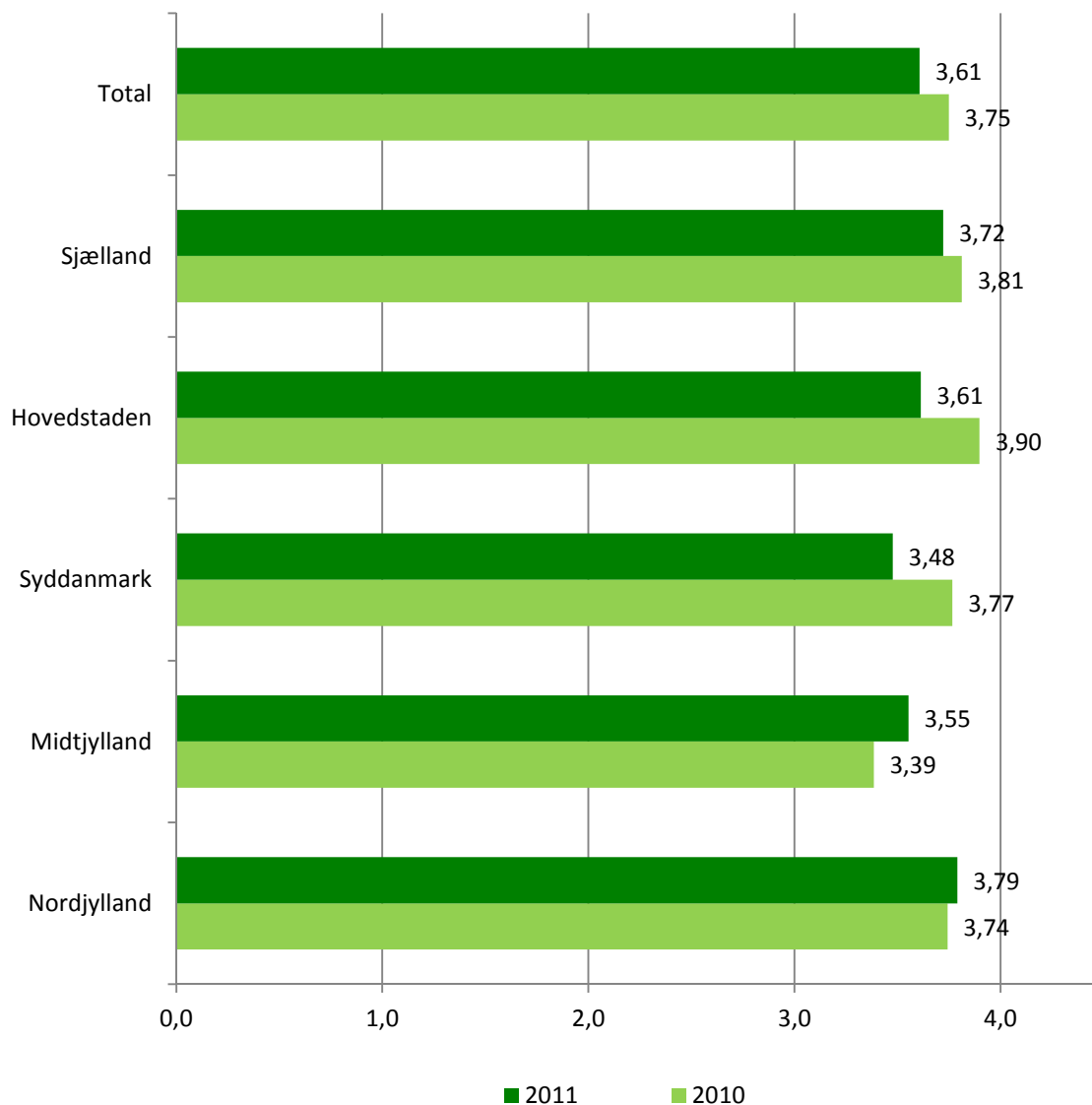


Antal besvarelser: 2010: 4.906, 2011: 4.246

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)?*

Hele Danmark handler på nettet

Der handles lige ofte i alle regionerne, gennemsnittet er omkring 3,5 gange om måneden i 2011. Der er altså ikke væsentlige forskelle mellem regionernes handelshyppighed.



Antal besvarelser: 2010: 4.899, 2011: 4.463

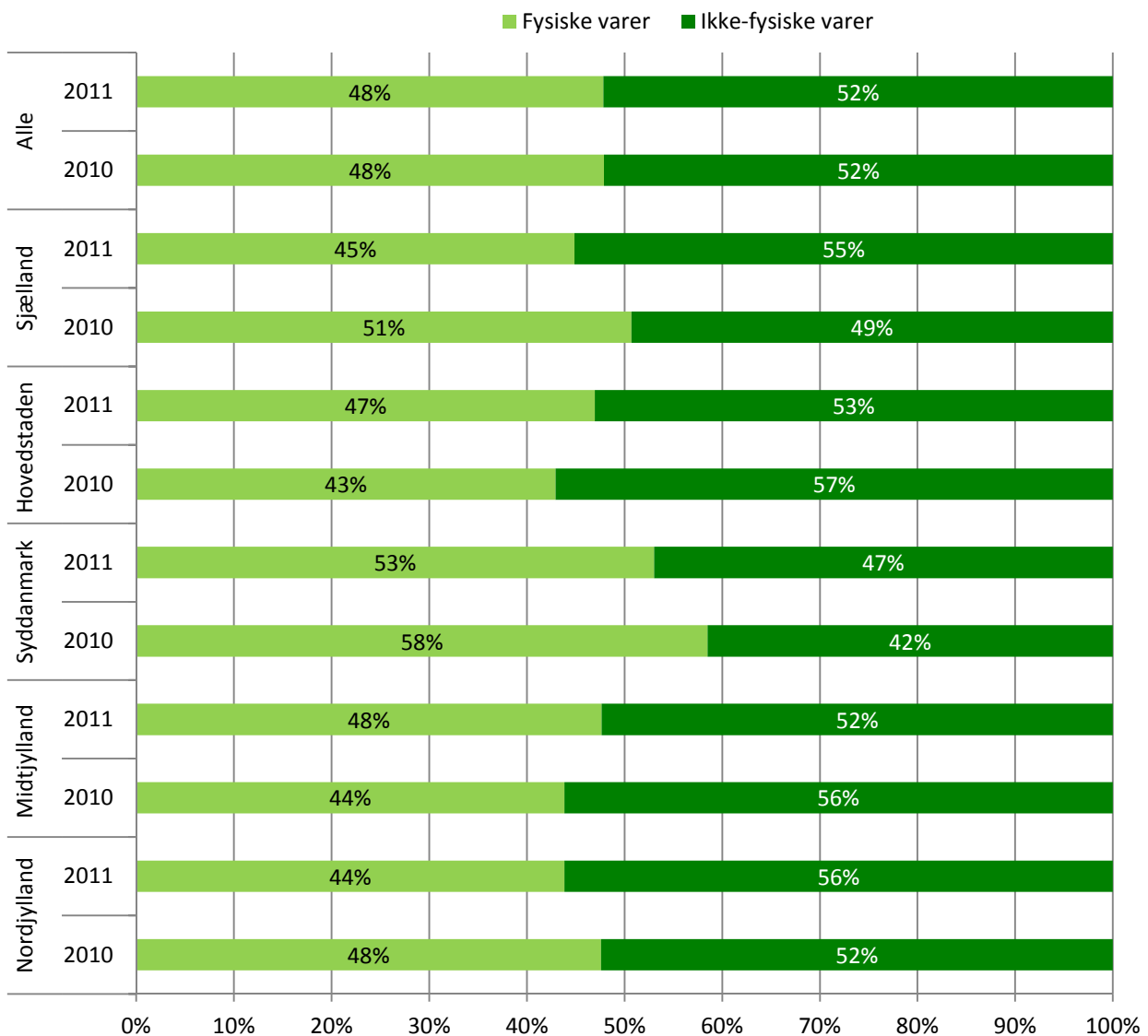
Spørgsmålsformulering: Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? (alle typer bestilte eller købte varer, serviceydelser, abonnemeter eller downloads, der koster penge)

Dansk e-handelsanalyses partnere:



Fysiske og ikke-fysiske varer i regionerne

Udviklingen i andelen af fysiske og ikke-fysiske varer afhænger af hvilke varegrupper der købes. Andel af ikke-fysiske varer er steget fra 2010 til 2011 i Sjælland, Syddanmark og Nordjylland, mens den er faldet i Hovedstaden og Midtjylland. På landsplan er den stabil.



Antal besvarelser: 2010: 4.786, 2011: 4.249

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) ?/ Hvad var det sidste, du købte på nettet?*

Note: Resultaterne for 2010 afviger lidt fra resultaterne i årsrapporten fra 2010. Dette skyldes en mere præcis opdeling af seneste købs pris.

Dansk e-handelsanalyses partnere:

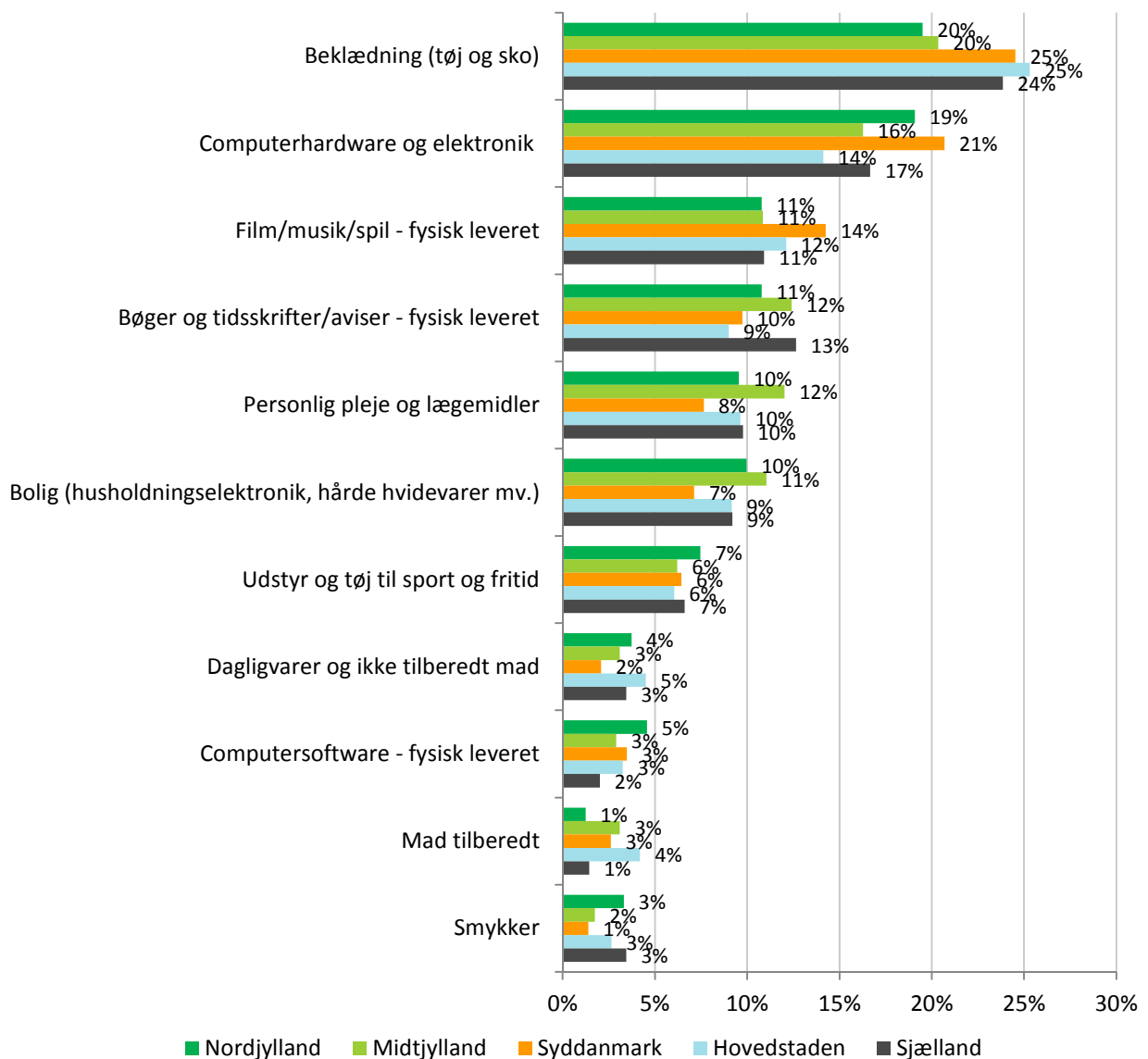


Den geografiske forskel på købet af fysiske varer

Man kunne forestille sig, at forskellige geografiske grupper vil købe forskellige typer af varer. Vi har opdelt den fysiske varehandel på regioner, og det viser sig, at forskelle på antal handler i 2011 er relativt små.

En forskel, som kan nævnes er, at personer, der bor i Region Syddanmark, Region Hovedstaden eller Region Sjælland er mere tilbøjelige til at købe beklædning end personer, der bor i Region Nordjylland eller Region Midtjylland.

I hovedstaden køber man også oftere tilberedt mad.



Antal besvarelser: 4.480

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

Dansk e-handelsanalyses partnere:

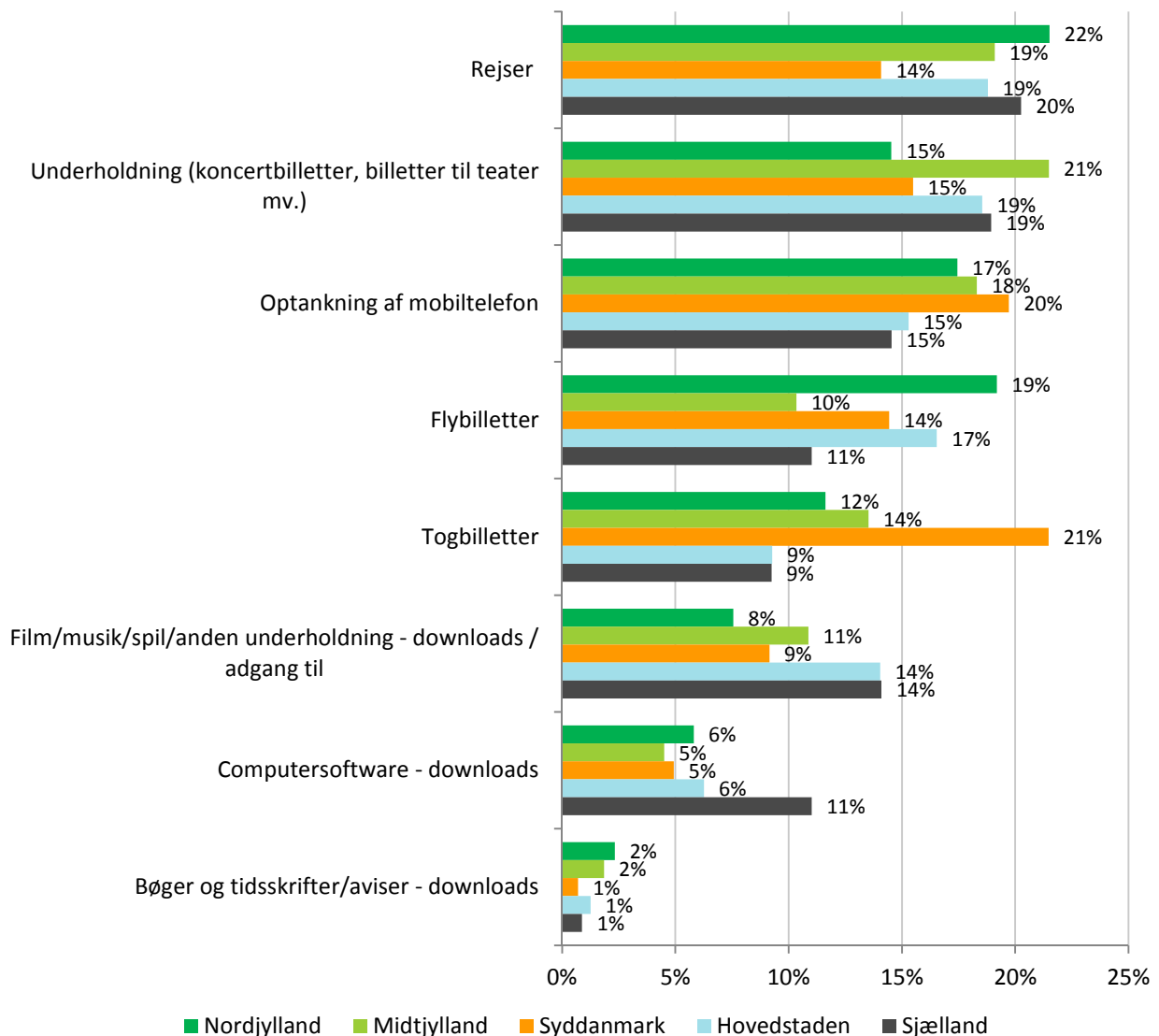


Den geografiske forskel på købet af ikke-fysiske varer

Man kunne, som ved de fysiske varer, forestille sig, at forskellige geografiske grupper vil købe forskellige typer af ikke-fysiske varer. Vi har opdelt den ikke-fysiske varehandel på regioner.

Region Syddanmark skiller sig ud fra de øvrige ved færre køb af rejser og flere af togbilletter.

Flybilletter bliver mere hyppigt købt af personer fra Region Midtjylland og Region Hovedstaden end de øvrige.



Antal besvarelser: 4.480

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

Dansk e-handelsanalyses partnere:

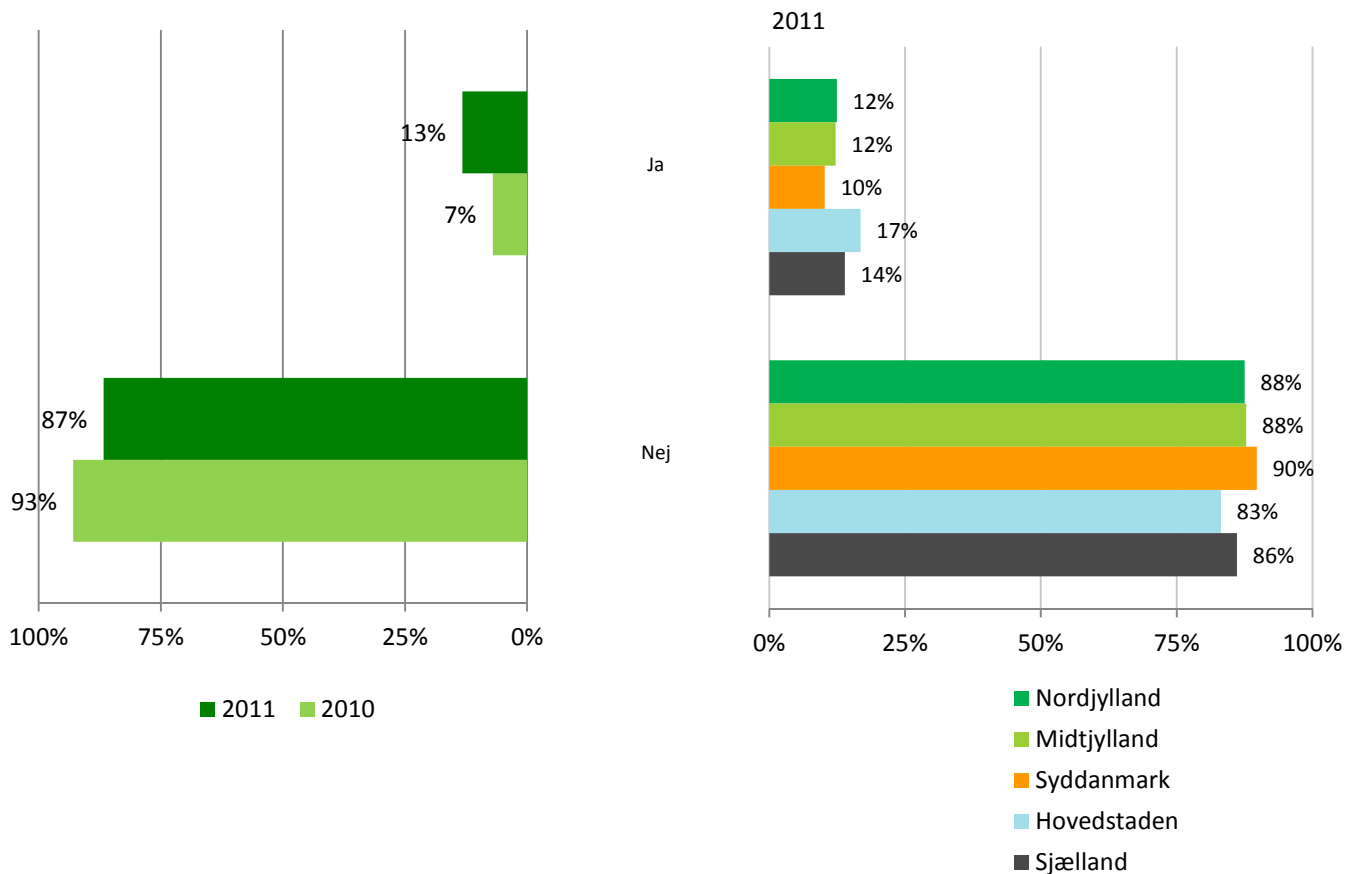


Mobilhandel – regionale forskelle

E-handel via mobiltelefoner er steget kraftigt gennem de sidste to år. Den kraftige stigning skyldes formentlig både den større udbredelse af smartphones og danskernes større fortrolighed med e-handel.

17 % af dem der bor i hovedstaden mobilhandler, det er således den region med den højeste andel der e-handler via mobiltelefonen. Det skyldes dels, at der er mange unge mennesker i hovedstadsområdet og dels at uddannelsesniveaue er højt.

I de øvrige regioner er der mellem 10 % og 14 %, der e-handler via mobiltelefonen.



Antal besvarelser: I alt: 5.021/ 2011: 4.484

Spørgsmålsformulering:

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

Den anvendte metode

Undersøgelsen er foretaget kvartalsvis i 2010 og 2011 ved hjælp af 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 og alder. Resultaterne kan derfor siges at være repræsentative for alle voksne (18-64 år) danskere, som handler på internettet.

Der er i alt gennemført 9.507 interview i 2010 og 2011. Det betyder, at den statistiske usikkerhedsmargen (konfidensinterval) ved de fleste spørgsmål er 2-4%, hvilket svarer til gængse valgundersøgelser.

Yderligere information

FDIH, Foreningen for Distance- og Internethandel

Børsen

1217 København K

Tlf. 7225 5601

Mail: kontakt@fdih.dk

Hjemmeside: www.fdi.dk/analyse

Kontaktpersoner

Om selve analysen (teknisk):

Projektchef: Tevin Lac

Telefon: 7225 5607

Mail: lac@fdih.dk

Presse:

Kommunikationschef: Henrik Theil

Telefon: 2096 5667

Mail: het@fdih.dk

Læs mere om parterne bag analysen

Post Danmark på www.postdanmark.dk

Nets på www.nets.eu