



Dansk e-handelsanalyse

Tal, tendenser og nyheder om dansk e-handel

4. kvartal 2007

Partnere



Indholdsfortegnelse

- Om Dansk e-handelsanalyse s. 3-8
- Hvem e-handler, hvor ofte og hvor meget? s. 9-17
- Hvorfor e-handler man og hvorfor ikke? s. 18-21
- E-handlen fordelt på produkttyper s. 22-30
- Kendskab til e-mærket s. 31

Dansk e-handelsanalyse

- e-handelsfonden har gennem flere år ønsket et mere omfattende statistisk grundlag til belysning af udviklingen i dansk e-handel blandt private forbrugere.
- De eksisterende data fra Danmarks Statistik og PBS´ transaktionsstatistik giver et fingerpeg om e-handlens udvikling, men der savnes pålidelig viden om, hvem der e-handler, hvor meget og hvad der e-handles samt viden om, blandt hvem e-handlen udvikler sig over tid.
- Det er e-handelsfonden der står bag Dansk e-handelsanalyse, men da det er et stort og ambitiøst projekt er e-handelsfonden gået sammen med Post Danmark, PBS, Creuna og Kelkoo, som alle er store aktører på e-handelsområdet i Danmark, om at lave Dansk e-handelsanalyse.
- Dataindsamlingen påbegyndtes i januar 2007 med månedlige interviewrunder.
- I denne rapport præsenteres tallene for dansk e-handel fra 4. kvartal 2007.

Om analysen

- E-handel defineres i analysen som *”en person der inden for de sidste 3 måneder, privat til sig selv eller sin husstand, har bestilt og købt noget på internettet, men ikke nødvendigvis også har betalt via internettet”*.
- Dansk e-handelsanalyse gennemføres som en løbende årlig analyse med månedlige interviews:
 - Undersøgelsen er repræsentativ for alle danskere over 15 år.
 - Undersøgelsen er kvota samplet dels geografisk og dels i to grupper over og under 40 år, så der sikres maksimal repræsentativitet i forhold til geografi og alder.
 - Der gennemføres op til 7 genopkald pr. interview.
- Analysen har haft som fast mål i løbet af 2007 at opnå repræsentativ registrering af mindst 1.200 personers senest gennemførte e-handelstransaktioner i detaljer.
- Der blev igennem 2007 gennemført i alt ca. 2.700 interviews, hvoraf ca. 1.300 interviews var med personer, der havde e-handlet. Ca. 525 personer, der ikke havde e-handlet, blev interviewet i dybden, mens ca. 875 personer der ikke havde e-handlet, ikke blev interviewet for andet end, at de ikke havde e-handlet. Den statistiske repræsentativitet sikres ved, at de ca. 525 personer på repræsentativ vis vil kunne forklare de samme ting, som de 875 ville kunne omkring deres motiver for ikke at e-handle.
- Der interviewes ca. 155 tilfældigt udtrukne personer i dybden hver måned.
- Yderligere information om analysemetoden, kontakt Finn Gilling fra Gilling Communication & Consulting på telefon 60211704.

Analysens sikkerhed

- En stikprøveanalyse er underlagt statistisk usikkerhed, og det er Dansk e-handelsanalyse også. Dansk e-handelsanalyse gennemføres efter anerkendte standarder i analysebranchen, og derfor er analysens statistiske usikkerhed på brancheniveau.
- For de fleste undersøgelser, der ønsker at udtale sig om landsgennemsnit for danskerne i almindelighed, er et interviewantal på ca. 2.700 tilstrækkeligt i mange forhold, selv ved en vis nedbrydning i undergrupper. Den statistiske usikkerhed i en undersøgelse med 2.700 interviews, vil man normalt bedømme til +/- 3-4% på et givet procentsvar.
- Dansk e-handelsanalyse giver grundlag for en nærmere måling af undersøgelsens usikkerhed, da det er muligt at sammenligne antallet af e-handelstransaktioner, som danskerne siger, de har gennemført de sidste tre måneder, med data fra PBS. PBS offentliggør antallet af e-handelsbetalinger for hver måned, kvartal og år.
- I 4. kvartal 2007 angiver PBS antallet af e-handelsbetalingstransaktioner til 8.926.921. Dansk e-handelsanalyse angiver 8.986.004 e-handelstransaktioner baseret på interviewsvarene. En minimal forskel som dog er underlagt den statistiske usikkerhed.
- Tallene viser, at Dansk e-handelsanalyses metode er sikker, og at tallene derfor er troværdige.
- Se beregningen i detaljer på de følgende sider.

Analysens sikkerhed (fortsat)

- Der er i 4. kvartal 2007 interviewet i alt 653 (1.276 i 1. halvår 2007 og 667 i 3. kvartal 2007) geografisk repræsentativt udvalgte respondenter i alderen 15 år +.
 - 347 der har e-handlet (306 har e-handlet inden for de sidste 3 måneder, og 41 har e-handlet for længere tid siden).
 - 306 der aldrig har e-handlet (heraf 116 interviewet omkring deres motiver, og 190 er ikke).
- Tilsvarende tal for 3. kvartal 2007 var:
 - 327 der har e-handlet (301 har e-handlet inden for de sidste 3 måneder, og 26 har e-handlet for længere tid siden).
 - 340 der aldrig har e-handlet (heraf er 132 interviewet omkring deres motiver, og 208 er ikke).
- Tilsvarende tal for 1. halvår 2007 var:
 - 674 der har e-handlet (619 har e-handlet inden for de sidste 3 måneder, og 55 har e-handlet for længere tid siden)
 - 602 der aldrig har e-handlet (heraf er 261 interviewet omkring deres motiver, og 341 er ikke)
- I alt har 46,9% (45% i 3. kvartal 2007) af respondenterne e-handlet privat til sig selv eller til deres husstand inden for de sidste 3 måneder (306 respondenter ud af 653).
- I 4. kvartal 2007 har et repræsentativt udsnit af danskerne sagt, at de har e-handlet 2,51 gange i gennemsnit (2,49 gange i 3. kvartal 2007) i løbet af de sidste 3 måneder.

Analysens sikkerhed (fortsat)

- Der er i følge Danmarks Statistik i alt 4.411.000 personer på 15 år + i Danmark. Disse vil i følge undersøgelsens resultater have e-handlet i alt $2,51 \times 1 \text{ periode} \times 3 \text{ måneder} \times 4.411.000 = 11.071.610$ e-handelstransaktioner.
- I følge respondenternes svar, kan vi se, at i alt 81% (83% i 3. kvartal 2007) af de gennemførte e-handler er betalt online med kort, der indløses af PBS (249 respondenter ud af de 306). Det vil sige i alt 81% af $11.071.610 = 8.986.004$ baseret på interviews i oktober, november og december 2007.
- PBS angiver for 4. kvartal 2007 i alt 8.926.921 transaktioner.
- Forskellen mellem Dansk e-handelsanalyses tal er derfor i 4. kvartal 2007 ca. 0,7%, mens forskellen i 3. kvartal 2007 var ca. 8,6% og forskellen i 1. halvår 2007 var 3,7%.
- Forskellen mellem det estimerede antal transaktioner baseret på Dansk e-handelsanalyse og PBS rent faktisk registrerede transaktioner er, selvom den er meget lille i 4. kvartal 2007, underlagt den statistiske usikkerhed, og afhængig af respondenternes evne til at huske præcist, hvor mange transaktioner de har gennemført inden for de sidste 3. måneder.

Guide til resultaterne

- Der er interviewet i alt 653 personer, som er repræsentativt udvalgte danskere over 15 år i 4. kvartal 2007. Dansk e-handelsanalyse er derfor for året som helhed oppe på i alt 2596 interviewede respondenter. De interviewede stilles i alt ca. 60 spørgsmål.
- På de efterfølgende sider præsenteres udvalgte resultater fra Dansk e-handelsanalyse for 4. kvartal 2007 sammenlignet med resultaterne for 3. kvartal 2007 og 1. halvår 2007. Grunden til at der ikke sammenlignes med 4. kvartal 2006 er, at Dansk e-handelsanalyse først påbegyndtes i 2007. Derimod ser vi på, om danskernes e-handel har udviklet sig fra 1. halvår 2007 til 4. kvartal 2007.
- Rapporten er opdelt i følgende hovedområder:
 - Hvem e-handler, hvor ofte og hvor meget?
 - Hvorfor e-handler man, og hvorfor ikke? (Oplevede fordele, problemer og ulemper)
 - E-handlen fordelt på produkttyper (fysiske produkter, serviceprodukter og online-produkter)
 - Kendskab til e-mærket

E-handelens omfang

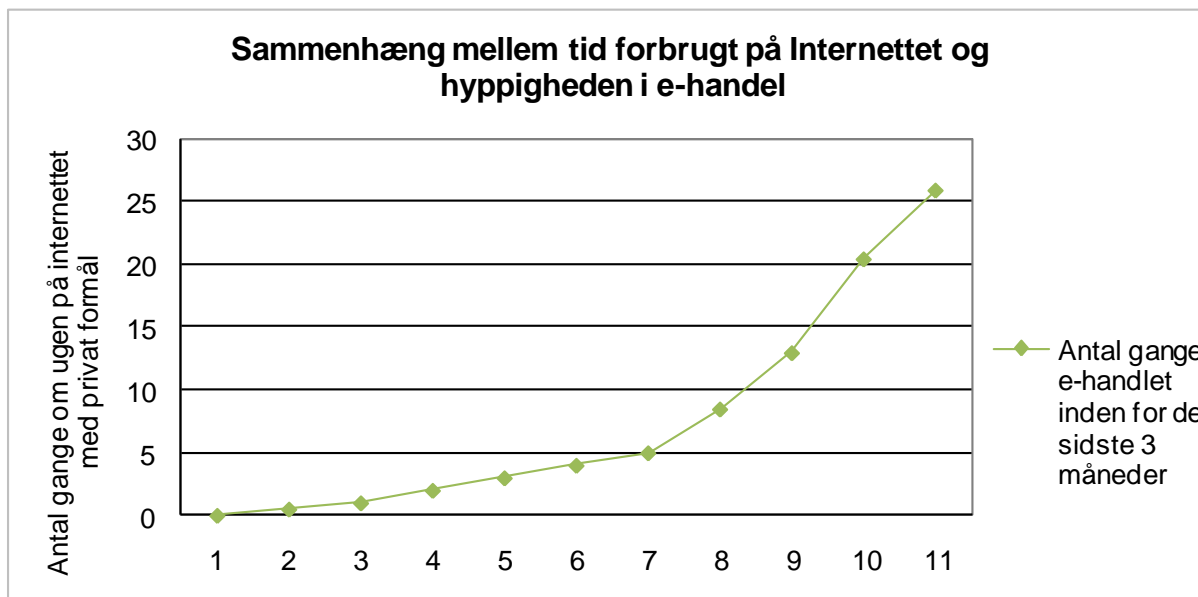
- PBS angiver for 2007 følgende procentuelle vækst pr. kvartal i antal e-handelstransaktioner med PBS kort:
 - 1. kvartal: 6,2%, 2. kvartal: 3,8%, 3. kvartal: 4,9% og 4. kvartal: 6,7%
- Væksten hos PBS fra 4. kvartal 2006 til 4. kvartal 2007 er på knap 23,4%.
- Ifølge Dansk e-handelsanalyses beregninger for 4. kvartal 2007 har 46,9% af respondenterne e-handlet inden for de sidste 3 måneder i gennemsnit 5,29 gange (1. halvår 2007: 49% af respondenterne har e-handlet 4,75 gange i gennemsnit, 3. kvartal 2007: 45% af respondenterne har e-handlet 5,49 gange i gennemsnit). Andelen der nogensinde har e-handlet er på 53,1%. Dette tal har været konstant fra 1. halvår 2007.
- Danskerne har i følge resultaterne på landsplan, i gennemsnit e-handlet 2,51 gange i 4 kvartal 2007 mod 2,49 gange i 3. kvartal 2007 og 2,32 gange i de første 6 måneder af 2007. Dette modsvarer en stigning i den frekvens, hvormed man handler på 8,2%. Man kan derfor på baggrund af disse tal konkludere, at væksten i e-handlen i 4. kvartal 2007 først og fremmest er baseret på, at der er lidt flere danskere, der har e-handlet hyppigere.
- Derimod er det svært ud fra tallene at konkludere, om der også er flere danskere, der er begyndt at e-handle, da tallene ikke viser en entydig stigning henover året.
 - Bemærk, at Dansk e-handelsanalyse er baseret på en løbende stikprøve, og at tallene derfor indeholder en stikprøveusikkerhed, som er estimeret til ca. +/-3-4%. Tallene kan således variere omkring en trend i hvert kvartal.

E-handel og tid brugt på internettet

Dansk e-handelsanalyses tal viser, at der er en direkte sammenhæng mellem, hvor hyppigt man er på internettet, og hvor hyppigt man e-handler.

- De 1276 respondenter (1. halvår 2007) var på internettet i gennemsnit 28 gange om måneden.
- De 667 respondenter (3. kvartal 2007) var i gennemsnit på internettet 26,5 gange om måneden.
- De 653 respondenter (4. kvartal 2007) var i gennemsnit på internettet 28 gange om måneden.

Hyppigheden er i 4. kvartal 2007 på niveau med den hyppighed, som blev målt i 1. halvår 2007. Faldet i 3. kvartal 2007 kan skyldtes sæsonsvingninger, da mange bruger internettet i mindre grad i deres sommerferie.



Hovedtendenser fra analysen

Julehandlen på nettet

E-handelen har siden 2003 konsekvent udgjort mellem 27,6% og 31,5% af årets samlede e-handel i 4. kvartal. Ud fra denne antagelse forventede Dansk e-handelsanalyse, at e-handelen ville vokse med 34,9% i 4. kvartal 2007. (De første tre kvartaler af 2007 var der 24.019.318 transaktioner svarende til 0,711% af de samlede transaktioner i 2007.)

Ifølge PBS' opgørelser var der i alt var 8.926.921 transaktioner i 4. kvartal 2007. Det er 836.205 transaktioner færre end Dansk e-handelsanalyse forventede, og det betyder at e-handelen er vokset med 23% i 4. kvartal 2007 og ikke 34,9%. Konklusionen er derfor, at der stadigvæk er vækst i Dansk e-handel, men at den er aftagende set i forhold til tidligere år.

Julehandlen tiltrak ikke nye e-handlende

Væksten i e-handelen kan ikke ses i Dansk e-handelsanalysens opgørelse af, hvor mange der har e-handlet inden for de sidste 3 måneder. Ifølge Dansk e-handelsanalysens beregninger for 4. kvartal 2007 har 46,9% af respondenterne e-handlet inden for de sidste 3 måneder i gennemsnit 5,29 gange (1. halvår 2007: 49% af respondenterne har e-handlet 4,75 gange i gennemsnit, 3. kvartal 2007: 45% af respondenterne har e-handlet 5,49 gange i gennemsnit). Dette peger i retning af, at de danskere der allerede e-handler, har handlet lidt hyppige, mens tallene ikke peger i retning af, at julehandlen har skabt flere e-handlende.

Hovedtendenser fra analysen (fortsat)

De nye e-handlende findes primært blandt de helt unge og de midaldrende

Blandt de helt unge er der blevet flere e-handlende i 4. kvartal 2007. Således har 71% af de unge mellem 15-19 år e-handlet i 4. kvartal 2007, mens kun 54% af de unge havde e-handlet i 3. kvartal 2007. Ligeledes har en større andel af de 20-24-årige e-handlet. Blandt de 30-49-årige er der også kommet flere e-handlende til. Eksempelvis har 74% af de 40-49-årige e-handlet i 4. kvartal 2007, men tallet for 3. kvartal 2007 var 61%.

Aldersfordelingen blandt de e-handlende er yderligere beskrevet på s. 13.

Det købte danskerne mest af i 4. kvartal – fordelt på produktkategorier

- **Beklædning** udgjorde 3. kvartal 2007 17% af de fysiske køb – i 4. kvartal 2007 udgjorde 21%.
- **PC-hardware/elektronik** udgjorde 3. kvartal 2007 10% af de fysiske køb – i 4. kvartal 2007 udgjorde de 14%.
- **Musik/film** udgjorde 3. kvartal 2007 8% af de fysiske køb – i 4. kvartal 2007 udgjorde de 12%.
- **Mobiloptankning** udgjorde 3. kvartal 2007 11% af servicekøb - i 4. kvartal 2007 udgjorde de 19%.
- **Spiladgang** udgjorde 3. kvartal 2007 19% af online-køb - i 4. kvartal 2007 udgjorde de 33%.
- **Internet/software** udgjorde 3. kvartal 2007 14% af online-køb - i 4. kvartal 2007 udgjorde de 22%.

Produktkategorierne er yderligere beskrevet på s. 22.

Variationerne kan forklares på sæsonsvigninger, hvor blandt andet en regnfuld sommer og julehandlen kan forventes at have spillet ind. Om tallene peger på generelle tendenser kan derimod ikke afgøres på nuværende tidspunkt.

Hvem har handlet – alder

Alder	Har e-handlet i %			Har aldrig e-handlet i %			I alt %
	1. halvår 2007	3. kvrt. 2007	4. kvrt. 2007	1. halvår 2007	3. kvrt. 2007	4. kvrt. 2007	
15-19	57%	54%	71%	43%	46%	29%	100%
20-24	76%	68%	100%	24%	32%	0%	100%
25-29	83%	85%	74%	17%	15%	26%	100%
30-39	74%	71%	86%	26%	29%	14%	100%
40-49	67%	61%	74%	33%	39%	26%	100%
50-59	55%	48%	46%	45%	52%	54%	100%
60-69	29%	23%	26%	71%	77%	74%	100%
70 år og derover	11%	5%	19%	89%	95%	81%	100%

Basis for tabellen: Antal interviews i alt – 1. halvår 2007: 1276 respondenter, 3. kvartal 2007: 667 respondenter og 4. kvartal 653 respondenter. Tabellen viser, procentfordelingen blandt dem, der har e-handlet og aldrig e-handlet i forhold til deres alder. Tabellen viser fx at en høj andel af de 20-39 årige e-handler, mens det er en meget lille andel af de ældre over 60 der e-handler.

Hvem har handlet – skoleuddannelse

Uddannelse	Har e-handlet i%			Har ikke e-handlet i %		
	1. halvår 2007	3. kvrt. 2007	4. kvrt. 2007	1. halvår 2007	3. kvrt. 2007	4. kvrt. 2007
Folkeskole - 7 års skolegang	3,80%	3,67%	5,76%	25,00%	24,41%	29,41%
Mellemskole - 8 eller 9 års skolegang	11,50%	10,70%	10,37%	16,60%	16,47%	18,30%
Realeksamen - 10 års skolegang	23,20%	23,55%	26,51%	25,00%	24,12%	22,88%
Studentereksamen, hf, hh, htx	61,50%	61,77%	56,20%	29,20%	32,06%	27,12%
Ingen afsluttet uddannelse	0,00%	0,00%	0,86%	2,10%	2,94%	2,29%
Ved ikke	0,00%	0,00%	0,29%	2,10%	0,00%	0,00%
Sum	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Basis for tabellen: Antal interviews i alt – 1. halvår 2007: 1276 respondenter, 3. kvartal 2007: 667 respondenter og 4. kvartal 653 respondenter. Tabellen viser procentfordelingen blandt dem, der har e-handlet, og dem der ikke har e-handlet, i forhold til deres skoleuddannelse. Fx har ca. 56% med studentereksamen har prøvet at e-handle.

Hvem har handlet – beskæftigelse

Beskæftigelse	Har e-handlet i %			Har ikke e-handlet i %		
	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007
Selvstændig	5,60%	4,28%	3,17%	4,30%	4,71%	2,61%
Offentligt ansat	26,40%	22,63%	27,95%	17,00%	13,24%	17,97%
Privat ansat	41,50%	47,71%	40,63%	19,10%	18,82%	18,63%
Arbejdsløs	1,90%	2,14%	2,02%	4,30%	4,12%	3,92%
Studerende	13,20%	10,40%	11,82%	4,30%	4,41%	4,90%
Orlov	1,90%	1,22%	0,86%	0,00%	1,76%	0,98%
Pensionist/ efterlønsmodtager	9,50%	9,17%	12,10%	48,90%	52,35%	50,98%
Medhjælpende ægtefælle	0,00%	0,00%	0,58%	0,00%	0,00%	0,00%
Hjemmegående ægtefælle	0,00%	0,92%	0,58%	0,00%	0,59%	0,00%
Ved ikke/vil ikke svare	0,00%	1,53%	0,29%	2,10%	0,00%	0,00%
Sum	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Basis for tabellen: Antal interviews i alt – 1. halvår 2007: 1276 respondenter, 3. kvartal 2007: 667 respondenter og 4. kvartal 653 respondenter. Tabellen viser procentfordelingen blandt dem, der har e-handlet, og dem der ikke har e-handlet, i forhold til deres beskæftigelse. Fx er der 41% af privat ansatte, som har e-handlet, men ca. 51% af dem, der aldrig har e-handlet er pensionister/efterlønsmodtagere.

Hvem har handlet – bruttoindkomst

Husstandens samlede bruttoindkomst	Har e-handlet i %			Har ikke e-handlet i %		
	1. halvår 2007	3. kvrt. 2007	4. kvrt. 2007	1. halvår 2007	3. kvrt. 2007	4. kvrt. 2007
Under 120.000 kr. årligt	3,80%	3,06%	3,46%	8,30%	5,29%	5,56%
120.000-199.999 kr. årligt	3,80%	4,28%	5,76%	16,70%	13,24%	17,32%
200.000-299.999 kr. årligt	7,50%	6,73%	8,65%	12,50%	7,06%	12,42%
300.000-399.999 kr. årligt	9,40%	10,70%	9,51%	10,40%	15,00%	12,42%
400.000-499.999 kr. årligt	9,40%	8,87%	11,24%	4,20%	12,35%	8,50%
500.000-599.999 kr. årligt	13,20%	14,98%	11,53%	6,30%	8,24%	8,50%
600.000-799.999 kr. årligt	20,70%	15,90%	17,29%	8,30%	9,12%	5,56%
800.000-999.999 kr. årligt	9,40%	9,17%	9,22%	2,10%	1,47%	4,58%
1.000.000-1.199.999 kr. årligt	5,70%	3,36%	3,17%	2,10%	0,00%	0,65%
1.200.000 kr. eller mere årligt	3,80%	4,28%	2,59%	0,00%	0,88%	0,00%
Ved ikke/vil ikke svare	13,30%	18,65%	17,58%	29,10%	27,35%	24,51%
Sum	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Basis for tabellen: Antal interviews i alt – 1. halvår 2007: 1276 respondenter, 3. kvartal 2007: 667 respondenter og 4. kvartal 653 respondenter. Tabellen viser procentfordelingen blandt dem der har e-handlet, og dem der ikke har e-handlet, i forhold til husstandens samlede bruttoindkomst. Fx tjente ca. 9% af husstandene mellem 800.000 og 1 million kr. blandt dem der har e-handlet, mens ca. 4 – 4,5% af dem, der aldrig har e-handlet, tjente mellem 800.000 og 1.000.000 kr. årligt.

Hvem har handlet – køn

Køn	Har e-handlet %			Har ikke e-handlet %		
	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007
Mand	51%	54%	48%	38%	31%	44%
Kvinde	49%	46%	52%	62%	69%	56%
Sum	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Basis for tabellen: Antal interviews i alt – 1. halvår 2007: 1276 respondenter, 3. kvartal 2007: 667 respondenter og 4. kvartal 653 respondenter. Tabellen viser procentfordelingen blandt dem, der har e-handlet, og dem der ikke har e-handlet, i forhold til deres køn. Fx er ca. 48% af dem, der har e-handlet i 4. kvartal mænd og 52% kvinder. Årsagen, til at kvinder udgør en større andel af dem, der ikke e-handler, er, at kvinder lever længere end mænd, og ældre over 70 år står for en meget lille del af e-handlen.

Oplevede problemer ved e-handel

Prøv at nævne på hvilke områder du har hørt om PROBLEMER i forbindelse med handel på internettet (Uhjulpede besvarelser, evt. flere svar pr. respondent)

	Har e-handlet i %			Har ikke e-handlet i %		
	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007
Ingen (har ikke hørt om problemer)	71%	73%	72%	28%	31%	31%
Forkerte eller manglende varer leveret	4%	6%	4%	8%	7%	10%
Besvær ved reklamation over defekte varer	1%	1%	4%	3%	1%	4%
Andet	5%	4%	3%	6%	8%	5%
Generel lang leveringstid	2%	0%	3%	1%	1%	1%
Manglende overholdelse af lovet leveringstid	4%	2%	2%	2%	0%	2%
Besværligt at fortryde et køb	1%	1%	2%	3%	3%	3%
Dårlig service	2%	2%	2%	1%	2%	1%
Løfter fra internetbutikker der ikke blev indfriet	1%	3%	2%	7%	7%	6%
Problemer med betalingen	2%	1%	1%	4%	7%	4%
Penge blev hævet uden jeg fik varen	1%	2%	1%	4%	5%	6%
Ved ikke	1%	0%	1%	15%	10%	9%
Vanskelig kontakt med butikken	1%	1%	1%	1%	0%	3%
Tekniske problemer med modtagelse og afsendelse af oplysninger	3%	3%	1%	1%	2%	1%
Svindel med mit betalingskort	0%	0%	0%	15%	14%	13%
Forvirrende at finde rundt og forstå leverandørens hjemmesider	1%	0%	0%	0%	1%	2%
Sum	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Basis for tabellen: Antal interviews i alt – 1. halvår 2007: 1276 respondenter, 3. kvartal 2007: 667 respondenter og 4. kvartal 653 respondenter. Tabellen viser procentfordelingen blandt dem, der har e-handlet, og dem der ikke har e-handlet, i forhold til oplevede problemer ved e-handel.

Oplevede ulemper ved e-handel

Hvilke ULEMPER mener du at der generelt vil være ved at handle på internettet?
(Uhjulpede besvarelser, evt. flere svar pr. respondent)

	Har e-handlet i %			Har ikke e-handlet i %		
	1. halvår 2007	3. kvrt. 2007	4. kvrt. 2007	1. halvår 2007	3. kvrt. 2007	4. kvrt. 2007
Ingen (har ikke oplevet ulemper)	38%	45%	41%	11%	17%	16%
Køber aldrig en vare uden at have set den fysisk	14%	13%	16%	17%	13%	12%
Andet	13%	12%	14%	6%	7%	4%
Det er for besværligt at reklamere over en defekt vare	3%	4%	5%	4%	3%	3%
Stoler ikke på sikkerheden omkring betalingen på internet	7%	4%	4%	10%	15%	13%
Er ikke tryk ved internettet som handelskanal	4%	2%	4%	8%	12%	12%
Bange for at blive udsat for svindel med mit betalingskort	5%	3%	3%	8%	6%	10%
Det er for besværligt at få varerne leveret	4%	5%	3%	2%	2%	3%
Ved ikke	4%	4%	3%	17%	14%	15%
Har ikke tillid til netbutikkerne	3%	1%	2%	6%	5%	4%
Det er for uoverskueligt at handle på nettet	2%	1%	2%	2%	2%	1%
Bekymret over at afgive personlige oplysninger over internet	2%	2%	2%	4%	1%	3%
Det bliver for dyrt når der skal tillægges told	1%	2%	2%	0%	0%	1%
Hører for mange dårlige historier om nethandlen	1%	1%	1%	4%	0%	4%
Sum	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Basis for tabellen: Antal interviews i alt – 1. halvår 2007: 1276 respondenter, 3. kvartal 2007: 667 respondenter og 4. kvartal 653 respondenter. Tabellen viser procentfordelingen blandt dem, der har e-handlet, og dem der ikke har e-handlet, i forhold til de ulemper de oplever med e-handel.

Oplevede fordele ved e-handel

Hvilke FORDELE mener du, at der vil være ved at handle på internettet?
(Uhjulpede besvarelser, evt. flere svar pr. resp.)

	Har e-handlet i %			Har ikke e-handlet i %		
	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007
Det er nemt	26%	25%	26%	15%	17%	11%
Kan handle når jeg har tid	19%	20%	22%	9%	8%	8%
Det er tidsbesparende	14%	16%	17%	13%	15%	15%
Varerne er billigere end i almindelige butikker	11%	9%	11%	14%	12%	13%
Det er nemmere at sammenligne priser og varer	7%	7%	6%	4%	2%	2%
Der er større og bedre udvalg end i almindelige butikker	5%	4%	4%	3%	0%	2%
Varerne leveres til døren	4%	6%	4%	7%	7%	6%
Jeg kan købe varer jeg ellers ikke har adgang til	3%	3%	3%	1%	2%	2%
Det er mindre stressende	4%	4%	2%	0%	1%	3%
Andet	4%	3%	2%	2%	3%	2%
Man kan handle i udlandet	2%	2%	2%	1%	2%	2%
Ingen (kan ikke komme på fordele)	0%	0%	1%	11%	15%	17%
Ved ikke	1%	1%	0%	19%	16%	16%
Sum	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Basis for tabellen: Antal interviews i alt – 1. halvår 2007: 1276 respondenter, 3. kvartal 2007: 667 respondenter og 4. kvartal 653 respondenter. Tabellen viser procentfordelingen blandt dem, der har e-handlet, og dem der ikke har e-handlet, i forhold til de fordele de oplever med e-handel.

Afgørende faktorer ved valg af e-butik

Hvilke FAKTORER vil du lægge vægt på når du handler på internettet med et firma første gang?
(Uhjulpede besvarelser, evt. flere svar pr. resp.)

	Har e-handlet i %			Har ikke e-handlet i %		
	1. halvår 2007	3. kvrt. 2007	4. kvrt. 2007	1. halvår 2007	3. kvrt. 2007	4. kvrt. 2007
At det er et kendt firma	16%	19%	19%	11%	16%	18%
At firmaets internetside ser professionel ud	17%	18%	19%	4%	5%	8%
Andet	5%	4%	16%	19%	17%	14%
At jeg kender andre der har handlet på nettet med firmaet	9%	8%	10%	4%	5%	7%
At det er et firma jeg kender uden for internettet	7%	6%	8%	4%	7%	2%
Ingen	6%	3%	6%	9%	10%	12%
At firmaets internetside har et E-mærke	4%	5%	5%	1%	0%	1%
Ved ikke	25%	25%	4%	38%	31%	29%
At firmaet er dansk	3%	2%	4%	3%	3%	2%
At det er et firma der også har butikker	1%	2%	4%	2%	2%	1%
At firmaet sælger produkter jeg kender	3%	3%	3%	3%	3%	3%
At man kan ringe til firmaet og de tager telefonen	3%	3%	2%	2%	2%	2%
At sproget er dansk	2%	1%	1%	0%	0%	1%
Sum	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Basis for tabellen: Antal interviews i alt – 1. halvår 2007: 1276 respondenter, 3. kvartal 2007: 667 respondenter og 4. kvartal 653 respondenter. Tabellen viser procentfordelingen blandt dem, der har e-handlet, og dem der ikke har e-handlet, i forhold til afgørende faktorer i deres valg af e-butik første gang de e-handler.

E-handelsmarkedet

- Dansk e-handelsanalyse måler, som den eneste analyse, systematisk e-handlen på tre kategorier:
 - Fysiske produkter, hvor man bestiller og køber et fysisk produkt via internettet, som skal leveres eller afhentes. Eksempler er bøger, madvarer, beklædning etc.
 - Serviceprodukter, hvor man bestiller og køber via internettet, og hvor produktet leveres og forbruges et andet sted end internettet. Eksempler er biografbilletter, flybilletter, taletid etc.
 - Online-produkter, hvor man bestiller og køber produkter via internettet, og hvor produktet også leveres via internettet. Eksempler er mp3-musikfiler, ringetoner, e-bøger, software etc.
- Målt på det sidste køb, som respondenterne har foretaget via nettet, fordeler købene sig på følgende måde:

Kategori	Antal køb			%fordeling af antal køb			Antal dage siden sidste køb			Gns. beløb pr. køb i DKK.		
	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007
Fysisk produkt	315	157	178	51%	52%	58%	21	22	20	1.345,-	993,-	812,-
Serviceprodukt	195	100	96	32%	33%	31%	17	30	24	2.310,-	2203,-	2412,-
Online-produkt	47	37	27	8%	12%	9%	15	18	12	338,-	643,-	531,-
Husker ikke	62	7	5	9%	2%	2%	59	27	25	2.588,-	113,-	487,-
Sum	619	301	306	100%	100%	100%						

Køb af fysiske produkter

Tænk på det seneste fysiske produkt du har bestilt og købt på internettet. Hvilken type produkt var det? Det må gerne være købt for mere end 3 måneder siden (kategoriseret).

	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007
Beklædning	17%	17%	21%
PC-hardware/tv/elektronik	15%	10%	14%
Bøger/aviser	11%	10%	12%
Musik/film	11%	8%	12%
Andet	10%	12%	6%
Boligindretning	3%	5%	4%
Telefon samt tilbehør hertil	3%	6%	4%
Bil + anden transport	3%	4%	3%
Fødevarer	3%	7%	3%
Personlig pleje	2%	1%	3%
PC-software (spil etc.)	4%	3%	2%
Husholdning	3%	3%	2%
Legetøj	3%	1%	2%

Basis for tabellen: 315 fysiske køb i 1. halvår 2007, 157 køb i 3. kvartal og 178 køb i 4. kvartal 2007. Antal køb er vist på produktkategorier i procent.

Køb af fysiske produkter (fortsat)

Tænk på det seneste fysiske produkt du har bestilt og købt på internettet. Hvilken type produkt var det? Det må gerne være købt for mere end 3 måneder siden (kategoriseret).

	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007
Sportsudstyr	2%	4%	2%
Byggematerialer	1%	0%	2%
Helbred	1%	0%	2%
Foto	0%	0%	2%
Øvrige elektronikartikler	4%	7%	1%
Have/blomster	2%	0%	1%
Energi (olie, brænde)	1%	0%	1%
Smykker	1%	2%	1%
Værktøj/elværktøj	1%	1%	1%
Musikinstrumenter	1%	0%	0%
Båd	0%	0%	0%
Hårde hvidevarer	0%	0%	0%
Sum	100%	100%	100%

Basis for tabellen: 315 fysiske køb i 1. halvår 2007, 157 køb i 3. kvartal og 178 køb i 4. kvartal 2007. Antal køb er vist på produktkategorier i procent.

Køb af fysiske produkter - levering

Hvem leverede produktet?

	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007
Post Danmark	71%	68%	72%
Virksomheden du købte hos	11%	11%	10%
Anden transportør	8%	8%	5%
Husker ikke	8%	9%	10%
Danske Fragtmænd	2%	2%	2%
GLS	1%	2%	1%
DPD	1%	0%	0%
Sum	100%	100%	100%

Basis for tabellen: 315 fysiske køb i 1. halvår 2007, 157 køb i 3. kvartal og 178 køb i 4. kvartal 2007. Antal køb er vist på fragtleverandør i procent.

Køb af serviceprodukter

Tænk på det seneste serviceprodukt du har bestilt og købt på internettet. Hvilken type produkt var det? Det må gerne være købt for mere end 3 måneder siden (kategoriseret).

	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007
Mobiloptankning	13%	11%	19%
Fly	19%	23%	18%
Film/bio	25%	14%	17%
Rejse/ferie/udlandsophold	11%	17%	11%
Øvrige	8%	10%	8%
Teater/stand up	4%	3%	6%
Koncert/festival	7%	8%	5%
Medlemskab	1%	0%	4%
Tog	5%	3%	3%
Div. arrangementer	4%	0%	3%
Færges	2%	2%	2%
Hotel	1%	6%	1%
Sport	1%	1%	1%
Spil	0%	1%	1%
Aktiehandel	0%	0%	0%
Sum	100%	100%	100%

Basis for tabellen: 195 serviceproduktkøb i 1. halvår 2007, 100 serviceproduktkøb i 3. kvartal og 96 serviceproduktkøb i 4. kvartal 2007. Antal køb er vist på produktkategorier i procent.

Køb af online-produkter

Tænk på det seneste online-produkt du har bestilt og købt på internet. Hvilken type produkt var det? Det må gerne være købt for mere end 3 måneder siden (kategoriseret).

	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007
Spiladgang	8%	19%	33%
Musikfiler	31%	28%	22%
Internet/software	29%	14%	22%
Øvrige	22%	25%	11%
Film/tv	2%	6%	4%
Køb/salg/auktioner/annoncer	2%	3%	4%
Skype	0%	0%	4%
Ringetoner/mobilbilleder/mobilspil	4%	6%	0%
Onlinebøger/leksikon	2%	0%	0%
Sum	100%	100%	100%

Basis for tabellen: 47 online-produktkøb i 1. halvår 2007, 37 online-produktkøb i 3. kvartal og 27 online-produktkøb i 4. kvartal 2007. Antal køb er vist på produktkategorier i procent.

E-handel og kendskab

Kan du huske navnet på det firma du bestilte og købte hos?

	Antal i %			Det fysiske produkt			Serviceproduktet			Online-produktet			Husker ikke		
	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007
Nej	17%	21%	19%	18%	25%	23%	11%	13%	12%	13%	16%	12%	39%	57%	57%
Ja	83%	79%	81%	82%	75%	77%	89%	87%	88%	87%	84%	88%	61%	43%	43%
Sum	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Basis for tabellen: Antal respondents angivelse af, hvorvidt det sidst købte e-handelsprodukt var henholdsvis et fysisk produkt, serviceprodukt eller online-produkt. Se tabellen side 22. Besvarelsene er fordelt procentuelt efter hvor mange, der kan huske navnet på det firma, de købte produktet hos.

Genkøb og loyalitet

Hvor mange gange har du tidligere bestilt og købt noget på nettet hos dette firma?

	Antal			Det fysiske produkt			Serviceproduktet			Onlineproduktet			Husker ikke		
	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007
Aldrig købt der før	35%	33%	33%	40%	36%	42%	26%	30%	23%	30%	27%	11%	45%	29%	40%
1 gang	9%	9%	9%	9%	10%	8%	8%	6%	14%	17%	11%	7%	8%	0%	0%
2 gange	11%	10%	10%	15%	8%	10%	9%	15%	9%	9%	8%	15%	3%	0%	0%
3 gange	5%	6%	8%	4%	6%	11%	7%	8%	3%	4%	3%	4%	5%	0%	20%
4 gange	5%	6%	5%	4%	5%	3%	6%	7%	7%	4%	8%	7%	2%	0%	0%
5 gange	4%	5%	6%	4%	4%	6%	5%	3%	6%	2%	11%	7%	5%	0%	0%
6-10 gange	8%	8%	7%	7%	5%	6%	10%	10%	5%	11%	11%	19%	5%	29%	0%
11-20 gange	7%	8%	8%	6%	7%	7%	9%	9%	9%	4%	8%	7%	8%	0%	0%
21-30 gange	3%	4%	3%	3%	4%	1%	5%	2%	6%	6%	5%	4%	0%	0%	0%
31-40 gange	1%	2%	1%	1%	3%	0%	2%	1%	4%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
41-50 gange	1%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	0%	4%	0%	0%	0%
51 gange eller flere	5%	4%	4%	3%	6%	2%	7%	2%	6%	11%	5%	11%	2%	0%	0%
Husker ikke	4%	5%	6%	2%	4%	6%	6%	6%	5%	0%	3%	4%	18%	43%	40%
Sum	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Basis for tabellen: Antal respondenters angivelse af, hvorvidt det sidst købte e-handelsprodukt var henholdsvis et fysisk produkt, serviceprodukt eller online-produkt. Se tabellen side 22. Besvarelserne er fordelt procentuelt efter, hvor mange gange respondenterne har købt eller bestilt noget hos firmaet tidligere.

E-handel fordelt på lande

I hvilket land var firmaet beliggende?

	Antal			Det fysiske produkt			Serviceproduktet			Online-produktet			Husker ikke		
	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007
Danmark	79%	74%	75%	80%	75%	77%	86%	81%	82%	60%	65%	37%	71%	14%	40%
Sverige	2%	2%	5%	3%	3%	7%	3%	1%	2%	0%	5%	0%	2%	0%	0%
Norge	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	2%	0%	0%
England	4%	4%	4%	5%	5%	5%	3%	3%	3%	4%	0%	4%	0%	0%	0%
USA	3%	6%	6%	4%	4%	2%	0%	2%	3%	15%	22%	41%	2%	14%	20%
Tyskland	2%	4%	5%	3%	6%	4%	1%	1%	4%	2%	0%	7%	5%	14%	0%
Andet land	3%	6%	2%	3%	4%	2%	3%	9%	1%	4%	3%	0%	6%	14%	20%
Husker ikke	5%	4%	4%	3%	3%	2%	4%	3%	3%	15%	5%	11%	13%	43%	20%
Sum	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Basis for tabellen: Antal respondents angivelse af, hvorvidt det sidst købte e-handelsprodukt var henholdsvis et fysisk produkt, serviceprodukt eller online-produkt. Se tabellen side 22. Besvarelserne er fordelt procentuelt efter hvilket land firmaet er beliggende i.

Kendskab til e-mærket

Har du hørt om den danske mærkningsordning for internetbutikker e-mærket, hvor logoet er et øje med et E i?

Respondenter der har e-handlet før (%):				Respondenter der ikke har e-handlet før (%):			
	1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007		1. halvår 2007	3. kv. 2007	4. kv. 2007
Ja	57%	62%	59%	Ja	25%	27%	27%
Nej	43%	37%	40%	Nej	74%	73%	73%
Ved ikke	1%	1%	1%	Ved ikke	2%	1%	0%
Sum	100%	100%	100%	Sum	100%	100%	100%

Basis for tabellen: Antal interviews i alt – 1. halvår 2007: 1276, 3. kvartal 2007: 667 respondenter og 4. kvartal 2007: 653 respondenter. Tabellen viser, hvor mange procent blandt dem, der har e-handlet, som har hørt om e-mærket. Tilsvarende for dem der aldrig har e-handlet.

Yderligere information

- **Dansk e-handelsanalyse**
www.e-handelsanalyse.dk

- **e-handelsfonden**
Generatorvej 6 B
2730 Herlev
Telefon: 44 85 85 90
E-mail: post@e-handelsfonden.dk

- **Direktør i e-handelsfonden**
Lars Schmidt Larsen: 60 20 20 71
E-mail: lsl@e-handelsfonden.dk

- **Læs mere om parterne bag analysen:**
- Post Danmark på www.postdanmark.dk
- PBS på www.pbs.dk
- Creuna på www.creuna.dk
- Kelkoo på www.kelkoo.dk