



Dansk e-handelsanalyse

Dansk e-handelsanalyse

4. kvartal 2010

Gennemført af Epinion for FDIH

Udgivet af:

FDIH

Partnere:



Copyright © 2010 Dansk e-handelsanalyse



Indholdsfortegnelse

Dansk e-handelsanalyse	side 3
Tendenser	side 4
Hvor ofte e-handler danskerne	side 5-8
Værdien af seneste e-handel	side 9
De mest populære internetbutikker	side 10
De mest populære varer og ydelser	side 11
Fordelene ved e-handel	side 12
Loyalitet og tilfredshed	side 13
Vejen frem til første køb i en netbutik	side 14
Betaling ved e-handel	side 15-16
Når købet ikke bliver til noget	side 17
Levering	side 18-20
E-handel over grænserne	side 21
Julegaver købt på nettet	side 22
Den anvendte metode	side 23
Yderligere information	side 24

Dansk e-handelsanalyse

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 tidligere analyser.

Vi har ændret analysen på følgende punkter:

- Leverandørskift til Epinion
- Webundersøgelse via et webpanel, hvor vi tidligere brugte telefoninterviews
- Flere besvarelser - fra cirka 700 til 1000 svar i kvartalet
- Nye spørgsmål og ændrede formuleringer af spørgsmål

Dansk e-handelsanalyse vil fortsat stræbe 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 vil vi levere 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.

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 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.

Annette Falberg
Adm. direktør

FDIH – Foreningen for Distance- og Internethandel

Tendenser

De tendenser, som e-handelsanalysen viste i årets første tre kvartaler, gør sig også gældende i 4. kvartal, der blev præget af julehandlen.

Bøger overhalede beklædning og indtog førstepladsen blandt de mest populære varer i 4. kvartal. Den umiddelbare forklaring skal findes i julehandlen, hvor netop bøger er en oplagt gave at købe på nettet.

Side 11

Dankortet satte ny rekord i 4. kvartal

Der er næsten tradition for, at julen også byder på rekorder i brugen af Dankort, både i fysiske butikker og ved e-handel. Det skete også i julen 2010. Tal fra Nets viser, at 4. kvartal satte rekord med Dankortbetalinger på nettet for 7,2 mia. kr.

Dankortet er fortsat danskernes foretrukne betalingsmiddel, både fysisk og på nettet.

Side 15-16

Hver fjerde dansker køber julegaver på nettet

Der var gang i julehandlen på nettet i 2010, hvor hver fjerde dansker sprang køen over i forretninger, og købte en eller flere gaver hjemmefra via nettet. Det viser svarene på et par ekstra julespørgsmål, som Dansk e-handelsanalyse stillede i forbindelse med undersøgelsen i 4. kvartal.

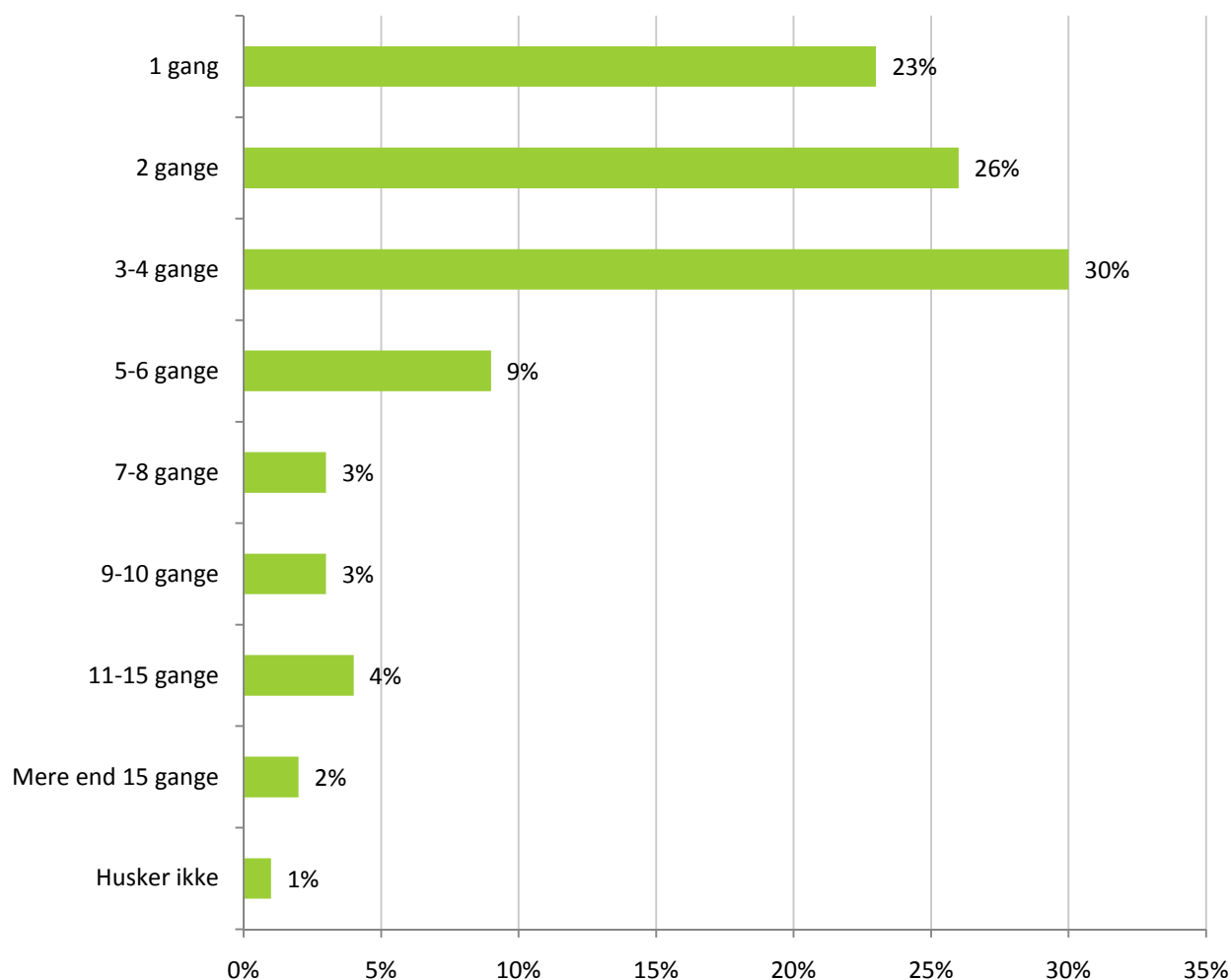
Det blev især CD'er, DVD'er, spil, der købes via nettet, inden de ender under træet. Traditionelt legetøj tager 2. pladsen, mens elektronik fx MP3-afspillere og digitalkameraer kommer ind på 3. pladsen. Men alle varegrupper fra gavekort over smykker til tøj og fritidsudstyr er med blandt julegaver hentet som online gaveindkøb.

Side 22

Hvor ofte e-handler danskerne?

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

Tallene viser samme tendens som i de tre første kvartaler af 2010.



Antal besvarelser: 1.333

Spørgsmålsformulering:

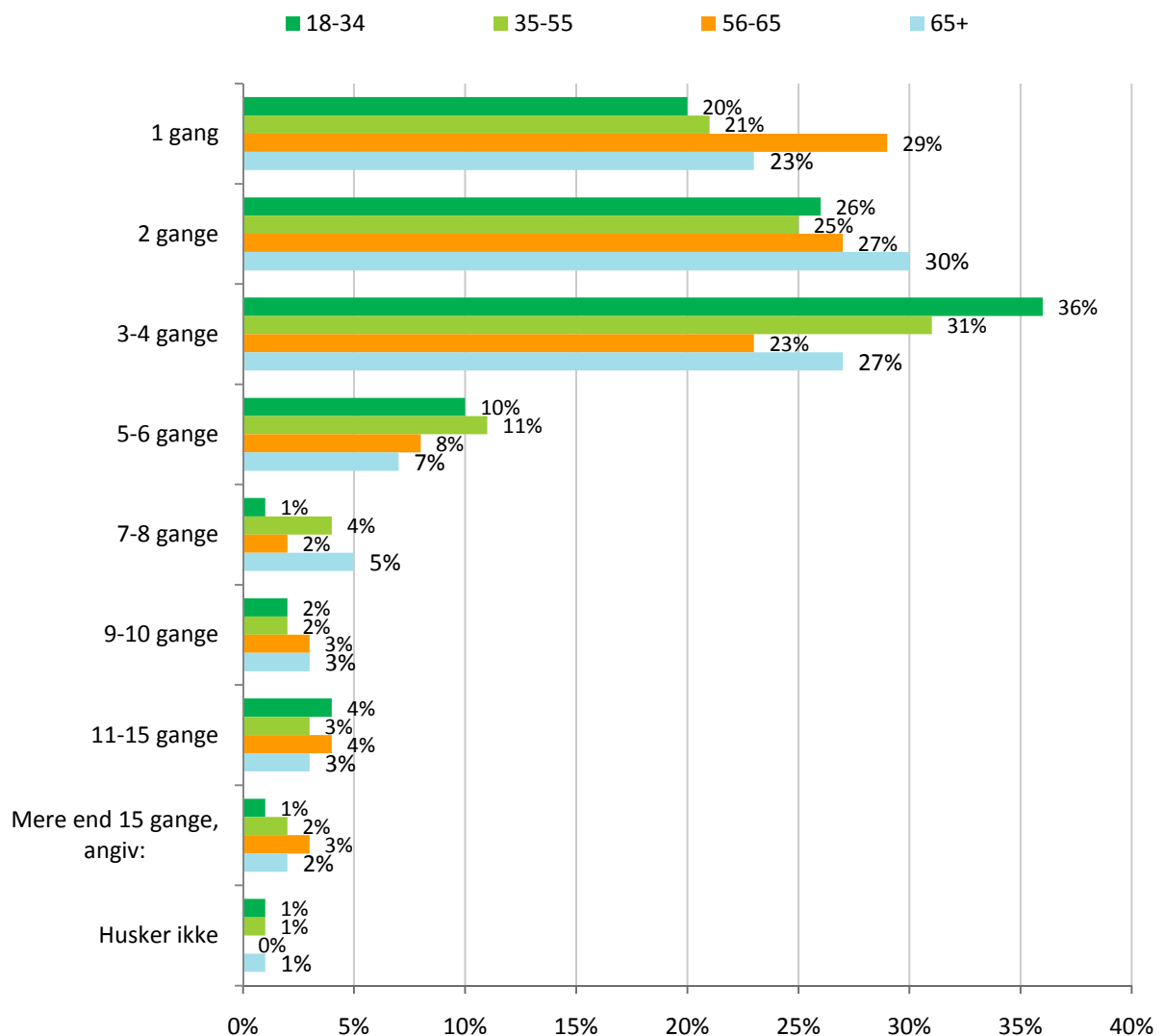
Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? (alle typer bestilte eller købte varer, serviceydelser, abonnementer eller downloads, der koster penge)

Alle aldersgrupper e-handler

Der er stor ensartethed i hyppighed af e-handel mellem aldersgrupperne.

En handelshyppighed på op til 4 gange månedligt dækker fire femtedele af alle de adspurgte. Der er dog en tendens til at den yngste aldersgruppe (18-34) handler mere hyppigt end de øvrige aldersgrupper. Ved højere hyppighed - mere end 7 gange om måneden – opstår der større udsving, fordi der er færre respondenter, som handler hyppigt. Dermed stiger den statistiske usikkerhed.

Tallene viser samme tendens som i de tre første kvartaler af 2010.



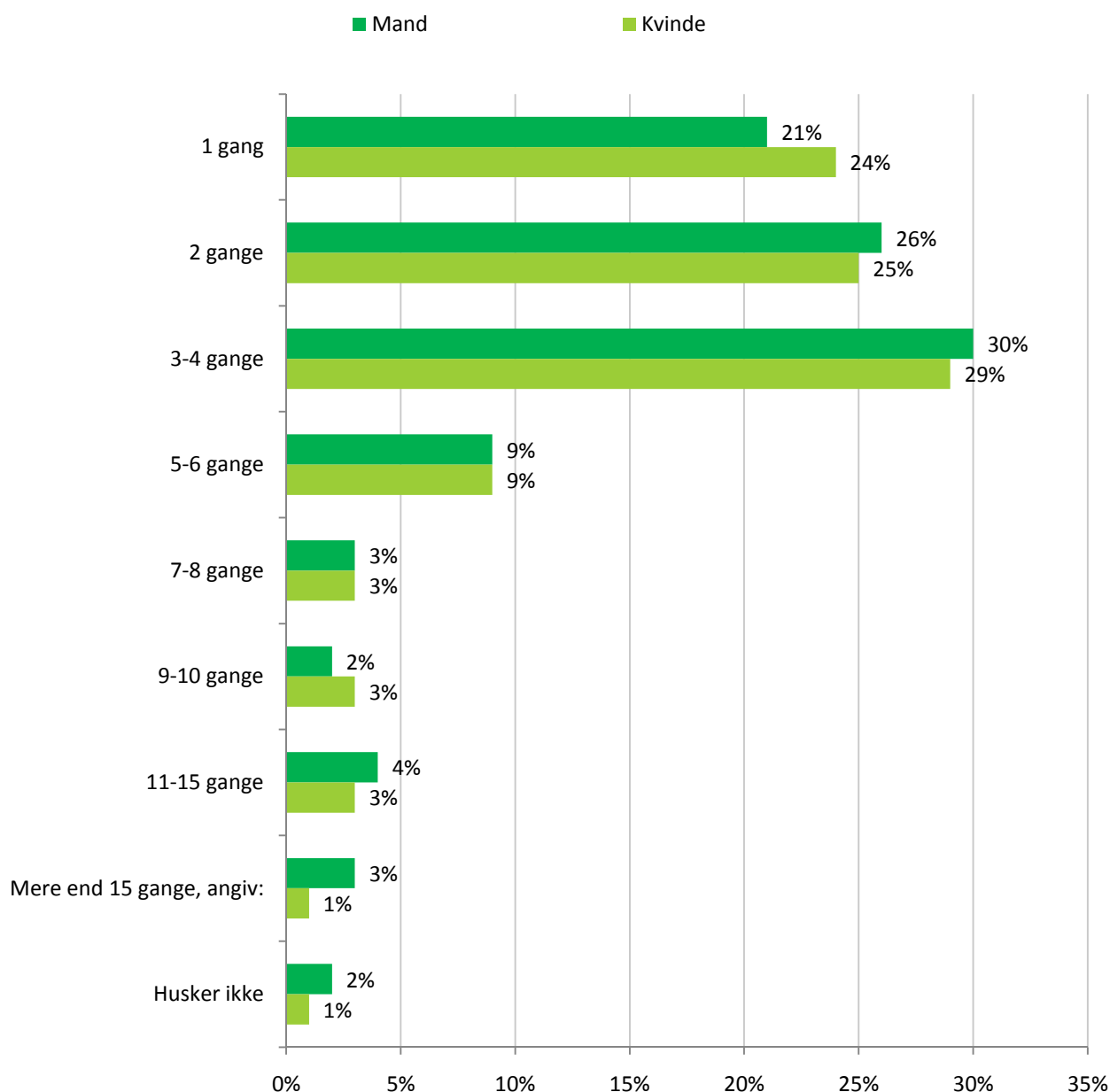
Antal besvarelser: 1.333

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)

Ligestilling inden for e-handel

Resultaterne viser, at e-handel er for begge køn. Der er ikke nogen systematisk forskel i, hvor ofte mænd og kvinder handler på nettet.



Antal besvarelser: 1.333

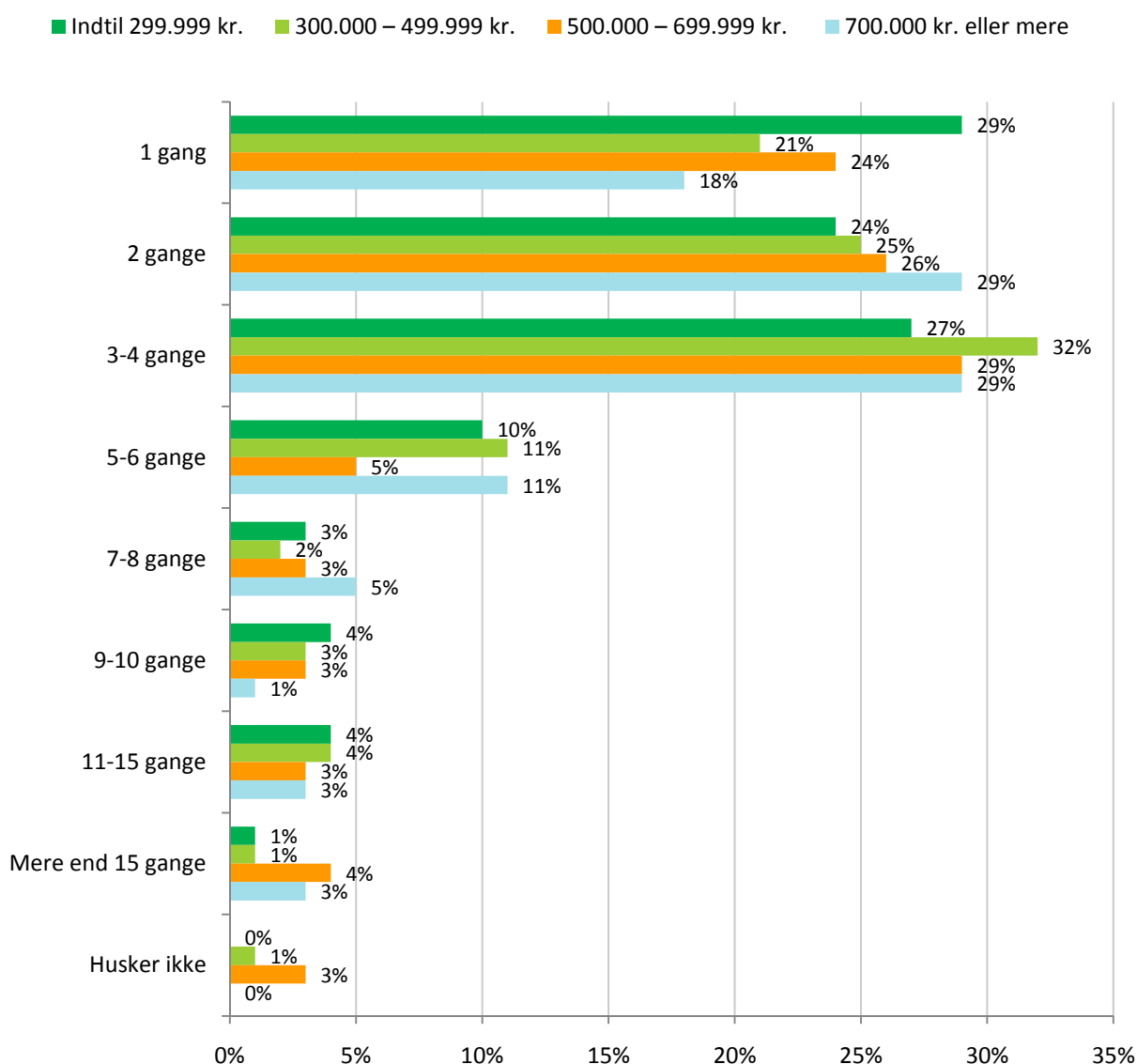
Spørgsmålsformulering:

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

E-handel og indtægt

Når man opgør hyppighed af e-handel efter indtægt, viser det sig, at husstandens årlige bruttoindkomst (dvs. før skat) ikke har nogen nævneværdig sammenhæng med antal e-handler.

Tallene viser samme tendens som i foregående kvartal.



Antal besvarelser: 1.161

Spørgsmålsformulering:

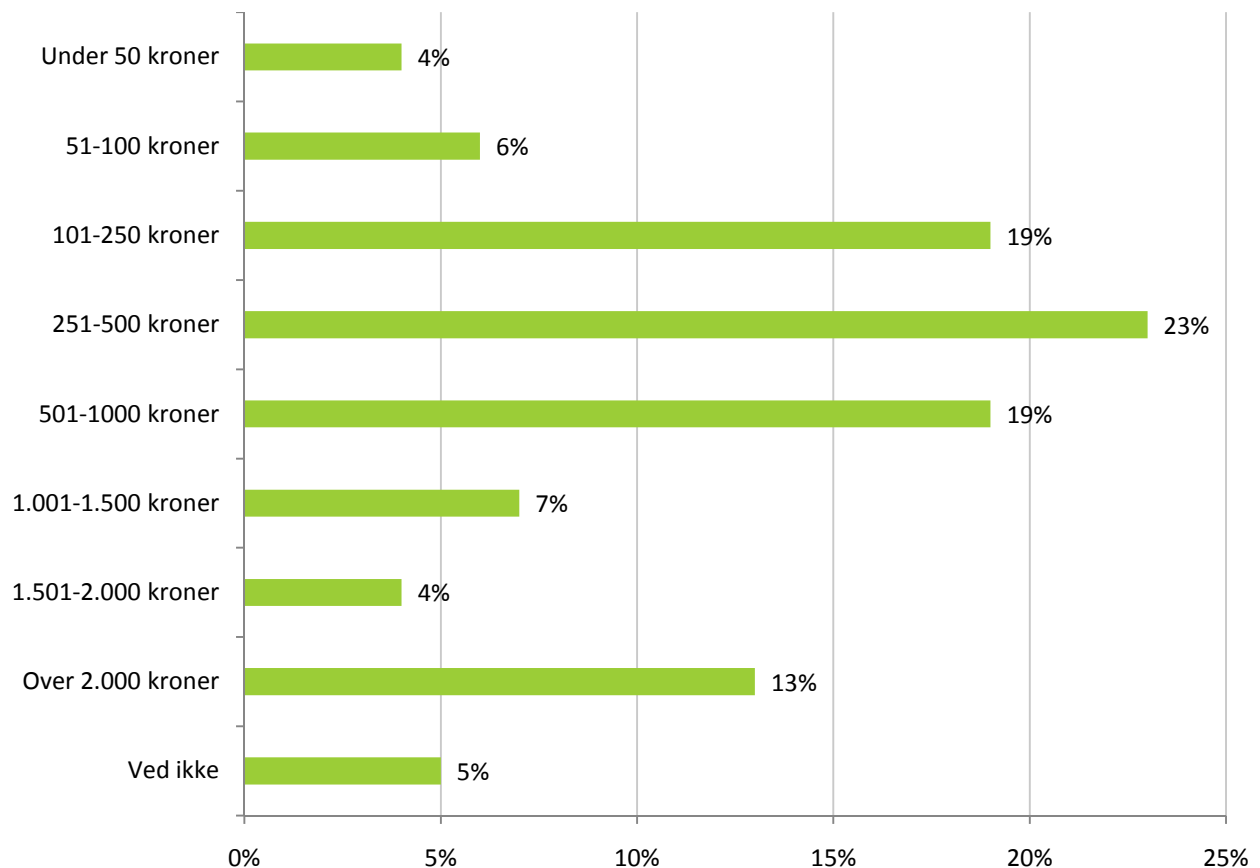
Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? (alle typer bestilte eller købte varer, serviceydelser, abonnementer eller downloads, der koster penge)

Værdien af den seneste e-handel

Omkring halvdelen af samtlige e-handler har en værdi på 500 kroner eller derunder, den anden halvdel har en værdi over 500 kroner. Der er dog kun ganske få e-handler under 100 kr. Interessant nok har hver sjette e-handel en værdi over 2.000 kroner.

42 % af e-handlerne har en værdi mellem 101 og 500 kr., det er varegrupperne bøger, film og beklædning, der oftest handles i denne priskategori.

Tallene viser samme tendens som i de tre første kvartaler af 2010.



Antal besvarelser: 1.333

Spørgsmålsformulering:

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

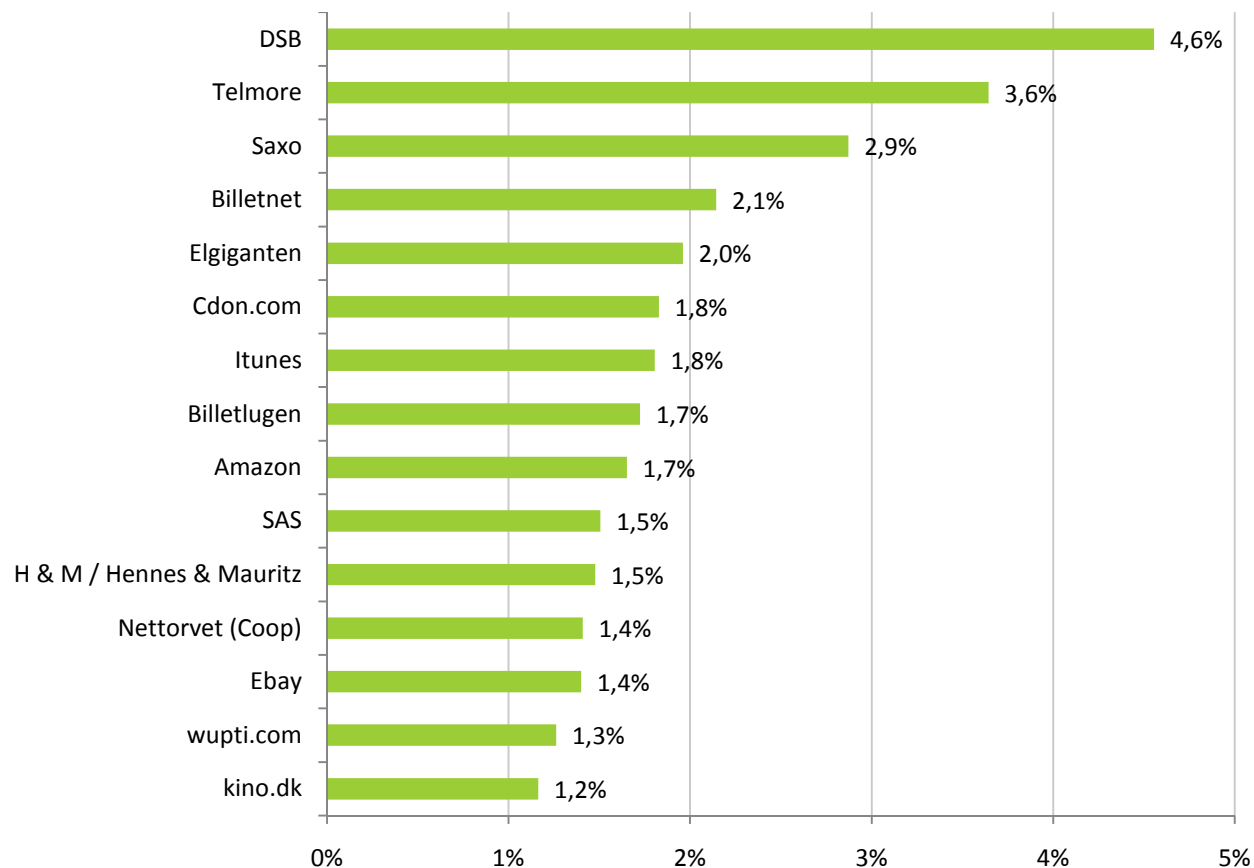
De mest populære internetbutikker

Figuren viser de mest populære butikker i 4. kvartal målt på antal handler via Internettet.

Den største andel af respondenterne har e-handlet i DSB, der efterfølges af Telmore, Saxo og Billetnet.

E-handlen er i høj grad spredt på forskellige butikker. Dette understreges også af, at de 15 største sites kun udgør 30 % af det samlede antal besvarelser. Der er således ikke nogen deciderede markedsledere inden for internethandel.

I tabellen ses de 15 største sites.



Antal besvarelser: 1.333

Spørgsmålsformulering:

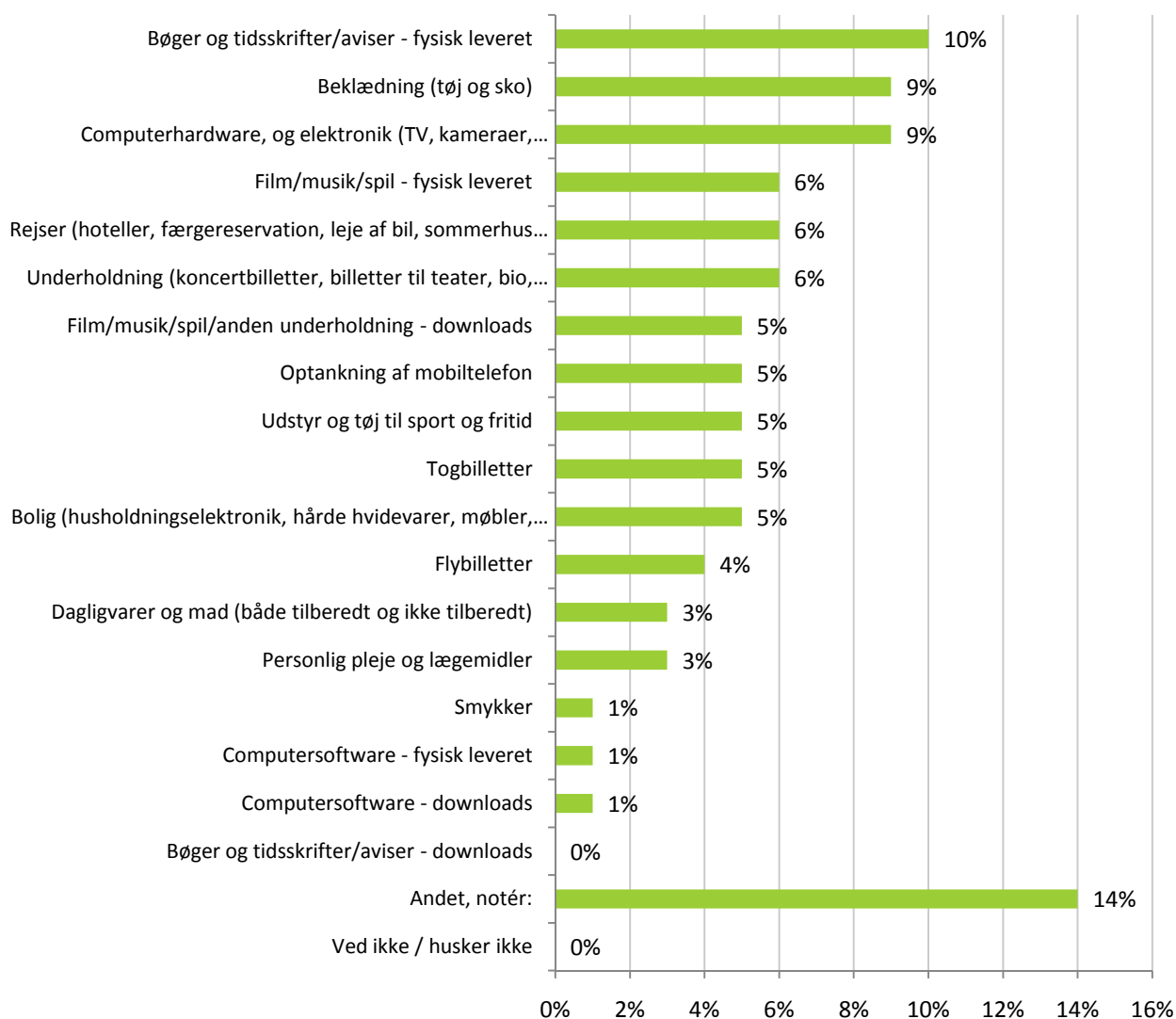
Kan du huske navnet på netbutikken, du senest handlede i?

De mest populære varer og ydelser

Figuren herunder viser, at bøger og tidsskrifter overhalede beklædning og indtog førstepladsen blandt de mest populære varer i 4. kvartal. Den umiddelbare forklaring skal findes i julehandlen, hvor netop bøger er en oplagt gave at købe på nettet.

Når man opgør e-handlen på fysiske og ikke-fysiske varer i de nævnte varegrupper, udgør de fysiske varer godt halvdelen (52 %), mens de ikke-fysiske (inkl. billetter) udgør ca. en tredjedel (34 %). De sidste 14% af varekøb udgøres af gruppen "andet".

De fysiske varer fylder altså mere i antal end de ikke-fysiske i danskernes e-handel. I lyset af julegaveindkøb på nettet er det næppe overraskende i 4. kvartal.



Antal besvarelser: 1.333

Spørgsmålsformulering:

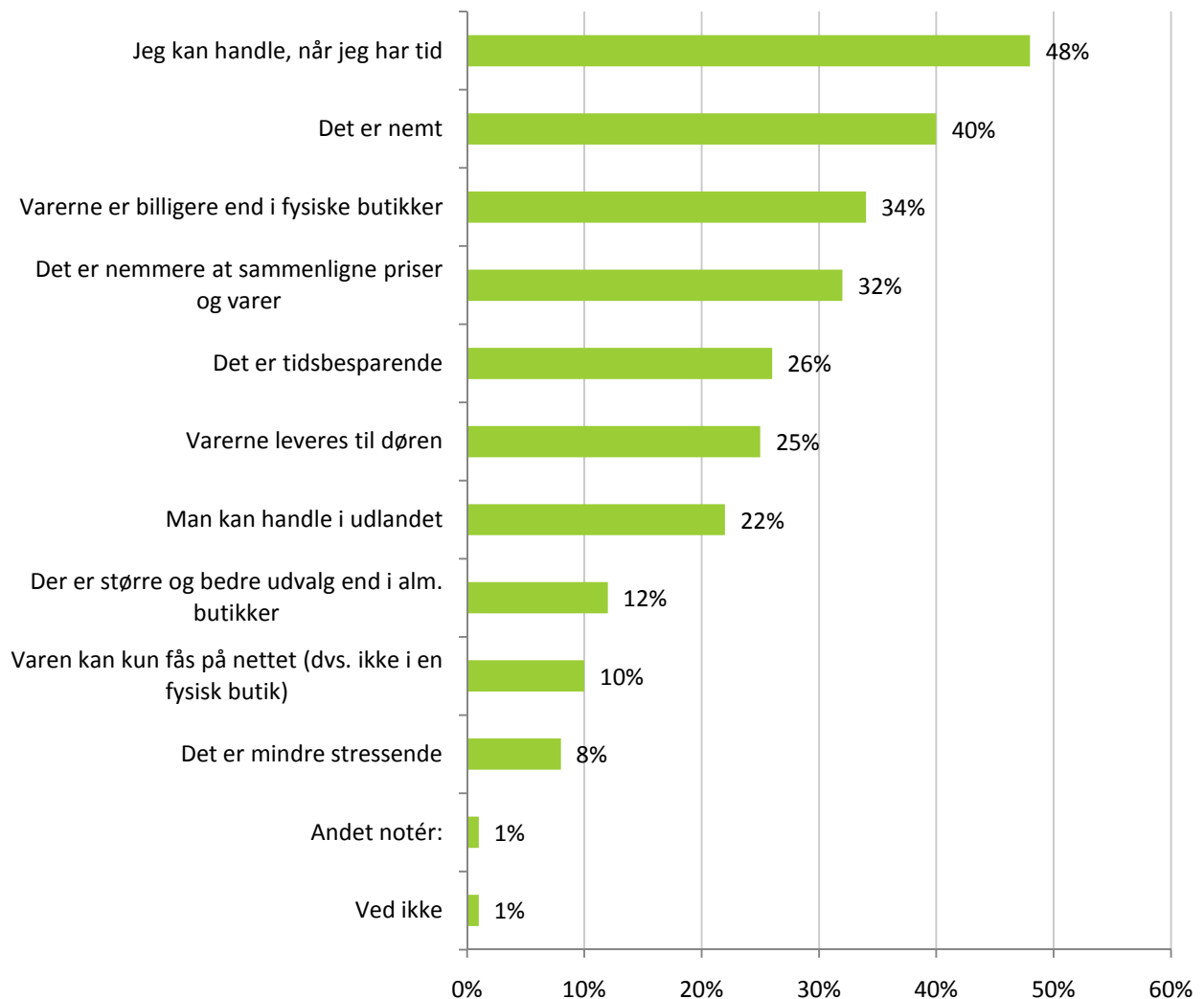
Hvad var det sidste, du købte på nettet?

Fordelene ved e-handel

Den største fordel ved e-handel er, at man kan handle, når man har tid. E-handel er nemt og man kan nemmere sammenligne priser og varer.

Prisen er også en vigtig begrundelse for at e-handle og ligesom e-handel generelt vurderes at være tidsbesparende.

Hver fjerde nævner muligheden for at få varer leveret ved døren som en af de største fordele.

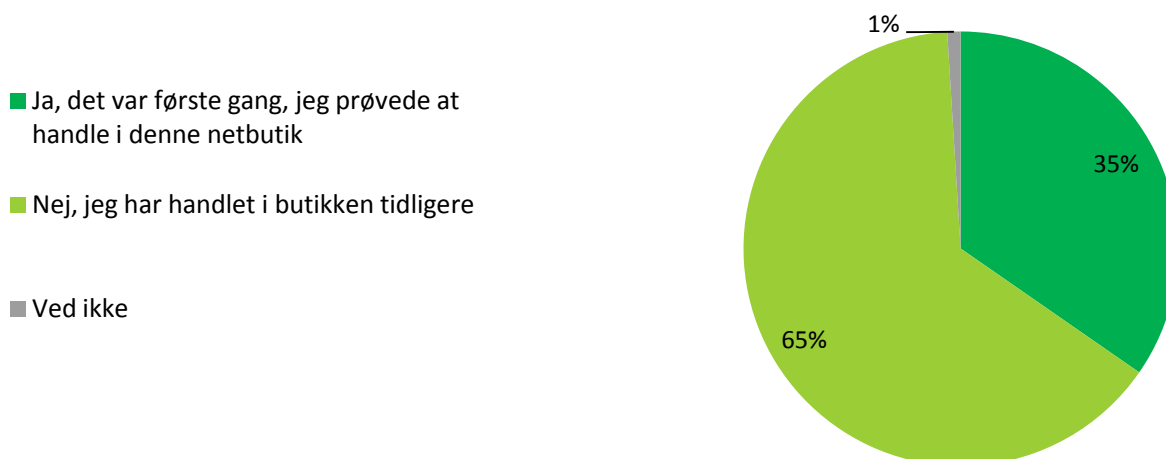


Antal besvarelser: 1.333

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

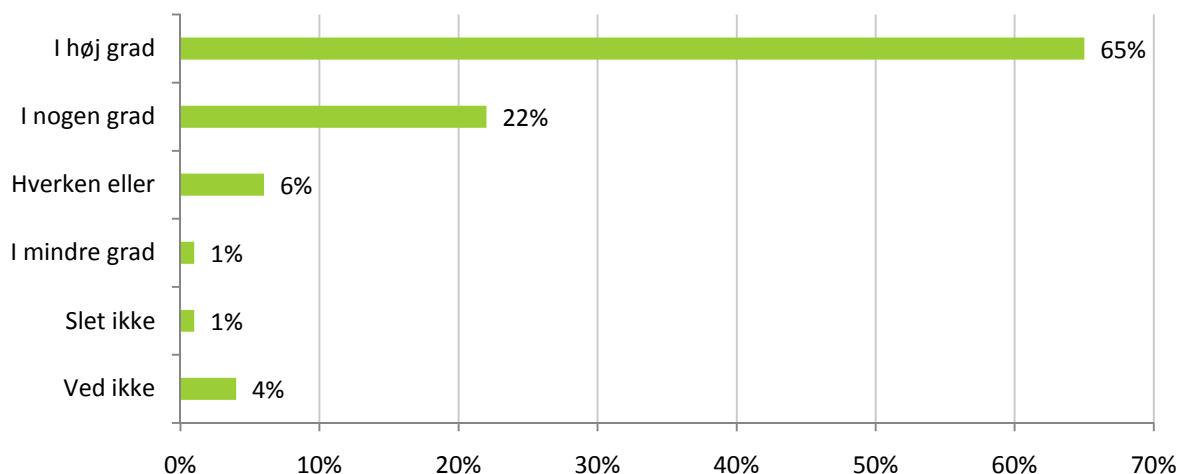
Loyalitet og tilfredshed

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



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

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: 1.333

Spørgsmålsformuleringer:

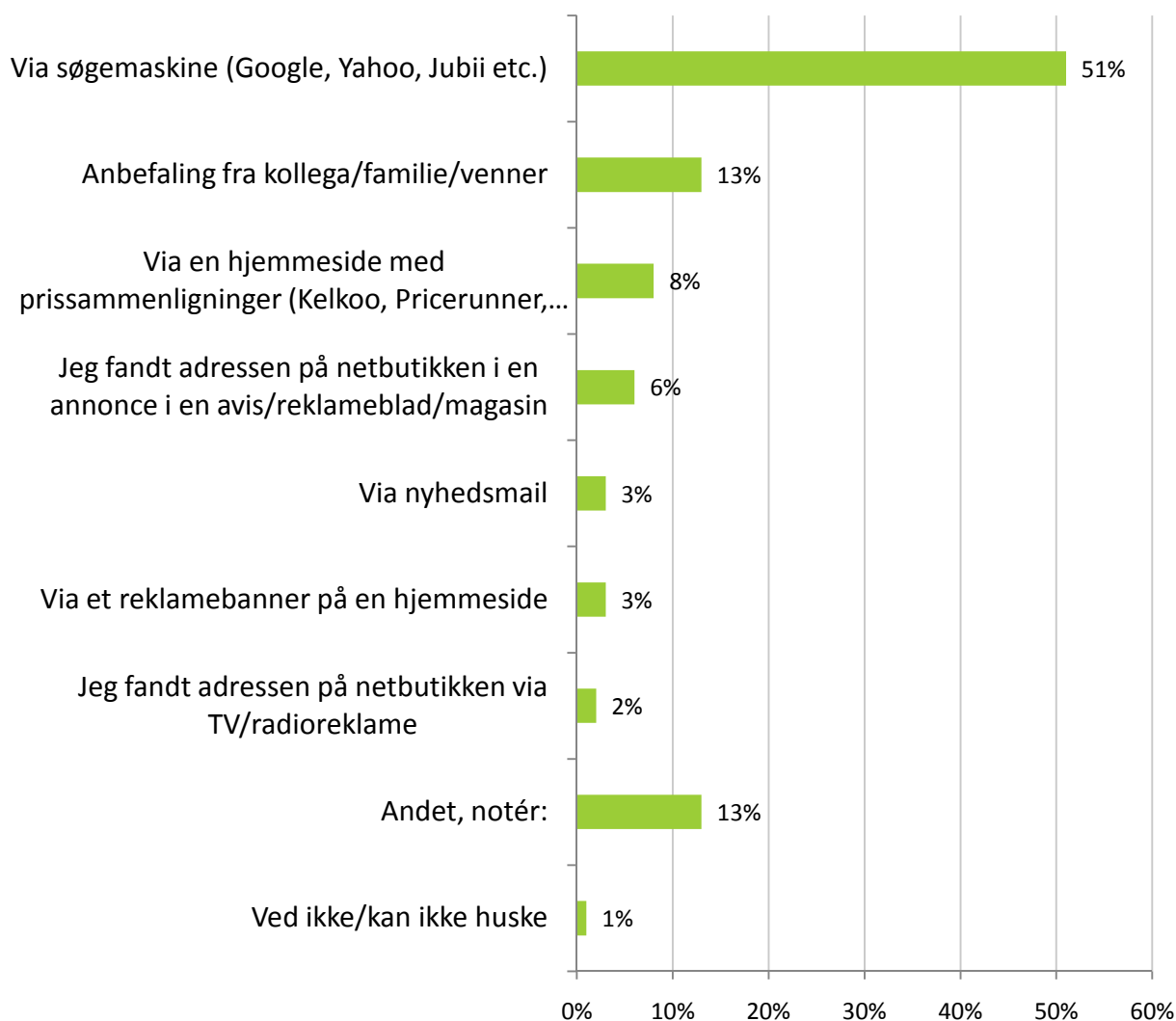
Tænk tilbage på den netbutik, du senest handlede hos. Var det første gang, du handlede her? / Forestil dig, at venner eller familie står over for at skulle købe noget, som den netbutik, du senest har handlet i, tilbyder. I hvor høj grad ville du da anbefale netbutikken?

Vejen frem til første køb i en netbutik

Dem, der foretog den seneste e-handel i en butik, de ikke havde handlet i før (35 % jf. side 13), blev spurgt om, hvordan de fandt frem til butikken.

Søgemaskiner er langt den hyppigst anvendte måde at finde frem til butikker, og omkring halvdelen fandt et nyt sted at handle på den måde. 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.

Tallene viser samme tendens som i de tre første kvartaler af 2010.



Antal besvarelser: 460

Spørgsmålsformulering:

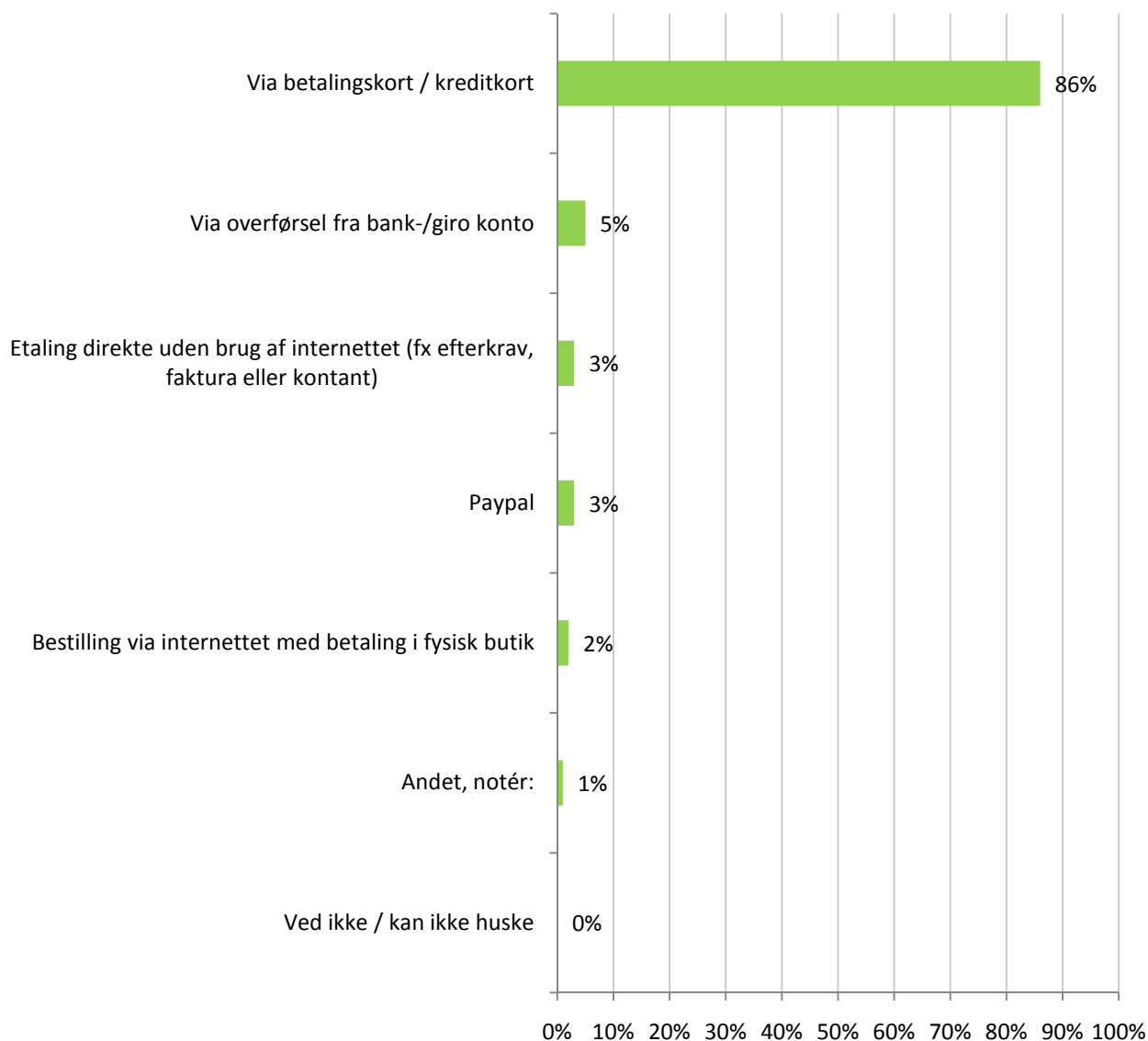
Hvordan fandt du frem til denne netbutik, som du handlede i? Vælg den kategori, der passer bedst.

Betaling ved e-handel

Langt størstedelen af danskerne anvender betalingskort/kreditkort, når de e-handler. Mere end 8 ud af 10 bruger betalingskort ved nethandel.

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

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



Antal besvarelser: 1.333

Spørgsmålsformulering:

Hvordan gennemførte du betalingen, sidst du handlede på internettet?

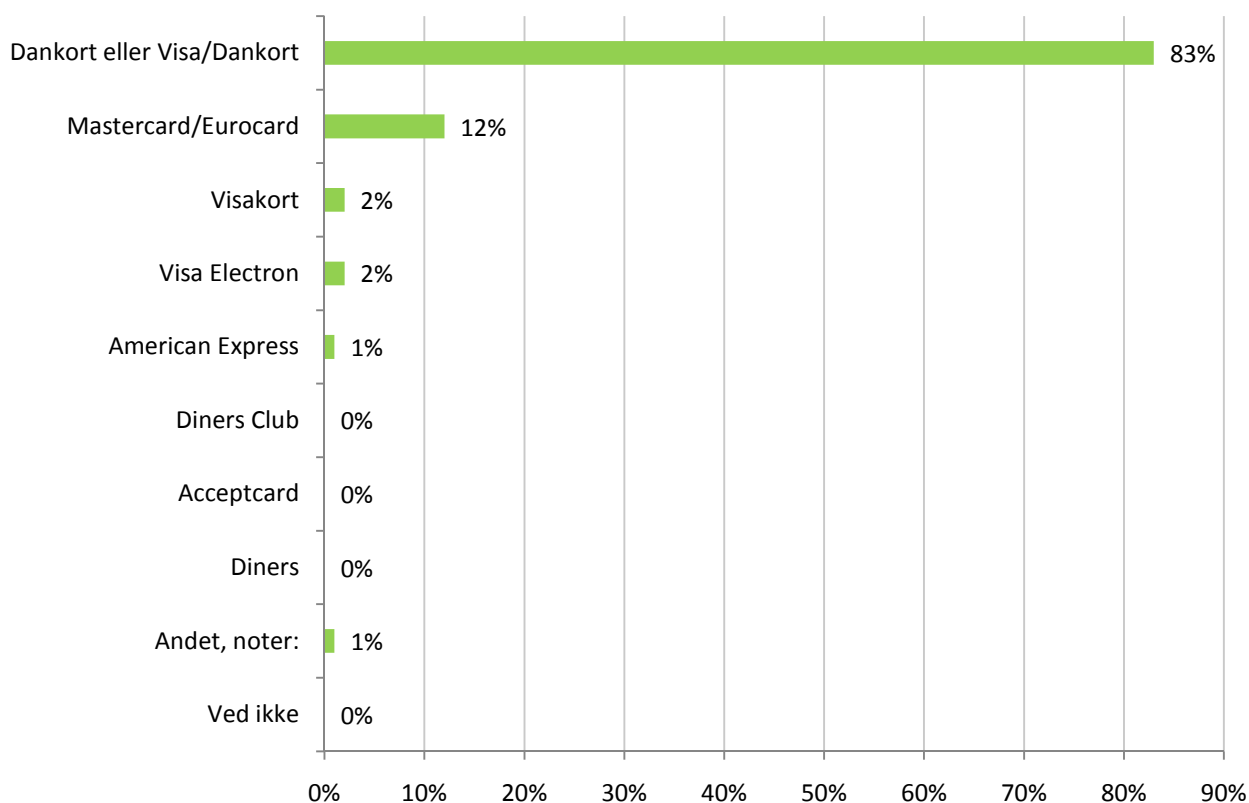
Dankortet er det foretrukne betalingsmiddel

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. side 15) af samtlige e-handler betales med betalings- eller kreditkort, tegner Dankortet sig for 71 % 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 (12 %), der for alvor anvendes ud over Dankort.

Omsætningen for e-handel forventes at ligge omkring 40 mia. kr. for hele 2010.

Tallene i figuren nedenfor viser samme tendens som i de tre første kvartaler af 2010.



Antal besvarelser: 1.142

Spørgsmålsformulering:
Hvilket betalings- eller kreditkort anvendte du?

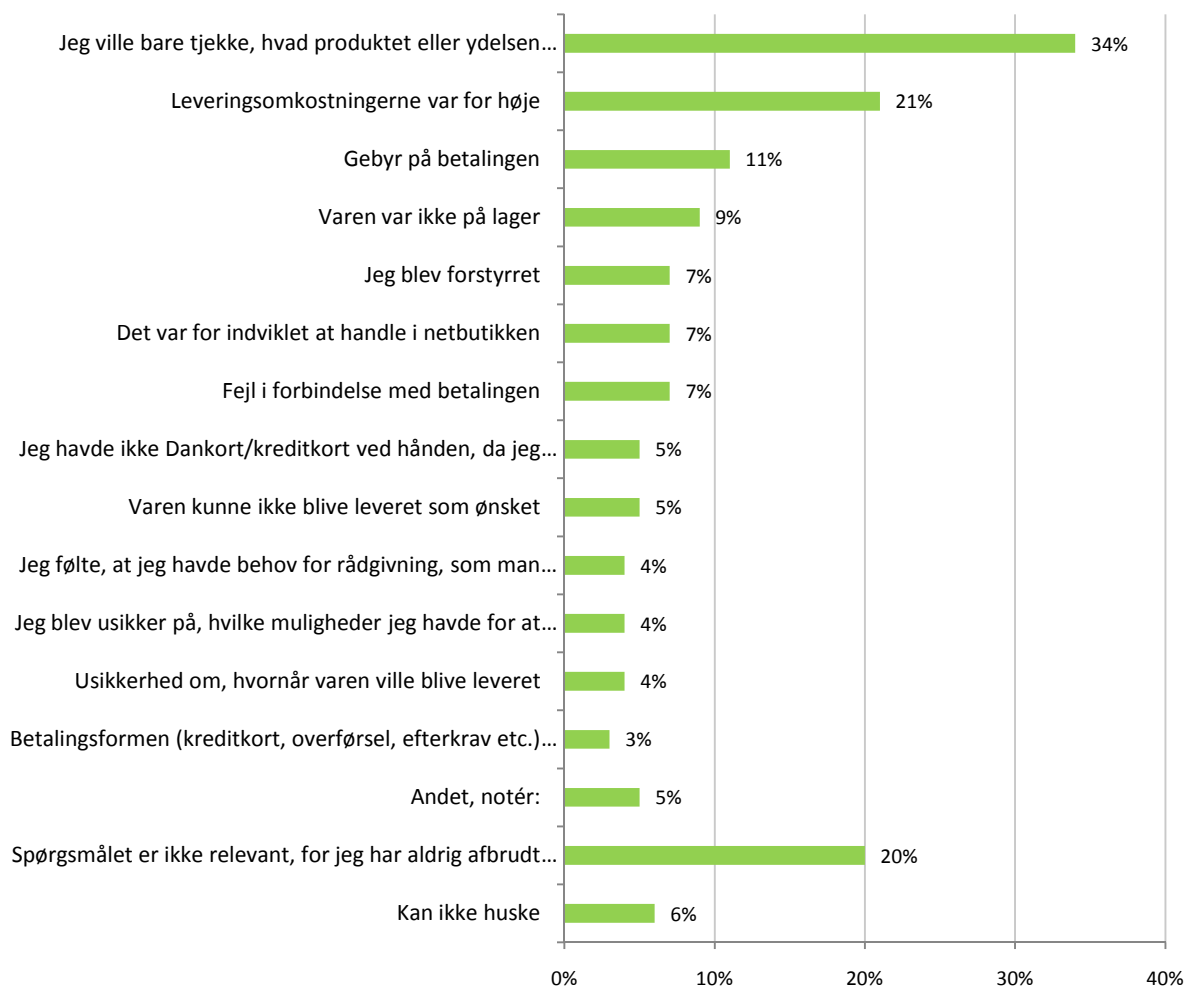
Når købet ikke bliver til noget

En tredjedel af alle e-handler bliver aldrig afsluttet, og den fyldte indkøbskurv "efterlades".

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.

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

Resten af svarene er jævnt fordelt, idet der dog var mulighed for at angive flere svar på spørgsmålet. Tallene ligner i høj grad tal fra de tre første kvartaler af 2010.



Antal besvarelser: 1.333

Spørgsmålsformulering:

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

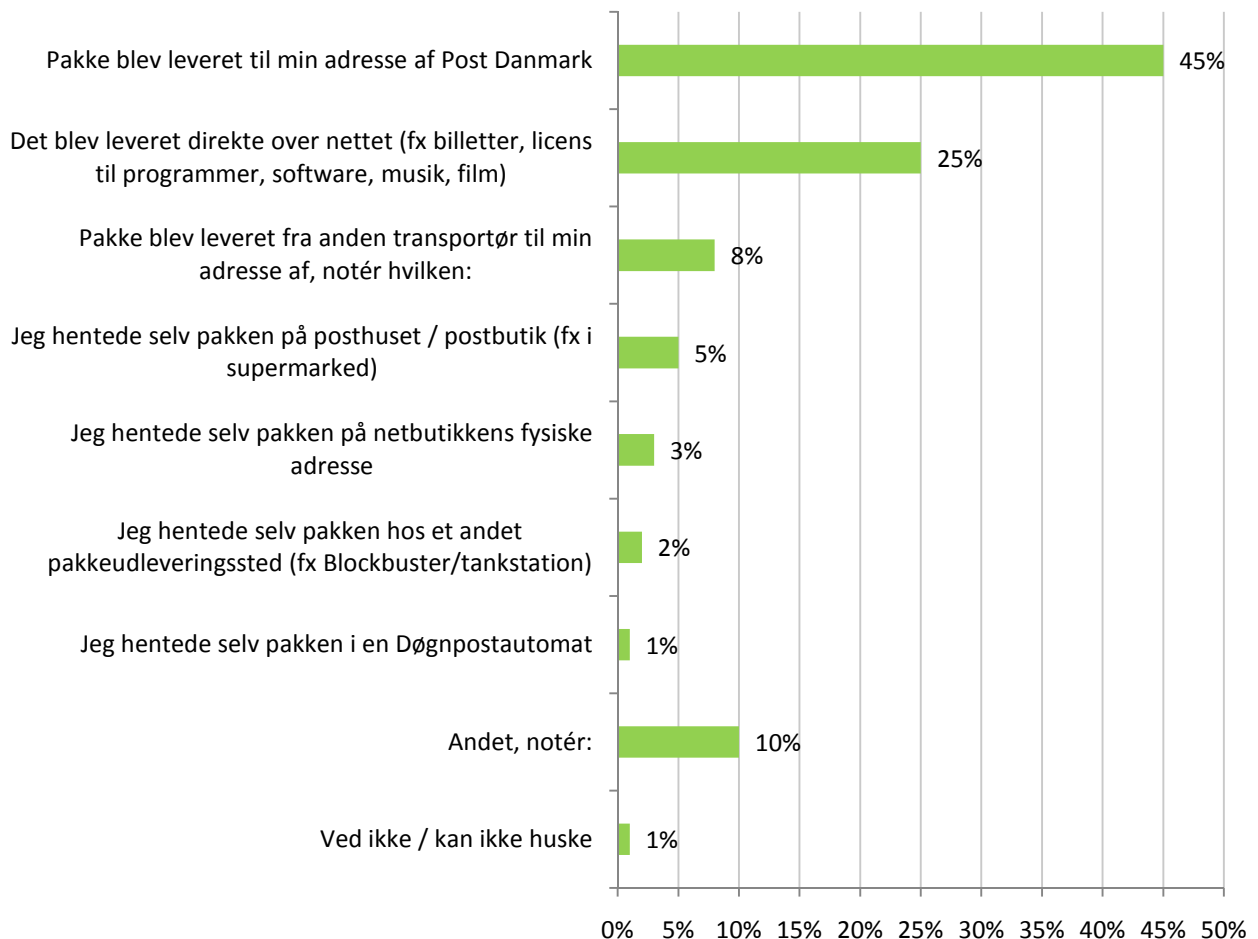
Levering

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

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

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

Tallene viser samme tendens som i de tre første kvartaler af 2010.



Antal besvarelser: 1.333

Spørgsmålsformulering:

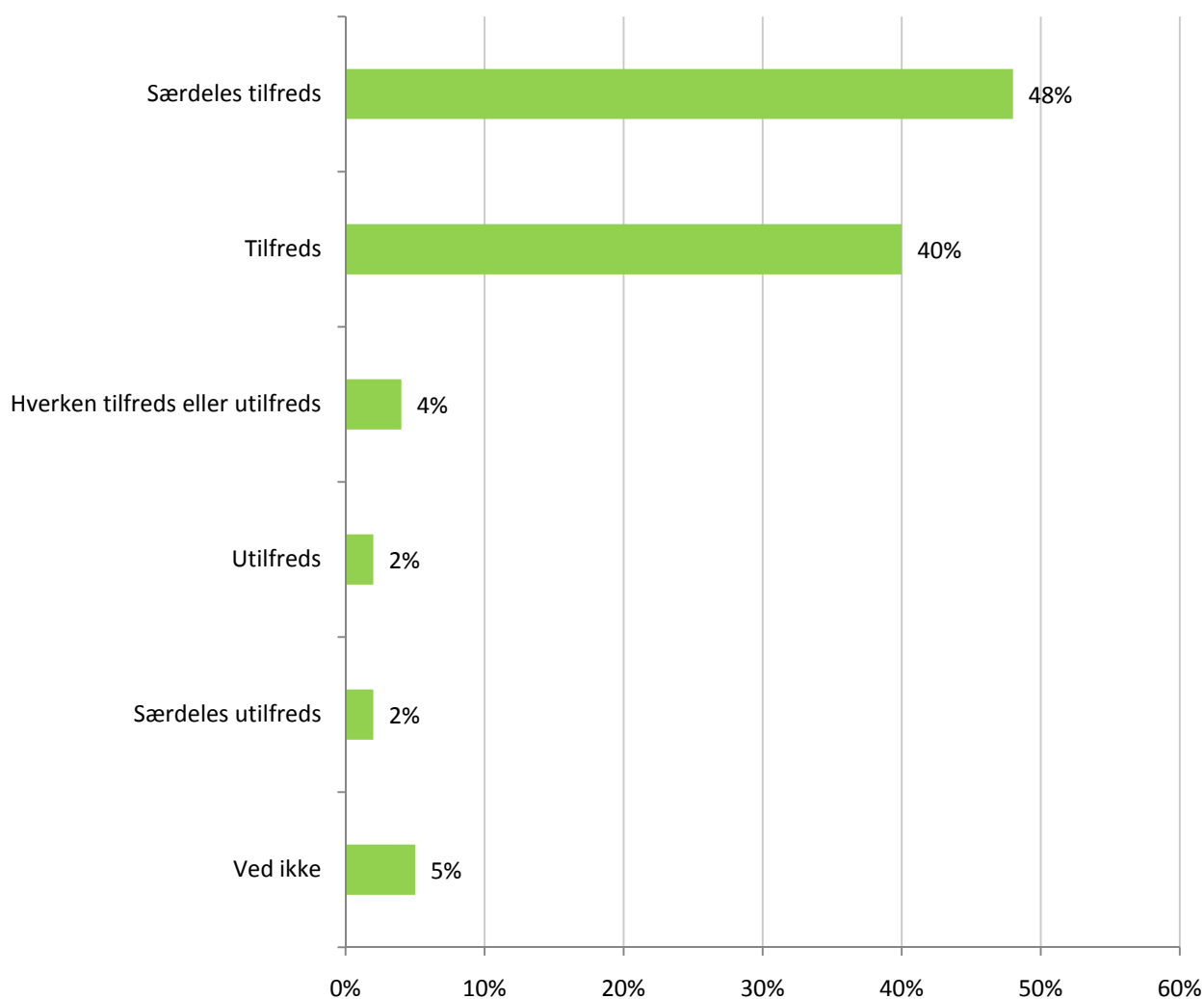
Hvordan modtog du det, du senest købte eller bestilte på internettet?

Tilfredshed med leveringen

Danskerne er tilfredse med leveringen af det, de e-handler: 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 4 %, der angiver, at de er utilfredse eller særdeles utilfredse med leveringen af det, de senest har e-handlet.

Tallene viser samme tendens som i de tre første kvartaler af 2010.



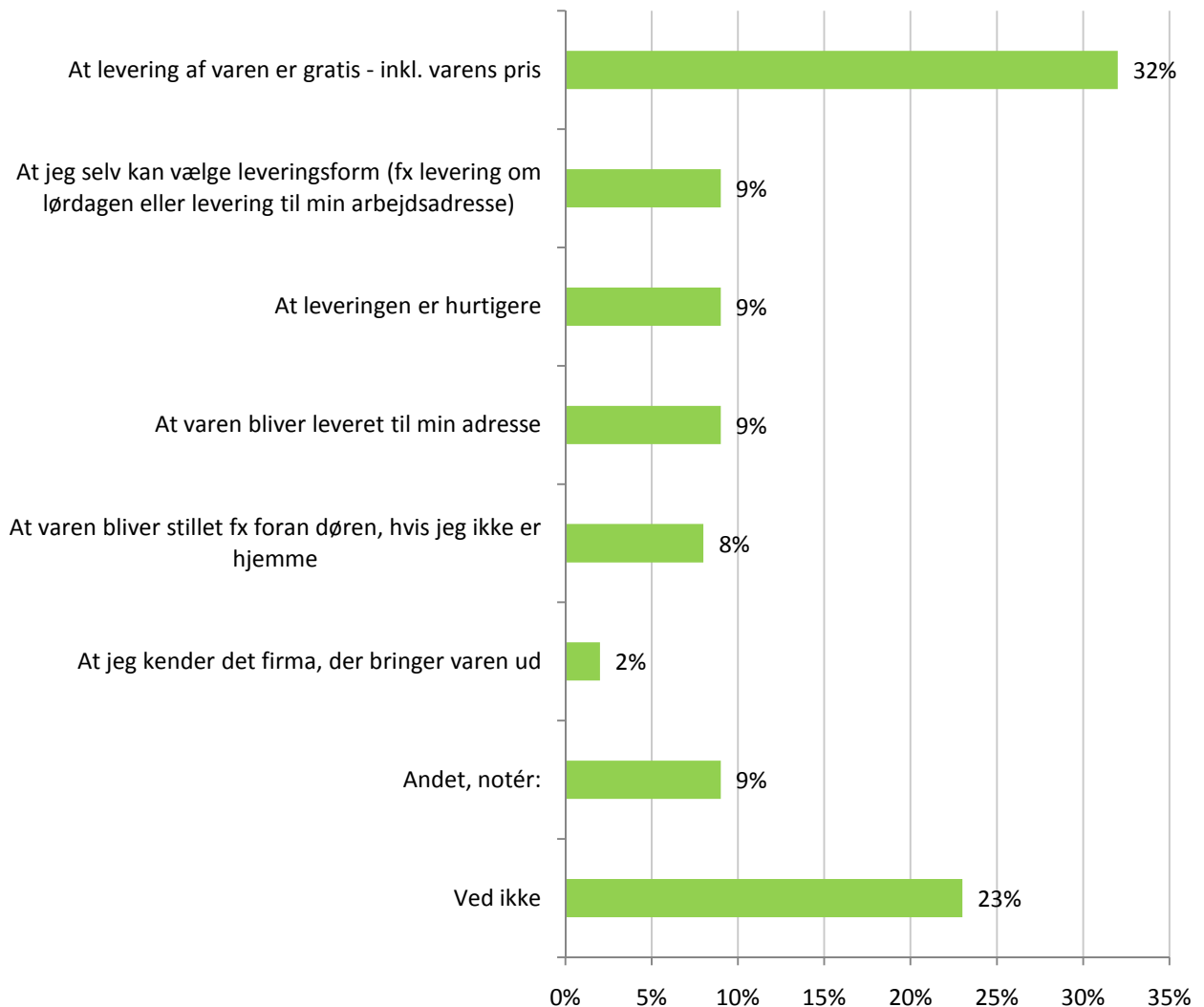
Antal besvarelser: 989

Spørgsmålsformulering:
Hvor tilfreds eller utilfreds var du med leveringen?

Gode råd om bedre tilfredshed

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

Det er i høj grad gratis levering – det vil sige, at leveringen er med i varens pris – der vil kunne øge tilfredsheden. Herefter kommer øget fleksibilitet i leveringen, og at varen bliver stillet foran døren hvis man ikke er hjemme, men disse forhold ligger dog procentvis langt efter den gratis levering.



Antal besvarelser: 989

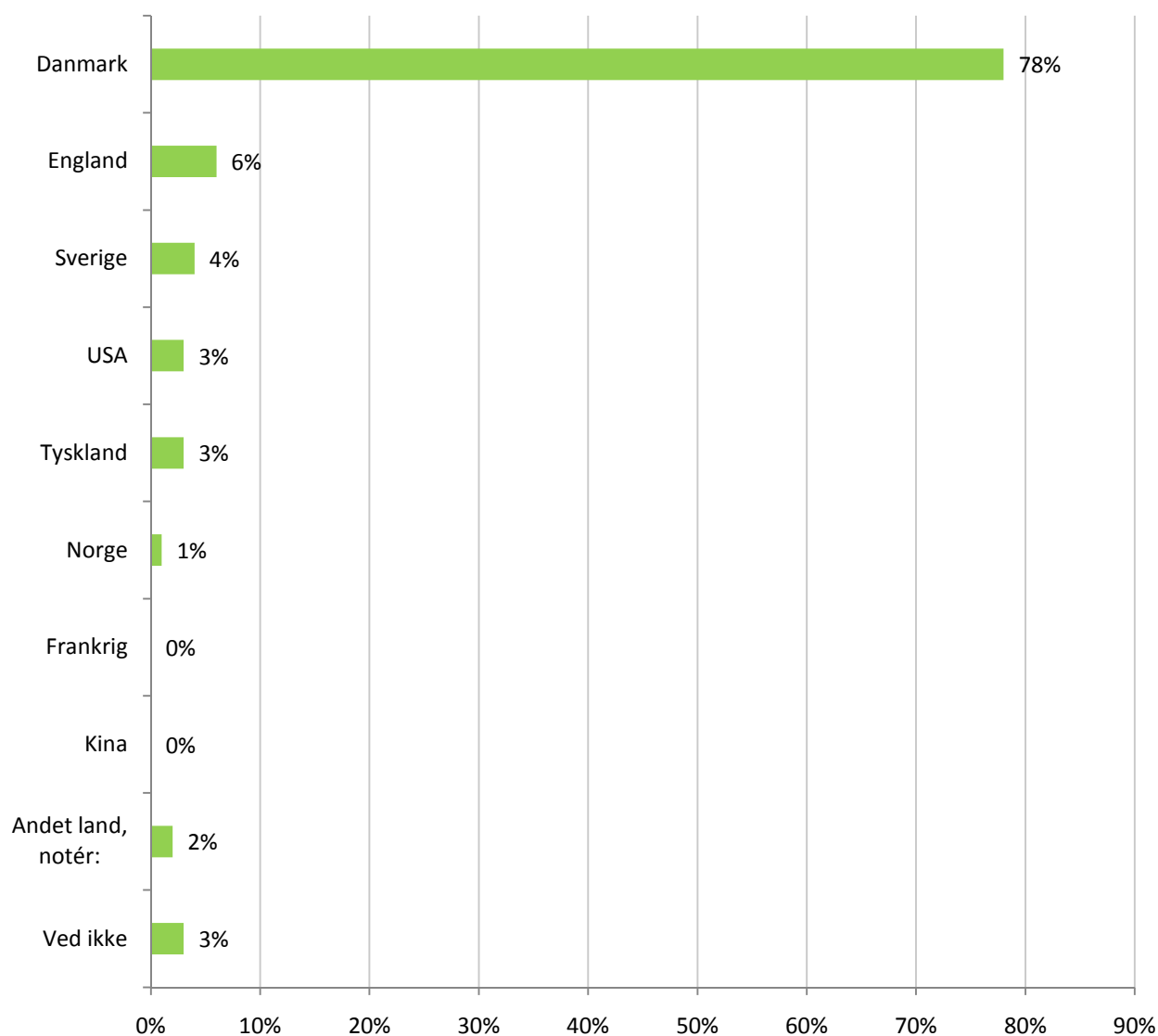
Spørgsmålsformulering:

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

E-handel over grænserne

Langt den største del (78%) af danskernes e-handel skete i danske e-butikker i 4. kvartal . Det er en lille stigning i forhold til tidligere kvartaler. Forklaringen kan være, at ved online køb af julegaver foretrækkes de danske e-butikker. Det må formodes at være lettere og måske billigere at bytte en gave i en dansk end i en udenlandsk e-butik.

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



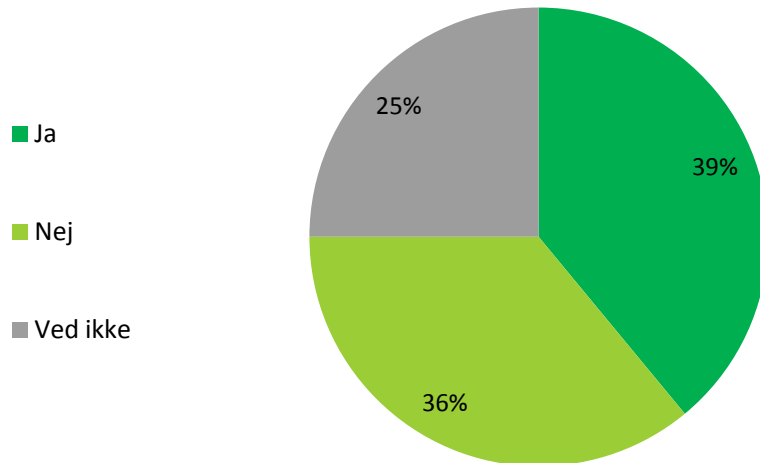
Antal besvarelser: 1.333

Spørgsmålsformulering:

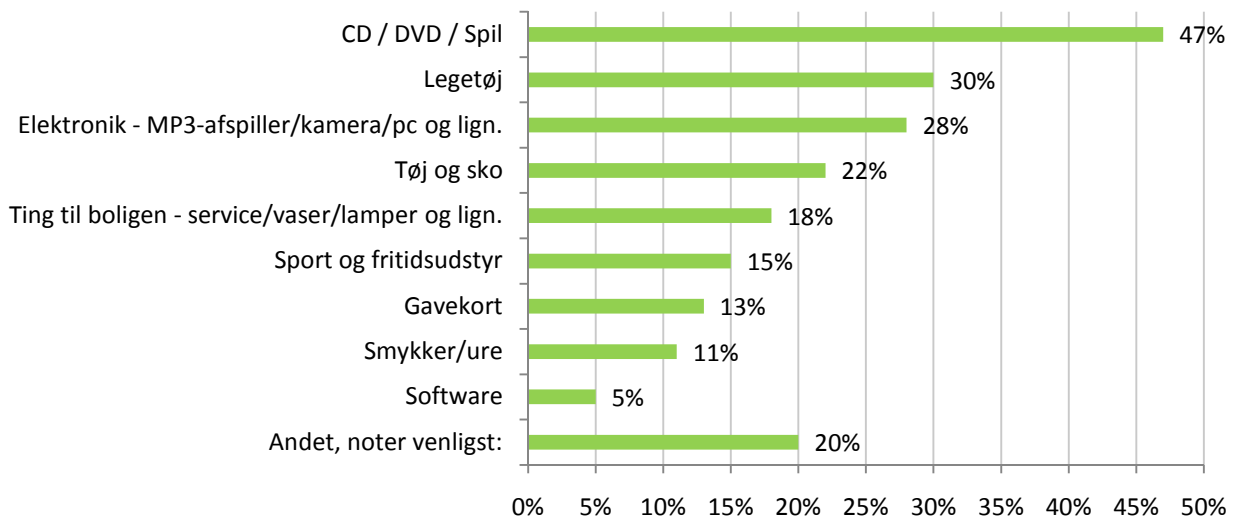
I hvilket land hører internetbutikken, som du senest har handlet i hjemme?

Indkøb af julegaver på nettet

Før jul har vi spurgt, om folk forventer at købe julegaver over Internettet. Forbrugerne deler sig i tre lige store grupper – 39 % forventer at købe julegaver over Internettet, 25 % ved ikke, mens 36 % ikke forventer ikke at gøre det. Kvinderne forventede i højere grad end mændene, at handle julegaver på Internettet i fjerde kvartal.



De der forventede at købe julegaver på Internettet vil oftest købe CDer/DVD'er/Spil, lejetøj og elektronik. Godt en fjerdedel forventer, købe tøj og sko.



Antal besvarelser: 1.333 og 518

Spørgsmålsformuleringer:
Forventer du at købe julegaver på nettet i år?

Hvilke typer gaver vil du købe?

Den anvendte metode

Undersøgelsen er foretaget i oktober, november og december 2010 ved hjælp af Epinions Danmarkspanel. Panelet indeholder mere end 55.000 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 1333 interview. Det betyder, at den statistiske usikkerhedsmargen (konfidensinterval) ved de fleste spørgsmål er 2-4%, hvilket svarer til gængse valgundersøgelser.

Undersøgelsen gennemførtes med en månedlig dataindsamling og kvartalsvis afrapportering.

Yderligere information

Dansk e-handelsanalyse

www.e-handelsanalyse.dk

FDIH, Foreningen for Distance- og Internethandel

Børsen

1217 København K

Tlf. 7225 5601

Mail: kontakt@fdih.net

Hjemmeside: www.fdi.net

Kontaktperson

Kommunikationschef Henrik Theil

Direkte 7225 5667

Mobil 2096 5667

Mail: het@fdih.net

Læs mere om parterne bag analysen

Post Danmark på www.postdanmark.dk

Nets på www.nets.eu