Analysen sponsoreres af

Analysen gennemføres af

Analysen udgives af

Light-analyse for ikke-medlemmer

Februar

Månedsrapport 2018



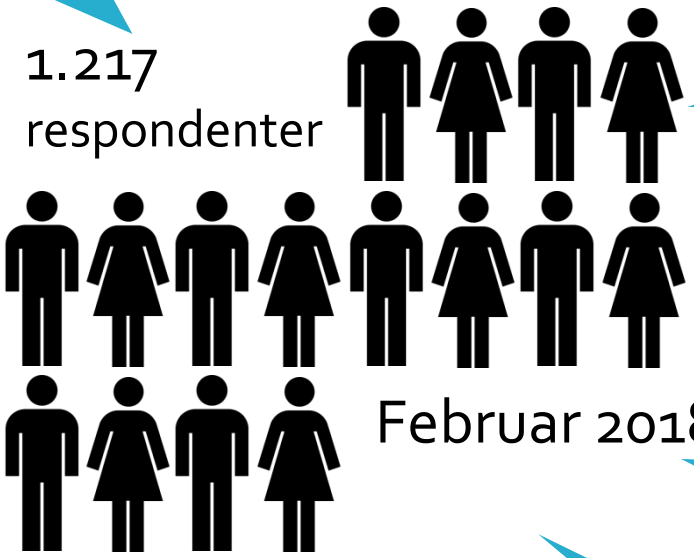
Blandt dem, der kender til deletjenester, har 20% anvendt en deletjeneste som bruger.

Gennemsnitsprisen for et køb på internettet var 1.008 kr. i februar

Særligt de unge er flittige brugere af deletjenester. 3 ud af 5 unge, der kender til deletjenester, har således anvendt deletjenester som enten udlåner og/eller bruger

36% af handlerne blev i februar foretaget på tablet eller smartphone

1.217 respondenter



Februar 2018

Flest danskere har købt tøj, sko & smykker online i februar

57 % af de danske internetkunder har handlet mindst tre gange i februar måned

B2B indkøbsansvar har 15% i februar og 37% handler erhvervsmæssigt mindst en gang om ugen

NPS-målingen i februar toppes af dagligvarer, mad og drikke samt personlig pleje og kosmetik

29% af indkøberne foretager stort set alle **erhvervs**køb digitalt

Dankort og Visa/Dankort står for ca. 74% af kortbetalingerne og 56% af alle betalinger

FDIH e-handelsanalyse

bambora

DAO 365

Wilke

Copyright FDIH © 2018





LÆS MERE

Indholdsfortegnelse

Handelshyppighed	Side 5
Andel af handler og forbrug kun i premium udgaven	Side 6
Varer og priser kun i premium udgaven	Side 7
Betalingsform og –kort	Side 8
NPS efter varekategori	Side 9
Business-to-business	
Erhvervsmæssigt indkøbsansvar kun i premium udgaven	Side 12
Andel B2B indkøb foretaget digitalt kun i premium udgaven	Side 13
Erhvervskøbte varegrupper kun i premium udgaven	Side 14
Månedens fokus: Deletjenester	
Kendskab til deletjenester	Side 17
Brug af deletjenester kun i premium udgaven	Side 18
Befolkningsgruppernes brug af deletjenester	Side 19
Anvendelse af udvalgte tjenester kun i premium udgaven	Side 20
Om analysen	Side 22

Bliv dobbelt så klog med PREMIUM rapporten

FDIH e-handelsanalyse kommer i 2 versioner.
Denne version er **LIGHT** rapporten, som ca. har det halve omfang af vores **PREMIUM** rapport.

- Medlemmer af FDIH kan downloade **PREMIUM** rapporten **gratis** ved at logge på:
  FDIH månedsanalyser februar 2018
- Som ikke-medlem kan **PREMIUM** rapporten købes for 1.995 kr. ex. moms:
  Køb PREMIUM analysen
- Vil du høre mere om Ønsker du at blive medlem af FDIH?
  Kontakt os
  og få et medlemstilbud

FDIH e-handelsanalyse

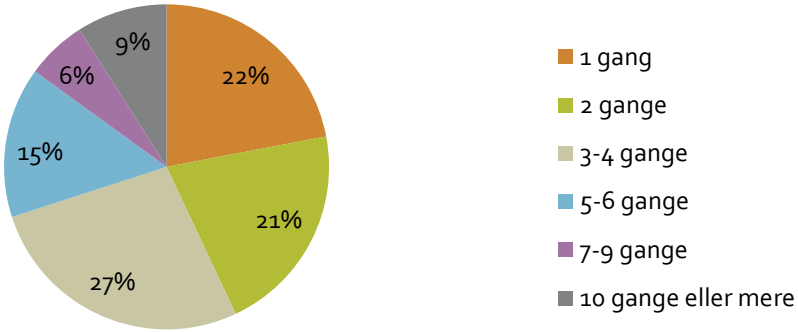
Copyright FDIH © 2018

Handelshyppighed

57 % af de danske internetkunder har handlet mere end to gange i februar måned. I gennemsnit handlede hver kunde fire gange på nettet i februar måned – begge dele er en stigning ift. januar.

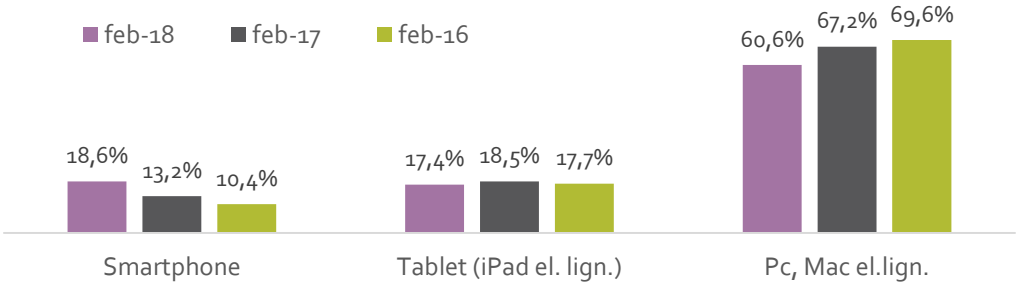
Anvendelsen af devices forandres hastigt. 18,6% af handlerne blev foretaget på smartphone, hvilket er 41% mere end 2017. Omvendt er andelen af konverteringer på desktop faldet fra 69,6% til 60,6% på 2 år.

57% af de danske internetkunder har handlet mindst 3 gange i februar måned



1.217 besvarelser

Hvis du tænker tilbage på det seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet?



1.232 besvarelser

Hvordan foretog du dit seneste køb på internettet?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

Side 6 "Andel af handler og forbrug" forbeholdt PREMIUM analysen

Er du medlem af FDIH?

Download PREMIUM analysen **gratis** her…

1

Ikke medlem af FDIH?

Kontakt os og få et tilbud om at blive medlem

2

Køb premium analysen

Kr. 1.995,- ekskl. moms

3


Side 7 "Varer og Priser"
forbeholdt PREMIUM analysen
Er du medlem af FDIH?
Download PREMIUM analysen gratis her…
1
Ikke medlem af FDIH?
Kontakt os og få et tilbud om at blive medlem
2
Køb premium analysen
Kr. 1.995,- ekskl. moms
3

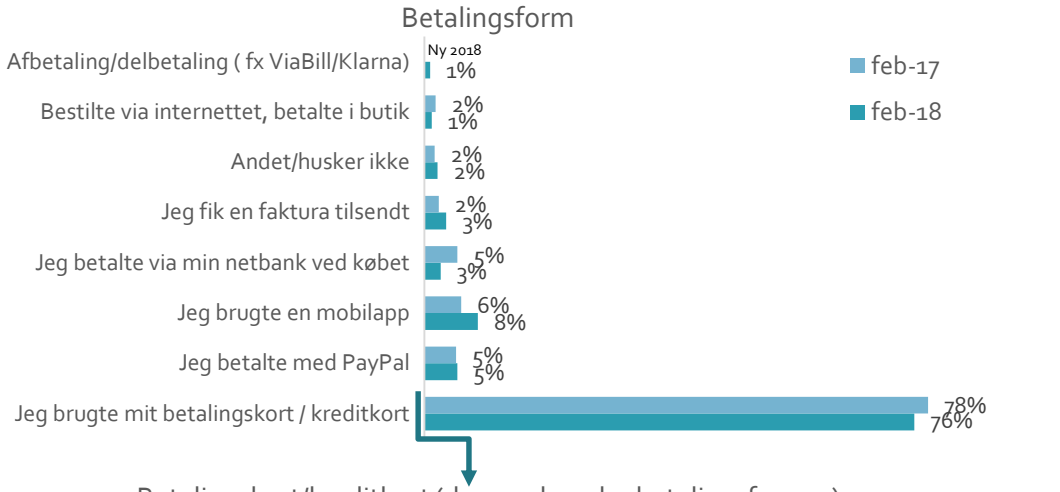
Betalingsform og -kort

Godt 3 ud af 4 handler blev i februar betalt med kort – lidt under niveauet for februar 2017.

Andelen af betalinger via mobilapp stiger fra 6% til 8% og det er i høj grad MobilePay, der trækker væksten.

På betalingskort ligger Dankort og Visa/Dankort 1,3% lavere end februar 2017.

*Dankort og Visa/Dankort står for godt 74% af kortbetalingerne og dermed 56% af **alle** betalinger*



1.217 / 940 besvarelser

Hvordan betalte du for dit seneste køb på internettet?
Hvilket betalings- eller kreditkort anvendte du

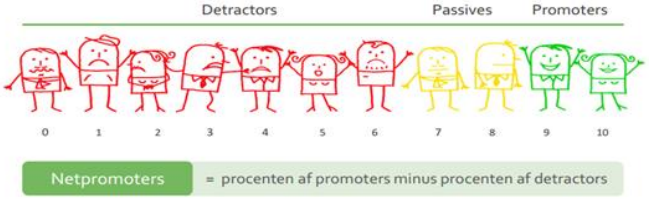
FDIH e-handelsanalyse

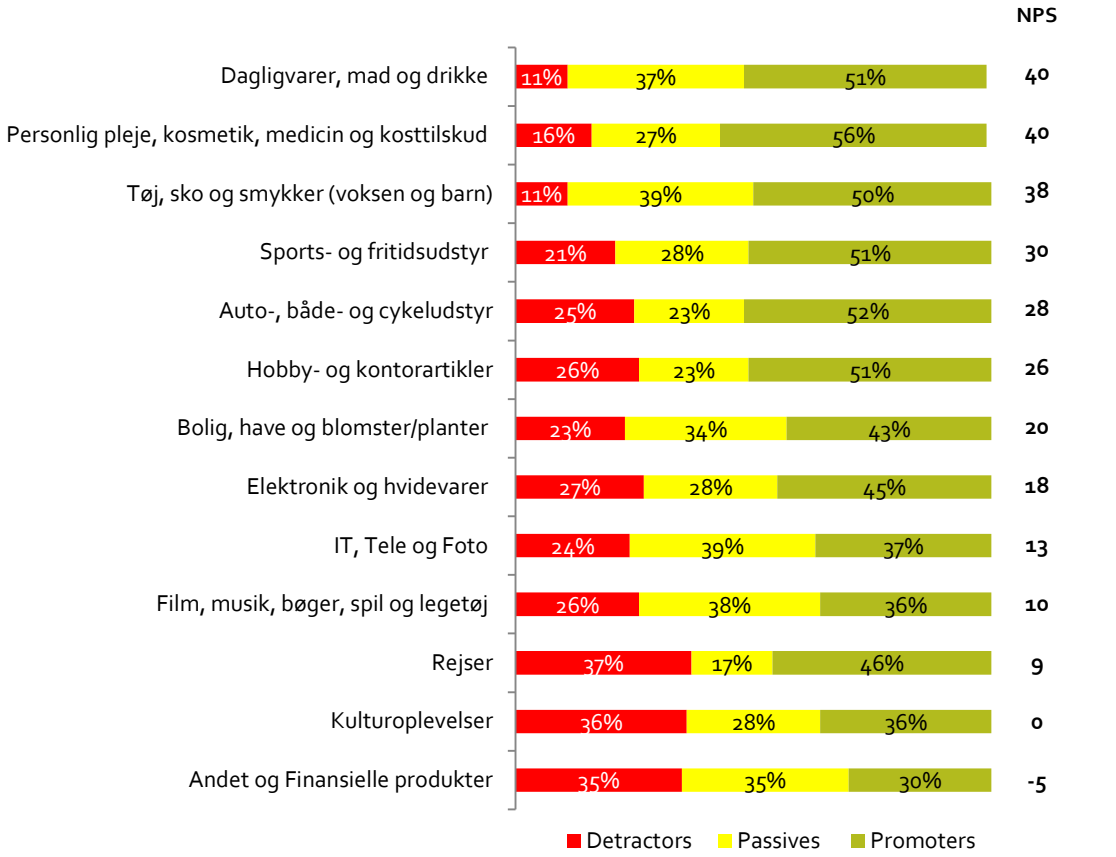
Copyright FDIH © 2018

NPS efter varekategori

I februar måned er *dagligvarer, mad og drikke* topscorer sammen med *personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud*. Sidstnævnte kategori har flere promoters end *dagligvarer, mad og drikke* men samtidig flere detractors og begge kategorier ender derfor med en NPS på 40.

NPS-målingen i februar toppes af dagligvarer, mad og drikke & personlig pleje





1.217 besvaresler

Hvor sandsynligt er det, at du ville anbefale denne netbutik til familie, venner eller kollegaer?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

FDIH STYRKER DANSK E-HANDEL



Stærk rådgivning fra ægte Digitale Købmænd på Facebook

Del viden og lær af andre i Netværket for digitale købmænd

BUSINESS TO BUSINESS

Andel med beslutningsansvar, andel B2B køb online, indkøbsfrekvens, indkøbsbudget, varegrupper købt som erhvervsindkøb

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018



Er du medlem af FDIH?

Download PREMIUM analysen **gratis** her…

1

Ikke medlem af FDIH?

Kontakt os og få et tilbud om at blive medlem

2

Køb premium analysen

Kr. 1.995,- ekskl. moms

3

Side 13 "Andel B2B indkøb foretaget digitalt" forbeholdt PREMIUM analysen

Er du medlem af FDIH?

Download PREMIUM analysen **gratis** her…

1

Ikke medlem af FDIH?

Kontakt os og få et tilbud om at blive medlem

2

Køb premium analysen

Kr. 1.995,- ekskl. moms

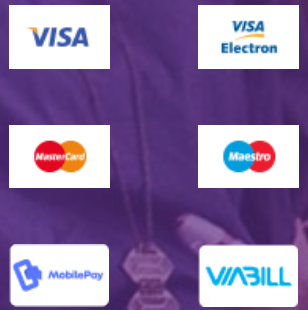
3


Side 14 "Erhvervskøbte varegrupper" forbeholdt PREMIUM analysen
Er du medlem af FDIH?
Download PREMIUM analysen gratis her…
1
Ikke medlem af FDIH?
Kontakt os og få et tilbud om at blive medlem
2
Køb premium analysen
Kr. 1.995,- ekskl. moms
3

Bambora Online

Din online betalingsløsning

Med Bambora Online får du en komplet løsning til online betaling



LÆS MERE

- 149 DKK per md.
- 1,45% på privatudstedte kort i EU + Norge og Island
- 2,45% på firmakort og kort udstedt uden for EU + Norge og Island
- Kom i gang på 1-3 dage
- Gratis oprettelse
- Hurtig udbetaling (fra 2 bankdage)

bambora

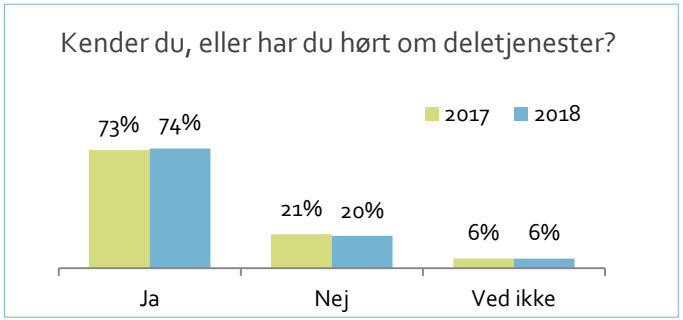
MÅNEDENS FOKUS

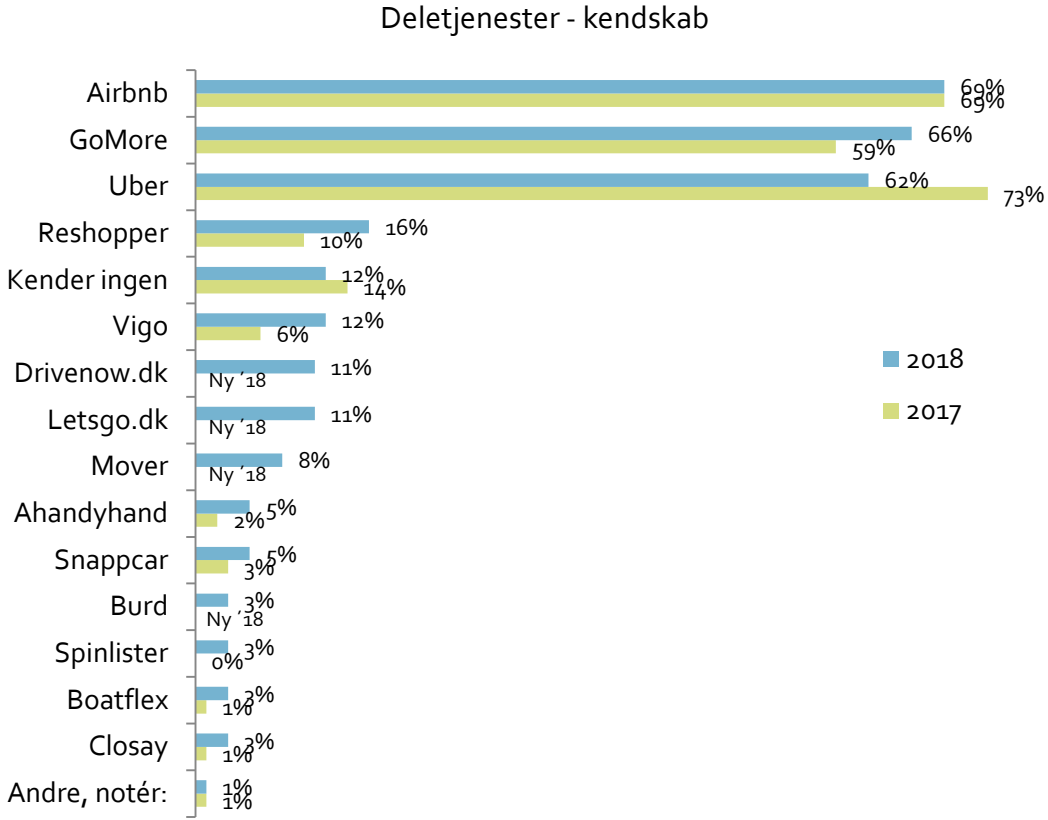
Deletjenester: Kendskab, anvendelse og brugsintention

Copyright FDIH © 2018

Kendskab til deletjenester

Ca. 3 ud af 4 (74%) kender til deletjenester, hvilket er på niveau med 2017. AirBnB ligger med højeste kendskab på 69%, mens Uber er faldet – sikkert mest pga. at tjenesten er forsvundet fra Danmark og ikke på samme måde som tidligere opfattes som en deletjeneste. Gomore ligger næsthøjest med en kendskabsgrad stigende til 66%. Reshopper og Vigo går også markant frem.





1.217 besvarelser

Hvilke deletjenester kender du, eller har du hørt om?

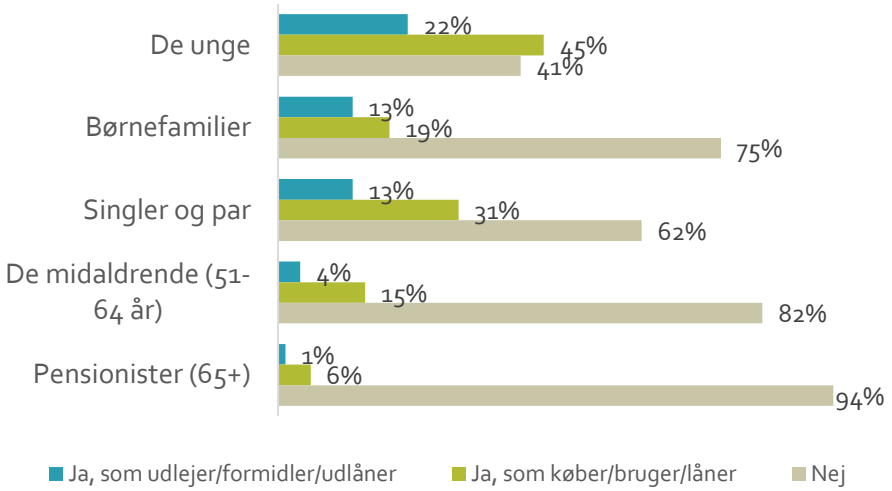
FDIH e-handelsanalyse


Side 18 "Brug af deletjenester"
forbeholdt PREMIUM analysen
Er du medlem af FDIH?
Download PREMIUM analysen gratis her…
1
Ikke medlem af FDIH?
Kontakt os og få et tilbud om at blive medlem
2
Køb premium analysen
Kr. 1.995,- ekskl. moms
3

Befolkningsgruppernes brug af deletjenester

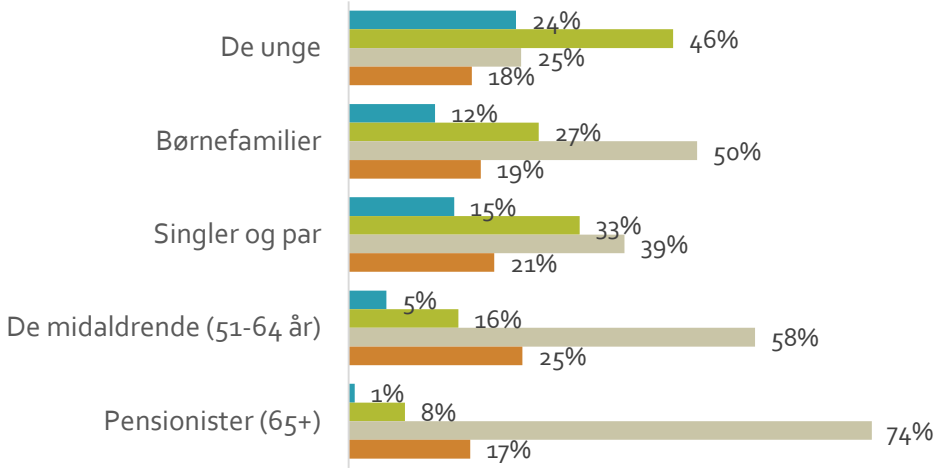
Særligt de unge er flittige brugere af deletjenester. 3 ud af 5 unge, der kender til deletjenester, har således anvendt deletjenester som enten udlåner og/eller bruger. Intentionen om at bruge deletjenester i 2018 er også klart højest i det unge segment. Omvendt er interessen og erfaringen med deletjenester ganske lav blandt de midaldrende og pensionisterne.

Har du prøvet en eller flere deletjenester?



900 besvarelser, kender deletjenester

Vil du overveje at bruge deletjenester i løbet af 2018?



1.217

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018



Er du medlem af FDIH?

Download PREMIUM analysen **gratis** her…

1

Ikke medlem af FDIH?

Kontakt os og få et tilbud om at blive medlem

2

Køb premium analysen

Kr. 1.995,- ekskl. moms

3

FDIH STYRKER DANSK E-HANDEL



Stærk rådgivning fra ægte Digitale Købmænd på Facebook

Del viden og lær af andre i Netværket for digitale købmænd

OM ANALYSEN

Copyright FDIH © 2018

Træf de rigtige beslutninger med de rigtige data

Sidder du og mangler tal til din ledelse, bestyrelse eller strategi, der beskriver det danske e-handelsmarked? Med solidt datagrundlag fra FDIH e-handelsanalyse vil vi kunne hjælpe dig.

Som de eneste samler FDIH månedlige data om 1.200 forbrugeres adfærd på nettet, deres køb af varer og services fordelt på 13 varekategorier og 84 varegrupper. Analysen sætter tal på, hvor mange penge forbrugere køber for, hvilken webshop de køber hos og hvorfor. Vi kan endda levere data fordelt efter de mest gængse demografiske variable. Alt sammen for at sikre, at I træffer de rigtige beslutninger.

Pris afhænger af, hvor komplicerede data I ønsker.

Kontakt os for et uforpligtende tilbud på valide forbrugerdata.

Analysechef
Simon Bjerremann
T: +45 72255611
E: sib@fdih.dk

Top 3 varekategorier	Under kategori
3.3 Tøj, sko og smykker N=2.630	Herretøj
	Dametøj
	Børnetøj
	Sko/fodtøj
	Smykker
	Tasker og kufferter
	Babyudstyr
	Gavekort eller deals (fx til tøj, tasker)
	Andet
3.10 Film, musik, bøger, spil og legetøj N=2.219	Streaming/download af film, musik og spil, inkl. apps
	CD, DVD, Blu Ray, PC spil, konsolspil – fysisk leveret
	Download af bøger, tidsskrifter og aviser
	Bøger, tidsskrifter og aviser - fysisk leveret
	Legetøj og familiespil (fx brætspil)
	Online betting
	Gavekort eller deals
	Andet
3.11 Rejser og kulturoplevelser N=2.031	Flybillet
	Tog- og busbillet
	Hotel og feriehuse
	Leje af bil
	Pakkerejser (fx fly og hotel, charterrejser, krydstogt)
	Billetter til kulturoplevelse (fx koncerter, teater, biograf)
	Gavekort eller deals (til oplevelser/rejser/transport)
	Andet

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

Metode

Til denne analyse har der været anvendt et spørgeskema med ca. 30 spørgsmål. Data er indsamlet online gennem Wilkes onlinepanel, Wilke Wisdom. Der gennemføres ca. 1.200 interviews pr. måned og ca. 14.400 interviews på et år. Disse interviews skaber et særdeles robust statistisk grundlag for undersøgelsens resultater. Den maksimale statistiske usikkerhed er således på +/- 0,8 procentpoint på totaler. I tilfælde, hvor summen af andele afviger fra 100 %, skyldes dette afrundinger, eller at der er tale om et multipelt spørgsmål. Den store mængde interviews betyder også, at det er muligt at dykke dybere ned i de enkelte segmenters besvarelser og udviklingen i de 5 prædefinerede segmenter.

- De unge (18-25 år)
- Børnefamilier (voksne med hjemmeboende børn - 26 -50 år)
- Singler og par (voksne uden hjemmeboende børn - 26-50 år)
- De midaldrende (51 - 64 år)
- Pensionister (65+)

Der indsamles data i perioden 1. januar til 31. januar. Den samlede indsamlingsperiode er underopdelt i 12 indsamlingsperioder, én pr måned. Dette er gjort for at tage højde for, at eventuelle sæsonafvigelser ikke vil påvirke data, og det er dermed muligt at kigge på hele perioden som helhed, ligesom der er mulighed for at opdele undersøgelsen på enkelte måneder.

Data er vejet, så dette er repræsentativt for Danmarks befolkning på køn, alder (6 aldersgrupper – 18-29 år, 30-39 år, 40-49år, 50-59 år, 60-69år og 70+ år) og 5 regioner. Datasættet bliver endvidere vægtet på baggrund 1.000 telefoniske interviews, der gennemføres 2 gange årligt.

Copyright FDIH © 2018

Yderligere informationer

Analysen er gennemført af Wilke for FDIH



FDIH e-handelsanalyse
www.fdih.dk/e-handelsanalyse

FDIH, Foreningen for Dansk Internet Handel
Slotsholmsgade 1, Børsen
1217 København K
T: +45 72255601
E: kontakt@fdih.dk
www.fdih.dk

Analysen er sponsoreret af DAO 365 & Bambora



Kontaktpersoner:

Analysechef	*Kommunikationschef*
Simon Bjerremann	Henrik Theil
T: +45 72255611	T: +45 20965667
E: sib@fdih.dk	E: het@fdih.dk









