Analysen sponsoreres af

bambora

DAO 365

Analysen gennemføres af

Wilke
Asking for growth

Analysen udgives af

FDIH STYRKER DANSK E-HANDEL

Analysen er gratis for medlemmer af FDIH
Pris ikke-medlem: kr. 1.995,- ex. moms

September

Månedsrapport 2018



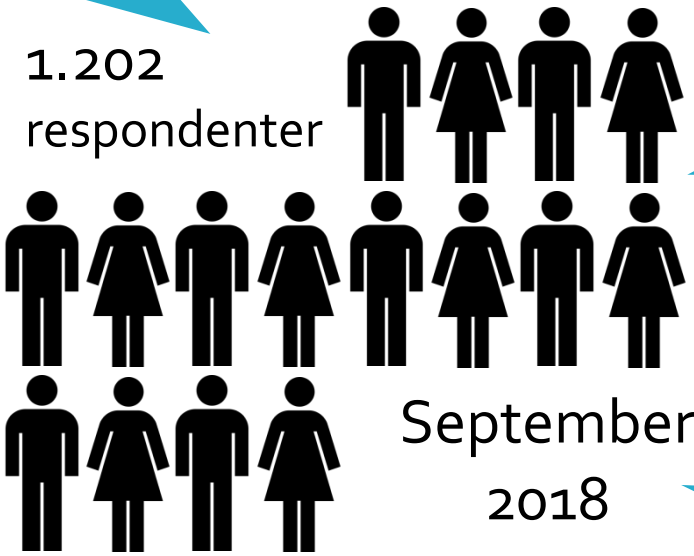
Gennemsnitsprisen for et køb på internettet var 854kr i september

Mest købte kategori i september var tøj, sko og smykker med film, musik, bøger, spil og legetøj på andenpladsen

17% har i 2018 valgt levering til andre personer, fx ved gave, 12% har sendt en personlig hilsen og 8% har betalt ekstra for express levering

Rejser stod i september for 19% af forbruget

1.202 respondenter



September 2018

51% af de danske internetkunder har handlet mindst tre gange i september

12% af de e-handlende forbrugere har også et erhvervsmæssigt indkøbsansvar. 40% af disse erhvervsindkøbere foretager stort set alle (90%+) erhvervskøb digitalt

Hver 5. konvertering kom i september fra smartphones

Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud har de mest tilfredse kunder i september med en NPS på 45

Mobilbetalinger udgør i september måned knap 10% af betalingerne

FDIH e-handelsanalyse

bambora

DAO 365

Wilke

Copyright FDIH © 2018

Indholdsfortegnelse

Handelshyppighed	Side 4
Andel af handler og forbrug	Side 5
Varer og priser	Side 6
Betalingsform og –kort	Side 7
NPS efter varekategori	Side 10
Business-to-business	
Erhvervsmæssigt indkøbsansvar	Side 12
Erhvervsmæssig købsfrekvens og budget	Side 13
Erhvervskøbte varegrupper	Side 14
Månedens Fokus: Levering og services ved levering	
Foretrukken leveringsform	Side 16
Valgt levering på sidste køb	Side 18
Anvendelse af ekstra services	Side 16
Fysiske varer købt i udlandet	Side 20
Fragtpris og –forventning	Side 21
Fragtpris: Danmark vs. udland	Side 22
Om analysen	Side 23



FDIH e-handelsanalyse

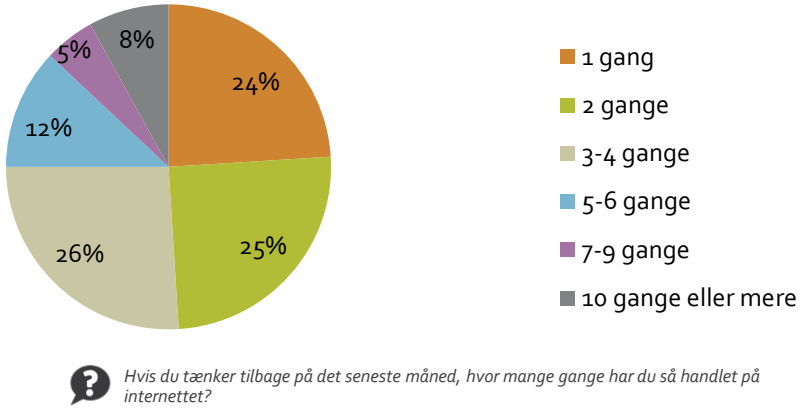
Copyright FDIH © 2018

Handelshyppighed

Lidt over halvdelen (51%) af de danske internetkunder har handlet 3 gange eller mere i september måned, hvilket er marginalt under niveauet i august. Kunderne handlede i gennemsnit 3,6 gange på nettet, hvilket omvendt er en smule højere end august.

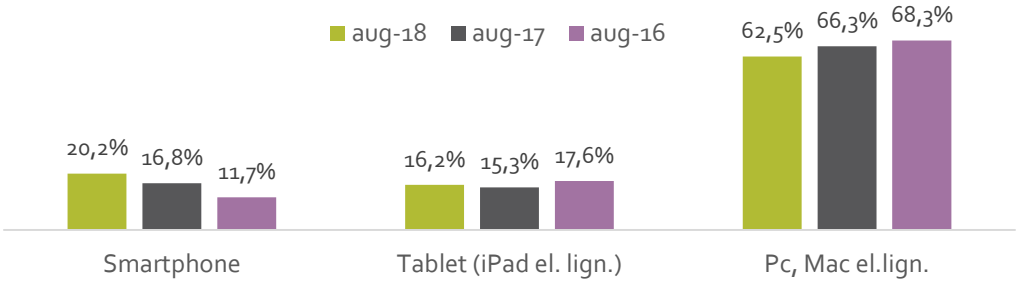
Andelen af konverteringer på smartphones er et par procent lavere end i sommer-månederne; men trenden med stigende mobilhandel ift. 2016 og 2017 er klar.

20,2% af konverteringerne kom i september fra smartphones



1.202 besvarelser

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



1.202 besvarelser

Hvordan foretog du dit seneste køb på internettet?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

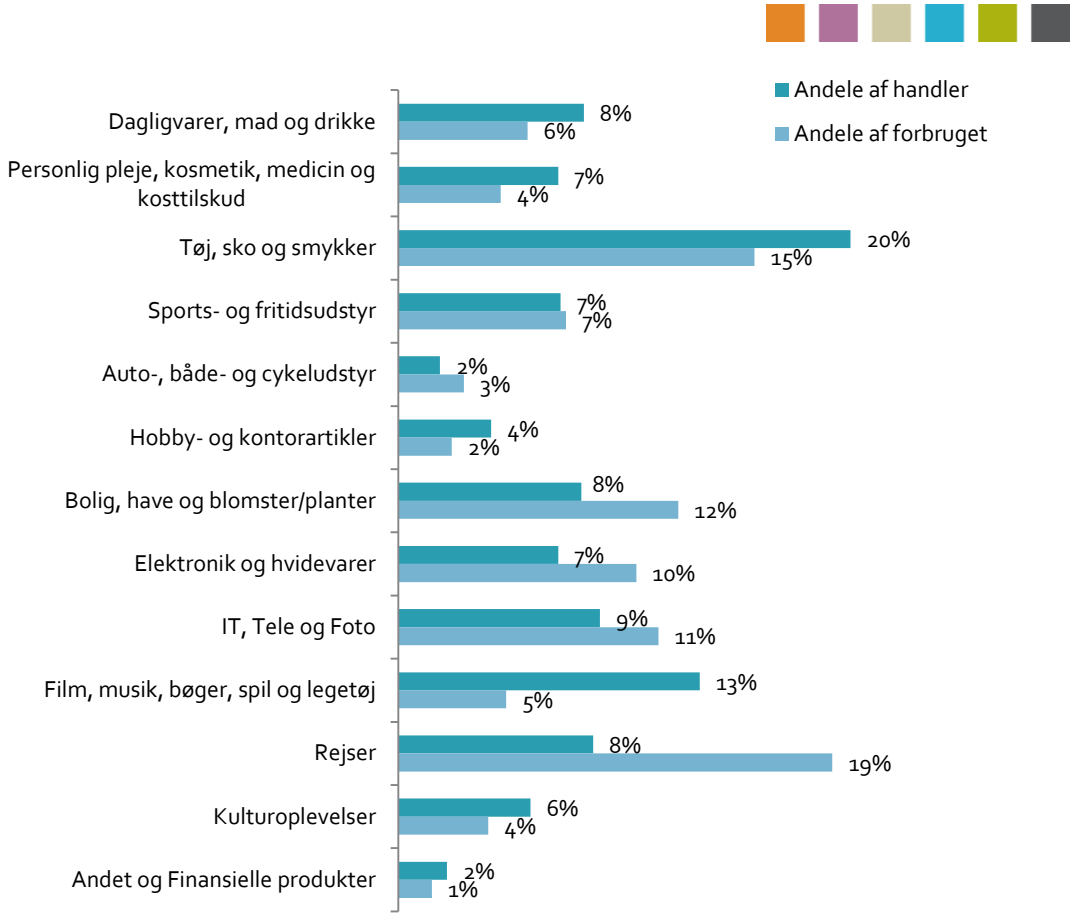
Andel af handler og forbrug

Tøj, sko og smykker står i september måned for hver 5. handel (20%) og 15% af forbruget.

Rejser ligger lidt højere end sidste måned og når op på 19% af forbruget og 8% af handlerne.

Elektronik og hvidevarer samt *IT, tele og foto* falder lidt tilbage ift. august, men til gengæld er der mere gang i *sports- og fritidsudstyr* i september.

Rejser når 19% af forbruget i september, mens tøj, sko og smykker står for 20% af handlerne



1.202 besvarelser

Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?
Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvilken vare eller tjeneste købte du næstsidst på nettet?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

Varer og priser

Gennemsnitsprisen for alle handler i september 2018 er 854kr., hvilket er ca. 100 kroner lavere end niveauet i august måned. *Rejser* har klart højeste gennemsnitspris men niveauet er marginalt lavere end i september 2017.

I forhold til samme periode sidste år ligger gennemsnitsprisen inden for *sports- og fritidsudstyr* over sidste års niveau, mens *kulturoplevelser* omvendt ligger lavere.

Gennemsnitsprisen for alle handler i september 2018 er 854kr.

		Sep. 2018	Sep. 2017	Index SPSÅ
Dagligvarer, mad og drikke	Gennemsnit	496	601	83
	Median	452	550	82
Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud	Gennemsnit	455	448	102
	Median	362	350	103
Tøj, sko og smykker (voksen og barn)	Gennemsnit	560	589	95
	Median	500	518	97
Sports- og fritidsudstyr	Gennemsnit	735	580	127
	Median	536	457	117
Auto-, både- og cykeludstyr	Gennemsnit	1.116	1244	90
	Median	684	689	99
Hobby- og kontorartikler	Gennemsnit	410	377	109
	Median	379	328	116
Bolig, have og blomster	Gennemsnit	1.086	1215	89
	Median	508	706	72
Elektronik og hvidevarer	Gennemsnit	1.058	1306	81
	Median	892	800	112
IT, tele og foto	Gennemsnit	917	1014	90
	Median	341	287	119
Film, musik, bøger, spil og legetøj	Gennemsnit	254	286	89
	Median	200	250	80
Rejser	Gennemsnit	3.363	3587	94
	Median	1.584	2400	66
Kulturoplevelser	Gennemsnit	483	764	63
	Median	400	542	74
Andet inkl. finansielle produkter	Gennemsnit	489	717	68
	Median	443	400	111

1.202 besvarelser

Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?
Outliers frasorteres i beregningen.

FDIH e-handelsanalyse

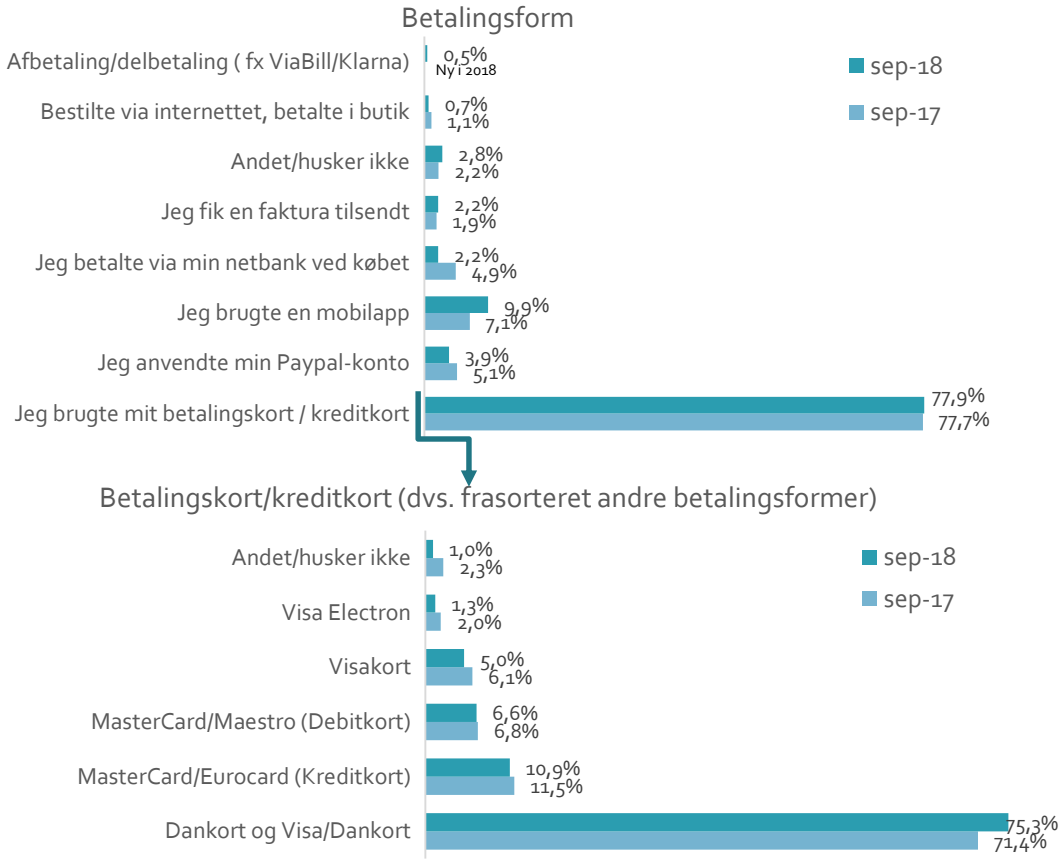
Copyright FDIH © 2018

Betalingsform og -kort

Godt tre ud af fire (77,9%) handler blev i september betalt med betalingskort, hvilket er nogenlunde på niveau med september 2017. Betalinger via mobilapp fortsætter fremgangen og udgør i september hver 10. betaling mod hver 14. i 2017.

Ift anvendelse af betalingskort udgør Dankort og Visa/Dankort godt 75%; ca. 4% mere end september 2017.

I september udgør mobilbetalinger hver 10. betaling (9,9%)



1.202 / 942besvarelser

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

Copyright FDIH © 2018

Hello.

bambora

Bambora Online

Din online betalingsløsning

Med Bambora Online får du en komplet løsning till online betaling

- 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)

LÆS MERE

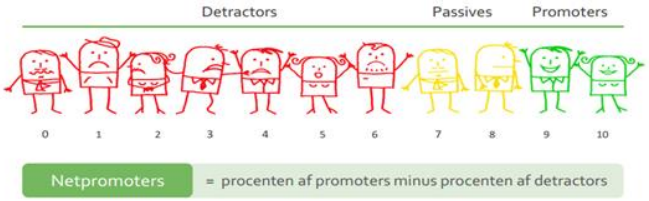


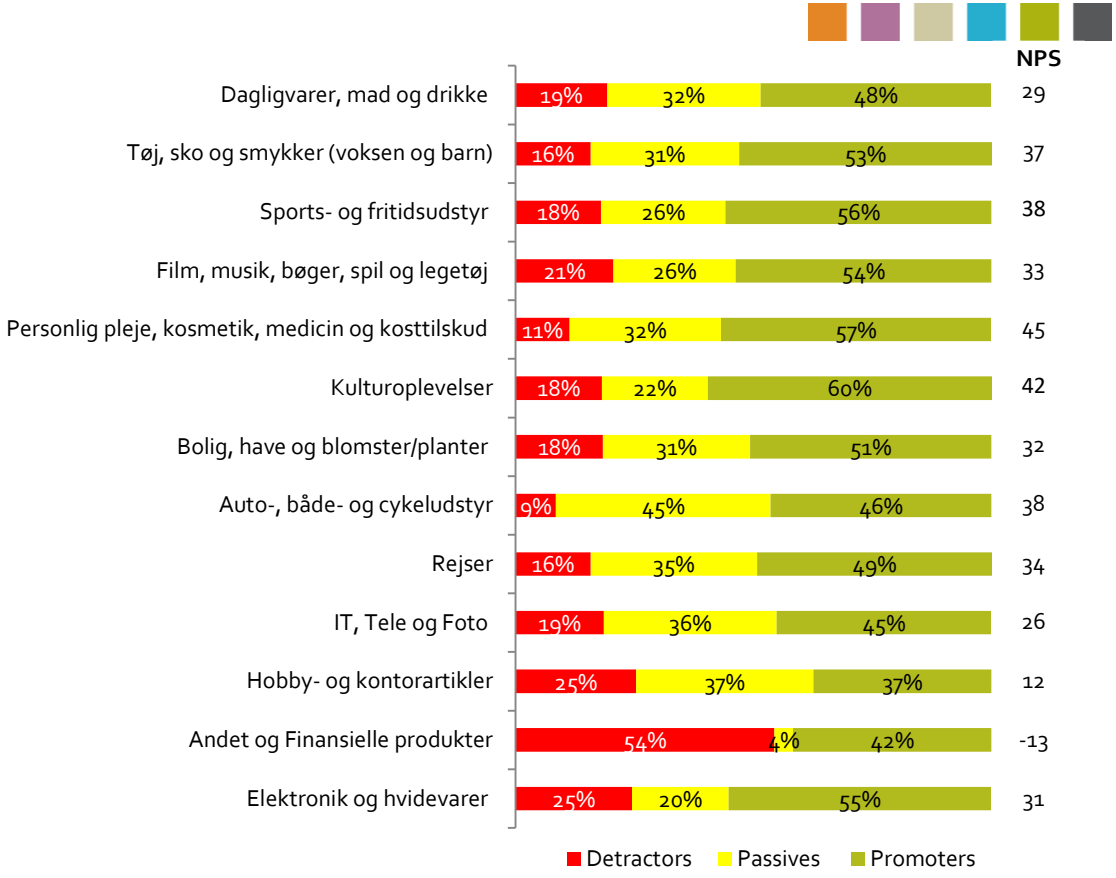
bambora

NPS efter varekategori

Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud har igen i september den bedste NPS med en score på 45, på trods af, at kategoriens score er 5 point lavere end august. Næsthøjest ligger *kulturoplevelser*, som når en score på 45.

Højeste NPS score i september opnår personlig pleje & kosmetik





1.202 besvarelser

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

FDIH e-handelsanalyse

BUSINESS TO BUSINESS

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

FDIH e-handelsanalyse

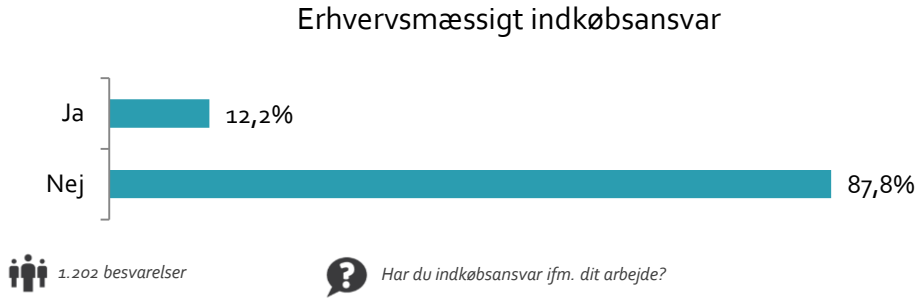
Copyright FDIH © 2018

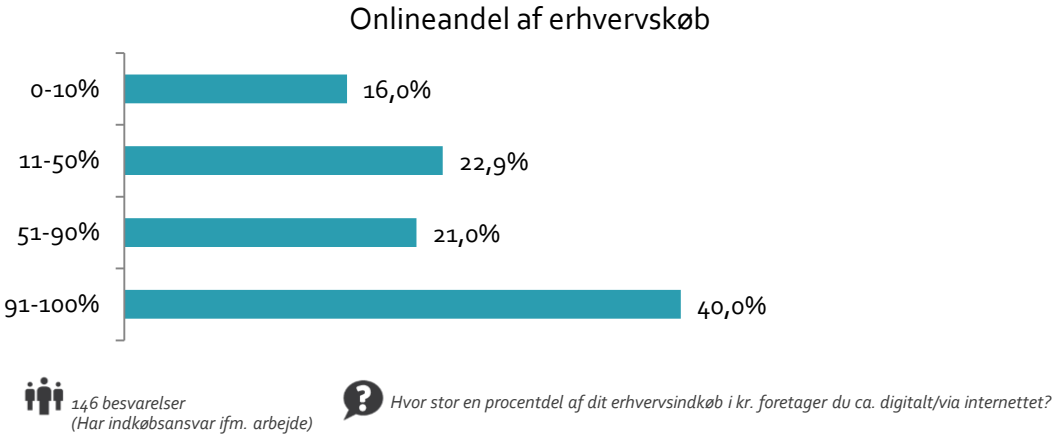
Erhvervsmæssigt indkøbsansvar

Lige knap én ud af otte (12,2%) af de e-handlende forbrugere har samtidig et erhvervsmæssigt indkøbsansvar i september.

Af disse 12,2% erhvervskøbere handler 61% mindst halvdelen af deres b2b køb digitalt. Hver sjette (16%) handler kun en begrænset del online (op til 10%) mens 40% handler stort set alle erhvervskøb digitalt.

Fire ud af ti erhvervsindkøbere foretager næsten samtlige (91%+) erhvervskøb digitalt





FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

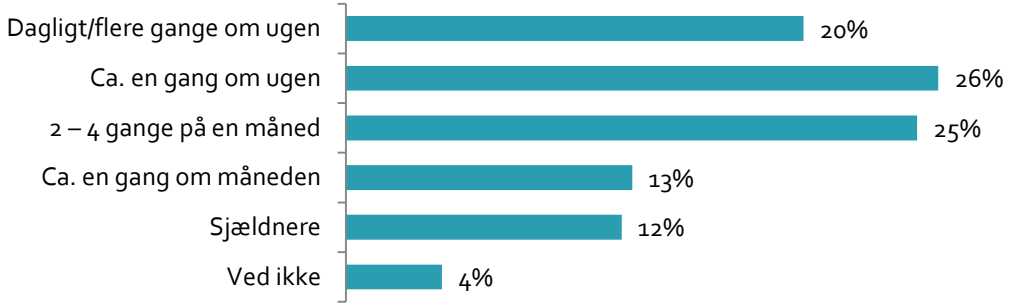
Erhvervsmæssig købsfrekvens og budget

Næsten hver anden (46%) B2B-indkøber foretager erhvervsmæssige indkøb digitalt mindst en gang om ugen, mens 38% handler mindst månedligt.

Hver femte (20%) bruger mindre end 1.000 kroner månedligt, mens 38% bruger op til 10.000 og 43% typisk handler for mere end 10.000 kroner månedligt.

43% af erhvervsindkøberne tredje indkøber (35%) handler normalt for mindst 10.000 hver måned

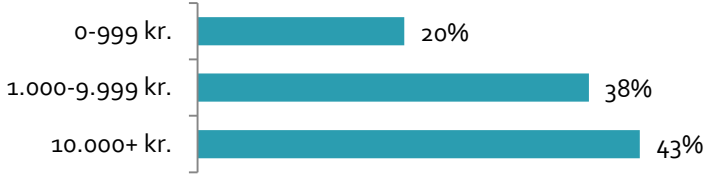
Hvor ofte foretages erhvervsmæssige indkøb digitalt



136 besvarelser (Har indkøbsansvar og handler online fm. arbejde)

Hvor ofte foretager du køb digitalt/via internettet ifm. dit arbejde?

Størrelse på erhvervsmæssige køb



146 besvarelser (Har indkøbsansvar ifm. arbejde)

Hvor stort er dit erhvervsindkøb typisk på en måned alt i alt?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

Erhvervskøbte varegrupper

De professionelle indkøbere havde i september oftest *kontorartikler og – forbrugsvarer* i kurven. *IT, elektronik & teleudstyr* fylder næsten lige så meget (32% mod 37%), mens de øvrige kategorier ligger noget efter. Hver indkøber handler dog I gennemsnit i 2,4 kategori og indkøberne nøjes derfor ikke med at handle i de to oftest købte kategorier.

De produktionsnære varegrupper, som fx produktionsudstyr, byggematerialer, kemikalier og halvfabrikata, udgør samlet en meget økonomisk tung gruppe af varer.

Varegrupper, der typisk købes erhvervsmæssigt online



146 besvarelser
(Har indkøbsansvar ifm. arbejde)

Hvilke varegrupper køber du typisk erhvervsmæssigt online?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

MÅNEDENS FOKUS

Levering og services ved levering

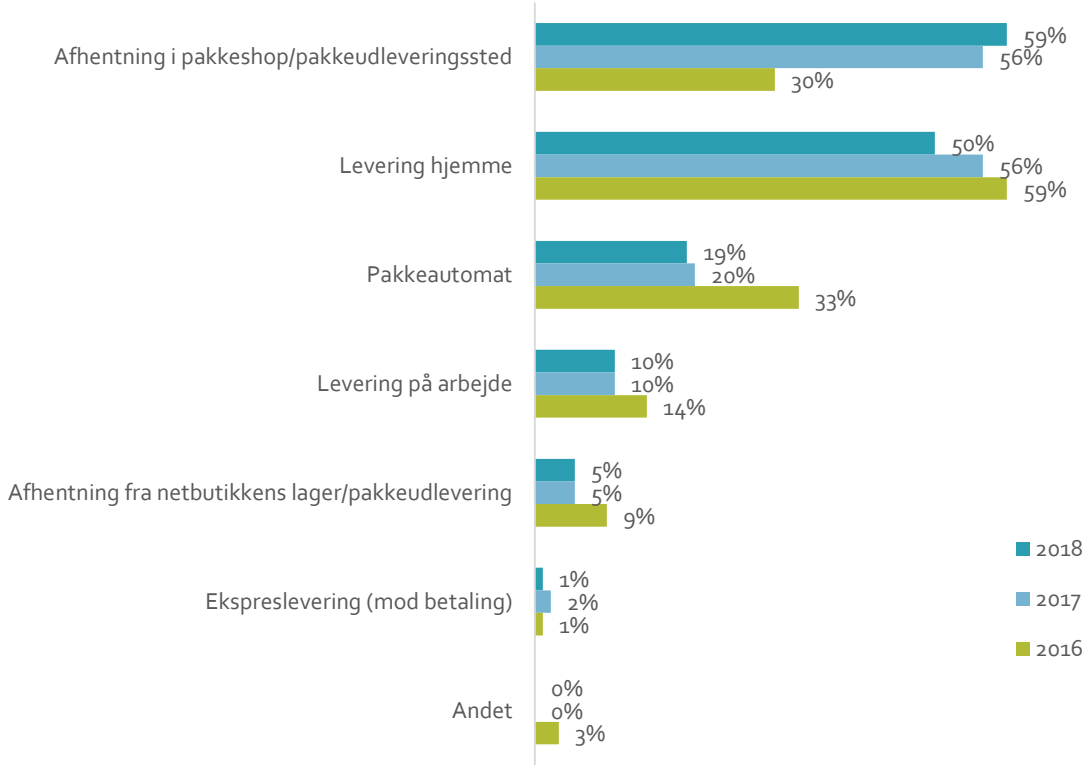
Copyright FDIH © 2018

Foretrukken leveringsform generelt

Afhentning i pakkeshop er nu danskernes foretrukne leveringsform og har dermed overhalet hjemmelevering. Præference og valg af leveringsmetode ved et køb vil dog være påvirket af prisen på de forskellige leveringsalternativer. Forbrugerne vælger og foretrækker forskellige leveringsformer i forskellige kategorier/situationer – derfor summerer valgmulighederne også til mere end 100%

Forbrugerne vælger oftest selv at hente varen i en pakkeshop

Foretrukne leveringsformer



1.207 besvarelser

Hvilken form for levering foretrækker du generelt ved køb af fysiske varer i netbutikker (hvis ikke det er dagligvarekøb):

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

Valgt levering på sidste køb

Generelt vælger kunderne den nemmeste eller billigste leveringsform.

Der er dog forskel på, hvad der nævnes som primære årsag ift. de forskellige leveringsformer:

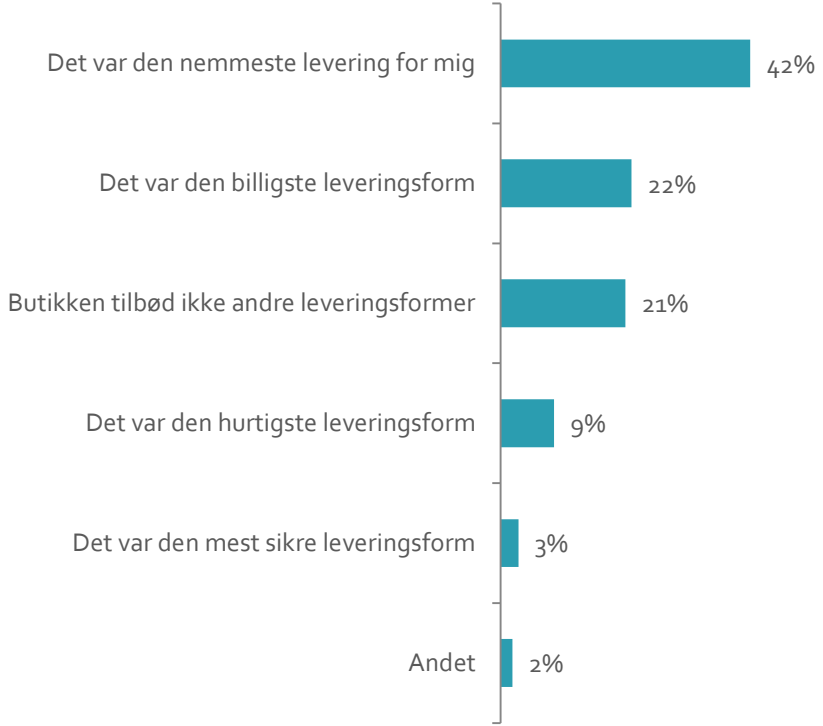
Pakkeshops: 45% nævner pris

Hjemmelevering: 57% bekvemmelighed

På arbejdet: 72% bekvemmelighed

Dermed er det også generelt en fordel for netbutikkerne at tilbyde forbrugere alternative leveringsformer.

Hvad var den primære årsag til at du valgte netop denne leveringsform?



1.207 besvarelser

Hvad var den primære årsag til at du valgte netop denne leveringsform?

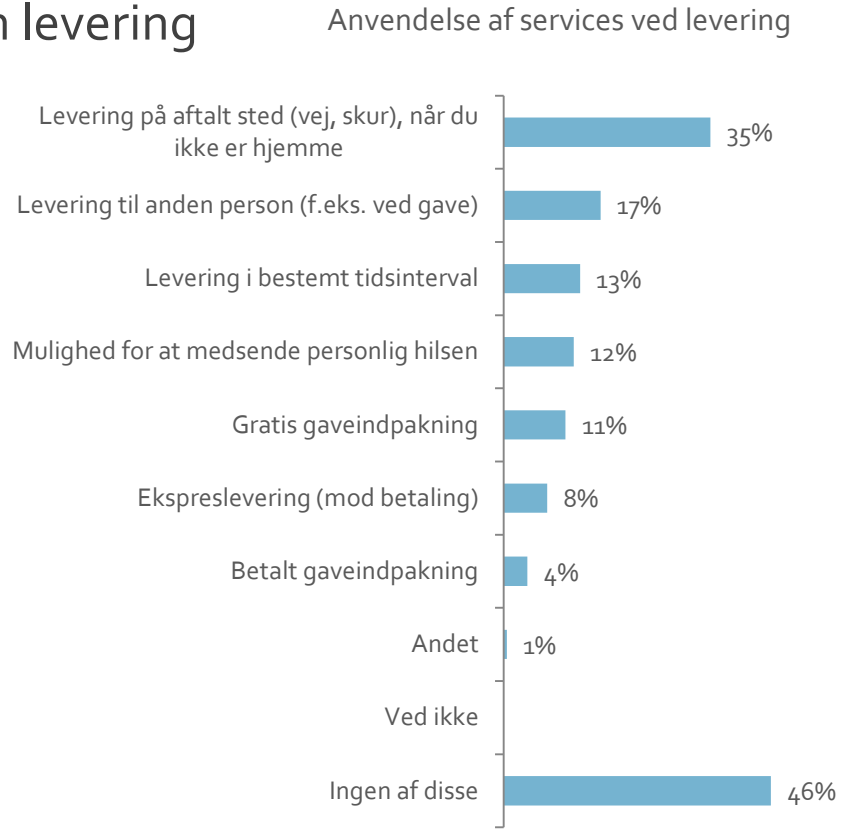
FDIH e-handelsanalyse

Anvendelse af ekstra services ifm levering

Danskerne anvender flittigt forskellige services, når de bestiller pakker. Mest anvendte service er "levering på aftalt sted", som hver tredje (35%) har benyttet, hvilket dog er et fald fra 2017.

17% har valgt levering til andre personer, fx ved gave; 12% har medsendt en personlig hilsen og 11% har fået gratis gaveindpakning, mens 4% har betalt for at få pakket en gave ind.

Ekstra services er populære hos danskerne – men særligt de gratis

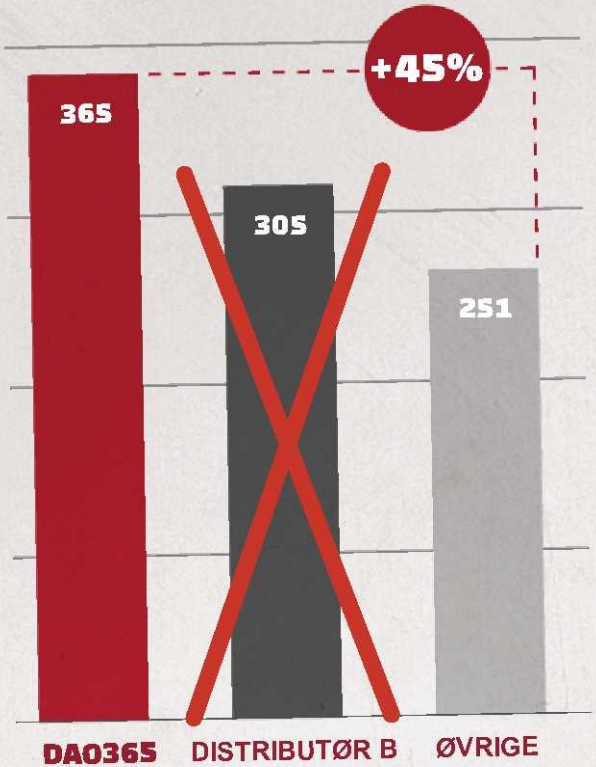


1.207 besvarelser

Hvilke af følgende services i forbindelse med køb på nettet, har du anvendt i år?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018



HVAD VIL DU SIGE TIL AT FÅ 45% FLERE ÅBNINGSDAGE?

Internettet har altid åbent – men hvor åben er en web-shop, hvis kunden ikke kan få sine varer?

Supermarkederne har for længst fundet ud af, at man sælger flere varer, når man holder åbent. Derfor kan vi også handle i Fakta og Netto, selvom det er søndag. Hvorfor skulle forbrugerne ønske mindre på internettet.

Den væsentligste forskel er, at web-shop kunderne ganske enkelt kan flytte sig, fra en butik der har lukket for levering, til en butik der har åbent.

Så hvem tager imod kunderne – de 114 dage dine konkurrenter holder lukket?

DAO 365

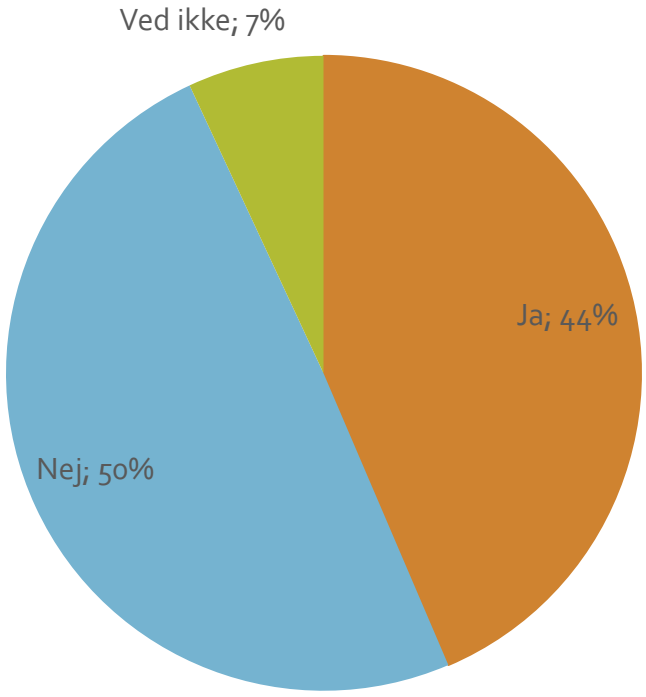
LÆS MERE PÅ WWW.DAO.AS

Fysiske varer købt i udlandet

De danske forbrugere fortsætter med at være flittige kunder uden for landets grænser og således har 44% købt fysiske varer i udlandet inden for det seneste halve år. 7% er i tvivl og svarer "ved ikke". Niveauet er nogenlunde som i 2017.

Knap halvdelen af danskerne har købt fysiske varer i udlandet inden for det seneste halve år

Har du købt fysiske varer i udenlandsk netbutik i de seneste 6 måneder?



1.207 besvarelser

Har du i løbet af de seneste 6 måneder købt fysiske varer i en udenlandsk netbutik?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

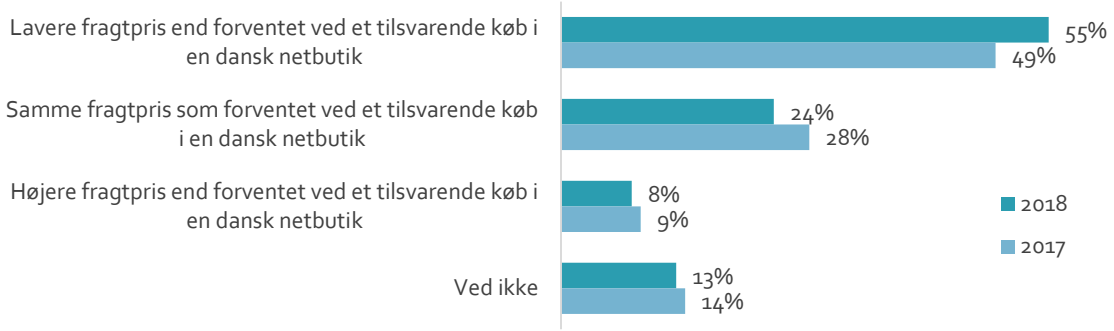
Sidste købs fragt & forventninger

De udenlandske netbutikker opleves af forbrugerne som værende mere skarpe på fragtprisen. Kun 8% (og faldende) oplever, at prisen på fragt ved cross boarder køb er højere end et tilsvarende køb i en dansk netbutik.

44% af de forbrugere, der oplevede samme eller lavere fragtpris i udenlandske netbutikker, konstaterer, at fragtprisen havde betydning for, at de handlede i en udenlandsk netbutik

Blot 8% af forbrugerne oplevede, at et køb i en udenlandsk netbutik medførte en højere fragtpris

Fragtpriser ved udenlandsk handel



523 besvarelser (Handlet i udlandet)

Hvordan var fragtprisen på den seneste fysiske vare, som du købte i en udenlandsk netbutik?

Havde fragtprisen betydning for, at du handlede i en udenlandsk netbutik?



415 besvarelser Samme/lavere fragtpris end forventet

Havde fragtprisen på den seneste fysiske vare, som du købte i en udenlandsk netbutik, betydning for, at du købte varen i en udenlandsk netbutik?

FDIH e-handelsanalyse

bambora DAO365 Wilke

Copyright FDIH © 2018

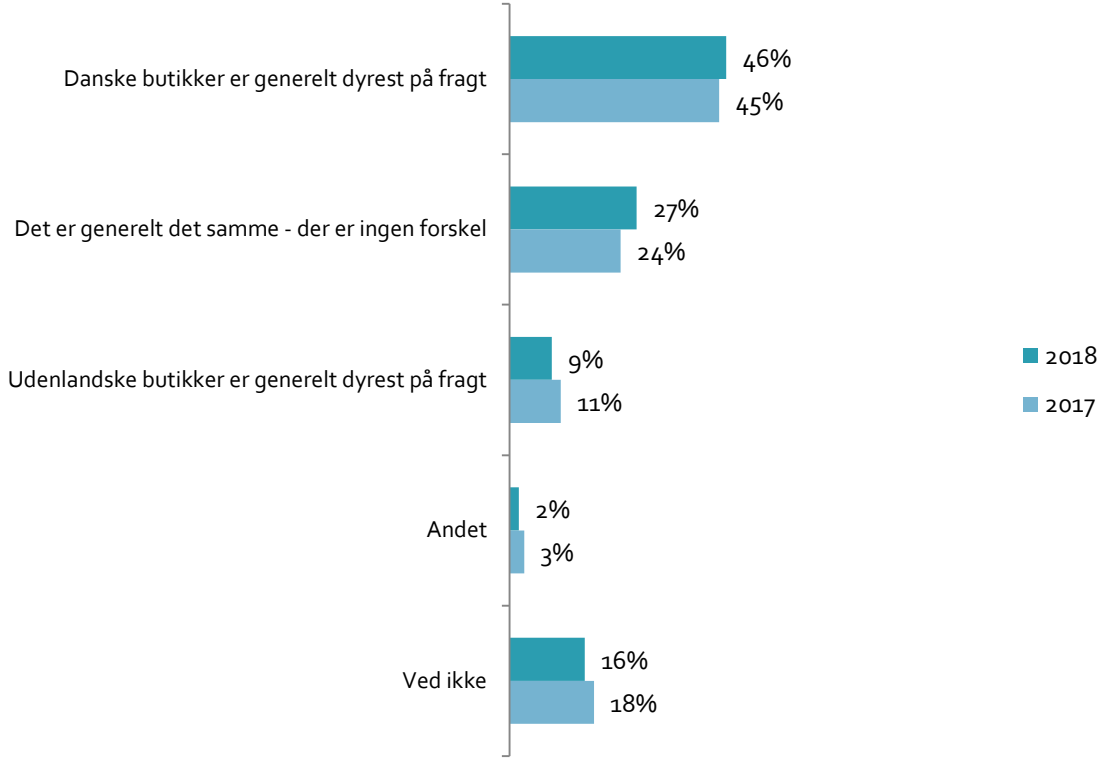
Fragtpriser – DK vs. udland

Danske netkunder, som har erfaringer med køb i udenlandske butikker, har beklageligvis en stigende forventning om, at danske butikker *generelt* er dyrest på fragt.

Kun 9% oplever og forventer dermed, at de ekstra led i forsyningskæden giver højere leveringsomkostninger.

Fragtomkostningerne vil ofte være en væsentlig del af købet og er også en væsentlig årsag til, at forbrugeren afbryder et køb. For prisfølsomme danske forbrugere betyder det, at der er et stærkt motiv til at søge og købe fysiske varer i udenlandske netbutikker.

Generel oplevelse af fragtpriser hos udenlandskunder



523/554 besvarelser
(Har købt en fysisk varer online indenfor de seneste 6 måneder)

Hvordan oplever du generelt fragtpriser ved køb af fysiske varer i danske kontra udenlandske netbutikker?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

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

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

Kontaktpersoner:

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

Kommunikationschef
Henrik Theil
T: +45 20965667
E: het@fdih.dk

Analysen er gennemført af Wilke for FDIH

Analysen er sponsoreret af DAO 365 & Bambora

FDIH STYRKER DANSK E-HANDEL



Stærk rådgivning fra ægte Digitale Købmænd på Facebook

Del viden og lær af andre i Netværket for digitale købmænd