Analysen sponsoreres af

DAO 365

PayEx
Experts in payments

Analysen gennemføres af

Wilke
Asking for growth

Analysen udgives af

FDIH STYRKER DANSK E-HANDEL

Gratis udgave for ikke-medlemmer

Fakta og tal samt brug af enkelte illustrationer i præsentationer, til redaktionelt brug og lign. er tilladt. Rapporten må ikke videreformidles til andre uden FDIH's accept.

Juni 2019 - Light

Fokus: Dagligvarer, mad og drikke

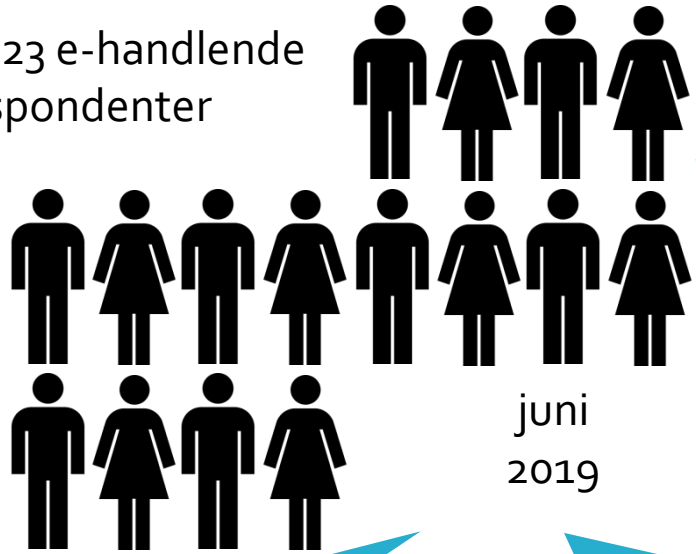


Bemærk at analysen ift. 2018 er justeret grundlæggende fra 1. januar 2019. Metoden vil på visse områder ikke være helt sammenlignelig med tidligere, men det væsentligste kriterium har været at opnå en større præcision ved at indsamle data tæt på købstidspunktet og desuden opsamle mere data om abonnementslignende e-handel. Se evt. metodeafsnit for mere information.

Godt hver fjerde handel (27%) blev i juni købt på smartphone

43% af danskerne har handlet på nettet inden for den seneste uge

1.223 e-handlende respondenter



juni 2019

Bekvemmelighedsfaktorer vægter højt ved køb af dagligvarer på nettet, mens måltidskasser også købes pga. inspiration, variation og sundhed

Film, musik og bøger (fysiske) når den højeste NPS score i juni

13% af de e-handlende forbrugere har også et erhvervsmæssigt indkøbsansvar. 29% af disse erhvervsindkøbere foretager stort set alle (90%+) erhvervskøb digitalt

Bolig & have står for 10% af forbruget i juni måned

Mobilbetalinger udgør i juni måned 15,6% af betalingerne

Juni 2019 køber 10% af internetkunderne dagligvarer på nettet mindst en gang om ugen – leveret i abonnementsordning eller købt i løssalg.

Indholdsfortegnelse

Handelshyppighed og enheder	Side 5	
Andel af handler og forbrug ad hoc	Side 6	*Kun i PREMIUM udgaven*
Abonnementsandele og forbrug	Side 7	*Kun i PREMIUM udgaven*
Gennemsnitspriser pr køb	Side 8	*Kun i PREMIUM udgaven*
Forventet e-handel kommende år	Side 10	
NPS efter varekategori	Side 11	
Betalingsform og –kort	Side 14	
Business-to-business		
Erhvervsmæssigt indkøbsansvar	Side 17	*Kun i PREMIUM udgaven*
Erhvervsmæssig købsfrekvens og budget	Side 18	*Kun i PREMIUM udgaven*
Erhvervskøbte varegrupper	Side 19	*Kun i PREMIUM udgaven*
Månedens fokus: Mad og drikke købt online		
Dagligvarer på nettet	Side 22	
Dagligvarer i løssalg, "ja tak"	Side 23	*Kun i PREMIUM udgaven*
Måltidskasser på nettet, "ja tak"	Side 24	*Kun i PREMIUM udgaven*
Dagligvarer på nettet – barrierer	Side 25	
Forventninger til stigende køb	Side 26	
Vin, spiritus, fastfood og take-away	Side 27	*Kun i PREMIUM udgaven*
Om analysen	Side 28	

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: Download PREMIUM-analysen
- Som ikke-medlem kan **PREMIUM** rapporten købes for 1.995 kr. ex. moms: Køb PREMIUM analysen
- Ønsker du at blive medlem af FDIH? Kontakt os og få et medlemstilbud

Copyright FDIH © 2019

E-handel i juni

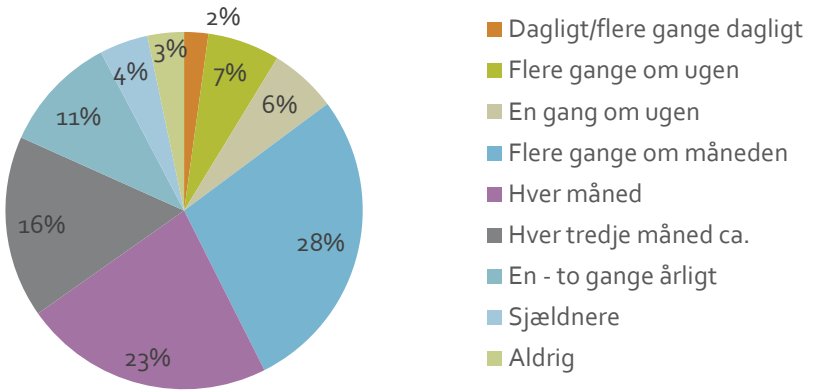
Handelshyppighed, mobilbrug, forbrug og handler ad hoc og abonnement, gennemsnitspriser og forventninger til årets handel samt NPS

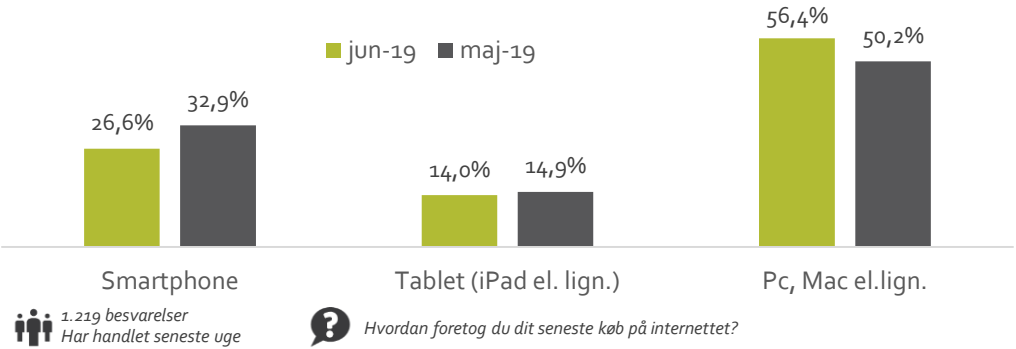
Handelshyppighed og enhed

43% af danskerne har handlet den seneste uge på nettet i juni. 15% handler generelt mindst en gang om ugen og 28% handler flere gange månedligt. Knap 8% handler aldrig eller kun sjældent på nettet.

Andelen af salg på smartphones når ikke helt op på rekordniveauet fra maj. Smartphone falder 6%-point tilbage, mens desktop går tilsvarende frem og tablets falder marginalt.

Godt hver fjerde handel (27%) blev i juni købt på smartphone





Side 6 "Andel af handler og forbrug ad hoc" 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 "Andel af handler & forbrug abonnement" 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 8 "Gennemsnitspriser i varekategorier" 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



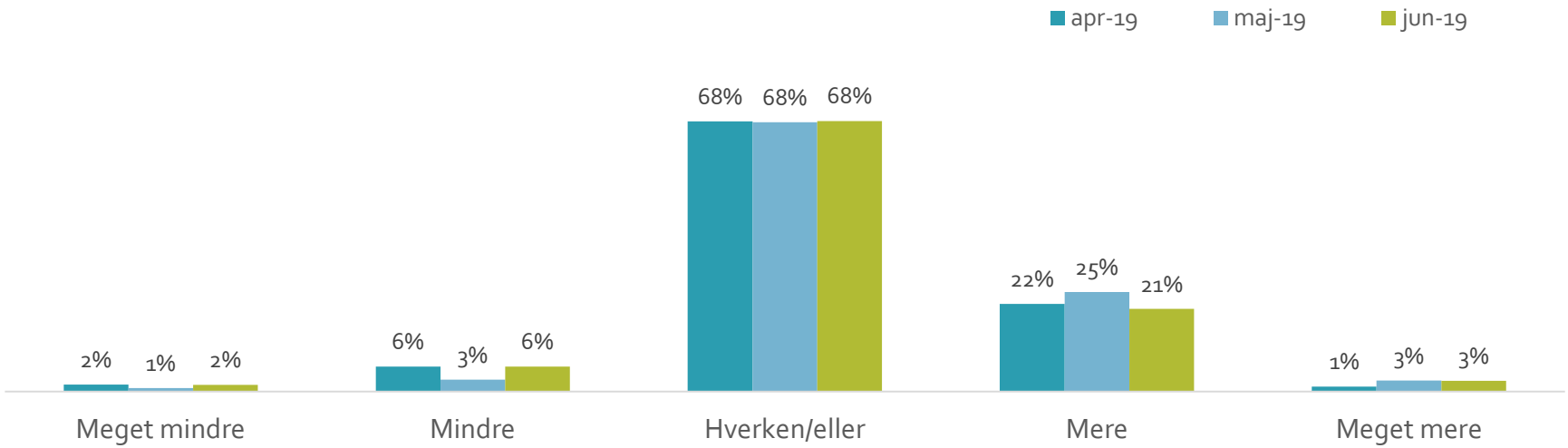
Vi leverer alle årets 365 dage

Lige til døren eller til pakkeshop

DAO 365

Forbrugernes forventninger til deres e-handel

Blandt forbrugerne er der gode forventninger til den fremtidige e-handel. Andelen af forbrugere, der forventer at købe mere er 24%, mens 8% forventer at købe mindre. ***Netto mener ca. 16%, at de vil handle mere de kommende 12 måneder***, end de har gjort de seneste 12. Niveauet er dog lidt mindre positivt end tilsvarende i maj måned.



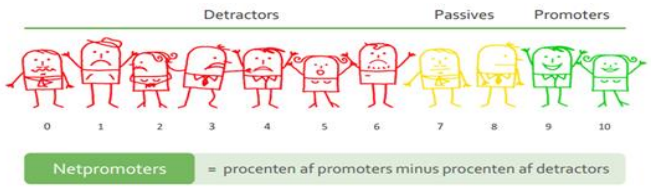
1.223 besvarelser

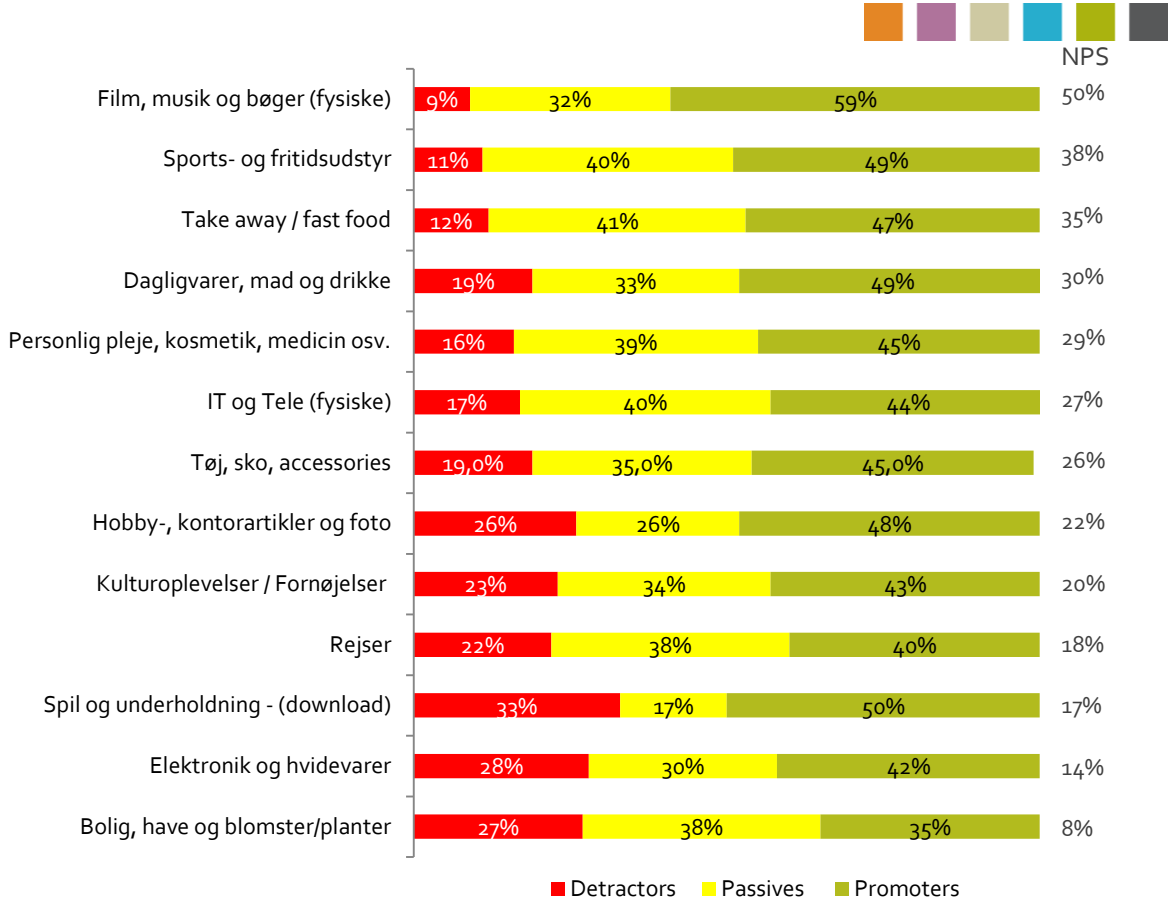
Sammenlignet med de seneste 12 måneder, forventer du så at handle mere eller mindre på internettet de næste 12 måneder?

NPS efter varekategori

*Film, musik og bøger (*fysiske*)* er topscorer på NPS-målingen i juni. *Sports- og fritidsudstyr* ligger på en andenplads, mens *Take away* og *dagligvarer, mad og drikke* følger efter på de to næste pladser.

Film, musik og bøger (fysiske) har højeste NPS score i juni





1.220 besvarelser

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

Copyright FDIH © 201

E-handel i juni

Betalinger

Færre og færre vil betale med kontanter.

Det er sandsynligvis vores skyld.

Læs mere om vores betalingsløsninger
på payex.dk/tjenester

PayEx
Experts in payments

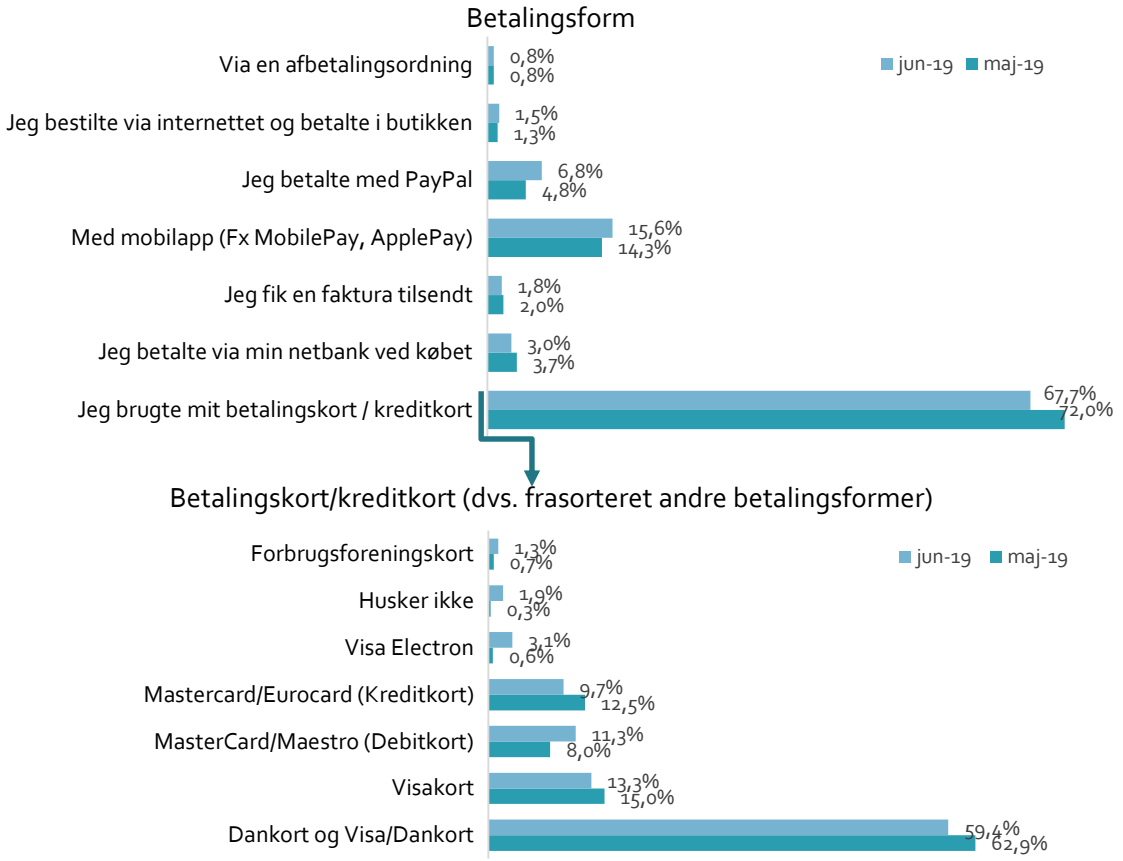
Betalingsform og -kort

Godt 2 ud af 3 handler blev i juni betalt med betalingskort. Betalinger med mobilapp stiger en smule i andel og er over 15%, mens PayPal næsten når 7% af betalingerne.

På betalingskort står Dankort og Visa/ Dankort for knap 6 ud af 10 korttransaktioner.

Det rene visakort ligger på 13%, mens MasterCard logoet igen er på hver femte betalingskort i juni.

68% af handlerne blev i juni betalt med betalingskort



1.223 /828 besvarelser

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

BTB fokus

Når det er nemt at betale, sælger du mere.

Læs mere om vores betalingsløsninger
på payex.dk/tjenester

PayEx
Experts in payments



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 18 "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



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

Vi leverer mens alle andre sover

7 nætter om ugen – 365 dage om året

DAO 365

Fokus

Dagligvarer, mad & drikke

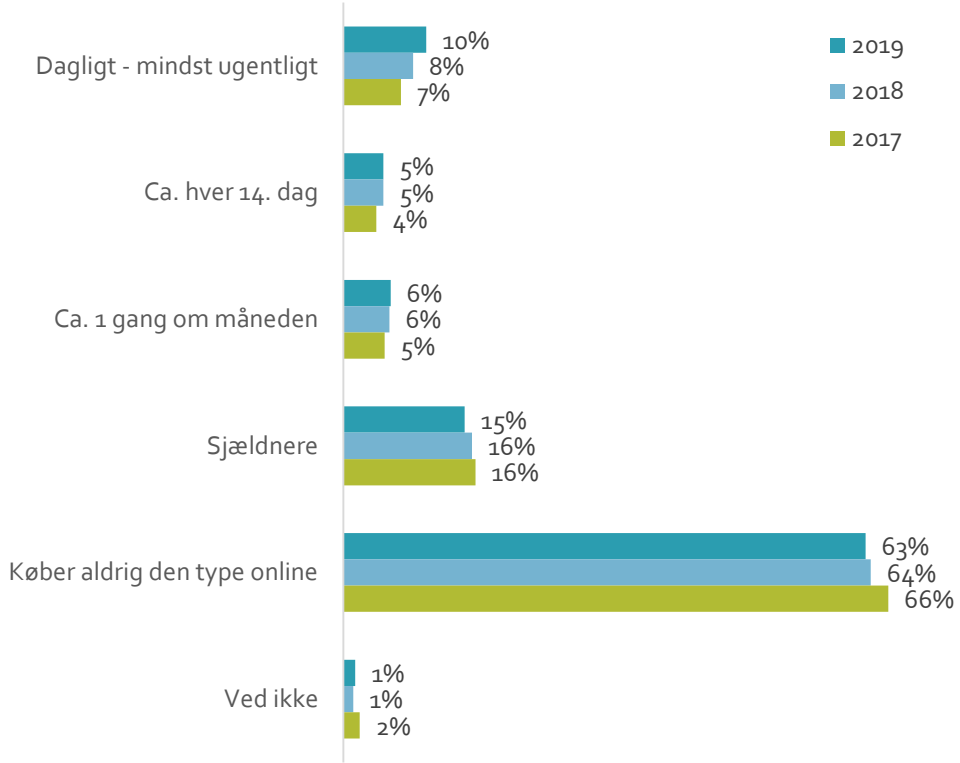
Dagligvarer på nettet

Andelen af forbrugere, der har givet sig i kast med online dagligvarekøb stiger fortsat.

Juni 2019 er der 10% af de danske internetkunder, der køber dagligvarer på nettet mindst en gang om ugen – leveret i abonnementsordning eller købt i løssalg. Dermed er onlinekøb den væsentligste "dagligvarebutik" for en stigende andel danskere.

Børnefamilier er oftere kunder i den digitale dagligvarebutik/måltidskasse-leverandør end de øvrige befolkningsgrupper.

Køb af abonnementskasser/dagligvarer på nettet



1.223 besvarelser

!NB at sammenligning på tværs af år skal foretages med varsomhed pga. metodeændring i '19
Hvor ofte køber du/får du leveret følgende typer af dagligvarer, mad & drikke købt ONLINE?
Dagligvarer i løssalg og/eller måltidskasser (samlet)

Copyright FDIH © 2019

Side 23 "Dagligvarer i løssalg – ja tak" 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 24 "Måltidskasser på nettet – ja tak" 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

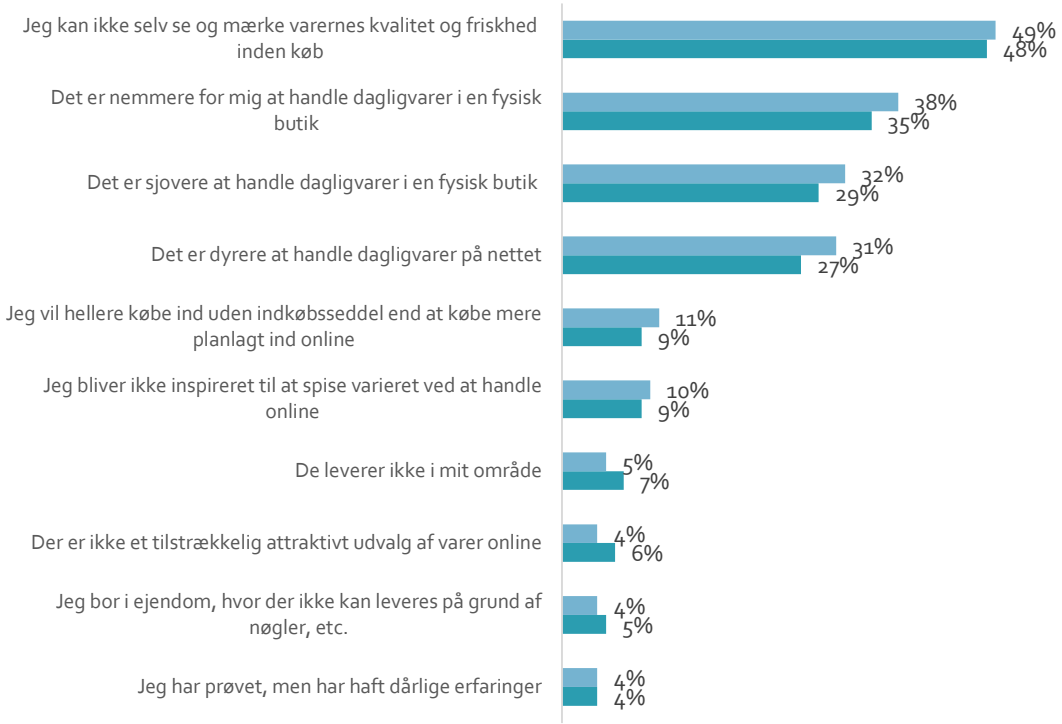


Dagligvarer på nettet – barrierer

Årsagerne til *ikke* at handle dagligvarer eller måltidskasser på nettet ændrer sig kun langsomt. Største grund til *ikke* at handle fødevarer på nettet er, at forbrugeren ikke selv kan se og mærke varens kvalitet (49%). Grundlæggende mangler forbrugeren dermed tillid til, at netbutikken leverer en vare, der er god nok ift. den man selv kan finde i den lokale dagligvarebutik. Det står i skarp kontrast til de kun 4% af forbrugerne, som netop fravælger køb på baggrund af dårligere erfaringer.

38% mener det er nemmere og 32% at det er sjovere at handle i en fysisk butik. Knap hver tredje (31%) mener det er dyrere at handle på nettet, mens ca. 8% er udfordret af manglende levering til ejendom/område.

Vigtigste årsager til *ikke* at handle dagligvarer i løssalg/måltidskasser på internettet?



971 besvarelser. Handler ikke/ sjældent dagligvarer eller måltids-/abonnementskasser på nettet

Hvad er de vigtigste årsager til, at du ikke handler dagligvarer eller måltids-/abonnementskasser på nettet?
!NB at sammenligning på tværs af år skal foretages med varsomhed pga. metodeændring i '1

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2019

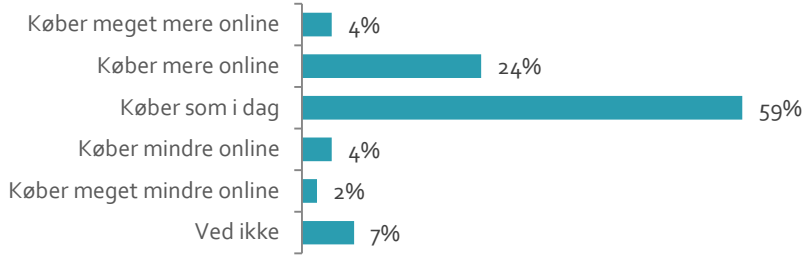
Forventninger til stigende køb

Der er en klar forventning blandt kunderne om, at der skal købes flere dagligvarer på nettet fremover.

Især løssalget kan se frem til en samlet set større indkøbskurv. 28% forventer at købe mere/meget mere det kommende år, mens kun 6% forventer at få et mindre forbrug.

For måltidskasser ser forbruget også ud til at stige fremover. Her forventer 18% at købe mere eller meget mere end i dag, mens 10% forventer at reducere købet.

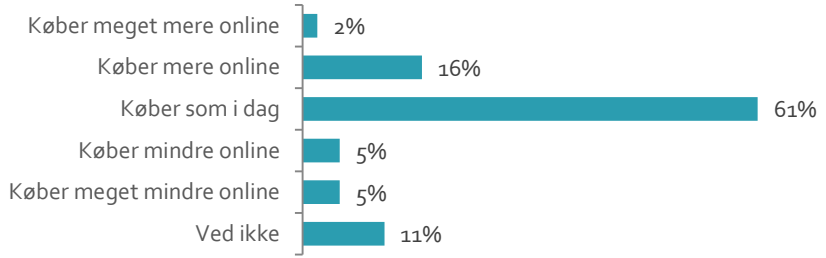
Forventninger til køb af dagligvarer i løssalg



360 besvarelser
Køber dagligvarer i løssalg på nettet

Hvad er dine forventninger til familiens køb af dagligvarer i løssalg på nettet indenfor de næste 12 mdr.?

Forventninger til køb af måltids-/abonnementskasser



277 besvarelser
Køber måltids-/abonnements -kasser på nettet

Hvad er dine forventninger til familiens køb af måltids-/abonnementskasser på nettet indenfor de næste 12 mdr.?

FDIH e-handelsanalyse

PayEx Experts in payments

DAO 365

Wilke

Copyright FDIH © 2019



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

Om undersøgelsen

Metode

Til denne analyse har der været anvendt et spørgeskema med ca. 40 spørgsmål. Data er indsamlet online gennem Wilkes onlinepanel, Wilke Wisdom. Der gennemføres ca. 1.200 interviews pr. måned fordelt jævnt ud på ugerne. Dette bliver til 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 på ugebasis over hele måneden, så der kan spørges indtil det ugentlige forbrug, for at komme helt tæt på onlinehandlen med noget, som er present for forbrugerne.

Der indsamles hele året, for at tage højde for, at eventuelle sæsonafvigelser ikke vil påvirke den samlede data. Det er dermed muligt at kigge på hele perioden som helhed, ligesom der kan opdeles på enkelte måneder.

Estimater for E-handlen sker på baggrund af køb foretaget på nettet inden for den seneste uge. De forskellige køb er opdelt i abonnementskøb og Ad hoc køb, så man kan skelne imellem disse.

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 E-handelsfrekvensen for den danske befolkning (Opdateres måned til måned på bruttoniveau i en national repræsentativ indsamling)

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 & PayEx

BESØG FDIH'S MEDLEMSSIDE



FÅ NY INSIDERVIDEN

FDIH's medlemmer deler viden.
NYHEDER, MEDLEMSTILBUD, CASES OG EVENTS

Få inspiration fra andre medlemmer
på www.fdih.dk/medlemmer