

Ældre og børnefamilier bruger flest penge på e-handel – de unge handler i udlandet

Storshopperne i e-handel skal i dag findes blandt dem, der ikke er vokset op med en pc på skolebænken.

”Når vi deler danskerne op i forskellige alders- og familiegrupper, tegner der sig et klart billede af, at det er danskere over 50 år sammen med børnefamilierne, der i dag skaber masser af omsætning med store køb. Det er også blandt dem, at vi finder de grupper, der hyppigst handler på nettet,” adm. direktør Annette Falberg fra FDIH, Foreningen for Distance- og Internethandel.

”Samtidig ser vi også, at de unge fremover vil være en stor udfordring for dansk detailhandel, både on- og offline. De går efter den billigste pris, og de ser internettet som ét stort ta’-selv bord med et uendeligt udvalg, hvor man altid kan finde den helt rigtige vare. Spørgsmålet er, hvordan vi matcher det handelsmønster i takt med, at de unge bliver ældre og øger deres forbrug,” siger Annette Falberg.

Danskernes indkøbsvaner på nettet fremgår af de samlede tal for 2010 fra Dansk e-handelsanalyse. Tallene har været udsat for analyser på kryds og tværs hos Epinion. Det giver ny viden om hvem, der køber hvad, hvor mange penge de bruger, og hvad de lægger vægt på, når de e-handler.

- 50+-årige bruger mange penge på nettet og er storforbrugere af rejser og flybilletter.
- Unge under 25 år bruger færrest penge, handler mest i udlandet, og de køber tøj, bøger og downloads.
- Børnefamilier (25-50 år) storshopper tøj og sko
- Voksne uden børn (25-50 år) køber oftere musik, film og spil end andre.

Rejser, elektronik og flybilletter er de varegrupper, der omsætter for de største beløb, mens tøj og sko er den varegruppe, der står for det største antal handler. Den samlede omsætning i danskernes e-handel steg med 25 % fra 2009 (32 mia.kr.) til 40 mia. kr. i 2010.

Årsrapporten sætter også fokus på leveringens som et integreret element i e-handel. Chef for Post Danmark Logistik Carsten Dalbo peger på, at den mest værdifulde distributionsløsning sikrer, at kunderne får det, som de vil have det - for så vender de tilbage igen og igen.

Den stigende organiserede svindel med Dankort og ikke mindst brugen af ”pakke-muldyr” gennemgås af Nets med fokus på, hvad e-butikkerne kan gøre for at minimere svindlen.

FDIH står for Dansk e-handelsanalyse i samarbejde med Post Danmark og Nets, og det er analysefirmaet Epinion, som udfører dataindsamling og analyser. Analyserne for 2010 bygger på over 5.000 interviews i løbet af 2010, og det store talmateriale giver mulighed for at få mere præcise pejlinger på danskerne e-handel.

Yderligere oplysninger hos kommunikationschef Henrik Theil, FDIH, mobil 2096 5667, mail: het@fdih.dk
Hele årsrapporten kan downloades fra www.ehandelsanalyse.dk