

PRESSEMEDDELELSE

Til redaktionen

København, den 11. august 2009

Dansk e-handelsanalyse: Unge e-handler mere end dobbelt så mange gange som ældre

For første gang viser Dansk e-handelsanalyse, at e-handel er prøvet af alle respondenter i en aldersgruppe, da alle 20-29 årige svarede ja til, at de havde prøvet at e-handle.

Det fremgår af tallene for 2. kvartal i år, hvor e-handel også er steget kraftigt hos de helt unge mellem 15-19 år i forhold til samme tidspunkt sidste år. En stigning fra 58 % til 83 % hos de yngste betyder, at stort set hele gruppen af 15-29-årige nu handler på nettet, og i forhold til deres andel af befolkningen handler de to en halv gang oftere end resten af danskerne.

”De yngre danskerne har taget e-handel helt og fuldt til sig, og de årgange fastholder et højt aktivitetsniveau online, når de bliver ældre. Så den største vækst i e-handel kommer fremover som følge af at der bliver stadig flere i befolkningen, som er vant til e-handel, og derfor vil e-handel fortsætte med at stige, omend stigningstakten nok bliver mere moderat end tidligere,” siger direktør Morten Kamper fra FDIH, Foreningen for Distance- og Internethandel.

”Der er selvfølgelig et stort potentiale i at få de ældre generationer til at bruge e-handel mere, og jeg er overbevist om, at flere netbutikker gør en målrettet indsats for at identificere, hvordan de bedst tiltrækker netop de ældre kunder.”

E-handel står stærkt i krisen

Dansk e-handelsanalyse fokuserer på detailhandel, og her viser det sig, at i modsætning til den fysiske detailhandel, så vokser e-handel trods krisen fortsat. PBS har registreret flere end 11 mio. betalinger i 2. kvartal i 2009, og det er 11,5% mere end samme kvartal sidste år. Væksten fra 1. kvartal til 2. kvartal i år er på 5%.

”Tallene taler nærmest for sig selv. E-handel står stærkt med flere handler og stigende omsætning. Kunder oplever det fortsat som nemt og bekvemt, og i en tid, hvor vi er tilbøjelige til at tænke os om en ekstra gang, inden vi køber, så giver e-handel netop muligheden for at sammenligne varer og priser, inden man køber,” siger Morten Kamper.

Beklædning, bio-billetter og musikfiler sælger

Blandt de fysiske varer er beklædning den absolutte topscorer, hvor næsten tre ud af ti køb af fysiske varer er tøj og sko (29%). PC-hardware/tv/elektronik, bøger/aviser samt musik/film kommer på de følgende pladser med svagt faldende andele af antal køb.

Biografbilletter fastholder førstepladsen (25%) blandt de flest solgte serviceprodukter via e-handel, mens den tidligere topscorer – flybilletter – fortsat er på en 2. plads med en andel på 18%.

Blandt onlineprodukter fører køb af musikfiler, der udgør en god tredjedel (35%) af e-handel, mens Internet/software/antivirus ligger på 2. pladsen sammen med spiladgang, begge med 20 %.

Venlig hilsen

FDIH – Foreningen for Distance- og Internethandel

Henrik Theil
Kommunikationschef

Mobil: 2096 5667