

Til redaktionen

2. november 2009

Danske netbutikker oplever konkurrence fra udlandet

Op mod hvert femte netkøb foretages i udlandet, hvor England, Sverige og Tyskland er de foretrukne områder i EU. Også amerikanske netbutikker har mange danske kunder.

”Hverken sprog eller nationalitet spiller en afgørende rolle for danskerne, når de handler på nettet. Op mod hvert femte online varekøb går til udlandet, og det er en konkurrence, som danske netbutikker skal og kan tage op. For ligesom konkurrencen kommer udefra, så åbner nettet for nye store markeder uden for Danmarks grænser. Det er bare med at komme i gang,” lyder opfordringen fra direktør Morten Kamper, FDIH, Foreningen for Distance- og Internethandel.

Det kan være svært helt at gennemskue regler og rettigheder, når man køber varer i et andet land via nettet, også inden for EU. Men det afskrækker ikke danskerne.

”De mest succesfulde netbutikker – uanset hjemland - leverer ganske enkelt en god service, hvor de imødekommer kundernes ønsker,” konstaterer Morten Kamper.

Det er beskatningsmæssigt ukompliceret at handle både on- og offline inden for EU, men man skal være opmærksom på toldreglerne, når netbutikken ligger i lande uden for EU. Her skal man huske på, at der skal lægges told og moms på varerne. Ligesom alle distributører tager et gebyr for at løse den opgave. Den omkostning skal forbrugerne regne ind i prisen, før man kan se, hvad den reelle pris vil være.

Danskerne fokuserer på kendskab og professionalisme ved e-handel

Det handler om kendskab og det professionelt tillidsvækkende, når e-handlende danskere for første gang skal handle i en netbutik, viser Dansk e-handelsanalyse for 3. kvartal 2009.

Hver femte (18%) e-handlende lægger vægt på, at det er et kendt firma, og næsten lige så mange (16%) lægger vægt på et professionelt website.

”Analysen understreger, at netbutikker skal være tillidsvækkende, når de skal tiltrække e-handlende danskere for første gang. Kendskab til firmaet, en professionel hjemmeside samt at man kender nogen, der har handlet dér før, er blandt de afgørende faktorer,” siger FDIHs direktør Morten Kamper .

PRESSEMEDDELELSE

Hvert tredje netkøb i 3. kvartal er et førstegangskøb for kunden i netbutikken.

E-handlen fastholder høj aktivitet i et faldende marked

Væksten i e-handlen er målt på PBS' korttransaktioner steget 15,9 % fra 3. kvartal 2008 til 3. kvartal 2009. Dermed står e-handel fortsat stærkt i detailhandelsbilledet.

”Krisen har fået kunderne til i højere grad at sammenligne priser og varer, og det er især nemt på nettet. Den trend har præget hele året, så nethandlen fortsat vokser,” siger direktør Morten Kamper, FDIH, Foreningen for Distance- og Internethandel

Læs hele analysen for 3. Kvartal 2009 på www.fdi.net

FDIH, Foreningen for Distance- og Internethandel, står bag Dansk e-handelsanalyse, der bliver til i et tæt samarbejde med Post Danmark, PBS og Kelkoo, der alle er væsentlige aktører inden for e-handel. Gilling Communication & Consulting står for gennemførelsen af selve undersøgelse og analysearbejdet.

Yderligere oplysninger om Dansk e-handelsanalyse:

Kommunikationschef Henrik Theil, FDIH – mobil 2096 5667