

Til redaktionen

4. marts 2010

Flere kvinder nethandler, viser Dansk e-handelsanalyse for 4. kvartal 2009.

Internethandlen er fortsat i vækst, viser 4. kvartals tal 2009 i Dansk e-handelsanalyse. Dankortet blev svunget flittigt på nettet i sidste kvartal af 2009, hvor der blev foretaget mere end 10 mio. netbetalinger med Dankort, viser tal fra PBS.

I forhold til samme kvartal i 2008 har kvinderne øget deres andel af nethandlende, idet 54% af de nethandlende i 4. kvartal 2009 er kvinder mod 51% i samme kvartal i 2008.

Det er i lighed med tidligere kvartaler fortsat beklædning, der udgør den største varekategori inden for de fysiske varer med en andel på 24 % af de fysiske varer, der sælges via nettet.

Inden for serviceprodukterne sker der en mindre forskydning af markedsandelene i forhold til samme kvartal i 2008. Flybilletter nu udgør den største andel på 21 % (nr. 2 med 20% i 2008), mobiloptankning på 2. pladsen med 20% (nr. 3 med 15% i 2008) og biografbilletter på 3. pladsen med 18%. (nr. 1 med 26% i 2008).

Der er især vækst i mobiloptankning fra 15 % til 20% og i salg af togbilletter over nettet. Togbilletternes andel er fra samme kvartal i 2008 steget fra 6 % til 9% i sidste kvartal af 2009.

E-handlende oplever ikke problemer

Den stigende handel på nettet sammenholdt med de relativt små udsving i markedsandele og holdningsudsagn understreger stabilitet og sikkerhed i nethandel. Blandt dem, der har e-handlet, er der ikke tilnærmelsesvis den samme usikkerhed og manglende viden, som ikke-handlende giver udtryk for.

Tre ud af fire e-handlende har ikke oplevet problemer, mens det kun er hver tredje, der aldrig har e-handlet, som tror på, at der ikke vil være problemer. Tilsvarende tror hele 13 % af dem, der ikke har e-handlet, at der vil være svindel med betalingskort. Ingen af de, der har e-handlet, har oplevet svindel.

E-handlende lægger stor vægt på kendskab til firmaet og professionalisme, når de vælger at besøge en netbutik for første gang. Fra 4. kvartal 2008 til 4. kvartal 2009 er der en stigning fra 5% til 20%, der siger, at det er vigtigt, at firmaets website ser professionelt ud.

Læs hele analysen for 4. kvartal 2009 på www.fdih.net

Dansk e-handelsanalyse 2009 produceres af FDIH i samarbejde med PBS, Post Danmark og Kelkoo. Gilling Communications står for gennemførelse af undersøgelsen, der ligger til grund for analysens resultater.

Yderligere oplysninger hos kommunikationschef Henrik Theil, FDIH, Foreningen for Distance- og Internethandel. Mobil 2096 5667.