



Dansk e-handelsanalyse

Dansk e-handelsanalyse

1. kvartal 2010

Gennemført af Epinion for FDIH

Udgivet af:

FDIH

Partnere:



Copyright © 2010 Dansk e-handelsanalyse



Indholdsfortegnelse

Den nye e-handelsanalyse	side 3
Tendenser	side 4
Hvor ofte e-handler danskerne	side 5-8
Værdien af seneste e-handel	side 9
De mest populære internetbutikker	side 10
De mest populære varer og ydelser	side 11
Fordelene ved e-handel	side 12
Loyalitet og tilfredshed	side 13
Vejen frem til første køb i en netbutik	side 14
Betaling ved e-handel	side 15-16
Når købet ikke bliver til noget	side 17
Levering	side 18-20
E-handel over grænserne	side 21
Den anvendte metode	side 22
Yderligere information	side 23

Den nye e-handelsanalyse

Dansk e-handelsanalyse er fra 1. januar 2010 ændret på en række afgørende punkter i forhold til tidligere analyser. Det er sket for at tilpasse analysen, så den bedre afdækker udvikling i forbrugsmønstre blandt de aktive danske netbrugere, og den bliver lettere at få svar på de spørgsmål, der dukker op i takt med, at e-handel udvikler sig.

Det betyder også, at resultaterne i denne og fremtidige analyser ikke direkte kan sammenlignes tal for tal med resultaterne i tidligere analyser.

Vi har ændret analysen på følgende punkter:

- Leverandørskift til Epinion
- Webundersøgelse via et webpanel, hvor vi tidligere brugte telefoninterviews
- Flere besvarelser - fra cirka 700 til 1000 svar i kvartalet
- Nye spørgsmål og ændrede formuleringer af spørgsmål

Dansk e-handelsanalyse vil fortsat stræbe efter at være den bedste kilde til at afdække udviklingen i dansk e-handel blandt private forbrugere, der er aktive på nettet.

Med en rapport hver kvartal samt en årsrapport vil vi levere et datagrundlag, der giver viden om omfanget af e-handel i Danmark, de mest populære netbutikker, hvem der e-handler og hvordan deres e-handel svaner udvikler sig.

FDIH, Foreningen for Distance- og Internethandel, står bag Dansk e-handelsanalyse, i et tæt samarbejde med Post Danmark og PBS, der er væsentlige aktører på e-handelsområdet .

Da morgendagens nye tiltag er mere interessante end gårsdagens handlinger, vil vi løbende i samarbejde med partnerne bag analysen tilpasse spørgsmål og metoder, så analysen afdækker og belyser de trends , som præger et så dynamisk og levende handelsområde som e-handel.

Annette Falberg
Adm. direktør

FDIH – Foreningen for Distance- og Internethandel

Tendenser

Hver 3. kunde i netbutikker "skal bare lige tjekke prisen" og efterlader indkøbskurven

Hver tredje fyldte indkøbskurv i netbutikkerne efterlades uden køb. Kunden havde nemlig slet ikke til hensigt at købe, men ville bare tjekke varer og priser, viser Dansk e-handelsanalyses nye undersøgelse fra 1. kvartal 2010.

E-handelskunderne svarer i analysen, at udover pristjek, så er der mange andre grunde til at opgive et køb, men ingen er så dominerende som "bare tjekke prisen".

Endelig er det værd at bemærke, at næsten hver femte siger, at de aldrig har afbrudt et køb.

Store indkøb og masser af kortbetalinger

De fleste indkøb af varer eller tjenesteydelser på nettet sker til en værdi af 251-1.000 kr., men også indkøb på over 1.000 kr. eller 2.000 kr. er almindelige. Kun få indkøb ligger under 100 kr.

Betalingen klares i mere end 8 ud af ti tilfælde med et betalingskort, og det mest dominerende kort er fortsat Dankortet. I syv ud af ti tilfælde betaler e-handlende ved hjælp af Dankort eller Visa/Dankort.

På baggrund af tallene fra PBS om kortbetalinger på nettet, hvor der i første kvartal blev omsat for 6,9 mia. kr. på Dankort eller Visa/Dankort, vurderes det, at nethandlen i Danmark samlet set runder 40 mia. kr. i 2010.

Stor tilfredshed og loyalitet over for netbutikker

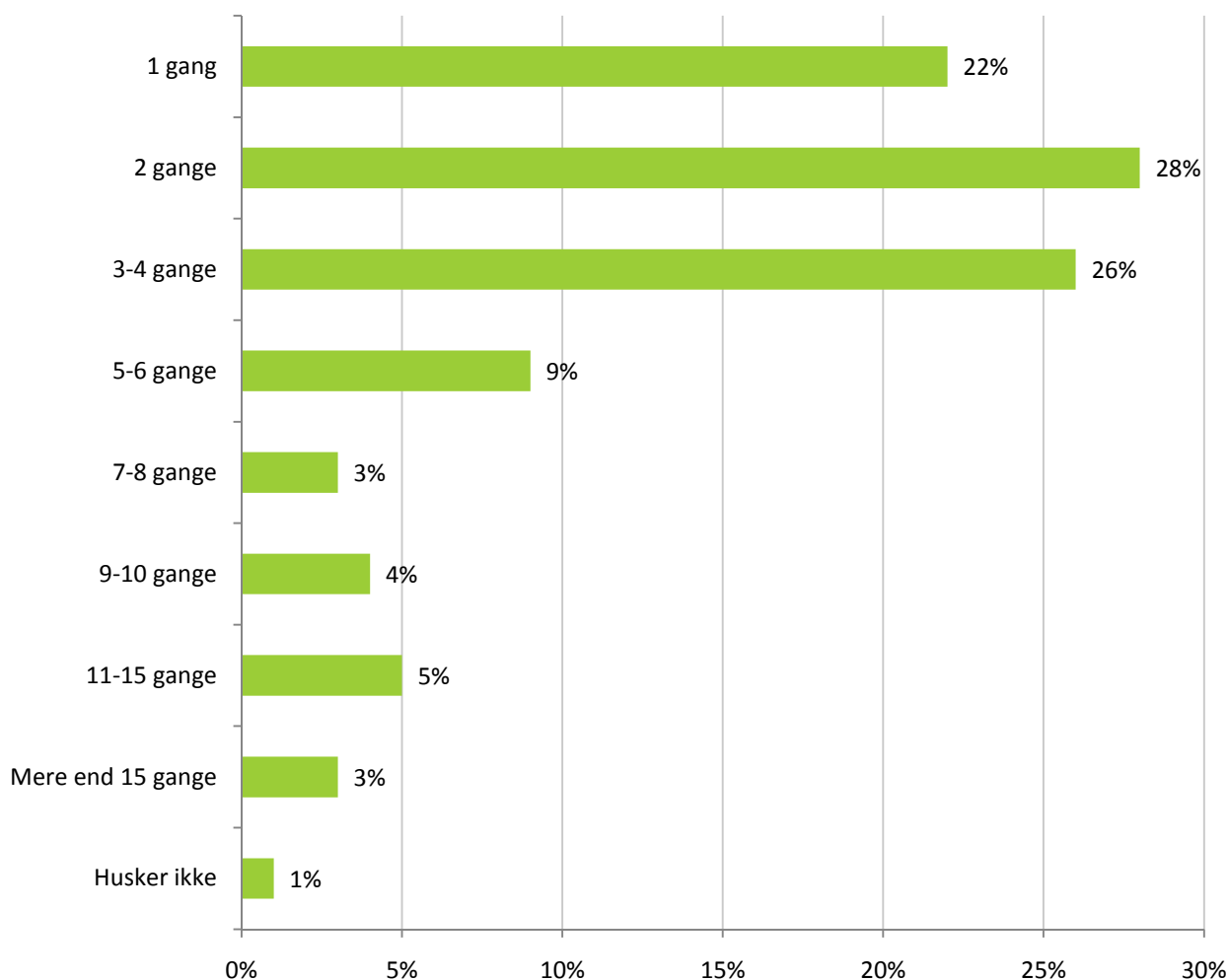
Kunderne udtrykker stor tilfredshed med nethandel, da flere end 8 ud af 10 (86%) siger, at de vil anbefale den netbutik, de senest handlede i til andre.

Loyaliteten over for netbutikkerne er også stor, da mere end to ud af tre har e-handlet i en butik, hvor de har handlet tidligere. Den resterende tredjedel har senest e-handlet i en butik, hvor de ikke tidligere har købt noget.

Hvor ofte e-handler danskerne?

Tallene viser, at halvdelen af respondenterne e-handler 1-2 gange om måneden, mens resten er delt i to lige store grupper – den ene gruppe handler 3-4 gange om måneden, mens den anden er storshopperne, der handler mellem 5 og op til mere end 15 gange om måneden.

Ved skiftet til en ny analysemetode med svar fra deltagerne i Epinions Danmarkspanel får vi svar fra danskerne, som er aktive på nettet. Det giver fine resultater i beskrivelsen af, hvordan danskerne bruger nettet, men det giver også resultater i retning af, at stort set alle e-handler.



Antal besvarelser: 1.167

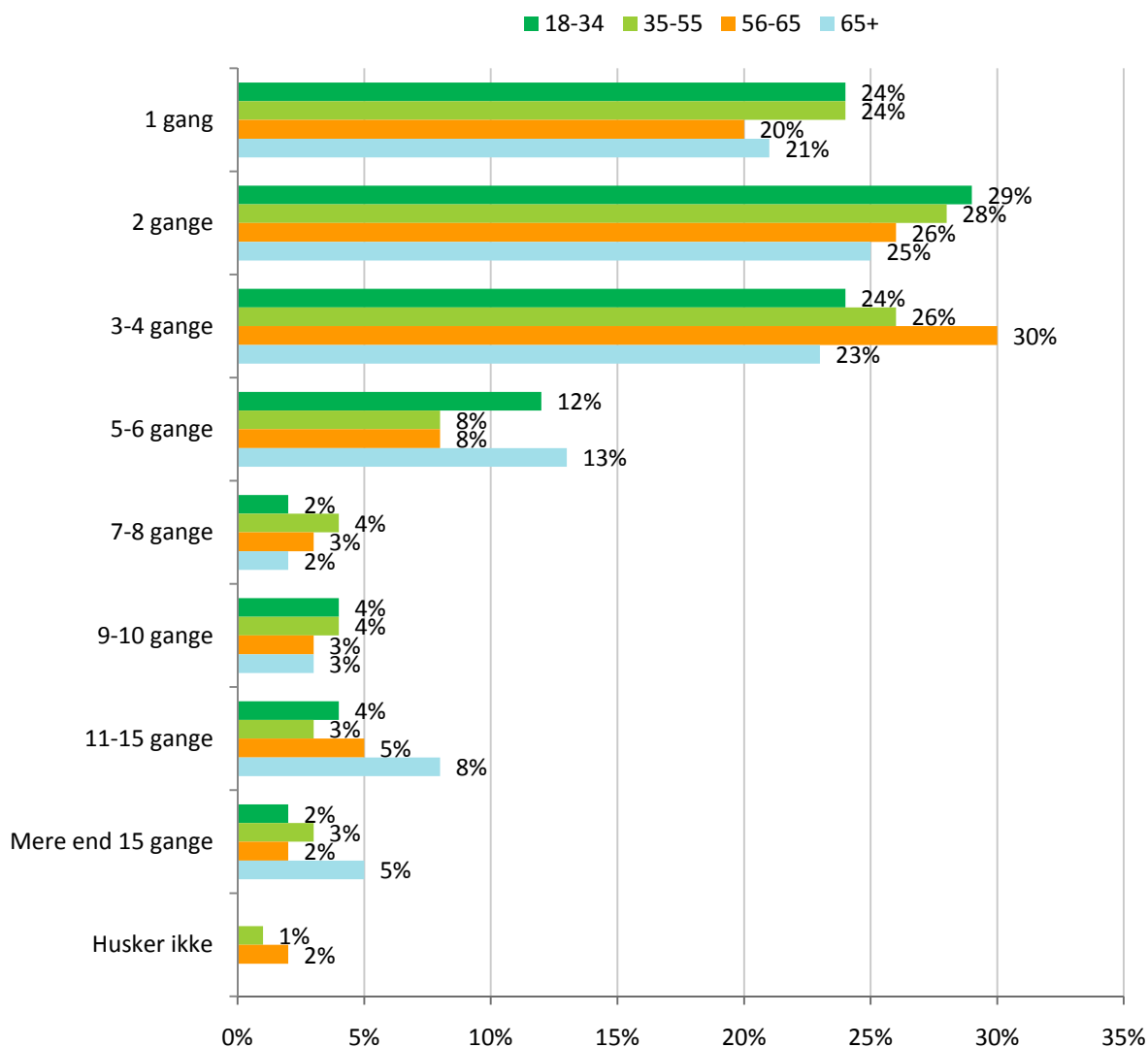
Spørgsmålsformulering:

Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? (alle typer bestilte eller købte varer, serviceydelser, abonnementer eller downloads, der koster penge)

Alle aldersgrupper e-handler

Der er stor ensartethed i hyppighed af e-handel mellem aldersgrupperne.

En handelshyppighed på op til 4 gange månedligt dækker trefjerdele af alle de adspurgte. Ved højere hyppighed opstår der større udsving, hvilket sandsynligvis skyldes, at den højere hyppighed følges af færre respondenter, og dermed stiger den statistiske usikkerhed.



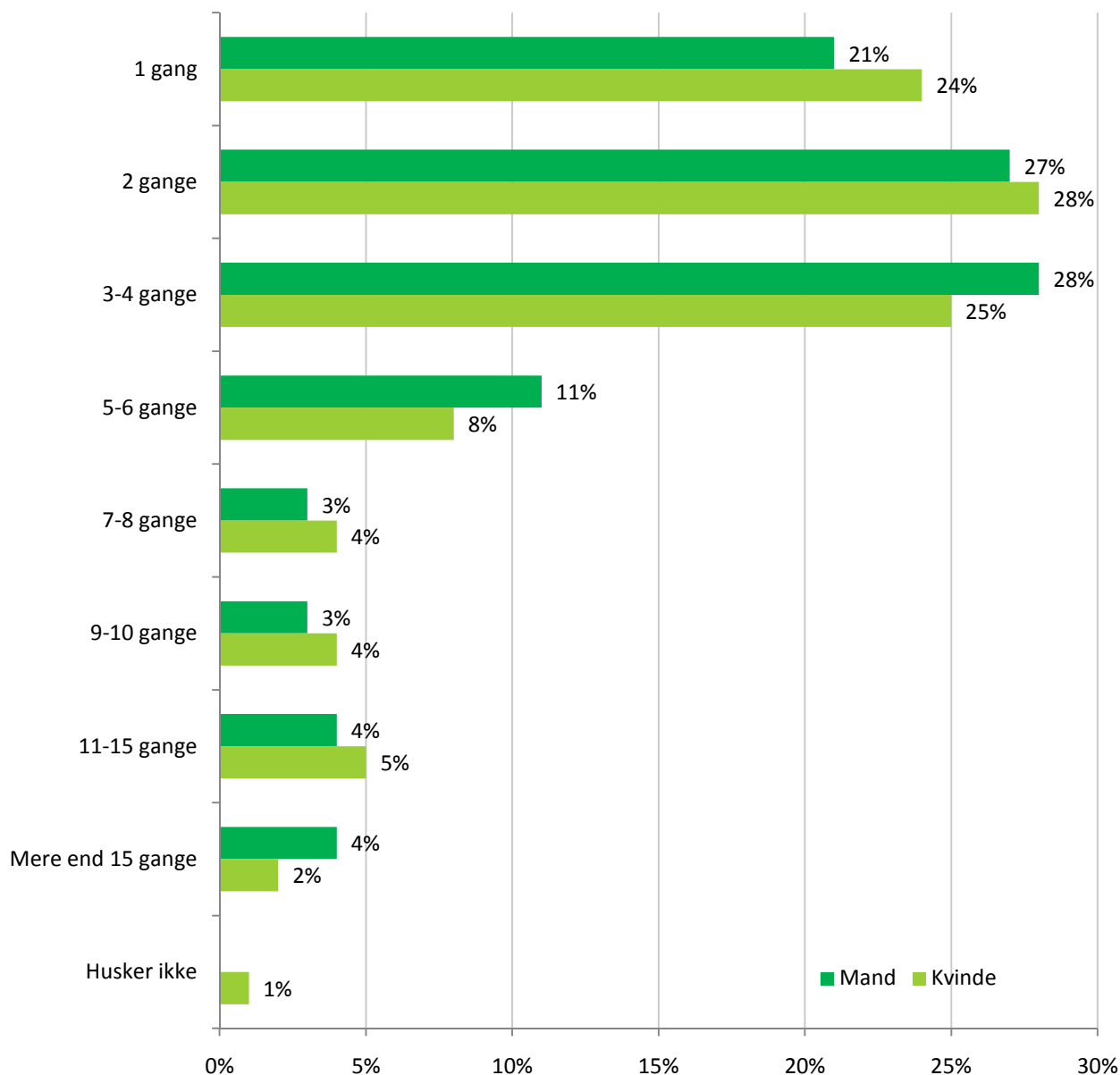
Antal besvarelser: 1.167

Spørgsmålsformulering:

Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? (alle typer bestilte eller købte varer, serviceydelser, abonnementer eller downloads, der koster penge)

Ligestilling inden for e-handel

Resultaterne viser, at e-handel er for begge køn. Mændene er svagt overrepræsenteret, men det er så lidt, at det ligger inden for den statistiske usikkerhed.



Antal besvarelser: 1.167

Spørgsmålsformulering:

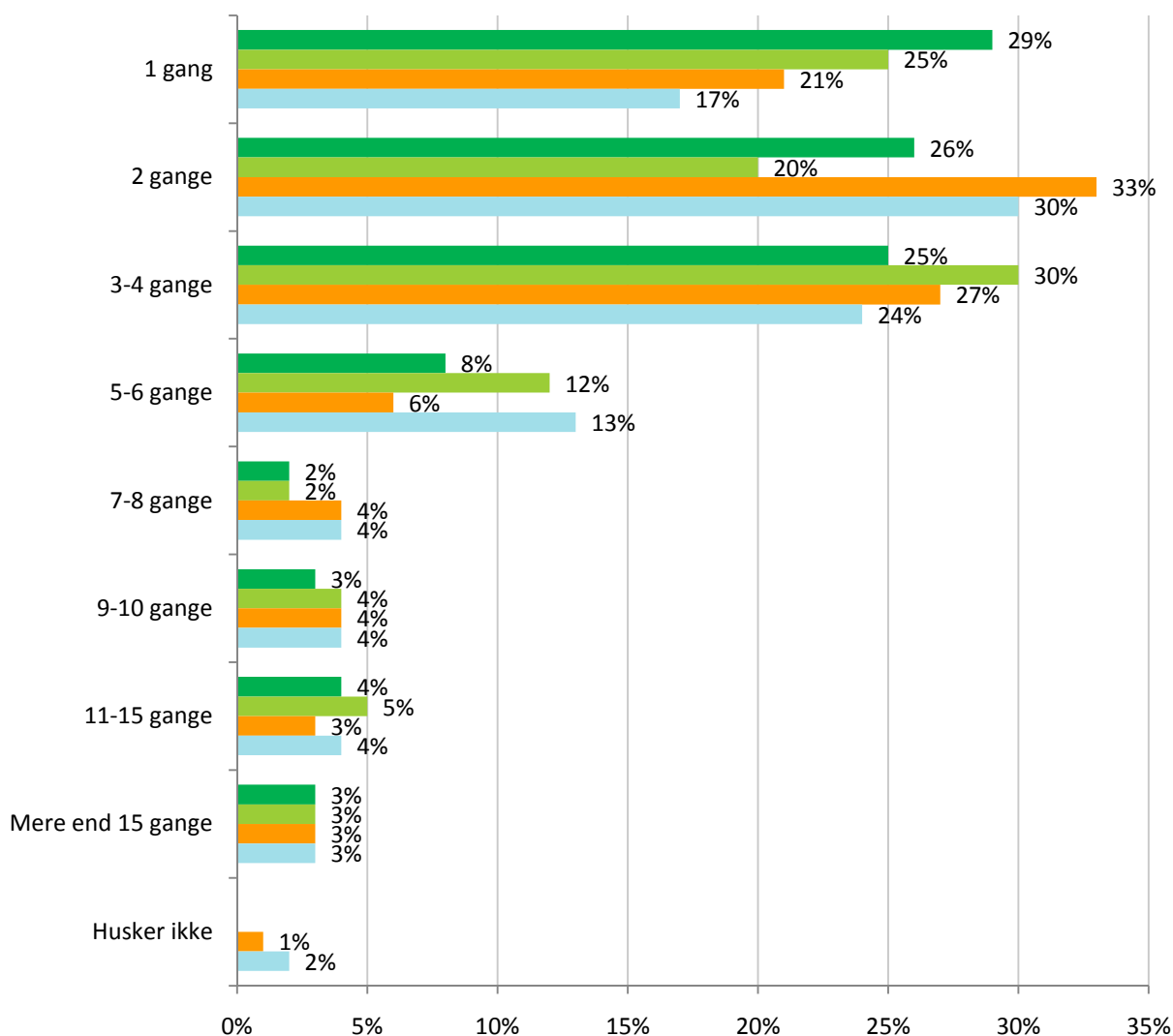
Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? (alle typer bestilte eller købte varer, serviceydelser, abonnementer eller downloads, der koster penge)

E-handel og indtægt

Når man opgør hyppighed af e-handel efter indtægt, viser det sig, at husstandens årlige bruttoindkomst (dvs. før skat) ikke påvirker antal e-handler nævneværdigt.

Der er en svagt stigende tendens til, at højere indkomst betyder flere e-handler inden for den seneste måned.

■ Indtil 299.999 kr. ■ 300.000 – 499.999 kr. ■ 500.000 – 699.999 kr. ■ 700.000 kr. eller mere



Antal besvarelser: 1.167

Spørgsmålsformulering:

Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? (alle typer bestilte eller købte varer, serviceydelser, abonnementer eller downloads, der koster penge)

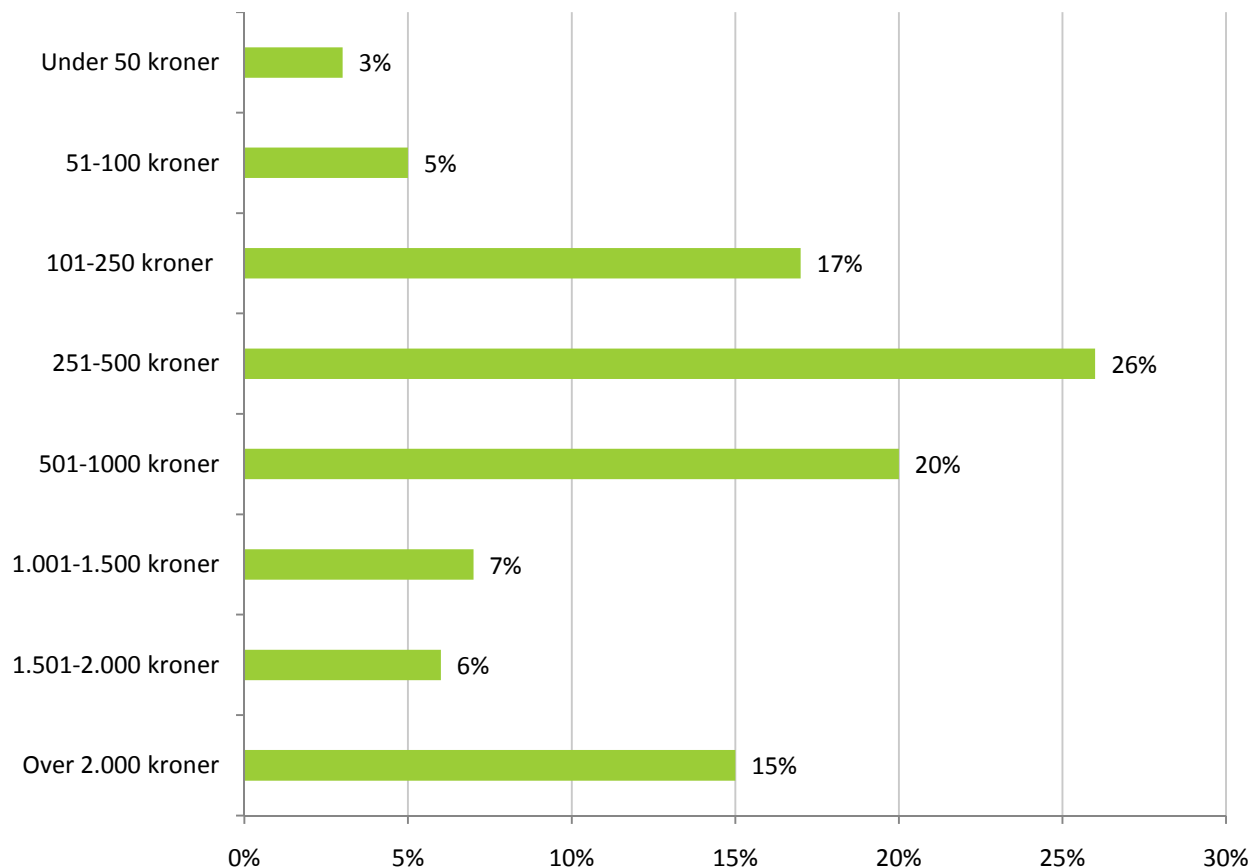
Værdien af den seneste e-handel

Det er oftest varer, tjenesteydelser, abonnementer eller downloads til 251-500 kroner, der e-handles.

Omkring halvdelen af samtlige e-handler har en værdi på 500 kroner eller derunder; den anden halvdel har en værdi over 500 kroner. Der er dog kun ganske få e-handler under 100 kr..

Interessant er det samtidig, at hvert sytende e-handel har en værdi over 2.000 kroner.

Vi har undersøgt, om husstandsindkomsten har betydning for beløbsstørrelsen af seneste køb. Tallene viser dog kun en svag statistisk sammenhæng, og det kan derfor konstateres at husstandsindkomsten ikke spiller nogen stor rolle for, hvor meget man køber for på internettet.



Antal besvarelser: 1.167

Spørgsmålsformulering:

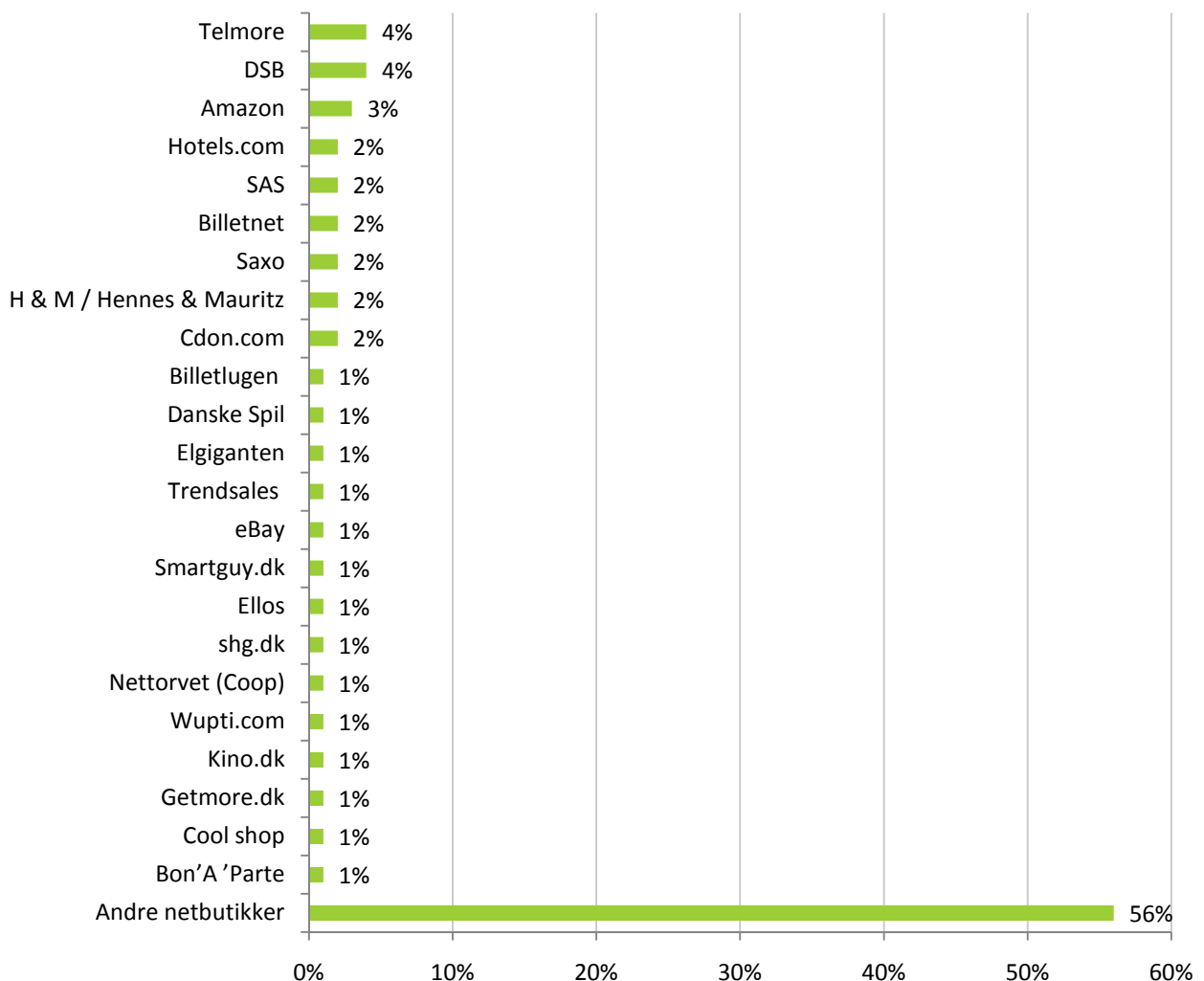
Hvor mange penge brugte du sidst, du købte eller bestilte varer, serviceydelser, abonnementer eller downloads via internettet (danske kroner eller omregnet til danske kroner)?

De mest populære internetbutikker

Figuren viser de mest populære butikker i det seneste kvartal. DSB og Telmore har haft flest handler, efterfulgt af engelske Amazon.

Som det ses, er e-handelen fordelt på en lang række butikker. Der er således ikke nogen deciderede markedsledere inden for internethandel. Dette understreges af, at over halvdelen af svarene (56%) nævner andre butikker end dem, der var nævnt i spørgeskemaet og som er medtaget i figuren.

Blandt internetbutikkerne nævnt under "andet" er de fleste små, dvs. med en markedsandel under 1%.



Antal besvarelser: 1.167

Spørgsmålsformulering:

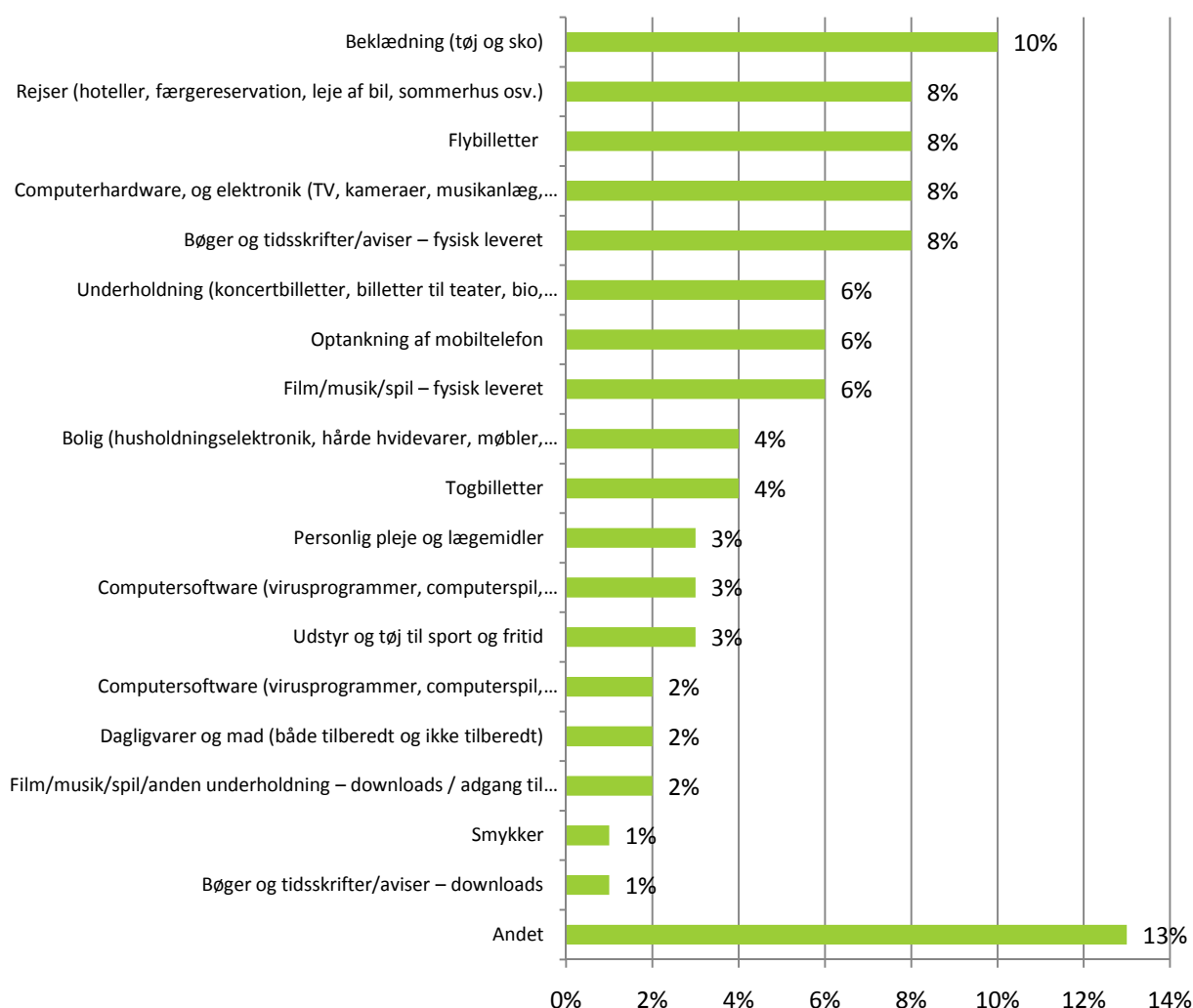
Kan du huske navnet på netbutikken, du senest handlede i?

De mest populære varer og ydelser

Figuren herunder viser, at det især er tøj og sko, der e-handles. Herefter følger rejser, flybilletter, computerhardware og elektronik samt bøger og tidsskrifter/aviser, der bliver leveret fysisk (dvs. at det kun er bestillingen, der sker på nettet).

Når man opgør e-handlen på fysiske og ikke-fysiske varer i de nævnte varegrupper udgør de fysiske varer knapt halvdelen (47%), mens de ikke-fysiske (inkl. billetter) udgør en noget mindre del (38%). De fysiske varer fylder altså mere end de ikke-fysiske i danskernes e-handel.

Besvarelsene under "andet" dækker over både fysiske og ikke-fysiske varer, men er ikke medregnet i ovenstående procentsatser. "Andet" eksempelvis over blomster, blækpatroner og sexlegetøj.



Antal besvarelser: 1.167

Spørgsmålsformulering:

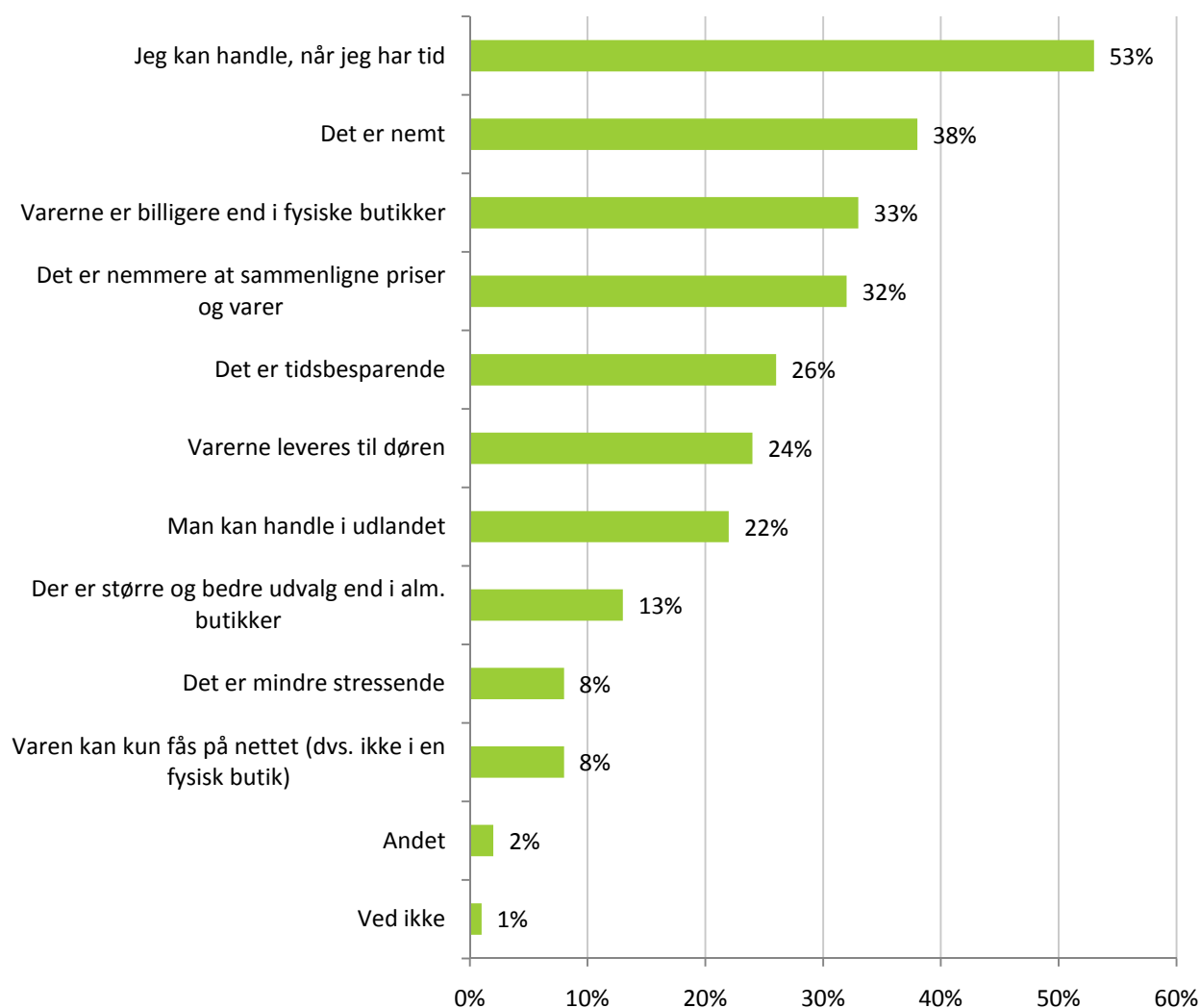
Hvad var det sidste, du købte på nettet?

Fordelene ved e-handel

Den største fordel ved e-handel er, at det er nemt og bekvemt. Man kan e-handle, når man har tid, og så sparer det tid.

Prisen er også en vigtig begrundelse for at e-handle., og mange angiver, at det er en fordel ved e-handel, at det er nemmere at sammenligne priser.

Danskerne e-handler ikke kun i hjemlige netbutikker. Næsten hver femte nævner det som en fordel, at man kan handle i udlandet.



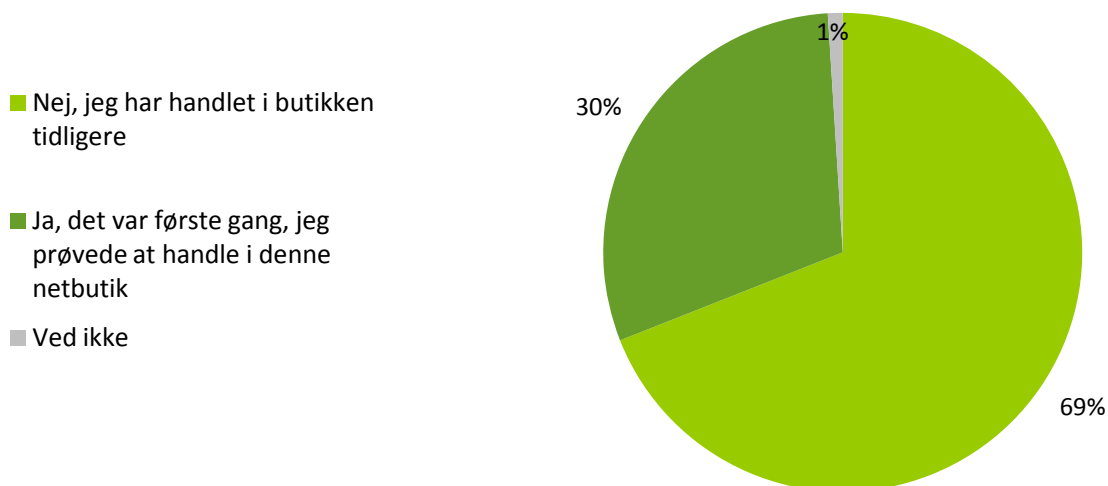
Antal besvarelser: 1.167

Spørgsmålsformulering:

Hvilke fordele oplever du ved at handle på internettet? Bemærk flere svarmuligheder.

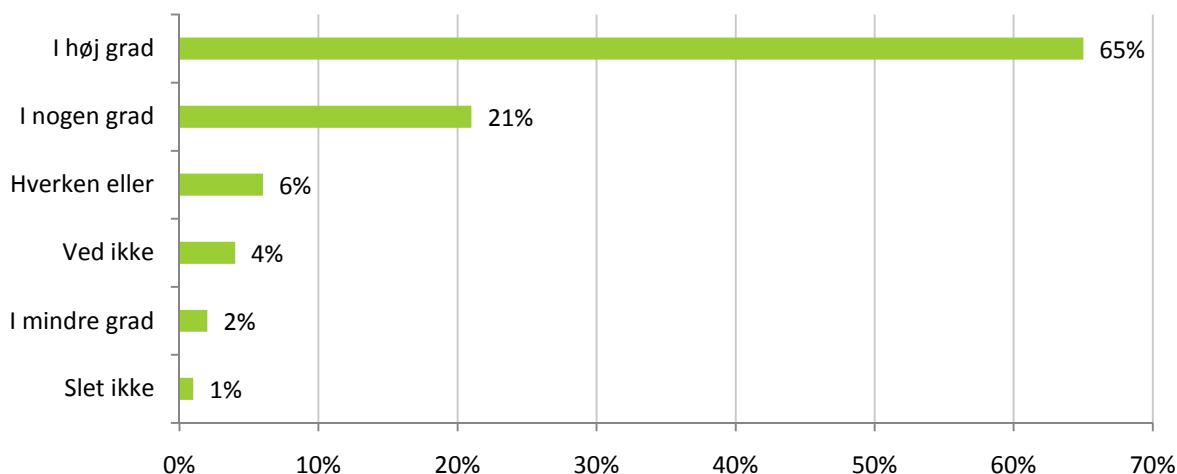
Loyalitet og tilfredshed

Mere end to ud af tre har senest e-handlet i en butik, hvor de har handlet tidligere. Den resterende tredjedel har senest e-handlet i en butik, hvor de ikke tidligere har købt noget.



To ud af tre danskere ville i høj grad anbefale den internetbutik, hvor de senest selv har handlet, til andre. Yderligere en femtedel ville i nogen grad anbefale internetbutikken.

Andre undersøgelser viser, at netop villigheden til at anbefale en butik (eller en vare) til andre er en god indikator for, om man er tilfreds. Tallene viser derfor, at danskerne i meget høj grad er tilfredse med internetbutikkerne.



Antal besvarelser: 1.167

Spørgsmålsformuleringer:

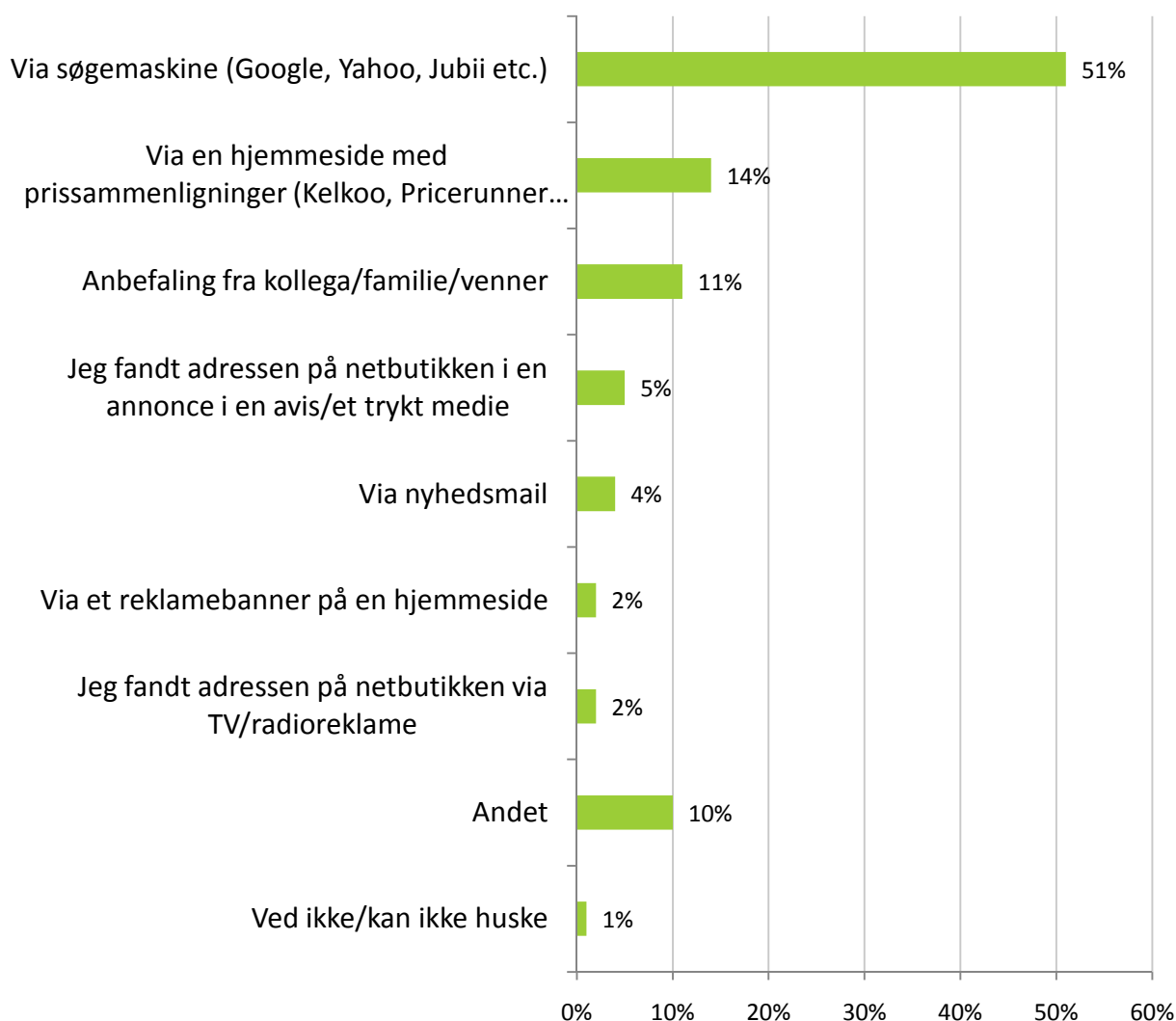
Tænk tilbage på den netbutik, du senest handlede hos. Var det første gang, du handlede her? / Forestil dig, at venner eller familie står over for at skulle købe noget, som den netbutik, du senest har handlet i, tilbyder. I hvor høj grad ville du da anbefale netbutikken?

Vejen frem til første køb i en netbutik

Dem, der i spørgeskemaet angav, at det var første gang, de havde handlet i den netbutik, hvor de foretog deres seneste køb, blev spurgt om, hvordan de fandt frem til butikken.

Søgemaskiner er langt den hyppigst anvendte måde at finde frem til butikker. Herefter følger hjemmesider med prissammenligninger og anbefalinger fra kolleger, familie og venner.

Forholdsvis få finder frem til internetbutikker på andre måder – herunder via annoncer i trykte medier og i nyhedsbreve samt TV/radioreklamer.



Antal besvarelser: 355

Spørgsmålsformulering:

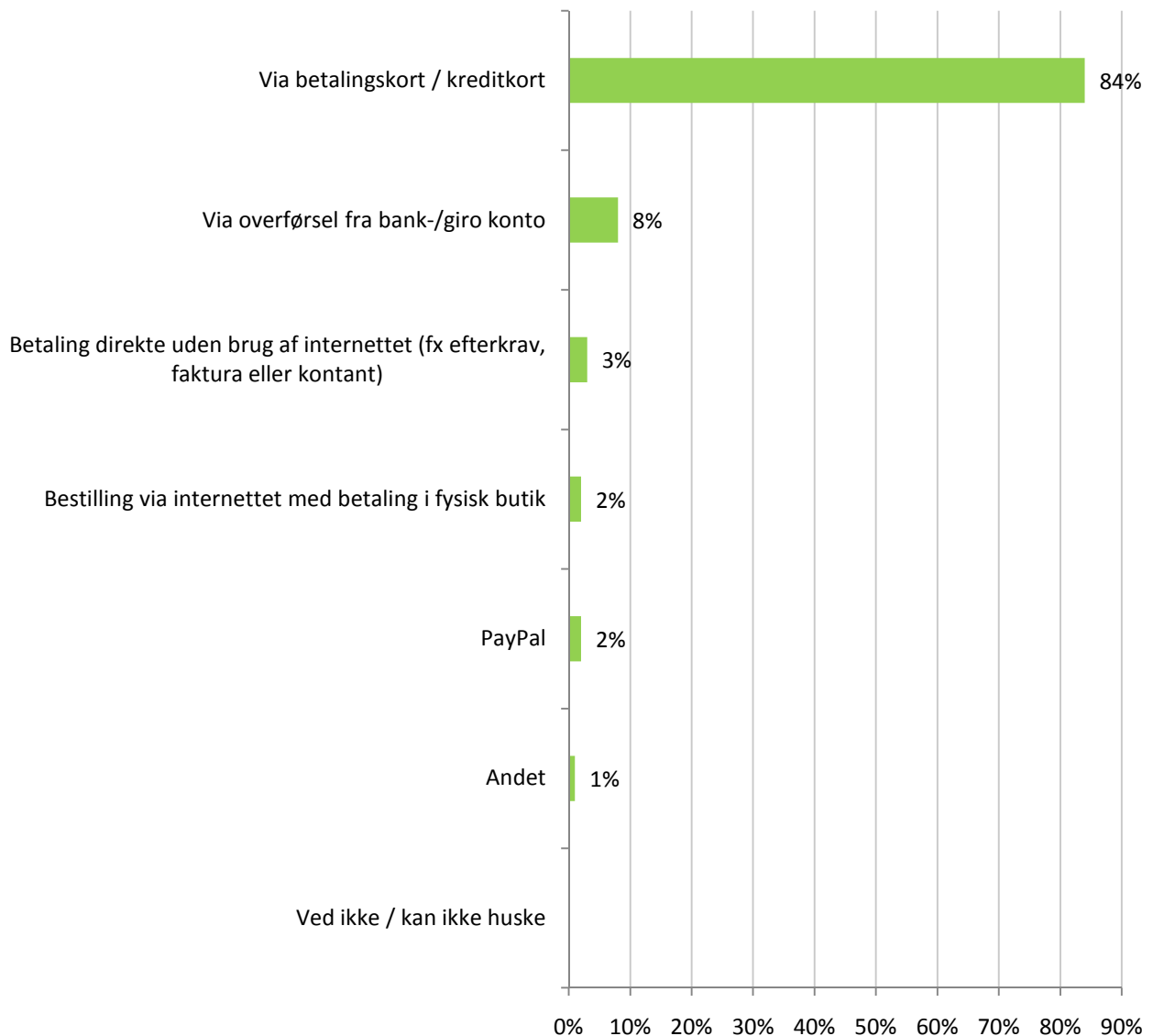
Hvordan fandt du frem til denne netbutik, som du handlede i? Vælg den kategori, der passer bedst.

Betaling ved e-handel

Langt størstedelen af danskerne anvender betalingskort/kreditkort, når de e-handler. Mere end 8 ud af 10 bruger betalingskort ved nethandel.

Herefter følger direkte betaling via netbank – konto-til-konto-overførsel.

Meget få anvender øvrige betalingsformer (efterkrav, betaling i fysisk butik, PayPal)



Antal besvarelser: 1.167

Spørgsmålsformulering:

Hvordan gennemførte du betalingen, sidst du handlede på internettet?

Dankortet er det foretrukne betalingsmiddel

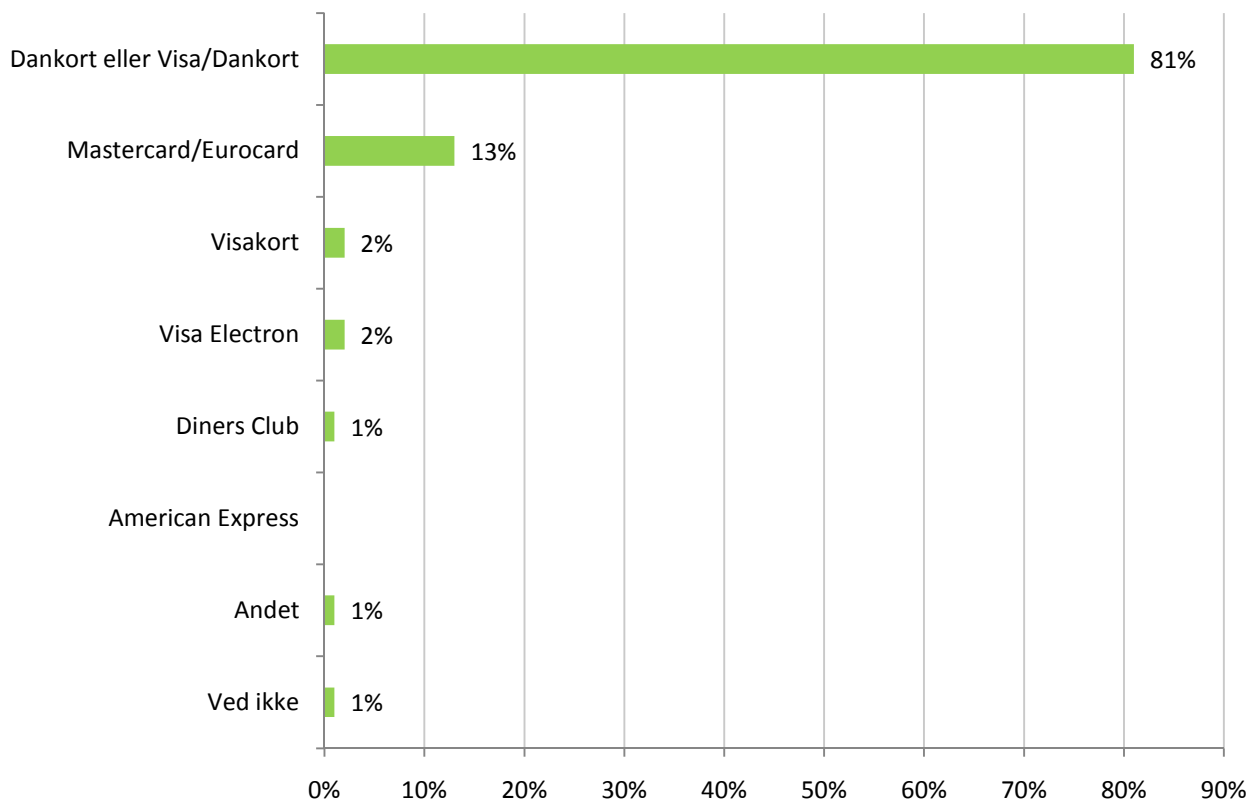
Blandt dem, der har betalt med betalings- eller kreditkort ved seneste e-handel, er det Dankort eller Visa/Dankortet, der hyppigst er anvendt. Ses disse to kortformer under ét står de for 8 ud af 10 e-handler, hvor der anvendes kort.

Da 84% af samtlige e-handler betales med betalings- eller kreditkort, tegner Dankortet sig for 68% af danskernes samlede e-handler, eller cirka 7 ud af 10 e-handler betales med Dankort.

Tal fra PBS viser, at den samlede omsætning for e-handel med Dankortet var 6,9 milliarder i første kvartal 2010. Når man sammenholder det med, at Dankortet står for 68% af nethandelen fås, at den samlede e-handel i første kvartal 2010 var 10,1 milliarder, svarende til en årsomsætning via e-handel på mere end 40 milliarder.

Ser vi på betalings- og kreditkortene, er det eneste andet kort, der for alvor anvendes, Mastercard/Eurocard.

Visa Electron anvendes i 2% af handlerne og Diners Club anvendes i 1% af handlerne.



Antal besvarelser: 980

Spørgsmålsformulering:

Hvilket betalings- eller kreditkort anvendte du?

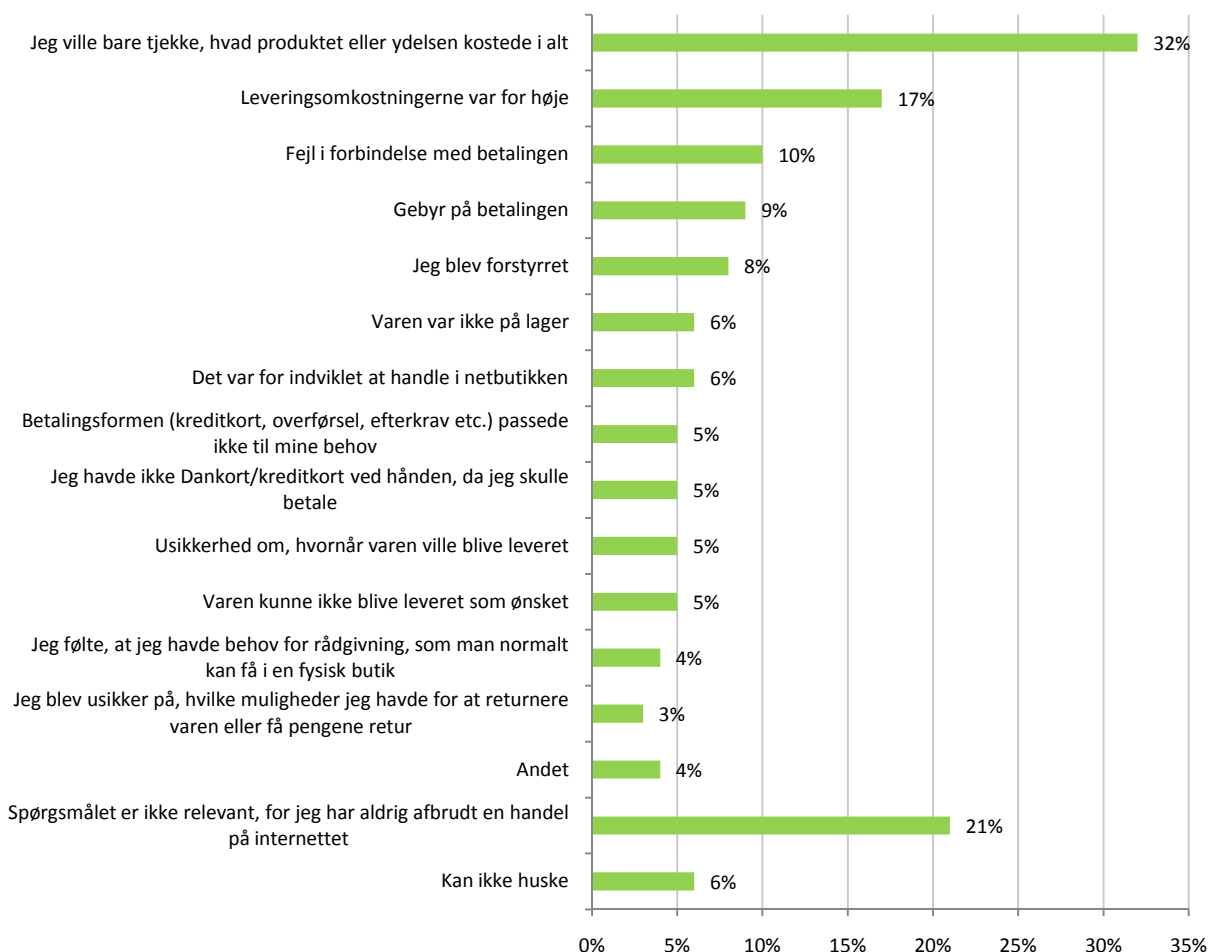
Når købet ikke bliver til noget

En tredjedel af alle e-handler bliver aldrig afsluttet, og den fyldte indkøbskurv "efterlades".

Det viser sig, at den vigtigste grund til afbrudte e-handler er, at kunden "blot" ønskede at kende den samlede pris - uden nødvendigvis at have til hensigt at købe varen eller serviceydelsen i dén butik eller på dét tidspunkt.

Den næstvigtigste grund til afbrudte e-handler er, at kunden opfatter at leveringsomkostningerne er for høje. Kunden har formentlig haft til hensigt at afslutte handlen, men er blevet afskrækket af leveringsomkostningerne. Det tyder på, at en del netbutikker med fordel kan arbejde på, at den samlede pris inklusiv leveringsomkostninger bliver synlig tidligere i købsprocessen.

Færre har afbrudt en e-handel på grund af betalingsformen (fejl eller gebyr). Resten af svarene er jævnt fordelt, idet der dog var mulighed for at angive flere svar på spørgsmålet.



Antal besvarelser: 1.167

Spørgsmålsformulering:

Hvorfor afbrød du købet eller bestillingen? Vælg gerne flere begrundelser.

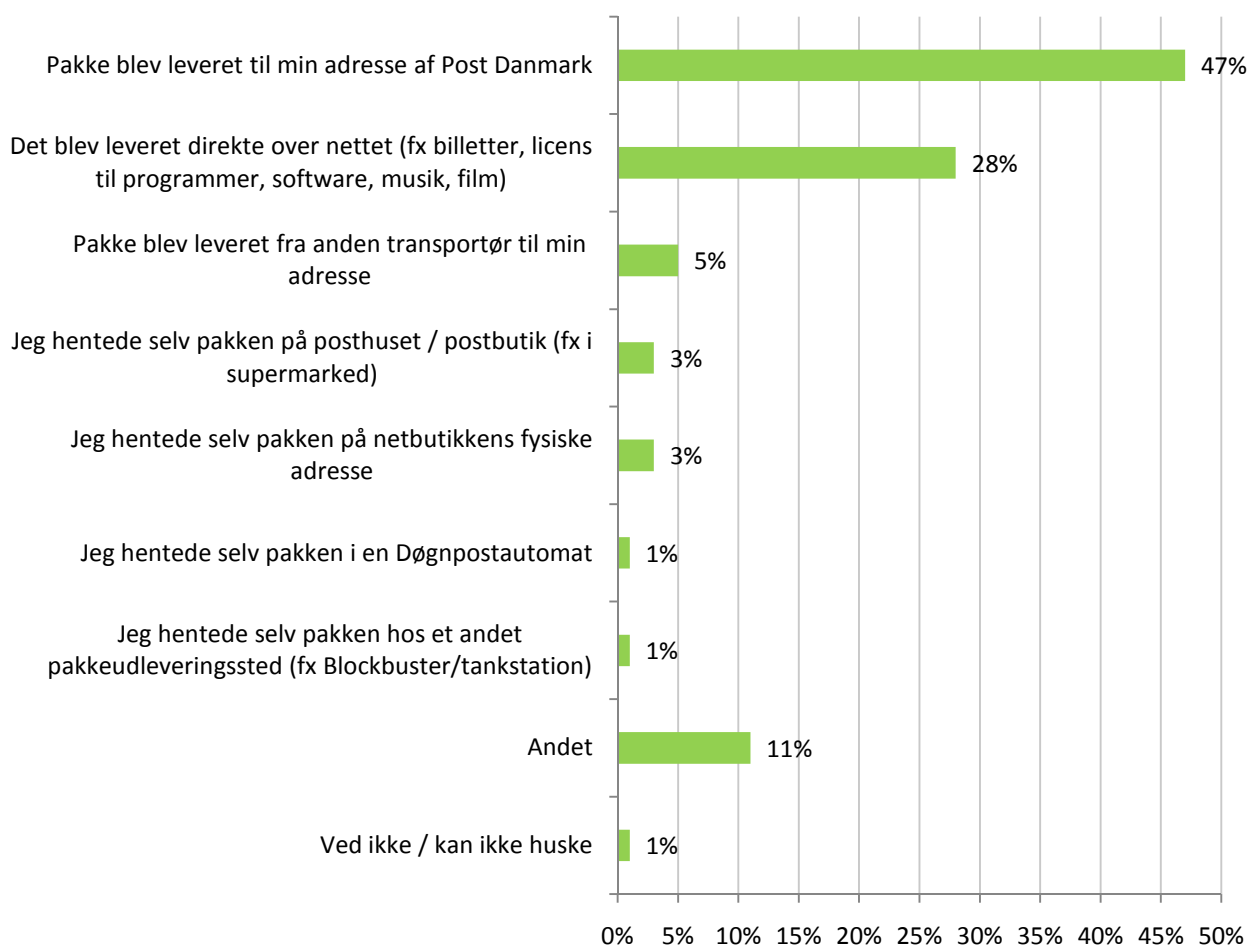
Levering

Levering via Post Danmark er langt den mest udbredte leveringsform: Halvdelen af danskerne benytter denne leveringsform, når de e-handler.

Yderligere en fjerdedel fik varen eller tjenesteydelsen leveret direkte over nettet. Dette er fx muligt ved billetter, licens til programmer, software, musik og film

De øvrige leveringsmuligheder – inkl. anden transportør end Post Danmark – anvendes af forholdsvis få.

Blandt dem, der har angivet "andet" er der mange, der endnu ikke har modtaget pakken. Herudover kan der være tale om en gave, der blev leveret til modtageren eller en variation over levering via nettet – fx en strejkode som udprintet fungerede som flybillet.



Antal besvarelser: 1.167

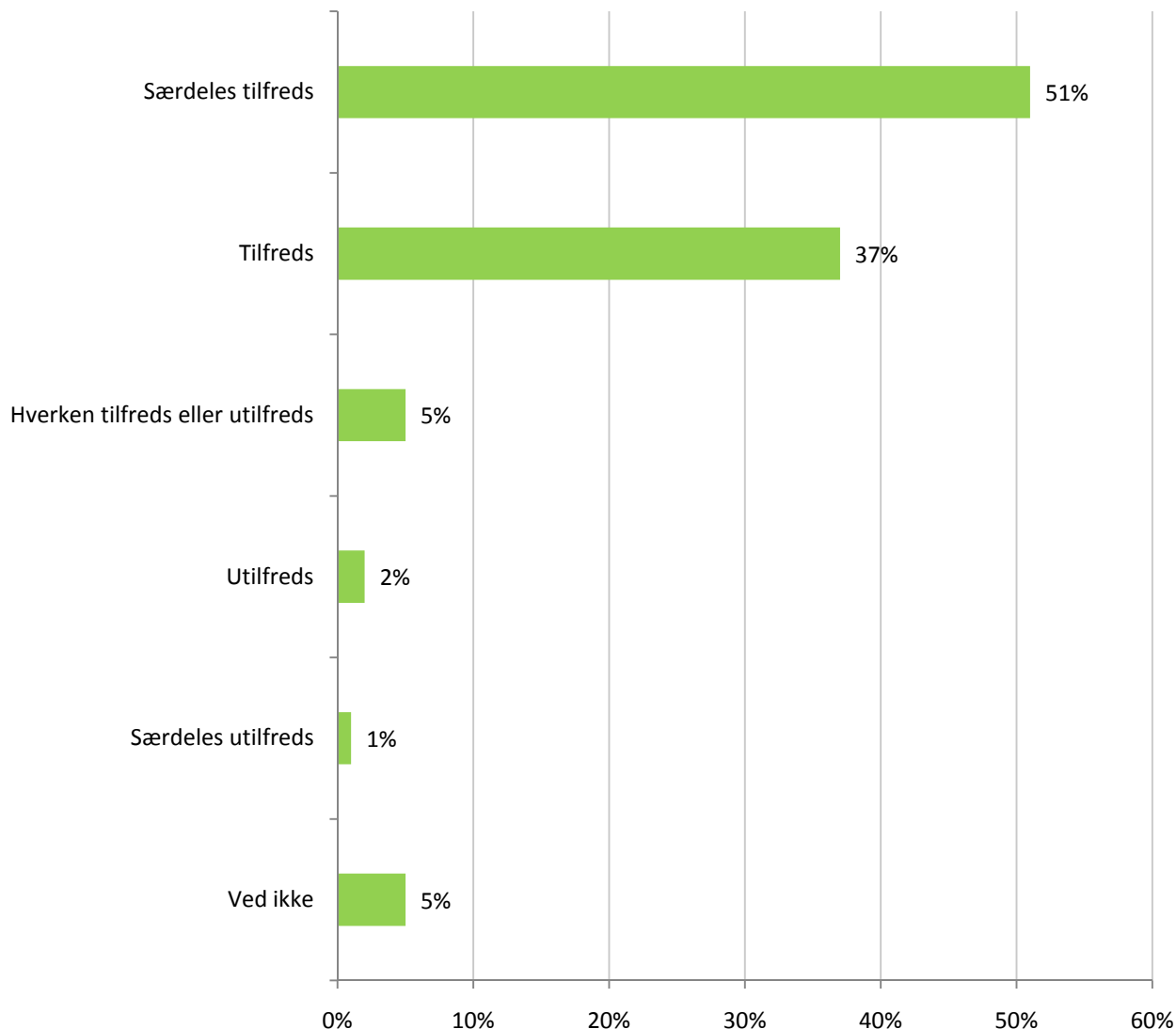
Spørgsmålsformulering:

Hvordan modtog du det, du senest købte eller bestilte på internettet?

Tilfredshed med leveringen

Danskerne er tilfredse med leveringen af det, de e-handler: 9 ud af 10 danskere er enten særdeles tilfredse eller tilfredse med leveringen af det, de senest har købt på internettet.

Stort set ingen er utilfredse: Det er i alt 3%, der angiver, at de er utilfredse eller særdeles utilfredse med leveringen af det, de senest har e-handlet.



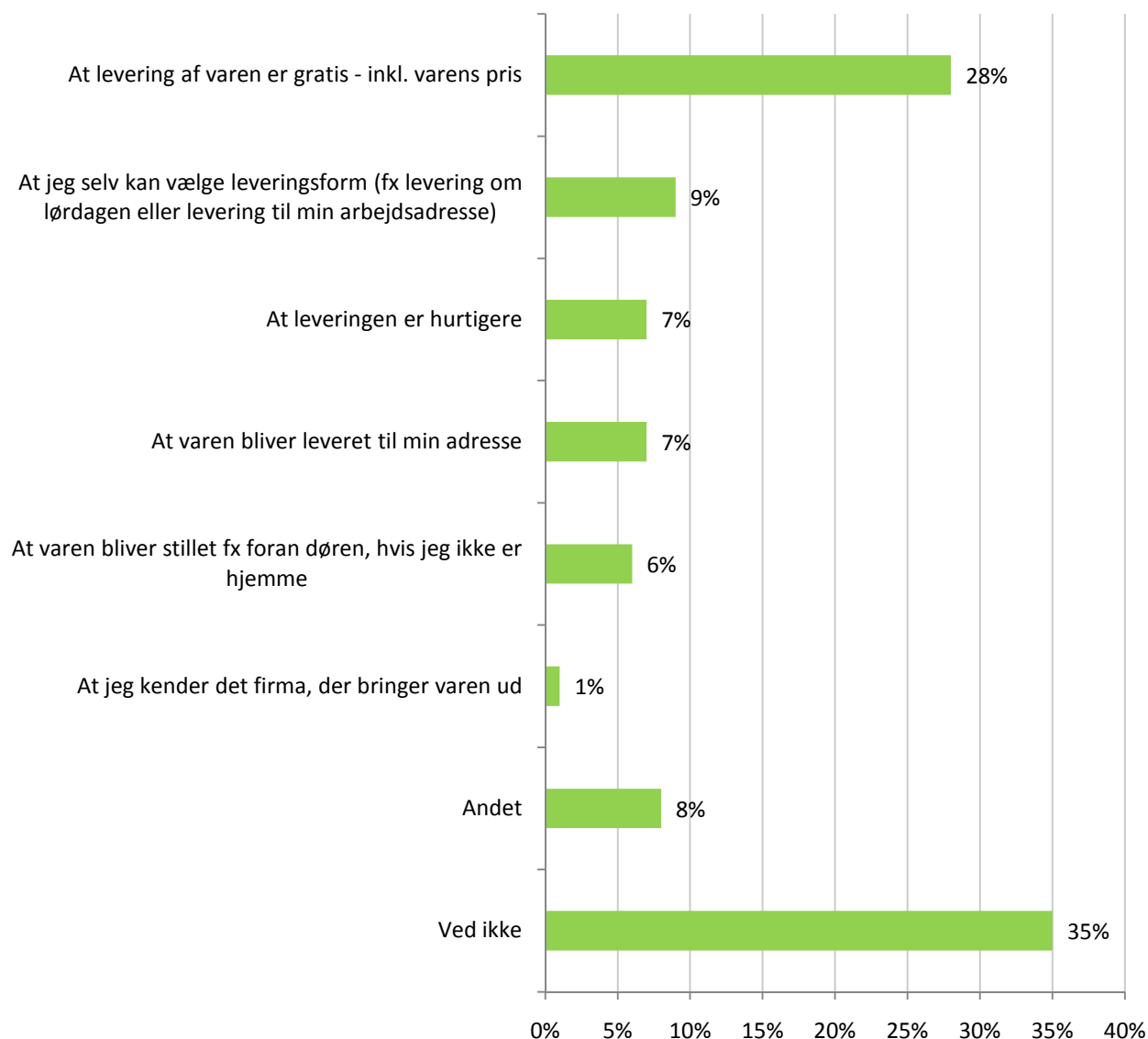
Antal besvarelser: 1.167

Spørgsmålsformulering:
Hvor tilfreds eller utilfreds var du med leveringen?

Gode råd om bedre tilfredshed

Danskerne er som beskrevet tilfredse med leveringen af det, de har e-handlet. Vi har dog spurgt dem om, hvad der vil kunne øge deres tilfredshed yderligere.

Det er i høj grad er gratis levering – det vil sige, at leveringen er med i varens pris – der vil kunne øge tilfredsheden. Herefter kommer øget fleksibilitet i leveringen og hurtigere levering. Men disse forhold ligger dog procentvis langt efter den gratis levering.



Antal besvarelser: 1.167

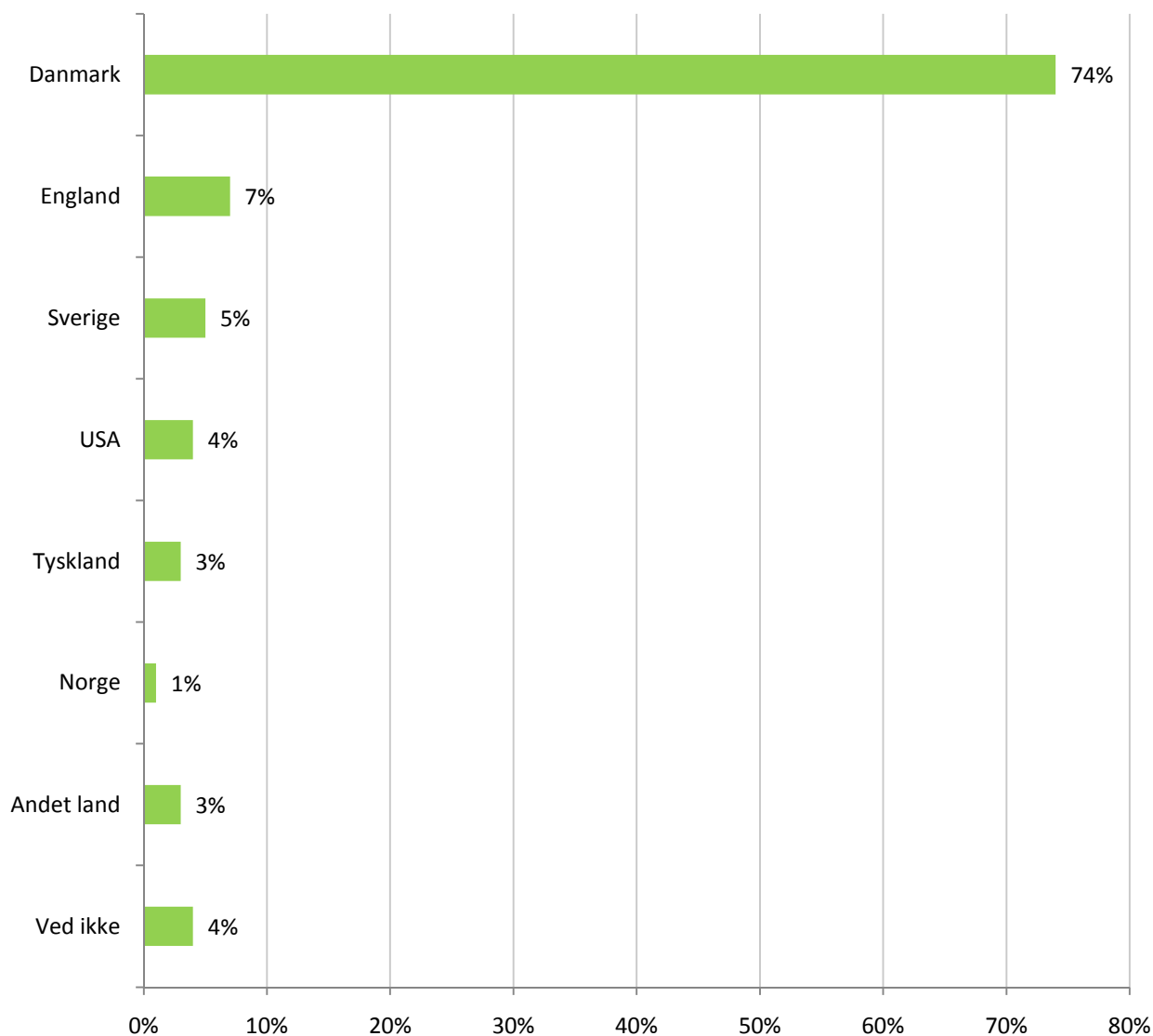
Spørgsmålsformulering:

Hvad kan gøre dig mere tilfreds med leveringen næste gang, du handler på internettet?

E-handel over grænserne

Langt den største del af danskernes e-handel sker i butikker hjemhørende i Danmark. Over 7 ud af 10 handler foretages i danske netbutikker, mens ni ud af ti køb på internettet sker i butikker fra EU. Samlet betyder det, at omkring en fjerdedel danskernes e-handel går til udlandet

En lille del kommer fra USA. Køb fra amerikanske hjemmesider spiller altså en meget lille rolle for dansk e-handel



Antal besvarelser: 1.167

Spørgsmålsformulering:

I hvilket land hører internetbutikken, som du senest har handlet i hjemme?

Den anvendte metode

Undersøgelsen er foretaget i marts 2010 ved hjælp af Epinions Danmarkspanel. Panelet indeholder mere end 55.000 aktive medlemmer og har en høj grad af repræsentativitet.

Undersøgelsens resultater er blevet vejet i forhold til køn og alder. Resultaterne kan derfor siges at være repræsentative for alle voksne (18-64 år) danskere.

Der er i alt gennemført 1167 interview. Det betyder, at den statistiske usikkerhedsmargen (konfidensinterval) ved de fleste spørgsmål er 2-4%, hvilket svarer til gængse valgundersøgelser.

Undersøgelsen vil fremover blive gennemført med en månedlig dataindsamling og kvartalsvis afrapportering.

Yderligere information

Dansk e-handelsanalyse

www.e-handelsanalyse.dk

FDIH, Foreningen for Distance- og Internethandel

Børsen

1217 København K

Tlf. 7225 5601

Mail: kontakt@fdih.net

Hjemmeside: www.fdi.net

Kontaktperson

Kommunikationschef Henrik Theil

Direkte 7225 5667

Mobil 2096 5667

Mail: het@fdih.net

Læs mere om parterne bag analysen

Post Danmark på www.postdanmark.dk

PBS på www.pbs.dk