



Dansk e-handelsanalyse

# Dansk e-handelsanalyse

2. kvartal 2010

Gennemført af Epinion for FDIH

Udgivet af:

**FDIH**

Partnere:



Copyright © 2010 Dansk e-handelsanalyse

# Indholdsfortegnelse

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

---

# Den nye e-handelsanalyse

Dansk e-handelsanalyse stræber 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 hvert 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-handelsvaner udvikler sig.

Derfor har vi fra 1. januar 2010 ændret Dansk e-handelsanalyse 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 det 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 analyser fra 2007-2009.

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

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

De tendenser, som e-handelsanalysen viste i første kvartal, gør sig også gældende i andet kvartal.

## Alle befolkningsgrupper handler på Internettet

Undersøgelsen viser, at alle dele af befolkningen handler på nettet. Uanset om de opdeles efter alder, køn eller indtægt, så er der en overraskende jævn fordeling blandt grupperne, når det gælder e-handel.

Tre fjerdele af de adspurgte handler 1-4 gange om måneden, og de yngre handler oftere end de ældre. Til gengæld er der en tendens til, at de ældre (65 år+) storshopper, når de kommer i gang med e-handel. Hver tiende af de ældre oplyser, at de e-handler 11-15 gange om måneden.

Side 6-8

## 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 over 2.000 kr. er almindelige, mens 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 kunderne ved hjælp af Dankort.

På baggrund af tallene fra PBS om kortbetalinger på nettet og på baggrund af det indsamlede datamateriale vurderes det, at den samlede nethandel i Danmark vil overstige 40 mia. kr. i 2010. Tal fra PBS viser, at der blev omsat for 6,9 mia. kr. i første kvartal og 7,1 mia. kr. i andet kvartal via Dankort. Udover Dankort anvender forbrugerne og internationale betalingskort og andre betalingsformer så som bankoverførsler, Pay-Pal, faktura m.m.

Side 9, 16, 17

## Stor tilfredshed med levering

Kunderne er meget tilfredse med leveringen af fysiske varer. Det er næsten 9 ud af 10 (85%), der er tilfredse eller særdeles tilfredse. Kun meget få udtrykker utilfredshed (3%).

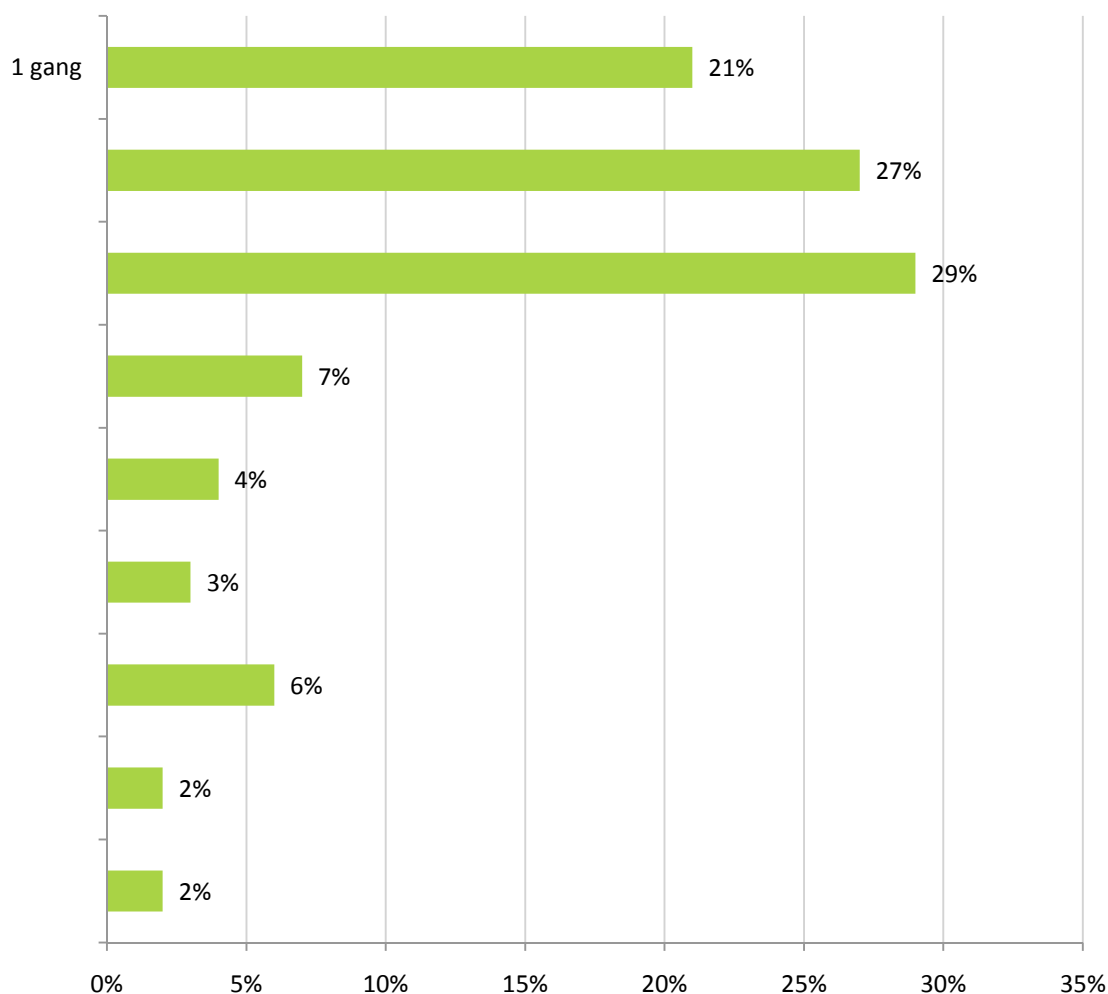
Hvis tilfredsheden skal højere op, så er gratis levering øverst på kundernes ønskeseddel, og ellers er det øget fleksibilitet og hurtighed i leveringen.

Side 19-21

## 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.

Tallene viser samme tendens som i 1. kvartal 2010.



Antal besvarelser: 1.068

Spørgsmålsformulering:

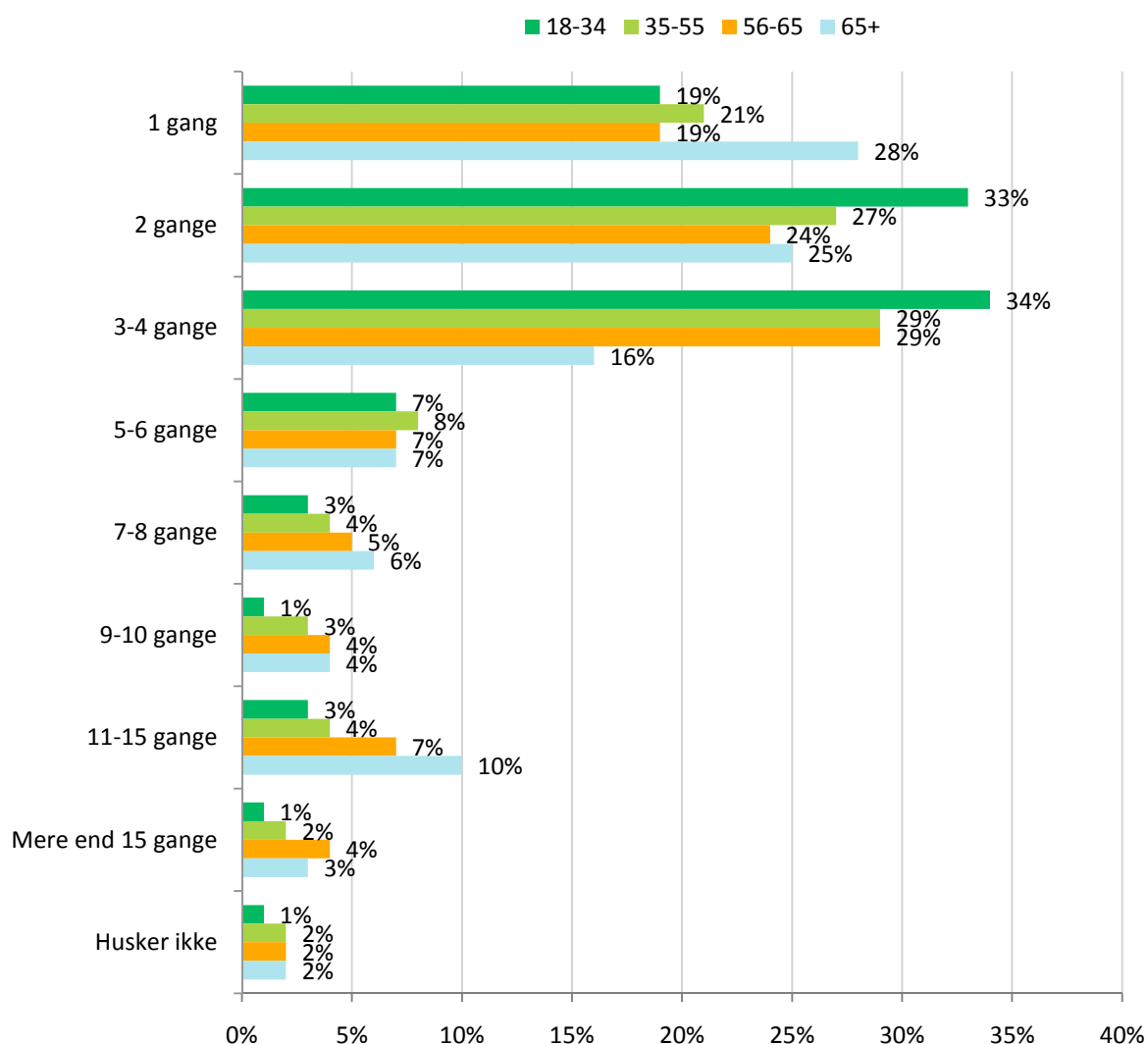
*Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? (alle typer bestilte eller købte varer, serviceydelser, abonnementer eller downloads, der koster penge)*

## 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. Der er dog en tendens til at den ældste aldersgruppe (65+) handler mindre hyppigt end de øvrige aldersgrupper. Ved højere hyppighed opstår der større udsving, hvilket sandsynligvis skyldes, at den højere hyppighed følges af færre respondenter, og dermed stiger den statistiske usikkerhed. Det er dog værd at bemærke, at den ældste aldersgruppe (65+) er førende i gruppen 11-15 gange.

Tallene viser samme tendens som i 1. kvartal 2010.



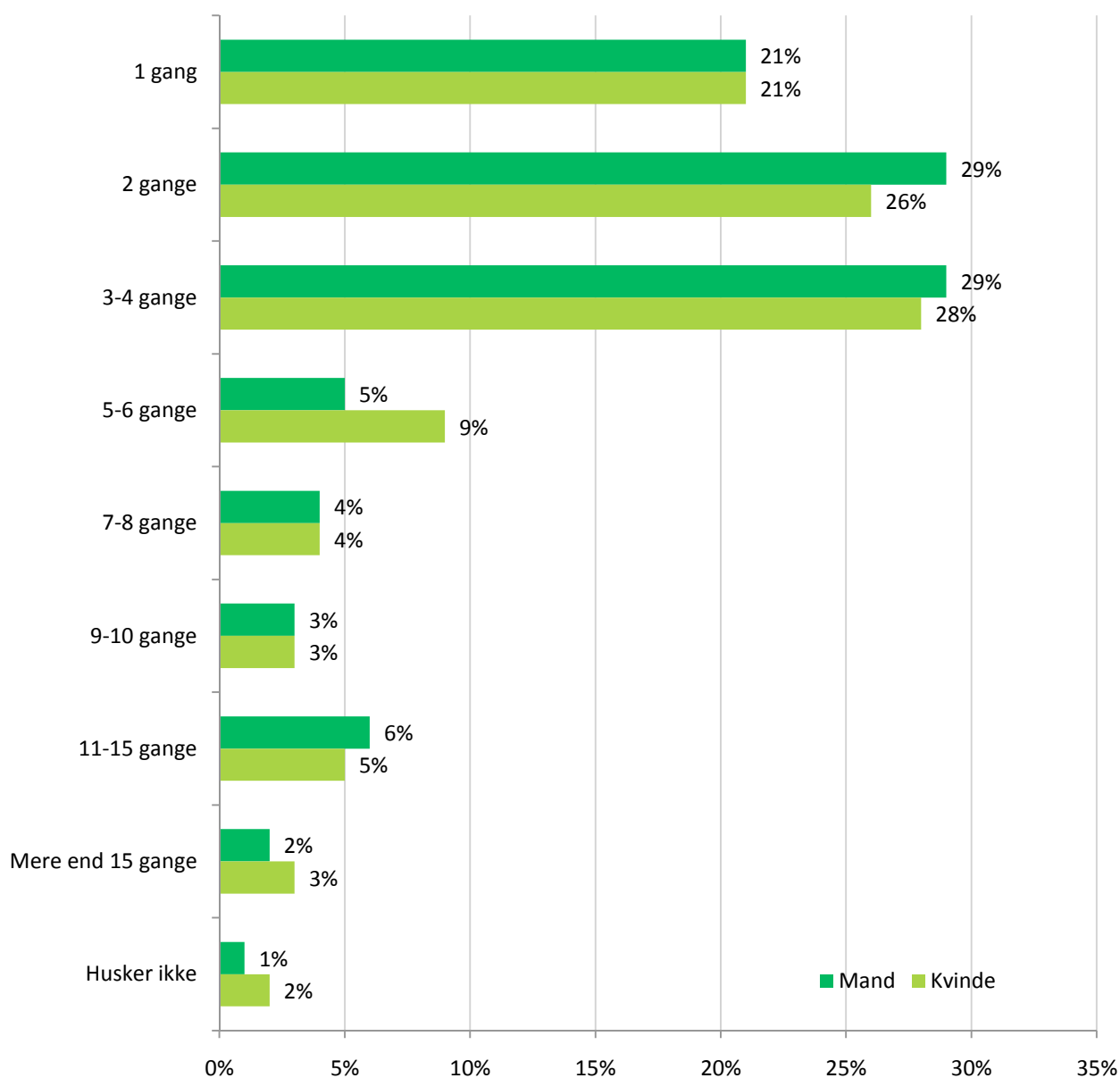
Antal besvarelser: 1.068

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. Der er ikke nogen systematisk forskel i, hvor ofte mænd og kvinder handler på nettet.



Antal besvarelser: 1.068

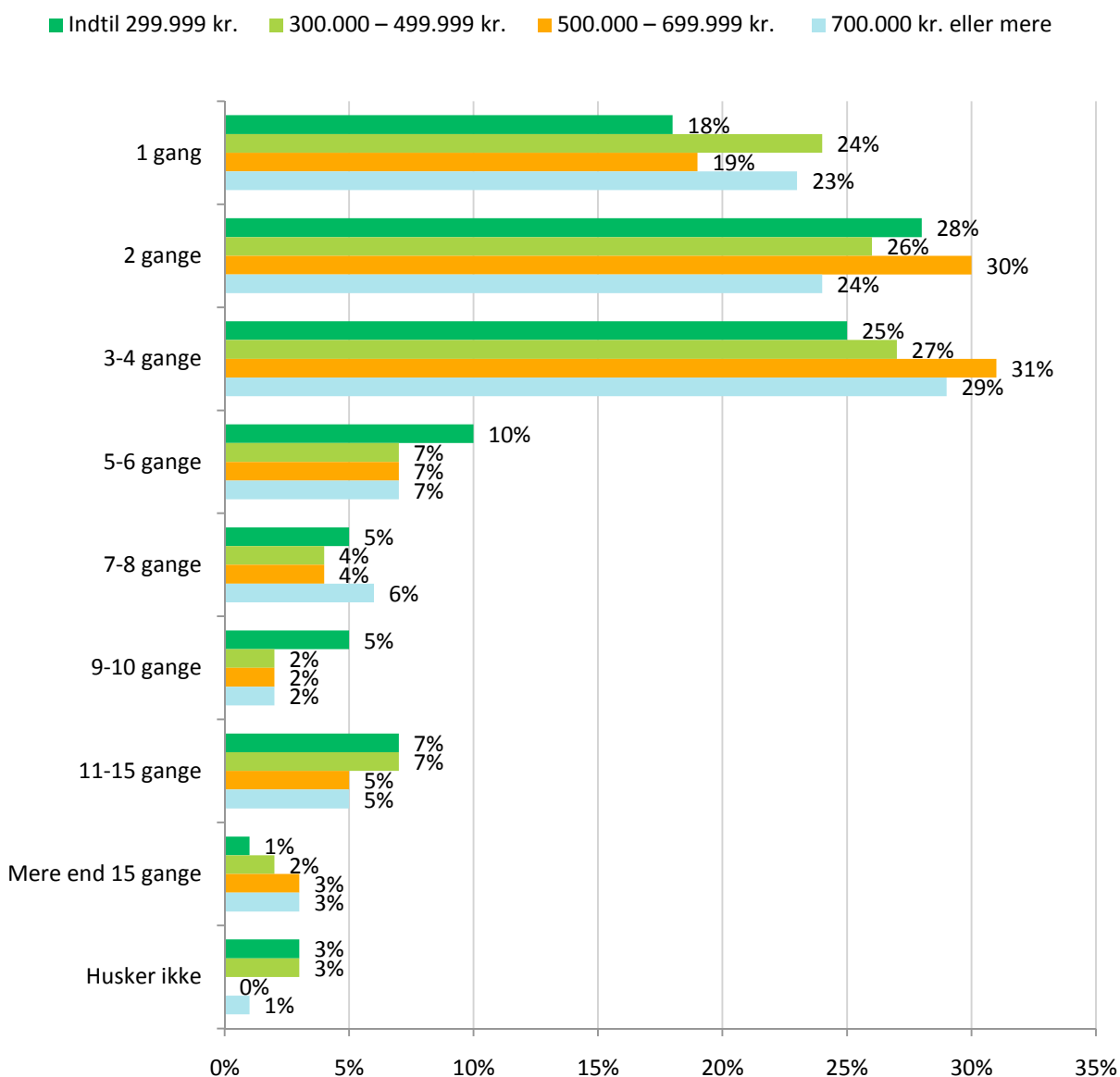
Spørgsmålsformulering:

*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 har nogen nævneværdig sammenhæng med antal e-handler.

Der er en svag tendens til, at danskerne i den laveste indkomstgruppe har foretaget flere e-handler inden for den seneste måned, hvilket sandsynligvis skal forklares med den store andel af unge under uddannelse i denne gruppe. De unge er mere tilbøjelige til at handle på Internettet.



Antal besvarelser: 1.068

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

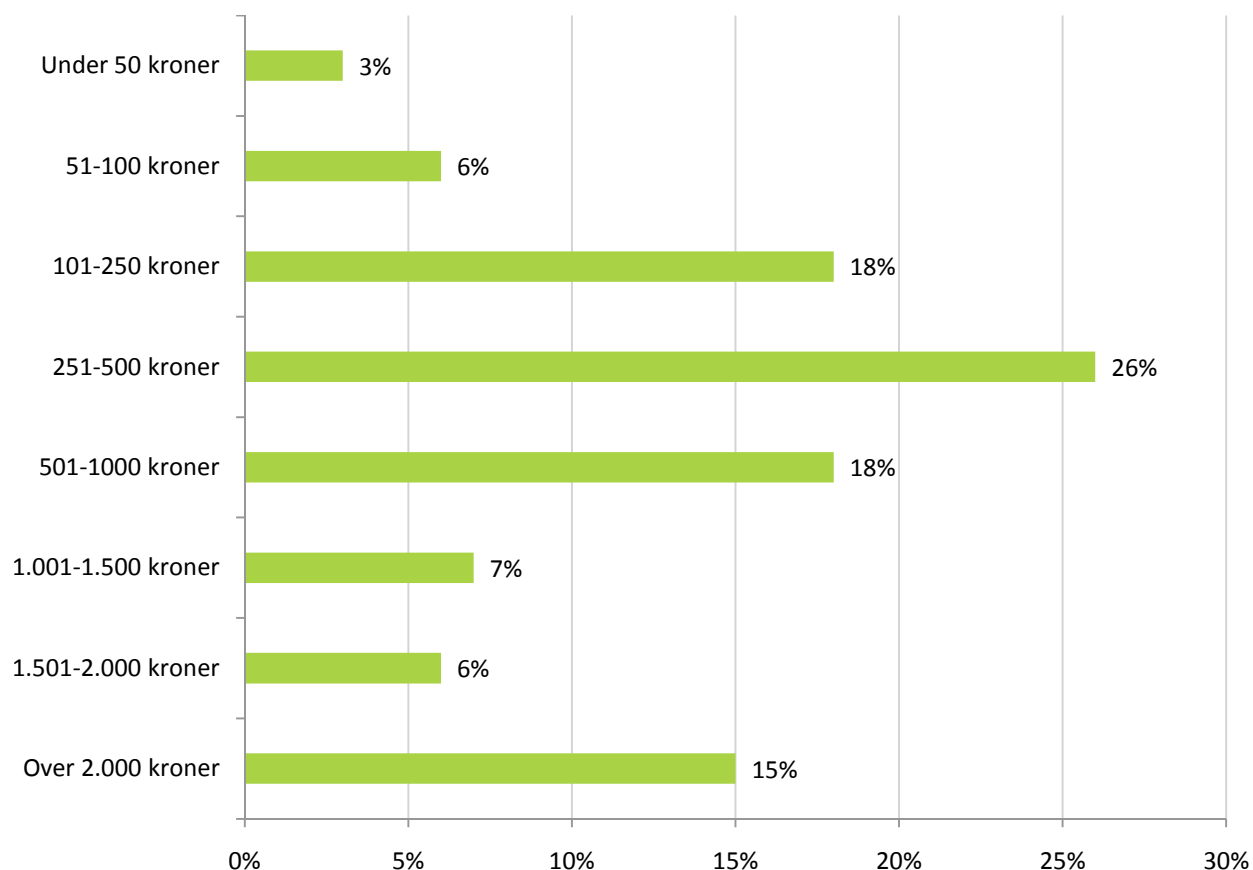
Omkring halvdelen af samtlige e-handler har en værdi på 500 kroner eller derunder; den anden halvdel har en værdi over 500 kroner. Der er dog kun ganske få e-handler under 100 kr..

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

26 % af internethandler har en værdi mellem 251 og 500 kr., det er varegrupperne bøger, film og beklædning, der oftest handles i denne priskategori.

Man kunne have en forventning til at forhold som køn, alder og indkomst kunne have en betydning for handelsmønstre på Internettet. Der er da også mindre forskelle at spore, blandt andet en tendens til at unge handler for mindre beløb end midaldrene, men det generelle billede er, at handelsmønstrene er ens uanset køn, alder og indkomst.

Det er samme tendens som i 1. kvartal 2010.



Antal besvarelser: 1.068

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)?*

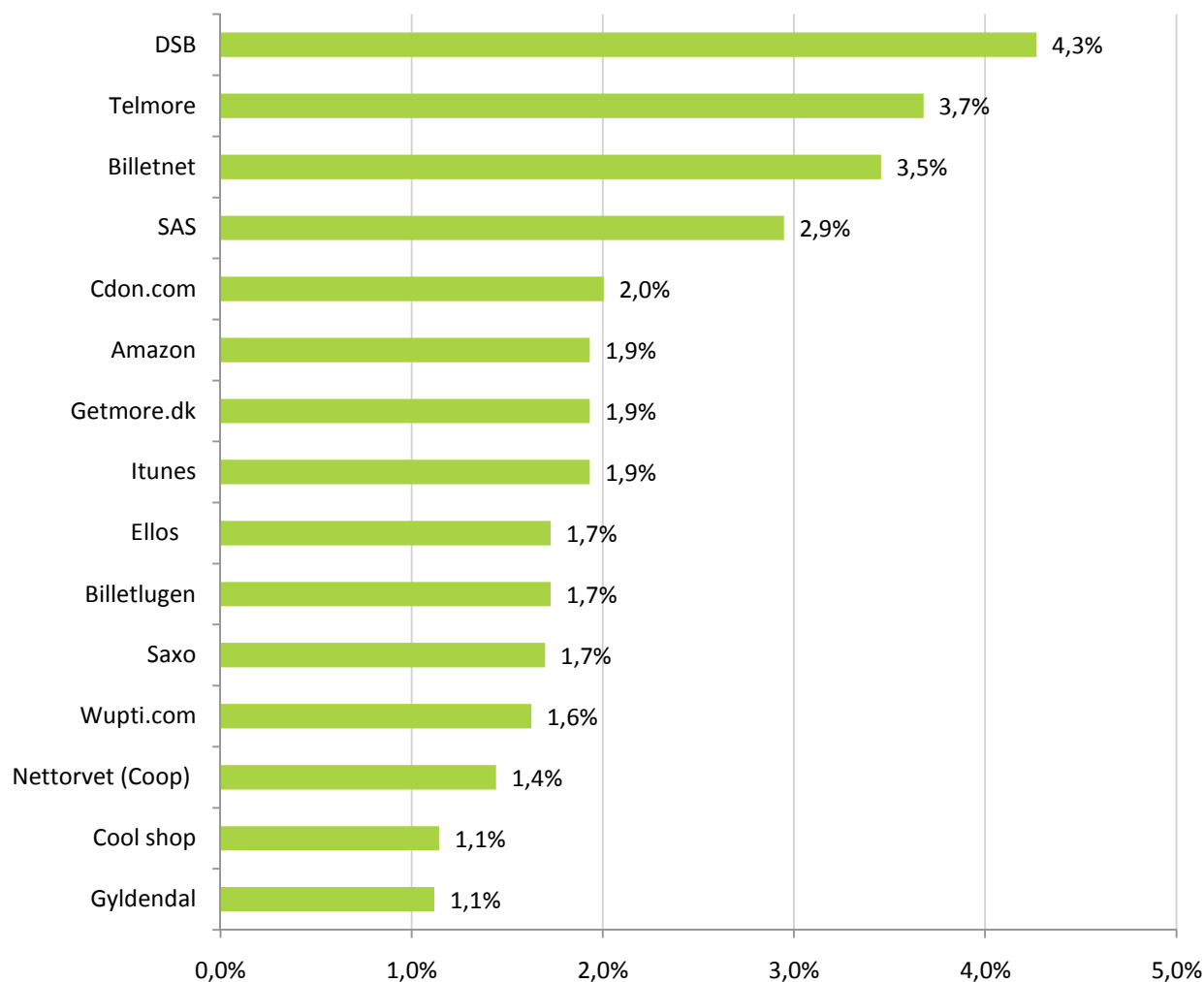
## De mest populære internetbutikker

Figuren viser de mest populære butikker i 2. kvartal målt på antal handler via internettet.

Den største andel af respondenterne har e-handlet i DSB, der efterfølges af Telmore, Billetnet og SAS.

E-handlen er i høj grad spredt på forskellige butikker. Dette understreges også af, at de 15 største sites kun udgør 33 % af det samlede antal besvarelser. Der er således ikke nogen deciderede markedsledere inden for internethandel.

I tabellen ses de 15 største sites. Det er en ændring i forhold til rapporten for 1. kvartal 2010, hvor vi valgte alene at vise resultater for de svarmuligheder, som respondenter havde.



Antal besvarelser: 1.068

Spørgsmålsformulering:

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

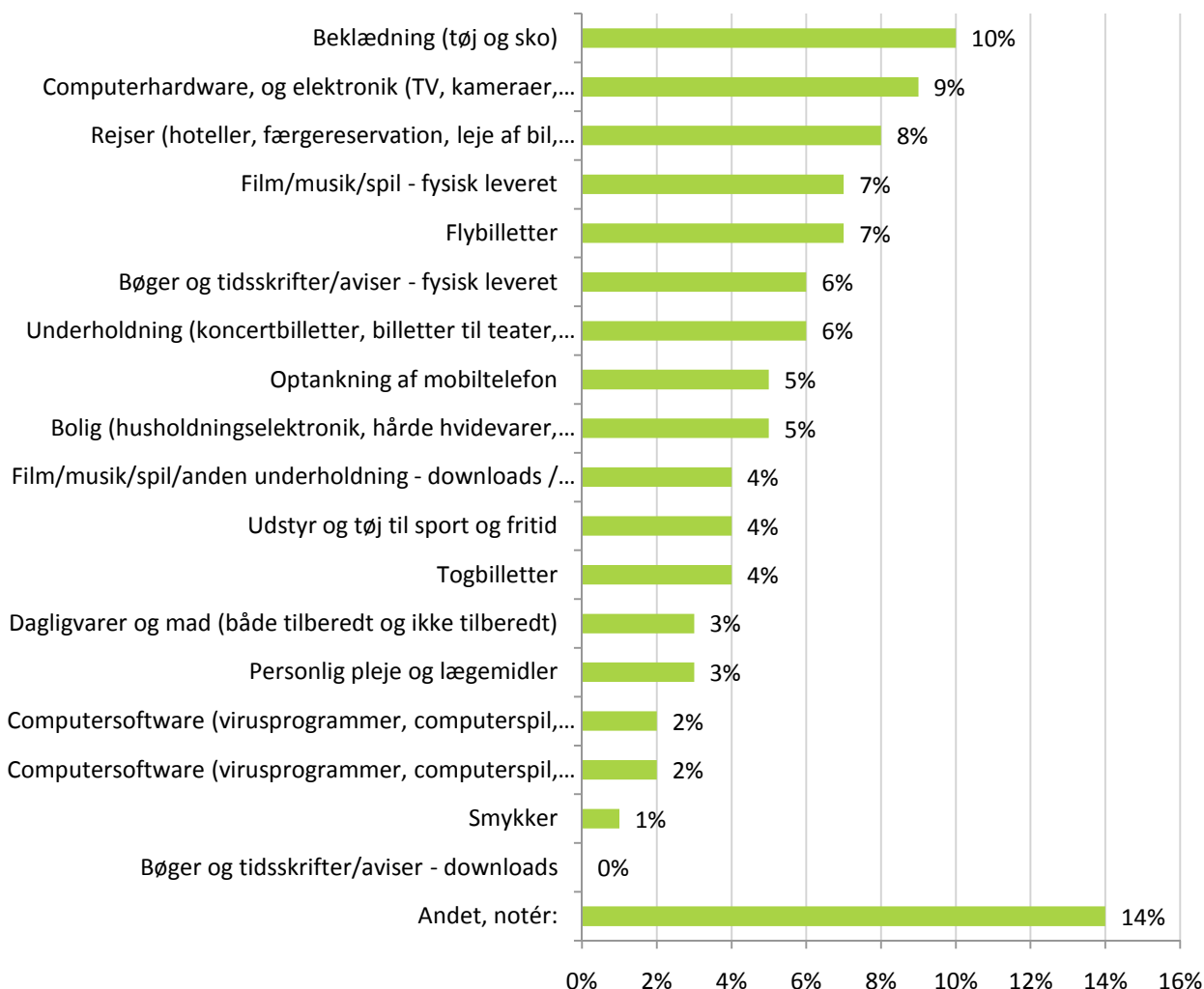
## De mest populære varer og ydelser

Figuren herunder viser, at det især er tøj og sko, der e-handles. Herefter følger rejser, flybilletter, computerhardware, rejser, film/musik/spil til fysisk levering og flybilletter.

Når man opgør e-handlen på fysiske og ikke-fysiske varer i de nævnte varegrupper, udgør de fysiske varer knapt halvdelen (49%), mens de ikke-fysiske (inkl. billetter) udgør ca. en tredjedel (37%). 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" dækker eksempelvis over blomster, blækpatroner og sexlegetøj.

Tallene svarer til 1. kvartal 2010.



Antal besvarelser: 1.068

Spørgsmålsformulering:  
*Hvad var det sidste, du købte på nettet?*

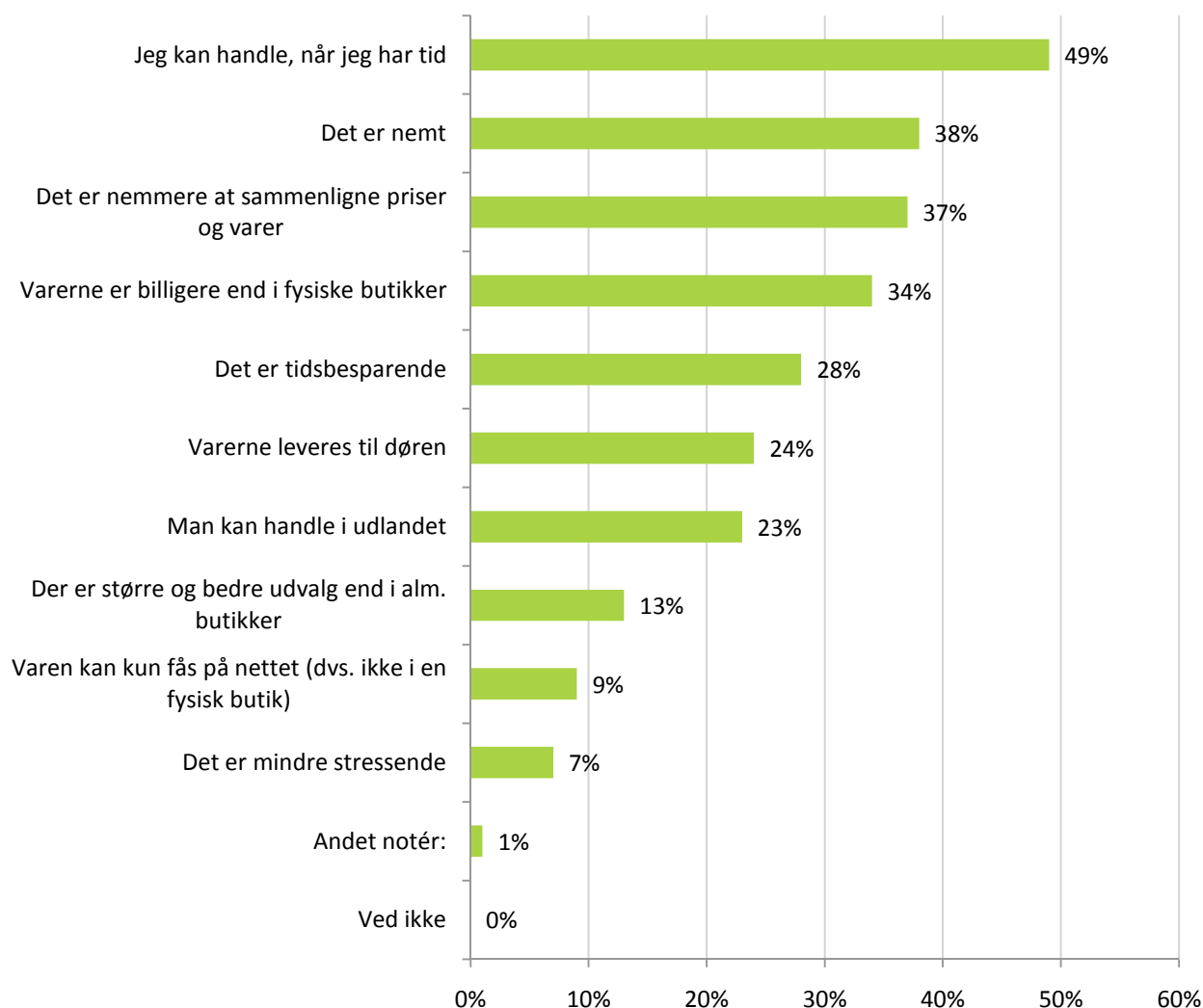
## Fordelene ved e-handel

Den største fordel ved e-handel er, at man kan handle, når man har tid. E-handel er nemt og man kan nemmere sammenligne priser og varer.

Prisen er også en vigtig begrundelse for at e-handle og denne form for handles vurderes generelt at være tidsbesparende.

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

Tendensen er den samme som i sidste kvartal.



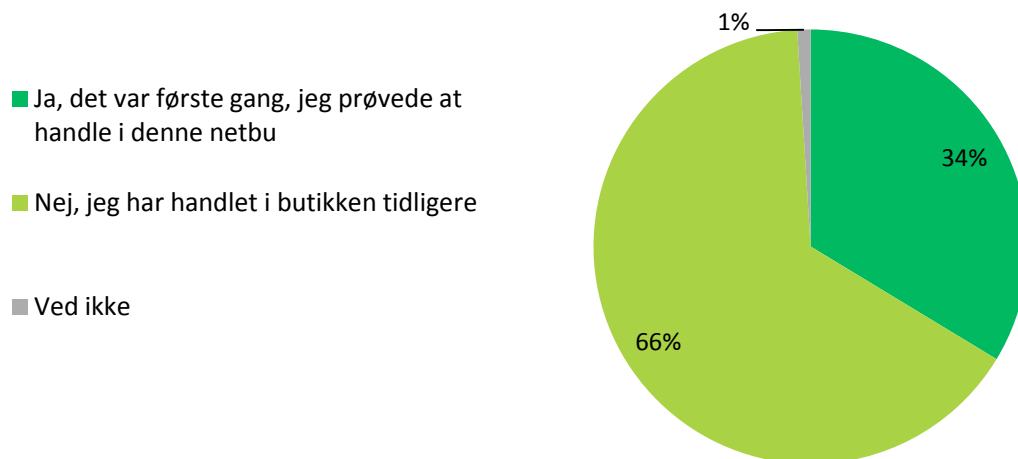
Antal besvarelser: 1.068

Spørgsmålsformulering:

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

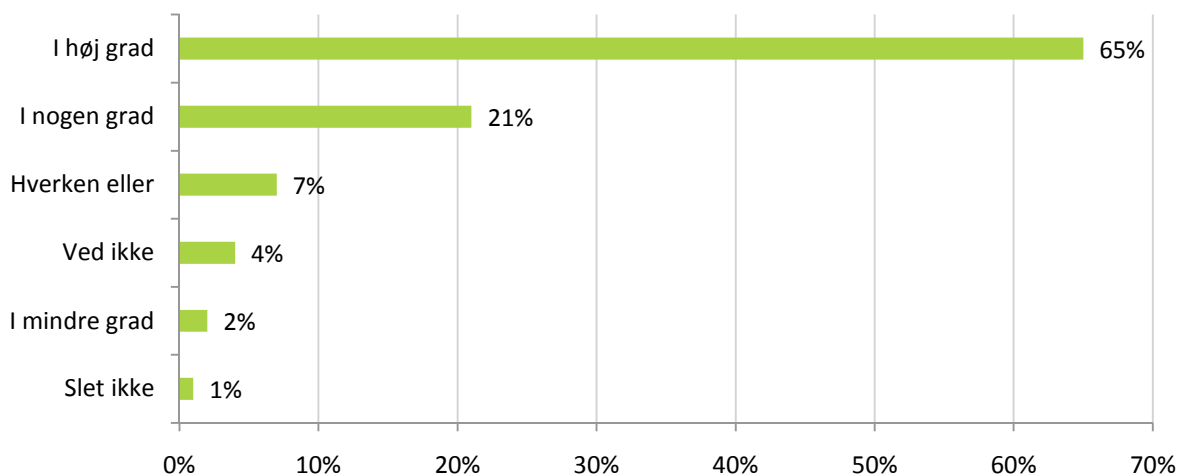
## Loyalitet og tilfredshed

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 af danskerne 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 høj grad er tilfredse med internetbutikkerne.



Antal besvarelser: 1.068

Spørgsmålsformuleringer:

*Tænk tilbage på den netbutik, du senest handlede hos. Var det første gang, du handlede her?*

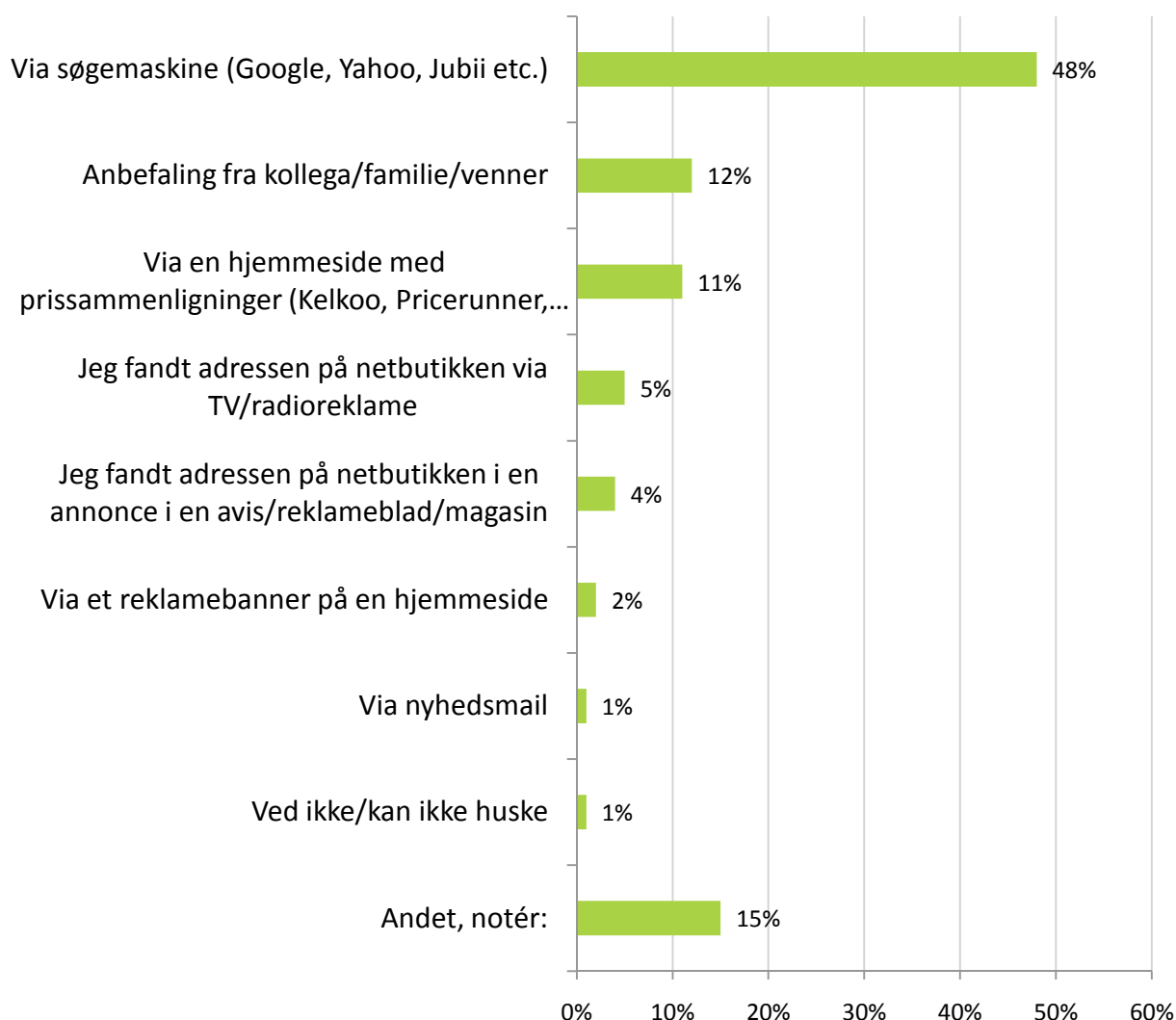
*Forestil dig, at venner eller familie står over for at skulle købe noget, som den netbutik, du senest har handlet i, tilbyder. I hvor høj grad ville du da anbefale netbutikken?*

## Vejen frem til første køb i en netbutik

Dem der foretog den seneste e-handel i en butik de ikke havde handlet i før (34 % jf. side 13) blev spurgt om, hvordan de fandt frem til butikken.

Søgemaskiner er langt den hyppigst anvendte måde at finde frem til butikker, omkring halvdelen fandt et nyt sted at handle på den måde. Herefter følger anbefalinger fra kolleger, familie og venner og hjemmesider med prissammenligninger. Forholdsvis få finder frem til internetbutikker på andre måder – herunder via annoncer i trykte medier og i nyhedsbreve samt TV/radioreklamer.

Tendensen var den samme i sidste kvartal.



Antal besvarelser: 359

Spørgsmålsformulering:

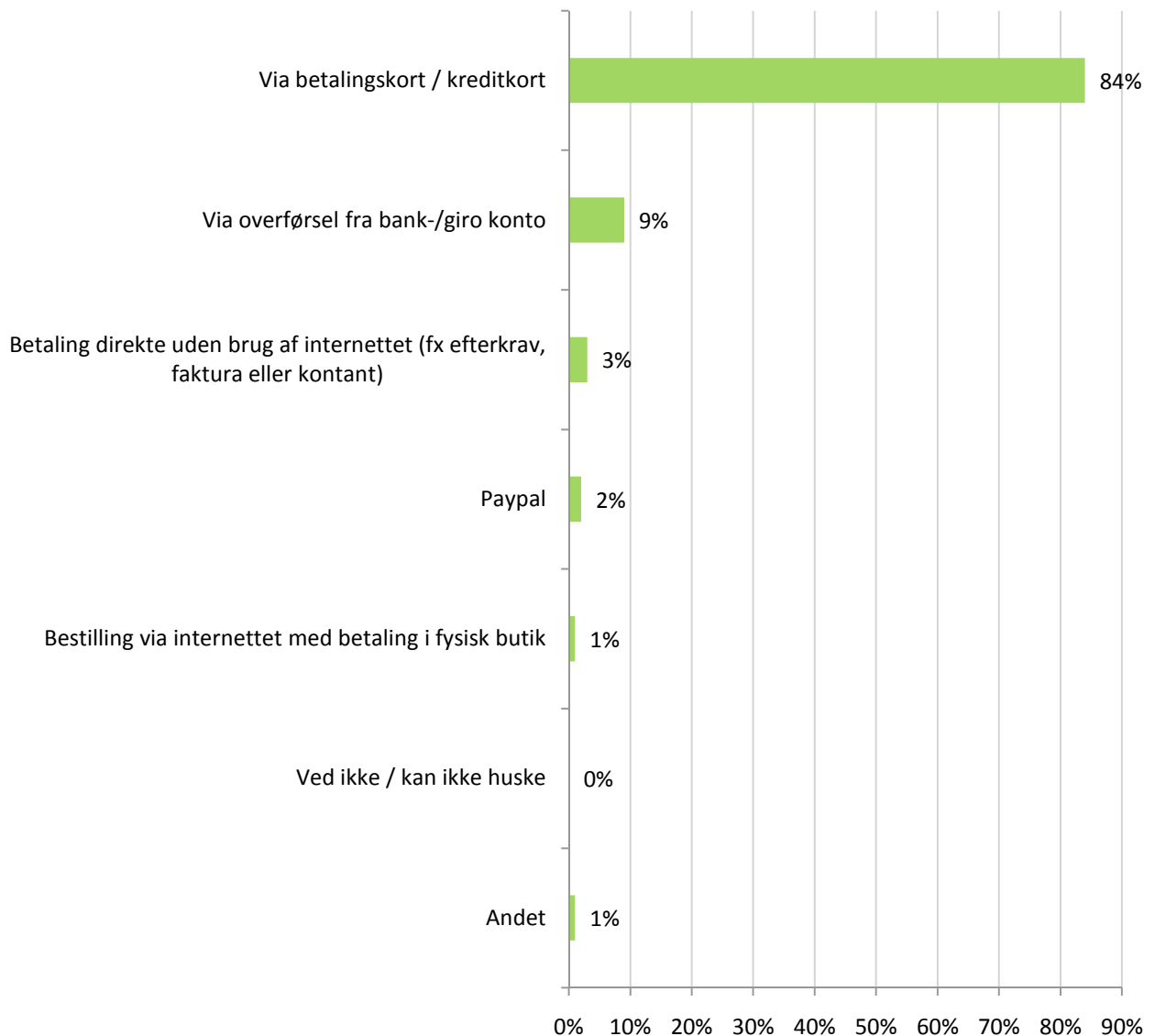
*Hvordan fandt du frem til denne netbutik, som du handlede i? Vælg den kategori, der passer bedst.*

## 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: 1.068

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 Dankortet, der hyppigst er anvendt. Det står for 8 ud af 10 e-handler, hvor der anvendes kort.

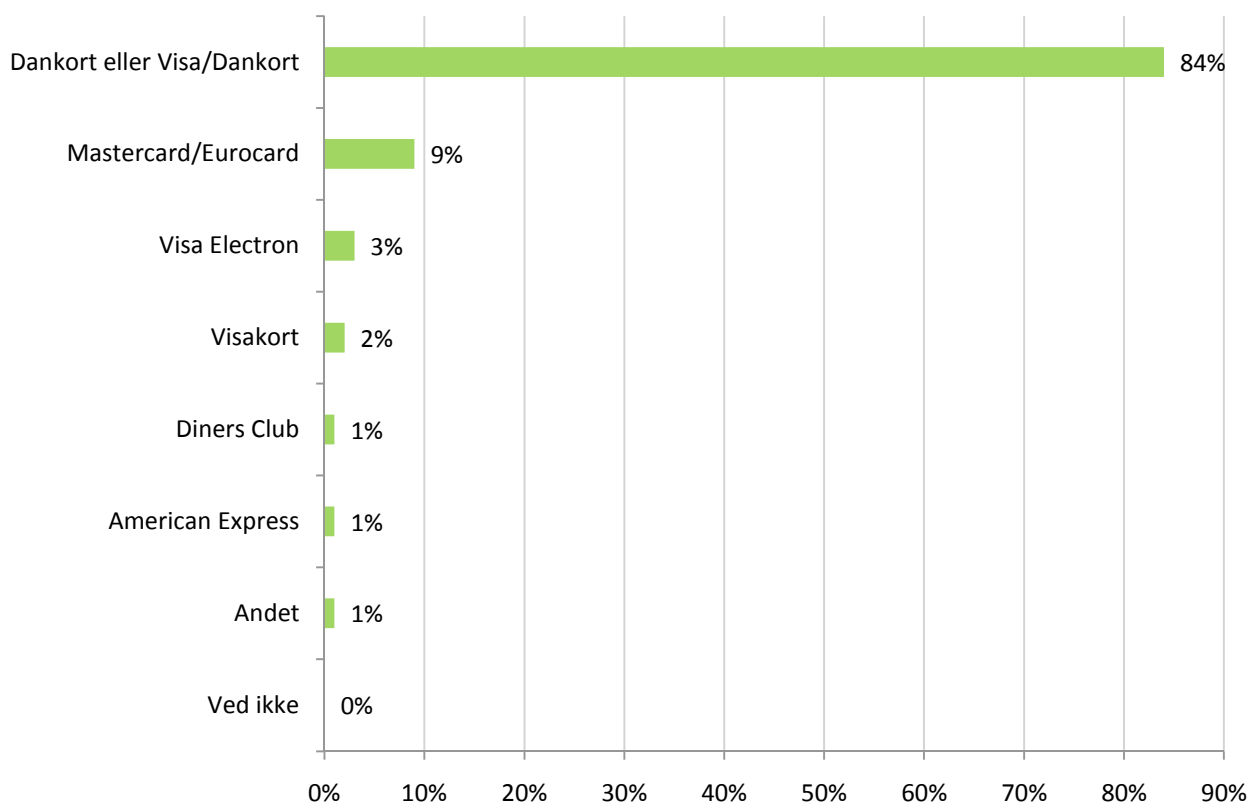
Da 84% af samtlige e-handler betales med betalings- eller kreditkort, tegner Dankortet sig for 68% af danskernes samlede e-handler, eller cirka 7 ud af 10 e-handler betales med Dankort.

Tal fra PBS viser, at den samlede omsætning for e-handel med Dankortet var 6,9 milliarder i første kvartal 2010, og 7,1 milliarder kroner i 2. kvartal, i alt 14 milliarder i 1. halvår.

På den baggrund estimeres den samlede omsætning for e-handel i 2010 at runde 40 mia. kr.

Ser vi på betalings- og kreditkortene, er det især Mastercard/Eurocard (9%), der for alvor anvendes ud over Dankort. Visa Electron anvendes i 3% af handlerne og Diners Club samt American Express hver anvendes i 1% af handlerne.

Det er stort set samme tendens som i 1. kvartal 2010.



Antal besvarelser: 895

Spørgsmålsformulering:  
*Hvilket betalings- eller kreditkort anvendte du?*

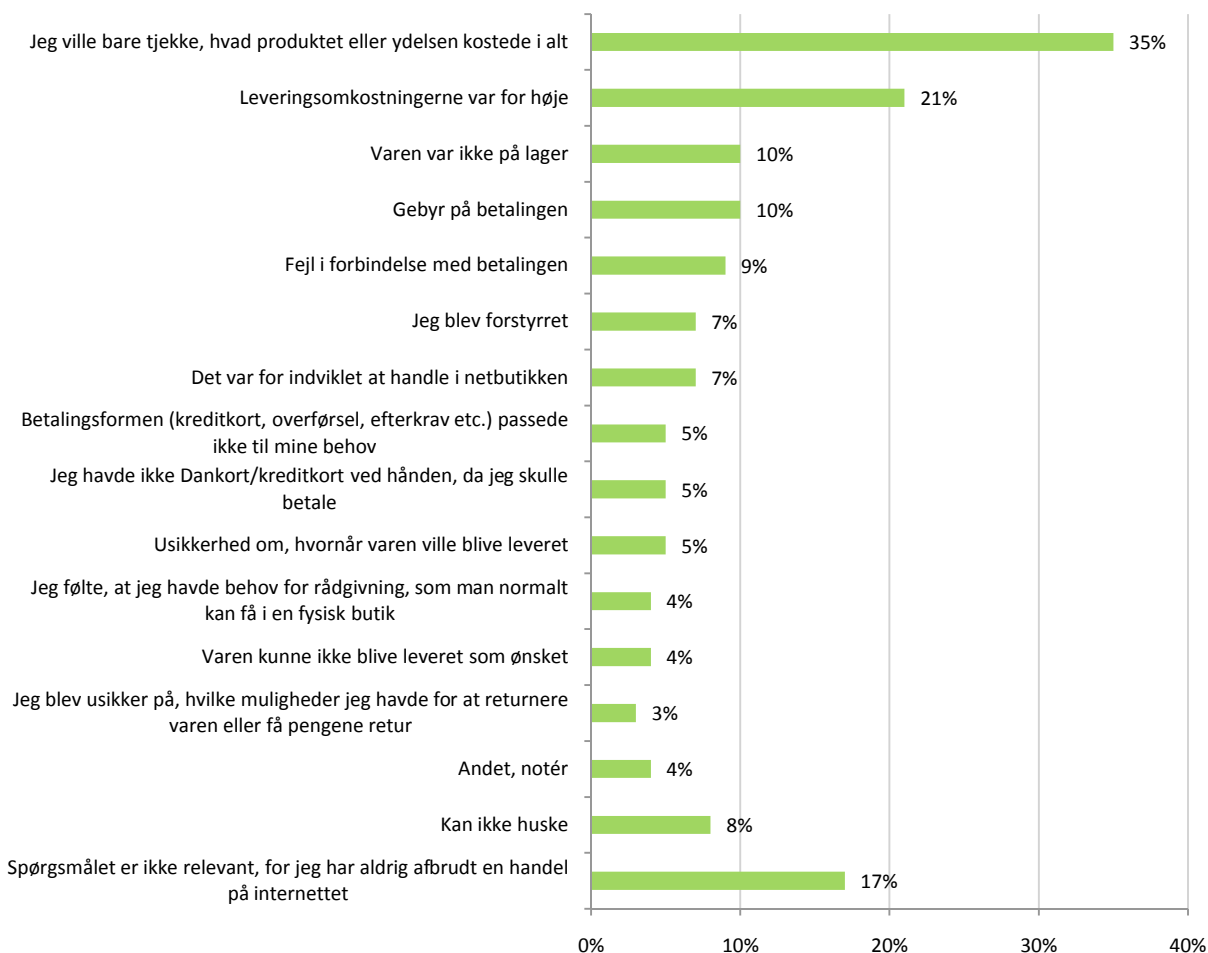
## Når købet ikke bliver til noget

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 synes, at leveringsomkostningerne er for høje. Kunden har nok haft til hensigt at handle, men er blevet afskrækket af leveringsomkostningerne. En del netbutikker kan med fordel arbejde på, at den samlede pris bliver synlig tidligere i købsprocessen.

Resten af svarene er jævnt fordelt, idet der dog var mulighed for at angive flere svar på spørgsmålet. Tallene var de samme i 1. kvartal 2010.



Antal besvarelser: 1.068

Spørgsmålsformulering:

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

# Levering

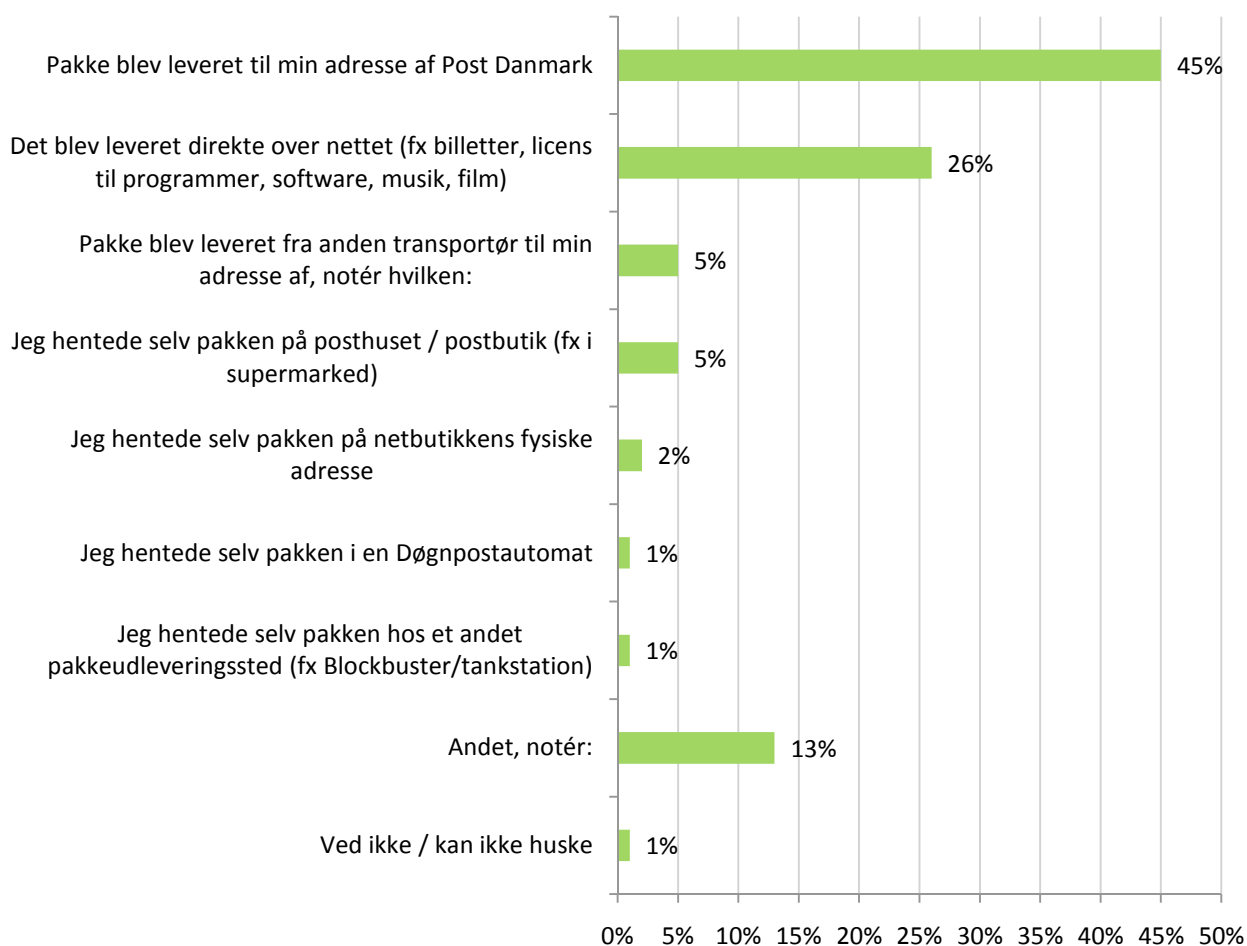
Levering via Post Danmark er langt den mest udbredte leveringsform: Halvdelen af danskerne benytter denne leveringsform, når de e-handler.

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.

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.

Samme tendens som i 1. kvartal 2010



Antal besvarelser: 1.068

Spørgsmålsformulering:

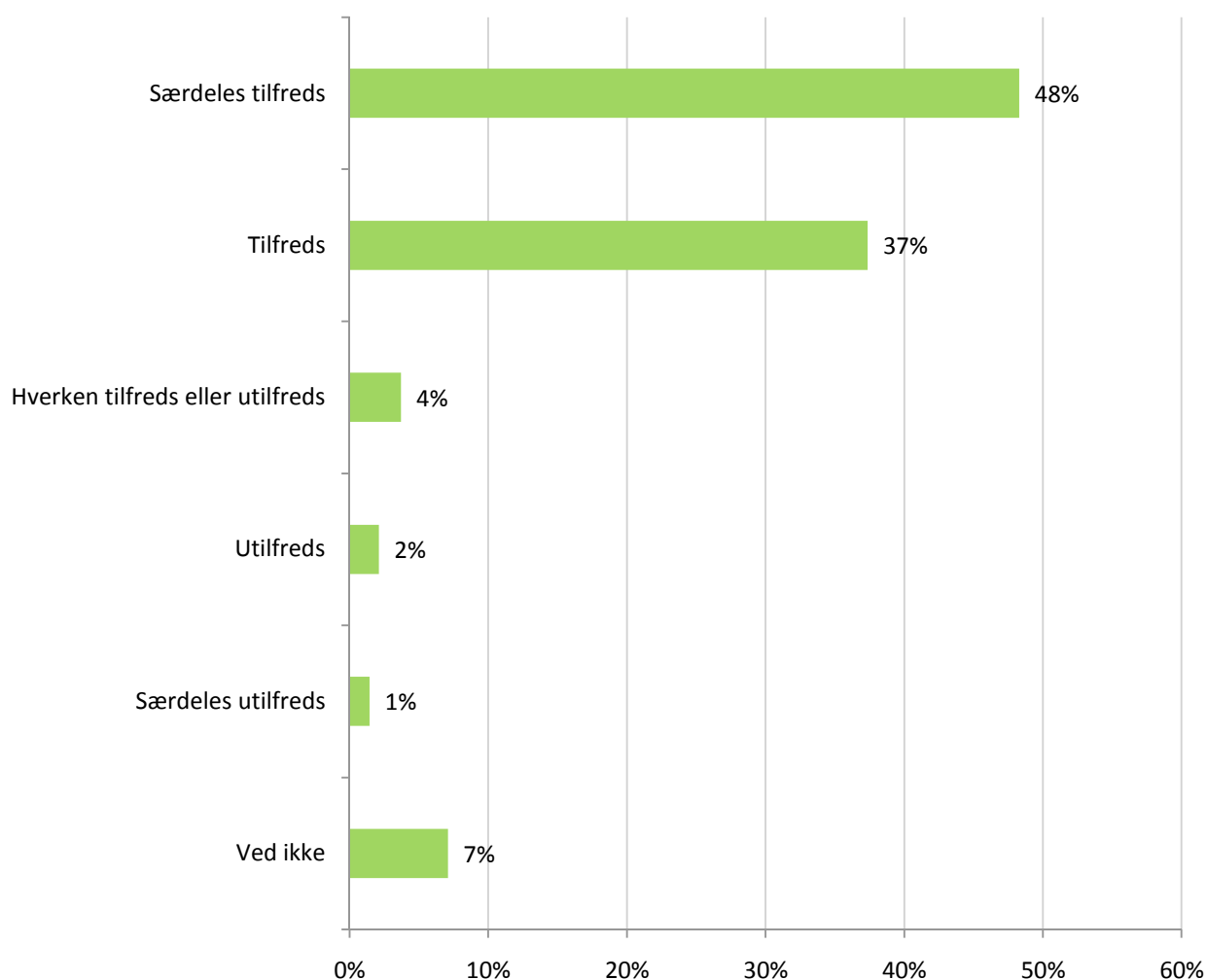
*Hvordan modtog du det, du senest købte eller bestilte på internettet?*

## Tilfredshed med fysisk levering

Danskerne er tilfredse med leveringen af de fysiske varer, når de e-handler: næsten 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 de varer, de senest har e-handlet.

Tabellen er ændret i forhold til 1. kvartal 2010, da vi denne gang alene udtager svar på tilfredshed med levering af fysiske varer.



Antal besvarelser: 789

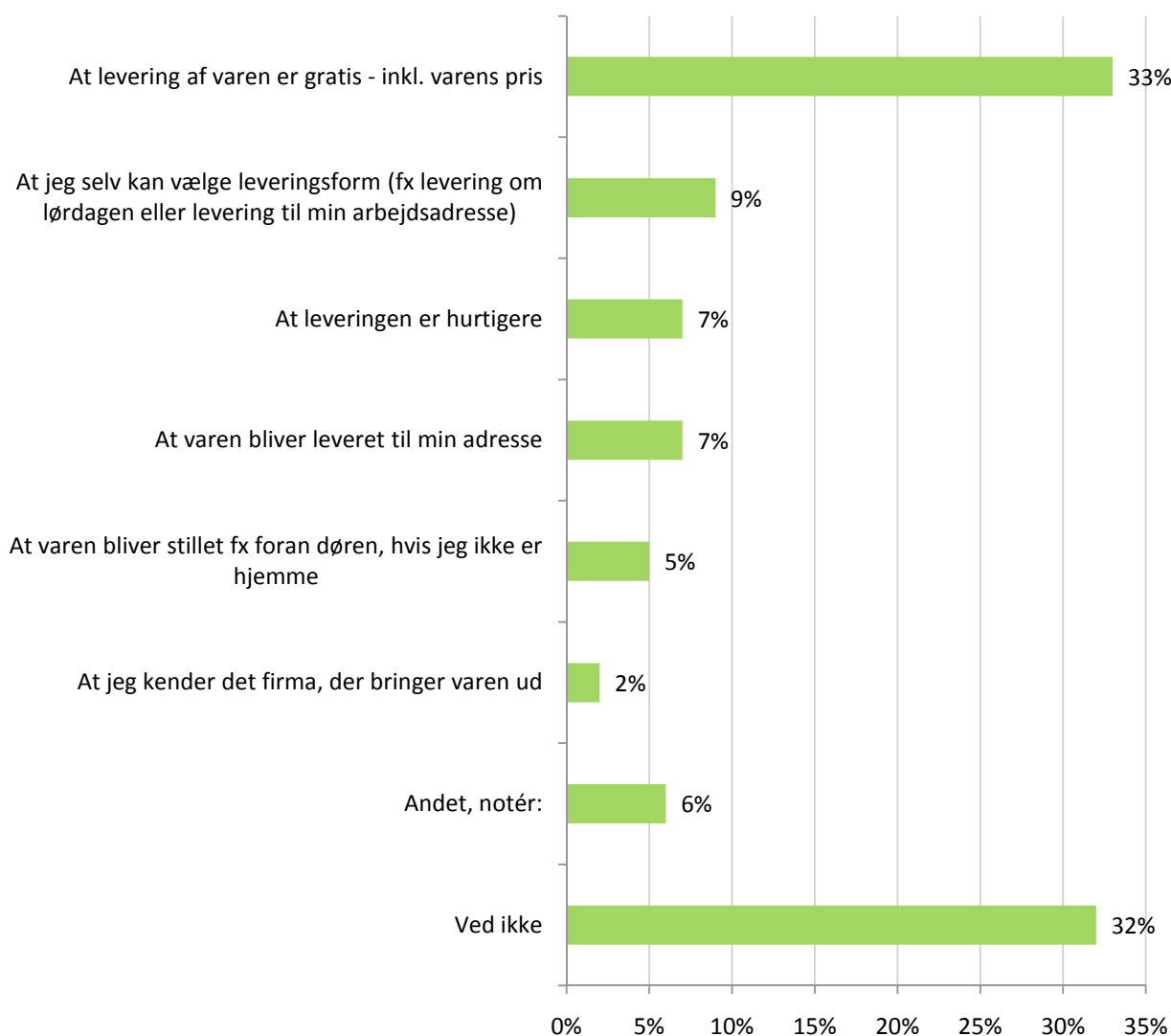
Spørgsmålsformulering:  
*Hvor tilfreds eller utilfreds var du med leveringen?*

## 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.

En tredjedel af besvarelser er dog ”ved ikke”, hvilket kan tages som udtryk for, at leveringen lever op til forventningerne.



Antal besvarelser: 1.068

Spørgsmålsformulering:

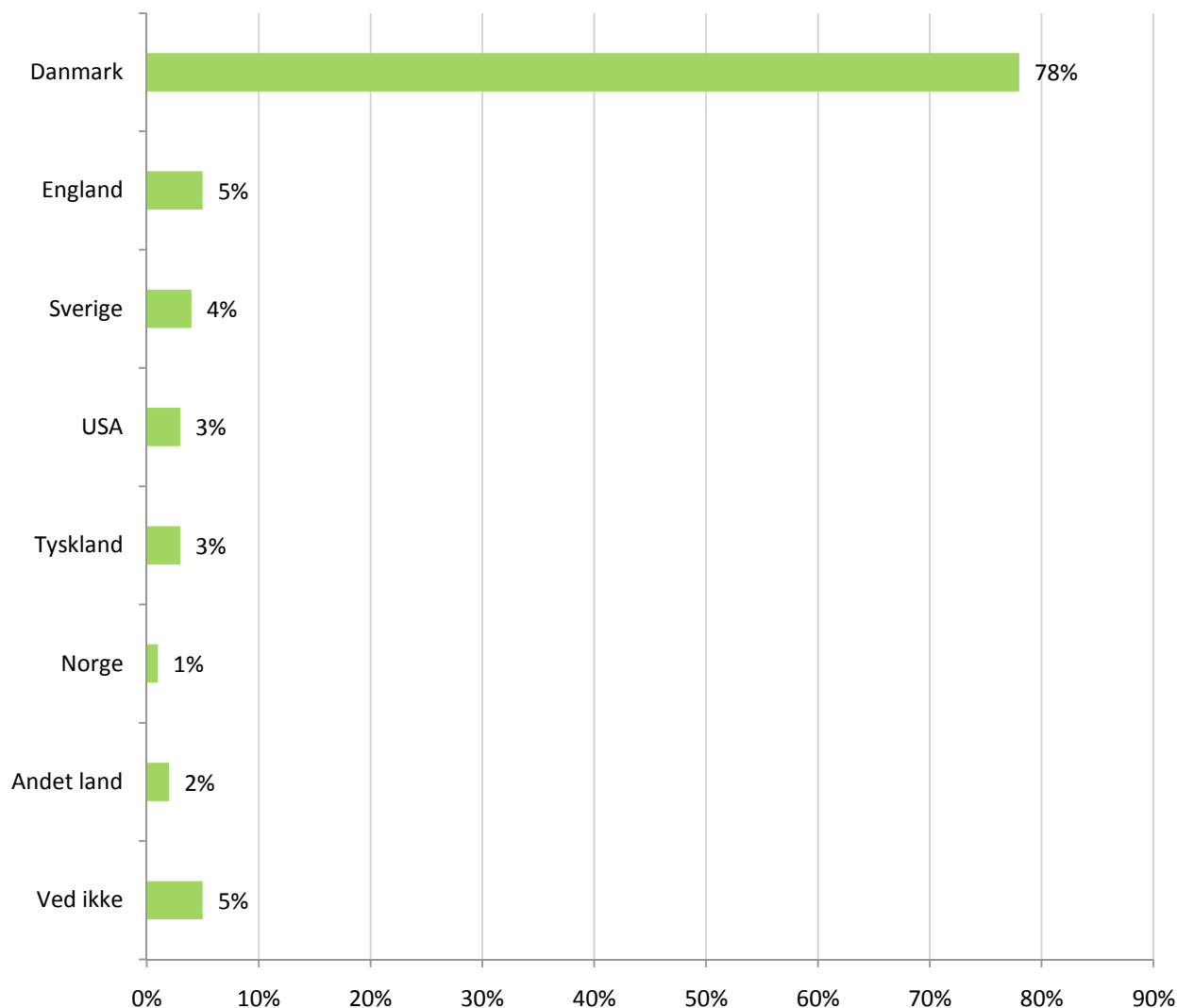
*Hvad kan gøre dig mere tilfreds med leveringen næste gang, du handler på internettet?*

## E-handel over grænserne

Langt den største del af danskernes e-handel sker i butikker hjemmehørende 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 af e-handel går til lande uden for EU – især USA og Norge.

Tendensen er den samme som i sidste kvartal.



Antal besvarelser: 1.068

Spørgsmålsformulering:

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

## Den anvendte metode

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

Brugen af Danmarkspanelet sikrer, at vi får svar fra danskerne, som er aktive på nettet. Det giver fine resultater i beskrivelsen af, hvordan danskerne bruger nettet, og det giver resultater i retning af, at stort set alle e-handler.

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, som handler på internettet.

Der er i alt gennemført 1068 interview i 2. kvartal 2010. Det betyder, at den statistiske usikkerhedsmargen (konfidensinterval) ved de fleste spørgsmål er 2-4%, hvilket svarer til gængse valgundersøgelser.

Undersøgelsen gennemførtes med en månedlig dataindsamling og kvartalsvis afrapportering.

# Yderligere information

Dansk e-handelsanalyse

[www.e-handelsanalyse.dk](http://www.e-handelsanalyse.dk)

## FDIH, Foreningen for Distance- og Internethandel

Børsen

1217 København K

Tlf. 7225 5601

Mail: [kontakt@fdih.net](mailto:kontakt@fdih.net)

Hjemmeside: [www.fdi.net](http://www.fdi.net)

## Kontaktperson

Kommunikationschef Henrik Theil

Direkte 7225 5667

Mobil 2096 5667

Mail: [het@fdih.net](mailto:het@fdih.net)

## Læs mere om parterne bag analysen

Post Danmark på [www.postdanmark.dk](http://www.postdanmark.dk)

PBS på [www.pbs.dk](http://www.pbs.dk)