FDIH STYRKER DANSK E-HANDEL

postnord MobilePay Wilke

Årsrapport 2017

Gratis for medlemmer af FDIH

Pris ikke-medlem: kr. 3.995,- ex. moms

Fakta og tal samt brug af enkelte illustrationer i præsentationer, til redaktionel brug og lign. er i orden. Rapporten må ikke videreformidles til andre uden FDIHs udtrykkelige samtykke.

Copyright © 2018 FDIH

E-handel i 2017 vokser og vokser…

2017 var et godt år for dansk e-handel, der voksede 14 % og ramte 115 mia. i omsætning, fordelt på 176 mio. handler. Forbruget satte ligesom tidligere år igen rekord, viser FDIH E-handelsanalyse 2017.

Den store omsætning understreger, at både forbrugere og dansk detailhandel nu ser e-handel som en naturlig måde at handle på. De mange dygtige danske netbutikker, har vist vejen med høj service og stort udvalg, og da de fleste detailhandelsbutikker nu også er på nettet, så stiger salget online fortsat.

Derfor er det glædeligt, at årets resultater kommer alle brancher til gode.

Smartphones rykker

Stadig flere handler sker med smartphones. I 2017 steg antallet af handler på mobilen med 36 %. Antallet af mobilbetalinger blev fordoblet og sker i 6% af købene. Det er især de helt unge og børnefamilier, der handler på mobilen.

Det er interessant, at mobilsalget virkelig rykker nu, for vi ved, at mobilshopperne handler oftere og bruger flere penge på nettet. Udviklingen vil forstærkes i takt med, at de unge bliver etablerede og får større købekraft.

Det betyder også, at netbutikker skal være klar til at tage imod de mobile kunder, og imødekomme deres forventninger. Det stiller skarpe krav både nu og i fremtiden om hurtig omstilling af websites tekniske udformning og adoption af nye betalingsløsninger.

Udlandet presser

Andelen af danske ordrer i udenlandske netbutikker stiger fortsat hurtigere end køb i danske netbutikker. Vækstforskellen er i år ikke så markant som tidligere, men danske netbutikker må fortsat se udenlandske giganter som Wish.com, Amazon og Zalando lænse danskernes kreditkort i højt tempo.

Wish.com, der formidler salg direkte fra kinesiske producenter, stryger ind som nr. 5 på listen over de oftest brugte netbutikker. De var nr. 14 i 2016. Her tæller pris mere end kvalitet.

Tyske Zooplus er helt ny på listen, og her tæller den gode kundeoplevelse så højt, at Zooplus også leverer den bedste NPS-score i årets analyse.

Analysen understreger igen i år, at danske netbutikker og dansk detailhandel i høj grad er udsat for konkurrence fra udlandet. Det stiller store krav til butikkernes serviceniveau, vareudbud og tilbud til kunderne.

God fornøjelse med læsningen

Niels Ralund
Adm. direktør

FDIH e-handelsanalyse

postnord MobilePay Wilke

Copyright FDIH © 2018

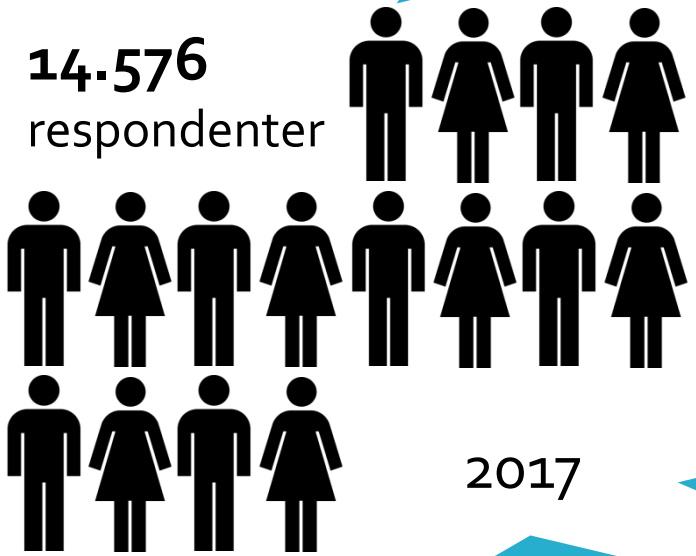
Årets største kategori er rejser, hvor forbruget når op på 27,3 mia. kr. Nummer to er Tøj, Sko & Smykker, med et forbrug på 16,9 mia. kr.

E-handlen voksede med 13,9 mia. kr. fra 2016 til 2017 og alle kategorier gik frem

Rejser står for knapt hver fjerde krone (24%), som danskerne bruger på nethandel.

Tre måneder i 2017 nåede over 10 mia. i omsætning – i 2016 skete det kun i december.

14.576
respondenter



Tøj, Sko & Smykker er fortsat det mest købte på internettet og udgjorde i 2017 knap hver 5. handel.

Danskernes online køb steg med 9% i antal af handler og 14% i det totale forbrug sammenlignet med 2016

E-handels andel af forbruget vokser fortsat og udgør i 2017 31% af danskernes private internetdisponible forbrug

2017

Andelen af fysiske varer solgt på nettet, udgjorde i 2017 77 % af samtlige handler.

I 2017 handlede 55% af de internet-handlende mindst 3 gange om måneden.
I 2013 var det kun 43 %, der handlede 3 gange eller mere hver måned.

FDIH e-handelsanalyse

postnord

MobilePay

Wilke

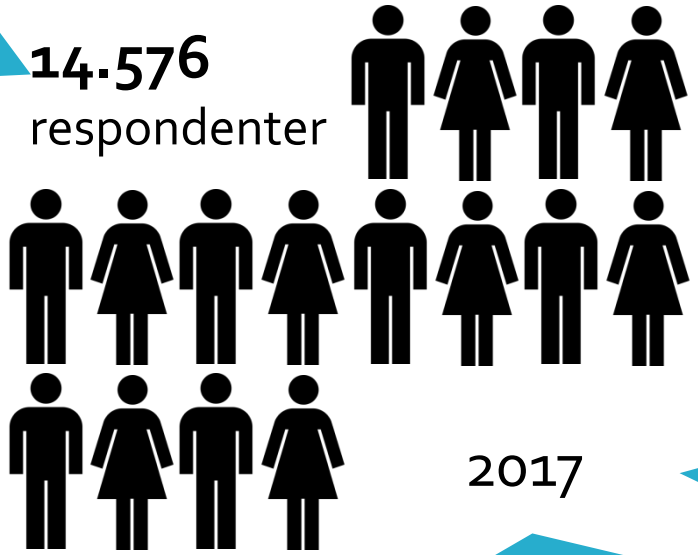
Copyright FDIH © 2018

98 % af danskerne bruger nettet, før de træffer beslutning om et køb online. Kun 2% tjekker i en fysisk butik og køber efterfølgende varen på nettet .

Søgninger med mobile enheder er mest populære indenfor tøj, sko og smykker samt sports- og fritidsudstyr.

Varer bliver i 42% af tilfældene undersøgt via mobile enheder, mens 32% købes via de mobile enheder.

14.576
respondenter



2017

Jo højere grad af usability ved et køb, jo større er sandsynlighed for at kunden anbefaler butikken til andre

Børnefamilierne anvender smartphone eller tablet til næsten halvdelen (47%) af deres køb

De midaldrende er den gruppe, som bruger mest på e-handel, selvom de kun er den tredjestørste gruppe målt på andel af handler.

Børnefamilierne er de mest ivrige e-handlere, mens pensionisterne (65+ år) bruger flest penge pr. handel.

Mobile enheder bruges oftest til køb af tøj, sko og smykker samt dagligvarer og sports- og fritidsudstyr.

FDIH e-handelsanalyse

postnord

MobilePay

Wilke

Copyright FDIH © 2018

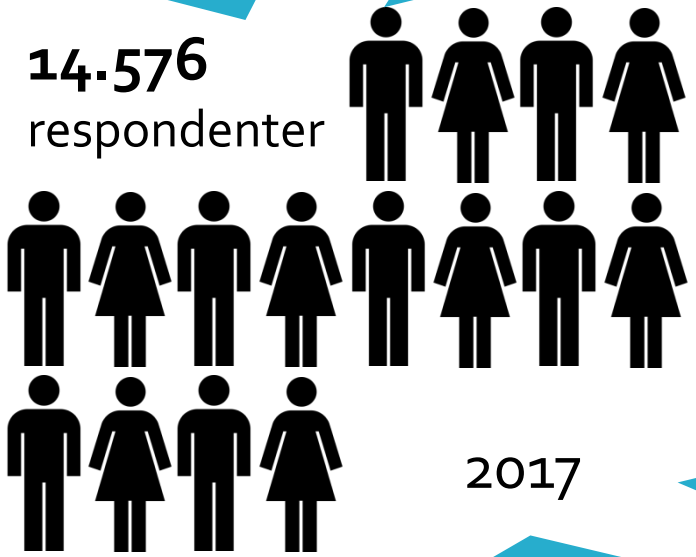
Størst kundetilfredshed er der forbundet med onlinekøb af dagligvarer, mad og drikke, mens Elektronik/hvidevarer og IT/Tele har svært ved at skabe en anbefalelsesværdig oplevelse.

Tøj, sko og smykker når over 33 mio. handler i 2017

Knap 6 ud af 10 af danskernes betalinger på nettet sker med et Dankort.

Knapt halvdelen (46%) af samtlige handler i Tøj, sko & smykker samt Film, musik, bøger spil og legetøj (44%) sker i udlandet

14.576
respondenter



2017

Hver tredje køb på nettet i 2017 skete i en udenlandsk netbutik

De ældste kundegrupper har størst forbrug og er mest tilbøjelige til at anbefale netbutikken til andre

24% af handlerne på nettet i 2017 er impulskøb og impulsgraden er højere for unge

Mobilbetalinger øger sin andel i e-handlen, fra 0 % i 2013 til 6% i 2017

Selv-henter koncepterne vinder frem og forbrugerne henter nu flere varer , end de får leveret.

FDIH e-handelsanalyse

postnord

MobilePay

Wilke

Copyright FDIH © 2018

Indholdsfortegnelse

Forord	Side 2
De vigtigste resultater	Side 3-5
Udvikling i e-handel 2017	Side 7
Handler, varer, priser og forbrug	Side 13
E-handel i udlandet	Side 31
Betaling, levering og returnering	Side 40
Vejen til køb	Side 49
E-handel via mobile enheder	Side 60
Om analysen	Side 66

Copyright FDIH © 2018

UDVIKLING I E-HANDEL 2017

Udvikling i omsætning, antal handler, handelshyppighed og e-handel måned for måned.

Copyright FDIH © 2018

Udvikling i dansk e-handel

I 2017 blev der online i alt handlet 176 mio. gange med et samlet forbrug på 114,6 mia. kr., svarende til en stigning på hhv. 9% og 14 % i forhold til 2016.

Igen sætter danskernes samlede køb online i udlandet rekord og udgør nu 37,2 mia. kr. Det udenlandske forbrug er dermed steget knap 15%; lidt mere end væksten i de danske netbutikker.

Danskernes online køb steg med 9% i antal af handler og 14% i det totale forbrug sammenlignet med 2016

	Antal handler (mio.)	Antal handler (årlig udvikling)	Forbrug (mia. kr.)	Forbrug (årlig udvikling)
2010	63	+31%	40	+25%
2011	76	+21%	46	+15%
2012	90	+18%	54,7	+19%
2013	106	+18%	62,4	+14%
2014	127	+20%	73,7	+18%
2015	148	+16%	86,9	+18%
2016	162	+10%	100,7	+16%
2017	176	+9%	114,6	+14%

	Forbrug i Danmark (mia. kr.)	Forbrug i Danmark (årlig udvikling)	Forbrug i udlandet (mia. kr.)	Forbrug i udlandet (årlig udvikling)
2013	45,2	+7,3%	17,1	+36,3%
2014	50,1	+10,8%	23,6	+37,5%
2015	60	+19,8%	26,9	+14%
2016	68,2	+13,7%	32,4	+20,4%
2017	77,4	+13,5%	37,2	+14,8%

Kilde: FDIH estimat på baggrund af Nets Danmarks Dankort transaktioner, MobilePay, DST samt FDIH e-handelsanalyse 2017

FDIH e-handelsanalyse

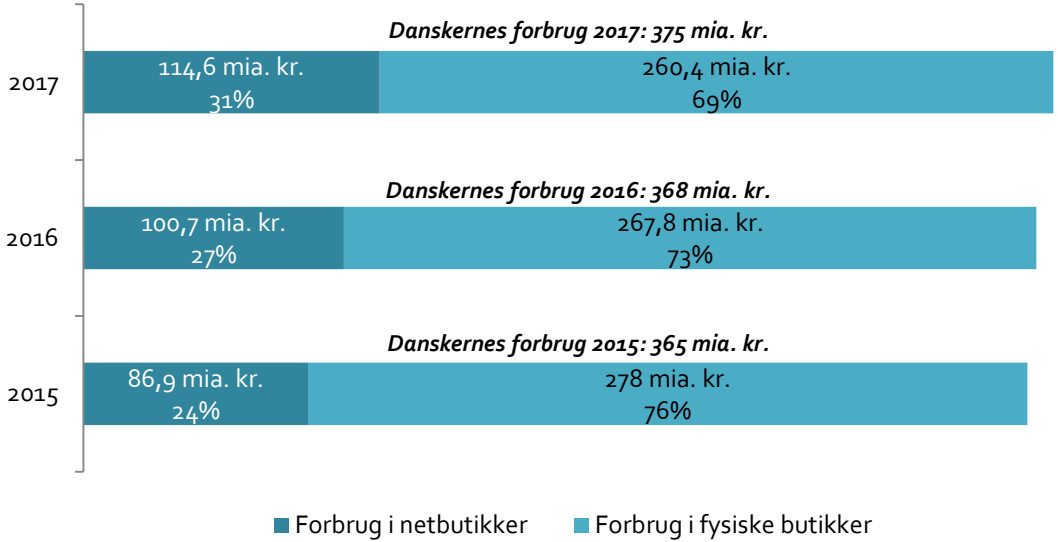
Copyright FDIH © 2018

Online - og offline forbrug

Danskernes forbrug i kategorier, der kan købes online, er i 2017 på 375 mia. kr.

Den største del anvendes fortsat i fysiske butikker, men onlineandelen er stigende og udgør i 2017 114,6 mia. kr., svarende til 31% af det internetdisponible forbrug.

E-handlens andel af forbruget vokser fortsat og udgør i 2017 31% af danskernes private disponible forbrug



Kilde: FDIH estimat på baggrund af seneste Forbrugerundersøgelse, FU51, Danmarks Statistik samt FDIH e-handelsanalyse 2017. FU tal er renset for udgifter til bolig/opvarmning, benzin og andet forbrug, der ikke er disponibelt eller internetomsætteligt. 2017 er fremskrevet med 1,9% med udgangspunkt i udviklingen i BNP, inflation samt udviklingen i momsindtægter.

FDIH e-handelsanalyse

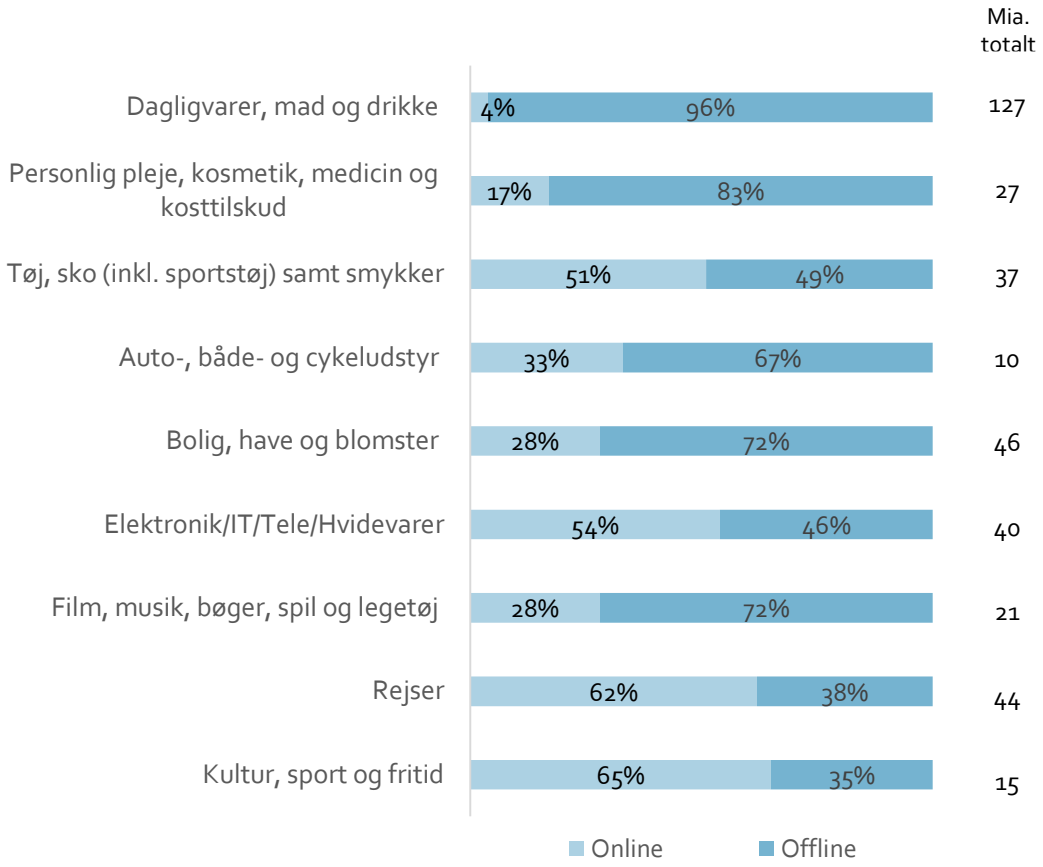
Copyright FDIH © 2018

Online - og offline forbrug pr. varekategori

Der er store forskelle på, i hvor høj grad e-handlen får indfriet det potentielle onlinekøb i de forskellige kategorier. Særligt rejser og oplevelser købes online og er ofte digitale køb i form af billetter.

Mest potentiale finder vi fortsat i den største kategori: *Dagligvarer, mad og drikke.* Andelen er steget fra 3,8 til 4,2%, men har klart den laveste andel onlineforbrug.

Der er fortsat et enormt potentiale for e-handlerne i dagligvarer, mad og drikke



Kilde: FDIH estimat på baggrund af Forbrugerundersøgelsen, FU51, Danmarks Statistik samt FDIH e-handelsanalyse 2017 Faste boligudgifter, benzin og lign. Ikke-internetomsættelige varegrupper indgår ikke. Forbruget 2016-'17 er justeret med 1,9% pba. udvikling i BNP, inflation og momsindtægter. Pga. metodeforskelle er enkelte kategorier udeladt.

FDIH e-handelsanalyse

postnord MobilePay Wilke

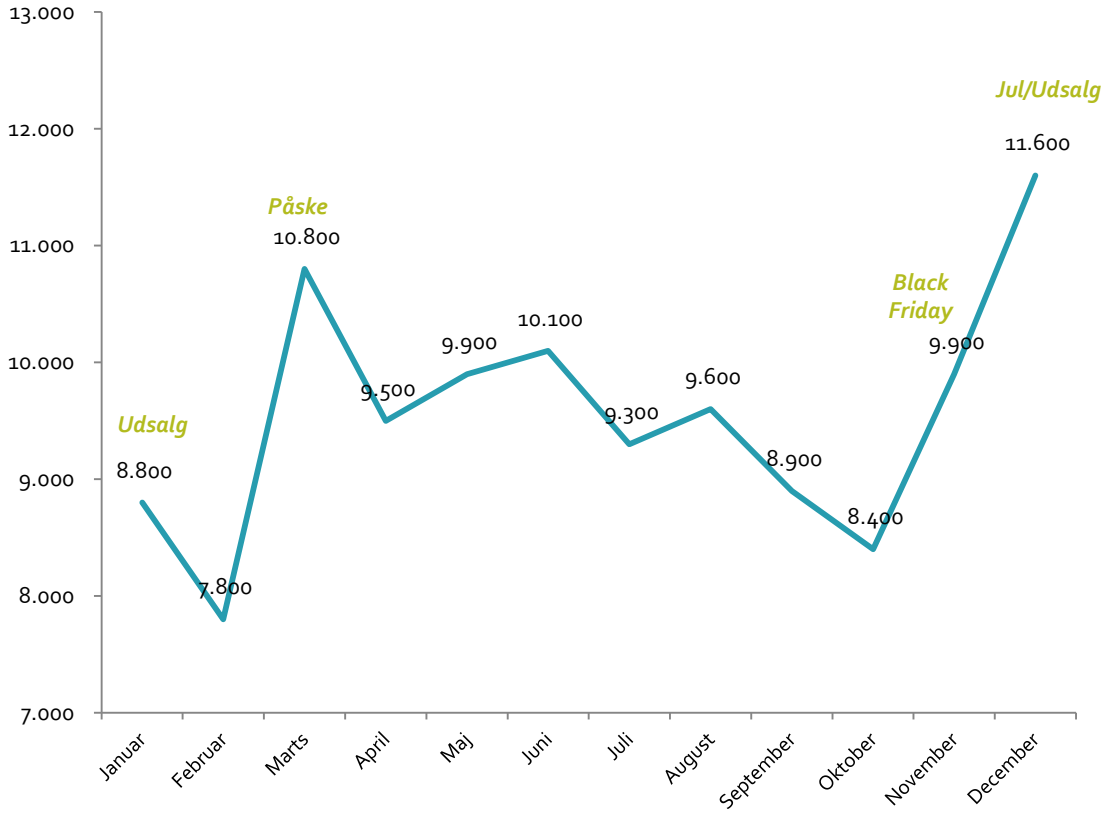
Copyright FDIH © 2018

E-handelsforbrug pr. måned i 2017

Dansk e-handel nåede op på 114,6 mia. kr. i 2017 og figuren viser fordelingen af forbruget hen over året.

På trods af et rekordstort Black Friday salg i november er marts og juni større måneder pga. påske og rejsekøb. Perioden op til Black Friday er også præget at en vis tilbageholdenhed blandt forbrugerne inden udsalget går løs. En helt elendig sommer hjalp til gengæld omsætningen i juli, som er relativt højere end normalt.

Tre måneder i 2017 nåede over 10 mia. i omsætning – i 2016 skete det kun i december.



Kilde: FDIH estimat på baggrund af Nets Danmarks Dankort transaktioner på nettet 2017 samt FDIH e-handelsanalyse 2017

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

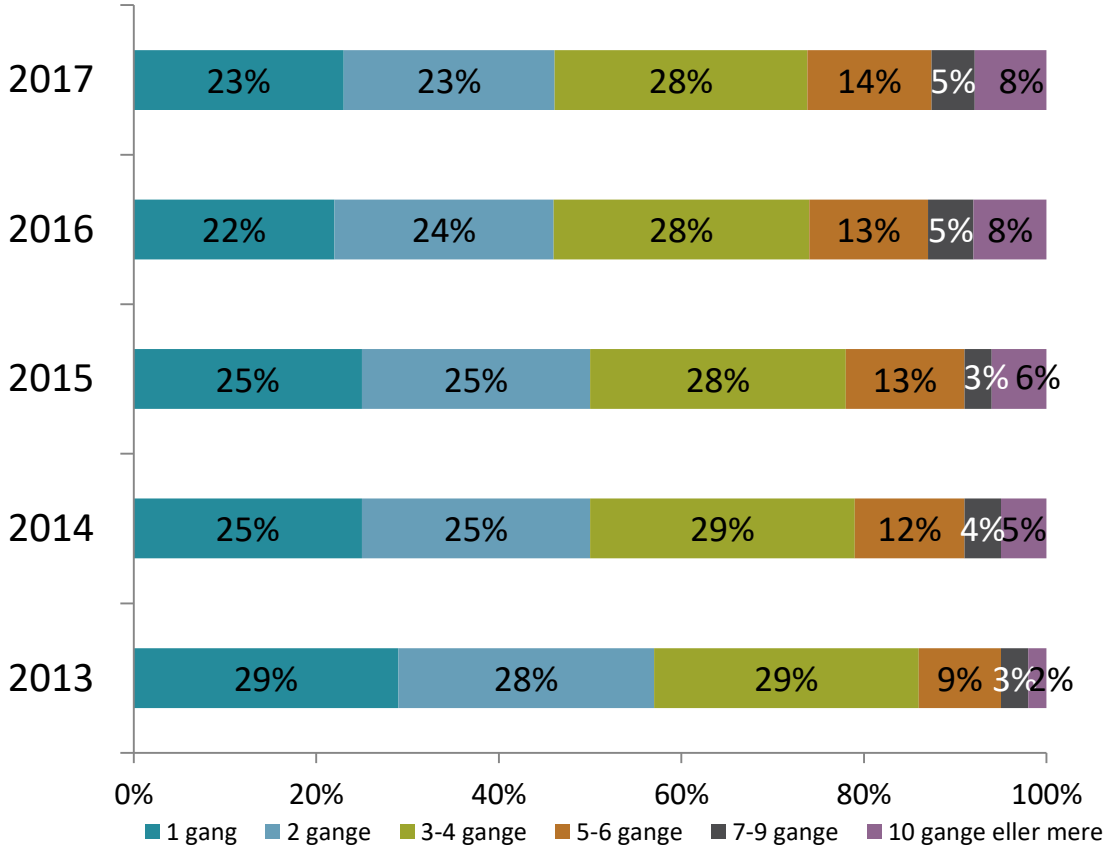
Handelsfrekvens

Sammenlignet med 2016 er købsfrekvensen stabil.

Der er fortsat en tendens til, at der kommer flere "storshoppere" på nettet.

I 2017 har 23% kun handlet 1 gang om måneden, mens 8% har handlet 10 gange eller mere.

I 2017 handlede 55% af de internet-handlende mindst 3 gange om måneden. I 2013 var det kun 43 %, der handlede 3 gange eller mere hver måned.



2017 14.576 besvarelser

Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

HANDLER, VARER, PRISER OG FORBRUG

Danskernes forbrug fordelt på varekategorier, befolkningsgrupper, top 20 butikker, gennemsnitspriser og NPS score

postnord MobilePay Wilke

Copyright FDIH © 2018

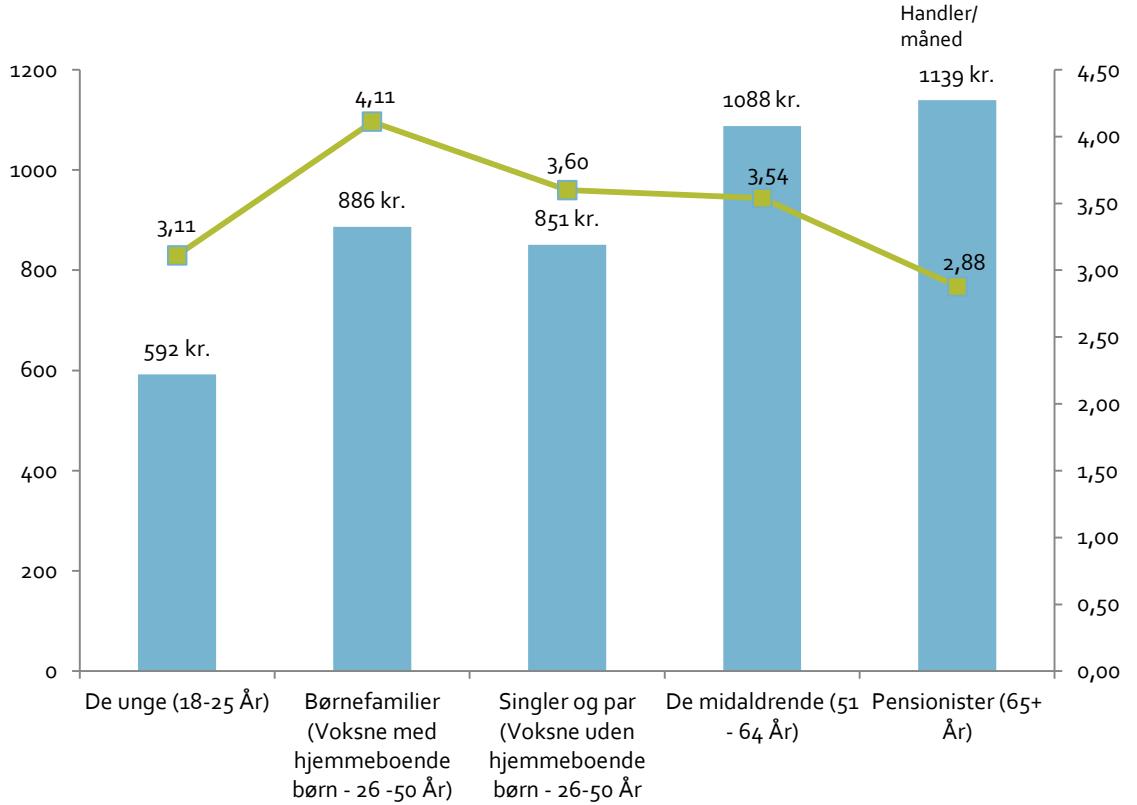
Handelshyppighed og forbrug pr. befolkningsgruppe

Børnefamilierne er de mest aktive mht. at handle på internettet: De handler i gennemsnit 4 gange om måneden.

Pensionisterne har det højeste forbrug pr. handel (1139 kroner), men til gengæld har de færrest transaktioner pr. måned.

De unge har den mindste købekraft, og dette afspejles ved, at de har det markant laveste forbrug pr. handel (592 kroner).

Børnefamilierne er de mest ivrige e-handlere, mens de pensionisterne (65+ år) bruger flest penge pr. handel.



2017 14.576 besvarelser

Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?

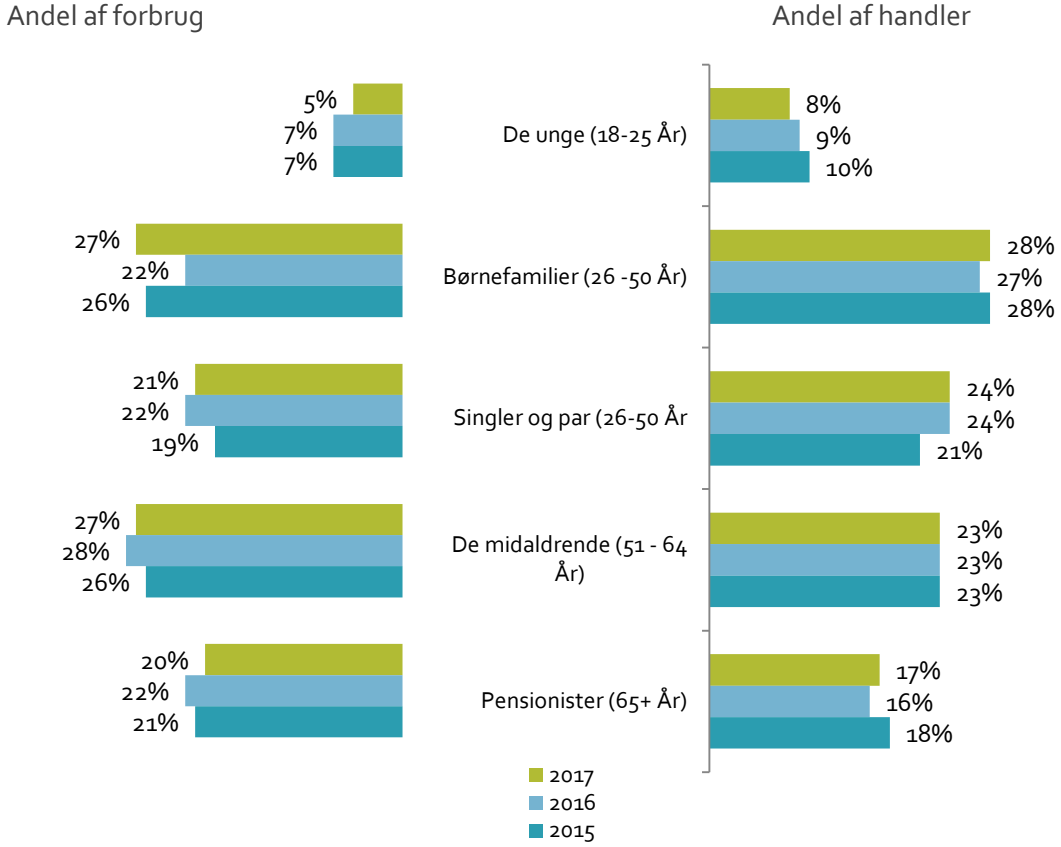
Copyright FDIH © 2018

Andel af handler og forbrug pr. befolkningsgruppe.

Det er fortsat børnefamilierne, der er de hyppigste kunder i netbutikkerne. Sammen med de midaldrende har de også lidt over halvdelen af forbruget.

De midaldrende og pensionisterne har begge en større andel af forbrug end handler, fordi gennemsnitskøbene er større i de to grupper; især trukket op af rejsekøb.

De midaldrende er den gruppe, som bruger mest på e-handel, selvom de kun er den tredjestørste gruppe målt på andel af handler.



FDIH e-handelsanalyse

postnord MobilePay Wilke 2017

14.576 besvarelser

Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?

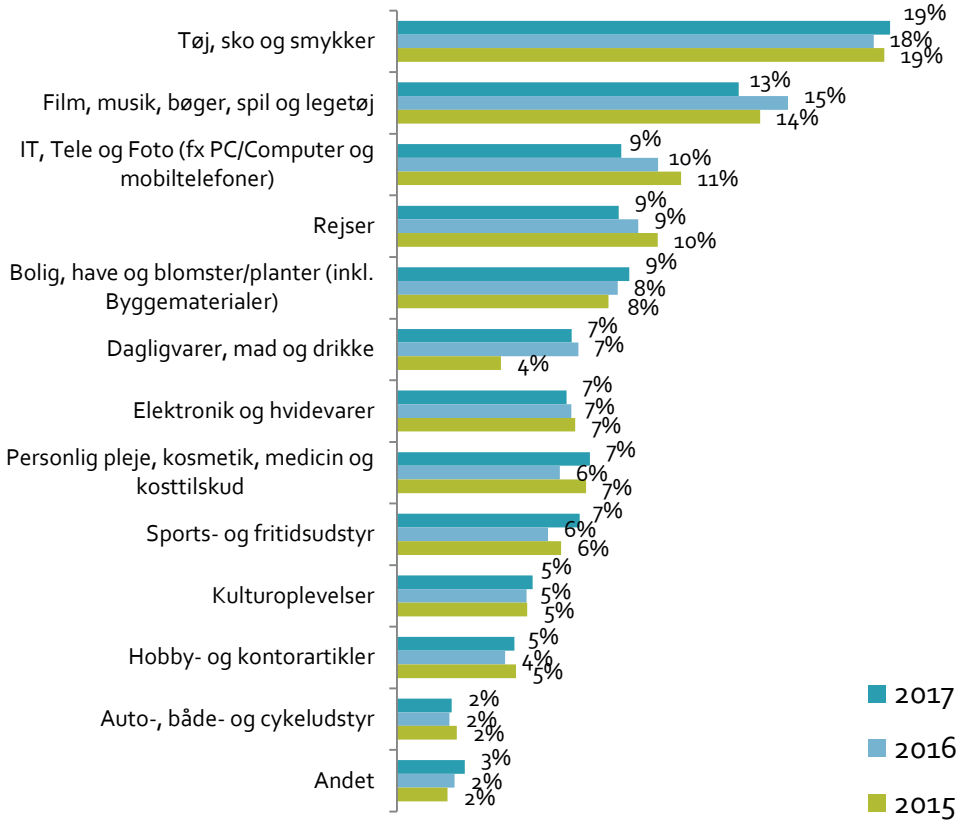
Copyright FDIH © 2018

Andel af handler pr. kategori pr. år

Tøj, Sko & Smykker er fortsat de oftest købte varer på internettet. Andelen er steget marginalt fra 2016 til 2017.

Siden 2016 er der sket en stigning i kategorierne *bolig, have og blomster, personlig pleje, kosmetik, medicin mm, sports- og fritidsudstyr, hobby- og kontorartikler*.

Tøj, Sko & Smykker er fortsat det mest købte på internettet og udgjorde i 2017 knap hver 5. handel.



2017 *14.576 besvarelser*

Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

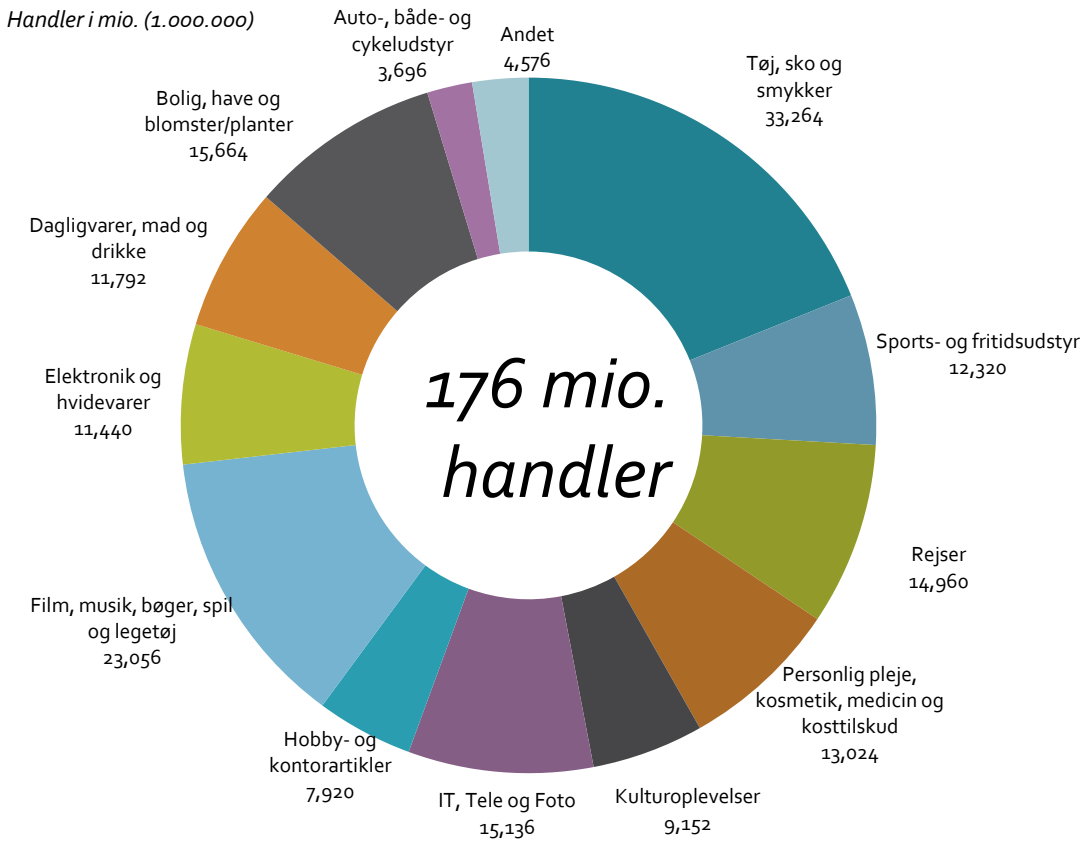
Antal handler pr. varekategori

Den største kategori, målt på antal handler, er *tøj, sko og smykker*, som havde 33,3 mio. handler i 2017.

Nummer 2 på listen er *Film, musik, bøger, spil og legetøj* med 23,1 mio. handler, mens *Bolig, have og blomster* er tredjestørst med 15,7 mio. handler.

Rejser er den største kategori i omsætning, men er med 15 mio. handler kun nummer 5 målt på antal køb.

Tøj, sko og smykker når over 33 mio. handler i 2017



14.576 besvarelser

Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?

Copyright FDIH © 2018

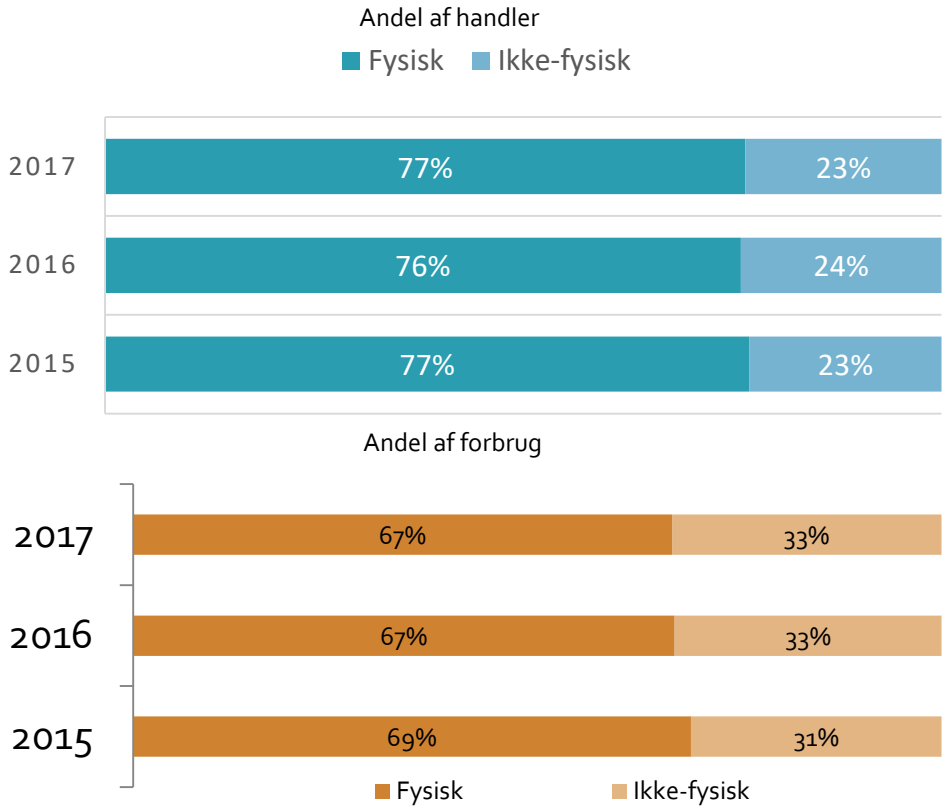
Fysiske vs. ikke fysiske varer

3 ud af 4 køb er fysiske varer. Fordelingen mellem fysiske og ikke-fysiske varer har kun ændret sig marginalt siden 2015 og 2016.

De ikke-fysiske varer, som rejser og koncertbilletter, har typisk en højere gennemsnitspris pr. handel.

Deres andel af forbruget målt i kroner og ører udgør derfor en større del (33%) end deres andel af handlerne (23%).

Andelen af fysiske varer solgt på nettet, udgjorde i 2017 77 % af samtlige handler.



2017 *14.576 besvarelser*

Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?
Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet?
Hvilken vare eller tjeneste købte du seest på nettet?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

Varer og priser

I gennemsnit blev der i 2017 brugt 956 kr. pr. handel, på tværs af alle varekategorier. Dette svarer til en stigning på 18 kr. pr. handel sammenlignet med 2016.

Rejser , kulturoplevelser, Auto-, både- og cykeludstyr samt *It, tele og foto* har oplevet de største stigninger i gennemsnitspriserne.

Omvendt er gennemsnitspriserne faldet mest for kategorierne *personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud* og *sports- og fritidsudstyr* samt *elektronik og hvidevarer*.

Gennemsnitsprisen pr. handel er steget fra 938 i 2016 til 956 kr. i 2017.

Alle tal er i kr.		2017	2016	Indeks
Dagligvarer, mad og drikke	Gennemsnit	545	537	101
	Median	500	477	105
Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud	Gennemsnit	445	508	88
	Median	395	441	90
Tøj, sko og smykker	Gennemsnit	632	641	99
	Median	500	520	96
Sports- og fritidsudstyr	Gennemsnit	625	672	93
	Median	500	565	88
Auto-, både- og cykeludstyr	Gennemsnit	1067	966	110
	Median	590	630	94
Hobby- og kontorartikler	Gennemsnit	404	408	99
	Median	328	313	105
Bolig, have og blomster	Gennemsnit	1065	961	111
	Median	599	587	102
Elektronik og hvidevarer	Gennemsnit	1122	1180	95
	Median	600	600	100
IT, tele og foto	Gennemsnit	971	884	110
	Median	400	343	117
Film, musik, bøger, spil og legetøj	Gennemsnit	300	291	103
	Median	250	241	104
Rejser	Gennemsnit	3937	3549	111
	Median	2245	2000	112
Kulturoplevelser	Gennemsnit	747	682	110
	Median	599	500	120
Andet og finansielle produkter	Gennemsnit	601	774	78
	Median	339	420	81

2017 14.576 besvarelser

Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?

Copyright FDIH © 2018

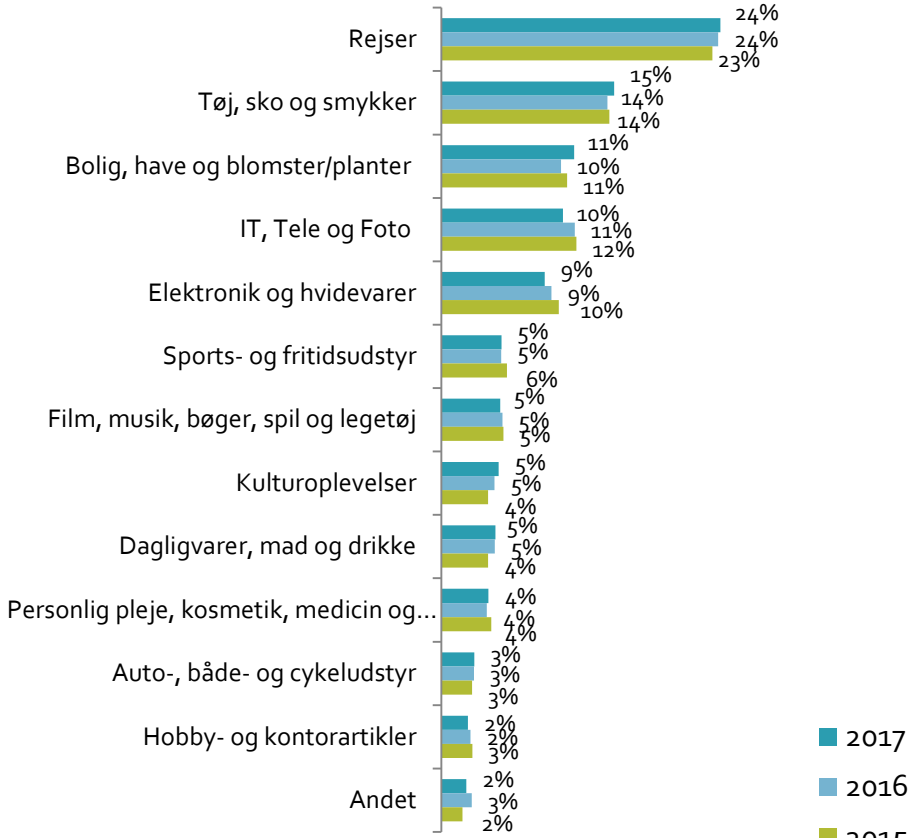
Andel af forbrug pr. varekategori

Rejser udgør fortsat den største andel af forbruget og er på samme niveau som i 2016. Næsten hver fjerde forbrugskrone på nettet bruges dermed på rejser.

Der er mindre fremgang for *tøj, sko og smykker* og *bolig, have og blomster/planter.*

Forskydningen på tværs af kategorierne er ret begrænset, og alle varegrupper får næsten lige stor glæde af den generelle vækst i e-handlen.

Rejser står for knapt hver fjerde krone (24%), som danskerne bruger på nethandel.



2017 14.576 besvarelser

Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?

FDIH e-handelsanalyse

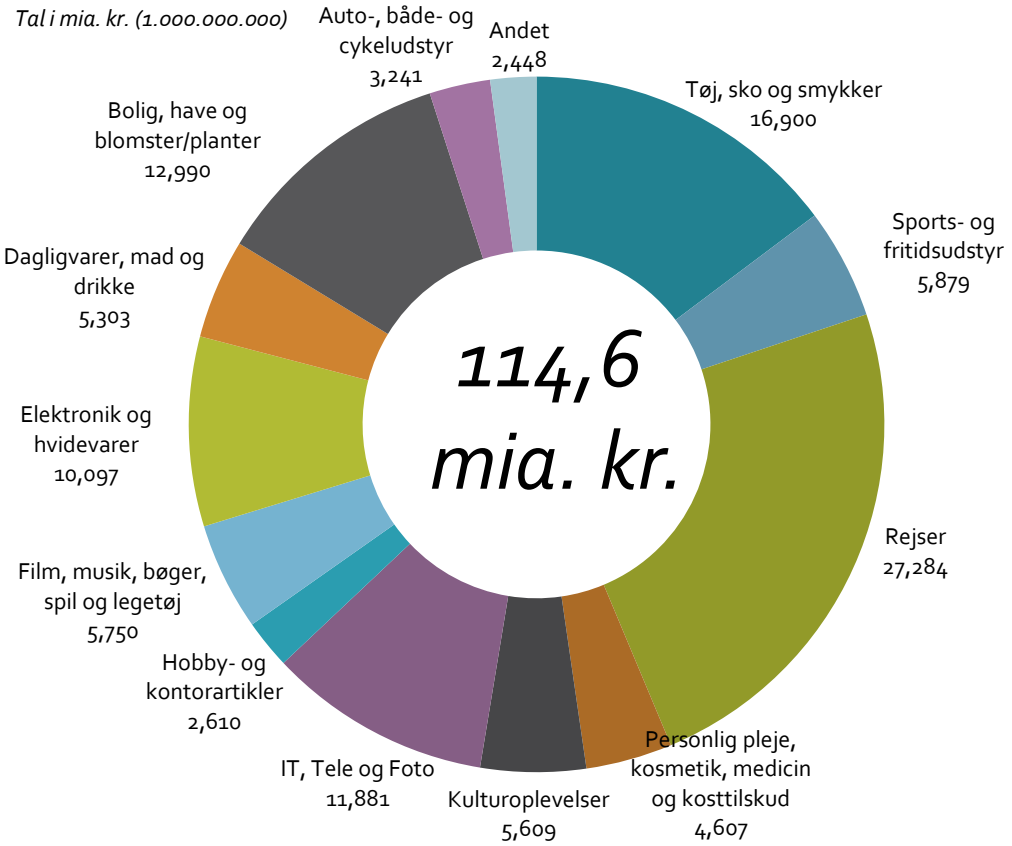
Copyright FDIH © 2018

Forbrug pr. varekategori 2017

2017 var også et godt år for dansk e-handel. Det samlede forbrug beregner vi til 114,6 mia. kr. svarende til en fremgang på 14% ift. 2016.

Største kategori er i 2017 igen *rejser*, med et onlinekøb på 23,8 mia. kr. *Tøj, Sko & Smykker* er næststørst med 16,9 mia. kr. nummer 2. Relativt vokser *bolig, have og blomster* planter mest, med 26%

Årets største kategori er rejser, hvor forbruget når op på 27,3 mia. kr. Nummer to er Tøj, Sko & Smykker, med et forbrug på 16,9 mia. kr.



14.576 besvarelser

Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

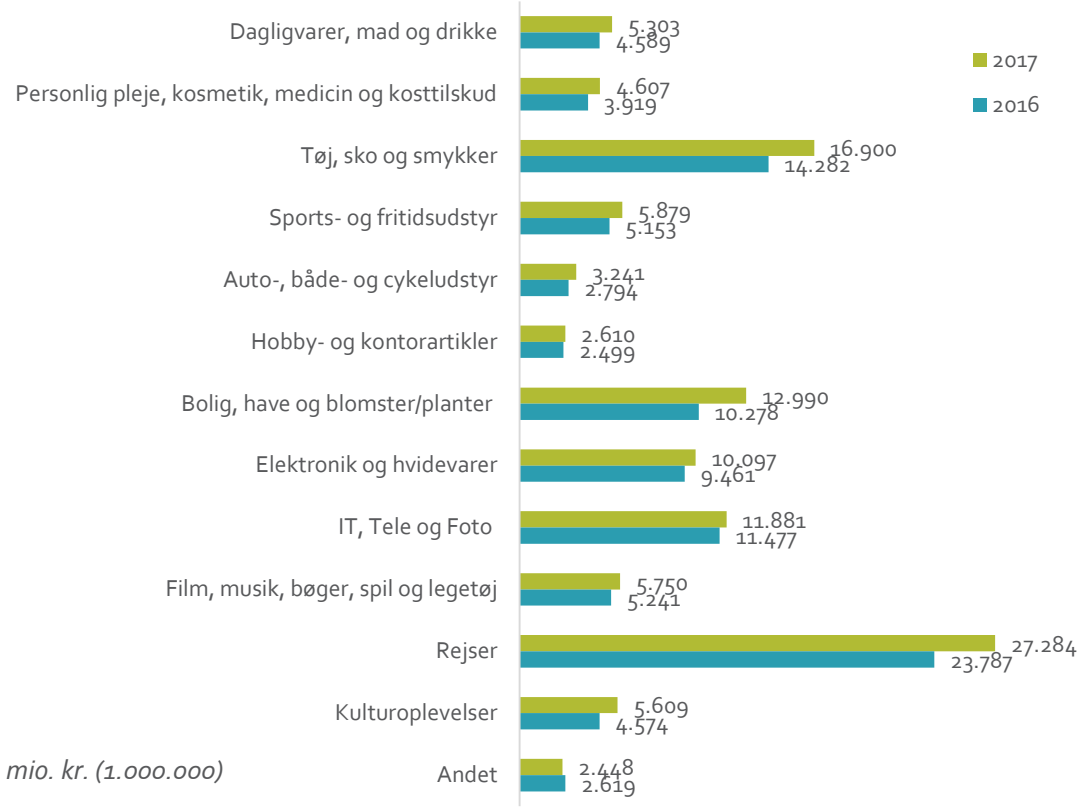
Udvikling i kategoriomsætning

I 2017 voksede e-handlen i Danmark med 13,9 mia. kr., svarende til en vækst på ca. 14 %.

Den største fremgang målt i kroner var i *Rejser*, med en stigning på 3,5 mia. kr.

Største relative fremgang var der for *bolig, have og* blomster/planter, der gik 2,7 mia. frem, svarende til en stigning på 26%.

E-handlen voksede med 13,9 mia. kr. fra 2016 til 2017 og alle kategorier gik frem i omsætning.



14.576 besvarelser

Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?

FDIH e-handelsanalyse

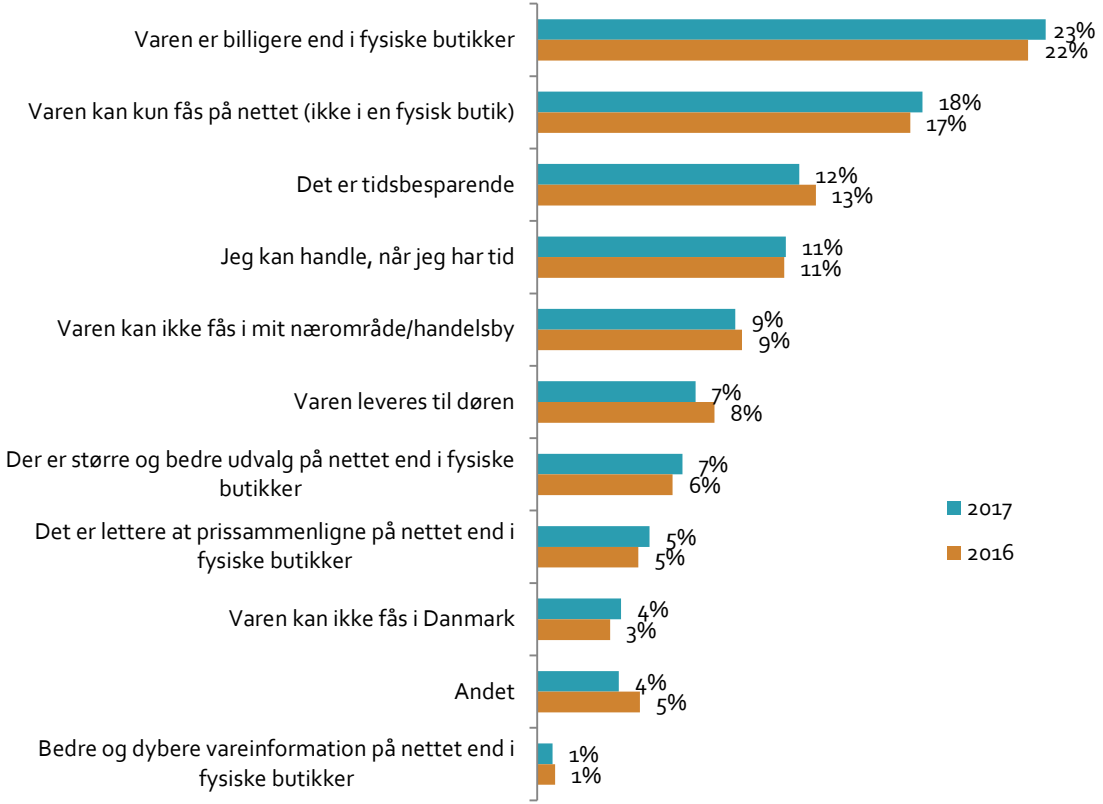
Copyright FDIH © 2018

Primære årsag til e-handel

Der er tre hovedårsager til at forbrugerne handler online:

1) **Udvalg** (i alt 38%) - fordi varen kun kan findes på nettet (18 %) eller udenfor nærområdet/Danmark (13%) eller at udvalget på nettet er større (7%)
2) **Bekvemmelighed** (i alt 30%) - fordi man sparer tid (12%), får tidsfleksibilitet (11%) og varen leveret til døren (7%)
3) **Pris** (i alt 28%) – fordi varen er billigere (23%) og priserne på nettet er lettere at sammenligne (5%)

Danskerne vælger i 2017, ligesom året før, nettet på grund af udvalg, bekvemmelighed og pris.



14.576 besvarelser

Hvad var den primære årsag til, at du valgte at købe denne vare/service på internettet?

postnord MobilePay Wilke

Copyright FDIH © 2018

Den primære årsag til at købe varierer fra kategori til kategori

	Auto-, både- og cykeludstyr	Bolig, have, blomster/ planter	Dagligvarer , mad og drikke	Elektronik og hvidevarer	Film, musik, bøger, spil og legetøj	Hobby- og kontor-artikler	IT, Tele og Foto	Kultur-oplevelser	Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud	Rejser	Sports- og fritidsudstyr	Tøj, sko og smykker
Varen er billigere end i fysiske butikker	39%	25%	12%	32%	22%	33%	27%	7%	40%	7%	32%	22%
Varen kan kun fås på nettet (dvs. ikke i en fysisk butik)	9%	13%	11%	9%	26%	11%	22%	35%	15%	27%	10%	13%
Det er tidsbesparende	8%	10%	18%	10%	12%	9%	10%	26%	8%	20%	8%	9%
Jeg kan handle, når jeg har tid	8%	10%	6%	11%	10%	7%	11%	17%	7%	15%	10%	16%
Varen kan ikke fås i mit nærområde/handelsby	7%	13%	5%	9%	7%	14%	7%	6%	8%	4%	13%	13%
Varen leveres til døren	6%	12%	35%	7%	4%	6%	5%	3%	4%	0%	8%	4%
Der er større og bedre udvalg på nettet end i fysisk butik	7%	6%	3%	6%	7%	8%	7%	1%	3%	4%	7%	12%
Det er lettere at prissammenligne på nettet end i fysisk butik	7%	5%	2%	11%	3%	4%	6%	1%	4%	15%	5%	4%
Varen kan ikke fås i Danmark	6%	2%	2%	2%	5%	6%	3%	1%	7%	3%	3%	4%
Andet	1%	4%	7%	3%	4%	2%	3%	3%	3%	4%	4%	4%
Bedre/dybere vareinformation på nettet end i fysisk butik	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%

Grønne årsager over norm, orange årsager under norm

14.576 besvarelser

Hvad var den primære årsag til, at du valgte at købe denne vare/service på internettet?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

De 20 oftest brugte netbutikker

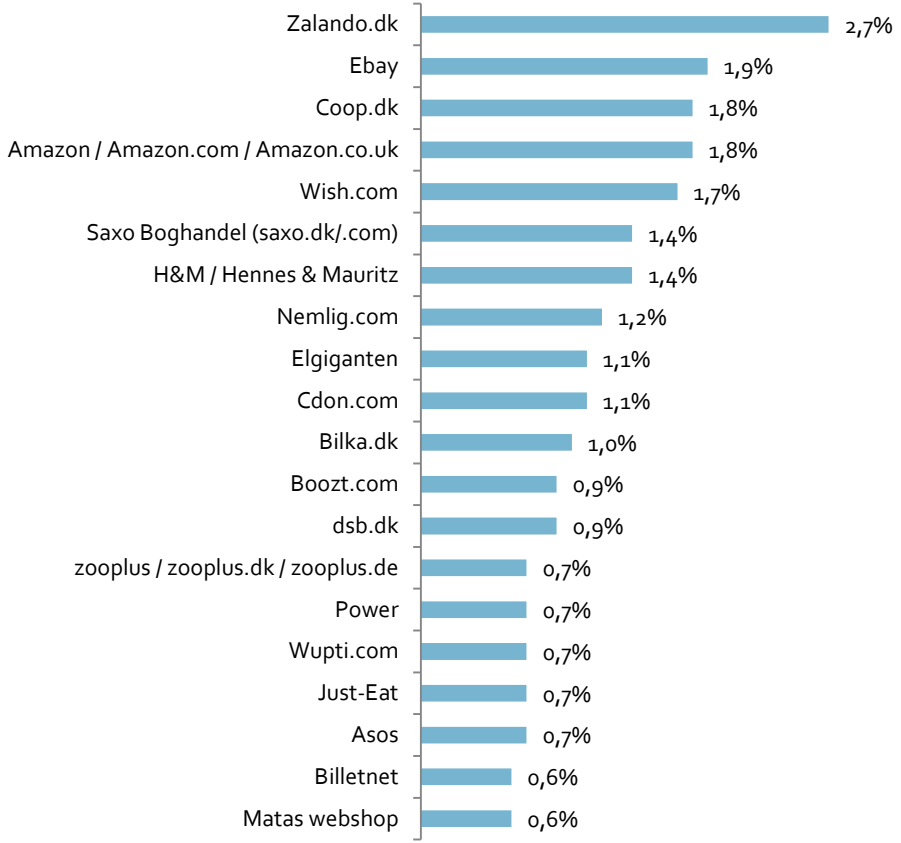
Zalando kommer styrket ud af 2017 og står for 2,7% af handlerne. Ebay rykker to pladser frem og står for 1,9%.

Årets højdespringer er Wish.com, der rykker fra sidste års 14. plads til en 5. plads i år.

Coop.dk har også oplevet fremgang mens tyske Zooplus er ny på listen.

Top 10 netbutikker styrker deres andel af handlerne. I 2017 sidder de på 16,1% af det samlede antal handler, og det er godt 1% mere end i 2016 (14,8%) og 2% mere end i 2015. (13,7%).

Årets højdespringer er Wish.com som rykker fra sidste års 14. plads til en 5. plads.



2017 *14.576 besvarelser* *Hvad hed netbutikken du senest handlede i?*

postnord MobilePay Wilke

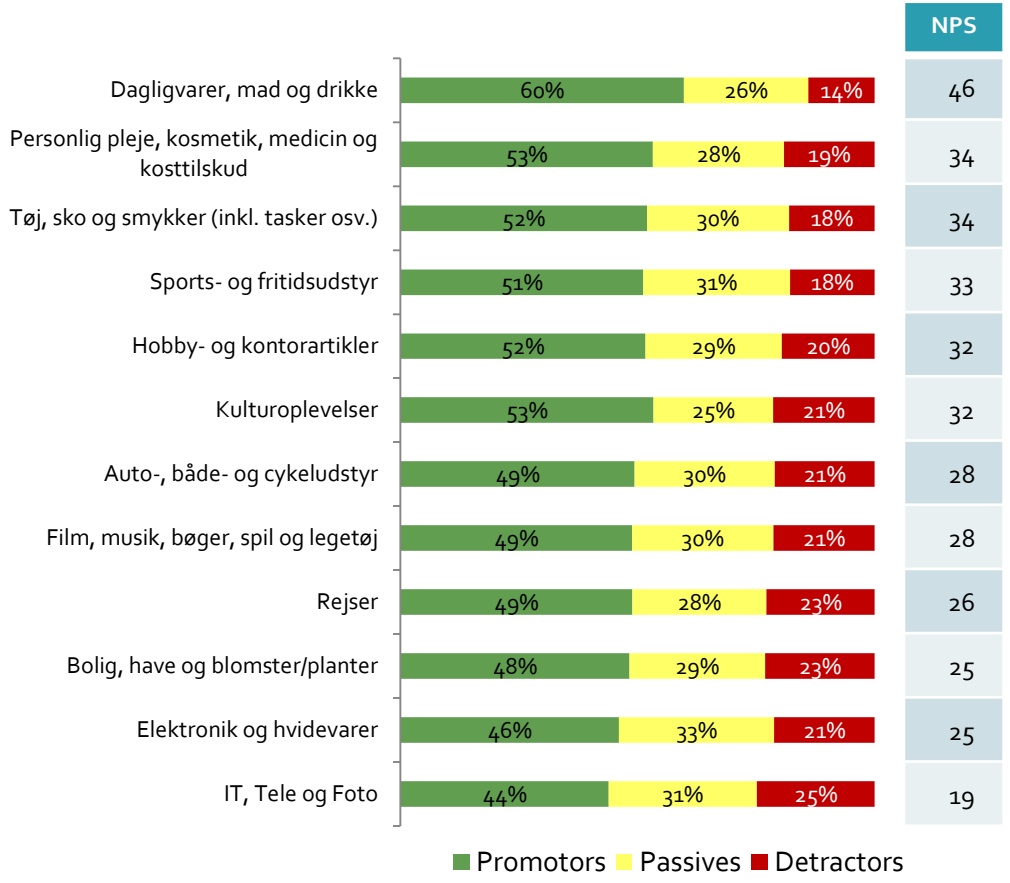
Copyright FDIH © 2018

Kundetilfredshed

Danskerne er generelt godt tilfredse med deres seneste handel.

Dagligvarer, mad og drikke klarer sig som kategori bedst, når spørgsmålet er, om kunden vil anbefale virksomheden.

Størst kundetilfredshed er der forbundet med onlinekøb af dagligvarer, mad og drikke, mens Elektronik/hvidevarer og IT/Tele har svært ved at skabe en anbefalelsesværdig oplevelse.



2017 *14.576 besvarelser* *Hvor sandsynligt er det, at du ville anbefale denne virksomhed til familie, venner eller kollegaer?*

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

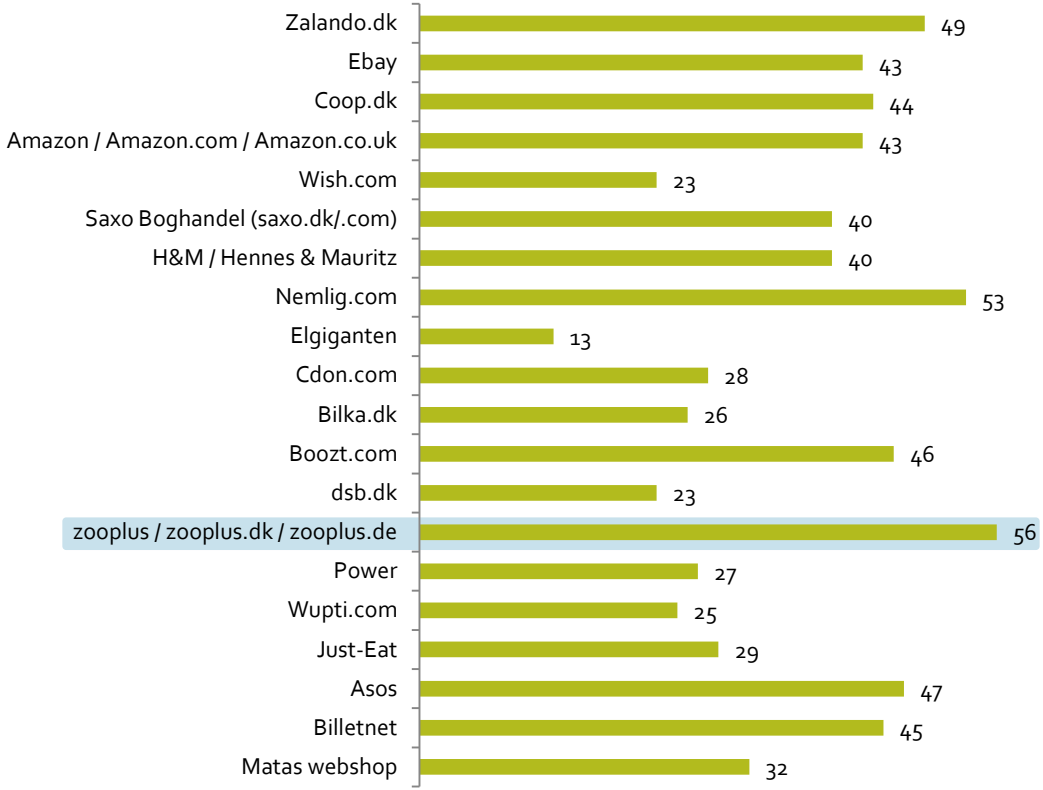
NPS score for top 20 netbutikker

Zooplus er den butik, som flest vil anbefale og formentlig årsagen til at de er på listen over de mest anvendte netbutikker.

Nemlig.com er trods et fald i NPS ift. 2016 stadig på andenpladsen, efterfulgt af Zalando, Asos og Boozt.com.

Derudover er der en klar tendens til at de fleste netbutikker i top 20 har forbedret deres NPS siden sidste år.

Zooplus er den netbutik i top 20, der har den højeste NPS (56)



2017 *14.576 besvarelser*

Hvad hed netbutikken du senest handlede i?
Hvor sandsynligt er det, at du ville anbefale denne virksomhed til familie, venner eller kollegaer?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

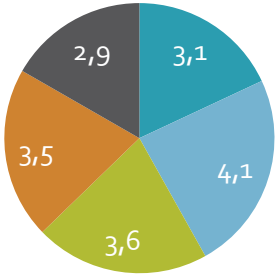
Snapshot af forbrugerne

Børnefamilierne har også i 2017 den højeste handelshyppighed; men de ældre generationer bruger til gengæld flest penge pr. handel.

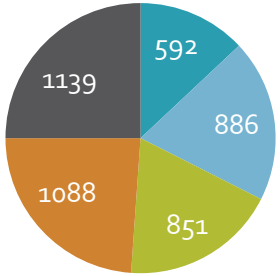
De unge har den klart mindste andel af både handler og forbrug og samtidig den laveste villighed til at anbefale netbutikken til andre.

De ældste segmenter har størst forbrug og er mest tilbøjelige til at anbefale netbutikken til andre.

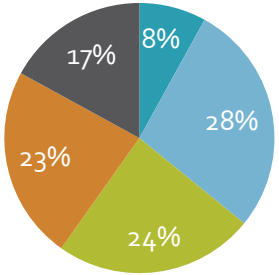
Handelshyppighed



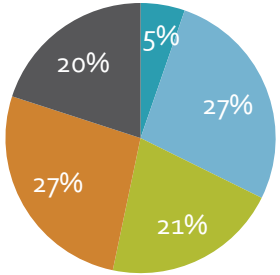
Gennemsnitlig forbrug



Andel af handler

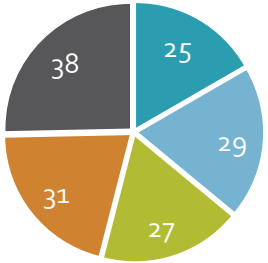


Andel af forbrug



- De unge (18-25 År)
- Børnefamilier (Voksne med hjemmeboende børn - 26 -50 År)
- Singler og par (Voksne uden hjemmeboende børn - 26-50 År)
- De midaldrende (51 - 64 År)
- Pensionister (65+ År)

NPS



FDIH e-handelsanalyse

postnord MobilePay Wilke

Copyright FDIH © 2018

Befolkningsgruppernes køb

Forbrugsmønsteret er vidt forskelligt i befolkningsgrupperne, hvor især de ældste og de yngste stikker af i hver sin retning:

De unge bruger relativt mange penge på *tøj, sko & smykker*, *personlig pleje/kosmetik* og digital underholdning: *film, musik, bøger, spil og legetøj.*

Pensionisterne lægger i modsætning til de unge deres forbrug på *rejser, bolig/have, dagligvarer, hobby/kontorartikler, samt elektronik.*

De tre resterende grupper har ikke samme "udsving".

Store forskelle i forbrugsmønster efter alder

	De unge (18-25 år)	Børne-familier	Singler og par	Midaldrende	Pensio-nister (65+)
Tøj, sko og smykker	27,9%	25,5%	18,5%	15,9%	11,3%
Sports- og fritidsudstyr	6,0%	8,2%	7,5%	7,3%	4,9%
Rejser	4,5%	5,8%	7,2%	10,8%	12,2%
Pleje, kosmetik, medicin, kosttilskud	9,0%	6,2%	8,3%	7,2%	7,2%
Kulturoplevelser	4,0%	4,0%	4,5%	6,5%	6,5%
IT, Tele og Foto	7,0%	8,2%	9,8%	7,8%	9,3%
Hobby- og kontorartikler	2,6%	3,1%	4,1%	5,2%	6,4%
Film, musik, bøger, spil og legetøj	17,2%	12,8%	16,3%	10,7%	10,3%
Elektronik og hvidevarer	4,4%	6,0%	5,7%	6,9%	8,4%
Dagligvarer, mad og drikke	6,4%	6,7%	7,1%	6,3%	7,0%
Bolig, have og blomster/planter	6,5%	7,7%	7,2%	10,3%	11,9%
Auto-, både- og cykeludstyr	1,4%	2,8%	1,6%	2,4%	1,9%

2017 *14.576 besvarelser* *Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?*

Copyright FDIH © 2018

Tracking-app

Så ved du altid hvad din pakke laver

Med PostNords Tracking-app kan du få automatisk besked om dine pakker helt uden, at du behøver indtaste trackingnummeret.

Du kan også vælge at få løbende besked på din telefon, når der er en opdatering om din pakke. Så ved du altid, om pakken er leveret hjem til dig, eller om den er klar til afhentning. Appen giver dig en rutevejledning til udleveringsstedet med oplysning om åbningstider.

Nemmere bliver det ikke.

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

Tracking-appen hentes i App Store og Google Play.

postnord

E-HANDEL I UDLANDET

Danskernes e-handel i udlandet

Copyright FDIH © 2018

33% af handlerne på nettet i 2017 (32% i '16 og 31% i '15) var i en udenlandsk netbutik

Danmark	67%
England	5%
Tyskland	5%
Sverige	4%
USA	3%
Norge	1%
Kina	3%
Frankrig	0%
Andet land	2%
Ved ikke	11%

14.986 besvarelser

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

Copyright FDIH © 2018

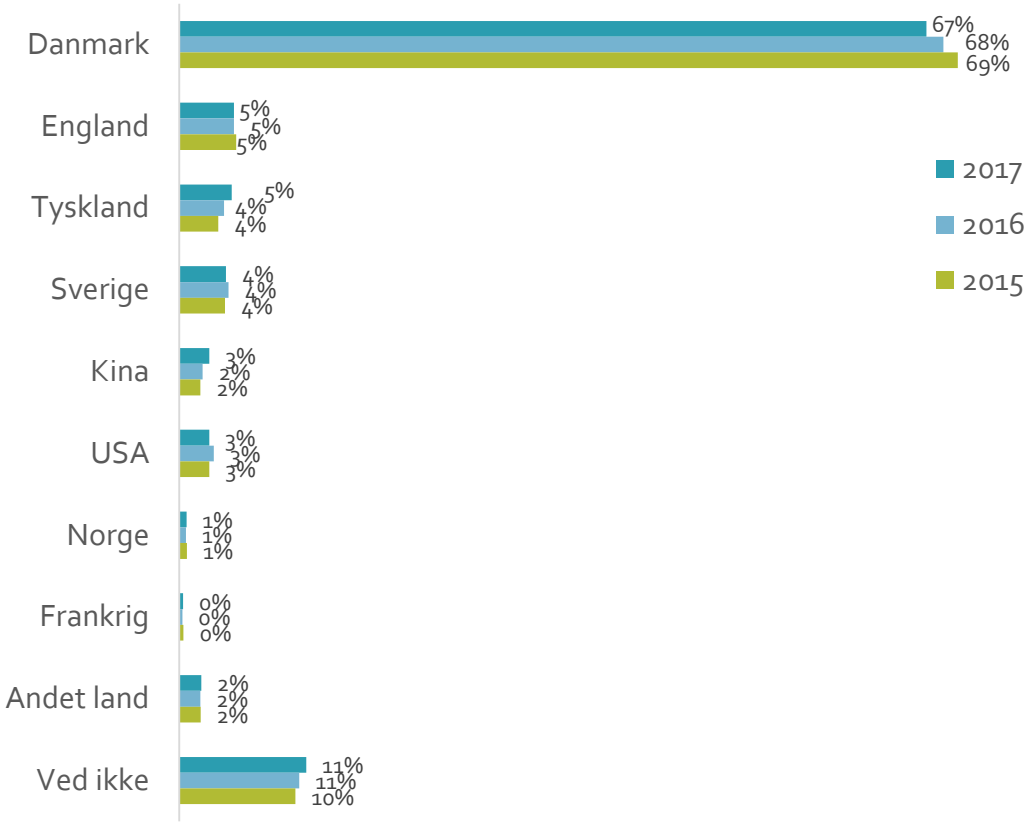
E-handel i udlandet – antal handler

Danskernes ser stadig oftere mod udlandet, når de handler på nettet. Dermed vokser forbruget i udlandet hurtigere end det danske.

11 % af danskerne er i tvivl om netbutikkens oprindelsesland, hvor dansksprogede versioner af udenlandske webshops kan skabe tvivl hos forbrugerne.

Tyskland og Kina har især vundet frem i 2017.

Hver tredje køb på nettet i 2017 skete i en udenlandsk netbutik



14. 982 besvarelser

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

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

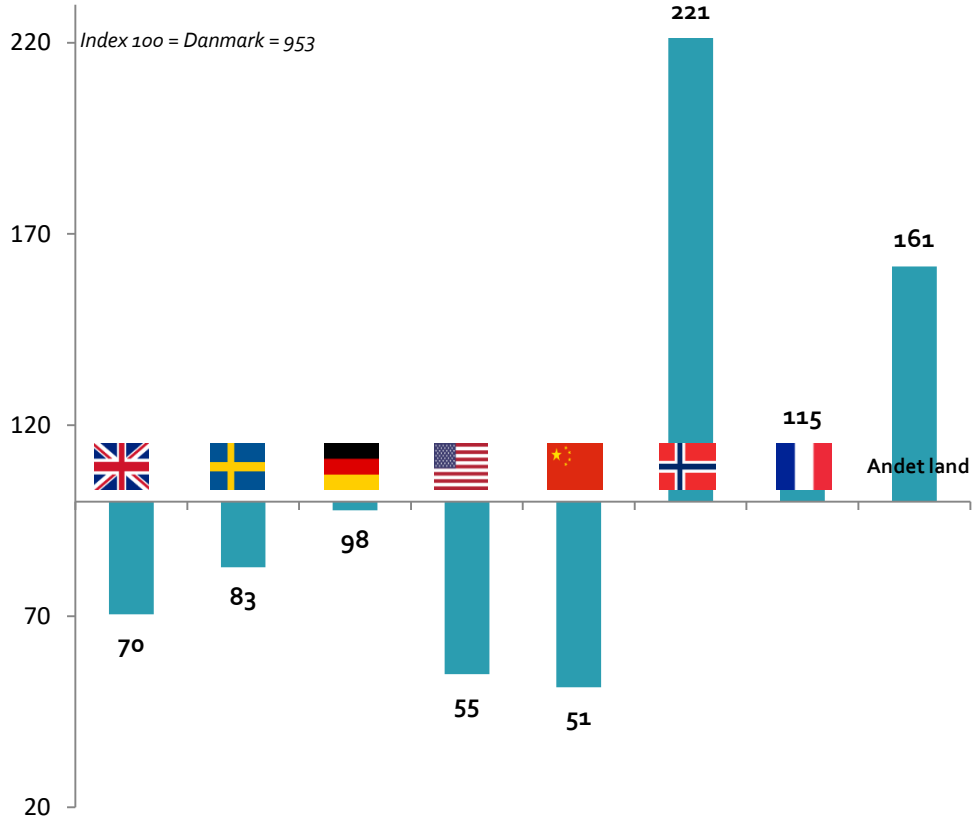
Ordreværdi pr. handel

Figuren viser gennemsnitværdien af en handel i en udenlandsk netbutik ift. en handel i en dansk netbutik.

Ligesom i 2016 er Norge det land, hvor danskerne gennemfører handler med den højeste gennemsnitsværdi. Prisen pr. handel i Norge er over dobbelt så høj som i Danmark.

Kina er derimod det land, som har den laveste gennemsnitsværdi, som kun svarer til 51% af gennemsnitsværdien i en dansk netbutik.

Ordreværdien pr. handel i Norge er mere end dobbelt så høj som i Danmark mens den i Tyskland svarer til værdien i danske netbutikker.



2017 11.752 besvarelser

I hvilket land hører internetbutikken, som du senest har handlet i, hjemme?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. Afgifter?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

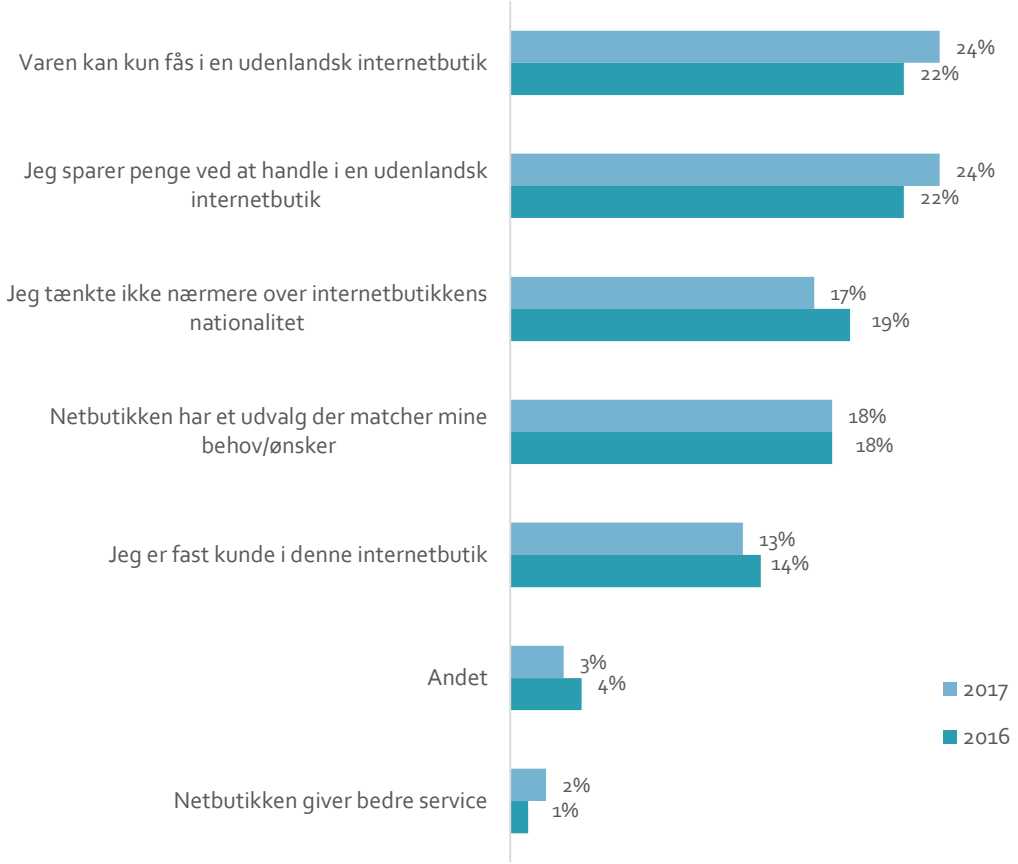
Årsager til handel i udlandet

Det er i høj grad udvalg – og sekundært pris, der trækker forbrugerne til de udenlandske netbutikker.

Besparelse fremhæves af 24% og 13% handler rutinemæssigt i netbutikken som fast kunde.

24% køber varer, der ikke forhandles i Danmark og 18% oplever, at netbutikkens udvalg i høj grad passer til egne behov.

Danskerne falder for et bedre vareudbud og lavere priser, når de handler i udlandet



2.983 besvarelser

I hvilket land hører internetbutikken, som du senest har handlet i, hjemme?
Hvad er den primære årsag til at du valgte at handle i en udenlandsk internetbutik?

FDIH e-handelsanalyse

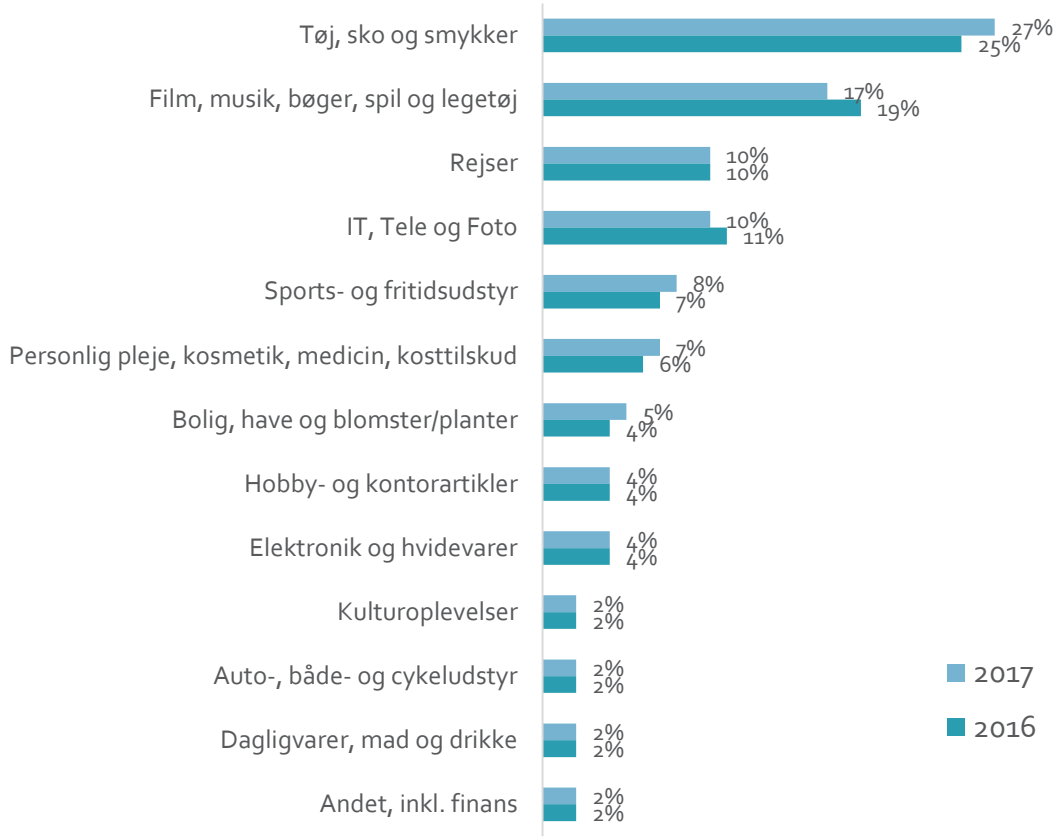
Copyright FDIH © 2018

Samlet udlandshandel: Hvilke kategorier købes

Tøj, sko & smykker sætter igen rekord som de varer danskerne oftest køber i udlandet. Varegruppen stod for mere end hver 4. handel i udlandet, lidt mere end i 2016.

Generelt vokser køb i udlandet i samme takt på tværs af kategorierne. Derfor forbliver fordelingen af handlerne forskellig fra den danske handel.

Tøj, sko & smykker er den kategori, der oftest købes uden for Danmark og den udgør godt hver 4. handel (27%) i udlandet.



4.782 besvarelser

Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvilket land hører internetbutikken, som du senest har handlet i, hjemme?

Copyright FDIH © 2018

Udlandshandler/-konkurrence pr. kategori

To kategorier er særligt konkurrenceudsatte fra udlandet:

- *Tøj, sko & smykker.* Her er det særligt Sverige, England og Tyskland trækker; særligt for dame-/herretøj samt sko.
- *Film, musik, bøger, spil og legetøj,* hvor England og Sverige igen er de store konkurrenter; mens digitale køb in-app samt streaming og downloads især går til USA.

Knapt halvdelen (46%) af samtlige handler i Tøj, sko & smykker samt Film, musik, bøger spil og legetøj (44%) sker i udlandet

Andel køb foretaget *udenfor* Danmark

4.782 besvarelser

Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvilket land hører internetbutikken, som du senest har handlet i, hjemme?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

Forbrug pr. kategori i udlandet

I nogle varegrupper ser vi større udsving for gennemsnitsprisen for køb i udlandet kontra Danmark.

Danskerne bruger (lidt) flere penge på *dagligvarer, mad og drikke, hobby- og kontorartikler, bolig, have og blomster, Elektronik & hvidevarer, IT, tele & foto* samt *Film, musik, bøger, spil & legetøj og rejser* i danske butikker end i udlandet.

Indenfor elektronik & hvidevarer bruger danskerne 42% flere penge pr. køb i Danmark end i udlandet og 18% flere penge på rejser.

	Danmark kr.	Udlandet kr.
Dagligvarer, mad og drikke	554	541
Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud	443	462
Tøj, sko og smykker	625	655
Sports- og fritidsudstyr	596	698
Auto-, både- og cykeludstyr	1026	1078
Hobby- og kontorartikler	411	382
Bolig, have og blomster	1089	944
Elektronik og hvidevarer	1208	701
IT, tele og foto	1060	851
Film, musik, bøger, spil og legetøj	322	287
Rejser	4049	3314
Kulturoplevelser	732	910
Andet og finansielle produkter	606	595

2017 *14.576 besvarelser*

Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?
Var det første gang du handlede i denne internetbutik?

Copyright FDIH © 2018

MobilePay
Altid lige
ved hånden
når du shopper

BETALING, LEVERING OG RETURNERING

Danskernes foretrukne betalingsmiddel, leveringsform samt returrate ved e-handel

postnord MobilePay Wilke

Copyright FDIH © 2018

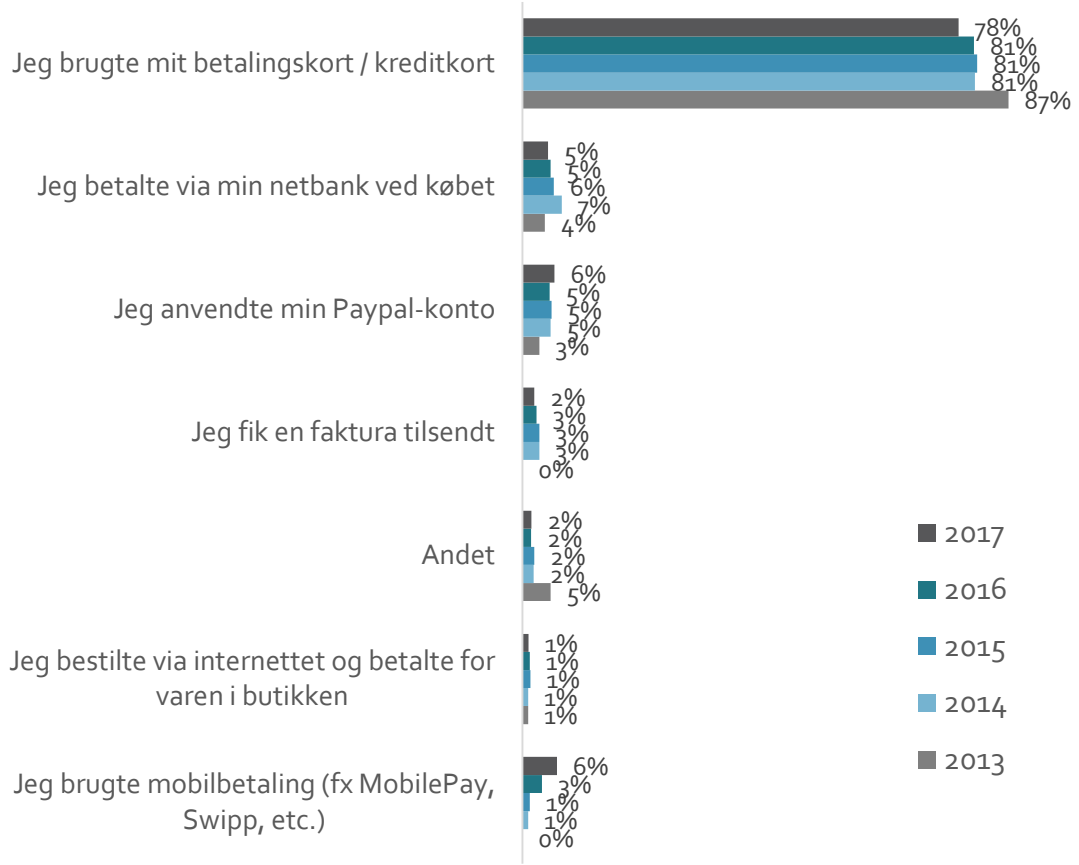
Betalingsmidler på nettet

Udviklingen i betalingsmidler over de seneste 5 år sker gradvist, men nye regler og nye muligheder får stadig større betydning.

Betaling med betalingskort er under pres og taber særligt til mobilbetalinger (uanset at de indtil videre ofte rent teknisk er kortbetalinger).

PayPal vokser fortsat nogenlunde i takt med markedet og den stigende udlandshandel, mens betaling via netbank har en vigende tendens.

Mobilbetalinger øger sin andel i e-handlen, fra 0 % i 2013 til 6% i 2017



14.576 besvarelser *Hvordan betalte du for dit seneste køb på internettet?*

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

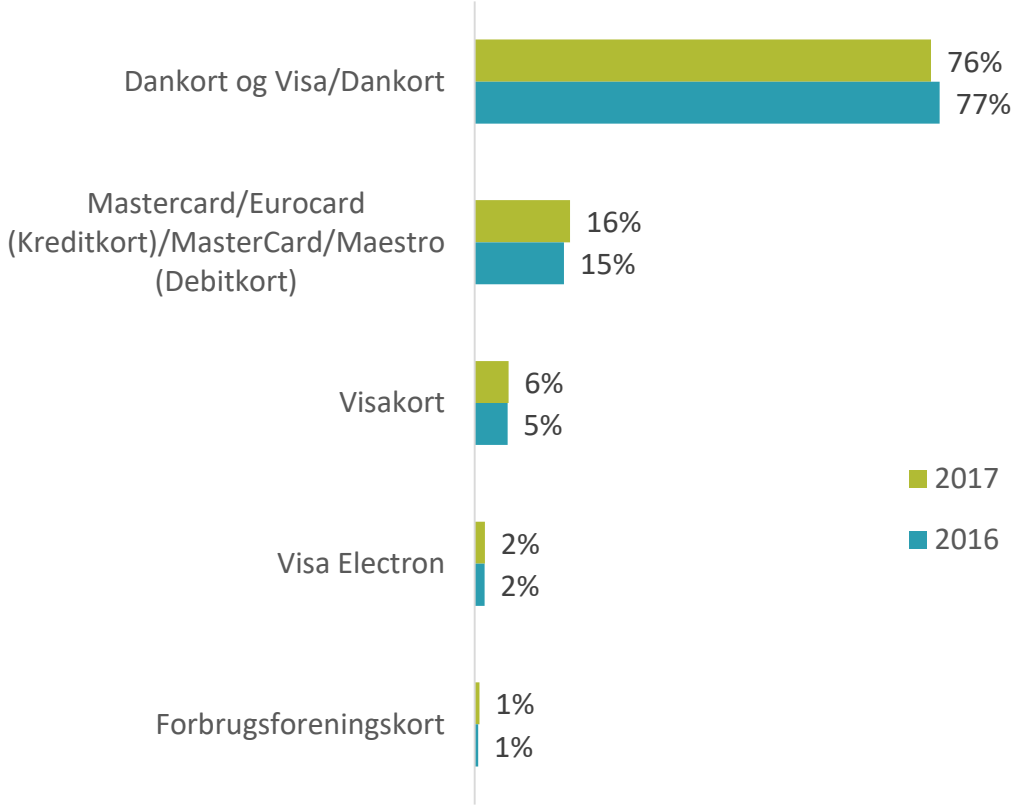
Typer af betalingskort

Dankortet er fortsat danskernes foretrukne betalingsmiddel på nettet.

Betalingskort står for 78 % af alle e-handelsbetalinger i 2017, og heraf udgør Dankort godt 3 ud af 4 betalinger (75,5%),

Det betyder, at 59% af alle danskernes køb på nettet betales med et Dankort.

Knap 6 ud af 10 af danskernes betalinger på nettet sker med et Dankort.



12.109 besvarelser

Hvilket betalings- eller kreditkort anvendte du?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

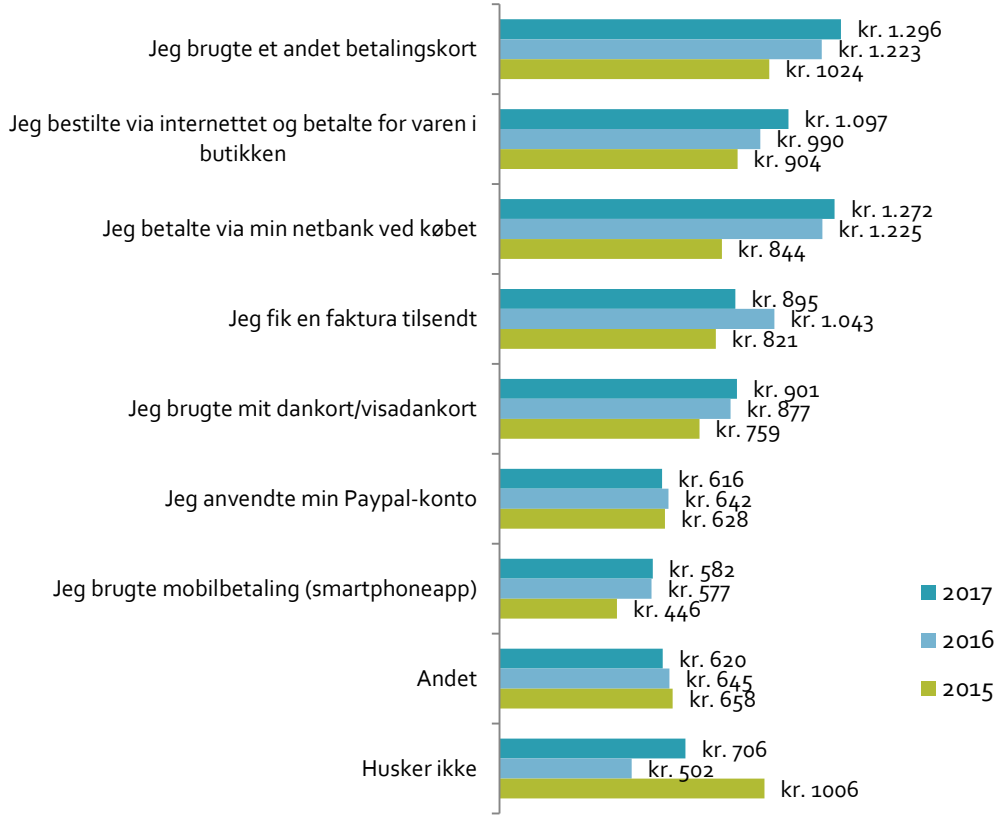
Forbrug pr. betalingsmiddel

Mens andelen af netbankbetalinger er faldende, anvendes betalingsformen oftest ved relativt dyre onlinekøb.

Værdien af gennemsnitskøbet også steget for andre betalingskort, dankort og betaling i butikken.

Forbruget via faktura er til gengæld faldet markant siden 2016, mens mobilbetalinger i gennemsnit står for de mindste beløb.

Et gennemsnitskøb med "betaling via netbank" er mere end dobbelt så stort som køb med "mobilbetaling" i 2017.



2017 14.576 besvarelser

Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?
Hvordan betalte du for dit seneste køb på internettet?

Copyright FDIH © 2018

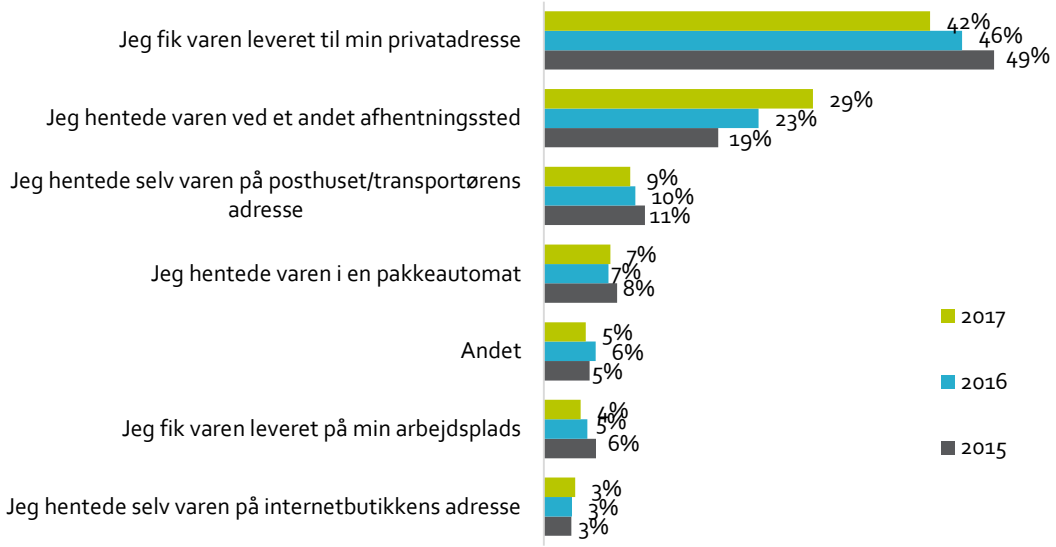
Leveringsmetode

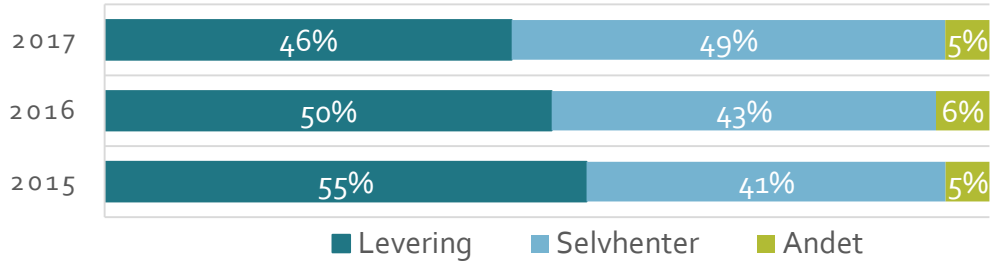
"Selvhenter" koncepterne vokser fortsat og er nu større som leveringsform end levering til hjem eller arbejde.

Samlet udgør "andet afhentningssted (29%), "hentede på posthus (9%)","automat (7%)" og "hentede i netbutikken (3%)" i alt 49% af leveringerne.

Den største leveringsform er dog levering til privatadressen med 44% af alle udbringninger; men andelen falder støt.

"Selvhenter" levering vinder frem og forbrugerne henter nu flere varer, end de får leveret.





12.751 besvarelser

Hvordan blev varen leveret?

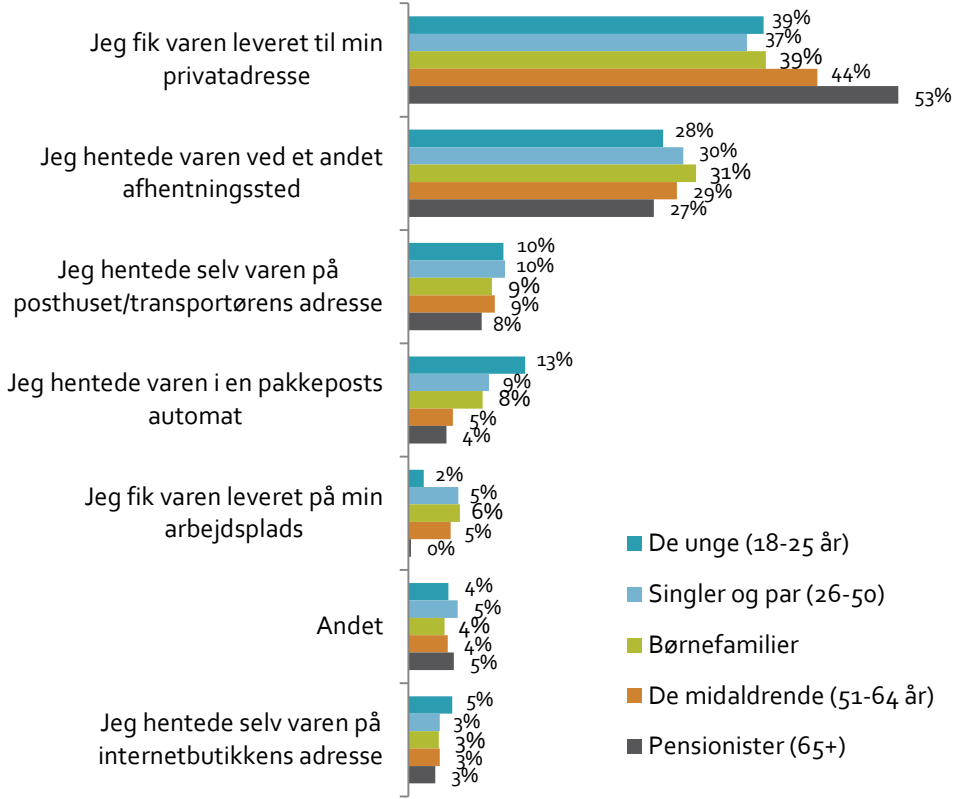
Copyright FDIH © 2018

Leveringsmetode og befolkningsgrupper

Levering til privatadressen har fortsat godt fat i de ældste forbrugere. Blandt pensionisterne bliver mere end halvdelen af de fysiske køb leveret på privatadressen.

De unge er særligt glade for at hente varer i pakkepostautomater og samlet får de kun 41% af købene leveret.

Over halvdelen (56%) af de unge benytter sig af "selvhenter"-koncepter



10.447 besvarelser *Hvordan blev varen leveret?* (Excl. husker ikke & ikke modtaget varen endnu)

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

Returnering pr. befolkningsgruppe

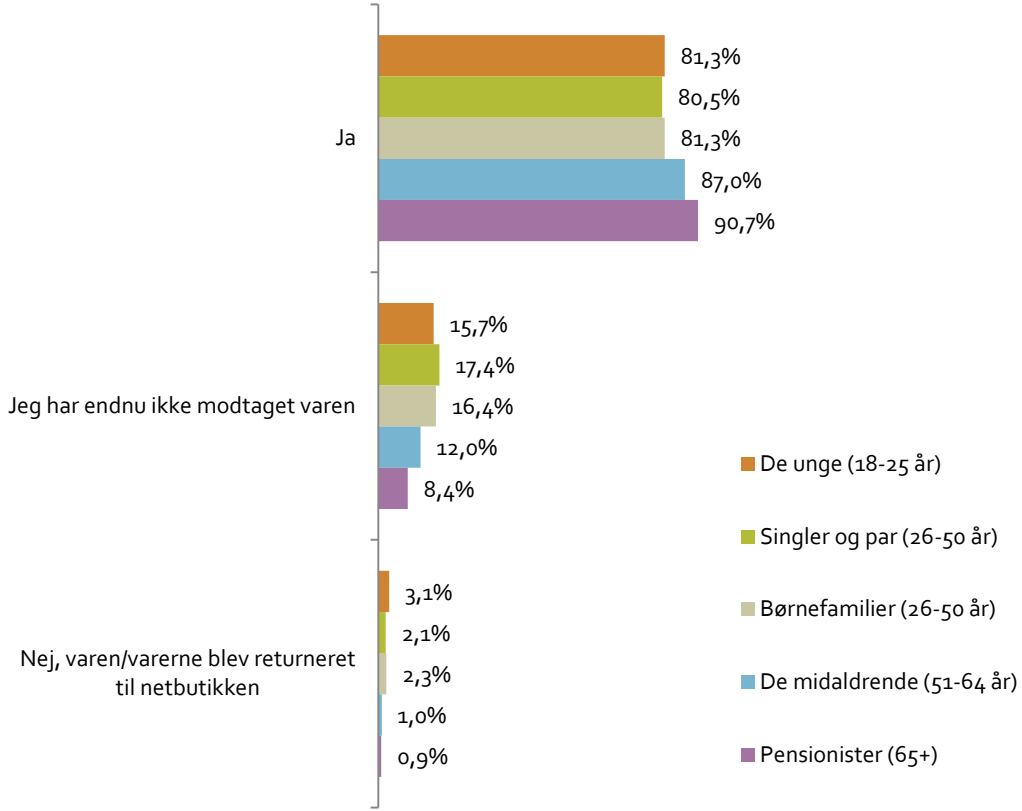
Returraten er ganske lav for varer købt på nettet. Når der ses på de pakker, der er leveret, er der en gennemsnitlig returrate på 2,1%.

Der er en sammenhæng mellem alder, varetype og returraten.

Jo yngre internetkunden er, des større er sandsynligheden for fortrydelse og returnering.

Det skal dog også ses i sammenhæng med de varegrupper, som købes i befolkningsgrupperne.

Internethandel i Danmark har en gennemsnitlig returrate på 2,1%



14.576 besvarelser *Beholdte du varen/varerne du købte?*

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

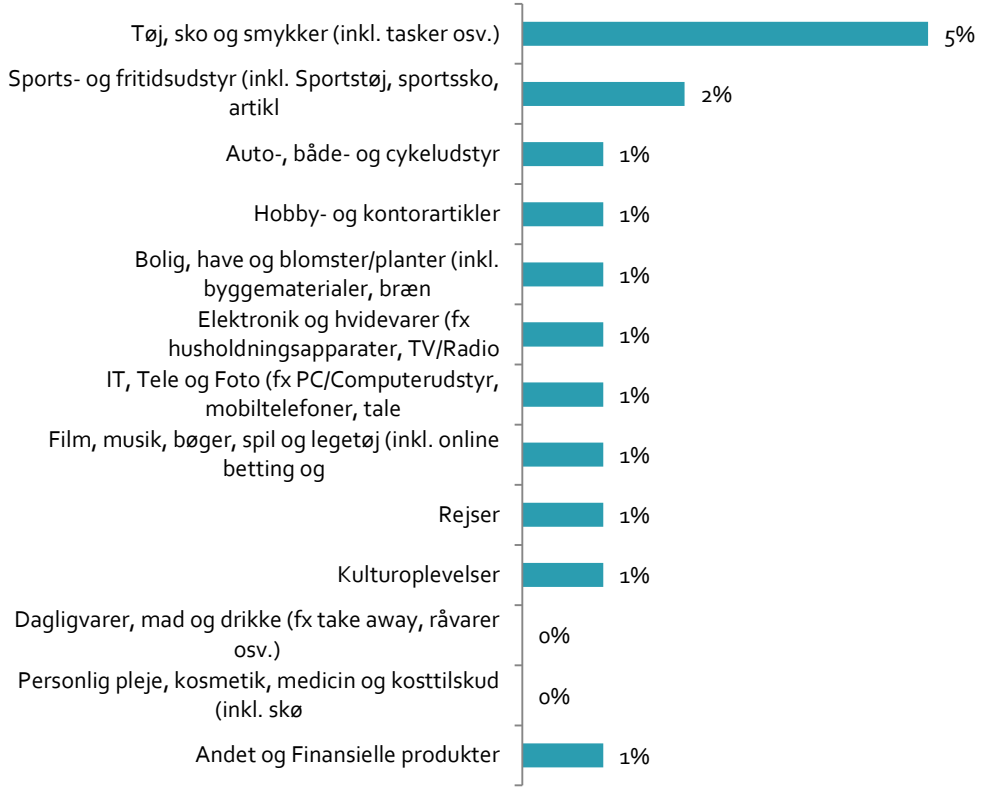
Returneringer pr. varegruppe

Returraterne er fortsat på et lavt niveau generelt. Det er forholdsvis sjældent, at forbrugerne har fået en forkert vare i kurven.

Tøj, sko & smykker har den højeste returrate på 5 %, og sports- og fritidsudstyr har den næsthøjeste retur rate på 2%.

Returraten er stort set 0% for varekategorierne *dagligvarer, mad og drikke* og *personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud*.

Tøj, sko og smykker har den højeste returrate (5%).



2017 | *14.576 besvarelser* | *Beholdte du varen/varerne du købte? Hvilken vare eller tjeneste købte du seest på nettet?*

Copyright FDIH © 2018

Modtagerflex
Få din pakke hjemme, selvom du er ude
Læs mere på postnord.dk/modtagerflex
postnord

VEJEN TIL KØB

Kontakt med netbutikkerne, impulskøb, online og offline adfærd, førstegangskøb og genkøb

postnord MobilePay Wilke

Copyright FDIH © 2018

Offline og online adfærd

Rejser er både det mest populære køb og den mest populære søgning på internettet.

I forhold til både køb og søgning online, så ligger *kulturoplevelser* på andenpladsen. *Dagligvarer, mad og drikke* er til gengæld mest populær offline, både når det kommer til søgning og køb.

Der er størst gab mellem søgning og køb i *Elektronik & hvidevarer*, hvor 66% søger informationerne online før køb, mens købet online (målt på oplevede handler) er på 48%.

Der er stort potentiale for øget online køb i flere kategorier, hvor søgning online er højere end køb online.

	Søgning		køb		Potentiale
	Offline	Online	Offline	Online	Online
Dagligvarer, mad og drikke	79%	13%	92%	5%	8%
Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud	58%	29%	75%	19%	10%
Tøj, sko og smykker	56%	37%	69%	28%	9%
Sports- og fritidsudstyr	46%	38%	59%	27%	11%
Auto-, både- og cykeludstyr	36%	34%	55%	19%	15%
Hobby- og kontorartikler	41%	40%	56%	29%	11%
Bolig, have og blomster	60%	25%	78%	11%	14%
Elektronik og hvidevarer	28%	66%	46%	48%	18%
IT, tele og foto	26%	64%	40%	51%	13%
Film, musik, bøger, spil og legetøj	30%	59%	40%	50%	9%
Rejser	9%	80%	11%	79%	1%
Kulturoplevelser	15%	72%	22%	64%	8%

2017 *14.576 besvarelser*

Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvordan plejer du at søge inspiration til køb af nedenstående varetyper?
Hvor plejer du at købe nedenstående varetyper?

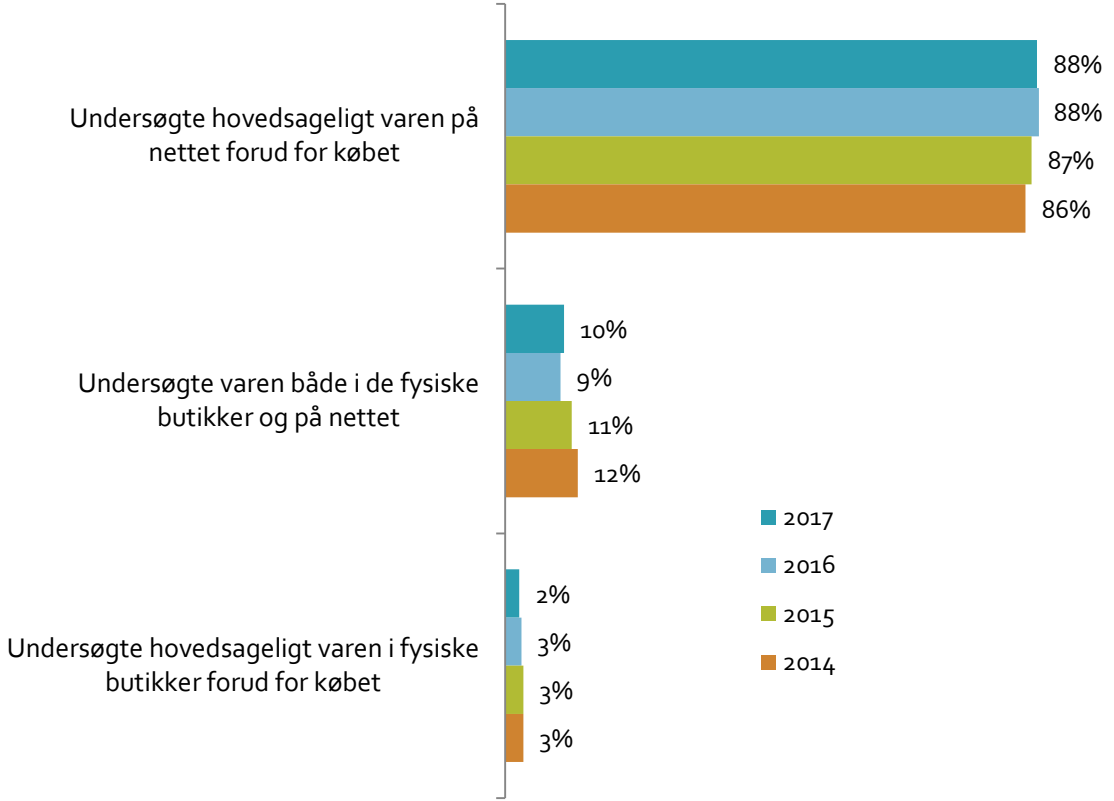
Copyright FDIH © 2018

Købsforløb på nettet

At de fleste (88 %) undersøger varen på nettet, før køb online, er ikke overraskende. Men myten om, at danskerne i stor stil tester og prøver varen i en fysisk butik før køb i en netbutik, holder ikke.

Det er kun 2%, som hovedsageligt har undersøgt varen i en fysisk butik, og efterfølgende vælger at købe varen online.

98 % af danskerne bruger nettet, før de træffer beslutning om køb online. Kun 2% tjekker i en fysisk butik og køber efterfølgende varen på nettet.



14.576 besvarelser

Hvordan var forløbet vedrørende dit seneste køb på internettet?

Copyright FDIH © 2018

Planlægning vs impuls

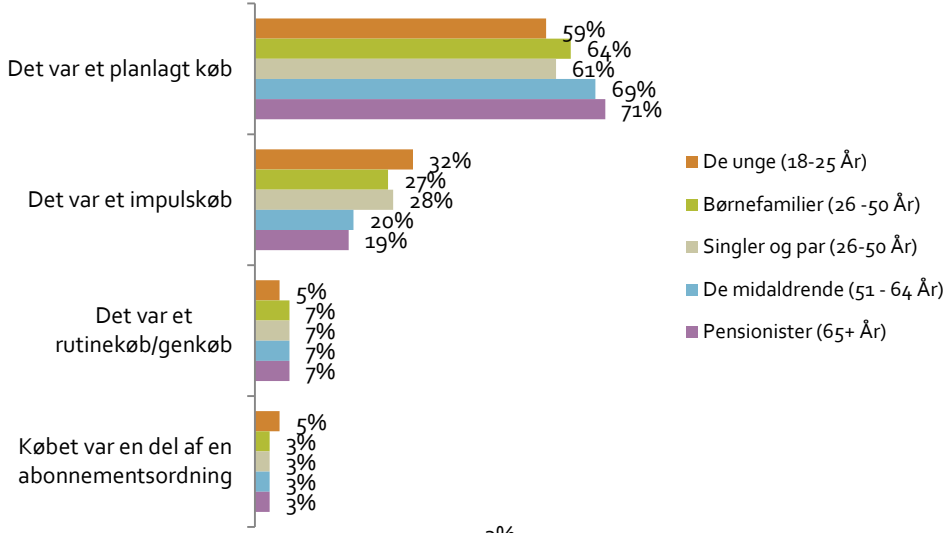
Størstedelen af e-handlen er planlagte køb (66%), mens 24% er impulskøb. Fordelingen er på nogenlunde samme niveau som i både 2015 og 2016.

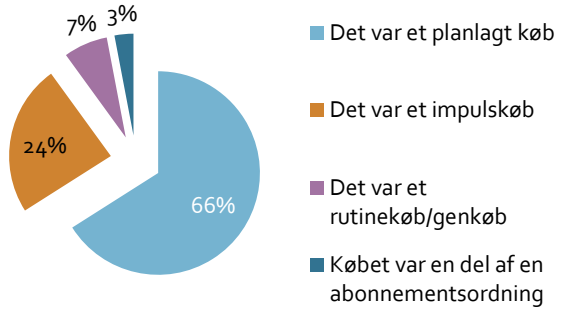
Sammenlignet med de andre grupper, så foretager de unge flest impulskøb (32%).

Herefter følger singlerne og par uden hjemmeboende børn samt børnefamilierne.

Kun 19% af pensionisternes køb er sket som impulskøb; her er vaner og rutiner stærkere.

24% af handlerne på nettet i 2017 er impulskøb, og impulsgraden er højest for unge





2017 14.576 besvarelser

Var det seneste køb på internettet planlagt på forhånd eller et impulskøb?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

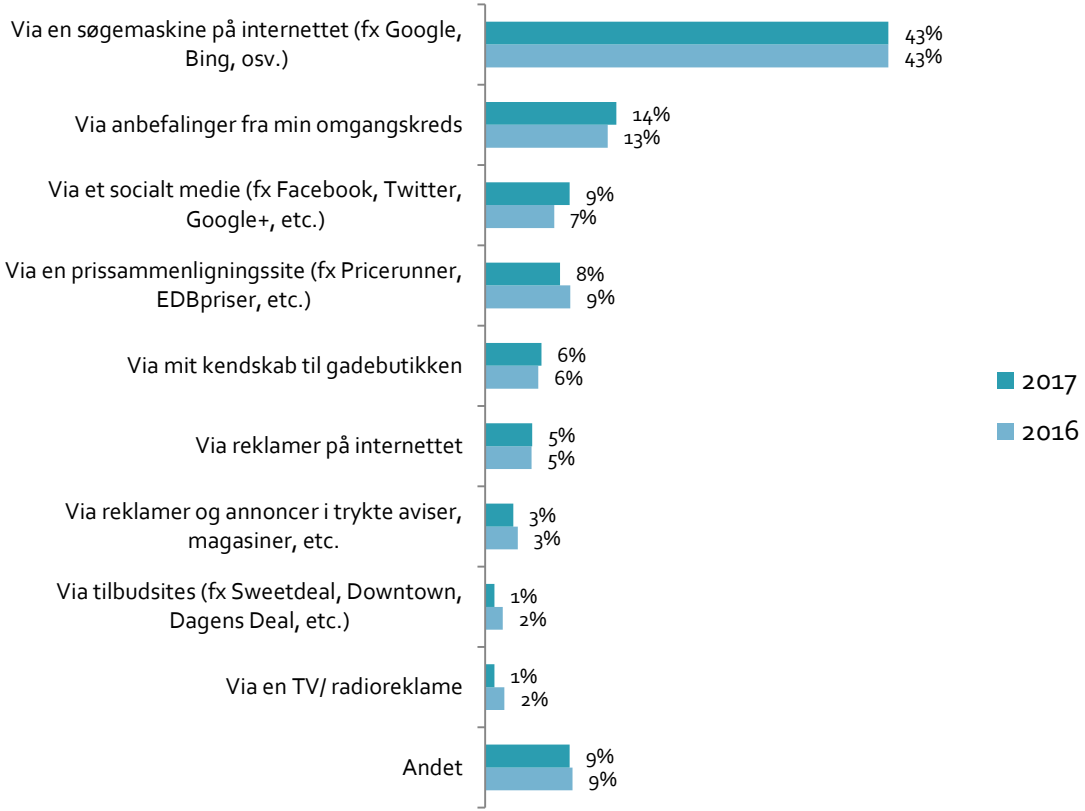
Vejen til første køb

Der er status quo ift. vejen til første køb når man sammenligner med 2016 og 2015.

Kendskab til netbutikker sker oftest via søgemaskiner online. Den næstmest benyttede måde er via anbefalinger fra ens egen omgangskreds.

Tilbudssites og tv/radioreklame giver sjældent kendskab til nye netbutikker.

Søgemaskiner er fortsat det redskab, flest danskere bruger til at få kendskab til netbutikker



4.254 besvarelser

Var det første gang du handlede i denne internetbutik? Hvordan fik du kendskab til internetbutikken?

Copyright FDIH © 2018

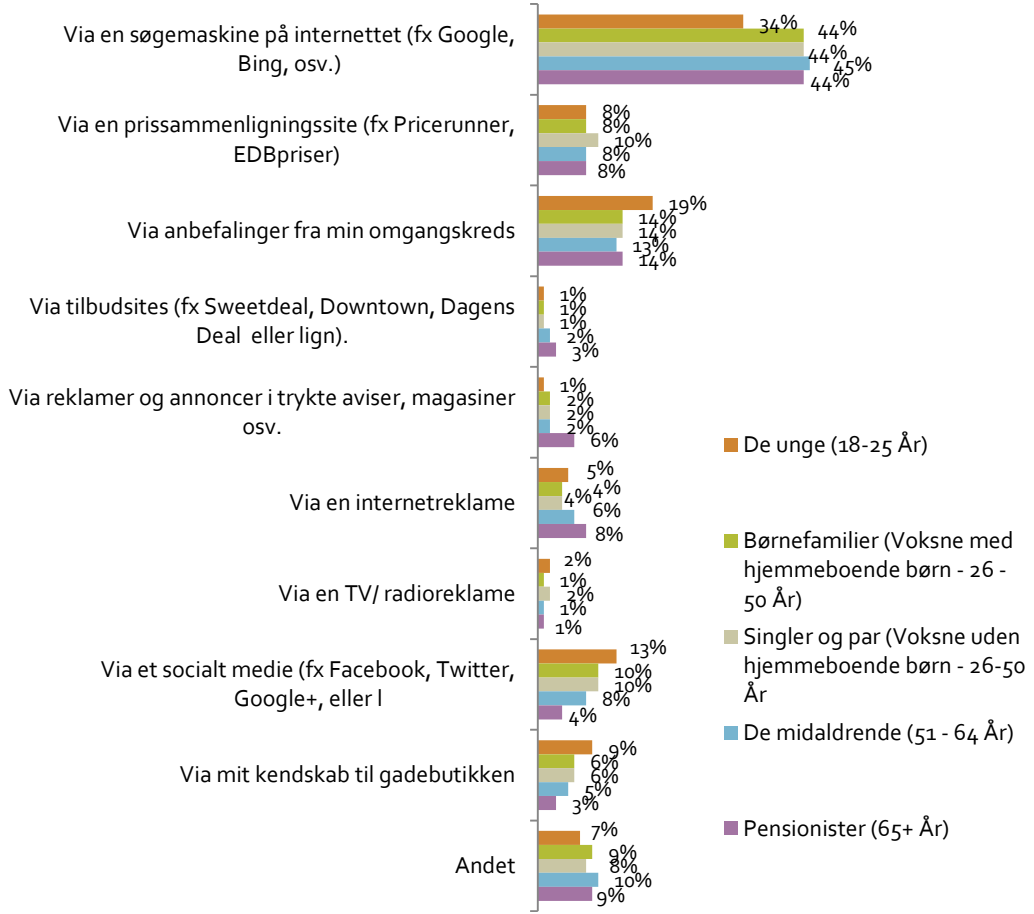
Vejen til første køb pr. befolkningsgruppe

De unges vej til første køb i en netbutik afviger fra de andre befolkningsgruppers.

Kun 34% af de unges kendskab skyldes søgemaskiner mod 43% i gennemsnit.

De unge tillægger anbefalinger fra omgangskreds, de sociale medier og kendskab til gadebutik større betydning.

32% af de unge finder deres netbutik gennem anbefalinger fra omgangs-kredsen eller de sociale medier.



4.254 besvarelser

Var det første gang du handlede i denne netbutik? Hvordan fik du kendskab til internetbutikken?

Copyright FDIH © 2018

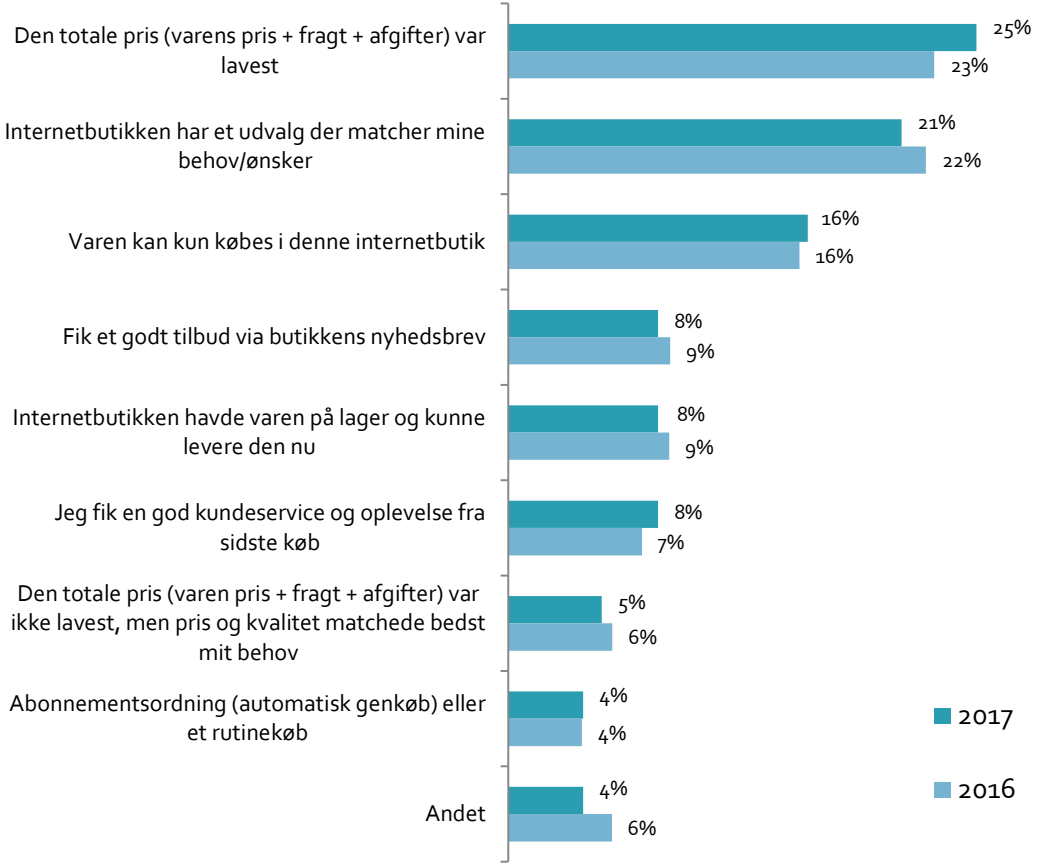
Vejen til genkøb i en netbutik

Lave priser og det rigtige udvalg, er stadig de mest centrale elementer i indsatsen for at få tidligere kunder til at vende tilbage.

Hver fjerde vender således tilbage pga. lave priser. Kun 8 % vender tilbage til en butik på baggrund af nyhedsbreve og dermed har den gennemsnitlige netbutik et stort potentiale i at gøre nyhedsbreve mere målrettede og relevante.

God kundeservice er også med til at fastholde forbrugerne.

Pris og relevant udvalg får forbrugerne til at vende tilbage.



10.322 besvarelser

Var det første gang du handlede i denne internetbutik?
Hvad er den primære årsag til, at du handlede hos denne internetbutik igen?

Copyright FDIH © 2018

Forbrug pr. førstegangskøb og genkøb

I flere kategorier er der stor forskel på, hvor mange penge førstegangskøbere bruger ift. genkøbere.

Generelt bruger genkøberne flere penge end førstegangskøberne. Men i flere af de kategorier, hvor der også er blevet brugt flest penge pr. køb (kategorierne *auto-, både- og cykeludstyr* samt *IT, tele og foto* og *rejser)* handler genkøberne for færre penge end førstegangskøberne.

Bolig/have samt personlig pleje er bedste kategorier ift. at få genkøbende kunder til at fylde mere i kurven

	Førstegangskøb kr.	Genkøb kr.	Difference
Dagligvarer, mad og drikke	509	551	42
Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud	382	470	89
Tøj, sko og smykker	630	632	2
Sports- og fritidsudstyr	583	648	65
Auto-, både- og cykeludstyr	1259	937	-322
Hobby- og kontorartikler	374	418	44
Bolig, have og blomster	1028	1104	76
Elektronik og hvidevarer	1092	1144	52
IT, tele og foto	1100	911	-188
Film, musik, bøger, spil og legetøj	321	295	-26
Rejser	4860	3637	-1223
Kulturoplevelser	732	751	20
Andet og finansielle produkter	597	603	6

1.752 besvarelser

Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?
Var det første gang du handlede i denne internetbutik?

Copyright FDIH © 2018

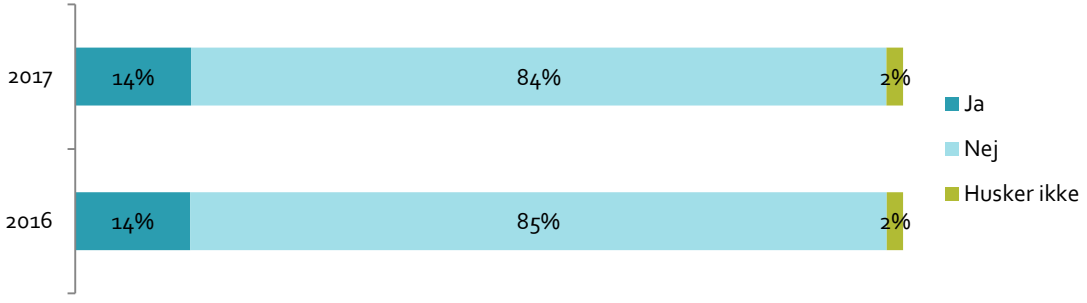
Kontakt med netbutikken

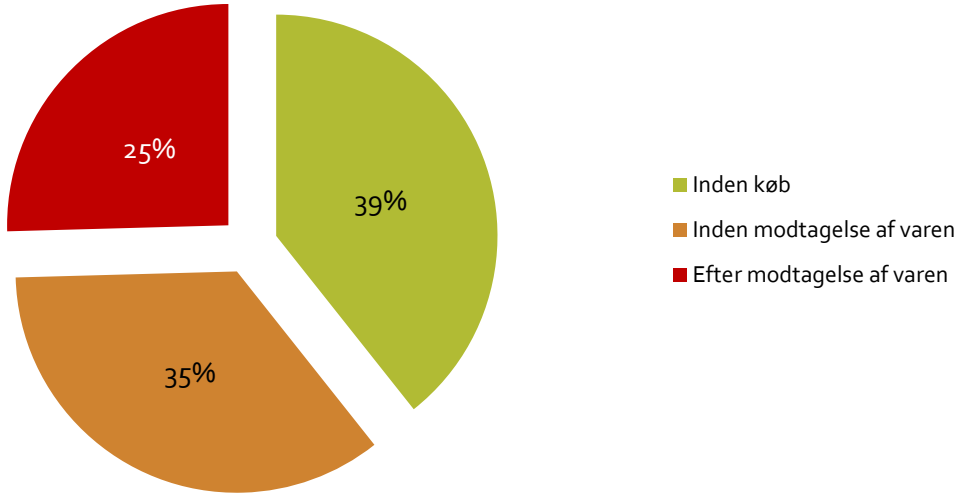
Danskerne, som handler på nettet, har i 2017 været i direkte kontakt med butikken i 14% af tilfældene, hvilket er på niveau med 2016.

Af de 14%, der tager kontakt til netbutikkerne, så finder kontakten ofte sted før et køb (39%). Færrest tager kontakt efter modtagelsen af varen (25%).

Danskerne tager dog kontakt til netbutikkerne i alle handlens faser (inden købet, undervejs og efter købet), og det viser vigtigheden af, at netbutikkerne er tilgængelige for kontakt med kunderne.

14% af købene online i 2017 indebar en kontakt med netbutikken.





14.576 besvarelser *Har du været i kontakt med internetbutikken i forbindelse med dit køb? (Multipelt svar)*

Copyright FDIH © 2018

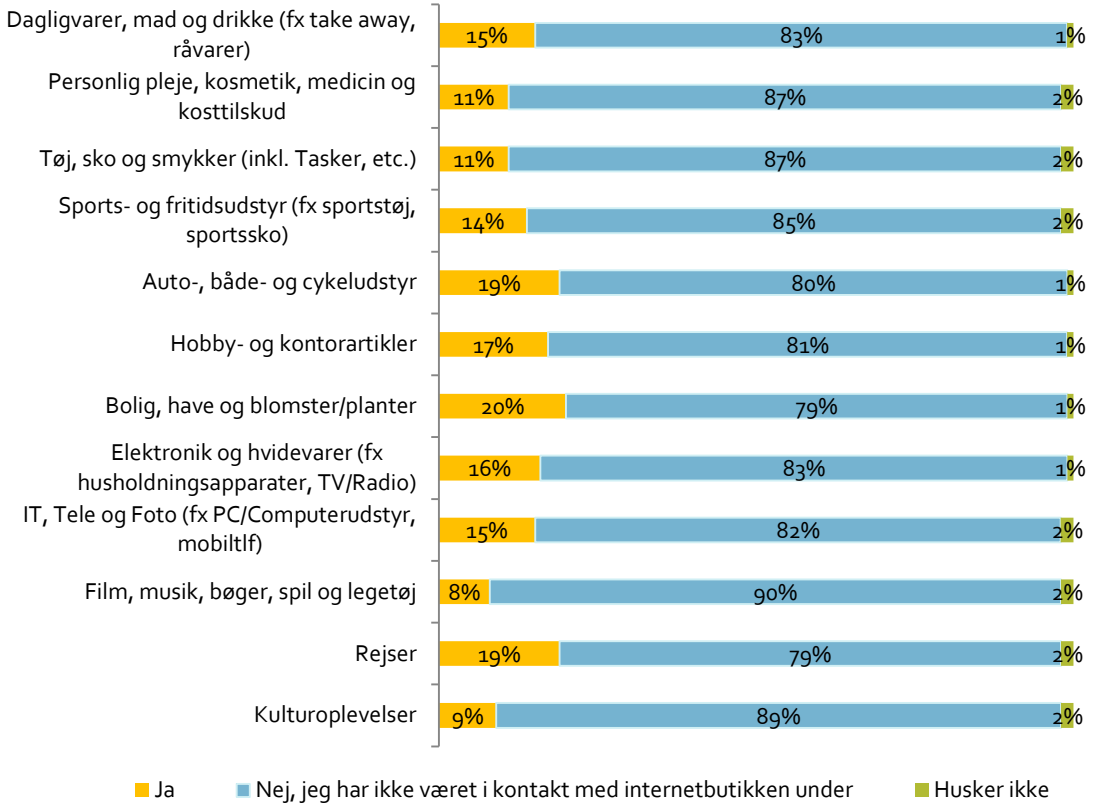
Kontakt pr. varekategori

På tværs af de forskellige varekategorier er der stor forskel på, hvor meget kontakt kunderne har med netbutikkerne.

Bolig og have (20%) *auto-, både- og cykeludstyr* (19%) samt *rejser* (19%) er de kategorier, hvor kunderne har det største behov for kontakt til netbutikken.

Film, musik, bøger, spil & legetøj er den kategori hvor kunderne har det mindste behov for kontakt til netbutikken (8%).

Der er stor forskel på kundernes behov for kontakt til netbutikken



14.576 besvarelser

Har du været i kontakt med internetbutikken i forbindelse med dit køb? (Multipelt svar)
Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?

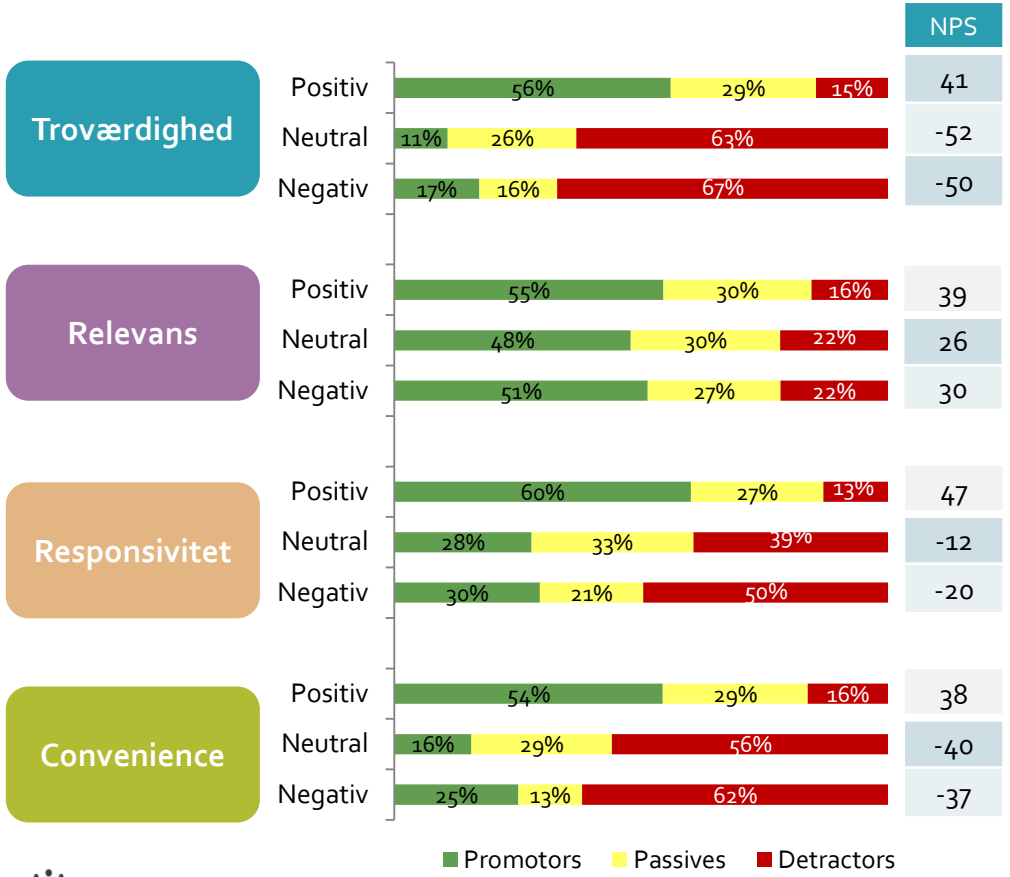
Copyright FDIH © 2018

Tilfredshed pr. dimension

Kundens oplevelse af de 4 dimensioner inden for brugervenlighed/usability afgør kundernes tilfredshed og dermed deres lyst til at ville anbefale butikken.

Responsivitet er den dimension, som i 2017 trækker det meste af NPS. Convenience er også central, da personer, som er negative eller neutrale i denne dimension, har en meget lav NPS og dermed kan trække scoren kraftigt nedad. I tre af fire dimensioner (Relevans undtaget) trækkes NPS ned blandt de negative og neutrale.

Jo højere grad af usability ved et køb, jo større er sandsynlighed for at kunden anbefaler butikken til andre.



14.576 besvarelser

Levede butikken op til dine forventninger om betaling og levering af det, du bestilte?
Foreslog netbutikken dig at købe andre produkter, som var relevante for dig?
Stod netbutikken til rådighed, hvis du fik behov for at kontakte dem?
Var oplevelsen nem og bekvem for dig som forbruger – uanset, om du købte ind via pc, telefon eller tablet-computer?
Hvor sandsynligt er det, at du ville anbefale denne virksomhed til familie, venner eller kollegaer?

Copyright FDIH © 2018

E-HANDEL VIA MOBILE ENHEDER

Søgning og køb, handelshyppighed og hvem bruger pc, smartphone eller tablet

postnord MobilePay Wilke

Copyright FDIH © 2018

Søgning og køb med mobile enheder

Pc'en er stadig den foretrukne enhed både til søgning og køb på internettet. Men siden 2015 er brugen af pc faldet støt.

I stedet bruger danskerne i højere grad deres mobile enheder, som tablets og især smartphones, til at søge og købe på nettet.

Der er fortsat en tendens til, at mobile enheder mere bruges til søgning end til køb.

Varer bliver i 42% af tilfældene undersøgt via mobile enheder, mens 32% købes via de mobile enheder.

Søgning	2017	55%	23%	19%
	2016	57%	18%	21%
	2015	62%	13%	21%
Køb	2017	66%	15%	17%
	2016	69%	11%	18%
	2015	74%	7%	18%

14.576 besvarelser

Hvordan foretog du dit seneste køb på internettet?
På hvilken af disse platforme startede du din søgning efter den vare/tjeneste, du købte?

Copyright FDIH © 2018

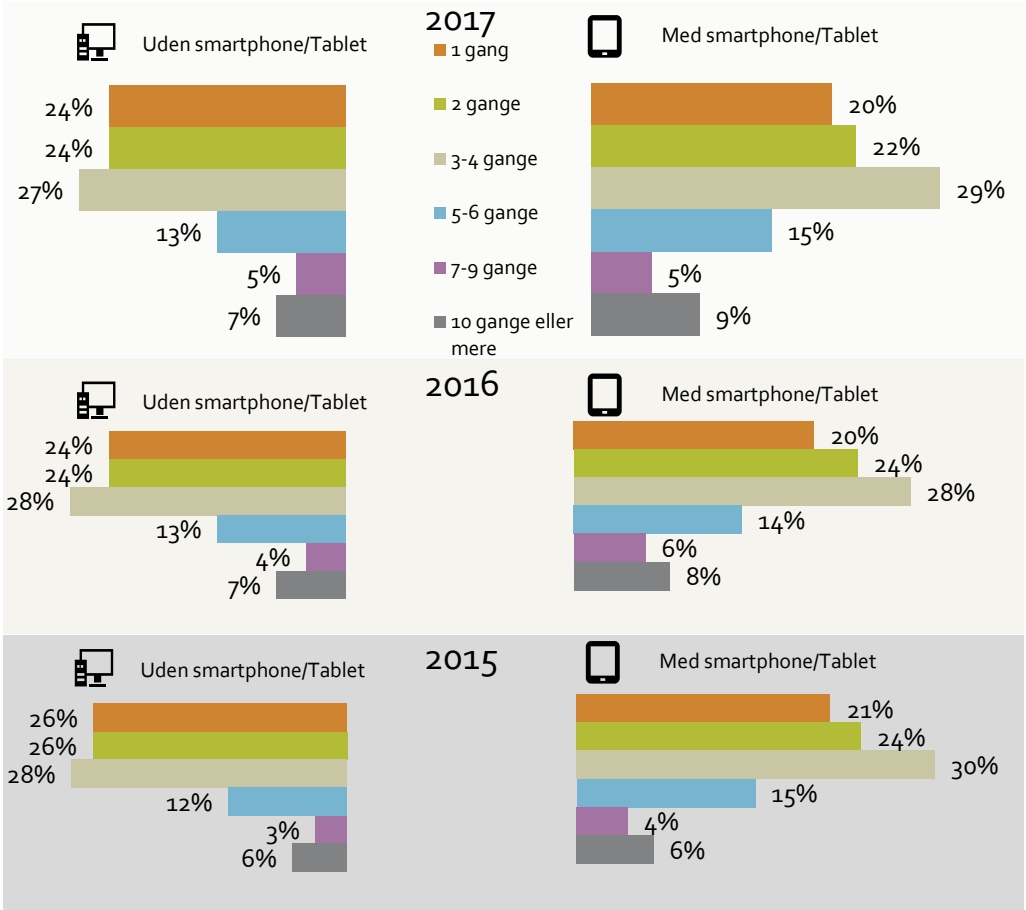
Handelshyppighed med mobile enheder

Dem, der handler via smartphone eller tablet, handler noget oftere end dem uden.

29% af folk som bruger smartphone eller tablet til internetkøb, har handlet 5 gange eller mere om måneden. Dette tal er kun 25% blandt gruppen, der ikke internethandler via mobile devices.

Dem uden smartphone eller tablet har dog øget deres handelshyppighed siden 2015, men de ligger stadig på et lavere niveau end dem med smartphone eller tablet.

29% af danskere, der handler med smartphone eller tablet, handler minimum 5 gange om måneden



2017 14.576 besvarelser

Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? Hvordan foretog du dit seneste køb på internettet?

Copyright FDIH © 2018

Mobile enheder pr. befolkningsgruppe

Børnefamilierne øger deres brug af mobile enheder, så 47% af deres køb i 2017 er sket med en smartphone (27%) eller tablet (20%), og de er mere tilbøjelige til både at søge og købe via smartphones.

De unge foretrækker klart smartphones, mens midaldrende og pensionister primært er mobile købere på tablets.

Børnefamilierne anvender smartphone eller tablet til næsten halvdelen (47%) af deres køb

	Søgning	Køb	Søgning	Køb	Søgning	Køb
De unge (18-25 år)	54%	70%	36%	22%	6%	6%
Børnefamilier (26 -50 år)	39%	52%	**38%**	**27%**	20%	20%
Singler og par (26-50 år)	55%	67%	28%	19%	13%	12%
De midaldrende (51 - 64 år)	60%	69%	11%	7%	**27%**	**23%**
Pensionister (65+)	67%	76%	5%	3%	**24%**	**20%**

14.576 besvarelser

Hvordan foretog du dit seneste køb på internettet?
På hvilken af disse platforme startede du din søgning efter den vare/tjeneste, du købte?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

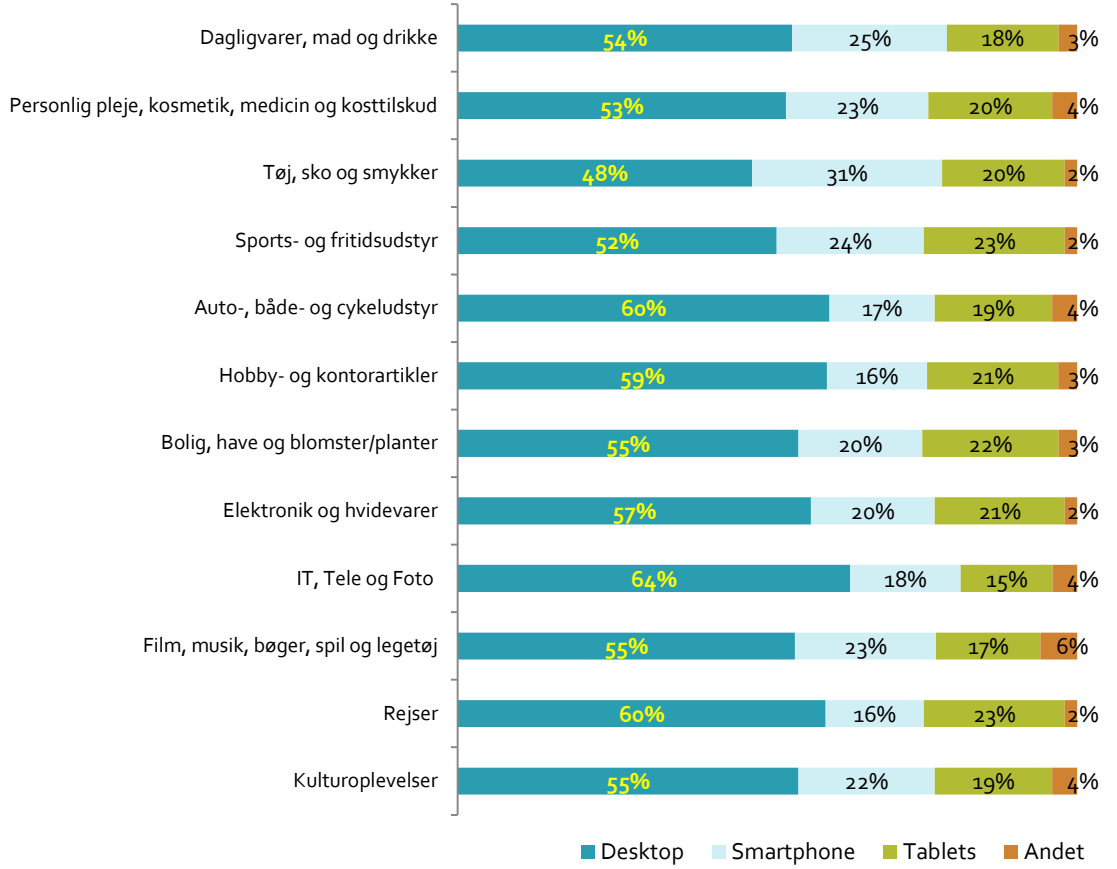
Varesøgning med mobile enheder

Pc'en er stadig den mest populære enhed til varesøgning, men de mobile enheder går frem sammenlignet med 2015 og 2016.

51% af alle søgninger indenfor *tøj, sko & smykker* skete med enten smartphone eller tablet, tæt forfulgt af *sports- og fritidsudstyr* hvor 47% af søgningerne kom fra mobile enheder.

Varesøgning med mobile enheder er mindst populært indenfor varekategorierne *IT, tele og foto* (33%), og *auto-, både og cykeludstyr* (36%).

Søgninger med mobile enheder er mest populære indenfor tøj, sko og smykker samt sports- og fritidsudstyr.



14.576 besvarelser

På hvilken af disse platforme startede du din søgning efter den vare/tjeneste, du købte? Hvilken vare eller tjeneste købte du seest på nettet?

Copyright FDIH © 2018

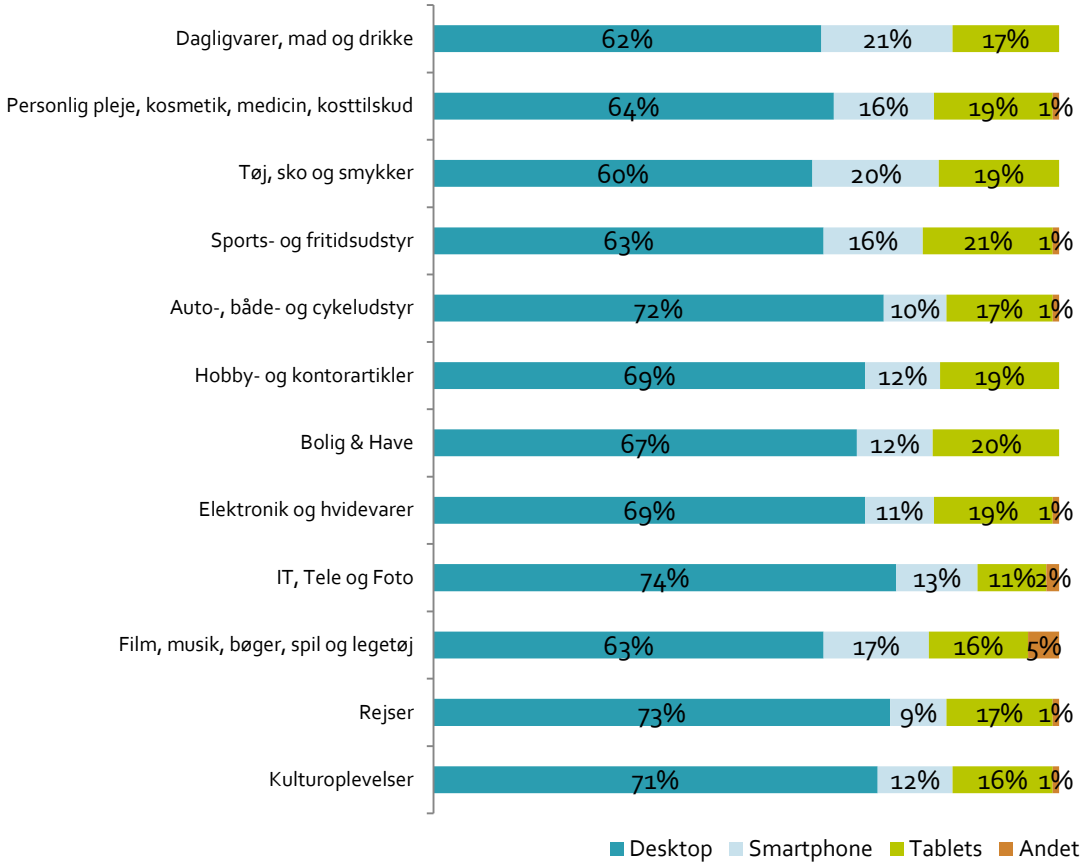
Varekøb med mobile enheder

Pc'en er stadig den mest populære enhed til varekøb, men de mobile enheder går frem sammenlignet med 2015 og 2016.

39% af alle køb indenfor *tøj, sko & smykker* skete med smartphone eller tablet i 2017, hvilket er en stigning fra 37% sidste år. Nærmeste efterfølgere er *dagligvarer, mad & drikke* med 38% og *sports- og fritidsudstyr (37%)*.

Mobile enheder er mindst populære til køb af *IT tele og foto* (24%) samt *rejser* (26%)

Mobile enheder bruges oftest til køb af tøj, sko og smykker samt dagligvarer og sports- og fritidsudstyr.



14.576 besvarelser

Hvordan foretog du dit seneste køb på internettet?
Hvilken vare eller tjeneste købte du seest på nettet?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

OM ANALYSEN

Metode, muligheder for data, kontakter hos FDIH

Copyright FDIH © 2018

Træf de rigtige beslutninger med de rigtige data

Sidder du og mangler tal til din ledelse, bestyrelse eller strategi, der beskriver det danske e-handelsmarked?

Med solidt datagrundlag fra FDIH e-handelsanalyse vil vi kunne hjælpe dig.

Som de eneste samler FDIH månedlige data om 1.200 forbrugeres adfærd på nettet, deres køb af varer og services fordelt på 13 varekategorier og 84 varegrupper.

Analysen sætter tal på, hvor mange penge forbrugere køber for, hvilken webshop de køber hos og hvorfor. Vi kan endda levere data fordelt efter de mest gængse demografiske variable. Alt sammen for at sikre, at I træffer de rigtige beslutninger.

Kontakt os for et uforpligtende tilbud på valide forbrugerdata.

Analysechef
Simon Bjerremann
T: +45 72255611
E: sib@fdih.dk

Top 3 varekategorier	Under kategori
Tøj, sko og smykker N=2.820	Herretøj
	Dametøj
	Børnetøj
	Sko/fodtøj
	Smykker
	Tasker og kufferter
	Babyudstyr
	Gavekort eller deals (fx til tøj, tasker)
	Andet
Film, musik, bøger, spil og legetøj N=1.924	Streaming/download af film, musik og spil, inkl. apps
	CD, DVD, Blu Ray, PC spil, konsolspil – fysisk leveret
	Download af bøger, tidsskrifter og aviser
	Bøger, tidsskrifter og aviser - fysisk leveret
	Legetøj og familiespil (fx brætspil)
	Online betting
	Gavekort eller deals
	Andet
Rejser N=1.210	Flybillet
	Tog- og busbillet
	Hotel og feriehuse
	Leje af bil
	Pakkerejser (fx fly og hotel, charterrejser, krydstogt)
	Gavekort eller deals (til oplevelser/rejser/transport)
	Andet

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

Metode

Til denne analyse har der været anvendt et spørgeskema med ca. 30 spørgsmål. Data er indsamlet online gennem Wilkes onlinepanel, Wilke Wisdom med en gennemsnitlige interviewtid på ca. 12 minutter.

Der er gennemføres ca. 1.200 interviews pr. måned og resulterende i alt 14.576 interviews i 2017. Disse interviews skaber et særdeles robust statistisk grundlag for undersøgelsens resultater. Den maksimale statistiske usikkerhed er således på +/- 0,8 procentpoint på totaler. I tilfælde, hvor summen af andele afviger fra 100 %, skyldes dette afrundinger, eller at der er tale om et multipelt spørgsmål. Den store mængde interviews betyder også, at det er muligt at dykke dybere ned i de enkelte segmenters besvarelser og udviklingen i de 5 prædefinerede segmenter.

- De unge (18-25 år)
- Børnefamilier (voksne med hjemmeboende børn - 26 -50 år)
- Singler og par (voksne uden hjemmeboende børn - 26-50 år)
- De midaldrende (51 - 64 år)
- Pensionister (65+)

Der indsamles data i perioden 1. januar til 31. december. Den samlede indsamlingsperiode er underopdelt i 12 indsamlingsperioder, én pr måned. Dette er gjort for at tage højde for, at eventuelle sæsonafvigelser ikke vil påvirke data, og det er dermed muligt at kigge på hele perioden som helhed, ligesom der er mulighed for at opdele undersøgelsen på enkelte måneder.

Data er vejet, så dette er repræsentativt for Danmarks befolkning på køn, alder (6 aldersgrupper – 18-29 år, 30-39 år, 40-49år, 50-59 år, 60-69år og 70+ år) og 5 regioner. Datasættet bliver endvidere vægtet på baggrund 1.000 telefoniske interviews, der gennemføres 2 gange årligt, og senest i januar og maj 2017.

Copyright FDIH © 2018

Kontaktinformationer

FDIH e-handelsanalyse
www.fdih.dk/e-handelsanalyse

FDIH, Foreningen for Dansk Internet Handel
Slotsholmsgade 1, Børsen
1217 København K
T: +45 72255601
E: kontakt@fdih.dk
www.fdih.dk

Kontaktpersoner:

Analysechef
Simon Bjerremann
T: +45 72255611
E: sib@fdih.dk

Kommunikationschef
Henrik Theil
T: +45 20965667
E: het@fdih.dk

Analysen er gennemført af Wilke for FDIH

Wilke
Asking for growth

Analysen var i 2017 sponsoreret af PostNord og MobilePay

MobilePay

postnord

Copyright FDIH © 2018

FDIH STYRKER DANSK E-HANDEL

Stærk rådgivning fra ægte Digitale Købmænd på Facebook

Del viden og lær af andre i Netværket for digitale købmænd