

B2B ANALYSE

Online erhvervsindkøb

1. halvår 2023

B2B E-handelsanalysen 1. halvår 2023: Nettet er indkøbernes mest anvendte indkøbskanal

Onlineandelen af de danske B2B indkøb har taget et lille dyk, men nettet er stadig indkøbernes foretrukne indkøbskanal – faktisk ganske suverænt, for 6 ud af 10 erhvervskøb sker online.

Det er ikke ny viden, at de professionelle indkøbere foretrækker nettet. Ikke desto mindre er det vigtigt at forstå indkøberne. For der er ganske gode muligheder for at sælge mere til de eksisterende kunder og erobre nye.

B2B E-handelsanalysen viser eksempelvis, at hver fjerde B2B-indkøber har et månedligt budget på mere end 100.000 kroner. For et år siden var det blot hver femte, der havde det. Der er også et ganske stærkt flertal af indkøbere, som forventer at skruer yderligere op for forbruget online det kommende år. Analysen viser også, at knap halvdelen af indkøberne relativt frit kan vælge, hvor de handler.

Lægger vi disse tal sammen, så får vi den vigtigste konklusion i analysen: Der er masser af kunder, de har godt med penge og de vil gerne handle online.

Så hvad enten du vil styrke dit digitale salg eller først skal i gang, så er du på rette vej.

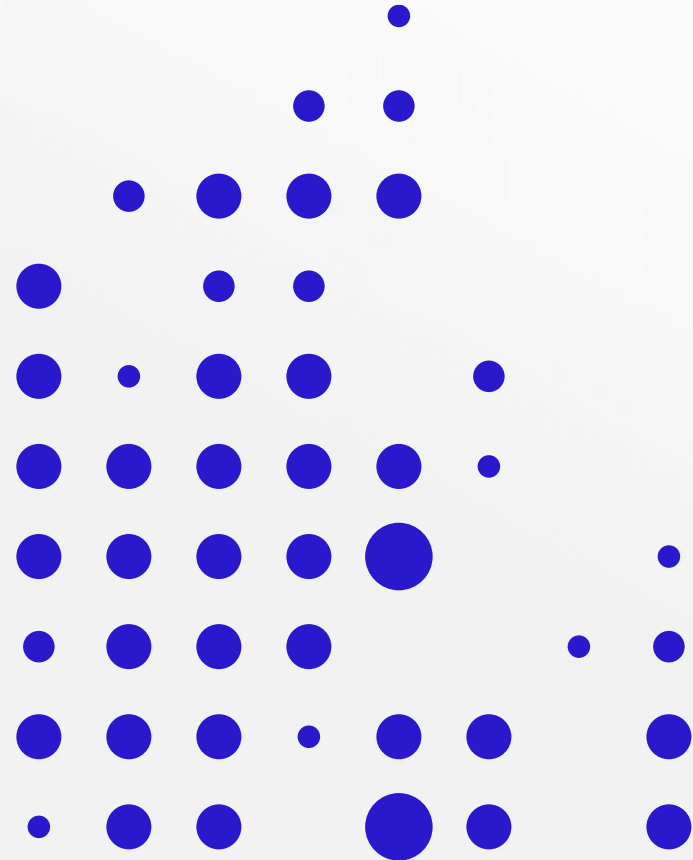
Med analysen får du forhåbentligt et endnu bedre grundlag for at træffe de rette beslutninger.

God læselyst

Niels Ralund, e-handelsdirektør.

Analysens indhold

1. Forord	Side 2
2. Om undersøgelsen	Side 4
3. B2B-indkøberens adfærd	Side 5 – 16
4. Markedsdata	Side 16 – 27
5. Adfærd ved ny butik	Side 28 – 34
6. Barrierer	Side 35 – 38
7. Parametre ved online erhvervsindkøb	Side 39 – 44
8. Samarbejdet med leverandører	Side 45 – 52
9. Den løbende samhandel	Side 53 – 57
10. Betaling og levering	Side 58 – 61
11. Bæredygtighed	Side 62 – 65
12. Metode: Bag om undersøgelsen	Side 66 – 68



OM UNDERSØGELSEN

Dansk Erhverv har siden andet halvår af 2020 løbende analyseret, hvordan erhvervsindkøbere handler online.

Denne rapport omhandler første halvår 2023 og ser dels på udvikling over tid og dels på indkøberens kunderejse. Målet med undersøgelsen er at beskrive virksomhedernes indkøb (og ikke salg) og fokus er på *indkøbet* – i bred forstand:

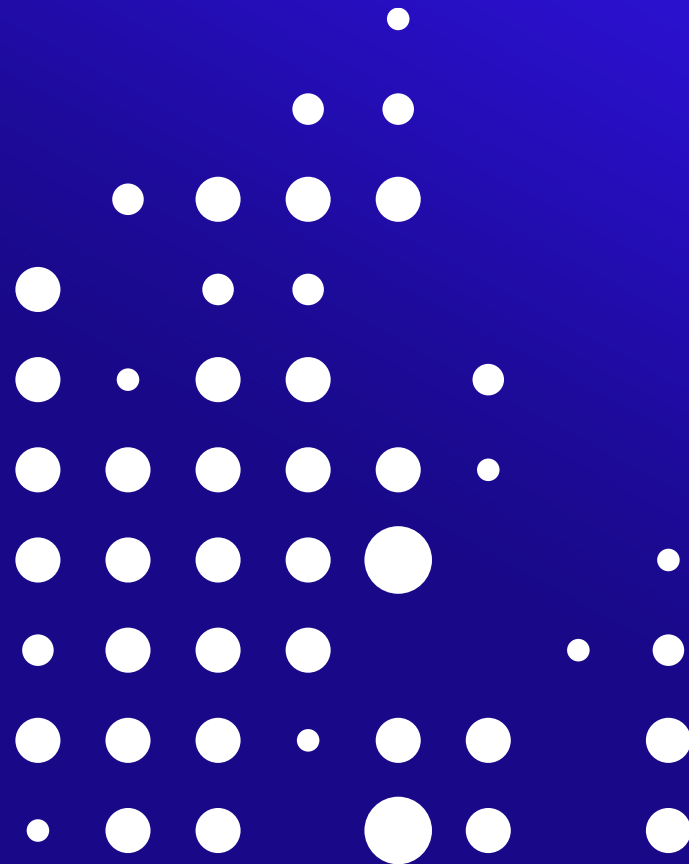
Hvad er udgangspunktet i virksomheden, hvilke kategorier købes, hvilke fordele høstes, hvilke barrierer rammes, etc. Ambitionen er således ikke at kvantificere hver branche, men at beskrive indkøbernes adfærd.

1.167 personer med helt/delvist indkøbsansvar har deltaget i analysen. Ved sammenligning af tidligere – og kommende – analyser, er det væsentligt at holde in mente, at nedlukninger og genåbninger qua corona påvirker virksomhedens drift og muligheder i dele af perioden.



B2B-indkøberens adfærd

- Anvendte indkøbskanaler
- Hvordan foretages erhvervsindkøb oftest?
- Erhvervsindkøb – over tid
- Erhvervsindkøb – offentligt og privat
- Indkøbsansvar i brancher og på arbejdsplads
- Indkøbsfrekvens
- Forventning til online handel
- Andel af budget, der anvendes online
- Budget på forskellige brancher
- Teknologiparathed



Erhvervsindkøb – kanaler

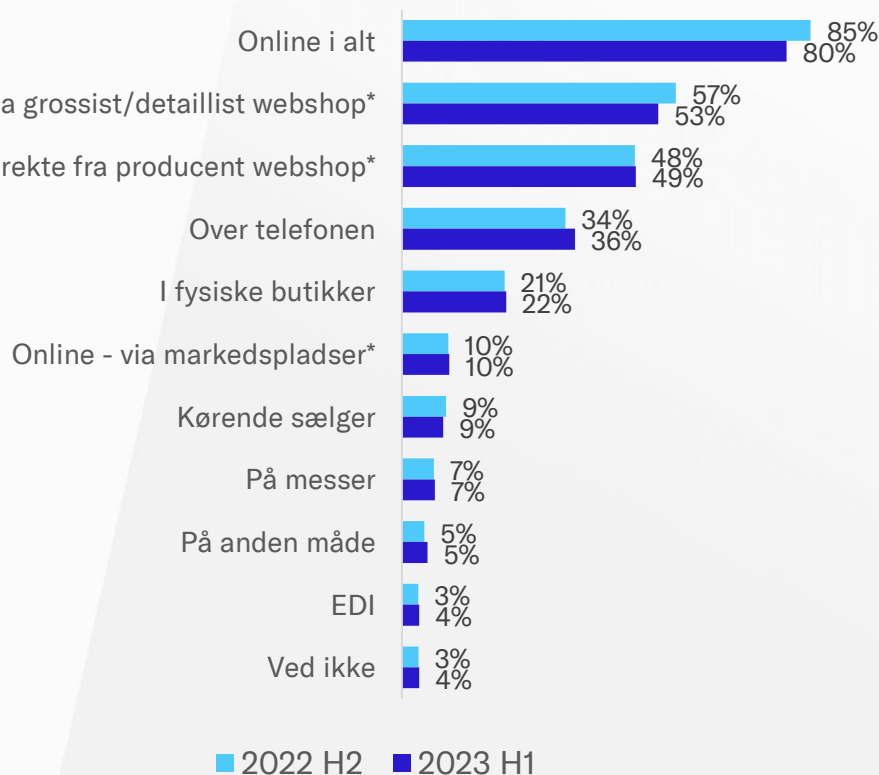
For erhvervsindkøberne er online samlet set den klart mest væsentlige indkøbskanal, som 4 ud af 5 (80%) anvender.

Af de forskellige online indkøbskanaler når grossist/detaillist webshop flest indkøberes skærm (53%), mens direkte køb fra producent er næsten lige så udbredt (49%).

Hver 3. indkøber (36%) anvender også telefonen, mens fx kørende sælger kun er noget hver tiende indkøber (9%) benytter. Indkøbskanalerne er ret stabile over tid.

Online er den indkøbskanal, som flest indkøbere benytter sig af.

Anvendte kanaler ved erhvervsindkøb



2022 H2: 1.156
2023 H1: 1.167



Via hvilke kanaler foretager du erhvervsindkøb.
*indgår også i "Online i alt"
Flere svar mulige, dog er "online i alt" netto onlinesvar.

Hvordan foretages erhvervsindkøb oftest?

Onlinekøb udgør 61%

29%



Online
(grossist, etc.)

28%



Online via
producents
webshop

4%



Online
markedspladser

11%



Over telefon

9%



Fysiske butikker

4%



EDI

4%



Kørende Sælger

2%



Messer

Et solidt flertal af erhvervsindkøb (61%) foretages oftest online. Dog ses en vis tilbagegang det seneste år fra 68% i 2022 H1 og 64% i 2022 H2.

Erhvervsindkøb – over tid

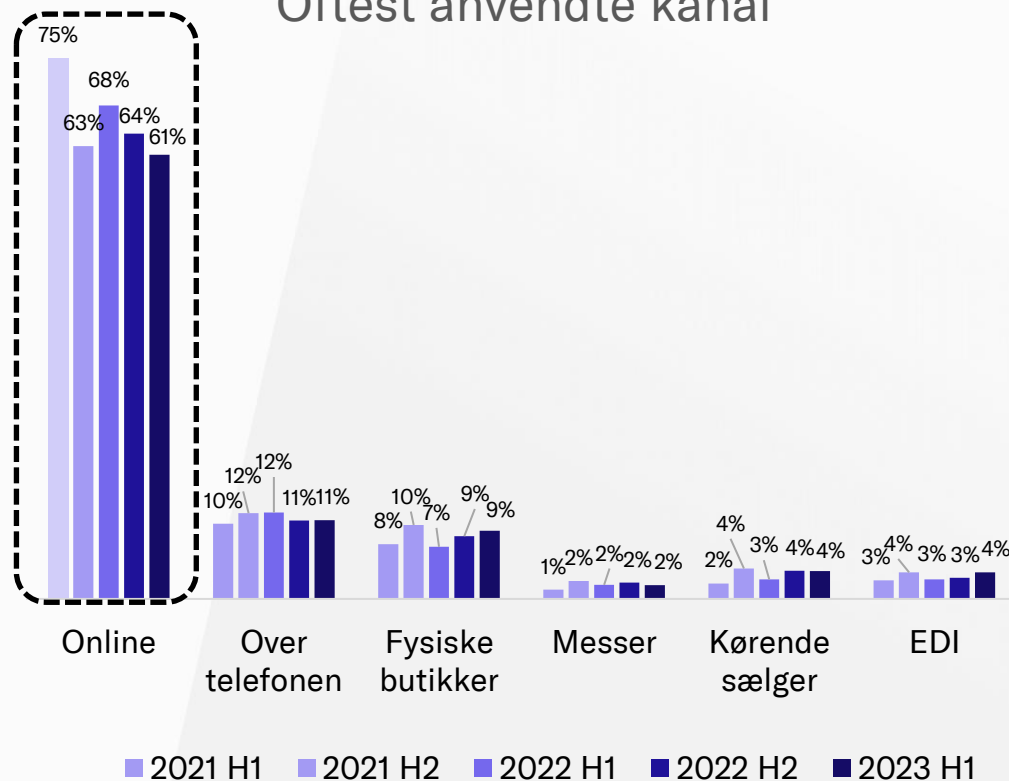
Set i perspektivet af de seneste to år, fordeler erhvervsindkøb sig meget typisk i første halvår af 2023.

Ser man bort fra det store fald efter samfundets genåbning ovenpå corona, foretages lidt flere end 6 ud af 10 erhvervsindkøb online.

Den mindre tilbagegang fra 68% i 2022 H1 til 61% i 2023 H1 oversættes ikke entydigt til stigning i én af de andre handelskanaler.

Fordelingen af erhvervsindkøb har været forholdsvis stabil de seneste to år.

Oftest anvendte kanal



2021 H1: 2.348
2021 H2: 1.888
2022 H1: 1.117
2022 H2: 1.156
2023 H1: 1.167

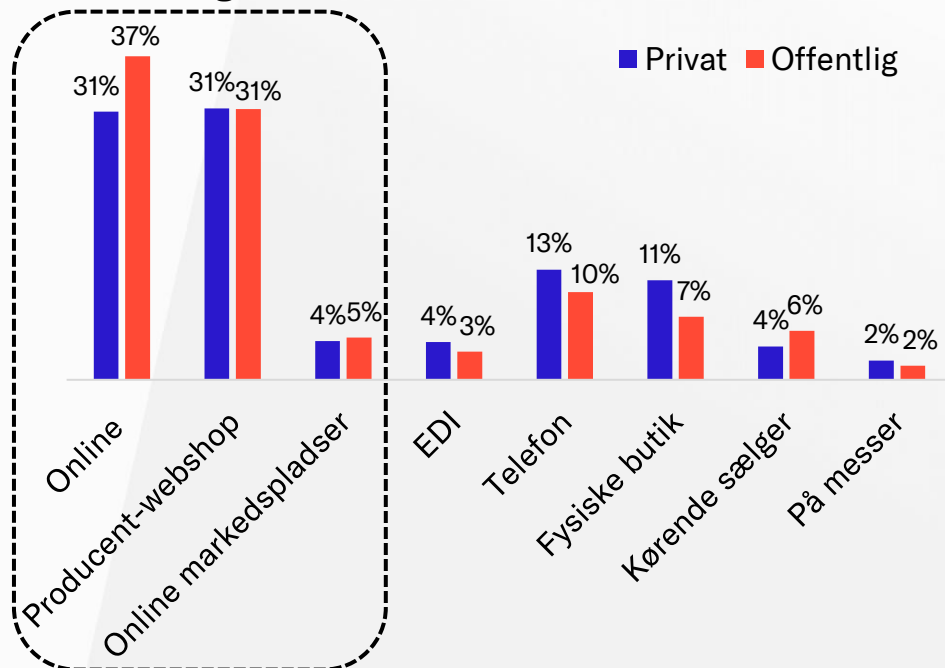


Hvordan foretager du **oftest** erhvervsindkøb?
Excl. "På anden måde" & "Ved ikke" – hhv. 5% og 4% i 2023 H1



En større andel af offentlige indkøbere foretrækker online erhvervsindkøb

Online i alt:
66% og 72%



Online erhvervsindkøb - brancher

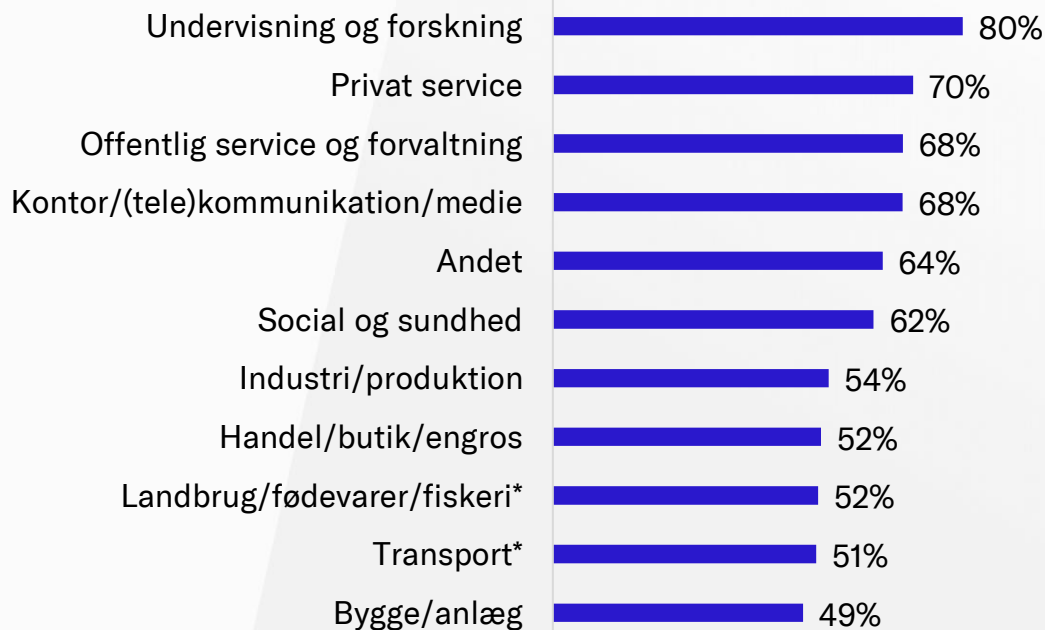
Forskellige brancher har for vane at foretage erhvervsindkøb gennem forskellige salgskanaler.

4 ud af 5 (80%), som beskæftiger sig med undervisning og forskning, foretager typisk erhvervsindkøb online.

Inden for bygge- og anlægsbranchen gælder det samme kun for hver anden (49%).

Undervisning og forskning har fortsat den højeste andel af erhvervsindkøbere, som benytter digitale handelsveje.

Andel som oftest foretager erhvervsindkøb online*



2023 H1: 1.167



Hvilken branche arbejder du indenfor?
Hvordan foretager du oftest erhvervsindkøb?

*enten via grossist, direkte fra producenten eller via markedspladser

**små baser

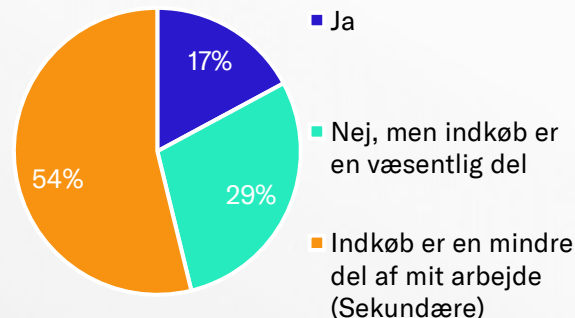
Indkøbsansvar og arbejdsplads

Kun et fåtal (17%) har indkøb som deres primære jobfunktion, mens 3 ud af 10 (29%) angiver indkøb som en væsentlig del af deres arbejde. Omvendt er der et flertal af de indkøbsansvarlige (54%), for hvem indkøb kun udgør en mindre / sekundær del af deres hverdag.

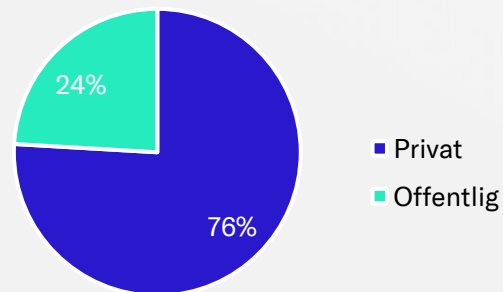
Tre fjerdedele (76%) af erhvervsindkøberne arbejder i det private. Her er der en helt lige fordeling mellem ansatte over og under 50 år. Samtidigt er der i det private en overvægt af mandlige indkøbere (59%). Omvendt er det blot 39% med indkøbsansvar i det offentlige, som er mænd, ligesom lidt færre end halvdelen (45%) er 50 år eller derover.

For de fleste med indkøbsansvar udgør dette kun en sekundær del af deres arbejde.

Er indkøb primære jobfunktion?



Offentlig eller privat arbejdsplads?



2023 H1: 1.167



Er indkøb din primære jobfunktion?
Er din arbejdsplads offentlig eller privat?

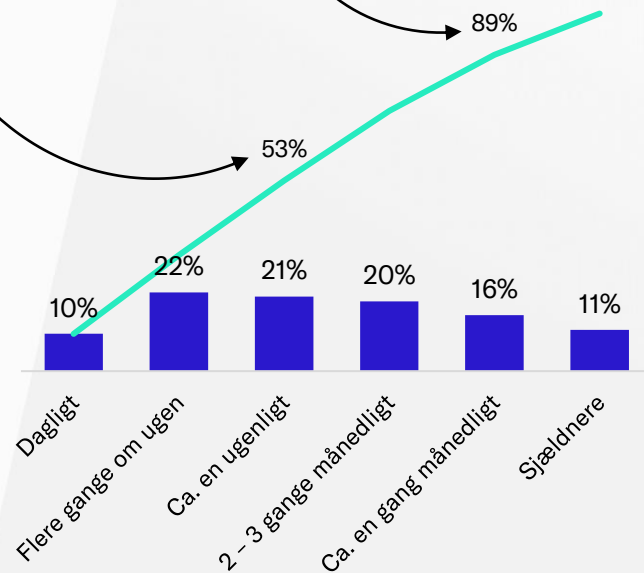
Indkøbsfrekvens

Frekvensen for online erhvervsindkøb er fortsat høj i første halvår af 2023. Kun hver tiende (11%) foretager online sjældnere end månedligt, mens flere end halvdelen (52%) gør det ugentligt.

Blandt dem med indkøbsansvar som primær jobfunktion handler flere end hver fjerde (28%) dagligt online, mens fire ud af fem (80%) gør dette ugentligt.

I modsætning hertil er det kun 3% af dem med indkøb som sekundær jobfunktion, der handler online dagligt – en tredjedel (35%) gør det ugentligt.

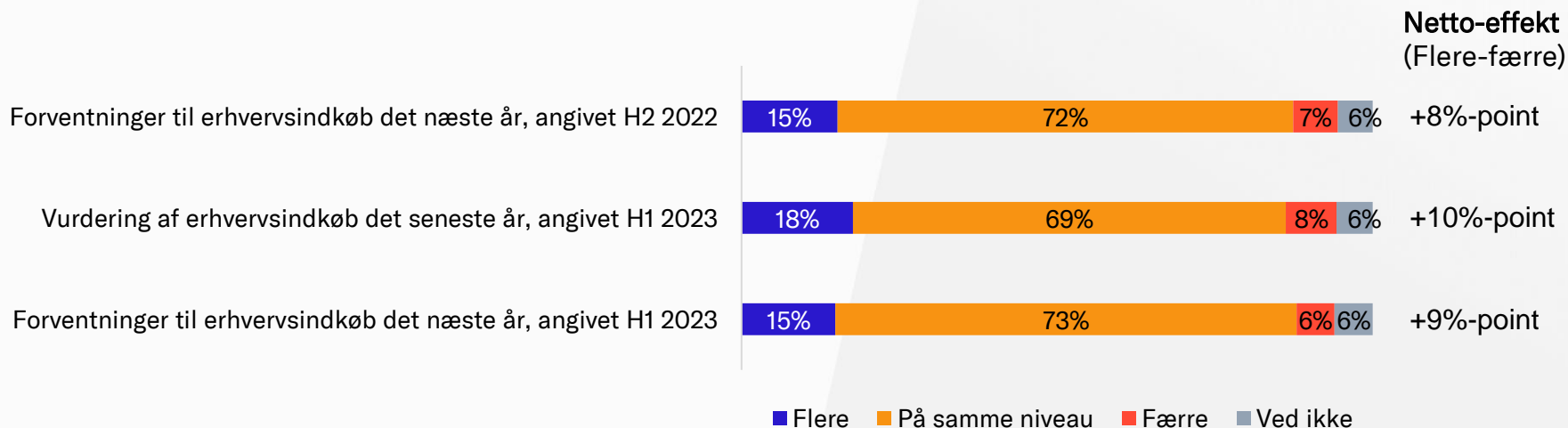
52% af de danske B2B Indkøbere foretager online erhvervsindkøb ugentligt og 86% månedligt.



akkumuleret

Online handelsfrekvens – adfærd og forventninger

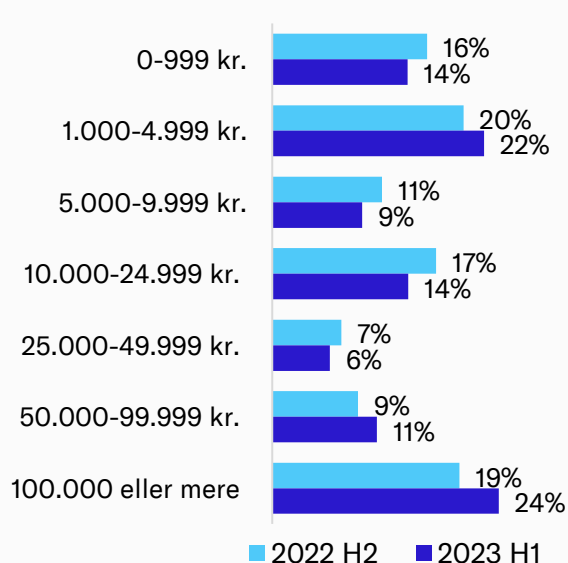
Endnu engang har den egentlige online handelsfrekvens kurs mod at overgå indkøbernes egne forventninger. Adspurgt i andet halvår af 2022, var det således 15% som forventede flere online erhvervsindkøb de kommende 12 måneder. Samtidigt er der i første halvår af 2023 18%, som vurderer, at de rent faktisk har foretaget flere online erhvervsindkøb de foregående 12 måneder. Denne positive forskel ses fortsat, når der tages forbehold for dem som forventer / vurderer færre handler.



Hver femte indkøber handler b2b for mere end 100.000 hver måned

Næsten samtlige erhvervsindkøbere (94%) foretager som minimum en del af deres indkøb online – hver fjerde (26%) handler udelukkende online, og for yderligere en fjerdedel (26%) er foregår over 75% af deres handler online. Samtidigt har hver fjerde (25%) et månedligt budget over 100.000 kr. – dette var blot hver femte (19%) i det foregående halvår.

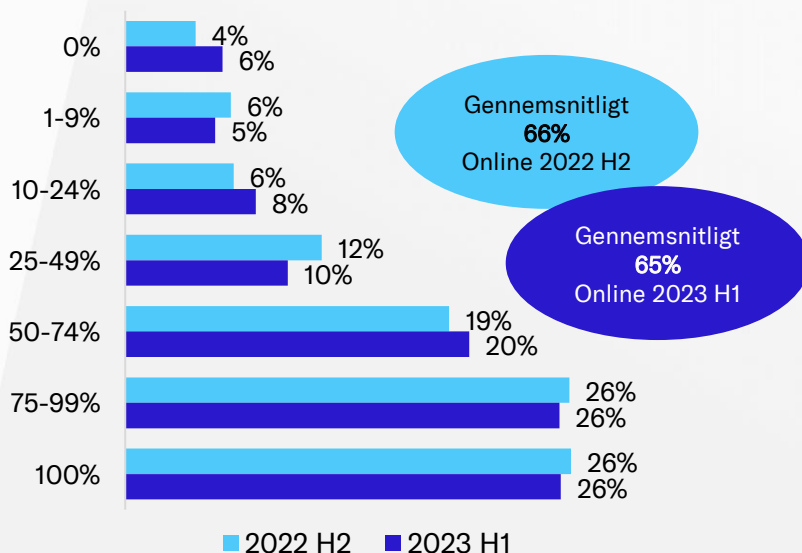
Erhvervsindkøb pr. måned



19% havde et månedligt budget over 100.000 kr. i 2022 H2

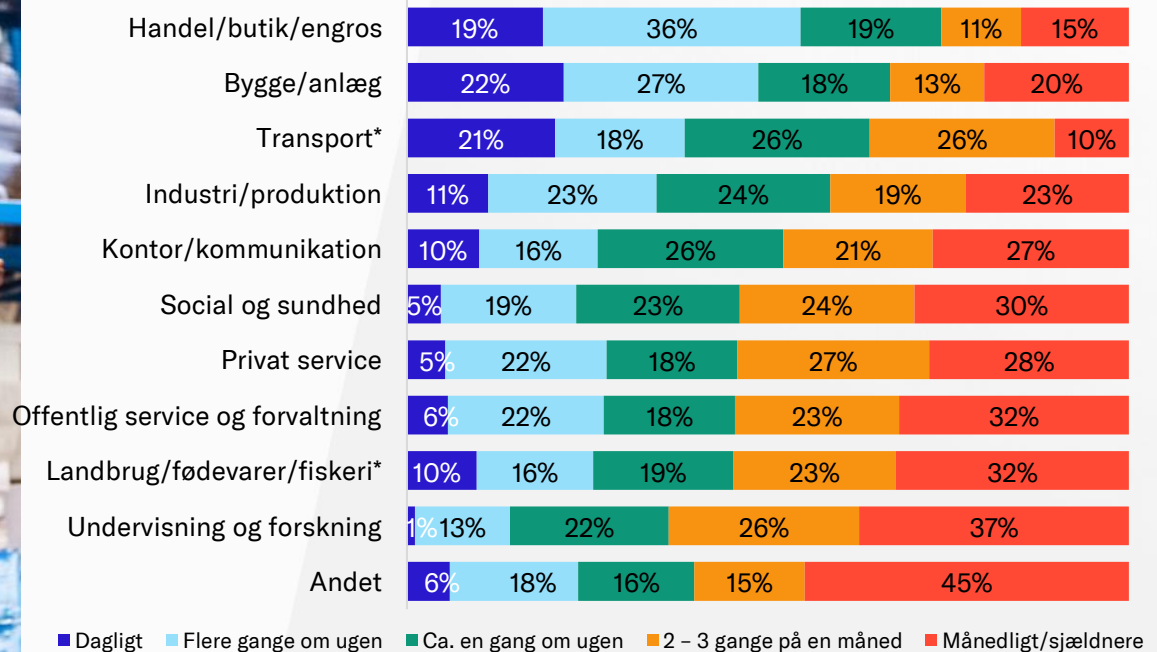
24% har et månedligt budget over 100.000 kr. i 2023 H1

Online andel af erhvervsindkøb





Erhvervsindkøbere i handelsbranchen udmærker sig ved at have den højeste indkøbsfrekvens af alle brancher.



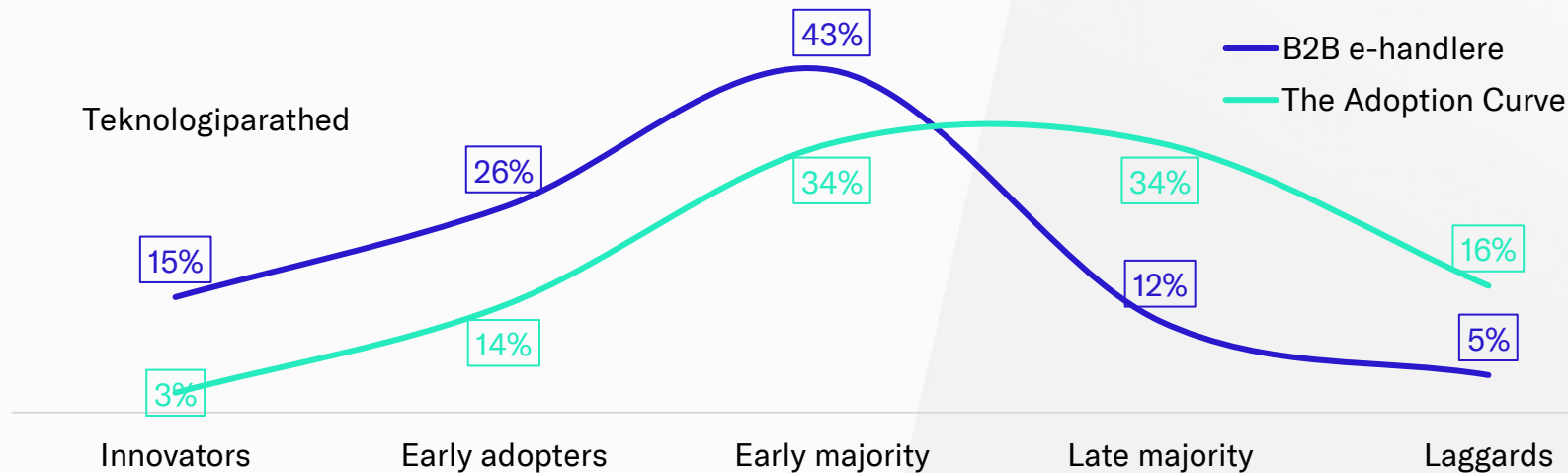
👥 2023 H1: 1.131



Hvor ofte foretager du erhvervsindkøb online/digitalt?
Hvilken branche arbejder du indenfor? (Excl. ved ikke)
*Lille base

Indkøberne forventer høj teknologisk standard

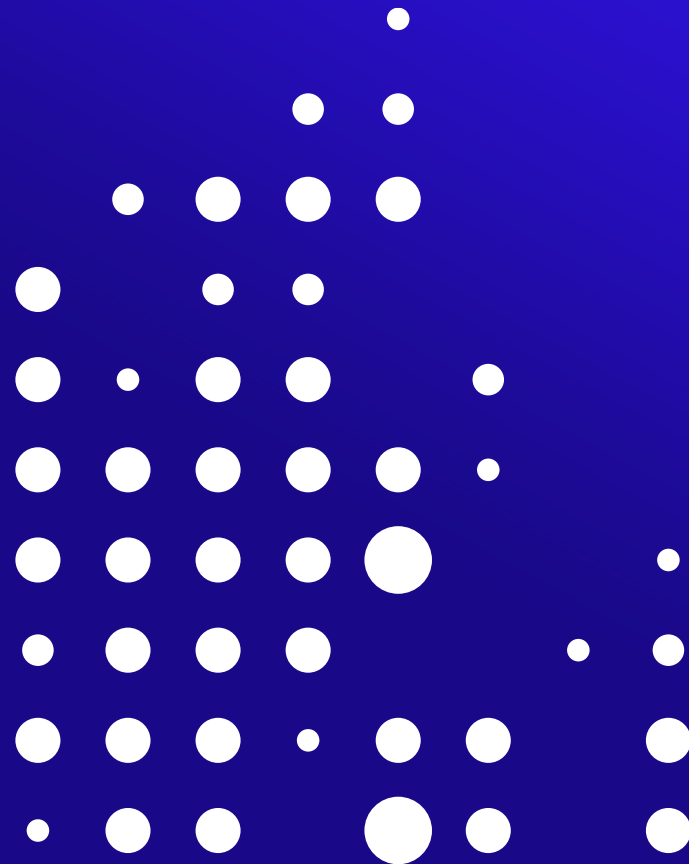
Hvad angår forholdet til ny teknologi er erhvervsindkøbere mere end almindeligt indstillede på at prøve de nyeste produkter. Hele fem gange så mange med indkøbsansvar (15%) som i den brede befolkning (3%) er såkaldte *Innovators*, som går meget op i at være forrest i mødet med ny teknologi. Andelen af *Early Adopters* blandt B2B-indkøbere er også næsten dobbelt så høj som hos befolkningen generelt.



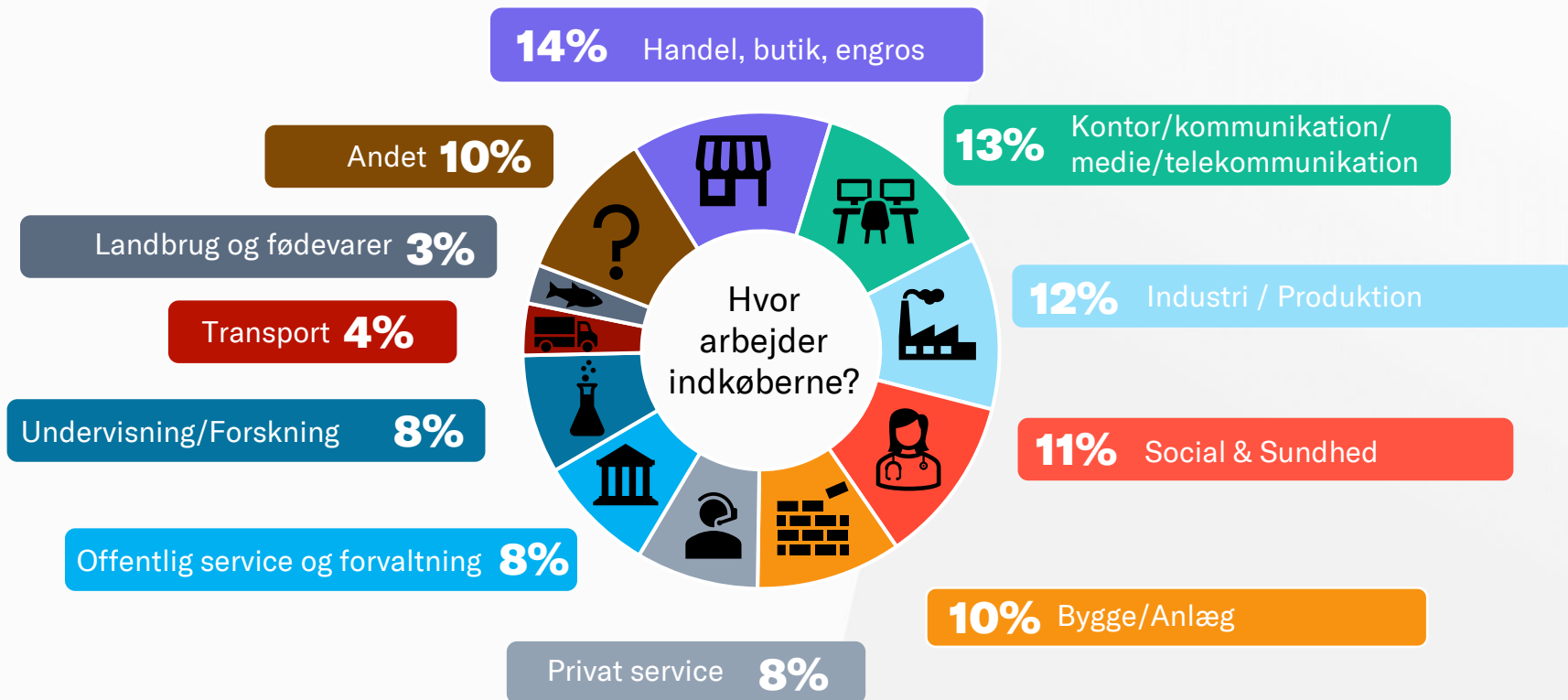
Note: "The Adoption Curve" er bl.a. kendt fra Harvard Business Review, Forbes m.fl.

Markedsdata

- Indkøberes fordeling på brancher
- Indkøbere og varegrupper
- Erhvervsbudget fordelt på varegrupper
- Branchers erhvervsbudget
- Produktionstilpasning
- Varegrupper og erhvervsbudget
- Handel i udlandet



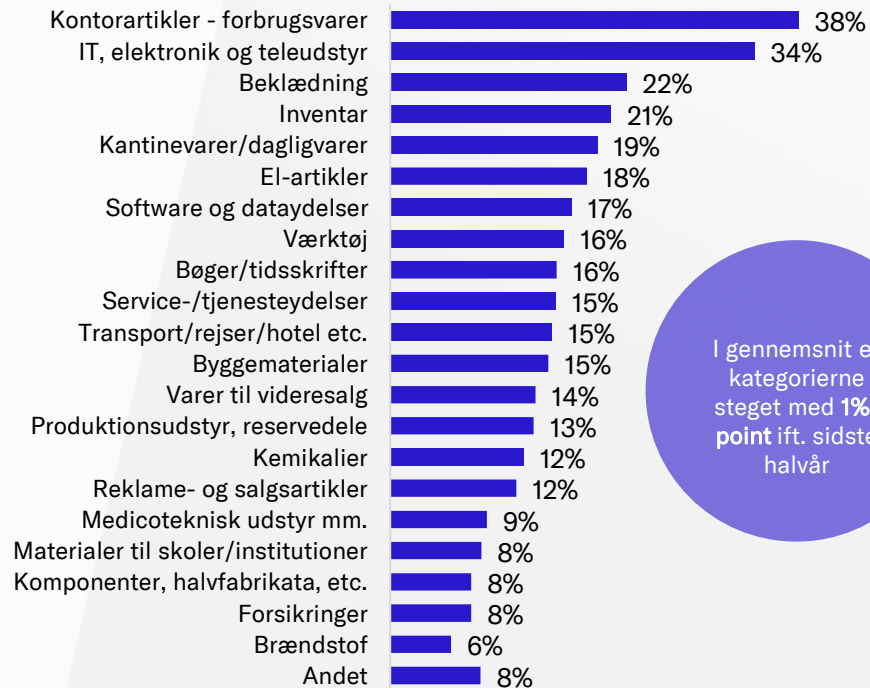
Halvdelen af indkøberne (49%) er ansat i handels-, kontor-, industri- og sundhedsbranchen





Kontorartikler samt IT, elektronik og teleudstyr indkøbes markant oftere end de øvrige varegrupper. I snit handles i 3,4 kategorier

Hvilke varegrupper købes i B2B-regi?



I gennemsnit er kategorierne steget med 1%-point ift. sidste halvår



2023 H1: 1.167



Hvilke varegrupper køber du typisk erhvervmæssigt online?



Varegrupper – indkøbernes typiske budget

■ 0-4.999 kr. ■ 5.000 - 24.999 kr. ■ 25.000 - 99.999 kr. ■ 100.000 kr. eller mere



Varegrupper
for dyrere
erhvervskøb

Varegrupper
for billigere
erhvervskøb



	0-4.999 kr.	5.000 - 24.999 kr.	25.000 - 99.999 kr.	100.000 kr. eller mere
Komponenter, halvfabrikata, etc.	26%	11%	23%	40%
Byggematerialer	20%	20%	24%	35%
Service-/tjenesteydelser	22%	28%	16%	34%
Varer til videresalg	23%	20%	23%	34%
Brændstof	14%	35%	18%	33%
Produktionsudstyr, reservedele	16%	24%	27%	33%
Værktøj	23%	23%	23%	31%
Transport/rejser/hotel etc.	27%	26%	18%	29%
Reklame- og salgsartikler	31%	25%	16%	28%
Beklædning	28%	23%	23%	27%
Kemikalier	24%	24%	26%	26%
Forsikringer	32%	32%	11%	25%
El-artikler	26%	29%	21%	25%
IT, elektronik og teleudstyr	31%	27%	18%	24%
Software og dataydelser	32%	27%	18%	22%
Inventar	30%	30%	18%	22%
Medicoteknisk udstyr mm.	39%	21%	21%	19%
Kantinevarer/dagligvarer	34%	31%	16%	19%
Kontorartikler - forbrugsvarer	39%	28%	14%	18%
Bøger/tidsskrifter	41%	25%	16%	18%
Materialer til skoler/institutioner	52%	20%	15%	13%
Andet	39%	22%	16%	22%



2023 H1: 1.167

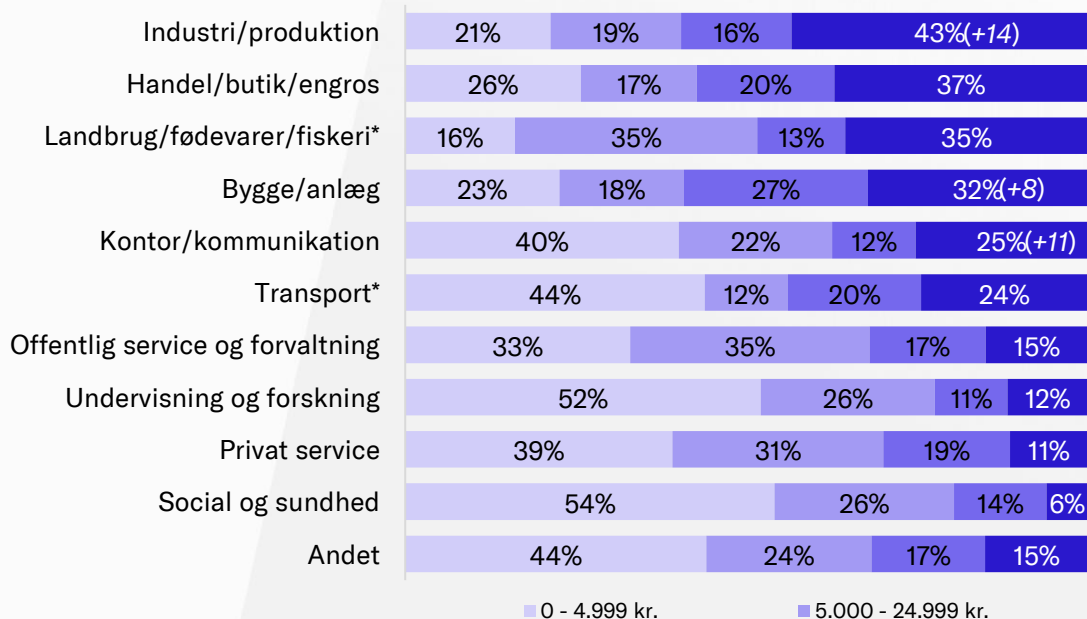


Hvilke varegrupper køber du typisk erhvervsmæssigt online?
Hvor stort er dit erhvervsindkøb i gennemsnit om måneden?



Brancher: Flere har fået markant flere indkøbere med månedlige budgetter over 100.000 kr., sammenlignet med sidste halvår af 2022.

Månedligt budget (forskul i %-point ift. 2022 H2)



 2023 H1: 1.167

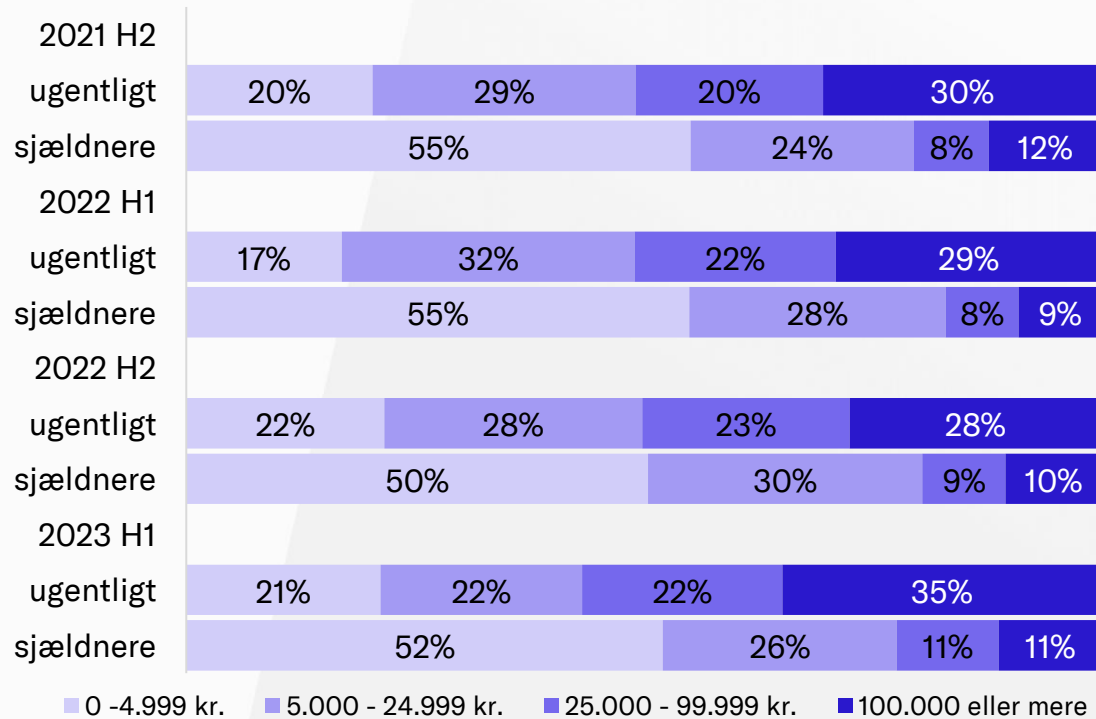



Hvor stort er dit erhvervsindkøb i gennemsnit om måneden?
Hvilken branche arbejder du indenfor?


*Lille base



Den positive sammenhæng mellem købsfrekvens og indkøbsbudgettets størrelse er blevet endnu stærkere i første halvår af 2023




 2021 H2: 1.690
 2022 H1: 1.125
 2022 H2: 1.156
 2023 H1: 1.167


 Hvor stort er dit erhvervsindkøb i gennemsnit om måneden?
 Hvor ofte foretager du erhvervsindkøb online/digitalt ifm. dit arbejde?
 (Excl. ved ikke/aldrig)

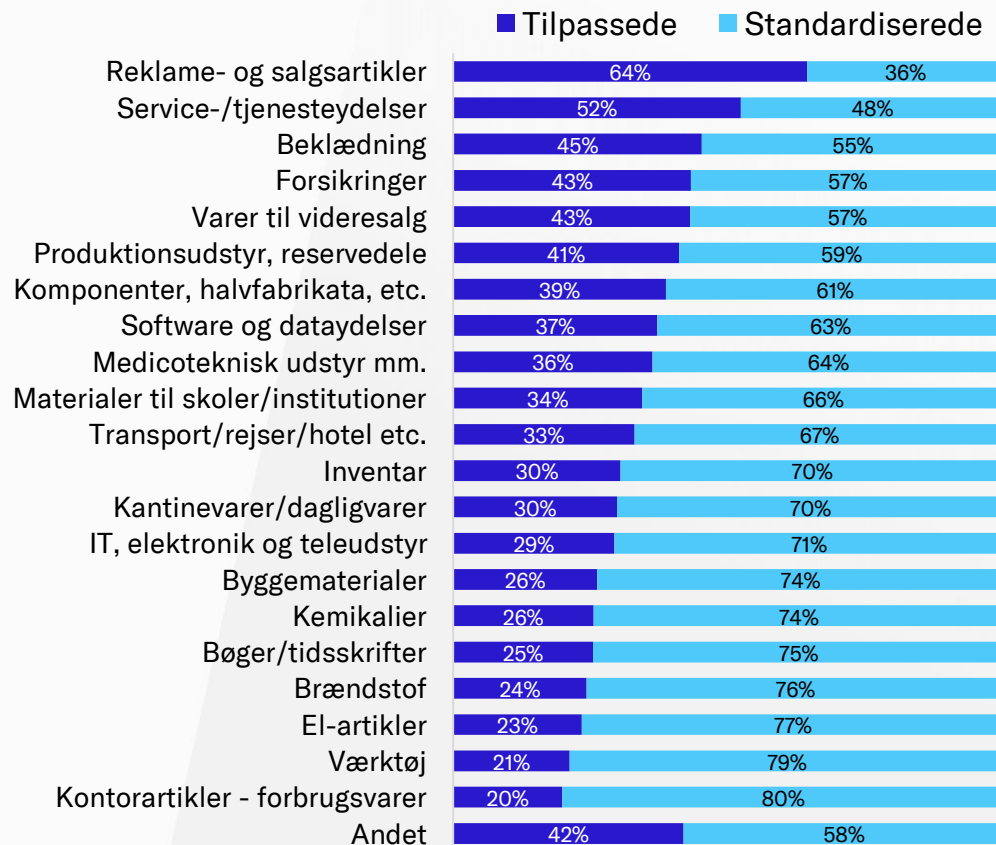
Produkttilpasning er hyppigt på tværs af kategorier i B2B-handel

B2B handel adskiller sig fra B2C handel ved at have markant mere af produkttilpasning.

Ved køb af reklame- og salgsartikler tilpasses næsten to tredjedele (64%). For service- og tjenesteydelser er det ligeledes mere end halvdelen (52%).

Hyppigheden for tilpasning er lavest ved køb af kontorartikler og forbrugsvarer – her gælder det dog fortsat et betydeligt mindretal på 20%.

Standard- vs. tilpassede



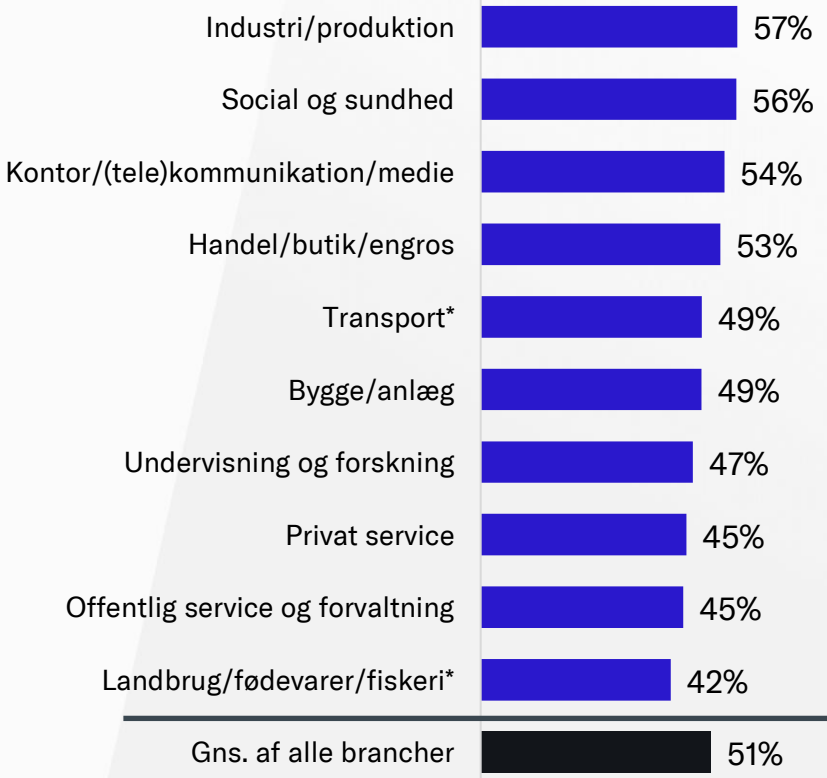
Produkttilpasning på tværs af brancher

I gennemsnit indkøber hver anden virksomhed (51%) mindst én type tilpassede produkter. Dog er der nogen forskel i graden heraf på tværs af brancher.

Den højeste grad af produkttilpasning købes af indkøbere indenfor *Industri/produktion* (57%). I den modsatte ende er det kun 42% af virksomheder indenfor *Landbrug/fødevarer/fiskeri*, som køber tilpassede produkter.

Indenfor industri/produktion ses den højeste andel af virksomheder, som indkøber tilpassede produkter.

Køber tilpassede produkter i mindst én kategori



Blot 14% af erhvervsindkøberne køber typisk varer til videresalg. De, som gør, bruger dog størstedelen af deres erhvervsbudget herpå. Det samme ses i lidt mindre grad blandt købere af byggematerialer samt medicoteknisk udstyr.

Erhvervsforbrugere,
som køber
varer til videresalg...



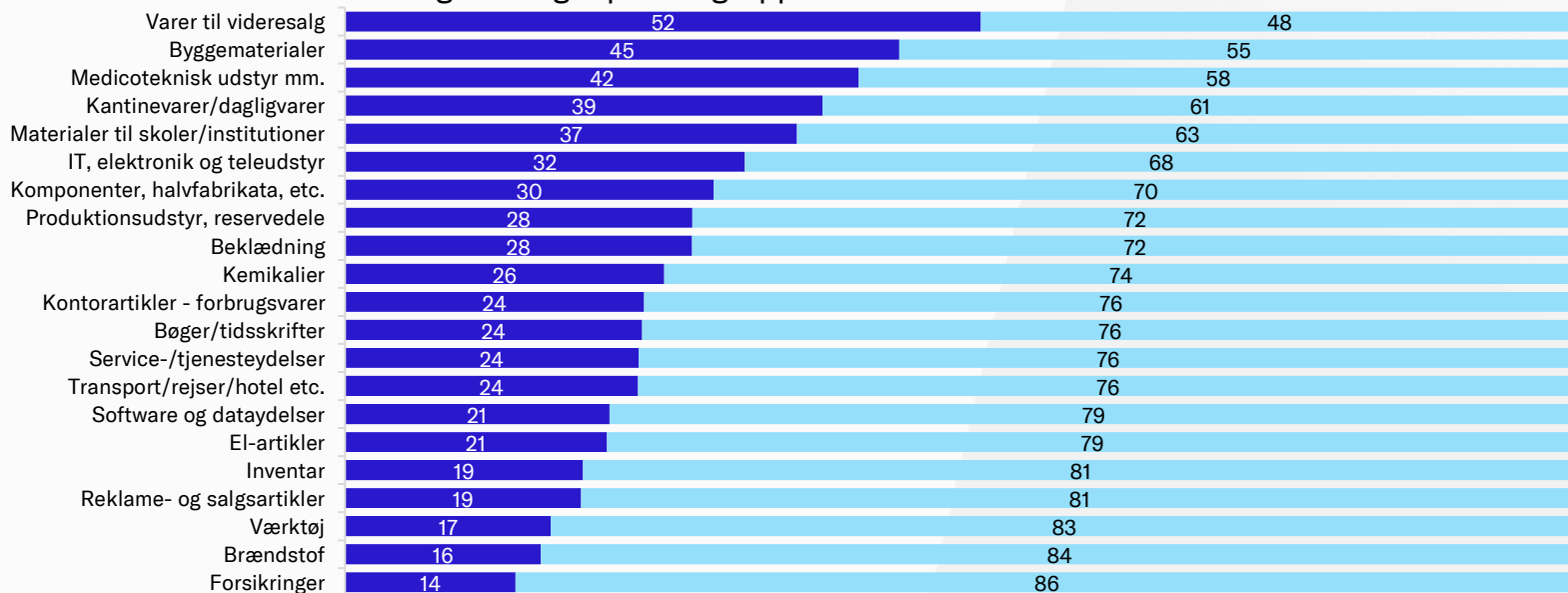
Bruger i gennemsnit **52%**
af deres erhvervsbudget
i varekategorien, mens...



...**48%** af deres
erhvervsbudget går til
andre varegrupper



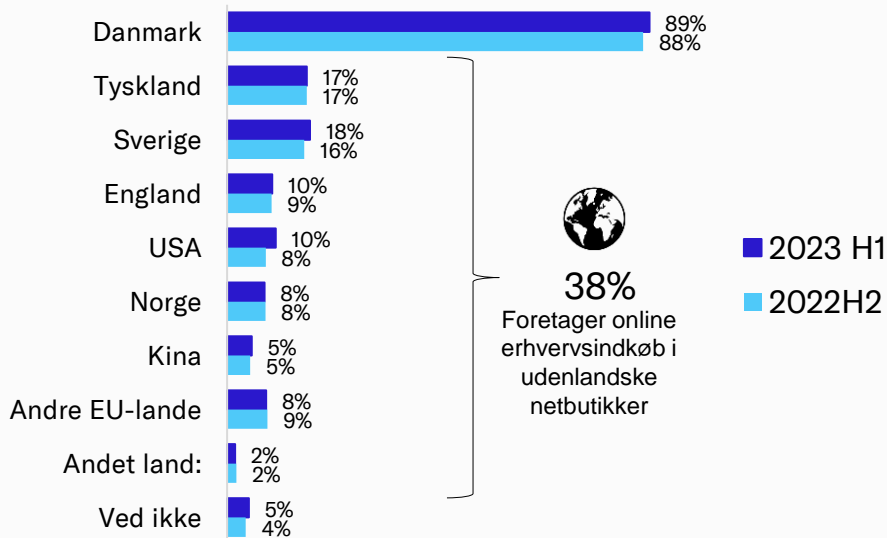
Fordeling af budget på varegrupper



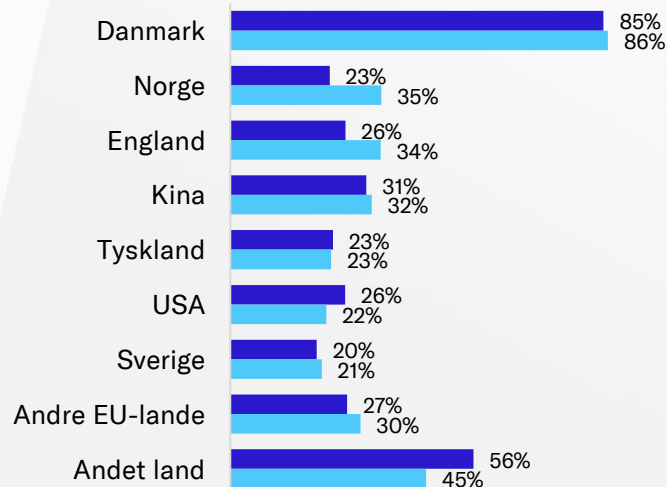
2 ud af 5 handler online i udlandet

38% af erhvervsindkøberne handler i udenlandske netbutikker, mens det kun er hver tiende af disse (11%) som slet ikke handler i danske netbutikker. Dem, som foretager erhvervsindkøb online i Norge og England, bruger nu en mindre del af deres budget herpå.

Hvor handles der?

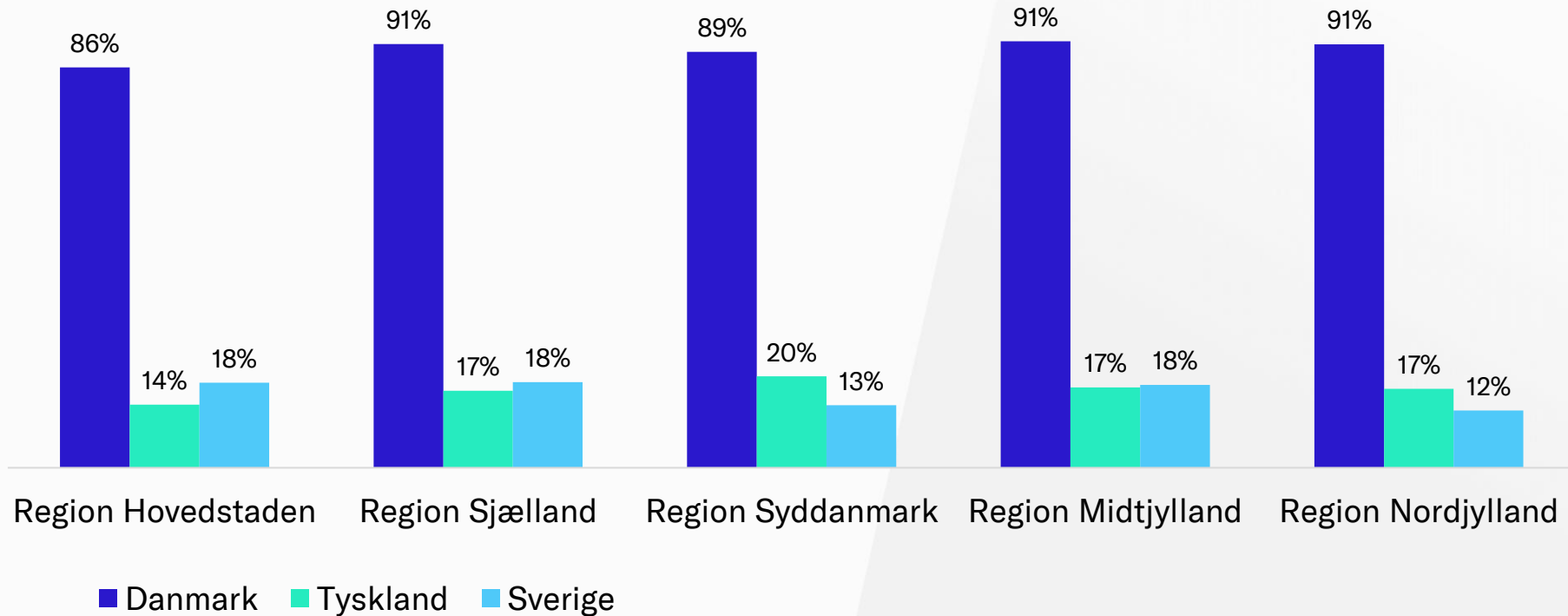


Andel af budget i landene



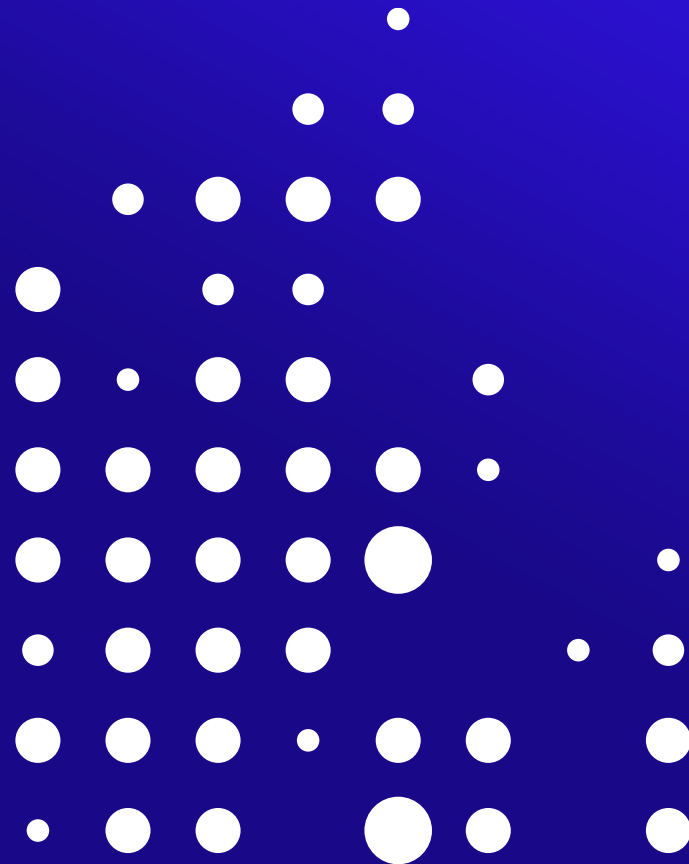
Grafen skal læses således, at de B2B-forbrugere, som handler i svenske netbutikker i gennemsnit bruger 20% af deres erhvervsbudget i svenske netbutikker. Da andelen af B2B-forbrugere, som handler i udenlandske netbutikker er små, bør der tages forbehold for usikkerhed i opgørelserne af disse gennemsnitlige budget-andele.

Den geografiske nærhed spiller stadig en stor rolle, når erhvervsindkøb krydser landegrænser – således er indkøbere i Hovedstaden noget mere tilbøjelige til at handle i Sverige, mens indkøbere i Syddanmark langt oftere køber fra Tyskland.



Adfærd ved ny netbutik

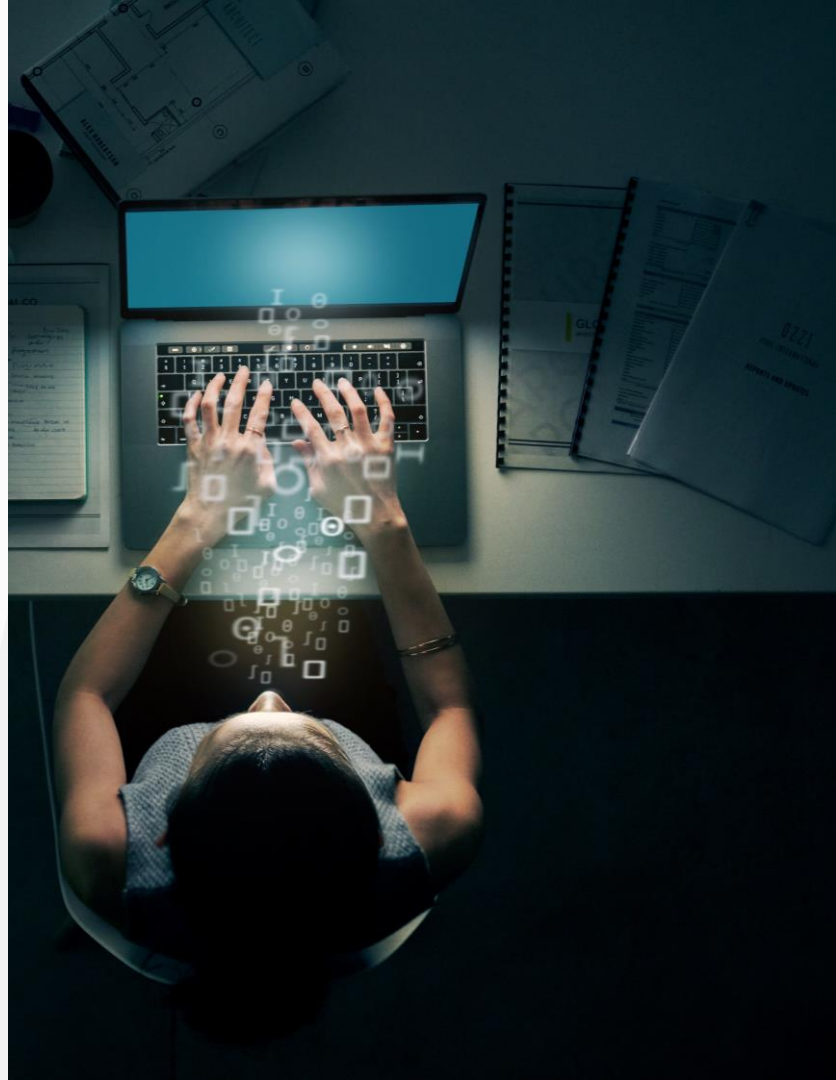
- Søgmaskiner
- Brancheforskelle
- Når en ny webshop besøges
- Budget og varesøgning
- Forhold af betydning ved nye webshops



LEVERANDØRER FINDES VIA SØGEMASKINER

Søgemaskiner er fortsat den mest gængse vej for erhvervsindkøbere til ny websider. Anbefalinger fra bekendte er fortsat en stærk 2'er – endda med en stigning på 5 %-point sammenlignet med 2022 H2.

Kendskab til nye hjemmesider ifm. erhvervsindkøb opnås...



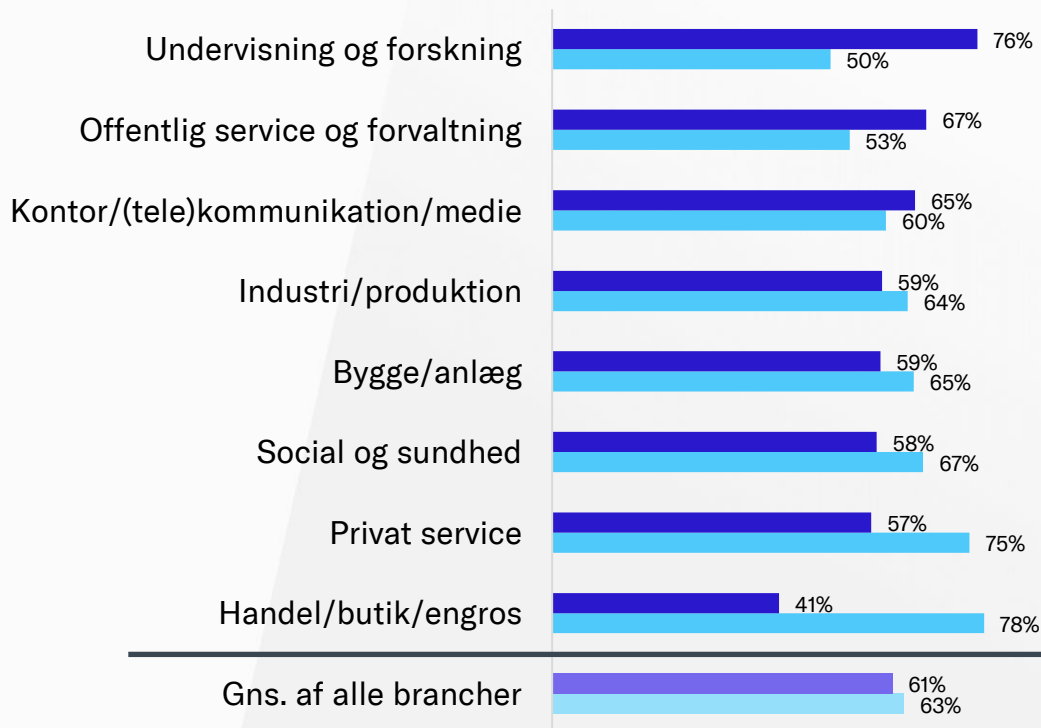
VARESØGNING PÅ TVÆRS AF BRANCHER

■ Online* ■ Offline**

I forskellige brancher ses meget forskellige andele af indkøbere, som bruger online ressourcer til at finde nye websider. Flere kilder kan indgå og derfor summerer mulighederne >100%.

Indenfor *Undervisning og forskning* er det 76% som lader sig inspirere af online veje. Indenfor *Handel/butik/engros* gælder dette derimod blot 41%.

Indenfor Undervisning og forskning finder tre ud af fire indkøbere nye webshops gennem online ressourcer.



*inkluderer søgemaskiner på internettet, prissammenligningssites, reklamer på internettet, sociale medier og mail fra websiden

**inkluderer anbefalinger fra bekendte, trykte reklamer, reklamer i radio/tv, messer, kørende sælgere, opkald fra sælgere og kendskab til fysiske butikker

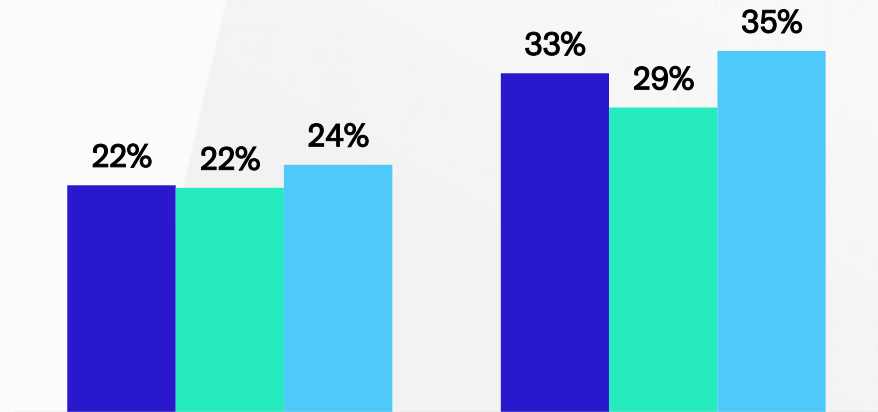
Den sidste gang du besøgte en ny webside ifm. erhvervsindkøb, hvordan var du blevet gjort opmærksom på denne side?
Flere svar mulige. Excl. 'På anden måde' og 'Husker ikke'
Hvilken branche arbejder du indenfor?
Ekkl. Transport og Landbrug/fødevarer/fiskeri





NYE NETBUTIKKERS VEJ TIL ONLINEINDKØBEREN

Uanset virksomhedsstørrelse står søgemaskiner for hver tredje nye kundeemne og anbefalinger for hver fjerde.



Via anbefalinger fra min omgangskreds/kollega

Via en søgemaskine på internettet

■ 0-9 ansatte ■ 10-99 ansatte ■ 100+ ansatte

👤 2023 H1: 925



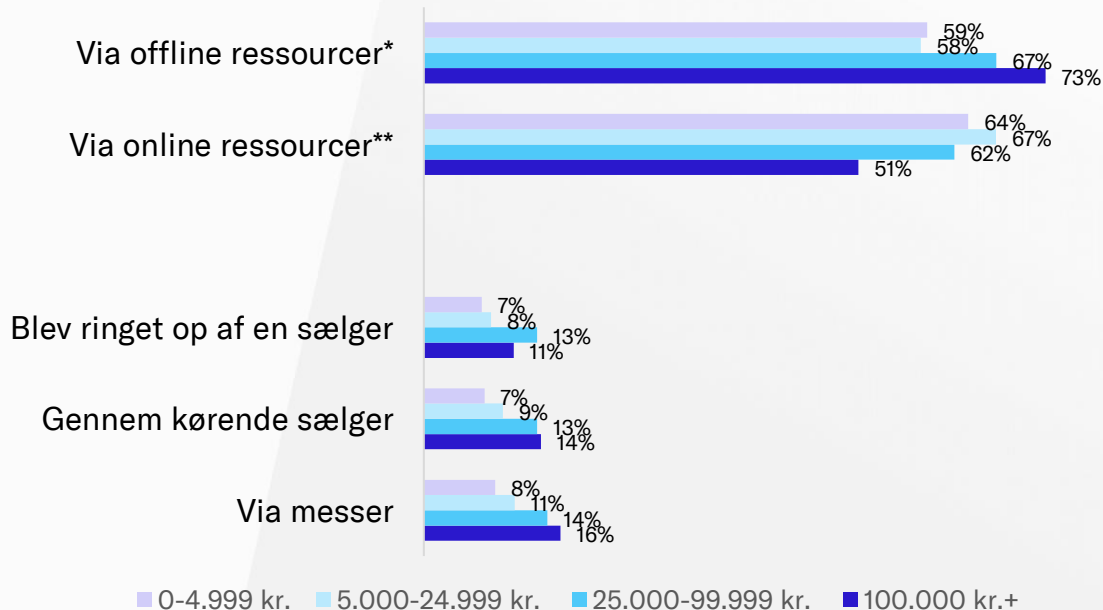
Den sidste gang du besøgte en ny webside ifm. erhvervsindkøb, hvordan var du blevet gjort opmærksom på denne side? Hvor mange ansatte er der ca. i den virksomhed, du arbejder i?

INDKØBSBUDGET OG VARESØGNING

Virksomheder med et månedligt budget på 100.000 kr. eller derover bruger relativt oftere offline ressourcer til at finde nye hjemmesider at indkøbe fra. Selv i denne gruppe finder hver anden dog også inspiration gennem online ressourcer.

Blandt de forskellige offline ressourcer har indkøbere med budgetter under 25.000 kroner klart lavere kontakt og søgning via messer og via kørende sælgere.

Hvordan finder erhvervsindkøbere vej til nye hjemmesider?



*inkluderer anbefalinger fra bekendte, trykte reklamer, reklamer i radio/tv, messer, kørende sælgere, opkald fra sælgere og kendskab til fysiske butikker
** inkluderer søgemaskiner på internettet, prissammenligningssites, reklamer på internettet, sociale medier og mail fra websiden



BESØG HOS NY WEBSHOP

Det seneste års analyser viser stor stabilitet i, hvad indkøberne lægger vægt på, når de besøger nye hjemmesider.

Næsten hver anden (47%) tilskriver prisen den største betydning. Et stykke herefter kommer betydningen af leveringshastighed (33%).

I den anden ende af skalaen er det højst hver tiende, som lægger vægt på visning af relevante produkter, gemte betalingsoplysninger eller muligheden for at mødes personligt.

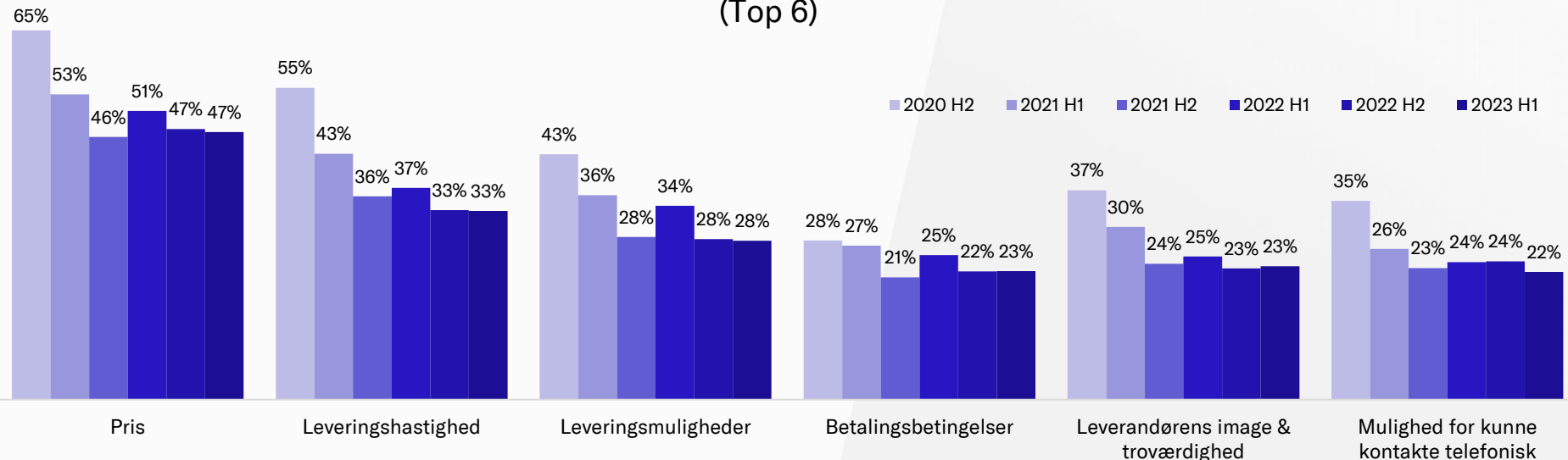
Pris er den langt mest afgørende faktor ved indkøberes besøg på nye websider.

Hvad lægges der ekstra vægt på, når en ny webshop besøges?



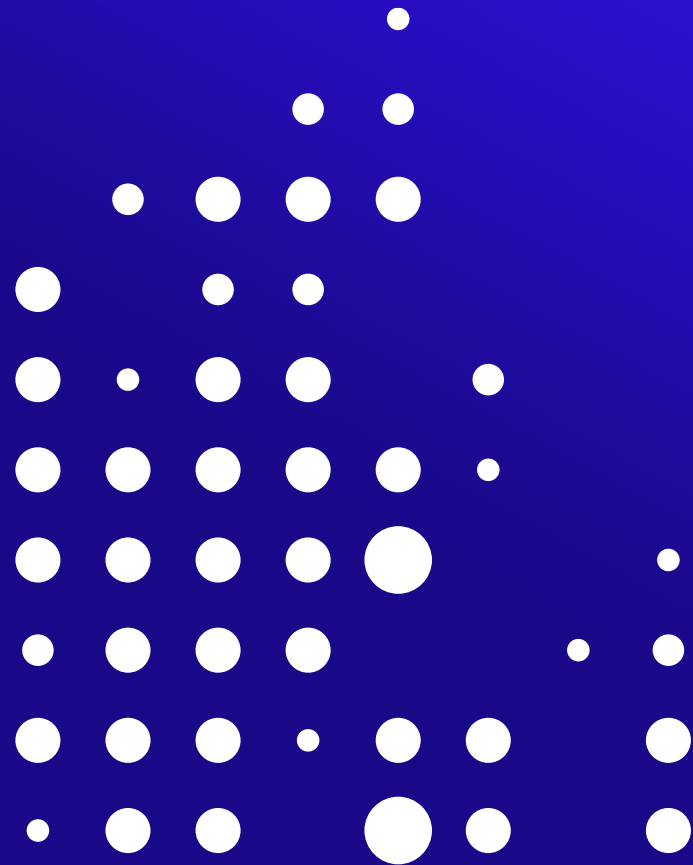
Efter at have set et fald på tværs af faktorer siden 2020, lader der nu til at være et fast niveau. Den relative vægtning har dog været stabil over tid.

Hvad lægges der ekstra vægt på, når en ny webshop besøges? (Top 6)



Barrierer

- Barrierer for online B2B handel
- Barrierer og indkøbsfunktion
- Barrierer og brancher



Barrierer for online B2B handel

Knap hver anden (49%) af indkøberne ser tvivl om prisen som en meget væsentlig eller afgørende barriere for erhvervsindkøb online. Kort derefter kommer den manglende mulighed for at undersøge produktet fysisk (46%) samt manglende mulighed for at forhandle med leverandøren (45%).

Sammenlignet med 2022 H2 ses i gennemsnit en stigning på 1 %-point i andelen som finder barriererne meget væsentlige eller afgørende.

Usikkerhed om pris og muligheden for at forhandle denne er centrale barrierer for online erhvervsindkøb.

Hvad er barriererne for online erhvervsindkøb?



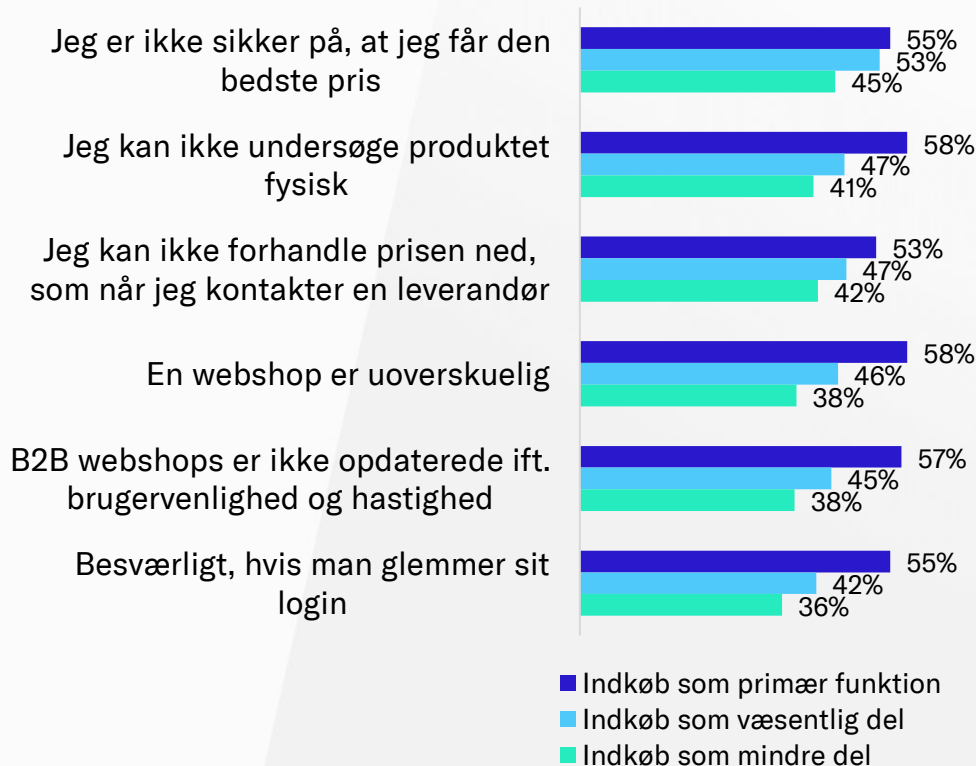
Vigtigste barrierer og indkøbsfunktion

På tværs af de mest presserende barrierer ses en entydig tendens til, at indkøbere med andre jobfunktioner er mindre kritiske end dem, for hvem indkøb er den primære jobfunktion.

Skellet er særligt stort hvad angår uoverskuelige webshops (20 %-point), ringe brugervenlighed og hastighed (19 %-point) samt besværligheden ved at glemme logins (19 %-point).

Dem med indkøb som primær jobfunktion ser barrierer i langt højere grad – op til 20 %-point.

Primære barrierer for indkøbsfunktionsniveauer



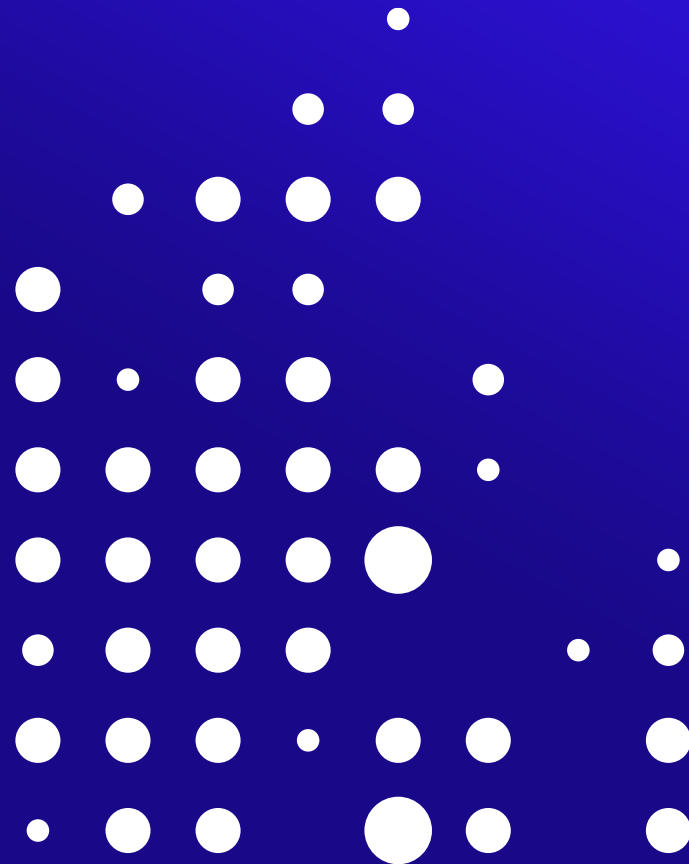
Primære barrierer ift. at man ikke foretager erhvervsindkøb online i brancherne.
 Indkøbere indenfor offentlig service og forvaltning angiver barrierer i markant mindre grad end andre brancher – gennemsnitligt mellem 10 og 20 %-point mindre.

6 generelt største barrierer: Vigtige/afgørende parametre

	Ikke sikker på, at få den bedste pris	Kan ikke forhandle prisen ned, som når leverandør kontaktes	En webshop er uoverskuelig	Jeg kan ikke undersøge produktet fysisk	B2B webshops er ikke opdaterede ift. brugervenlighed og hastighed	Besværligt, hvis man glemmer sit login
Offentlig service og forvaltning	34%	31%	37%	33%	30%	27%
Industri/produktion	54%	54%	40%	50%	46%	48%
Bygge/anlæg	52%	47%	51%	51%	52%	46%
Transport*	46%	54%	51%	54%	54%	56%
Social og sundhed	47%	36%	50%	42%	40%	42%
Handel/butik/engros	54%	52%	48%	50%	52%	44%
Landbrug/fødevarer/fiskeri*	61%	55%	52%	61%	42%	48%
Kontor/kommunikation/medie/telekom.	51%	56%	48%	40%	49%	39%
Undervisning og forskning	46%	47%	38%	48%	32%	43%
Privat service	56%	39%	46%	46%	43%	42%
Total	49%	45%	44%	46%	43%	41%

Vigtige parametre ved online erhvervs- indkøb

- Fordele ved online-indkøb
- Forventninger til kundekontakt
- Hvad skal der til for at leverandører fravælges?
- Hvad er dårlig service for b2b-indkøberen



Onlineindkøb - fordele

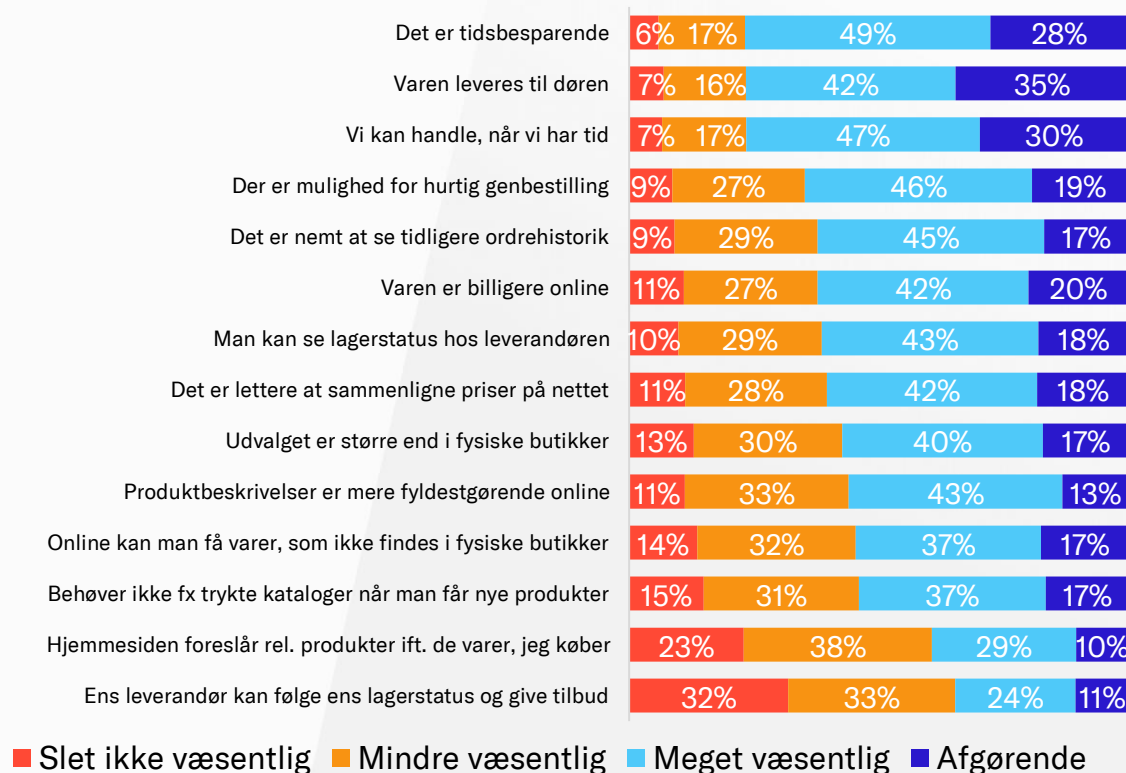
Fleksibilitet og effektivitet er et gennemgående tema, når erhvervsindkøberne angiver de væsentlige fordele ved indkøb online.

Både tidsbesparelser og friheden til at handle, når det passer, finder tre ud af fire (77%) meget væsentligt eller afgørende.

I den modsatte ende er det blot hhv. 39% og 35% som fremhæver forslag om relevante varer og tilbud pba. lagerstatus.

Erhvervsindkøbere ser oftest faktorer relateret til effektivitet og fleksibilitet som de mest afgørende fordele.

Hvilke fordele er væsentlige ved online erhvervsindkøb?



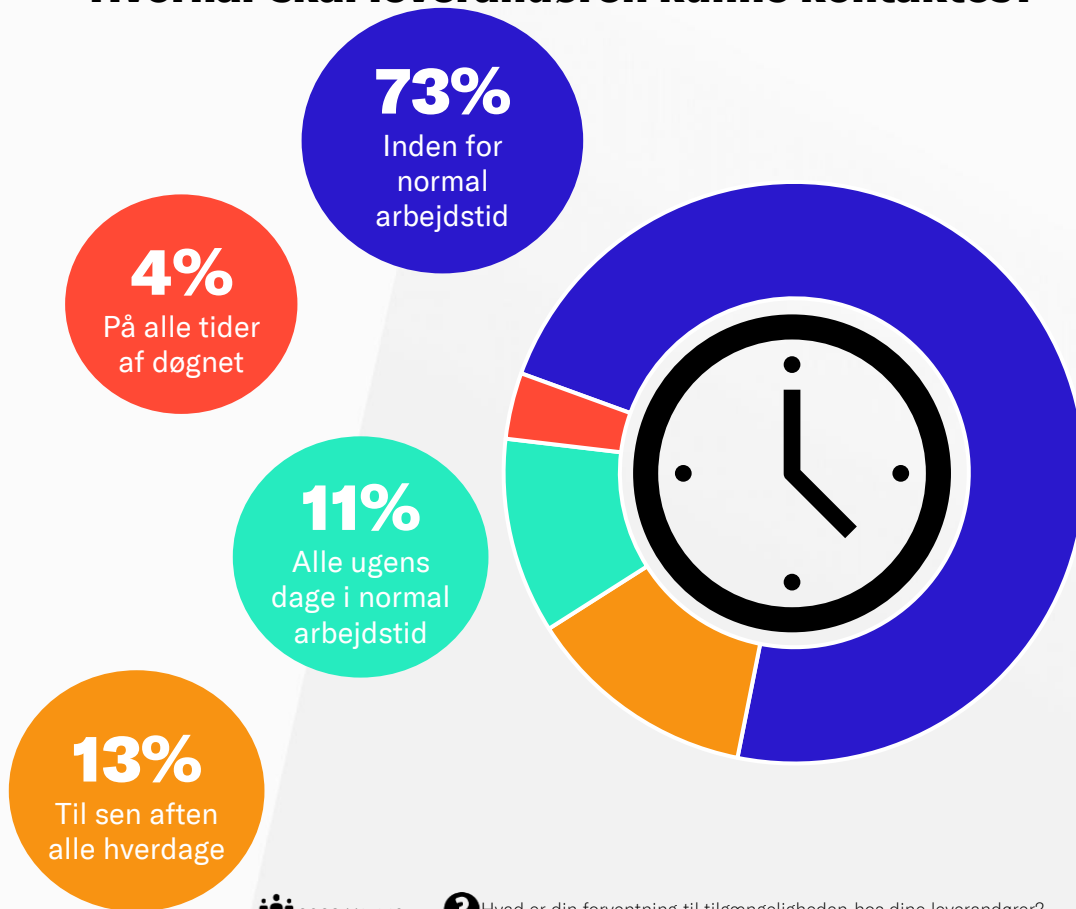
FORVENTNINGER TIL KUNDEKONTAKT

Næsten tre ud af fire erhvervsindkøbere er tilfredse med at kunne kontakte deres leverandører indenfor den almindelige arbejdstid.

Blandt dem, som forventer en udvidet tilgængelighed, forventer flest at kunne få kontakt til leverandører på hverdagsaftener (13%) eller i weekendens dagstimer (11%).

Kun én ud af tyve (4%) forventer at kunne få kontakt til deres leverandører på alle tider af døgnet.

Hvornår skal leverandøren kunne kontaktes?

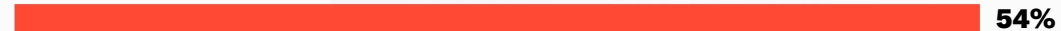




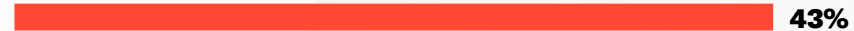
Hvad skal der til for at leverandører fravælges?

Årsagernes relative betydning er stabil over tid og på tværs af brancher - dårlig service betyder konsekvent mest.

Jeg oplever dårlig service



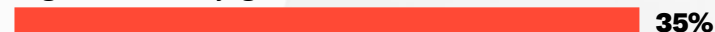
Varerne jeg modtog ikke var korrekte



Jeg ikke kan få telefonisk eller fysisk kontakt med min leverandør



Jeg fandt ud af jeg havde betalt mere for mine varer end andre steder



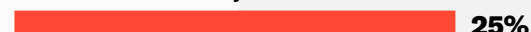
En levering kom senere end lovet



Dårlige muligheder for reklamation



Leverandørens hjemmeside har en dårlig brugerflade



Betalingsbetingelserne er for dårlige



Leverandørens hjemmeside er meget langsom



Netbutikken viser ikke relevante varer



Andet



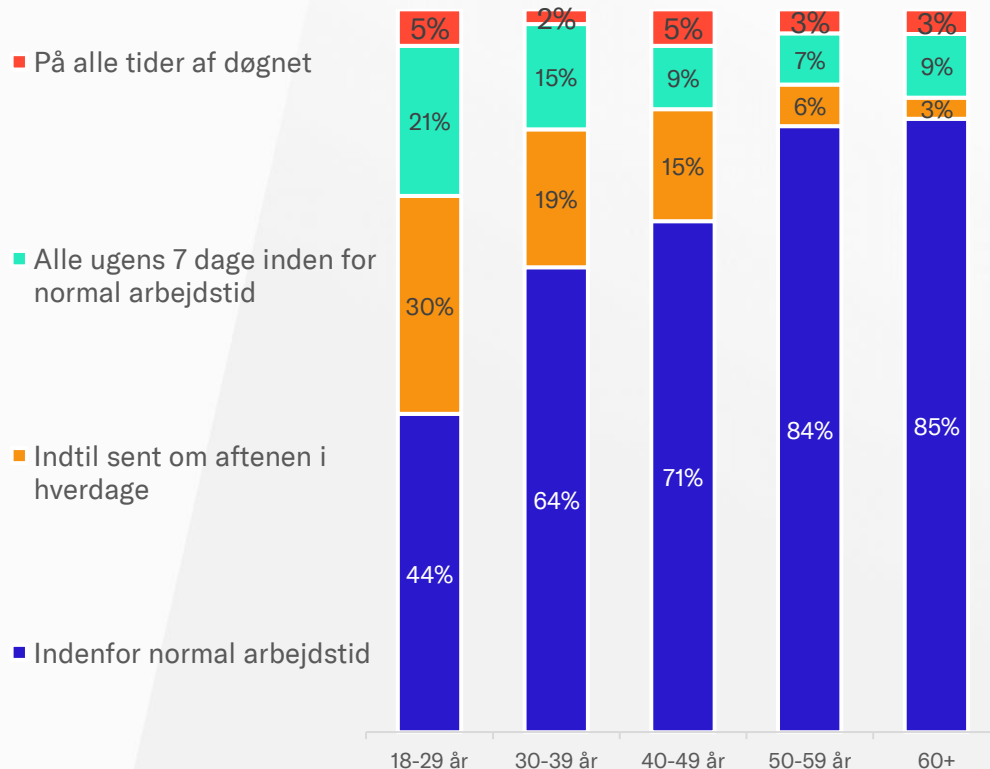
FORVENTNINGER TIL KUNDEKONTAKT - ALDER

Der er en tydelig sammenhæng mellem alder og forventninger til leverandørers tilgængelighed.

Blandt de 18-29 årige er det således et fåtal (44%) som udelukkende forventer at kunne kontakte deres leverandører indenfor normal arbejdstid.

Omvendt er det kun 15% af indkøberne over 60 år, som forventer at kunne kontakte deres leverandører udenfor normal arbejdstid.

Hvornår skal leverandøren kunne kontaktes?



Forskellige indkøbere opfatter dårlig service forskelligt – tilbagevendende kritik relaterer sig dog til misligholdte aftaler, mangelfuld kommunikation og langsom levering.

Hvad forbinder du med dårlig service fra en leverandør?

”Uigennemskuelighed af priser”

”Overholder ikke aftaler. Tager sig ikke af reklamationer”

”Hvis de lover noget, de ikke kan holde, f.eks. om leveringstider”

”At man ikke kan få faktura betaling som erhvervskunde”

”At de ikke leverer det korrekte til aftalt tid og pris”

”Manglende lager status. For lang leveringstid”

”Afvisende attitude ved telefonisk kontakt. Kort mail med manglende informationer”

”At gøre alt til mit problem. Levering, sikkerhed, IT, kommunikation bl.a.”

”Besvær med at levere en forkert vare retur. Manglende telefonisk hjælp”

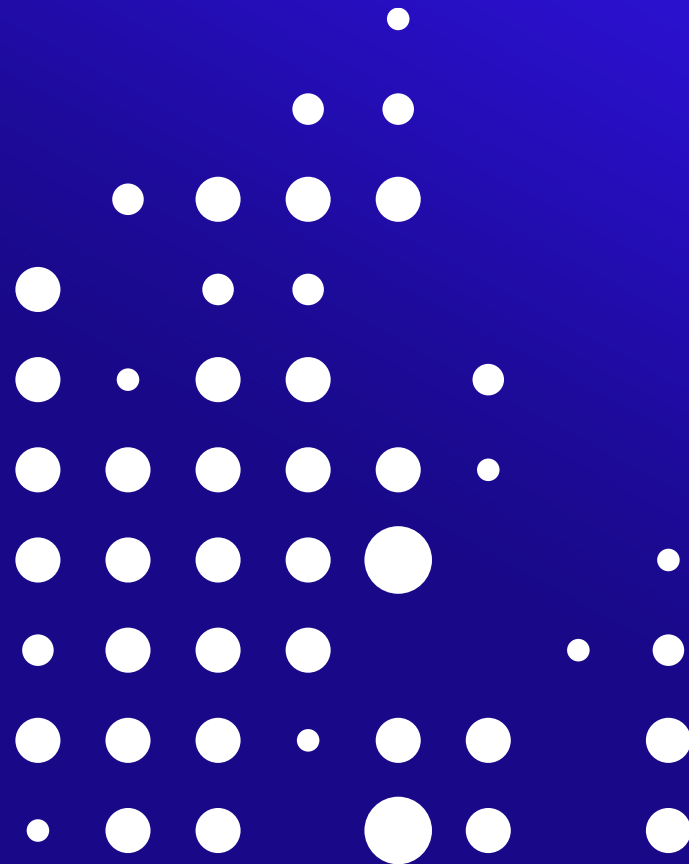
”Primært dårlig levering og lange svartider”

”Rigide procedurer, dårlig kommunikation, svære at træffe”

”For høje priser, langsom levering, besværliggjort betaling”

Samarbejdet med leverandører

- Valg af leverandører
- Godkendelse af leverandør
- Antal leverandører
- Faste leverandøraftaler
- Samarbejdsaftaler
- Valget af leverandører og aldersgrupper

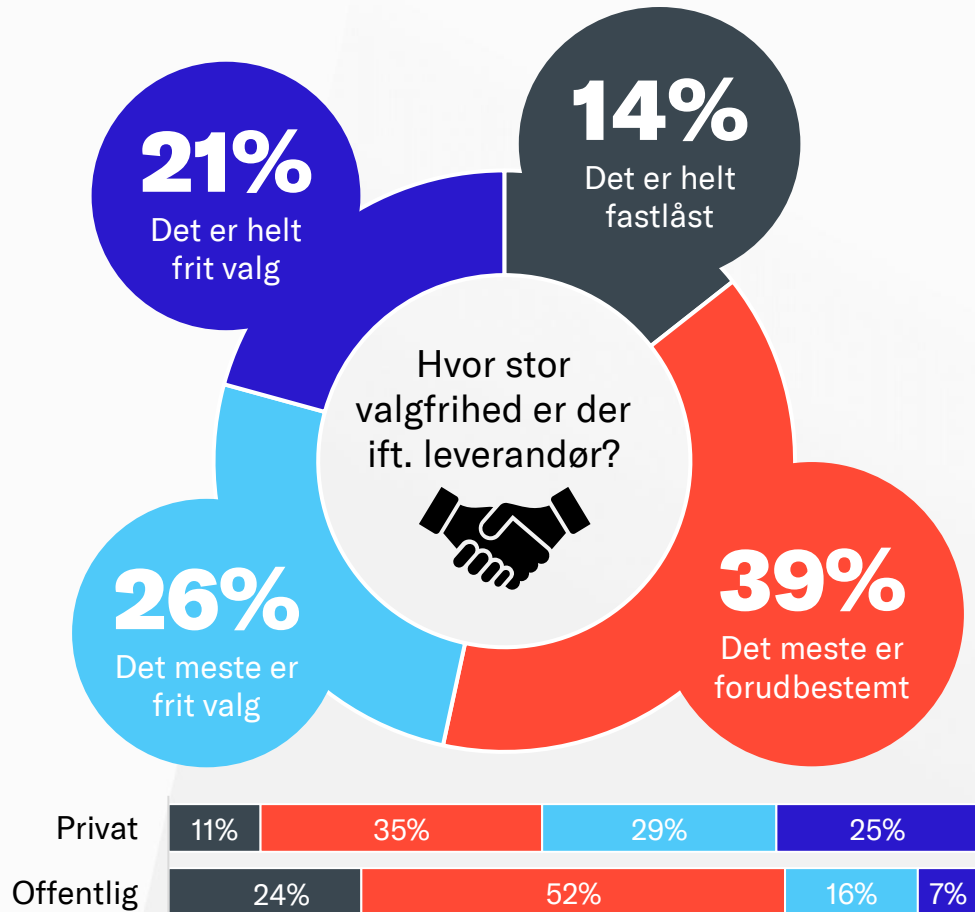


HALVDELEN HAR FRIT VALG IFT LEVERANDØRER

Over en bred kam, er der et lille flertal af erhvervsindkøbere (53%), som har ingen eller kun begrænset frihed til selv at vælge leverandør.

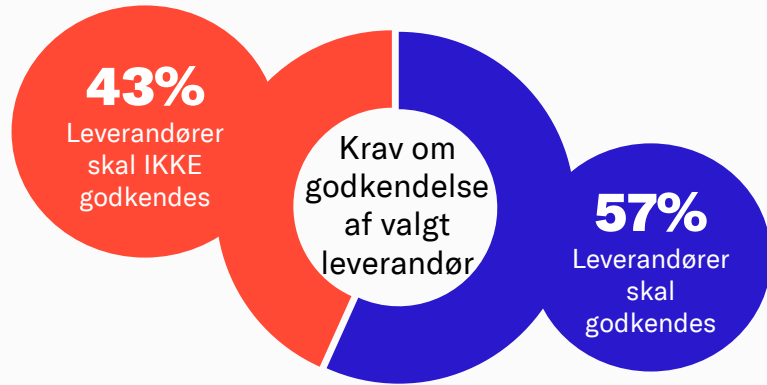
Dog ses en stor forskel mellem offentlige og private arbejdspladser. I det offentlige er det hver fjerde (24%) som ingen valgfrihed har, mens yderligere hver anden (52%) har det meste bestemt på forhånd. I det private er det derimod hver fjerde (25%) som har valget helt i egne hænder.

Indkøbere i det private har markant mere frihed til at vælge leverandører.



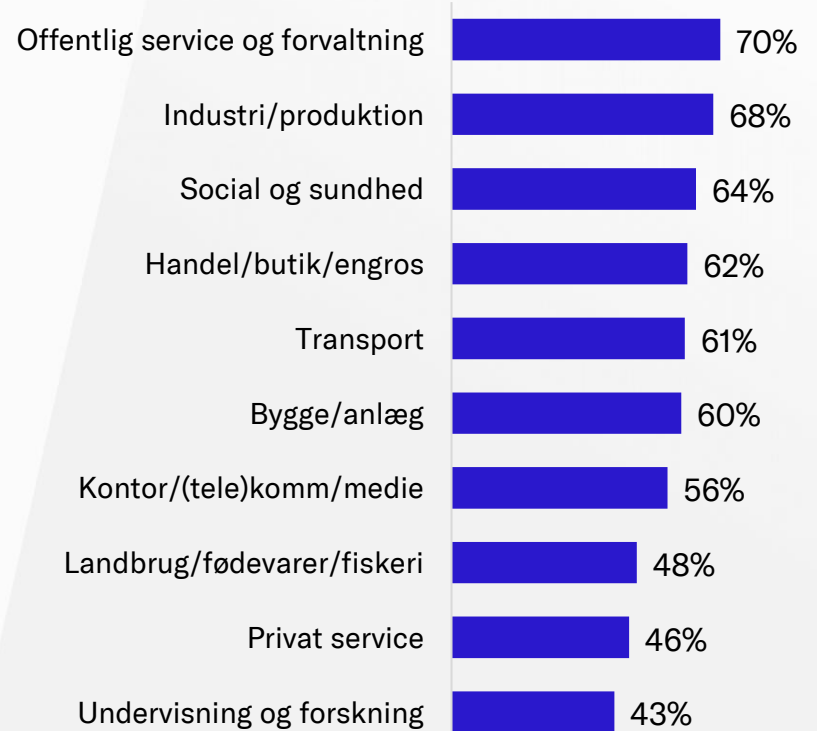
Godkendelse af leverandører

Knap 6 ud af 10 leverandører skal godkendes internt i den købende virksomhed. Dette er en fremgang på 3 %-point ift. 2022. Herunder ses en fremgang på 16 %-point indenfor privat service.



Brancherne Privat Service samt Undervisning og forskning har klart laveste andel af erhvervsindkøbere hvor leverandører skal godkendes.

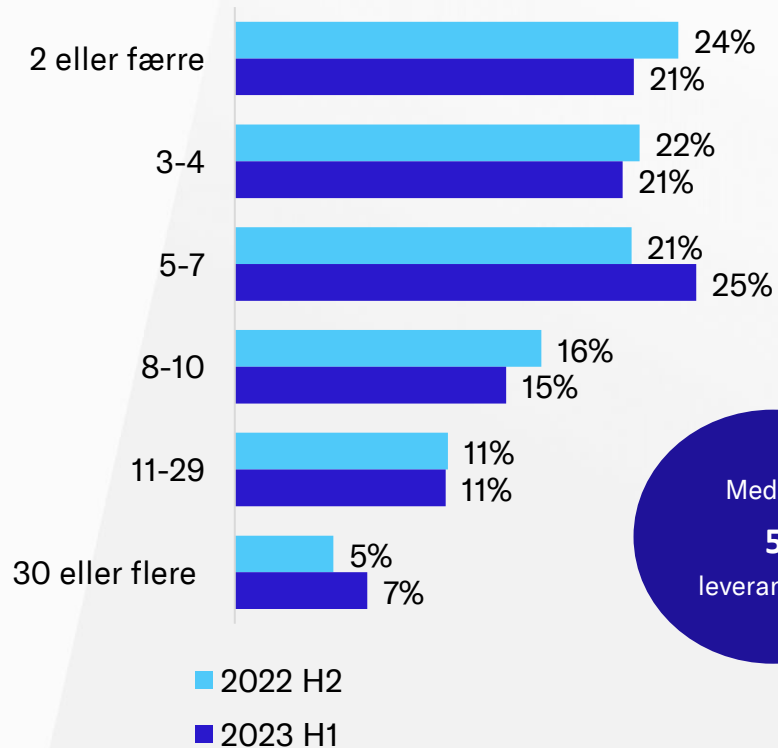
Andel i brancherne, hvor leverandører skal godkendes





Anvendte antal leverandører

Hver 3. online indkøber anvender
mindst 8 leverandører.

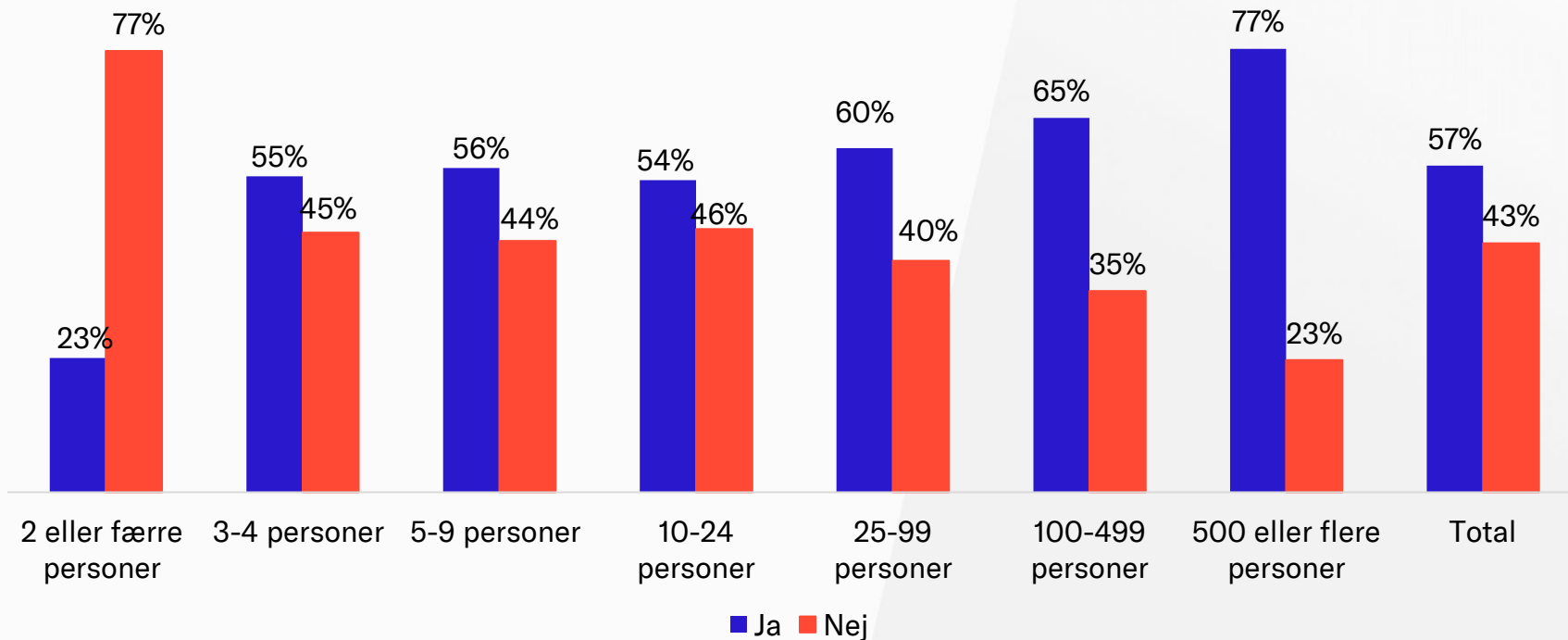


Median:
5
leverandører

👤 2022 H1: 1.180
2023 H2: 1.167

❓ Hvor mange leverandører handler du hos online?

Der er oftere krav om godkendelse af leverandører i større virksomheder.



FASTE SAMARBEJDSAFTALER ER NORMEN

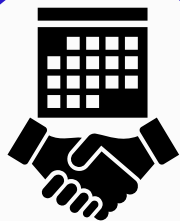
Tre ud af fire erhvervsindkøbere (75%) har faste samarbejdsaftaler med en eller flere leverandører. Kravene hertil forbliver bredt set de samme – fast rabat, betalings- og leveringsvilkår vægtes højest.

75%

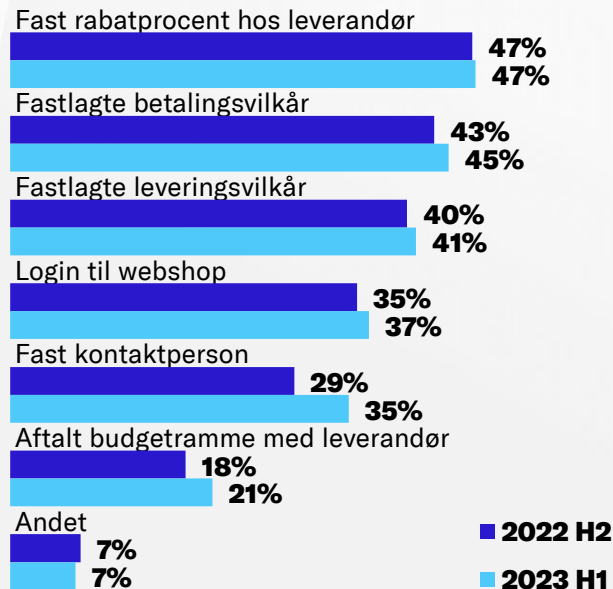
Har faste samarbejds-aftaler med leverandører

25%

Har IKKE faste samarbejds-aftaler



Hvornår er en leverandør fast?



2023 H1: 1.167



Har din arbejdsplads faste samarbejdsaftaler med leverandører, som du handler hos online/digitalt?



2023 H1: 1.167
2022 H2: 1.156

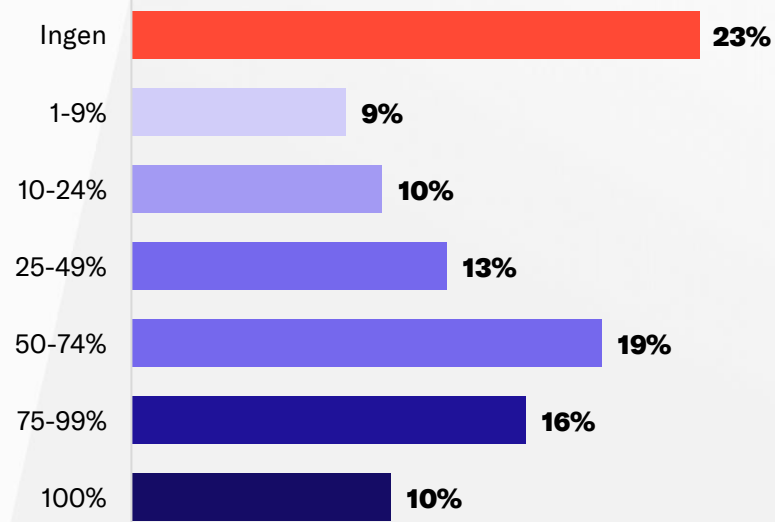


Hvad skal der til, før du betragter en leverandør som en fast samarbejdspartner/leverandør?

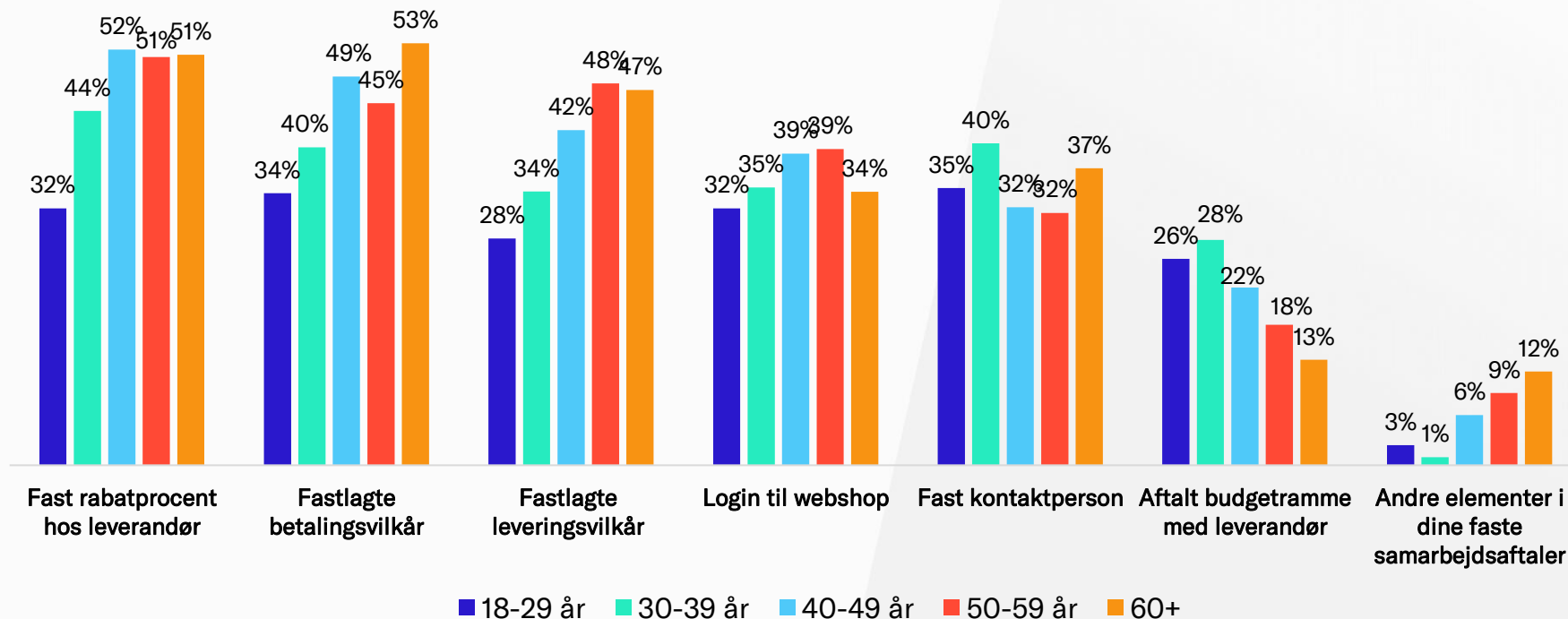


KØB I FASTE RAMMER & ABONNEMENT

Blandt virksomheder med faste samarbejdsaftaler foretager hver fjerde langt størstedelen (mindst 75%) af deres erhvervsindkøb i abonnementslignende rammer. For hver tiende gælder det absolut alle indkøb.

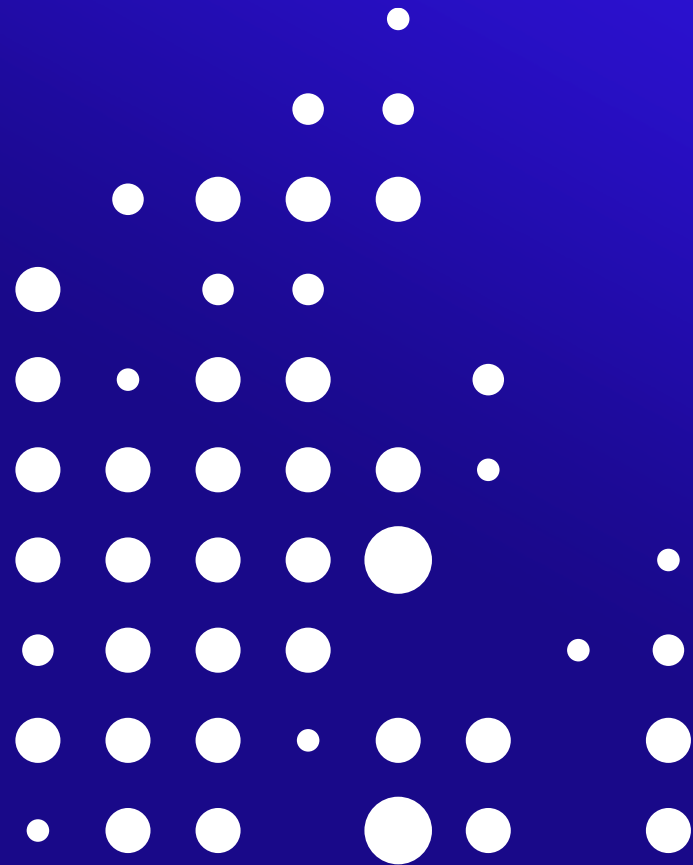


På alle fronter forventer unge erhvervsindkøbere mindre af deres faste samarbejdspartnere end mere erfarne kollegaer gør.



Den løbende samhandel

- Indkøbsafdelinger
- Abonnementskøb og køb i faste rammer
- Hvor mange kan handle
- Hvor mange kan handle på tværs af brancher



INDKØBSAFDELINGER

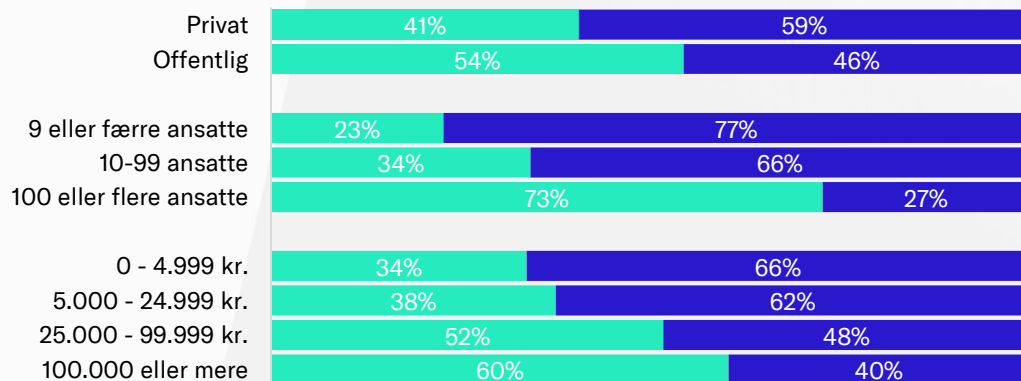
Lidt flere end 4 ud af 10 virksomheder (44%) har dedikerede afdelinger til indkøb. Dette er en stigning på 3 %-point sammenlignet med sidste halvår af 2022.

Denne fremgang ses særligt dér hvor andelen allerede var størst: i det offentlige, på arbejdspladser med 100 eller flere ansatte og i virksomheder med månedlige budgetter på mindst 100.000 kr.

Mønstrene i hvilke organisationstyper, som har etablerede indkøbsafdelinger, er altså kun blevet tydeligere i første halvår af 2023.

Blandt offentlige og store arbejdspladser ses etablerede indkøbsafdelinger oftere.

Har virksomheden en indkøbsafdeling?

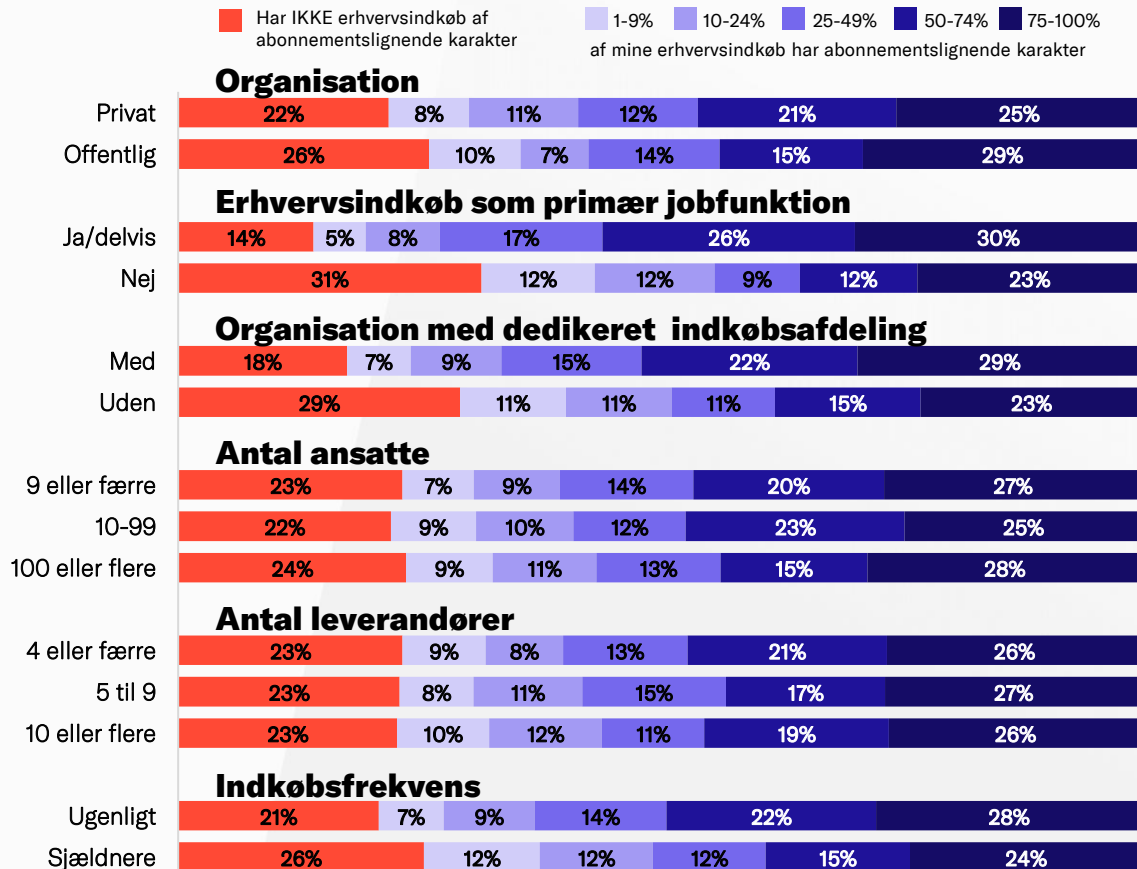


ABONNEMENTSLIGNENDE KØB I ERHVERVSREGI

I hvilket omfang erhvervsindkøb bliver foretaget i faste rammer hænger sammen med en række forskellige faktorer.

Mest væsentligt er det, om indkøberen har indkøb som primær jobfunktion og om organisationen har en dedikeret indkøbsafdeling. Desuden er indkøbsfrekvensen også væsentlig.

Derimod er der mindre forskel på private og offentlige virksomheder og antallet af leverandører er heller ikke styrende for hvor stor en andel, der købes i faste rammer eller har abonnementslignende karakter.



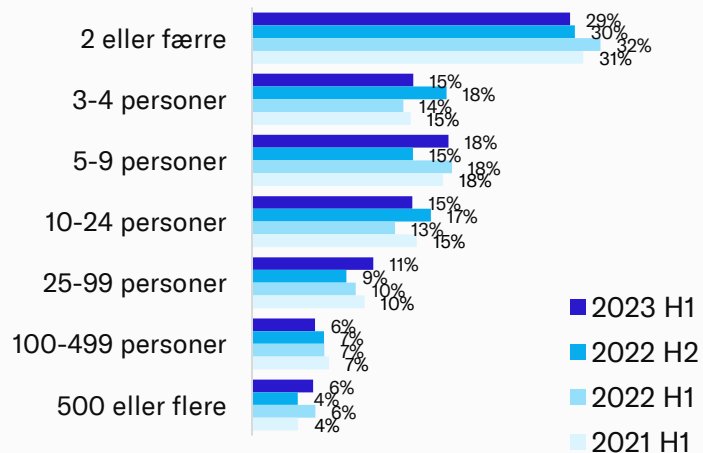
2023 H1: 878
(Har købt i faste rammer)



Hvor stor en andel af dine online/digitale erhvervsindkøb er i fast ramme/af abonnementslignende karakter? (Bliver fx leveret på fast tidspunkt eller ved automatisk genbestilling, når dit lager er ved et minimum?)

HVOR MANGE KAN HANDLE?

Antal, der må købe ind i virksomhederne er relativt stabilt over tid:



I 4 ud af 10 virksomheder har mindst 10 personer indkøbsansvar.



Hvor mange kan handle på tværs af brancher

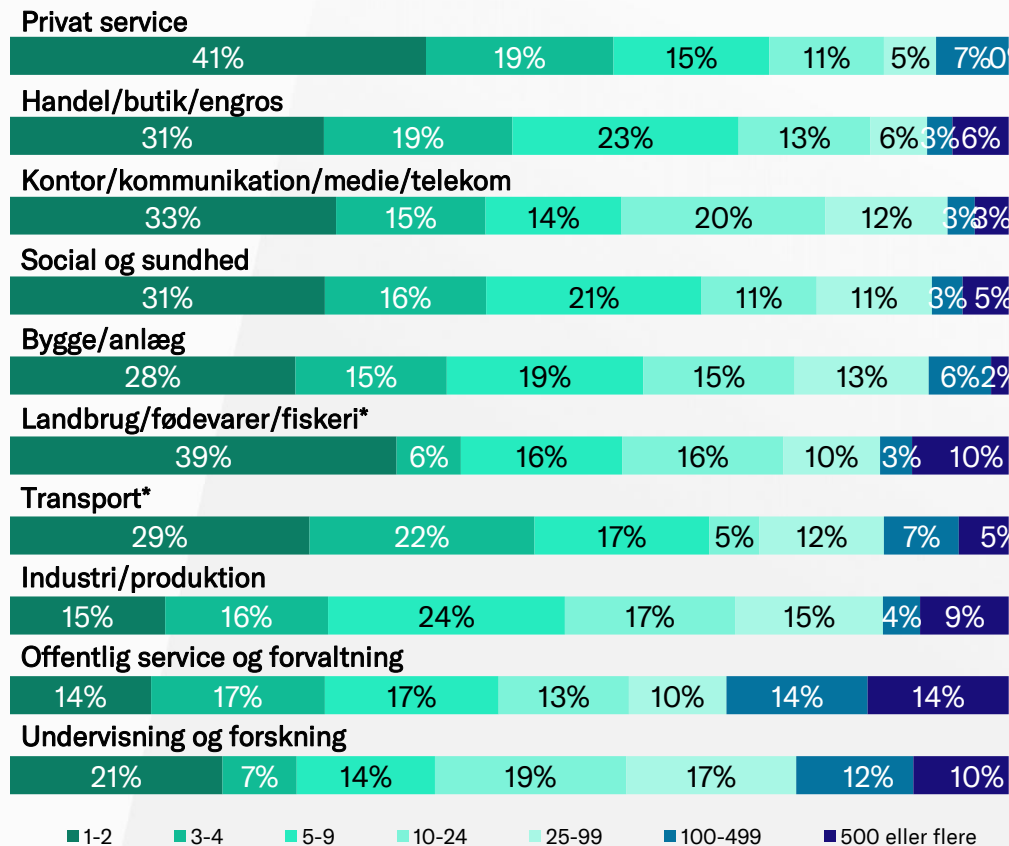
Der ses store forskelle i antallet af indkøbsansvarlige på tværs af brancher.

Indenfor *Privat service* er det eksempelvis 6 ud af 10 virksomheder (60%), hvor maksimalt 4 ansatte må købe ind.

Omvendt er det indenfor *Offentlig service og forvaltning* flere end hver fjerde arbejdsplads (28%), hvor over 100 medarbejdere har ansvar for indkøb.

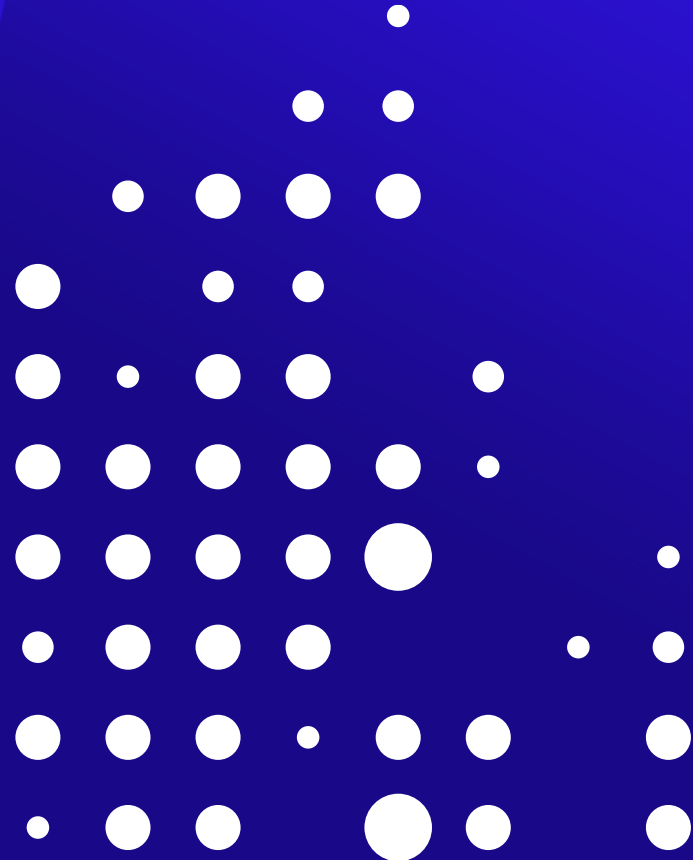
Inden for industri/produktion har over halvdelen af arbejdspladserne maksimalt 9 indkøbere.

Antal personer med ret til indkøb



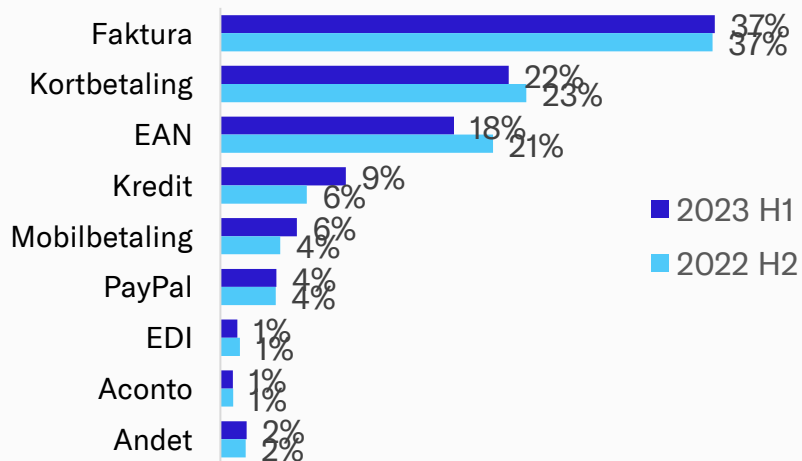
Betaling & Levering

- Foretrukken betalingsform
- Vigtige logistikelementer ved online B2B-handel
- Logistikparametres betydning i brancher

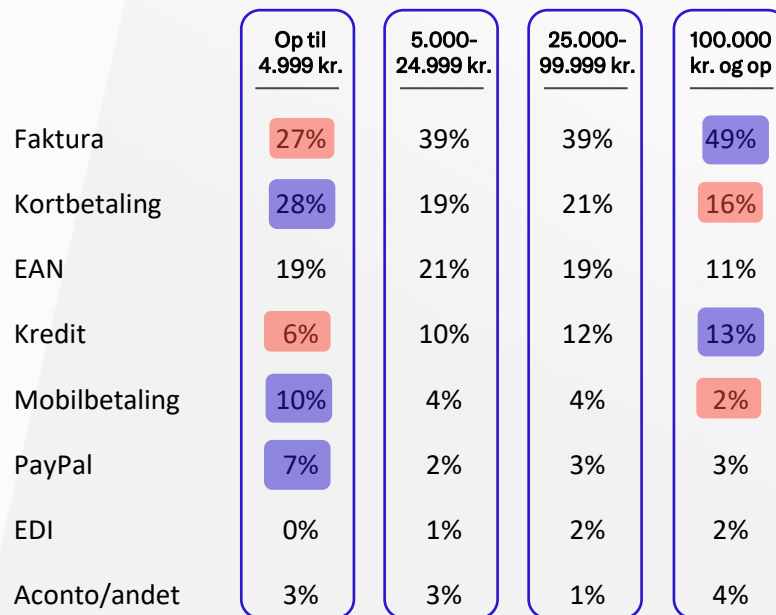


Foretrukne betalingsform er stadig fakturaen og præferencerne er ret stabile over tid. Det er især ved de store budgetter, at fakturaen foretrækkes, hvor indkøbere med mere begrænsede budgetter delvist foretrækker kortbetaling eller sågar mobilbetaling.

Foretrukken betalingsform



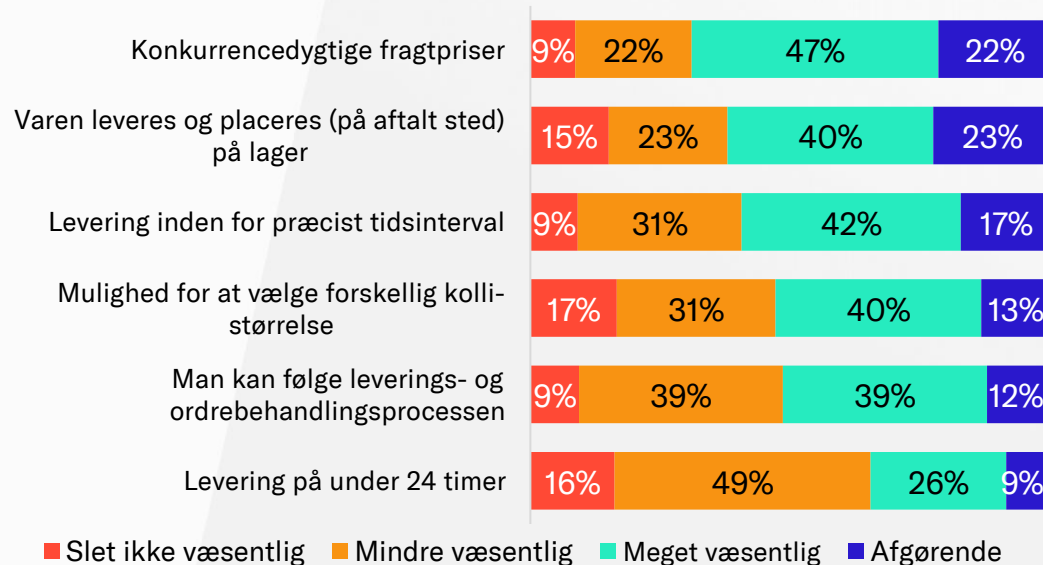
ERHVERVSBUDET





Konkurrencedygtige fragtpriser er fortsat det vigtigste element ift. logistik ved B2B-indkøb online. Levering på aftalt sted og i præcist tidsinterval er også centrale faktorer.

Vigtige elementer ifm. Logistik ved B2B online handel

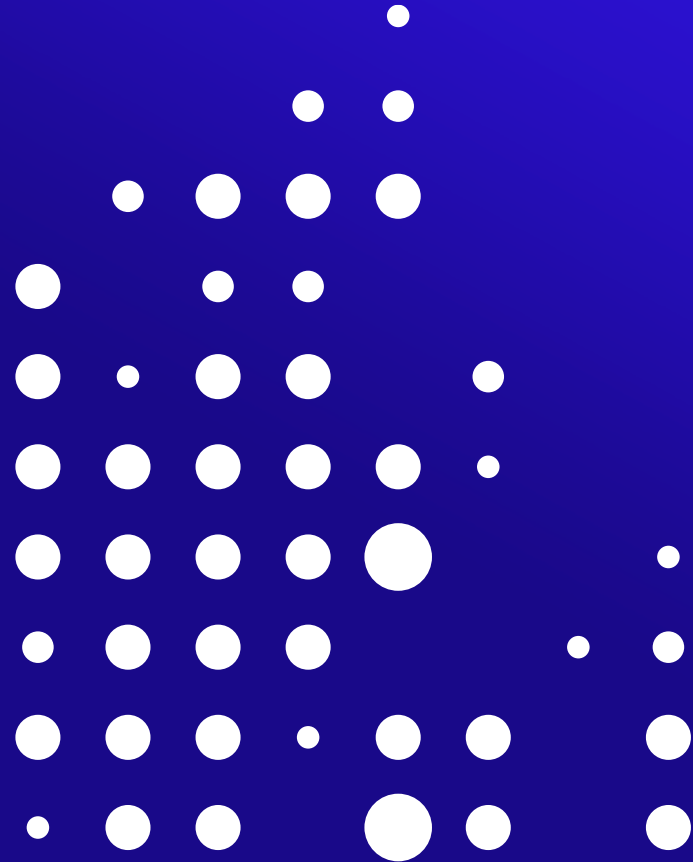


Betydningen af konkurrencedygtige fragtpriser er gennemgående på tværs af de fleste brancher, mens de øvrige faktorer vægtes mere forskelligt.

	Konkurrencedygtige fragtpriser	Varen leveres og placeres (på aftalt sted) på lager	Levering inden for præcist tidsinterval	Mulighed for at vælge forskellig kolli-størrelse	Kan følge leverings- og ordrebehandlings-processen	Levering på under 24 timer
Bygge/anlæg	64%	57%	61%	50%	50%	41%
Handel/butik/engros	71%	57%	62%	60%	59%	37%
Industri/produktion	65%	64%	57%	49%	53%	38%
Kontor/kommunikation /medie/telekom	75%	61%	58%	46%	52%	26%
Landbrug/fødevarer/ Fiskeri*	77%	68%	68%	55%	52%	39%
Transport*	61%	66%	73%	44%	51%	41%
Offentlig service og forvaltning	57%	64%	50%	47%	41%	28%
Privat service	72%	63%	64%	64%	48%	37%
Social og sundhed	68%	69%	61%	64%	52%	44%
Undervisning og forskning	73%	57%	61%	51%	48%	27%

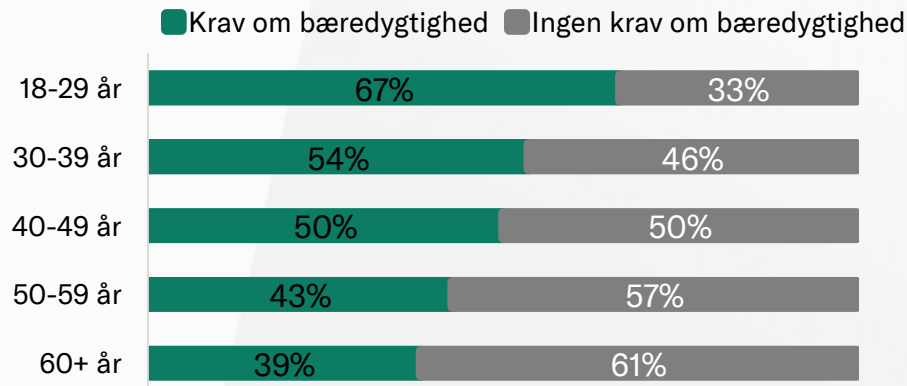
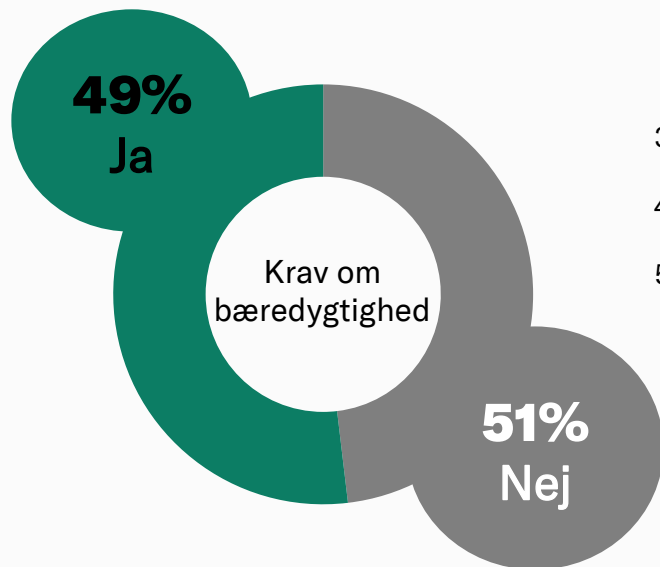
Agenda: Bæredygtighed

- Bæredygtighedskrav til leverandører
- Bæredygtighedskrav til leverandører fordelt på brancher
- Forskellige områder af bæredygtighedskrav



Krav til leverandører om bæredygtighed

Lige knapt hver anden virksomhed (49%) stiller krav til leverandører om bæredygtighed. Selvom yngre indkøbsansvarlige oftere angiver at gøre dette, ses en overordnet fremgang ift. 2022 som er drevet af dem på 50+. Der er desuden også en signifikant overvægt i Region hovedstaden (55%), især ift. Region Nordjylland (32%).



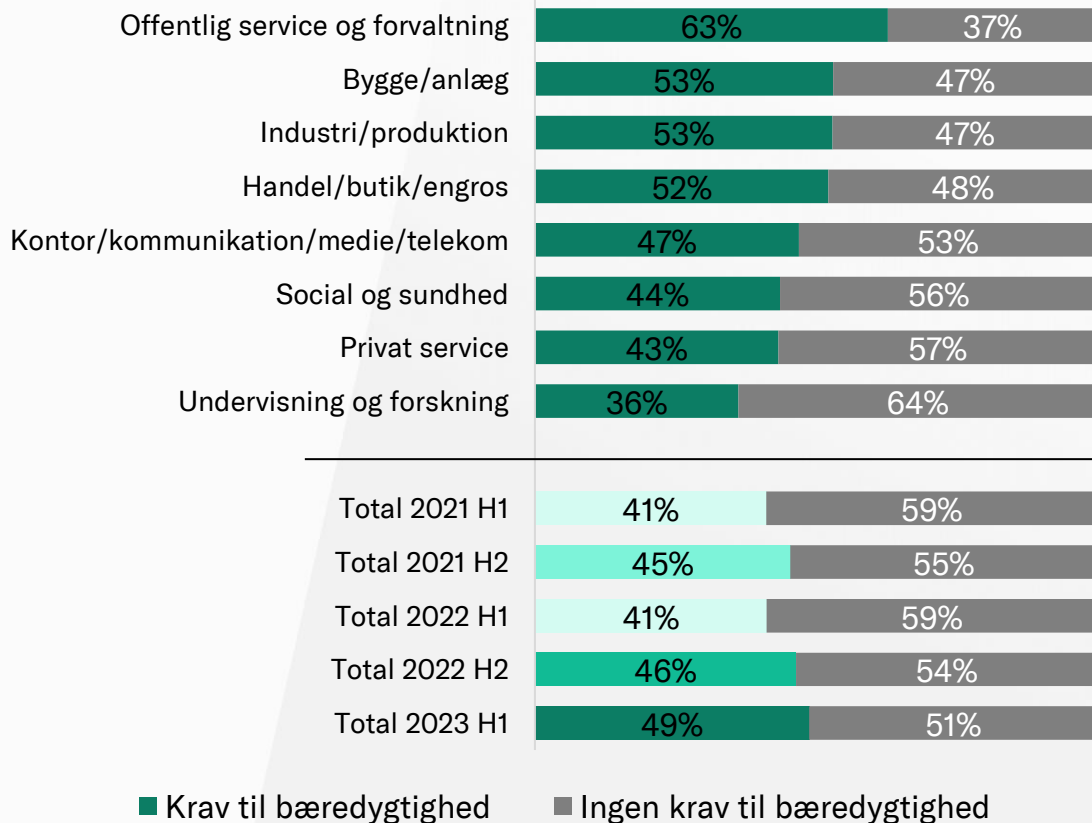
Sammenlignet med 2022 svarer 3%-point flere, at de stiller krav om bæredygtighed til leverandører.

Krav til bæredygtighed på tværs af brancher

De seneste år er flere og flere begyndt at stille krav om bæredygtighed til deres leverandører. Mens dette nu næsten er hver anden (49%), var det 4 ud af 10 (41%) for blot to år siden.

Offentlig service og forvaltning udmærker sig i den høje ende – i denne branche stiller næsten to tredjedele (63%) bæredygtige krav. Omvendt gælder det kun lige over hver tredje (36%) indenfor undervisning og forskning.

Offentlig service og forvaltning stiller i højeste grad krav om bæredygtighed.



Område med krav til bæredygtighed

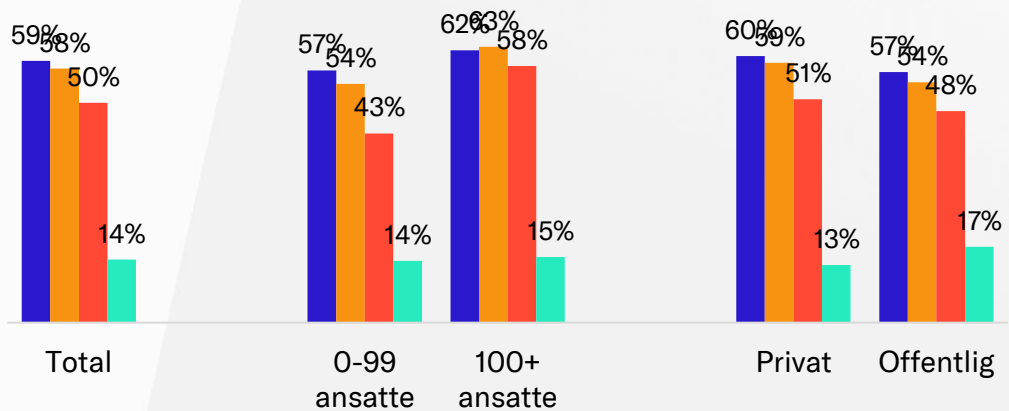
Bæredygtig logistik og forsyningskæde er sammen med bæredygtig produktion de to områder, flest stiller krav til. Det gælder for knap 60% af indkøberne, mens lidt færre (50%) stiller krav ift.

menneskerettigheder og arbejdsforhold.

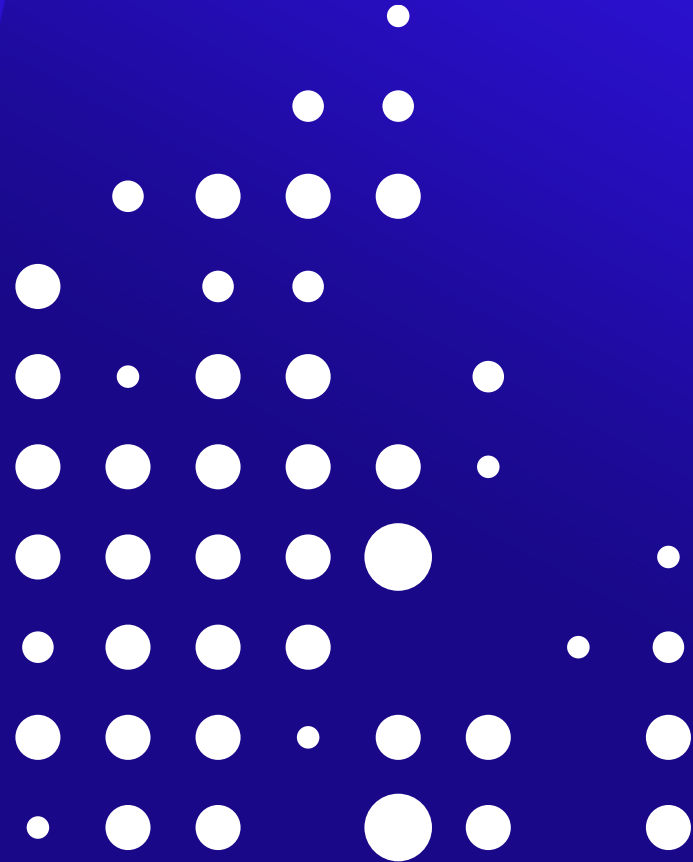
Et konkret og mere lavpraktisk forhold, nemlig at webshoppen tydeliggør hvilke produkter, der er bæredygtige, er ikke så udbredt et krav (14%).

Virksomheder i mindre virksomheder stiller i lidt mindre udstrækning til krav ift. menneskerettigheder og arbejdsforhold, mens der er en tendens til at offentlige indkøbere lidt oftere stiller krav om markering af bæredygtige produkter i webshoppen.

På hvilke områder stilles krav til leverandører



Bag om undersøgelsen



Analysens fordeling på branche og virksomhedsstørrelse i 1. halvår 2023

Vandret %	0-9 ansatte	10-24 ansatte	25-99 ansatte	100-499 ansatte	500+ ansatte	n
Bygge/anlæg	11%	11%	10%	9%	8%	115
Handel/butik/engros	13%	8%	20%	17%	11%	159
Industri/produktion	10%	18%	8%	6%	21%	136
Kontor/kommunikation/me- die/telekommunikation	13%	15%	14%	12%	9%	147
Landbrug/fødevarer/fiskeri	2%	3%	2%	3%	3%	31
Transport	4%	3%	3%	4%	4%	41
Social og sundhed	14%	7%	13%	13%	9%	133
Offentlig service og forvaltning	8%	10%	7%	2%	16%	94
Privat service	6%	9%	9%	12%	3%	97
Undervisning og forskning	10%	11%	8%	4%	10%	94
Andet	10%	6%	6%	17%	8%	120
Stikprøve	256	186	153	347	196	1.167

Bag om undersøgelsen

SURVEY

Til denne analyse har der været anvendt et spørgeskema med ca. 40 spørgsmål. Data er indsamlet online gennem Wilkes onlinepanel, Wilke Wisdom. Der er gennemført 1.167 interviews med B2B-indkøbere. Disse interviews skaber et robust statistisk grundlag for undersøgelsens resultater. Den maksimale statistiske usikkerhed er således på +/- 2 procentpoint på totaler. I tilfælde, hvor summen af andele afviger fra 100 %, skyldes dette afrundinger, eller at der er tale om et multipelt spørgsmål.

Dataindsamlingsmetode

Undersøgelsen er gennemført som onlineinterview (CAWI).

Målgruppe

Målgruppen er erhvervsaktive danskere, der handler ind online i en B2B sammenhæng

Antal gennemførte interviews

Alle respondenter, n = 1.167

Vejning

Data er ikke vejret.

Feltperiode

Data er senest indsamlet 1. halvår 2023

Kontaktperson hos Dansk Erhverv:

Simon Bjerremann

Senior Analytiker

T: +45 72255611

E: sib@danskerhverv.dk

4. Oktober 2023