

E-Handelsanalyse

Fokus: Holdninger til E-handel

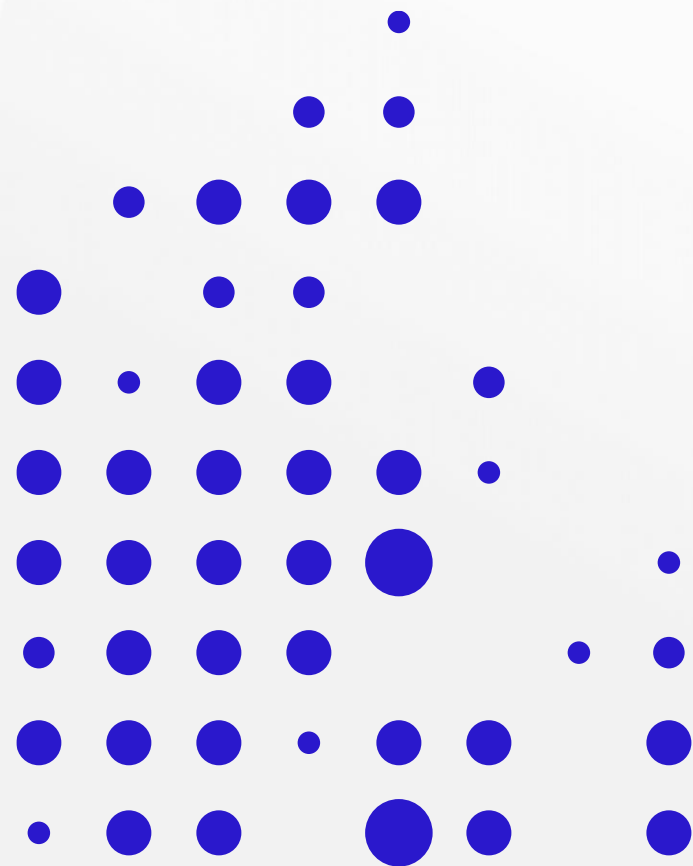
Januar 2022

DANSK
ERHVERV

Gennemføres med
 Wilke

Analysens indhold

Nedslag i månedsanalysen	Side 3
Generelt om e-handel	Side 4
Handelshyppighed & anvendt enhed	Side 5
Abonnementsandele og forbrug	Side 6
Andel af handler og forbrug	Side 7
Gennemsnitspriser pr. køb	Side 8
Betalingsform og -kort	Side 9
Forventninger til e-handel	Side 11
NPS efter varekategori	Side 13
Månedens Fokus: Holdninger til e-handel	Side 15
Overblik: Holdninger	Side 16
Netbutikker og dansk erhvervsliv	Side 17
Netbutikker og corona	Side 19
Holdning mere positiv end sidste år?	Side 20
Nethandel og fysiske butikker	Side 21
Nethandel skaber danske arbejdspladser	Side 23
Nethandel løfter en samfundsopgave	Side 24
Nethandel og udkantsområder	Side 25
Forbrugerrettigheder ved nethandel	Side 27
Nethandel og klimabelastning	Side 28
Om analysen	Side 30



Lige knap hver tredje (32%) køb blev i januar betalt med app.

I januar finder det højeste gennemsnitskøb sted i kategorien Computer, Smartphones & tablets med et beløb på 2.004 kr.

Personlig pleje topper januarlisten, når det kommer til kundetilfredshed.

Tøj, sko og accessories står for ca. hver 5. handel og brugte krone i januar.

84% af danskerne mener, at nethandel hjælper marginaliserede grupper med adgang til indkøb.

84% af danskerne mener, at netbutikker er en central del af dansk erhvervsliv.

9 ud af 10 danskere mener, at nethandel forbedrer indkøbsmulighederne for borgere i udkantsområder.

Knap halvdelen af danskerne (49%) e-handled i løbet af den seneste uge i januar.

8% forventer at handle mere online de næste 12 måneder og hele 36% mener, at de har handlet mere det seneste år end det foregående.

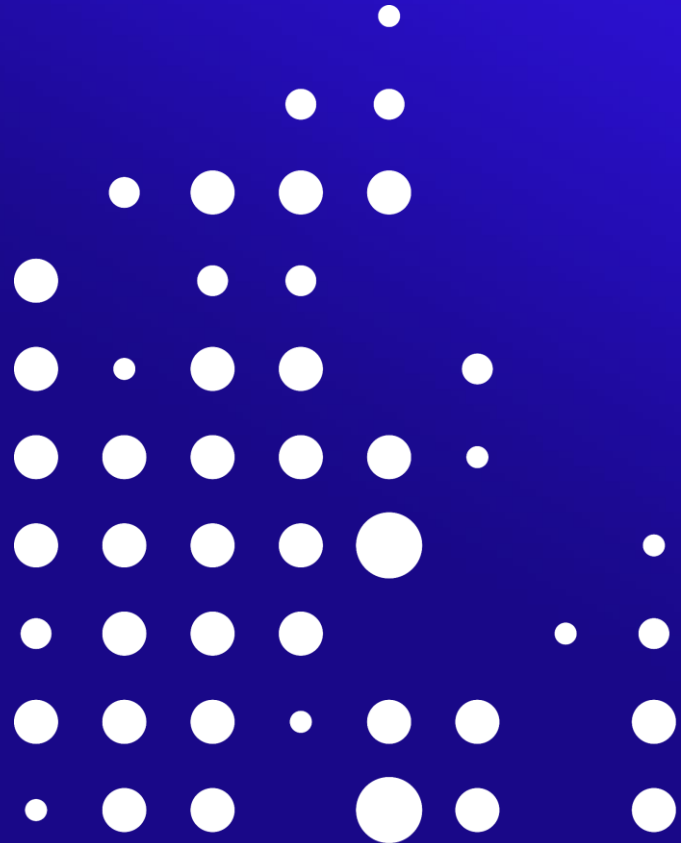
Januar 2022



Smartphone bruges ved 31% af handlerne i januar – samme niveau som i 2021.

Generelt om e-handel

- Handelshyppighed & anvendt enhed
- Andel af forbrug
- Handler ad hoc
- Gennemsnitspriser



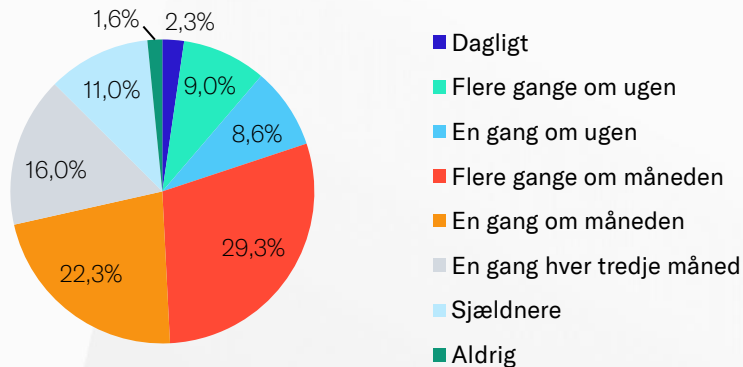
HANDELSHYPPIGHED OG ENHED

49% af danskerne handlede i løbet af den seneste uge i januar – løftet af corona-restriktioner er niveauet er 3%-point højere end december. 71% af danskerne handler generelt online mindst en gang månedligt.

Smartphone bruges ved 31% af handlerne i januar – marginalt mindre end januar 2021, mens Tablet får et løft. PC & Mac står for 47% og er stadig den mest anvendte enhed ved online køb.

Halvdelen af danskerne (49%) e-handlede i løbet af den seneste uge i januar.

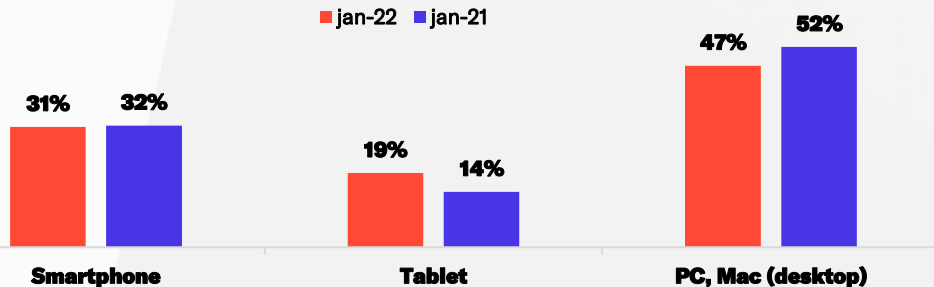
Generel handelsfrekvens online



2.531



Danskere: Hvor ofte handler du generelt på internettet?



1.121

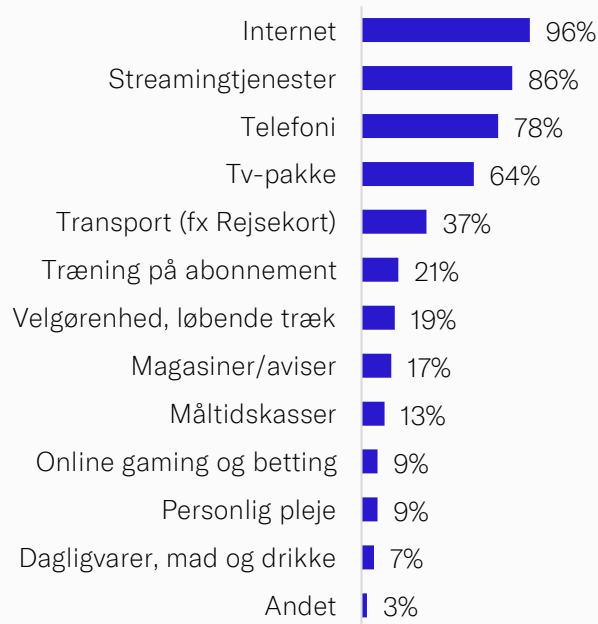


Hvordan foretog du dit seneste køb på internettet? (excl. spillekonsol mm).

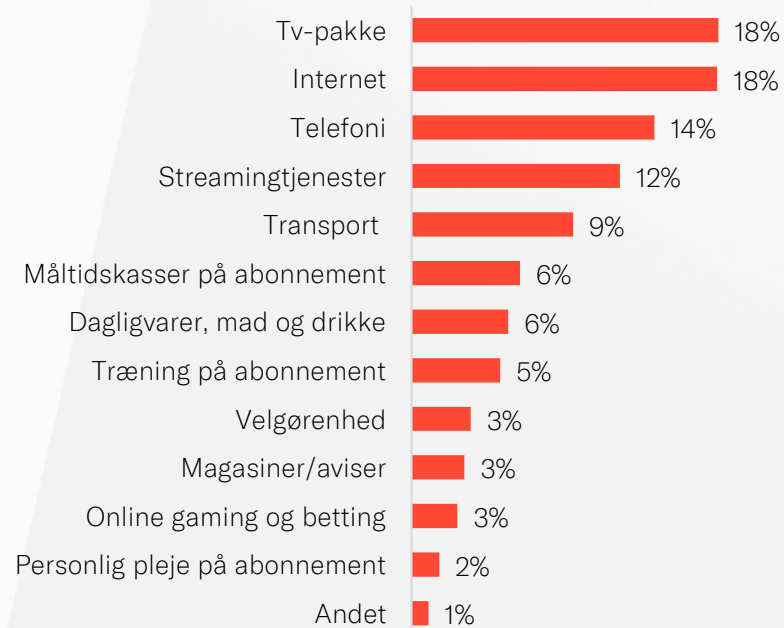
FORBRUG PR. KATEGORI PR. MÅNED - ABONNEMENT

De mest anvendte digitalt købte abonnements tjenester er Internet og streaming. Målt på forbrug er TV-pakker dog marginalt største abonnementsform i januar. Digitale serviceydelser og tjenester er samlet fortsat langt større end fysiske varer på abonnement.

Andel med digitalt tegnet abonnementet



Andel af forbrug



FORBRUG OG HANDLER, AD HOC KØB

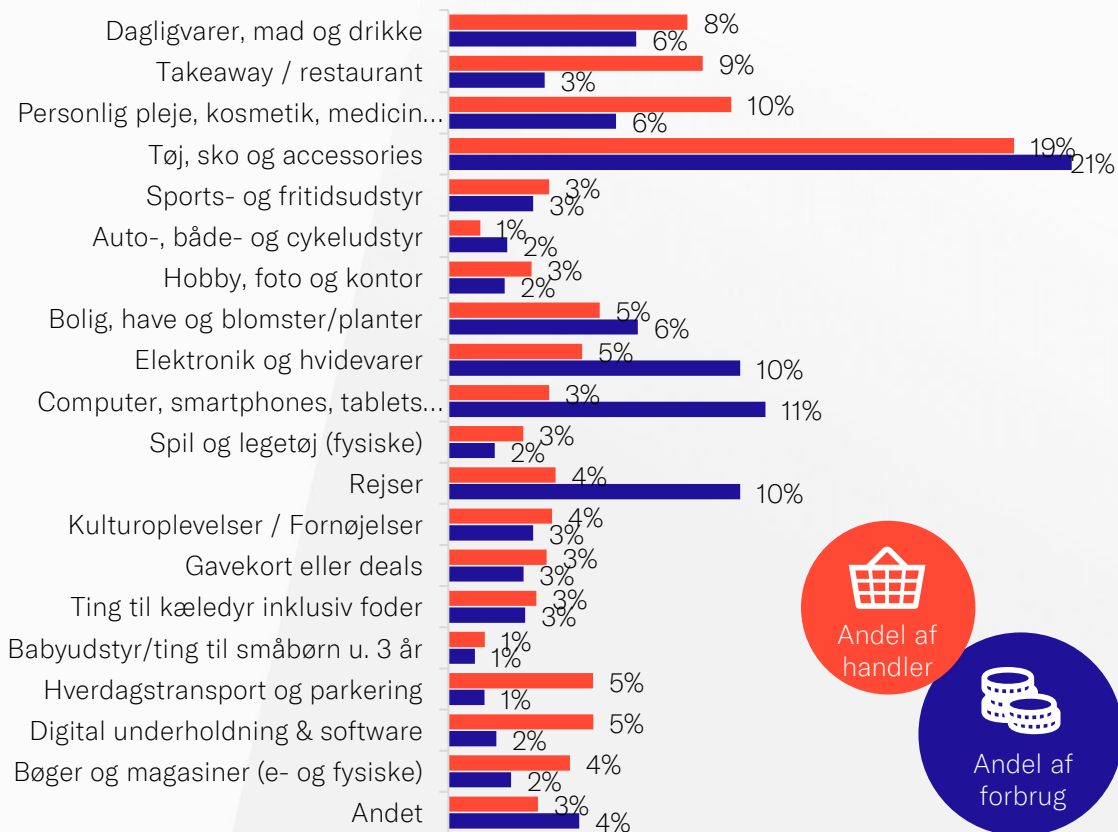
Tøj, sko og smykker er den absolut største kategori i januar - både målt på andel af handler og andel af forbrug. I en lidt atypisk udsalgsmåned ramt af nedlukning står kategorien ca. for hver femte handel og krone.

Rejser når ca. 10% af forbruget og 4% af handlerne - fortsat langt fra niveauet før corona. Computer, smartphones & tablets udgør 11% af forbruget og Elektronik & hvidevarer når næsten samme niveau.

Dagligvarer, mad og drikke når 6% af forbruget, mens Take-away snupper 3%; for begge kategorier end lavere andel end i december.

Tøj, sko og accessories står for ca. hver 5. handel og brugte krone i januar

Andel af handler og forbrug - ad hoc køb



GENNEMSNITSPRISER I JANUAR

Gennemsnitsforbruget pr. handel var i januar på 555 kr.

Computer, smartphones, tablets har det absolut største gennemsnitskøb med 2.004 kr. *Rejser* når 1.616 kr., mens *Elektronik & hvidevarer* samt *Auto-, både- & cykeludstyr* også ligger over 1.000 kr. *Digital underholdning* samt *Hverdagstransport* og *Takeaway* ligger omvendt med gennemsnitskøb under 300 kr.

Computer, smartphones, tablets osv. ligger højest i januar med gennemsnitskøb på 2.004 kr.

Gennemsnitskøb denne måned



1.121



Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet, inkl. fragt mm.?

Betaling på nettet

- Betalingsform og kort



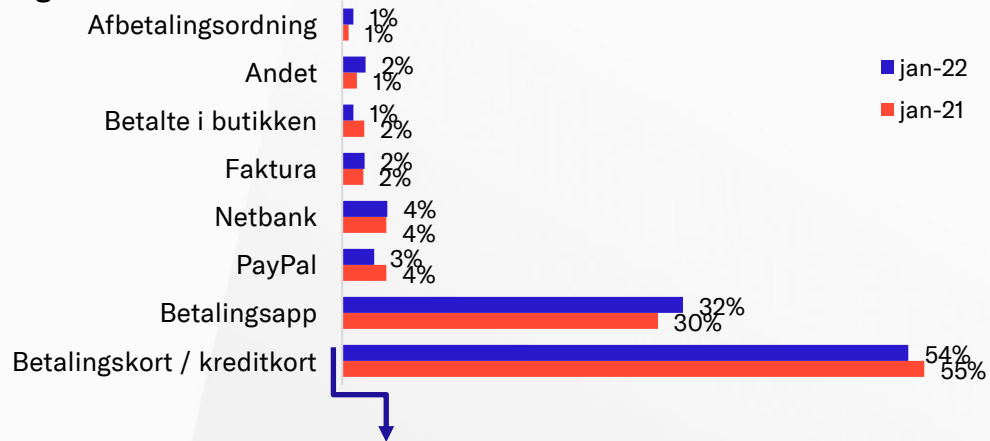
BETALINGSFORM OG -KORT

I januar blev lige godt halvdelen (54%) af betalingerne gennemført med et betalingskort, marginalt mindre end januar 2021. Betalinger via app stod for 32% af transaktionerne, svarende til en stigning på 2%-point ift. januar 2021.

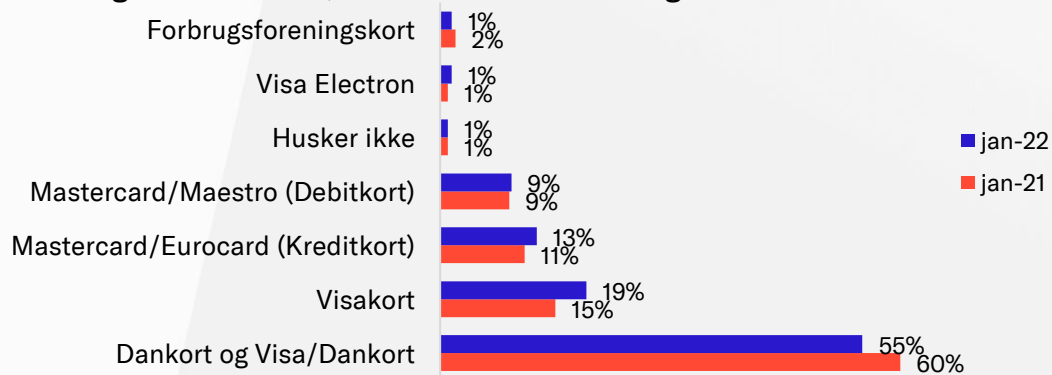
Ift anvendelsen af kort er Dankort og Visa/Dankort fortsat mest udbredt og de står for godt halvdelen (55%) af transaktionerne med kort. Mastercard-varianterne når ca. 22% i januar mens Visa-kortene udgør ca. 20%.

Knap hver tredje (32%) køb blev i januar betalt med app.

Betalingsform

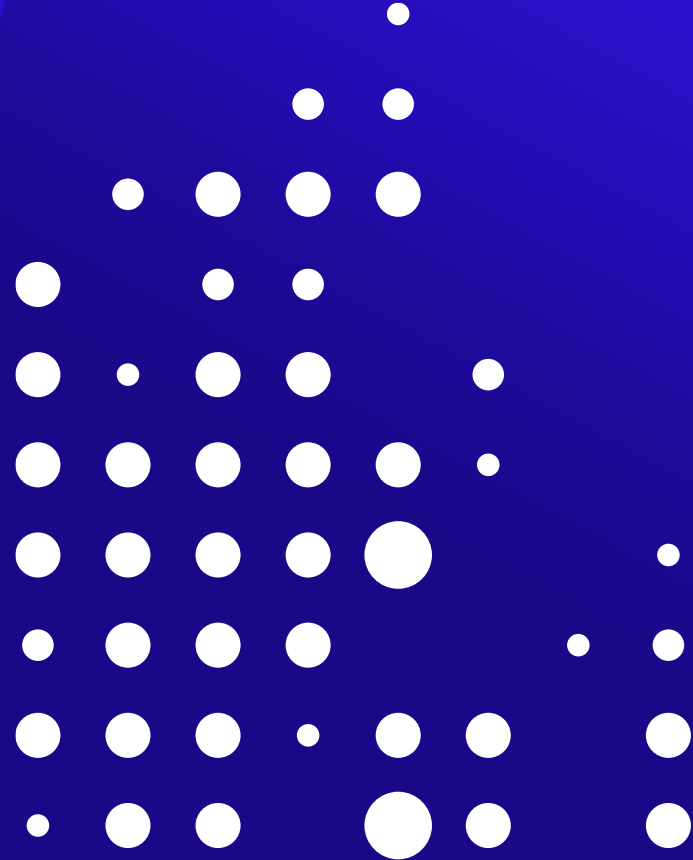


Betalings-/kreditkort (dvs. excl. andre betalingsformer)



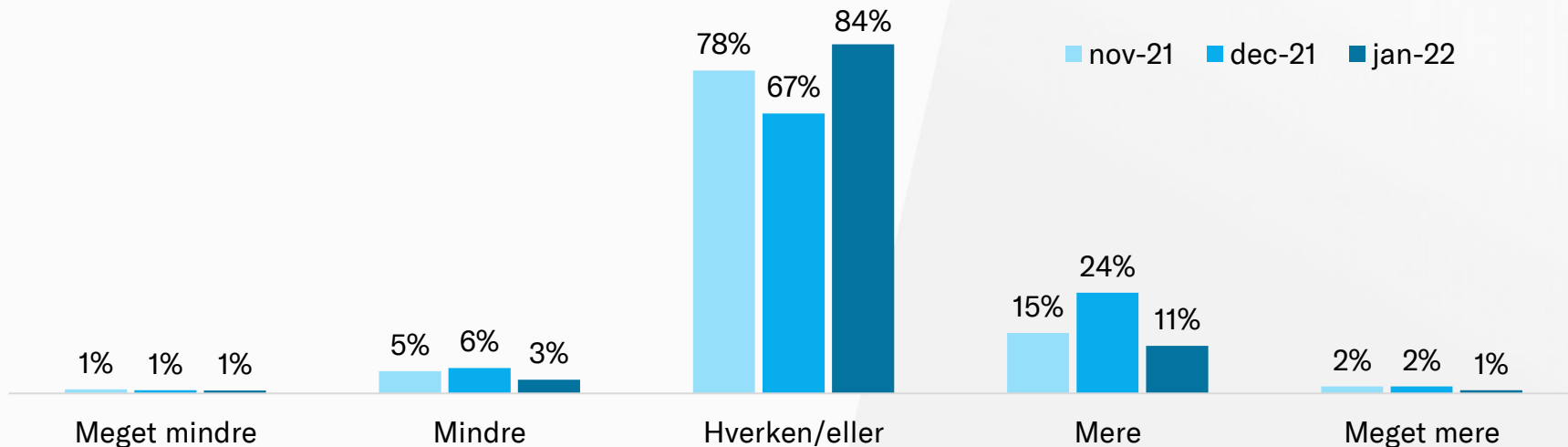
E-handelsanalyse, januar 2022


Forventninger til E-handel



Forventninger til e-handel de næste 12 måneder

Efter et stort peak i december er forbrugernes forventninger til de kommende 12 måneders e-handelskøb faldet noget tilbage. Andelen, der forventer at købe **mere** de næste 12 måneder, er på 12%, mens 4% forventer at købe **mindre**. **Netto mener 8% dermed, at de vil e-handle mere de kommende 12 måneder**, end de har gjort de seneste 12. Gennemsnitligt har der været 8,2% netto positive de seneste 12 måneder. 36% mener desuden, at de **har handlet** mere online de seneste 12 måneder sammenlignet med tidligere (netto positive) – samme niveau som i december.



 1.121 e-handlet seneste uge



Sammenlignet med de seneste 12 måneder, forventer du så at handle mere eller mindre på internettet de næste 12 måneder?

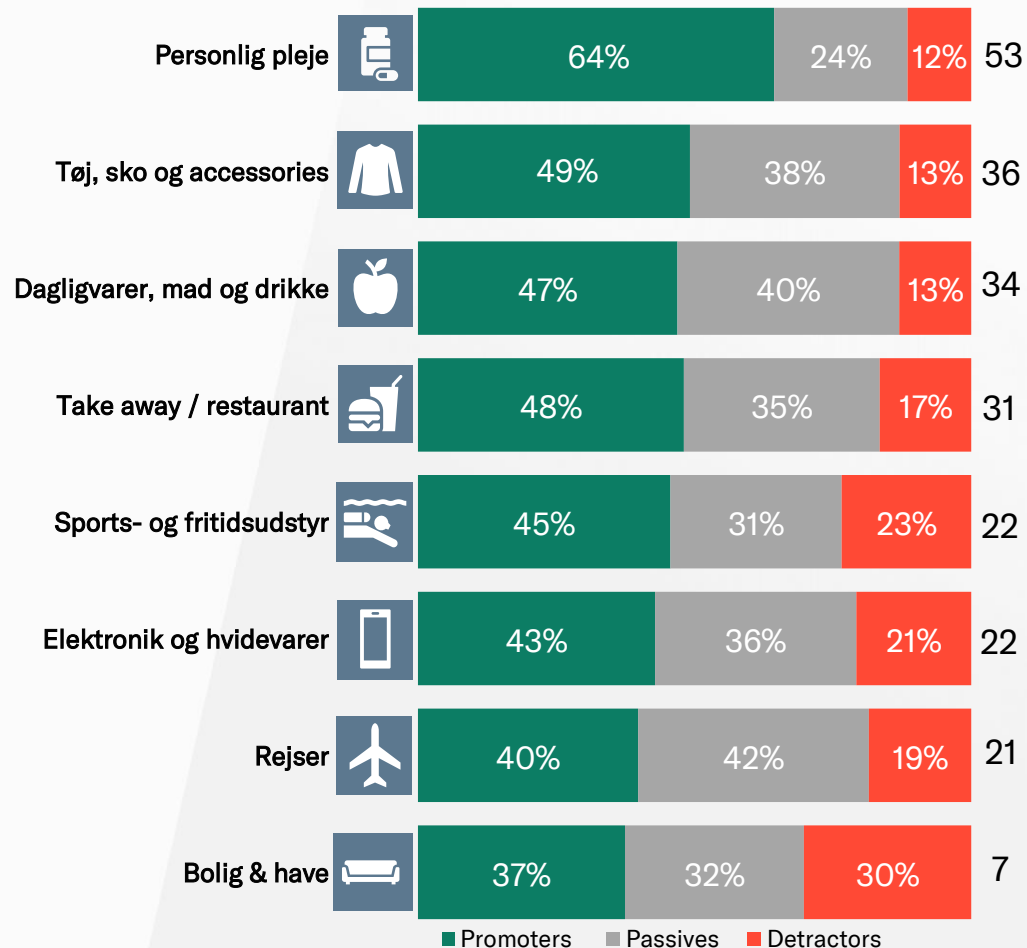
NPS



NPS EFTER VAREKATEGORI

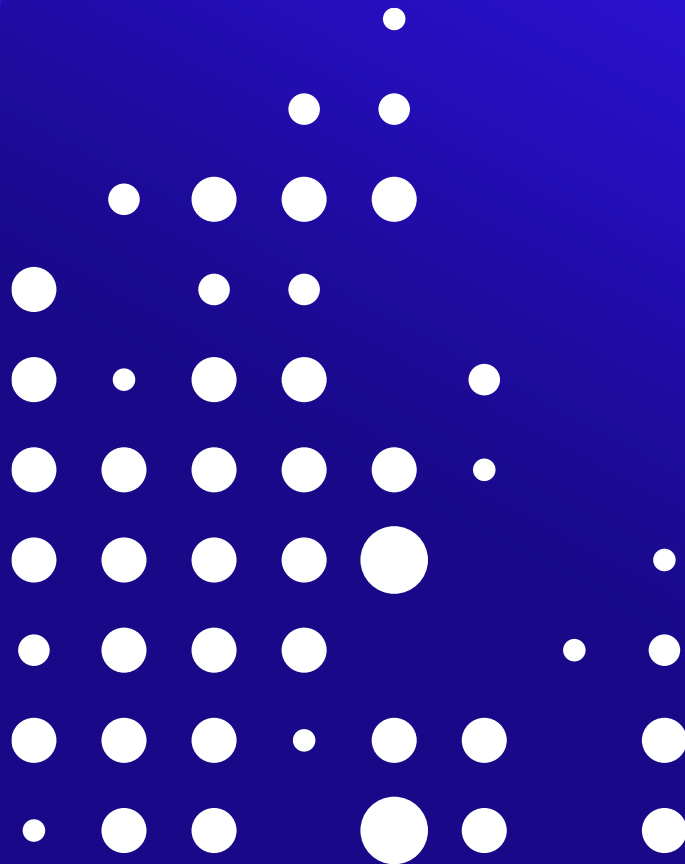
Kategorien *Personlig Pleje* er endnu engang at finde som nummer 1 på listen over netbutikker, som forbrugerne vil anbefale til familie, venner eller kollegaer. Kategoriens NPS er steget til hele 53 fra 51 i december. *Tøj, sko & Accessories* kommer på andenpladsen og når en NPS på 36. *Bolig & have* scorer den laveste NPS på 7, hvilket dog er en ret markant stigning fra december, hvor den lå på blot 1.

Personlig pleje ligger igen nummer 1 og endda med stigende NPS



Holdninger til E-handel

Fokusspørgsmålene er gennemført i et befolkningsrepræsentativt udsnit på 2.531 danskere.



HOLDNINGER TIL NETHANDEL

Danskerne er generelt meget positive over for nethandel og netbutikkerne, men på visse områder er der dog en vis ambivalens at spore. Fx mener danskerne, at nethandel forbedrer indkøbsmulighederne for borgere i udkantsområder, men omvendt også at nethandel går ud over de lokale fysiske butikker. Et klart flertal mener dog, at danske netbutikker er en central del af dansk erhvervsliv, som skaber danske arbejdspladser.

Mere end 8 ud af 10 danskere anser netbutikker for at være en central del af dansk erhvervsliv

Overblik: Holdninger til e-handel

■ Meget enig ■ Enig ■ Uenig ■ Meget uenig

Nethandel forbedrer indkøbsmulighederne for borgere i udkantsområder.



Nethandel går ud over de lokale fysiske butikker.



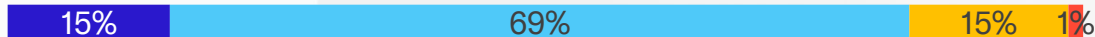
Netbutikkerne spiller en central rolle i at hjælpe danskerne igennem coronakrisen



Nethandel løfter en samfundsopgave ved at hjælpe marginaliserede grupper m indkøb*



Danske netbutikker er en central del af dansk erhvervsliv.



Nethandel skaber danske arbejdspladser.



Som forbruger er mine rettigheder bedst, når jeg handler i fysiske butikker**



Jeg er mere positivt indstillet over for nethandel i dag end for et år siden.



Nethandel er mere klimabelastende end handel i fysiske butikker.



* fx ældre, syge, gangbesværede/folk med handicap

** (sammenlignet med i netbutikker)



2.531 besvarelser

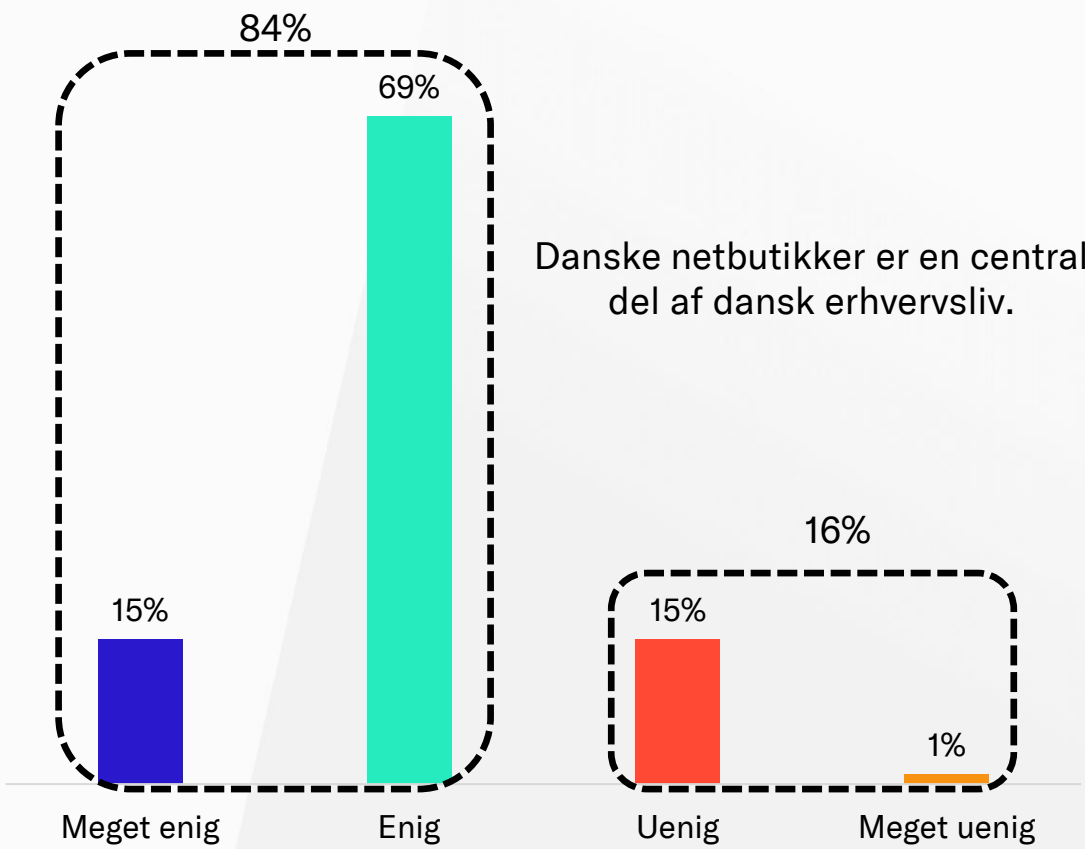


Hvor enig eller uenig er du i følgende? Sorteret efter enighed, udregnet pba. 1-4 score

Holdninger til hvor centrale danske netbutikker er for dansk erhvervsliv

I januar 2022 anerkender forbrugerne i meget høj grad netbutikker som en central del af dansk erhvervsliv. Kun 15% er uenige i udsagnet – og kun 1% er meget uenig. Dermed må man konkludere en særdeles høj tilslutning til e-handlens centrale placering.

84% er enige og meget enige i, at danske netbutikker er en central del af dansk erhvervsliv

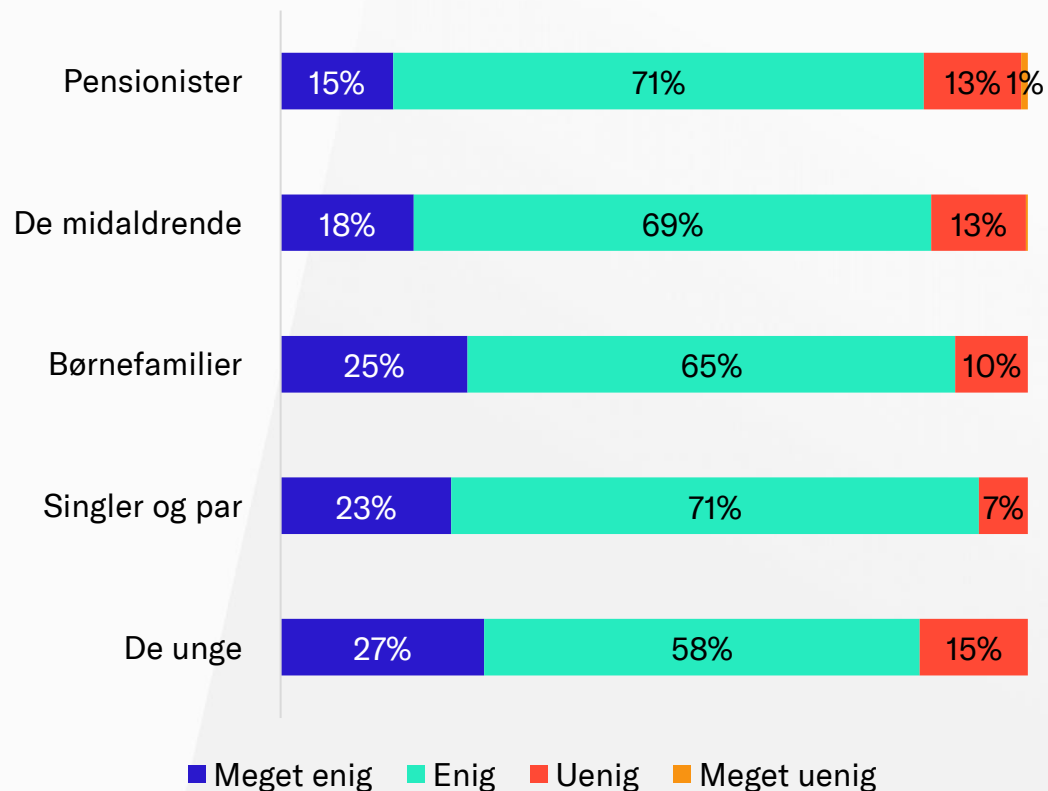


Danske netbutikker er en central del af dansk erhvervsliv.

Holdninger til hvor centrale danske netbutikker er for dansk erhvervsliv - segmenter

Fordelt på segmenter svinger tilslutningen til danske netbutikkers centrale placering mellem 84- 90%. Særligt de unge skiller sig en anelse ud: De har de højeste procentuelle besvarelse i både *meget enig* og *uenig*. 27% er meget enige i udsagnet, og 15% melder sig uenige.

Alle segmenter er i meget høj grad enige om danske netbutikkers centrale placering i erhvervslivet.

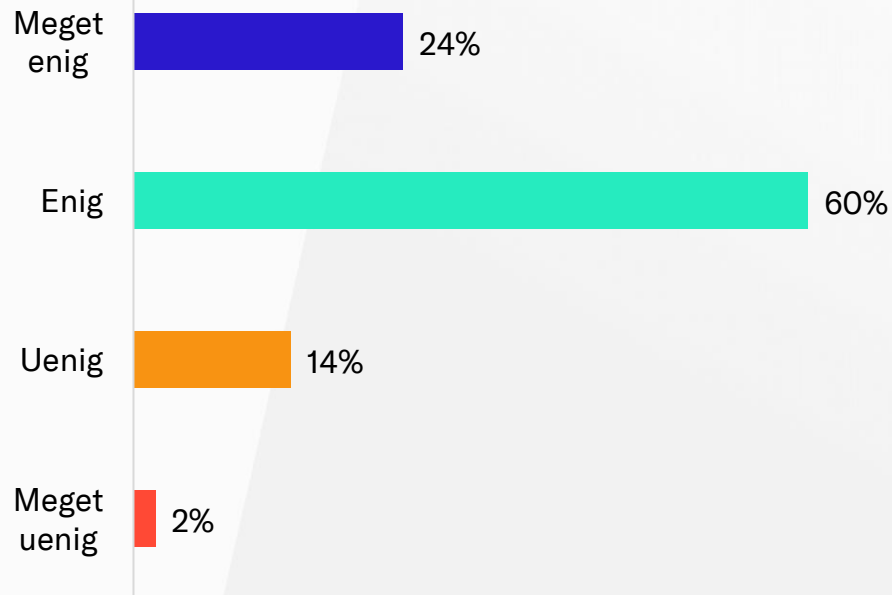


Forbrugernes holdninger til e-handlens rolle under coronakrisen.

Der er udbredt konsensus om netbutikkernes centrale rolle under coronakrisen. 84% erklærer sig enige i, at netbutikkerne har hjulpet danskerne igennem coronakrisen.

8 ud af 10 er enige og meget enige i, at netbutikkerne har hjulpet danskerne igennem coronakrisen.

Netbutikkerne spiller en central rolle i at hjælpe danskerne igennem coronakrisen?

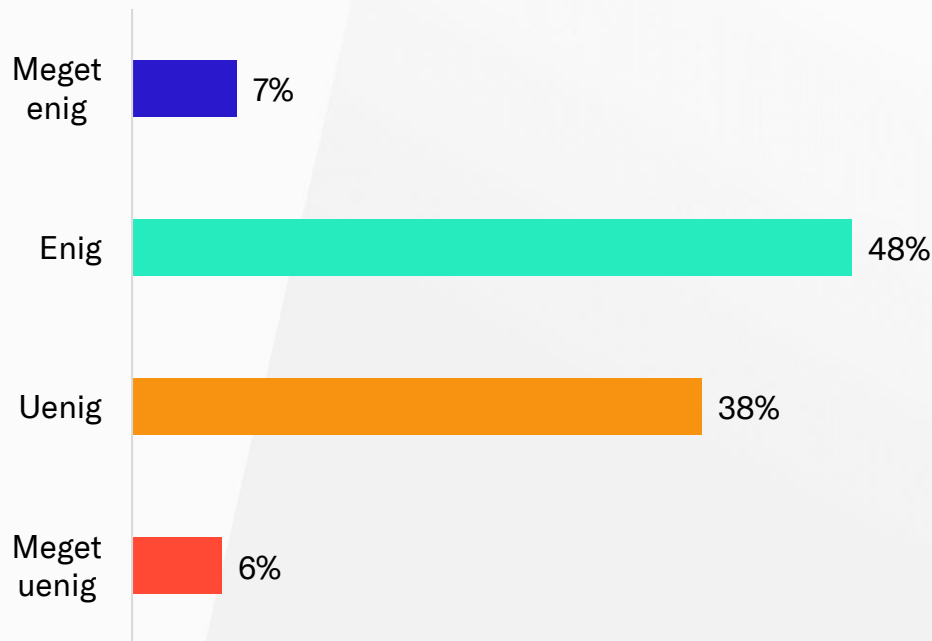


Er forbrugerne mere positivt indstillet over for nethandel end sidste år?

Det står relativt lige mellem de enige og uenige, når det kommer til at give udtryk for indstilling til nethandel sammenlignet med sidste år. Over halvdelen (55%) er dog mere positivt stemt over for nethandelen end for blot et år siden – en indikator på en gradvist større tilslutning.

Lidt over halvdelen er mere positivt indstillet over for nethandel end for et år siden.

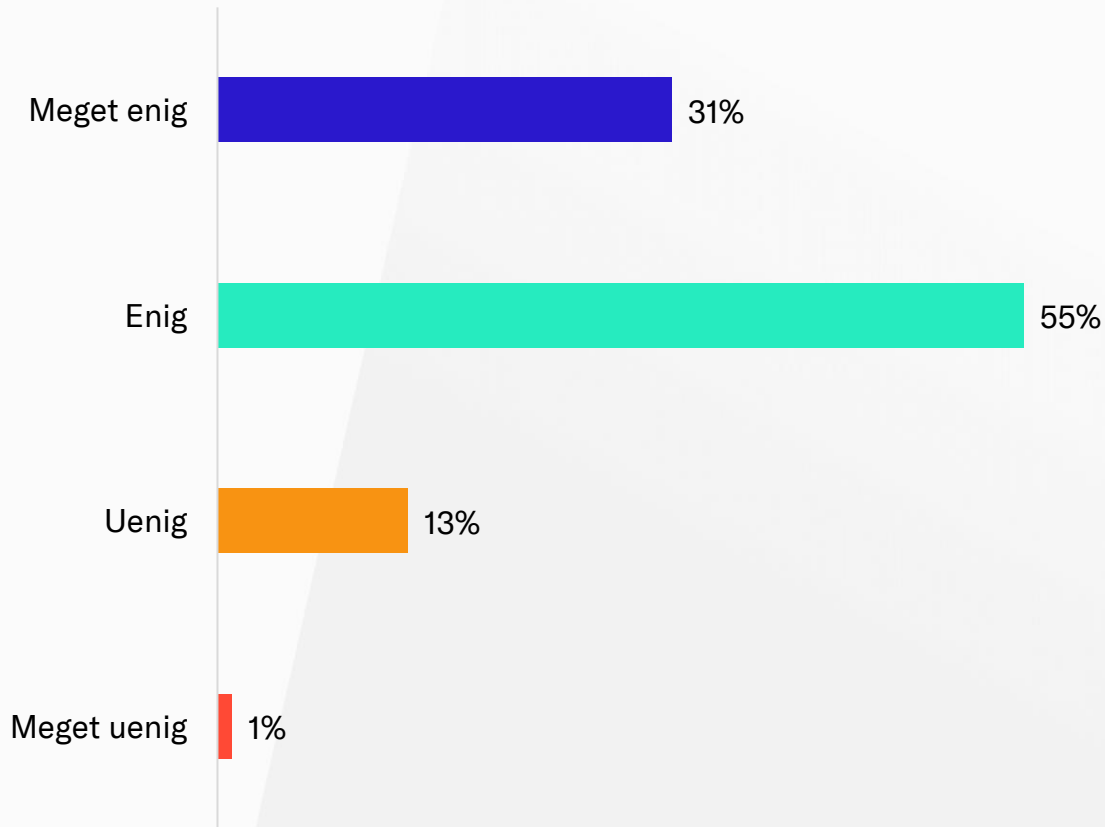
Jeg er mere positivt indstillet over for nethandel i dag end for et år siden?



Går e-handlen udover de lokale fysiske butikker?

Forbrugernes holdninger til e-handlens påvirkning af fysiske lokale butikker synes at være samstemmende. Knap 9 ud af 10 (86%) er enige eller meget enige i, at nethandel går udover de fysiske butikker. Ud af de 86% er hele 31% meget enige. 14% er imidlertid uenige eller meget uenige.

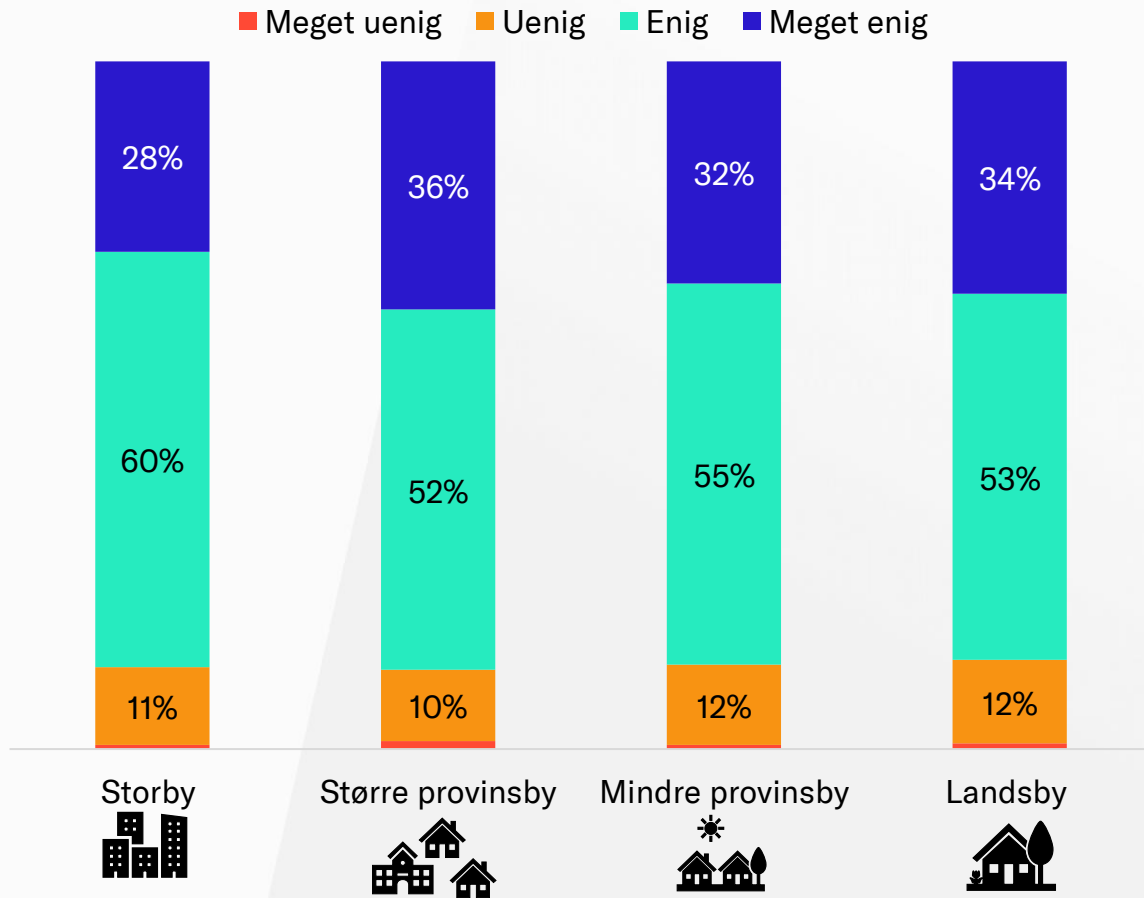
Knap 9 ud af 10 er enige eller meget enige i udsagnet om, at nethandlen går udover de lokale, fysiske butikker.



Går e-handlen ud over de lokale fysiske butikker?

Det er særdeleshed i de større provinsbyer, at folk er meget enige om at nethandlen går udover de lokale fysiske butikker. Her erklærer mere end hver 3. (36%) sig meget enige. Dette tal gælder imidlertid kun for 3 ud af 10 (28%) i storbyen. Sammenlægger man besvarelser for enige og meget enige, er der stor enighed på tværs af bystørrelse.

I storbyerne er der færrest, der mener, at nethandel i høj grad går ud over lokale fysiske butikker



Storby

Større provinsby

Mindre provinsby

Landsby

2.531 besvarelser

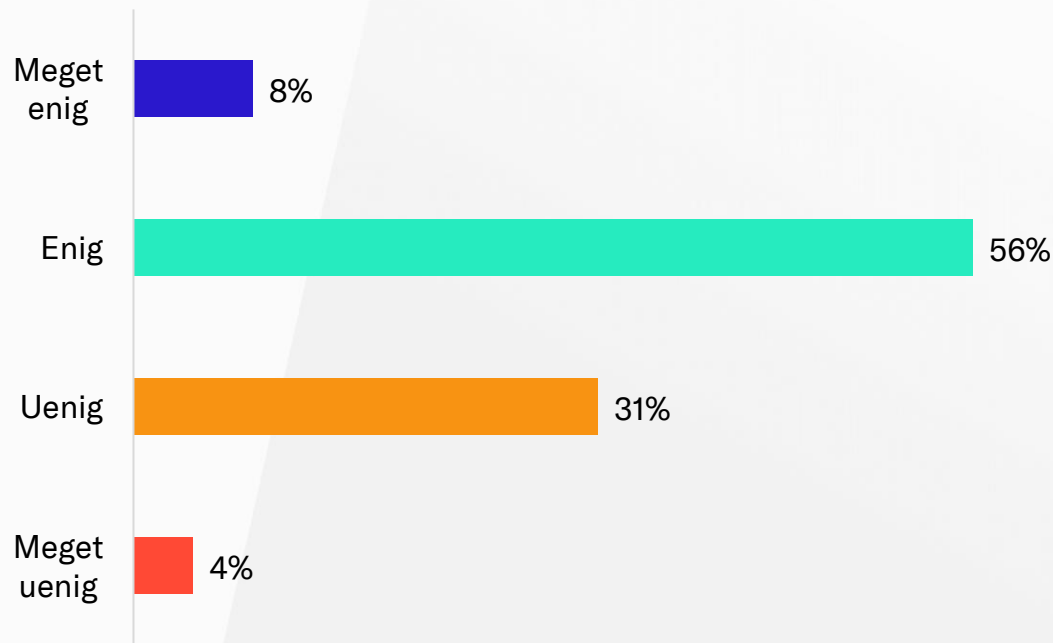
Nethandel går udover de lokale fysiske butikker.

Skaber nethandel danske arbejdspladser?

Der er mest enighed om, at nethandelen bidrager med arbejdspladser til det danske samfund. 2 ud af 3 (64%) erklærer sig enige eller meget enige i det. 35% er uenige i denne holdning.

2 ud af 3 mener, at nethandlen skaber danske arbejdspladser.

Nethandel skaber danske arbejdspladser?

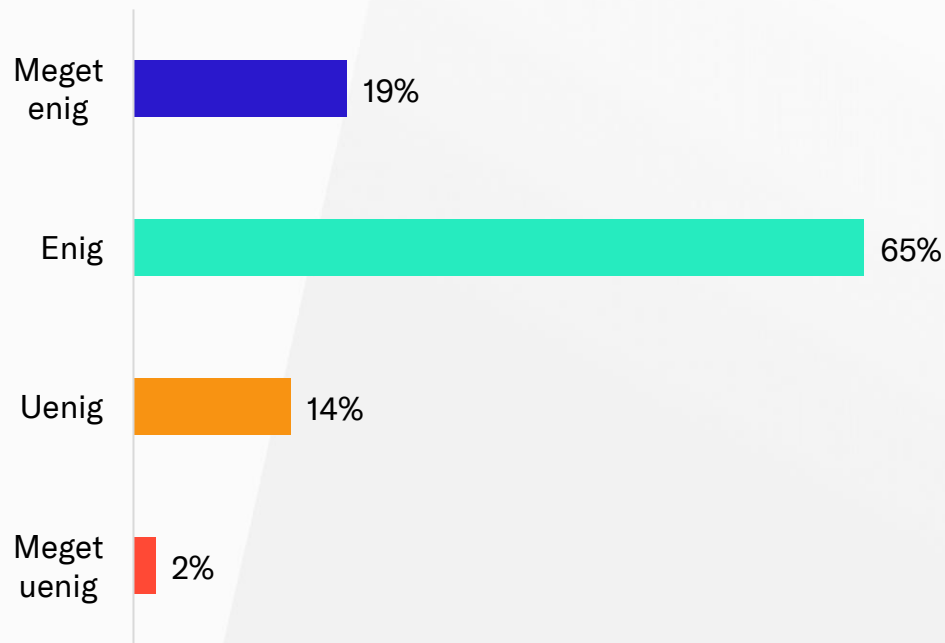


Netbutikkerne løfter en samfundsopgave

Forbrugerne mener i ret høj grad, at netbutikkerne løfter en samfundsopgave, når det kommer til at hjælpe marginaliserede grupper med indkøb. Heraf erklærer en femtedel sig meget enige (19%).

4 ud af 5 er enige i, at nethandlen løfter en samfundsopgave.

Nethandel løfter en samfundsopgave ved at hjælpe marginaliserede grupper med indkøb.

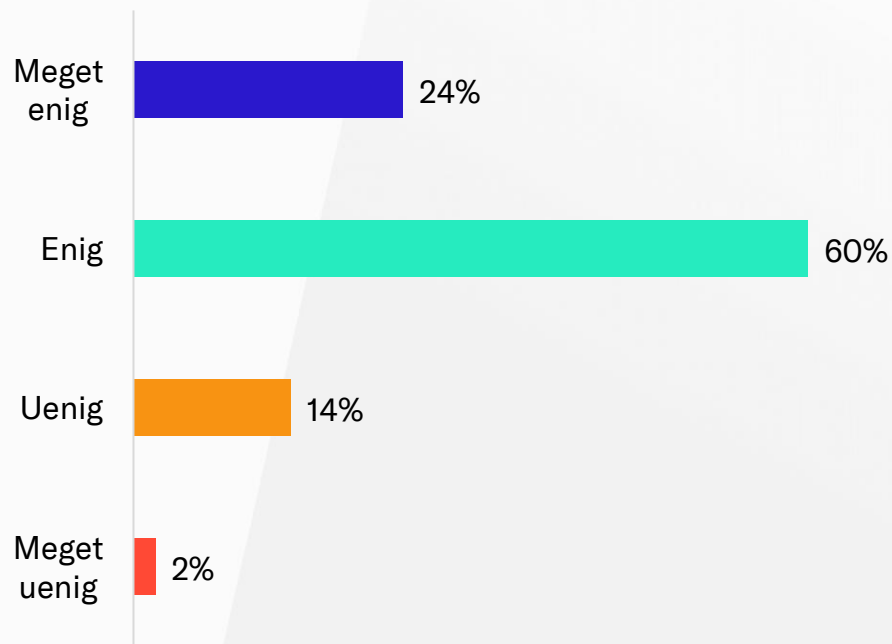


Forbedrer e-handlen indkøbsmulighederne for beboere i udkantsområderne?

Enigheden er stor blandt forbrugerne, når det kommer til holdningen om, hvorvidt nethandlen forbedrer indkøbsmulighederne for borgere i udkantsområder. Her erklærer 84% sig enige i holdningen, og hele 24% sig meget enige.

Forbrugerne mener absolut, at nethandelen forbedrer indkøbsmuligheder i danske udkantsområder.

Nethandel forbedrer indkøbsmulighederne for borgere i udkantsområder.

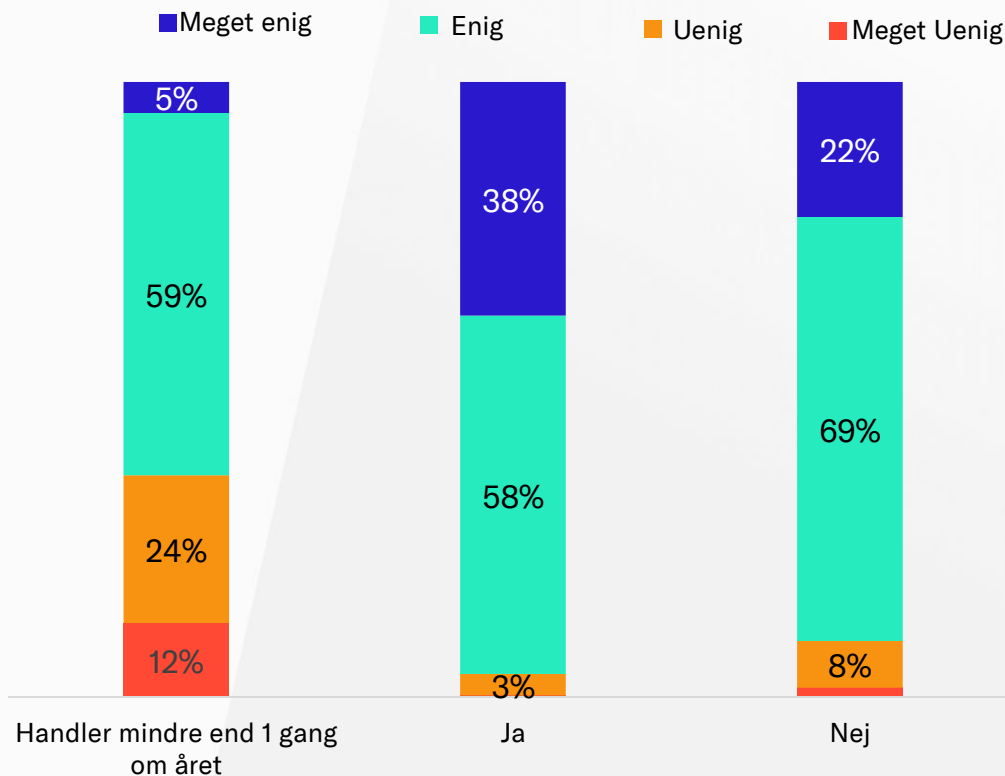


Forbedrer e-handlen udkantsområdernes handelsvilkår ift. købsfrekvens.

Holdning til om nethandlen forbedrer indkøbsmulighederne for borgere i udkantsområder, påvirkes stærkt af, hvor ofte forbrugerne handler.

Har man handlet indenfor den seneste uge, vil 4 ud af 10 (38%) være meget enige i, at nethandlen forbedrer indkøbsmulighederne for borgere i udkantsområdet. Dette gælder imidlertid kun for 1 ud af 20, hos de som handler mindre end 1 gang om året.

Nethandel forbedrer indkøbsmulighederne for borgere i udkantsområder.
Har du handlet på internettet inden for den seneste uge?



2.531 besvarelser

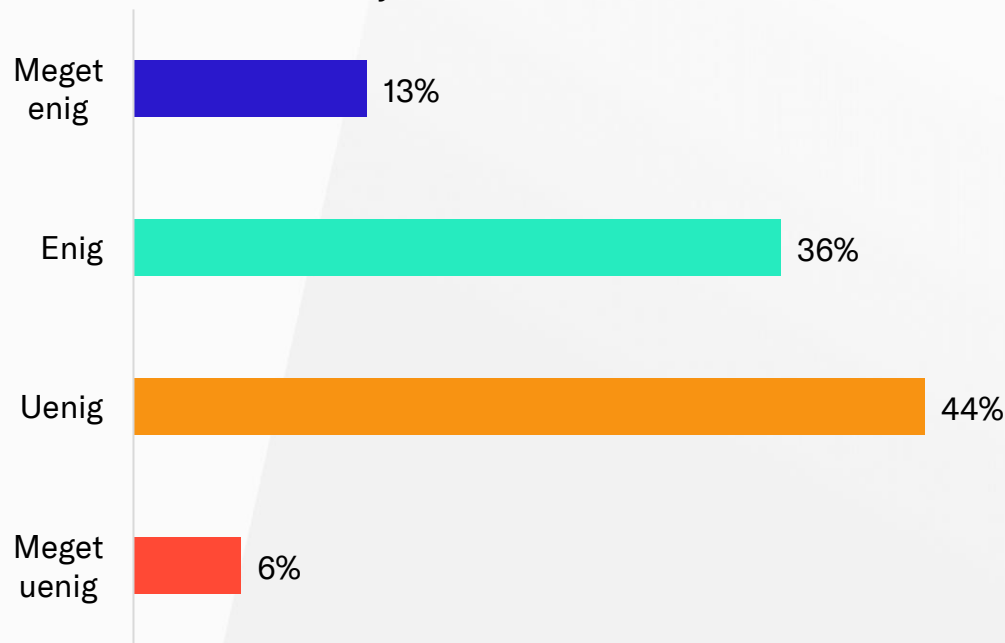
Nethandel forbedrer indkøbsmulighederne for borgere i udkantsområder.

Forbrugerrettigheder på nettet vs fysiske butikker

Det står stort set lige mellem de enige og uenige, når det kommer til forbrugerens opfattelse af rettigheder ifm. e-handel. Det lader dermed til, at forbrugerne er splittede i forhold til, hvorvidt de får flest rettigheder ved e-handel eller fysiske butikker.

Det står meget lige, når det kommer til forbrugernes opfattelse af rettigheder ved e-handel.

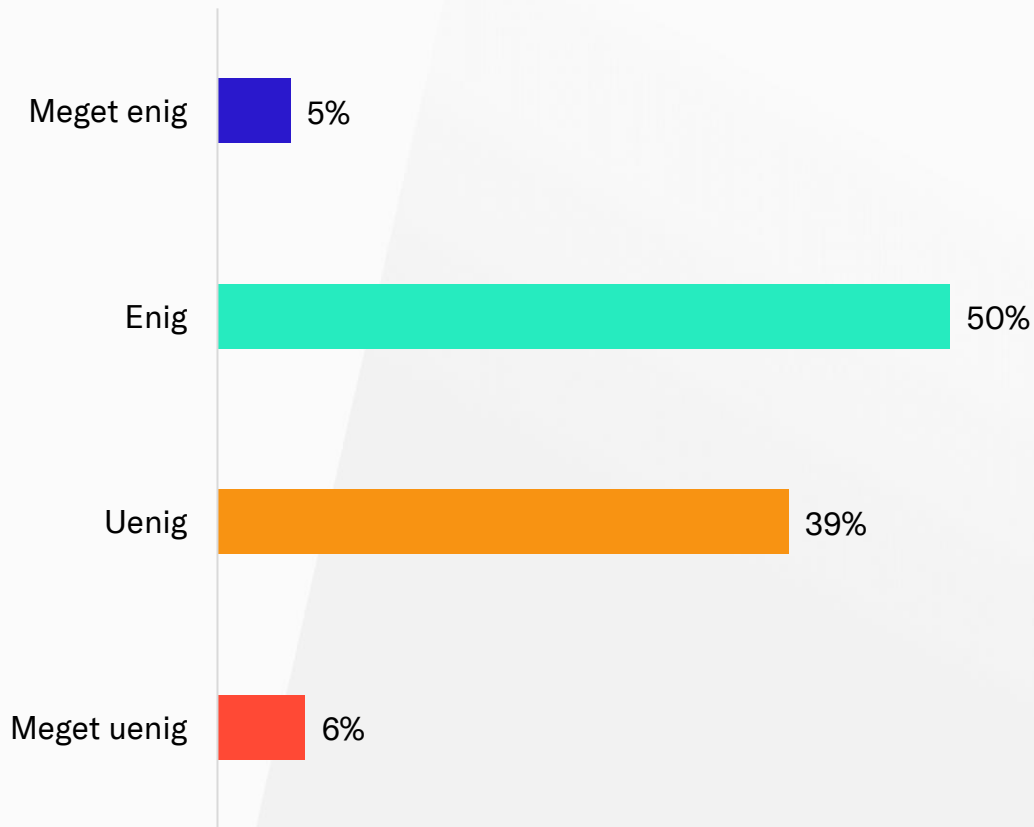
Som forbruger er mine rettigheder bedst, når jeg handler i fysiske butikker.



Et nethandlen mere klimabelastende end de lokale fysiske butikker?

Ser man på forbrugernes meninger om, hvorvidt nethandlen er mere klimabelastende end de fysiske butikker, så er forbrugerne splittede på midten. 55% er enige eller meget enige i at nethandlen belaster mere, mens 45% erklærer sig uenige i påstanden.

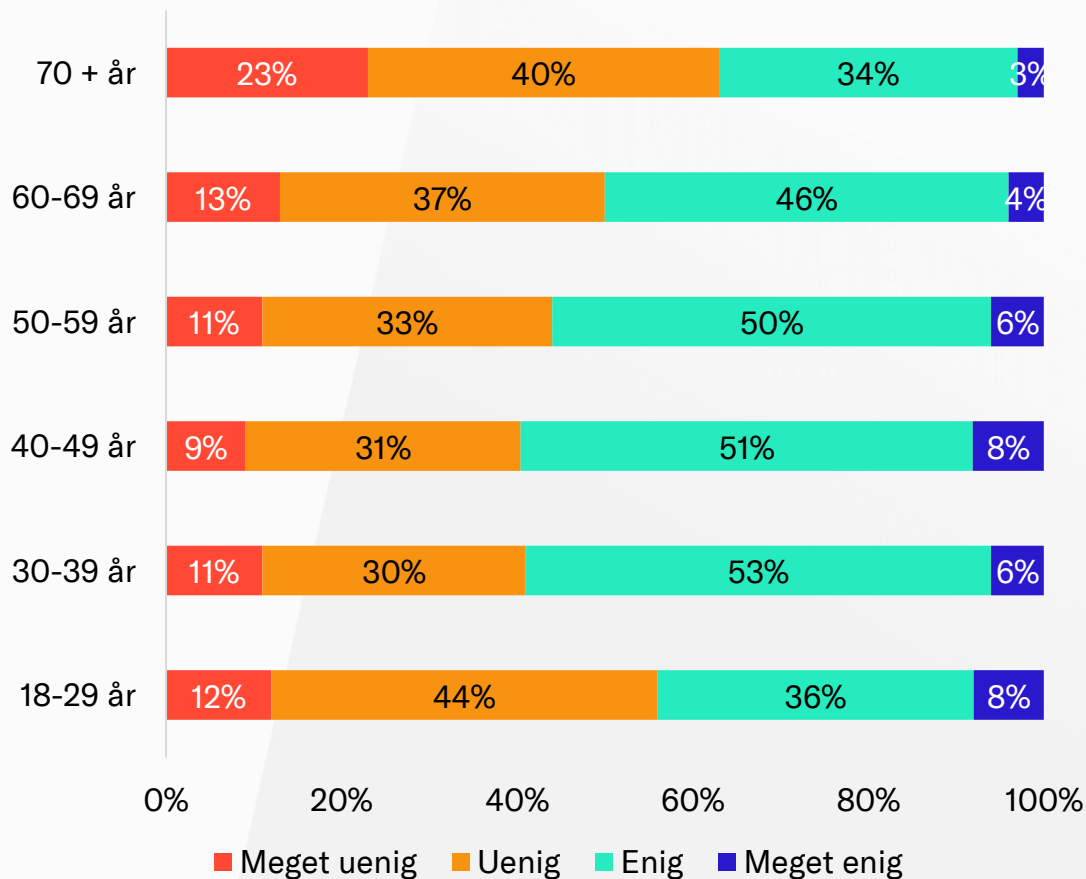
Forbrugerne er delte om hvorvidt nethandlen er mere klimabelastende end de fysiske butikker.



Er nethandlen mere klimabelastende end de lokale fysiske butikker? - aldersgrupper

På spørgsmålet om netbutikkens klimabelastning ser de forskellige aldersgrupper meget forskelligt på sagen. 70+ segmentet er klart mest uenige i påstanden. 63% er enten meget uenige eller uenige. For de 30-39 årige og de 40-49 årige er 59% imidlertid enige eller meget enige.

6 ud af 10 af de 30-49 årige har den holdning, at nethandlen er mere klimabelastende end lokale fysiske butikker.



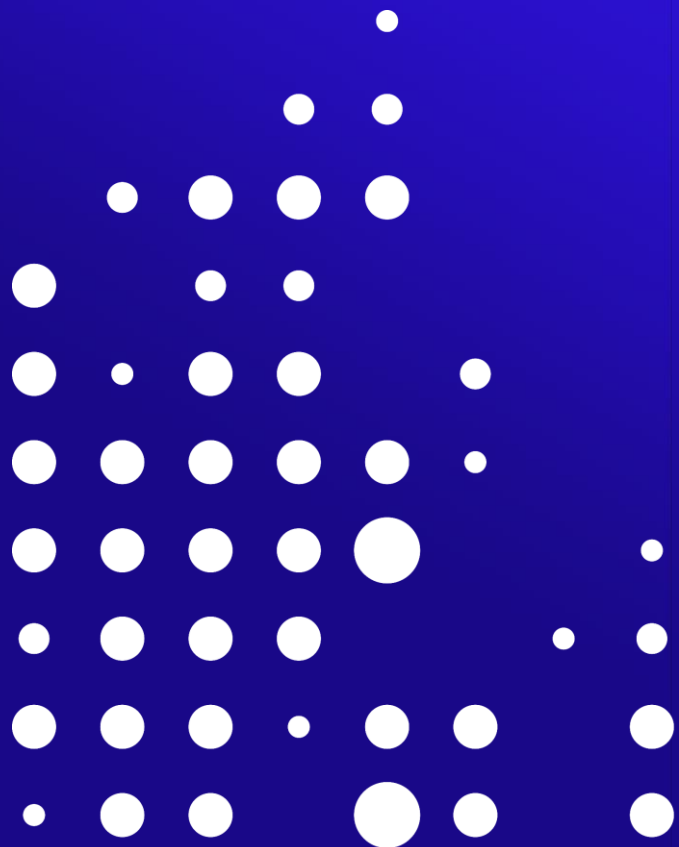
2.531 besvarelser



Nethandel er mere klimabelastende end lokale fysiske butikker.

E-handelsanalyse, januar 2022

Om analysen



METODE

Til denne analyse har der været anvendt et spørgeskema med ca. 40 spørgsmål. Data er indsamlet online gennem Wilkes onlinepanel, Wilke Wisdom. Der gennemføres ca. 1.200 interviews pr. måned fordelt jævnt ud på ugerne. Dette bliver til ca. 14.400 interviews på et år.

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 befolkningsgruppers besvarelser og udviklingen i de 5 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+)

Vi grupperer desuden forbrugerne i fem segmenter efter deres relation til teknologi (teknologiparathed). Her er de opdelt efter deres svar på " Hvilke af følgende udsagn beskriver bedst din relation til ny teknologi? "

- Innovators: Det er vigtigt for mig at være blandt de første til at prøve ny teknologi - også selvom det måske ikke altid viser sig at være en god investering
- Early adopters: Jeg kan gode lide at prøve ny teknologi - og jeg gør mit, for at få andre til også at prøve det.
- Early majority: Jeg prøver gerne ny teknologi - men først når jeg ved, at det kan være en fordel for mig
- Late majority: Jeg holder mig til den teknologi jeg kender, og prøver først ny teknologi, når jeg er helt sikker på, at der ikke er nogen risiko ved det (og at det er en fordel for mig)
- Laggards: Jeg går først over til ny teknologi, hvis det er en absolut nødvendighed

Der indsamles data på ugebasis over hele måneden, så der kan spørges ind til det ugentlige forbrug, for at komme helt tæt på onlinehandlen med køb, der er i frisk erindring hos forbrugerne. Estimer for e-handlen sker således på baggrund af køb foretaget på nettet inden for den seneste uge. De forskellige køb er opdelt i abonnementskøb og Ad hoc køb, så man kan skelne imellem disse. Ift. fokusspørgsmål stilles disse typisk til alle e-handlende danskere uanset om man har e-handlet seneste uge eller ej.

Der indsamles hele året, for at tage højde for, at eventuelle sæsonafvigelser ikke vil påvirke den samlede data. Det er dermed muligt at kigge på hele perioden som helhed, ligesom der kan opdeles på enkelte måneder.

Data er vejret, så dette er repræsentativt for Danmarks befolkning på køn, alder (6 aldersgrupper - 18-29 år, 30-39 år, 40-49år, 50-59 år, 60-69 år og 70+ år) og 5 regioner. Datasættet bliver endvidere vægtet på baggrund af E-handelsfrekvensen for den danske befolkning (opdateres måned til måned på bruttoniveau i en national repræsentativ indsamling). Svarene er derfor repræsentative for e-handlende danskere.

Vi arbejder konstant med at forbedre analysen. I den forbindelse er fx antallet af hovedkategorier justeret i 2021 og IT& Tele er omdøbt til Computer/Smartphone/Tablet etc. for bedre at afspejle indholdet.

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 Dansk Erhvervs e-handelsanalyse vil vi kunne hjælpe dig - kontakt Dansk Erhverv for et uforpligtende tilbud på analysens forbrugerdata.

Senior Analytiker

Simon Bjerremann

T: +45 72255611

E: sib@danskerhverv.dk

Yderligere informationer

Dansk Erhverv e-handelsanalyse

<https://www.danskerhverv.dk/politik-og-analyser/e-handel/>

Dansk Erhverv Digital Handel

Slotsholmsgade 1, Børsen

1217 København K

T: +45 3374 6400

E: info@danskerhverv.dk

www.danskerhverv.dk

Kontaktpersoner:

Senior Analytiker

Chefkonsulent

Simon Bjerremann

Henrik Theil

T: +45 72255611

T: +45 20965667

E: sib@danskerhverv.dk

E: het@danskerhverv.dk

Analysen er gennemført af Wilke for Dansk Erhverv

