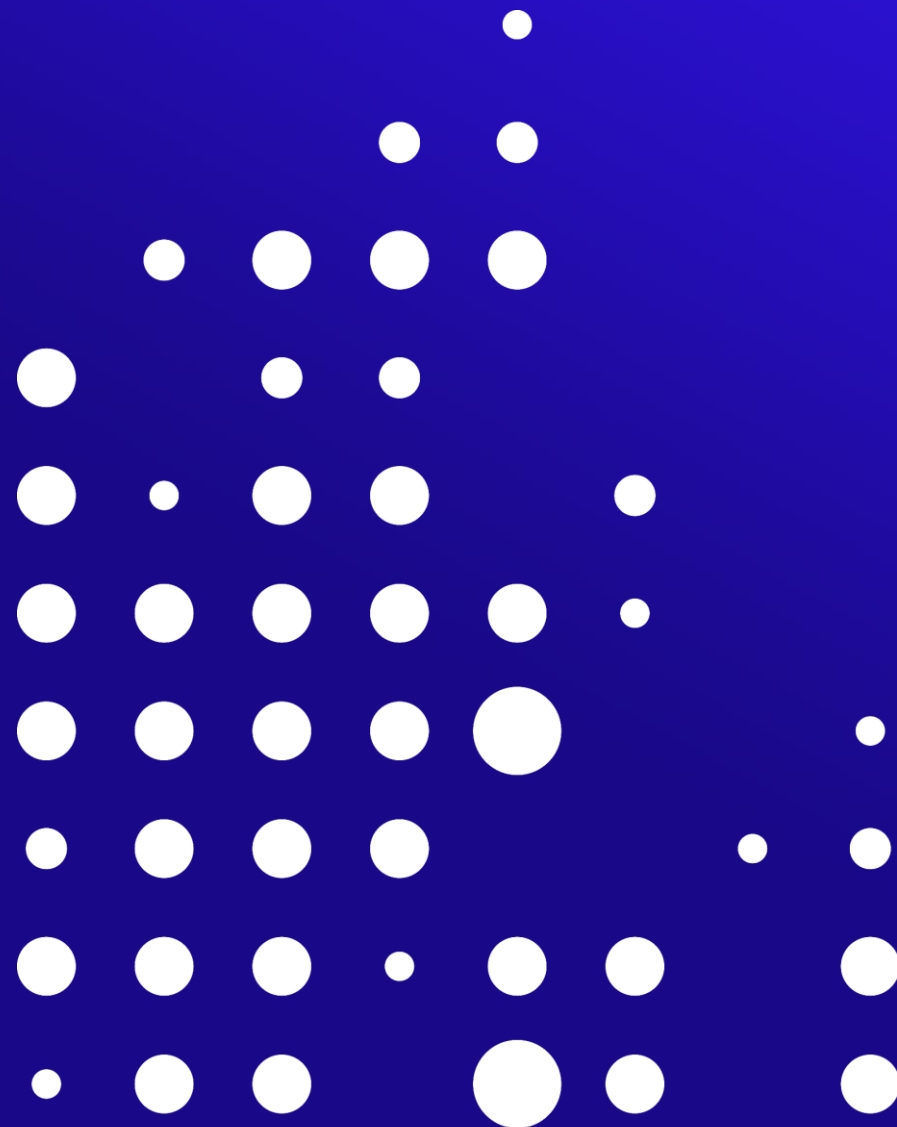

Dansk Erhvervs E-handelsbarometer

Digital Handel

3. kvartal 2022

Ekstra: Fokus på Black Friday & Singles Day

E-handelsbarometeret er en mindre analyse, hvor vi kort, men ikke dybdegående, måler temperaturen på nethandlen blandt de rene netbutikker og onlinedelen af omnichannel. Vi spørger både B2B, D2C og B2C.



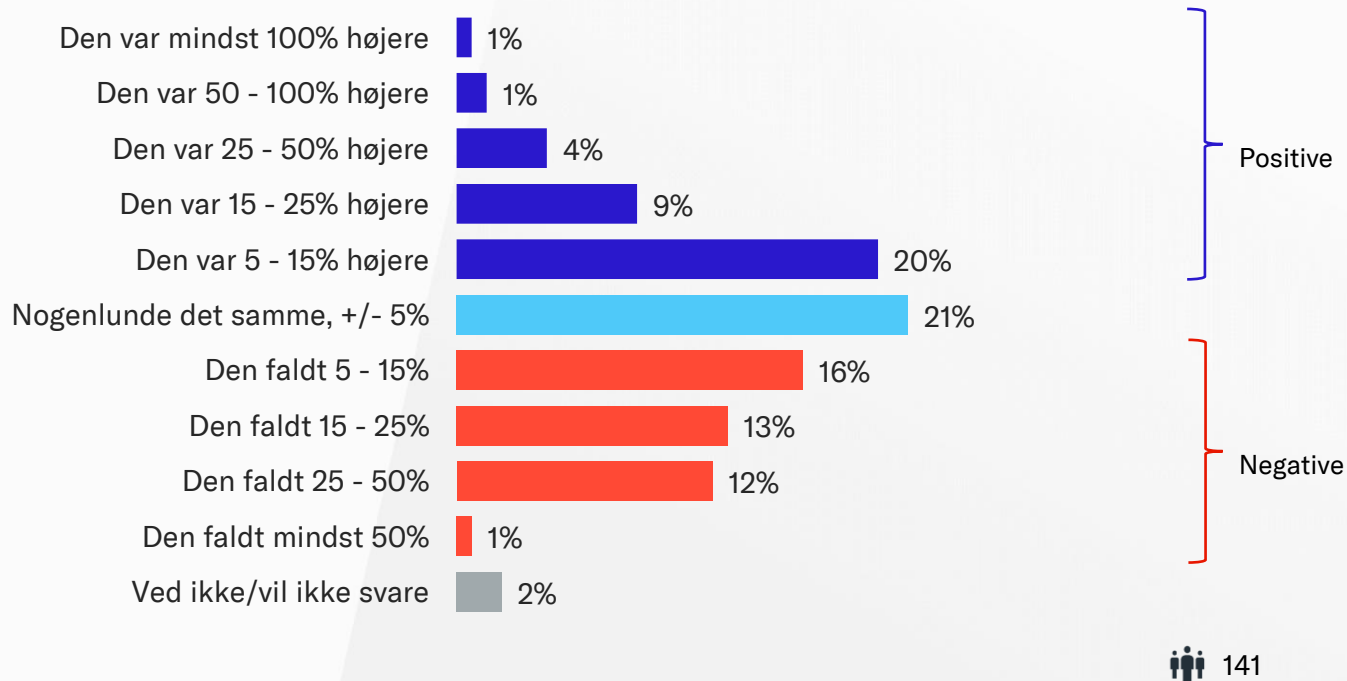
Status 3. kvartal

Dansk Erhverv har fra 2019 kvartalsvist målt temperaturen på dansk e-handel med E-handelsbarometeret. De tre første år kun med positiv udvikling hos butikkerne, men i 2022 er de positive takter vendt rundt. Dette kvartal viser, at der stadig er tilbagegang målt ift. 3. kvartal sidste år, men dog i moderat niveau.

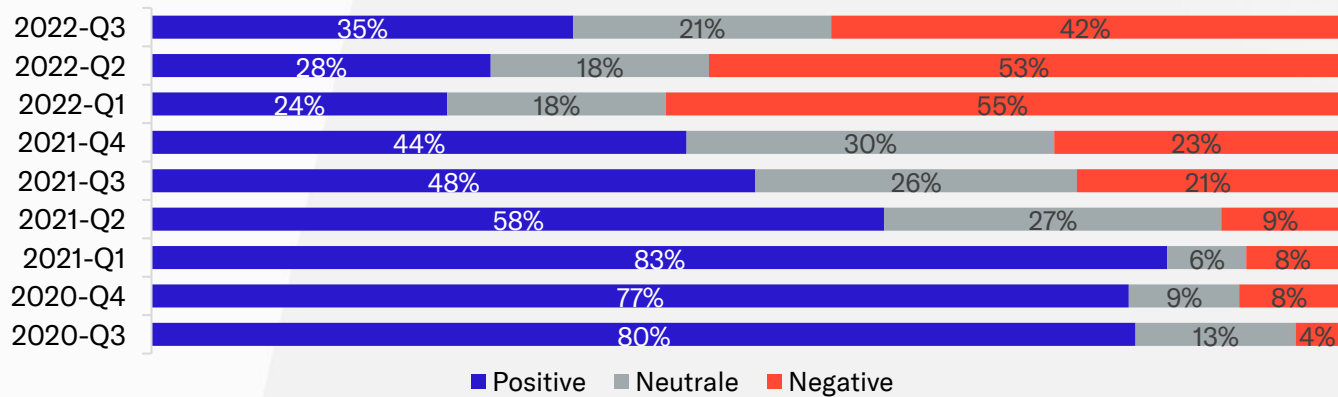
E-handelsbarometeret viser efter 3. kvartal, at 35% har nydt fremgang mens 42% har tabt e-omsætning – netto har 7% derfor tilbagegang. 21% har nogenlunde samme omsætning som tredje kvartal 2021.

Der er indikationer på, at rene netbutikker generelt har set fremgang i tredje kvartal, mens de øvrige segmenter har været klart udfordret.

Hvordan har din e-handelsomsætning udviklet sig i 3. kvartal 2022 ift. samme periode sidste år?



Udvikling ift. samme kvartal sidste år



Forventninger til 4. kvartal 2022

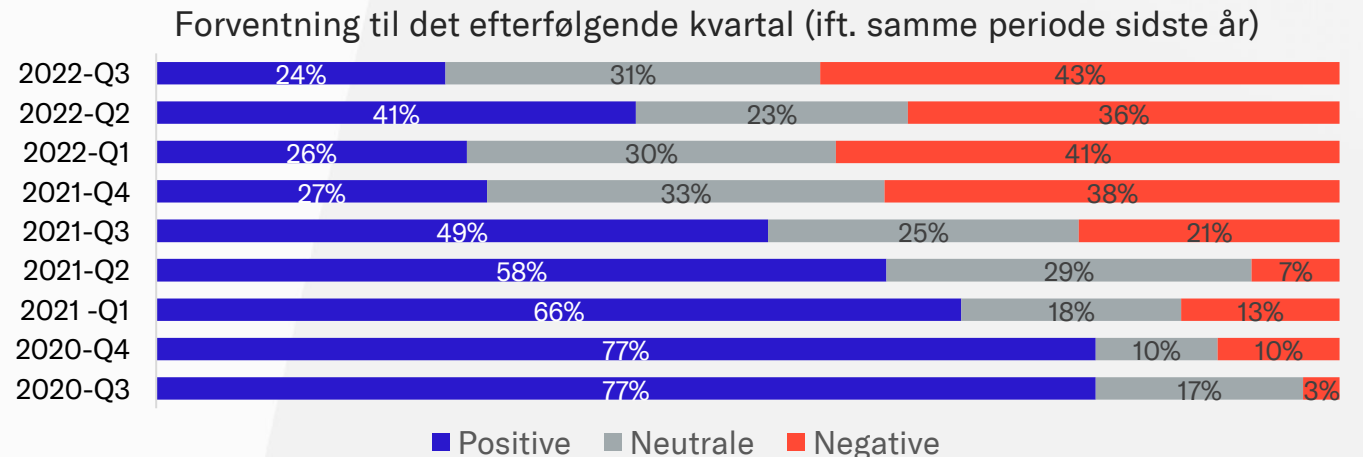
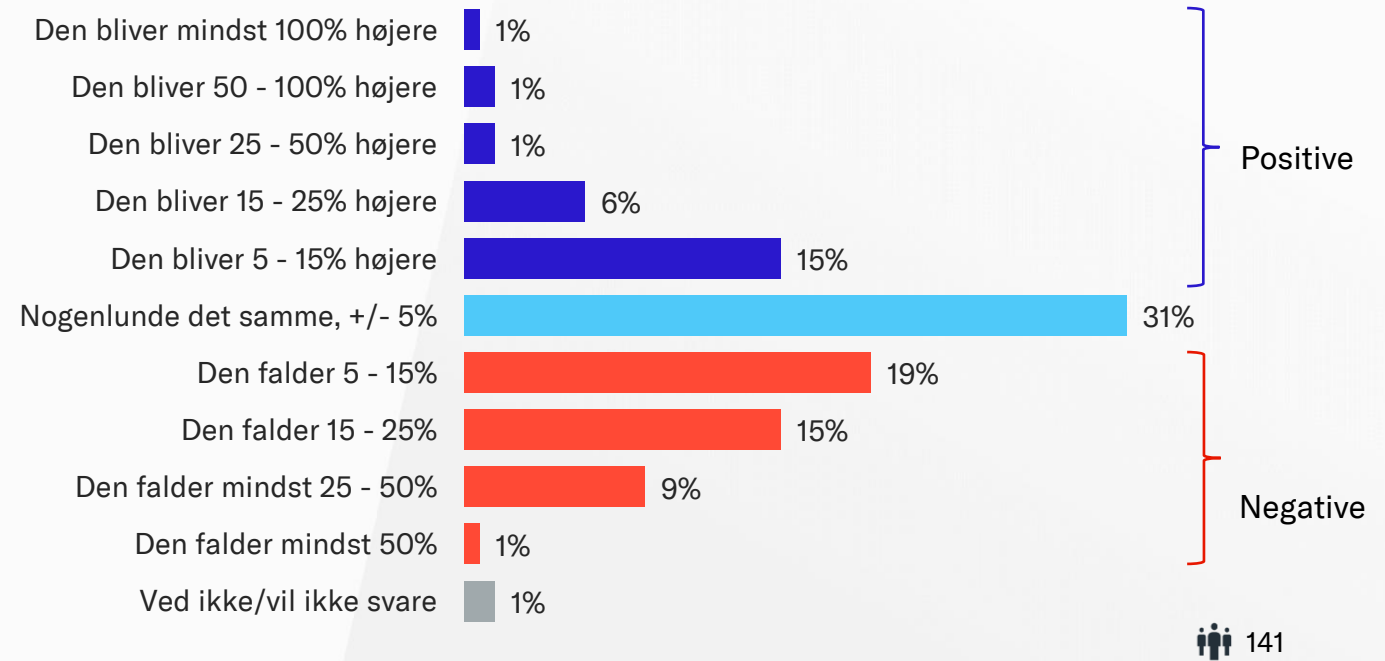
Pessimismen er desværre fremherskende, når netbutikker og omnichannel ser ind i det meget vigtige 4. kvartal.

Når butikkerne opgør forventningerne til 4. kvartal, ser 24% frem til en positiv udvikling ift. samme kvartal sidste år, mens 43% omvendt har negative forventninger. Dermed er hele 19% netto negative, hvilket er det mest pessimistiske niveau vi har målt.

Der er en tendens i besvarelserne til, at de rene netbutikker har mindre negative forventninger end omnichannel.

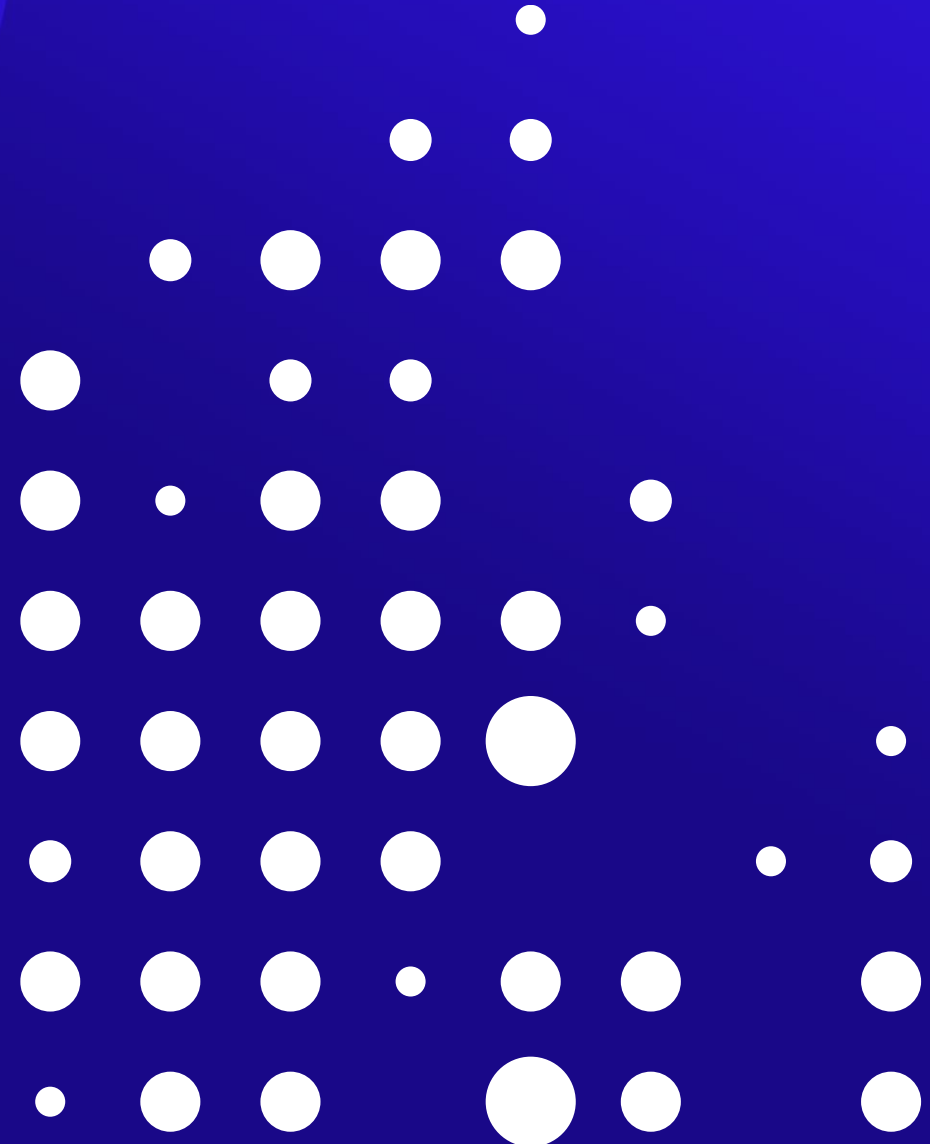
Såvel B2B som B2C er i negativt terræn og det gælder desuden også for alle virksomhedsstørrelser.

Hvordan forventer du, at jeres e-handelsomsætning udvikler sig i fjerde kvartal 2022 ift. samme periode sidste år?



Black Friday 2022

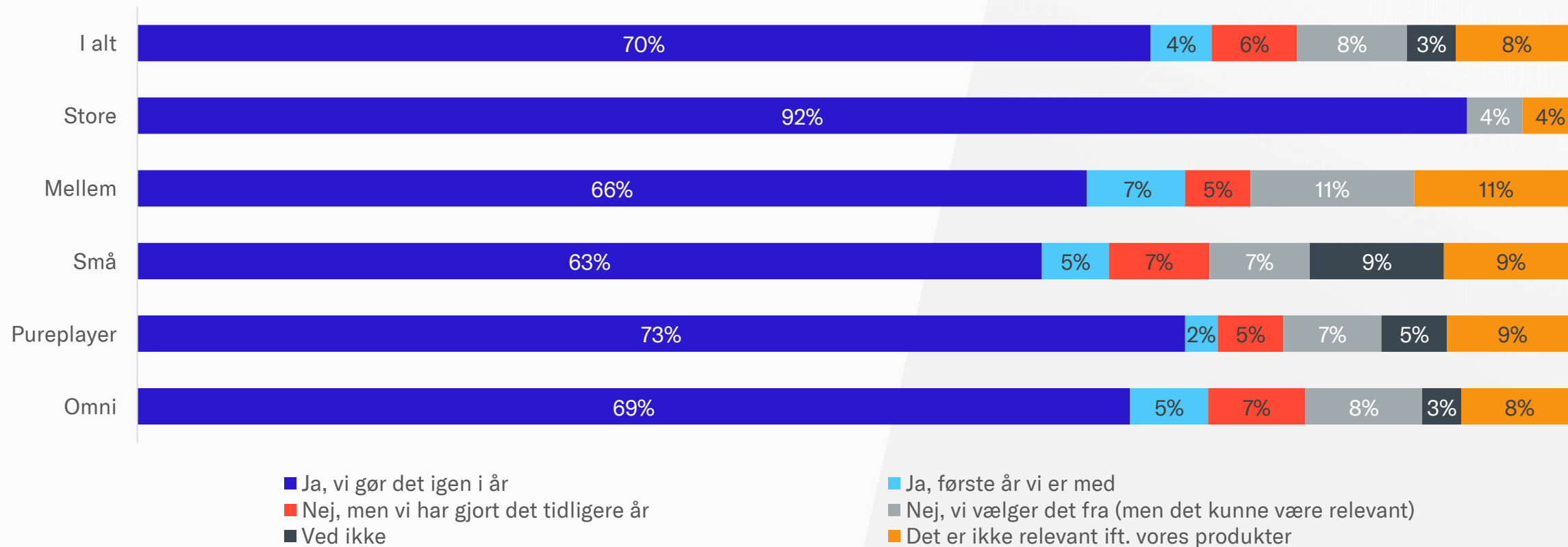
Internet-/omnichannel



Black Friday: 74% kører Black Friday

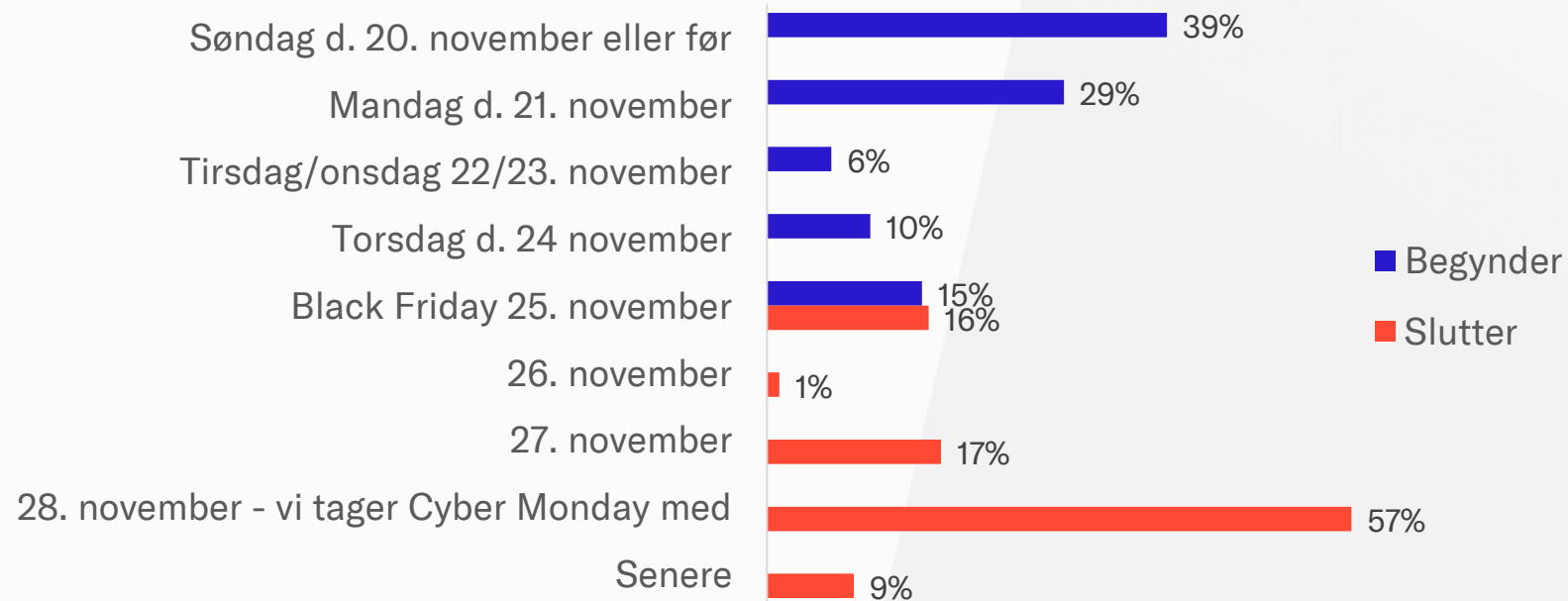
4% er med for første gang (inkluderet i de 74%) og 6% falder fra i år.
De store er klart mest aktive.

Holder din virksomhed Black Friday i år?



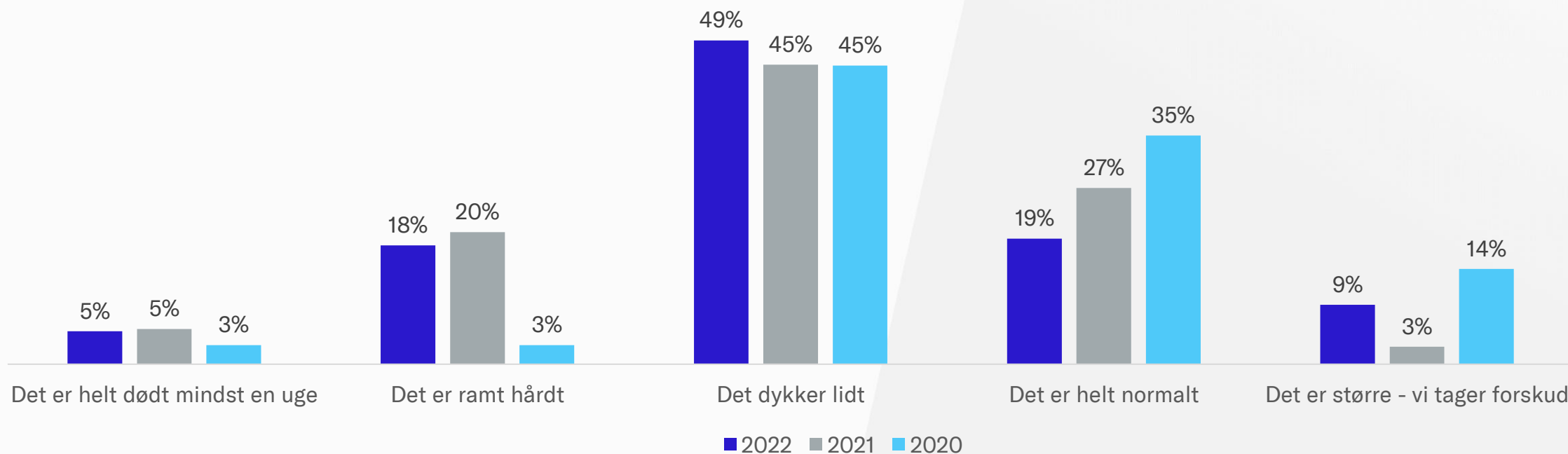
Hvornår begynder og slutter tilbuddene?

39% af butikkerne i analysen starter allerede senest 20. november – det er flere end i 2021. Over halvdelen tager Cyber Monday med, før de lukker for de skarpe priser – mens 10% udelukkende har Black Friday tilbud på dagen.



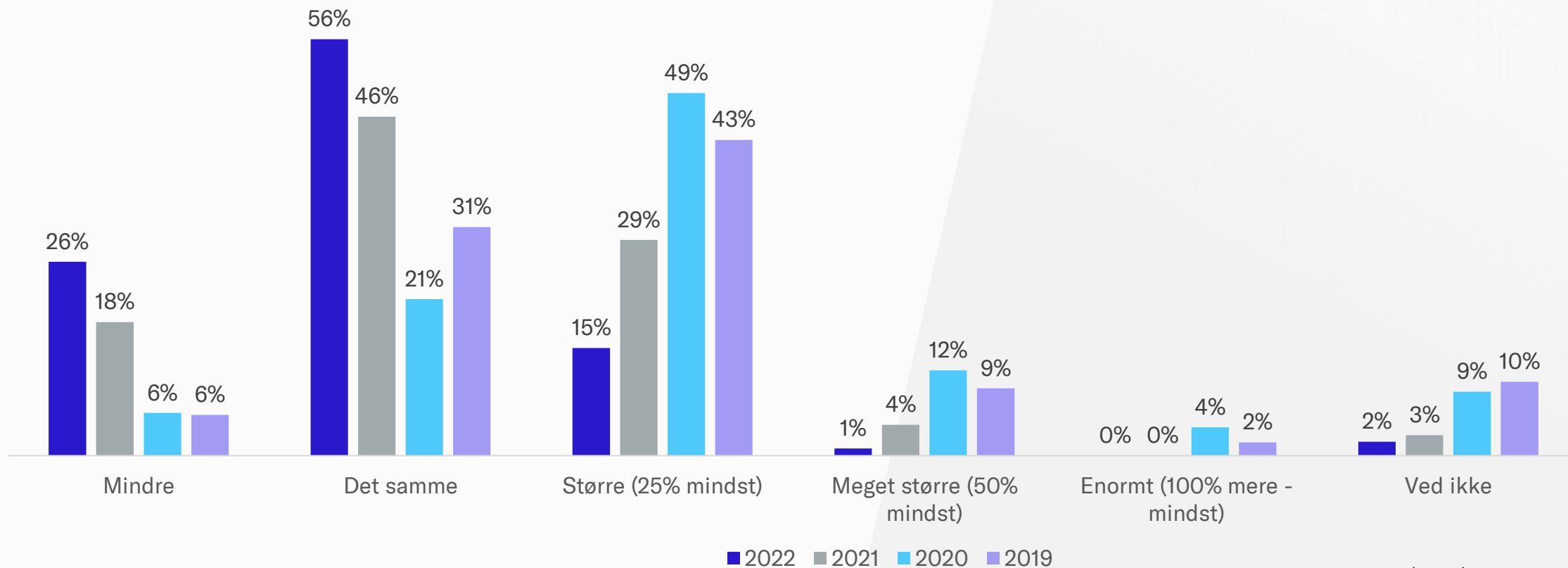
Salget op til Black Friday forudses at være hårdt ramt - nogenlunde som i 2021. 2020 var et særligt år som følge af corona.

Hvordan er jeres salg påvirket op til Black Friday?



Forventningerne til Black Friday er lavere end sidste års niveau – som igen var lavere end 2020. 3 ud af 4 butikker forventer at salget bliver det samme eller mindre end sidste år, mens kun hver 6. forventer et større salg. Omvendt er det klart, at så høj vækst, som vi har set tidligere år, ikke kan fortsætte over mange år.

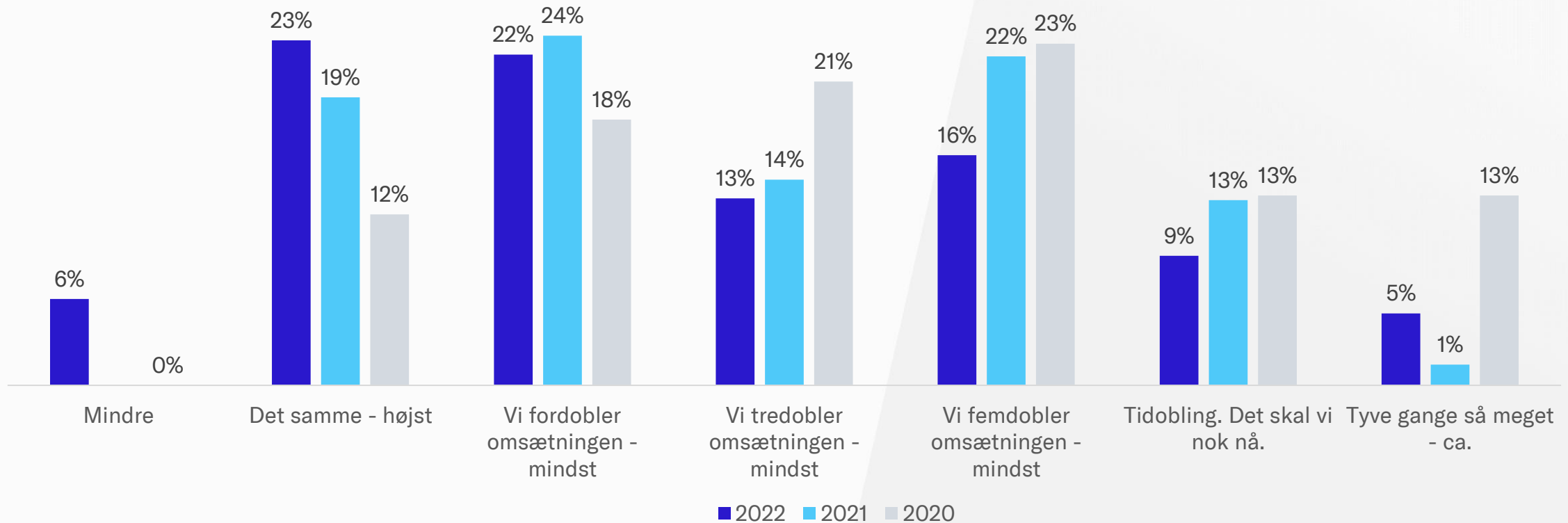
Hvordan forventer du, at jeres salg Black Friday (/week) bliver ift. sidste år



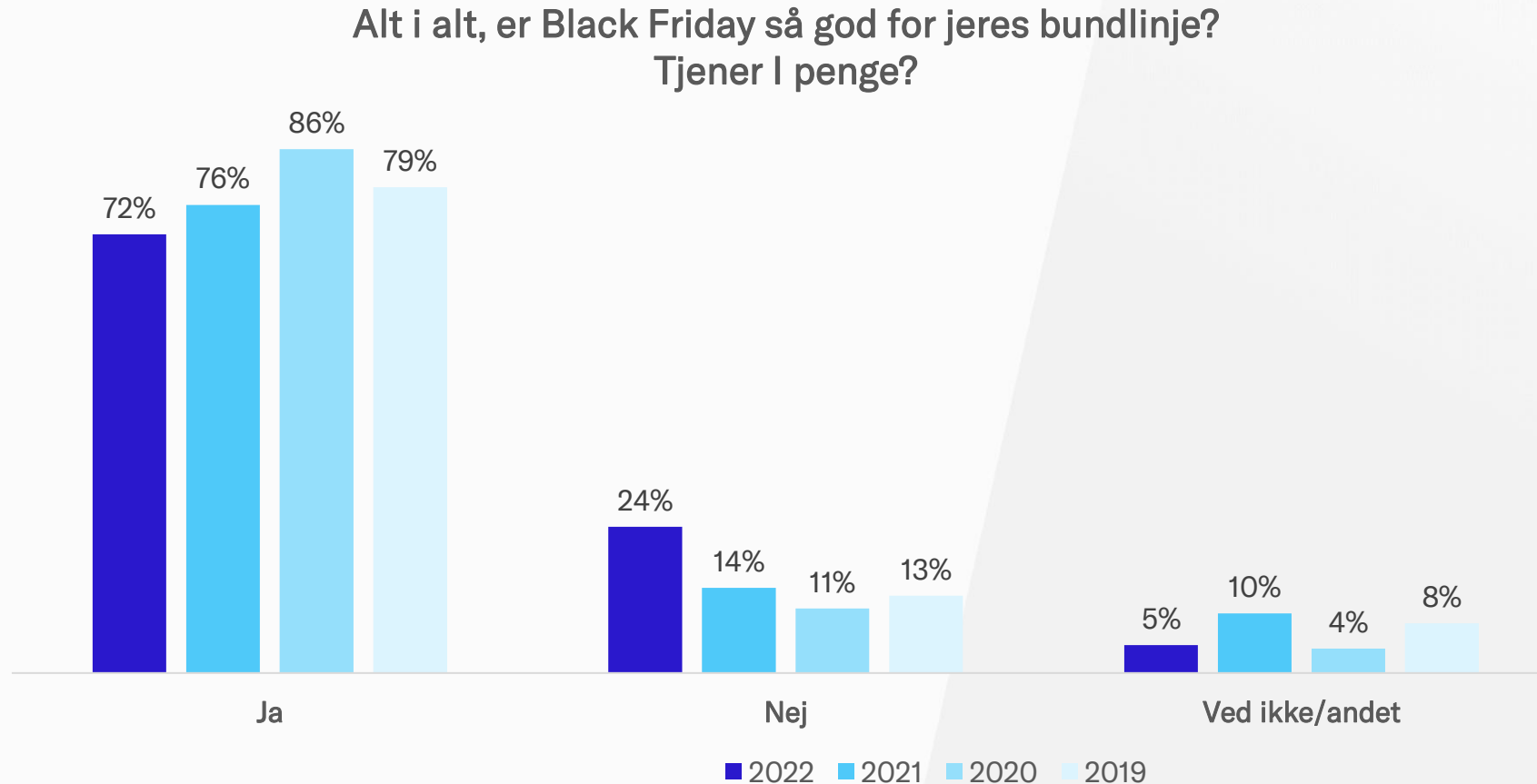

 103 (2022)
 75 (2021)
 104 (2020)
 110 (2019)
 Holder Black Friday

Black Friday er for mange en stor skaleringsudfordring. Ift. en normal fredag forventer 14% mindst en 10-dobling. Forventningerne er dog gennemsnitligt mindre end 2020/2021.

Hvor stort regner I med, at jeres salg bliver
PÅ SELVE BLACK FRIDAY ift. en normal fredag?

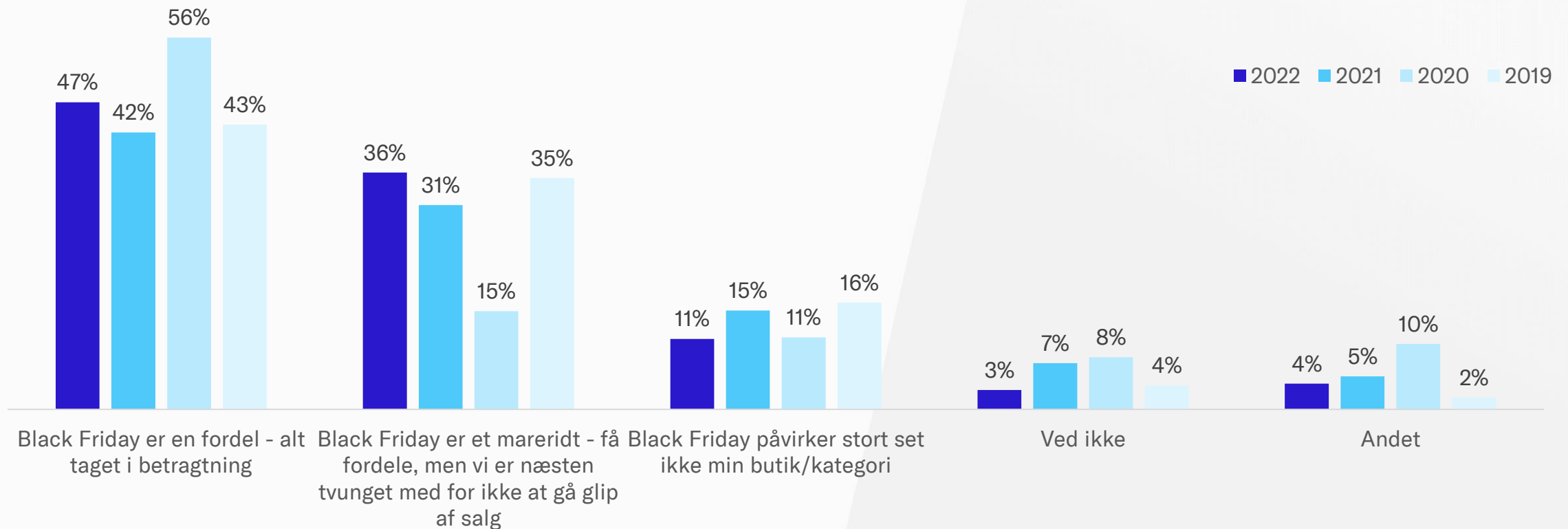


Hver fjerde deltagende butik (24%) forventer ikke at tjene penge på Black Friday i 2022. Mindre butikker har størst udfordringer med at tjene penge.



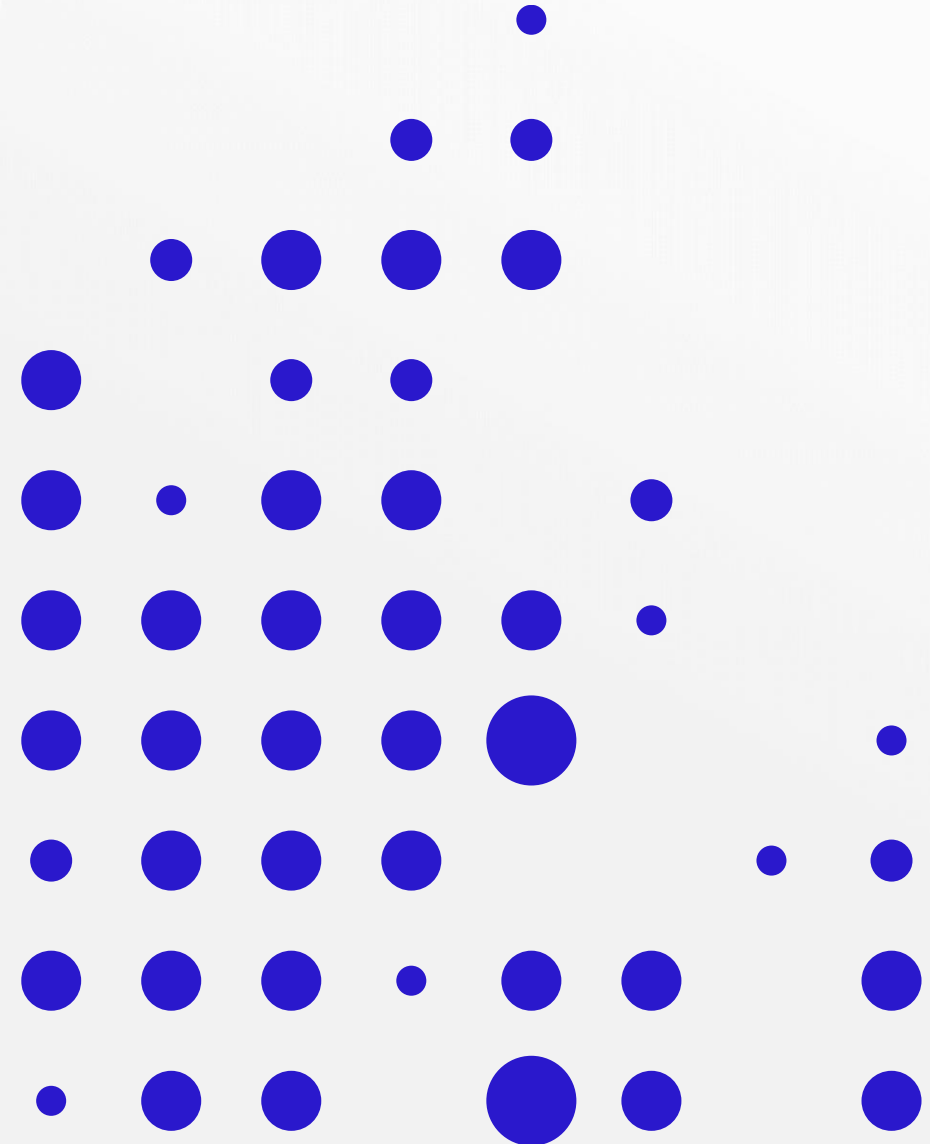
Mere end hver tredje butik (36%) føler sig "tvunget" til at gå med på Black Friday for ikke at gå glip af salg. Knap halvdelen mener dog, at det alt i alt er en fordel, mens hver 10. ikke er påvirket. Særligt de store netbutikker ser fordele ved Black Friday.

Alt i alt, er Black Friday så noget I ser som en fordel eller ulempe?



Singles Day

DANSK
ERHVERV



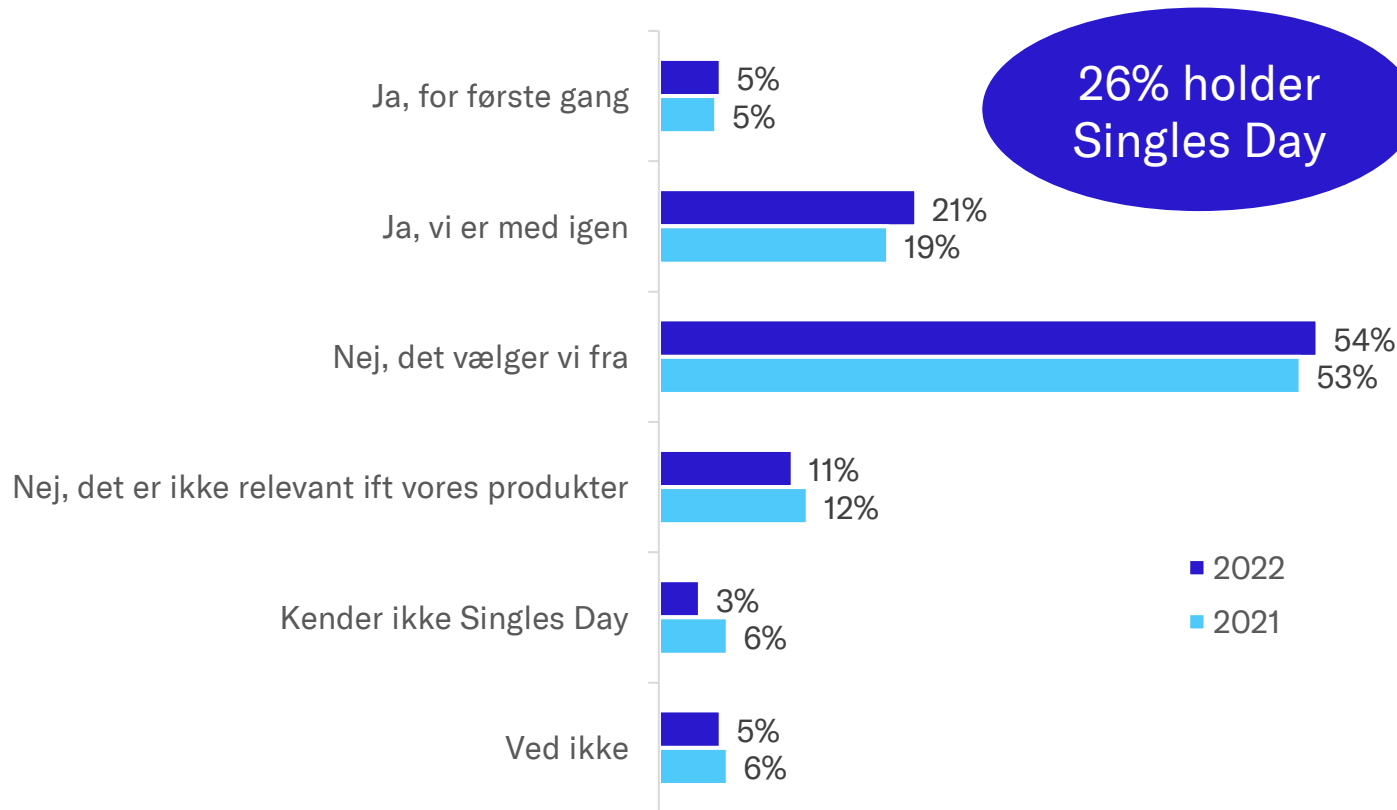
Singles Day

26% af netbutikkerne, der har salg til forbrugere, har særlige Singles Day tilbud i 2022. Niveauet er nogenlunde det samme som de to foregående år.

Forbrugerne har de senere år også fået et større kendskab til fænomenet og det er ligeledes de færreste netbutikker, der i år svarer, at de ikke kender Singles Day (3%).

Se mere om forbrugernes holdninger og adfærd i Dansk Erhvervs kommende E-handelsanalyse for oktober 2022.

Holder I Singles Day med særlige 11/11 tilbud i år?

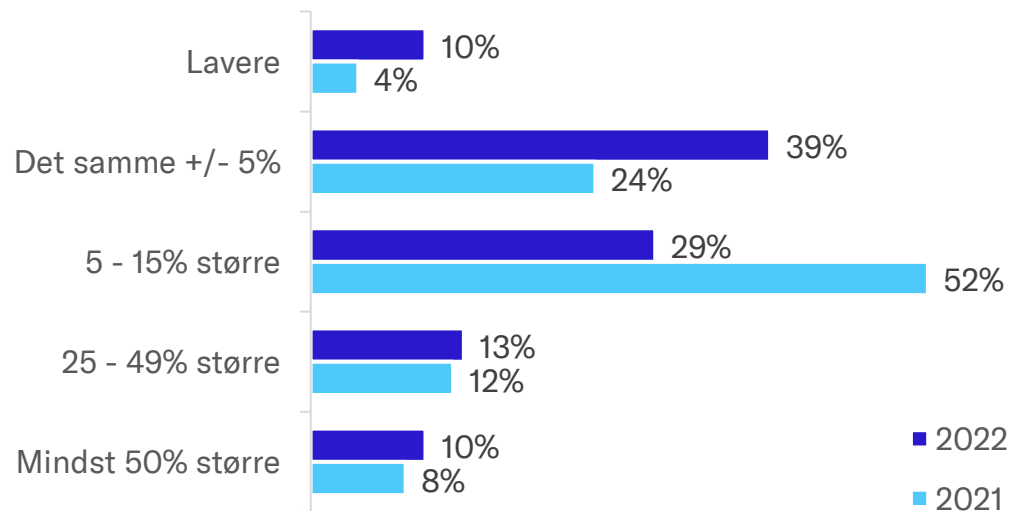


118 (2022) Netbutikker (inkl. omnichannel) med salg til forbrugere
106 (2021) Netbutikker (inkl. omnichannel) med salg til forbrugere

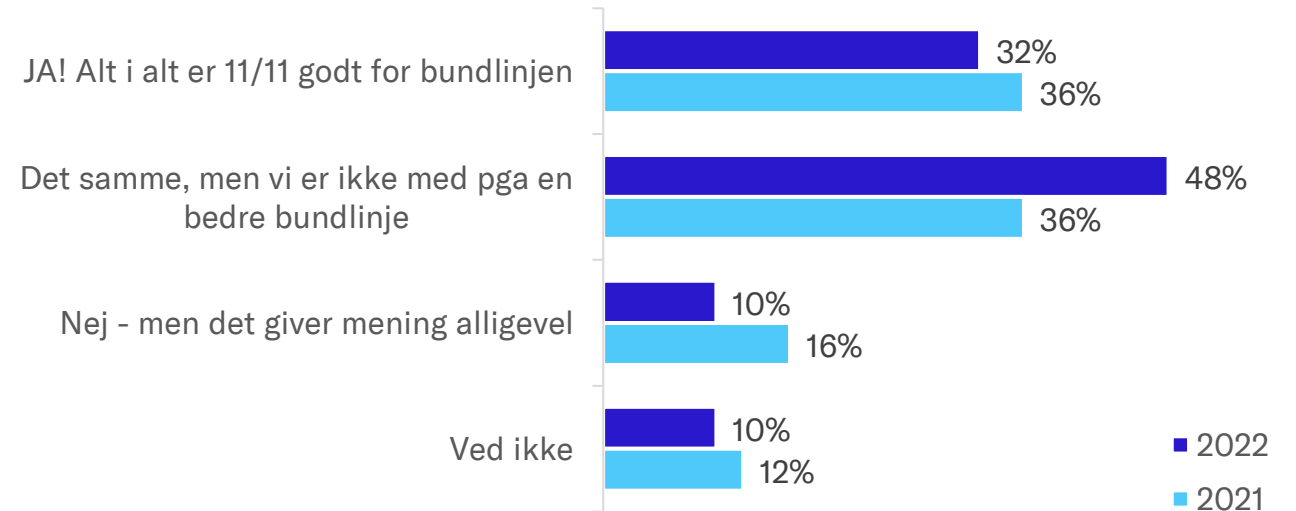
Butikkerne forventer en overskuelig vækst på Singles Day ift. en "normal" fredag. Halvdelen er dog med fordi det alligevel giver mening, fx for at give kunderne en ekstra oplevelse og skabe loyalitet. Det er også en mulighed for at stressteste systemer og kampagner før Black Friday.

NB: Små stikprøver

Hvordan forventer I omsætningen bliver
Singles Day
ift. samme dag ugen før?



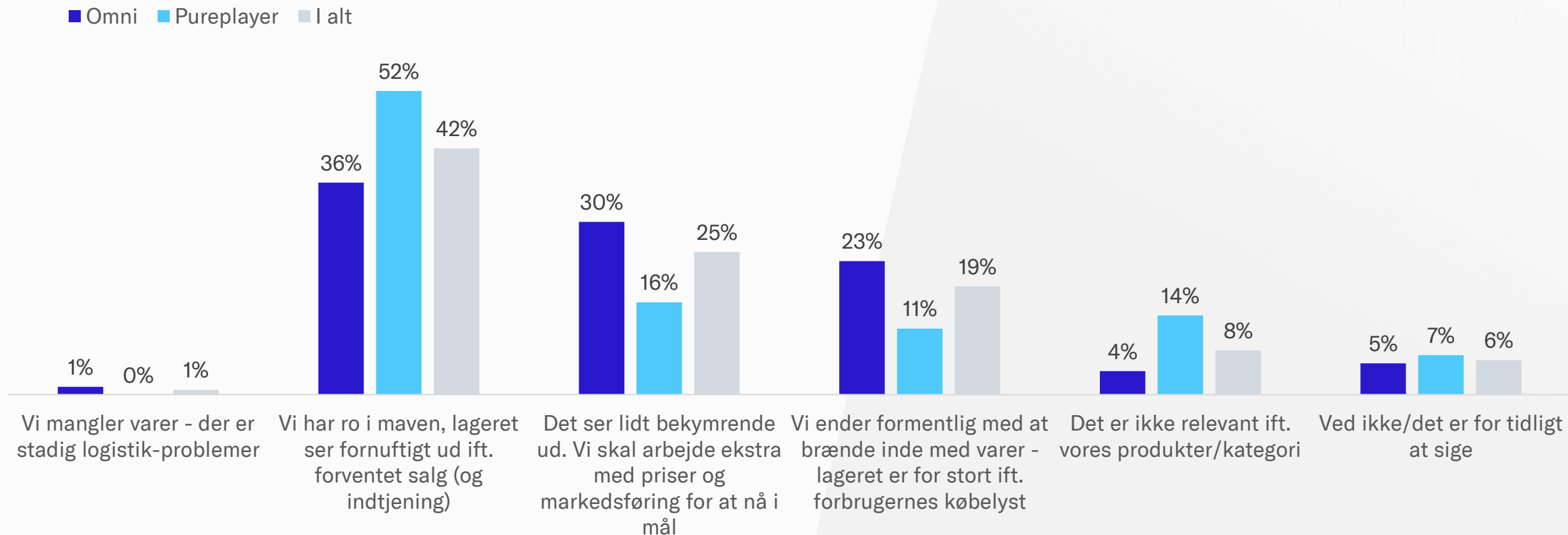
Forventer I en bedre bundlinje Singles Day
ift. samme dag ugen før?



2022: 31 Netbutikker, der holder Singles Day
2021: 25 Netbutikker, der holder Singles Day

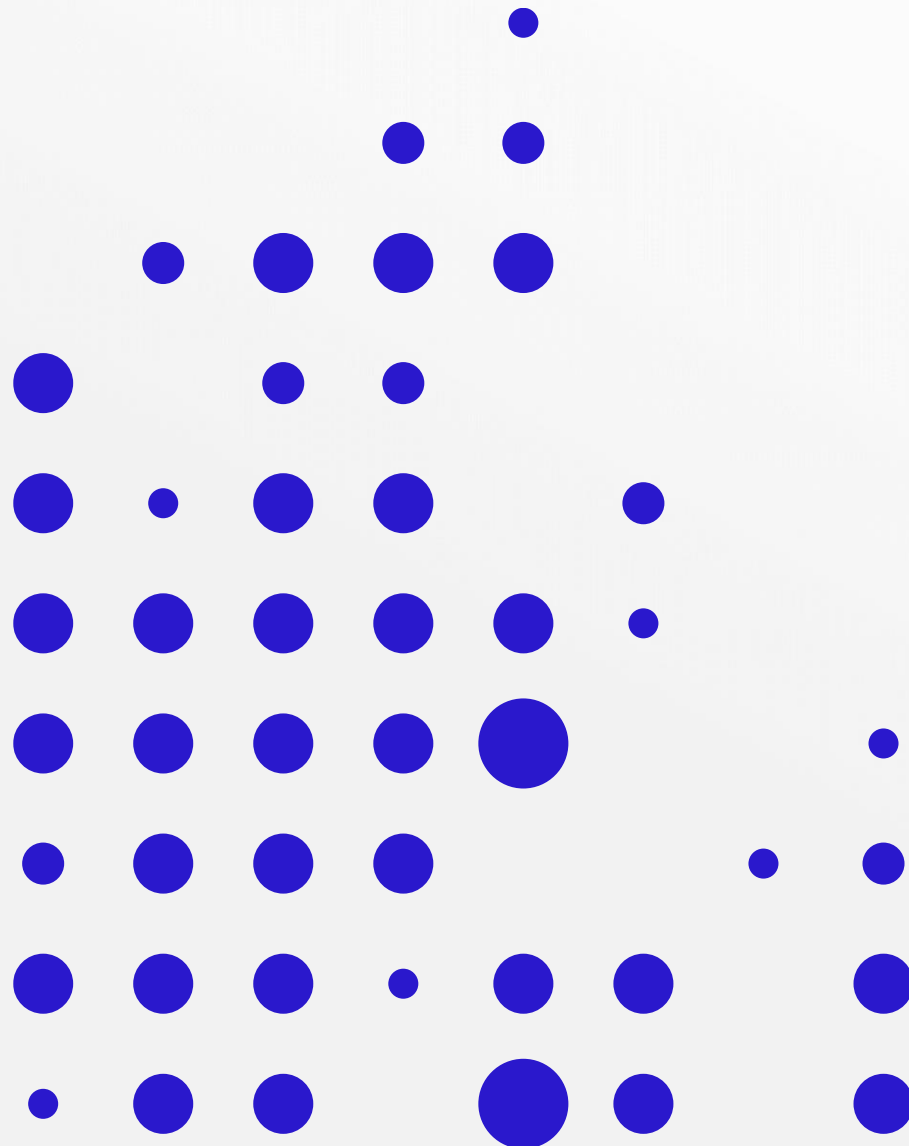
De foregående to års store problemer med at skaffe varer hjem har ændret sig fuldstændigt. Generelt er det forventede lagerniveau ok eller til at arbejde med – men hver femte butik har for mange varer. De rene netbutikker står lidt bedre end omnichannel – NB dog stikprøvens størrelse.

Lagerstatus – når julesalget er slut



Baggrundsinfo & kryds

DANSK
ERHVERV



Udvikling i 3. kvartal 2022 ift. 2021-Q3 opdelt i grupper.

Med stikprøvens størrelse in mente skal dette udelukkende ses som tendenser og indikationer.

	Omnichannel	Rene netbutikker	B2C	B2B	Små	Mellem	Store	I alt
Den faldt mindst 50%	1%	0%	1%	0%	2%	0%	0%	1%
Den faldt 25 - 50%	14%	9%	14%	16%	13%	16%	0%	12%
Den faldt 15 - 25%	14%	11%	14%	15%	15%	14%	10%	13%
Den faldt 5 - 15%	18%	13%	16%	15%	9%	22%	19%	16%
Nogenlunde det samme, +/- 5%	25%	15%	19%	25%	28%	12%	23%	21%
Den var 5 - 15% højere	15%	28%	21%	16%	24%	12%	29%	20%
Den var 15 - 25% højere	7%	11%	8%	7%	4%	10%	16%	9%
Den var 25 - 50% højere	2%	7%	5%	0%	2%	8%	3%	4%
Den var 50 - 100% højere	1%	2%	1%	2%	2%	2%	0%	1%
Den var mindst 100% højere	1%	0%	0%	2%	2%	0%	0%	1%
Ved ikke/vil ikke svare	1%	4%	2%	2%	0%	4%	0%	2%
Stikprøve	87	54	118	55	54	50	31	141

Forventet udvikling i 4. kvartal 2022 ift. Q4 2021 opdelt i grupper.

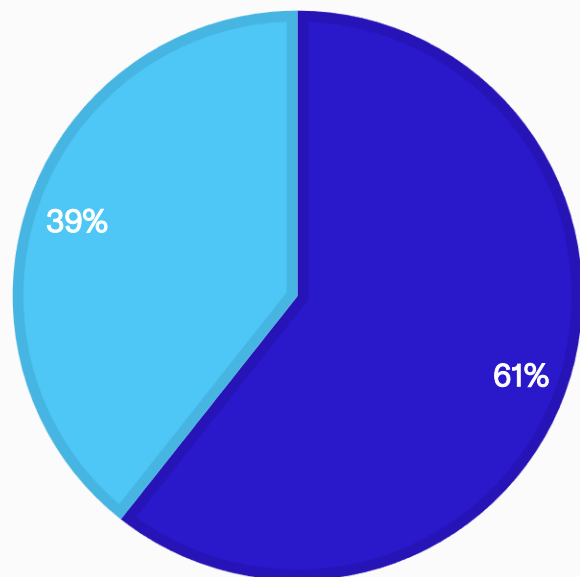
Med stikprøvens størrelse in mente skal dette udelukkende ses som tendenser og indikationer.

	Omnichannel	Rene netbutikker	B2C	B2B	Små	Mellem	Store	I alt
Den falder mindst 50%	1%	0%	1%	0%	2%	0%	0%	1%
Den falder mindst 25 - 50%	13%	2%	9%	15%	9%	10%	0%	9%
Den falder 15 - 25%	15%	15%	16%	13%	20%	18%	3%	15%
Den falder 5 - 15%	20%	19%	19%	22%	11%	20%	32%	19%
Nogenlunde det samme, +/- 5%	32%	30%	30%	31%	31%	26%	35%	31%
Den bliver 5 - 15% højere	13%	19%	16%	11%	19%	14%	13%	15%
Den bliver 15 - 25% højere	3%	9%	5%	5%	4%	6%	10%	6%
Den bliver 25 - 50% højere	0%	4%	2%	0%	0%	0%	6%	1%
Den bliver 50 - 100% højere	1%	2%	2%	0%	2%	2%	0%	1%
Den bliver mindst 100% højere	1%	0%	0%	2%	2%	0%	0%	1%
Ved ikke/vil ikke svare	1%	2%	1%	2%	0%	4%	0%	1%
Stikprøve	87	54	118	55	54	50	31	141

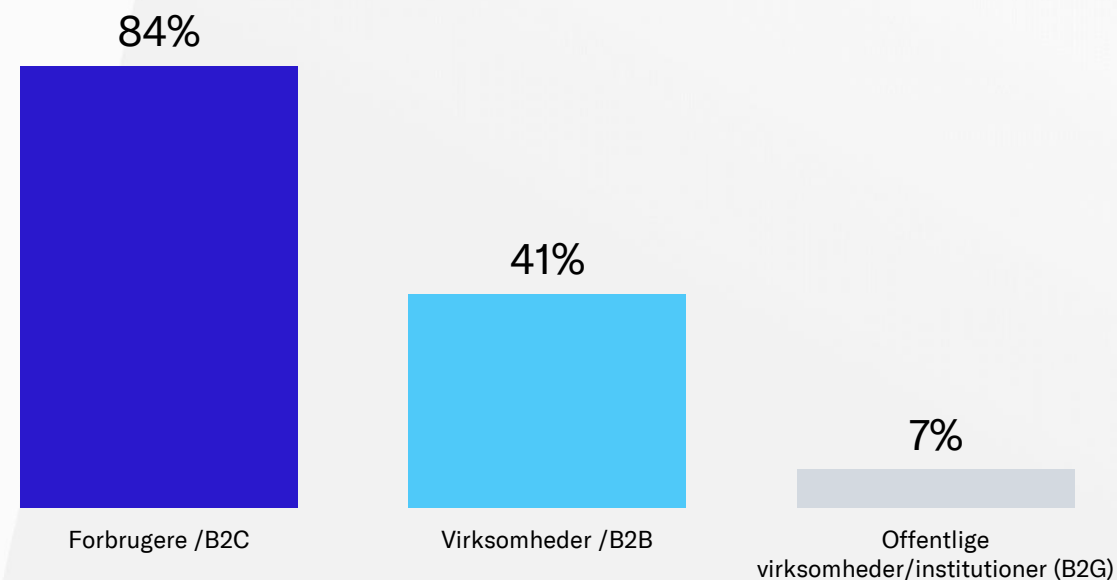
Baggrundsinfo – afsætningskanal og målgruppe

AFSÆTNINGSKANAL: HVAD
BESKRIVER BEDST DIN
VIRKSOMHED?

■ Nethandel og fysisk butik ■ Ren nethandel

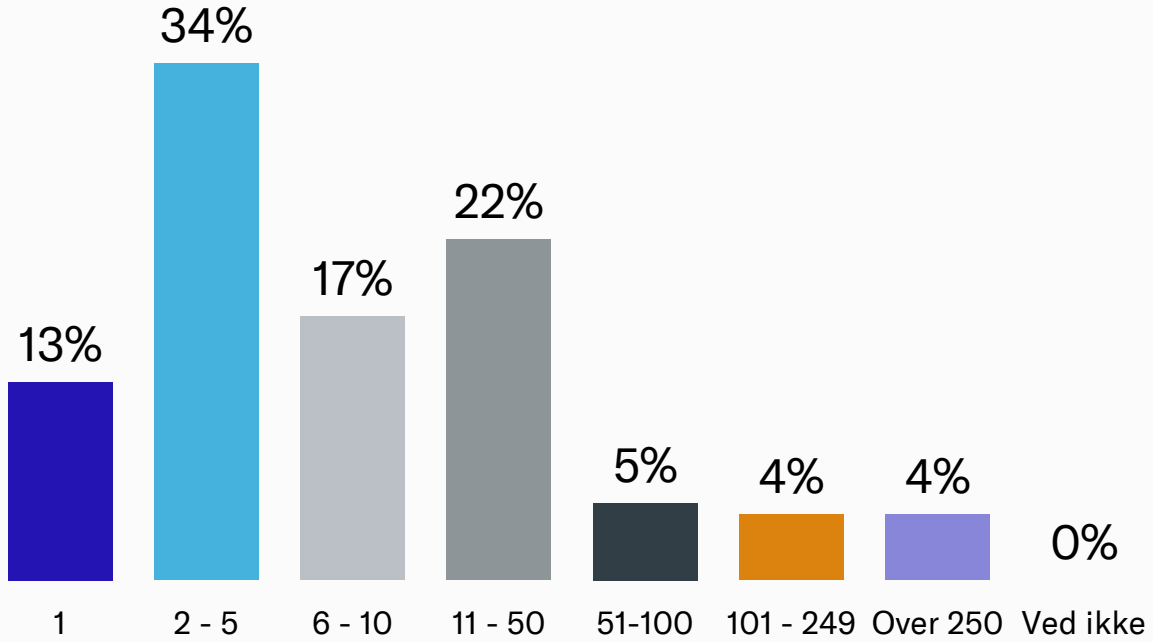


Hvilken målgruppe henvender din virksomhed
sig primært til? **Max 2 svar**

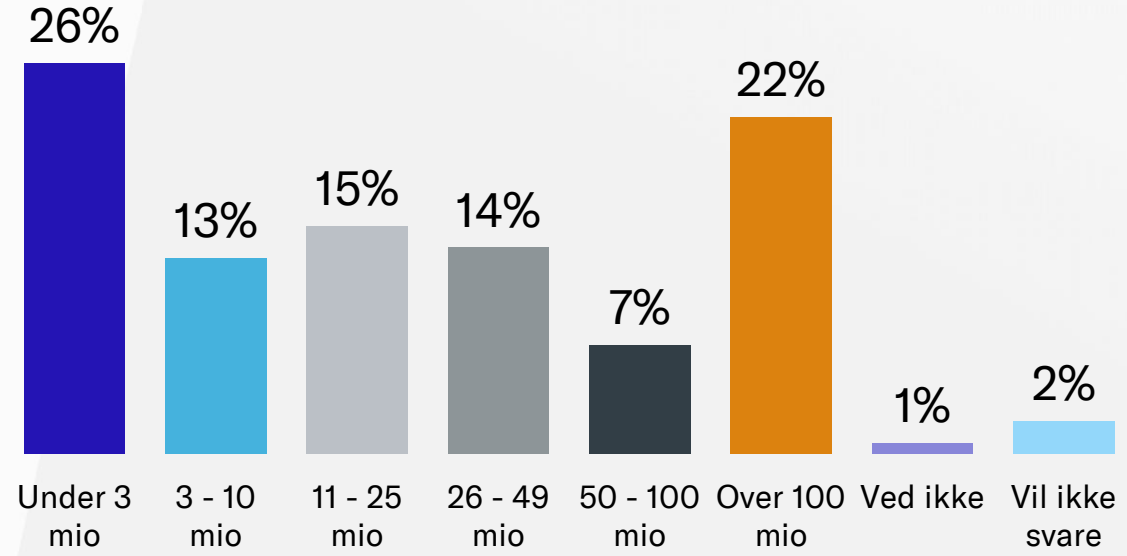


Virksomhedsstørrelse – e-handelsansatte og omsætning

Ansatte der arbejder med/deltager i virksomhedens e-handel



Hvor stor er virksomhedens årlige e-handels omsætning ca? (inkl moms)



Om undersøgelsen

Formål: En ”temperaturmåling” på e-handlen – hvordan gik seneste kvartal og hvad er forventningerne fremad?

Vi stiller ikke en dyb diagnose, men måler hvordan netbutikkerne/digital handel har det overordnet. Undersøgelsen bygger derfor på få spørgsmål for at sikre, at den er nem og hurtig at besvare.

Målgruppen er virksomheder med e-handel (inkl. omnichannel, både B2B, D2C & B2C) og medlemmer af Dansk Erhverv.

141 i målgruppen (netto) har deltaget i kvartalets undersøgelse, mindst 2/3 i ledelsesfunktion.

Bruttostikprøven var på 1.888 og der er udsendt én rykker.

Data er indsamlet 24/10 - 2/11 2022.

Antal svar i delmålgrupper					
Mindre (<11 mio E-kr.)	54	B2B/G	52	Omnichannel	87
Mellem (11-100 mio E-kr)	50	B2C	113	Pureplayer	54
Store (>100 mio E-Kr.)	31	(multi)			