Partnere på analysen:

Analysen gennemføres af

Analysen udgives af

Gratis for medlemmer af FDIH
Pris ikke-medlem: DKK 1.995 excl. moms.

Fakta og tal samt brug af enkelte illustrationer i præsentationer, til redaktionelt brug og lign. er tilladt. Rapporten må ikke videreformidles til andre uden FDIH's accept.

December 2019 - Premium

Fokus: 2020 forventninger, vej til køb, Black Friday køb

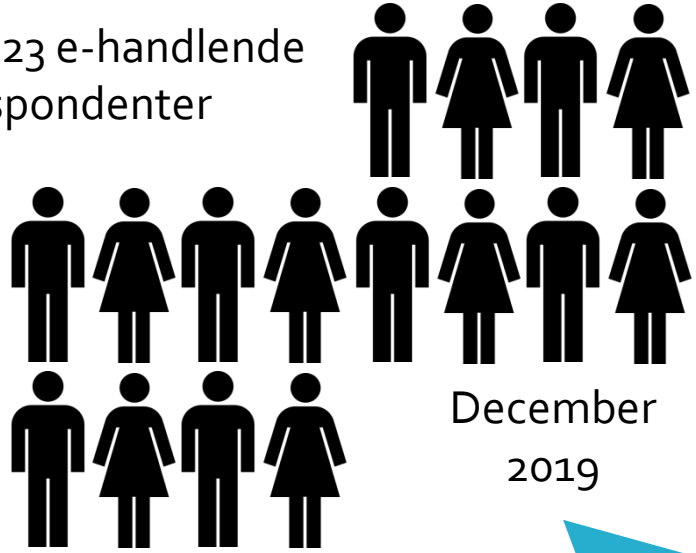
Bemærk at analysen ift. 2018 er justeret grundlæggende fra 1. januar 2019. Metoden vil på visse områder ikke være helt sammenlignelig med tidligere, men det væsentligste kriterium har været at opnå en større præcision ved at indsamle data tæt på købstidspunktet og desuden opsamle mere data om abonnementslignende e-handel. Se metodeafsnit for mere info.

Cirka hver fjerde (23%) forventer at handle mere på nettet i 2020, mens blot 6% forventer at handle mindre

Kvinder er mere loyale over for deres "favorit netbutikker" end mænd. 40 % kvinder starter typisk et køb i en favorit netbutik

54% af danskerne har handlet på nettet inden for den seneste uge i december. En væsentligt større andel end andre måneder

1.223 e-handlende respondenter



December 2019

Dagligvarer, mad og drikke har igen højeste NPS i december

Dankort stod for knap 62% af kortbetalingerne i december

Tøj, sko & accessories stod for 17% af handlerne og 15% af forbruget

Mens der i 2018 år var 34 % af de internethandlende, som købte Black Friday tilbud er dette i 2019 steget til 41 %

30% af handlerne blev i december gennemført på smartphone

Mobilbetalinger udgør igen i december 18% af betalingerne

12% af de e-handlende forbrugere har også et erhvervsmæssigt indkøbsansvar. 36% af disse erhvervsindkøbere foretager stort set alle (90%+) erhvervskøb digitalt

Indholdsfortegnelse

Handelshyppighed og enheder Side 5
Andel af handler og forbrug ad hoc Side 6
Abonnementsandele og forbrug Side 7
Gennemsnitspriser pr køb Side 8
Forventet e-handel kommende år Side 10
NPS efter varekategori Side 11
Betalingsform og –kort Side 14
Business-to-business
- Erhvervsmæssigt indkøbsansvar Side 17
- Erhvervsmæssig købsfrekvens og budget Side 18
- Erhvervskøbte varegrupper Side 19

Månedens fokus: Forventninger til 2020 og Black Friday køb
- Black Friday: andel handlende og købstype Side 21
- Forbrugernes forventninger til køb Side 23
- Årsager til lavere forbrugsforventninger Side 24
- Netbutikker - loyalitet og inspiration fra medier Side 25

Om analysen Side 27

E-handel i december

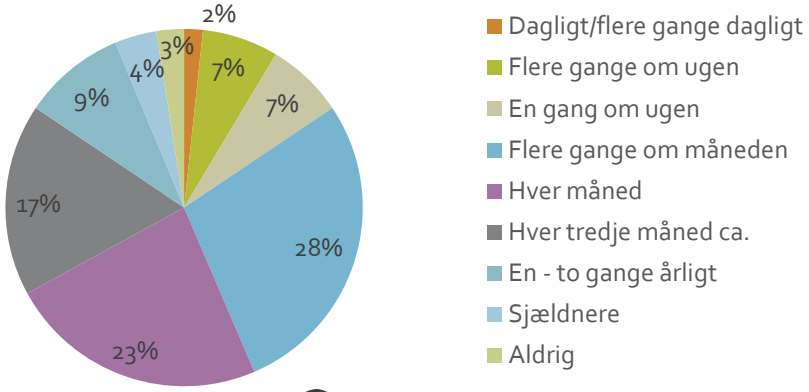
Handelshyppighed, mobilbrug, forbrug og handler ad hoc og abonnement, gennemsnitspriser og forventninger til årets handel samt NPS

Handelshyppighed og enhed

I december måned har hele 54% af danskerne handlet på nettet i løbet af den seneste uge. Hver sjette (16%) handler generelt mindst en gang om ugen og 28% handler flere gange månedligt. Godt 6% handler aldrig eller kun sjældent på nettet.

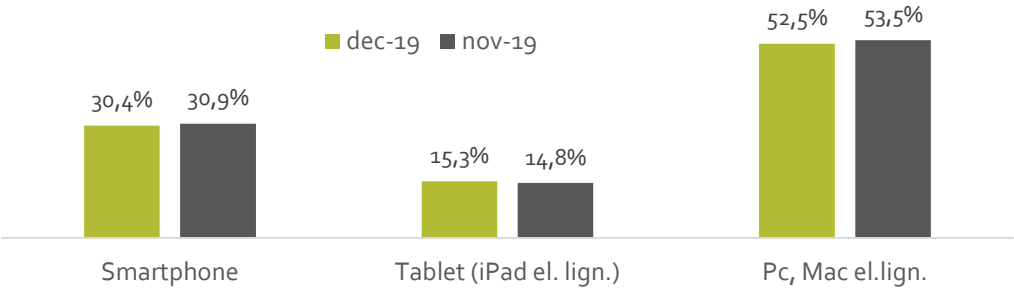
Andelen af salg på smartphones ligger på 30% i december. Tablet bruges til 15%, mens desktop står for 52,5% af handlerne i julemåneden; lidt mindre end november.

3 ud af 10 handler blev i december gennemført på smartphone



2.261 besvarelser

Hvor ofte handler du på internettet? (Generelt)



1.223 besvarelser
Har handlet seneste uge

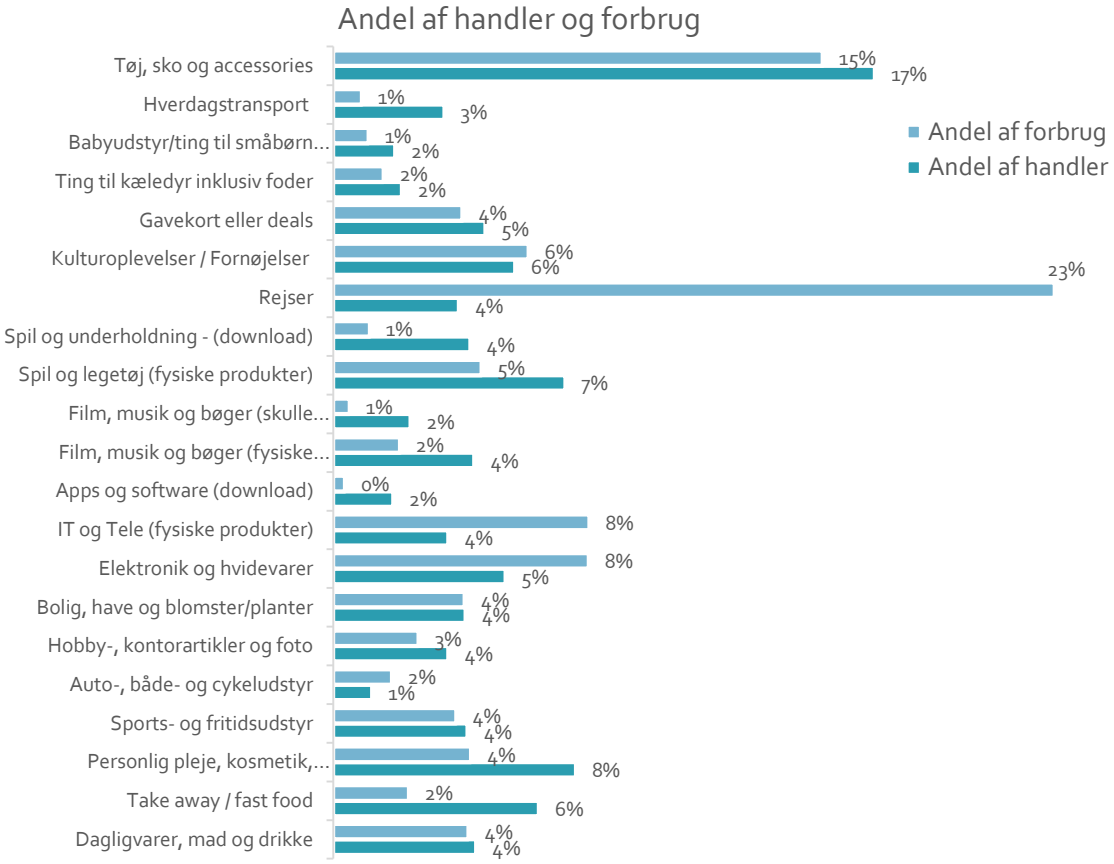
Med hvilken enhed foretog du dit seneste køb på internettet? (Excl. Konsol, etc.)

Forbrug og handler, ad hoc køb

Rejser når op på 23% af forbruget, men baseret på kun 4% af handlerne. Tøj og sko er en klar nummer 2 i december og har 17% af handlerne og 15% af forbruget.

Spil og legetøj (fysiske produkter) har en god måned og når op på 7% af handlerne og 5% af forbruget og det er årets stærkeste måned for kategorien. Det samme gør sig gældende for *gavekort*, der rammer 4% af forbruget og 5% af handlerne.

Tøj, sko og accessories har 17% af forbruget og 15% af handlerne i december



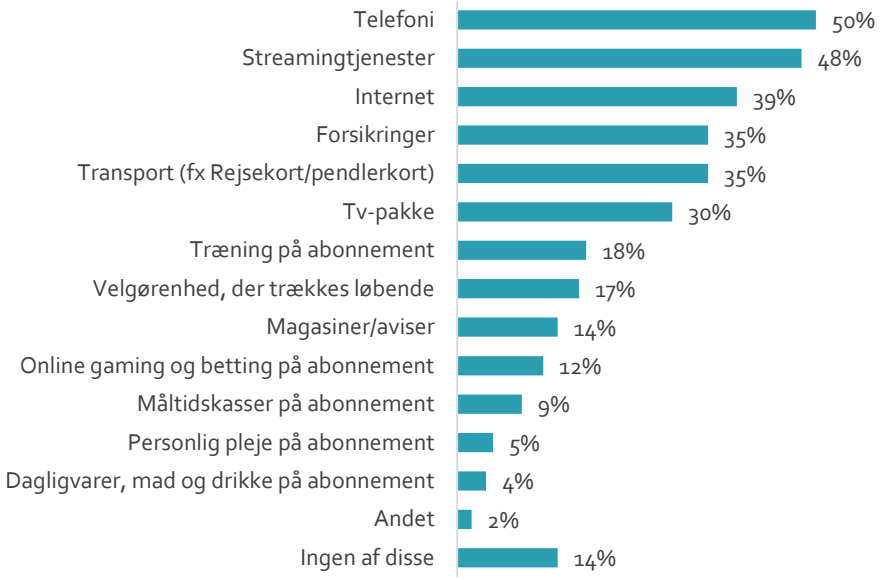
1.223 besvarelser

Hvilke varer eller tjenester har du købt på nettet indenfor den seneste uge?
Hvor meget købte du ca. for via e-handel i hver af følgende kategorier inden for den seneste uge?

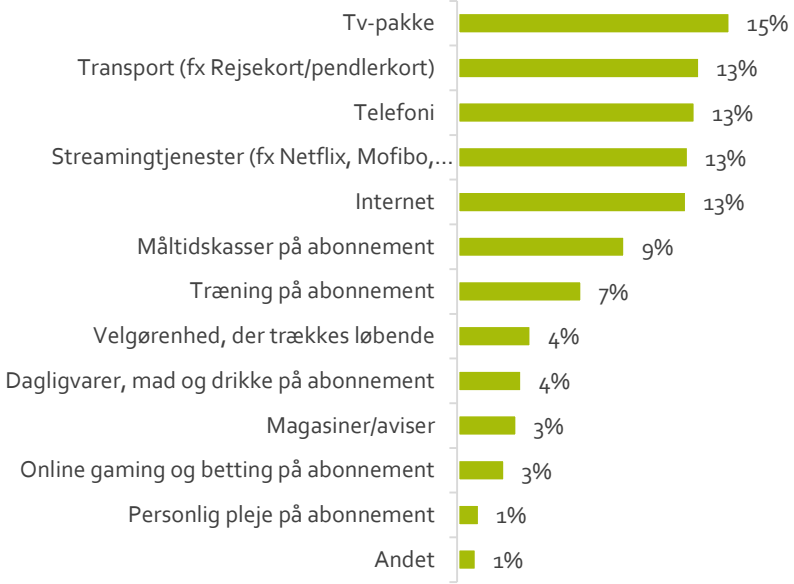
Forbrug pr. kategori pr. måned - abonnementsandele

Telefoni og streamingtjenester er de mest udbredte digitalt aftalte abonnementsformer.
På forbrug ligger kategorierne tæt i top 5. TV-pakker er i front og transport, telefoni, streaming og internet tæt efter.

Andel med abonnement, digitalt indgået



Forbrug pr. kategori pr. måned
Abonnementstjenester



FDIH e-handelsanalyse

1.223 besvarelser

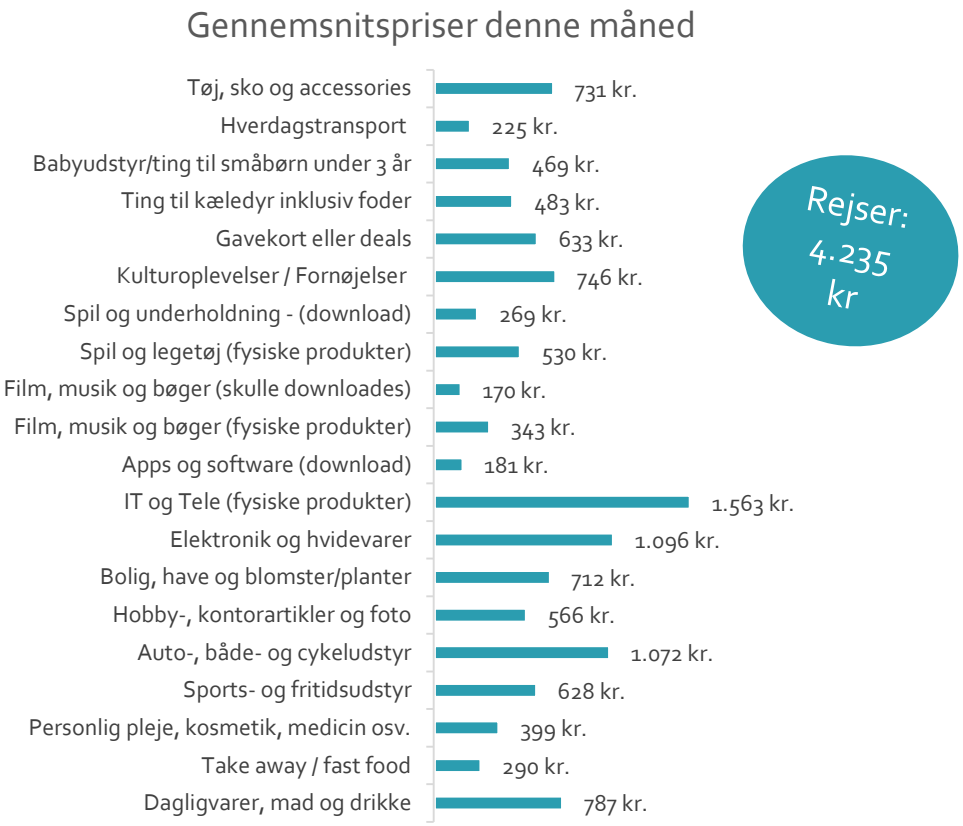
Hvor meget betaler du i gennemsnit pr. måned til øvrige abonnementer, elektronisk? Excl. bil & forsikring

Gennemsnitspriser i december

Gennemsnitsprisforbruget i december pr. handel var 750 kroner. *Rejser* er som sædvanlig den varegruppe, hvor forbrugerne har handlet for den højeste gennemsnitspris og i december ligger den betydeligt over de seneste måneders.

Ud over rejser er der 3 kategorier med gennemsnitskøb på over 1.000 kroner i december: *IT & Tele*, *Elektronik og hvidevarer*, samt *Auto-båd- og cykeludstyr*. I december er der også brugt mere end normalt på *Dagligvarer, mad og drikke*, sandsynligvis ifm. køb af mad til jul.

Gennemsnitsforbruget lå i december måned på 750 kroner



1.223 besvarelser

Hvor meget købte du ca. for via e-handel i hver af følgende kategorier? Månedsberegning

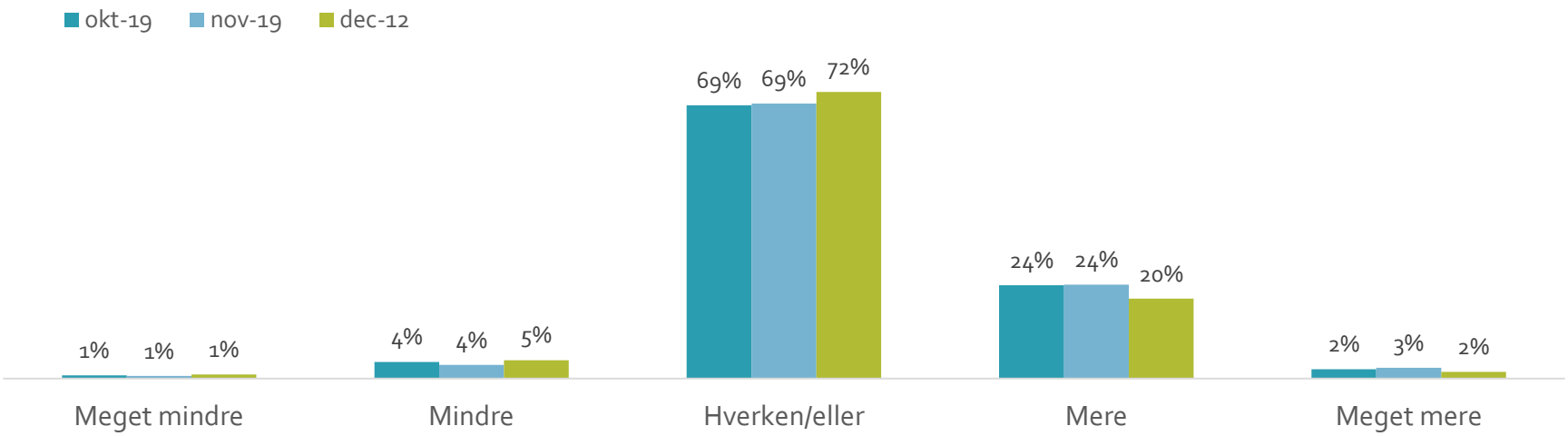
Vi leverer alle årets 365 dage

Lige til døren eller til pakkeshop

DAO 365

Forbrugernes forventninger til deres e-handel de næste 12 måneder

Der er i december måned et mindre dyk i forbrugernes forventninger til den fremtidige e-handel. Andelen, der forventer at købe **mere**, er knap 22%, mens knap 6% forventer at købe **mindre**. ***Netto mener godt 16%, at de vil handle mere de kommende 12 måneder***, end de har gjort de seneste 12. Niveauet var i november 22%.



1.223 besvarelser

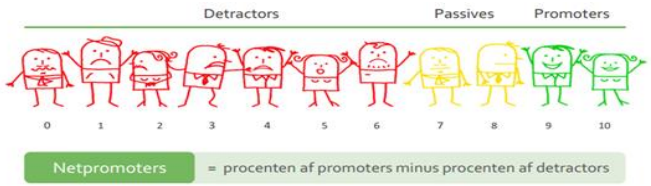
Sammenlignet med de seneste 12 måneder, forventer du så at handle mere eller mindre på internettet de næste 12 måneder?

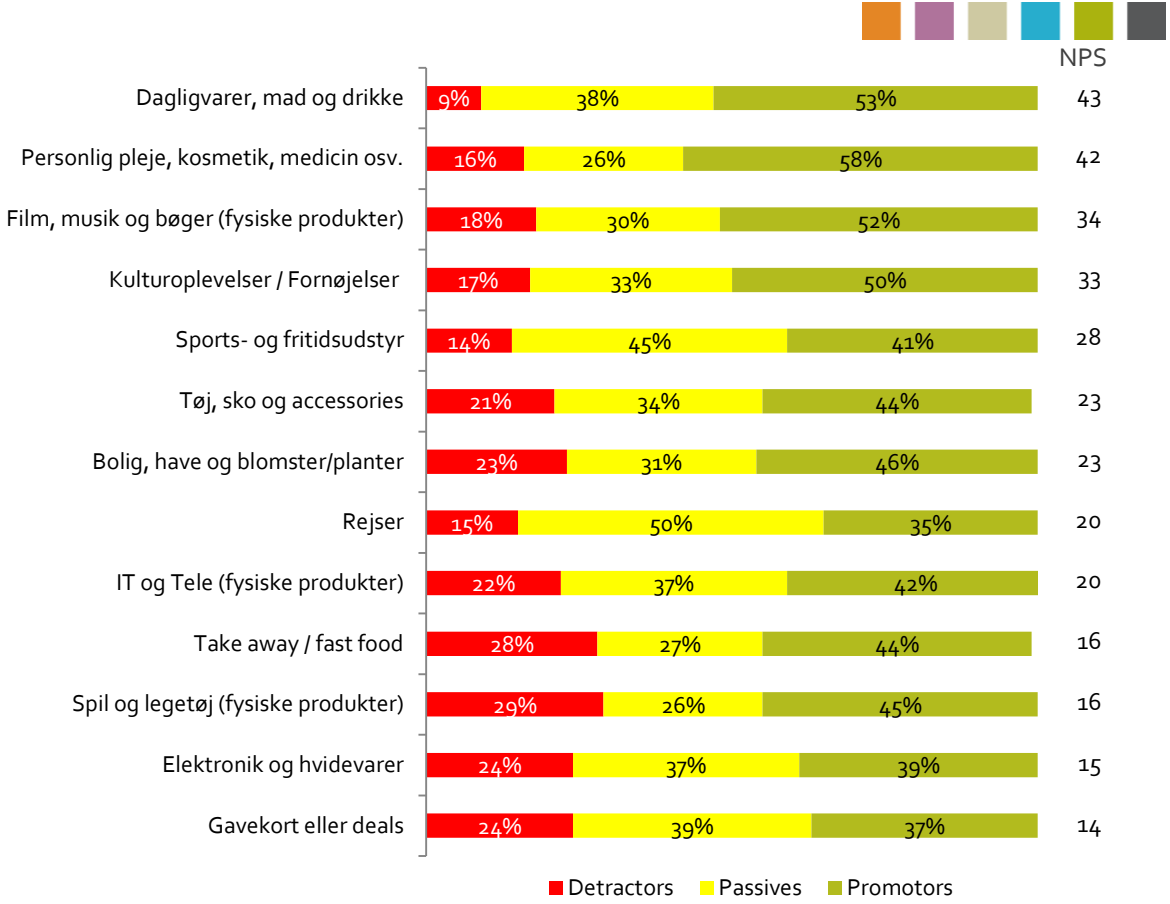
NPS efter varekategori

Varekategorierne *Dagligvarer, mad og drikke* samt *Personlig pleje & kosmetik* beholder i december de to øverste pladser i NPS målingen.

Rejser har igennem oktober og november haft en NPS på omkring 40, og har dermed haft et betydeligt fald i december.

Dagligvarer, mad og drikke har højeste NPS score i december





1.223 besvarelser
>51 svar/kategori

Hvor sandsynligt er det, at du ville anbefale denne netbutik til familie, venner eller kollegaer?

FDIH e-handelsanalyse

E-handel i december
Betalinger

Swedbank Pay.

Når det er nemt at betale, sælger du mere.

swedbankpay.dk

Pay

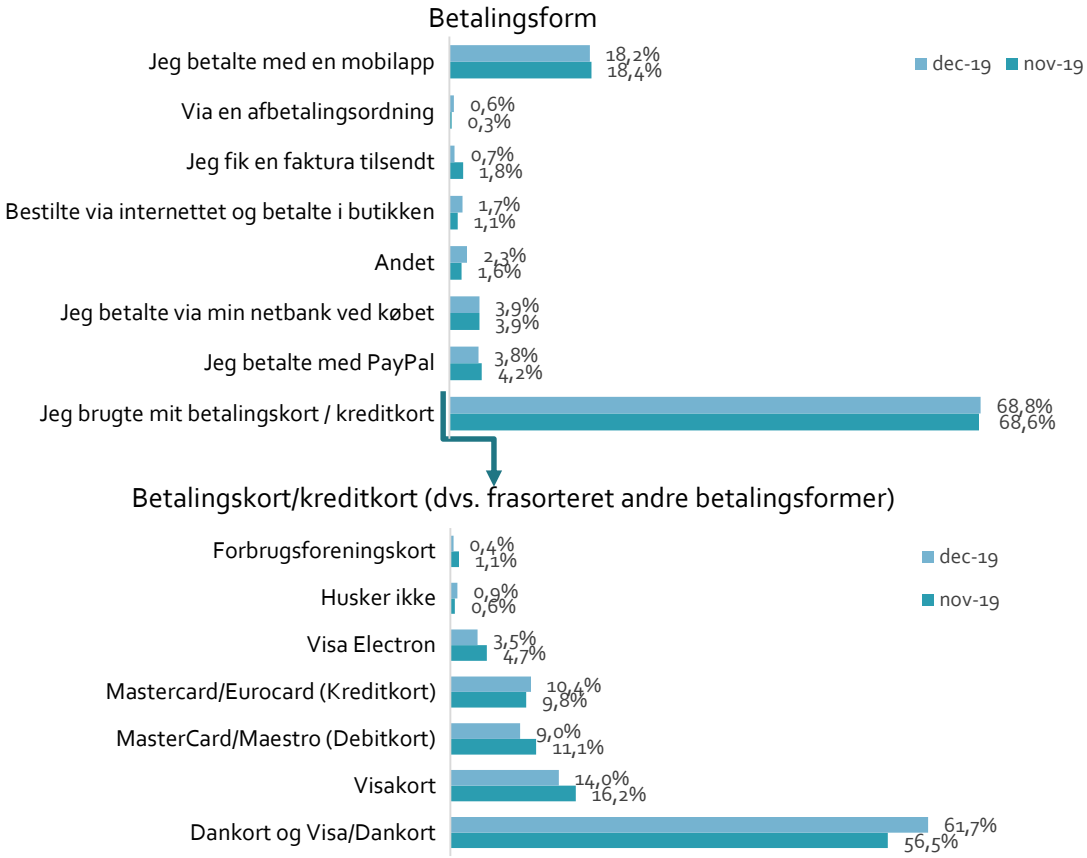
Betalingsform og –kort

69% af handlerne blev i december betalt med betalingskort, mens cirka 18 % af handlerne blev betalt på en mobilapp. Således ligger fordelingen mellem de to mest benyttede betalingsformer på samme niveau som i november.

PayPal har generelt tabt terræn i løbet af 2019, og rammer med 3,8% i december det laveste niveau for hele året.

Dankort og Visa/Dankort har stået for 61,7% af transaktionerne med betalingskort, og har således været klart mest benyttede betalingskort i december.

Godt 18% af handlerne blev betalt med en mobilapp i december



1.223 /841 besvarelser

Hvordan betalte du for dit seneste køb på internettet?
Hvilket betalings- eller kreditkort anvendte du

BTB fokus

Swedbank Pay.

Omnichannel Payments.

Besøg vores nye butik- og e-handelsplatform.

swedbankpay.dk

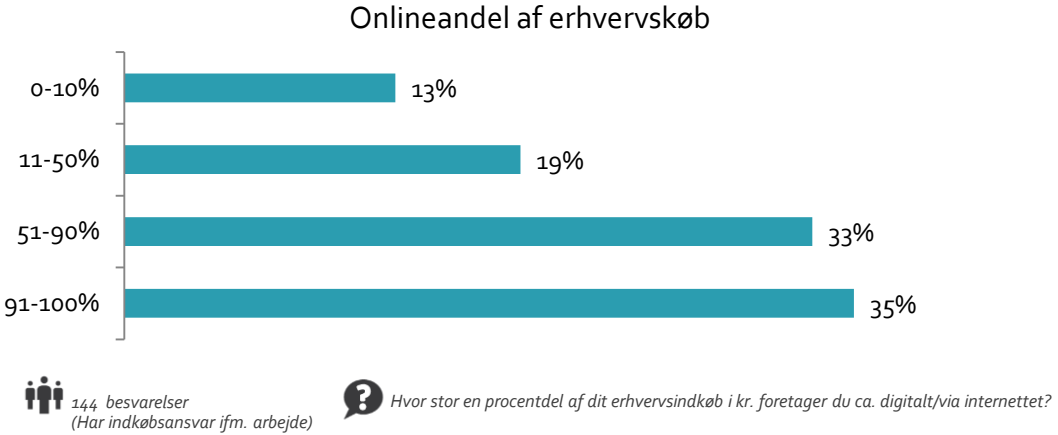
Pay

Erhvervsmæssigt indkøbsansvar

I december angiver 11,8% af de e-handlende forbrugere, at de også bestrider et *erhvervsmæssigt* ansvar. Det svarer til knap hver femte af de erhvervsaktive (19%).

Af disse 11,8%, med et erhvervsmæssigt indkøbsansvar, handler godt 2 ud af 3 over halvdelen af deres erhvervsindkøb digitalt. Mere end hver tredje (35%) handler stort set alle (91-100%) erhvervskøb digitalt.

Godt hver tredje erhvervsindkøber (35%) foretager næsten samtlige (91%+) erhvervskøb digitalt



Erhvervsmæssig købsfrekvens

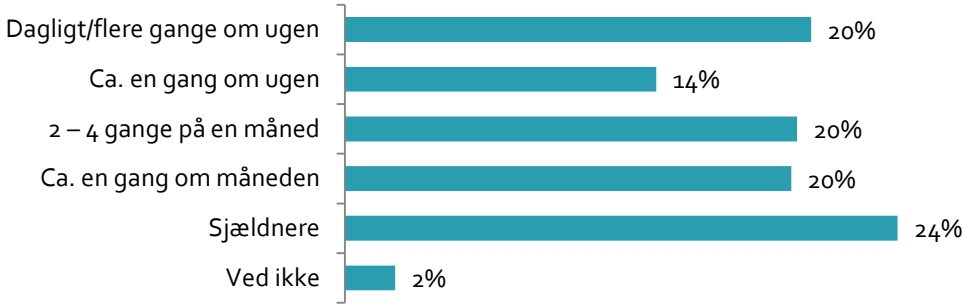
Cirka hver tredje (34%) af B2B-indkøberne foretager erhvervsmæssige indkøb hver uge.

Cirka hver fjerde (24%) handler sjældnere end en gang om måneden og har således en lav købsfrekvens.

Mere end hver tredje erhvervsindkøbere (36 %) handler typisk for over 10.000 om måneden.

Hver femte erhvervsindkøber foretager stort set dagligt digitale køb

Hvor ofte foretages erhvervsmæssige indkøb digitalt



144 besvarelser (Har indkøbsansvar ifm. arbejde)

Hvor ofte foretager du køb digitalt/via internettet ifm. dit arbejde?

Indkøbsbudget pr. måned

144 besvarelser (Har indkøbsansvar ifm. arbejde)

Hvor stort er dit erhvervsindkøb typisk på en måned alt i alt?

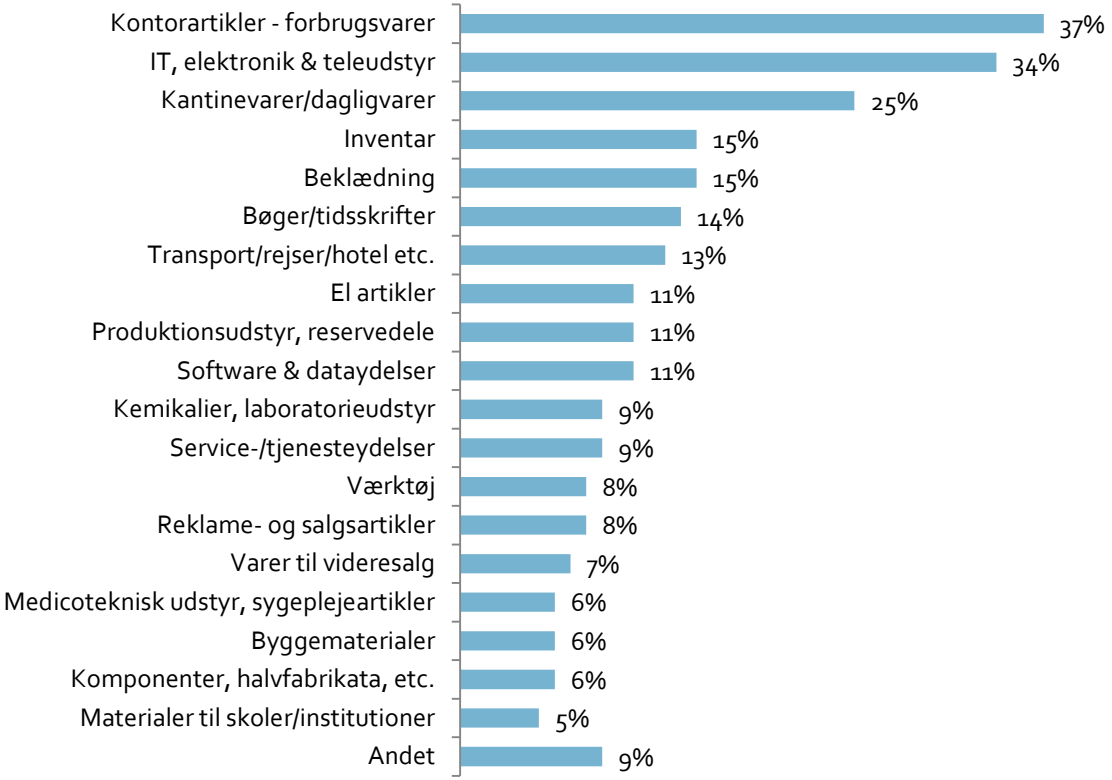
Erhvervskøbte varegrupper

I gennemsnit handler erhvervsindkøberne varer i 2,6 varegrupper i december. Det understreger den brede forankring og betydningen af digitale varekøb ift virksomhedernes drift.

De erhvervsindkøbende har i december i højest grad internethandlet varegrupperne *kontorartikler* samt *IT, elektronik & teleudstyr* med *kantinevarer* i årets højeste niveau.

Samlet udgør de mere produktionsnære varegrupper en stor andel, især målt på budget. Det er varegrupper som beklædning, el artikler, produktionsudstyr, værktøj, etc.

Varegrupper, der typisk købes erhvervsmæssigt online



144 besvarelser
(Har indkøbsansvar ifm. arbejde)

Hvilke varegrupper køber du typisk erhvervsmæssigt online?

FDIH e-handelsanalyse

Fokus: Black Friday køb

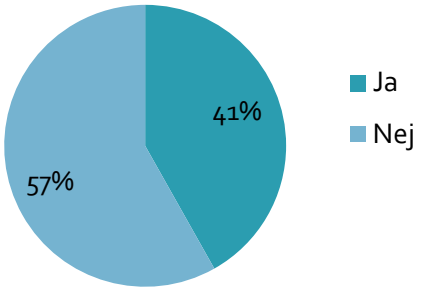
Black Friday er etableret som handelsdag

Mens der sidste år var 34 % af de internethandlende, som købte Black Friday - tilbud er dette i år steget til 41 %.

Det tyder desuden på, at Black Friday er blevet et så etableret fænomen blandt de internethandlende, at de i højere og højere grad er parate til at planlægge efter gode tilbud. Dette gælder både i forhold til julegaver og i forhold til større køb generelt.

Ift 2018 er der et par procent højere andel julegavekøb og planlagte køb, mens andelen af impulskøb er faldet tilsvarende.

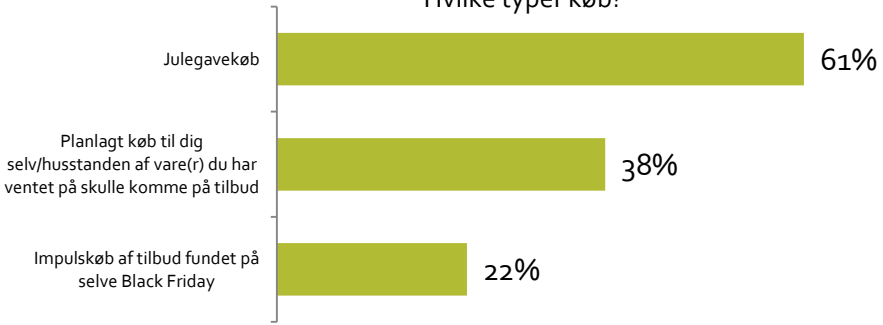
Handlet Black Friday?



1.223 besvarelser

Købte du en eller flere varer på nettet Black Friday 24. november, som var særlige Black Friday tilbud?

Hvilke typer køb?



503 besvarelser (har købt Black Friday tilbud)

Hvad beskriver bedst dit køb på nettet Black Friday/Black week? Flere svar mulige

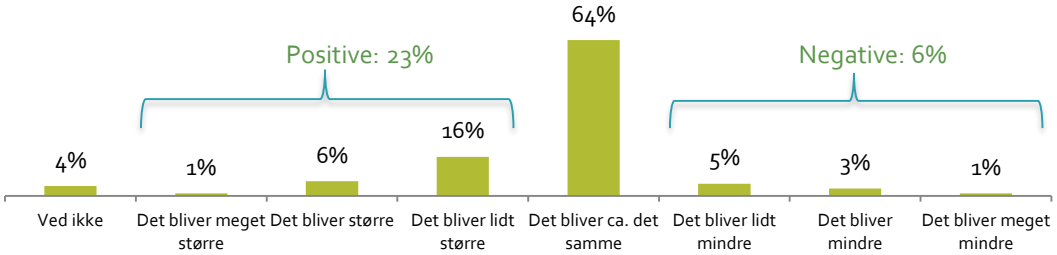
Fokus: Forventninger til 2020 & Online mediekanaler

Forventninger til 2020

Der er fortsat optimisme hos forbrugerne i forhold til deres køb på nettet det kommende år: Cirka hver fjerde (23%) forventer at handle mere på nettet i 2020 end 2019, mens blot 6% forventer at skrue ned for blusset.

Ser man på udviklingen af købsforventninger fordelt på varegrupper har især *tøj, sko og smykker* vind i sejlene. Kategorien har for tredje år i træk forhøjede købsforventninger, hvilket også gælder for *Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud* samt *Dagligvarer, mad og drikke.*

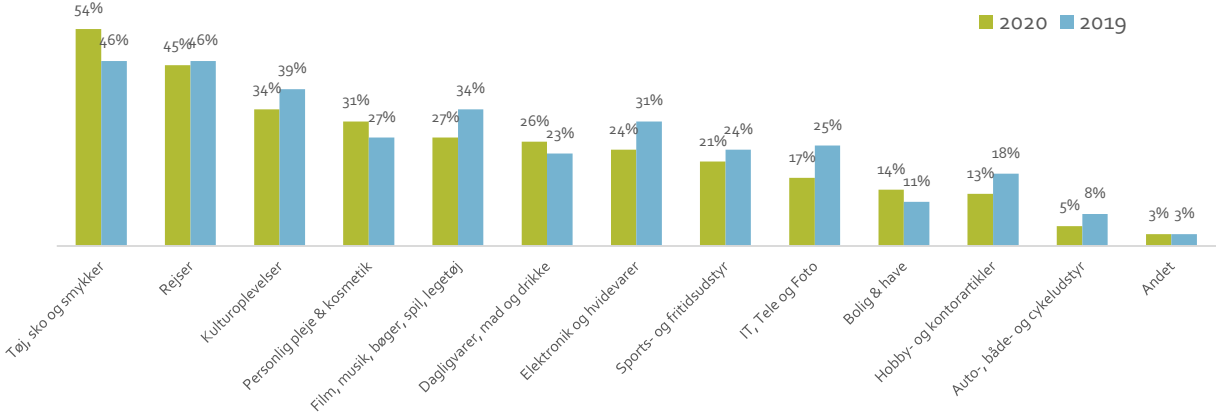
Forventninger til samlede køb på nettet i 2020 ift. 2019



1.203 besvarelser

Hvordan er dine forventninger til dit samlede køb på nettet i 2020 ift. 2019?

Hvilke varer forventer du at købe mere af?



280 besvarelser (forventer stigende køb på nettet i 2018)

Hvilke varer forventer du at købe mere af?

Årsager til lavere forbrugsforventninger

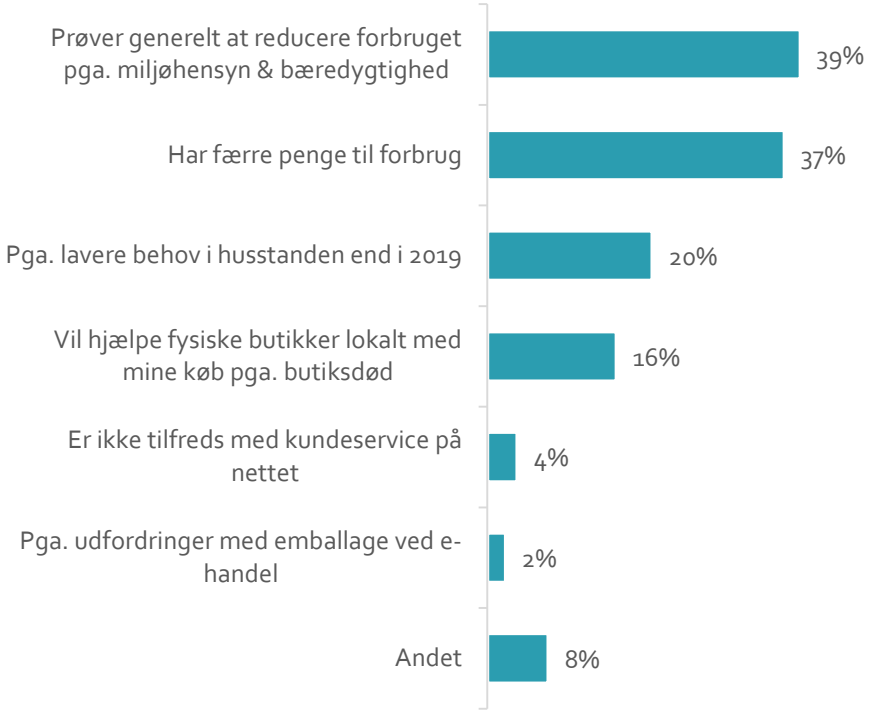
6% af forbrugerne forventer at reducere internethandlen i 2020.

En væsentlig forklaring (det er muligt at give flere svar) er, at nogle har færre penge til forbrug (37%) eller har et lavere behov (20%).

En anden væsentlig forklaring er, at man generelt ønsker at reducere forbruget af hensyn til miljø/klima (39%) eller ønsker at handle lokalt.

I mindre grad skyldes et forventet lavere forbrug dårlige oplevelser med internethandel, fx i form af dårlig kundeservice (4%) eller i forbindelse med emballage (2%).

Årsager til at handle mindre på nettet i 2020



110 besvarelser
Forventer at købe mindre

Hvorfor forventer du at handle mindre på nettet i 2020?

Copyright FDIH © 2019

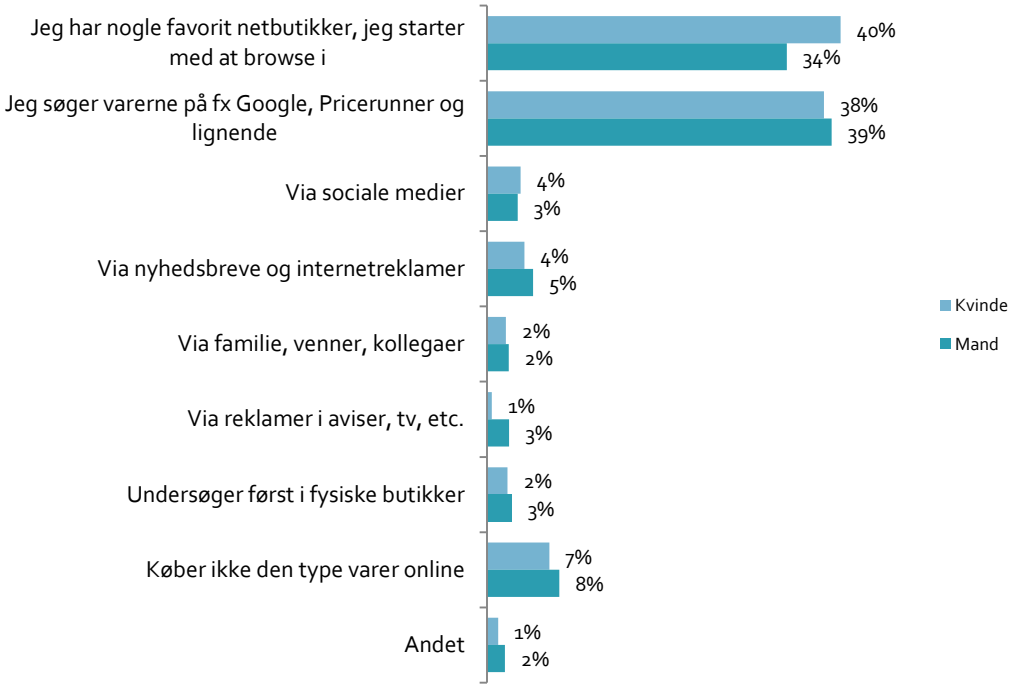
Loyalitet og inspiration

Onlinekøb af *tøj, sko, sportsudstyr, boligtilbehør og lignende varer* starter typisk på to måder: Enten igennem en søgemaskine (fx. Google eller Pricerunner) eller fordi kunden allerede har en eller flere favorit netbutikker, hvor hun eller han starter.

Kvinderne er som kundegruppe mere loyale over for deres "favorit netbutikker" end mændene. Mens 40 % af de adspurgte kvinder typisk starter et køb i deres favorit netbutik, gælder dette blot 34 % af mændene.

Alder er desuden en afgørende faktor for, hvordan et onlinekøb starter. Mens 47 % af de 18-29 årige typisk starter hos deres favorit nethandlere, gælder dette blot for 20-24 % af de internethandlende på 60 år og op.

Loyalitet og typisk inspirationskilde
ved køb af fysiske varer på nettet



1.223 besvarelser

Hvordan starter et køb typisk for dig, når du handler tøj, sko, sportsudstyr, boligtilbehør og lignende varer online?

FDIH e-handelsanalyse

Vi leverer mens alle andre sover

7 nætter om ugen – 365 dage om året

DAO 365

Om undersøgelsen

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 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 på ugebasis over hele måneden, så der kan spørges indtil det ugentlige forbrug, for at komme helt tæt på onlinehandlen med noget, som er present for forbrugerne.

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.

Estimater for E-handlen sker 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.

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 E-handelsfrekvensen for den danske befolkning (Opdateres måned til måned på bruttoniveau i en national repræsentativ indsamling)

Yderligere informationer

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

Analysen er sponsoreret af DAO 365 & PayEx

BESØG FDIH'S
MEDLEMSSIDE

FÅ NY INSIDERVIDEN

FDIH's medlemmer deler viden.

NYHEDER, MEDLEMSTILBUD, CASES OG EVENTS

Få inspiration fra andre medlemmer
på www.fdih.dk/medlemmer