

Dansk e-handelsanalyse

2. kvartal 2013

LIGHT



Gennemført af Epinion for FDIH

Dansk e-handelsanalyses partnere:



Indholdsfortegnelse

Dansk e-handelsanalyse	3
Tendenser	4
<i>Årstema i e-handelsanalysen</i>	
Tema om beslutningsproces	5-11
<i>Danskernes almene e-handel</i>	12
Hvem handler?	13-14
Værdien af den seneste handel	15
De mest populære e-butikker	16
De mest populære varer og ydelser	17-23
Fordelene ved e-handel	24
Loyalitet	25
Vejen frem til første køb i en netbutik	26
Årsagen til at handle i netbutikken igen	27
Brugen af mobiltelefoner til e-handel	28-29
Betaling ved e-handel	30-31
Når købet ikke bliver til noget	32
Levering	33
E-handel over grænserne	34-35
<i>Kvartalstema i e-handelsanalysen</i>	36
Større fokus på varekategorierne	37-44
Den anvendte metode	45
Yderligere information	46

Dansk e-handelsanalyse

Nye sider af danskernes e-handel – nu med fysiske butikker

Dansk e-handelsanalyse "forbruger" er den største og ældste undersøgelse af danskernes købsadfærd på nettet. .

Analysen vokser og udvikler sig ligesom e-handlen, da nutidens aktualitet og morgendagens nye tiltag er mere interessante end gårsdagens handlinger. Derfor sker der løbende tilpasning af spørgsmål og metoder, så analysen er så aktuel som muligt, ligesom vi fortsat afdækker nye sider af danskernes e-handelsadfærd.

I 2. kvartal af 2013 er der bl.a. fokus på spørgsmål om vejen til købsbeslutninger, ikke mindst i samspillet med de fysiske butikker. Vi ser også købsbeslutninger i forhold til de enkelte varegrupper. Den løbende tilpasning betyder, at det ikke altid er muligt direkte at sammenligne tidligere tal, så den historiske udvikling beskrives.

I stedet sætter vi kræfterne ind på at gå mere i dybden, så vi blandt andet får flere oplysninger om forskellige produktkategorier. Vi har også tilpasset svarmulighederne, så analysens resultater i højere grad kan bruges sammen med andre undersøgelser af fx butikkernes registreringer om e-handel.

Dermed får analysen større værdi for de primære brugere, nemlig netbutikkerne og leverandørerne til dansk e-handel, der nu får et mere nuanceret billede af forbrugernes adfærd.

FDIH, Foreningen for Dansk Internethandel, står bag Dansk e-handelsanalyse, i et tæt samarbejde med Post Danmark og Nets, der er væsentlige aktører på e-handelsområdet..

Annette Falberg
Adm. direktør

FDIH – Foreningen for Dansk Internethandel

Tendenser

Planlægning og varetjek inden køb

Hvad sker der inden et køb gennemføres?

8 ud af 10 danskere mener, at deres seneste køb på nettet var planlagt, og langt de fleste tjekkede varer, priser og leveringstid på nettet inden køb. En lille del gik også i fysiske forretninger, men ikke for at få råd og vejledning. De tjekkede igen varer, priser og leveringstid samt benyttede muligheden for at se og føle varen i virkeligheden.

Læs mere om danskernes beslutningsproces på nettet på side 5-11

Tøj fortsætter sin stigning som danskernes foretrukne vare

Tøj, sko og smykker er snart tæt på at stå for en femtedel af handlen på nettet, men også elektronik, it og lignende oplever stigning i 2. kvartal i år i forhold til samme kvartal sidste år.

Læs mere om e-handel generelt på side 12-35

Elektronikkøbere er glade for tjek-muligheder, mens tøjkøberne sætter pris på tid

Et nyt tema viser, hvad der tæller for forbrugerne, alt efter hvilken vare de køber.

Forbrugere, der køber tøj, sko og smykker på nettet, angiver særligt, at de vælger e-handel, fordi de kan handle, når de har tid.

Kunder til elektronik og hvidevarer foretrækker derimod e-handlen, fordi de nemt kan sammenligne priser.

Læs mere om varegrupper på side 12-35

Film, musik, bøger, spil og legetøj handles oftere i udlandet

Når der handles film, musik, bøger, spil og legetøj sker købet oftere i udenlandske e-butikker. Kun halvdelen af internethandler i denne varekategori foretages i danske e-butikker. Omvendt foretages næsten otte ud af ti handler i danske e-butikker, når de e-handlende køber rejser og kulturoplevelser.

Læs mere om udlandshandel på side 41

Årets fokus i e-handelsanalysen:

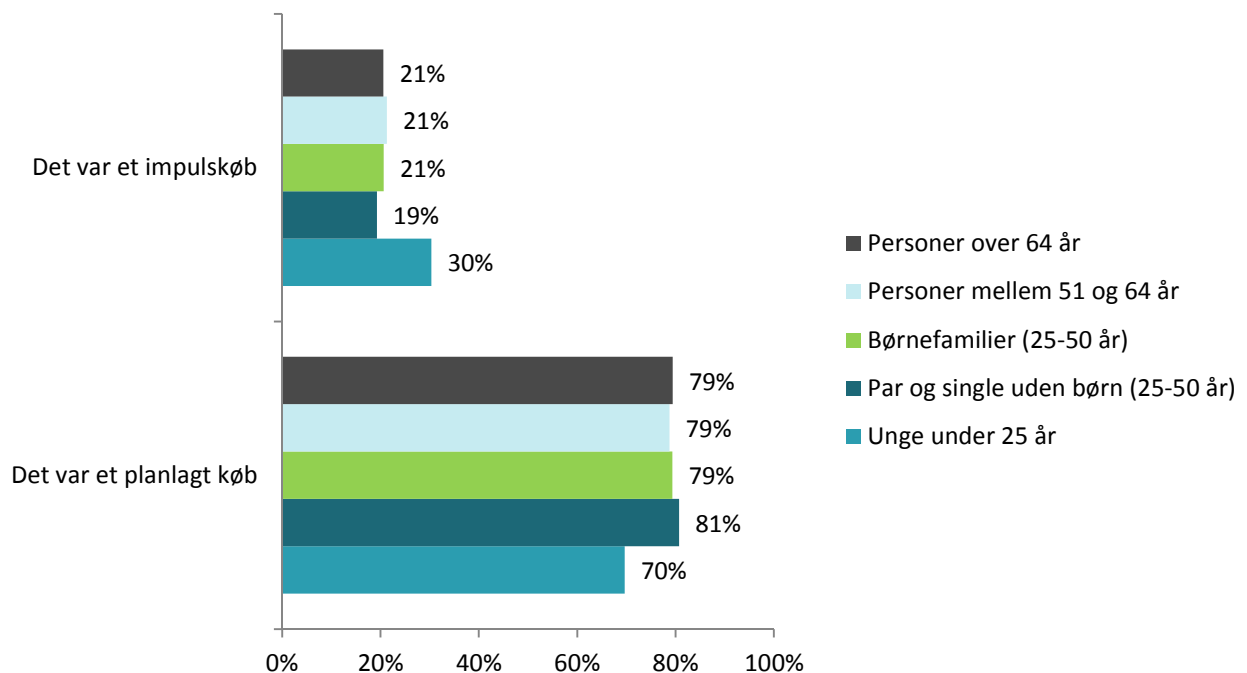
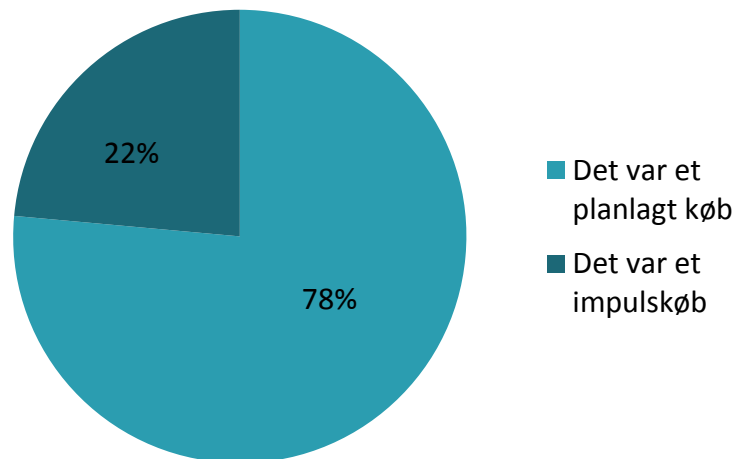
Beslutningsproces



Planlagt køb eller impuls køb?

Det er langt fra typisk, at danske e-handlende foretager impuls køb. Kun cirka hver femte køb er et ikke-planlagt køb.

Det er særligt de yngre forbrugere, der foretager impuls køb, selvom forskellene ikke er store.



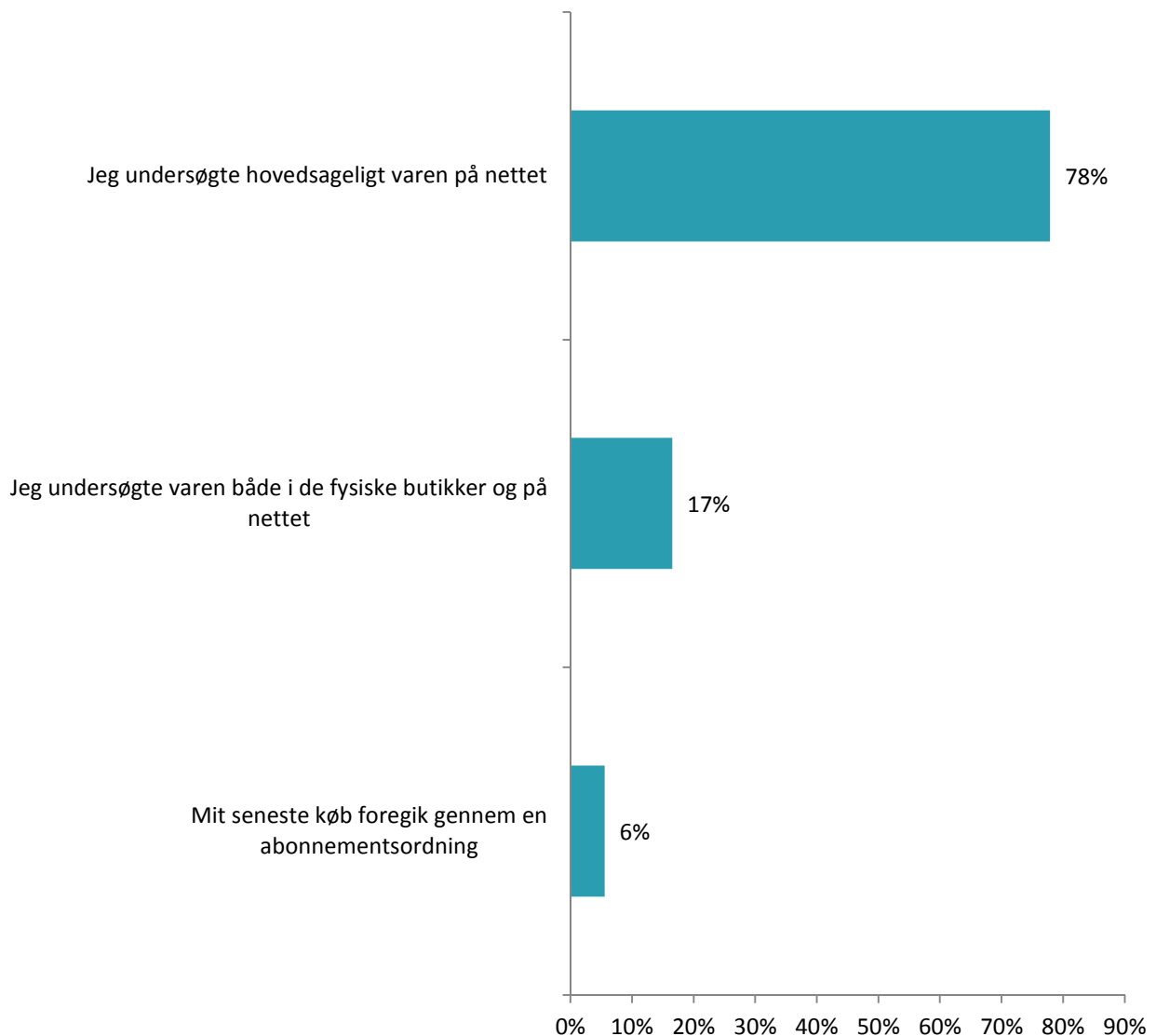
Antal besvarelser: 1.136

Spørgsmålsformulering: *Var det seneste køb på nettet planlagt på forhånd eller et impuls køb?*

Planlagte køb undersøges først på nettet

I cirka 8 ud af 10 tilfælde undersøger e-handlende varerne på nettet først, når de foretager et planlagt køb. Færre undersøger både varen i de fysiske butikker og på nettet før køb (17%).

Bemærk, at fordelingen udelukkende baserer sig på besvarelse fra personer, der havde planlagt deres seneste køb på internettet på forhånd.



Antal besvarelser: 888 (spørgsmålet er kun stillet til personer, der havde planlagt deres seneste køb)

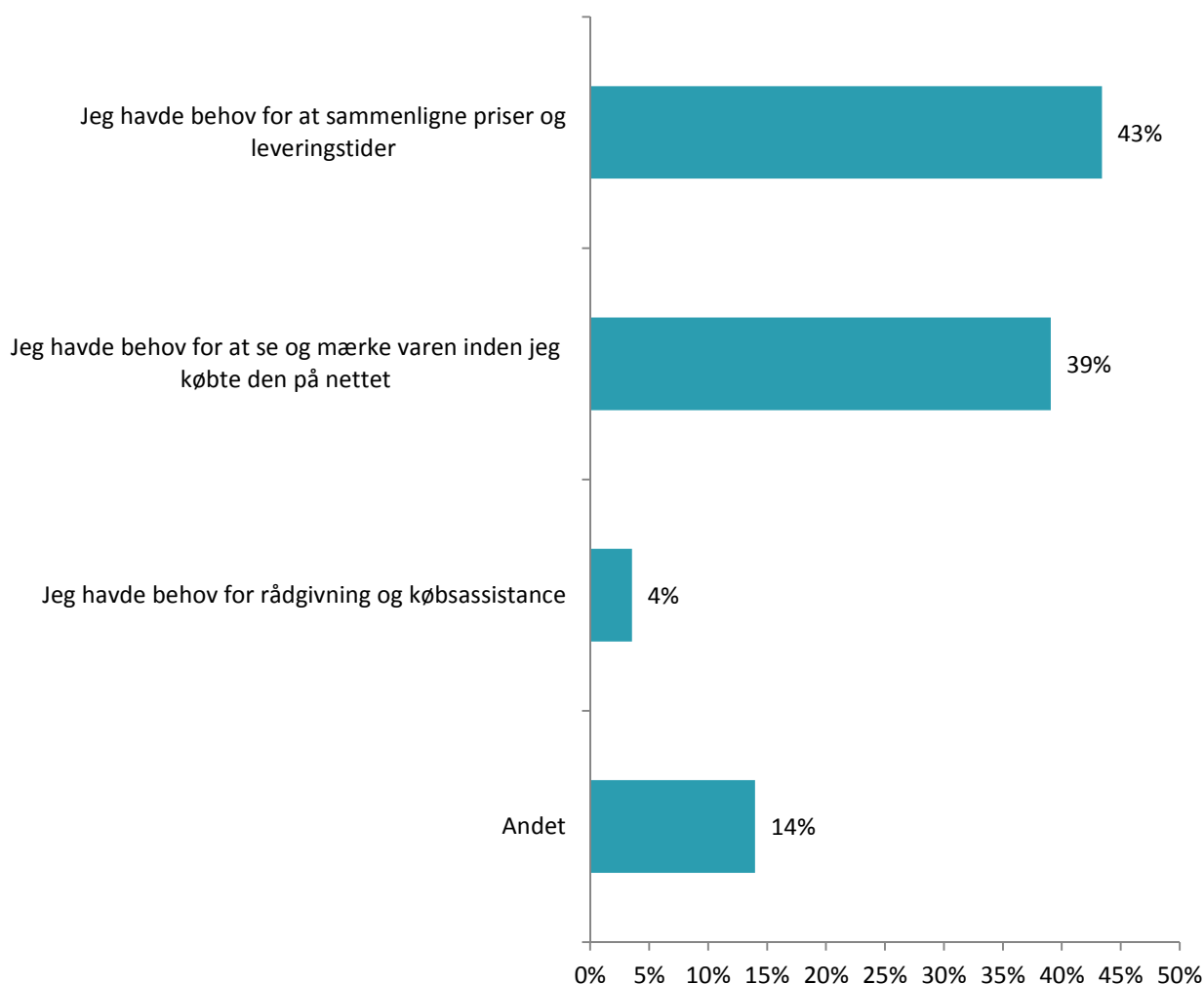
Spørgsmålsformulering: *Hvordan var din købsproces ved dit seneste køb på nettet?*

Hvorfor undersøger man varen i fysiske butikker før køb?

Når e-handlende undersøger varen i fysiske butikker, skyldes det hovedsageligt at de vil sammenligne priser og leveringstider (43%), eller de vil se og mærke varen inden køb (37%).

Kun få vælger at gå i fysiske butikker pga. rådgivning.

Bemærk, at resultatet udelukkende baserer sig på besvarelser fra personer, der havde planlagt deres seneste køb på internettet samt undersøgt varen i en fysisk butik. Det lave antal besvarelser betyder, at resultaterne skal fortolkes med forsigtighed.



Antal besvarelser: 147 (Spørgsmålet er stillet til personer, der har svaret at de havde foretaget et planlagt køb og at de undersøgte varen i en fysisk butik før køb)

Spørgsmålsformulering: *Hvad er årsagen til, at du undersøgte varen i de fysiske butikker inden du købte på nettet?*

Tillid til netbutikker med fysisk butik?

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse kvartalsrapport 1 kv. 2013 kommer i 2 versioner. Denne version er basis-rapporten, som er gratis for alle.

Den udvidede rapport er forbeholdt FDIHs medlemmer eller købes af ikke-medlemmer. Er du medlem kan rapporten hentes på www.fdi.dk/e-handelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 1.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/e-handelsanalyse

Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem

Findes i den udvidet
version

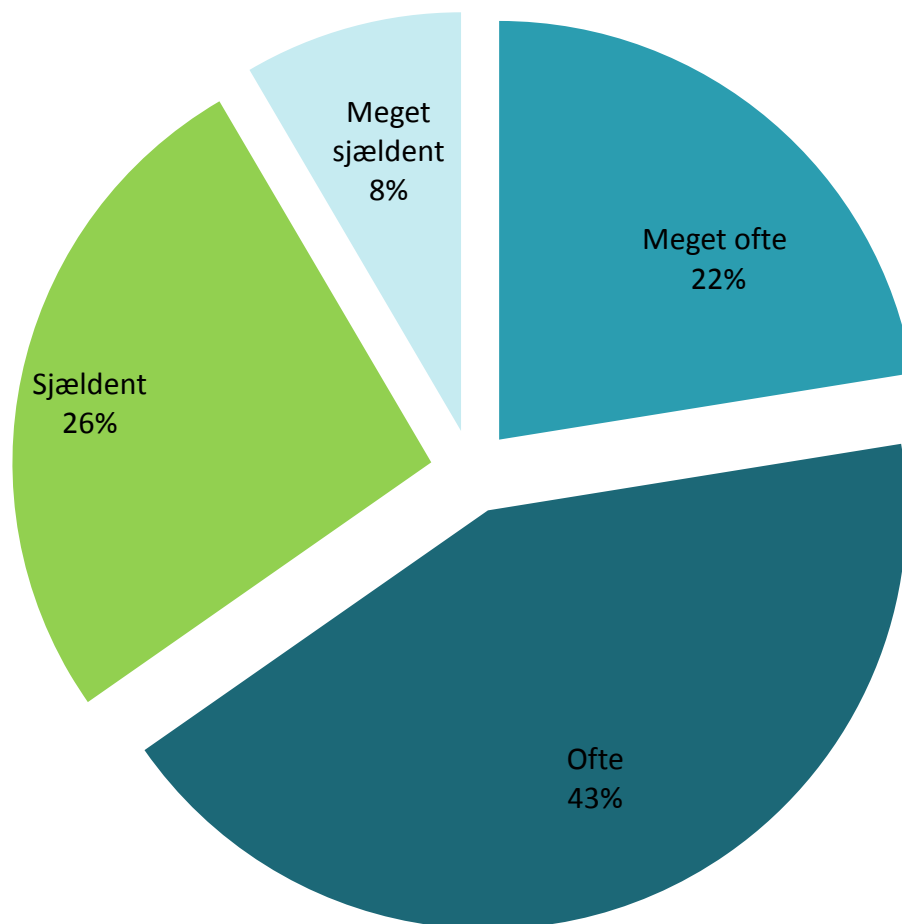
Bemærk: Antal besvarelser: 1.136

Spørgsmålsformulering: *Har du større tillid til netbutikker, der også har en fysisk butik?*

Danskere undersøger ofte varer på nettet før fysisk handel

Mange danskere benytter ofte nettet til at undersøge varer, før de køber dem i en fysisk butik.

65% undersøger ofte eller meget ofte varer på nettet, før de køber dem i en fysisk butik. Blot 8% undersøger meget sjældent en vare på nettet, før de handler i en fysisk butik.



Bemærk: Antal besvarelser: 1.136

Spørgsmålsformulering: *Hvor ofte undersøger du varer på nettet før du handler i en fysisk butik?*

Forbrugerne forventer at kunne bytte varer fysisk

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse kvartalsrapport 1 kv. 2013 kommer i 2 versioner. Denne version er basis-rapporten, som er gratis for alle.

Den udvidede rapport er forbeholdt FDIHs medlemmer eller købes af ikke-medlemmer. Er du medlem kan rapporten hentes på www.fdi.dk/e-handelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 1.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/e-handelsanalyse

Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem



Bemærk: Antal besvarelser: 1.136

Spørgsmålsformulering: *Hvis du har købt en vare i en netbutik, der også har en fysisk butik, forventer du at kunne bytte varen i den fysiske butik?*

Danskernes almene e-handel



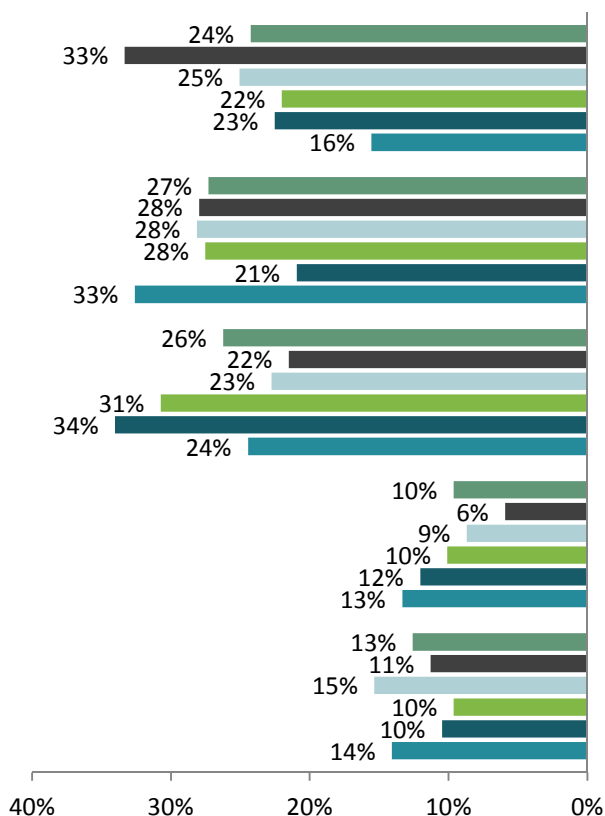
Alle kundegrupper e-handler

Generelt ser der ud til at være et svagt fald i antallet af internethandler per måned. Ifølge vores analyser blev der i gennemsnit handlet 3 gange om måneden pr. e-handlende i 2. kvartal 2012, mens der i 2. kvartal 2013 gennemsnitligt var 2,8 handler per måned pr. e-handlende (ikke afbildet).

I 2. kvartal 2013 ser det ud til, at personer over 64 år har skåret ned på antallet af e-handler, mens de andre kundegrupper nogenlunde følger samme antal handler som et år tidligere.

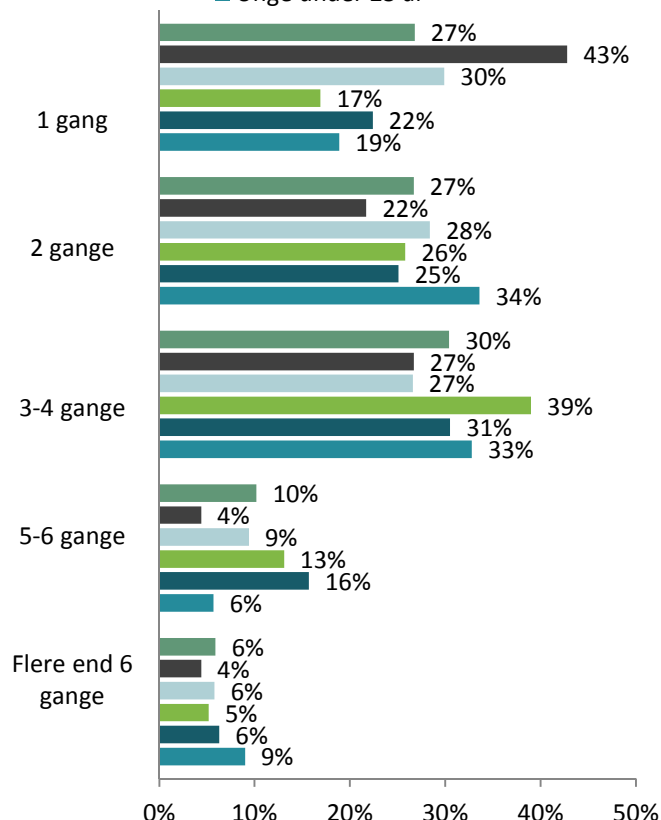
2. kvartal 2012

- Total
- Personer over 64 år
- Personer mellem 51 og 64 år
- Børnefamilier (25-50 år)
- Par og single uden børn (25-50 år)
- Unge under 25 år



2. kvartal 2013

- Total
- Personer over 64 år
- Personer mellem 51 og 64 år
- Børnefamilier 25-50 år
- Par og singler uden børn 25-50 år
- Unge under 25 år



Antal besvarelser: 1.133 (2. kvartal 2012: 1.121)

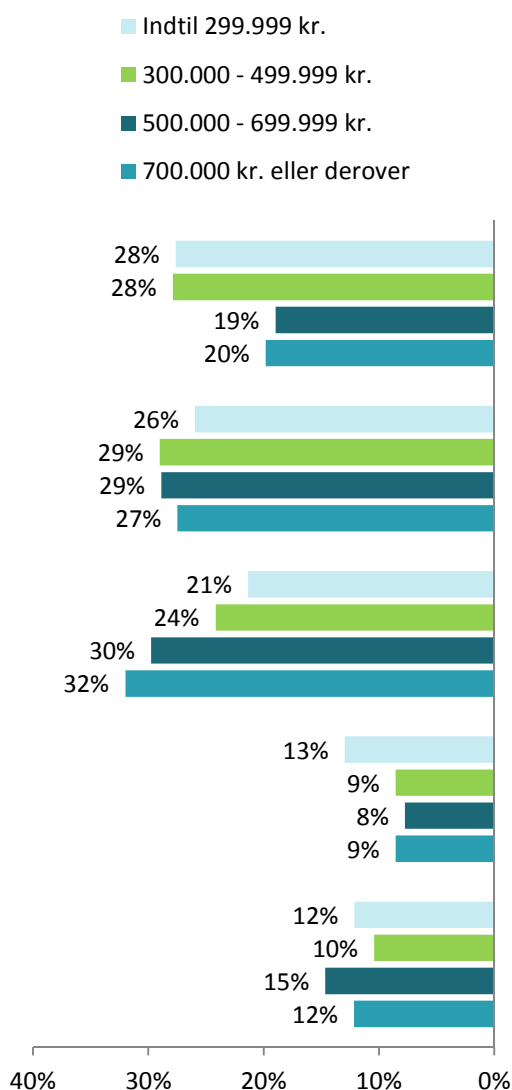
Spørgsmålsformulering: Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? (alle typer bestilte eller købte varer, serviceydelser, abonnemeter eller downloads, der koster penge)

E-handel og indtægt

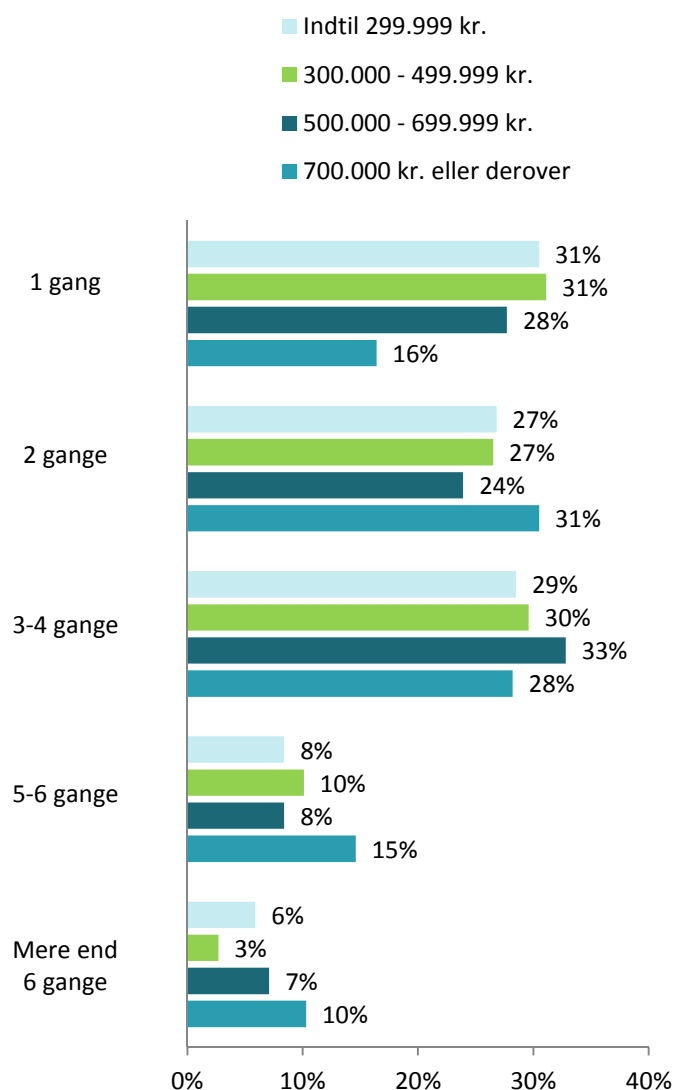
Købsfrekvensen er uændret for den allerhøjeste indtægtsgruppe på 700.000 kr. eller derover.

Imidlertid ser det ud til, at købsfrekvensen er faldet en anelse for de laveste indkomster, selvom der ikke er tale om store ændringer.

2. Kvartal 2012



2. Kvartal 2013



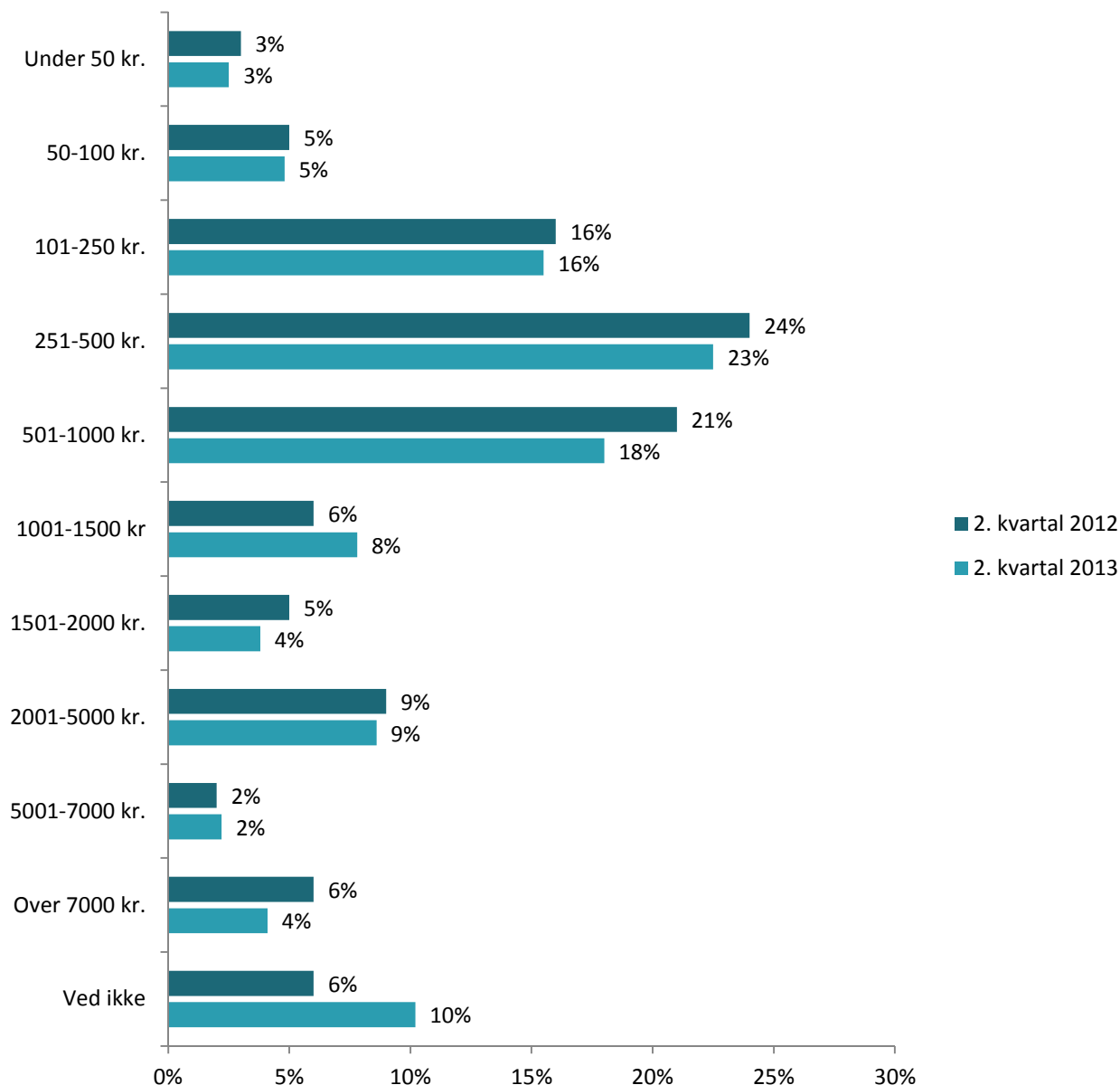
Antal besvarelser: 947 (2. kvartal 2012: 962)

Spørgsmålsformulering: Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? (alle typer bestilte eller købte varer, serviceydelser, abonnemeter eller downloads, der koster penge)

Værdien af den seneste handel på nettet

Der har ikke været nogen væsentlig udvikling i forhold til værdien af handlerne på internettet siden sidste år. De fleste handler ligger stadig mellem 251-500 kr.

På grund af afrundinger i det bagvedliggende talmateriale bliver summen af procenttallene over 100 for begge år.



Antal besvarelser: 1.090 (2. kvartal 2012: 1120)

Spørgsmålsformulering: *Hvad var prisen på dit seneste online køb? (danske kroner eller omregnet til danske kroner)*

De mest populære internetbutikker

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse kvartalsrapport 1 kv. 2013 kommer i 2 versioner. Denne version er basis-rapporten, som er gratis for alle.

Den udvidede rapport er forbeholdt FDIHs medlemmer eller købes af ikke-medlemmer. Er du medlem kan rapporten hentes på www.fdi.dk/e-handelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 1.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/e-handelsanalyse

Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem

Findes i den udvidet
version

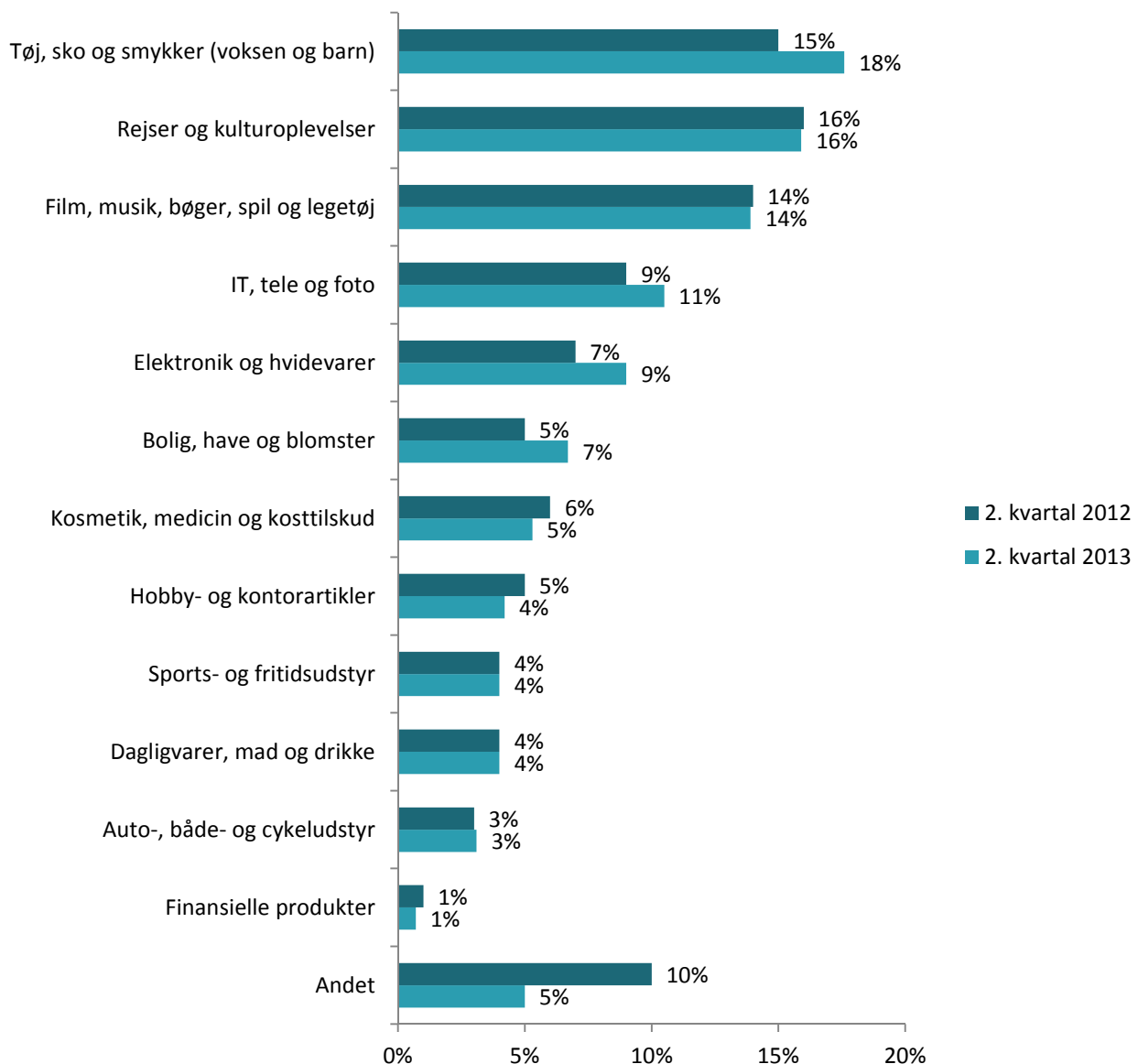
Antal besvarelser: 1.136 (2. kvartal 2012: 1.009)

Spørgsmålsformulering: *Hvad hed netbutikken du senest handlede i*

De mest populære varegrupper

Tøj, sko og smykker er med 18% den mest handlede varegruppe i 2. kvartal 2013. Rejser og kulturoplevelser (16%) og film, musik, bøger, spil og legetøj (14%) er den anden og tredje oftest handlede varegruppe .

Tøj, sko og smykker samt elektronik og hvidevarer ser ud til oftere at blive handlet i 2. kvartal 2013, mens der er et mindre fald i forhold til rejser og kulturoplevelser sammenlignet med 2. kvartal 2012.



Antal besvarelser: 1.136 (2. kvartal 2012: 1.120)

Spørgsmålsformulering: *Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?*

De 5 mest populære varegrupper fordelt på kundegrupper

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse kvartalsrapport 1 kv. 2013 kommer i 2 versioner. Denne version er basis-rapporten, som er gratis for alle.

Den udvidede rapport er forbeholdt FDIHs medlemmer eller købes af ikke-medlemmer. Er du medlem kan rapporten hentes på www.fdi.dk/e-handelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 1.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/e-handelsanalyse

Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem

Findes i den udvidet
version

Antal besvarelser: 1.133 (1. kvartal 2012: 1.117)

Spørgsmålsformulering: *Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?*

Købte produkter inden for Tøj, sko og smykker

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse kvartalsrapport 1 kv. 2013 kommer i 2 versioner. Denne version er basis-rapporten, som er gratis for alle.

Den udvidede rapport er forbeholdt FDIHs medlemmer eller købes af ikke-medlemmer. Er du medlem kan rapporten hentes på www.fdi.dk/e-handelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 1.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/e-handelsanalyse

Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem

Findes i den udvidet
version

Antal besvarelser: 200

Spørgsmålsformulering: *Hvilken af følgende kategorier beskriver bedst dit køb?*

Købte produkter inden for Rejser og kulturoplevelser

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse kvartalsrapport 1 kv. 2013 kommer i 2 versioner. Denne version er basis-rapporten, som er gratis for alle.

Den udvidede rapport er forbeholdt FDIHs medlemmer eller købes af ikke-medlemmer. Er du medlem kan rapporten hentes på www.fdi.dk/e-handelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 1.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/e-handelsanalyse

Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem

Findes i den udvidet
version

Antal besvarelser: 164

Spørgsmålsformulering: *Hvilken af følgende kategorier beskriver bedst dit køb?*

Købte produkter inden for Film, musik, bøger, spil og legetøj

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse kvartalsrapport 1 kv. 2013 kommer i 2 versioner. Denne version er basis-rapporten, som er gratis for alle.

Den udvidede rapport er forbeholdt FDIHs medlemmer eller købes af ikke-medlemmer. Er du medlem kan rapporten hentes på www.fdi.dk/e-handelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 1.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/e-handelsanalyse

Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem

Findes i den udvidet
version

Antal besvarelser: 158

Spørgsmålsformulering: *Hvilken af følgende kategorier beskriver bedst dit køb?*

Købte produkter inden for IT, tele og foto

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse kvartalsrapport 1 kv. 2013 kommer i 2 versioner. Denne version er basis-rapporten, som er gratis for alle.

Den udvidede rapport er forbeholdt FDIHs medlemmer eller købes af ikke-medlemmer. Er du medlem kan rapporten hentes på www.fdi.dk/e-handelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 1.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/e-handelsanalyse

Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem

Findes i den udvidet
version

Antal besvarelser: 120

Spørgsmålsformulering: *Hvilken af følgende kategorier beskriver bedst dit køb?*

Købte produkter inden for Elektronik og hvidevarer

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse kvartalsrapport 1 kv. 2013 kommer i 2 versioner. Denne version er basis-rapporten, som er gratis for alle.

Den udvidede rapport er forbeholdt FDIHs medlemmer eller købes af ikke-medlemmer. Er du medlem kan rapporten hentes på www.fdi.dk/e-handelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 1.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/e-handelsanalyse

Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem

Findes i den udvidet
version

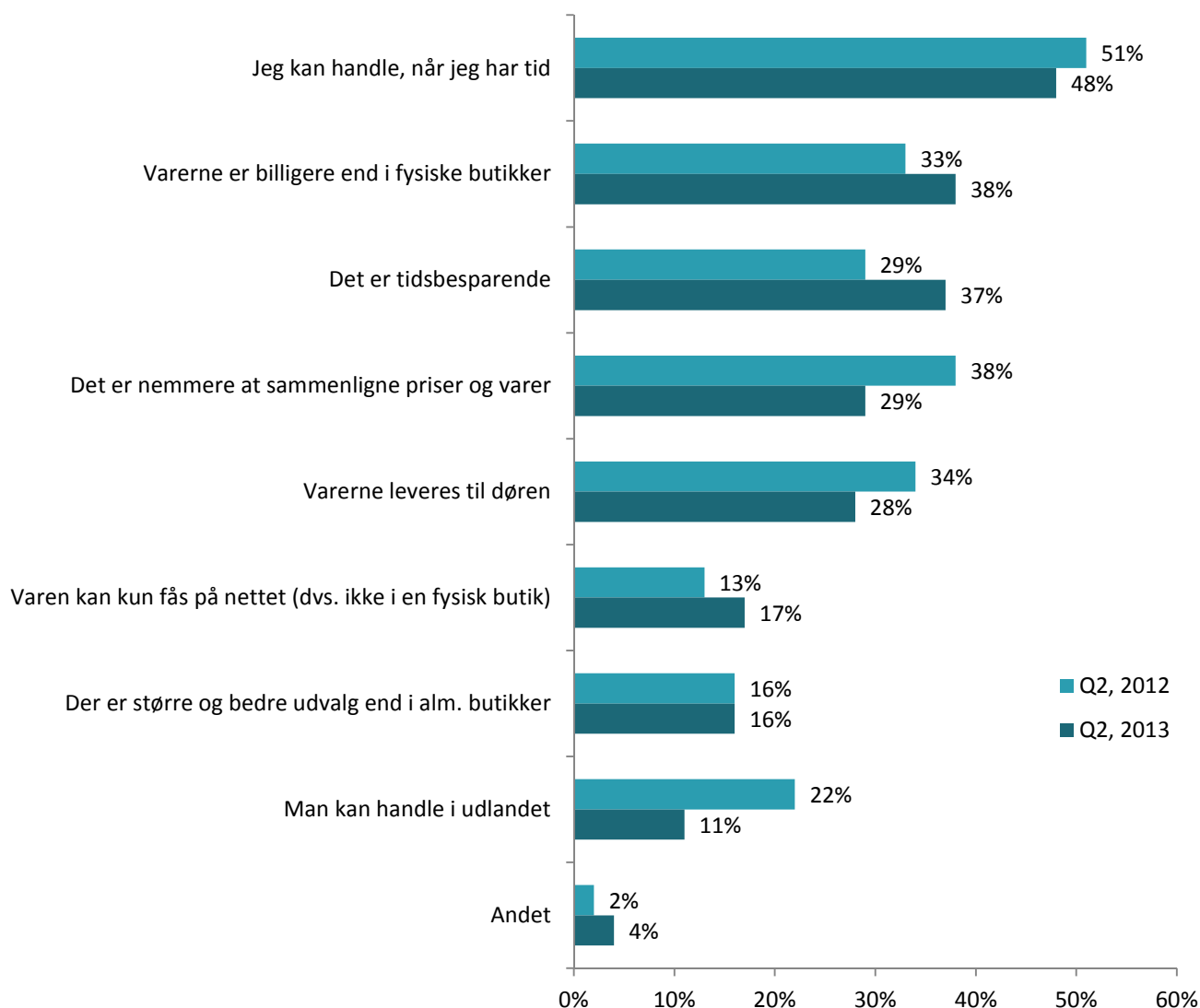
Antal besvarelser: 102

Spørgsmålsformulering: *Hvilken af følgende kategorier beskriver bedst dit køb?*

Fordelene ved e-handel

Den væsentligste fordel ved e-handel er ifølge danskerne, at de kan handle, når de har tid. Næsten halvdelen angiver dette som en fordel ved e-handel.

Herudover nævnes, at varerne er billigere (38%), at det er tidsbesparende (37%) og at det er nemmere at sammenligne priser og varer (29%)



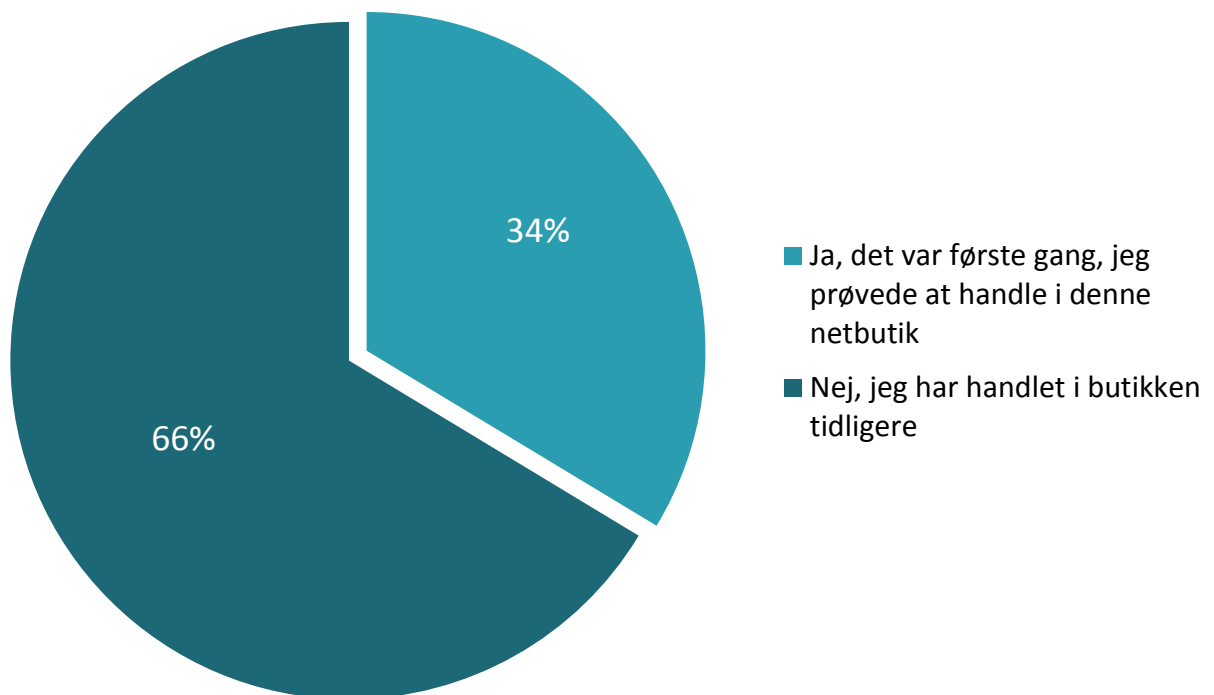
Antal besvarelser: 2.671 (Det høje antal besvarelser skyldes, at respondenterne har haft mulighed for at afgive op til tre svar)

Spørgsmålsformulering: *Hvilke fordele oplever du ved at handle på internettet? Bemærk flere svarmuligheder.*

Loyalitet

To tredjedele af de e-handlende har foretaget den seneste e-handel i en netbutik, hvor de tidligere har handlet (se nedenstående lagkagediagram). Den resterende tredjedel har senest e-handlet i en netbutik, hvor de ikke tidligere har handlet.

Et tilsvarende billede gjorde sig gældende i 2. kvartal 2012.



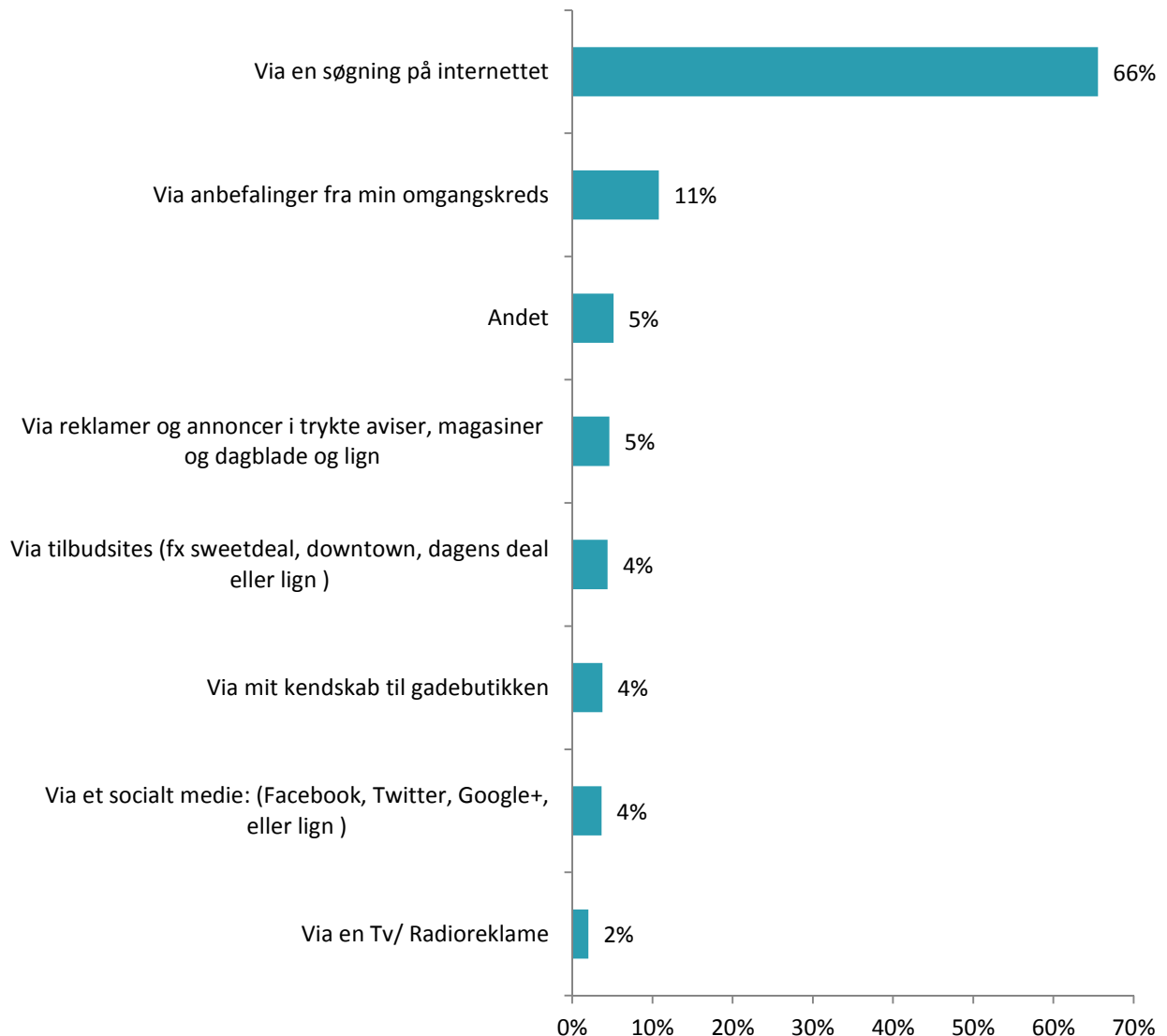
Antal besvarelser: 1.136

Spørgsmålsformulering: *Var det første gang, at du handlede i denne butik?*

Vejen til første køb i en netbutik

Søgemaskiner er langt den hyppigst anvendte måde at finde frem til en ny netbutik på (66%). Herefter følger anbefalinger fra ens omgangskreds (11%).

Dette spørgsmål er udelukkende stillet til respondenter, der foretog deres seneste e-handel i en butik, hvor de ikke tidligere havde handlet. Antallet af respondenter er derfor relativt lavt.



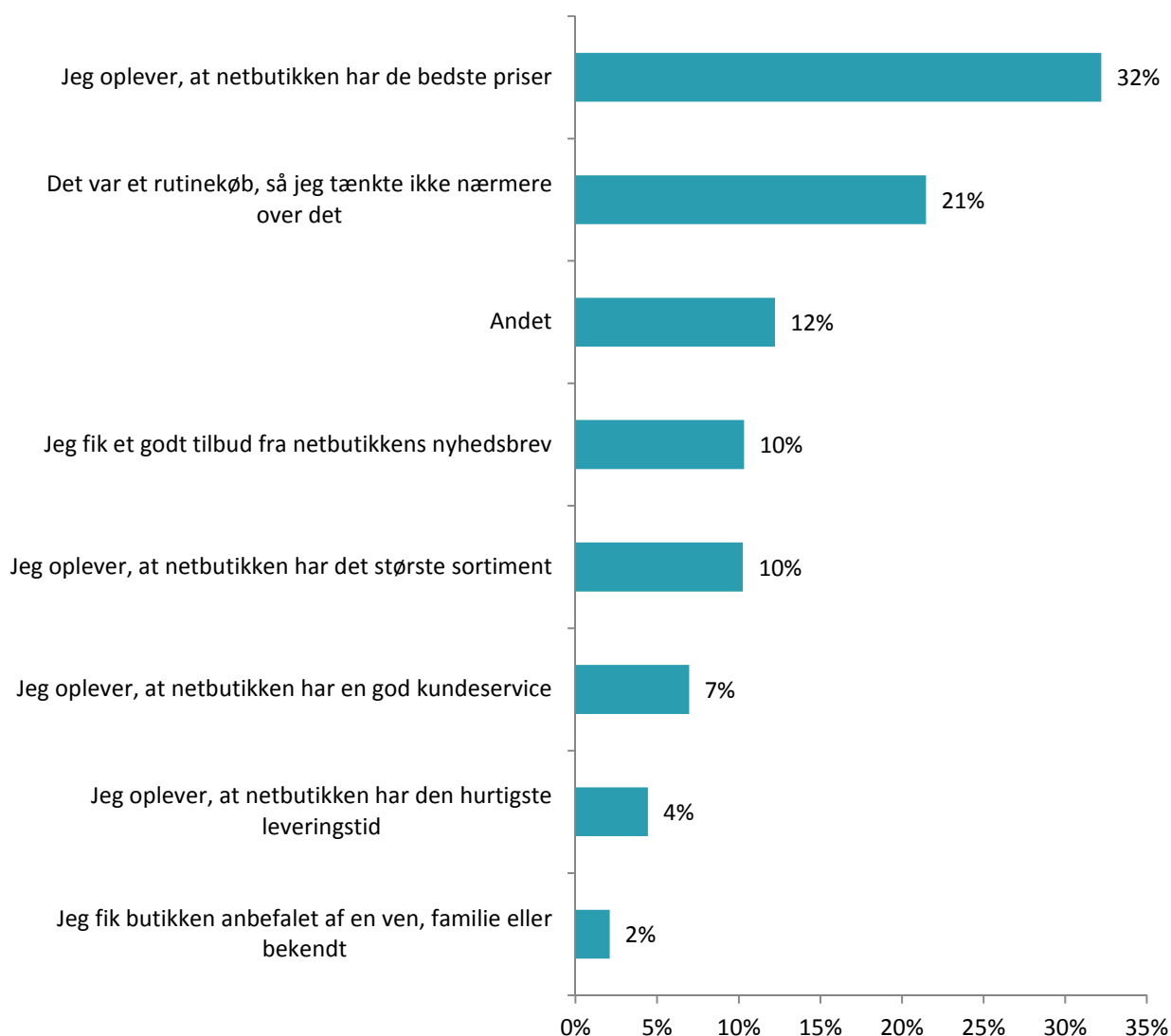
Antal besvarelser: 382

Spørgsmålsformulering: *Hvordan fandt du frem til denne netbutik, som du handlede i? Vælg den kategori, der passer bedst.*

Årsager til at handle i en netbutik igen

Hvis e-handlende skal lokkes tilbage til samme butik igen, skal de opleve, at netbutikken har de bedste priser (32%). Lidt mere end hver femte angiver, at det skyldes rutinekøb.

Dette spørgsmål er udelukkende stillet til respondenter, der foretog deres seneste e-handel i en butik, hvor de tidligere havde handlet.



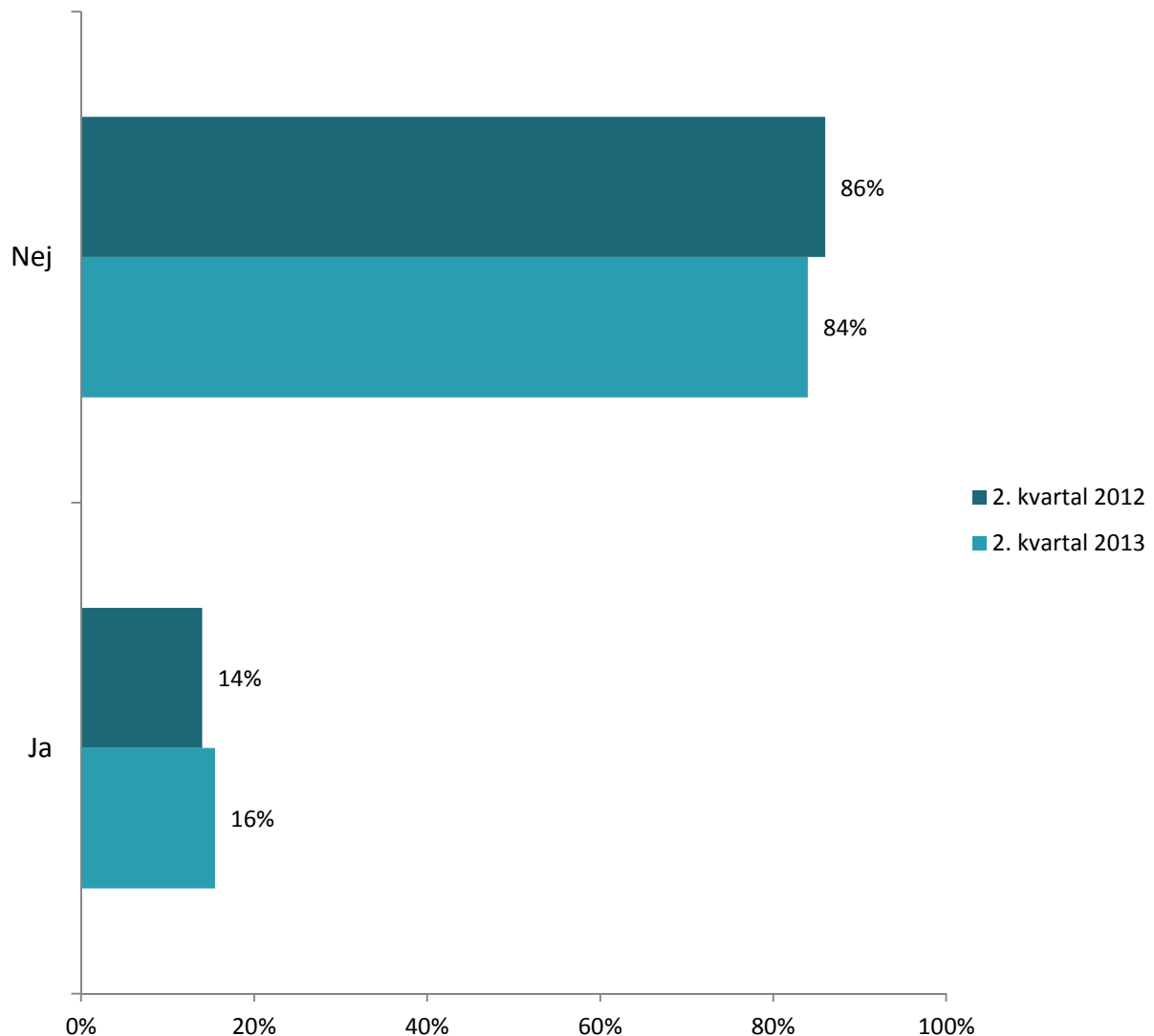
Antal besvarelser: 753

Spørgsmålsformulering: *Hvad fik dig til at handle i denne butik igen?*

Brug af mobiltelefon til e-handel

Udviklingen i brugen af mobiltelefon er uændret sammenlignet med 2. kvartal i 2013. Det er stadig mindre end hver femte af dem, der e-handler som bruger deres mobiltelefon.

Dette billede er i øvrigt uændret fra 1. kvartal 2013.



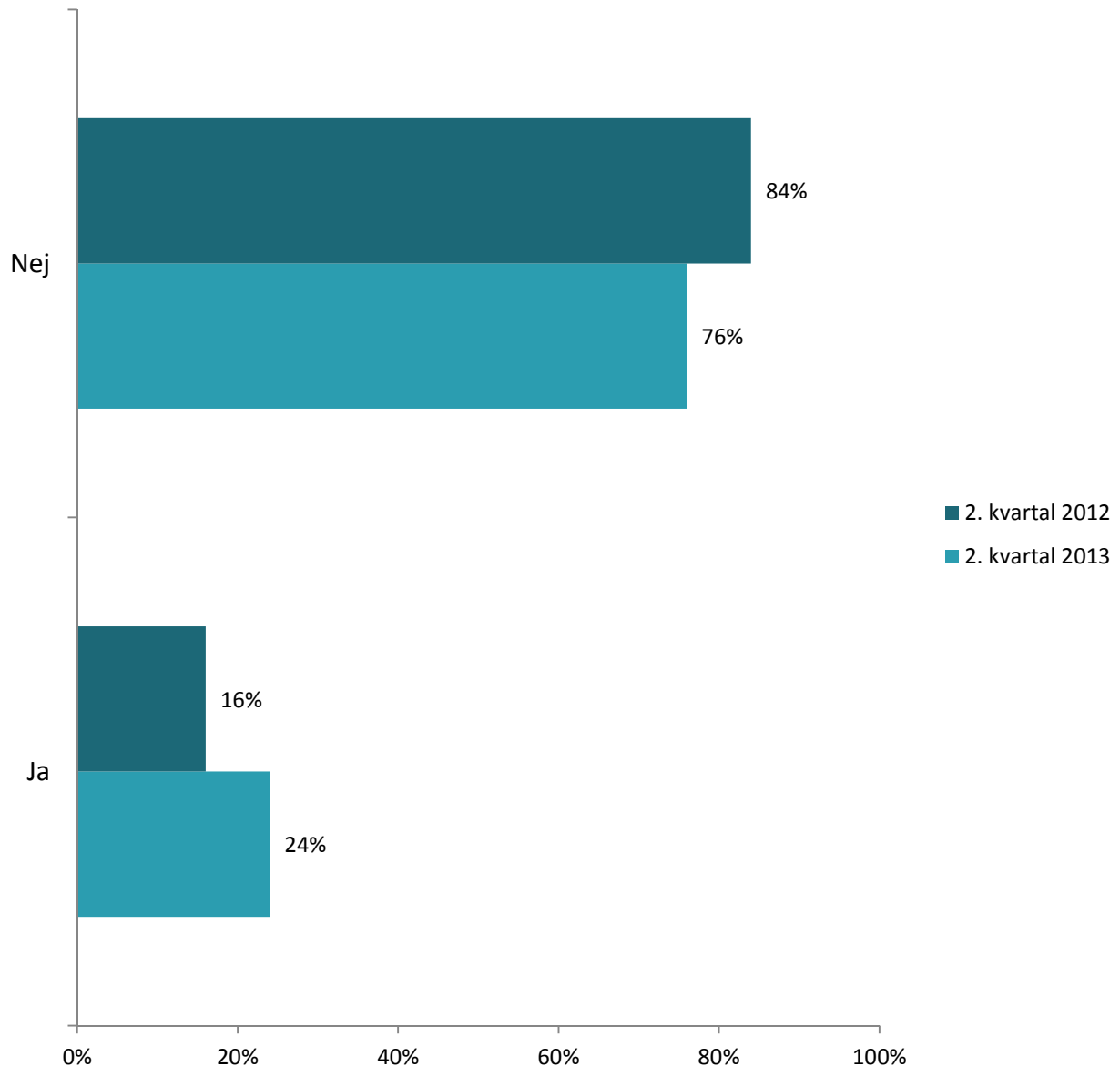
Antal besvarelser: 1.136 (I 2. kvartal 2012: 1.109)

Spørgsmålsformulering: *Har du inden for den seneste måned brugt mobiltelefon til at købe en vare, serviceydelse eller et download via nettet?*

Scanning af QR-stregkoder

Selvom brugen af mobiltelefoner i e-handlen generelt er uændret, er scanning af QR-stregkoder blevet noget mere udbredt sammenlignet med samme kvartal i 2012.

Næsten hver fjerde har brugt sin mobiltelefon til at scanne en QR-stregkode i seneste kvartal. Dette er en væsentlig stigning fra 2. kvartal 2012.



Antal besvarelser: 918 (2. kvartal 2012: 1.122)

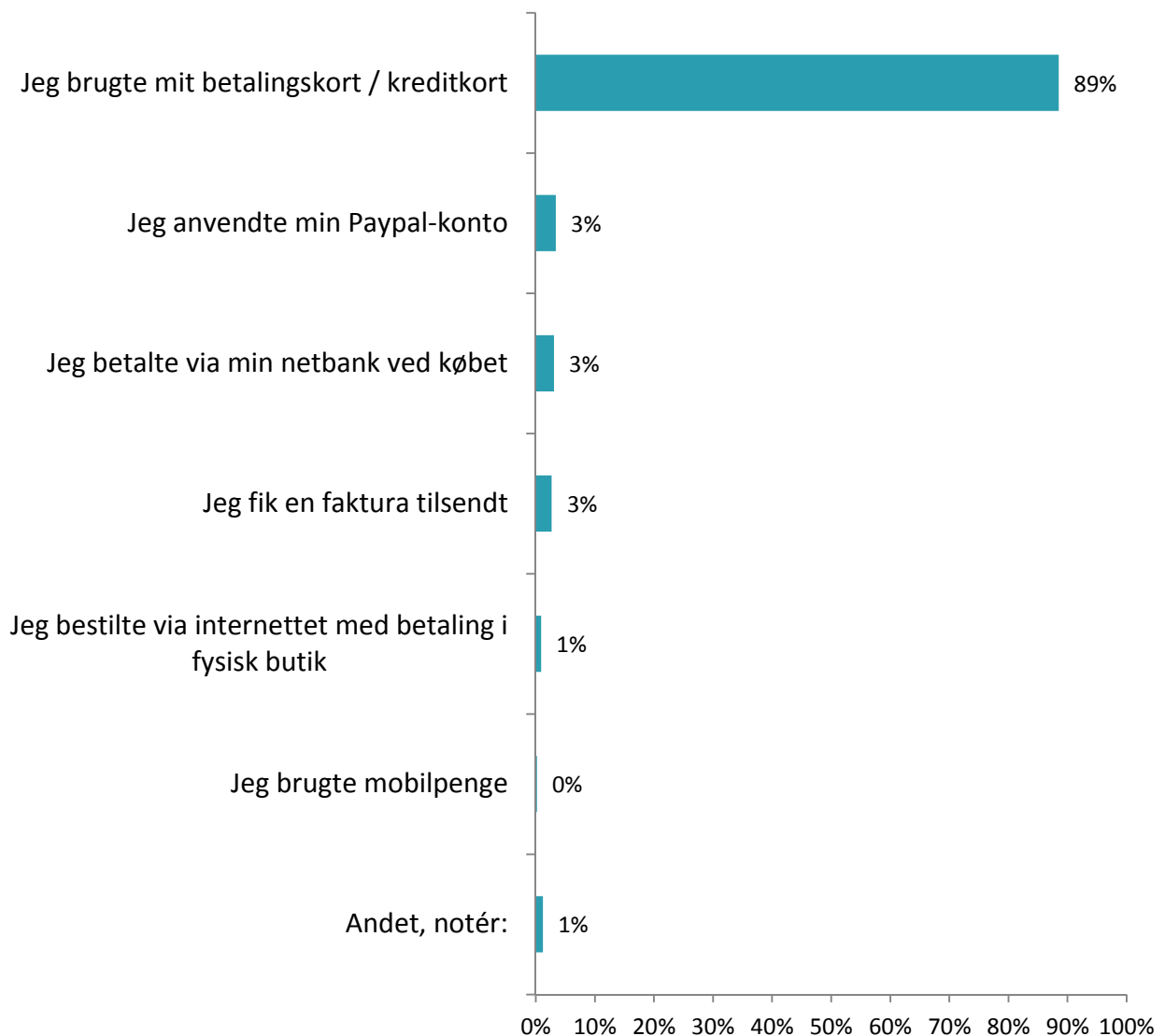
Spørgsmålsformulering: *Har du inden for den seneste måned brugt din mobiltelefon til at scanne en QR-stregkode?*
(Spørgsmålet er kun stillet til personer, der har en smartphone)

Betaling ved e-handel

Langt de fleste e-handlende anvender betalingskort/kreditkort, når de e-handler. Således brugte 89% betalingskort ved e-handel i 2. kvartal af 2013.

Herudover benyttes bl.a. betaling via brug af Paypal-konto (3%), netbank (3%) og tilsendelse af faktura (3%).

Bemærk, at der er sket en ændring i svarkategorierne fra 1. kvartal 2013. Derfor er der ikke foretaget en sammenligning med samme kvartal sidste år.



Antal besvarelser: 1.136

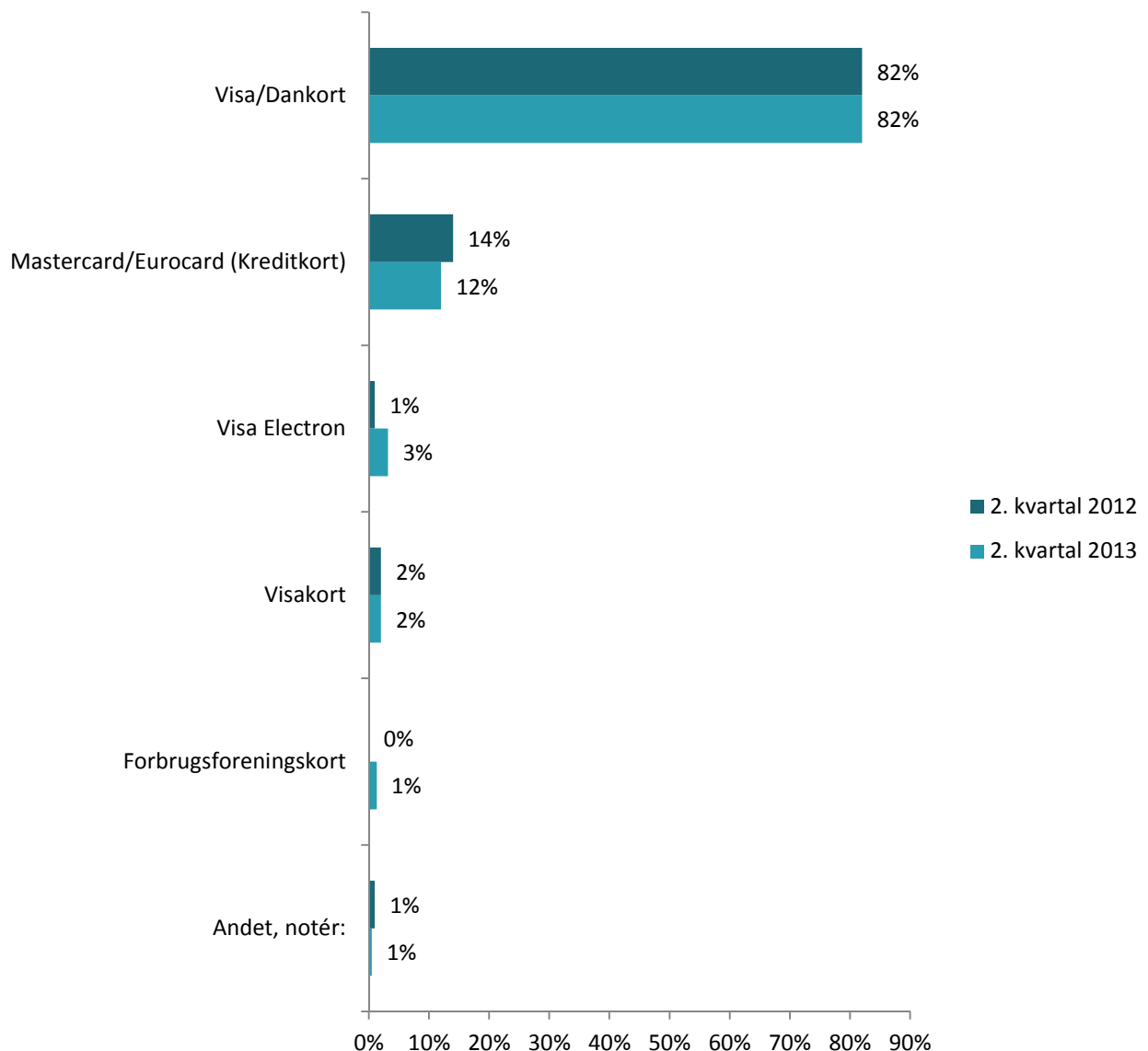
Spørgsmålsformulering: *Hvordan betalte du for dit seneste køb?*

Dankortet er stadig det foretrukne betalingsmiddel

Blandt de 89%, som har brugt betalingskort som betalingsmiddel til deres sidste e-handel, er det Dankort og Visa/Dankort, der hyppigst er anvendt. Disse står for samlet 82% af betalingerne med betalingskort.

Ud over Dankort og Visa/Dankort er det Mastercard/Eurocard (12%), der anvendes.

Billedet er stort set identisk med 2. kvartal 2012.



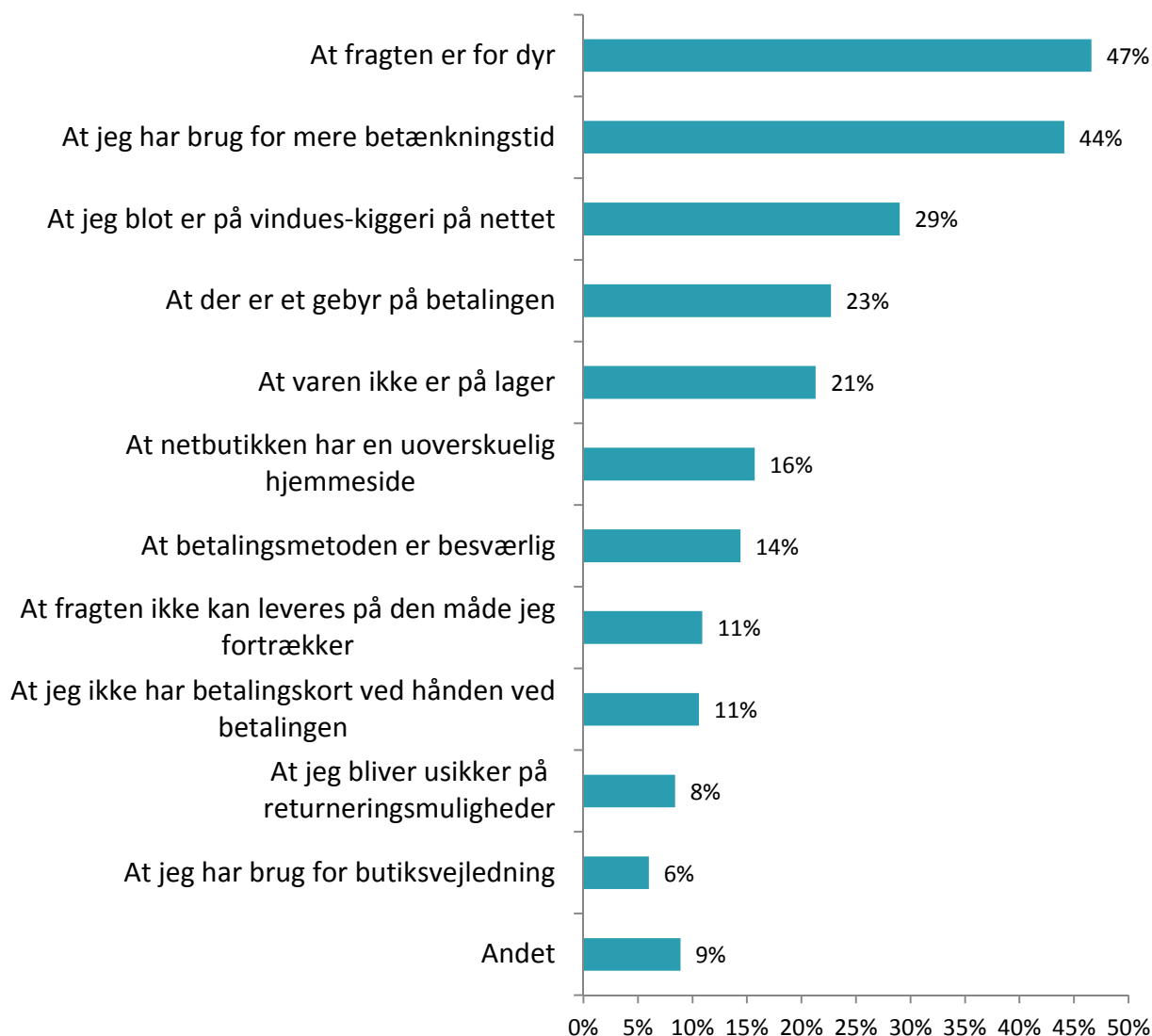
Antal besvarelser: 1.006 (2. kvartal 2012: 928)

Spørgsmålsformulering: *Hvilket betalings- eller kreditkort anvendte du?*
(Spørgsmålet er kun stillet til kunder, der betalte med betalingskort/kreditkort)

Når købet ikke bliver til noget

Køb bliver typisk ikke til noget, fordi fragten er for dyr. Næsten halvdelen (47%) angiver dette. Næsten ligeså ofte nævnes det, at kunderne har brug for mere betænkningstid (44%). Andre væsentlige årsager er vindues-kiggeri (29%), gebyr på betalingen (23%) og at varen ikke er på lager (21%).

Bemærk, at der er sket en ændring i svarkategorierne fra 1. kvartal 2013. Derfor er der ikke foretaget en sammenligning med samme kvartal sidste år.



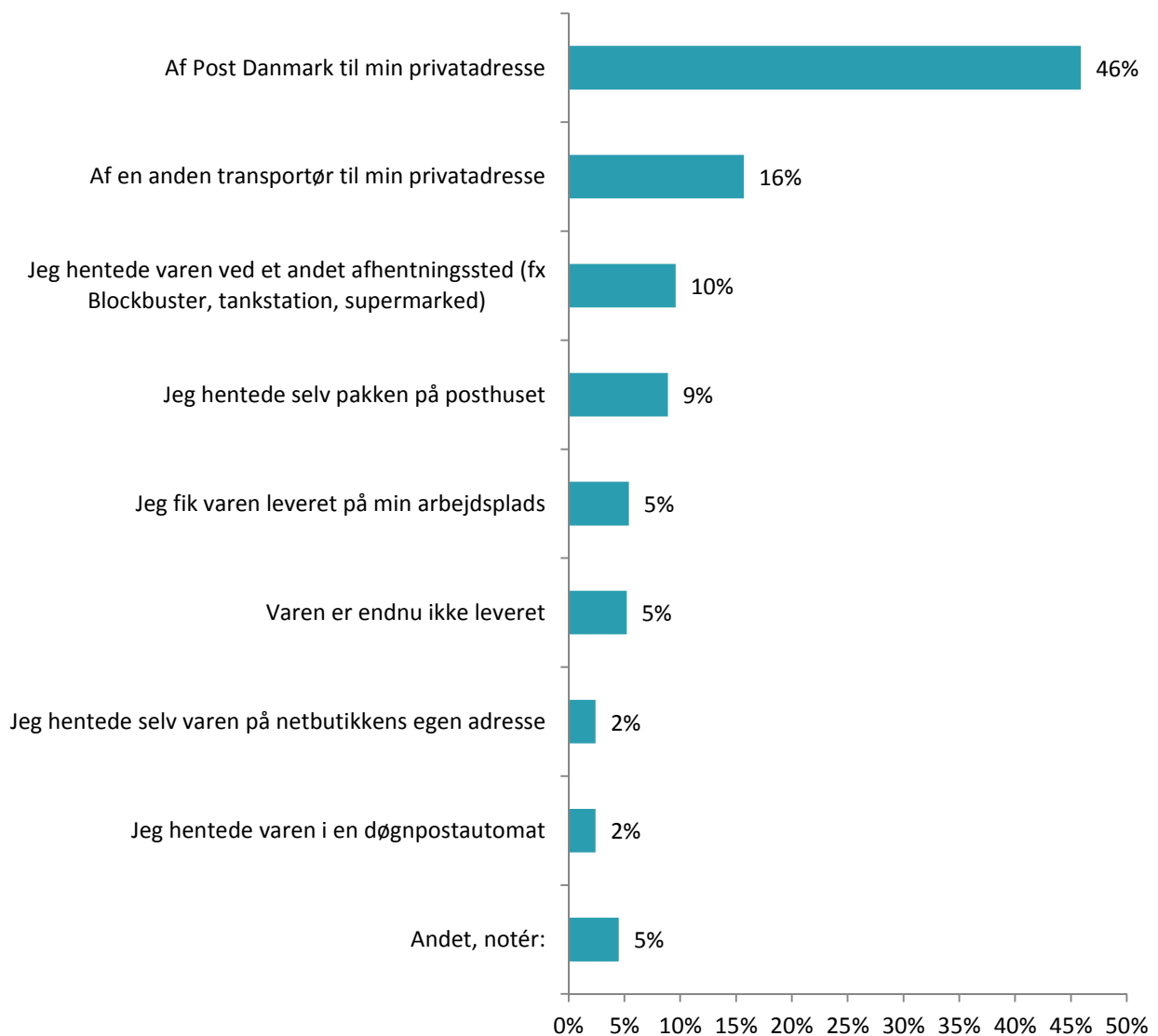
Antal besvarelser: 2.251 (Bemærk flere svarmuligheder)
Spørgsmålsformulering: *Hvorfor afbrød du købet eller bestillingen?*
(Spørgsmålet er kun stillet til kunder, der har prøvet at afbryde en e-handel)

Levering

Leveringen af pakker foretages oftest af Post Danmark direkte til kundens adresse – knap halvdelen af danskerne benytter denne leveringsform, når de e-handler.

De øvrige transportører samt alternative leveringsmuligheder fx i automater, supermarkeder eller levering på arbejdsplads anvendes i stigende grad.

Bemærk, at der er sket en ændring i svarkategorierne fra 1. kvartal 2013. Derfor er der ikke foretaget en sammenligning med samme kvartal sidste år.



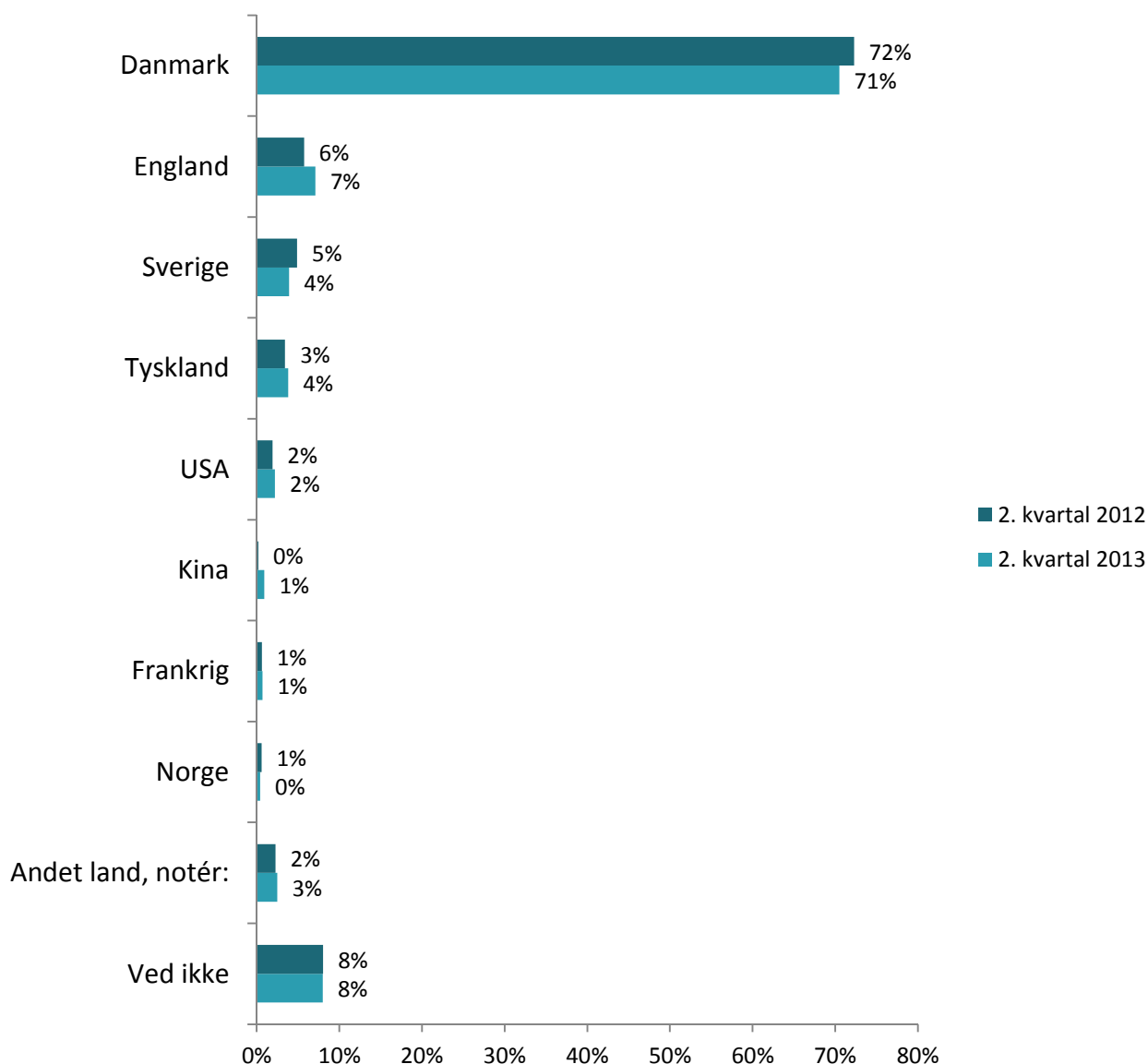
Antal besvarelser: 643

Spørgsmålsformulering: *Hvordan blev varen leveret?*

E-handel over grænserne

Der har ikke været en markant udvikling i, om danske e-handlende køber oftere eller sjældnere i udlandet, men den underliggende tendens med øget køb i udlandet synes at fortsætte. Det er stadigvæk 7 ud af 10, der ligger deres penge i danske e-butikker.

Samtidig er der ikke noget land, der oftere bliver handlet i end tidligere.



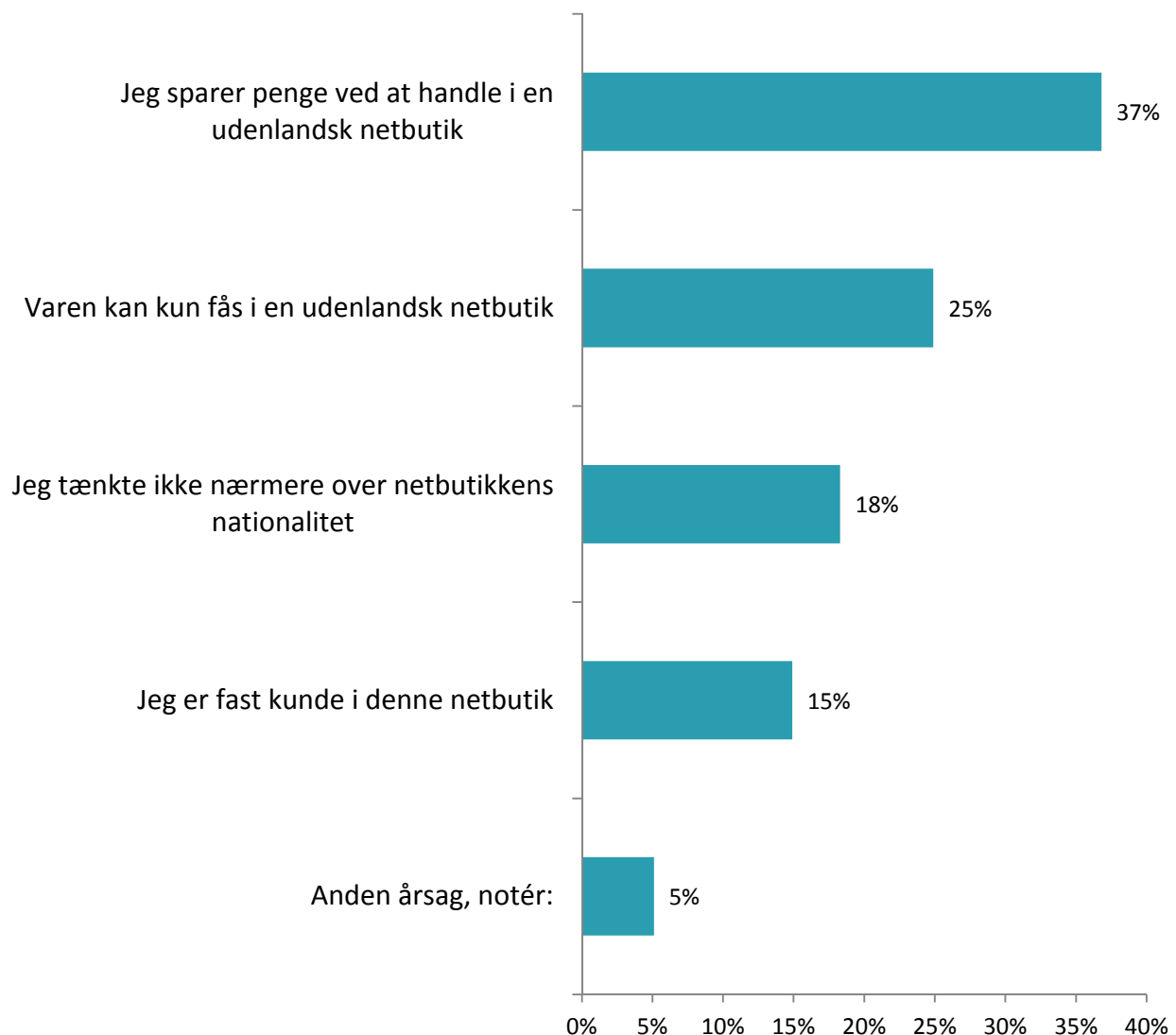
Antal besvarelser: 1.136 (2. kvartal 2012: 1.120)

Spørgsmålsformulering: *I hvilket land hører netbutikken, som du senest har handlet i, hjemme?*

Hvorfor handles der i udenlandske butikker?

Den primære årsag til, at danske e-handlende køber varer i udlandet er, at de kan spare penge. Dette gælder for 37%. Herudover angiver 25%, at de ikke kunne få varen andetsteds, mens lidt under hver femte ikke bemærkede netbutikkens nationalitet.

Spørgsmålet er kun stillet til de respondenter, som har handlet i en udenlandsk netbutik. Antallet af respondenter er derfor relativt lavt.



Antal besvarelser: 244

Spørgsmålsformulering: *Hvorfor valgte du at handle i en udenlandsk netbutik?*

Kvartalstema i e-handelsanalysen:

Større fokus på varekategorierne



Årsager til nethandel opdelt på varegrupper

Særligt kunder af 'kosmetik, medicin og kosttilskud', 'elektronik og hvidevare' og 'hobby og kontorartikler' fremhæver, at varerne er billigere end i fysiske butikker. Derimod synes tøj, sko og smykke-kunder særligt, at e-handel passer ind, når de har tid (57%). Kunder indenfor arekategorier såsom 'elektronik og hvidevare' og 'IT, tele og foto' fremhæver, at man kan sammenligne priser på nettet.

	Det er tidsbesparende	Jeg kan handle, når jeg har tid	Varene er billigere end i fysiske butikker	Varene leveres til døren	Det er nemmere at sammenligne priser og varer	Man kan handle i udlandet	Der er større og bedre udvalg end i alm butikker	Der er større og bedre udvalg end i alm butikker	Varen kan kun fås på nettet (dvs. ikke i en fysisk butik)	Varen kan kun fås på nettet (dvs. ikke i en fysisk butik)	Jeg kan handle efter gadebutikkernes lukketid	Jeg kan handle efter gadebutikkernes lukketid
Dagligvarer, mad og drikke				57%								
Kosmetik, medicin og kosttilskud			60%									
Tøj, sko og smykker (voksen og barn)		57%										
Sports- og fritidsudstyr		53%										
Auto-, både- og cykeludstyr	44%											
Hobby- og kontorartikler			51%									
Bolig, have og blomster				51%								
Elektronik og hvidevarer			54%									
IT, tele og foto			49%									
Film, musik, bøger, spil og legetøj		47%										
Rejser og kulturoplevelser		58%										
Andet		38%										

Antal besvarelser: 1.136 (der har været mulighed for flere svar, hvorfor det ikke summerer til 100% indenfor hver varekategori)

Spørgsmålsformulering: *Hvad er årsagerne til at du handler op nettet?*

Flere årsager til nethandel pr. varegruppe

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse kvartalsrapport 1 kv. 2013 kommer i 2 versioner. Denne version er basis-rapporten, som er gratis for alle.

Den udvidede rapport er forbeholdt FDIHs medlemmer eller købes af ikke-medlemmer. Er du medlem kan rapporten hentes på www.fdi.dk/e-handelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 1.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/e-handelsanalyse

Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem

Findes i den udvidet
version

Antal besvarelser: 1.136 (der har været mulighed for flere svar, hvorfor det ikke summerer til 100% indenfor hver varekategori)

Spørgsmålsformulering: *Hvad er årsagerne til at du handler op nettet?*

Førstegangsbesøgende opdelt på varegrupper

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse kvartalsrapport 1 kv. 2013 kommer i 2 versioner. Denne version er basis-rapporten, som er gratis for alle.

Den udvidede rapport er forbeholdt FDIHs medlemmer eller købes af ikke-medlemmer. Er du medlem kan rapporten hentes på www.fdi.dk/e-handelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 1.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/e-handelsanalyse

Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem

Findes i den udvidet
version

Antal besvarelser: 1.136

Spørgsmålsformulering: *Var det første gang du handlede i denne netbutik?*

Tilfredshed opdelt på varegruppe

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse kvartalsrapport 1 kv. 2013 kommer i 2 versioner. Denne version er basis-rapporten, som er gratis for alle.

Den udvidede rapport er forbeholdt FDIHs medlemmer eller købes af ikke-medlemmer. Er du medlem kan rapporten hentes på www.fdi.dk/e-handelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 1.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/e-handelsanalyse

Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem

Findes i den udvidet
version

Antal besvarelser: 1.136

Spørgsmålsformulering: *Hvor tilfreds eller utilfreds var du alt i alt med din seneste handel på internettet?*

Udlandshandel opdelt på varegrupper

Inden for hver varegruppe falder størstedelen af købene i Danmark. Minimum halvdelen af købene indenfor de fem varekategorier foretages i Danmark.

Kunder, der senest har købt film, musik, bøger, spil og legetøj, har dog væsentlig oftere købt deres vare hos en udenlandsk – og ofte engelsk eller amerikansk – butik. Kun halvdelen af købene foretages i en dansk butik.

Samtidig ligger købene af tøj, sko og smykker også oftere i udlandet sammenlignet med andre varegrupper, næsten en tredjedel af købene ligger i udenlandske, mest engelske, netbutikker.

	Elektronik og Hvidevarer	IT, Tele og Foto	Film, Musik, Bøger, Spil og Legetøj	Rejser og Kulturoplevelser	Tøj, Sko og Smykker	Auto-, Både- og Cykeludstyr	Dagligvarer, Mad og Drikke	Sports- og Fritidsudstyr	Hobby- og Kontorartikler	Kosmetik, Medicin og Kosttilskud	Bolig, Have og Blomster
DK	72%	74%	50%	77%	64%	64%	90%	77%	79%	74%	85%
SE	2%	2%	5%	2%	9%	0%	0%	3%	8%	3%	0%
NO	20%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
UK	8%	4%	16%	3%	11%	7%	0%	10%	0%	7%	3%
USA	3%	2%	8%	0%	1%	0%	0%	0%	5%	1%	1%
DE	3%	3%	3%	0%	5%	26%	3%	0%	7%	5%	2%
F	0%	2%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
CHN	4%	2%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%
Andre	3%	1%	3%	4%	1%	0%	2%	3%	0%	2%	5%
Ved ikke	3%	10%	13%	11%	8%	4%	5%	7%	0%	4%	4%

Spørgsmålsformulering: I hvilket land hører netbutikken, som du senest har handlet i, hjemme?

Antal besvarelser:

Elektronik og hvidevarer: 102
IT, tele og foto: 120
Film, musik, bøger, spil og legetøj: 158

Antal besvarelser:

Auto-, både- og cykeludstyr: 36
Dagligvarer, mad og drikke: 45
Sports- og fritidsudstyr: 46
Hobby- og kontorartikler: 48
Kosmetik, medicin og kosttilskud: 60
Bolig, have og blomster: 77
Rejser og kulturoplevelser: 180
Tøj, skol og smykker: 200

Beholdt du varen opdelt på varegrupper

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse kvartalsrapport 1 kv. 2013 kommer i 2 versioner. Denne version er basis-rapporten, som er gratis for alle.

Den udvidede rapport er forbeholdt FDIHs medlemmer eller købes af ikke-medlemmer. Er du medlem kan rapporten hentes på www.fdi.dk/e-handelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 1.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/e-handelsanalyse

Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem

Findes i den udvidet
version

Antal besvarelser: 1.136

Spørgsmålsformulering: *Beholdt du den vare du købte?*

Planlagte/impulskøb opdelt på varegrupper

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse kvartalsrapport 1 kv. 2013 kommer i 2 versioner. Denne version er basis-rapporten, som er gratis for alle.

Den udvidede rapport er forbeholdt FDIHs medlemmer eller købes af ikke-medlemmer. Er du medlem kan rapporten hentes på www.fdi.dk/e-handelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 1.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/e-handelsanalyse

Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem

Findes i den udvidet
version

Antal besvarelser: 1.136

Spørgsmålsformulering: *Var det seneste køb på nettet planlagt på forhånd eller et impulskøb?*

Den anvendte metode

Undersøgelsen er foretaget i 2. kvartal 2013 blandt Epinions Danmarkspanel. Panelet indeholder mere end 140.000 aktive medlemmer og har en høj grad af repræsentativitet.

Undersøgelsens resultater er vejet i forhold til køn, alder og uddannelse. Resultaterne kan derfor siges at være repræsentative for alle voksne (18-64 årige) danskere, som handler på internettet.

Der er i alt gennemført 1.136 interview. Det betyder, at den statistiske usikkerhedsmargen (konfidensinterval) ved de fleste spørgsmål er 2-4%, hvilket svarer til gængse valgundersøgelser.

Undersøgelsen gennemføres med månedlig dataindsamling og kvartalsvis afrapportering.

Yderligere information

Dansk e-handelsanalyse

www.e-handelsanalyse.dk

FDIH, Foreningen for Dansk Internethandel

Slotsholmsgade 1, Børsen

1217 København K

Tlf. +45 7225 5601

Mail: kontakt@fdih.dk

www.fdi.dk

Kontaktpersoner

Analyse-ansvarlig

Projektchef Tevin Lac

Telefon: +45 7225 5607

Mail: lac@fdih.dk

Pressekontakt

Kommunikationschef Henrik Theil

Telefon +45 2096 5667

Mail: het@fdih.dk

Læs mere om parterne bag analysen

Post Danmark på www.postdanmark.dk

Nets på www.nets.eu