

18. februar 2013



Folketinget
Erhvervs- Vækst- og Eksportudvalget

E-handel stiger, men danskernes digitale grænsehandel stiger med dobbelt fart.

E-handlen har oplevet en kraftig fremgang i 2012, hvor danskerne købte for 55 mia. kr. på nettet, og det er en vækst på 19 pct. i forhold til 2011, men væksten i e-handel med udlandet steg med det dobbelt, 38,9 pct.

Vi oplever fortsat massiv vækst i e-handel, hvor danskerne lægger en stadig større andel af deres forbrug på nettet. Det er selvfølgelig positivt med en øget omsætning, men det er samtidig en udvikling i forbrugernes adfærd, som indebærer store udfordringer for alle dele af detailhandlen, både online og i de fysiske butikker, hvorfor vi i FDIH vil henlede udvalgets opmærksomhed på de nyeste tal for danskernes handel på nettet.

På baggrund af Dansk e-handelsanalyses årsrapport for 2012, har FDIH, Foreningen for dansk Internethandel beregnet, at danskerne foretog 89,7 mio. handler på nettet i 2012, og det danske forbrug online var i alt på 54,7 mia. kr. Det er en stigning på godt 19 pct. i forhold til 2011. Danskernes lyst til at shoppe på udenlandske sites er steget endnu mere, så af de 55 mia. kr. går 12,5 mia. kr. til udlandet, og det er en stigning på 38,9 pct.

Danskerne ser e-handel i udlandet som en naturlig adfærd, hvor især lave priser og større udvalg trækker, og det er især kendetegnende for e-handel i udlandet, at *hver femte dansker betragter sig selv som stamkunde i den udenlandske netbutik*, hvor de senest handlede. Den stigende digitale "grænsehandel" er derfor en hård udfordring for såvel netbutikker som traditionelle fysiske butikker. (*se udklip fra Berlingske 16. februar nederst*).

Der er markant behov for en politisk indsats, der styrker dansk e-handels konkurrenceevne, og dermed sikrer, at vi både kan tage kampen om forbrugernes gunst op over for udenlandske netbutikker på hjemmemarkedet. Men mindst lige så vigtigt, at vi kan øge eksporten online til udenlandske markeder, hvor der alene i EU er 300 mio. forbrugere på internettet.

Undertegnede og adm. direktør Annette Falberg uddyber meget gerne tallene og udviklingen i dansk e-handel, baseret på Dansk e-handelsanalyse.

De bedste hilsner

Henrik Theil
Public Affairs chef
Mobil: 2096 5667
Mail: het@fdih.dk

Læs mere om Dansk e-handelsanalyse og hent tidligere rapporter på www.fdi.dk

Det er FDIH, Foreningen for Dansk Internethandel, der står bag Dansk e-handelsanalyse i samarbejde med Post Danmark og Nets. Analysefirmaet Epinion gennemfører undersøgelserne.

Udklip fra Berlingske Business, lørdag den 16. februar 2013:

REDIGERET AF PETER TEGLLUND

02 / BUSINESS

BERLINGSKE

BUSINESS

ERHVERVSREDAKTØR: LINDA OVERGAARD NYHEDSCH
NYHEDSREDAKTØR: PER HØJAGER PRINTANSVARLIG:
TELEFON: 33 75 75 75 / FAX: 33 75 20 20 / EMAIL: BUSIN

Lørdag 16. feb. 2013

PÅ DEN 2. SIDE

Forbrugsfesten går uden om detailhandlen

Dansk e-handel slog nye rekorder sidste år. Hele 89,7 millioner gange svingede danskerne kreditkortet og købte samlet for 54,7 milliarder kroner. Det konkluderede den årlige e-handelsanalyse fra Foreningen for Dansk Internethandel i denne uge. Alt efter, hvilke sko man står i, kan man jo enten grine eller græde over udviklingen. Men ændre på det kan man ikke. Danskerne – og hele verden – har flyttet indkøbene ud på nettet og det vil fortsætte. Alene sidste år steg handlen på nettet herhjemme med 20 procent.

Analysen bør nærlæses af alle beslutningstagere i den brede detailhandel, som blandt andet vil finde, at den ældste del af befolkningen suverænt overtrumfer de unge. Aldersgruppen fra 50-64 år er med 39 procent af forbruget en markant driver for den samlede internethandel, efterfulgt af dem over 64 år, mens børnefamilierne er dem, der lægger færrest penge i netbutikkernes kasse.

De ældre køber primært rejser, mens de unge køber spil, musik, tøj og sko. Hvad, der er mindst lige så interessant, er, at nettet gør de hverdagskøb, som for bare ganske få år siden skete i den lokale butik i byen, til en global shoppingaktivitet. Analysen viser nemlig også, at handlen i udlandet stiger



MORTEN ASMUSSEN

Udviklingsredaktør

Det er ret entydigt, at de danske netbutikker ganske enkelt er for dyre.

endnu voldsommere end handlen i danske netbutikker. Danskerne har øget indkøb fra udlandet med næsten 40 procent til 12,5 milliarder kroner. Og tallet kan måske være endnu højere, da en del forbrugere ikke ved, hvilke butikker, der er danske, og hvilke der er udenlandske.

Og de er også ligeglade. Bare prisen er rigtig. Og her er det ret entydigt, at de danske netbutikker ganske enkelt er for dyre sammenlignet med deres internationale konkurrenter. Så selv om Danmark i årevis har haft nogle fantastiske forudsætninger for at skabe en first mover-position på nettet, så har vi kun meget få globale succeser inden for nethandel i Danmark.

I skrivende stund erindrer jeg kun Just Eat (der nu er flyttet til Storbritannien) og netop børsnoterede Smartguy, der forsøger sig med en global strategi. De helt store danske detailaktører er endda nærmest totalt fraværende på nettet.

Den danske moms og højere driftsudgifter til eksempelvis løn er den typiske forklaring på prisforskellen. På den baggrund kunne man ønske sig, at også den danske regering tog et smugkig i rapporten.